

## 「泡盛業界の現状と課題、展望」

### ( 要 旨 )

泡盛の出荷量は、復帰後、基調として増加傾向を辿り、1990 年代半ば以降は県外出荷も拡大し、2004 年には総移出量に占める県外移出の割合も初めて 2 割を超えた。しかし、翌 2005 年は総出荷量が 14 年ぶりの前年割れとなり、県外出荷も 15 年ぶりの前年割れとなった。

この要因としては、低価格品の流入や大手ビールメーカーの焼酎市場参入に伴う競争激化、全国的な焼酎ブームの陰りなどが挙げられる。また、泡盛業界では 2004 年に消費者に対する品質の説明責任の重要性を踏まえ古酒の年数表示や生産履歴を厳格化する「品質表示の自主基準」を導入したが、これに伴い古酒の出荷量が減少したことや製造日付の詰口表示が賞味期限と誤解されたことによる返品が増加等も減少の要因とみられる。業界では今後、泡盛の試飲商談会や同好会の各地での積極展開、熟成古酒に関する広報活動の強化等に取り組むことにしている。

また、泡盛のもろみを搾って造る副産物のもろみ酢は、1990 年代の黒酢ブームを契機に近年、急成長してきたが、県外企業を含む参入事業者の増加や廉価品による販売単価の低下などから 2005 年には前年比で大幅に減少した。

業界の売上高は、2003 年度でみると概ね 300 億円弱で、泡盛が全体の約 7 割強を占め、もろみ酢が 2 割弱、その他が 1 割弱となっている。2005 年度は泡盛の出荷量が減少に転じ、利益率の高いもろみ酢も売上が大幅減となったことから収益状況は前年度より厳しくなっている。

泡盛の酒税率は、1972 年の本土復帰に伴う復帰特別措置により県内出荷分に限り本則の 100 分の 40 が適用され、その後、軽減税率の改定や 6 回の措置延長を経てきた。この間の泡盛の酒税軽減額をみると、1972 年度から 2004 年度までの累計額で約 197 億 6,500 万円となっている。2004 年度では酒税が約 21 億円軽減されており、酒税額は約 59 億円となっている。

現在、泡盛の酒税率は本則の 100 分の 65 であるが、2007 年 5 月には軽減措置延長の期限が到来する。2005 年末現在の焼酎乙類の酒税は、アルコール分 30 度でみると、1.8 リットルでは本則 535.89 円に対して泡盛は 348.33 円で、187.56 円の軽減となっている。軽減措置の廃止により単純に価格転嫁すればこの軽減額分値上がりすることになる（2006 年度税制改正により 2006 年 5 月 1 日以降、焼酎乙類は本則がアルコール分 30 度で 1 和リットル当たり 30 万円に改正）。泡盛業界では、泡盛の出荷が減少に転じたことやもろみ酢の売上が大幅に減少していることなどを含めて足元の収益環境が大きく変化しており、経営環境が不透明なことから復帰特別措置の延長要請を行政側に行った。当初、延長要請は難しいとみていた県も泡盛業界に延長後のビジョン策定を義務付けた上で、政府との調整に動くことになった。

現在、泡盛製造業者は 46 事業者であるが、このほかに泡盛製造業の 46 事業者が参加して設立した「沖縄県酒造協同組合」がある。また、焼酎の混和酒を製造している事業者が 1 社ある。協同組合を除く 46 事業者を製成規模別にみると、1000kl 以上の事業者が全体の約 4 分の 1 を占めている。一方、100kl 未満の事業者数は全体の約 3 割弱を占めている。泡盛を県外に出荷している事業者は、2003 年度に 44 事業者であった。県外出荷分は酒税軽減措置が適用されず酒税率が本則での出荷となり、この県外出荷の割合を高めておけば軽減措置の廃止の影響を受ける度合いは小さくなる。泡盛業界では、酒税軽減措置期限切れへの対応として、総出荷量に占める県外出荷割合の目標を 5 割以上としている。2004 年で県外出荷割合が 5 割以上の事業者は全体の約 1 割程度とみられる。また、2005 年に海外出荷に取り組んだ酒造所は 18 社で前年を 5 社上回っている。

泡盛業界の課題としては、この復帰特別措置期限切れへの対応のほか、設備投資の更新や県外販路の拡大、原料米の共同仕入れ、広報面での強化、もろみ酢のてこ入れなどが挙げられる。設備投資については、品質表示の自主基準導入後の古酒戦略や県外拡販戦略の取り組み強化に向けて、貯蔵タンクの増設などを多くの酒造所で計画しているようである。業界ヒアリング等によると、2006 年以降も約 1 万 kl の計画があり、これらの設備投資計画を実施すると、製成能力は概ね約 5 万 kl となる（2005 年の製造量の実績は 2 万 6,306kl で前年比 0.6% 増）。

もろみ酢は酒造メーカーが従来、処分費用を伴う廃棄物として処理していた蒸留粕等を健康飲料として製品化したものであるが、もし、もろみ酢の売上減少が続く場合には、逆に蒸留粕等の膨大な処理に係る新たな費用負担が増加してくる。その処理費用に係る対応も課題となってくることから、こうした環境問題についても業界全体として取り組む必要がある。

このほか、最近の泡盛業界の取り組みをみると、品質表示に関する自主基準の制定、「琉球泡盛」のラベル等の統一表示、県の補助金活用による県外マスコミへの PR やブランド強化事業、国の助成金活用による県外での泡盛講演会や試飲商談会の開催、全国泡盛同好会のネットワーク作り、- などを行っている。

今後、復帰特別措置が廃止されると、本土の大手焼酎事業者にとっては、沖縄に進出する障壁が低くなるため、県内市場への参入がし易くなり、本県の人口増加や入域観光客の増加傾向、価格差の縮小などから、焼酎市場における県外事業者の県内参入が進むことも見込まれる。泡盛業界の特徴として、業界内での規模別の格差が大きいことなどから、今後は業界全体が共同歩調をとりながらも、個々の事業者がその規模に応じた経営戦略を選択していくことがより重要になってこよう。また、既に動きがみられるように県外資本との提携などを軸に事業展開を図っていくケースも今後は増加していくものと予想される。

大規模事業者は、一般に県外出荷のウエートが高く、軽減措置の期限切れの影響は限定的なものにとどまるとみられる。今後は本土大手焼酎メーカーの参入に対して県内市場での競争力強化を図るとともに、県外市場や海外市場への積極的な展開を図っていく必要がある。一方、小規模事業者は、事業者間の再編も難しいことから、家業的経営にとどまるものの「地域限定ブランド」の展開などにより生き残りを図っていくことになる。また、中規模事業者は、県外事業者との競争や県外市場への展開等に際して、選択肢のひとつとして事業者間の再編などにより規模を大きくするとともに、統一ブランドの開発等により県外市場への販路拡大を図っていくことも検討してみる必要がある。業界全体としては、沖縄文化と絡ませた泡盛の付加価値の向上や観光産業との連携強化とともに、県外への販路拡大や広報活動の強化、品質面の研究開発等の戦略的展開および製造工程における環境問題への対応等のために、例えば売上高の一部を積み立てて基金を造成することなども検討していく必要がある。

（参考）

県経済における泡盛業界の経済効果について県産業連関表を用いて試算してみたところ、2004 年の泡盛の出荷額を 240 億円と推定すると、泡盛業界も含めて県経済全体として約 350 億円の経済効果が発生する。波及効果を含めて約 1.5 倍の経済効果をもたらすことになる。

## 「泡盛業界の現状と課題、展望」

### (目次)

1. 泡盛業界の沿革
2. 出荷量の推移
3. 泡盛業界の現状
4. 泡盛業界の課題と最近の取組み
5. 今後の展望

参考：泡盛業界の経済効果

### (キーワード)

- ・ 復帰特別措置（酒税軽減）の期限切れへの対応
- ・ もろみ酢の売上減
- ・ 品質表示の自主基準導入後の古酒戦略へ向けての設備増強
- ・ 全国的な焼酎ブームのかげり
- ・ 沖縄ブームの持続性の如何
- ・ 県外出荷の足踏みと今後の県外拡販戦略の取組み

### 1. 泡盛業界の沿革

- ・ 1972 年の本土復帰以降について泡盛業界の主な沿革を概観すると、以下のとおりである。

#### (1972 年：昭和 47 年)

- ・ 本土復帰。琉球酒造連合会を沖縄県酒造連合会に名称変更。事業者数は 59。
- ・ 復帰特別措置により泡盛の酒税率は県内出荷分に限り本則の 100 分の 40（軽減率 60%）を適用。その後、段階的に改定（復帰後の酒税軽減率の推移は図表 7 を参照）。

#### (1973 年：昭和 48 年)

- ・ 石川酒造が泡盛のもろみを搾って造る副産物の「もろみ酢（クエン酸を含む健康飲料）」を商品化し、販売開始。

#### (1976 年：昭和 51 年)

- ・ 泡盛の県外出荷の拡大や原料米等の協同購買を目的とした「沖縄県酒造協同組合」を県内 46 の全事業者が参加して創立。80 年以降「紺碧」、「マイルド紺碧」、「海乃邦」等を発売。

#### (1979 年：昭和 54 年)

- ・ 沖縄国税事務所鑑定官室が「泡盛酵母 1 号」の開発に成功。

#### (1983 年：昭和 58 年)

- ・ 「本場琉球泡盛」の名称が正式認可。
- ・ この頃から県内において泡盛が徐々にブームとなっていく。

#### (1993 年：平成 5 年)

- ・ 黒酢ブームを契機に、石川酒造以外の泡盛メーカーも「もろみ酢」市場に参入を始める。

#### (1995 年：平成 7 年)

- ・ この頃から泡盛の県外出荷の高い伸びが続いていく。

(2000 年：平成 12 年)

- ・ 沖縄ブームも相まって県外出荷が急増。
- ・ もろみ酢がブームとなり、製造事業者数も急速に広がっていく。

(2001 年：平成 13 年)

- ・ 総出荷量に占める県外出荷の割合が 10.5%と 10%を超える。
- ・ 自民党税制調査会最高顧問の山中貞則氏が、今回の延長措置（2002 年 5 月 15 日～2007 年 5 月 14 日）が最後との認識を示す（12 月 14 日）。

(2004 年：平成 16 年)

- ・ 消費者に対する品質の説明責任の重要性を踏まえ、泡盛業界が古酒の年数表示や生産履歴を厳格化する「品質表示の自主基準」を導入（6 月 1 日）。

「品質表示の自主基準」において年数を表示する場合の基準

- ・ 古酒（3 年以上貯蔵した泡盛）に年数を表示する場合は、全量が当該表示年数以上貯蔵したもの、または、全量が当該年数以上貯蔵した古酒を混和したものに限り年数を表示することができる。なお、この場合、容器本体のラベル等に混和割合を表示することができる。

ある専門卸業者によると、自主基準導入後 1 年間で古酒の年数表示を外したり、銘柄自体が「終売」、「休売」となった商品は、古酒全体の半数を超える約 270 商品に達したようである。

- ・ 泡盛の総移出量に占める県外移出の割合が 22.1%と、初めて 2 割を超える。

(2005 年：平成 17 年)

- ・ 2005 年の泡盛の総出荷量は 14 年ぶりの前年割れ。県外出荷も 15 年ぶりの前年割れ。
- ・ 「もろみ酢」の売上が、廉価品の出回りや本土企業参入による競争激化等から大幅な減少。

(2006 年：平成 18 年)

- ・ 台湾の現地企業が、「泡盛」の名称を台湾政府の経済部（省）に商標登録（2005 年 12 月）した事実を県酒造組合連合会が把握（2006 年 1 月）。
- ・ 泡盛業界とオリオンビールは、2007 年 5 月 14 日に期限切れとなる酒税軽減措置の延長を知事に要請（2 月 14 日）。
- ・ 香港で海外初の泡盛同好会（海外の同好会の第 1 号）が県酒造組合連合会の主催により開催される（3 月 19 日）。

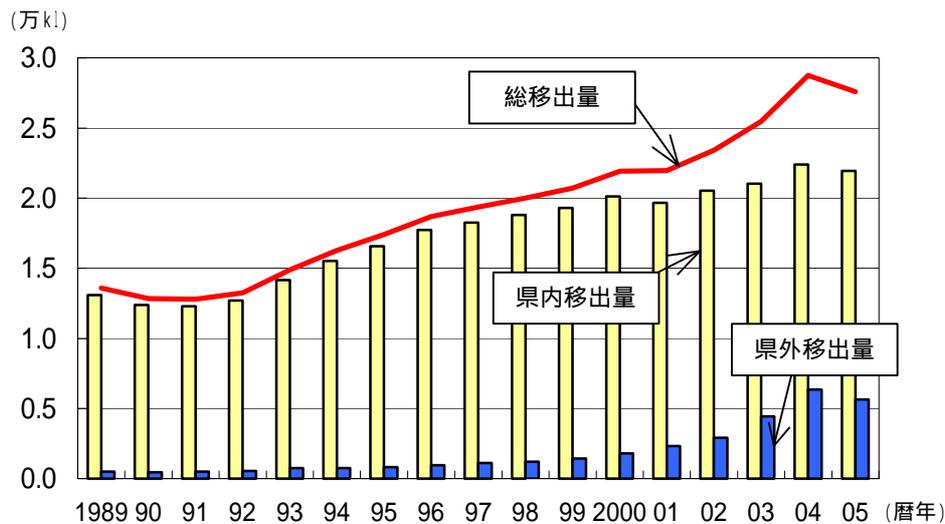
国内（県外）の「泡盛同好会」は、北海道から九州まで約 22 カ所に設立されている。

- ・ 「琉球泡盛」を地域商標（地域ブランド）として特許庁に出願（4 月）。

## 2. 出荷量の推移

- ・ 1980 年代後半以降、泡盛の出荷量（県内外への移出量）は酒税の税率改定や消費税の導入および同税率の引き上げ前後に駆け込み需要とその反動減がみられた以外は、基調として右肩上がりで推移してきた。しかし、2005 年は前年に実施した品質表示の自主基準導入の影響などもあり、減少に転じている（図表 1、図表 2）。

( 図表 1 ) 泡盛出荷量 ( 移出量 ) の推移



( 図表 2 ) 泡盛出荷量 ( 移出量 ) の推移

暦年	合計		県内移出		県外移出		
	(kl)	前年比 増減率 (%)	(kl)	前年比 増減率 (%)	(kl)	前年比 増減率 (%)	県外移出 構成比 (%)
1989	13,586		13,089		497		3.7
90	12,845	5.5	12,380	5.4	465	6.4	3.6
91	12,790	0.4	12,280	0.8	510	9.7	4.0
92	13,252	3.6	12,696	3.4	556	9.0	4.2
93	14,897	12.4	14,147	11.4	750	34.9	5.0
94	16,283	9.3	15,532	9.8	751	0.1	4.6
95	17,404	6.9	16,578	6.7	826	10.0	4.7
96	18,686	7.4	17,728	6.9	958	16.0	5.1
97	19,381	3.7	18,262	3.0	1,119	16.8	5.8
98	20,001	3.2	18,800	2.9	1,201	7.3	6.0
99	20,719	3.6	19,293	2.6	1,426	18.7	6.9
2000	21,924	5.8	20,120	4.3	1,804	26.5	8.2
01	21,975	0.2	19,661	2.3	2,314	28.3	10.5
02	23,433	6.6	20,522	4.4	2,911	25.8	12.4
03	25,469	8.7	21,038	2.5	4,431	52.2	17.4
04	28,748	12.9	22,403	6.5	6,345	43.2	22.1
05	27,595	4.0	21,952	2.0	5,643	11.1	20.4

( 資料 ) 沖縄県酒造組合連合会

- ・ 1980 年代以降の出荷量の推移を概観すると以下のとおり。
- ・ 1980 年代以降は、県内の酒類の需要がウィスキーから泡盛に徐々にシフトし始めた。
- ・ 1990 年代以降については、泡盛の県内での出荷が基調として増加傾向を辿っている。この県内出荷の増加には、県民の需要増加に加え、年々増加傾向を辿ってきた観光客の消費や土産品購入なども寄与している。
- ・ また、2000 年代に入ると県外出荷の高い伸びがみられるが、これは、全国的な焼酎ブームに加え、沖縄ブームが大きく寄与しているものとみられる。
- ・ この結果、2004 年には総出荷量が 2 万 8,748kl と 10 年前 ( 1994 年 ) の 1 万 6,283kl の

約 1.8 倍（年率平均で 5.8%増）に拡大。総出荷量に占める県外出荷の割合も 2004 年には 22.1%と初めて 2 割を超えた。

- ・ ちなみに、県外出荷の比率は、県内の流通業者を通して県外に出荷した分（酒税率は本則を適用）も含めると、3 割前後に達しているものと推察される。
- ・ このように近年、泡盛の県外出荷の割合は高まっているものの、九州（大分、熊本、宮崎、鹿児島各県）の焼酎乙類は、総出荷量に占める県外出荷の割合が 5～9 割となっており、これと比較すると泡盛の県外出荷の割合はまだ低水準にある。
- ・ ところで、堅調に推移していた出荷量も 2005 年には県内出荷量が 4 年ぶりに前年比で減少し、県外出荷量も 15 年ぶりに減少、その結果、総出荷量でも 14 年ぶりに減少した。
- ・ この要因としては、低価格品の流入や大手ビールメーカーの焼酎市場参入に伴う競争激化、全国的な焼酎ブームの陰り、2004 年 6 月の品質表示の自主基準導入による古酒の出荷量の減少、製造日付の詰口表示がコンビニエンスストア等で賞味期限と誤解されたことによる返品増加、などが挙げられる。
- ・ このため、業界としては今後、泡盛の試飲商談会や泡盛同好会の各地での積極展開、詰口表示について熟成古酒に関する広報活動（詰口表示の日付が古いほど熟成され付加価値が高いといった情報の提供）の強化などに取り組むことにしている。

### 3. 泡盛業界の現状

#### (1) 事業者数

- ・ 泡盛の酒造所は、復帰した 1972 年に 59 事業者であったが、その後、1980 年代後半まで減少傾向がみられた（図表 4）。ただし、1989 年度（平成元年度）以降は 46 事業者で、その後現在に至るまで転廃業はない。泡盛の酒造所としては、1976 年にこれら泡盛製造業の 46 事業者が参加して設立した「沖縄県酒造協同組合」があり、統一ブランドを出荷している。また、焼酎の混和酒を製造している事業者が 1 社あり、この事業者も含めると 48 酒造所となる（図表 3）。
- ・ 事業者数が 1990 年代以降、安定して推移してきた背景には、前述のように泡盛の県内出荷が基調として増加傾向を辿り、さらに 2000 年代に入ると県内出荷に加え、県外出荷が急増してきたことがあるとみられる。
- ・ ところで、泡盛の 1 製造場当たりの課税移出量をみると、九州の焼酎乙類の 1 製造場当たり課税移出量を下回っている（図表 5）。
- ・ 2000 年までの 1 製造場当たり課税移出量を比較すると、九州は沖縄の概ね 2 倍前後となっている。

( 図表 3 ) 酒造所一覧 ( 個人 14、法人 33、組合 1 )

地域別組合	社名	住所	代表銘柄
北部酒造組合 (11酒造所)	伊平屋酒造所	伊平屋村字我喜屋2131-40	照島
	(資)伊是名酒造所	伊是名村字伊是名736	常磐
	(名)田嘉里酒造所	大宜味村字田嘉里469	まるた
	(有)今帰仁酒造	今帰仁村字仲宗根500	まるだい
	(有)山川酒造	本部町字並里58	珊瑚礁
	龍泉酒造(資)	名護市字仲尾次222	羽地内海
	(資)津嘉山酒造所	名護市中大1-14-6	華こよみ
	ヘリオス酒造(株)	名護市字許田405	轟
	(資)恩納酒造所	恩納村字恩納2690	萬座
	崎山酒造廠	金武町字伊芸751	松藤
	(有)金武酒造	金武町字金武4823-1	龍
中部酒造組合 (5酒造所)	(有)比嘉酒造	読谷村字長浜1061	残波
	泰石酒造(株)	うるま市字平良川90	はんたばる
	(名)新里酒造	沖縄市字古謝864-1	琉球
	玉那覇酒造工場	北谷町字吉原63	一本松
	(有)神村酒造	うるま市石川嘉手苅570	守禮
北那覇酒造組合 (7酒造所 + 1組合)	米島酒造所	久米島町字大田499	久米島
	(株)久米島の久米仙	久米島町字江城2157	久米島の久米仙
	(株)石川酒造場	西原町字小那覇1438-1	王友
	咲元酒造(資)	那覇市首里鳥堀町1-25	咲元
	瑞泉酒造(株)	那覇市首里崎山町1-35	瑞泉
	瑞穂酒造(株)	那覇市首里末吉町4-5-16	瑞穂
	(有)識名酒造	那覇市首里赤田町2-48	時雨
	沖縄県酒造協同組合	那覇市港町2-8-9	南風
南部酒造組合 (7酒造所)	津波古酒造場	那覇市与儀2-8-53	大平
	宮里酒造所	那覇市字小禄645	春雨
	久米仙酒造(株)	那覇市字仲井真155	久米仙
	忠孝酒造(株)	豊見城市字名嘉地132	忠孝
	神谷酒造所	八重瀬町字世名城510-3	南光
	上原酒造所	糸満市字座波1062	神泉
	(資)比嘉酒造	糸満市西崎町5-8-7	まさひろ
	平良酒造組合 (7酒造所)	渡久山酒造所	宮古島市伊良部字佐和田1500
(株)宮の華		宮古島市伊良部字仲地158-1	宮の華
千代泉酒造		宮古島市平良字狩俣1572	千代泉
池間酒造(有)		宮古島市平良字西原57	ニコニコ太郎
菊之露酒造(株)		宮古島市平良字西里290	菊之露
沖之光酒造(資)		宮古島市平良字下里1174	沖之光
(株)多良川		宮古島市城辺字砂川85	多良川
八重山酒造組合 (10酒造所)		(有)高嶺酒造所	石垣市字川平930-2
	池原酒造所	石垣市字大川175	白百合
	(有)八重泉酒造	石垣市字石垣1834	手造り八重泉
	玉那覇酒造所	石垣市字石垣47	玉の露
	請福酒造(有)	石垣市字新川148-3	請福
	仲間酒造所	石垣市字宮良956	宮之鶴
	(名)崎元酒造所	与那国町字与那国2329	与那国
	国泉泡盛(名)	与那国町字与那国142	どなん
	入波平酒造(株)	与那国町字与那国144	舞富名
	波照間酒造所	竹富町字波照間156	泡波

(資料)「焼酎楽園(金羊社)」、沖縄県酒造組合連合会HP等に基づき作成

( 図表 4 ) 焼酎乙類の製造場の推移

( 場 )

年度	九州	沖縄	九州・沖縄 除く地区	全国
1975	425	54	323	802
1980	411	50	325	786
1985	390	47	424	861
1989	376	46	419	841
1995	360	46	416	822
2000	315	46	400	761

( 資料 ) 「国税庁統計年報」等

( 図表 5 ) 焼酎乙類 1 製造場当たり課税移出量

( kl / 場 )

年度	九州	沖縄	九州・沖縄 除く地区	全国
1975	150.0	136.9	6.3	91.3
1980	232.1	177.1	7.8	135.9
1985	596.4	294.4	32.0	302.0
1989	500.0	260.6	17.2	246.4
1995	746.9	388.6	32.6	365.4
2000	991.4	476.0	54.2	468.9

( 資料 ) 「国税庁統計年報」等

( 2 ) 製成規模別でみた事業者数

- ・ 協同組合を除く 46 事業者を製成規模別にみると、1,000kl 以上の事業者が全体の約 4 分の 1 を占めている。一方、100kl 未満の事業者数は全体の約 3 割弱を占めている。ちなみに、1989 年度の酒税法改正に伴う全国的な租税特別措置 ( 2008 年 3 月末まで ) として、前年度実績が 1,300kl 以下の製造業者には 200kl を上限に 30% が軽減されている ( 2007 年度は 25% の軽減 ) 。この軽減措置は本県でも同条件に該当する事業者に適用されており、こうした事業者は復帰特別措置の軽減率にこの軽減率が上乗せされるため、200kl までは 65% の軽減率となっている。
- ・ 泡盛事業者の中で製成規模 1,000kl 以上の事業者のうち、移出数量ベースで概ね 3,000kl 以上が 3 社あるが、大方は 1,000kl 以上 ~ 3,000kl 未満となっている。

( 3 ) 県外出荷割合でみた事業者数

- ・ 泡盛を県外に出荷している事業者は、2003 年度で 44 事業者ある。
- ・ 県外出荷分は、酒税軽減措置が適用されず酒税率が本則での出荷となり、この県外出荷の割合を高めておけば、軽減措置の廃止の影響を受ける度合いは小さくなる。
- ・ 泡盛業界では、酒税軽減措置期限切れへの対応として、総出荷量に占める県外出荷割合の目標を 5 割以上としている。2004 年で県外出荷割合が 5 割以上の事業者は全体の約 1 割程度とみられる。
- ・ また、海外出荷に取り組んだ酒造所は、2005 年で 18 社となり前年より 5 社増加している。総出荷量に占めるウエートはまだ僅かであるが、今後の市場開拓の大きな一歩といえる。

(4) 売上高、収益状況

- ・ 泡盛業界の売上高と営業利益は、国税庁の「2002 年度泡盛製造業振興対策調査報告書」によると 2001 年度で泡盛売上高が約 174 億円で、営業利益が約 19 億円となっている(図表 6)。また、酒税軽減額は 1999 年度から 2001 年度にかけて、営業利益と概ね同水準で推移している。
- ・ 一方、もろみ酢なども含めた泡盛業界の売上高は、2003 年度で見ると 300 億円弱で、泡盛が全体の約 7 割強を占め、もろみ酢が 2 割弱、その他が 1 割弱となっている。また、酒税額については、復帰特別措置による軽減額が約 20 億円(このほかに全国で適用されている租税特別措置による軽減額が数億円程度ある)であり、酒税額は 50 億円強であった。
- ・ 2004 年度頃までは、泡盛出荷量の増加やもろみ酢の売上増加により収益状況は改善したとみられるが、2005 年度については泡盛の出荷量が減少に転じ、利益率の高いもろみ酢も売上が大幅に減少していることから、収益状況は前年度より厳しくなっているものと推察される。

(図表 6) 泡盛製造業の売上高と営業利益、酒税軽減額の推移

(単位:百万円)

	99年度	2000年度	01年度
泡盛売上高	15,199	16,771	17,359
営業利益	1,538	1,872	1,935
酒税軽減額	1,519	1,681	1,841

(資料) 国税庁「2002年度泡盛製造業振興対策調査報告書」  
酒税軽減額は沖縄国税事務所

(5) 設備投資の状況

- ・ 設備投資については、品質表示の自主基準導入後の古酒戦略へ向けての設備増強や今後の県外拡販戦略の取組みに対応するための貯蔵タンクの増設など、多くの酒造所で設備増強を計画している。業界ヒアリング等によると、2006 年以降も約 1 万 kl の計画があり、これらの設備投資計画を実施すると、製成能力は概ね約 5 万 kl となる見込みである(2005 年の製造量の実績は 2 万 6,306kl で前年比 0.6%増)。
- ・ 県酒造組合連合会では、増産体制の確立や古酒のブランド化に向け、共同貯蔵施設の整備など業界の協業化に取り組む方向性も打ち出している。

(6) 復帰特別措置による酒税の軽減措置について

(ア) 酒税率について

- ・ 泡盛の酒税率は、復帰時において復帰特別措置により県内への出荷分に限って本則の 100 分の 40(軽減率 60%)が適用された(図表 7)。その後、1973~1980 年にかけて段階的に改定され、1980 年 5 月 15 日以降は 1989 年 3 月末まで本則の 100 分の 85(軽減率 15%)が適用された。1989 年には全国の酒税法改正による酒税額の大幅引き上げへの緩和策として、泡盛については本則の 100 分の 65(軽減率 35%)まで引き下げられた。現在までこの軽減率が適用されている。

( 図表 7 ) 復帰後の泡盛の酒税率 ( 県内出荷分 ) の推移

期 間	酒 税 率 (本則に対して)	備 考
1972.5.15 ~ 1973.5.14	40 / 100	県内の製造場から県内出荷分について適用 (泡盛、ビール、ウイスキーとも同率)
1973.5.15 ~ 1974.5.14	50 / 100	
1974.5.15 ~ 1975.5.14	60 / 100	
1975.5.15 ~ 1978.5.14	70 / 100	
1978.5.15 ~ 1979.5.14	75 / 100	
1979.5.15 ~ 1980.5.14	80 / 100	
1980.5.15 ~ 1989.3.31	85 / 100	
1989.4. 1 ~ 2007.5.14	65 / 100	酒税法改正による酒税額の大幅引き上げへの緩和策 (ビール、ウイスキーは本則の 80 / 100)

(注) このほか 1989 年度の酒税法改正に伴う租税特別措置 (2008 年 3 月末まで) として、全国における前年度実績 1,300kl 以下の製造業者には、200kl を上限に 30% が軽減されている (2007 年度は 25% の軽減)。本県の対象業者は、この分の軽減措置も上乘せされる。このため、県内の対象業者の軽減措置は、200kl までは復帰特別措置の軽減分と合わせて 65% となっている。

(イ) 酒税軽減額について

(a) 単位当たりの酒税軽減額

- ・ 焼酎乙類の 2005 年末現在の酒税(本則)は、アルコール分 43 度で 1kl 当たり 42 万 6,732 円である (図表 8)。泡盛は、県内出荷分については酒税が本則の 65% であるため、同 27 万 7,375 円となる。これを 1.8 リットルでみると本則 768.11 円に対して泡盛は 499.27 円となり、軽減額は 268.84 円となる。また、720ml (4 合) では、本則 307.24 円に対して 199.71 円となり、軽減額は 107.53 円となる。また、アルコール分 30 度でみると、1kl 当たり本則で 29 万 7,720 円に対して泡盛は 19 万 3,518 円で、軽減額は 10 万 4,202 円となる。1.8 リットルでは本則 535.89 円に対して泡盛は 348.33 円で、187.56 円の軽減となり、720ml では本則 214.35 円に対して泡盛は 139.33 円で、軽減額は 75.02 円となる (2006 年度税制改正により、2006 年 5 月 1 日以降、焼酎乙類は本則がアルコール分 43 度で 1kl 当たり 43 万円、30 度で同 30 万円に改正)。
- ・ 酒税の軽減措置が廃止された場合、単純に価格転嫁すれば、この軽減額の分値上がりすることになる。

( 図表 8 ) 焼酎乙類の酒税と泡盛の酒税軽減額 ( 県内出荷分に適用 )

アルコール分 43 度		( 単位: 円 )		
		kl	1.8 リットル	720ml
本則 (酒税法)	A	426,732	768.11	307.24
沖特法適用後	A × 65%	277,375	499.27	199.71
軽減額		149,357	268.84	107.53
アルコール分 30 度		( 単位: 円 )		
		kl	1.8 リットル	720ml
本則 (酒税法)	A	297,720	535.89	214.35
沖特法適用後	A × 65%	193,518	348.33	139.33
軽減額		104,202	187.56	75.02

(b) 業界全体の酒税軽減額

- ・ 泡盛業界の酒税軽減額は、本土復帰の 1972 年度から 2004 年度までの累計額で約 198 億円となっており、ビールは約 559 億円となっている。2004 年度についてみると泡盛は約 21 億円となっており、ビールは約 14 億円となっている（図表 9）。
- ・ また、泡盛の酒税軽減額と酒税額をみると、2004 年度において約 21 億円が軽減されており、その結果、酒税額は約 59 億円となっている。（図表 10）。

(図表 9) 県産酒類の復帰特別措置による酒税軽減額

(単位:百万円)

	02年度	03年度	04年度
県産酒類	3,806	4,083	4,082
泡盛	1,888	2,011	2,132
ビール	1,553	1,543	1,364
その他	364	529	585

(注) ウイスキー、発泡酒はその他に含む。

(図表 10) 泡盛の酒税軽減額の推移

(単位:百万円)

年度	1975	2000	2002	2003	2004
酒税額	284	3,639	4,432	5,227	5,891
酒税軽減額		683	1,888	2,011	2,132

(7) もろみ酢の動向

- ・ 1990 年代の黒酢ブームを契機に急成長してきた「もろみ酢」の売上は、県健康産業協議会や沖縄もろみ酢製造協議会（泡盛メーカー 17 社で組織）等によると、2005 年には前年比で 4 割近く落ち込んでいる。
- ・ 売上減少の要因としては、売上がこれまで急増してきた反動減によるほか、参入事業者の増加による商品のダブつきや廉価品による販売単価の低下などが挙げられる。
- ・ こうした市場環境の変化を受け、県健康産業協議会はもろみ酢を販売する協議会会員を中心に、もろみ酢の品質基準の在り方や品質と販売価格との整合性の検討、本土産と差別化した県産ブランド化を進めるために「もろみ酢分科会」を設置した。
- ・ 今後は、本土産品や廉価品との差別化において、もろみ酢の配合率やクエン酸含有率などの品質基準、成分内容や呼称などの表示関連、品質と価格の整合性などを検討し、対価に見合った商品の提供に努める必要がある。
- ・ ただし、一方で泡盛メーカーの中には、もろみ酢の原料である蒸留粕を県外企業等に販売している事業者もあり、県内の関連業界が一体となった取組みには難しい面もある。
- ・ また、もろみ酢のブームについては、一種のバブル的現象であったとみる事業者も多く、もろみ酢の市場規模は、今後、ある一定の水準は維持していくと見込まれるものの、再び市場規模を拡大させていくには、かなりのてこ入れが必要とみられる。
- ・ ところで、もろみ酢は各酒造メーカーにとって本来は廃棄物処理費用を伴う「廃棄物」と

して処理していた蒸留粕等を再活用し、健康飲料として製品化したものである。原価率も低いことから、泡盛業界ではこのもろみ酢によってかなりの収益を確保してきたのが実状である。しかし、もろみ酢の売上が減少すると逆に「蒸留粕等」の膨大な廃棄物の処理に係る新たな費用負担が増加してくる。その処理費用に係る経費への対応も課題といえる。環境問題への意識や取組みが高まる中、業界全体としてこうした課題にも取り組むべき必要がある。

#### 4. 泡盛業界の課題と最近の取組み

##### (1) 課題

泡盛業界の課題を「設備投資」、「製品」、「市場」、「原材料」、「復帰特別措置の廃止」、「もろみ酢」の項目別に、その問題点や影響、課題を整理すると概ね以下のとおりとなる。

項 目	問 題 点	影 響	課 題
設備投資	機械の老朽化	生産コストの増大	設備の更新
	古酒の需要増加 貯蔵タンクの不足 スペースの不足	遠隔地に設置 物流コストの増加	スペースの確保 資金調達 設備・物流コスト抑制
製 品	差別化が困難	価格競争の激化	研究・開発の強化
市 場	県内依存度の高さ	復帰特別措置期限切れ の影響大	県外販路の拡大（広告、 営業力の強化）
原 材 料	原料米の価格が高い	コスト増加	共同仕入れ
復帰特別措置の廃止	酒税増額分の価格転嫁	価格上昇による需要減 本土焼酎の県内参入	コスト削減 県外販路の拡大
もろみ酢	ブームの陰り 県外企業参入(価格競争)	需要減に伴う設備過剰 利益の減少	製品の差別化 広報面でのてこ入れ

##### (2) 最近の取組み

- ・ 泡盛の振興を図るため、業界が取り組んだ最近の主な施策は以下のとおりである。

##### (2004 年度)

- ・ 泡盛の品質表示に関する自主基準を制定し「古酒表示」と「詰口年月日表示」を実施。
- ・ 「琉球泡盛」のラベル等の統一表示を実施。
- ・ 「妊産婦の飲酒注意」をラベル表示。
- ・ 県の補助金を活用して「マスコミ等、雑誌を活用した県外への泡盛のPR」を実施。
- ・ 国の助成金を活用して「仙台、札幌地区で泡盛講演会と試飲商談会」を開催。
- ・ 「各酒造所の製成能力の拡大計画についてのヒアリング調査」を実施。
- ・ 沖縄総合事務局食料課が、原料米の適正流通実態調査を行う。
- ・ 原料米に関するタイ国視察研修を実施。

##### (2005 年度)

- ・ 県の補助金を活用して「泡盛ブランド強化事業による泡盛の情報発信事業」を実施。
- ・ 「観光バスガイドとの交流会」を実施し、泡盛のPRを行う。

- ・ 全国泡盛同好会のネットワーク造りとして年 1 回全国大会を開催し、情報の共有化を図る。
- ・ 県外の泡盛同好会が全国で 22 カ所に拡大、また海外でも香港に設立（海外で第 1 号）。

（2006 年度）

- ・ 「琉球泡盛」を地域団体商標（地域ブランド）として特許庁に出願（4 月）。
- ・ シンガポールでの食品総合見本市「フード・アンド・ホテル アジア 2006」に初参加（4 月）。

## 5. 今後の展望

（1）復帰特別措置の延長要請

- ・ 泡盛業界の目下の課題は、復帰特別措置の延長期限が 2007 年 5 月 14 日に到来することに伴う酒税軽減措置の廃止への対応であり、同業界は地元ビール会社のオリオンビールとともに軽減措置の延長を要請した（2006 年 2 月 14 日）。
- ・ 県においては、当初、泡盛製造 46 業者の経営状況や本土市場を含めた販路拡大の状況、復帰特別措置が廃止された場合の影響の度合い等を調査した結果、廃止後も一定の利益が確保できるとみて、自助努力次第で安定経営は可能であるとの認識から延長を要請することは難しく、企業の自助努力によって廃止後に対応していくべきであると考えていた。
- ・ しかし、業界では、泡盛の出荷が減少に転じたことやもろみ酢の売上が大幅に減少していることなどを含めて足元の収益環境が大きく変化しており、経営環境が不透明なことなどを挙げた。また、経済団体等も県に対して延長要請活動を行った。
- ・ このような意見交換や要請等を踏まえた結果、県は業界の経営基盤の強化や販路拡大などには一定程度の期間が必要といった立場から、延長を視野に入れた方向で業界や政府との調整に動き出し、また、業界に対しては復帰特別措置に頼らない「経営ビジョン」の提示を義務付けた。延長要請に向けての現在の情勢をみると、業界からの単なる延長要請だけでは厳しく、政府を納得させるだけの理論武装を構築した上で延長要請を行う必要に迫られている。

（2）今後の見通し

- ・ 酒税軽減措置の延長要請の結果、何らかの措置が認められるとしても、例えば延長はするものの期限が到来した時点で本則となるように期間内で酒税率を段階的に引上げていく措置か、または特別措置の延長ではなく振興策の観点から補助事業として地域毎に共同貯蔵タンクを設置する措置なども想定され、従来の延長措置が単純に認められるかどうかは微妙である。
- ・ 一方、復帰特別措置が廃止されると、本土の大手焼酎事業者にとっては、沖縄に進出するに際しての参入障壁が低くなる。本県の人口増加や入域観光客の増加が続いていること、価格競争面で不利性が小さくなること、また泡盛は県民が飲み慣れており嗜好性が高い県産品とはいえ販売戦略如何によっては県外品も一定のシェアを確保できると見込まれることなどから、焼酎の消費市場においても県外事業者の県内市場への参入がある程度進むことが予想される。
- ・ 泡盛業界の特徴として、上位数社は今後も自助努力で比較的安定した事業展開が見込まれ

るものの、46 事業者のうち約半数が離島にあること、また年間出荷量 300kl 未満の事業者が大半を占めるなど、業界内での規模別の格差が大きいことなどから、今後は業界全体が共同歩調をとりながらも、個々の事業者がその規模に応じた経営戦略を選択していくことがより重要になってこよう。また、既に動きがみられるように県外資本との提携などを軸に事業展開を図っていくケースも今後は増加していくものと予想される。

- ・ 大規模事業者については、一般に県外出荷のウエートが高く、県外出荷分については酒税率がもともと本則であるため軽減措置の廃止の影響は限定的にとどまるとみられる。今後は本土大手焼酎メーカーに対して県内市場での競争力の強化を図るとともに、県外市場や海外市場への積極的な販路拡大を図っていく必要がある。
- ・ 一方、小規模事業所においては、事業者間の再編も難しいことから、中途半端に再編を行うよりは、家業的経営にとどまるものの「地域限定ブランド」などの展開により生き残りを図っていくことになろう。
- ・ また、中規模事業者については、県外出荷の比率や将来の酒税軽減措置廃止後の価格競争などを勘案すると単独での事業拡大には限界があるとみられる。県内市場で県外大手事業者との競争が激化する中で一定のシェアを維持し、かつ県外市場に打って出るための選択肢のひとつとして、事業者間の再編などにより規模を大きくするとともに、統一ブランドの開発等により県外市場への販路拡大を図っていくことも検討してみる必要があろう。
- ・ 業界全体としては、沖縄の文化と絡ませた泡盛の付加価値の向上や観光産業との連携を強化していくとともに、今後の県外販路の拡大やそのための広報活動の強化、品質面の研究開発等の戦略的展開および製造工程における環境問題への対応等のために、例えば売上高の一部を積み立てて基金を造成することなども検討していく必要がある。

#### (参 考)

##### 泡盛業界の経済効果

- ・ 県経済において、泡盛業界が自業界だけでなく関連産業への経済効果も含めてどの程度の影響度があるか、これについて参考までに沖縄県の産業関連表を用いて試算してみた。
- ・ ここでは、泡盛業界の 2004 年の出荷額が概ね 240 億円程度（2003 年度の出荷額 214 億円に 2004 年の出荷数量の伸び約 13%を乗じて計算）であったと推定し、これらが原材料等の仕入れや従業員、関連業界の雇用者の消費支出を通して波及していく分まで含めて、その経済効果の大きさを試算した。
- ・ ただし、泡盛が製造業者から出荷された後の運輸・商業部門など流通段階への経済波及効果の分は、仮に泡盛がない場合にも県内の酒類の需要自体が減るのではなく、運輸・商業部門は他の代替する酒類（焼酎等）を扱えばよいので、この部分は試算の対象には含めていない。もっとも、原材料の仕入れや雇用者の消費支出などによる運輸・商業部門への経済波及効果は含まれることになる。
- ・ 試算の結果、泡盛の出荷額 240 億円により、県経済全体としては約 350 億円の経済効果（泡盛 240 億円の出荷に伴い発生する泡盛業界も含めた各部門での取引総額）が発生することになる（図表 11）。初発の需要（泡盛への需要 240 億円）は、波及効果を含めて約 1.46 倍の経済効果をもたらすことになる。

- ・ 泡盛業界（約 243 億円）以外では、金融・保険・不動産業（同 19 億円）、食料品・たばこ（同 12 億円）、商業（同 11 億円）、窯業・土石（同 10 億円）などの産業への波及効果が大きいことがわかる。

（図表 11）泡盛業界の経済効果

泡盛出荷額(2004年のメーカー出荷額:推計)約240億円が県経済に及ぼす影響度

要 約 表

(単位:百万円、人)

	生産誘発額	租付加価値	雇用者所得	就業者誘発
	誘発額	誘発額	誘発額	数
直接効果	24,000	14,142	2,622	1,644
一次間接波及効果	8,073	4,164	1,890	710
二次間接波及効果	3,073	1,991	823	197
総合効果	35,146	20,297	5,335	2,551

直接支出額	24,000 百万円
総合効果	35,146 百万円
(波及効果)	1.46 倍

	生産誘発額	租付加価値	雇用者所得	就業者誘発
	百万円	百万円	百万円	人
01 農業	562	287	38	227
02 林業	1	1	0	0
03 漁業	6	3	1	1
04 鉱業	38	18	7	1
05 食料品・たばこ	1,167	386	166	61
06 ビール	17	12	1	0
07 泡盛等	24,298	14,317	2,655	1,664
08 その他飲料	32	17	4	1
09 繊維製品	7	3	2	2
10 木製品・家具	6	3	2	1
11 パルプ・紙・紙加工品	134	59	29	7
12 出版・印刷	159	88	55	12
13 化学製品	19	7	3	1
14 石油・石炭製品	303	70	6	1
15 窯業・土石	1,018	358	205	55
16 鉄鋼製品	33	5	2	1
17 非鉄金属	8	2	1	0
18 金属製品	301	139	72	26
19 一般機械	1	0	0	0
20 電気機械	1	0	0	0
21 輸送機械	5	1	1	0
22 精密機械	0	0	0	0
23 その他の製造業	19	6	4	2
24 建築及び補修	138	67	51	15
25 土木建築	0	0	0	0
26 電力	438	205	53	6
27 都市ガス	11	6	2	0
28 水道等	178	107	54	8
29 商業	1,061	748	531	237
30 金融・保険・不動産	1,949	1,574	224	50
31 鉄道輸送	0	0	0	0
32 陸運	307	221	184	52
33 海運	36	16	10	1
34 航空輸送	40	14	9	0
35 その他運輸関連・倉庫	99	66	41	7
36 通信・放送	380	240	88	22
37 公務	22	13	13	2
38 その他の公共サービス	730	498	428	64
39 調査・情報サービス	30	19	12	4
40 広告	484	73	35	17
41 貸自動車	37	27	4	2
42 その他対事業所サービス	555	353	214	112
43 飲食店	177	81	50	17
44 宿泊所	9	4	2	1
45 洗濯	18	13	6	4
46 その他対個人サービス	201	138	61	37
47 その他	109	31	6	14
合計	35,146	20,297	5,335	2,551

（用語の解説）

1. 「直接効果」は、直接の支出による効果（自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出額を下回る）。
2. 「一次間接波及効果」は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
3. 「二次間接波及効果」は、直接効果及び一次間接波及効果によって生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。
4. 「生産誘発額」は、需要増加により誘発された各部門の生産額（売上高に相当）の合計。「租付加価値」は誘発された生産額に占める租付加価値額であり、「雇用者所得」と「営業余剰」から成る。

（留意点）

1. 「生産誘発額」は当該部門での売上高に相当するが、「商業部門」については商品の販売額ではなく、それから売上原価を除いた商業マージンである。
2. 「運輸部門」の生産額は運輸マージン部分とする。
3. 「金融部門」の生産額は帰属利子（受取利子 - 受取配当 - 支払利子）と受取手数料の合計額。「保険部門」は、帰属保険サービス（受取保険料 + 資産運用益 - 支払保険金 - 準備金純増）を生産しているものとして扱う。

就業者数の増減数の見方について

産業連関表では、生産額(売上高)の増減に比例して就業者数が増減する仕組みになっている。すなわち、生産額が半分になれば、就業者数も半分になり、生産額が2倍になれば、就業者数も2倍になる。

（以上）