

家計における酒類の年間購入額の推移と今後について

主任研究員 古江晋也

新型コロナの感染拡大に伴い、家計(2人以上の世帯)では酒類の購入額が大幅に伸びた。その理由は、政府や地方自治体などが居酒屋などに休業や営業時間の短縮などを要請したことで家飲み需要が高まったからである。しかし今後は酒税改正(平成29年度改正)を受け、2023年10月と26年10月にビール等の税率変更が予定されていることを踏まえると、家計における酒類の購入額に変化が生じると考えられる。

1 家計の酒類購入額の推移

家計の酒類の年間購入額(以下、購入額)は、2000年に4万9,994円であったが、その後はほぼ右肩下がり減少した。しかし、新型コロナが猛威を振るうようになった20年からは、家飲み需要が高まり、購入額が増加した(第1図)。

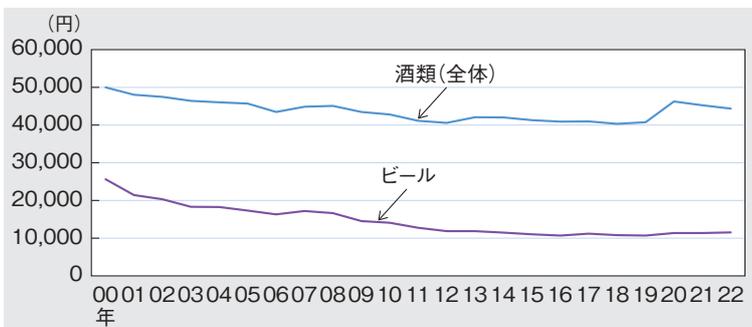
品目別に購入額の推移(第1図、第2図)をみると、ビールと清酒が大幅に減少する一方、デフレ下のなか、発泡酒・ビール風アルコール飲料やチューハイ・カクテル(以下、チューハイ等)が大幅に増加している。発泡酒は94年、ビール風アルコール飲料(以下、新ジャンル)

は04年に業界で初めて販売され、08年には新ジャンルが累計課税数量で発泡酒を上回った。

チューハイ等は、相対的に価格が低いことに加え、アルコール度数の高い商品が人気となっていることもあり、安く酔えると購入額が大幅に増加した。

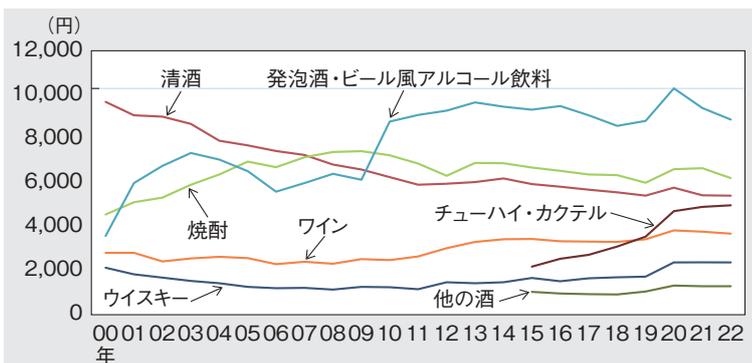
ワインは07年にチリと締結した日チリ経済連携協定、14年にオーストラリアと締結した日豪経済連携協定などが追い風となり、低価格品を中心に購入額が増加している。ウイスキーは2000年半ばまで購入額が減少傾向にあったが、08年にハイボール人気の高まりなどから増加するよう

第1図 酒類の購入額の推移①



資料 総務省「家計調査」

第2図 酒類の購入額の推移②



資料 総務省「家計調査」

になった。

なお、家計における外食の飲酒代は20年にコロナ禍の影響を受け、大幅に落ち込んだ。22年は増加に転じたが、新型コロナの感染拡大前まで回復するには時間がかかると思われる。

2 酒税改正と今後の品目別購入額への影響

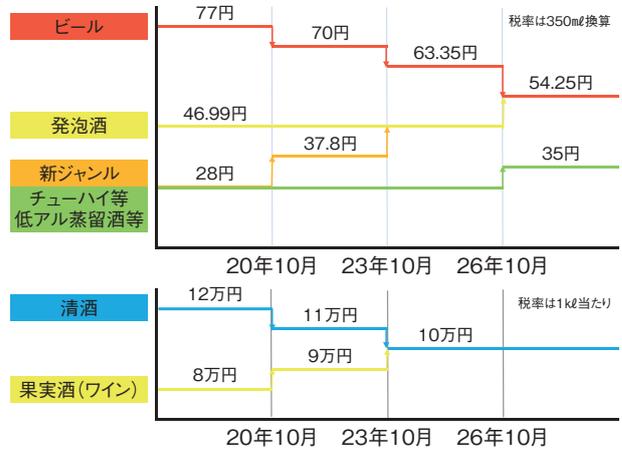
新型コロナが23年5月、感染症法の位置づけが季節性インフルエンザと同等となったことで我々の生活も大きな転換点を迎えることになった。今後は外食や飲酒代の支出額は徐々に回復基調に向かうと思われる。

ただその一方で、①在宅勤務やリモートワーク、フレックスタイム制といった働き方が広く浸透するようになったこと、②相次ぐ物価高が家計を圧迫するなか、消費を抑制するインセンティブが高まっていることなどから、家飲み需要が高まることも考えられる。

また品目別に目を向けると、実質賃金が伸び悩んだ場合は、引き続き低価格の酒類の購入額が堅調に推移するであろう。ただ酒税改正(平成29年度改正)を受け、23年10月にはビールの税率の引下げと新ジャンルの税率の引上げ(発泡酒と新ジャンルの税率の一本化)、26年10月にはビール、発泡酒、新ジャンルの税率の一本化が予定されている(第3図)。そのため今後は、ビールの購入額の増加と発泡酒・ビール風アルコール飲料の購入額の大幅な減少が予想される。

一方、チューハイ等は26年10月に税率の引上げが予定されているが、新ジャンルよりも税率が低いことから、新ジャンルの愛飲者の

第3図 酒税改正(平成29年度改正)による税率の変化



資料 財務省ウェブサイト「酒税に関する資料」の図を一部修正

需要を取り込むことが考えられ、チューハイ等の購入額は増加していくと思われる。

清酒やワインなどの税率も23年10月に一本化することが予定され、清酒の税率が引き下げられる一方、ワインの税率は引き上げられる。ただ、ワインの価格は酒税改正以外にも、外国為替市場の動向や物流費などによって大きく左右される面がある。経済金融情勢に大きな変更がなければ、購入額は伸び悩むと思われる。

なお、家計における酒類の購入額は、この23年間で11%減少している。背景には世帯人員の減少や所得の減少などさまざまな要因があるが、若年層を中心とした「酒離れ」という指摘もある。さらに健康志向の高まりなどからノンアルコール飲料の市場は年々拡大しているといわれている。ノンアルコール飲料の動向が将来的に酒類の購入額にどのような影響を与えるかにも注目が集まる。

(ふるえ しんや)