

酒類への支出

・ 家計調査（二人以上の世帯）結果より ・

近年、様々なお酒が流通しており、消費者の選択肢も幅広くなっています。今回は、酒類への支出について、家計調査結果からみてみましょう。

酒類への支出動向の変化

1世帯当たりの支出金額について、平成12年を100とした指数の推移をみると、酒類^(注1)全体はやや減少傾向にあるなか、ビールはより大きく減少しています。それに対し、発泡酒及び他の酒は増加傾向にあります。発泡酒が市場に出揃った13年以降、発泡酒は高い水準で推移していました。その後、いわゆる第3のビール^(注2)が市場に出始めた16年以降は減少したものの、19年は再び増加しています（図1）。

（注1）酒類とは、ビール、発泡酒、焼酎、清酒、ぶどう酒、ウイスキー及び他の酒の合計である。

（注2）家計調査では、他の酒に分類される。

地方にみられる嗜好の違い

次に、平成19年の消費支出に占める酒類への支出金額の割合を地方別にみると、酒類全体では東北地方が最も高くなっています。さらに、品目ごとに割合をみると、ビールは北海道地方、発泡酒は沖縄地方、焼酎は九州地方、清酒及び他の酒は北陸地方、ぶどう酒及びウイスキーは東北地方がそれぞれ最も高くなっています（図2）。

季節でみられる購入用途の差

最後に、酒類への支出を購入用途別（世帯内での消費のために購入するか、贈答品として世帯外の人のために購入するか）でみると、世帯内、世帯外どちらの消費も年間を通して12月が最も多くなっています。これは、歳暮や催事が多いためとみられます。続いて7、8月は、中元や暑さなどから消費が多いものの、世帯内は、他月に比べそれほど多くありません。また2月は世帯内外を合わせた消費が最も少なくなっています（図3）。

図1 酒類、ビール、発泡酒及び他の酒の支出金額指数の推移

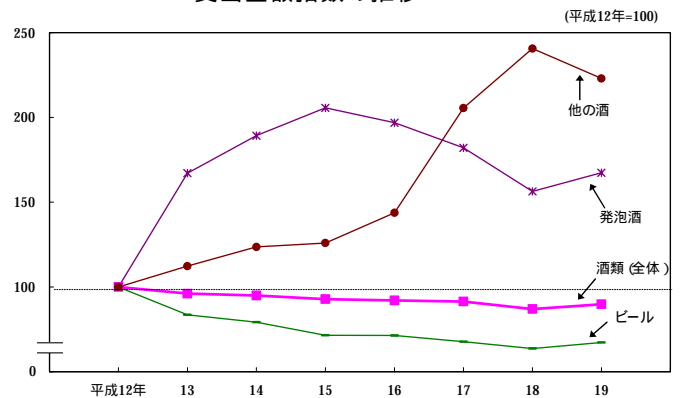


図2 地方別消費支出に占める酒類の割合（平成19年）

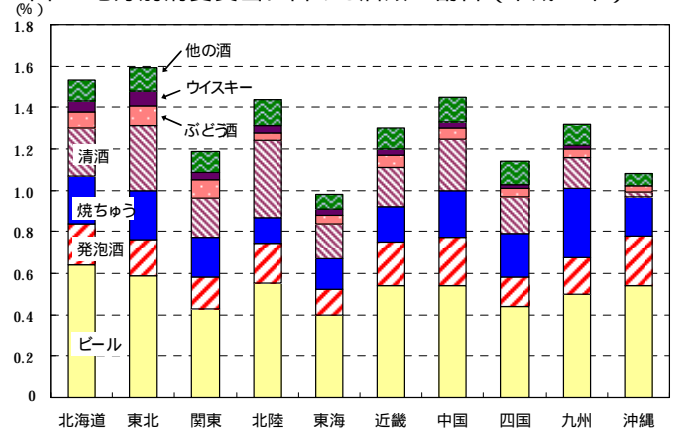


図3 酒類の世帯内外別月別支出金額の推移（平成17～19年平均）

