

「国産クラフトビール」過去1年の飲酒経験は約3割 男性にはずっしり系、女性にはフルーツ系が特に人気 ～ ホットペッパーグルメリサーチセンター調べ ～

株式会社リクルートライフスタイル(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野健)に設置された「食」に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメリサーチセンター」(<http://grc.hotpepper.jp/>)は、近年ブームになりつつある国産クラフトビールについてのカスタマーアンケートを実施しました。その動向を発表いたします。
※本調査で「国産クラフトビール」とは、国内の小規模な醸造所でビール職人によって作られた、品質重視のビールを指します。

要約

■ 過去1年に国産クラフトビールを飲んだ人は約3割 . . . P 3-5

- 3圏域計で過去1年の国産クラフトビール飲酒経験は29.9%。
20代男性では、クラフトビール派が一般ビール派を上回る。
- 飲酒のシーンでは「小売店で購入して」が最多の47.6%。
外食・旅行先・贈答品・通販など多様な飲まれ方。
- 飲んだ相手は「家族と」が最多で51.6%、2位「一人で」が35.9%、
3位「友人・仲間と」が33.9%。

■ 国産クラフトビールは「高品質」なイメージ . . . P 6

- 国産クラフトビールのイメージ、「作り手のこだわりを感じる」。
「良い材料から作られている」「全体的な品質がよい」などで高スコア。
コストパフォーマンスにはまだ課題も。

■ 人気のタイプ、男性はずっしり系、女性はフルーツ系を支持 . . . P 7-8

- 国産クラフトビールのタイプ、認知度・飲酒経験・今後の飲酒意向とも
1位は「ピルスナー/ラガータイプ」。飲酒経験2位は「スタウトタイプ」、
今後の飲酒意向2位は「フルーツビール」。
- 男性は「スタウトタイプ」「ペールエールタイプ」のずっしり系、
女性は「フルーツビール」に高い興味。

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査(2015年3月分)
- ◎調査方法 インターネットによる調査
首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査(外食市場調査)の中で、国産クラフトビールの経験有無や、飲んだシーン・相手、イメージなどを聴取。
- ◎調査対象 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県)、関西圏(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県)、東海圏(愛知県、岐阜県、三重県)に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
- ②調査時期 2015年2月20日(金)~2015年2月27日(金)
- ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)
- ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
- ⑤配信数 267,984 件
- ⑥回収数 37,619 件
- ⑦本調査対象者数 17,035 件

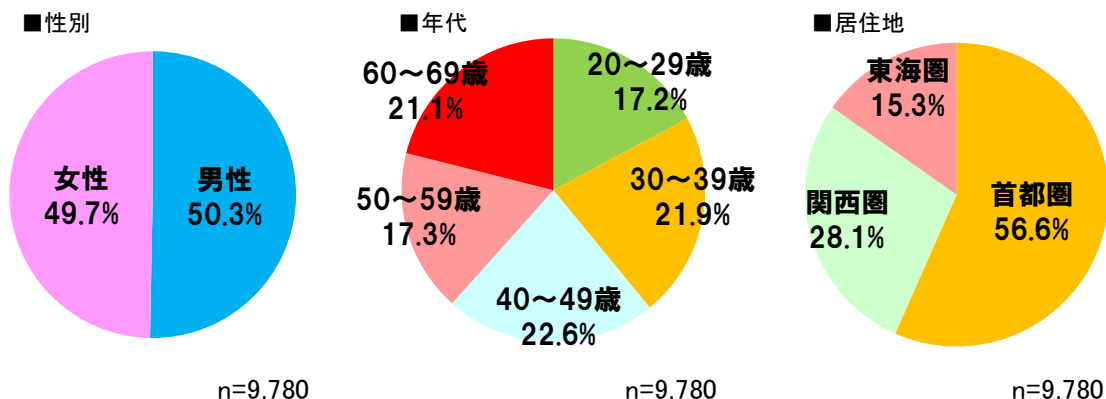
- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付をおこなって回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分(首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分)=250セル について、平成24年人口推計(総務省)に基づき割付をおこなった。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
- ②調査期間 2015年4月1日(水)~2015年4月6日(月)
- ③配信数 13,713 件
- ④回収数 9,856 件 (回収率 71.9 %)
- ⑤有効回答数 9,780 件 (首都圏 4,874 件、関西圏 2,594 件、東海圏 2,312 件)
- ※回収された票のうち、自由回答コメントから、主旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1か月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、平成24年人口推計(総務省)における割付(性年代別10区分×地域別25区分=250セル)別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計をおこなっている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 9,780 件(首都圏: 5,539 件、関西圏: 2,746 件、東海圏: 1,494 件)

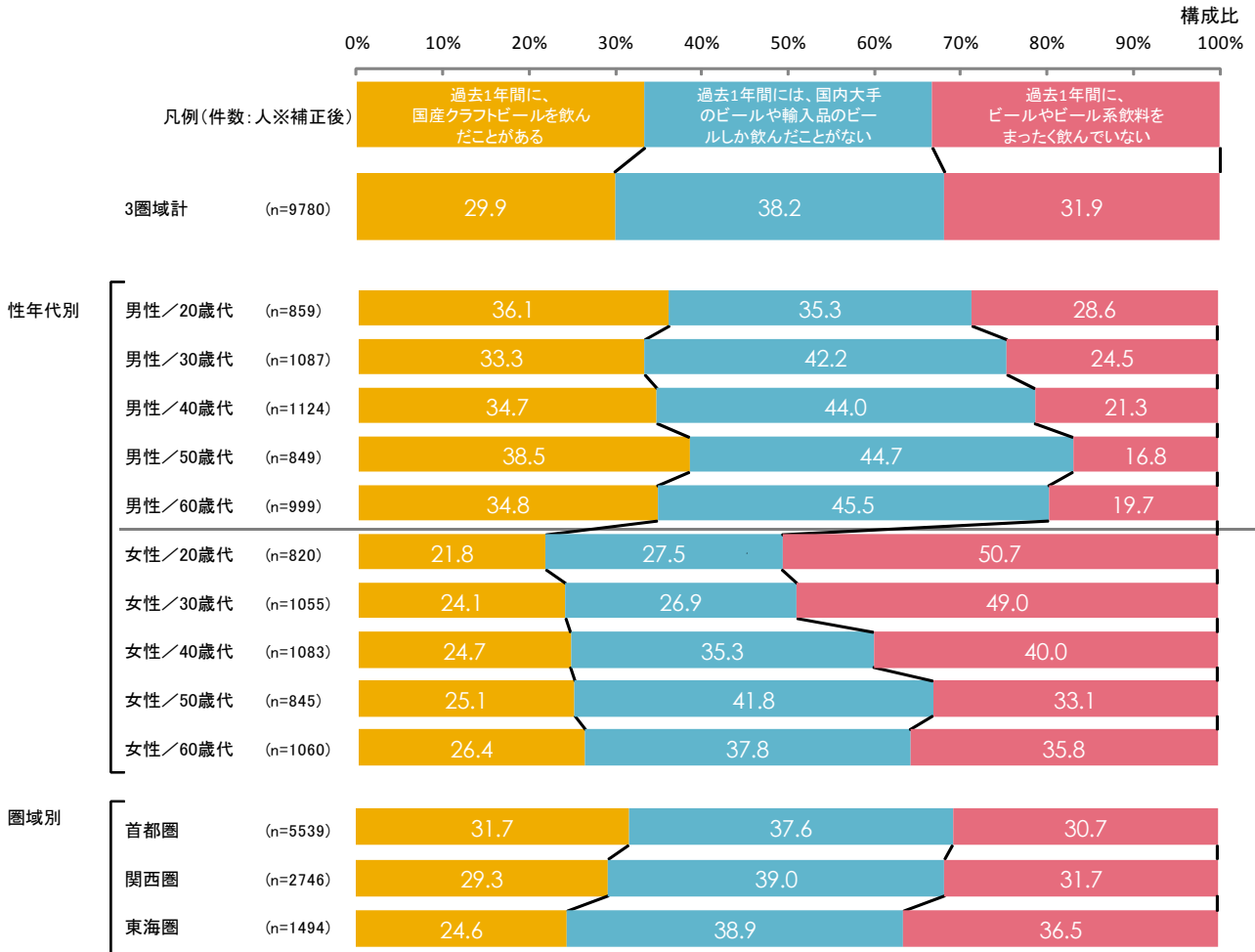
◆回答者プロフィール(ウェイトバック後)



1. 過去1年の国産クラフトビール飲酒経験は約3割、20代男性で相対的に高い人気

このところ、国産のクラフトビール（ここでは、国内の小規模な醸造所でビール職人によって作られた、品質重視のビールを指す、以下同）の人気が高まりつつあるが、過去1年間に国産のクラフトビールを飲んだことがある人は約3割（29.9%）であった。ビール全体については、おおむね女性より男性の方が飲んだ人が多く、男女ともピークは50代で、若くなるほどビールを飲まない傾向にあるが、クラフトビールに限ると年代との相関はそれほどはっきりとせず、特に20代男性では国産クラフトビールを飲んだ人が僅差で国産クラフトビール以外の一般ビールしか飲んだことのない人を上回り、相対的には若者にクラフトビール派が多い傾向ともいえる。圏域別では、特に首都圏で国産クラフトビールの飲酒が進んでいる様子だ。

■ 過去1年間に国産クラフトビールを飲んだ経験の有無（全体／単一回答）



※ 「過去1年間に国産クラフトビールを飲んだ経験の有無」

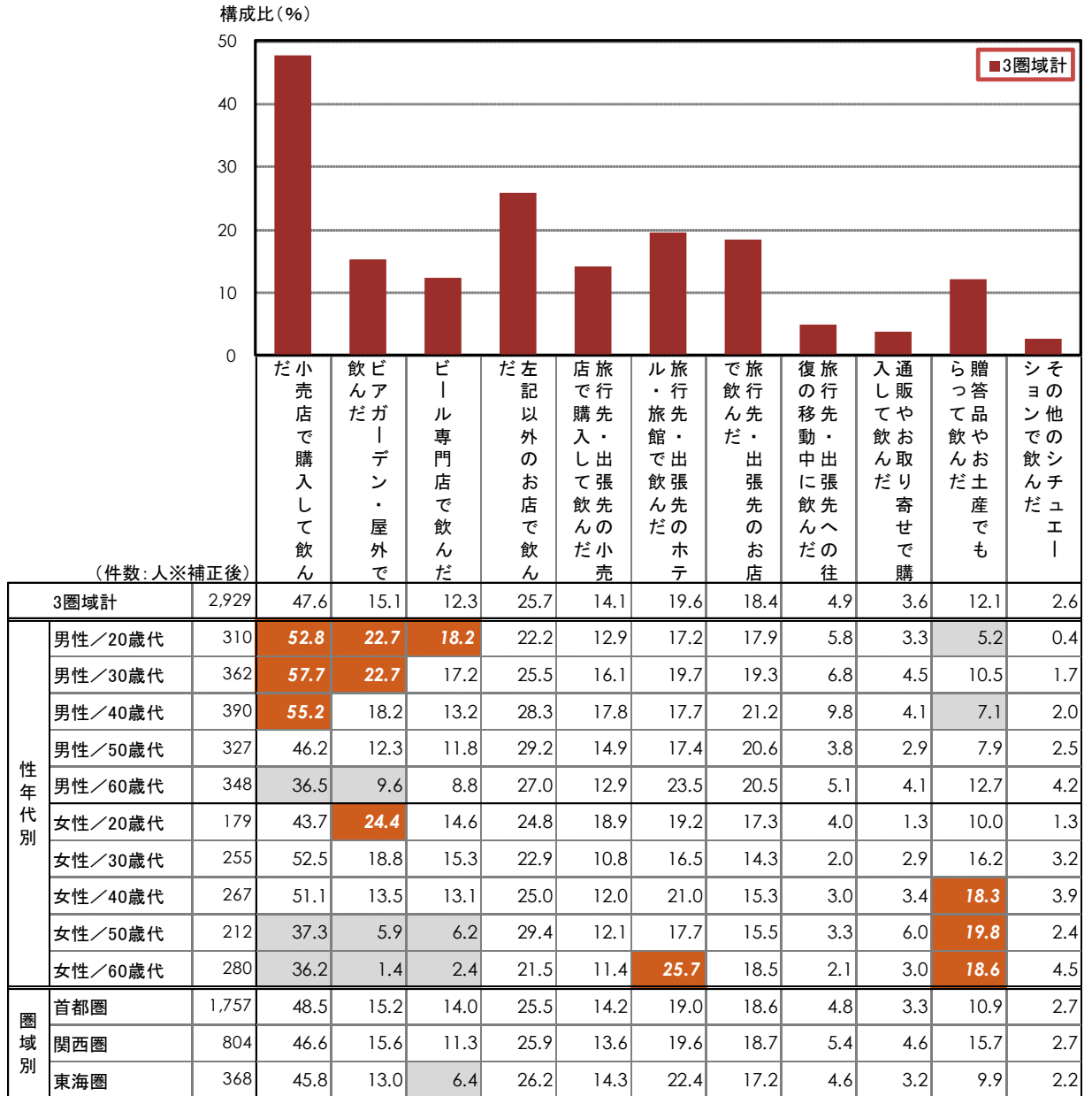
- 過去1年間に、国産クラフトビールを飲んだことがある：『国産クラフトビールを飲んだ場面（P4）』『国産クラフトビールを飲んだ相手（P5）』の選択肢いずれかを回答した人
- 過去1年間に、国内大手のビールや輸入品のビールしか飲んだことがない：『国産クラフトビールを飲んだ場面』『国産クラフトビールを飲んだ相手』の選択肢をいずれも回答せず、「過去1年間に、国内大手のビールや輸入品のビールしか飲んだことがない」と回答した人
- 過去1年間に、ビールやビール系飲料をまったく飲んでいない：『国産クラフトビールを飲んだ場面』『国産クラフトビールを飲んだ相手』の選択肢をいずれも回答せず、「過去1年間に、ビールやビール系飲料をまったく飲んでいない」と回答した人

2. 「小売店で購入して」を筆頭に、外食・旅行先・贈答品・通販など多彩な飲まれ方

国産クラフトビールを飲んだシーンについては、「小売店で購入して飲んだ」が47.6%で最多であるが、外食（特に特徴的な飲み方として旅行先）や通販・贈答品など、かなり幅広い飲まれ方をしている様子が伺える。性年代別では、男性の20-40代が「小売店で購入して飲んだ」が平均より高めで、女性の40-60代は「贈答品やお土産でもらって飲んだ」が多いなど、飲まれるシーンについてはやや違いが見られた。

■過去1年間に国産クラフトビールを飲んだ場面

(過去1年間に国産クラフトビールを飲んだことがある人／複数回答)



単位:構成比(%)

太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

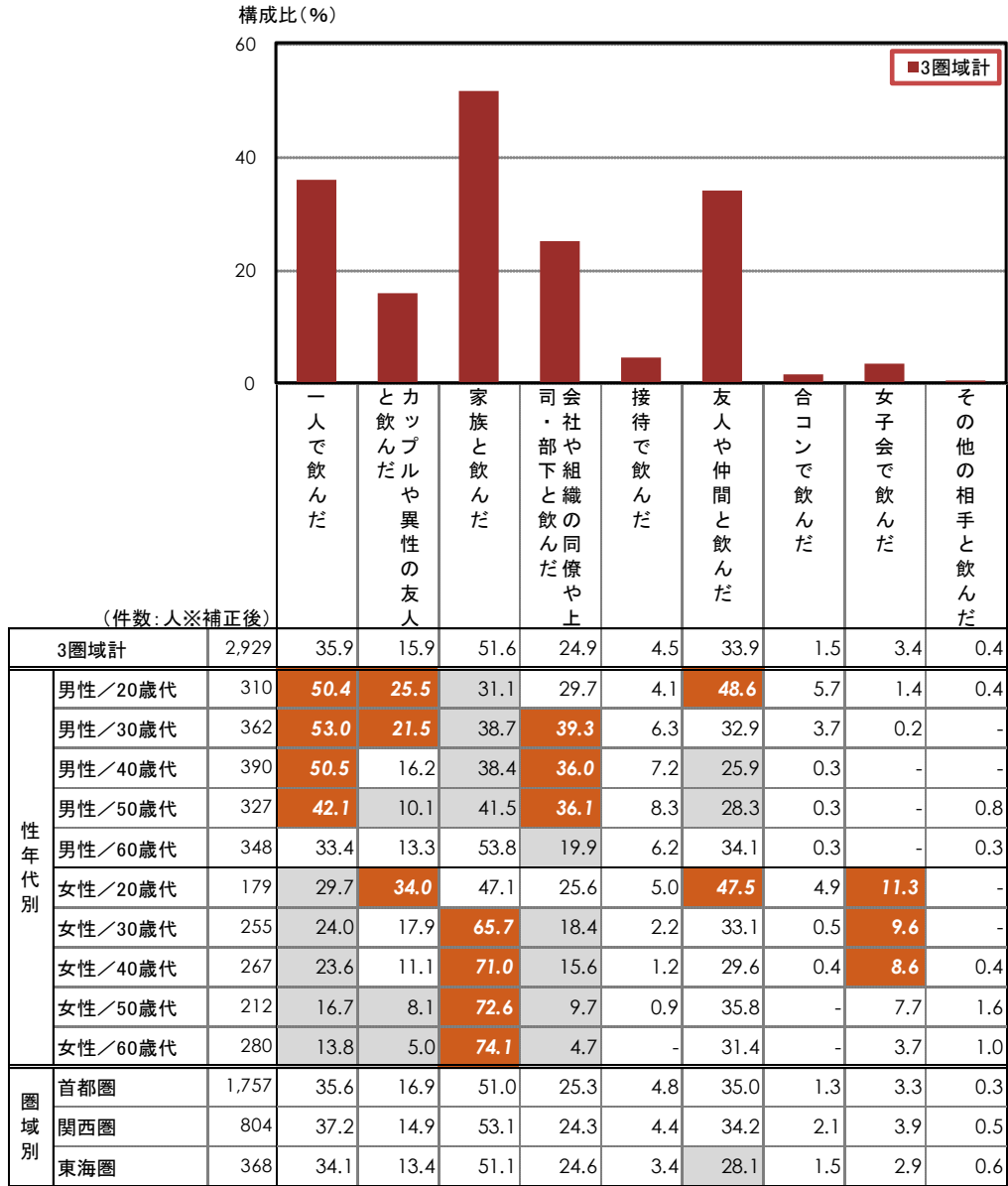
3圏域計より5ポイント以上低い項目

3. 男性は「一人で」「会社の同僚・上司と」、女性は「家族で」「女子会で」飲む傾向

国産クラフトビールを飲んだ相手では「家族と」が最多の51.6%、次いで「一人で (35.9%) 」と「友人と (33.9%) 」が僅差で2位・3位であった。男性は「一人で」「会社の同僚や上司と」飲む割合が高く、女性は「家族と」「女子会で」飲む割合が平均的な割合に比べて高かった。

■ 過去1年間に国産クラフトビールを飲んだ相手

(過去1年間に国産クラフトビールを飲んだことがある人/複数回答)



単位:構成比(%)

赤字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

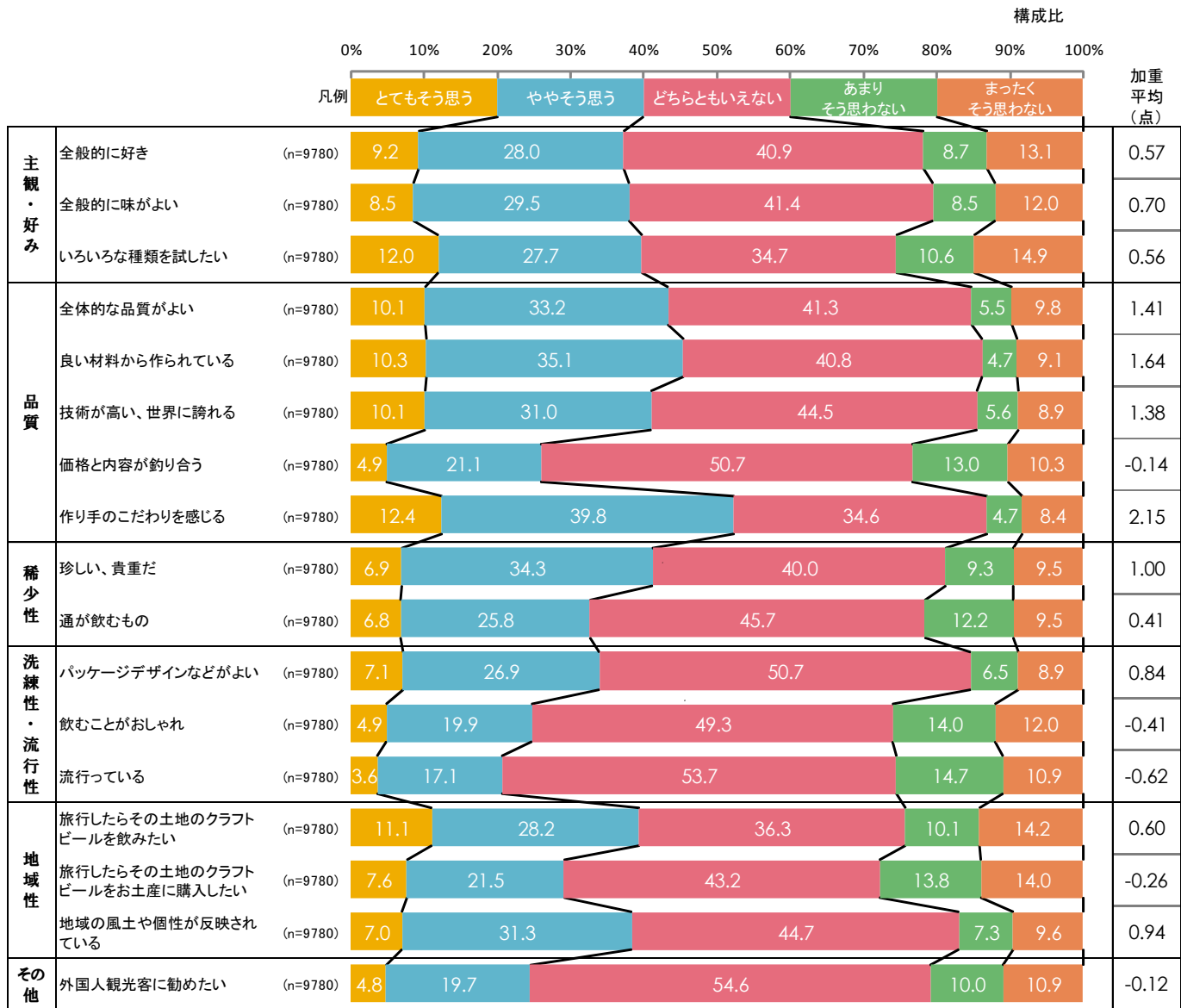
灰色 3圏域計より5ポイント以上低い項目

※「女子会で飲んだ」に一部男性が回答しているが、例外的にはあり得ると思われるので、特に無効回答処理等はしていない。

4. 品質面で高いイメージ、コストパフォーマンスには課題も

国産クラフトビールに対する17項目のイメージに対して「とてもそう思う」から「まったくそう思わない」までの5段階で聴取したところ、加重平均でもっとも高かったイメージは「作り手のこだわりを感じる」で、次いで「良い材料から作られている」「全体的な品質がよい」など品質面で高いイメージを持っていることがわかった。ただ、「価格と内容が釣り合う」に関しては加重平均でマイナス評価となっており、コストパフォーマンス面ではまだ課題もありそうだ。品質面以外では「珍しい・貴重だ」「地域の風土や個性が反映されている」「パッケージデザインがよい」などでも高評価を集めており、このあたりがこのところの人気の理由としてあげられそうだ。

■国産クラフトビールのイメージ（全体／それぞれ単一回答）

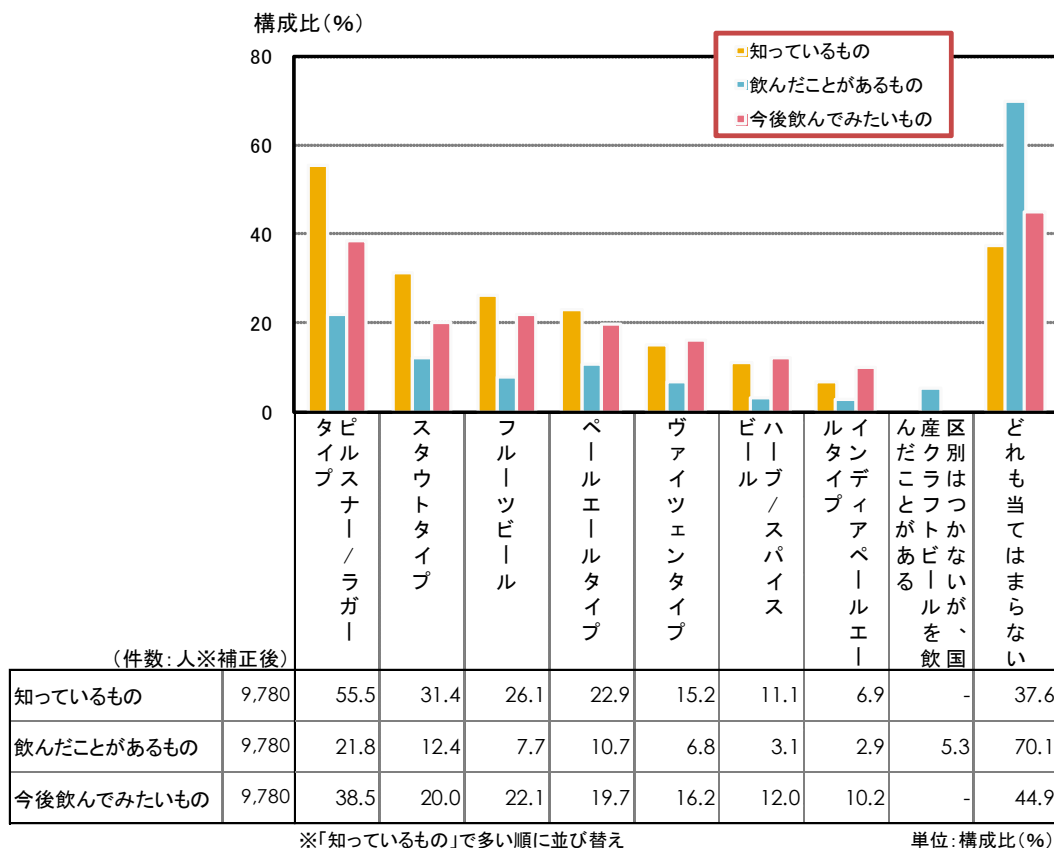


※加重平均:「とてもそう思う」10点、「ややそう思う」5点、「どちらともいえない」0点、「あまりそう思わない」-5点、「まったくそう思わない」-10点として算出した平均値

5. 「ピルスナー/ラガー」「スタウト」「ペールエール」が過去に1割以上飲んだ経験有

国産クラフトビールの代表的なタイプについて、認知度、過去1年間の飲酒経験、今後の飲酒意向を調べたところ、いずれの項目においても、「ピルスナー/ラガータイプ」がトップのスコアであった。日本の大手ビールメーカーが長年主流で提供しているタイプだけに、知名度や味になじみがあることが有利だったかもしれない。飲酒経験で「ピルスナー/ラガータイプ」に続くのは「スタウトタイプ」「ペールエールタイプ」で、ここまですべて過去に1割以上の飲酒経験があるタイプであった。また、今後飲みたいタイプとしては、「ピルスナー/ラガータイプ」に続くのは「フルーツビール」「スタウトタイプ」で、ここまですべて全体の2割以上の興味を集めた。

■国産クラフトビールの各タイプの認知度・過去1年間の飲酒経験・今後の飲酒意向 (それぞれ全員/複数回答)



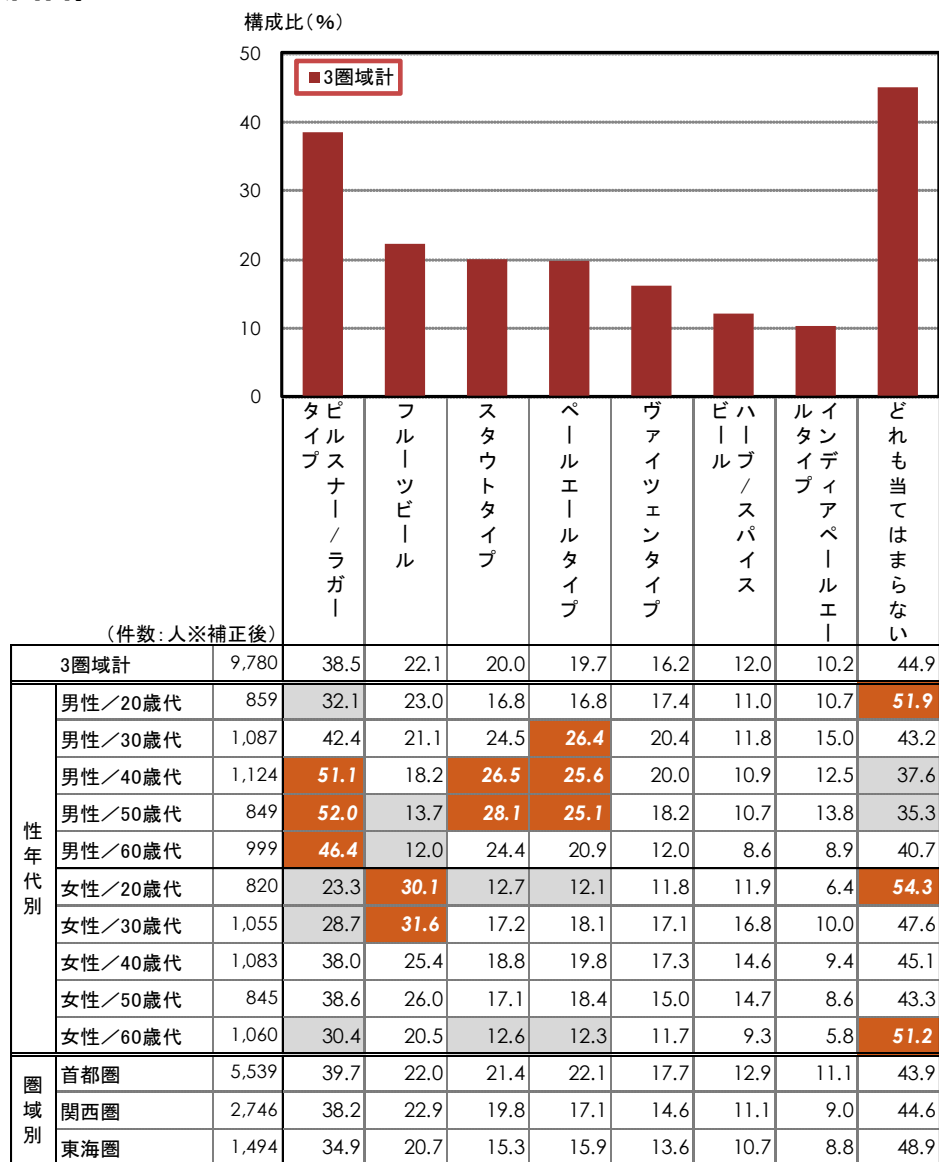
※各タイプの選択肢には、調査時にそれぞれ以下の説明を付記している。

- ▶ピルスナー/ラガータイプ：大手ビールメーカーが造っている黄金色のビール。ホップの香りが程よく、喉越しが爽快、軽いテイスト
- ▶ペールエールタイプ：ピルスナーに比べると、ホップの香りもモルトのしっかり感もより強い濃い感じのビール
- ▶インディアペールエールタイプ：その昔、イギリスからインドまでビールを運ぶ時に、腐敗しないように大量にホップを使ったことが語源のペールエールにさらに苦みを強化したビール
- ▶ヴァイツェンタイプ：大麦ではなく小麦から作られたビール。色はやや不透明。香りはフルーティで、苦みはほとんど無く、ホップの香りも強くない。小麦の旨みを感じられる
- ▶スタウトタイプ：輸入ビールではギネスに代表される黒い色のビール。麦芽を高温で焦がして使用する。飲み口は割とずっしりしている
- ▶フルーツビール：フルーツを麦汁（ビールができる前の液体）に漬け込んだり、果汁を加えて造る。リンゴ、桃、イチゴ、梨などフルーツによる味の違いが楽しめる
- ▶IPA/スパイスビール：植物の根、タネ、野菜、花などを利用して、ビールにアロマやフレーバーを持たせたもの。国内では、山椒、わさび、お茶、コーヒー、ココナッツなどがある

6. 男性はずっしり系、若年女性は「フルーツビール」に興味

今後飲んでみたい国産クラフトビールのタイプについて、性年代、圏域別の集計が下記のグラフ。飲みなれた「ピルスナー/ラガータイプ」が全体で最多の支持を集め、ずっしりとした味わいの「スタウトタイプ」「ペールエールタイプ」は男性30～50代で支持が高く、「フルーツビール」では女性20・30代の支持が高い。圏域別ではそれほど顕著な数値の差が見られないが、東海圏が「どれもあてはまらない」の数値が約半数（48.9%）と高く、P3の過去1年のビール飲酒経験同様に首都圏・関西に比べて国産クラフトビールへの興味がやや低い。

■【性年代・圏域別】国産クラフトビールの各タイプのうち今後飲んでみたいもの（全員／複数回答）



※「3圏域計」で多い順に並び替え

単位:構成比(%)

太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

3圏域計より5ポイント以上低い項目

※各タイプの選択肢の説明は前ページと同様。