

過去15年の酒類需要動向調査結果よりみた

酒 類 市 場 の 動 き

日本酒造組合中央会
常務理事 細 田 義 男

販売なくして事業なし。調査なくして戦略なし——日本酒造組合中央会が清酒の需要開発のためのマーケティング戦略の手段として、酒類の需要動向調査を企画したのが昭和32年であった。

当初は、1年おきに、11月1カ月間の実態を調査し、清酒を中心としての嗜好形態を把握し、消費者がどのような清酒を好むか、甘口を好むか或は辛口を好むか、アルコールの度数は現状でよいと思っているのかどうかなど、清酒そのものについての意見をとりえてきたわけである。

1年おきに、何回か調査を積み重ねている間に、清酒・ビール・ウィスキーの市場が大きく流れを変えたが、その裏には、耐久消費財の普及率の増加に伴ない、各家庭内に暖冷房器具が浸透し、季節商品としての清酒・ビールといったアルコール飲料がその季節感を脱皮する方向に進んできた事実があったことは申すまでもない。

夏場のビール・冬場の清酒から、「冬のビール、夏の清酒」への販売競争が展開されつつあるなかで清酒業界では、冷した清酒、清酒オンザロック等の飲み方のPRにより、ビール・ウィスキーの市場に参入すべく、啓蒙宣伝活動を行ってきた。

このように、市場が変化することによって、自ら調査計画・設計にも変更が加えられ、冬場の状況から、主として、夏場の清酒の実態、とくに酒類のなかの市場の位置を見極める必要があり、昭和42年から46年までに、3回の調査を実施し、夏場の傾向を把握してきたわけである。

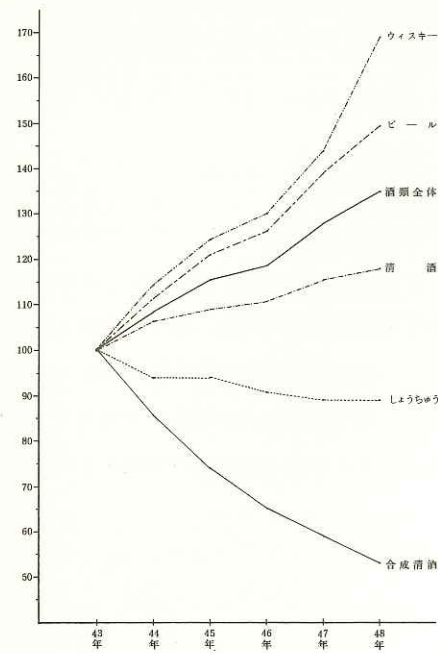
年次別の消費数量からマーケットシェアの推移をみると、清酒の売れ行きが鈍り、ビールもやや停滞気味の気ざしが現われ、ウィスキーが消費ブームをまき起こし、伸び率の高いのが注目されるとともに冬場・夏場を交互に探ることの必要性から、昭和46年8月に続いて48年には、3月と8月に、ついで50年の2月と相ついで調査を企画・実施し、今日に至っている。

さて、最近、10年間の積み重ねの酒類の需要動向調査を中心として、酒類市場の変化と今後の動きを分析してみよう。

酒 類 の 市 場 占 拠 率

酒類の消費数量により、年次別の統計をみると昭和43年度、清酒は140万キロリットルであったが、昭和48年度では、166万キロリットルと5年間に約1.2倍になっている。一方、ビールは、240万キロリットルから、358万キロリットルと約1.5倍、ウィスキーは、10万6千キロリット

(第1表) 43年度を100とした消費数量の伸び率の推移



ルから18万キロリットルで、約1.7倍と、酒類のなかでは、ウイスキーの伸び率も最も高く清酒の需要が鈍化している。(第1表・第2表)

酒類全体の消費量を各年次別にみると、第3・4表に示す如く43年度現在、清酒の占める割合が33%であったものが、年々減少し、48年度には29%である。一方、ビールは43年度の56%から48年度には62%と上昇、また、ウイスキーも2.5%から3.1%へと上昇の一途を辿っている。

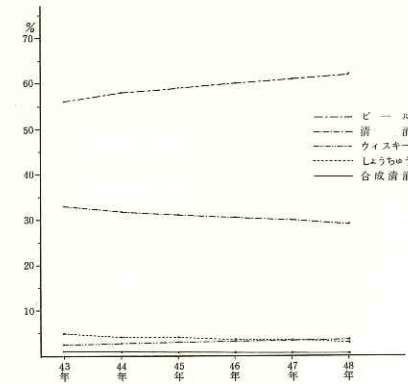
(第2表) 43年度を100とした伸び率

	(44年)	(45年)	(46年)	(47年)	(48年)
清酒	106.6	109.2	110.9	115.4	118.2
合成清酒	88.1	74.4	65.0	59.1	52.6
しょうちゅう	93.8	93.9	90.8	89.2	89.1
ビール	111.7	121.4	126.4	139.2	149.6
ウイスキー	114.9	124.8	130.2	144.6	169.8
(酒類全体)	108.8	115.4	118.7	127.8	135.4

(第3表) 酒類全体を100とした市場占拠率

	(43年)	(44年)	(45年)	(46年)	(47年)	(48年)
清酒	33.0%	32.3%	31.2%	30.8%	29.8%	28.8%
合成清酒	1.2	1.0	0.8	0.7	0.6	0.5
しょうちゅう	5.1	4.4	4.1	3.9	3.5	3.3
ビール	56.4	57.9	59.4	60.1	61.4	62.3
ウイスキー	2.5	2.6	2.7	2.7	2.8	3.1
その他	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	2.0
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

(第4表) 酒類別にみたマーケットシェアの推移



飲酒人口

前述の如く、清酒は酒類のなかで消費数量では市場第2位を有しながらも、伸び率は第3位にあり、清酒の位置づけ、またビール、ウイスキーの現状がおわかりいただけたと思う。

この5年間の酒類の消費量の推移からみても、酒類の嗜好に変化をきたしていることは事実であるが、まず飲酒人口の推移を眺めてみよう。

酒類の需要動向調査から、満20才以上の成年男子から、酒類を飲む人の割合(飲酒率)をみると、次のとおりである。(第5表)

ただし、今回は、冬場の調査比較を中心として酒類の需要の変化をみるために、34年、40年、48年、50年の4回の調査資料について分析することとする。

(第5表)

	〔1カ月間での飲酒人口〕				〔1年間での飲酒人口〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
総数	72.9%	74.8%	70.6%	68.6%	83.5%	86.0%	75.2%	72.4%
〔地域別〕								
6大都市	72.0	72.1	69.8	73.3	85.1	85.6	76.9	76.1
その他の市	72.7	76.3	70.0	67.3	83.3	87.0	74.5	71.4
町村	73.4	74.3	72.2	68.2	83.2	84.8	75.7	72.4
〔年令別〕								
20~24才	67.7	73.3	66.3	72.6	85.0	89.6	73.6	78.0
25~29才	76.1	77.7	78.3	74.0	88.9	90.8	83.6	77.2
30~34才	78.4	80.2	75.5	72.7	87.5	90.8	79.1	75.7
35~39才	78.5	78.7	77.6	76.1	87.5	89.3	81.6	79.6
40~49才	73.5	78.7	75.0	70.6	83.7	87.7	79.0	75.0
50~59才	72.9	74.8	67.3	68.6	82.0	86.1	71.7	72.5
60才以上	65.0	63.3	56.0	53.1	73.4	73.9	61.2	56.8

34年から50年にかけて、飲酒人口は減少し、とくに、中小都市で12ポイント減少したのをはじめ、町村部では11ポイント、大都市では9ポイント減っている。

年令別にみても、各年令ともに飲酒人口は減少し、25才から34才のグループが12ポイント減少しており注目される。

酒 類 別 飲 酒 人 口

つぎに、酒類別にわけて、清酒・ビール・ウィスキーの、飲酒人口の推移をみると(第6表)、清酒は、ほど横這いの現況からやや減少したのにたいし、ビールは34年から40年まで上昇カーブを辿りながら、その後50年に至って減少の傾向を示している。

一方、ウィスキーは着実な伸びを示し、40年に27%であったものが、50年に至って40%とほぼ1.5倍に達している。

(第6表)

	〔1カ月間での飲酒率〕				〔1年間での飲酒率〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
清 酒	56.4%	58.5%	56.5%	56.0%	73.3%	75.0%	67.5%	65.2%
ビ ー ル	17.9	34.2	35.5	35.1	43.7	68.9	62.3	60.3
ウ ィ ス キ ー	11.1	12.5	23.1	25.9	22.9	26.7	37.4	40.3

(注) 1年間に酒類を飲んだ人を100%として算出した。

上記の表でもみられる如く、清酒・ビールは飽和点に達しているとみられるが、ウィスキーだけが伸びていることを示している。

地 域 別 に み た 飲 酒 人 口 の 推 移

これを地域別にみると(第7表)、40年以降において清酒はとくに中小都市や町村部で10~12ポイント減少したが、大都市ではほど横這いの感がある。ビールも同様、大都市では40年から50年にかけて7ポイント減少したが、中小都市では11ポイント、町村部では7ポイントで、とくに中小都市での減少率が高い。

一方、ウィスキーは、各地区ともに伸びているものの、とくに大都市での伸び率が高く、18ポイント上昇したのをはじめ、中小都市で13ポイント、町村部では9ポイント増加している。

(第7表)

	〔1カ月間での飲酒率〕				〔1年間での飲酒率〕				
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	
清 酒	6 大都市	48.3%	50.1%	50.7%	54.0%	69.4%	68.7%	64.8%	65.9%
	その他の市	57.0	60.9	56.0	55.1	73.4	77.0	66.6	64.6
	町 村	59.0	60.0	61.6	59.8	74.8	75.8	71.4	66.3
ビ ー ル	6 大都市	38.0	47.4	45.3	45.6	64.9	76.1	65.9	69.2
	その他の市	18.2	35.2	35.2	35.7	42.0	70.6	62.3	59.4
	町 村	9.5	25.4	29.3	26.1	37.0	62.4	59.5	55.7
ウ ィ ス キ ー	6 大都市	20.9	17.5	29.7	34.2	34.5	32.7	44.9	50.5
	その他の市	11.8	14.3	24.9	27.0	22.9	28.4	39.3	41.7
	町 村	6.4	7.2	14.7	17.1	18.2	20.9	28.2	29.8

(注) 各地域別に1年間に酒類を飲んだ人を100%として算出した。

酒 類 別 に み た 年 令 別 飲 酒 人 口

清酒・ビール・ウィスキーについて40年度と比較して、年令別に分析してみると(第8表)清酒は各年令ともに減少しているが、とくに60代以上の人に多く13ポイント減り、40代・50代のグループでは、それぞれ11ポイントと高年令層での減少が目立っている。一方、ビールも清酒と同様に各年令層とも減少しているが、とくに20代前半では14ポイント減り、清酒の愛飲層が比較的高年令層にあるのにたいして、ビールは逆に若年層にあるが、その愛飲層の多いグループから、ビールを飲まなくなった人が増加している。即ち、他の酒類に嗜好が移った人と、従来飲んでいて酒をやめ、いっさい禁酒している人とに分かれるとみられる。

しかし、ウィスキーは、清酒・ビールとは異なり、各年令ともに飲酒層が増加しているが、とくに、20代後半のグループで21ポイント、30代前半のグループで18ポイントと若い層に浸透度が高い。

(第8表)

	〔1カ月間での飲酒率〕				〔1年間での飲酒率〕			
	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
— 清 酒 —								
20~24才	44.9%	43.8%	42.0%	46.0%	68.3%	70.4%	61.4%	60.5%
25~29才	58.1	56.6	53.1	52.0	77.9	76.1	71.7	67.9
30~34才	60.3	61.6	56.9	58.2	77.5	77.1	68.3	69.5
35~39才	62.7	63.4	64.8	61.2	79.5	77.9	74.6	70.4
40~49才	58.2	63.9	63.5	60.0	75.3	78.8	73.2	68.1
50~59才	58.8	62.1	58.1	61.6	71.8	78.8	66.0	67.7
60才以上	49.8	51.5	47.9	47.2	63.6	65.5	55.7	52.7
— ビ ー ル —								
20~24才	25.7	56.2	46.4	52.1	59.7	85.8	67.6	72.3
25~29才	25.8	50.7	53.1	50.3	56.7	81.8	78.1	73.3
30~34才	26.0	44.4	49.2	46.7	53.7	80.6	72.5	69.7
35~39才	19.5	37.3	40.9	46.1	47.6	77.6	72.6	70.4
40~49才	16.7	32.5	35.0	34.0	43.8	69.5	63.4	63.7
50~59才	12.2	25.6	28.6	27.0	35.7	64.6	57.9	56.5
60才以上	6.4	14.9	12.6	12.5	21.2	43.1	37.2	33.3
— ウ ィ ス キ ー —								
20~24才	22.3	21.7	34.7	43.4	40.5	46.4	54.9	59.7
25~29才	18.5	17.8	34.5	43.6	34.8	38.4	53.9	59.6
30~34才	15.9	17.6	31.3	33.7	29.3	33.9	47.8	52.0
35~39才	10.7	17.1	26.9	31.0	21.9	32.4	45.8	48.6
40~49才	9.2	11.8	23.6	24.3	21.5	26.9	36.7	41.3
50~59才	6.6	8.1	16.1	18.0	16.6	18.0	29.9	31.5
60才以上	1.6	3.2	7.6	8.4	5.3	9.7	13.0	14.0

飲 酒 頻 度

ここで、1カ月での飲酒率を、その月のある日1日での飲酒率で除して、何日おきに飲んでいるか、その飲酒頻度をみると(第9表)、酒類全体では40年に1.9日に1回飲まれていたものが、50年には、1.6日に1回の割合で飲まれており、飲酒回数が多くなっていることを示している。

(第9表) — 酒類全体の飲酒頻度 —

	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
平 均	2.35	1.92	1.60	1.58
6 大 都 市	2.29	1.81	1.58	1.58
そ の 他 の 市	2.42	1.91	1.58	1.61
町 村	2.32	2.01	1.68	1.55
20 ~ 24 才	3.39	3.29	2.66	2.69
25 ~ 29 才	2.93	2.43	1.96	2.10
30 ~ 34 才	2.74	1.91	1.61	1.71
35 ~ 39 才	2.27	1.91	1.50	1.46
40 ~ 49 才	2.24	1.83	1.49	1.49
50 ~ 59 才	1.94	1.72	1.45	1.44
60 才 ~	2.01	1.64	1.46	1.37

酒類をよく飲む人は、地域別には町村部の人に飲酒頻度が高く、また年令的には、60才以上の高令者に多いことが指摘できる。

つぎに、酒類別の飲酒頻度をみると(第10表)、清酒・ビールは、ともに増加したが、ウィスキーは、それほど大きな変化はない。

(第10表)

	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
清 酒	3.05	2.14	1.86	1.87
ビ ー ル	8.52	5.52	3.77	4.28
ウィスキー	5.84	4.31	3.35	4.32

冬場という季節的要因を考慮しなくてはならないが、清酒・ビール・ウィスキーのなかで、清酒の飲まれる機会がもっとも多いことを示している。

この酒類別の飲酒頻度を地域別に分析してみると、つぎのとおりである(第11表)。

(第11表)

	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
— 清 酒 —				
6 大 都 市	2.54	1.96	1.80	1.95
そ の 他 の 市	3.00	2.12	1.87	1.94
町 村	3.31	2.26	1.89	1.68

(34年) (40年) (48年) (50年)

— ビ ー ル —

6 大 都 市	6.33	3.67	3.00	3.48
そ の 他 の 市	10.11	5.77	3.74	4.20
町 村	11.87	10.16	5.43	6.69

— ウィスキー —

6 大 都 市	3.87	3.65	3.49	3.45
そ の 他 の 市	6.94	4.77	3.07	4.43
町 村	12.80	4.24	4.74	5.90

清酒は、中小都市・町村部で飲酒頻度が高まっているが、大都市ではそれほど動きはない。

ビールは、冬場の調査ということで、清酒よりも頻度は少ないのが当然であるが、それにしても、40年に比較して、町村部で飲酒頻度が増加し、他の地域にくらべ変化が大きい。

ウィスキーは、飲む頻度は全体的な流れとしては大きくは変化していないが、大都市・中小都市で頻度が多くなっているものの、町村部では逆に飲む機会が減っている。

つぎに、各酒類別に年令別の飲酒頻度をみると、つぎのとおりである(第12表)。

(第12表)

— 清 酒 —

	(34年)	(40年)	(48年)	(50年)
20 ~ 24 才	4.01	3.42	3.85	4.04
25 ~ 29 才	3.85	2.92	2.62	2.99
30 ~ 34 才	3.68	2.23	2.15	2.39
35 ~ 39 才	3.22	2.16	1.82	1.66
40 ~ 49 才	2.80	2.12	1.73	1.73
50 ~ 59 才	2.39	1.89	1.62	1.63
60 才 ~	2.88	1.76	1.58	1.55

— ビ ー ル —

20 ~ 24 才	6.59	6.46	4.83	5.48
25 ~ 29 才	11.73	6.11	3.61	4.49
30 ~ 34 才	7.88	4.83	3.26	3.31
35 ~ 39 才	6.29	4.44	4.05	4.27
40 ~ 49 才	7.95	4.45	3.57	4.20
50 ~ 59 才	10.16	7.53	3.71	4.66
60 才 ~	32.00	9.93	4.67	4.81

— ウィスキー —

20 ~ 24 才	8.26	4.43	4.34	4.77
25 ~ 29 才	5.44	6.85	3.75	4.95
30 ~ 34 才	5.68	4.09	3.64	5.27
35 ~ 39 才	4.86	3.72	3.13	5.08
40 ~ 49 才	6.13	3.93	2.84	3.80
50 ~ 59 才	5.50	8.10	4.03	3.53
60 才 ~	5.33	2.00	2.30	2.63

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み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	366	35.3	32.0	25.1	36.1	34.0	31.5
30 ~ 34 才	186	321	33.3	31.7	24.6	36.8	33.9	32.1
35 ~ 39 才	147	282	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	10.7	22.6	25.5	23.4	19.6	33.8	33.5	32.4
60 才 ~	6.7	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みる人は27%、たいして増えないとみる人は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〕