

2014年3月17日

いまどき新入社員と「和酒」の相性はいかに？ 新社会人と上司に聞いた「和酒に関する意識調査」

－「日本酒」飲用層のイメージが変化？－

－トレンドに敏感な働く女性は「和酒」飲用意向が高い－

宝酒造株式会社では、新年度スタートを前に20代の新社会人と上司、先輩社員の男女600名を対象に「和酒に関する意識調査」を実施しました。

昨年12月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録されましたが、海外での日本食人気の高まりに加え、国内でもあらためて和食の魅力を再認識しようといった機運が高まっています。今回実施した調査では、和食への関心の高まりとともに、20代の新社会人や女性の間で日本酒や焼酎などの「和酒」に対しても関心が高まりつつあることや、日本酒の飲酒層が女性や若い世代に広がりつつあることなどが明らかになりました。

C O N T E N T S

◆新社会人と上司に聞いた「和酒に関する意識調査」

- ☞ 「和食」の無形文化遺産登録の認知は全体で約8割と関心の高さが伺える結果に。
- ☞ 「日本酒」飲用層のイメージが変化？ 20代、30代男性や50代女性の飲用頻度に注目。
- ☞ トrendに敏感な働く女性は「和酒」に対する今後の飲用意向が高い。
- ☞ 「日本酒」愛飲者の6割は「機会が増える」。今後は女性の消費動向次第で上向く？
- ☞ 和食への関心の高まりが「焼酎」の飲用機会の増加に繋がる。

❖ 新社会人と上司に聞いた「和酒に関する意識調査」

《調査概要》

- 調査内容 新社会人と上司の和酒に関する意識調査
 - 調査方法 インターネット調査
 - 調査期間 2014年1月31日（金）～2月3日（月）
 - 調査対象
 - ①新社会人（2014年4月に初めて社会人になる大学生・大学院生）
 - ②30代上司・先輩（部下・後輩のいる社会人、かつ5年以上の就業者）
 - ③50代上司・先輩（部下・後輩のいる社会人、かつ5年以上の就業者）
- 男女それぞれ100名ずつ・合計600名

「和酒」を取り巻く環境の大きな変化のひとつとして、昨年12月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録されたことがあげられますが、まず初めに「和食」の無形文化遺産登録についてお聞きしました。

☞ 「和食」の無形文化遺産登録の認知は全体で約8割と関心の高さが伺える結果に。

「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録されたことを知っているかどうかについて聞いたところ、全体の約8割が「知っている」と回答しました。特に50代では男女ともに認知率が約9割に達しており、関心の高さが伺えます。また「和食」や「和酒」など日本の食文化が世界へ広がっていることに対してどのように感じているかについて聞いたところ、「日本の食文化を誇りに思う」という意識を持っている人は、男性が女性よりやや低いものの、性別や年代を問わず多いことがわかりました。反対に「一時的なブームに過ぎない」と感じている人は少なく、海外だけでなく国内においても日本の食文化があらためて見直されるきっかけになることが期待がされます。

表1：「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録されたことを知っていますか？

(N=600)

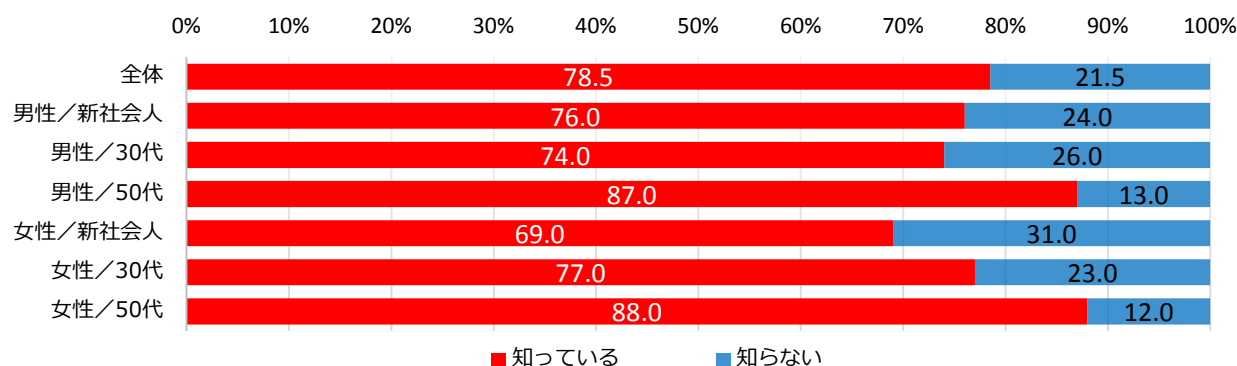
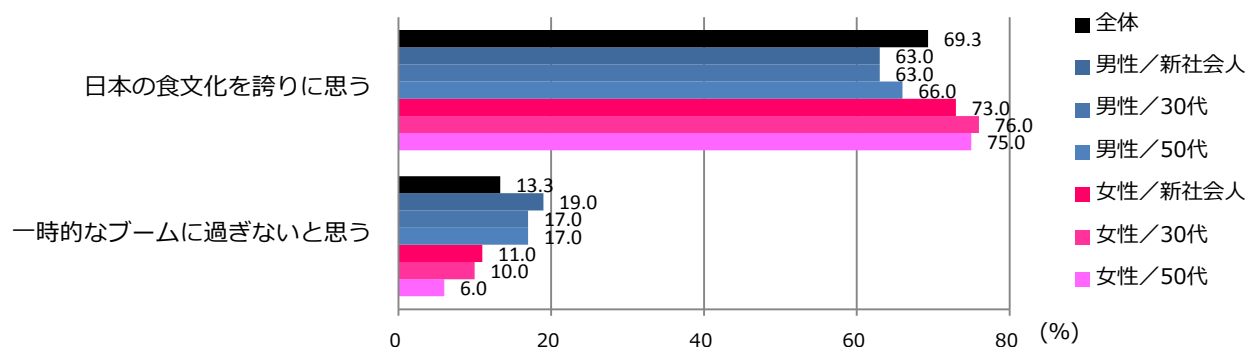


表2：「和食」や「和酒」など日本の食文化が世界に広がっていることに対してどう思いますか？

(N=600)

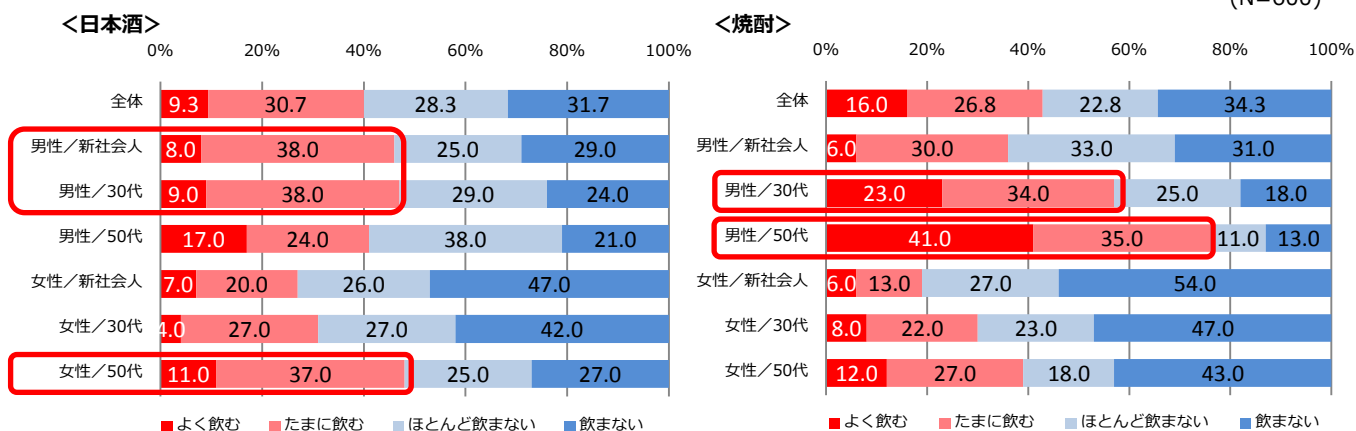


👉 「日本酒」 飲用層のイメージが変化？ 20代、30代男性や50代女性の飲用頻度に注目。

次に「日本酒」と「焼酎」の飲用頻度について聞きました。まず「日本酒」の飲用頻度を見てみると、男性では酒離れが進んでいると言われている20代の新社会人と30代で比較的飲用頻度が高いことがわかりました。対して女性は「よく飲む」「たまに飲む」の合計が年代が上がるにつれて増加しており、特に50代女性は合計で48%と性別・年代別で最も高い結果となりました。これまでは中高年男性が飲むイメージの強かった「日本酒」ですが、こうしたイメージも変わりつつあるようです。一方「焼酎」は、男性の飲用頻度が女性に比べて高い傾向にあり、年代が上がるにつれて「よく飲む」人が増加していることがわかります。10数年前の芋焼酎ブームが一段落した今、「焼酎」は男性の日常の酒として定着しているようです。

表3：「日本酒」と「焼酎」の飲用頻度について

(N=600)

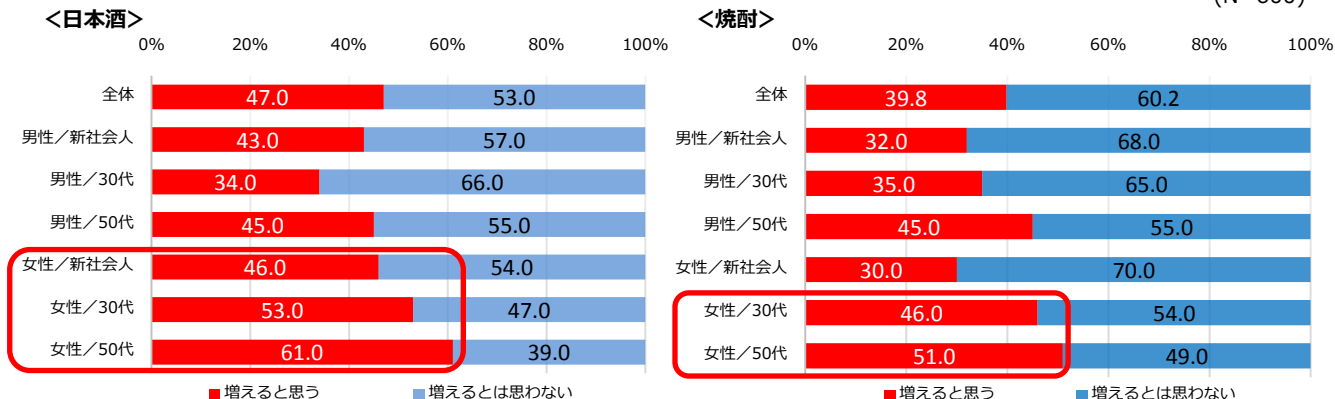


👉 トrendに敏感な働く女性は「和酒」に対する今後の飲用意向が高い。

「日本酒」と「焼酎」の今後の飲用機会について聞いたところ、「日本酒」については全体の約半数が「飲む機会が増える」と回答。特に女性の30代と50代では5割を超え、20代の新社会人女性も男性の各年代を上回る結果となりました。「焼酎」についても、現在の飲用頻度が比較的低い30代と50代の女性（表3）が高い飲用意向を示しました。「和食」に対する関心の高まりとともに、トrendに敏感な働く女性の間で「日本酒」や「焼酎」などの「和酒」に対する飲用意向の高まりが表れた結果となりました。

表4-1：今後、「日本酒」や「焼酎」を飲む機会が増えると思いますか？

(N=600)



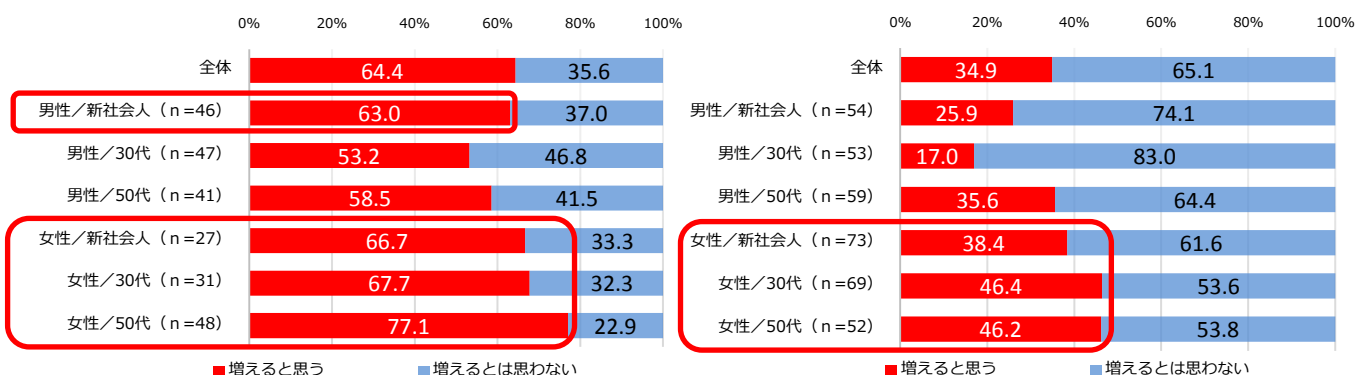
👉 「日本酒」愛飲者の6割は「機会が増える」。今後は女性の消費動向次第で上向く？

では「日本酒」や「焼酎」の今後の飲用意向について、普段の飲用頻度別に見るとどうでしょうか。「日本酒」を普段「よく飲む」「たまに飲む」人を抽出（表4-2・左）してみると、男性では20代の新社会人、女性はすべての世代で6割～7割の人が「増えると思う」と回答しており、全体の傾向（表4-1）よりも高い意向があることがわかりました。一方で「ほとんど飲まない」「飲まない」という人でも、女性が男性に比べて高い飲用意向を持っていることがわかります。ここ数年で消費量の下げ止まり傾向が見られる「日本酒」ですが、今後は働く女性たちの消費動向によって大きく上向く可能性があるかもしれません。

表4-2：今後、「日本酒」を飲む機会が増えると思いますか？（飲用頻度別）

○日本酒を「よく飲む」「たまに飲む」人（N=240）

○日本酒を「ほとんど飲まない」「飲まない」人（N=360）



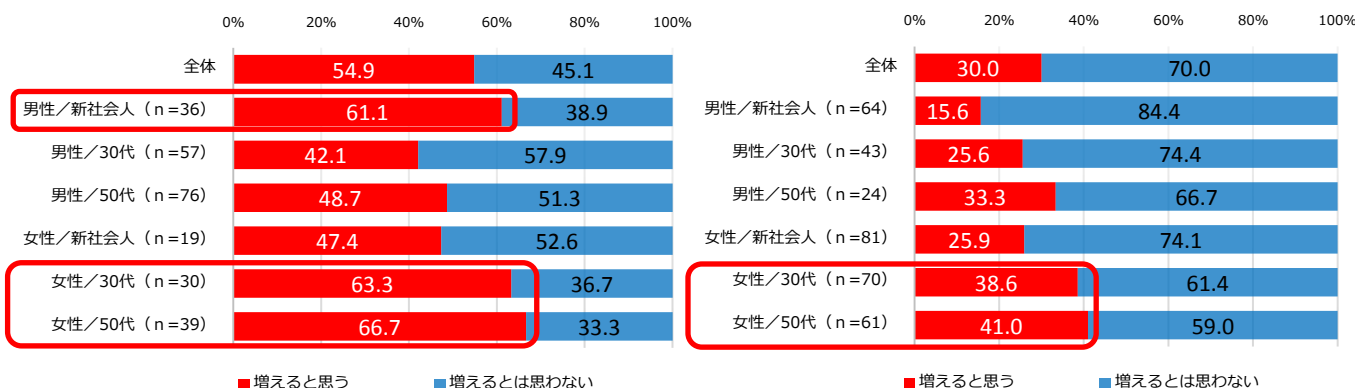
👉 和食への関心の高まりが「焼酎」の飲用機会の増加に繋がる。

一方「焼酎」について見てみると、「焼酎」を普段「よく飲む」「たまに飲む」人（表4-3・左）では男性の新社会人、女性の30代、50代で6割以上が「増えると思う」と回答しており、「日本酒」と同じような傾向にあることがわかります。また「ほとんど飲まない」「飲まない」という人についても、普段飲まない人の割合が高い30代と50代女性の約4割が前向きな飲用意向を示していることから、和食への関心の高まりが「日本酒」だけでなく「焼酎」の飲用機会の増加に繋がることが期待されます。

表4-3：今後、「焼酎」を飲む機会が増えると思いますか？（飲用頻度別）

○焼酎を「よく飲む」「たまに飲む」人（N=257）

○焼酎を「ほとんど飲まない」「飲まない」人（N=343）





本件に関するお問い合わせ先：宝酒造株式会社 広報課

京都 TEL：075-241-5122（ダイヤルイン） FAX：075-241-5126

東京 TEL：03-3278-8460（ダイヤルイン） FAX：03-3271-8397
