

清酒は、35才を境にして、若い人達は、むしろ飲む機会が減っているが、35才以上のグループでは頻度が増加している。

一方、ビールは、各年令層ともに頻度が増加しており、特に50才以上での頻度の増加が著しい。また、ウィスキーも20代後半、40代、50代で頻度が増加しているものの、他の年令層でやや減少している。

以上みてきたように、40年から50年にかけての10年間の推移をみていえることは、

(1) 酒類の飲酒人口が年々減少していることは事実であるが、清酒・ビールの飲酒率が鈍化し既に飽和点に達していると考えられることは前述の如くであるが、清酒を支えているのは、35才以上の高令者グループであり、しかも、そのクラスの飲酒頻度が増加することによって、横這い傾向を維持しているものとみられる。

また、ビールも40年度をピークとして、飲酒人口が漸次減少しているが、全体的には飲酒頻度が増加しているわけで、量的には清酒よりも伸びている。

(2) ウィスキーは、飲酒頻度は全体的にそう大きな変化はないが、飲酒人口の増加によって、かなりの伸びを示しているものとみることができる。

伸び率の変化

ところで、34年度調査結果を100とした飲酒人口の伸び率および酒類別の伸び率(指数)をみると(第13表)、つぎのとおりである。

(第13表)

	〔1カ月間での飲酒率指数〕				〔1年間での飲酒率指数〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
飲酒人口	100	102.6	96.8	94.1	100	103.0	90.1	86.7
清酒	100	103.7	100.2	99.3	100	102.3	92.1	88.9
ビール	100	190.6	238.3	235.6	100	157.7	142.6	138.0
ウィスキー	100	112.6	208.1	233.3	100	116.6	163.3	176.0

即ち、飲酒人口は40年に上昇したがその後減少し、50年には対34年比は13%減となっている。酒類別にみると、清酒は11%減にたいし、ビールは逆に1.4倍、ウィスキーは1.8倍に達している。同様に、酒類別に、地域・年令の指数をみると、つぎのとおりである(第14表)。

(第14表)

	〔1カ月間での飲酒率指数〕				〔1年間での飲酒率指数〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
— 清 酒 —								
6 大都市	100	103.7	105.0	111.8	100	99.0	93.4	95.0
その他の市	100	106.8	98.2	96.7	100	104.9	90.7	88.0
町 村	100	101.7	104.4	101.4	100	101.3	95.5	88.6

〔1カ月間での飲酒率指数〕 〔1年間での飲酒率指数〕

	〔1カ月間での飲酒率指数〕				〔1年間での飲酒率指数〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
— 清 酒 —								
20 ~ 24 才	100	97.6	98.5	102.5	100	103.1	89.9	88.6
25 ~ 29 才	100	97.4	91.4	89.5	100	97.7	92.0	87.2
30 ~ 34 才	100	102.2	94.4	96.5	100	99.5	88.1	89.7
35 ~ 39 才	100	101.1	103.3	97.6	100	98.0	97.2	90.4
40 ~ 49 才	100	109.8	109.1	103.1	100	104.6	97.2	90.4
50 ~ 59 才	100	105.6	98.8	104.8	100	109.7	91.9	94.3
60 才以上	100	103.4	96.2	94.8	100	103.0	87.6	82.9
— ビ ー ル —								
6 大都市	100	124.7	119.2	120.0	100	117.3	101.5	106.6
その他の市	100	193.4	193.4	196.2	100	168.1	148.3	141.4
町 村	100	282.5	366.3	326.3	100	168.6	160.8	150.5
20 ~ 24 才	100	218.7	180.5	202.7	100	143.7	113.2	121.1
25 ~ 29 才	100	196.5	205.8	195.0	100	144.3	137.7	129.3
30 ~ 34 才	100	170.8	189.2	179.6	100	150.1	135.0	129.8
35 ~ 39 才	100	191.3	209.7	236.4	100	161.8	152.5	147.9
40 ~ 49 才	100	194.6	209.6	203.6	100	158.7	144.7	145.4
50 ~ 59 才	100	209.8	234.4	221.3	100	181.0	162.2	158.3
60 才以上	100	232.8	196.9	195.3	100	203.3	175.5	157.1
— ウィスキー —								
6 大都市	100	83.7	142.1	163.6	100	94.8	130.1	146.4
その他の市	100	121.2	211.0	228.8	100	124.0	171.6	182.1
町 村	100	112.5	229.7	267.2	100	114.8	154.9	163.7
20 ~ 24 才	100	97.3	155.6	194.6	100	114.6	135.6	147.4
25 ~ 29 才	100	96.2	186.5	235.7	100	110.3	154.9	171.3
30 ~ 34 才	100	110.7	196.9	211.9	100	115.7	163.1	177.5
35 ~ 39 才	100	159.8	251.4	289.7	100	147.9	209.1	221.9
40 ~ 49 才	100	128.2	256.5	264.1	100	125.1	170.7	192.1
50 ~ 59 才	100	122.7	243.9	272.7	100	108.4	180.1	189.8
60 才以上	100	200.0	475.0	525.0	100	183.0	245.3	264.1

酒類別にみた趨勢比(シェア)

清酒・ビール・ウィスキーその他しょうちゅう・ぶどう酒など酒類の飲酒率の合計を100として、酒類別のシェア(趨勢比)をみると(第15表)、1カ月間に清酒を飲んだ人は40年度48%を占めていたが50年では44%と4ポイント減少している。一方、ビールは、40年度28%、50年度も28%でほぼ横這い。ウィスキーは、40年度10%にたいし、50年度21%と約2倍に達していることがわかる。

年令別にみてもわかるように、清酒は39才以下の若い層で、シェアの低下が目立っているが、60代以上のグループでは、殆んど変化がない。

ビールは30代後半から40代にかけて若干シェアが増加しているが、とくに20代の若い層でのシ

シェアが低下していることが注目される。

さらに、ウィスキーについてみると、各年令ともにシェアが増加しているが、とくに中・高年層において、ウィスキーがかなりの勢いで伸びていることに注目しなければならない。

(第15表) シェアの推移

	〔1カ月間に飲んだ〕				〔1年間に飲んだ〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
— 清 酒 —								
総 数	468%	484%	45.1%	44.3%	376%	376%	35.5%	34.6%
6 大都市	385	411	377	384	336	349	326	312
その他の市	474	482	442	434	387	375	349	345
町 村	498	534	526	526	381	394	389	381
20 ~ 24 才	392	387	31.8	30.1	31.5	31.1	28.6	26.8
25 ~ 29 才	431	40.9	35.3	33.1	34.5	33.6	31.1	29.2
30 ~ 34 才	432	44.5	38.5	39.6	35.6	35.2	31.9	32.1
35 ~ 39 才	474	47.9	45.2	41.3	38.2	35.8	34.5	33.0
40 ~ 49 才	483	50.7	47.4	47.4	39.0	38.4	37.0	35.4
50 ~ 59 才	514	54.7	51.8	53.4	39.5	41.2	38.2	38.9
60 才 ~	523	59.7	60.9	60.8	44.3	44.9	45.1	45.5
— ビ ー ル —								
総 数	149	283	283	278	228	346	327	320
6 大都市	303	389	337	324	314	387	331	328
その他の市	151	279	278	281	221	344	327	317
町 村	80	226	250	230	188	324	324	320
20 ~ 24 才	224	432	35.1	34.1	27.5	37.9	31.5	31.5
25 ~ 29 才	191	36.6	35.3	32.0	25.1	36.1	34.0	31.5
30 ~ 34 才	186	32.1	33.3	31.7	24.6	36.8	33.9	32.1
35 ~ 39 才	147	28.2	28.5	31.1	22.9	35.4	33.6	33.0
40 ~ 49 才	138	25.8	26.1	26.9	22.7	33.9	32.1	33.1
50 ~ 59 才	107	22.6	25.5	23.4	19.6	33.8	33.5	32.4
60 才 ~	67	19.3	16.0	16.1	14.8	29.5	30.1	28.7
— ウィスキー —								
総 数	92	103	184	205	117	134	196	214
6 大都市	167	144	221	243	167	166	226	239
その他の市	98	113	197	212	121	138	206	223
町 村	54	64	126	150	93	109	154	171
20 ~ 24 才	19.5	16.7	26.3	28.4	18.7	20.5	25.6	26.0
25 ~ 29 才	13.7	12.9	22.9	27.7	15.4	17.0	23.4	25.6
30 ~ 34 才	11.4	12.7	21.2	22.9	13.4	15.5	22.4	24.0
35 ~ 39 才	8.1	12.9	18.8	20.9	10.5	14.9	21.2	22.8
40 ~ 49 才	7.6	9.4	17.6	19.2	11.1	13.1	18.6	21.5
50 ~ 59 才	5.8	7.1	14.4	15.6	9.1	9.4	17.3	18.1
60 才 ~	1.7	3.7	9.7	10.8	3.7	6.6	10.5	12.1

飲 酒 の 多 様 化

いままで申し述べたように、シェアの低下、或いは上昇という酒類の趨勢を目の当たりにみてきたわけだが、この問題の背景として、飲酒の多様化、つまり、ひとりが何種類もの酒類をも飲む傾向が著しいと、シェアが平均化されるわけだが、反面ではその分だけ、他の酒類にシェアが喰われていく、即ち浸蝕される方向にあることは申すまでもない。

ところで、この多様化率を眺めてみると(第16表)、1カ月での飲酒の実態から40年度と比較してみると40年には飲酒人口1人あたり平均して1.6種類の酒を飲んでいただけだが、50年に至って1.8種類の酒を飲んでいることであり、1人で2種以上の酒類を飲む人が増加していることを物語っている。

一方、1年間に飲んだ酒についてみると、40年にして、飲酒人口1人当たり2.32種類にのぼるが50年においては、これが2.60種に増加したことを示している。

地域別にみると、大都市で、酒類の多様化率が高まっているが、町村部ではそれほどの勢いで伸びてはいない。

また、年令的には、とくに若い人達に、酒類の多様化傾向がみられ、年令が高くなるにつれて、その傾向は著しく低減している。

(第16表) 飲酒の多様化率

	〔1カ月に飲んだ酒〕				〔1年間に飲んだ酒〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
総 数	165.2	161.5	177.6	184.0	233.7	231.9	253.2	260.1
6 大都市	174.3	168.9	192.6	191.8	242.7	229.9	258.5	277.3
その他の市	165.5	165.5	180.7	188.9	227.7	236.1	256.1	262.5
町 村	161.3	151.1	162.2	166.7	236.2	226.8	242.5	240.5
20 ~ 24 才	169.3	177.5	199.2	210.7	255.3	252.7	291.8	294.6
25 ~ 29 才	177.1	178.1	192.1	212.4	253.7	249.2	275.1	301.3
30 ~ 34 才	177.9	172.4	195.8	202.3	249.1	241.4	270.3	286.4
35 ~ 39 才	168.7	168.1	184.7	194.7	237.8	243.7	265.1	268.2
40 ~ 49 才	164.1	160.2	178.5	179.2	230.8	233.8	250.4	256.7
50 ~ 59 才	156.8	151.7	166.6	168.1	221.8	222.1	241.0	240.3
60 才以上	146.5	136.3	140.5	146.1	195.8	197.6	202.0	204.0

以上みてきたように、酒類とくに清酒・ビール・ウィスキーについて、34年から50年までの過去15年間のデータから、40年、48年をポイントとして冬場における調査結果を中心として、酒類市場の変化を考察してきたわけだが、いまや清酒・ビールの市場の一部がウィスキーの市場に変わりつつある転換期にさしかかっているとみえる。それだけに蒸留酒と醸造酒という酒質の問題を抱えて、清酒業界、またビール業界がどう対処してゆくか、またウィスキーの伸びと相俟って、飲酒の多様化が進み、各酒類のシェアが平均化される方向にあるとすれば、それはいつ頃になるか。

今後の需要予測面においても、人口構成の高年令化、飲酒人口の減少、日本経済の停滞と国民所得の変化、飲酒の多様化の動向、ワイン・ブームの今後の展開など残された課題はいくつかあるが、ここでは酒類の市場の変化——その移り変わり——を当面の競合酒類としての清酒・ビール、ウィスキーを中心としてみてきたわけである。

最後に、一般消費者から見た今後の酒類の消費傾向を参考までに列挙してみると、

- (1) 酒類の嗜好の変化に伴う今後の市場シェアの変化はともかく、今後とも酒類の消費がますます伸びるとみる人は、50年2月現在の結果では44%にのぼるが、過去3年次に亘る調査をみると、「ますます増える」とみる人は、かなり減ってきている(第17表)。

(第17表) — 酒類全体の消費傾向 —

	(46年)	(48年)	(50年)
ますます増える	63%	55%	44%
たいして増えない	19	26	29
むしろ減る	3	8	5
わからない	14	16	22

- (2) つぎに、清酒の消費傾向について50年2月調査の結果でみると、今後ますます増えるとする人は27%、たいして増えないとする人は36%と、清酒が伸びるとみる人は少なく、しかも、清酒が伸びるとみる人の割合は減少している(第18表)。

(第18表) — 清酒についての消費傾向 —

	(46年)	(48年)	(50年)
ますます増える	32%	33%	27%
たいして増えない	38	37	36
むしろ減る	13	11	12
わからない	17	19	25

酒類全体の消費は伸びるとみる人でも、清酒よりは、他の酒類が伸びるとみる人もいるわけであり、一般消費者の酒類の嗜好が高級化の傾向にあり、清酒においても、2級酒より1級酒の伸び率が高く、ウィスキー・ワイン等の酒類のなかでも高級酒を飲む傾向にあり、酒類間の市場競争は、今後より活潑な動きが展開されるものと予想される。

〔本稿の無断転載を禁じます〕