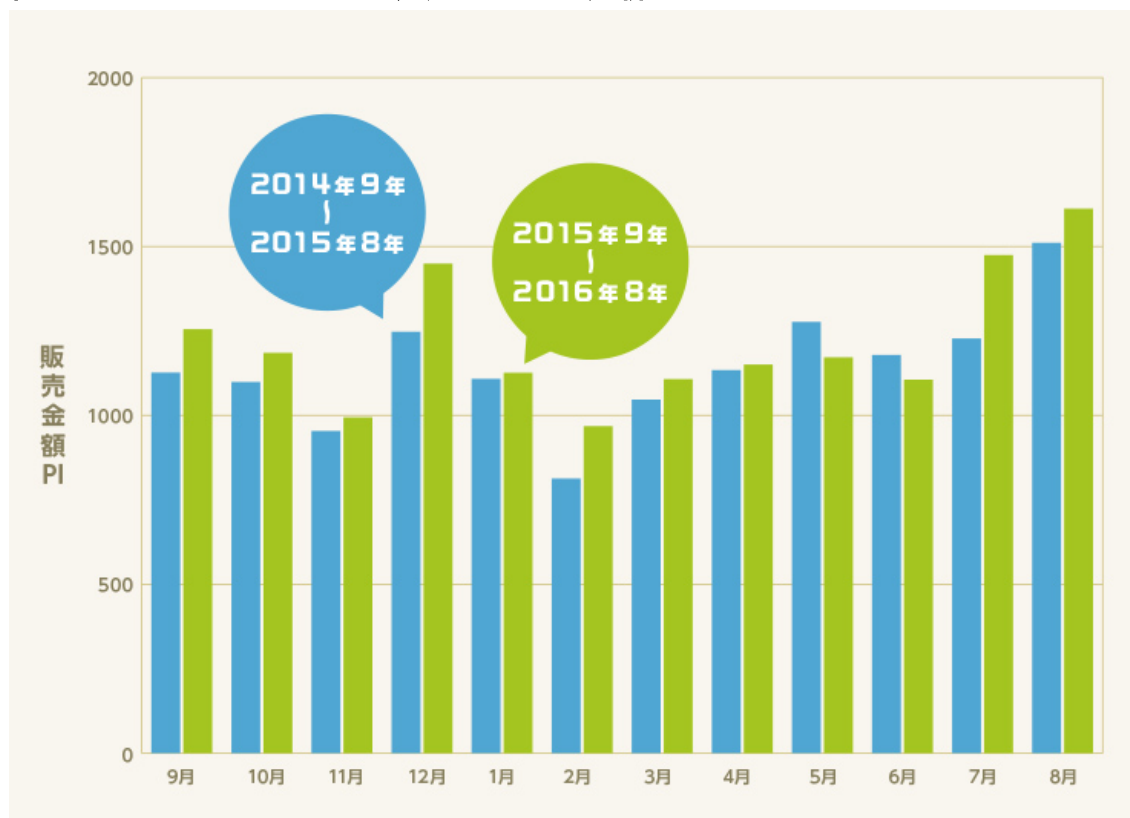


## 20 代のアルコール購買動向

株式会社ショッパーインサイト 主任コンサルタント 矢野尚幸

酒類ではアルコール度数が低い商品が若年需要をうまく取り込むことで、売上が拡大しています<sup>※1</sup>。実際、rsSM データで低アルコールチューハイの月別トレンド分析（販売金額 PI）を行ってみると、前年に比べて金額 PI が高い月が多いことがわかります。

### 低アルコールチューハイの月別トレンド分析



※「ほろよい」「カルピスサワー」「果実の瞬間」「バタフライ」などの合算値

それでは、酒類全体では若年層はどのような購買行動をとっているのでしょうか。rsSM データを用いて、さらに詳しく分析を行いました。

最初に 20 代男女における酒類のカテゴリ別金額構成比を集計し、全体と比較しました。すると、チューハイ・カクテルの金額構成比が全体と比べて非常に高いことがわかります。一方、清酒、焼酎乙類等の金額構成比が低いことがわかります。

## 酒類カテゴリーの金額構成比（2015年9月～2016年8月）

カテゴリー	20代男女	全体	差(ポイント)
ビール類:ビール	21.9%	21.0%	0.9
ビール類:新ジャンル	19.1%	17.8%	1.3
リキュール類:チューハイ・カクテル	19.4%	10.7%	8.6
日本酒:清酒	4.5%	9.6%	-5.1
ビール類:発泡酒	9.1%	9.3%	-0.2
焼酎:焼酎乙類	3.6%	7.4%	-3.8
ワイン:輸入ワイン	3.9%	4.8%	-0.9
焼酎:焼酎甲類	1.4%	3.3%	-1.9
洋酒:ウィスキー	3.2%	3.3%	-0.1
ワイン:国産ワイン	2.2%	2.8%	-0.7
ノンアルコール飲料:ビールテイスト飲料	1.9%	2.6%	-0.7
その他	9.9%	7.5%	2.4
合計	100.0%	100.0%	-

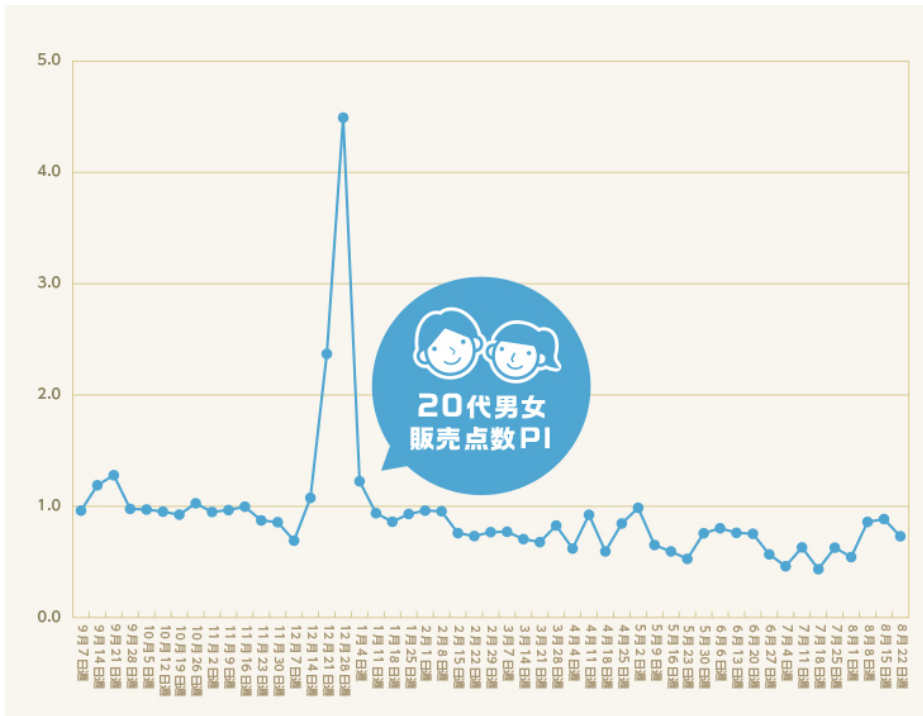
現状では20代男女に清酒はそれほど購入されていませんが、清酒の中でも同世代に購入されている商品はあるのでしょうか。そこで、今度は、清酒カテゴリーにおける単品ごとの金額構成比を20代男女と全体で比較しました。すると、全体に比べて20代男女から購買されている商品としては、以下のものがあがりました。

## 全体に比べて 20 代男女の金額構成比の高い清酒（2015 年 9 月～2016 年 8 月）

商品名	商品名
松竹梅白壁蔵漉DRYスパークリング清酒 150ml	菊正宗上撰本醸造樽酒 300ml
松竹梅白壁蔵漉DRYスパークリング清酒 300ml	久保田千寿 720ml
松竹梅白壁蔵漉DRYスパークリング清酒 750ml	月桂冠定番酒つきパック 3L
松竹梅白壁蔵漉スパークリング清酒 150ml	佐浦浦霞純米瓶 720ml
松竹梅白壁蔵漉スパークリング清酒 300ml	小山本家浜福鶴純米吟醸瓶 720ml
松竹梅白壁蔵漉スパークリング清酒 750ml	白瀧上善如水スパークリング 360ml
白鶴淡雪スパークリング 300ml	白瀧上善如水純米吟醸瓶 300ml
一ノ蔵すず音発泡純米酒 300ml	白瀧上善如水純米吟醸瓶 720ml
越の寒中梅特別本醸造 1.8L	白鶴特撰特別純米酒山田錦瓶 720ml
黄桜辛口一献パック 2L	北鹿大吟醸北秋田猪口付 720ml
黄桜辛口一献ビッグカップ 270ml	

白壁蔵漉などスパークリング商品のほか、上善如水などが、清酒の中では 20 代男女に購入されているようです。次に、白壁蔵漉などをはじめとしたスパークリング清酒の週別トレンド分析を行い、販売金額が高まる週を明らかにしました。

### スパークリング清酒 週別トレンド分析



※「白壁蔵漉」「淡雪スパークリング」「すず音発泡」などの合算値

商品を購入する時期は、クリスマスから年末が中心になります。この時期に何と一緒に購買しているのかを見るため、バスケット併買分析を行いました。

## スパークリング清酒 バスケット併買分析 (20代男女：2015年12月～2016年2月)

ランク		全体	スパークリング清酒	
		単独購買率	信頼度(同時併買率)	リフト値
1	つまみ菓子:畜産つまみ菓子	0.4%	4.6%	10.39
2	つまみ菓子:水産つまみ菓子	1.2%	9.9%	8.10
3	加工肉:生ハム	0.8%	4.6%	5.87
4	ドライフルーツ:ナッツ類	0.5%	3.0%	5.59
5	つまみ菓子:つまみ菓子 他	1.1%	5.2%	4.69
6	刺身類盛合せ:刺身盛合せ	1.1%	4.2%	3.89
7	乳製品:ナチュラルチーズ	2.9%	9.9%	3.42
8	煮物半惣菜:すりみ・だんご半惣菜	1.4%	4.7%	3.37
9	加工調味料:鍋つゆ	3.9%	11.8%	3.01
10	きのこ:生椎茸	1.9%	5.4%	2.80
11	葉菜:春菊	1.3%	3.5%	2.70
12	寿司惣菜:寿司にぎり	1.4%	3.6%	2.53
13	麺類:生・ゆでラーメン	2.3%	5.5%	2.46
14	焼物惣菜:串焼惣菜	1.3%	3.3%	2.45
15	嗜好食品:菓子	1.4%	3.4%	2.35

※「白壁蔵滞」「淡雪スパークリング」「すず音発泡」など購入時のバスケット併買分析

鍋関連の食材のほか、生ハム、ナッツ類、ナチュラルチーズといったワインのお供とも一緒に購買されているようです。ワインに近い飲み方をしているのかもしれない。

現状では20代男女がよく購入する酒類はチューハイ・カクテルであることがわかりました。しかし、カテゴリー内の商品によっては、同層によく購入されている商品がありそうです。これらの購入促進を強化すると、若年層の需要活性化につながりそうです。

※1 日刊工業新聞 2016年7月31日