

酒類に関する国民ニーズ調査

倉光 潤一・宇都宮 仁・橋爪 克己

Investigation of Public Needs on Alcoholic Beverages

Junichi KURAMITSU, Hitoshi UTSUNOMIYA and Katsumi HASHIZUME

緒 言

食や飲料に関し国民が求めている情報は、その時々、社会的、経済的及び文化的影響を受けるとともに、地域による違いもあると考えられる。また、実際に酒類を飲用する消費者とそうでない者で、求めている情報や意識等が異なる可能性が考えられる。これらを明らかにし、当所が行う情報提供の内容や手段の参考とするため、酒類に関する国民ニーズ調査を実施している¹⁾。

前回の平成14年調査から6年経過し、国内の社会や経済の状況、食文化、健康に対する意識が変化しており、国民が求めている酒類に関する情報の内容や要求度合も変化していることが考えられる。

現在の酒類に関する国民のニーズを明らかにし、ニーズや意識の変化に関する情報を広く国民や酒類業界に提供すること、及び国民ニーズに即した当所の情報提供業務の参考とすることを目的として調査を実施した。

調 査 方 法

1. 調査の概要

前回調査からの経年変化を検討するため、また調査手法の変化による誤差を軽減するため、調査は平成14年調査（以下14年調査と記述）の手法¹⁾に準拠し、インターネット調査により実施した。

調査はスクリーニング、本調査（以下20年調査と記述）の順に行い、本調査へのスクリーニングの影響を避けるため、1週間の間隔を空けて実施

した。また、季節による回答内容の変動を避けるため、20年調査は14年調査と同じ時期（平成20年2月21日（木）～2月28日（木））に実施した。

2. 調査対象者

調査対象者は全国に居住する酒類に興味のある20歳以上の男女とし、データの偏りを防ぐため、都道府県別人口分布に合わせて募集した。ただし、調査対象者数の各都道府県の割付けは、20年調査の都道府県単位の調査対象者数が14年調査結果の最低数と同じ程度になるようにした。調査対象者の募集と調査の実務は、平成18年9月時点で約55万件の標本を有する（株）インテージ・インタラクティブに委託した。

20年調査に使用した標本は、調査会社が保有する全標本の中から8万件を抽出し、これを第1次対象者として、お酒に興味ある者のスクリーニングを実施した。

スクリーニングでは、様々な飲料カテゴリーの中からアルコール飲料に関して興味のある者を抽出し、さらにアルコール飲料に関してどの程度興味があるか、7段階評価で調査した（表1）。アルコール飲料に対し、①非常に興味がある、②かなり興味がある、③どちらかというに興味がある、のいずれかを選んだ者をお酒に興味のある標本とした。

このようにして得られた標本の中から、さらに絞り込み、男女同数かつ20代、30代、40代、50代以上が概ね2：3：3：2とした4,501件の標本

表1 スクリーニングに使用したアンケート票

<p>お飲み物に関するアンケート</p> <p>アンケートページにアクセスしていただき、ありがとうございます。</p> <p>アンケートにご協力いただける場合は、下の「開始する」ボタンを押してご回答ください。</p>
<p>Q1</p> <p>飲料に対する興味についてお聞かせください。次にあげる飲料の中から、あなたが興味のあるものを5つ以内で選択してください。(回答は5つまで)</p> <p>①コーヒー ②緑茶 ③紅茶 ④アルコール飲料(ビール・日本酒・ワイン・しょうちゅう・ウイスキー等) ⑤ミネラルウォーター ⑥炭酸飲料 ⑦100%果汁飲料 ⑧100%以外の果汁飲料 ⑨スポーツドリンク ⑩栄養ドリンク ⑪機能性飲料 ⑫この中には1つもない</p>
<p>Q2</p> <p>アルコール飲料(ビール・日本酒・ワイン・焼酎・ウイスキー等)に関してどの程度興味がありますか。次のリストの中から該当するものを1つ選んでください。(回答は1つ)</p> <p>①非常に興味がある ②かなり興味がある ③どちらかというに興味がある ④どちらとも言えない ⑤どちらかというに興味がない ⑥あまり興味がない ⑦全く興味がない</p>

注) Q2は、Q1で「アルコール飲料」を選択した者のみ回答を求めた。

を20年調査の対象とした。なお、年代の割付方法は、『酒類の飲酒動機について』(平成19年2月実施)²⁾と同様に行った。

3. アンケート票

調査は、表1及び表2に示したアンケート票を用いて実施した。スクリーニングを除き、14年調査同様、アンケート票には、当所が公的機関であること及びデータの取り扱いにあたっては個人情報の取り扱いに十分に配慮する等について記載し、回答者の信頼を高めるよう配慮した。

本調査には14年調査に準拠した8つの質問を設定したアンケート票(表2)を用いた。質問は、①興味のあるお酒の種類、②最も興味のあるお酒について関心のある情報分野、③お酒全般について関心のある情報分野、④社会生活上必要なお酒の情報、⑤当所情報提供媒体の認知状況、⑥当所情報提供媒体についての感想(自由回答)、⑦お酒の情報・提供等に関する意見や感想(自由回答)、⑧調査実施日から1週間前までの間に自宅や飲食店などで飲んだお酒の種類を8問とした。

また、20年調査では、当研究所からの情報提供について調査するため一部質問項目を変更し、質問及び回答の表現については、酒税法の改正や新しいカテゴリーの製品が販売されている状況等を

反映させた。

なお、14年調査では実施しなかったお酒に関する興味の度合と飲酒行動を調査するため、質問8で、調査日から1週間前までの間(以下調査対象期間という。)に自宅や飲食店などで飲んだお酒の種類について質問し、酒類に関する意識と飲酒行動の関係を調査・解析できるように設定した。

結果及び考察

1. 回収状況

各調査におけるアンケート発信数、有効回答数及び有効回答率は図1のとおりであった。スクリーニングの有効回答率は、43.1%と低調であったが、本調査の有効回答率は、73.2%と比較的高い値を示した。

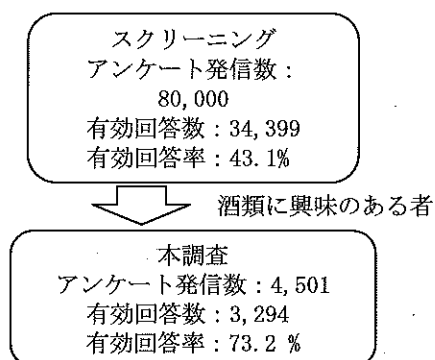


図1 各調査の発信数と有効回答数の結果

表2 20年調査に使用したアンケート票

このアンケートは、先日お送りした「お飲み物に関するアンケート」において、「お酒に興味がある」とお答えの方にお送りしています。

お酒に興味をお持ちのあなたに！

あなたが知りたいお酒の情報をお聞かせください！

独立行政法人酒類総合研究所と申します。当研究所は、日本で唯一お酒に関する国の研究機関です。

このたびお酒に興味をお持ちの皆様から「お酒について知りたい情報」をお聞かせいただき、当研究所のお酒の情報収集の参考にさせていただきたいと思っています。以下のアンケートへのご協力、よろしくお願いします。

- ・本調査は独立行政法人酒類総合研究所が株式会社インテジ・インタラクティブに委託して実施するものです。
- ・本調査の結果は、酒類情報収集項目の決定など当研究所の業務以外には使用しません。
- ・個別結果は公表しませんが、集計結果については公表する予定です。
- ・お答えいただいた方の中から抽選で、平成20年3月上旬に更に詳しいアンケートに答えていただきたいと予定しています。条件をご確認のうえ、よろしければアンケートにご協力ください。

Q1 次のお酒の中から、興味強い順に必ず3つ選択してください。なお、その他を選んだ方は具体的に記入してください。
 ①清酒 ②合成清酒 ③単式蒸留焼酎(米焼酎, 麦焼酎, いも焼酎, 泡盛など) ④連続式蒸留焼酎(ホワイトリカー)
 ⑤みりん ⑥ビール ⑦発泡酒又は新ジャンル ⑧ワイン ⑨ウイスキー ⑩ブランデー ⑪スピリッツ(ジン, ラムなど)
 ⑫リキュール(梅酒, カクテル, チュウハイなど) ⑬その他()

Q2 Q1であなたが1番目に選んだお酒について、どのようなところに関心がありますか。次の中から関心が高い順に必ず3つ選択してください。なお、その他を選んだ方は、具体的に記入してください。
 ①アルコール度数や色, 香り, 味などの特徴 ②製造場や製造方法 ③きき酒の方法やおいしい飲み方 ④ラベル表示の内容
 ⑤容器や酒器(グラスやお銚子など) ⑥歴史的経緯やエピソード ⑦健康との関係(酒は百薬の長, 適正飲酒)
 ⑧料理との相性 ⑨市場価格や酒税, 格付け制度(フランスワインやドイツワインの格付け制度など)
 ⑩その他()

Q3 お酒全般について、どのような分野に関心がありますか。次の中から関心が高い順に必ず3つ選択してください。なお、その他を選んだ方は具体的に記入してください。
 ①お酒の種類(お酒には、清酒, 合成清酒, 焼酎, みりん, ビール, ワイン, ウイスキー, ブランデー, スピリッツ, リキュール, 発泡酒などがあります。) ②アルコール度数や色, 香り, 味などの特徴 ③お酒の製造方法 ④お酒ごとのきき酒の方法やおいしい飲み方
 ⑤お酒のラベルの内容 ⑥宴会などにおける飲酒作法 ⑦お酒と料理の相性 ⑧お酒と健康
 ⑨酒税やお酒の格付け ⑩歴史的経緯やエピソード ⑪容器や酒器(グラスやお銚子など) ⑫地域によるお酒の特性や違い
 ⑬その他()

Q4 お酒について社会生活上どのような情報が必要と考えますか。次の中から必要度が高いと思われる順に必ず3つ選択してください。なお、その他を選んだ方は、具体的に記入してください。
 ①お酒に関する一般知識(種類や製造方法, アルコール度数など) ②宴会などにおける飲酒作法 ③居酒屋, レストランや野球場など公共の場における飲酒マナー ④飲酒と健康の関係 ⑤新成人に対するお酒の正しい知識 ⑥未成年者に対する飲酒の弊害
 ⑦お酒に関する相談窓口(お酒についての質問や相談を受け付ける機関などの一覧) ⑧お酒の品質保証(お酒の品質を第三者機関等が認証した旨の表示) ⑨ラベル表示の見方(ラベルに記載されている事項の解説)
 ⑩その他()

Q5 当研究所の情報提供に関してお答えください。当研究所では、お酒に関する情報提供を実施していますが、当研究所のホームページや当研究所で発行している情報誌や広報誌(「お酒のはなし」, 「NRIB(エヌリブ)」や「酒販サポートニュース」など)を見たことはありますか。該当するものを選んでください。なお、その他を選んだ方は、具体的に記入してください。
ホームページ 情報誌「お酒のはなし」 広報誌「NRIB(エヌリブ)」 情報誌「酒販サポートニュース」
その他() 何も見たことがない

Q5で「ホームページ」「お酒のはなし」「NRIB(エヌリブ)」「酒販サポートニュース」のいずれかを見たことがあるとお答え頂いた方にお聞きします。

Q6 当研究所のホームページや当研究所で発行している情報誌や広報誌(「お酒のはなし」, 「NRIB(エヌリブ)」や「酒販サポートニュース」など)について、感想をお聞かせください。()

Q7 お酒について知りたい情報や提供方法などについて、その他のご意見やご要望がありましたら自由にお書きください。()

Q8 今日から1週間前までに自宅や飲食店などで飲んだお酒の種類についてお答えください。次のお酒のリストの中から選んでください。なお、その他を選んだ方は具体的に記入してください。
清酒 合成清酒 単式蒸留焼酎(米焼酎, 麦焼酎, いも焼酎, 泡盛など) 連続式蒸留焼酎(ホワイトリカー)
みりん ビール 発泡酒又は新ジャンル ワイン ウイスキー ブランデー スピリッツ(ジン, ラムなど)
リキュール(梅酒, カクテル, チュウハイなど) その他() 飲んでいない

本調査における回答者の性別、年齢別及び職業別の分布を表3に示した。男性は1,701名(51.6%)、女性は1,593名(48.4%)と若干男性の割合が高かった。年代別の回収状況を見ると、20代642名(19.5%)、30代991名(30.1%)、40代1,013名(30.8%)、50代以上648名(19.7%)で、平均年齢は40.8歳、年齢の中央値は40歳であった。

職業は会社員(管理職、役員及び派遣・契約社

員を含む。)が最も多く40.6%、専業主婦、パート・アルバイト、自営業、無職の順であった。

回答者の居住地を国税局の管轄都道府県別に表4に示した。回答者の居住地は、東京都が最も多く10.9%、以下神奈川県が7.3%、大阪府が7.2%と続き、最も少なかったのは鳥取県の0.6%(20名)であった。20年調査における都道府県別有効回答の割合は、平成17年度国勢調査の都道府県別人口

表3 回答者の性別、年代及び職業別の分布

単位：人(%)

	男 性					女 性					合 計
	20代	30代	40代	50代以上	小計	20代	30代	40代	50代以上	小計	
会社員	139	343	335	96	913 (68.3)	103	166	118	37	424 (31.7)	1,337 (100.0)
専門職 (弁護士等)	8	17	14	8	47 (42.0)	19	17	21	8	65 (58.0)	112 (100.0)
公務員	22	48	61	14	145 (81.9)	12	7	11	2	32 (18.1)	177 (100.0)
教職	7	7	17	6	37 (55.2)	5	10	11	4	30 (44.8)	67 (100.0)
自営業	7	46	74	45	172 (69.4)	3	17	30	26	76 (30.6)	248 (100.0)
学生	114	3	0	0	117 (59.1)	81	0	0	0	81 (40.9)	198 (100.0)
パート・ アルバイト	17	15	0	13	45 (13.1)	47	83	120	48	298 (86.9)	343 (100.0)
専業主婦	0	0	1	0	1 (0.2)	40	169	157	136	502 (99.8)	503 (100.0)
無職	3	12	6	164	185 (80.1)	6	11	8	21	46 (19.9)	231 (100.0)
その他	6	13	11	9	39 (50.0)	3	7	18	11	39 (50.0)	78 (100.0)
合 計	323	504	519	355	1,701 (51.6)	319	487	494	293	1,593 (48.4)	3,294 (100.0)
(独身)	(273)	(193)	(112)	(34)	(612) (36.0)	(235)	(165)	(123)	(67)	(590) (37.0)	(1,202) (36.5)
(既婚)	(50)	(311)	(407)	(321)	(1,089) (64.0)	(84)	(322)	(371)	(226)	(1,003) (63.0)	(2,092) (63.5)

表4 回答者の居住地の分布

単位：人(%)

国税局	県	人 数	国税局	県	人 数	国税局	県	人 数		
札幌	北海道	147 (4.5)	金 沢	山梨県	21 (0.6)	広島	岡山県	50 (1.5)		
	青森県	35 (1.1)		富山県	28 (0.9)		90	広島県	58 (1.8)	
仙台	岩手県	32 (1.0)	名古屋	石川県	29 (0.9)	高松	山口県	37 (1.1)		
	宮城県	59 (1.8)		福井県	21 (0.6)		110	徳島県	22 (0.7)	
	秋田県	28 (0.9)		岐阜県	49 (1.5)		福岡	香川県	24 (0.7)	
	山形県	26 (0.8)		静岡県	88 (2.7)			190	愛媛県	38 (1.2)
福島県	50 (1.5)	愛知県	187 (5.7)	熊本	高知県	26 (0.8)				
茨城県	80 (2.4)	三重県	42 (1.3)		142	福岡県		131 (4.0)		
関東信越	栃木県	50 (1.5)	大阪		滋賀県	33 (1.0)	142	佐賀県	24 (0.7)	
	群馬県	52 (1.6)			京都府	69 (2.1)		全国	長崎県	35 (1.1)
	埼玉県	189 (5.7)		大阪府	237 (7.2)	熊本			熊本県	46 (1.4)
	新潟県	53 (1.6)		兵庫県	146 (4.4)	142			大分県	27 (0.8)
東京	長野県	52 (1.6)	785	奈良県	37 (1.1)	142	宮崎県		32 (1.0)	
	千葉県	163 (4.9)		和歌山県	23 (0.7)		142	鹿児島県	37 (1.1)	
	東京都	360 (10.9)		鳥取県	20 (0.6)			142	鹿児島県	35 (1.1)
	神奈川県	241 (7.3)		島根県	25 (0.8)				142	沖縄県
				沖縄	沖縄県	35 (1.1)				
				全国	3294 (100.0)					

割合³⁾にはほぼ一致しており、また回答者の各種構成割合を考慮すると、14年調査と比較することが可能であると考えられた。

ただし、20年調査の50代以上の回答率は19.7%で、14年調査(50代以上6.2%)よりも改善されている。また、20年調査では70代と80代の構成割合が全体の2.7%を占めた。これらの結果から20年調査では、インターネット調査の欠点である若年層に比べ高齢者のパソコン・インターネット使用割合が低く偏りが生じる問題は、14年調査よりも影響が少なく、標本は適切なものと考えられた。

2. 興味あるお酒

20年調査Q1『興味あるお酒について』の結果を図2に示した。図表中では、発泡酒又は新ジャンルを発泡酒と記載した(以下の図表も同様)。1番目に興味があるお酒として選ばれたのは、ビール(31.0%)、リキュール(16.4%)、単式蒸留焼酎(14.8%)、ワイン(12.2%)、発泡酒又は新ジャンル(10.4%)の順であった。

14年調査と比較すると、20年調査では興味あるお酒としてリキュール及び単式蒸留焼酎の割合が高くなった。一方、清酒に対し興味のある割合は

低下した。

特に14年調査で1番目に興味のあるお酒として6位(5.9%)であった焼酎(単式蒸留焼酎と連続式蒸留焼酎の合計)が、20年調査では単式蒸留焼酎が3位(14.8%)と大きく躍進した。これは近年のいも焼酎をはじめとする本格焼酎ブームを反映し、全国的に単式蒸留焼酎の認知度が上昇したためと考えられる。

またリキュールは、1番目に興味のある酒類として14年調査の4位(14.6%)から今回の2位(16.6%)と順位を上げたが、これは梅酒を中心として様々な新製品が発売されるとともに、飲食店でもメニューに加えられている状況を反映しているためと考えられる。

一方、清酒は14年調査(3位, 17.6%)と比較すると1番目に興味のある酒類としては順位を下げ、6位(9.2%)という結果であり、近年の消費低迷を裏付ける結果となった。

興味があるお酒として、男女世代別に集計した結果を図3及び表5に示した。男性はビール、単式蒸留焼酎及び清酒に、女性はビール、リキュール及びワインに興味を示す者が多かった。リキュールについては、男女とも若い世代の方が興

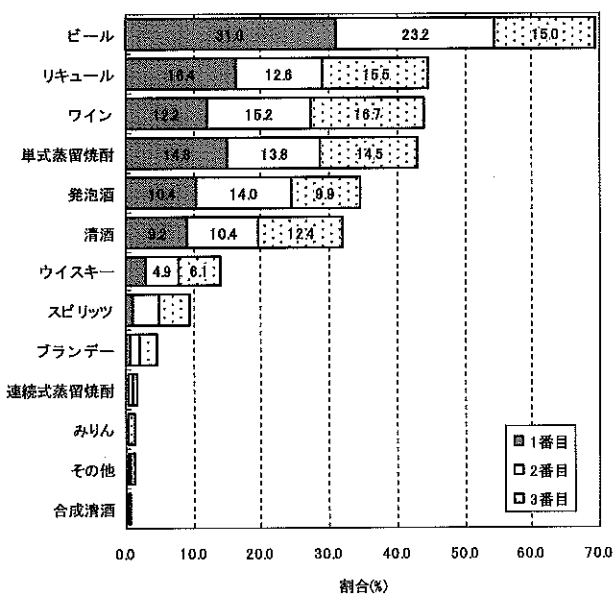


図2 興味あるお酒(3番目までの累計)

図の棒グラフ中の数字は、選ばれたお酒の回答者全員に対する割合

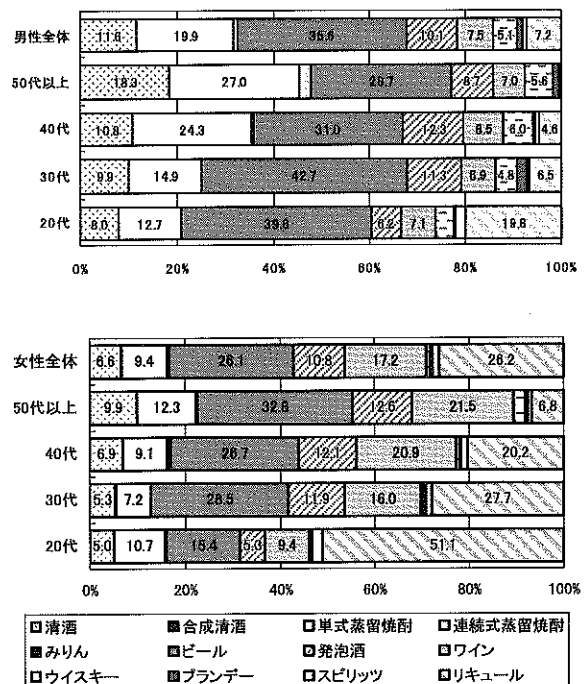


図3 興味あるお酒(1番目)の性別・年代別の傾向

表5 興味あるお酒（3番目までの累計、性別・年代別）

単位：人（％）

酒類の種類	男 性					女 性					合 計
	20代	30代	40代	50代以上	小 計	20代	30代	40代	50代以上	小 計	
清 酒	89 (27.6)	148 (29.4)	192 (37.0)	204 (57.5)	633 (37.2)	62 (19.4)	98 (20.1)	134 (27.1)	127 (43.3)	421 (26.4)	1,054 (32.0)
合成清酒	1 (0.3)	5 (1.0)	3 (0.6)	4 (1.1)	13 (0.8)	7 (2.2)	3 (0.6)	1 (0.2)	1 (0.3)	12 (0.8)	25 (0.8)
単式蒸留焼酎	143 (44.3)	250 (49.6)	296 (57.0)	205 (57.7)	894 (52.6)	127 (39.8)	149 (30.6)	154 (31.2)	93 (31.7)	523 (32.8)	1417 (43.0)
連続式蒸留焼酎	3 (0.9)	5 (1.0)	5 (1.0)	18 (5.1)	31 (1.8)	3 (0.9)	4 (0.8)	6 (1.2)	7 (2.4)	20 (1.3)	51 (1.5)
みりん	3 (0.9)	0 (0.0)	1 (0.2)	1 (0.3)	5 (0.3)	9 (2.8)	10 (2.1)	11 (2.2)	10 (3.4)	40 (2.5)	45 (1.4)
ビール	251 (77.7)	404 (80.2)	376 (72.4)	249 (70.1)	1,280 (75.2)	149 (46.7)	327 (67.1)	313 (63.4)	212 (72.4)	1,001 (62.8)	2,281 (69.2)
発泡酒	107 (33.1)	186 (36.9)	188 (36.2)	99 (27.9)	580 (34.1)	79 (24.8)	179 (36.8)	192 (38.9)	102 (34.8)	552 (34.7)	1,132 (34.4)
ワイン	93 (28.8)	162 (32.1)	191 (36.8)	119 (33.5)	565 (33.2)	157 (49.2)	253 (52.0)	304 (61.5)	172 (58.7)	886 (55.6)	1,451 (44.0)
ウイスキー	48 (14.9)	88 (17.5)	126 (24.3)	100 (28.2)	362 (21.3)	18 (5.6)	16 (3.3)	32 (6.5)	35 (11.9)	101 (6.3)	463 (14.1)
ブランデー	15 (4.6)	27 (5.4)	32 (6.2)	27 (7.6)	101 (5.9)	9 (2.8)	13 (2.7)	12 (2.4)	12 (4.1)	46 (2.9)	147 (4.5)
スピリッツ	41 (12.7)	34 (6.7)	23 (4.4)	9 (2.5)	107 (6.3)	69 (21.6)	76 (15.6)	45 (9.1)	12 (4.1)	202 (12.7)	309 (9.4)
リキュール	171 (52.9)	200 (39.7)	118 (22.7)	27 (7.6)	516 (30.3)	261 (81.8)	324 (66.5)	268 (54.3)	95 (32.4)	948 (59.5)	1,464 (44.4)
その他	4 (1.2)	3 (0.6)	6 (1.2)	3 (0.8)	16 (0.9)	7 (2.2)	9 (1.8)	10 (2.0)	1 (0.3)	27 (1.7)	43 (1.3)
合 計	969 (300.0)	1,512 (300.0)	1,557 (300.0)	1,065 (300.0)	5,103 (300.0)	957 (300.0)	1,461 (300.0)	1,482 (300.0)	879 (300.0)	4,779 (300.0)	9,882 (300.0)

味を示す者の割合が高く、年齢が上がるにつれ、男女とも興味を示す割合が低下する傾向が見られた。また、逆に年齢が上がるにつれ、男性では単式蒸留焼酎又は清酒に、女性ではワイン又は清酒に興味を示す割合が増える傾向が見られた。

3. 興味のある酒類に対する関心分野

Q2『興味のある酒類に対する関心分野』の選択肢を順に「成分・品質」、「蔵元・製造方法」、「きき酒・飲み方」、「表示」、「容器・酒器」、「歴史」、「健康」、「料理との相性」、「価格・酒税・格付」及び「その他」と略し、集計した。

図4に関心分野として選ばれた項目の割合を3番目まで累計して示した。1番目に選ばれたものの中で、「成分・品質」が54.4%と最も高い割合を示し、他の選択肢の割合と大きな差が見られた。続いて「きき酒・飲み方」(10.2%)、「料理との相性」(9.3%)、「価格・酒税・格付」(7.4%)、「健康」(7.3%)の順に関心の割合が高かった。

2番目及び3番目に関心のある分野では、1番

目に見られたような大きな差は各選択肢間に見られなかった。

1番目に選ばれた関心のある分野の1位から3位は、14年調査と同じく、「成分・品質」、「きき酒・飲み方」及び「料理との相性」であった。14年調査に比べ「成分・品質」が4.7%、「きき酒・飲み方」が3.9%減少し、「料理の相性」が4.1%増加していることから国民の関心は、酒類そのものから酒類

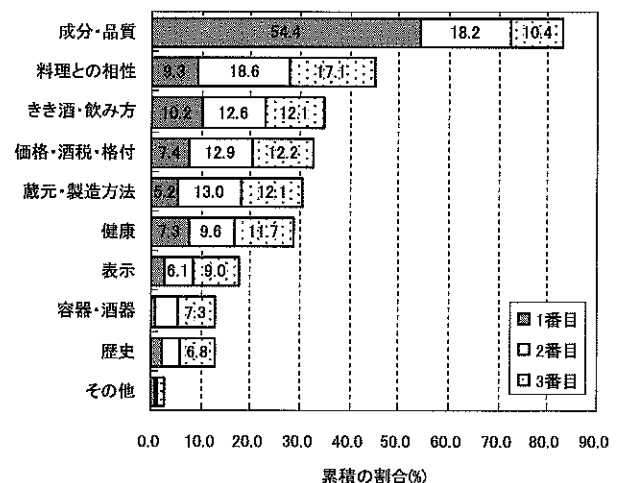


図4 関心のある分野（3番目までの累計）

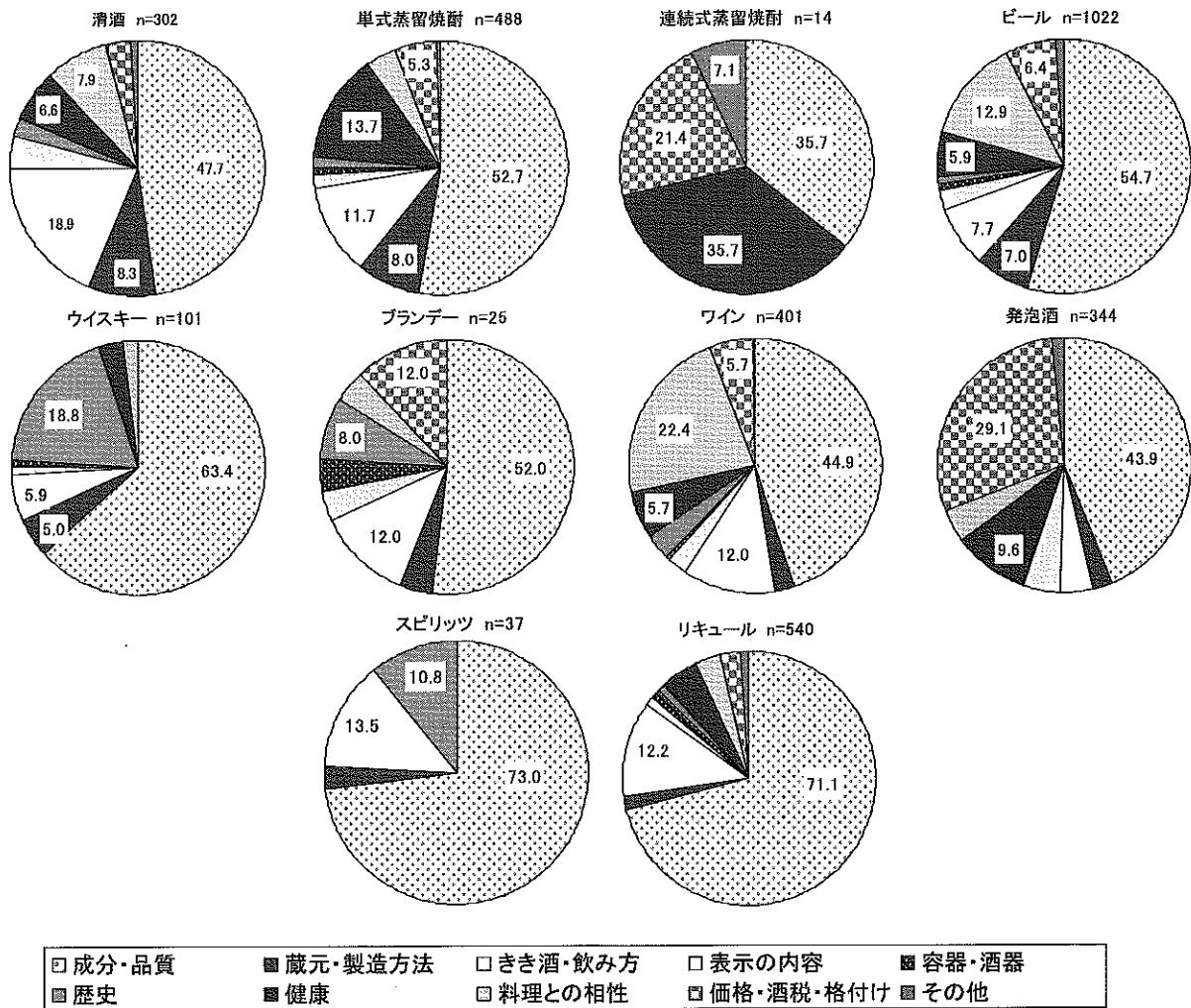


図5 興味あるお酒の種類別の関心分野（1番目）

そのもの及び酒類と料理との組み合わせや相性等といったものへと関心の範囲が広がってきていると考えられる。

次に興味ある酒類ごとに関心分野がどのように異なるか、Q1の興味あるお酒として1番目に選択された種類ごとに関心のある分野（1番目）の割合を図5に示した。全ての酒類において「成分・品質」が最も関心の割合が高かった。次に選ばれた関心分野は、ビール及びワインでは「料理との相性」、清酒及びリキュールでは「きき酒・飲み方」、単式蒸留焼酎では「健康」、発泡酒又は新ジャンルでは「価格・酒税・格付け」であった。また、ウイスキーでは「歴史」（18.8%）に、ブランデーでは「歴史」（8.0%）及び「容器・酒器」（4.0%）に関心があったとした回答者の割合が比較的多かった。

ワインでは「料理との相性」に関心を示した割

合が22.4%と高かった。男女の比較では、女性の方が高い関心割合を示した。これは、料理を作る機会が多く、食に対する興味が強いことがこの関心の高さに影響している可能性が考えられる。

清酒では、「きき酒・飲み方」に関心を示した割合が18.9%と高かった。清酒には、冷やお燗といった様々な飲まれ方があり、普通酒、純米酒や吟醸酒といった清酒の種類と飲み方の組み合わせも多様である。これにより清酒は難しいといった製品特性に対する先入観が考えられるため、このような結果になった可能性が考えられる。

単式蒸留焼酎では、「健康」に関心を示した割合が13.7%と高かった。単式蒸留焼酎は、お湯割りや水割りといったアルコール度数を下げる飲み方とともに、醸造酒とは異なり糖質やプリン体を含んでいない製品特性や、血栓溶解効果⁴⁾とい

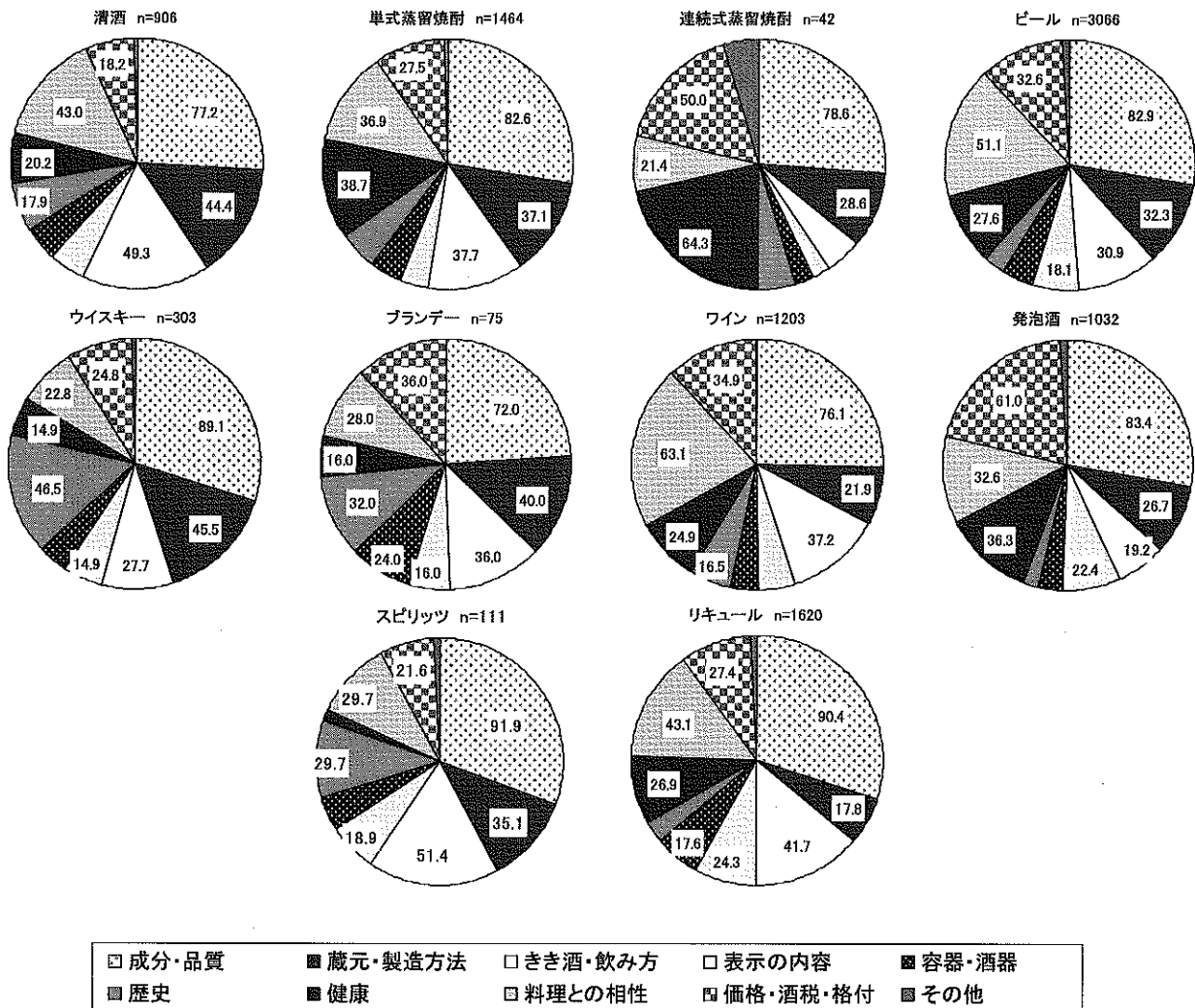


図6 興味あるお酒の種類別の関心分野（3番目までの累計）

た情報等があること等が影響しているものと考えられる。

発泡酒又は新ジャンルでは、「価格・酒税・格付」に関心を示した割合が29.1%と高かった。これは、ビールと比べ低価格である特性を反映したものと考えられる。

リキュールでは「成分・品質」に大きな関心の割合を示した。これは、カクテルを含むリキュールでは、果実を用いた製品など様々な香味を有したものが多くを反映したものと考えられる。

14年調査と比較すると、関心分野については、各種類において概ね同じ傾向が見られた。

さらに、興味ある酒類ごとに関心分野の3番目までを集計した結果を図6に示した。図6では各円グラフの累計値の合計は300%となる。関心分野の3番目までを集計すると、1番目に関心のあ

る項目の影響が少なくなり、より幅広い視点から消費者の関心のある分野の特徴を知ることができると考えられる。

その結果、関心分野1番目と同様に、全ての酒類において「成分・品質」が最も関心の割合が高かった。最も関心のあった「成分・品質」に次いで特徴があった関心分野は、清酒では「蔵元・製造方法」、「きき酒・飲み方」及び「料理との相性」が同程度の関心割合であった。単式蒸留焼酎では「蔵元・製造方法」、「きき酒・飲み方」、「健康」及び「料理との相性」が同程度の関心割合であった。ワインでは「料理との相性」に続き「きき酒・飲み方」及び「価格・酒税・格付」が同程度の関心割合であった。発泡酒又は新ジャンルでは「価格・酒税・格付」に続き「健康」及び「料理との相性」が同程度の関心割合であった。リキュール

では「きき酒・飲み方」及び「料理との相性」が同程度の関心割合であった。

14年調査と比較して、20年調査で関心の割合が増加したものは、男性の全世代で、「料理との相性」、40代及び50代以上男性で「健康」、30代女性で「価格・酒税・格付」であった。一方、関心の割合が低下したものは、40代男性及び50代以上の男女で「きき酒・飲み方」、40代及び50代以上男性で「蔵元・製造方法」であった。

4. お酒全般に関する関心分野

Q3『お酒全般に関する関心分野』の選択肢を順に「種類」、「成分・品質」、「製造方法」、「きき酒・飲み方」、「表示」、「飲酒マナー」、「料理との相性」、「健康」、「酒税・格付」、「歴史」、「容器・酒器」、「地域特性」及び「その他」と略し、集計した。

図7にお酒全般に関する関心分野として選ばれた項目の割合を3番目まで累計して示した。最も関心の高かったのは、「成分・品質」であり、続

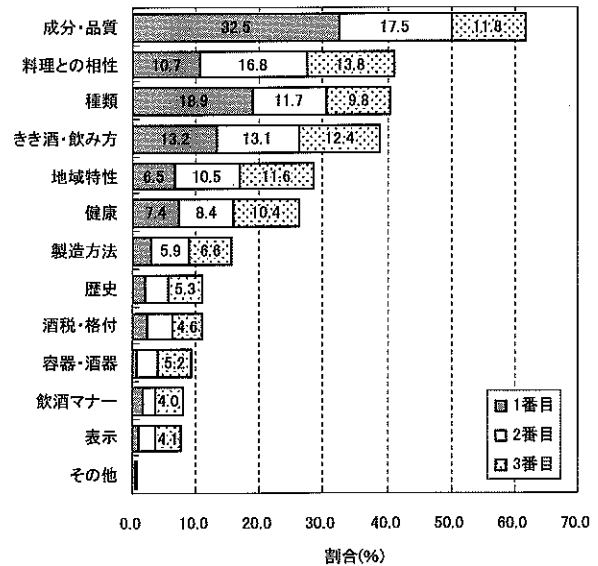


図7 お酒全般について関心のある分野 (3番目までの累計)

いて「料理との相性」と「種類」の関心も高かった。1番目に関心のある分野では、2位に「種類」が選ばれた。

男女世代別に集計した結果を表6に示した。全世代性別で最も関心の高かった分野は「成分・品

表6 お酒全般について関心のある分野 (3番目までの累計, 性別・年代別) 単位: 人 (%)

項目	男 性					女 性					合 計
	20代	30代	40代	50代以上	小 計	20代	30代	40代	50代以上	小 計	
種 類	139 (43.0)	205 (40.7)	206 (39.7)	139 (39.2)	689 (40.5)	144 (45.1)	206 (42.3)	182 (36.8)	113 (38.6)	645 (40.5)	1,334 (40.5)
成分・品質	170 (52.6)	309 (61.3)	296 (57.0)	231 (65.1)	1,006 (59.1)	210 (65.8)	309 (63.4)	333 (67.4)	179 (61.1)	1,031 (64.7)	2,037 (61.8)
製造方法	59 (18.3)	89 (17.7)	107 (20.6)	67 (18.9)	322 (18.9)	34 (10.7)	54 (11.1)	64 (13.0)	38 (13.0)	190 (11.9)	512 (15.5)
きき酒・飲み方	147 (45.5)	200 (39.7)	201 (38.7)	78 (22.0)	626 (36.8)	147 (46.1)	209 (42.9)	199 (40.3)	94 (32.1)	649 (40.7)	1,275 (38.7)
表 示	22 (6.8)	40 (7.9)	36 (6.9)	24 (6.8)	122 (7.2)	23 (7.2)	35 (7.2)	48 (9.7)	24 (8.2)	130 (8.2)	252 (7.7)
飲酒マナー	58 (18.0)	40 (7.9)	31 (6.0)	19 (5.4)	148 (8.7)	35 (11.0)	29 (6.0)	30 (6.1)	17 (5.8)	111 (7.0)	259 (7.9)
料理との相性	101 (31.3)	176 (34.9)	194 (37.4)	127 (35.8)	598 (35.2)	142 (44.5)	247 (50.7)	228 (46.2)	141 (48.1)	758 (47.6)	1,356 (41.2)
健 康	60 (18.6)	109 (21.6)	118 (22.7)	140 (39.4)	427 (25.1)	62 (19.4)	124 (25.5)	142 (28.7)	105 (35.8)	433 (27.2)	860 (26.1)
酒税・格付け	42 (13.0)	66 (13.1)	69 (13.3)	36 (10.1)	213 (12.5)	38 (11.9)	51 (10.5)	34 (6.9)	23 (7.8)	146 (9.2)	359 (10.9)
歴 史	51 (15.8)	84 (16.7)	75 (14.5)	38 (10.7)	248 (14.6)	23 (7.2)	29 (6.0)	36 (7.3)	27 (9.2)	115 (7.2)	363 (11.0)
容器・酒器	24 (7.4)	35 (6.9)	45 (8.7)	35 (9.9)	139 (8.2)	35 (11.0)	54 (11.1)	53 (10.7)	26 (8.9)	168 (10.5)	307 (9.3)
地域特性	94 (29.1)	152 (30.2)	175 (33.7)	130 (36.6)	551 (32.4)	61 (19.1)	108 (22.2)	130 (26.3)	92 (31.4)	391 (24.5)	942 (28.6)
その他	2 (0.6)	7 (1.4)	4 (0.8)	1 (0.3)	14 (0.8)	3 (0.9)	6 (1.2)	3 (0.6)	0 (0.0)	12 (0.8)	26 (0.8)
合 計	969 (300.0)	1,512 (300.0)	1,557 (300.0)	1,065 (300.0)	5,103 (300.0)	957 (300.0)	1,461 (300.0)	1,482 (300.0)	879 (300.0)	4,779 (300.0)	9,882 (300.0)

質」であった。

男女別で比較すると、男性は「製法」、「歴史」及び「地域特性」といった分野で関心が高く、女性は「料理との相性」で関心が高かった。男性はお酒に係る知識的な分野に対し興味が高いのに対し、女性は楽しみ方に関心が高い可能性が考えられた。

全体と比較すると各世代間で次のような違いが見られた。20代男性では、「飲酒マナー」に、30代女性では、「料理との相性」に、50代以上男女では、「健康」に高い関心を示した。

特に30代以上の女性では、「表示」や「料理との相性」の関心が高く、「成分・品質」の関心も高かった。このような結果と昨今の食に関する偽装問題や食の安全の問題も合わせて考慮すると、今回調査項目に加えなかった「安全・安心」に関心があった可能性が考えられる。

職業別の表は示さないが、50代以上が28.5%を占める無職層では、他の職層とは異なり「健康」が2位と高く、12.8%であった。

5. 必要な社会生活上の情報

Q4『必要な社会生活上の情報』の各回答項目を順に「一般知識」、「飲酒マナー」、「公共での飲酒マナー」、「飲酒と健康」、「新成人への知識」、「未成年者の飲酒弊害」、「相談窓口」、「品質保証」、「ラベル表示」及び「その他」と略し集計した。図8にお酒について社会生活上必要な情報として選ばれた項目の割合を3番目まで累計して示した。社会生活を営む上で必要な情報として、「飲酒と健康」、「一般知識」、「公共での飲酒マナー」の順に選ばれた割合が高かった。

男女世代別に集計した結果を表7に示す。50代以上男女を除く全ての世代で、「飲酒と健康」、「公共での飲酒マナー」及び「一般知識」が社会生活上必要な情報として上位に選ばれた。一方、50代以上男女では、「飲酒と健康」、「一般知識」及び「品質保証」が社会生活上必要な情報として上位に選ばれた。各世代で選ばれた他の世代層とは異なる特徴的な項目は、20代男性では、「飲酒マナー」、「新

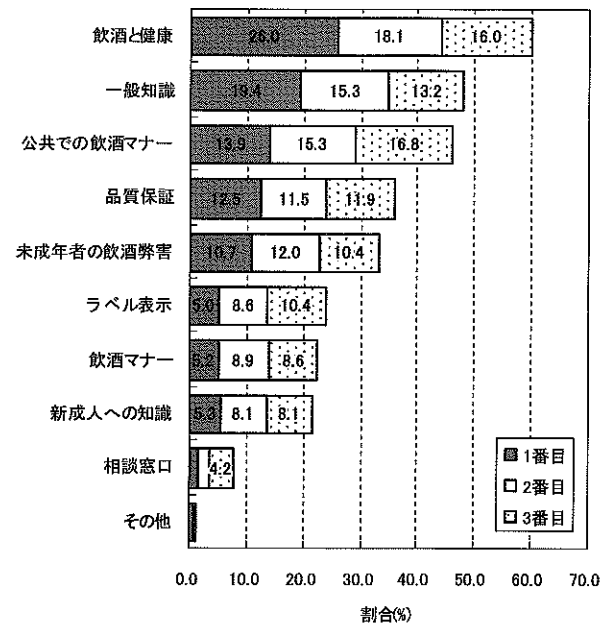


図8 社会生活上必要な情報（3番目までの累計）

成人への知識」及び「公共での飲酒マナー」、20代女性では、「飲酒マナー」及び「公共での飲酒マナー」、40代男性では、「一般知識」及び「品質保証」、50代以上男性では、「飲酒と健康」及び「品質保証」、50代以上女性では「飲酒と健康」であった。

職業別の表は示さないが、各職業別で選ばれた他の職業層とは異なる特徴的な項目として、学生では飲酒マナー（12.8%）を選択した割合が高かった。これは、飲酒経験が少ないため飲酒時の振舞いがよく分からないこと、成人式における飲酒に絡んだ事件、及び年齢の近い未成年者の飲酒事件等が背景にあるものと考えられる。

14年調査と比較すると、20年調査では全体、20代から40代男性及び20代女性で「飲酒マナー」、30代から50代以上男性及び50代以上女性で「公共での飲酒マナー」が必要と考える者の割合が低下した。一方、30代から50代以上男性、30代及び50代以上女性で「一般知識」、30代から50代以上男性、30代及び40代女性で「飲酒と健康」、20代男性で「新成人への知識」が必要と考える者の割合が増加した。これから、消費者の注目は、対人関係に関わる事項から自身に関わる事項へと意識が変わってきている傾向が伺われた。

表7 お酒について社会生活上必要な情報（3番目までの累計，性別・年代別） 単位：人（％）

項目	男 性					女 性					合 計
	20代	30代	40代	50代以上	小 計	20代	30代	40代	50代以上	小 計	
一般知識	144 (44.6)	255 (50.6)	292 (56.3)	183 (51.5)	874 (51.4)	132 (41.4)	229 (47.0)	191 (38.7)	152 (51.9)	704 (44.2)	1,578 (47.9)
飲酒マナー	111 (34.4)	132 (26.2)	98 (18.9)	64 (18.0)	405 (23.8)	98 (30.7)	100 (20.5)	94 (19.0)	48 (16.4)	340 (21.3)	745 (22.6)
公共での 飲酒マナー	179 (55.4)	220 (43.7)	229 (44.1)	124 (34.9)	752 (44.2)	172 (53.9)	235 (48.3)	247 (50.0)	108 (36.9)	762 (47.8)	1,514 (46.0)
飲酒と健康	163 (50.5)	283 (56.2)	311 (59.9)	254 (71.5)	1,011 (59.4)	174 (54.5)	297 (61.0)	297 (60.1)	201 (68.6)	969 (60.8)	1,980 (60.1)
新成人への 知 識	105 (32.5)	118 (23.4)	85 (16.4)	64 (18.0)	372 (21.9)	85 (26.6)	90 (18.5)	117 (23.7)	44 (15.0)	336 (21.1)	708 (21.5)
未成年者の 飲酒弊害	96 (29.7)	156 (31.0)	130 (25.0)	94 (26.5)	476 (28.0)	121 (37.9)	199 (40.9)	189 (38.3)	106 (36.2)	615 (38.6)	1,091 (33.1)
相談窓口	21 (6.5)	40 (7.9)	40 (7.7)	31 (8.7)	132 (7.8)	21 (6.6)	42 (8.6)	40 (8.1)	22 (7.5)	125 (7.8)	257 (7.8)
品質保証	92 (28.5)	178 (35.3)	228 (43.9)	156 (43.9)	654 (38.4)	83 (26.0)	145 (29.8)	181 (36.6)	121 (41.3)	530 (33.3)	1,184 (35.9)
ラベル表示	55 (17.0)	121 (24.0)	140 (27.0)	93 (26.2)	409 (24.0)	68 (21.3)	119 (24.4)	119 (24.1)	74 (25.3)	380 (23.9)	789 (24.0)
その他	3 (0.9)	9 (1.8)	4 (0.8)	2 (0.6)	18 (1.1)	3 (0.9)	5 (1.0)	7 (1.4)	3 (1.0)	18 (1.1)	36 (1.1)
合 計	969 (300.0)	1,512 (300.0)	1,557 (300.0)	1,065 (300.0)	5,103 (300.0)	957 (300.0)	1,461 (300.0)	1,482 (300.0)	879 (300.0)	4,779 (300.0)	9,882 (300.0)

6. 地域性

一般的に食に関しては、地域により嗜好性の違いがあると言われているが、酒類の関心分野や社会生活上必要な情報についても同様に地域性が見られる可能性がある。このため、地域別に飲酒割合やお酒に関心のある分野等を調査した。

地域別に興味のあるお酒の種類の集計結果を表8に示した。全地域でビールが最も関心のあるお酒として選ばれた。

地域により大きな違いは見られなかったが、全国と比較すると仙台では清酒，広島では発泡酒又は新ジャンル，熊本では単式蒸留焼酎の興味の割合がやや高かった。一方，札幌では単式蒸留焼酎，沖縄では清酒の興味の割合がやや低かった。全国と比較すると沖縄では「きき酒・飲み方」の関心割合がやや高く，「健康」の関心割合がやや低い傾向が見られた。

最も興味のあるお酒の関心分野について3番目まで集計した結果を表9に示した。最も興味のあるお酒の関心分野についても興味のあるお酒の種類と同様に地域による大きな違いは見られず「成分・品質」が最も関心ある分野として選ばれた。

また、地域別に社会生活を営む上で必要な情報の集計結果を表10に示した。沖縄では他地域と異なり、「未成年者の飲酒弊害」に対し高い関心が寄せられ、「公共での飲酒マナー」や「新成人への知識」に対してもやや高い関心が寄せられた。これは成人式での飲酒行動や未成年者飲酒の問題が大きく影響しているものと考えられる。全国集計と比較すると、金沢では「一般知識」、高松では「飲酒と健康」、福岡では「飲酒マナー」に関心が高い傾向が見られた。

7. 飲酒傾向

調査日から1週間前までの間に自宅や飲食店などで飲んだお酒の種類について、男女及び年代別に集計した結果を表11に示した。みりんはその他に含めて集計した。全回答者3,294名のうち調査対象期間中に226名、6.9%（男性88名、5.2%、女性138名、8.7%）が飲酒しなかったが、多くの回答者は1種類以上の酒類を飲んでおり、うち76.5%の回答者が2種類以上のお酒を飲んでいった。飲酒酒類の種類の平均は、2.6であった。

20代女性を除く全ての世代で、ビールが最も飲まれていた。全世代において、男性よりも女性で

表8 興味あるお酒の地域性（3番目までの累計）

単位：%

国税局 (所)	清酒	合成 清酒	単式 蒸留焼酎	連続式 蒸留焼酎	みりん	ビール	発泡酒	ワイン	ウイスキー	ブランデー	スピリッツ	リキュール	その他	合計
札幌	12.2	0.5	11.1	1.4	0.2	22.0	14.1	14.3	4.8	1.8	3.4	13.6	0.7	100.0
仙台	13.6	0.1	14.1	0.7	0.9	24.1	10.7	14.6	5.1	1.4	2.2	12.2	0.3	100.0
関東信越	10.9	0.2	13.1	1.1	0.5	23.0	12.3	14.4	3.8	1.2	2.7	16.6	0.3	100.0
東京	10.6	0.3	13.8	0.5	0.3	22.8	10.4	16.0	5.4	1.0	4.1	14.3	0.6	100.0
金沢	9.8	0.0	12.8	0.4	0.0	25.2	11.1	12.4	5.6	1.7	3.4	16.7	0.9	100.0
名古屋	11.2	0.5	15.3	0.4	0.5	23.0	10.7	15.0	3.8	1.5	3.2	14.7	0.3	100.0
大阪	10.5	0.3	14.4	0.2	0.6	22.6	10.5	14.8	5.2	1.2	3.5	15.7	0.6	100.0
広島	9.5	0.0	14.6	0.4	0.4	22.8	14.7	12.3	4.7	1.4	3.0	16.3	0.0	100.0
高松	9.7	0.3	15.5	0.3	0.3	23.6	13.6	12.4	3.6	2.7	2.4	15.2	0.3	100.0
福岡	9.1	0.2	17.2	0.4	0.7	24.4	10.9	13.5	4.9	3.2	1.6	13.5	0.5	100.0
熊本	8.9	0.0	17.6	0.0	0.7	24.2	13.6	15.0	3.3	2.1	1.2	12.9	0.5	100.0
沖縄	7.6	0.0	16.2	0.0	0.0	21.9	9.5	17.1	5.7	3.8	3.8	14.3	0.0	100.0
全国	10.7	0.3	14.3	0.5	0.5	23.1	11.5	14.7	4.7	1.5	3.1	14.8	0.4	100.0

表9 興味あるお酒の関心分野の地域性（3番目までの累計）

単位：%

国税局 (所)	成分・ 品質	蔵元・ 製造方法	きき酒・ 飲み方	表示の 内容	容器・ 酒器	歴史	健康	料理との 相性	価格・酒 税・格付	その他	合計
札幌	27.4	11.3	13.4	5.9	2.0	4.3	10.2	13.4	11.3	0.7	100.0
仙台	28.6	10.6	11.6	5.8	6.2	4.5	8.0	14.6	9.0	1.2	100.0
関東信越	27.7	8.7	12.3	6.5	4.0	3.4	9.7	14.8	11.9	1.1	100.0
東京	27.2	11.0	12.4	5.5	3.9	4.5	9.1	15.4	10.2	0.8	100.0
金沢	28.6	11.1	11.5	5.6	4.7	4.3	7.7	14.5	11.5	0.4	100.0
名古屋	27.2	9.7	11.8	6.2	4.5	5.3	10.6	14.1	9.7	0.9	100.0
大阪	27.3	9.7	10.2	5.6	5.6	4.4	9.8	15.9	10.6	0.8	100.0
広島	29.5	10.5	9.8	6.7	1.4	3.5	10.5	13.9	13.5	0.7	100.0
高松	27.6	8.8	10.9	5.5	4.2	3.0	11.8	14.2	13.3	0.6	100.0
福岡	28.1	11.1	11.9	5.3	4.4	3.5	8.9	16.3	9.6	0.9	100.0
熊本	27.0	9.4	10.6	6.3	3.8	4.5	9.2	15.5	12.9	0.9	100.0
沖縄	30.5	7.6	15.2	3.8	4.8	4.8	4.8	16.2	12.4	0.0	100.0
全国	27.6	10.1	11.7	5.9	4.3	4.2	9.5	15.0	10.9	0.9	100.0

表10 お酒について社会生活上必要な情報の地域性（3番目までの累計，性別・年代別）

単位：%

国税局 (所)	一般知識	飲酒 マナー	公共での飲 酒のマナー	飲酒と 健康	新成人へ の知識	未成年者の 飲酒弊害	相談窓口	品質保証	ラベル 表示	その他
札幌	14.3	8.2	16.1	21.8	5.0	13.8	2.0	10.9	7.3	0.7
仙台	16.5	8.0	13.6	20.3	7.5	10.7	2.0	11.3	9.7	0.3
関東信越	15.7	7.7	15.8	19.3	8.2	10.6	2.4	11.6	8.1	0.6
東京	16.1	6.7	15.8	20.2	6.8	10.1	3.0	12.4	8.7	0.3
金沢	18.4	8.1	15.0	19.7	6.0	11.5	2.1	11.1	8.1	0.0
名古屋	15.6	8.1	14.9	19.9	6.8	11.3	2.7	11.9	8.3	0.4
大阪	16.7	8.0	15.4	20.0	6.9	10.4	2.4	12.5	7.5	0.4
広島	16.8	6.7	14.7	19.6	8.6	11.9	2.6	11.4	7.5	0.0
高松	16.7	6.1	14.2	22.1	6.4	10.6	4.2	13.6	6.1	0.0
福岡	15.1	9.3	14.4	20.0	7.9	11.9	2.3	12.1	6.5	0.5
熊本	14.1	7.3	15.5	20.0	6.8	13.1	2.8	12.4	7.3	0.7
沖縄	13.3	5.7	20.0	15.2	10.5	19.0	1.9	7.6	6.7	0.0
全国	16.0	7.5	15.3	20.0	7.2	11.0	2.6	12.0	8.0	0.4

ワインの飲酒割合が高かった。若い世代がお酒を飲まなくなったと言われているが、お酒に興味があるとした調査対象者においても男女とも年代が下がるにつれ、飲酒していなかった割合が上昇する傾向が見られた。

リキュールの飲酒割合は、男女とも20代で高く、年代が上昇するにつれ減少した。清酒及び単式蒸留焼酎では、男性で年代が上昇するにつれ、増加傾向が見られ、特に50代以上の男性では清酒及び単式蒸留焼酎の飲酒割合は、男性全体の割合より

表11 年代別の飲酒したお酒の種類

単位：人（％）

酒類の種類	男 性					女 性					合 計
	20代	30代	40代	50代以上	小 計	20代	30代	40代	50代以上	小 計	
清 酒	62 (19.2)	111 (22.0)	157 (30.3)	169 (47.6)	499 (29.3)	42 (13.2)	51 (10.5)	79 (16.0)	89 (30.4)	261 (16.4)	760 (23.1)
合成清酒	11 (3.4)	7 (1.4)	11 (2.1)	3 (0.8)	32 (1.9)	3 (0.9)	5 (1.0)	8 (1.6)	4 (1.4)	20 (1.3)	52 (1.6)
単式蒸留焼酎	106 (32.8)	202 (40.1)	253 (48.7)	195 (54.9)	756 (44.4)	70 (21.9)	86 (17.7)	118 (23.9)	72 (24.6)	346 (21.7)	1,102 (33.5)
連続式蒸留焼酎	5 (1.5)	11 (2.2)	18 (3.5)	31 (8.7)	65 (3.8)	2 (0.6)	8 (1.6)	10 (2.0)	8 (2.7)	28 (1.8)	93 (2.8)
ビール	220 (68.1)	332 (65.9)	347 (66.9)	247 (69.6)	1,146 (67.4)	135 (42.3)	239 (49.1)	257 (52.0)	174 (59.4)	805 (50.5)	1,951 (59.2)
発泡酒	110 (34.1)	221 (43.8)	249 (48.0)	145 (40.8)	725 (42.6)	78 (24.5)	194 (39.8)	202 (40.9)	102 (34.8)	576 (36.2)	1,301 (39.5)
ワイン	50 (15.5)	100 (19.8)	117 (22.5)	86 (24.2)	353 (20.8)	81 (25.4)	118 (24.2)	169 (34.2)	106 (36.2)	474 (29.8)	827 (25.1)
ウイスキー	47 (14.6)	67 (13.3)	99 (19.1)	92 (25.9)	305 (17.9)	12 (3.8)	16 (3.3)	21 (4.3)	31 (10.6)	80 (5.0)	385 (11.7)
ブランデー	18 (5.6)	24 (4.8)	25 (4.8)	17 (4.8)	84 (4.9)	8 (2.5)	10 (2.1)	6 (1.2)	11 (3.8)	35 (2.2)	119 (3.6)
スピリッツ	30 (9.3)	39 (7.7)	26 (5.0)	8 (2.3)	103 (6.1)	28 (8.8)	24 (4.9)	17 (3.4)	9 (3.1)	78 (4.9)	181 (5.5)
リキュール	135 (41.8)	159 (31.5)	121 (23.3)	34 (9.6)	449 (26.4)	191 (59.9)	219 (45.0)	207 (41.9)	73 (24.9)	690 (43.3)	1,139 (34.6)
その他	6 (1.9)	9 (1.8)	14 (2.7)	11 (3.1)	40 (2.4)	26 (8.2)	34 (7.0)	37 (7.5)	21 (7.2)	118 (7.4)	158 (4.8)
飲んでいない	34 (10.5)	31 (6.2)	21 (4.0)	2 (0.6)	88 (5.2)	43 (13.5)	59 (12.1)	23 (4.7)	13 (4.4)	138 (8.7)	226 (6.9)
全 体	323 (100.0)	504 (100.0)	519 (100.0)	355 (100.0)	1,701 (100.0)	319 (100.0)	487 (100.0)	494 (100.0)	293 (100.0)	1,593 (100.0)	3,294 (100.0)

も10ポイント以上高かった。30代を除く女性でも年代が上昇するにつれ、清酒の飲酒割合の増加傾向が見られた。ウイスキーも清酒と同様の傾向が見られた。

職業別の表は示さないが、20代が98.5%を占める学生では、リキュールが一番多く飲まれていた。学生以外では、ビールが一番多く飲まれていた。単式蒸留焼酎は、公務員、無職、自営業に多く飲まれていた。無職を除く職層で、ビール、発泡酒又は新ジャンル、単式蒸留焼酎若しくはリキュールが飲酒割合の1位から3位を占めたが、50代以上が80.1%を占める無職では、ビール、単式蒸留焼酎、清酒の順で多く飲まれていた。

表12に1番目に興味があるお酒と飲酒したお酒の関係について示した。清酒、単式蒸留焼酎、ビール、発泡酒又は新ジャンル、ウイスキーを最も興味のある酒類と挙げた者のうち、7割以上が調査対象期間中に最も興味のある酒類を飲酒していた。

社会生活上必要な情報について飲酒の有無別に集計した結果を図9及び図10に示した。飲酒の有

無に関わらず、「飲酒と健康」を選んだ割合が高かった。比較する標本数と性別世代別の構成割合が大きく異なるため単純比較は難しいが、調査対象期間中に飲酒していない者は、飲酒した者と比較して、「公共での飲酒マナー」、「未成年者の飲酒弊害」、「飲酒マナー」や「新成人への知識」といった道徳観や作法に関わる事項が「品質保証」よりも高い順位に選択され、「公共での飲酒マナー」の次に「品質保証」を選択した割合の高かった飲酒した者との違いが見られた。調査対象期間中に飲酒していない者は、飲酒をとりまく環境に注目し、飲酒した者は、製品特性に注目している可能性が考えられた。

表13に地域別の飲酒割合を示した。全国と比較して、いくつかの地域で飲酒割合の違いが見られた。金沢では、清酒の飲酒割合（30.8%）が高く、単式蒸留焼酎（23.1%）及び発泡酒又は新ジャンル（29.5%）が低かった。熊本では、単式蒸留焼酎（50.0%）が高かったが、清酒（15.5%）が低かった。沖縄では、ビール（74.3%）及びワイン（42.9%）

表12 1番目に興味があるお酒と飲酒したお酒の種類

単位：人（％）

飲酒興味	全体	清酒	合成清酒	単式蒸留焼酎	連続式蒸留焼酎	ビール	発泡酒	ワイン	ウイスキー	ブランデー	スピリッツ	リキュール	その他
全体	3294 (100.0)	760 (23.1)	52 (1.6)	1102 (33.5)	93 (2.8)	1951 (59.2)	1301 (39.5)	827 (25.1)	385 (11.7)	119 (3.6)	181 (5.5)	1139 (34.6)	158 (4.8)
清酒	302 (100.0)	223 (73.8)	11 (3.6)	101 (33.4)	12 (4.0)	172 (57.0)	94 (31.1)	71 (23.5)	60 (19.9)	11 (3.6)	21 (7.0)	84 (27.8)	21 (7.0)
合成清酒	2 (100.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
単式蒸留焼酎	488 (100.0)	113 (23.2)	3 (0.6)	407 (83.4)	18 (3.7)	273 (55.9)	168 (34.4)	84 (17.2)	60 (12.3)	16 (3.3)	20 (4.1)	124 (25.4)	23 (4.7)
連続式蒸留焼酎	14 (100.0)	4 (28.6)	0 (0.0)	5 (35.7)	9 (64.3)	7 (50.0)	6 (42.9)	3 (21.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.1)	0 (0.0)
みりん	5 (100.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	4 (80.0)	0 (0.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	2 (40.0)
ビール	1022 (100.0)	209 (20.5)	16 (1.6)	299 (29.3)	16 (1.6)	818 (80.0)	466 (45.6)	216 (21.1)	88 (8.6)	40 (3.9)	38 (3.7)	274 (26.8)	36 (3.5)
発泡酒	344 (100.0)	57 (16.6)	6 (1.7)	93 (27.0)	10 (2.9)	161 (46.8)	291 (84.6)	66 (19.2)	30 (8.7)	4 (1.2)	14 (4.1)	99 (28.8)	15 (4.4)
ワイン	401 (100.0)	84 (20.9)	6 (1.5)	90 (22.4)	8 (2.0)	220 (54.9)	119 (29.7)	267 (66.6)	43 (10.7)	12 (3.0)	30 (7.5)	125 (31.2)	15 (3.7)
ウイスキー	101 (100.0)	26 (25.7)	2 (2.0)	32 (31.7)	6 (5.9)	69 (68.3)	29 (28.7)	24 (23.8)	73 (72.3)	14 (13.9)	5 (5.0)	27 (26.7)	4 (4.0)
ブランデー	25 (100.0)	5 (20.0)	0 (0.0)	7 (28.0)	3 (12.0)	18 (72.0)	7 (28.0)	8 (32.0)	8 (32.0)	9 (36.0)	3 (12.0)	8 (32.0)	0 (0.0)
スピリッツ	37 (100.0)	6 (16.2)	0 (0.0)	6 (16.2)	0 (0.0)	18 (48.6)	13 (35.1)	8 (21.6)	2 (5.4)	3 (8.1)	19 (51.4)	20 (54.1)	1 (2.7)
リキュール	540 (100.0)	31 (5.7)	7 (1.3)	58 (10.7)	11 (2.0)	184 (34.1)	105 (19.4)	75 (13.9)	20 (3.7)	10 (1.9)	31 (5.7)	372 (68.9)	36 (6.7)
その他	13 (100.0)	1 (7.7)	0 (0.0)	3 (23.1)	0 (0.0)	7 (53.8)	3 (23.1)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (30.8)	5 (38.5)

注) 網掛けは、興味ある酒類と飲酒した酒類が同じ酒類である項目を示す。

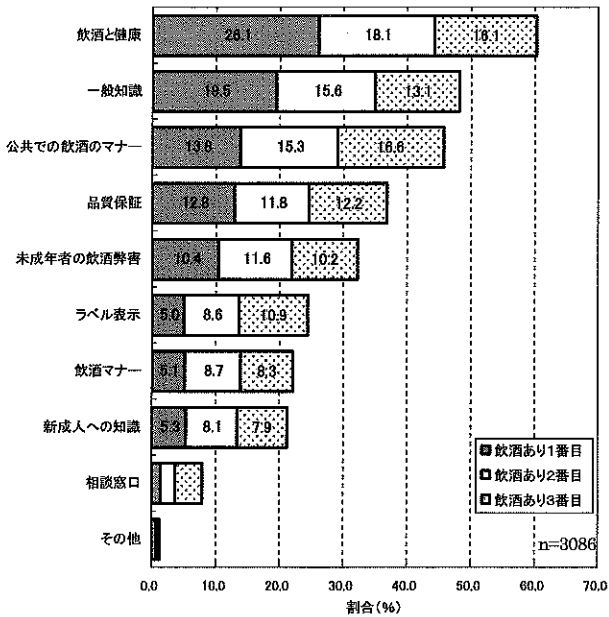


図9 お酒を飲んだ者が選択した社会生活上必要な情報（3番目までの累計）

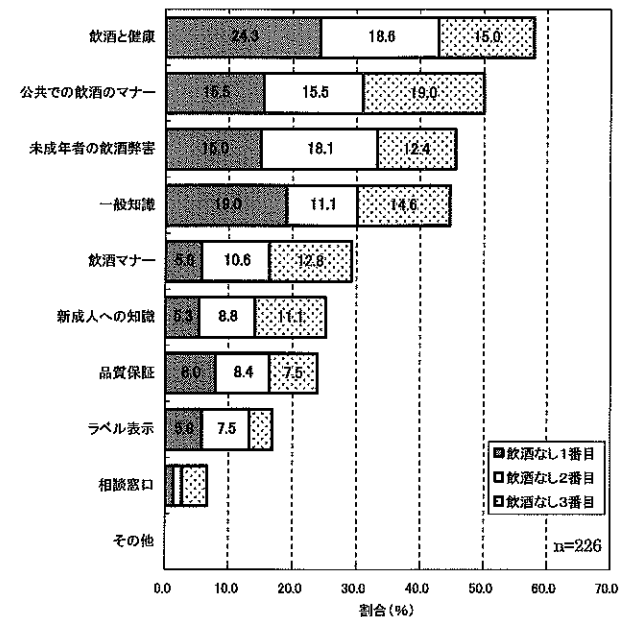


図10 お酒を飲んでいない者が選択した社会生活上必要な情報（3番目までの累計）

表13 飲酒動向の地域性

単位：人（％）

	全 体	清 酒	合成 清酒	単式 蒸留焼酎	連続式 蒸留焼酎	ビール	発泡酒	ワイン	ウイスキー	ブランデー	スピリッツ	リキュール	その他	飲んで いない
全 国	3294	760 (23.1)	52 (1.6)	1102 (33.5)	93 (2.8)	1951 (59.2)	1301 (39.5)	827 (25.1)	385 (11.7)	119 (3.6)	181 (5.5)	1139 (34.6)	158 (4.8)	226 (6.9)
札 幌	147	37 (25.2)	5 (3.4)	37 (25.2)	12 (8.2)	91 (61.9)	71 (48.3)	32 (21.8)	18 (12.2)	2 (1.4)	5 (3.4)	55 (37.4)	8 (5.4)	7 (4.8)
仙 台	230	67 (29.1)	4 (1.7)	73 (31.7)	8 (3.5)	150 (65.2)	85 (37.0)	70 (30.4)	32 (13.9)	8 (3.5)	14 (6.1)	65 (28.3)	13 (5.7)	16 (7.0)
関 東 信 越	476	125 (26.3)	5 (1.1)	140 (29.4)	16 (3.4)	276 (58.0)	185 (38.9)	127 (26.7)	64 (13.4)	14 (2.9)	26 (5.5)	195 (41.0)	15 (3.2)	32 (6.7)
東 京	785	176 (22.4)	15 (1.9)	247 (31.5)	36 (4.6)	486 (61.9)	312 (39.7)	219 (27.9)	107 (13.6)	23 (2.9)	60 (7.6)	278 (35.4)	32 (4.1)	49 (6.2)
金 沢	78	24 (30.8)	0 (0.0)	18 (23.1)	1 (1.3)	44 (56.4)	23 (29.5)	14 (17.9)	5 (6.4)	3 (3.8)	4 (5.1)	21 (26.9)	6 (7.7)	9 (11.5)
名 古 屋	366	90 (24.6)	4 (1.1)	125 (34.2)	5 (1.4)	196 (53.6)	120 (32.8)	90 (24.6)	41 (11.2)	15 (4.1)	19 (5.2)	116 (31.7)	21 (5.7)	28 (7.7)
大 阪	545	117 (21.5)	10 (1.8)	188 (34.5)	7 (1.3)	322 (59.1)	220 (40.4)	132 (24.2)	63 (11.6)	23 (4.2)	28 (5.1)	198 (36.3)	30 (5.5)	35 (6.4)
広 島	190	41 (21.6)	5 (2.6)	71 (37.4)	3 (1.6)	97 (51.1)	81 (42.6)	35 (18.4)	14 (7.4)	9 (4.7)	7 (3.7)	65 (34.2)	8 (4.2)	17 (8.9)
高 松	110	19 (17.3)	1 (0.9)	41 (37.3)	1 (0.9)	64 (58.2)	43 (39.1)	18 (16.4)	7 (6.4)	5 (4.5)	5 (4.5)	35 (31.8)	5 (4.5)	12 (10.9)
福 岡	190	39 (20.5)	2 (1.1)	78 (41.1)	3 (1.6)	115 (60.5)	82 (43.2)	40 (21.1)	18 (9.5)	9 (4.7)	8 (4.2)	64 (33.7)	10 (5.3)	12 (6.3)
熊 本	142	22 (15.5)	1 (0.7)	71 (50.0)	1 (0.7)	84 (59.2)	65 (45.8)	35 (24.6)	11 (7.7)	6 (4.2)	4 (2.8)	37 (26.1)	7 (4.9)	6 (4.2)
沖 縄	35	3 (8.6)	0 (0.0)	13 (37.1)	0 (0.0)	26 (74.3)	14 (40.0)	15 (42.9)	5 (14.3)	2 (5.7)	1 (2.9)	10 (28.6)	3 (8.6)	3 (8.6)

が高く、清酒（8.6％）が低かった。札幌では、連続式蒸留焼酎（8.2％）及び発泡酒又は新ジャンル（48.3％）が比較的高く、単式蒸留焼酎（25.2％）が比較的低かった。仙台では清酒（29.1％）が、関東信越では、リキュール（41.0％）の飲酒割合が比較的高かった。

8. 研究所情報媒体の認知状況

当所では、ホームページや情報誌、広報誌を通し、国民に広く情報を提供しているが、これらの情報媒体の認知状況について調査を実施した。その結果を表14に示した。いずれも見ることがない者の割合が9割以上で、認知度が低いことが判明した。また、表には示さないが1つ以上の情報媒体を見たことがある者の割合は6.6％であった。

情報媒体を見た者の意見を集約したところ、ホームページについては、意見なし（34.2％）とした者が最も多かった。良かった点としては、参考・勉強になった（19.4％）、面白い（10.3％）などが挙げられたが、改善点（7.1％）や批評（6.5％）も寄せられた。また、他のホームページと混同したと思われる回答（1.9％）もあった。あわせて

表14 研究所情報媒体の認知状況

媒 体	割合（％）
ホームページ	4.8
情報誌「お酒のはなし」	2.6
広報誌「NRIB（エヌリブ）」	0.4
情報誌「酒販サポートニュース」	0.6
その他	0.0
何も見たことがない	93.4

N=3,294

情報誌や広報誌に対しても様々な意見が寄せられたことから、これらの内容を吟味し今後の業務に反映させていく必要がある。

集計した表を示さないが、地域別に見ると、いずれかの情報媒体を見た割合は、関東信越が最も高く8.2％、沖縄が最も低く2.9％であった。ホームページの認知度は、金沢（6.4％）及び関東信越（6.3％）で比較的高く、高松（1.8％）で低かった。

14年調査では、情報提供方法の希望についてホームページを選択した者が60.2％と他の提供方法を大きく引き離していた。20年調査では、ホームページを見たことがある者は4.8％と低調であったが、他の3媒体よりも高い割合を示した。

9. 自由回答

酒類に関する情報や提供方法などについて自由記載により意見を求めた。全体の48.0%が何らかの意見を記載した。また、調査対象期間中に飲酒した者のうち48.5%、飲酒しなかった者のうち40.3%が意見を記載した。回答の内容は、原料、製造、販売・購入、消費、健康、飲酒マナー、飲酒運転、情報提供方法に関する提案等多岐にわたった。これら意見の内容について精査し、今後の業務で活用する予定である。

10. まとめ

酒類に関する国民のニーズについて4,501名に対し調査を行い（有効回答者数3,294、有効回答率73.2%）、酒類に興味のある国民の意識の前回調査（14年調査）からの変化等について検討した。

(1) 最も興味あるお酒としてビール、リキュール、単式蒸留焼酎、ワイン、発泡酒又は新ジャンルが上位5つに選ばれた。ビールを除くと男性は、清酒や単式蒸留焼酎に、女性はリキュールやワインに興味を強く持つ傾向が見られ、興味の割合は、飲酒動向の割合とほぼ一致した。14年調査と比較すると、清酒に対する興味が低下し、単式蒸留焼酎への興味が増加した。

(2) 最も興味ある酒類の関心分野は、全酒類に共通して「成分・品質」であった。ワインでは「料理との相性」、清酒では「きき酒・飲み方」、単式蒸留焼酎では「健康」、発泡酒又は新ジャンルでは、「価格・酒税・格付」に最も関心を示した割合が高く、酒類ごとに関心分野には特徴が見られ、これは14年調査と同様の結果であった。

(3) 酒類全般に関する関心分野では、「成分・品質」、「料理との相性」、「種類」が上位を占めた。また、性別及び年代により関心ある事項が異なっていた。14年調査と比較すると、男性では全世代

で「料理との相性」、40代及び50代以上では「健康」、30代女性では「価格・酒税・格付」に対する関心の割合が増加した。

(4) 社会生活を営む上で必要な情報では、「飲酒と健康」、「一般知識」、「公共での飲酒マナー」の関心割合が高かった。14年調査と比較すると、「飲酒マナー」、「公共での飲酒マナー」が低下し、「一般知識」「飲酒と健康」及び「新成人への知識」に対する関心が増加し、消費者の注目は、対人関係に関わる事項から自身に関わる事項へと意識が変化している傾向が伺われた。

(5) お酒の種類や社会生活を営む上で必要な情報では、地域により違いが見られ、特に沖縄では他地域と異なり「未成年者の飲酒弊害」に大きな関心があった。

(6) 清酒、単式蒸留焼酎、ビール、発泡酒又は新ジャンル、ウイスキーを最も興味のある酒類と挙げた者のうち、7割以上が調査対象期間中にそれらの酒類を飲酒していた。また、社会生活上必要な情報については、飲酒の有無別に違いが見られた。

(7) 当研究所の情報媒体の認知については、いずれも見たことがない割合が9割以上で、未だに認知度が低いことが判明した。提示した4媒体の中ではホームページの認知度が最も高く、4.8%であった。

参 考 文 献

- 1) 須藤茂俊, 篠田典子, 高田昭則, 木崎康造: 酒類総合研究所報告, 174, 37-49 (2002)
- 2) 宇都宮仁, 橋爪克己: 酒類総合研究所報告, 180, 73-92 (2008)
- 3) 平成17年度国勢調査:
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/youkei/hyodai.htm> (平成20年3月19日にアクセスを確認した。)
- 4) 須見洋行: 日本醸造協会誌, 96(8), 513-519 (2001)