

SAMPLE

特集レポート No. 008

酒類通販に関する規制と大手企業の動向

Strictly Confidential



2017年 6月28日

はじめに

- 高齢化や酒離れを背景とした酒類の市場縮小、規制緩和によるスーパーマーケットやコンビニなどの参入増加により、酒類小売業界では長期的に競争が激化している
- 一方で、現在の免許制度下では取り扱える商品が制限されている酒類の通販事業に、大手企業が参入する例が増加している。これは、老舗の酒屋を買収するなどにより、平成元年の免許制度改定以前に取得された特殊な酒類小売業免許を利用したものである
- 本レポートでは、酒類小売業と酒類の通信販売に関する規制と参入企業の動向を整理し、今後の規制に関する動向や酒類小売店の生き残り策について考察する

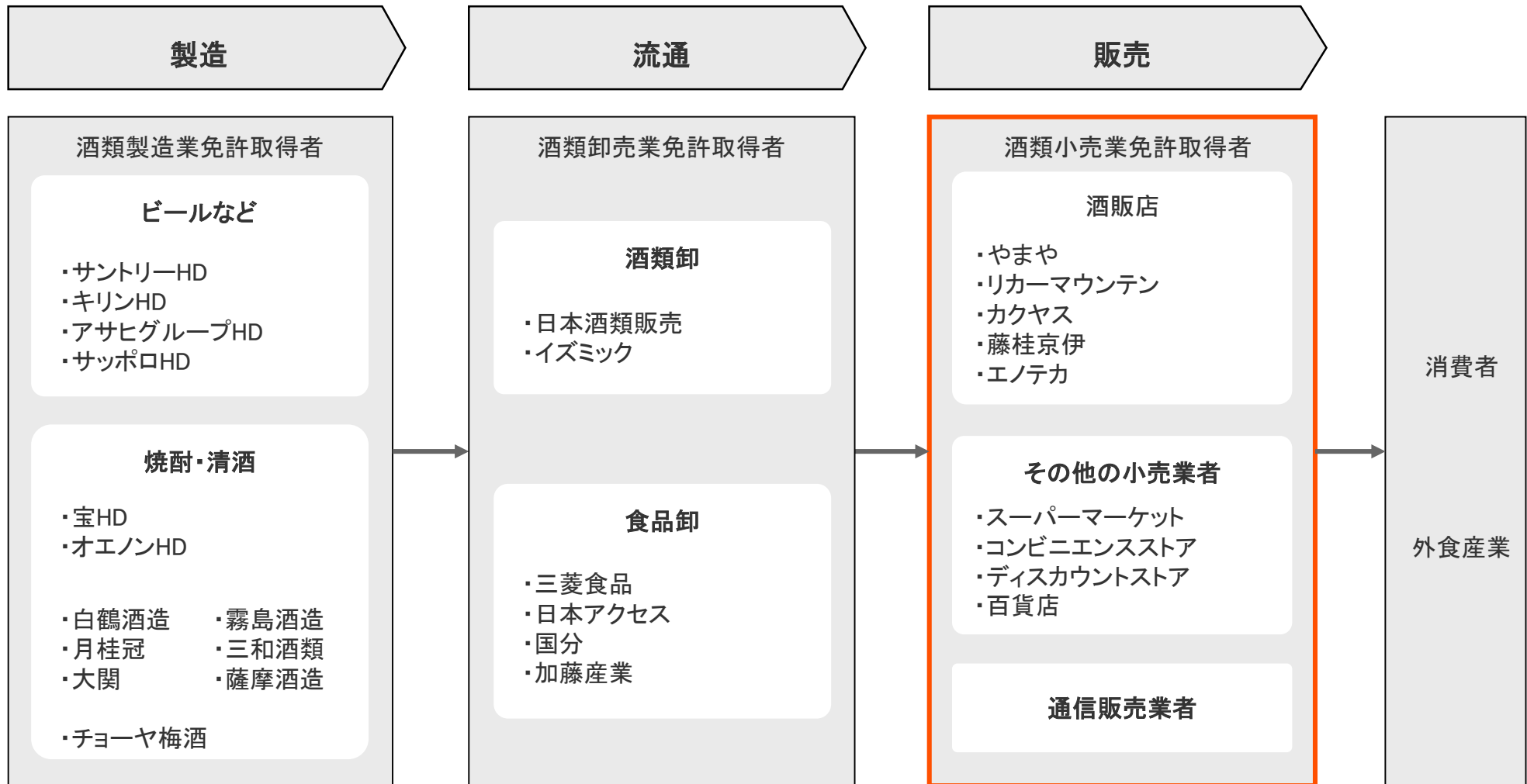
本資料の流れ



- I. 酒類小売業界の現状
- II. 酒類通販規制の現状と大手企業による参入事例
- III. 今後の展望

酒類のバリューチェーン

- 酒類業界では、製造から流通・販売までの各段階で免許の取得が必要
 - 本レポートでは、販売を担う酒類小売業界を中心に扱う



酒類は他の飲食料品とは異なる点が多い

- 酒類は、嗜好品である、アルコールとして致酔性がある、などの特性を持つ
- そのため、業界として消費者動向による市場の変動や政府による介入の影響を受けやすいという特徴がある

酒類の商品特性

嗜好品である	<ul style="list-style-type: none"> ■ 代表的な嗜好品 <ul style="list-style-type: none"> – 必需品としての需要は少ない – 近年は酒類以外の嗜好品も増えつつある
文化・伝統性を有する	<ul style="list-style-type: none"> ■ 食・冠婚葬祭といった文化との関わりが強い <ul style="list-style-type: none"> – 特に日本酒、焼酎などでは伝統性の要素が強い
アルコール飲料である (致酔性、習慣性がある)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 過度の飲酒は健康上も社会上も悪影響が大きい <ul style="list-style-type: none"> – 事故、トラブルの原因になり得る
課税物資である	<ul style="list-style-type: none"> ■ 課税負担率が高く、国の税収入においても一定の割合を占める

酒類市場・酒類業界としての特徴

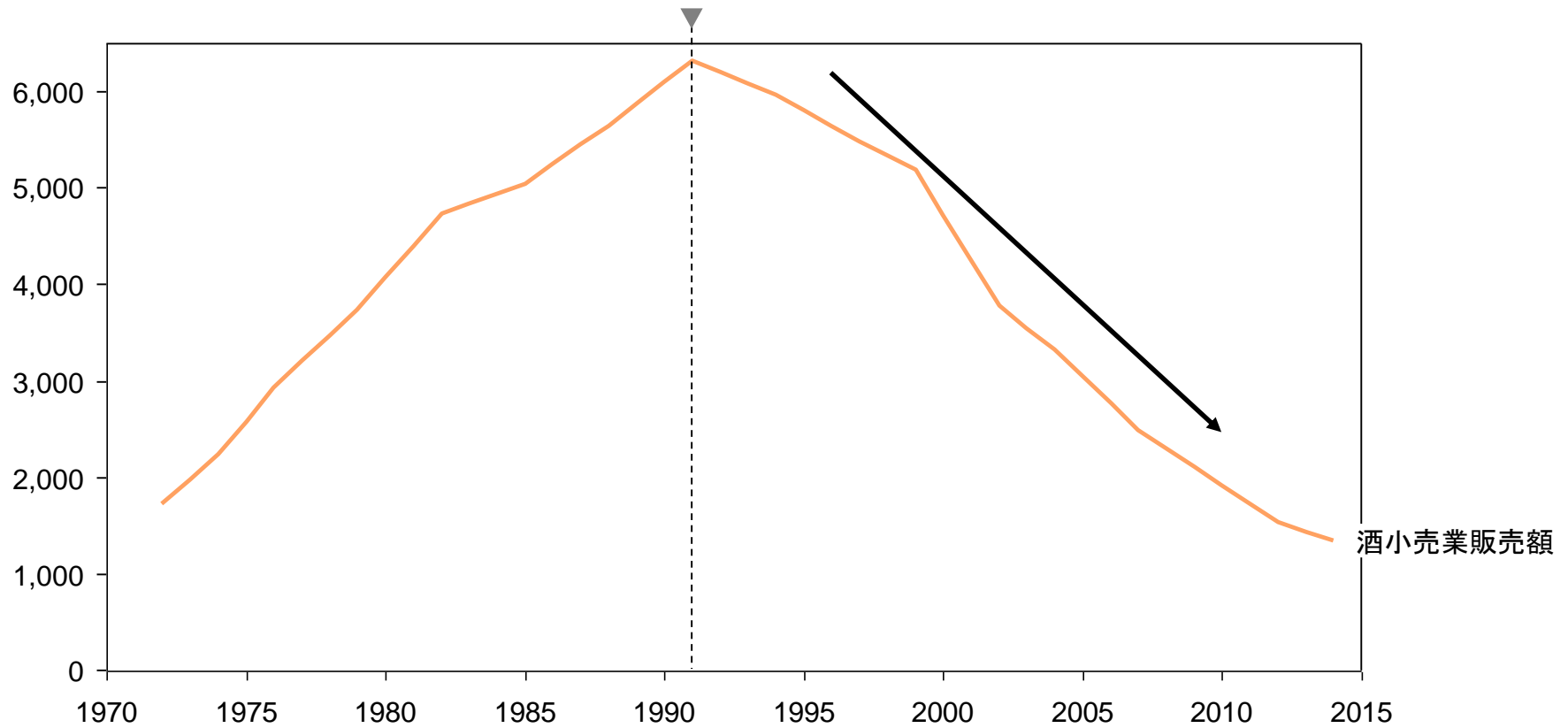
- 消費トレンドによって市場が左右されやすい
- 政府による政策・法制度などの影響を強く受ける
 - 文化・伝統の保護、過度の飲酒による社会混乱の防止、税収の確保といったさまざまな目的から、政府が介入することが多くなりやすい

酒類の小売業者による販売額は急速に減少

- 酒小売業の販売額*1は、1990年代以降、急速に減少している

酒小売業の販売額の推移

(単位: 十億円)



注: *1 酒小売業は、酒屋など各種食料品を中心に小売する事業所のうち、酒の売上が小売総額の半分以上を占める事業者。その販売額には輸入品や酒類以外の商品の販売額も含まれる
出所: 経済産業省「商業統計」

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。

