

## ビジネスパーソンに聞くイマドキ「お酒との付き合い方」調査

## ビジネスパーソンのアルコール支持率第1位は「ビール類」

## 外飲みで欠かせない乾杯は、やっぱり「ビール」

## 家飲み族は、ブランドよりも「味」や「旨み」でビール選び！

長引く経済不況の煽りや健康志向の高まりをうけ、終電間近まで繁華街で飲み明かすサラリーマンの姿を目にすることも少なくなった昨今、いまどきのビジネスマンのお酒との付き合い方に起こっている変化を探るため、「R25」を運営する株式会社メディア・シェイカーズのM1・F1総研<sup>®</sup>では、都心部の20代～40代の働き盛りのビジネスパーソン10,000名と600名を対象に、「普段飲むお酒」や「選ぶ際のこだわりポイント」についてアンケート調査を実施致しました。

## 1 ビジネスパーソンが普段飲むお酒：支持率1位はビール類！

1位は王道ともいえる「ビール類」、2位チューハイなどの「低アル飲料」、3位「ワイン・シャンパン」の順。王道ビールは、いつの時代もビジネスパーソンの味方。

## 2 ビール類のこだわりポイントとは??

ビール類のこだわりポイントTOP3は「味」、「ブランド」、「食事との相性」。ブランドより「味」重視。食事との相性にこだわる女性、「価格の安さ」が気になる男性。

## 3 「お酒との付き合い方」は1年前と比べ変化あり?

外飲みも家飲みも「変わらない」が6割とトップ。外飲みは「増<減」、家飲みは「増>減」傾向。20代はどちらも増加傾向で、20代の家飲みは51.0%が「増加」。

## 4 外飲み三大要素とは？乾杯するならやっぱりビール！

外飲み始めの乾杯ドリンク、8割が「ビール」で乾杯！お店選びで外せない三大要素「おいしい料理」「居心地の良さ」「おいしい飲み物」。

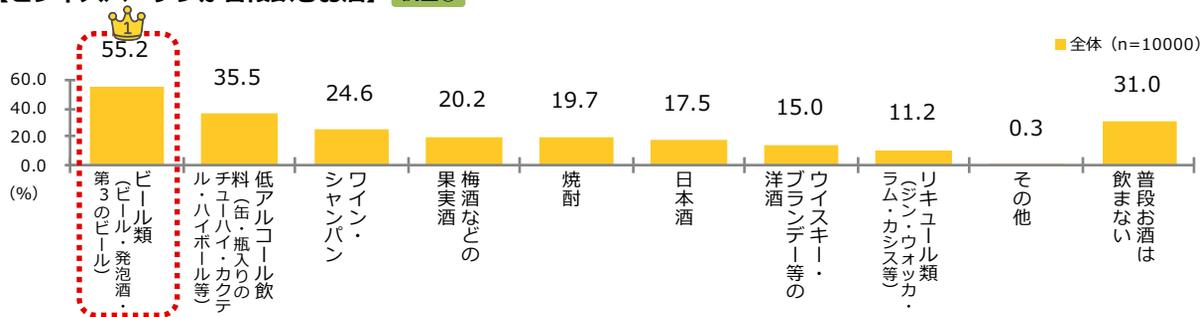
## 5 「おうちビール」を選ぶ際の重視ポイントは？

おうちビール選びの三原則は「旨み」、「ブランド」、「のどごし」。男性より女性の方が飲みに対するこだわり度が高い。

# 1 ビジネスパーソン1万人が選ぶ普段よく飲むお酒 支持率ナンバー1は「ビール類」 ダントツトップに！

20代～40代のビジネスパーソン10,000人(調査①)に普段飲むお酒の種類を聞くと、1位「ビール類(ビール・発泡酒・第3のビール)」(55.2%)、2位「低アルコール飲料(缶・瓶入りのチューハイ・カクテル・ハイボール等)」(35.5%)、3位「ワイン・シャンパン」(24.6%)の順となった。ビジネスパーソンがいちばんよく飲む支持率第1位のアルコールは、「ビール類」が圧勝。

【ビジネスパーソンが普段飲むお酒】 調査①

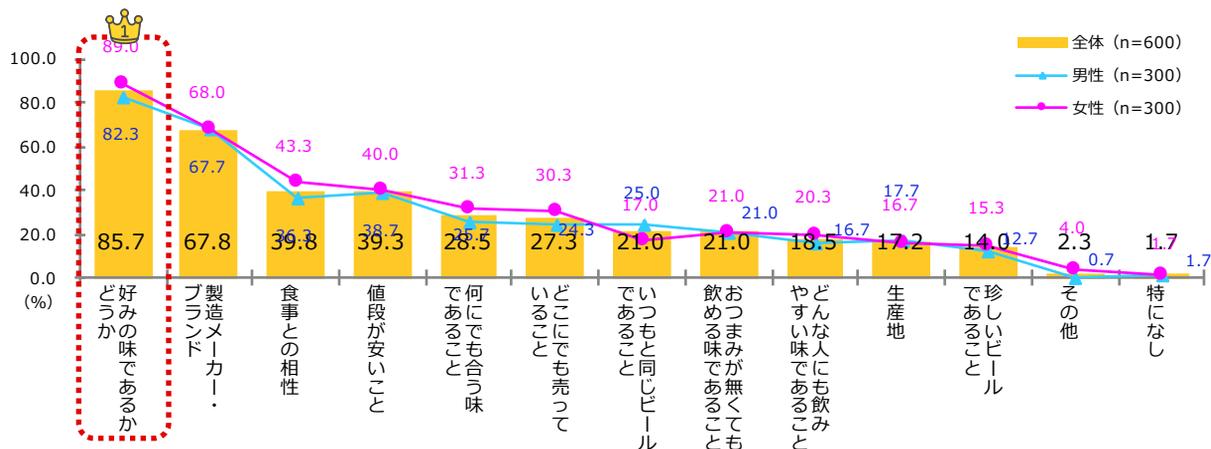


# 2 ビールのこだわりポイントは、ブランドより好みの「味」 「食事との相性」が大事な女性、「価格」を気にする男性

ビール類を普段飲む20代～40代のビジネスパーソン600人(調査②)にビール類を選ぶときのこだわりを聞くと、「好みの味であるかどうか」(85.7%)が第1位となり、「製造メーカー・ブランド」(67.8%)よりも味を重視していることが判明。

男女とも「好みの味」を最重視するが、女性は「味」(89.0%)、「ブランド」(68.0%)に次いで「食事との相性」(43.3%)を重視するのに対し、男性は「味」(82.3%)、「ブランド」(66.7%)に次いで「値段が安いこと」(38.7%)を重視。価格か味か、男女間にビョーな温度差が生じている。

【ビジネスパーソンのビール類を選ぶこだわりポイント】 調査②



# 3

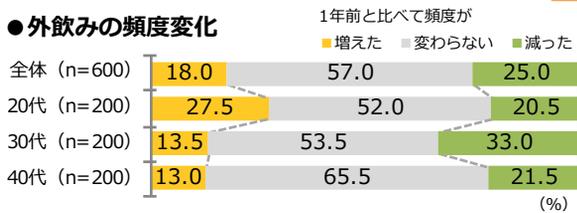
## お酒とのつきあい方 頻度は6割が1年前と「変化なし」 増加傾向の「家飲み」は、20代の過半数が「増えた」

調査②の対象者600人に外飲みと家飲み※それぞれの1年前との頻度変化を聞くと、いずれも「変わらない」(外飲み、家飲みともに57.0%)が約6割を占め、お酒とのつきあい方に大きな変化は見られない。外飲みは、1年前と比べて頻度が「増えた」(18.0%)よりも「減った」(25.0%)がやや多いが、家飲みは「減った」(4.3%)はごく僅かで、4割近くが「増え」(38.7%)ている。また、外飲みも家飲みも20代の増加が大きく、家飲みでは半数以上が「増えた」(51.0%)と答えている。

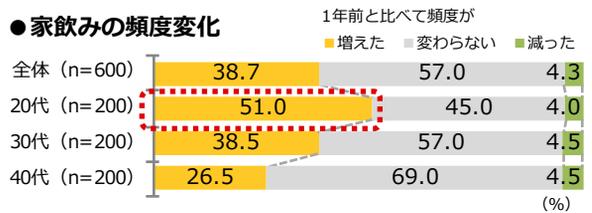
※会社の同僚との外飲み…上司・部下・先輩・後輩・同期を含む会社の同僚と飲食店でお酒を飲むこと 家飲み…自宅や知人・友人宅でお酒を飲むこと

### 【ビジネスパーソンの外飲みと家飲みの頻度変化】 調査②

#### ●外飲みの頻度変化



#### ●家飲みの頻度変化



# 4

## 外飲みに欠かせない乾杯はやっぱり「ビール類」! 女性は「料理」や「店」にこだわり、男性は「安さ」が決め手に

外飲みでの1杯目のカンパドリンクは、「ビール類」(79.3%)が圧倒的で、「ビールで乾杯!」は今も昔も変わらず定番スタイルになっている。

調査②対象者に外飲みでの店選びのポイントを聞くと、「料理が美味しい」(81.3%)、「居心地が良い」(54.8%)、「飲み物が美味しい」(47.3%)が三大こだわりポイントとなった。

男性より女性の方が総じてこだわり度が高く、「料理が美味しい」(男性73.3%<女性89.0%)、「居心地が良い」(男性46.0%<女性63.7%)、「お店がきれい」(男性21.0%<女性38.7%)など、料理やお店の質は譲れないポイントのようで、「料理にはずれがない」(男性17.7%<女性40.0%)は男女間に20ポイントもの差がある。

一方男性は、「価格が安い」(男性36.7%>女性31.3%)が唯一女性を上回り、男性の店選びは価格が決め手。特に40代男性は44.0%が「価格が安い」にこだわっており、会社の同僚との外飲みでは、部下にごちそうせざるを得ない上司世代の悲哀が感じられる。

また、「会社から近い場所」での外飲みは、女性は46.0%と好むのに対し、男性は26.3%と、近すぎるのも善し悪しと考えているようだ。

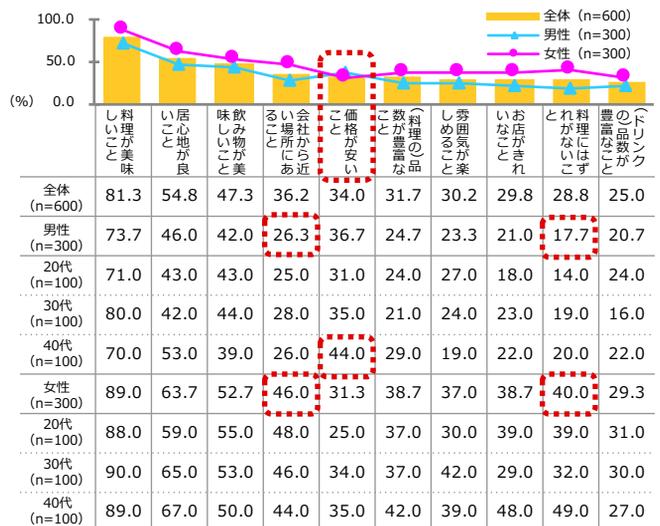
### 【外飲み時の乾杯ドリンク】

調査① N=外飲みする5,237人

順位	ドリンク	割合 (%)
1位	ビール類	79.3%
2位	低アルコール飲料	9.7%
3位	梅酒などの果実酒	3.1%

ビール類…ビール・発泡酒・第3のビール  
低アルコール飲料…チューハイ・カクテルハイボール等

### 【外飲みでのお店選びのポイントTOP10】 調査②



# 5

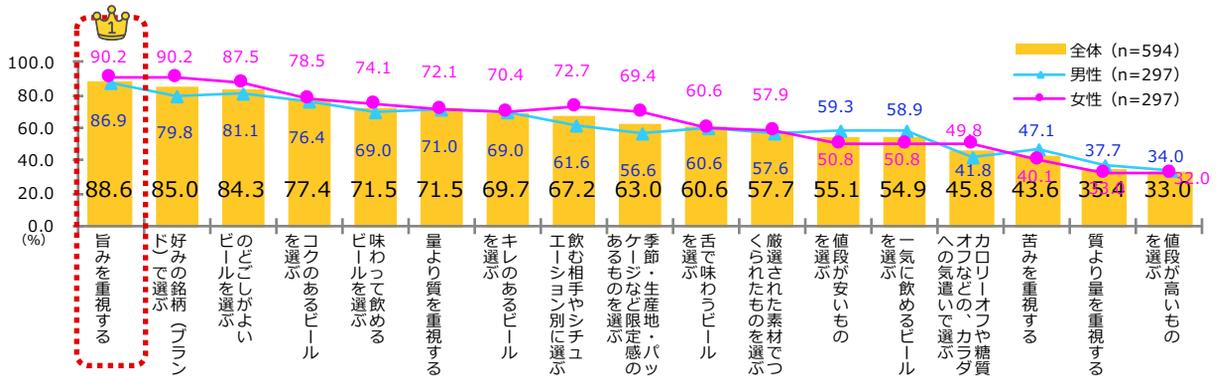
## おうちビールを選ぶ際の三原則は、「旨み」(88.6%)、「ブランド」(85.0%)、「のどごし」(84.3%)

家飲みでビール類を選ぶと答えた594人に選ぶときの重視点を聞くと、「旨み」(88.6%)、「好みの銘柄(ブランド)」(85.0%)、「のどごしがよい」(84.3%)の順となり、ここでもブランドよりも旨み(味)が重視されている。男性より女性の方が総じて重視意向が高く、こだわって吟味する傾向が見られる。男性は外飲みではとにかく「安さ」にこだわっていたが、家飲みでは3人に1人が「値段が高いものを選ぶ」(34.0%)と答えている。

また、家飲みするときの気持ちは、「家飲みは気心知れた家族や友人とお酒を飲むので、話題に事欠かなくて良い」(66.2%)、「家飲みでは余った食材やお酒を次回に持ち越せるのが良い」(64.5%)、「家飲みだと素の自分に近い気持ちで居られる」(60.0%)が上位にあげられた。女性は「素の自分に近い気持ちで居られる」(男性53.7%<女性66.3%)、「昼から飲むなど開放的な気分になれる」(男性51.3%<女性66.0%)、「好きなグラスや食器で食事ができるのが幸せ」(男性43.7%<女性57.7%)、「飲食店や居酒屋のメニューを真似したり、レシピサイトを参考にして、こだわりのつまみを作ったことがある」(男性36.0%<女性64.3%)など、家飲みならではの価値をより積極的に楽しんでいるのに対し、男性は「2軒目に突入して後悔といったことが無い」(男性4位、女性7位)、「外飲みより家飲みの方が自分には向いている」(男性6位、女性9位)、「仕事の愚痴や上司の悪口などが外飲みに比べて少ない」(男性7位、女性11位)など、家飲みを楽しむというより、外飲みよりも家飲みの方が気楽でいい、といったスタンスが垣間見られる。

外飲みも家飲みも、男性より女性の方が上手に使い分け、積極的に楽しんでいるようだ。

【家飲みでビール類を選ぶときの重視点】 調査②



【家飲みするときの気持ち】 調査②



# 調査実施概要

- 調査手法 インターネット調査
- 調査機関 株式会社マクロミル

## 調査①

- 調査地域 関東1都3県(東京/神奈川/千葉/埼玉)  
関西2府2県(大阪/兵庫/京都/奈良)  
愛知県
- 実施日時 2015年08月18日(火)~2015年08月19日(水)
- 調査対象 マクロミル会員パネルのうち、21歳~49歳のビジネスパーソン10,000人

	20代	30代	40代	合計
男性	1,397	2,615	2,462	6,474
女性	1,166	1,285	1,075	3,526
合計	2,563	3,900	3,537	10,000

## 調査②

- 調査地域 関東1都3県(東京/神奈川/千葉/埼玉)  
関西2府2県(大阪/兵庫/京都/奈良)  
愛知県
- 実施日時 2015年08月19日(水)~2015年8月21日(金)
- 調査対象 調査①の中から、ビール類飲料を1週間に1回以上飲み、「家飲み」を1週間に1回以上行い、同僚と飲食店でお酒を飲みむ「外飲み」を月1回以上行う人600人

	20代	30代	40代	合計
男性	100	100	100	300
女性	100	100	100	300
合計	200	200	200	600

※20代:21歳~29歳、30代:30歳~39歳、40代:40歳~49歳