

日本銀行熊本支店

熊本市中央区山崎町15番地

TEL 096-359-9501 FAX 096-311-1022

URL <https://www3.boj.or.jp/kumamoto/index.html>



熊本県産酒の需要・生産動向と 市場拡大に向けた課題

2025年 8 月 7 日

日本銀行熊本支店

【要 旨】

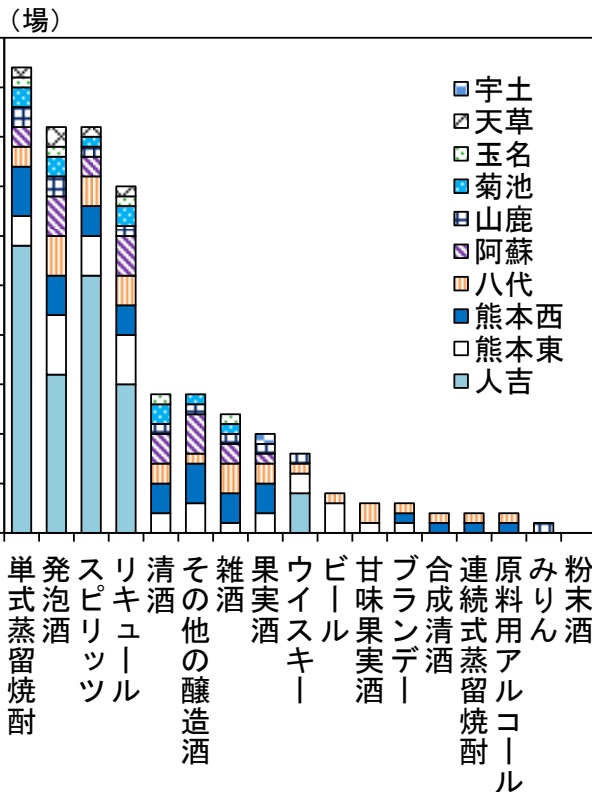
- 熊本県内では、豊かな自然環境を生かして、様々な地域で、様々な種類の酒が生産されており、災害等を乗り越えつつ、熊本の地域経済・食文化を長く支えてきた。
- 足もとの県産酒の需要動向をみると、飲酒人口・1人当たり飲酒量の減少が進むもとで、物価高に伴う節約志向も相俟って、焼酎・清酒などでは、減少傾向の継続を指摘する声が聞かれている。他方、プレミアム志向など、消費者のニーズの変化を上手く捉えて出荷量が増加している先もみられる。
- この間、県内の米焼酎・清酒の酒蔵は、昨今の米不足により、原料である米の確保に苦戦しており、計画通りの生産ができていない先もみられる。仕入価格をみると、主要原材料（米以外を含む）の価格に加え、瓶・段ボールなどの資材、輸送に関するコストも上昇しており、各酒蔵の収益が圧迫されている。
- こうしたコスト上昇を踏まえて、販売価格を引き上げる動きがみられるが、地元向けを中心に、「値上げによる客離れ等が懸念されるため、フル転嫁は難しい」といった声が複数聞かれている。
- 今後、県産酒の市場を拡大していく上では、①県産酒としてのブランド構築、②地元ファンの拡大、③変化するニーズへの対応・新たなマーケットの獲得に取り組むことが望ましいと考えられる。

熊本県における酒類製造業の位置付け

- 熊本県内では、豊かな自然環境（湧き水、米など）を生かして、様々な地域で、様々な種類の酒が生産されており、熊本の「食」のブランドを支えている。創業100年を超える酒蔵も多く存在しており、災害等を乗り越えつつ、熊本の経済・文化に深く根ざした存在として事業を継続してきた。
- 地域によっては、酒の製造は、基幹産業の一つとなっており、例えば、人吉市における製造品出荷額等をみると、蒸留酒製造を含む「飲料・たばこ・飼料製造業」が約半分を占めている。

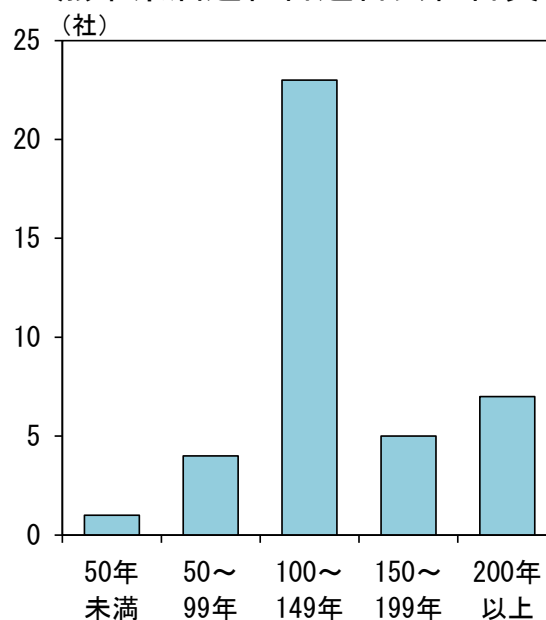
▽酒類の製造免許場数

＜熊本県内税務署別、2023年度＞



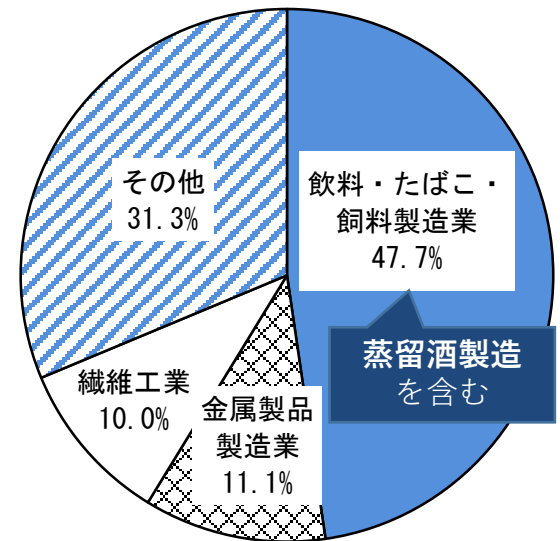
▽創業年数

＜熊本県酒造組合連合会組合員＞



▽製造品出荷額等の業種別構成比

＜人吉市、2022年＞



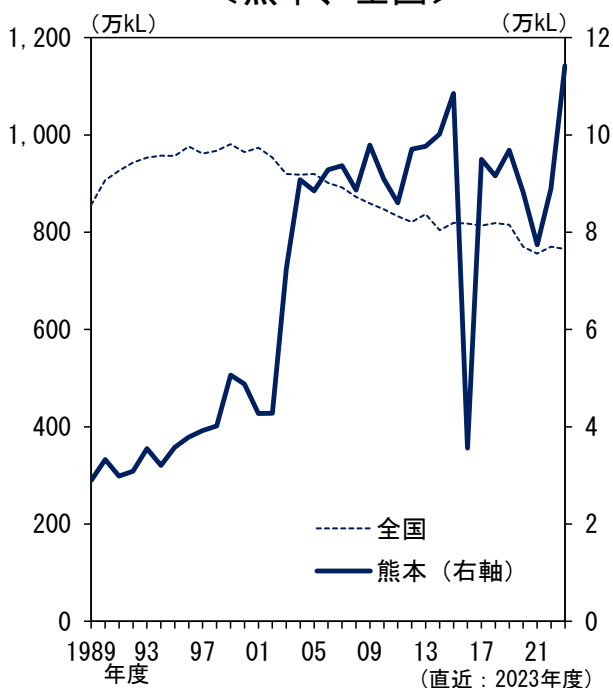
(注) 中央図は、2024年4月1日時点の組合員名簿に基づくもの。

(出所) 熊本国税局、熊本県酒造組合連合会、経済産業省「経済構造実態調査（製造業事業所調査）」

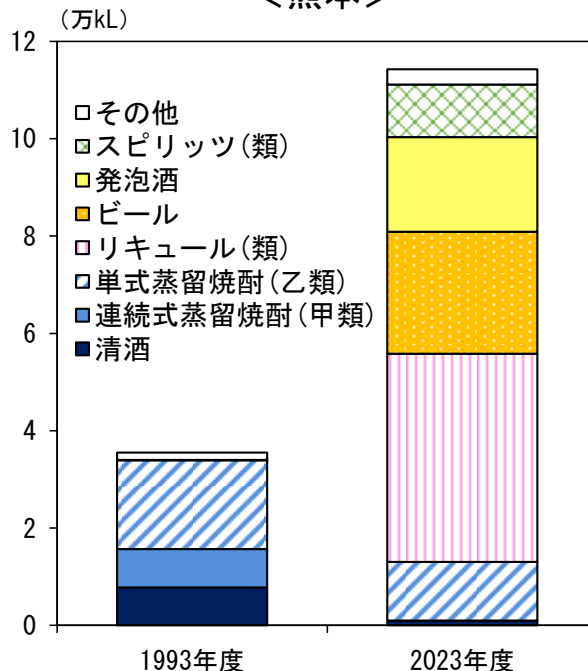
平成以降の熊本県産酒の出荷数量

- 熊本県の酒類の課税移出数量（2023年度）は、11.4万kLと全国シェア約1.5%。平成以降の推移をみると、本格焼酎の市場が拡大するもとで緩やかな増加を辿った後、2000年代前半には、大型工場の新設等に伴い水準が大きく切り上がった。その後、熊本地震やコロナ禍による落ち込みを経験しつつも、2023年度には過去最高を更新。
- 酒の分類別に30年間の変化をみると、ビール・発泡酒・リキュール（第3のビールを含む）・スピリッツ等の出荷量が大幅に増加。他方で、焼酎・清酒は減少しており、直近10年間をみても、減少トレンドが続いている。

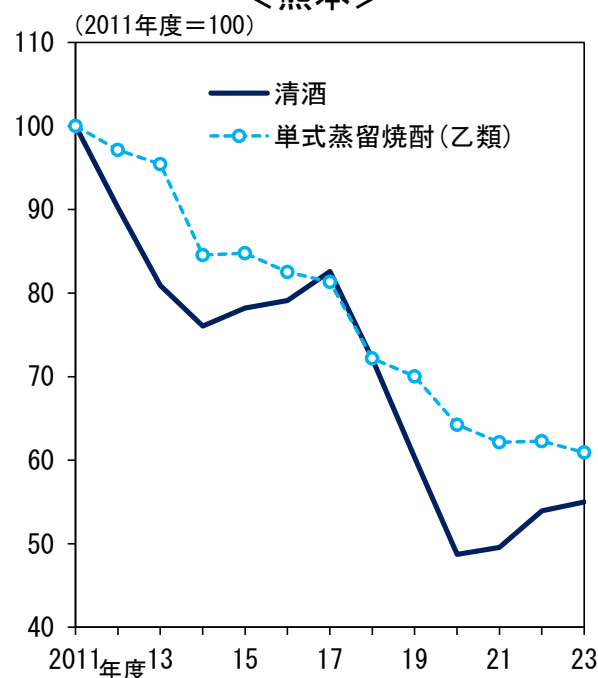
▽酒類の課税移出数量
＜熊本、全国＞



▽酒の分類別にみた課税移出数量
＜熊本＞



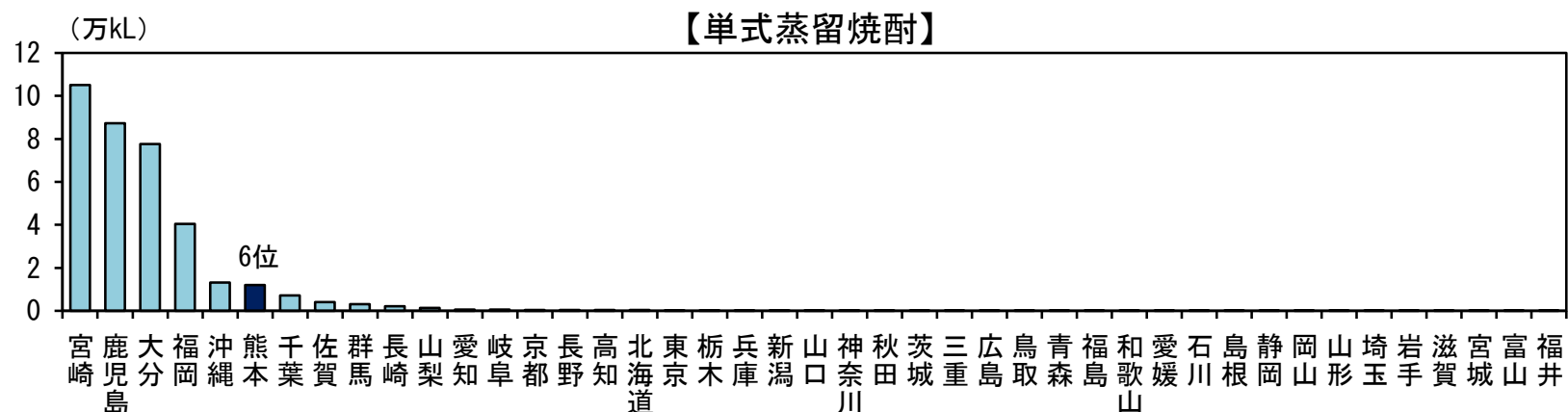
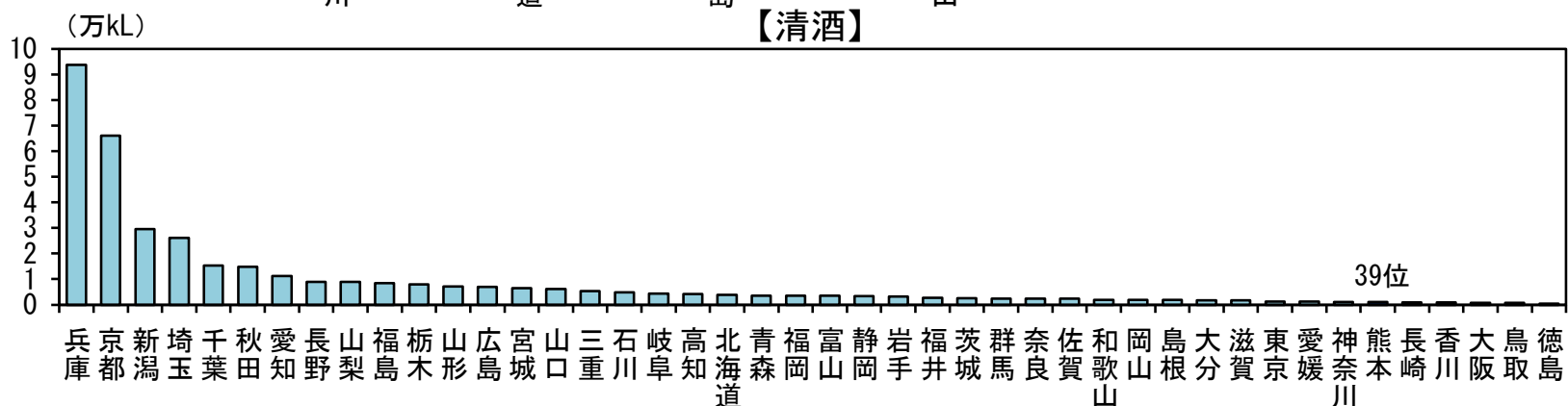
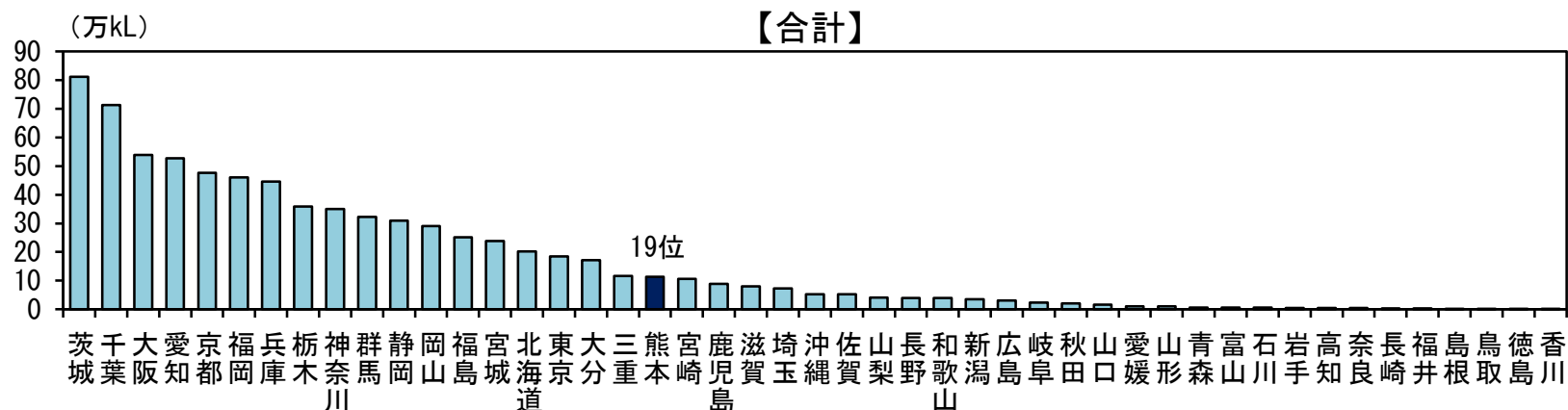
▽焼酎・清酒の課税移出数量
＜熊本＞



（注）中央図の1993年度の「発泡酒」は「その他」に含む。2023年度の「連続式蒸留焼酎（甲類）」は「その他」に含む。

（出所）国税庁

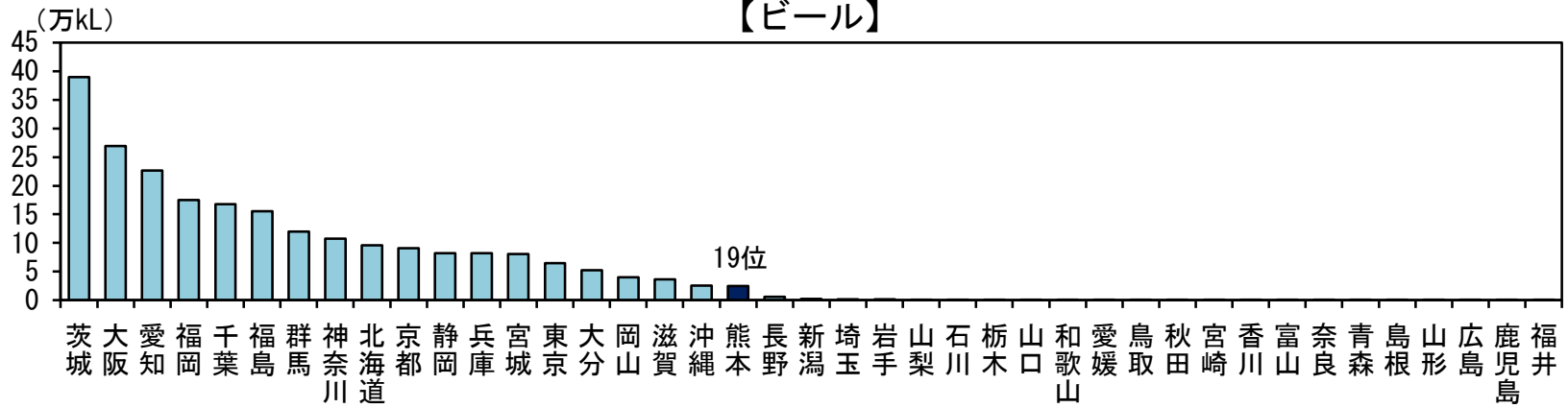
(参考1) 酒類の課税移出数量の全国ランキング (2023年度)



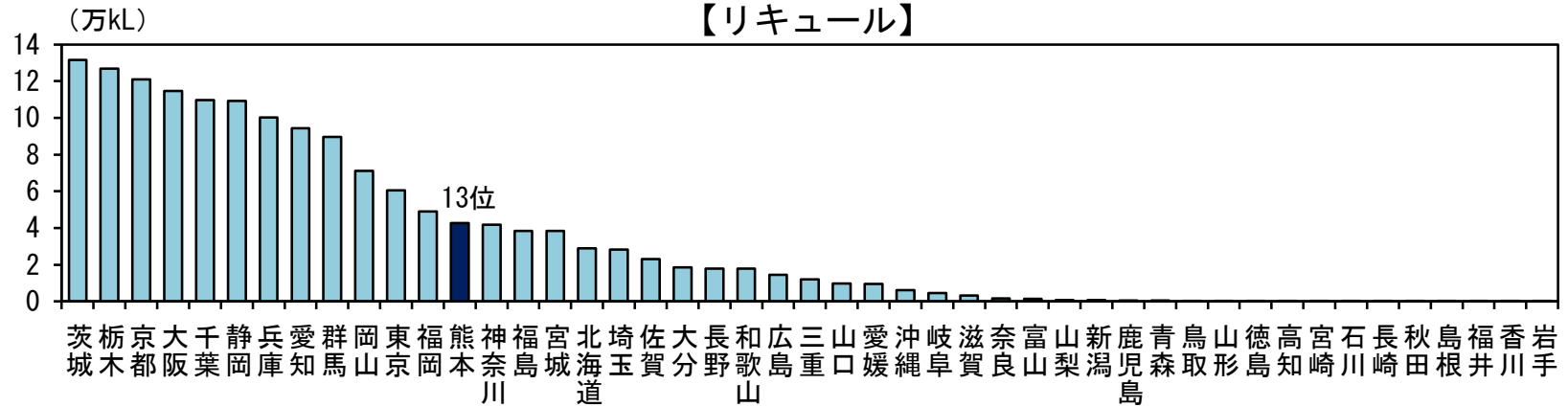
(注) 該当計数なしまたは計数秘匿の都道府県は除外。

(出所) 国税庁

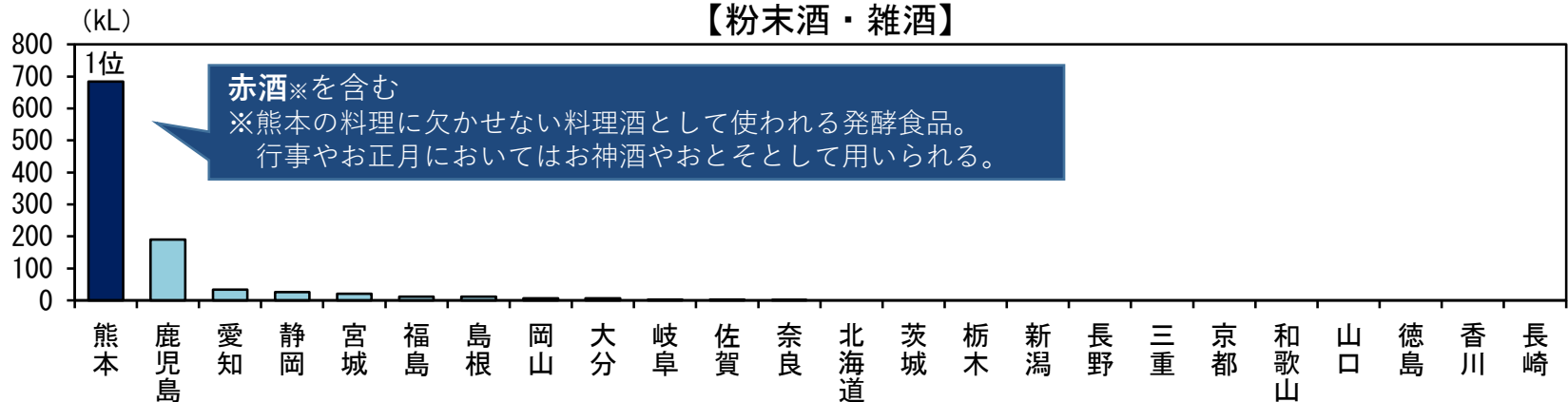
【ビール】



【リキュール】



【粉末酒・雑酒】

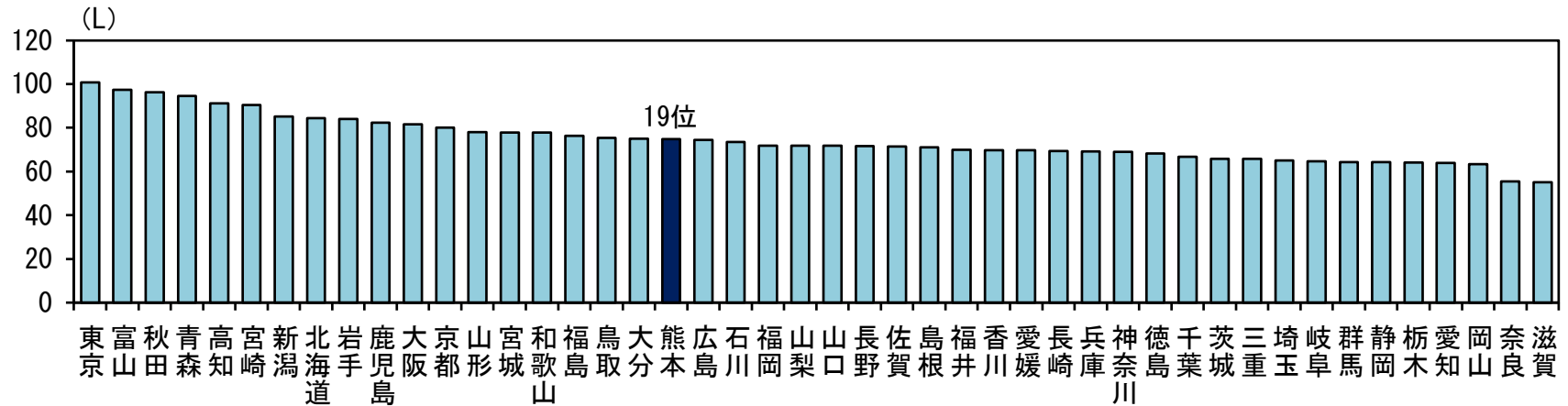


(注) 該当計数なしまたは計数秘匿の都道府県は除外。

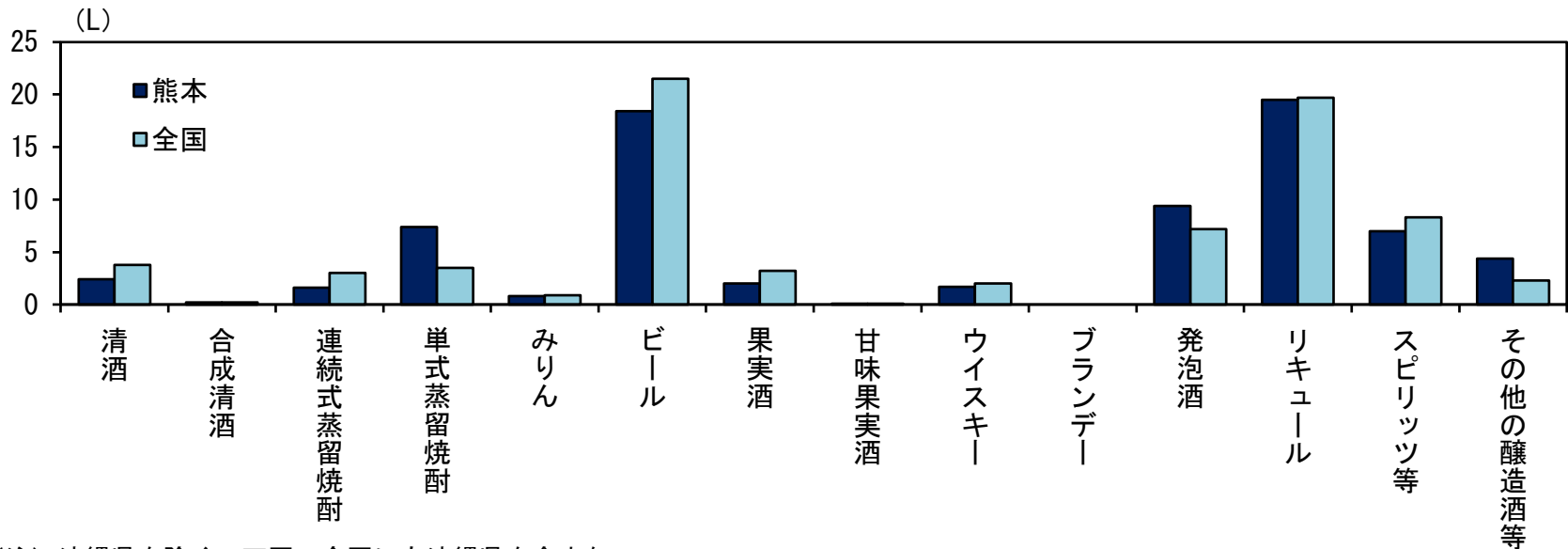
(出所) 国税庁

(参考 2) 消費地としての熊本県の特徴 (2023年度)

▽成人 1 人当たりの酒類消費数量の全国ランキング



▽酒の分類別にみた成人 1 人当たりの酒類消費数量＜熊本、全国＞



(注) 沖縄県を除く。下図の全国にも沖縄県を含まない。

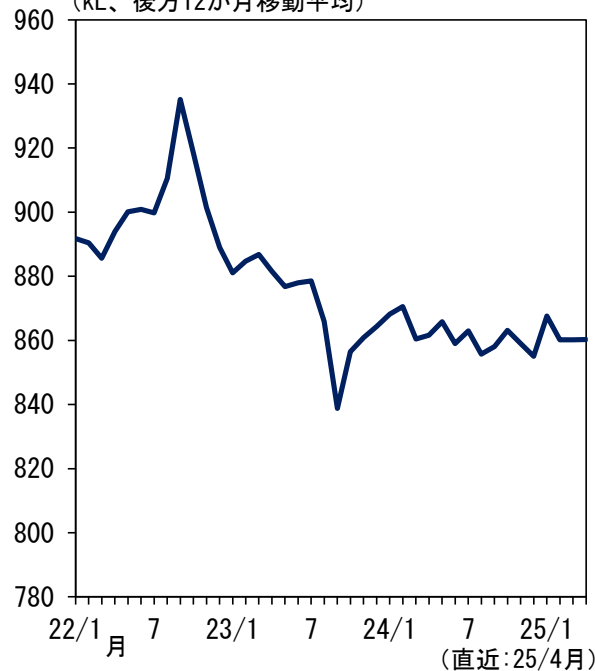
(出所) 国税庁「酒のしおり」

足もとの熊本県産酒の需要動向

- 足もとの県産酒の需要動向をみると、飲酒人口・1人当たり飲酒量の減少が進むもとで、物価高に伴う節約志向も相俟って、焼酎・清酒などでは、減少傾向の継続を指摘する声が聞かれている。
- 他方、消費者のニーズの変化（コロナ禍以降の「家飲み」需要の定着、プレミアム志向の高まり、台湾など海外からの観光客・移住者の増加など）を捉えることに成功し、出荷量が増加している酒蔵・商品もみられる。

▽球磨焼酎の出荷量

(KL、後方12か月移動平均)



(出所) 球磨焼酎酒造組合

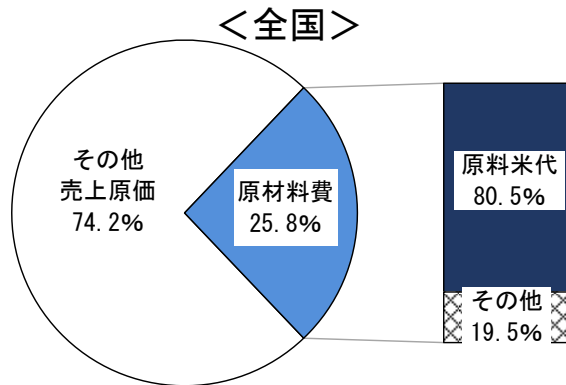
▽ヒアリング情報

焼酎	足もとの球磨焼酎の生産・出荷量をみると、健康志向の高まり等に伴う <u>飲酒人口の減少（ノンアルコールへの移行を含む）</u> や、 <u>アルコール嗜好の多様化</u> などを背景に、減少傾向にある。
清酒	県内飲食店向けの出荷数量は、 <u>健康志向の高まりによる飲酒人口・1人あたりの飲酒量の減少</u> や、 <u>物価高の影響</u> により、減少している。
焼酎	2次会文化の衰退やタクシー不足などを背景に、 <u>2次会需要が回復しておらず、バーやスナック向けの販売が特に弱い</u> 。
ビール	コロナ禍を経て、「 <u>家飲み</u> 」 <u>需要を取り込むことに成功</u> 。補助金等も活用しながら、生産キャパシティを拡大し、出荷量は増加している。
果実酒	消費者の購買行動をみると、物価高の影響は然程みられず、 <u>贈答用や自分用のプチ贅沢などの購入の動きが堅調</u> に推移。 <u>高価格帯の商品に動意</u> もみられる。
卸売	当社が特約店となっている <u>清酒の一部銘柄が</u> 、転売が相次ぐほど、 <u>全国的に人気が高まっており、オンライン販売での売上が増加</u> している。
小売	<u>県内在住の台湾人が比較的高価格のワインやリキュールを購入</u> するケースがみられ始めている。
清酒	安価なレギュラー商品が低調な一方、高価格帯の商品の売れ行きは、 <u>インバウンド客のお土産需要を取り込むことができ</u> ており、 <u>好調</u> 。

米不足の影響・仕入価格の動向

- 熊本県内の米焼酎・清酒の酒蔵は、昨今の米不足により、原料である米の確保に苦戦しており、計画通りの生産ができていない先もみられる。現状、卸売業者から、入荷量減少を指摘する声は聞かれていないが、今後の酒米・加工用米の流通状況次第では、影響が長期化・深刻化する可能性がある。
- この間、仕入価格をみると、主要原材料（米以外を含む）の価格に加え、瓶・段ボールなどの資材、輸送に関するコストも上昇しており、各酒蔵の収益が圧迫されている。

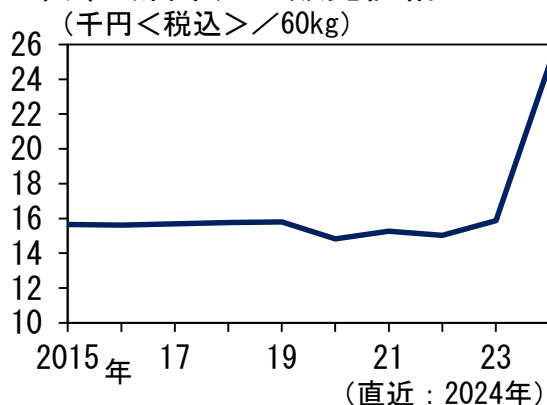
▽清酒メーカーの売上原価構成比



▽ヒアリング情報

焼酎	原料である <u>米の確保に苦戦</u> しており、当社では <u>例年の半分程度しか焼酎を製造できていない</u> 。現在、 <u>在庫を切り崩して、どうにか出荷をやり繰り</u> している状況。
卸売	米不足に伴う清酒や焼酎の <u>入荷量減少の動きはみられていない</u> 。
清酒	<u>酒米の仕入価格は、2024年度に前年比＋2割上昇したほか、2025年度も同＋5割上昇</u> する見通し。足もと、酒米の生産者が主食用米の生産に移行する動きがみられており、 <u>今後も酒米の価格は高止まりが続く</u> 可能性が高い。利益が圧迫されているため、 <u>設備投資計画を一部先送り</u> している。
焼酎	国産の <u>加工用米の仕入価格が以前の3倍程度まで上昇</u> しているが、仕入れる米の品質を落とすことはできない。加えて、 <u>瓶や段ボールなどの資材価格や輸送費もこの2年で＋1割増</u> となっており、コストが膨らんでいく一方である。こうした状況では、 <u>「商売にならない」というのが本音</u> である。現在、 <u>資材の調達先や輸送手段の見直し</u> など、コスト削減に向けた取り組みを検討中。
果実酒	原料である <u>ブドウ</u> は、農家の高齢化や後継者不足により <u>契約農家が減少していることを背景に、供給が不足</u> しており、価格が高騰。資材価格や輸送費も軒並み上昇している。こうしたコスト上昇分を吸収するため、 <u>利益率の高い直販を強化</u> している。

▽華錦（酒米）の販売価格



(注) 左下図は、JA熊本経済連から熊本県酒造協同組合へ販売した華錦（1等米～3等米）の取引価格。

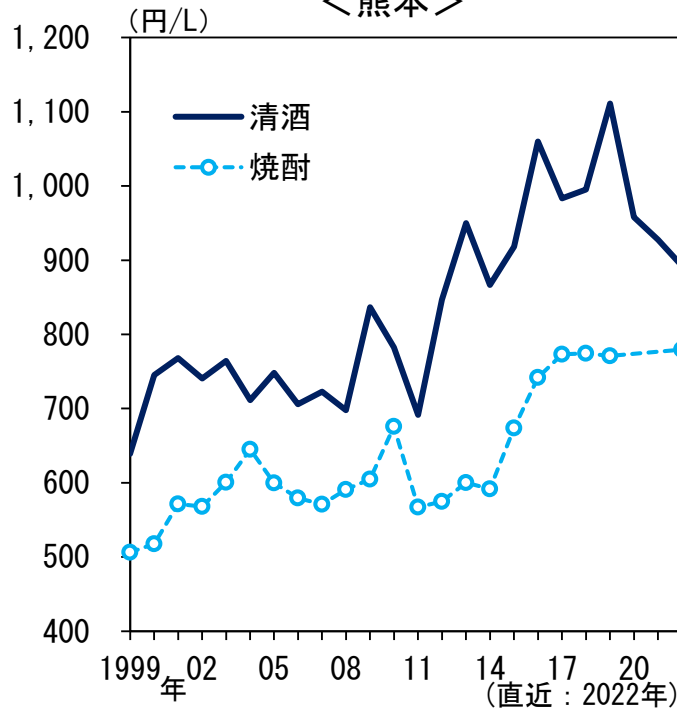
(出所) 国税庁「酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和6年アンケート）」、JA熊本経済連

販売価格の設定スタンス

- 熊本県内で生産された焼酎・清酒の出荷単価をみると、2010年代以降、上昇基調にある。既往のコスト上昇を受けた値上げが順次実施されたほか、全体の出荷量が伸び悩む中であっても、高付加価値商品のウェイトが高まってきた可能性。
- 足もとでも、コスト上昇を踏まえて、販売価格を引き上げる動きがみられるが、地元向けを中心に、「値上げによる客離れ等が懸念されるため、フル転嫁は難しい」といった声が複数聞かれている。

▽出荷単価

<熊本>



▽ヒアリング情報

清酒	米価格や人件費の高騰を受けて、値上げを予定しているが、大幅な値上げを行うと、 <u>小売店の陳列棚から外されたり、客離れを招く恐れ</u> もあるため、 <u>コスト上昇分のフル転嫁は難しい</u> 。
焼酎	2023年に包装資材や燃料の価格が上昇した際には、芋・麦焼酎を含めて、殆どの酒蔵で値上げが行われた。足もとでは、米価格が高騰しているが、それを理由に、米焼酎だけが値上がりしてしまうと、 <u>芋・麦焼酎へシフトする懸念</u> もある。
ビール	販売価格をこれ以上引き上げると、 <u>他の酒類への需要シフトを招いてしまう</u> と考えているため、足もとのコスト上昇分の <u>価格転嫁はごく一部</u> にとどめている。
飲食	球磨焼酎の販売価格をみると、蔵によっては8年前と比較して倍近くの値段になっている銘柄もあるが、 <u>域内消費が多い銘柄ほど、価格転嫁は難しい</u> ようだ。
焼酎	<u>米国による関税政策</u> を受けて、焼酎の値上がりによる需要減少を懸念し、 <u>製品の輸出時にかかる関税コストを自社で吸収</u> することとした。その分、貨物船の手配などの事務を内製化することで、コスト削減を図っている。

(注) 出荷金額÷出荷数量により当店が算出。2020年以前は、従業員4人以上の事業所、2021年以降は全事業所。焼酎の2020～2021年は、異常値のため未反映。

(出所) 経済産業省「工業統計調査」、「経済構造実態調査(製造業事業所調査)」、総務省「経済センサス-活動調査」

今後の課題①県産酒としてのブランド構築

- 当地では、豊かな自然環境を生かして、様々な地域で、様々な種類の酒が生産されているのが特徴。いわば、「**熊本酒**」であること自体に付加価値がある。もっとも、アンケート調査の結果をみる限り、国内における熊本に対する酒のイメージは、他の酒処と比べると見劣りしており、まだ伸びしろがあるといえる。
- 今後、県産酒の認知度を高め、愛好家を増やしていくためには、酒蔵や酒類毎にバラバラの広報・販売戦略を取るのではなく、災害の経験も含めたストーリーとともに、「**熊本**」県産酒としての統一ブランドを押し出すことも一案。その際、酒蔵による取り組みだけでなく、食や観光の関連産業と連携して、行政等のサポートのもとで「**熊本**」ブランド全体を高めるような方向性が望ましいと思われる。

▽食のイメージがある都道府県 ▽ヒアリング情報

＜アルコール飲料、2024年＞

1	北海道	6.5%
2	沖縄県	5.6%
3	新潟県	4.1%
4	鹿児島県	2.7%
5	京都府	2.3%
7	福岡県	1.8%
13	熊本県	1.2%
14	宮崎県	1.1%
22	大分県	0.7%
23	長崎県	0.6%
41	佐賀県	0.2%

卸売

地元の酒蔵だけでは、大々的な広告宣伝を展開するのは難しく、その結果として、県産酒ブランド全体の周知も他地域に後れを取っている。今後、県産酒の認知度を高めるためには、業界団体や行政が協力しつつ、オール熊本で、PR活動を展開することが重要である。

小売

過去に清酒メーカーが統一ブランドの銘柄を販売したこともあったが、小売店・飲食店・宿泊施設に対する分かりやすい情報発信が不足していたためか、あまり普及しなかった。今後、県産酒のブランド統一化を図るのであれば、こうした教訓を生かすべきだろう。

果実酒

当社を含む複数の酒蔵を観光資源として活用しているが、周辺地域は公共交通機関が発達していないため、観光客は車で来訪せざるを得ず、運転手は試飲を楽しめない点がネックとなっている。酒蔵だけでは解決できない問題であるため、地元自治体や観光業界などとの連携が必要と考えている。

卸売

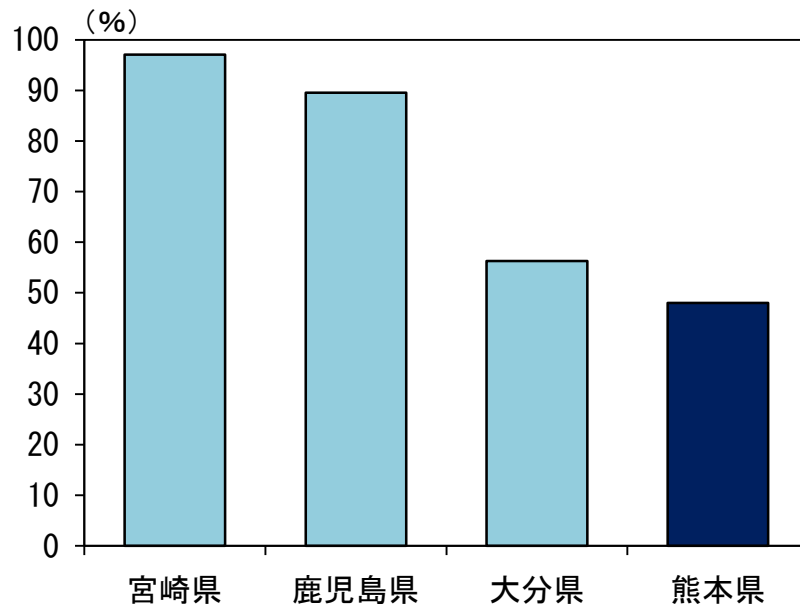
県産酒を売り出していく上では、観光客等が購入しやすいように、県内の銘柄が一堂に揃う小売店の売場や飲食店があることが望ましいのだが、酒蔵によっては、転売防止等の観点から、敢えて販路を限定している先もあるため、なかなか実現が難しい。

今後の課題②地元ファンの拡大

- 県産酒のブランド力を高める上では、まずは熊本県民自身が地元の酒の魅力を知ることが重要。この点、例えば、県内の焼酎の消費に占める県産酒のシェアは、九州他県と比べると、まだ引き上げる余地がある。
- 県内で県産酒に愛着を持つ人が増えれば、SNSや口コミを通じた県外・国外への県産酒の宣伝効果も期待できる。また、地元での消費拡大は、全国的な流行に左右されにくい、安定的な需要の獲得にも寄与する。
- こうしたもとで、最近では、熊本県民に、地元のお酒の魅力を知り、愛着を持ってもらうための様々な取り組みが行われている。

▽県内の焼酎（乙類）消費に占める県産酒の割合

<24/12月>



▽取り組み事例

県産酒を知るきっかけ作り

- ✓ 熊本県が「くまもと県産酒で乾杯条例」を制定。
- ✓ 県産酒を手頃な価格で試し飲みできる自動販売機を設置。

県産酒に関する知識の普及・PR効果

- ✓ 「球磨焼酎案内人」養成講座を定期的実施。
- ✓ 「県産酒検定」の創設。

県民と生産者による交流の場の拡大

- ✓ JR熊本駅前で各酒蔵がブースを出店するイベントを開催。
- ✓ 複数の酒蔵を巡る観光ツアーを実施。
- ✓ 地元スポーツチームのサポーター交流会で県産酒を紹介。

(ヒアリング情報)

生産者による商品のこだわりや、完成に至るまでのストーリーを紹介することで、参加者を酒蔵のファンにすることに一役買っていると感じる（卸売）。

（注）左図は、全国のスーパーマーケット・ドラッグストアにおける販売実績に基づくデータ。

（出所）「RESAS（地域経済分析システム）— 生産・消費地分析」、株式会社True Data

今後の課題③変化するニーズへの対応・新たなマーケットの獲得

- 国内市場が縮小し、若年層を中心に、酒に対する嗜好も変わる中、同じものを作り続けてもジリ貧になってしまう。最近では、地域の特性を生かして、リキュールやクラフトビール、ジン、ウイスキーなど、新たな分野の酒の製造に取り組む動きもみられる。
- こうした新商品の開発等を通じて、消費者のプレミアム志向を捉えることができれば、販売価格の引き上げに繋げることもできると考えられる。
- 現状、出荷額全体に占める輸出の割合は僅少であるとみられるが、海外は、新たなマーケットとして魅力的。酒蔵からは、酒文化の違いなどによる普及活動の難しさや、人員・生産キャパシティ面での限界を指摘する声も聞かれるが、輸出に意欲を示す先については、関係団体・行政によるサポートのもとで、取り組みの強化が望まれる。

▽ヒアリング情報

焼酎	近年の <u>低アルコール志向を踏まえて、アルコール度数を下げた商品の開発</u> を行っている。また、各メーカーは、焼酎だけでなく、 <u>地元産の果実を使ったリキュールやウイスキー製造の免許なども取得し、事業の多角化を図っている</u> 。
清酒	<u>和食の人気</u> が高まる中、2024年に「 <u>伝統的酒造り</u> 」が <u>ユネスコ無形文化遺産に登録</u> されたことも追い風となり、アジア圏を中心に <u>輸出が拡大</u> している。
焼酎	国内需要が年々縮小傾向にある中、輸出も伸ばしていきたいが、現状、海外売上高は僅少。定期的に北米や欧州へ出張し、営業活動も行っているが、 <u>焼酎に馴染みがない中、酒文化の違いのためか（蒸留酒を水などで割ったり、食中酒にする文化が無い）、なかなか受け入れられていない</u> 。
飲食	輸出にやる気があり、十分な出荷量を有する焼酎酒蔵の支援は必要だと思うが、その場合も、酒文化の違いというハードルがあるため、例えば、 <u>高アルコール度数の食後酒に特化すると良いのではないか</u> 。
支援機関	焼酎・日本酒に興味を示す海外のバイヤーは、富裕層・高級店向けの商品を扱っている先が多く、歴史的・文化的価値を含めた付加価値の高さを重視するケースが多い。 <u>ただ味が良いだけでは売れず、独自のブランドストーリーの説明が求められる</u> 。
卸売	家族経営かつ地域密着型の酒蔵の場合、 <u>人員や設備の制約から、輸出向けに大量生産することは容易でない</u> という構造的な課題もある。

おわりに

- 全国に誇る名水と豊かな大地、そして人々の技と心意気によって造られる熊本県産酒は、これまで当地の食文化や暮らしに彩りを添えるとともに、経済を支える役割も果たしてきた。
- もっとも、近年は、県内で災害が相次ぐ中、国内市場の縮小、原材料不足・価格高騰、人手不足など、当地の酒蔵は、様々な課題に直面している。
- こうした課題を乗り越え、県産酒の市場を拡大していくためには、酒蔵だけでなく、流通業者、関係団体、行政、そして県民それぞれが、「県産酒全体を盛り上げる」という共通の目標のもとで取り組みを強化するとともに、その活動を一過性のものにせず、継続していくことが重要である。

※飲酒は20歳になってから。

※飲酒運転は絶対にやめましょう。

※本レポートは、県産酒の消費を強制するものではありません。飲酒に関する個人の嗜好や意思を尊重しましょう。

以 上