

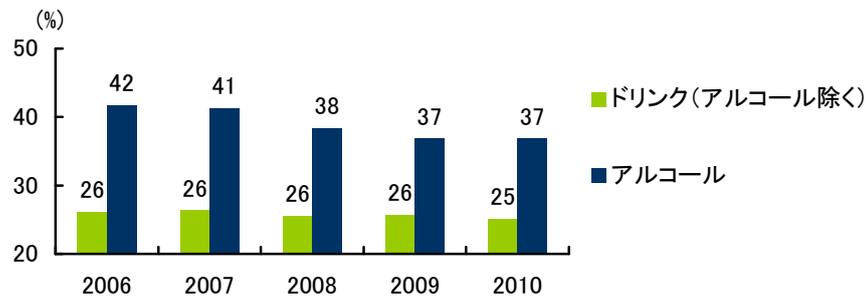
## 外食市場におけるアルコール消費 (エヌピーディー・ジャパン 調べ)

～ 若者だけじゃないアルコール離れ ～

【東京、2011年6月21日】“若者のアルコール離れ”と言われるようになって久しいが、ここ数年ではそれに加えて、“家飲み”等と言われる家でのアルコール消費がなされており、酒を提供する外食店にとっては、厳しい状況が続いている。実際、夜の時間帯の食事におけるアルコール消費にはどのような変化が見られるのだろうか。エヌピーディー・ジャパン社が提供する外食・中食市場データサービスCREST\*から、利用開始時間が17-22時台の食事(外食)におけるアルコール消費の実態を探った。

外食におけるアルコール出現率(外食100食機会あたりの出現割合)は、2006年には42%であったが、年々その割合は減少し、2010年は37%と2006年に比べて5ポイントの減少となった【グラフ1】。一方、アルコールを除くドリンクは、この5年間横ばいで、アルコールに代わってアルコール以外のドリンクが飲まれている様子は見られない。

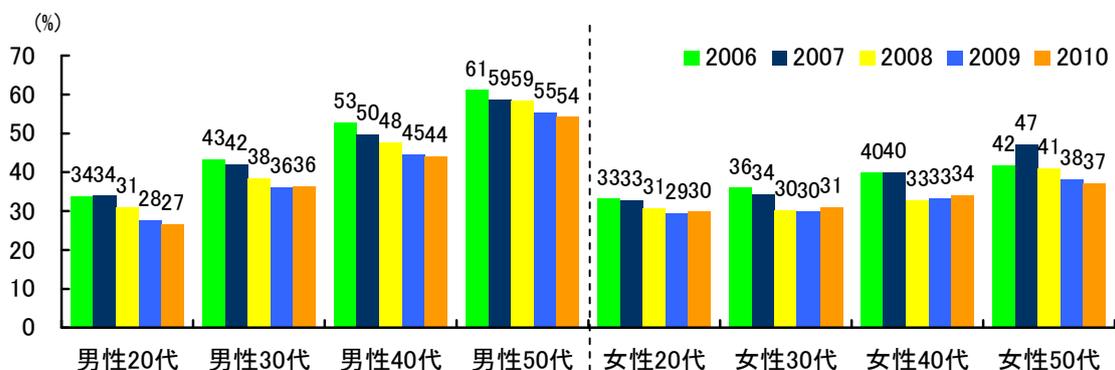
【グラフ1 17-22時台の外食市場におけるドリンク・アルコール出現率】



エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST\*' より

では、このアルコール出現率の低下は、若者のアルコール離れに起因しているのだろうか。性・年代別にアルコール出現率を見てみると、いずれの年代とも、総じて減少傾向にあることが分かる【グラフ2】。2006年と2010年を比較して、最も下げ幅が大きかったのは、男性40代で-9ポイント、次いで男性の20代、30代、50代がともに-7ポイントの減少であった。もともとアルコールの出現は、女性よりも男性で高く、若年層よりも年配層程高い傾向があるが、若者に限らず、これらのアルコールをよく嗜んでいた層において、下げ幅が大きい事が全体的なアルコールの出現率低下に繋がっていると考えられる。

【グラフ2 17-22時台の外食市場におけるアルコール出現率】

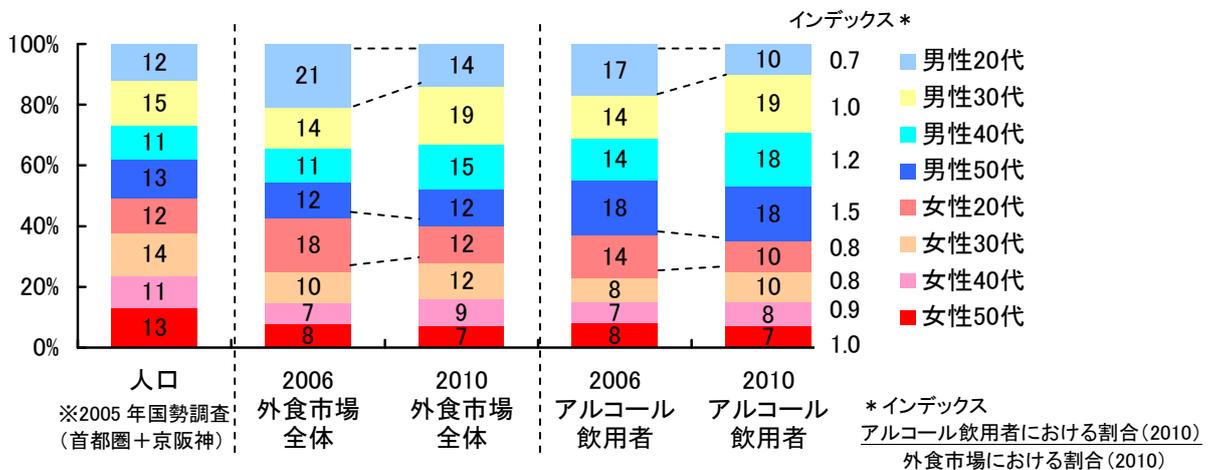


エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST\*' より

各年代の構成比を見ると、2006年時点では、人口比率の割に、外食市場に占める20代の比率が高く、それに伴い、アルコール飲用者としても20代が比較的高い割合を占めていた【グラフ3】。しかしながら、2010年には外食市場における20代の比率は大きく下がり、それに代わって30代以上の構成比が高くなっている。とりわけ2010年のアルコール飲用者では、男性30～50代が55%を占めるまでになっている。

20代の若者におけるアルコール離れは確かに見られるが、それよりも懸念されるのは、現在の外食市場における構成比が高く、アルコールの出現率も高い男性30～50代において、年々アルコール出現率が低下していることである。この層のアルコール離れをいかに食い止めるかが、外食におけるアルコール消費活性化には不可欠と考えられる。(藤井真理子)

【グラフ3 17-22時台の外食市場における性・年齢構成比】



エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST\*' より

\* **CREST(クレスト)**とは、約 20,000 人/月のサンプル数を誇る、2003 年より開始したサービスであり、外食・中食市場において 'いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか' という情報を 1 年 365 日、直接消費者から収集しデータベース化した情報サービスです。

**The NPD Group について**

The NPD Group は、信頼性の高い消費者/小売り情報を幅広い産業に提供している、リサーチ業界のリーディング・カンパニーです。現在では、製造業/小売業/サービス業を営む 1,800 社以上のお客様に対し情報サービスを提供しており、様々な場面でお客様のビジネスにおける意思決定をサポートしています。日本には 5 つの事業部(フードサービス、スポーツ、アパレル、テクノロジー、ディスプレイサーチ事業部)があり、お客様の新たなビジネス機会の発見や商品開発、マーケティング・営業活動、マーチャンダイジングに貢献しております。

お問合せ先

エヌピーディー・ジャパン株式会社

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービルディング 13 階

[www.npdjapan.com](http://www.npdjapan.com)

小野 雄大

TEL (03) 5798 - 7663 / FAX (03) 5798 - 7665

[Yudaio.ono@npd.com](mailto:Yudaio.ono@npd.com)