

## 特別企画:クラフトビールメーカー141社の経営実態調査

## クラフトビールメーカー、6割が増収

## ～主業メーカーの企業数、トップは北海道、2位は静岡～

## はじめに&gt;&gt;

近年、クラフトビール（小規模なビール醸造所で製造される地ビール）が広く普及し、多くの人が様々な場所で楽しむものとなっている。

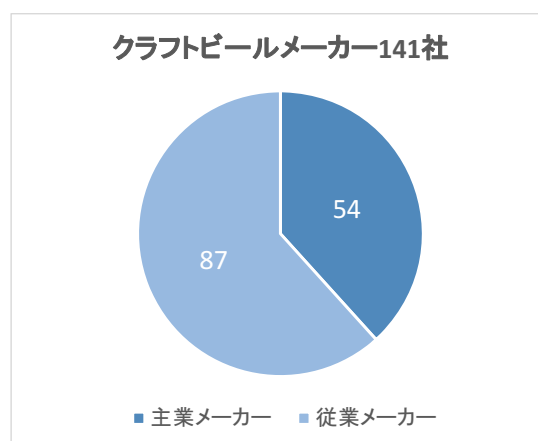
90年代半ばの第1次ブームに続く第2次ブームだが、大手も参入、決して一過性のものではなくそれぞれのメーカーの特徴や強みを生かして市場に定着していくものと思われる。

帝国データバンクは、企業概要データベース「COSMOS2」（147万社収録）から、業績が判明しているクラフトビールメーカー141社を抽出。クラフトビール製造を「主業」として手がける54社と、本業は別にあるが、ビール製造も行う「従業」87社について、業歴、売上規模、従業員規模、資本金、従業メーカーの本業、地域、都道府県、売上高と利益の動向について、調査・分析した。

前回調査は2016年9月1日。

## 調査結果(要旨)

- クラフトビール製造を「主業」とするメーカーは54社あった。そのうちの9割は売上高10億円未満で、7割が従業員10人に満たない。小規模な事業者が中心となっている
- 本業は別があり、クラフトビール製造も手がける「従業」メーカー87社中、本業としてもっとも多いのは「清酒製造」の13社（構成比14.9%）。次いで「西洋料理店」や「酒場、ビヤホール」などの飲食店だった
- 「地域」別では「関東」、「中部」、「近畿」の三大都市圏が全体の半分以上を占めたが、「都道府県」別では主業メーカー54社中、「北海道」が8社、構成比14.8%を占めてトップ。第2位は「静岡県」で、第3位は「東京都」。
- 前期と比較可能な52社中、「増収」が31社と約6割の企業が売り上げを伸ばした。反面、税引き後利益では前期との比較が可能な29社のうち、「改善」が14社に対して「悪化」が12と拮抗。悪化の要因としてもっとも大きいのは人件費の上昇であった



## 1. 企業実態～「主業」54社中、売上高10億円未満が9割、従業員10人未満が7割

クラフトビールメーカー141社の「業歴」をみると、「10～30年未満」が62社（構成比44.0%）でもっとも多い。このうち、クラフトビール製造を「主業」とする54社では、同じく「10～30年未満」が36社（同66.7%）に達する。94年の酒税法改正を機に参入した企業が多い。

本業は別にあるが、ビール製造も行う「従業」メーカー87社では、「10年未満」こそ少ないものの、「100年以上」の老舗も含めて幅広く分布している。

業歴別	141社(全体)		54社(主業)		87社(従業)	
	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)
10年未満	16	11.3	12	22.2	4	4.6
10～30年未満	62	44.0	36	66.7	26	29.9
30～50年未満	18	12.8	0	0.0	18	20.7
50～100年未満	22	15.6	1	1.9	21	24.1
100年以上	23	16.3	5	9.3	18	20.7
計	141	100.0	54	100.0	87	100.0

クラフトビールメーカー141社を「売上規模」別にみると、「1億～10億円未満」が72社（構成比51.1%）と過半を占めた。「主業」の54社では「1億円未満」が26社（同48.1%）、次いで「1億～10億円未満」の25社（同46.3%）となり、売上高10億円に満たない企業で全体の9割以上を占めている。「従業」の87社では「1億～10億円未満」が47社（同54.0%）、「10億～50億円未満」が28社（同32.2%）となった。

売上規模別	141社(全体)		54社(主業)		87社(従業)	
	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)
1億円未満	31	22.0	26	48.1	5	5.7
1億～10億円未満	72	51.1	25	46.3	47	54.0
10億～50億円未満	31	22.0	3	5.6	28	32.2
50億～100億円未満	1	0.7	0	0.0	1	1.1
100億～500億円未満	4	2.8	0	0.0	4	4.6
500億～1000億円未満	2	1.4	0	0.0	2	2.3
計	141	100.0	54	100.0	87	100.0

「従業員規模」別では、141社中66社（構成比46.8%）を「10～100人未満」が占め、次いで「10人未満」が58社（同41.1%）となった。「主業」54社では「10人未満」が39社（同72.2%）を占めている。「従業」87社では「10～100人未満」が51社（同58.6%）ともっとも多かった。

従業員規模別	141社(全体)		54社(主業)		87社(従業)	
	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)
10人未満	58	41.1	39	72.2	19	21.8
10～100人未満	66	46.8	15	27.8	51	58.6
100～1000人未満	17	12.1	0	0.0	17	19.5
計	141	100.0	54	100.0	87	100.0

「資本金」別では、「1000万～5000万円未満」が141社中73社(構成比51.8%)を占めた。「主業」の54社でも同じく「1000万～5000万円未満」がもっとも多く27社(同50.0%)を占めている。「従業」の87社でもっとも多かったのは「1000万～5000万円未満」の46社(同52.9%)だった。

資本金別	141社(全体)		54社(主業)		87社(従業)	
	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)	社数	構成比(%)
1000万円未満(個人含む)	26	18.4	14	25.9	12	13.8
1000万～5000万円未満	73	51.8	27	50.0	46	52.9
5000万～1億円未満	29	20.6	11	20.4	18	20.7
1億～5億円未満	12	8.5	2	3.7	10	11.5
5億～10億円未満	0	0.0	0	0.0	0	0.0
10億円以上	1	0.7	0	0.0	1	1.1
計	141	100.0	54	100.0	87	100.0

## 2. 「従業」メーカーの本業～清酒メーカーや飲食店が上位

本業は別にあるものの、クラフトビール製造も手がける「従業」メーカー87社の「本業」をみた。

もっとも多いのは「清酒製造」の13社で、構成比14.9%を占めた。次いで、「西洋料理店」の11社(同12.6%)であり、以下、「酒場、ビヤホール」の9社(同10.3%)、「蒸留酒・混成酒製造」の7社(同8.0%)、「旅館・ホテル」の6社(同6.9%)となっている。

醸造技術を生かして日本酒、ビール製造をともに手がけるメーカーが多いほか、レストランやビヤホールなどにブルワリー(醸造所)を併設、集客の目玉として客単価の上昇に生かしている飲食業者が多い。

### 従業メーカーの本業

主業名	社数	構成比(%)
清酒製造	13	14.9
西洋料理店	11	12.6
酒場、ビヤホール	9	10.3
蒸留酒・混成酒製造	7	8.0
旅館・ホテル	6	6.9
果実酒製造	3	3.4
酒類卸	3	3.4
その他	35	40.2
計	87	100.0

### 3. 地域と都道府県の分布～「都道府県」別では「北海道」がトップ

「地域」別をみると、クラフトビールメーカー141社中、もっとも多かったのは「関東」の39社で、構成比27.7%を占めた。次いで、「中部」の23社（同16.3%）、「近畿」の18社（同12.8%）となり、三大都市圏で全体の半分以上を占めた。

「主業」の54社では、やはり「関東」がトップで13社（同24.1%）、次いで「中部」が12社（同22.2%）を占めたが、「北海道」が8社（同14.8%）で第3位に入り、存在感を示した。

「従業」の87社では「関東」が26社（同29.9%）でトップ。次いで「中部」と「近畿」がそれぞれ11社（同12.6%）となった。

「都道府県」別では全141社、「主業」54社、「従業」87社のいずれにおいても「北海道」がトップとなった。特に、主業の54社では「北海道」が8社（同14.8%）を占めてトップ。第2位は「静岡県」の6社（同11.1%）、第3位は「東京都」の5社（同9.3%）となった。

#### 地域別（構成比順）

141社（全体）			54社（主業）			87社（従業）		
地域	社数	構成比(%)	地域	社数	構成比(%)	地域	社数	構成比(%)
関東	39	27.7	関東	13	24.1	関東	26	29.9
中部	23	16.3	中部	12	22.2	中部	11	12.6
近畿	18	12.8	北海道	8	14.8	近畿	11	12.6
北海道	15	10.6	近畿	7	13.0	九州	10	11.5
九州	14	9.9	北陸	5	9.3	北海道	7	8.0
北陸	12	8.5	九州	4	7.4	北陸	7	8.0
東北	8	5.7	東北	2	3.7	中国	7	8.0
中国	8	5.7	四国	2	3.7	東北	6	6.9
四国	4	2.8	中国	1	1.9	四国	2	2.3
計	141	100.0	計	54	100.0	計	87	100.0

#### 都道府県別上位（トップ3）

141社（全体）			54社（主業）			87社（従業）		
都道府県	社数	構成比(%)	都道府県	社数	構成比(%)	都道府県	社数	構成比(%)
北海道	15	10.6	北海道	8	14.8	北海道	7	8.0
東京都	12	8.5	静岡県	6	11.1	東京都	7	8.0
静岡県	10	7.1	東京都	5	9.3	群馬県	5	5.7

#### 4. 業績の動向～約6割の企業が増収となるも、利益水準は4割以上で悪化

クラフトビールを主業として製造する54社中、創業間もないため前期との比較が不可能な2社を除いた52社の最新期と前期の売上高を比較すると、「増収」が31社、「横ばい」が15社、「減収」が6社であった。市場拡大の恩恵を受けて、約6割の企業が順調に売り上げを伸ばしている。

##### 売上高の増減

売上高	社数	構成比(%)
増収	31	59.6
横ばい	15	28.8
減収	6	11.5
計	52	100.0

同様に、損益が判明している最新期と前期の税引き後利益が比較可能な29社をみると、増益ならびに黒字転換、もしくは赤字幅の縮小した「改善」企業が14社と構成比48.3%を占めた。「横ばい」は3社（同10.3%）。減益ならびに赤字転落、もしくは赤字幅の拡大した「悪化」企業が12社（同41.4%）を占めた。

4割以上の企業で利益水準が悪化した理由としてもっとも多いのは、役員報酬、従業員給与などの人件費の上昇であった。また、麦芽やホップなどの原料高、設備増強に伴う償却負担の増加や資材高騰の影響、宣伝広告費の増加や配送費の上昇も利益を圧迫した。これらは成長のための先行投資という面もあるが、売り上げの伸びに比べて採算面ではやや厳しい状況となっている。

##### 税引き後利益の増減

税引き後利益	社数	構成比(%)
改善	14	48.3
横ばい	3	10.3
悪化	12	41.4
計	29	100.0

#### 5. まとめ

2017年の酒税法改正で安売り規制が強化されて値上げが浸透、2018年春には麦芽使用比率67%のビールの定義が変更され、果実や香辛料などのフレーバーを副原料とした多様な商品開発ができるようになった。今後は2026年までの段階的な酒税の一本化によって、ビールの税額が減少する一方、第三のビールや発泡酒の価格面での優位性は失われていくことになる。

ビール市場そのものは縮小が続き、競争は厳しいが、見方を変えればこれらの市場環境の変化はクラフトビールメーカーにとっては大きな追い風になり得る。ビール系飲料の中でも高価格帯に位置し、個性的な味わいを最大の差別化ポイントとするのがクラフトビールだからだ。

この数年間の知名度向上、存在感の高まりはメーカー各社の企業努力の賜物だろう。もっとも、クラフトビールがビール市場全体に占める割合はまだまだ微々たるもの。大手も本格的に参入してきた今後の動向がどうなるか、注視したい。

**【内容に関する問い合わせ先】**

(株) 帝国データバンク 東京支社情報部 担当：太幸

TEL 03-5919-9341 FAX 03-5919-9348

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。