

SAMPLE

特集レポート No. 006

国内酒類メーカーの海外市場進出

Strictly Confidential

 infomart

2017年 6月28日

はじめに

- 酒類業界では、高齢化の進行や飲酒に関する規制強化などの影響から国内市場の縮小が続いており、成長が期待できる海外市場への進出が盛んにおこなわれるようになっている
- 国内のビール大手4社(サントリー、キリン、アサヒ、サッポロ)においても、海外企業を対象とする大型買収や海外拠点設立といった動きが加速し、海外展開への注目が高まりつつある
- 本レポートでは、加速する海外市場進出の動きについて、大手4社の海外展開の概要を整理し、今後の国内酒類メーカーによる海外進出の機会および課題についての示唆を得ることを目的とする

本資料の流れ

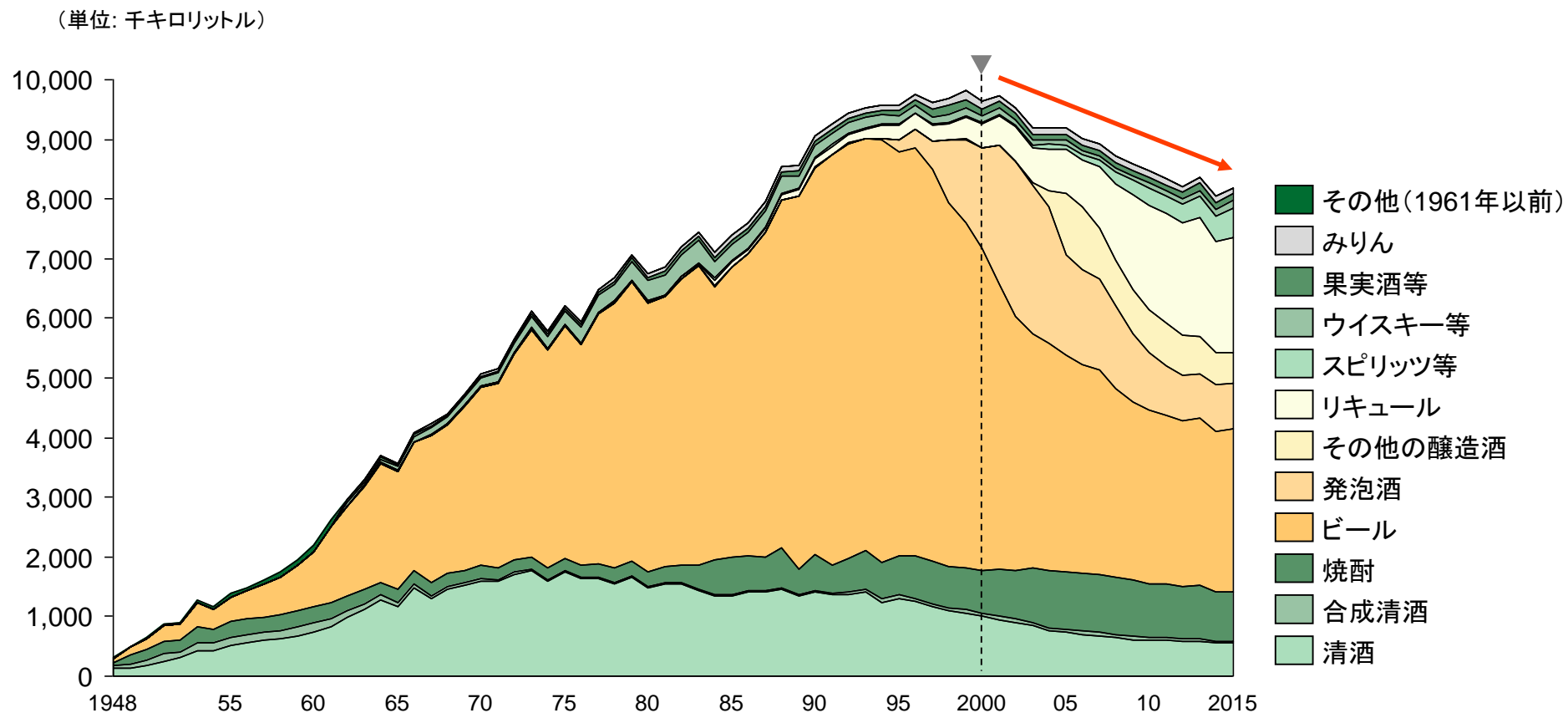


- I. 酒類の業界環境に関する整理
- II. 国内ビール大手による海外市場進出の事例
- III. 事例の整理から得られる示唆

国内酒類市場は縮小が続く

- 酒類の課税対象となる出荷量は、2000年前後をピークとして減少傾向が続いている

酒類の課税移出数量(出荷量)の推移



酒類市場の縮小の背景

- 人口減少と高齢化、飲み会での飲酒量減少により、酒類消費は長期的な減少が予想される
 - ノンアルコール飲料の増加、規制強化、価値観の変化により、ソフトドリンクやノンアルコール飲料による代替が進む

政策・法制度

- 酒税による価格高止まり
 - ビールでは価格の40%程度が酒税負担となるなど、アルコール飲料の割高感につながっている
 - 品目により税率は異なり、改訂により各品目の消費量は変動する
- 飲酒運転・未成年飲酒の規制強化

マクロ経済動向

- 人口減少
 - 人口の成長が鈍化し、酒類の消費者は減少に向かう
- 高齢化
 - 成人の中では高齢化が進み、一人あたりの飲酒量が減少

社会動向

- 飲酒離れ
 - 飲酒を強要しない価値観の浸透
- 飲み会の短時間化
 - 開始時間が遅くなり、二次会の開催が減少
- 接待・宴会の減少
 - 景気の低迷による節約志向
 - 公務員に対する接待への批判

技術動向

- ノンアルコール飲料の増加
 - ビール、リキュール、ワインなど各品目に合わせたノンアルコール飲料の開発が進行
 - 味や品質の向上により、アルコール飲料の代替が進む

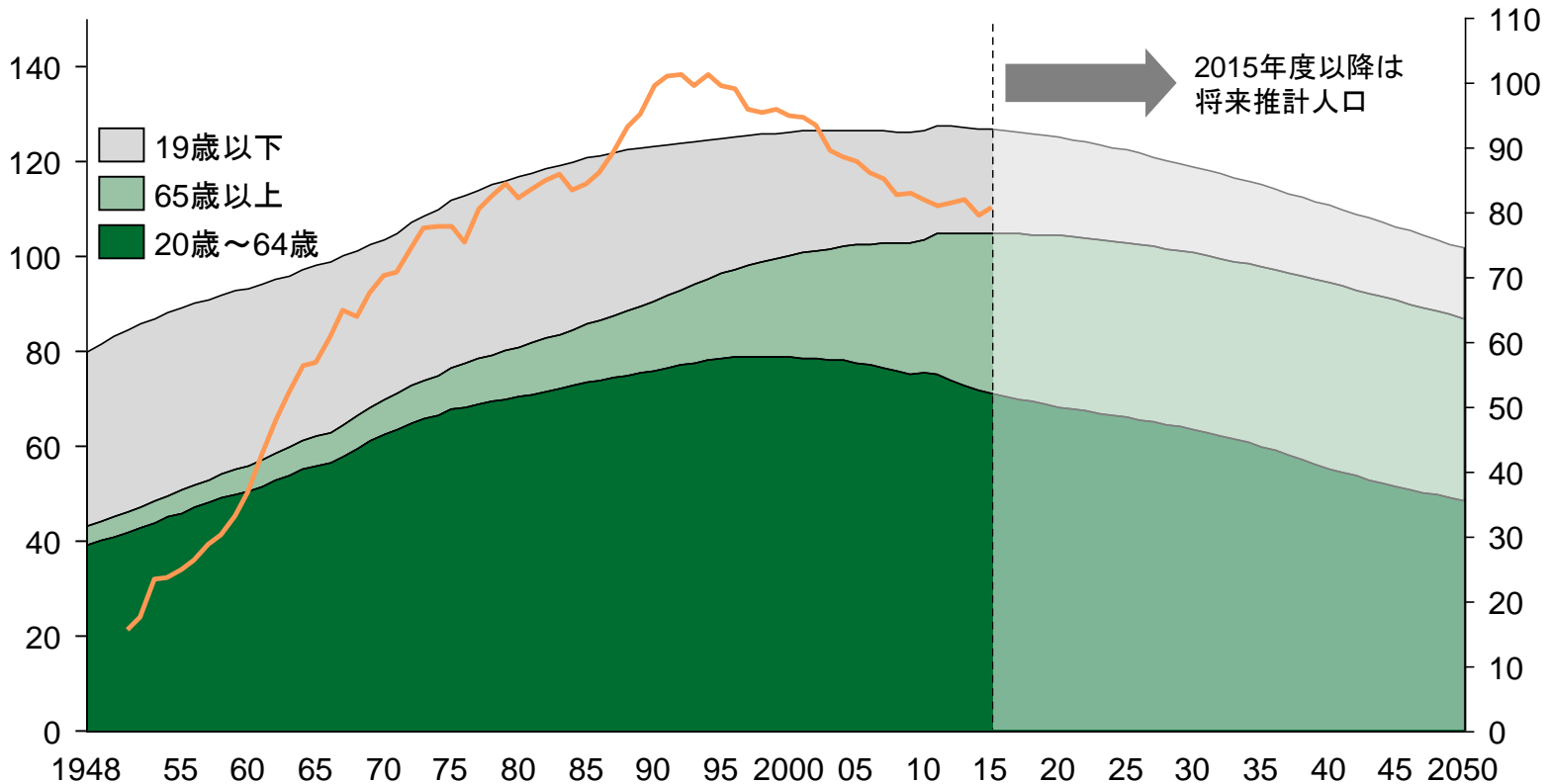
国内では人口減少と高齢化が進み、一人当たりの酒類消費も減少傾向

- 20～64歳では既に人口減が続いており、今後は成人人口全体として減少に向かうと想定されている
- 一人当たり酒類消費量も、1990年代前半をピークとして急速に減少が進んでいる

人口減少・高齢化の進行と一人当たりの酒類消費量推移

人口(単位:千人)

成人一人当たり酒類消費量(リットル/人)



出所: 国税庁「酒のしおり(平成28年3月)」、国立社会保障・人口問題研究所

SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

