

【外食・中食調査レポート】

— アルコール市場における「ビール」の“現在地” — (エヌピーディー・ジャパン調べ)

【東京、2012年2月22日】近年、ノンアルコール飲料の普及などを受け、“アルコール離れ”が話題となっているが、外食中食市場におけるアルコール飲料の現状はどのような動向を辿っているのだろうか。エヌピーディー・ジャパン(株)が提供する外食中食市場情報サービス『CREST*』から探ってみた。

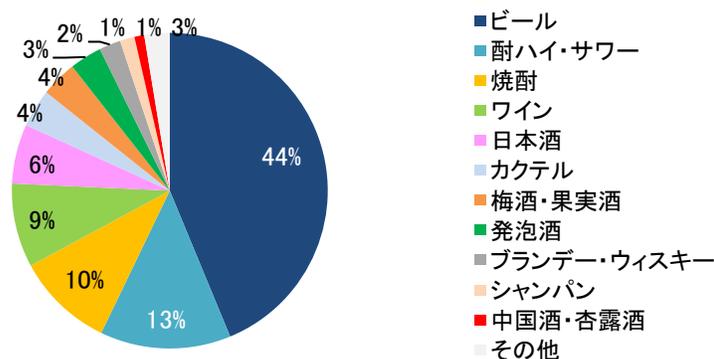
まず、外食中食全体における食機会数の成長率をみると(図表1)、過去3年間で「全メニューの食機会数」が-1%成長であるのに対し、「アルコール飲料の食機会数」は-7%成長と、そのマイナス傾向の大きさが顕著だ。冒頭で述べた消費者の“アルコール離れ”は確かに伺える。

【図表1】 外食中食市場 メニューアイテム 食機会数の成長率(2009年 vs.2011年)



食機会数がマイナス成長であるアルコール飲料。その内訳をもう少し詳しくみる。図表2は2011年度のアルコール飲料のシェアである。これを見ると、「ビール」が44%と他のメニューを圧倒しており、上位飲料である「酎ハイ・サワー(13%)」「焼酎(10%)」「ワイン(10%)」を大きく引き離している。このことから、やはり今後の外食中食市場におけるアルコール飲料を牽引する存在は、高いシェアを誇る「ビール」と言えるだろう。

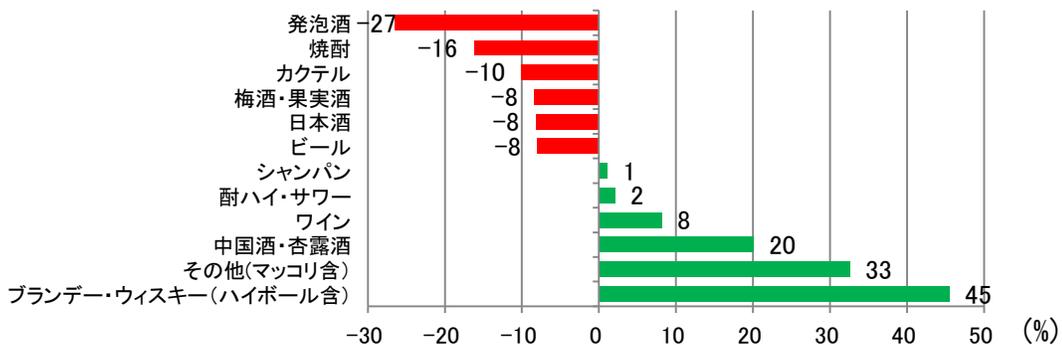
【図表2】 外食中食市場 アルコール飲料のシェア(2011年度)



エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST*' より (アイテムベース)

上記を踏まえ、各種アルコール飲料の成長率をみると(図 3)、シェア上位飲料である「ビール」は-8%成長、「焼酎」に至っては-16%成長と、マイナス幅の大きさが目立つ。「ブランデー・ウイスキー(ハイボール含)」(45%)、「その他(マッコリ含)」(33%)など、成長基調の著しいアイテムもあるとはいえ、それらの占めるシェアは低い(図 2)。つまり、昨今の“アルコール離れ”に歯止めをかけるためには、急成長を遂げている「ブランデー・ウイスキー(ハイボール含)」などの伸びを維持しつつも、圧倒的なシェアを誇る「ビール」の消費減を食い止めること、これがアルコール市場活性化には不可欠なのではないだろうか。

【図表 3】 外食中食市場 各種アルコール飲料 食機会数の成長率(2009年 vs.2011年)



エヌピーディー・ジャパン(株) 'CREST*' より (食機会ベース) 期間:2009年1月~2011年12月

今の若者は、飲み会での最初の一杯も、ビールではなくチューハイという嗜好に変わっているとも聞かすが、ビールの美味しさや種類の豊富さなどをよりアピールすることで、「とりあえず“生”」のあとに、「もう一杯“生”！」の声がより多く聞こえる場が増えることを期待したい。(加藤拓真)

※ [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。

外食調査、中食調査に関するお問合せはこちら

エヌピーディー・ジャパン株式会社 セールス&マーケティング部

担当: 小野 雄大

Email: npdjapan.info@npd.com

〒108-0074 東京都港区高輪 3-23-17 品川センタービル 13F

Tel; 03-5798-7663 / Fax; 03-5798-7665

エヌピーディー・ジャパン株式会社とは

外食、中食市場におけるリサーチ業界のリーディング・カンパニーです。
弊社情報サービスを通じ、様々な場面でお客様の意思決定に貢献します。

【フードサービス事業部 サービス一覧】

- ① [CREST](#) … 外食、中食動向を把握できるグローバル・スタンダードの情報サービス
- ② [売れ筋メニューデータベース](#) … オリジナルメニューの分析ツール
- ③ [おすすめメニューデータベース](#) … 消費者の声が聞けるアイデアの宝庫