

# 第 1 章 清酒製造業の概況

(ポイント)

## 第 1 節 厳しい状況にある清酒製造業界 (2 ページ～)

清酒市場の落ち込みは激しく、製成数量は 30 年間で 2 分の 1 以下となっている。  
成人一人当たりの酒類の消費量の減少に加え、人口が減少することもあり、長期的には酒類全体の消費量は減少傾向にある。

## 第 2 節 消費者調査にみる清酒消費の動向 (6 ページ～)

消費者調査（アンケート調査及びグループインタビュー）を実施。  
清酒に対するイメージとして、「おじさんの酒」との声がある反面、「地元の料理に合う」など良いイメージをもっているとの声もあった。  
清酒が飲まれなくなっている理由としては、「悪酔いしそうだから」がトップであった。今後飲みたい清酒としては、「各地の清酒」がトップであった。

## 第 3 節 清酒製造業者の経営 (11 ページ～)

全体の 6 割が零細企業であり、その零細企業の 7 割が欠損・低収益の状況である。  
また、設備の稼働状況は 50% 以下となっている。

## 第 4 節 変化への対応を求められる清酒製造業 (18 ページ～)

いかに消費者ニーズを把握するかが今後の大きな課題である。  
また、流通の変化を敏感に捉え、スピーディな対応も必要である。