

報道関係各位

2021年10月6日
株式会社クロス・マーケティング

宣言解除も、お酒を楽しむのは「一人で自宅で」が51.4% 飲まない人は「ソフトドリンク」で飲み会に参加

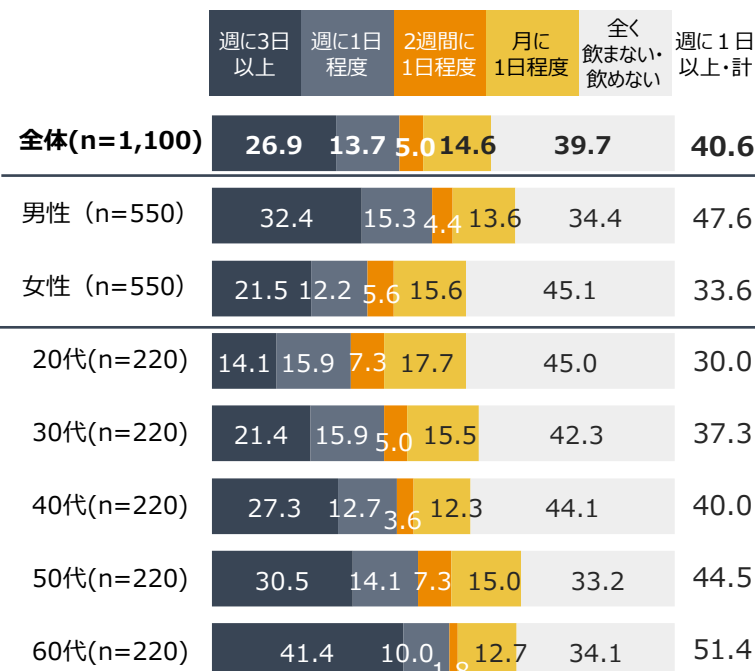
－お酒の飲み方に関する調査（2021年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「お酒の飲み方に関する調査（2021年）」を実施しました。緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置が全都道府県で解除され、地域差はありますが、飲食店での酒類提供が再開しました。今回は、これからのお酒の楽しみ方や、普段お酒は飲まない人は飲み会の時はどう過ごしているのかなどを調査しました。
◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211006alcohol/>

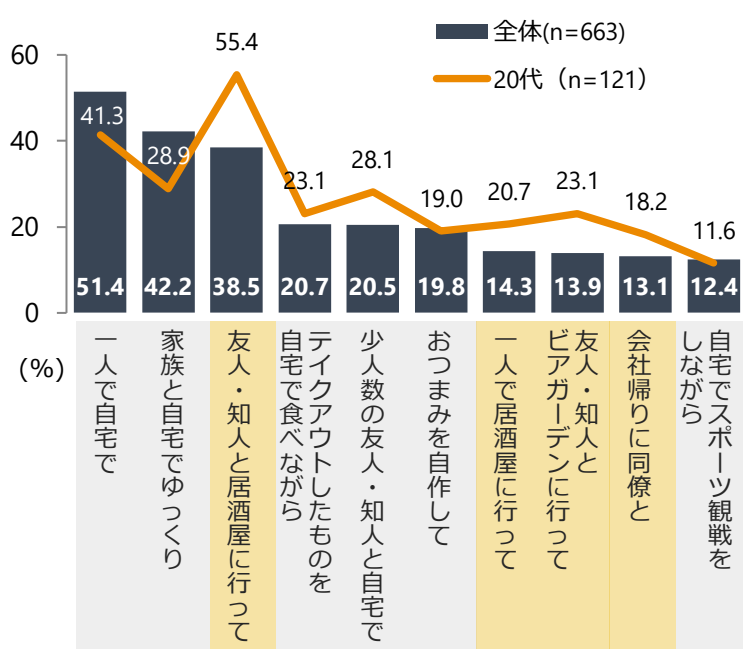
■調査結果

- ✓ **お酒を飲む頻度について、「週1日以上飲む」が40.6%、「全く飲まない・飲めない」が39.7%。**
性別で見ると男性のほうが頻度が多く、年代別で見ると、年代が高いほど頻度も増える傾向。〈図1〉
- ✓ **これからどのようにお酒を楽しみたいかを聴取したところ、「一人で自宅で」が51.4%で1位。「家族で自宅でゆっくり」が42.2%、「友人・知人と居酒屋に行つて」が38.5%で続く。**
緊急事態宣言が解除された直後の調査にもかかわらず、依然として外出先よりも自宅で楽しむ意向が高い。一方、20代では外出先での意向が全体と比べて高い。〈図2〉
- ✓ **普段お酒を飲まない・飲めないと回答した人に、飲み会での過ごし方を尋ねたところ「ソフトドリンクを飲む」、「食事を楽しむ」、「ノンアルコール飲料を飲む」。**
そもそも飲み会に参加しないと回答した人も4割ほど見られた。〈図3〉
- ✓ **最近よく飲むお酒は「ビール」、「発泡酒・第三のビール」、「焼酎」がTOP3。チューハイ・サワーではアルコール度数が5%未満や5%程度の弱いものが、7%以上の強いものより上位にランクイン。**
様々なアルコール度数の商品が展開されているチューハイ・サワーでは、アルコール度数が5%未満の弱いものが4位にランクインした。性別で比較してみると、男性では「ビール」「焼酎」、女性では「ワイン（赤ワイン・白ワイン）」「チューハイ・サワー（アルコール度数5%未満）」が高くなっている。〈図4〉

〈図1〉お酒を飲む頻度（単一回答：n=1,100）
（%）

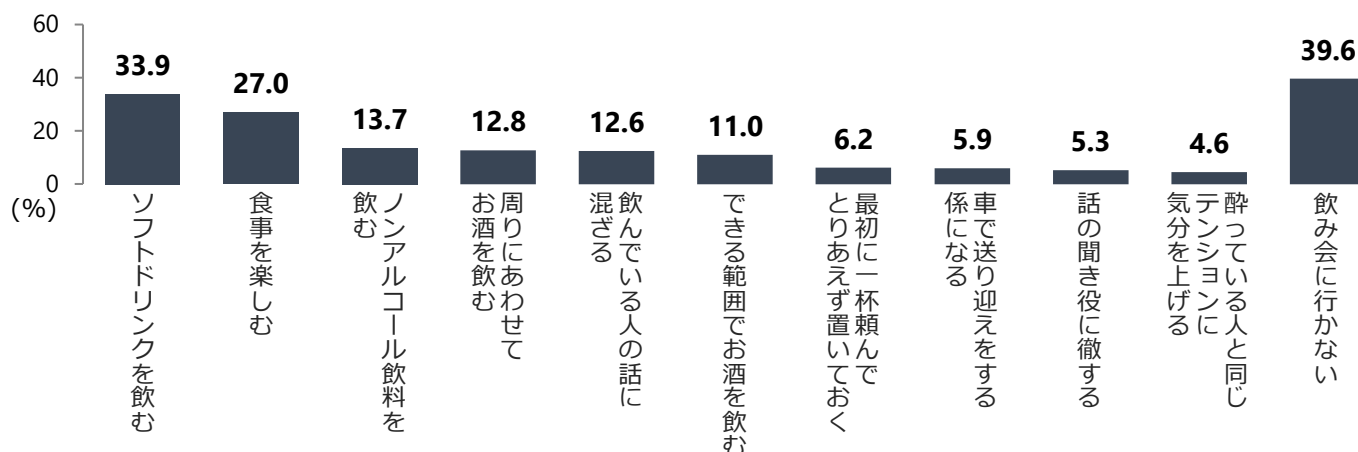


〈図2〉これからのお酒の楽しみ方 TOP10
（複数回答：月に1日以上お酒を飲む人ベース：n=663）

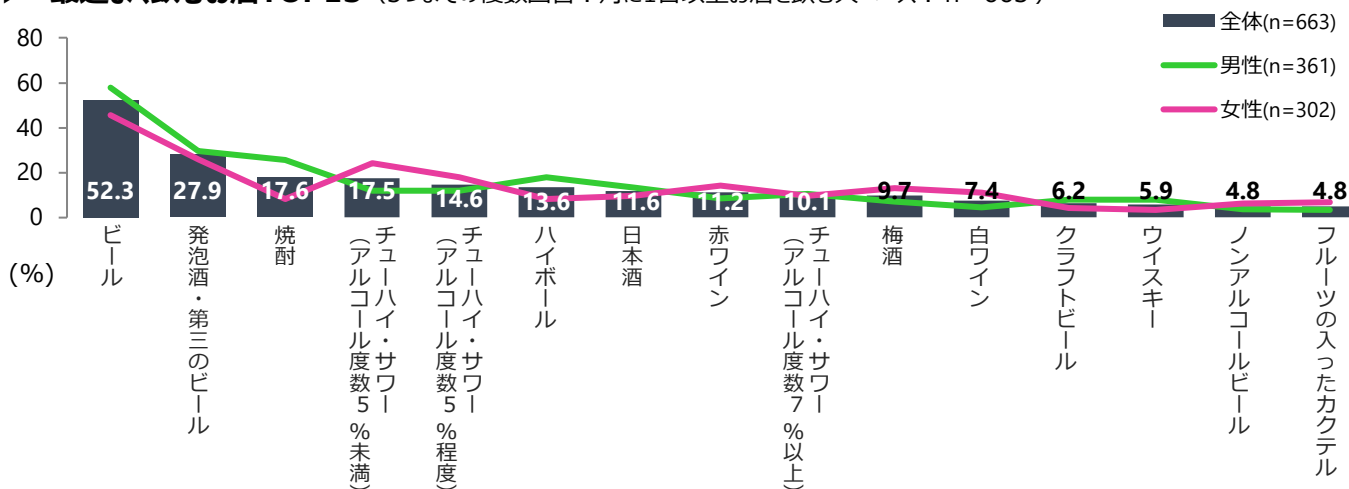


<図3> 普段お酒を飲まない・飲めない人の飲み会での過ごし方 TOP10

(複数回答：普段お酒を飲まない・飲めない人ベース n=437)



<図4> 最近よく飲むお酒TOP15 (3つまでの複数回答：月に1日以上お酒を飲む人ベース：n=663)



■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 普段お酒を飲む頻度
- これからのお酒の楽しみ方
- 飲み会での過ごし方 (お酒を飲まない・飲めない人のみ聴取)
- 最近よく飲むお酒 (3つまで)

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20211006alcohol/>

■ 調査概要

調査手法：インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域：全国47都道府県
 調査対象：20～69歳の男女
 調査期間：2021年10月1日 (金)～10月3日 (日)
 有効回答数：本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立：2003年4月1日
 代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容：マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
 E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」