

第32回価格.comリサーチ

『ビール、発泡酒、第三のビール—この夏飲みたいのは?—』結果

**購入時の重視点、ビールは「味」、第三のビールは味より「価格」
不況の影響!? 家飲み派が47%も増加
若者の酒離れ。飲まない理由1位は「飲めるが好きではない」**

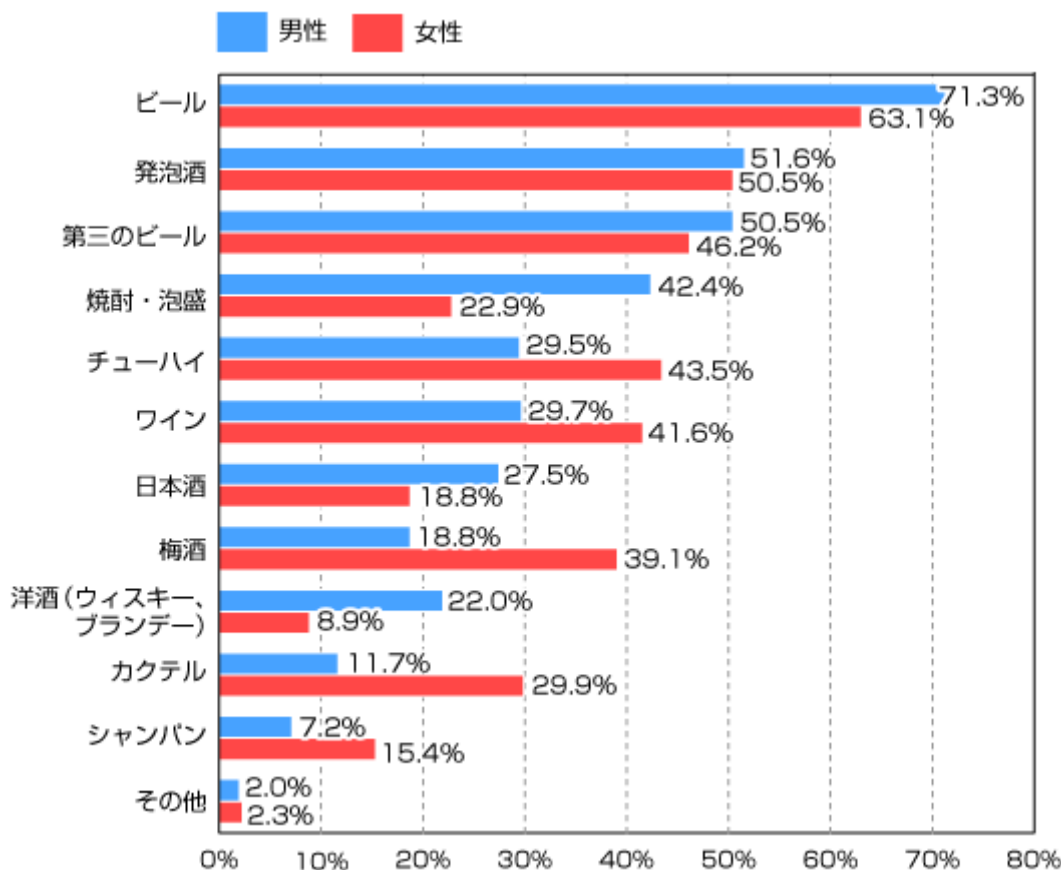
株式会社カカコムが運営する購買支援サイト「価格.com (<http://kakaku.com/>)」が実施したユーザーへの意識調査「価格.comリサーチ」より、第32回調査『ビール、発泡酒、第三のビール—この夏飲みたいのは?—』から、結果を一部抜粋し、ご案内します。新ジャンルのビール系飲料へのシフトが顕著になる中、消費者がどんな嗜好性を持ってお酒を選び、飲んでいるのか、調査を行いました。

詳細結果：<http://kakaku.com/research/backnumber032.html>

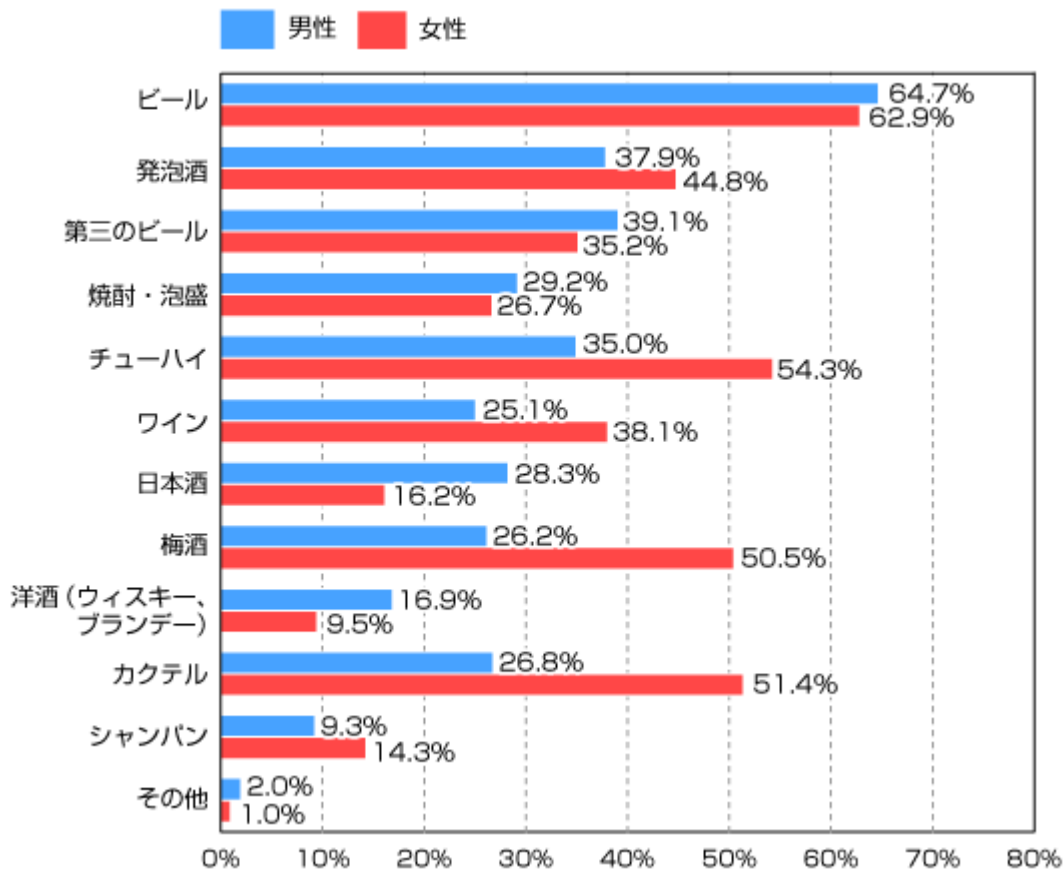
普段よく飲むお酒：1位はビール、若年層にはチューハイやカクテルなどが人気

普段よく飲むお酒の1位は「ビール」で70.3%。次いで「発泡酒」「第三のビール」が、50%程度の割合で2位、3位となった。この3種類は、男性・女性問わずよく飲むと答えた人の割合が大きい。それ以降では、男性と女性での嗜好の違いが如実に表れた。まず男性で多いのは「焼酎・泡盛」で全体の42.2%。次いで「ワイン」(29.7%)、「チューハイ」(29.5%)などが続く。これに対して、女性では、「チューハイ」(43.5%)、「ワイン」(41.6%)、「梅酒」(39.1%)という順位になっている。

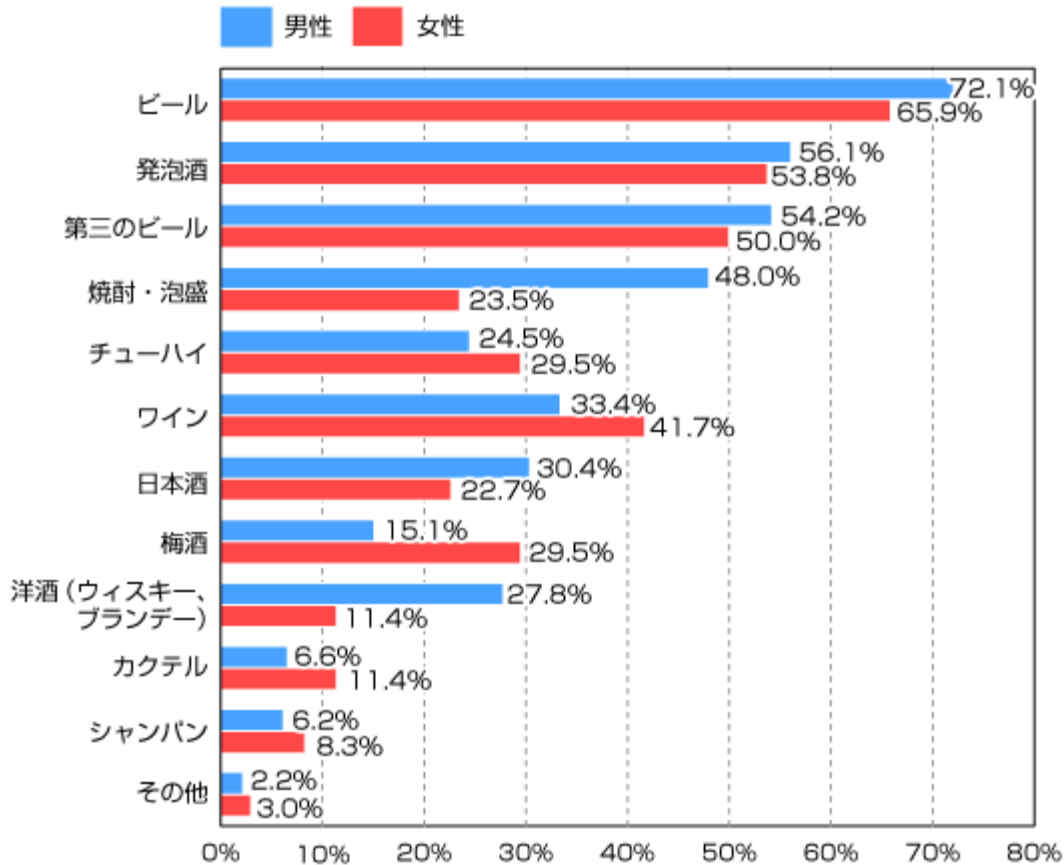
【図1. 普段飲むお酒の種類（男女別）】



【図 2. 普段飲むお酒の種類（20代）】



【図 3. 普段飲むお酒の種類（50代）】

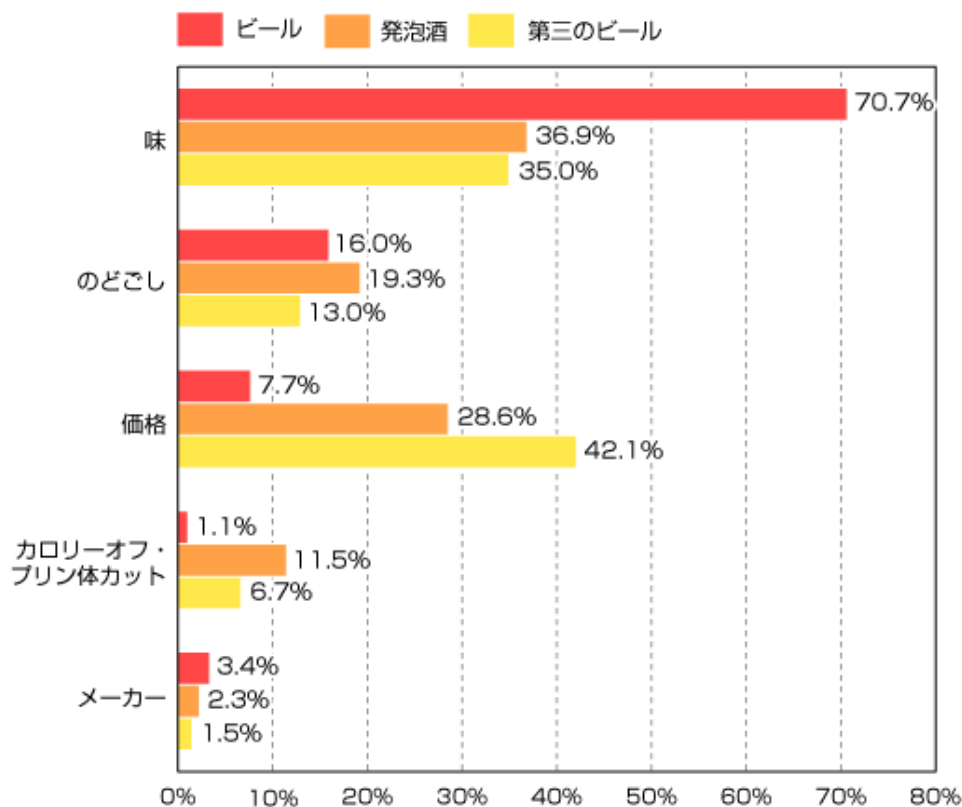


また、結果を年代別に見ると、「ビール」は、どの世代でもまんべんなく好まれる傾向にあるが、20代では「発泡酒」「第三のビール」を好む割合が、ほかの世代に比べて低い。ただ、20代や30代では、特に女性を中心に「チューハイ」や「カクテル」「梅酒」を好む傾向が高い。チューハイ、カクテルなどは、発泡酒や第三のビールなどと価格がほぼ同等で、同じ価格ならば、むしろこうしたソフトなお酒を選ぶ傾向が強いといえる。50代や60歳以上では、特に男性を中心に「焼酎・泡盛」や「日本酒」「洋酒」を好む傾向が高いが、ビールやビール系飲料の人気も高く、お酒全般を好む傾向が強いといえる。

購入時の重視点、ビールは「味」、第三のビールは「味」より「価格」

ビール、発泡酒、第三のビール、のジャンルごとに、購入時にもっとも重視する点を聞いた。まず「ビール」だが、このジャンルでは圧倒的に「味」を重視する割合が高く、その割合は70.7%にもなった。次点の「のどごし」が16.0%、「価格」が7.7%と大きく開いている点から見て、ビールを選ぶ人は、何よりもその味にこだわり、価格は二の次という傾向が見て取れる。これが「発泡酒」になると「価格」の比率がぐんと高まり、28.6%にも達する。「味」の割合は36.9%にまで下がり、味と価格とを天秤にかけながら選ぶというパターンが多そうだ。さらに「第三のビール」になると、「価格」(42.1%)が「味」(35.0%)を逆転し、最重要項目となる。実勢価格では、350ml缶が100円ちょっとくらいで売られているケースが多い「第三のビール」だが、その安さゆえ、味よりも安さを重視して買う人が多いという結果になっている。

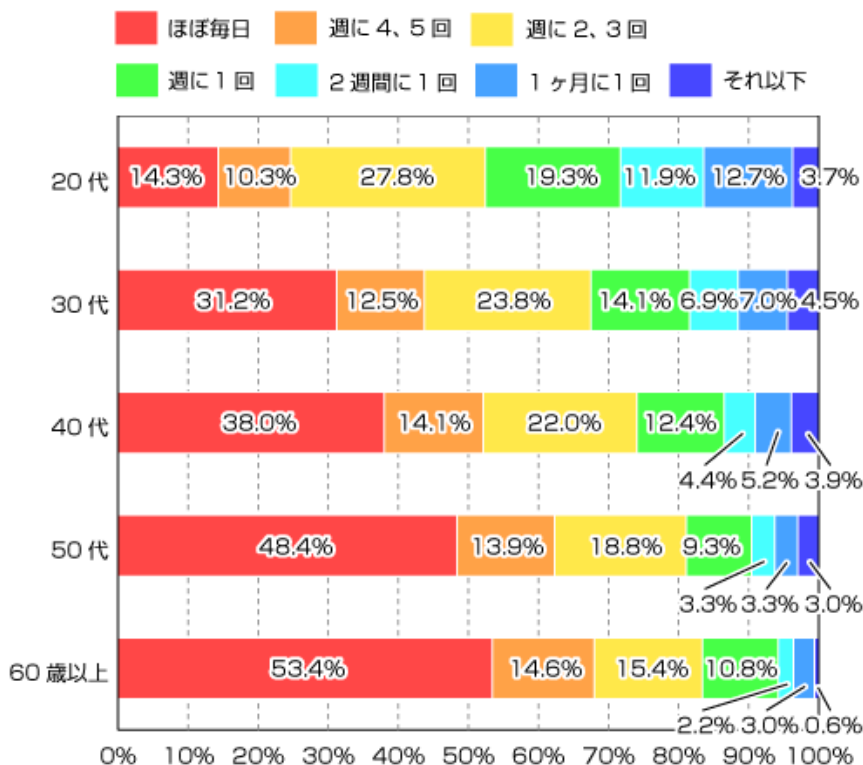
【図4. ビール、発泡酒、第三のビールを購入する際にもっとも重視する点をお選びください。】



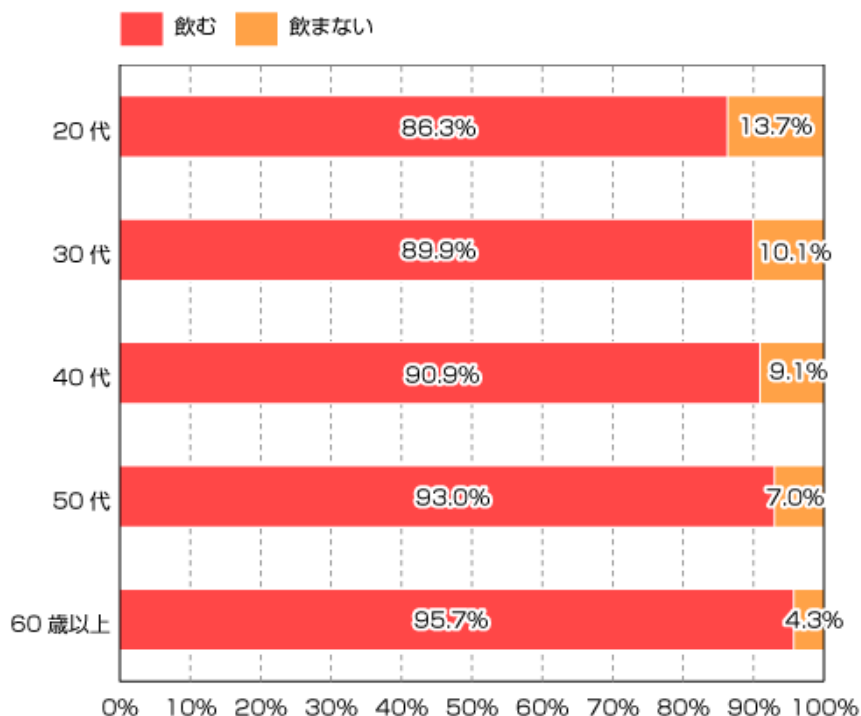
飲む頻度：4割が「ほぼ毎日」 若年層ほど頻度が低く、飲まない人の割合も高い

普段お酒を飲む頻度でもっとも多かったのは「ほぼ毎日」で40.1%。続いて「週に2、3回」(22.2%)、「週に4、5回」(13.9%)、「週に1回」(12.9%)となり、比較のお酒を飲む頻度は高いことがわかる。これを年代別に見ると、年代が上がるほど飲酒の頻度が上がることがわかる。60歳以上では「ほぼ毎日飲む」と答えた人が53.4%にのぼるのに対し、20代では14.3%しかいない。逆に20代でもっとも多い「週に2、3回」(27.8%)は、60歳以上ではわずか15.4%と、かなり対照的な結果となった。お酒を飲むか飲まないかを年代別にまとめると、年代が下がるほど「飲まない」と答える割合が上がっている。若年層ほど、習慣的な飲酒の頻度が低く、またお酒を飲まない割合も高いということが明らかだ。若年層の酒離れが確実に進んでいる結果といえるだろう。

【図 5. 普段お酒を飲む頻度（世代別）】



【図 6. お酒を飲むか、飲まないか（世代別）】



若年層の酒離れ。20代の飲まない理由1位は「お酒は飲めるが好きではない」

「お酒を飲まない」と答えた方に、その理由をうかがった。年代別に割合の違いはあるが「体質的に飲めない」方がどの年代でも3割程度、「お酒に弱い」方が2割程度おり、この両方で全体の約半数を占める。注目したいのは、「お酒は飲めるが好きではない」とした回答者の割合で、若年層になるほどこの割合が高くなり、特に20代ではその割合が42.9%にもものぼる。その上の30代では26.3%でしかないので、いかに20代に顕著な傾向かが見て取れる。

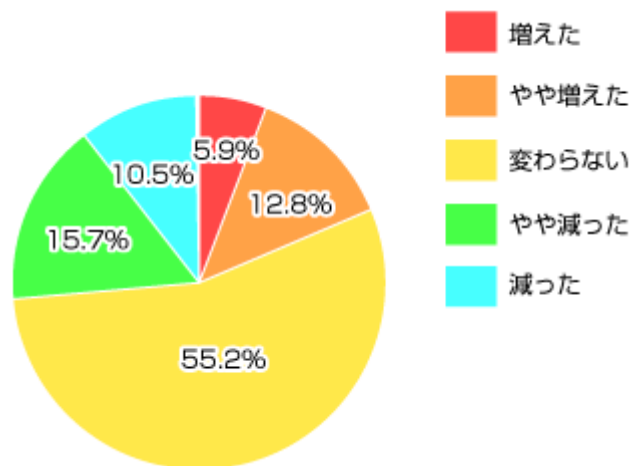
また、年齢が高くなるほど「健康面に配慮して飲まない」という割合が高くなり、50代では17.0%にのぼるが、60歳以上になるとこの割合は5.9%に減少する。これは「体質的に飲めない」の増加率を考えると、自然なシフトと考えられる。

この結果からも、若年層、特に20代では、「お酒は飲めるが好きではない」という割合が非常に多く、「飲めないのではなく、あまり飲みたくない」という酒離れの傾向が見て取れる。

飲む頻度：昨年と比べ、あまり変化せず 飲む場所：外食から家へシフト

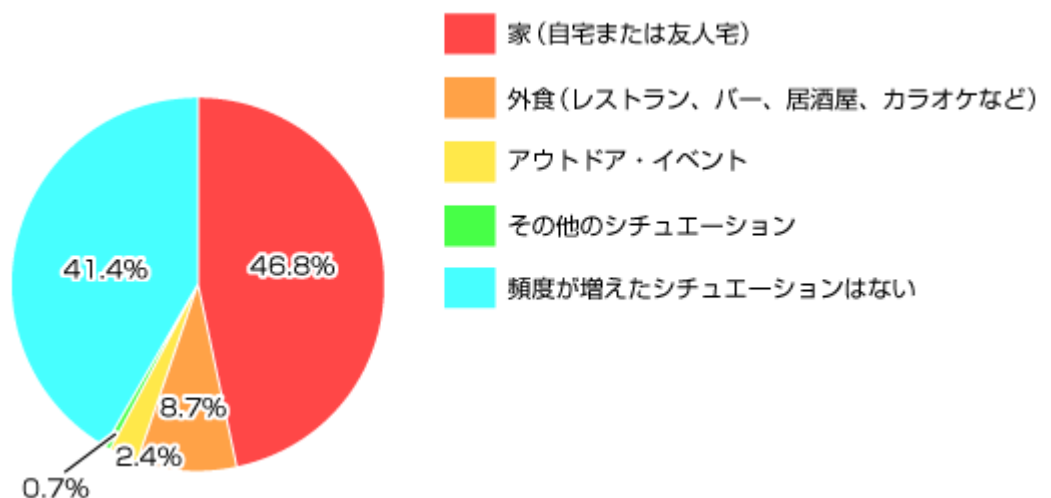
昨年と比べて、お酒を飲む頻度が変わったかどうか質問した。「増えた」「減った」という割合は、それぞれ約2割ずつあるものの、全体としては「変わらない」と答えた人がもっとも多く、55.2%を占めた。昨年秋以降の不況の影響は、お酒を飲む頻度自体にはさほど影響を与えていないようだ。

【図7. 昨年と比べて、普段お酒を飲む頻度に変化はありましたか？】

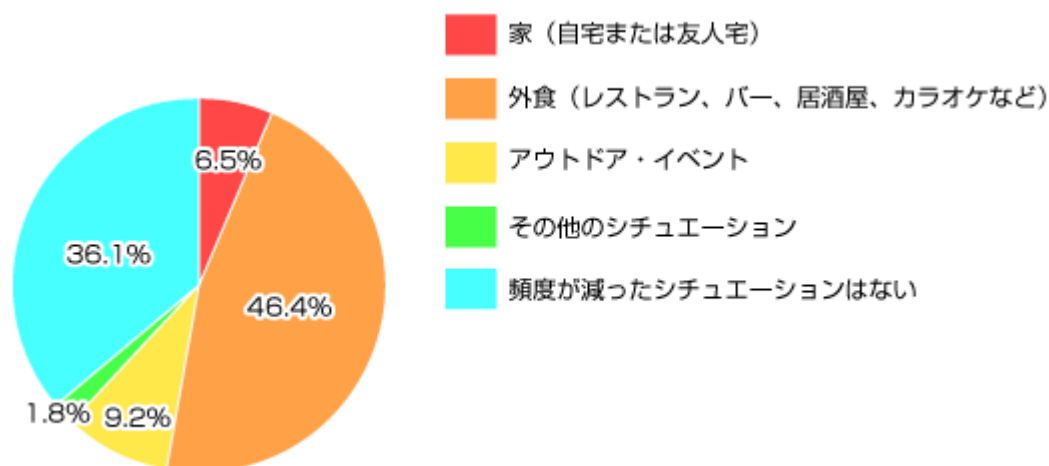


ただし、お酒を飲むシチュエーションの変化を見ると、昨年と比べて増えたものと減ったものが明白になってくる。増えたものとしては、「家（自宅または友人宅）」がもっとも多く、全体の46.8%を占めた。「外食」で飲む機会が増えたと答えた人はわずか8.7%で、逆に減ったと答えた人の46.4%を大きく下回る。「アウトドア・イベント」も、増加が2.4%に対し、減少が9.2%となっており、大きく減少していることがわかる。

【図8. お酒を飲むシチュエーションのうち、昨年より頻度がもっとも増えたもの】



【図 9. お酒を飲むシチュエーションのうち、昨年より頻度がもっとも減ったもの】



これらの結果から、お酒を飲む頻度自体はほとんど変わっていないものの、お酒を飲む場所としては、家で飲む機会が大幅に増え、外で飲む機会が減っていることがわかる。お酒自体は飲みたいが、ここ最近の不況の影響もあり、かけられる金額の総額が減っているため、外食を避けて家で飲む、というパターンが広まっているようだ。

【調査方法・ユーザーパネルについて】

調査エリア：全国 調査対象：20歳以上の価格.comID登録ユーザー

調査方法：価格.comサイトでのWebアンケート調査

アンケート期間：2009年7月16日（木）～2009年7月21日（火）

アンケート回答者数：6,672人 男女比率：男87.1%：女12.9%

■総評（抜粋） 鎌田剛 カカコム メディアクリエイティブ部 部長

今回の結果から見えてくるのは、お酒やビールへの嗜好性や飲む頻度自体は全体としてはそれほど変わっていないものの、昨今の不況の影響もあり、ビールのほかに発泡酒や第三のビールをチョイスする機会が増えていること、また、飲む場所も、外食から家へと変わってきているということだ。年代別に見ると、若年層の酒離れが確かに進んでおり、ビールには一定の人気があるが、価格の安い発泡酒や第三のビールを選ぶよりも、女性を中心にむしろチューハイやカクテル、梅酒などの、よりソフトなお酒を選ぶ傾向が強い。ビールよりも安いことで人気となった発泡酒や第三のビールであるが、そのメインターゲットは30～50代であり、実は若年層にはさほどヒットしておらず、逆に同価格帯のソフトなお酒との競合が激しくなっているという状況も見て取れる結果となった。

※詳細結果、総評全文および過去のリサーチアーカイブは以下 URL をご参照ください

<http://kakaku.com/research/>

【価格.com データ】（2009年6月末現在）

月間利用者 1,883万人、月間ページビュー6億9,028万PV、累計クチコミ件数約980万件。