

## 「ビール」「発泡酒」「新ジャンル商品」の 飲用動向と税金に関する調査結果のお知らせ

ビール酒造組合ならびに発泡酒の税制を考える会では、今年度の「ビール」「発泡酒」「新ジャンル商品」の飲用動向と税金に関する調査を実施し（2002年より毎年実施）、調査報告書を作成いたしました。

ビール酒造組合ならびに発泡酒の税制を考える会では、本調査が報道関係の皆さまのお役に立つことができれば幸いと存じます。

調査結果の詳細は、別添の調査報告書をご参照ください。

<主な調査結果>（月1回以上お酒を飲む人 1,200人対象）

- 家庭でビール系飲料を飲んでいる割合は、「ビール」（56.6%）、「発泡酒」（23.9%）、「新ジャンル」（27.3%）でした。

ビールを飲む理由としては「おいしいから」（77.0%）、「品質がよいから」（24.7%）といった、“味”に関わる理由がトップ2を占めています。発泡酒、新ジャンルでは50%以上の人が「おいしいから」を理由に挙げていますが、それ以上に「価格が手ごろだから」がトップの理由（発泡酒61.3%、新ジャンル71.3%）で、価格面が最大の飲用理由となっています。

1年前に比べて、家庭でビール系飲料を飲む機会は増えたかどうかを聞いたところ、ビール、発泡酒、新ジャンルとも7割程度の方は「変わらない」と答えました。一方「増えた」と答えた人は15～17%台で、家庭で過ごす時間が増えたことが一番の理由です。発泡酒及び新ジャンルにおいては、価格面の理由（手頃と感じる、以前より安くなった等）も多くなっています。新ジャンルにおいては、気に入った商品を見つけたという理由も多くあります。「減った」と答えた人は1割強で、価格面や経済的理由が多く、健康を意識して減らす人も一定数います。

なお、外食でビール系飲料を飲んでいる人の割合は55.6%で、1年前に比べて、外食でビール系飲料を飲む量は増えたかどうかを聞くと、8割弱（77.2%）は「変わらない」と答えました。「増えた」（9.0%）、「減った」（13.9%）はいずれも1割前後で、ライフスタイルの変化が大きな理由となっています。

- ビール《飲用者》は、仮にビール350ml 6缶の販売価格が100円程度安くなると、18.1%が飲む量が「増える」と回答しました。一方、新ジャンル《飲用者》は、新ジャンル350ml 6缶が100円程度高くなると、27.7%が飲む量が「減る」と回答しており、かわりにどのお酒を飲むか聞いたところ、16.5%が「他のお酒の量は増えない」、つまり飲酒量自体が減ると答えています。

ビール系飲料については、消費者は販売価格の変動に対し、敏感に反応します。販売価格が高くなると、消費者の生活防衛意識が働き、消費が停滞することが懸念されます。

- 平成29年度税制改正により、ビール・発泡酒・新ジャンル商品の酒税率は段階的に見直され、2026年10月に1ℓあたり155,000円に統一されることになっています。その時点のビール・発泡酒の税負担（酒税+消費税）が小売価格の34%程度\*と想定されることに対し、「高い」（57.6%）とする意見は6割近くに達しており、「適正」（10.5%）や「安い」（4.9%）といった意見を大きく上回りました。

※消費税10%の場合  
以上

本調査に関するお問い合わせ

ビール酒造組合 TEL：03-3561-8386

発泡酒の税制を考える会 TEL：03-5159-9866