

## 20代のビールの外食機会数、9年で58%減、 サワーは同25%増、2023年7月-2024年6月計

### <外食・中食 調査レポート>

2024年10月16日

サカーナ・ジャパン株式会社

(エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更)

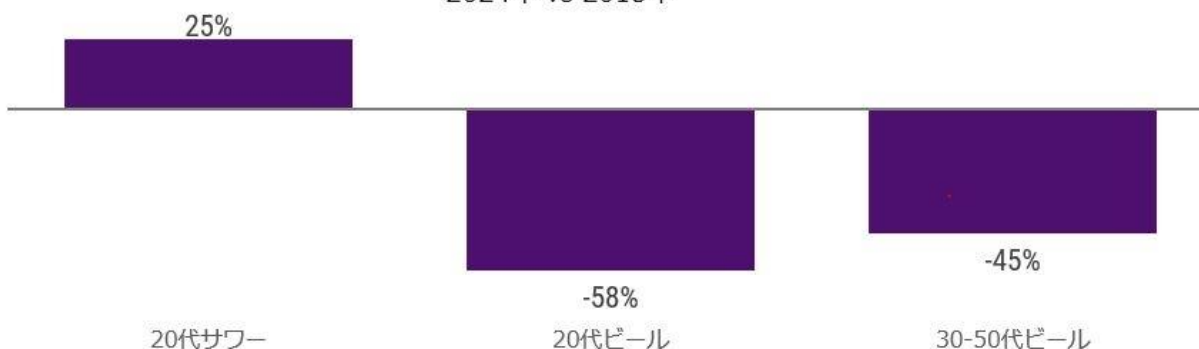
外食・中食市場情報サービス『CREST®<sup>\*1</sup>』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、2023年7月-2024年6月計の外食における20代のアルコール飲酒機会分析レポートを2024年10月16日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。2023年7月-2024年6月計の20代がビールを飲酒した外食機会数は、9年前同期比で58%減でした。30-50代の同数値は45%減でした。一方で、20代のサワーの飲酒機会は同25%増でした。

### 20代のビール飲酒の外食機会は9年前同期比58%減

2023年7月-2024年6月計に20代（20-29才）がビールを飲酒した外食機会数を9年前同期（2015年：2014年7月-2015年6月計）と比較する（図表1）と、58%減でした。30-50代の同数値は45%減で、コロナ禍を経て、若者だけでなく他の年代でも外食のビール離れは加速しました。一方で、20代のサワーの飲酒機会は増加しており、2023年7月-2024年6月計の9年前同期比は25%増でした。

【図表1】外食（イートイン）：年代別ビール、サワーを飲酒した食機会数  
2024年 vs 2015年



\*2024年：2023年7月-2024年6月計  
\*2015年：2014年7月-2015年6月計

出典：Circana, CREST®

サカーナ・ジャパン フードサービスディレクターである、東さやか（あずま・さやか）は、次のように話します。「20代のサワーの食機会数の男女比率をみると、男性より女性がやや多くなっています。時系列でみると、男性の比率が9年前より高まってきています。20代のビールはその逆で、男性比率の方がやや高いのですが、9年前と比べ女性比率が高まりました。サワーは、20代では1食機会当たりの平均杯数が2.3杯とビールの2杯以下より多いことから、外食では、サワーの強化が有効そうです。」

**\*1 [CREST®](#)**

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」など消費者のあらゆる喫食動態データを1年365日、消費者から収集し、年間13万を超えるサンプル数を元に分析できる情報サービスです。外食市場規模、中食市場規模、客数を業態、セグメント別に把握可能です。世界13か国で実施。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

---

■本件に関するお問い合わせ先

サカーナ・ジャパン株式会社

担当：東（あずま）さやか

〒108-0023 東京都港区芝浦 3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL : 03-5798-7663

Email : [circanajapan.info@circana.com](mailto:circanajapan.info@circana.com)

■会社概要

会社名 サカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更）

英名 Circana Japan Ltd.

設立年月日 2003年 4月 31日

所在地 〒108-0023 東京都港区芝浦3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL (03) 5798 - 7663

資本金 80,000,000円

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

代表者 ケビン・ソー