

酒文化研究所

NEWS LETTER

第 89 号 2020 年 5 月 25 日

【消費動向】

ふだんの酒になったワインと特別な時の清酒

— 家計調査 日別支出 2019 年度より

夏場に需要が高まるビールと秋冬によく飲まれる清酒。かつての日本の酒類消費はこの傾向が顕著でした。けれども空調の普及や燗酒の減少とともに季節による消費の偏りは弱くなり、また焼酎、ワイン、ウイスキーの成長で多様化が進みました。さらに RTD が急成長を続けるなかで、日々の酒類の飲まれ方は変わり続けています。

「家計調査」(総務省)は全国に約 8000 世帯のパネルを設け、家計簿方式で家庭での消費実態を明らかにする調査です。酒類については清酒、焼酎、ビール、ビアテイスト(発泡酒・新ジャンル)、ワイン、ウイスキー、RTD、その他と品目別に購入金額と数量が記録されます。世帯収入や世帯主の年齢別、地域別に集計されるほか、日別、月別の支出データも発表されています。

本稿は、これを食品スーパーの週別販促カレンダーに合わせて 2019 年 3 月～2020 年 2 月の 1 年 52 週で集計しなおし、一般家庭における酒類消費の一年の流れを整理します。

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所 <http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

■ハレのビール、ふだんの新ジャンル

最初に2019年度の月々の酒類支出金額の構成比を見てみましょう（図表1）。年間計ではビールが26%、ビアテイスト22%と、ビール類の構成比が48%を占めています。もっとも構成比が高くなるのは7月・8月で、53~54%と約5ポイント構成比が高まります。

味わいも消費シーンも近い両者ですが、生活の中の位置づけは異なります。新年の準備でハレの購買が増える12月にビールの構成比が高まるのに対して、

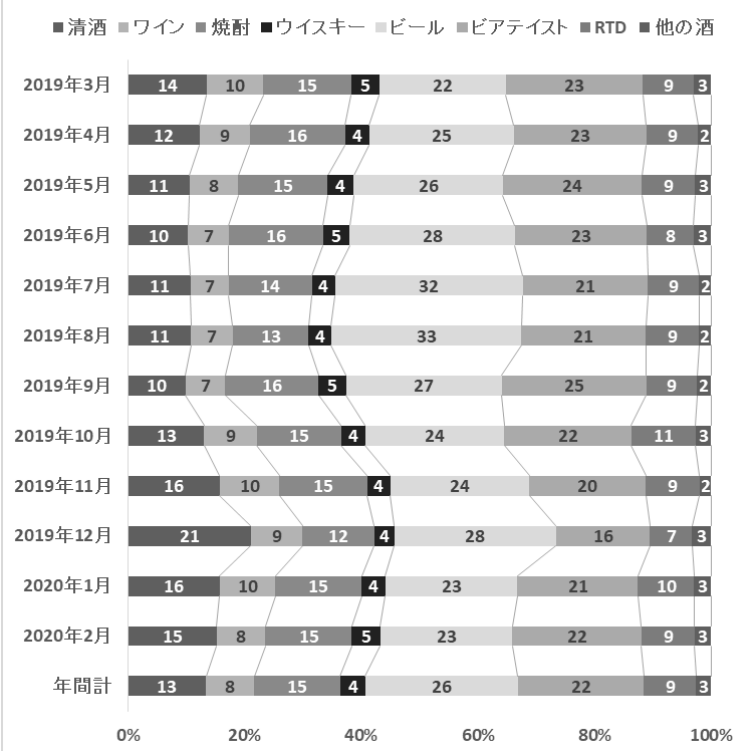
ビアテイストは16%と一年で最も低くなります。同様の傾向はRTDにも見られます。どの月も9%前後で推移しますが12月に構成比が下がっています。ここからビアテイストとRTDがふだんの酒と意識されていることがわかります。ちなみにビアテイストが9月に構成比を高ま

っているのは、10月の消費税の増税前の買いだめが発生したためで、焼酎・ウイスキーも同様です。

■年末年始の酒になった清酒

かつて秋冬の酒を代表した清酒は年間計では13%の構成比です。6月から9月にかけて10%程度で推移し、1~3月は15%前後になりますが、冬場の酒というよりも現在は年末年始の酒と言った方が正確かもしれません。12月は構成比が21%と急上昇しています。増税前の9月に買いだめが発生した様子もなく、特別な時に必要な分だけ購入する酒になっ

図表1 月別酒類支出の内訳(2019年)



プレミアムビールと新ジャンルの成長で、人々はビール類の消費シーンにメリハリをつけるようになった

ていることが窺われます。2000 年以降清酒は消費減が続いています。10 年前（2009 年）と比べて年間の構成比は 2 ポイント下がり、しかも特定の月や季節に下がったのではなく、すべての月で構成比を下げて、地盤沈下が進んでいます。

清酒と対照的な動きを示したのがワインです。清酒と同じように夏場に構成比が下がり、秋冬に高まる傾向がありますが、年間計で 8%の構成比は 10 年前の 6%から 3 割以上高まりました。当時との違いは毎月コンスタントに消費されるようになったことで、ほぼすべての月で構成比が高まっています。以前はボジョレー・ヌーヴォーやクリスマスという 2 大イベントが消費を牽引しましたが、現在は特定の機会で過度に集中することがなくなってきています。

■消費のボトムアップが際立つワイン

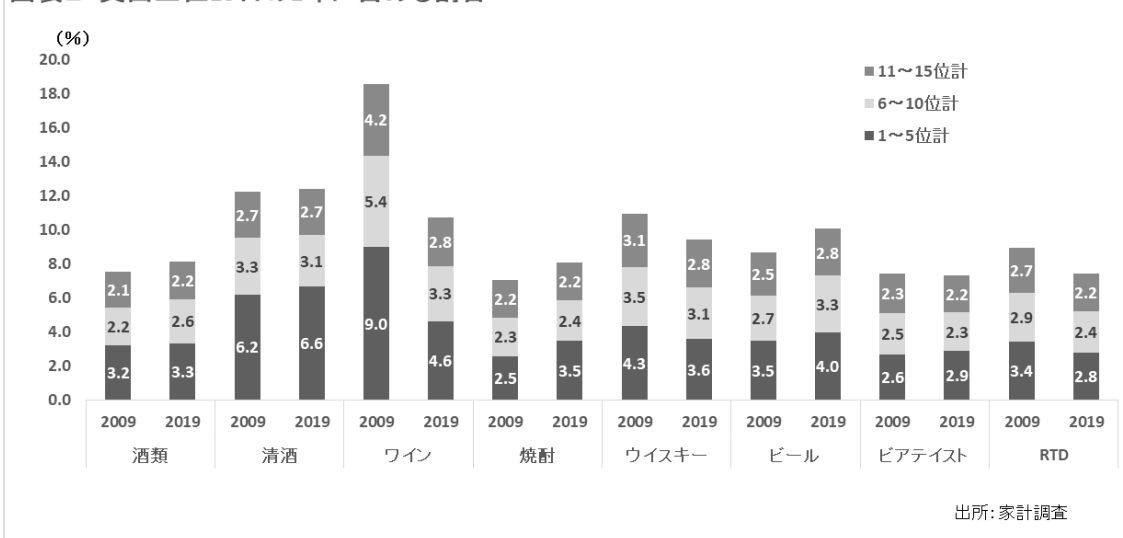
ワインがふだんの酒になったということは、消費支出の上位の日の構成比が下がっていることから確認できます。図表 2 は 2019 年と 2009 年に多く支出された上位 15 日の消費金額が、一年間の総支出額にどれくらいの割合を占めているかを示しています。ワインは 2009 年の 18.6%が 2019 年には 10.7%になり、清酒を下回りました。ビールの水準（10.1）に近くワインはビール並みにふだんの酒になっていることがわかります。

ほかに 10 年前と比べて集中度が下がったのはウイスキーと RTD です。どちらもこの 10 年間の消費増が顕著で、生活に馴染んで日常的に飲まれるようになってきていると見てよいでしょう。



ファインワインからデイリーワインまで、さまざまなニーズにこたえる商品が充実、ワインは日常化がどんどん進んでいる

図表 2 支出上位15日の1年に占める割合



■超ぶだんの酒「新ジャンル」 「RTD」「焼酎」

一方、ビールと焼酎は10年前より集中度が高まりました。ビールはビアテイストとの棲み分けが進み、プチハレの消費シーンにマッチするプレミアムビールが支持されたためと思われます。ビール類の商品選択でグレードを意識することが定着し、メリハリのある消費になっていることが、ここからもわかります。

焼酎はもともと他の酒よりも集中度が極端に低くなっていました。祝い事やイベントであえて飲まれる消費スタイルとは縁遠かった酒です。一部のメーカーが上級品市場の開発に熱心に取り組んでいることや、毎日飲むヘビーユーザーが高齢化してその割合が下がったことで集中度が上がったのでしょう。それでもビアテイストやRTDと

並んで、もっとも支出上位日への集中度の低い酒のひとつです。

図表3は支出上位10週です。ここから今年の動きを予測できそうです。

図表3 2019年度支出上位10週

	清酒			ワイン		
	週	金額(円)	支出指数	週	金額(円)	支出指数
1位	12.23~12.29	309	295	12.23~12.29	136	210
2位	1230~1.5	260	248	11.18~11.24	115	179
3位	12.16~12.22	185	176	12.16~12.22	115	178
4位	12.9~12.15	172	164	4.29~5.5	86	133
5位	12.2~12.8	158	151	1230~1.5	85	132
6位	11.18~11.24	136	129	11.15~12.1	83	128
7位	11.15~12.1	130	124	8.5~8.11	80	124
8位	8.5~8.11	119	113	9.23~9.29	77	120
9位	2.24~3.1	118	113	3.25~3.31	76	117
10位	10.28~11.3	115	109	9.9~9.15	75	117

清酒は上位5週がすべて12月。ワインはボジョレー・ヌーヴォーの解禁週が2位にランクイン

	焼酎			ウイスキー		
	週	金額(円)	支出指数	週	金額(円)	支出指数
1位	9.23~9.29	214	185	9.23~9.29	64	191
2位	12.23~12.29	158	136	12.23~12.29	44	131
3位	6.10~6.16	144	124	6.10~6.16	43	129
4位	8.16~9.22	133	114	2.10~2.16	43	128
5位	11.18~11.24	131	113	8.5~8.11	42	125
6位	6.3~6.9	127	109	8.16~9.22	40	119
7位	7.22~7.28	125	108	2.25~3.3	39	117
8位	2.24~3.1	125	108	12.16~12.22	39	116
9位	12.16~12.22	124	107	3.18~3.24	39	115
10位	11.15~12.1	123	106	4.29~5.5	39	115

焼酎・ウイスキーは9月最終週に増税前の買いだめが発生。6月は梅酒づくり用の購買が影響

	ビール			ビアテイスト			RTD		
	週	金額(円)	支出指数	週	金額(円)	支出指数	週	金額(円)	支出指数
1位	12.23~12.29	390	189	9.23~9.29	277	163	1230~1.5	95	136
2位	8.5~8.11	387	187	9.9~9.15	210	123	9.23~9.29	90	129
3位	8.12~8.18	338	164	5.20~5.26	204	120	8.12~8.18	90	129
4位	9.23~9.29	330	160	8.16~9.22	202	119	12.23~12.29	90	129
5位	1230~1.5	329	159	12.23~12.29	197	116	4.29~5.5	88	126
6位	7.29~8.4	308	150	8.5~8.11	195	115	8.5~8.11	84	121
7位	7.15~7.21	277	134	4.29~5.5	192	113	8.16~9.22	80	115
8位	12.16~12.22	276	134	7.22~7.28	187	110	7.29~8.4	80	114
9位	4.29~5.5	271	131	9.2~9.8	184	109	7.22~7.28	78	112
10位	7.22~7.28	263	128	8.19~8.25	184	108	10.28~11.3	78	112

ビアテイストは9月に大規模な買いだめが発生した。今年10月に新ジャンルの酒税増税があり昨年以上の仮需が予想される。一方、減税となるビールは10月に伸長が確定

■筆者プロフィール：山田聡昭（やまだとしあき）

株式会社酒文化研究所 第一研究室長。1963年生まれ。1986年武蔵大学卒業。1991年に株式会社酒文化研究所の設立に参加。酒類そのもの及びその市場と文化に精通し、酒類企業のマーケティングをサポートするほか、酒文化に関する一般向けのレポートを多数執筆。