

報道関係者各位

2013年12月10日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

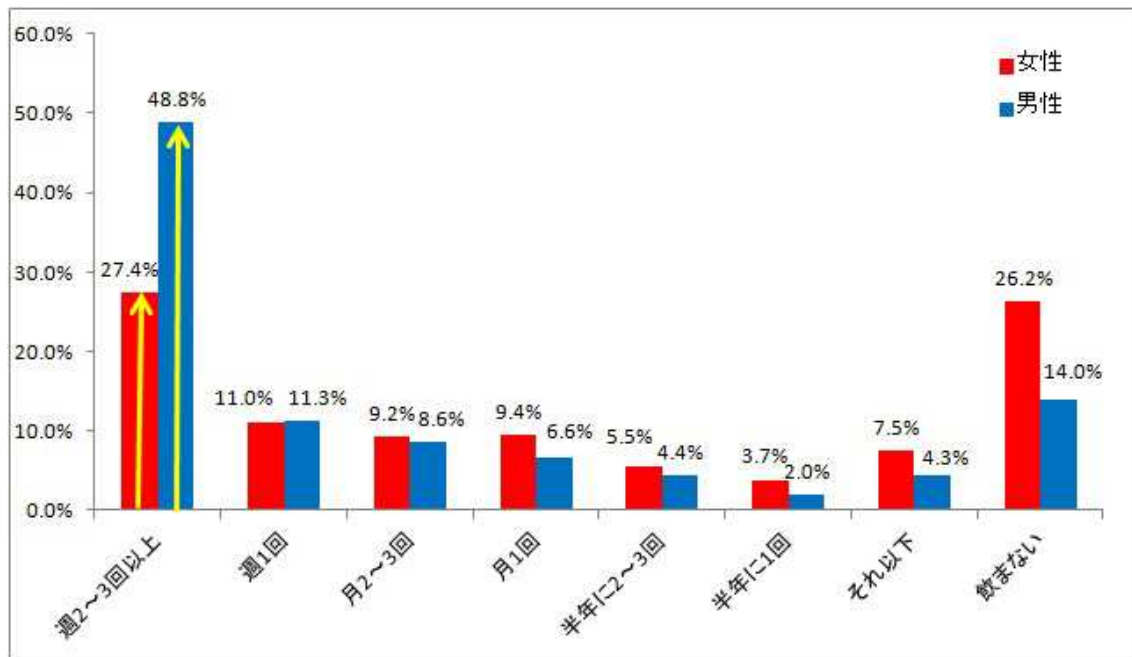
～お酒を飲む機会について 5100 人アンケート～
女性の 26.2%はお酒を飲まないことが判明！
お酒を飲む女性の8割が二日酔いになる飲み方をしない

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、株式会社クレディセゾンとの共同事業として、2013年2月1日にサービスを開始した「レシートで貯める」のアンケートモニターを対象にお酒を飲む機会に関するアンケート調査を行いましたので、報告します。

いよいよ年の瀬が迫り、お酒を飲む機会が増える忘年会シーズンに突入しました。そこでお酒を飲むシーンの実態を、20代～70代以上の男女 5,158名(女性 3,276名、男性 1,882名)を対象に2013年11月25日に調査を実施しました。

◆女性の4人に1人はお酒を飲まない

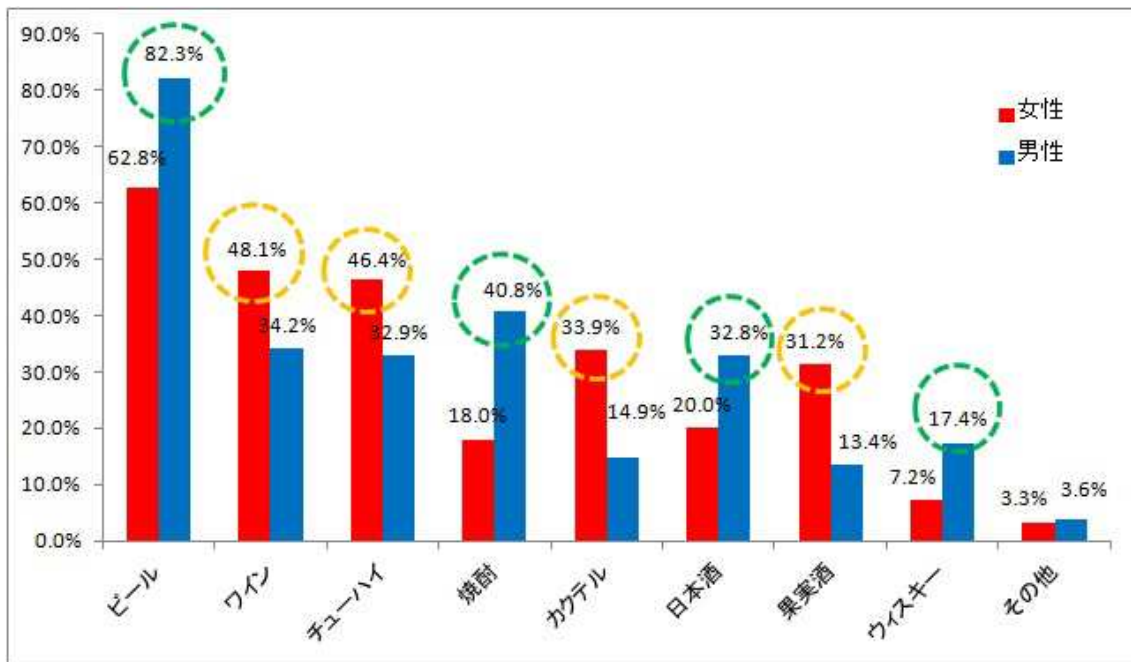
図表1. 普段の飲酒頻度(n=5,158)



普段の生活の中で飲酒する頻度について聞いたところ、男性の48.8%、女性の27.4%が週2～3回以上アルコールを飲む機会があると答えており、男女でボリュームゾーンとなりました。その一方で、「半年に1回」、「それ以下」と答えた方が、女性で11.2%、男性で6.34%、さらに「飲まない」と答え方は女性で26.2%、男性で14.0%いました。

◆ 普段飲むお酒は男女ともビールがトップ

図表 2. 普段飲むお酒の種類【複数回答】(n=4,035)

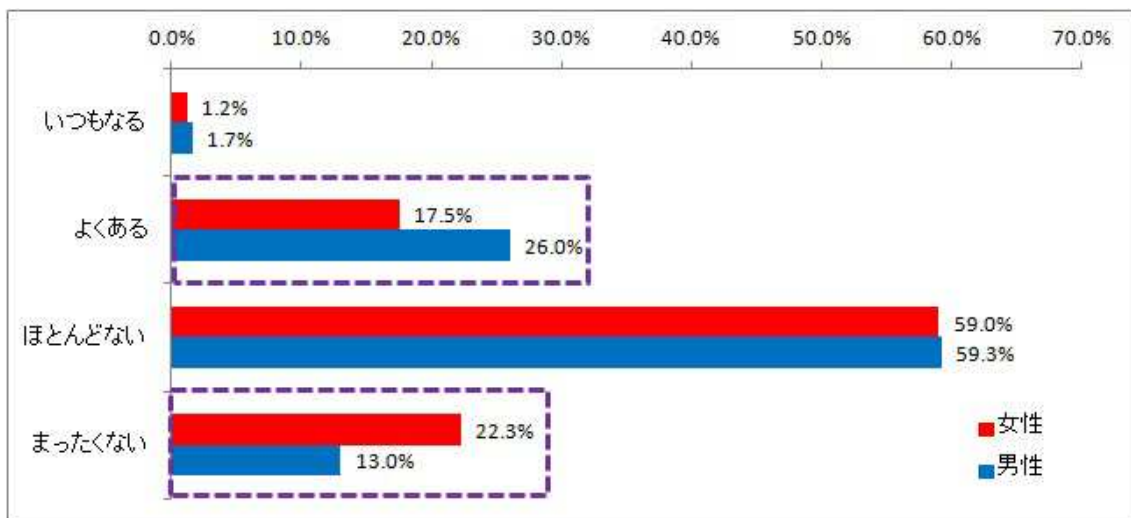


普段お酒を飲む機会のある方に、その種類を聞いたところ、男性の 82.3%、女性の 62.8%がビールと答えトップでした。男性では続いて焼酎が 40.8%、ワインが 34.2%となりました。一方で女性はワインが 48.1%で 2 位、3 位はチューハイで 46.4%でした。

またビール、日本酒、焼酎、ウイスキーは男性の割合が高く、カクテル、チューハイ、果実酒、ワインでは女性の割合が高くなるなど、それぞれのお酒の種類で男女の好みの違いがはっきりと出る結果となりました。

◆ 男女とも6割弱が二日酔いになることは「ほとんどない」

図表 3. 二日酔いになる傾向(n=4,035)

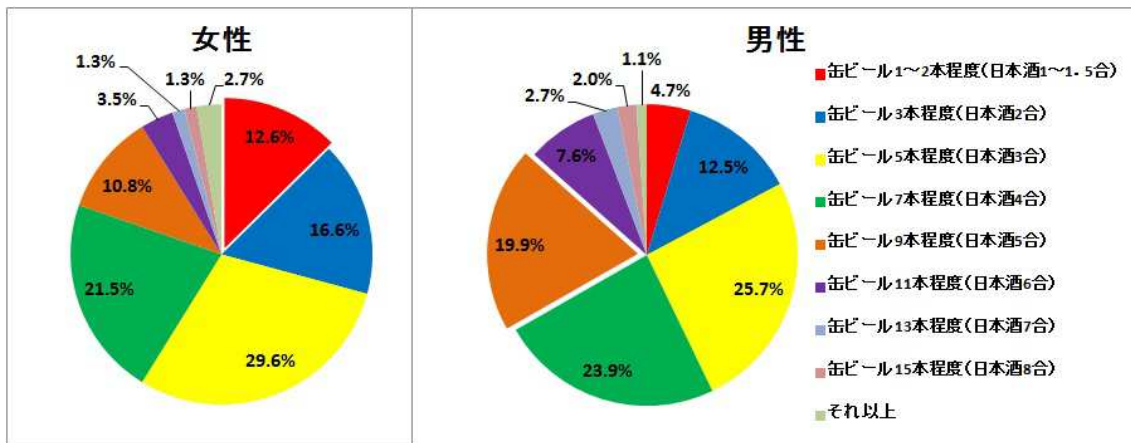


普段お酒を飲む機会のある方に、二日酔いになったことがあるかを確認したところ、男女とも 6 割

弱がほとんどないと回答しており、次の日に残らないスマートな飲み方を楽しんでいる男女が多いことがわかりました。逆に「いつもある」、「よくある」と答えた方は、男性が27.7%、女性が18.7%で、女性のほうがより賢い飲み方をしていると言えます。

◆二日酔いになる人の飲酒量は男女とも缶ビール5杯がボリュームゾーン

図表 4. 二日酔いになる時の飲酒量(n=900)



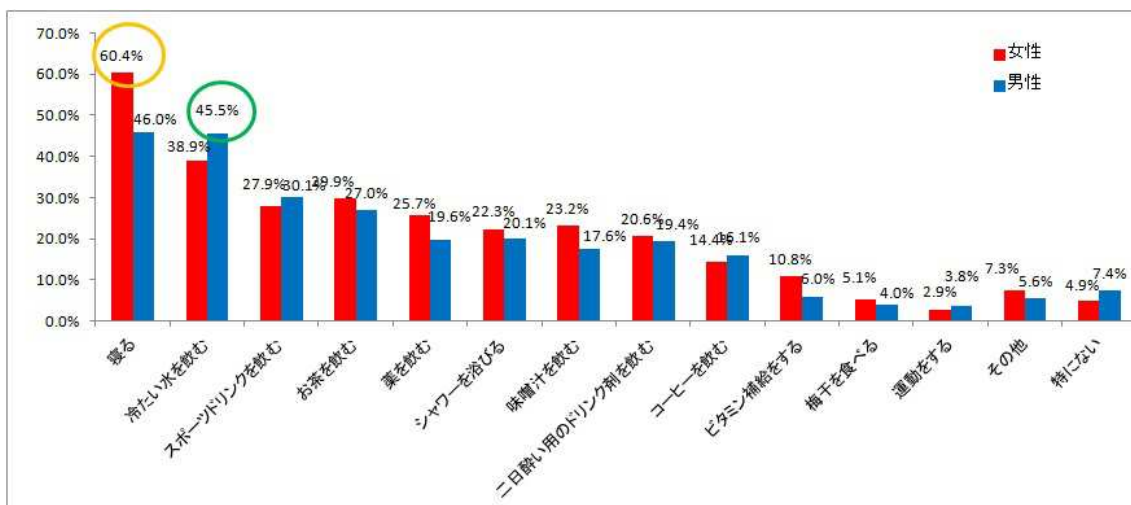
二日酔いになることが「よくある」、「いつもなる」と回答した方に、二日酔いになる際の飲酒量をたずねたところ、男女とも缶ビール5本程度(日本酒3合程度)がトップでした。

また、女性は缶ビール1~2本程度(日本酒1~1.5合)で二日酔いになる方が12.6%と、男性の4.7%に対して高い割合となりました。

一方で、缶ビール9本程度(日本酒5合)で二日酔いになると答えた方が女性では10.8%に対して、男性では19.9%となっており、男性のほうが深酒の結果、二日酔いになっていることがわかりました。

◆二日酔いの時は「寝る」のが男女とも1位

図表 5. 二日酔い時の対策【複数回答】(n=900)



二日酔いになることが「よくある」、「いつもなる」と回答した方に、実際に二日酔いになった際の対策を聞いたところ、男女ともに「寝る」がトップ、ついで「冷たい水を飲む」となりました。その他にも、「お

茶を飲む」、「スポーツドリンクを飲む」と回答した方が3割前後おり、水分補給は二日酔い対策の王道となっている様子がうかがえました。

その一方で、二日酔い用のドリンク剤を飲むと答えた方は男女ともにまだ5人に1人程度、「薬を飲む」と答えた方も女性は25.7%でしたが、男性では20%を切っており、二日酔い時は自然の回復力に任せる男女がまだまだ多いと言えそうです。

【調査実施概要】

対象:クレディセゾン社との共同事業「レシートで貯める」の10代~80代の会員

調査方法:当社「レシートで貯める」サイトを活用したインターネットリサーチ

調査地域:全国

調査日:2013年11月25日

有効回答者数:5,158名

属性:[女性] 20代以下 4%、30代 20%、40代 25%、50代 12%、60代 3%、70代以上 1%

[男性] 20代以下 1%、30代 7%、40代 14%、50代 10%、60代 4%、70代以上 1%

【サービス概要】

- サービス名： 購買理由データ提供サービス
- クレディセゾン「永久不滅.com」サイト上のサービス名： 『レシートで貯める』
- 購買理由収集対象者： 910万人のクレディセゾンのネット会員の内、当サービス登録会員
- 購買理由収集の方法：
 - 指定カテゴリー(約50カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告
 - 登録会員に、対価としてクレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」にてポイントを付与
- 購買理由データの販売先： 消費財メーカー
- 購買理由データの提供方法： 契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供
- 当事業の特長：
 - 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
 - 910万人のクレディセゾンのネット会員を基盤とした購買理由情報
 - 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ： <http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>
- 購買理由データ提供事業の全体図：



【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約47,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など100,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。
当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地 : 東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7階

設立 : 2004年7月

資本金 : 151,499,329円

代表取締役社長 : 木名瀬 博

URL : <http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)/神谷(かみたに)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム : <https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

戦略企画室 柳原(やなぎはら)/具志堅(ぐしけん)

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL: solution@sbfield.com