調査計画

１　調査の名称（□特定一般統計調査　■その他の一般統計調査）

産業連関構造調査「酒類製造業投入調査」

２　調査の目的

酒類製造業を営む企業がその事業活動を行うために要した費用の内訳等の実態を把握し、産業連関表の作成における投入額推計等の基礎資料を得ることを目的とする。

３　調査対象の範囲

（１）地域的範囲（■全国　□その他）

（２）属性的範囲（□個人　□世帯　□事業所　■企業・法人・団体　□地方公共団体　□その他）

酒類製造業を営んだ製造業者のうち、下記調査製品を生産した企業

①清酒

②ビール等

③ウイスキー類

④焼酎

⑤果実酒

⑥リキュール

４　報告を求める個人又は法人その他の団体

（１）報告者数

38企業（母集団の大きさ：約3,300企業）

①清酒：13企業

②ビール等：４企業

③ウイスキー類：３企業

④焼酎：９企業

うち連続式蒸留焼酎：３企業

うち単式蒸留焼酎：６企業

⑤果実酒：４企業

⑥リキュール：５企業

（２）報告者の選定方法（□全数　□無作為抽出(□全数階層あり）　■有意抽出）

調査対象製品を製造する企業について、各酒類製造団体が所有する名簿から、原則、調査対象製品ごとに

・出荷量

・販売量（出荷量を参照できない場合）

・販売額（出荷量及び販売量を参照できない場合）

の大きい順に抽出した企業を調査の対象とする。（標本抽出方法の詳細は、別紙１参照）

５　報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（１）報告を求める事項

売上高及びその内訳、売上原価及び販売費・一般管理費の内訳、従業者数

〔集計しない事項の有無〕　□無　■有

企業名、所在地、本票作成担当部課名、本票作成担当氏名及び内線番号は、疑義照会の際に利用するためのものであり、集計は行わない。

（２）基準となる期日又は期間

産業連関表作成対象年の１月～12月

６　報告を求めるために用いる方法

（１）調査系統

財務省　―　報告者

（２）調査方法

■郵送調査　　■オンライン調査（□政府統計共同利用システム　□独自のシステム　■電子メール）

□調査員調査　□その他（　　）

〔調査方法の概要〕

オンライン調査は、財務省ホームページからExcel形式の調査票を取得し、電子メールで提出するオンライン調査を行う。なお、電子メールの送受信にあたっては、調査票情報が保存されているファイルに対して、パスワードを設定する等のセキュリティ対策を講ずることとする。

7　報告を求める期間

（1）調査の周期

□１回限り　□毎月　□四半期　□１年　□２年　□３年　■５年　□不定期　□その他（　　）

（１年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：令和３年）

（2）調査の実施期間又は調査票の提出期限

調査実施年の９月から12月

8　集計事項

別紙２参照

9　調査結果の公表の方法及び期日

（1）公表・非公表の別（■全部公表　□一部非公表　□全部非公表）

（2）公表の方法（■e-Stat　　□インターネット（e-Stat以外）　□印刷物　　□閲覧）

（3）公表の期日

調査実施翌年の12月まで

10　使用する統計基準等

□使用する→□日本標準産業分類　□日本標準職業分類　□その他（　　）

■使用しない

本調査は酒類製造業を行う企業を対象とし、その事業活動を営むために要した費用の内訳等の情報を把握するための調査であり、調査対象の範囲の画定及び集計結果の表示に統計基準を用いる余地がないため、統計基準を使用しない。

11　調査票情報の保存期間及び保存責任者

（1）　調査票情報の保存期間

・記入済み調査票：３年

・調査票の内容を記録した電磁的記録媒体：永年

（2）　保存責任者

財務総合政策研究所調査統計部長

（別紙１）

酒類製造業投入調査の標本抽出方法について

１　調査製品の選定

酒類全体のうち、調査製品ごとの課税数量シェアは、清酒約５％、ビール等（発泡酒、新ジャンル商品(※)を含む）約46%、ウイスキー類（ブランデーを含む）約２％、焼酎約８％、果実酒約１％、リキュール約20%となっている（データ：国税庁統計年報）。これらの調査製品の出荷量は、酒類全体の出荷量の約80%程度を占めており、調査実施によって酒類製造業の投入構造を把握することができる。

（※）令和５年改正前の酒税法（昭和28年法律第６号）第23条第２項第３号イ又はロに基づき課税される商品であり、同号イは、「糖類、ホップ、水及び政令で定める物品（大豆たんぱく、えんどうたんぱく等）を原料として発酵させたもの」、同号ロは、「発泡酒にスピリッツを加えたもの」である。

２　調査対象企業の抽出方法

原則、調査製品ごとに、

・出荷量
・販売量（出荷量を参照できない場合）
・販売額（出荷量及び販売量を参照できない場合）

が上位の企業から順に抽出する。

清酒及び焼酎については、報告者負担や実査の効率性等を踏まえ、調査対象企業の累積シェアが50%に最も近くなるよう抽出する。

その他の調査製品については、企業ごとの費用構造の差異等を踏まえ、ビール等は４社、ウイスキー類は３社、果実酒は４社、リキュールは５社を抽出する。

参考

(1)　清酒（単位：ｋｌ、％）

社名	出荷量	シェア	累積シェア
A 社	40,119	10.7	10.7
B 社	35,842	9.6	20.3
C 社	29,380	7.8	28.1
D 社	14,666	3.9	32.0
E 社	13,082	3.5	35.5
F 社	11,501	3.1	38.6
G 社	10,522	2.8	41.4
H 社	6,904	1.8	43.2
I 社	6,457	1.7	44.9
J 社	5,726	1.5	46.5
K 社	4,841	1.3	47.8
L 社	4,796	1.3	49.0
M 社	4,796	1.3	50.3
13 社計	188,632	50.3	
全国出荷量	374,835	（製造業者 1,594 社）	

(2)　ビール等（単位：ビール大びん千箱、％）

社名	販売量	シェア	累積シェア
A 社	116,946	35.8	35.8
B 社	111,784	34.2	70.0
C 社	57,845	17.7	87.7
D 社	40,047	12.3	100.0
4社計	326,622	100.0	

※　発泡酒、新ジャンル商品を含む

※　全国のデータがないため、シェアは大手４社の販売量合計に対するもの

(3)　ウイスキー類（単位：ｋｌ、％）

社名	出荷量	シェア	累積シェア
A 社	67,200	42.0	42.0
B 社	59,135	36.9	78.9
C 社	5,790	3.6	82.5
3社計	132,125	82.5	
全国出荷量	160,083	（製造業者 170 社）	

(4)　焼酎

連続式蒸留焼酎（単位：百万円、％）

社名	販売額	シェア	累積シェア
A 社	39,400	27.9	27.9
B 社	18,900	13.4	41.3
C 社	13,650	9.7	51.0
3社計	71,950	51.0	
全国販売額	141,000	（製造業者 90 社）	

単式蒸留焼酎（単位：ｋｌ、％）

社名	出荷量	シェア	累積シェア
A 社	405,528	19.7	19.7
B 社	323,000	15.7	35.4
C 社	117,000	5.7	41.1
D 社	94,000	4.6	45.7
E 社	78,700	3.8	49.5
F 社	37,500	1.8	51.3
6社計	1,055,728	51.3	
全国出荷量	2,056,700	（製造業者 797 社）	

(5)　果実酒（単位：ｋｌ、％）

社名	出荷量	シェア	累積シェア
A 社	46,583	46.4	46.4
B 社	23,076	23.0	69.3
C 社	1,679	1.7	71.0
D 社	1,894	1.9	72.9
4社計	73,232	72.9	
全国出荷量	100,457	（製造業者 559 社）	

(6)　リキュール（単位：百万円、％）

社名	販売額	シェア	累積シェア
A 社	17,600	52.5	52.5
B 社	4,300	12.8	65.3
C 社	3,850	11.5	76.8
D 社	2,300	6.9	83.7
E 社	2,050	6.1	89.8
5社計	30,100	89.9	
全国販売額	33,500	（製造業者 248 社）	

※(1)、(2)、(3)、(4)単式蒸留焼酎、(5)は 2024 年、(4)連続式蒸留焼酎、(6)は 2023 年年。

（別紙２）

集計事項

調査項目
Ⅰ　売上高及びその内訳
Ⅱ　売上原価及び販売費・一般管理費の内訳
Ⅲ　従業者数
Ⅳ　再生資源の売却

（参考１）

推計方法

財務省に提出された調査票について、財務省にて記入内容等の審査を行った上で、有効回答とした金額を単純に積み上げて集計。