報道関係各位

2026 年 9 月 1 日
ビール酒造組合
発泡酒の税制を考える会

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」が 60.3%で、週平均 4.3 缶、「発泡酒・新ジャンル」は 35.1%で、週平均 4.7 缶でした。家庭でお酒に使う 1 カ月の平均金額は 5,312 円で、前回（5,459 円）より 147 円減少しました。1 カ月のトータルの飲酒量でも、昨年と比べて「減った」と答えた人がビール 13.3%、発泡酒 15.7%、新ジャンル 11.9%で、飲酒行動の変化が見られます。

■ ビールを飲む理由は「おいしいから」（76.7%）が最も多い一方、発泡酒・新ジャンルでは「価格が手ごろだから」（64.1%）が最多で、発泡酒・新ジャンルは価格面が最大の選択理由となっています。

■ ビール 350ml 6 缶パックの販売価格が 60 円程度高くなると、飲む量は「減る」と回答した人は 18.3%でした。中でも、飲酒頻度が週 1～4 回のミドルユーザーや月 1 回～3 回のライトユーザーは、20%以上の人が飲む量が「減る」と回答しています。発泡酒・新ジャンルでも、350ml 6 缶パックが 60 円程度高くなると、20.8%が飲む量は「減る」と回答し、飲酒頻度が週 1～4 回のミドルユーザーは約 4 人に 1 人（24.3%）が「減る」と回答し、いずれも価格が上がることによる影響が出ることがわかりました。消費者はビール系飲料の販売価格の変動に対しても、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、消費の停滞が懸念されます。

ビール、発泡酒、新ジャンルの商品にかかる税金について自由に記載いただいたところ「既に税率が高いのでこれ以上増税するのは違う」（20 代男性）、「値段が上がると、お酒は止めようと思う」（60 代女性）、「庶民の楽しみを奪わないでほしい」（70 代女性）などの意見がみられました。

■ 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、本年 10 月に 1 kℓあたり 155,000 円に統一されます。その時点のビール・発泡酒・新ジャンル商品の税負担（酒税＋消費税）が小売価格の 33%程度※と想定されることに対し、約 6 割が「高い」（57.2%）と回答し、「安い」（4.7%）、「適正」（14.5%）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