

業界の現状と課題

日本酒造組合中央会の現況

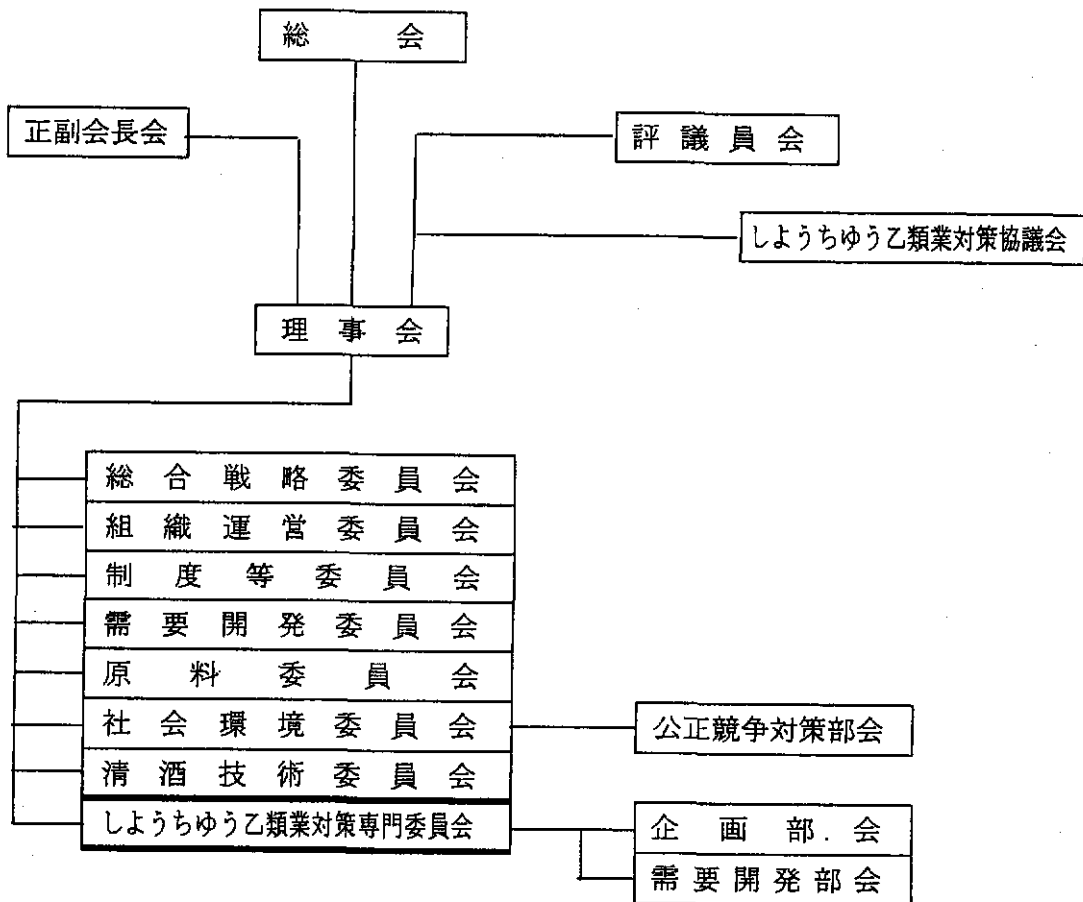
平成16年6月現在

組 合 員 2, 216
(清酒製造業1, 928、焼酎乙類製造業269、みりん二種製造業19)
組織率は概ね98%

会 員 47 都道府県単位の酒造組合(28)及び酒造組合連合会(19)

設 立 酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(昭和28年2月28日法律第7号)に基づき、昭和28年12月設立。

組 織 図



〈清酒業界の現状と課題〉

1. 需要の大幅な減少

- ① 数量は、ピーク時（昭48年度）のほぼ半分となっている。

（平成15年度 47.9%）

また、毎年、対前年5%程度の減少が続いている。

1973（昭48）年度 1,754,925kℓ（9,747,000石）

2003（平15）年度 841,631kℓ（4,659,000石）

- ② シェアは、アルコール飲料の中で1割を下回っている。

（平成15年度 8.8%）

1955（昭30）年度 ; 36.8%

1975（昭50）年度 ; 28.0%

1989（平元）年度 ; 15.4%

2000（平12）年度 ; 9.9%（はじめて1割を切る）

世界的に見ても、日本の低さが突出している。

（世界の民族酒は、2001年の数字で、下記の通り）

フランス - ワイン 57.6%

イタリア - ワイン 62.6%

スペイン - ワイン 30.9%

ドイツ - ビール 81.1%

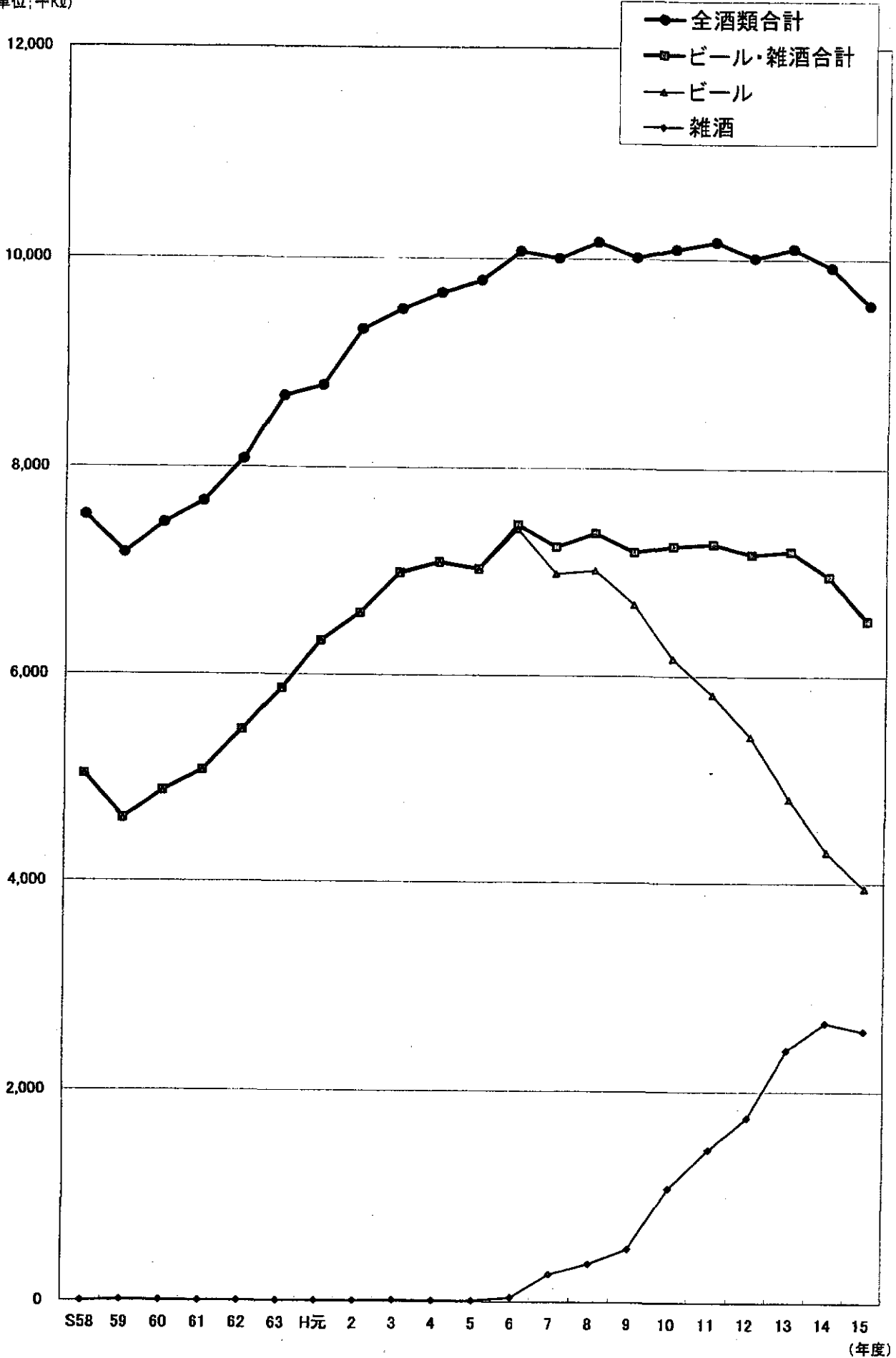
2. 企業経営も極めて厳しい

- ① 企業数の減少

- ② 経営内容の悪化

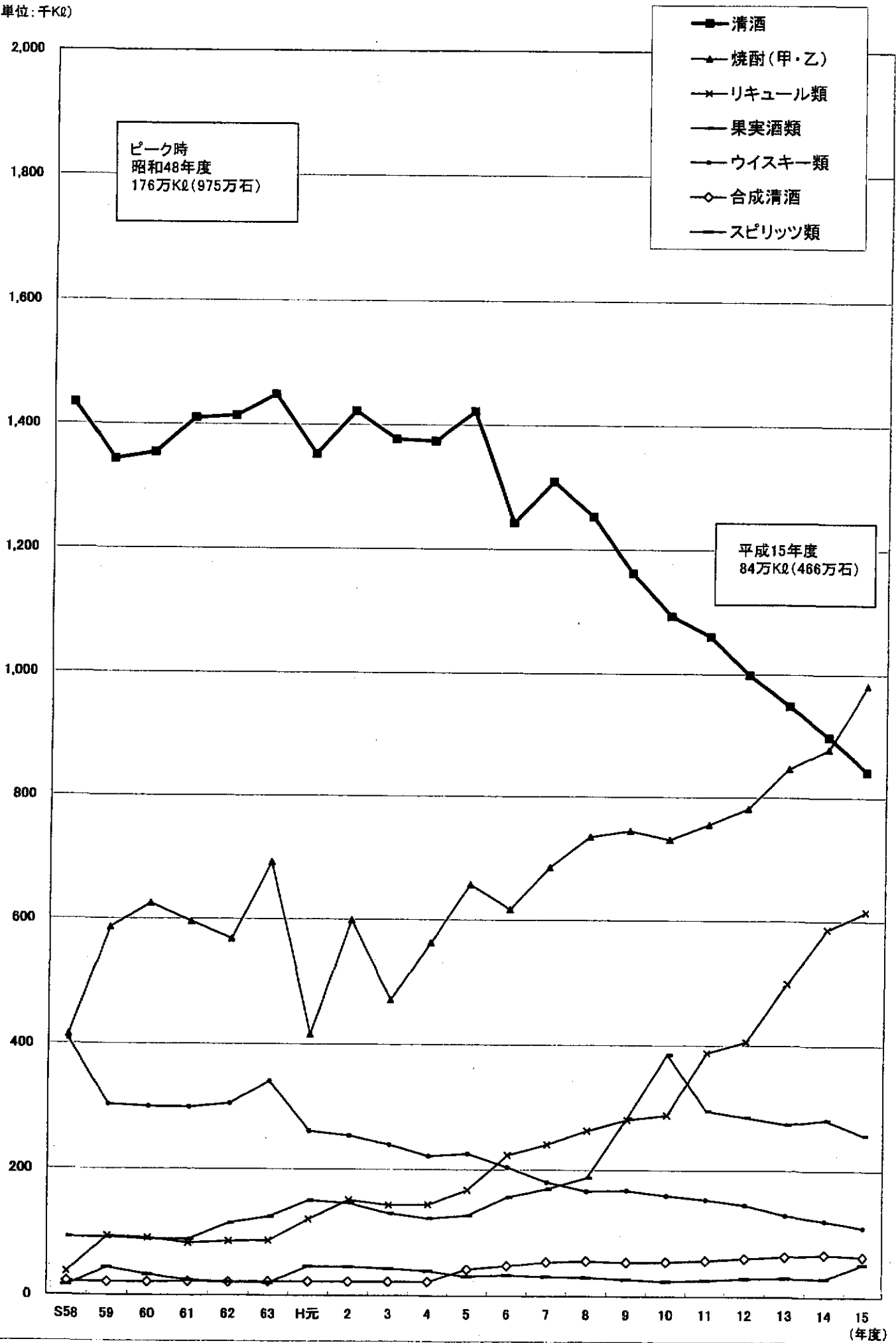
酒類課税数量の推移 (1)

(単位:千Kℓ)

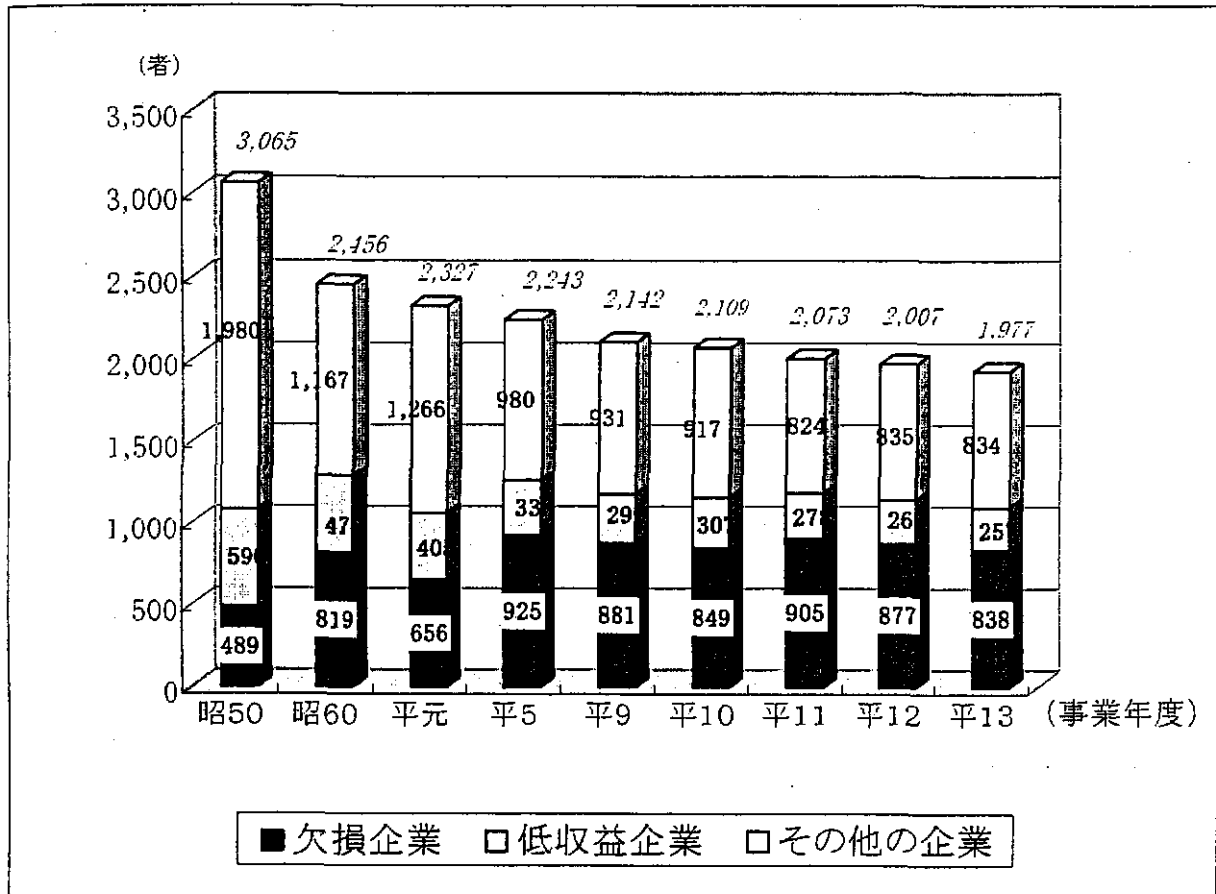


酒類課税数量の推移 (2)

(単位: 千Kℓ)



欠損及び低収益企業数の推移



区分	事業年度	平9	平10	平11	平12	平13	前年比	
	者	者	者	者	者	者	平9年比 %	前年比 %
企業数 (共同びん詰法人を除く)	2,109	2,073	2,007	1,977	1,929	91.5	97.6	
欠損及び低収益企業数	1,178	1,156	1,183	1,142	1,095	93.0	95.9	
割合	55.9	55.8	58.9	57.8	56.8			
欠損企業数	881	849	905	877	838	95.1	95.6	
割合	41.8	41.0	45.1	44.4	43.4			

(注) 低収益企業とは、税引前当期純利益が0から50万円未満の企業をいう。

国税庁「清酒製造業の概況(平成14年度調査分)」による

われわれ清酒製造業者、しようちゆう乙類製造業者及びみりん二種製造業者は、長年にわたり、財政物資である酒類の製造を通じて、我が国の財政基盤の一端を支えるとともに、それぞれの地域において、伝統産業、文化産業でもある地場産業として、活力ある地域経済社会の形成や地方文化の進展に大きな役割を果たしてきており、さらには、米消費等を通じ我が国の農業政策上も多大の貢献をしてきたと自負しているところである。

しかるに、昨今の経済社会や消費構造の大きな変化等に伴い、特に清酒の需要は最盛期の半分以下にまで減少し、企業数も大幅に減少するなど極めて憂慮すべき事態に追い込まれている。

このような状況を招いていることについては、日本の自然と先人の知恵の結晶であり「國酒」たる日本酒の製造を通じ、日本文化の一翼を担っているものとして深くその責任を感じているところである。

しかしながら、その背景には、われわれ日本酒業界のインフラとも言うべき税制や原料に関し、次のような長年の懸案が未だに解決されず影響していることもまた厳然たる事実である。すなわち、

(一) 清酒と果実酒、清酒と合成清酒の間に存する大きな税負担の差など、米不足時代からの税収確保を第一義とする不合理な酒類間の税負担格差については、一刻も早く完全に解決され、我が国の国情に合った酒税制度が確立されなければならない。

(二) 我が国農業の基幹作物である「米」を原料とし、我が国の歴史と伝統に育まれた清酒は、まさに「國酒」であるにもかかわらず、長年にわたる供給重視の農業政策の下、原料米価格は国際的に極めて割高となっている。清酒用原料米は加工用原料であるとの認識に立ち、酒造適性の優れた米が、国際的にもバランスの取れた価格により安定的に供給されるよう、需要者の視点に立つた米政策の見直しの中で、時宜に応じ適切な具体的方策が講じられなければならない。

さらに、われわれは、今日の消費生活の根底にある我が国の社会に思いを致したとき、まさに「今日のニッポンからは日本の良さがどんどん失われてきている」ことを深く憂えざるを得ない。

日本が誇りとすべき伝統的な食文化、伝承していくべき作法や風習も時代の荒波の中に次第に失われていこうとしている。昨今では、冠婚葬祭などの際に行われる伝統的な酒宴までもが形骸化してきており、日常の食生活においてはファストフードなどの新洋食が進むなど、今のままでは、日本の食文化や生活文化はその存立の基礎を失ってしまう。しかし、一方、欧米では、日本酒や和食の評価は年々高まりつつある。これは、日本の自然と先人の知恵の結晶である日本酒や和食を通して日本文化のよいところが認められているからであり、われわれは日本のすばらしい文化をしっかり守り育てていかなければならない。

「日本酒で乾杯!」という言葉を象徴にし、日本の文化のよいところを広く啓蒙していく活動を進めていくことが今程必要な時はない。この運動は、ひとり日本酒業界による日本酒復権運動を指すものであってはならない。象徴的なおこないとしての「日本酒で乾杯!」を通じて、日本文化のルネッサンスを広く国民運動として広げていくことが今の日本にとって不可欠である。日本の良さ、日本文化のすばらしさを国民全体として再認識することこそが、国民レベルでの日本酒の再評価、業界の再興につながるべくものと信じる。

そのために、われわれはこの運動に業界一丸となって全力をあげるとともに、広く「国民の心をつかむ日本酒」の生産に努める責務を有するものとあらためて心に刻む必要がある。

また、しようちゆう乙類業界については、累次にわたる大幅な増税の洗礼を受けたが、業界一丸となって、本格焼酎の定義の確立や、甲乙混和焼酎の表示について基準の設定を図るなど、焼酎市場全体の中で「本格焼酎ブランド」を確固たるものとするよう、さまざまな対応に努めてきた結果、最近では、消費者からの強い支持を受け、移出数量は増税前を上回っている状況にある。このようなしようちゆう乙類消費の増加は、「本格焼酎・泡盛の個性」と消費者の嗜好がうまくマッチしたことから、プーム的な「本格焼酎人気」が生じた結果であり、誠に喜ばしい。しかしながら、このように、消費者の評価により焼酎の価値観が高まったことに伴い、販売力や宣伝力など市場における影響力を全く異にする他の大手酒類メーカーの焼酎市場への参入が一層顕著になり、原料、表示、価格等あらゆる局面において、これらメーカーからの攻勢をまともに受けることとなれば、伝統的地場産業として文化性に立脚する個々の中小零細なしようちゆう乙類業者が極めて窮地に立たされることが予測される。われわれ中小零細企業等により成り立っている業界構造の極めて脆弱なしようちゆう乙類業界の立場から見ると、市場の活性化という評価すべき側面の一方、将来に危険な要素もはらんでいるものと認識しなければならず、今後とも国からの所要の支援措置に期待するとともに、業界自身の一層の自助努力により、消費者の「心」を離さぬように努めていかなければならないと認識を新たにすることが必要である。

以上、われわれは我が国が生み出し育んできた世界に誇り得る日本固有の伝統酒の製造者として、自信と誇りを持って事業にあり、われわれに課された歴史的使命を立派に果たすべく、ここに新たな決意を表明するものである。

以上、宣言する。

平成十六年六月九日

日本酒造組合中央会

第五十一回通常総会

〈社会的要請についての考え方と対応・課題〉

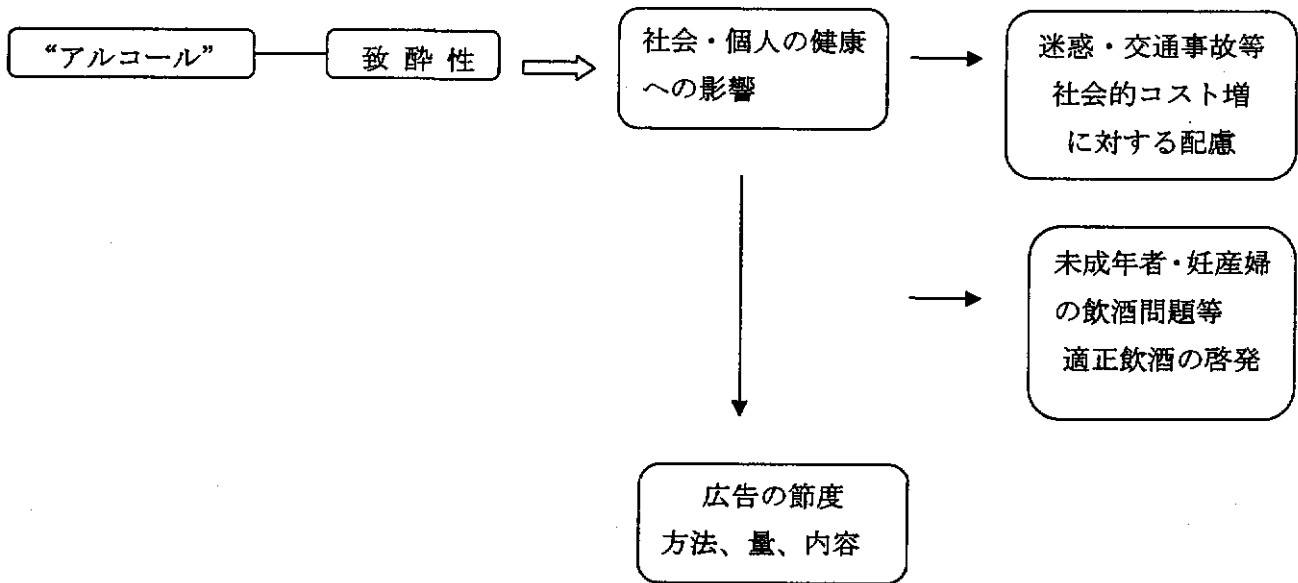
1. 業界としての基本認識

酒類業にかかわる者として、その扱う商品（酒類）が他の一般商品とは異なる内制的（本源的）特性（①酒類は“アルコール飲料”である。②酒類は“文化性・伝統性に支えられる嗜好品”である。）をもつものであることを、まずもって根本に据えることが必要。

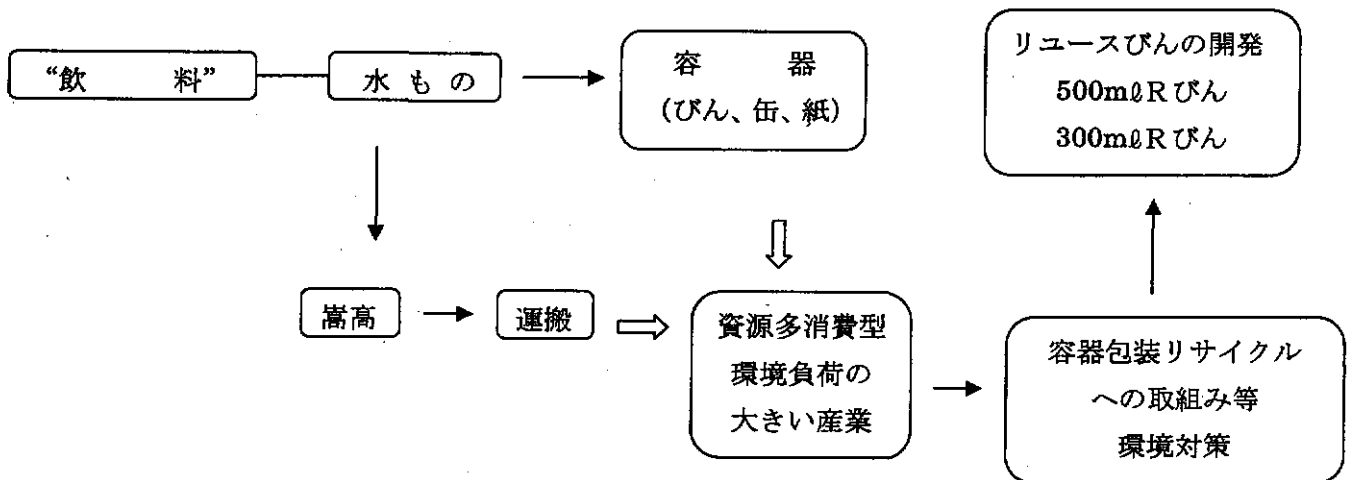
各種の社会的要請は、商品の内制的特性から生まれる本源的、不可避的要請と認識すべきもの。

2. 特性に由来する社会的責務

(1) 酒類は“アルコール飲料”



- 商品経済、市場競争の原理のみに委ねることはできない。
 - 何らかの社会的管理が必要



(2) “文化性・伝統性”に支えられた嗜好品

食文化・伝承されるべき国民文化との関わり

商品経済、市場競争の原理のみからは、その健全な発達には期待できない。

- 酒類産業行政の真に必要な側面
- 酒文化としていかに捉えるか国家的かかわりが必要（諸外国の法制度検討の必要性）

“酒造法”等の新しい法的枠組が将来的には必要と考える。

妊産婦の飲酒に対する注意表示について

平成 16 年 5 月 20 日

日本酒造組合中央会

当業界といたしましては、アルコール関連問題に取り組むことは、酒類業界の大きな社会的責任の一つと認識しており、「適正飲酒の啓発」、「未成年者の飲酒防止」などについては、業界の一員として所要の対応に努めてきたところでもあります。

妊産婦や授乳期の女性の飲酒に関しては、医学的にもさまざまな意見や考え方があるものと承知していますが、今般、ビール業界や洋酒業界等の各社においては、社会的関心の高まりに配慮し、妊産婦や授乳期の女性の飲酒に対する注意表示を各社の任意の判断として実施することとなったところでもあります。

私ども清酒や本格焼酎の業界におきましても、種々検討を続けてまいりましたが、清酒及びしょうちゅう乙類についても、各社の自主的判断により、準備が整い次第、次の内容による注意表示を行うことといたしました。

「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に影響するおそれがありますので、気をつけましょう。」

私ども清酒及びしょうちゅう乙類業界といたしましては、「酒は百薬の長」という歴史的事実のとおり、適度の飲酒は健康にも良いとの信念を持っているところではありますが、アルコール飲料の特性に由来する社会的責任として「適正飲酒の啓発」につきましても、今後とも所要の対応に努めて参る所存であります。



300ml R(リターナブル)びん

新容器

容器のリサイクルは、環境問題に対する社会的関心の高まりから酒類業界にとっても重要な活動のテーマとなっています。そこで「日本酒造組合中央会」では酒類の新容器として飲み切るのにちょうど良いサイズのリターナブルびん(300ml Rびん)を開発しました。



このリターナブルびんマークがびんの肩部に彫刻されています。

300ml Rイメージ/左から 無色UV・緑色・水色

仕様

- 容量: 300ml
- サイズ: 底面直径 67.5mm
開口部 28.95mm
高さ 195mm
- 重量: 265g
- びん色: 無色(UVカット)・緑色(EG)
水色(薄青)の3色

Rマークについて

このマークは日本ガラスびん協会が統一規格びんとして認定したびんに付けられています。リターナブルびんと他のびんを容易に識別できるようにしたマークであり、リターナブルびんのみを使用することができます。

びんの開発ポイント

- 何度でもくり返し使用できるリターナブル仕様である。
- 消費者調査の結果、小容量びんがより支持されている。
- 飲み切るのにちょうどよい容量である。
- 300mlが細口びんで市場に一番多く出回っている。
- 現在最も多く流通しているびん形と同じ仕様である。
- コンビニ等の棚に収まる高さである。
- 卓上を演出できるデザインである。


[お問合せ先]

日本酒造組合中央会 東京都港区西新橋1-1-21 TEL: 03-3501-0101
日邦厚材株式会社 東京都港区西新橋1-1-21 TEL: 03-3580-7744

500ml びんってな〜に？

地球にやさしい、リターナブルびんです。
テーブルにマッチする、かわいいびんです。

近年、地球環境問題の一環として、廃棄物の減量化、リサイクル型社会の構築等が世界的に重要な課題となっています。

そうした社会情勢の中、「日本酒造組合中央会」では、より豊かな消費生活への貢献を目指して、容器リサイクルの取組の一環として、回収・再利用のための新規規格びん「500mlリターナブルびん-びん」を開発し、平成4年2月より市場に投入しています。

現在、全国での普及を目指して、関係各方面への協力依頼や、P箱出荷地域の拡大、消費者アンケートの結果などを踏まえた需要拡大策の調査研究を進め、リサイクルシステムの早期確立を目指しています。皆様方のご理解とご協力をお願いいたします。

●平成5年7月「酒類販売免許等取扱要項」の一部改正において、大型店舗酒類小売業免許の要件に免許付与後3年間に販売しようとする酒類の範囲に、「清酒（500ml容器入りのリサイクルの対象となるビン詰品に限る）」が加えられました。

●平成5年11月にP箱の投入が開始され、さらに平成6年1月「地球にやさしい、リターナブルびんです。」等の表示を行うことを決定。リターナブル容器であることをさらに明確にし、回収・再利用の促進を図っています。

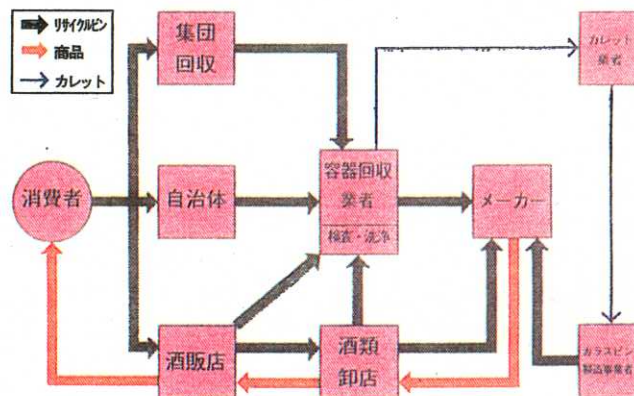
日本酒容器の回収の状況

■1.8ℓびんのリサイクルシステム

昭和の初めに導入された1.8ℓびんは、戦前から酒販店および古物商ルートで回収され、清酒メーカーなどに販売された後、再利用されてきました。現在、1.8ℓびんを使用している業種には、清酒、焼酎、みりん、果実酒などの酒類メーカー、および、醤油、食油、食酢、ソースなどの食品メーカーがあります。

年間回収率が約85%ときわめて高い1.8ℓびんは、そのリサイクルシステムが非常に優れているとの評価を受けており、今後もより一層の充実と発展が期待されています。

〔システム図〕




■輸送用容器（プラスチック製流通箱：P箱）の流通エリア


1.8ℓびん用P箱

レンタルによる清酒1.8ℓびん用P箱は、昭和48年10月に大阪府を対象にスタートし、現在は、北海道、沖縄県を除く全国に流通しています。

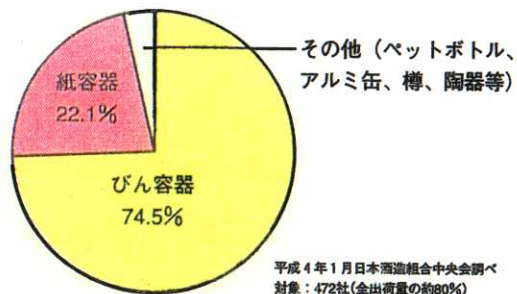
また、レンタル以外にも、都道府県単位の酒造協同組合や個別企業などにおいて、清酒1.8ℓびん用P箱の流通が、特定地域で行われています。

500ml びん用P箱

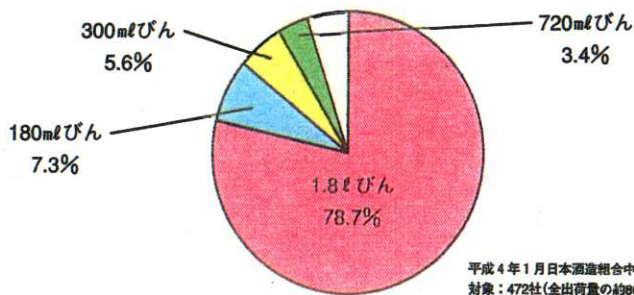
レンタルによる500ml びん用P箱は、平成5年11月より、大阪府、京都府、兵庫県を対象にスタートし、平成5年12月には奈良県、和歌山県、滋賀県、さらに平成6年1月には東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県を対象地域に流通しています。

今後も500ml びんの普及にとまない、随時拡大されていく予定です。

■素材および出荷の割合



■びん容器の容量別出荷割合



■1年間に使用されるビンの本数と回収本数

