

調査計画

1 調査の名称

産業連関構造調査「酒類製造業投入調査」

2 調査の目的

酒類製造業を営む企業がその事業活動を行うために要した費用の内訳等の実態を把握し、産業連関表の作成における投入額推計等の基礎資料を得ることを目的とする。

3 調査対象の範囲

(1) 地域的範囲：全国

(2) 属性的範囲：酒類製造業を営んだ製造業者のうち、下記調査製品を生産した企業

①清酒

②ビール等

③ウイスキー類

④焼酎

⑤果実酒

⑥新ジャンル商品

4 報告を求める者

(1) 数：40社（母集団数：約3,300企業）

①清酒：14企業

②ビール等：4企業

③ウイスキー類：3企業

④焼酎：10企業

うち連続式蒸留焼酎：3企業

うち単式蒸留焼酎：7企業

⑤果実酒：5企業

⑥新ジャンル商品：4企業

(2) 選定の方法（☐全数 ☐無作為抽出 ☒有意抽出）

調査対象製品を製造する企業について、各酒類製造団体が所有する名簿から、調査対象製品ごとに出荷量の大きい順に抽出した企業を調査の対象とする。（標本抽出方法の詳細は、別紙1参照）

5 報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

- (1) 報告を求める事項：売上高及びその内訳、売上原価及び販売費・一般管理費の内訳、従業者数
- (2) 基準となる期日又は期間：産業連関表作成対象年の1月～12月

6 報告を求めるために用いる方法

- (1) 調査組織：財務省 — 報告者
- (2) 調査方法（☐調査員調査 ☒郵送調査 ☒オンライン調査 ☐その他（ ））

7 報告を求める期間

- (1) 調査の周期：原則5年（産業連関表作成対象年の翌年に実施）
- (2) 調査の実施期間又は調査票の提出期限
調査実施年の9月から12月

8 集計事項：別紙2参照

9 調査結果の公表の方法及び期日

- (1) 公表の方法：インターネット（財務省のホームページ等）により公表する。
- (2) 公表の期日：調査実施翌年の12月まで

10 使用する統計基準

なし

11 調査票情報の保存期間及び保存責任者

- (1) 調査票情報の保存期間
 - ・記入済み調査票：3年
 - ・調査票の内容を記録した電磁的記録媒体：永年
- (2) 保存責任者
財務総合政策研究所調査統計部長

酒類製造業投入調査の標本抽出方法について

1 調査製品の選定

酒類全体のうち、調査製品ごとの出荷量シェアは、清酒約6%、ビール等（発泡酒を含む）約38%、ウイスキー類（ブランデーを含む）約2%、焼酎約9%、果実酒約2%となっている（データ：国税庁統計年報）。新ジャンル商品^(※)については、同様のデータがないため、民間のデータ（出典元：発泡酒の税制を考える会）を用いて推定すると、約20%以上のシェアがあるものと思われる。これらの調査製品の出荷量は、酒類全体の出荷量の約80%程度を占めており、調査実施によって酒類製造業の投入構造を把握することができる。

(※) 酒税法第23条第2項第3号イ及びロに基づき課税される商品であり、同号イは、「糖類、ホップ、水及び政令で定める物品（大豆たんぱく、えんどうたんぱく等）を原料として発酵させたもの」、同号ロは、「発泡酒にスピリッツを加えたもの」である。

2 調査対象企業の抽出方法

調査製品ごとに、出荷量が上位の企業から順に抽出する。

清酒及び焼酎については、報告者負担や実査の効率性等を踏まえ、調査対象企業の累積シェアが50%に最も近くなるよう抽出する。

その他の調査製品については、企業ごとの費用構造の差異等を踏まえ、ビール等は4社、ウイスキー類は3社、果実酒は5社、新ジャンル商品は4社を抽出する。

集計事項

調査項目
I 売上高及びその内訳
II 売上原価及び販売費・一般管理費の内訳
III 従業者数
IV 再生資源の売却

(参考 1)

推計方法

財務省に提出された調査票について、財務省にて記入内容等の審査を行った上で、有効回答とした金額を単純に積み上げて集計。