

Press Release

楽天リサーチ株式会社

ボジョレ・ヌーボー、約5割が「生産地」、8割以上が今年の「解禁日」を知らず
自宅で飲むのが人気。一人で自宅飲みを楽しむ人は、男性50代が多い

- ボジョレ・ヌーボーに関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20141030/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学、以下「楽天リサーチ」）は、ボジョレ・ヌーボーに関するインターネット調査を実施しました。今回の調査は、2014年10月15日（水）から16日（木）の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の20代～60代の男女1,000人を対象に行いました。

■□ 調査結果概要 □■

■昨年、ボジョレ・ヌーボーを飲んだ人は36.1%。特に20代男性は半数以上が飲んだという結果に

過去に1度でもボジョレ・ヌーボーを飲んだことのある人に、昨年の状況を聞いたところ、全体では36.1%の人が飲んだと回答した。年代別に見たところ、「男性20代」の半数以上が昨年飲んだという結果になった。

また、今年の予定については「わからない（42.3%）」と4割以上がまだ決めていない状態であることがわかった。

■「自宅で」ボジョレ・ヌーボーを飲む人が多数。「一人で自宅飲みを楽しむ」人は、「男性50代」が多い

過去にボジョレ・ヌーボーを飲んだ時のシチュエーションについて聞いたところ、「自宅で家族と（47.4%）」、「自宅で一人で（17.9%）」などの「自宅で」楽しむものが上位に集中するという結果となった。また、なかでも一人で自宅飲みを楽しむ人は、男性50代が多いことがわかった。

■ボジョレ・ヌーボーを飲む理由は「イベント性」

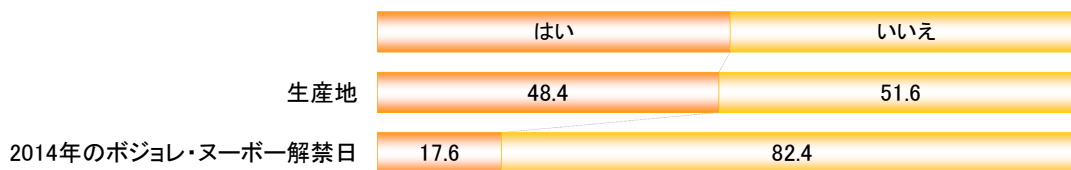
ボジョレ・ヌーボーを過去に1度でも飲んだことのある方に、その理由について聞いたところ、「季節ものだから（31.0%）」、「1年に1度のイベントだから（24.8%）」などイベントとして楽しむ人が多く、「味が好きだから（5.6%）」、「香りが好きだから（5.2%）」という人は少なかった。

■ □ 調査結果 □ ■

■ ボジョレ・ヌーボーの生産地を知らない人は半数以上。今年の解禁日を「知らない」人は全体で8割以上

ボジョレ・ヌーボーの生産地と解禁日の認知について聞いたところ、「生産地」については、「はい（48.4%）」という回答が約5割だった。解禁日については「いいえ」が82.4%と大半が知らないという結果となった。

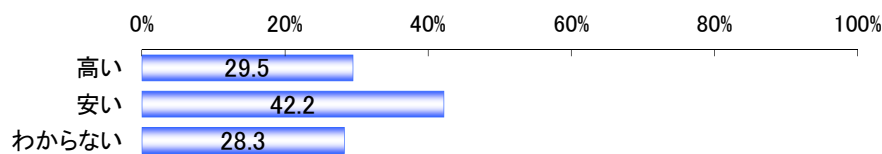
◇ ボジョレ・ヌーボーというワインについて、次の情報を知っているか（n=1,000） 単位：%



■ ボジョレ・ヌーボーを「安い」と思う人は40%以上。なかでも、女性20代、男性40代では「安い」というイメージを抱いている人が多く、反対に男性60代、女性50代にとっては「高い」というイメージの割合が高い

ボジョレ・ヌーボーの価格についてのイメージを聞いたところ、全体としては「安い」というイメージが42.2%と多かった。なかでも、女性20代（50.0%）、男性40代（49.0%）では「安い」というイメージを抱いている人が多く、反対に男性60代（40.0%）、女性50代（39.0%）にとっては「高い」というイメージの割合が高かった。

◇ ボジョレ・ヌーボーの価格についてのイメージ（全体）（n=1,000） 単位：%



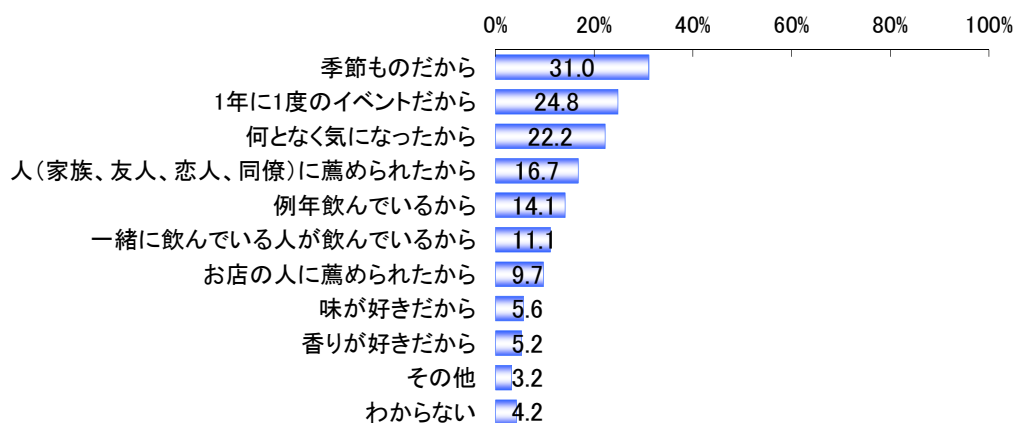
◇ボジョレ・ヌーボーの価格についてのイメージ（性年代別）（n=1,000） 単位：%

		n	高い	安い	わからない
全体		1000	29.5	42.2	28.3
性別	男性	500	29.4	41.8	28.8
	女性	500	29.6	42.6	27.8
年代	20代	200	27.0	46.5	26.5
	30代	200	25.0	39.0	36.0
	40代	200	29.0	46.0	25.0
	50代	200	34.5	40.0	25.5
	60代	200	32.0	39.5	28.5
性年代	男性 20代	100	24.0	43.0	33.0
	男性 30代	100	25.0	39.0	36.0
	男性 40代	100	28.0	49.0	23.0
	男性 50代	100	30.0	44.0	26.0
	男性 60代	100	40.0	34.0	26.0
	女性 20代	100	30.0	50.0	20.0
	女性 30代	100	25.0	39.0	36.0
	女性 40代	100	30.0	43.0	27.0
	女性 50代	100	39.0	36.0	25.0
	女性 60代	100	24.0	45.0	31.0

■ボジョレ・ヌーボーを飲む理由は「イベント性」

ボジョレ・ヌーボーを過去に1度でも飲んだことのある方に、その理由について聞いたところ、「季節ものだから（31.0%）」、「1年に1度のイベントだから（24.8%）」などイベントとして楽しむ人が多く、「味が好きだから（5.6%）」、「香りが好きだから（5.2%）」という人は少なかった。

◇ボジョレ・ヌーボーを飲む理由について（n=496）複数選択 単位：%



■昨年、ボジョレ・ヌーボーを飲んだ人は36.1%。特に20代男性は半数以上が飲んだという結果に

過去に1度でもボジョレ・ヌーボーを飲んだことのある人に、昨年の状況を聞いたところ、全体では36.1%の人が飲んだと回答した。年代別に見たところ、「男性20代」の半数以上が昨年飲んでいたという結果になった。

また、今年の予定については「わからない（42.3%）」と4割以上がまだ決めていない状態であることがわかった。

◇ボジョレ・ヌーボー飲酒動向について（全体）（n=496） 単位：%

	はい	いいえ	わからない
あなたは昨年ボジョレ・ヌーボーを飲みましたか	36.1	61.1	2.8
あなたは2014年、ボジョレ・ヌーボーを飲む予定ですか	25.4	32.3	42.3

◇昨年、ボジョレ・ヌーボーを飲んだか（性年代別）（n=496） 単位：%

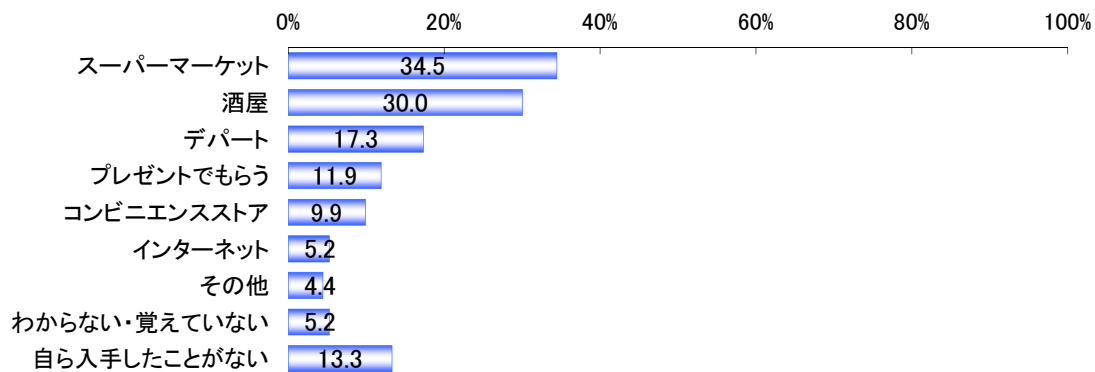
		n	はい	いいえ	わからない
全体		496	36.1	61.1	2.8
性別	男性	265	36.6	60.8	2.6
	女性	231	35.5	61.5	3.0
年代	20代	73	43.8	53.4	2.7
	30代	90	37.8	57.8	4.4
	40代	105	31.4	64.8	3.8
	50代	108	33.3	65.7	0.9
	60代	120	36.7	60.8	2.5
性年代	男性 20代	34	52.9	44.1	2.9
	男性 30代	49	46.9	49.0	4.1
	男性 40代	60	25.0	71.7	3.3
	男性 50代	54	35.2	63.0	1.9
	男性 60代	68	32.4	66.2	1.5
	女性 20代	39	35.9	61.5	2.6
	女性 30代	41	26.8	68.3	4.9
	女性 40代	45	40.0	55.6	4.4
	女性 50代	54	31.5	68.5	0.0
	女性 60代	52	42.3	53.8	3.8

■入手場所の第1位は、スーパーマーケット。男性は酒屋が多く、女性は男性と比較して、デパートで購入やプレゼントとしてもらう人が多く、男女間で差が出る結果に。男性20代は、インターネットの購入が多かった。また購入の決め手は、「価格」に続いて、「話題になっている」が上位となった

過去にボジョレ・ヌーボーを購入した場所については、「スーパーマーケット (34.5%)」がトップとなり、続いて「酒屋 (30.0%)」、「デパート (17.3%)」という結果となった。

性年代別に見ると、女性は男性に比べて「デパート」で購入する割合が8.9ポイント高く、男性は女性に比べて「酒屋」で購入する割合が14.9ポイント高かった。また、女性においては「プレゼントでもらう (18.2%)」という項目も男性と比較して差が出ていた。

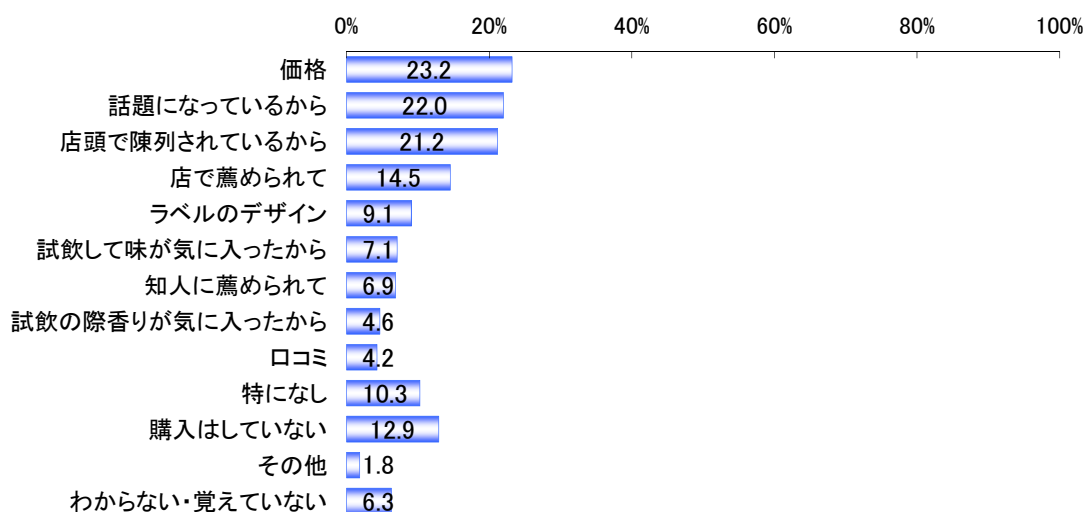
◇過去にボジョレ・ヌーボーを購入した場所について (全体) (n = 496) 複数選択 単位 : %



◇過去にボジョレ・ヌーボーを購入した場所について (性年代別) (n = 496) 複数選択 単位 : %

		n	デパート	酒屋	コンビニエンスストア	スーパーマーケット	インターネット	プレゼントでもらう	その他 ()	わからない・覚えていない	自ら入手したことがない
全体		496	17.3	30.0	9.9	34.5	5.2	11.9	4.4	5.2	13.3
性別	男性	265	13.2	37.0	10.9	35.1	6.0	6.4	3.8	5.3	13.2
	女性	231	22.1	22.1	8.7	33.8	4.3	18.2	5.2	5.2	13.4
年代	20代	73	23.3	20.5	15.1	31.5	6.8	8.2	2.7	4.1	17.8
	30代	90	24.4	28.9	8.9	41.1	2.2	10.0	0.0	5.6	18.9
	40代	105	13.3	29.5	12.4	41.9	6.7	14.3	6.7	5.7	10.5
	50代	108	11.1	31.5	13.0	28.7	5.6	13.0	7.4	3.7	16.7
	60代	120	17.5	35.8	2.5	30.0	5.0	12.5	4.2	6.7	5.8
性年代	男性 20代	34	11.8	26.5	11.8	47.1	14.7	2.9	2.9	0.0	17.6
	男性 30代	49	20.4	34.7	10.2	38.8	4.1	4.1	0.0	4.1	18.4
	男性 40代	60	10.0	31.7	13.3	40.0	1.7	10.0	5.0	10.0	11.7
	男性 50代	54	9.3	44.4	18.5	22.2	5.6	5.6	9.3	3.7	14.8
	男性 60代	68	14.7	42.6	2.9	32.4	7.4	7.4	1.5	5.9	7.4
	女性 20代	39	33.3	15.4	17.9	17.9	0.0	12.8	2.6	7.7	17.9
	女性 30代	41	29.3	22.0	7.3	43.9	0.0	17.1	0.0	7.3	19.5
	女性 40代	45	17.8	26.7	11.1	44.4	13.3	20.0	8.9	0.0	8.9
	女性 50代	54	13.0	18.5	7.4	35.2	5.6	20.4	5.6	3.7	18.5
	女性 60代	52	21.2	26.9	1.9	26.9	1.9	19.2	7.7	7.7	3.8

◇過去にボジョレ・ヌーボーを購入したときの決め手について (n=496) 複数選択 単位：%



購入の決め手トップとなった「価格」について、実際の1本あたりの予算を聞いたところ、「お店で飲む際の予算」では「2,000円以上から3,000円未満 (23.0%)」が最も多くなっており、それに対して「購入する際の予算」では「1,000円以上から2,000円未満 (39.3%)」が最も多くなっていった。

◇ボジョレ・ヌーボーを飲む際の1本あたりの予算について (n=496) 単位：%

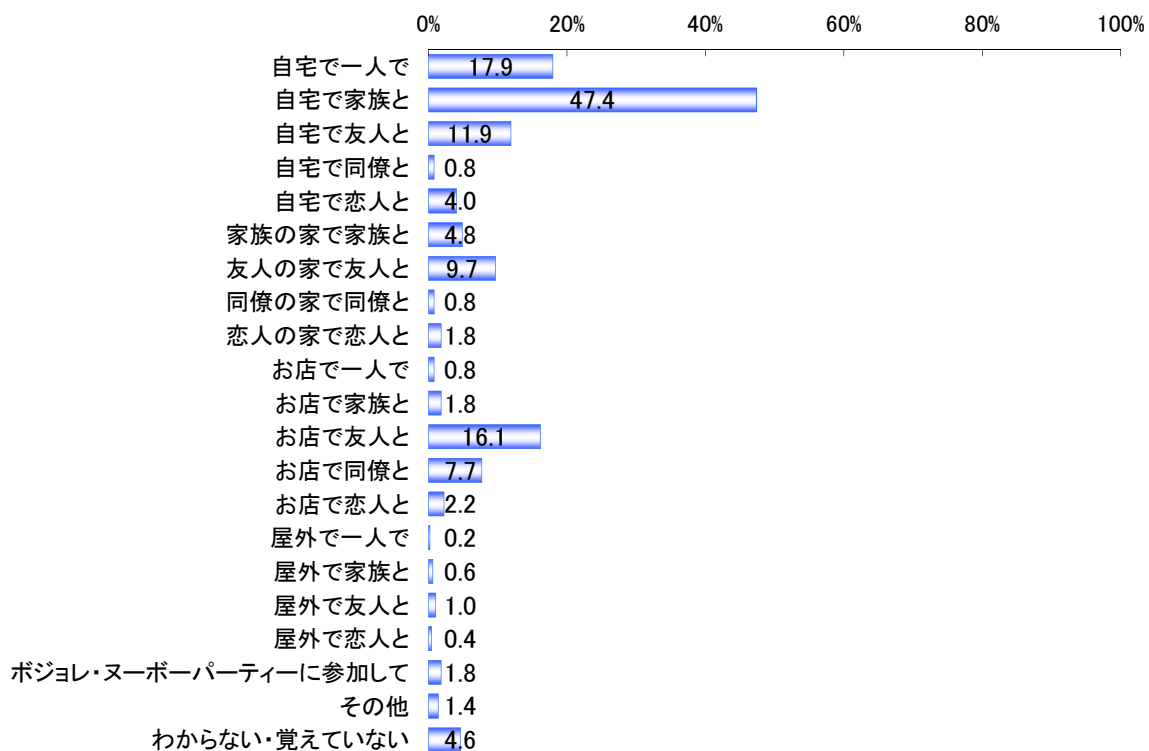
	n	0円	1,000円未満	1,000円以上から1,999円未満	2,000円以上から2,999円未満	3,000円以上から3,999円未満	4,000円以上から4,999円未満	5,000円以上	わからない・覚えていない
1.お店で飲む際の予算	496	2.6	6.0	17.5	23.0	10.7	3.8	2.2	34.1
2.購入する際の予算	496	1.6	8.7	39.3	23.8	3.4	1.6	0.8	20.8

■「自宅で」ボジョレ・ヌーボーを飲む人が多数。「一人で自宅飲みを楽しむ」人は、「男性50代」が多い

過去にボジョレ・ヌーボーを飲んだ時のシチュエーションについて聞いたところ、「自宅で家族と (47.4%)」、「自宅で一人で (17.9%)」などの「自宅で」楽しむものが上位に集中するという結果となった。また、なかでも一人で自宅飲みを楽しむ人は、男性50代が多いことがわかった。

◇過去にボジョレ・ヌーボーを飲んだ際のシチュエーションについて（全体）（n=496）複数

選択 単位：%



◇過去にボジョレ・ヌーボーを飲んだ際のシチュエーションについて（性年代別）（n = 496）

複数選択 単位：%

		n	自宅で一人で	自宅で家族と	自宅で友人と	自宅で同僚と	自宅で恋人と	家族の家で家族と	友人の家で友人と	同僚の家で同僚と	恋人の家で恋人と
全体		496	17.9	47.4	11.9	0.8	4.0	4.8	9.7	0.8	1.8
性別	男性	265	22.3	44.5	11.7	1.5	2.6	3.4	7.5	1.5	1.1
	女性	231	13.0	50.6	12.1	0.0	5.6	6.5	12.1	0.0	2.6
年代	20代	73	16.4	37.0	17.8	2.7	2.7	8.2	15.1	1.4	4.1
	30代	90	22.2	42.2	11.1	1.1	10.0	6.7	10.0	0.0	2.2
	40代	105	17.1	49.5	13.3	0.0	2.9	2.9	11.4	1.0	1.0
	50代	108	21.3	43.5	9.3	0.9	5.6	4.6	7.4	0.0	2.8
	60代	120	13.3	59.2	10.0	0.0	0.0	3.3	6.7	1.7	0.0
性年代	男性 20代	34	23.5	29.4	26.5	5.9	5.9	8.8	17.6	2.9	0.0
	男性 30代	49	26.5	46.9	10.2	2.0	4.1	2.0	4.1	0.0	2.0
	男性 40代	60	18.3	40.0	13.3	0.0	0.0	1.7	10.0	1.7	1.7
	男性 50代	54	31.5	33.3	9.3	1.9	5.6	5.6	7.4	0.0	1.9
	男性 60代	68	14.7	63.2	5.9	0.0	0.0	1.5	2.9	2.9	0.0
	女性 20代	39	10.3	43.6	10.3	0.0	0.0	7.7	12.8	0.0	7.7
	女性 30代	41	17.1	36.6	12.2	0.0	17.1	12.2	17.1	0.0	2.4
	女性 40代	45	15.6	62.2	13.3	0.0	6.7	4.4	13.3	0.0	0.0
	女性 50代	54	11.1	53.7	9.3	0.0	5.6	3.7	7.4	0.0	3.7
	女性 60代	52	11.5	53.8	15.4	0.0	0.0	5.8	11.5	0.0	0.0



続く

		n	お店一人で	お店で家族と	お店で友人と	お店で同僚と	お店で恋人と	屋外一人で	屋外で家族と	屋外で友人と	屋外で恋人と	ボジョレ・ヌーボーパーティーに参加して	その他	わからない・覚えていない
全体		496	0.8	1.8	16.1	7.7	2.2	0.2	0.6	1.0	0.4	1.8	1.4	4.6
性別	男性	265	1.1	1.5	16.2	9.8	1.9	0.0	0.4	0.8	0.0	1.1	1.5	4.5
	女性	231	0.4	2.2	16.0	5.2	2.6	0.4	0.9	1.3	0.9	2.6	1.3	4.8
年代	20代	73	2.7	0.0	12.3	5.5	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	6.8
	30代	90	0.0	1.1	21.1	7.8	4.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3
	40代	105	0.0	1.0	15.2	11.4	1.9	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	3.8
	50代	108	0.9	3.7	13.9	7.4	2.8	0.0	0.9	2.8	0.9	2.8	1.9	4.6
	60代	120	0.8	2.5	17.5	5.8	0.8	0.0	1.7	1.7	0.8	3.3	0.8	5.0
性年代	男性 20代	34	2.9	0.0	11.8	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9
	男性 30代	49	0.0	2.0	16.3	12.2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.1	2.0
	男性 40代	60	0.0	0.0	15.0	16.7	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	5.0
	男性 50代	54	1.9	1.9	18.5	5.6	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	1.9	1.9	3.7
	男性 60代	68	1.5	2.9	17.6	8.8	1.5	0.0	1.5	1.5	0.0	1.5	1.5	5.9
	女性 20代	39	2.6	0.0	12.8	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	2.6	7.7
	女性 30代	41	0.0	0.0	26.8	2.4	7.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	4.9
	女性 40代	45	0.0	2.2	15.6	4.4	2.2	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2
	女性 50代	54	0.0	5.6	9.3	9.3	3.7	0.0	1.9	3.7	1.9	3.7	1.9	5.6
	女性 60代	52	0.0	1.9	17.3	1.9	0.0	0.0	1.9	1.9	1.9	5.8	0.0	3.8

【調査概要】

調査エリア : 全国
調査対象者 : 20歳～69歳 男女
回収サンプル数 : 1,000サンプル
調査期間 : 2014年10月15日から10月16日
調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上