

酒好きほぼ 100 人に聞くアンケート「酒飲みのミカタ」

ビール&チューハイの新製品を試しましたか？

今年のビール類&チューハイの新製品が出揃いました。ビール類は家飲みシフトがしばらく続きそうなことから、自宅で外飲み気分を味わえる商品や糖質ゼロや微アルコールなど健康を意識した商品が並びました。チューハイはレモンサワー関連商品が続々です。今回の酒好きほぼ 100 人に聞く酒飲みのミカタは、ビール類とチューハイの新製品の飲用状況について聞きました。

■もっともよく飲むビール類「スーパードライ」「一番搾り」「金麦」

最初に回答者のビール類の飲用状況を見ておきましょう。よく飲む銘柄をすべて聞いた後で、もっともよく飲む銘柄を選んでもらいました。

よく飲む銘柄は「アサヒスーパードライ」、「キリン一番搾り」、「サントリー・ザ・プレミアム・モルツ」

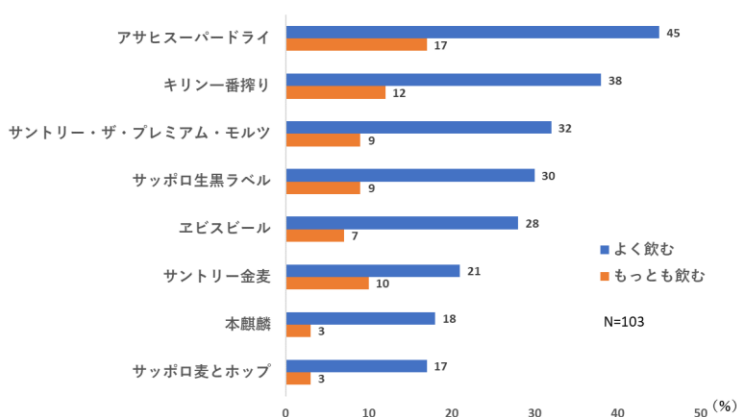
と続きます。5 番目の「エビスビール」まで上位はすべてビールです。この後に新ジャンルが登場し、「サントリー金麦」、「本麒麟」、「サッポロ麦とホップ」と続きました。

もっともよく飲む銘柄はトップが「アサヒスーパードライ」(17%)で、「キリン一番搾り」が 12%で 2 位。これに続いたのが新ジャンルの「サントリー金麦 (10%)」です。この銘柄はよく飲む銘柄としては 21%で 6 番目でしたから、そのほぼ半数 (48%) が「もっともよく飲む」と回答したことになり、ロイヤリティの高いファン多いことが窺われます。ちなみにこの数値 (「もっともよく飲む」÷「よく飲む」) は「サントリー金麦」がトップでした。

■香味の「軽重」「苦みの程度」「香りのタイプと強弱」で選択

次にビール類を選ぶ時に何を重視しているかを見てみましょう。今回の回答者の好みの味は「飲みごたえのある重厚な味わい」と「すっきり軽快な味わい」がほぼ同数となっています。味わいの軽重で大きく分かれたうえで、3 位以下の項目の視点から商品を選択し

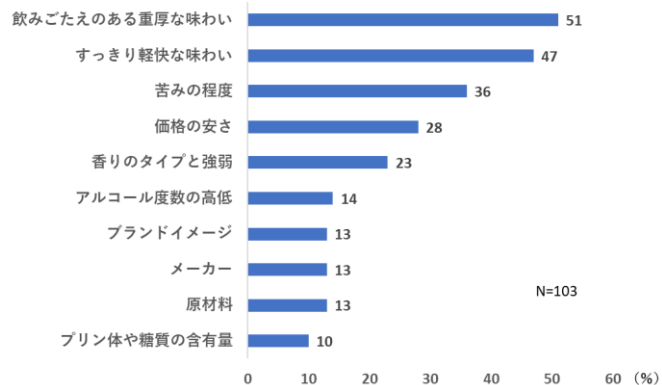
ビール類の銘柄別飲用状況



ていると言えそうです。

3位は「苦みの程度(36%)」です。近年はビール専門パブでは、ビールの苦みの強さを明示しているケースが多くなりました。若年層はビールの苦みを好まないといわれて久しいですが、好みの味わいを知る手掛かりとして重要な指標ひとつです。

ビール類の選択基準



4位は「価格の安さ(28%)」です。ビール類の酒税率の一本化が進みつつありますが、2026年にビールと新ジャンルの税率が同じになっても、新ジャンルはビールよりも安価で、リーズナブルなビール類として市場を形成すると予想されています。

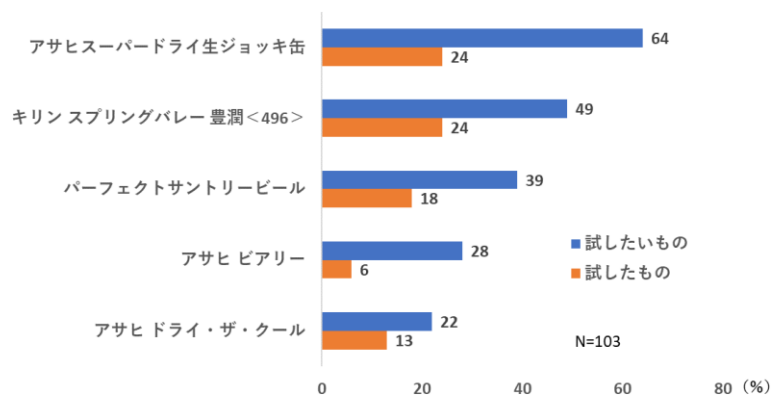
5位は「香りのタイプと強弱(23%)」です。クラフトビールではホップの香りを前面に出したジューシーIPAといわれるスタイルが急成長しています。大手メーカーの商品でも『サントリー・ザ・プレミアム・モルツ香るエール』はフルーティな香りをアピールして人気です。

■ビール類新製品の飲用経験率は4月末で約2割

では、ビール類の新製品の飲用状況を見てみましょう。今期のビール類の新製品から「アサヒスーパードライ生ジョッキ缶(蓋が全開しジョッキのように飲める缶)」「キリン スプリングバレー 豊潤<496>(家飲みで楽しむクラフトビール)」「パーフェクトサントリービール(おいしいのに糖質ゼロのビール)」「*アサヒビアリー(アルコール0.5%のビアテイストの炭酸飲料*首都



ビール類新製品の飲用状況



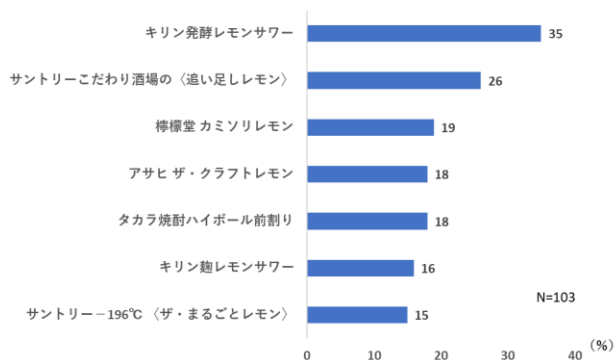
圏、関信越エリア限定)」「アサヒ ドライ・ザ・クール (アルコール度数 4%のドライビール)」の 5 つについて、「試したいと思うもの」と「試したものを」を聞きました。(＊アンケートでは () 内の商品の補足説明を付記して回答を求めた)

試してみたいものは「アサヒスーパードライ生ジョッキ缶」がトップで 64%、「キリン スプリングバレー豊潤 (496)」が 49%、「パーフェクトサントリービール」が 39%となりました。飲用経験はいずれもまだ 2 割前後で評価はこれから、気に入ったという方のコメントはどれも、商品コンセプトのとおりの評価です。

■ 缶入りチューハイはサントリーVS キリンが顕著

最後に缶入りチューハイの新製品の飲用経験を見てみましょう。この分野で 2 強と言われるサントリーとキリンの攻勢が目立ちます。サントリーは「こだわり酒場の〈追い足しレモン〉」が 25%、「-196℃〈ザ・まるごとレモン〉」が 15%、一方、キリンは「発酵レモンサワー」が 35%、「麴レモンサワー」が 15%です。新製品を試した方からは「最近の缶入りレモンチューハイはとてもおいしくなった」という評価が相次ぎ、甘さとレモン感のバランスで、自身の好みの商品を探している様子が浮かびます。

缶入りチューハイ新製品飲用経験



ところで今期の新製品の多くはアルコール度数が 7%以下です。昨春から自宅で過ごす時間が長くなり、早い時間から晩酌する方が増えました。同時に飲酒をコントロールする意識も強くなっています。アルコール度数の低い商品が増えたのは、こうした時代変化に対応したと考えられます。ノンアルコールの缶入りチューハイも好調で、3月に発売された「サントリーのんある晩酌レモンサワー ノンアルコール」は約 2 か月で販売数量が 1000 万本を超えるヒットとなったと報じられています。飲酒をコントロールする意識の高まりは確かなようです。■

【調査概要】 ● 調査時期：2021/4/21～2021/4/28

● 調査方法：インターネットアンケート ● サンプル数：103 人 (お酒好きな人)

【このリリースに関する問い合わせ】

株式会社酒文化研究所 担当：山田聡昭 TEL:080-3918-0453 (平日・9:30~17:30)

Email : yamada@sakebunka.co.jp