説明資料２

酒類産業の現状と今後のあり方

平成17年６月

外部環境要因

社会情勢の変化

- 健康・安全性指向の高まり
- 食生活の変化
- 生活様式の変化
- 人口減少社会の到来

経済情勢の変化

- 規制緩和の進展
- デフレ化・賃金の伸び悩み
- 国際化

現状

製造

＜品質水準の確保の問題＞
低コスト・低価格酒類の増加
＜構造・経営戦略上の問題＞
零細・ぜい弱なメーカーの存在
過剰供給
過度の競争

卸売

マージンの低下（収益構造の変化）
機能性の低下

小売

組織小売業の台頭
一般酒販店の減少
酒の扱いに不慣れな業者の参入

飲食店

酒類の不適切な管理
商品情報の不足

消費者

品質・価格への疑問

対策（行政・業界、それぞれにおける取組）

＜品質水準の確保・向上への対応策＞

- 高付加価値化のための研究・技術指導（製造技術基盤の強化、新たな品質評価制度の検討）
- 適切な情報提供のための地理的表示等
  （広島、長野、金沢、鹿児島等における地域ブランドの取組）

＜構造・経営戦略上の問題への対応策＞

- 過剰設備の解消
- 経営困難なメーカーに対する問題点の提起（経営自己診断、分析指導）
- 輸出の振興（輸出セミナー等の実施、輸出マニュアルの作成・配布、酒蔵見学ツアーの実施、海外におけるプロモーションの実施）

＜生販三層を通じた指導＞

製造
- 公正取引の推進
- 市販酒の事後チェックの強化（品質管理も含め生販三層を指導）

卸売
- 専門家による研修（16年：前年比2.7倍、延べ1万4千人強参加）
- 経営基盤強化計画の活用（清酒：～18年3月、卸：～19年3月）

小売
- リーディングケース・サクセスストーリーの提供
  （先進的な取組事例集、経営改善マニュアル等の酒類業界への配布）
- 各地域ごとの生販三層の意見交換、情報交換

＜販売業の課題への対応策＞

組織小売業：
- 自社規準の遵守等による公正取引の推進

一般酒販店：
- 品質管理・サービス等の向上、酒販組合の活性化
  （小売組合とﾌﾗﾝﾁｬｲｽﾞﾁｪｰﾝ協会との連携・支援）
- 経営支援措置の充実・利用促進等（共同事業・情報化の支援、酒ローンの延長）

販売業全体：
- 社会的要請への的確な対応
  （酒類販売管理の厳正化、酒類の表示基準の見直し、酒類自動販売機の撤廃への取組、年齢確認の徹底）

＜消費者の視点に立った対応策＞

飲食店：
- 安全でおいしい飲み方提案等の情報発信・啓発活動
- 料飲店における品質管理等の実態把握

消費者：
- 消費者サイドに立った酒類の品質チェック・表示
- 消費者相談窓口・酒モニターの設置
- 酒類総合研究所における消費者向け情報発信機能の充実・強化
- 「きき酒会」の有効活用

将来像

製造

高品質・付加価値の高い酒類の製造
適正な経営戦略

量から質への転換

卸売

卸売機能の発揮による適正マージンの確保と
マーケットの育成

小売

多様なサービス提供等による差別化
社会的要請に対応した販売管理

飲食店

安全でおいしい酒類の提供
適切な商品情報の提供
飲み方の提案等の情報発信

消費者

酒類に対する正しい知識
酒類の文化性の意識