



本件照会先

秋山 進（調査担当）
帝国データバンク
福岡支店情報部
092-738-7779（直通）
tdb.fukuoka@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/08/08

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。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。

上位 50 社の売上高合計は 2 年ぶりに 対前年を下回る

霧島酒造が 13 年連続でトップ

福岡県・焼酎メーカー売上高ランキング(2024 年)

SUMMARY

2024 年の売上高ランキングは、「黒霧島」で知られる霧島酒造(株)(宮崎県都城市)が 13 年連続でトップ。2 位は、「いいちこ」ブランドを主力とする三和酒類(株)(大分県宇佐市)。3 位には「大分むぎ焼酎二階堂」などを展開する二階堂酒造(有)(大分県日出町)がランクインした。都道府県別でみると社数は「鹿児島県」が 23 社でトップ。売上高合計は、「宮崎県」が前年比 8%減ながら 742 億 2100 万円で 10 年連続トップとなった。

帝国データバンク福岡支店では、売上高に占める焼酎・泡盛の割合が 5 割以上となった酒類製造業者(焼酎・泡盛以外の事業で計上した売上高も含む)を『焼酎メーカー』と定義。企業概要ファイル「COSMOS2」(約 149 万社収録)より、全国の焼酎メーカーの 2024 年(1 月期～12 月期)売上高をランキング形式により抽出し、上位 50 社の売上高や利益動向などについて集計した。なお、本調査は 2024 年 8 月に続く 22 回目。

はじめに

国税庁が発表した 2023 年度の国内酒類販売(消費)数量は、約 782 万 2041 キロリットルで、前年度比 0.1%減少し、微減ながら 2 年ぶりに前年を下回った。2023 年 5 月に新型コロナウイルス(以下、新型コロナウイルス)の感染症法上の位置づけが「5 類」に移行したことで外食産業向けの販売は回復基調にあった。そのようなか、スピリッツ(前年度比 7.7%増)やビール(同 6.0%増)など一部の品目では酒類販売(消費)拡大が見られたものの、物価高による買い控え、若者を中心とした酒離れや消費者嗜好の多様化等により依然としてトータルでは微減となり、酒類業界全体が厳しい状況に立たされている。

焼酎消費量は前年度比 0.8%減の約 66 万 6247 キロリットルとなった。前年度は 2 年ぶりに 70 万キロリットル台を回復したものの、再び 70 万キロリットルを下回った。焼酎市場が年々縮小傾向で推移しているなか、インバウンド需要や外食産業需要の回復の波にどれだけ乗れるかが今後の重要なポイントとなろう。

売上高ランキング

1 位 霧島酒造 531 億 1200 万円 (前年比 11.8%減)

全国焼酎メーカーの 2024 年(1月期～12月期)の売上高ランキングは、13 年連続^{※1}で霧島酒造(株)(宮崎県都城市)がトップとなった。「黒霧島」を主体に、「白霧島」「赤霧島」などを展開。同期は業務用向けの販売が好調であったものの、期中にさつまいもの基腐病(もとぐされびょう)蔓延に伴って令和5年2月から黒霧島や白霧島の紙パック商品を一時出荷停止としたほか、前期に発生した出荷停止に伴う駆け込み需要の反動減により家庭用向けの販売量が前期を下回り売上高は前年比 11.8%減となった。

2 位 三和酒類 260 億 6000 万円 (前年比 0.1%増^{※2})

三和酒類(株)(大分県宇佐市)は、13 年連続で 2 位をキープした。“下町のナポレオン”の愛称で知られる「いいちこ」シリーズを主体に、地元大分県産の麦を使用した「西の星」ブランドを展開し、「いいちこパック」等の紙パック商品や缶入りとなる「いいちこ下町のハイボール」の売れ行きが堅調に推移した。また、テレCM等による販促を引き続き進めたことや、販売単価引き上げ等の効果もあり、売上高は前年比 0.1%増となった。

3 位 二階堂酒造 161 億円 (前年比 6.2%増)

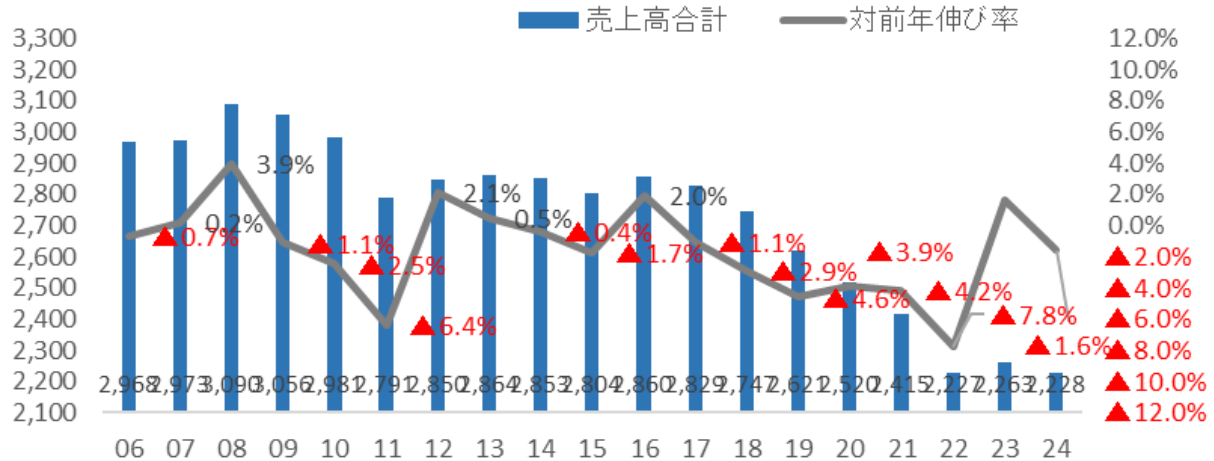
前年に引き続き、二階堂酒造(有)(大分県日出町)が、3 位にラインクインした。創業は慶応 2 年と云われ、当地古参の焼酎メーカーとして高い知名度を誇る。100%麦を使用したオリジナルブランド商品「大分むぎ焼酎二階堂」、「吉四六」、「豊後路」、「やつがい」、「焼酎倶楽部」などのブランドを揃えている。インバウンド解禁による外食産業などの業務向け販売の拡大や、原材料などの仕入れ単価上昇分の価格転嫁なども功を奏し、売上高は前年比 6.2%増となった。

^{※1} 2015 年4月に旧・霧島酒造(株)は霧島ホールディングス(株)に商号を変更したうえで持ち株会社となり、新たに設立した霧島酒造(株)(2014 年 3 月設立)が酒類製造部門を継承した。順位は旧・霧島酒造(株)からの通算。

^{※2} 2022 年 7 月期から収益認識に関する会計基準を適用している。

売上高合計の推移

上位50社の売上高合計の推移



オエノングループ(東京都墨田区)は 2008 年(2009 年発表分)から 2016 年(2017 年発表分)まで焼酎事業の売上高が 50%を下回り集計対象外となっていたが、2017 年(2018 年発表分)から再び 50%を上回った。そこで、単純比較を行うために、2005 年までさかのぼって同グループの売上高を除外し、かつ、51 位企業の売上高を含めて再集計したものが上記グラフとなる。2022 年集計分からオエノングループが再び集計対象外となったため、今回調査(2024 年)も上記グラフをそのまま利用した。

消費者嗜好の変化によりウイスキーやワイン、リキュール類との競争が激化するなか、新しいニーズの獲得に動いている企業も多いものの、若者をはじめとする酒離れなどで苦戦が続いている。そうした背景もあって 2024 年の上位 50 社の売上高合計は、前年比 1.6%減の 2,227 億 9700 万円と、2 年ぶりに減少した。ピークとなる 2008 年(3090 億 1300 万円)から 27.9%減を余儀なくされている。2023 年 5 月に感染症法上の分類が「2 類相当」から「5 類」へと引き下げられたことで、社会経済活動は正常化へと進み、外食・インバウンド需要が持ち直した。加えて、原材料費や物流費の上昇を受けて販売単価が上昇し、業界全体として回復基調が鮮明となった。だが、2024 年に入ると消費者の節約志向も強まり、外食や嗜好品への支出が慎重になる傾向が見られた。また、13 年連続でトップとなる霧島酒造(株)の大幅減収も重なった。その結果、焼酎メーカー上位 50 社の総売上高は前年比で 2 年ぶりに減少。個社ベースでは増収を維持した企業もあったものの、全体としては足踏み状態となった。

年	売上高合計 (上位50社)	対前年伸び率
2005	2988	
2006	2968	▲0.7%
2007	2973	0.2%
2008	3090	3.9%
2009	3056	▲1.1%
2010	2981	▲2.5%
2011	2791	▲6.4%
2012	2850	2.1%
2013	2864	0.5%
2014	2853	▲0.4%
2015	2804	▲1.7%
2016	2860	2.0%
2017	2829	▲1.1%
2018	2747	▲2.9%
2019	2621	▲4.6%
2020	2520	▲3.9%
2021	2415	▲4.2%
2022	2227	▲7.8%
2023	2263	1.6%
2024	2228	▲1.6%

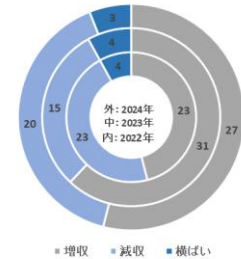
(億円)

売上げ動向

売上げ動向をみると、「増収」企業が 27 社（前年 31 社）となった。前年と比べて 4 社の減少。他方、「減収」が 20 社（同 15 社）と 5 社増加した。

物価高の影響で消費者の節約志向が強まり、家庭用需要が伸び悩んだことも影響した。こうした中、販売数量の伸び悩みを価格転嫁で補いきれず、2023 年には多数を占めていた増収企業も、2024 年にはその数が減少し、減収企業が増加に転じた。

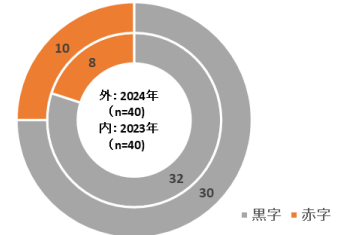
上位50社の売上げ動向



利益の動向

税引き後当期純利益が判明した 40 社のうち、「黒字」企業は 30 社で、構成比は 75.0%（前年 32 社、構成比 80.0%）となった。一方、「赤字」企業は 10 社で構成比 25.0%（同 8 社、20.0%）と、前年比 5.0 ポイント増となった。円安や原材料価格の高止まりに加え、人手不足や物流コストの増加を価格転嫁でカバーできていないことで「赤字」となった可能性が考えられる。

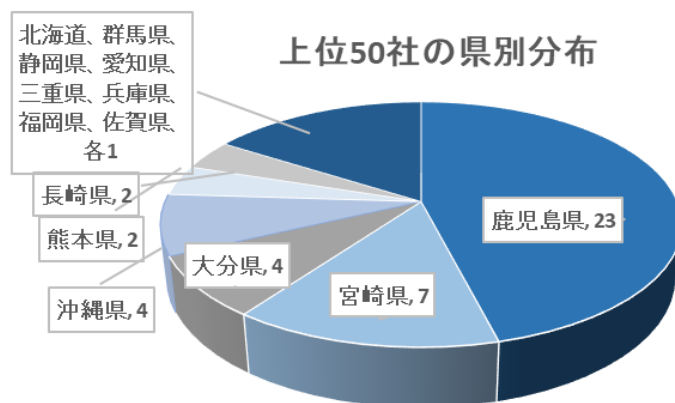
上位50社の利益動向



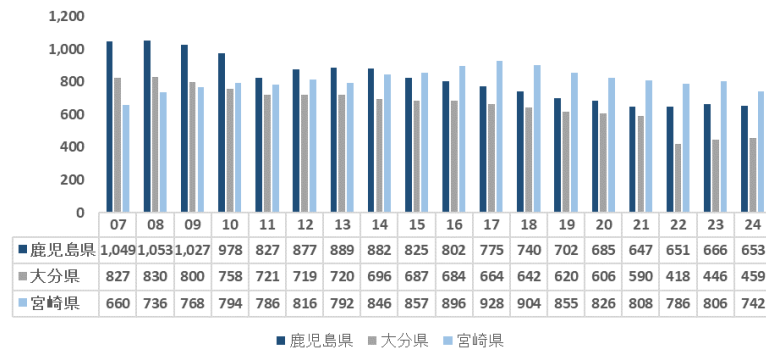
都道府県別の分布

売上高上位 50 社を本社所在地別にみると、「鹿児島県」が前年から 1 社減の 23 社でトップ。以下、「宮崎県」は前年と同数の 7 社、「大分県」と「沖縄県」が 4 社で 3 位となった。他方、都道府県別の売上高合計は、「宮崎県」が前年比 8% 減ながら 742 億 2100 万円で 10 年連続トップとなった。2 位の「鹿児島県」は 1 社

減の 23 社となったが、増収企業が 11 社（前年 17 社）と減少したこともあって、前年比 1.9% 減となる 653 億 3200 万円となった。「大分県」の社数は前年と変わらなかったものの、ランクインした企業がすべて増収となったことから前年比 2.7% 増となる 458 億 5100 万円となった。なお、前回と同様に鹿児島県・大分県・宮崎県の売上高合計推移を別掲した。



鹿児島・大分・宮崎の売上高合計推移



各県別の件数推移

県名	2023年	2024年	増減
鹿児島	24	23	-1
宮崎	7	7	0
沖縄	4	4	0
大分	4	4	0
熊本	2	2	0
長崎	2	2	0
北海道	1	1	0
群馬	1	1	0
静岡	1	1	0
愛知	1	1	0
三重	1	1	0
兵庫	1	1	0
福岡		1	1
佐賀	1	1	0
合計	50	50	—

まとめ

酒類業界全体では、人口減少や少子高齢化のほか、健康志向の高まりによる飲酒の敬遠や量の減少、若者の酒離れといった問題も抱えている。加えて、焼酎業界ではウイスキーを炭酸水(ソーダ)で割ったハイボール、缶カクテルなどのRTD・低アルコール飲料の需要拡大が進んでおり、苦戦を強いられている。

前年(2023年)の焼酎メーカー売上高ランキングは、7年ぶりに上位50社の売上高合計が前年を上回るかたちとなった。背景として新型コロナウイルス感染症の5類移行により、居酒屋やレストランなど飲食店向け需要が回復。加えて、原材料費やエネルギーコストの高騰を受け、多くの焼酎メーカーが価格改定を実施したことが奏功し、業績は持ち直しを見せた。一方、2024年に入ると、インバウンド需要は引き続き底堅く、訪日外国人の一人当たり消費支出も堅調となったが、国内では実質賃金の減少が続く、個人消費は低調に推移。外食需要もコロナ禍明けの反動減が影響し伸び悩みを見せた。加えて、原油や原材料価格の高止まり、円安などコスト増加要因も重なり、焼酎業界は厳しい経営環境となった。2024年の焼酎メーカー上位50社のうち増収企業は27社と減収企業を上回ったものの、前年より減少を余儀なくされた。

このようななか、企業別では霧島酒造(株)が13年連続で首位を守った。焼酎メーカー各社とも市場の縮小に対応すべく、商品戦略の見直しを進めており、フルーツの香りを加えた焼酎や、アルコール度数を抑えた飲みやすい商品を開発するなど、新たな需要層として若年層や女性を意識した取り組みが拡大している。これらの商品は一定の評価を受けており、今後の市場拡大に向けた起爆剤として期待される。今後、業界全体で新たなニーズを的確に捉えた商品開発と、それに連動した販売戦略を構築することが、焼酎市場の活性化とブーム再燃の鍵を握るだろう。