

第5章 ビール類

第1節 ビール類の需給動向

ビールの出荷は36年前の1987年に初めて500万klを突破、早くも翌々年の89年には600万kl台、その5年後の94年には史上最高の713万5,020klを記録するなど、右肩上がりそのものだった。ビール酒造組合のデータでも、ようやく200万klに届きそうだった65年から猛暑特需でピークとなった94年までの30年間で、出荷量が前年実績を割った年はわずか3回。その背景には順調な経済成長と、それを支える継続した人口増があった。

ビール出荷がピークだった94年の秋には低価格輸入ビールへの対抗策として発泡酒が一部地域で登場、翌95年には全国展開され、事実上初の新カテゴリー誕生となった。その影響で同年のビール単体の出荷は6%減少した。以降、ビール単体の出荷は翌96年に1%、2015年に0.1%、それぞれ前年を上回った以外は一貫して減少し、コロナ禍で業務用需要が激減した2020年にはピーク時の約25%まで縮小。以降、21年の微減を経て、飲食店需要が回復に向かった22年は14%増と7年ぶりに前年を上回った。

一方、ビール+発泡酒としては、発泡酒が全国展開された95年の合計出荷が691万klで、前年比3.1%の減少だった。これは前年の猛暑特需の反動が主因で、以降、発泡酒が順調に拡大を続けた96年から2001年の間は小幅増減を繰り返しながら710万kl前後を堅持していた。

それが、02年をキッカケに状況が一変。同年の出荷は2.6%減の693万klと7年ぶりに700万klを割り込み、翌03年も6.3%減の650万klと連続して減少した。03年には新ジャンルが一部地域で登場し、翌04年には全国展開で急拡大したことで、ビール・発泡酒・新ジャンルの合計出荷は0.8%増と3年ぶりに回復したが、以降は一貫して減少が続き、09年には600万kl割れ、18年には500万klをも下回る結果となった。ビール単体で叩き出した94年の最高値を100とすれば、20年の3カテゴリー合計販売数量は62程度。安価な発泡酒が急増、それ以上に低価格な新ジャン

ルが台頭、急拡大しても、ビール単体で作上げた最高値より約40%も市場が縮小したことになる。その後の3カテゴリー計は、21年の5%減を経て、22年には2.5%ながら18年ぶりの増加に転じた。

ビール以外を更に詳しく見ると、登場以降8年連続でプラス成長をみせた発泡酒も、新ジャンルが上市された03年には1%ながら減少に転じ、以降、価格優位性が薄れたのを背景に「糖質0・プリン体0」製品の人気でプラスとなった14年、15年を除き、健康機能系以外の消費は漸減状態にある。ただ、23年3月以降は、流通大手のPBが新ジャンルから発泡酒へ規格変更されたことで、2ケタの増勢に転じている。

03年の登場以来、その安さを武器に急成長を続けてきた新ジャンルも、11年～13年は1～2%増にトーンダウン、「プリン体0・糖質0」商品の登場で徐々にプラスとなった発泡酒の影響を受けた14年以降は減少に転じ、けん引役が不在の状況が続いた。それが18年になって、麒麟の「本麒麟」が大ヒットしたこと、これまで韓国産だった流通大手のPBが国内受託生産に切り替わったことで、18年の新ジャンル総販売量は約4%増と上昇に転じた。続く19年も約4%増とビール類消費を下支えしていたが、20年10月のビール減税・新ジャンル増税を機に、事態は一変する。コロナ禍による家飲み拡大を背景に、増税直前9月の年初累計は仮需込みで107.5%となったが、増税値上げ後は一貫したマイナス成長に陥り、先述した流通大手PBの発泡酒への規格変更後はマイナス幅が拡大している。

他、直近では20年から3年間以上に亘って影響を及ぼしたコロナ禍の影響に関しては、ビール類の消費構造が一変したことがエポックとして後世に残る。飲食店の営業、あるいは酒類提供の停止要請で業務用需要が激減する一方で、在宅勤務を背景とした巣ごもり消費の定着と健康志向の高まりで家庭用需要が旺盛となり、缶がビール類全体の消費を支える構造に変化。中でもビール類総需要の9割を缶が占めた月が3回あった21年の缶の年間構成比は87%超と過去最高を記録する異常事態となった。以降、22年は83%に低下し、23年1～8月では79%と、コロナ前19年の年間缶構成比の75%に近づき、以前の消費構造に戻りつつある。

コロナ禍が業務用ビールに与えた影響は甚大で、4月には前年比48%まで落ち込んだ20年のビール単体の販売は年間で82%に減少。同年10月の減税以降は家庭用消費に支えられたものの、業務用市場が本格的に回復してきたのは22年の4月以降。回復が加速した23年1～8月でも、19年同期比は92%にとどまっている。

以上のように、20年10月の酒税改定を機に、コロナ下での缶ビール需要伸長とコロナ明けの飲食店需要の急回復により、特に22年以降はビールの伸長が目立っている。

表 5-1-1 ビール類の月別推定販売数量
 [ビール] (単位：ビール大びん千箱、%)

月別	2021年				22年				23年(1~9月)			
	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比
1	5,364	58.8	5,364	58.8	7,111	132.6	7,111	132.6	7,744	108.9	7,744	108.9
2	8,006	73.7	13,371	66.9	8,338	104.1	15,449	115.5	10,225	122.6	17,970	116.3
3	11,216	105.2	24,588	80.2	12,839	114.5	28,289	115.1	14,118	110.0	32,089	113.4
4	12,721	165.6	37,317	97.3	13,825	108.7	42,113	112.9	13,943	100.9	46,031	109.3
5	9,165	103.6	46,476	98.5	12,956	141.4	55,070	118.5	13,468	104.0	59,500	108.0
6	12,855	95.1	59,335	97.7	15,862	123.4	70,932	119.5	15,858	100.0	75,358	106.2
7	15,620	103.4	74,952	98.9	16,509	105.7	87,442	116.7	17,569	106.4	92,928	106.3
8	10,164	80.1	85,115	96.2	14,869	146.3	102,309	120.2	16,377	110.1	109,305	106.8
9	9,670	89.8	94,787	95.5	17,694	183.0	120,004	126.6	13,147	743	122,453	102.0
10	12,663	95.6	107,444	95.5	9,371	74.0	129,374	120.4				
11	14,354	112.9	121,801	97.3	13,237	92.2	142,611	117.1				
12	20,250	113.5	142,052	99.3	19,574	96.7	162,187	114.2				

[発泡酒]

月別	2021年				22年				23年(1~9月)			
	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比
1	2,775	112.7	2,775	112.7	2,623	94.5	2,623	94.5	2,420	92.3	2,420	92.3
2	3,451	105.8	6,225	108.6	3,399	98.5	6,022	96.7	3,142	92.4	5,562	92.4
3	3,898	107.2	10,126	108.0	3,822	98.1	9,844	97.2	4,609	120.6	10,171	103.3
4	4,035	96.5	14,161	104.5	3,838	95.1	13,682	96.6	4,054	105.6	14,226	104.0
5	3,929	96.7	18,084	102.7	3,702	94.2	17,384	96.1	4,592	124.0	18,816	108.2
6	4,234	104.3	22,316	103.0	3,980	94.0	21,364	95.7	4,673	117.4	23,489	109.9
7	4,373	106.5	26,689	103.5	4,018	91.9	25,382	95.1	4,405	109.6	27,893	109.9
8	3,909	96.8	30,599	102.6	4,113	105.2	29,495	96.4	4,642	112.9	32,537	110.3
9	4,167	103.1	34,765	102.7	5,297	127.1	34,793	100.1	5,942	112.2	38,478	110.6
10	3,713	101.8	38,482	102.6	2,372	63.9	37,166	96.6				
11	3,684	103.3	42,167	102.7	3,319	90.1	40,485	96.0				
12	4,617	98.9	46,784	102.3	4,358	94.4	44,842	95.8				

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。

表 5-1-2

ビール類の月別推定販売数量

[新ジャンル]

(単位：ビール大びん千箱, %)

月別	2021年				22年				23年(1~9月)			
	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比
1	8,309	93.3	8,309	93.3	7,326	88.2	7,326	88.2	6,813	93.0	6,813	93.0
2	11,132	95.5	19,441	94.6	9,984	89.7	17,310	89.0	8,920	89.3	15,733	90.9
3	11,991	93.4	31,433	94.1	11,055	92.2	28,365	90.2	10,029	90.7	25,762	90.8
4	12,804	87.7	44,237	92.2	11,559	90.3	39,924	90.3	9,543	82.6	35,305	88.4
5	11,778	78.0	56,014	88.8	10,653	90.4	50,577	90.3	9,570	89.8	44,873	88.7
6	12,942	85.7	68,961	88.2	12,130	93.7	62,707	90.9	10,212	84.2	55,085	87.8
7	13,518	93.7	82,473	89.0	12,003	88.8	74,708	90.6	10,709	89.2	65,796	88.1
8	12,297	76.4	94,774	87.2	12,113	98.5	86,823	91.6	11,731	96.8	77,525	89.3
9	12,235	67.3	107,007	84.3	16,069	131.3	102,893	96.2	13,499	84.0	91,024	88.5
10	10,984	126.5	117,992	87.0	6,931	63.1	109,823	93.1				
11	10,962	103.0	128,956	88.2	10,085	92.0	119,907	93.0				
12	13,226	96.3	142,181	88.9	12,256	92.7	132,163	93.0				

[総合計]

月別	2021年				22年				23年(1~9月)			
	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比	数量	前年比	累計	前年比
1	16,448	80.3	16,448	80.3	17,059	103.7	17,059	103.7	16,979	99.5	16,979	99.5
2	22,590	87.6	39,039	84.4	21,721	96.2	38,782	99.3	22,288	102.6	39,265	101.2
3	27,103	99.9	66,146	90.1	27,716	102.3	66,499	100.5	28,755	103.7	68,022	102.3
4	29,559	11.7	95,714	95.8	29,223	98.9	95,719	100.0	27,542	94.2	95,561	99.8
5	24,872	88.8	120,574	94.3	27,311	109.8	123,031	102.0	27,630	101.2	123,189	100.1
6	30,031	91.9	150,610	93.8	31,971	106.5	155,003	102.9	30,743	96.2	153,933	99.3
7	33,511	99.6	184,116	94.8	32,530	97.1	187,532	101.9	32,684	100.5	186,617	99.5
8	26,370	80.4	210,486	92.7	31,094	117.9	218,627	103.9	32,749	105.3	219,364	100.3
9	26,072	79.0	236,560	91.0	39,061	149.8	257,691	108.9	32,590	83.4	251,955	97.8
10	27,360	107.0	263,919	92.4	18,673	68.2	276,363	104.7				
11	28,999	107.7	292,924	93.7	26,640	91.9	303,002	103.4				
12	38,095	105.1	331,017	94.9	36,188	95.0	339,192	102.5				

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。

表 5-1-3

カテゴリー推定構成比推移

(単位：%)

	ビール						発泡酒						新ジャンル					
	2021年		22年		23年		2021年		22年		23年		2021年		22年		23年	
	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計	単月	累計
1月	32.6	32.6	41.7	41.7	45.6	45.6	16.9	16.9	15.4	15.4	14.3	14.3	50.5	50.5	42.9	42.9	40.1	40.1
2	35.4	34.3	38.4	39.8	45.9	45.8	15.3	15.9	15.6	15.5	14.1	14.2	49.3	49.8	46.0	44.6	40.0	40.1
3	41.4	37.2	46.3	42.5	49.1	47.2	14.4	15.3	13.8	14.8	16.0	15.0	44.2	47.5	39.9	42.7	34.9	37.9
4	43.0	39.0	47.3	44.0	50.6	48.2	13.7	14.8	13.1	14.3	14.7	14.9	43.3	46.2	39.6	41.7	34.6	36.9
5	36.8	38.5	47.4	44.8	48.7	48.3	15.8	15.0	13.6	14.1	16.6	15.3	47.4	46.5	39.0	41.1	34.6	36.4
6	42.8	39.4	49.6	45.8	51.6	49.0	14.1	14.8	12.4	13.8	15.2	15.3	43.1	45.8	37.9	40.5	33.2	35.8
7	46.6	40.7	50.8	46.6	53.8	49.8	13.0	14.5	12.4	13.5	13.5	14.9	40.3	44.8	36.9	39.8	32.8	35.3
8	38.5	40.4	47.8	46.8	50.0	49.8	14.8	14.5	13.2	13.5	14.2	14.8	46.6	45.0	39.0	39.7	35.8	35.3
9	37.1	40.1	45.3	46.6	40.3	48.6	16.0	14.7	13.6	13.5	18.2	15.3	46.9	45.2	41.1	39.9	41.4	36.1
10	46.3	40.7	50.2	46.8			13.6	14.6	12.7	13.4			40.1	44.7	37.1	39.7		
11	49.5	41.6	49.7	47.1			12.7	14.4	12.5	13.4			37.8	44.0	37.9	39.6		
12	53.2	42.9	54.1	47.8			12.1	14.1	12.0	13.2			34.7	43.0	33.9	39.0		

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。

る。ところが、主要銘柄別の販売状況を見ると、その上位の多くは、依然としてビール以外のエコノミー・カテゴリーで占められているのが現状だ。ビール大手各社は、23年10月を経て26年10月に完結するビール類酒税の一本化を見据え、今後もビールに傾注した施策を予定しているが、大手優良企業でさえ、コストプッシュインフレに実質賃金が追いついていない情勢下、生活者の防衛意識は高まる一方で、多少なりとも価格差が残るエコノミー・カテゴリーの存在感の先行きが注視されるところだ。