

報道関係各位

2022年3月30日  
株式会社クロス・マーケティング

## アルコール飲料 男性「ビール」女性「果実系チューハイ」 ハードセルツァーは「飲んでみたい」4割

－ 缶入りアルコール飲料に関する調査（2022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「缶入りアルコール飲料に関する調査（2022年）」を実施しました。手軽にいろいろなお酒が楽しめることで人気の缶入りアルコール飲料。低アルコールで飲みやすいものも近年豊富になってきています。今回は「缶入りアルコール飲料の飲酒頻度」「この春飲みたい缶入りアルコール飲料」「“ハードセルツァー”認知・飲酒意向」「低アルコール・微アルコール飲料の飲用シーン」について聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220330alcohol/>

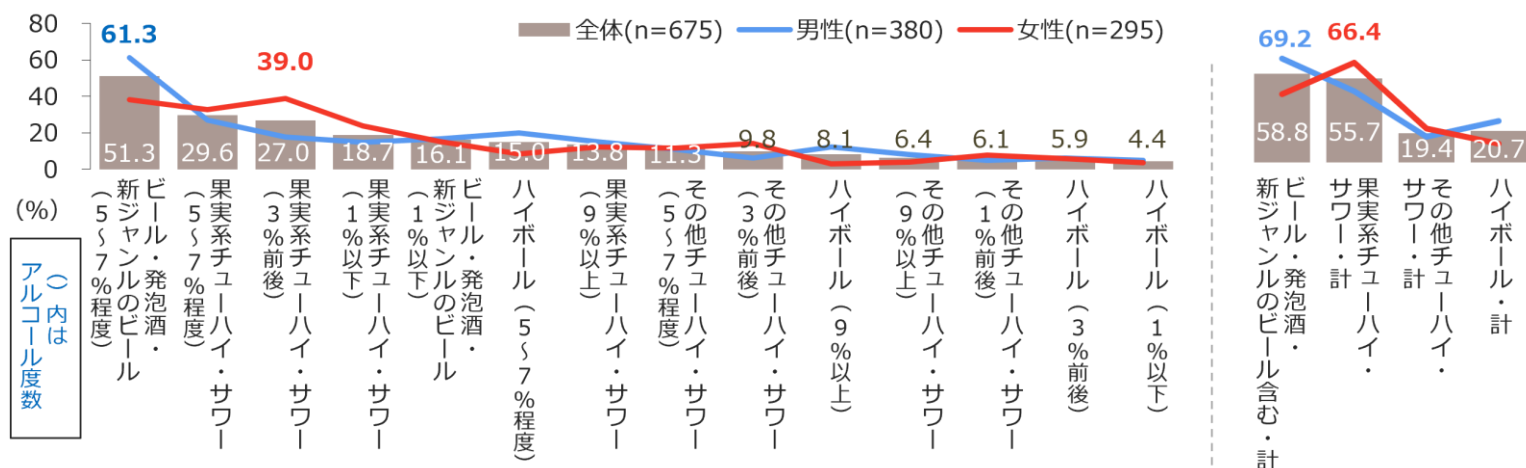
### ■調査結果

- ✓ **缶入りアルコール飲料を飲む頻度は「週1日以上」が35.0%。**  
男性で「週1日以上」が44.4%と、女性（25.6%）に比べ高く、男性では「週に5日以上」と回答した割合も17.8と高い。また、年代が上がるにつれ飲酒頻度も高くなる。〈図1〉
- ✓ **この春飲みたい缶入りアルコールの種類としては、「ビール・発泡酒」が58.8%、「果実系チューハイ・サワー」が55.7%。**  
男性では「ビール・発泡酒」（69.2%）、女性では「果実系チューハイ・サワー」（66.4%）と傾向が異なる。また、いずれのタイプの飲料も、男性ではアルコール度数5%以上、女性では3%程度が好まれる様子。〈図2〉
- ✓ **「ハードセルツァー」の認知度は20.0%。認知問わず、飲酒意向は40.4%。**  
認知度は男性の方が高いが、飲酒意向では男性より女性の方が高く、女性受けが良いと推測される。〈図3〉
- ✓ **低アルコール・微アルコールの飲用シーンとしては、食後や入浴後など家でくつろぐときや、酔いたくないけど飲みたいとき、気分転換やストレス発散といった回答が見られた。〈図4〉**

〈図1〉 缶入りアルコール飲料の飲酒頻度（単一回答：n=1,100）

(%)	週に5日以上	週に2~4日程度	週に1日程度	2~3週間に1日程度	月に1日程度	それ以下の頻度	缶入りのアルコール飲料を飲むことはない	週1日以上・計
全体(n=1,100)	12.6	12.5	9.8	5.5	7.2	13.7	38.6	35.0
男性(n=550)	17.8	15.8	10.7	4.4	7.8	12.5	30.9	44.4
女性(n=550)	7.5	9.3	8.9	6.5	6.5	14.9	46.4	25.6
20代(n=220)	5.9	10.5	10.0	6.4	13.2	17.3	36.8	26.4
30代(n=220)	8.2	7.7	11.8	5.9	5.9	13.2	47.3	27.7
40代(n=220)	14.5	12.7	9.1	6.8	5.5	14.1	37.3	36.4
50代(n=220)	15.0	18.2	10.0	3.2	5.0	13.6	35.0	43.2
60代(n=220)	19.5	13.6	8.2	5.0	6.4	10.5	36.8	41.4

<図2> この春飲みたい缶入りアルコール飲料 (複数回答：n=675：缶入りのアルコール飲料を飲むことがある人ベース)



<図3> 「ハードセルツァー」認知・飲酒意向 (単一回答：n=675)

(%)	知っている すでに飲んだ ことがある	知っているが 飲んだことはなく ぜひ飲んでみたい	知っているが とくに飲んで みたいと思わない	知らなかったが ぜひ 飲んでみたい	知らなかったが とくに飲んでみたい と思わない	認知・計	意向あり・計
全体(n=675)	5.6	9.5	4.9	31.0	49.0	20.0	40.4
男性(n=380)	7.9	10.0	5.8	27.4	48.9	23.7	37.4
女性(n=295)	2.7	8.8	3.7	35.6	49.2	15.3	44.4

<図4> 低アルコール・微アルコール飲料の飲用シーン (自由回答 ※主に見られた回答を抜粋)

- 夕食の時/晩酌
- 風呂上り/寝る前
- 家でくつろぐ/リラックスしたいとき
- 酔いたくないけど飲みたいとき/軽く酔いたいとき
- 仕事終わり
- 疲れている時
- 気分転換/ストレス発散
- 映画を観る時/音楽を聴くとき

■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
- 缶入りアルコール飲料の飲酒頻度
- この春飲みたい缶入りアルコール飲料
- 「ハードセルツァー」認知・飲酒意向
- 低アルコール・微アルコール飲料の飲用シーン

◆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/20220330alcohol/>

■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：2022年3月25日(金)～3月28日(月)  
 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](mailto: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・・・」