

PRESS RELEASE

報道関係者各位

2023年11月09日

データコム株式会社

ボジョレー買うなら「スーパーマーケット」が圧倒的！ ミレニアル層は小容量のワインを購入したい！？ 【2023年 ミレニアル層を対象とするボジョレーヌーボーに関する調査】

小売業界に特化した商品・顧客分析ソリューションを始めとする、パッケージシステムを開発・提供しているデータコム株式会社(本社:宮城県仙台市、代表取締役:小野寺修一)は、11月16日に解禁を迎える「ボジョレーヌーボー」について、30代までのミレニアル層を対象にアンケート調査を実施しました。



コーポレートサイト: <https://www.datacom.jp/>

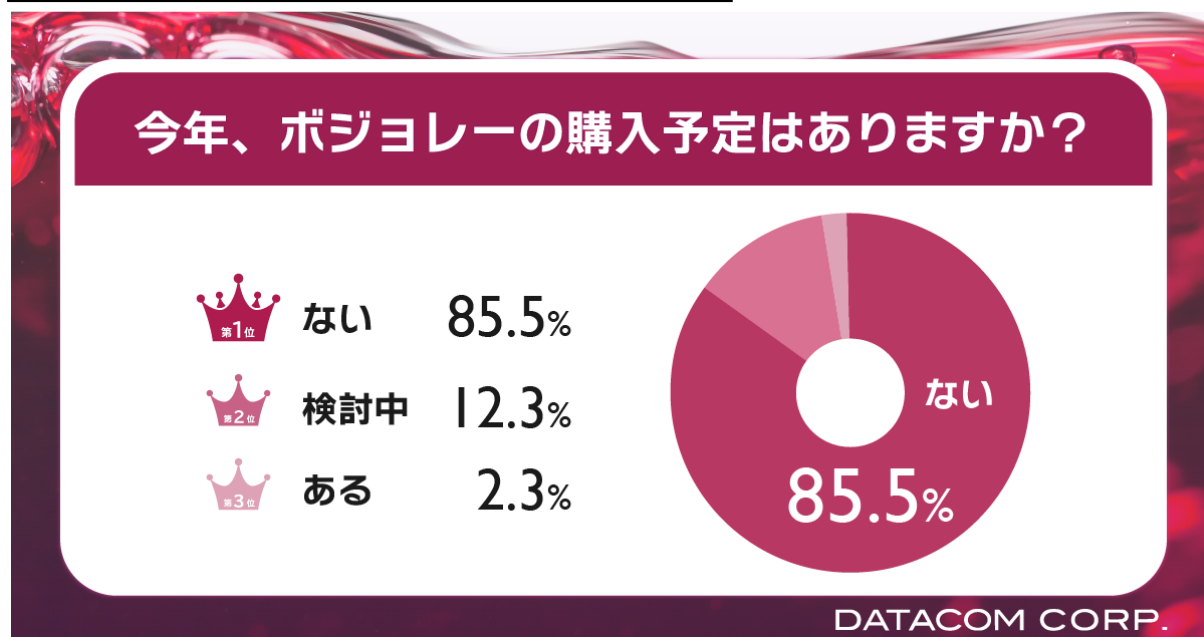
【調査背景】

昨年11月の消費者購買データ(提供:株式会社mitoriz社Point of Buy®)によると、酒類のうち果実酒の占める割合が20代から50代まで右肩上がり伸びていくことが分かりました。そこで、伸びしろのある20代から30代を対象にボジョレーヌーボーの購買動向や嗜好を調査しました。

【調査結果概要】

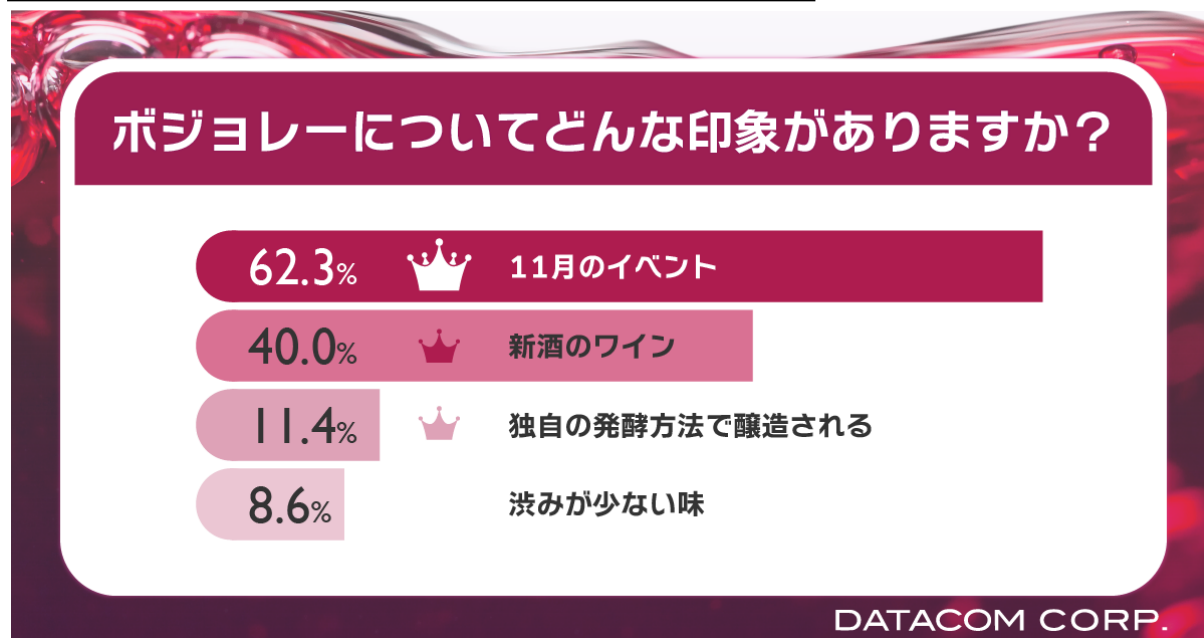
- ①ミレニアル層でボジョレーヌーボーの購入意向がある人は少数派
- ②ボジョレーヌーボーは「11月のイベント」という印象のみの人が8割以上
- ③約7割の人が購入場所として「スーパーマーケット」を選ぶ
- ④通常のワインボトルサイズよりも「小容量の商品」だとより購入したくなる傾向

■85%以上がボジョレーヌーボーの購入予定はないと回答



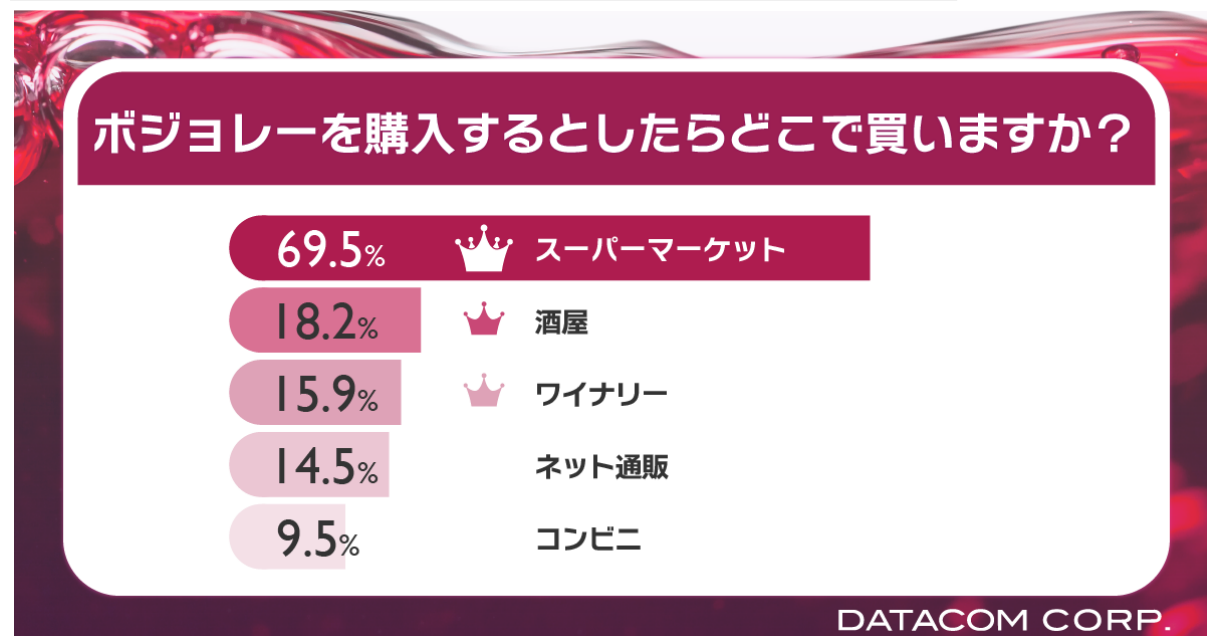
「今年、ボジョレーヌーボーの購入予定はありますか？」という質問に対して、最も多かった回答は「ない」で85.5%となりました。ミレニアル層では、ボジョレーヌーボーを家庭で消費する文化が根付いていないという結果になりました。

■ボジョレーヌーボーに関する情報を詳しく知っている人は少ない



「ボジョレーヌーボーについてどんな印象がありますか？（複数回答可）」と聞いた所、1位が「11月のイベント」62.3%、2位「新酒のワイン」40.0%、3位「独自の発酵方法で醸造される」11.4%となりました。ミレニアル層は、ボジョレーヌーボーそのものについては、あまり詳しくないようです。

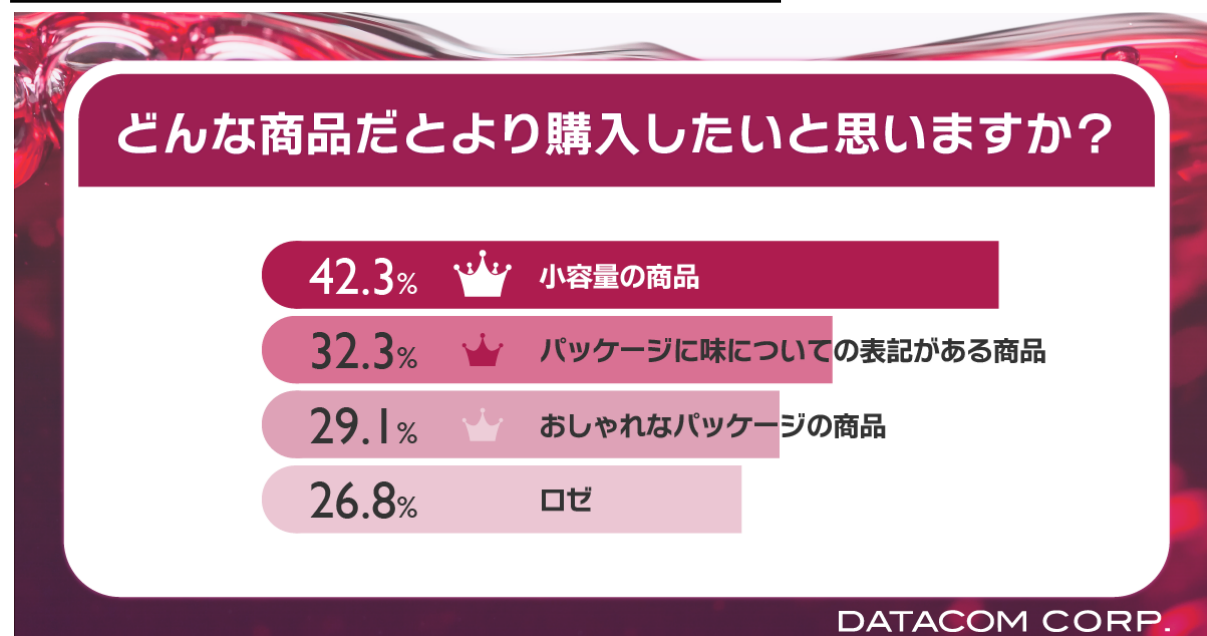
■ボジョレーヌーボーを買うなら「スーパーマーケット」を選択する人が過半数



「ボジョレーヌーボーを購入するとしたらどこで買いますか？（複数回答可）」という質問に対して、1位「スーパーマーケット」が69.5%、2位「酒屋」18.2%、3位「ワイナリー」15.9%という結果になりました。

手軽に購入できるスーパーマーケットを選ぶ人が圧倒的ではあるものの、30代女性は31%がワイナリーや酒屋を選択することも分かりました。

■手軽に飲み切れる「小容量の商品」なら購入したい人が42%



「どんな商品だとより購入したいと思いますか？（複数回答可）」と聞いた所、「小容量の商品」の回答が42.3%で1位になりました。理由として「一人暮らしだから」、「少人数で飲み切れるから」という回答が多く見られました。

購入予定がない人の男女別回答

女性



小容量の商品



おしゃれなパッケージ



パッケージに味についての表記がある商品



ロゼ

男性



パッケージに味についての表記がある商品



小容量の商品



おしゃれなパッケージ



ロゼ

DATACOM CORP.

さらに、購入予定がない人に限定すると、女性は「小容量の商品」が最も多く34%で1位になりました。一方の男性は「パッケージに味についての表記がある商品」が33%で1位となりました。この結果から、ミレニアル層を取り込んでいくためには、男女別に訴求方法を工夫する必要があると言えそうです。女性向けには缶やグラスなどの小容量タイプを品揃え、気軽に試せることを訴えていくと良いのではないのでしょうか。一方で男性向けには、味などに関して他のワインとの差異を説明するようなPOPなどを準備しておくことに関心を引くことが出来そうです。

【調査概要】

調査方法: インターネット調査

地域: 全国

調査方法: mitorizが提供するPOBLシート会員へのインターネット調査

<https://www.mitoriz.co.jp/>

調査人数: 220人

調査時期: 2023年10月

※本リリースの調査結果や分析をご掲載いただく際には「データコム株式会社 調べ」とご記載ください。

■データコム株式会社について

1994年の創立時から一貫して、小売業界に特化したパッケージシステムを手掛けています。取り扱う商品や販売方法が多様化する流通市場において、販売データや顧客データに基づく企業戦略設計が一層重要になっています。「商品分析システム d3」などの開発・提供を通じて、小売企業の更なる成長に貢献していきます。お客様にしっかり向き合い、「ビジネスへの新たな価値を創造し、確かな感動を生み出す。」これこそが私たちデータコムの使命であると捉え、その感動が業界全体のさらなる活性化へつながるよう、これからも新しいことに挑戦し続けます。

名称: データコム株式会社

代表:代表取締役 小野寺修一

所在地

本社:宮城県仙台市青葉区本町1-13-22 仙台松村ビル 6F

東京支社:東京都中央区日本橋富沢町7-16 THE GATE 日本橋人形町 5F

設立:1994年4月8日

URL: <https://www.datacom.jp/>

商品分析システム(d3): <https://www.datacom.jp/d3/>

<当リリースに関するお問い合わせ先>

データコム株式会社:木谷

TEL:03-5652-3080 MAIL: press@datacom.jp