

年齢が高くなるにつれて、ビールを飲む日は

休日・休前日から平日へ

外出先では、1杯目にビールを頼む人のうち、

2杯目もビールを頼む人は半数程度

若年齢層よりも高年齢層の方がビール以外を頼む傾向に

- ビールに関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20140623/>

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）は、ビール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、6月6日から8日の3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、全国に在住する20代から60代のうち、自宅または外出先で月に1回以上ビール類を飲む男女計1,000人を対象に行いました。

■□ 調査結果 □■

■ビール類は、年代が高くなるにつれてより平日中心に飲まれるように

月に1回以上ビール類を飲む人に対し、自宅または外出先でビール類を飲む曜日や時間帯を聞いてみたところ、自宅・外出先ともに「【平日】夜（67.2%・51.2%）」、「【休日・祝日の前日】夜（58.9%・46.1%）」、「【休日・祝日】夜（57.0%・36.8%）」がトップ3となった。これに「【休日・祝日】昼」が10%強で続いている。

年代別に目立った差があるところに着目すると、外出先の「【休日・祝日の前日／休日・祝日】夜」においては、年代が上がるほどビール飲酒率は下がる傾向にあり、一方で60代の「【平日】昼」の飲酒割合が10%前後となる。年代が高くなるとビールは平日に飲むお酒という人が増えているのかもしれない。

◇ビール類を飲む曜日・時間帯（全体）（n=956/868）複数選択 単位：％

	n	【平日】朝	【平日】昼	【平日】夜	【休日・祝日の前日】朝	【休日・祝日の前日】昼	【休日・祝日の前日】夜	【休日・祝日】朝	【休日・祝日】昼	【休日・祝日】夜	決まっていない
1.自宅	956	0.8	1.9	67.2	1.3	3.7	58.9	1.3	10.8	57.0	10.3
2.外出先	868	0.3	3.8	51.2	1.2	3.7	46.1	0.8	10.5	36.8	13.6

◇ビールを飲む曜日・時間帯（自宅）（n=956）複数選択 単位：％

	n	【平日】朝	【平日】昼	【平日】夜	【休日・祝日の前日】朝	【休日・祝日の前日】昼	【休日・祝日の前日】夜	【休日・祝日】朝	【休日・祝日】昼	【休日・祝日】夜	決まっていない	
全体	956	0.8	1.9	67.2	1.3	3.7	58.9	1.3	10.8	57.0	10.3	
性年代	男性 20代	95	2.1	3.2	65.3	2.1	3.2	61.1	3.2	6.3	64.2	5.3
	男性 30代	98	2.0	2.0	64.3	1.0	5.1	68.4	2.0	12.2	55.1	7.1
	男性 40代	93	0.0	1.1	67.7	1.1	0.0	60.2	1.1	17.2	59.1	10.8
	男性 50代	96	1.0	1.0	72.9	2.1	3.1	67.7	2.1	12.5	61.5	6.3
	男性 60代	98	0.0	3.1	64.3	1.0	4.1	50.0	0.0	5.1	46.9	19.4
	女性 20代	92	1.1	1.1	58.7	1.1	3.3	56.5	2.2	9.8	63.0	10.9
	女性 30代	93	0.0	4.3	73.1	2.2	3.2	65.6	1.1	22.6	62.4	5.4
	女性 40代	97	1.0	1.0	67.0	1.0	4.1	60.8	0.0	8.2	54.6	6.2
	女性 50代	96	0.0	0.0	69.8	0.0	4.2	57.3	0.0	10.4	56.3	11.5
	女性 60代	98	1.0	2.0	68.4	1.0	6.1	41.8	1.0	4.1	48.0	19.4

◇ビールを飲む曜日・時間帯（外出先）（n=868）複数選択 単位：％

	n	【平日】朝	【平日】昼	【平日】夜	【休日・祝日の前日】朝	【休日・祝日の前日】昼	【休日・祝日の前日】夜	【休日・祝日】朝	【休日・祝日】昼	【休日・祝日】夜	決まっていない	
全体	868	0.3	3.8	51.2	1.2	3.7	46.1	0.8	10.5	36.8	13.6	
性年代	男性 20代	91	1.1	2.2	53.8	4.4	4.4	54.9	2.2	4.4	49.5	5.5
	男性 30代	87	1.1	1.1	60.9	1.1	2.3	57.5	0.0	9.2	43.7	5.7
	男性 40代	90	0.0	0.0	54.4	1.1	0.0	43.3	0.0	8.9	28.9	15.6
	男性 50代	83	0.0	1.2	63.9	0.0	4.8	36.1	0.0	7.2	15.7	10.8
	男性 60代	86	0.0	10.5	48.8	1.2	3.5	19.8	0.0	15.1	16.3	30.2
	女性 20代	92	1.1	1.1	44.6	0.0	3.3	63.0	3.3	5.4	55.4	7.6
	女性 30代	95	0.0	3.2	45.3	2.1	5.3	62.1	2.1	17.9	49.5	6.3
	女性 40代	81	0.0	2.5	46.9	1.2	2.5	48.1	0.0	13.6	43.2	13.6
	女性 50代	81	0.0	3.7	46.9	0.0	4.9	45.7	0.0	16.0	40.7	21.0
	女性 60代	82	0.0	13.4	46.3	0.0	6.1	25.6	0.0	7.3	20.7	22.0

■男性40～50代は「普通のビール」よりも「第三のビール」で節約志向

夜に自宅で飲んでいるビールの種類について確認してみると、全体的に「普通のビール」が高いものの、相対的に【平日】は「発泡酒」「第三のビール」、【休日・祝日の前日/休日・祝日】で「プレミアムビール」が高い。中でも、男性40～50代は【平日】に「第三のビール」がトップとなっており、節約志向が高いことが伺える。また、女性20～30代は【休日・祝日の前日】で「季節・シーズン限定のビール」が10%強と、他と比べて高く、女性の方が限定品への関心は高いようである。

◇飲むビールの種類：【平日】夜（n=642）複数回答 単位：%

		n	普通のビール	発泡酒	第三のビール	プレミアムビール	地ビール	外国産ビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	その他（ー）	特に決まっていない
全体		642	58.3	36.1	47.0	19.9	3.3	5.8	3.7	13.1	3.4	0.2	0.8	0.0	4.2	
性年代	男性 20代	62	66.1	41.9	43.5	22.6	4.8	8.1	1.6	3.2	1.6	0.0	0.0	0.0	4.8	
	男性 30代	63	63.5	33.3	57.1	27.0	9.5	11.1	7.9	9.5	6.3	1.6	1.6	0.0	3.2	
	男性 40代	63	50.8	25.4	54.0	19.0	0.0	4.8	4.8	7.9	1.6	0.0	0.0	0.0	1.6	
	男性 50代	70	40.0	30.0	54.3	11.4	1.4	1.4	1.4	11.4	1.4	0.0	0.0	0.0	2.9	
	男性 60代	63	50.8	34.9	49.2	20.6	3.2	1.6	3.2	14.3	3.2	0.0	0.0	0.0	9.5	
	女性 20代	54	72.2	38.9	40.7	20.4	0.0	5.6	7.4	14.8	9.3	0.0	3.7	0.0	3.7	
	女性 30代	68	58.8	39.7	35.3	8.8	2.9	5.9	4.4	16.2	4.4	0.0	1.5	0.0	7.4	
	女性 40代	65	56.9	41.5	50.8	20.0	6.2	6.2	4.6	16.9	3.1	0.0	1.5	0.0	4.6	
	女性 50代	67	62.7	41.8	46.3	22.4	0.0	6.0	1.5	19.4	4.5	0.0	0.0	0.0	1.5	
	女性 60代	67	64.2	34.3	38.8	28.4	4.5	7.5	1.5	16.4	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	

◇飲むビールの種類：【休日・祝日の前日】夜（n=563）複数回答 単位：%

		n	普通のビール	発泡酒	第三のビール	プレミアムビール	地ビール	外国産ビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	その他（ー）	特に決まっていない
全体		563	64.1	31.8	40.9	26.5	5.0	7.5	3.6	10.8	5.0	1.4	2.3	0.0	3.7	
性年代	男性 20代	58	79.3	34.5	39.7	27.6	6.9	8.6	5.2	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	1.7	
	男性 30代	67	71.6	29.9	47.8	38.8	7.5	9.0	10.4	4.5	4.5	4.5	3.0	0.0	3.0	
	男性 40代	56	62.5	25.0	46.4	42.9	3.6	3.6	1.8	7.1	3.6	0.0	0.0	0.0	1.8	
	男性 50代	65	43.1	29.2	41.5	16.9	0.0	3.1	1.5	9.2	1.5	0.0	0.0	0.0	6.2	
	男性 60代	49	65.3	28.6	38.8	30.6	6.1	2.0	2.0	12.2	2.0	0.0	0.0	0.0	6.1	
	女性 20代	52	63.5	36.5	40.4	21.2	7.7	9.6	3.8	11.5	15.4	5.8	7.7	0.0	1.9	
	女性 30代	61	62.3	42.6	34.4	16.4	4.9	14.8	4.9	19.7	11.5	3.3	6.6	0.0	6.6	
	女性 40代	59	64.4	33.9	42.4	22.0	8.5	11.9	1.7	10.2	3.4	0.0	3.4	0.0	5.1	
	女性 50代	55	70.9	30.9	40.0	25.5	3.6	7.3	1.8	18.2	3.6	0.0	1.8	0.0	1.8	
	女性 60代	41	58.5	24.4	34.1	22.0	0.0	2.4	0.0	19.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	

◇飲むビールの種類：【休日・祝日】夜（n=545）複数回答 単位：%

		n	普通のビール	発泡酒	第三のビール	プレミアムビール	地ビール	外国産ビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	のビール	その他（ー）	特に決まっていない
全体		545	63.5	28.3	42.6	28.4	6.2	8.6	3.1	9.7	4.6	1.7	1.8	0.0	4.4	
性年代	男性 20代	61	78.7	34.4	39.3	34.4	6.6	9.8	1.6	1.6	4.9	3.3	3.3	0.0	3.3	
	男性 30代	54	63.0	29.6	55.6	44.4	9.3	13.0	11.1	5.6	5.6	7.4	3.7	0.0	3.7	
	男性 40代	55	54.5	18.2	49.1	32.7	5.5	3.6	1.8	7.3	1.8	0.0	0.0	0.0	3.6	
	男性 50代	49	40.7	20.3	45.8	15.3	0.0	3.4	1.7	8.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	
	男性 60代	56	65.2	26.1	39.1	32.6	6.5	2.2	2.2	8.7	4.3	2.2	0.0	0.0	6.5	
	女性 20代	58	69.0	31.0	41.4	22.4	6.9	10.3	3.4	10.3	5.2	1.7	3.4	0.0	3.4	
	女性 30代	58	58.6	31.0	27.6	22.4	12.1	15.5	3.4	13.8	8.6	1.7	5.2	0.0	5.2	
	女性 40代	53	62.3	32.1	43.4	22.6	7.5	9.4	0.0	11.3	5.7	0.0	1.9	0.0	9.4	
	女性 50代	54	70.4	37.0	44.4	25.9	5.6	11.1	1.9	16.7	9.3	0.0	0.0	0.0	3.7	
	女性 60代	47	74.5	21.3	40.4	34.0	2.1	6.4	4.3	14.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

■手軽さや気軽さが求められている「発泡酒・第三のビール」と、
じっくり味わうことが求められている「プレミアムビール」

各ビール類の購入重視点を上位3位まで聞いてみた。全般的に、飲んだときの口当たりに関する内容が多いが、発泡酒／第三のビールには「価格が安い」だけでなく「ゴクゴク飲める」といった手軽さや気軽さを求めている。一方、プレミアムビール／地ビール／外国産ビールには「コクがある」「香りが良い」といったじっくり味わえることが商品を選ぶポイントとなる。参考値ではあるが、フレーバービールやビアカクテルは飲みやすさを重視してか、「苦くない」がキーワードとして挙げられる。

◇ビール類の購入重視点 (TOP3) (n = 各ビール類の購入者) 複数回答

種類	n	1位	2位	3位
1.普通のビール	575	のどごしが良い (52.2%)	キレがある (41.0%)	コクがある (40.2%)
2.発泡酒	303	のどごしが良い (44.9%)	価格が安い (34.7%)	ゴクゴク飲める (27.4%)
3.第三のビール	385	価格が安い (53.8%)	のどごしが良い (41.3%)	ゴクゴク飲める (30.1%)
4.プレミアムビール	224	コクがある (56.7%)	香りが良い (44.2%)	飲みごたえがある (38.4%)
5.地ビール	53	香りが良い (52.8%)	コクがある (47.2%)	飲みごたえがある (34.0%)
6.外国産ビール	64	コクがある (37.5%)	香りが良い (35.9%)	飲みごたえがある (26.6%)
7.プライベートブランドのビール	31	価格が安い (54.8%)	のどごしが良い (32.3%)	ゴクゴク飲める (29.0%)
8.カロリー・糖質控えめのビール	107	のどごしが良い (43.9%)	価格が安い (38.3%)	ゴクゴク飲める (32.7%)
9.季節・シーズン限定のビール	44	新商品である (40.9%)	香りが良い (36.4%)	のどごしが良い (29.5%)
10.フレーバービール	17	香りが良い (52.9%)	おしゃれな印象 (47.1%)	苦くない (35.3%)
11.ビアカクテル (シャンディガフ・レッドアイなど)	21	苦くない (33.3%)	後味が良い (33.3%)	香りが良い (28.6%)

■購入チャネルによってバラ・まとめ買いを使いわけ

購入チャネルとしては、女性では「総合スーパー」、「食品スーパー」が60%前後と高く、年代による違いはあまりみられない。一方、男性は20～30代で「コンビニエンスストア」、50～60代で「ディスカウントストア」が高く、年代での違いがみられる。

各チャネルでの購入パターンについて聞いてみると、コンビニエンスストア／自動販売機／駅売店は「【缶】1缶ずつ」が多く、気軽に立ち寄って買って帰れる場所という印象がある。一方、総合スーパー／食品スーパーでは「【缶】6缶ずつ」、個人商店・専門店／ディスカウントストア／インターネット通販では「【缶】1ケース」で購入するなど、店舗によってバラ・まとめ買いの違いがある。基本的には【缶】での購入パターンが多いが、個人商店・専門店では「【瓶】瓶ケース」も10.1%と突出している。

◇ビール類の購入場所（n=942）複数回答 単位：％

		n	総合スーパー（イトーヨーカドー、ジャスコ、ダイエーなど）	食品スーパー	コンビニエンスストア	自動販売機	駅売店	個人商店・専門店	ディスカウントストア	インターネット通販	その他	自分では購入しないので、わからない
全体		942	53.9	52.4	25.9	2.4	1.5	7.3	27.3	8.7	2.4	1.0
性年代	男性 20代	95	53.7	56.8	45.3	4.2	3.2	6.3	11.6	5.3	2.1	1.1
	男性 30代	96	52.1	56.3	31.3	2.1	1.0	5.2	21.9	11.5	1.0	0.0
	男性 40代	92	46.7	53.3	28.3	3.3	1.1	8.7	25.0	4.3	2.2	1.1
	男性 50代	95	46.3	45.3	17.9	2.1	1.1	2.1	36.8	8.4	6.3	0.0
	男性 60代	97	47.4	39.2	13.4	3.1	1.0	10.3	37.1	7.2	2.1	0.0
	女性 20代	91	61.5	61.5	29.7	3.3	2.2	7.7	19.8	5.5	3.3	2.2
	女性 30代	90	56.7	54.4	30.0	1.1	2.2	7.8	28.9	13.3	1.1	2.2
	女性 40代	96	54.2	61.5	31.3	4.2	2.1	7.3	28.1	11.5	2.1	1.0
	女性 50代	93	60.2	52.7	22.6	0.0	1.1	5.4	31.2	11.8	4.3	0.0
女性 60代	97	60.8	44.3	10.3	1.0	0.0	12.4	32.0	8.2	0.0	2.1	

◇ビール類の購入パターン（n=各チャネルの購入者数）複数回答 単位：％

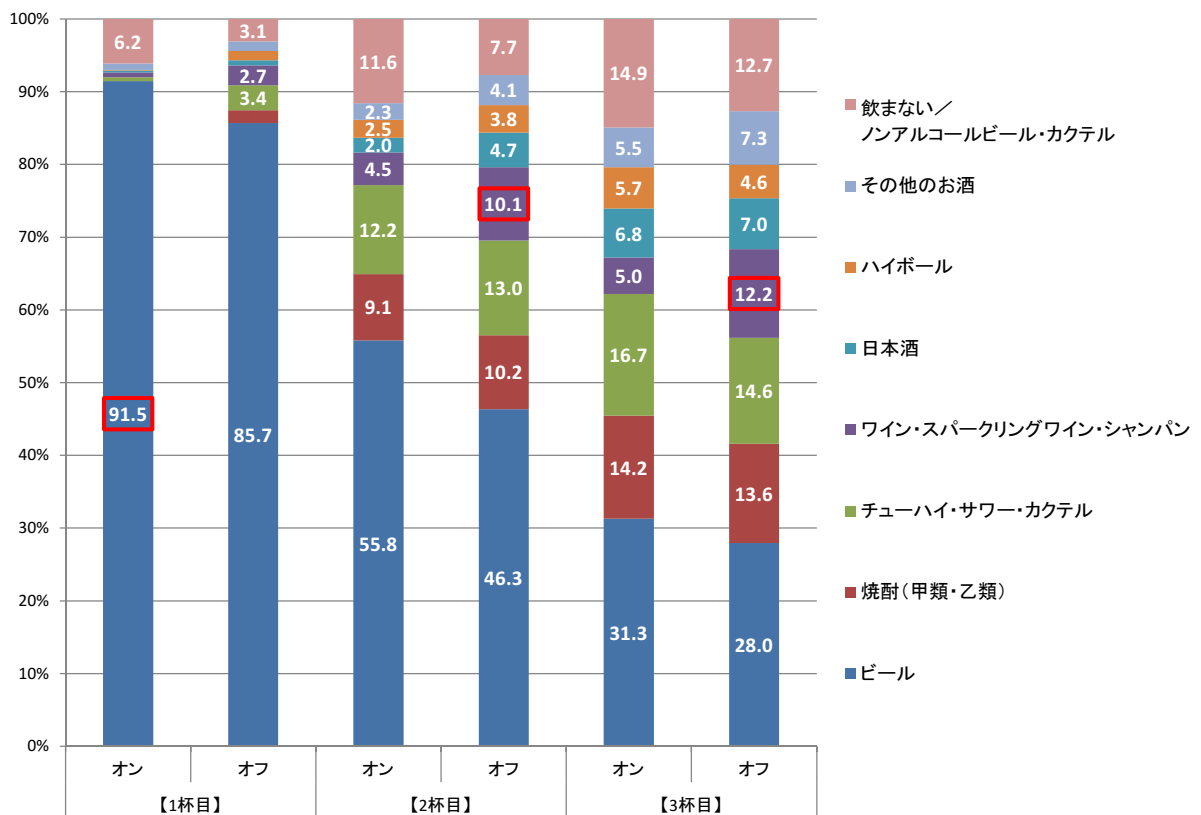
		n	【缶】1缶ずつ	【缶】6缶パック	【缶】1ケース（24缶）	【瓶】1瓶ずつ	【瓶】瓶ケース	その他	自分では購入しないので、わからない
1.総合スーパー（イトーヨーカドー、ジャスコ、ダイエーなど）		508	39.2	59.1	25.4	2.0	1.6	0.2	0.8
2.食品スーパー		494	39.9	62.3	21.5	1.2	1.6	0.4	0.4
3.コンビニエンスストア		244	86.5	20.1	1.6	4.1	0.4	0.4	0.8
4.自動販売機		23	91.3	8.7	0.0	8.7	0.0	4.3	0.0
5.駅売店		14	71.4	28.6	0.0	7.1	7.1	0.0	0.0
6.個人商店・専門店		69	34.8	39.1	44.9	5.8	10.1	0.0	0.0
7.ディスカウントストア		257	16.0	49.4	56.8	2.7	1.9	0.0	0.0
8.インターネット通販		82	2.4	13.4	86.6	7.3	7.3	4.9	0.0
9.その他		23	21.7	60.9	43.5	0.0	0.0	0.0	0.0

■ “オン”の1杯目は「ビール」が91.5%、高年齢層のビールリピート率は半数以下

外出先については、1・2・3杯目以降で飲むお酒の種類がどのように変化するかを【オン】と【オフ】にわけて分析してみた。全体では【オン】のほうが「ビール」を注文する割合が高く、特に1杯目では91.5%を占めている。逆に飲まないという人が多いのも【オン】のほうが高く、プライベートでしかお酒を飲まない層がいることがわかる。一方、【オフ】では、ビールの割合が高いものの、【オン】と比較すると「焼酎（甲類・乙類）／チューハイ・サワー・カクテル／ワイン・スパークリングワイン・シャンパン」など他のお酒を選択する人もいる。特に「ワイン・スパークリングワイン・シャンパン」は2・3杯目でもオンより飲酒率が6～7%高くなっている。

また、年齢層別に1杯目に「ビール」を注文した人が2杯目以降に何を注文するかを分析すると、2杯目も「ビール」を注文する“ビールリピート率”は若年齢層（20～34歳）で【オン】62.3%・【オフ】52.3%。高年齢層（55～69歳）では【オン】40.3%、【オフ】33.2%と半数を下回り、高年齢層の方がビール以外を飲んでいることがわかる。2杯目のスイッチ先となるアルコール飲料は若年齢層で「チューハイ・サワー・カクテル」、高年齢層で「焼酎（甲類・乙類）」がビールに続き、年齢によって2杯目に飲んでいるアルコール飲料も異なるようだ。ずっとビールを飲み続けるようなビール党は年齢が高い人の方が少なくなっているのかもしれない。

◇1・2・3杯目以降に飲むアルコール飲料（オン・オフ）（n=844）単一選択 単位：n、%



※2%未満は数値非表示

【調査概要】

調査エリア : 全国
調査対象者 : 20代から60代 男女
 自宅または外出先で月に1回以上ビール類を飲む方
回収サンプル数 : 1,000サンプル
調査期間 : 2014年6月6日から8日
調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

【お問い合わせ先】

楽天リサーチ株式会社 マーケティング部
Email : pm-rsch-clama@mail.rakuten.com