

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38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。ビール酒造組合の資料でも、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。一貫した消費拡大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北九州で登場、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。その影響でビール単体の95年出荷は6%減少、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り、続く23年、24年もそれぞれ6.7%、4.6%増えた。その背景には20年10月と23年10月に行われたビール酒税の減税と、それを見据えた各社のビールへの注力があった。

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%の減少となった。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、それ以上に低価格新ジャンルが台頭、急拡大しても、ビール単体で作り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が、23年以降は再び減少が続いている。

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(糖質オフ・ゼロ)以外の消費は漸減状態にある。ただ、23年3月から2年間は、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を背景に、2ケタの増勢に転じていた。

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ことになった。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年は78.8%、24年も78.1%と、コロナ前19年の年間缶構成比の75%に近づき、ほぼ以前の消費構造に戻っている。

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

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	2023年				24年				25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	7,744	108.9			9,338	120.6			10,092	108.1		
2	10,225	122.6	17,970	116.3	11,749	114.9	21,088	117.4	11,887	101.2	21,979	104.2
3	14,118	110.0	32,089	113.4	13,851	98.1	34,940	108.9	18,288	132.0	40,265	115.2
4	13,943	100.9	46,031	109.3	15,460	110.9	50,398	109.5	11,331	73.3	51,595	102.4
5	13,468	104.0	59,500	108.0	15,114	112.2	65,513	110.1	14,064	93.1	65,660	100.2
6	15,858	100.0	75,358	106.2	15,203	95.9	80,717	107.1	14,747	97.0	80,407	99.6
7	17,569	106.4	92,928	106.3	18,621	106.0	99,341	106.9	18,734	100.6	99,139	99.8
8	16,377	110.1	109,305	106.8	17,647	107.8	116,986	107.0	16,050	91.0	115,190	98.5
9	13,147	74.3	122,453	102.0	13,400	101.9	130,385	106.5	13,567	101.2	128,759	98.8
10	14,862	158.6	137,315	106.1	14,999	100.9	145,384	105.9	-	-	-	-
11	15,263	115.3	152,577	107.0	15,283	100.1	160,666	105.3	-	-	-	-
12	20,497	104.7	173,075	106.7	20,456	99.8	181,122	104.6	-	-	-	-

[発泡酒]

月別	2023年				24年				25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	2,420	92.3			3,180	131.4			3,450	108.5		
2	3,142	92.4	5,562	92.4	4,392	139.8	7,572	136.1	4,093	93.2	7,544	99.6
3	4,609	120.6	10,171	103.3	4,420	95.9	11,992	117.9	5,961	134.9	13,505	112.6
4	4,054	105.6	14,226	104.0	4,838	119.3	16,830	118.3	3,088	63.8	16,592	98.6
5	4,592	124.0	18,816	108.2	4,854	105.7	21,686	115.3	4,296	88.5	20,888	96.3
6	4,673	117.4	23,489	109.9	4,295	91.9	25,979	110.6	4,454	103.7	25,341	97.5
7	4,405	109.6	27,893	109.9	5,424	123.1	31,404	112.6	5,223	96.3	30,564	97.3
8	4,642	112.9	32,537	110.3	5,041	108.6	36,446	112.0	4,509	89.4	35,072	96.2
9	5,942	112.2	38,478	110.6	4,671	78.6	41,116	106.9	4,507	96.5	39,579	96.3
10	2,680	113.0	41,158	110.7	4,914	183.4	46,030	111.8	-	-	-	-
11	4,105	123.7	45,263	111.8	4,526	110.3	50,557	111.7	-	-	-	-
12	4,788	109.9	50,050	111.6	5,254	109.7	55,812	111.5	-	-	-	-

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。25年9月および1~9月は暫定値。

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	2023年				24年				25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	6,813	93.0			5,450	80.0			4,647	85.3		
2	8,920	89.3	15,733	90.9	7,272	81.5	12,722	80.9	6,944	95.5	11,592	91.1
3	10,029	90.7	25,762	90.8	7,308	72.9	20,028	77.7	10,504	143.7	22,096	110.3
4	9,543	82.6	35,305	88.4	7,850	82.3	27,880	79.0	3,713	47.3	25,809	92.6
5	9,570	89.8	44,873	88.7	7,808	81.6	35,687	79.5	5,986	76.7	31,795	89.1
6	10,212	84.2	55,085	87.8	7,705	75.5	43,392	78.8	6,871	89.2	38,665	89.1
7	10,709	89.2	65,796	88.1	8,458	79.0	51,850	78.8	7,794	92.1	46,462	89.6
8	11,731	96.8	77,525	89.3	7,926	67.6	59,777	77.1	6,627	83.6	53,088	88.8
9	13,499	84.0	91,024	88.5	7,333	54.3	67,111	73.7	6,825	93.1	59,913	89.3
10	4,615	66.6	95,640	87.1	7,340	159.0	74,450	77.8	-	-	-	-
11	7,558	74.9	103,198	86.1	7,103	94.0	81,552	79.0	-	-	-	-
12	9,263	75.6	112,461	85.1	8,138	87.9	89,689	79.8	-	-	-	-

[総合計]

月別	2023年				24年				25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	16,979	99.5			17,968	105.8			18,188	101.2		
2	22,288	102.6	39,265	101.2	23,415	105.1	41,383	105.4	22,925	97.9	41,113	99.3
3	28,755	103.7	68,022	102.3	25,580	89.0	66,962	98.4	34,753	135.9	75,866	113.3
4	27,542	94.2	95,561	99.8	28,148	102.2	95,109	99.5	18,130	64.4	93,996	98.8
5	27,630	101.2	123,189	100.1	27,775	100.5	122,886	99.8	24,346	87.7	118,342	96.3
6	30,743	96.2	153,933	99.3	27,202	88.5	150,087	97.5	26,072	95.8	144,414	96.2
7	32,684	100.5	186,617	99.5	32,505	99.5	182,593	97.8	31,751	97.7	176,165	96.5
8	32,749	105.3	219,364	100.3	30,615	93.5	213,209	97.2	27,187	88.8	203,352	95.4
9	32,590	83.4	251,955	97.8	25,405	78.0	238,613	94.7	24,900	98.0	228,251	95.7
10	22,158	118.7	274,113	99.2	27,252	123.0	265,864	97.0	-	-	-	-
11	26,927	101.1	301,040	99.4	26,911	99.9	292,774	97.3	-	-	-	-
12	34,549	95.5	335,586	98.9	33,848	98.0	326,622	97.3	-	-	-	-

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。25年9月および1~9月は暫定値。

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					
	2023年		24年		25年		2023年		24年		25年		2023年		24年		25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	45.6	52.0	55.5		14.3		17.7		19.0		40.1		30.3		25.5			
2	45.9	45.8	50.2	51.0	51.9	53.5	14.1	14.2	18.8	18.3	17.9	18.3	40.0	40.1	31.1	30.7	30.3	28.2
3	49.1	47.2	54.1	52.2	52.6	53.1	16.0	15.0	17.3	17.9	17.2	17.8	34.9	37.9	28.6	29.9	30.2	29.1
4	50.6	48.2	54.9	53.0	62.5	54.9	14.7	14.9	17.2	17.7	17.0	17.7	34.6	36.9	27.9	29.3	20.5	27.5
5	48.7	48.3	54.4	53.3	57.8	55.5	16.6	15.3	17.5	17.6	17.6	17.7	34.6	36.4	28.1	29.0	24.6	26.9
6	51.6	49.0	55.9	53.8	56.6	55.7	15.2	15.3	15.8	17.3	17.1	17.5	33.2	35.8	28.3	28.9	26.4	26.8
7	53.8	49.8	57.3	54.4	59.0	56.3	13.5	14.9	16.7	17.2	16.4	17.3	32.8	35.3	26.0	28.4	24.5	26.4
8	50.0	49.8	57.6	54.9	59.0	56.6	14.2	14.8	16.5	17.1	16.6	17.2	35.8	35.3	25.9	28.0	24.4	26.1
9	40.3	48.6	52.7	54.6	54.5	56.4	18.2	15.3	18.4	17.2	18.1	17.3	41.4	36.1	28.9	28.1	27.4	26.2
10	67.1	50.1	55.0	54.7			12.1	15.0	18.0	17.3			20.8	34.9	26.9	28.0		
11	56.7	50.7	56.8	54.9			15.2	15.0	16.8	17.3			28.1	34.3	26.4	27.9		
12	59.3	51.6	60.4	55.5			13.9	14.9	15.5	17.1			26.8	33.5	24.0	27.5		

注) 日刊経済通信社の推定値(販売ベース)。大手4社計。25年9月、1～9月は暫定値。

降だった。

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。23年10月の減税も追い風となり、23年は106.7%、24年も104.6%と販売を伸ばしている。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、ビール系エコノミーよりも安価なRTDとの併飲や消費移行も増えていることから、その行方は安泰ではない。

また、26年10月の酒税改定に向け、スタンダードビールとプレミアムビールとの中間価格帯のビールが上市されたり、基幹銘柄の旧新ジャンルからビールへの規格変更が予定されたり、ビール酒税一本化による新たな価格帯の構築も注視される所だ。

表 5-1-4 ビール類の上位銘柄販売状況(300万箱超)

日刊経済通信社調(単位:ビール大びん千箱,%)

順位	2023年			24年			25年(1~6月)		
	銘柄	販売量	前年比	銘柄	販売量	前年比	銘柄	販売量	前年比
1	アサヒSD	71,312	103.5	アサヒSD	70,730	99.2	アサヒSD	29,765	96.7
2	一番搾り	23,986	105.9	一番搾り	24,408	101.8	一番搾り	10,910	99.3
3	金麦◎	19,346	100.9	金麦◎	17,503	90.5	金麦◎	7,985	96.9
4	のどごし生◎	17,097	88.1	黒ラベル	16,756	108.9	黒ラベル	7,914	104.1
5	黒ラベル	15,387	111.9	のどごし生◎	14,518	84.9	のどごし生◎	6,122	88.7
6	本麒麟◎	15,340	90.4	本麒麟◎	13,569	88.5	本麒麟◎	5,882	87.0
7	クリアアサヒ◎	14,174	98.9	クリアアサヒ◎	12,457	87.9	クリアアサヒ◎	5,472	91.8
8	スタイルフリー※	12,190	97.7	スタイルフリー※	12,085	99.1	スタイルフリー※	5,425	95.8
9	淡麗グリーン※	11,532	92.4	淡麗グリーン※	10,767	93.4	淡麗グリーン※	4,787	92.4
10	PMモルツ	9,635	112.8	PMモルツ	9,582	99.5	金麦75%オフ◎	4,318	96.0
11	金麦75%オフ◎	9,504	98.8	金麦75%オフ◎	9,427	99.2	淡麗プラチナW◎	4,203	96.1
12	淡麗プラチナW◎	9,153	100.5	淡麗プラチナW◎	9,215	100.7	プレモル	4,048	94.6
13	淡麗極上生※	6,489	88.2	サントリー生	6,261	157.0	サントリー生	3,087	123.5
14	GOLD STAR◎	5,421	91.5	キリン晴れ風	5,756	新製品	キリン晴れ風	2,351	83.7
15	キリンラガー	5,144	98.8	淡麗極上生※	5,568	85.8	淡麗極上生※	2,256	83.4
16	アサヒ生ビール	5,002	82.2	エビス	5,040	101.9	キリンラガー	2,095	92.7
17	エビス	4,946	99.8	キリンラガー	4,846	94.2	アサヒ生ビール	2,023	92.9
18	ザ・リッチ◎	4,171	71.2	GOLD STAR◎	4,726	87.2	エビス	2,017	99.4
19	サントリー生ビール	3,979	新製品	アサヒ生ビール	4,699	93.9	GOLD STAR◎	1,909	78.7
20	IS糖質ゼロ	3,933	93.8	IS糖質ゼロ	4,087	103.9	PSB	1,765	118.7
21	金麦ザ・ラガー◎	3,579	80.6	PM香るエール	3,003	96.5	IS糖質ゼロ	1,690	90.7
22	PM香るエール	3,110	111.7				PM香るエール	1,369	98.0
23	PSB	3,066	103.2				クラシック	1,229	104.6
24							金麦ザ・ラガー	1,224	95.5
25							サッポロラガー	1,178	115.7
計	総合計	335,590	99.0		326,622	97.3		144,414	96.2

注) 1. 年度は1~12月。2. ※は発泡酒, ◎は旧新ジャンル。2. 23, 24年は300万箱超の銘柄。25年1~6月は100万箱超の銘柄。3. 合計値はビール+発泡酒+新ジャンルの推定販売数量。ともに4社計。4. 銘柄の略称は次の通り。アサヒSD=アサヒスーパードライ, 淡麗極上生=麒麟淡麗極上(生), 一番搾り=キリン一番搾り(生)ビール, 黒ラベル=サッポロ生ビール黒ラベル, 淡麗グリーン=キリン淡麗グリーンラベル, のどごし生=キリンのどごし(生), 金麦=サントリー金麦, PMモルツ=サントリー・ザ・プレミアム・モルツ, スタイルフリー=アサヒスタイルフリー, 金麦75%オフ=サントリー金麦<糖質75%オフ>, IS糖質ゼロ=キリン一番搾り<糖質ゼロ>, PSB=パーフェクトサントリービール(糖質ゼロ), 淡麗プラチナW=キリン淡麗プラチナダブル, GOLD STAR=サッポロGOLD STAR, エビス=エビス(サッポロ), サントリー生=サントリー生ビール, 金麦ザ・ラガー=サントリー金麦ザ・ラガー, 麦とホップ=サッポロ麦とホップ, PM香るエール=サントリーザ・プレミアム・モルツ<ジャパニーズエール>香るエール, ザ・リッチ=アサヒザ・リッチ, クラシック=サッポロクラシック, サッポロラガー=サッポロラガービール(赤星)。

表 5-1-5

ビール類のタイプ別推定販売数量

日刊経済通信社調(単位:ビール大びん千箱, %)

ビール	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
レギュラー	113,255	65.4	114,659	63.3	101.2
麦芽100%	53,662	31.0	61,049	33.7	113.8
ライトタイプ	0	0.0	0	0.0	0.0
黒・スタウト他	1,637	0.9	1,161	0.6	70.9
外国銘柄	998	0.6	889	0.5	89.0
その他(生)	1,295	0.7	774	0.4	59.8
その他	2,228	1.3	2,590	1.4	116.3
総合計	173,075	100.0	181,122	100.0	104.6
当年新製品	8,690	5.0	7,619	4.2	87.7
季節限定	1,809	1.0	1,614	0.9	89.3
地域限定	3,180	1.8	3,374	1.9	106.1
総合計	173,075	100.0	181,122	100.0	104.6
発・新計	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
レギュラー	99,360	61.1	85,509	58.8	86.1
付加価値型	62,903	38.7	59,795	41.1	95.1
エコノミー	248	0.2	197	0.1	79.4
総合計	162,511	100.0	145,501	100.0	89.5
当年新製品	373	0.2	641	0.4	171.8
季節限定	561	0.3	201	0.1	35.7
地域限定	27	0.0	0	0.0	0.0
総合計	162,511	100.0	145,501	100.0	89.5

注) 1. 年度は1～12月 2. 大手4社の販売ベース 3. ビールのレギュラーは、アサヒスーパードライ、キリンラガー、サッポロ黒ラベルなど。エコノミーは発泡酒と旧新ジャンルの計 4. 機能系は、糖質オフ・ゼロなど。

表 5-1-6 (A)

ビール類の容器別推定販売数量

日刊経済通信社調(単位:ビール大びん千箱, %)

ビール	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
大瓶 R	4,861	2.8	4,689	2.6	96.5
中瓶 R	11,274	6.5	11,643	6	103.3
小瓶 R	1,163	0.7	1,173	0.6	100.9
その他瓶	397	0.2	335	0.2	84.2
瓶計	17,695	10.2	17,840	9.8	100.8
缶・350	72,586	41.9	77,704	42.9	107.1
缶・500	30,350	17.5	32,510	17.9	107.1
その他缶	1,637	0.9	1,742	1.0	106.4
缶計	104,573	60.4	111,956	61.8	107.1
家庭用樽	0	0.0	0	0.0	
業務用樽	50,807	29.4	51,326	28.3	101.0
総合計	173,075	100.0	181,122	100.0	104.6
発泡酒	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
大瓶 R	7	0.0	0	0.0	0.0
中瓶 R	0	0.0	0	0.0	
小瓶 R	0	0.0	0	0.0	
その他瓶	0	0.0	0	0.0	
瓶計	7	0.0	0	0.0	0.0
缶・350	30,448	60.8	34,455	61.7	113.2
缶・500	19,119	38.2	20,676	37.0	108.1
その他缶	116	0.2	358	0.6	308.5
缶計	49,683	99.3	55,489	99.4	111.7
家庭用樽	0	0.0	0	0.0	
業務用樽	360	0.7	324	0.6	89.9
総合計	50,050	100.0	55,813	100.0	111.5

表 5-1-6 (B)

ビール類の容器別出荷状況

日刊経済通信社調(単位:ビール大びん千箱, %)

旧新ジャンル	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
大瓶R	0	0.0	0	0.0	
中瓶R	0	0.0	0	0.0	
小瓶R	0	0.0	0	0.0	
その他瓶	0	0.0	0	0.0	
瓶計	0	0.0	0	0.0	
缶・350	78,013	69.4	62,768	70.0	80.5
缶・500	31,469	28.0	24,388	27.2	77.5
その他缶	724	0.6	609	0.7	84.0
缶計	110,206	98.0	87,766	97.9	79.6
家庭用樽	0	0.0	0	0.0	
業務用樽	2,255	2.0	1,939	2.2	86.0
総合計	112,461	100.0	89,689	100.0	79.8
総合計	2023年		24年		
	出荷量	構成比	出荷量	構成比	前年比
大瓶R	4,868	1.5	4,689	1.4	96.3
中瓶R	11,274	3.4	11,643	3.6	103.3
小瓶R	1,163	0.3	1,173	0.4	100.9
その他瓶	397	0.1	335	0.1	84.2
瓶計	17,702	5.3	17,840	5.5	100.8
缶・350	181,047	53.9	174,928	53.6	96.6
缶・500	80,938	24.1	77,574	23.8	95.8
その他缶	2,477	0.7	2,709	0.8	109.4
缶計	264,462	78.8	255,211	78.1	96.5
家庭用樽	0	0.0	0	0.0	
業務用樽	53,422	15.9	53,589	16.4	100.3
総合計	335,586	100.0	326,624	100.0	97.3

注) 1. 年度は1～12月 2. 大手4社の販売ベース 3. 総合計はビール+発泡酒+新ジャンル 4. Rはリターナブル。