

酒文化研究所

NEWS LETTER

第77号 2019年5月25日

【市場予測】

2019年下半期の酒類市場 ビール急上昇の予感

ー ラグビーW杯日本大会・消費増税・ご即位披露パレード

「令和」の時代が始まって間もなくひと月が経ちます。スタートのゴールデンウィークは10連休、ご即位の祝賀ムードもあって酒類消費は好調だったと伝えられます。特に「令和」や「慶祝」に関連した商品は予想を上回る売れ行きでした。また、長期休暇でのんびり過ごす人が多かったからでしょうかプレミアムビールも盛り上がったようです。

酒類の消費は、昨年の秋以降、ウイスキーと缶入りチューハイは好調なものの、他の酒類はなかなか前年を上回ることができませんでした。今年後半は、ラグビーW杯日本大会（9月～11月）、消費税増税（10月）、ご即位パレード（10月22日）など、大きな行事が続きます。今回は酒類消費がゴールデンウィークでの盛り上がり、後半戦につなげられるのかを大胆に予想してみます。



連休は慶祝パッケージ商品が好評で、店頭をにぎわせた

【お問い合わせ】 本資料に関するお問い合わせは下記まで。

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-3-14CM ビル

株式会社酒文化研究所（代表 狩野卓也）<http://www.sakebunka.co.jp/>

TEL03-3865-3010 FAX03-3865-3015

担当：山田聡昭（やまだ としあき）Eメール：yamada@sakebunka.co.jp

■ 増える余暇時間 プレミアムビールが伸長

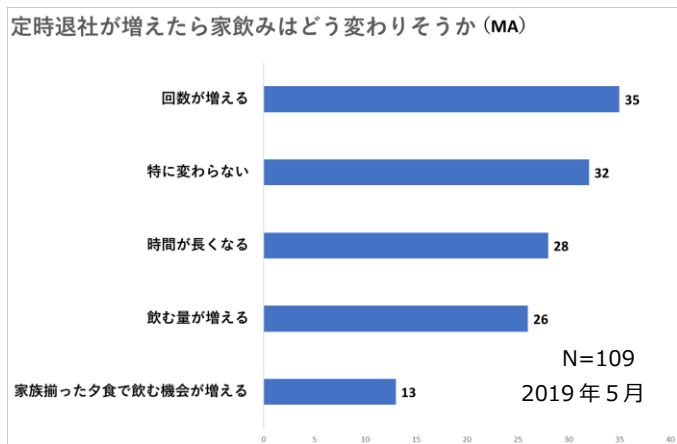
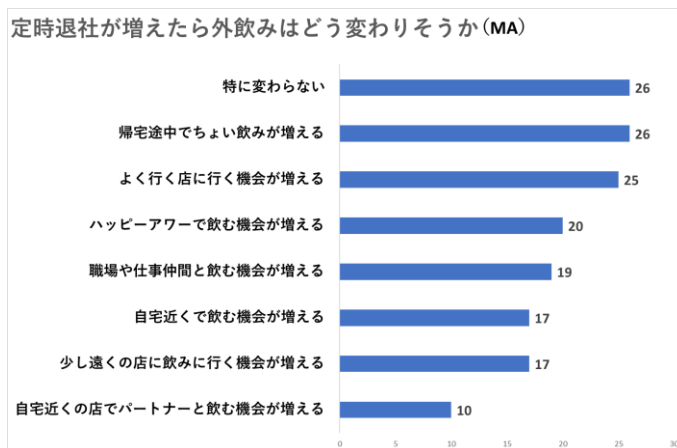
今年の後半予定されている大きな出来事を確認します。夏場は7月に参議院選挙、8月は東京オリンピック・パラリンピックまで1年となり、その話題が次々に出てきます。また、去年は気温

2019年の後半のカレンダー			
	6・7・8月	9月	10月
行事	参院選（7月） 東京オリンピック・パラリンピック1年（8月） 去年は酷暑と豪雨	ラグビーW杯日本大会（9/20～11/2）	消費税増税 Cash less化促進 ご即位祝賀パレード（10/22）
影響や課題	・選挙中は宴会減 ・暑さ対策 ・定時退社対応（働き方改革）	・英語圏から多数来日&長期滞在 ・ビール好き ・日本の酒に関心	・イベント消費 ・QR決済対応

が40℃を超える地区が出るほどの酷暑でしたが、今年は平年並みと予想されています。酒類消費が盛り上がるようなイベントはなく、地道な提案活動が必要になってきます。

昨年と異なるのは4月に働き方改革法が施行され、残業を減らしたり休暇の取得を促したりする方向に動き始めたことです。定時退社が増え、夏休みは従来よりも長期化すると予想されます。では、こうして余暇時間が増えると酒類の消費はどのように変わるのでしょうか。弊社が毎月実施しているアンケート調査「酒飲みのミカタ」で、定時退社が増えると酒の飲み方がどう変わりそうかを質問してみました。すると昨年よりも定時退社が増えたという方が3割にのぼり、定時退社が増えた場合の外飲みの変化では、「帰宅途中のちよい飲みが増える」「よく行く店に行く回数が増える」「ハッピーアワーで飲む機会が増える」がほぼ同率で上位を占めました。夏場の料飲店の利用の増加はビールの増加に直結します。

また、家飲みでの変化については「回数が増える」「時間が長くなる」「飲む量が増える」との回答がそれぞれ3割前後あり、増加は確実です。余暇時間が増え、ゆっくり



飲める環境が整うことで予想される変化は、週末などくつろいだ時に選択されることの多いプレミアムビールの増加です。食事に合わせて楽しむ清酒やワイン、食後にも楽しめるウイスキーや手作りカクテルが食卓に登場する機会も増えるでしょう。働き方改革が浸透するにつれて、増えた余暇をどのように豊かに過ごせるかを「見える化」することが、酒類に限らず、消費活性化のポイントになるのではないのでしょうか。

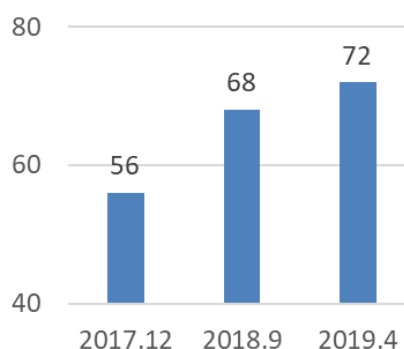
■ラグビーW杯日本大会でビールは急増

秋からは酒類の需要を活性化させる出来事が続きます。最初はラグビーW杯日本大会です。この大会は9月20日に開幕し、11月2日の決勝戦まで日本各地で試合が行われます。国内での認知率もじわじわと高まり、4月時点で72%となりました。大会は日本代表が活躍すればするほど盛り上がり、決勝トーナメントに進めば日本中でラグビーフィーバーが巻き起こるでしょう。

また、インバウンド需要として大量のビールの消費が見込まれています。大会期間中に約40万人が来日すると試算されており、訪日客の特徴は英語圏の方が多く、複数の試合を観戦する長期滞在型が多いこと、そしてビールをよく飲むことと言われます。ビールの消費については大会の実行委員会が、試合開催地へ赴いて、試合会場周辺の飲食店や試合会場内でビールを潤沢に供給するように注意を促す例もあるほどです。右表は今大会に出場する強豪国の一人当たりビール消費量です。もっとも多いアイルランドは日本の2.4倍もあり、他の国も1.6~1.7倍あります。試合をスポーツバーなどで観戦する方も少なくなく、ビールの消費量が底上げされるのは間違いありません。

また、清酒、日本ワイン、本格焼酎など日本産の酒類のトライアルも発生します。これらは輸出に熱心に取り組んでいますが、インバウンド対応は国内での輸出促進活動でもあります。お土産も相当量あると見込ま

■ラグビーW杯日本大会の認知率



出所：ラグビーワールドカップ2019組織委員会

■ラグビー国別ランキング（2019年5月）とビールの消費量

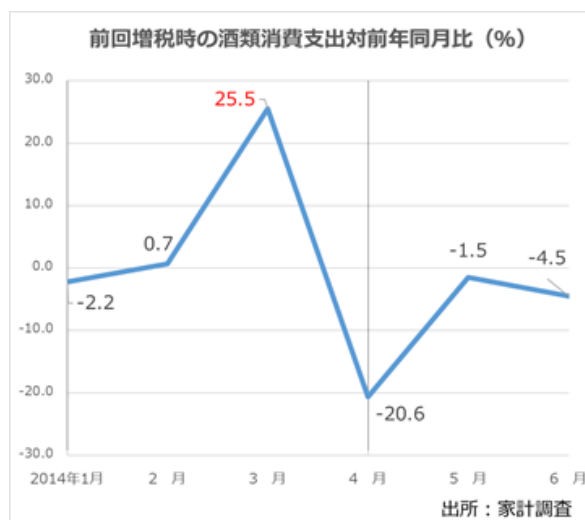
順位	国名	一人当たりビール消費量 (2015年)		公用語
		総量	対日本比	
1位	NZ	67.6	1.6	英語ほか
2位	ウェールズ	67.7 (英国)	1.6	英語
3位	アイルランド	98.2	2.4	英語
4位	イングランド	67.7 (英国)	1.6	英語
5位	南アフリカ	不明	*	英語ほか
6位	オーストラリア	71.4	1.7	80%は英語
7位	スコットランド	67.7 (英国)	1.6	英語
11位	日本	41.4	1.0	日本語

出所：ラグビー・リパブリック/キリンビール

れ、ラグビーW杯は酒類市場を活性化すると考えられます。

■消費増税前の高額消費

酒類は保存がきくため、価格が引き上げられる直前に常にかいだめが発生します。10月に消費税が引き上げられるため、9月通常の何割増しかの物量が月末に集中して動きます。前回の消費増税では（2014年4月、消費税が5%から8%に引き上げられた）、3月の酒類消費支出が前年同月比125%に跳ね上がり、反動で翌月は20%のマイナスとなりました。



注意したいのは今回の増税が10月であることです。すぐ後にパーティやギフトの多い年末が控えており、増税前にクリスマス用のシャンパンやご即位の祝賀パレードを祝う酒など、高額な商品が動きやすい環境があります。メーカーや流通のプロモーションにもよりますが、これまでの仮需と異なりプレミアムな商品にも目立つ動きがあると予想されます。

■即位の儀 祝賀パレードでお祝いモード全開

消費税が引き上げられた後は景気が落ち込むことが多いのですが、今回は10月22日が祝日となりご即位の披露パレードが予定されています。火曜日なので飛び石の三連休、休暇をとって四連休にする方も少なくないのではないのでしょうか。さらにその前週は体育の日の三連休です。改元の祝賀モードに湧いたゴールデンウィークに近い動きがあると予想されます。即位を祝うハレの消費が盛り上がり、プレミアムビール、祝賀イメージの清酒、華やかなスパークリングワインなどがよく売れると予測できます。



平成の祝賀行列の儀 出所：宮内庁ホームページ

このように見てきて、下半期の酒類市場はビールを中心にプレミアム商品が活況を呈すると考えます。■



5月は改元を祝う令和ラベルが好評だった