

# おうちでのイノベーション“家飲み”“オンライン飲み会”の波

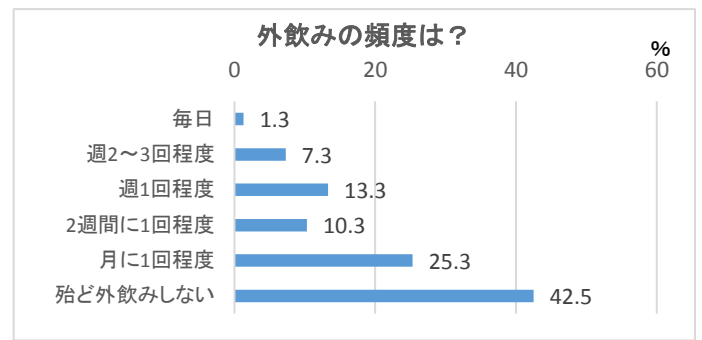
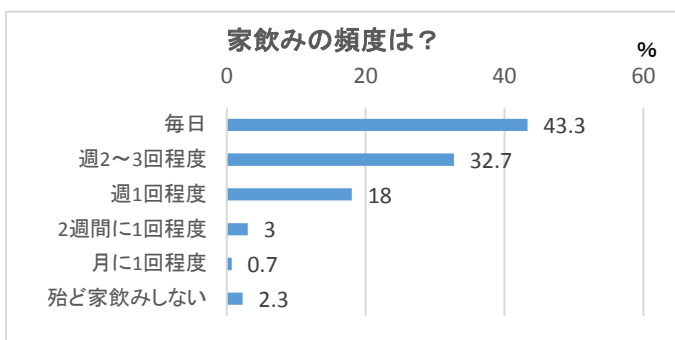
石塚硝子株式会社 ハウスウェアカンパニー  
マーケティングレポート No.201-AU.04

あなたは家飲み派？ 外飲み派？ 好きなペースでお酒が楽しめる“家飲み派”が増加中。

コロナ禍で、“飲み”のスタイルが大きく変化している。賑やかなお店のカウンター席や個室で、肩がぶつかり合う距離で飲んで騒いで・・・は、まるで過去の幻影と化してしまったようだ。しかし実は、コロナ禍になる前から、家飲み派はジワジワと増加していた事も、客観的なデータから読み取れる。理由としては、サラリーマンの懐事情も関係しているが、費用を抑えるだけでなく生活スタイルの細分化により、自分の好きなスタイルで、自由にお酒を楽しみたいと思う人が増えた事も事実である。

以下、家飲みをする人は確実に多いことが、弊社独自に行ったアンケート調査も併せたデータで浮き彫りとなった。

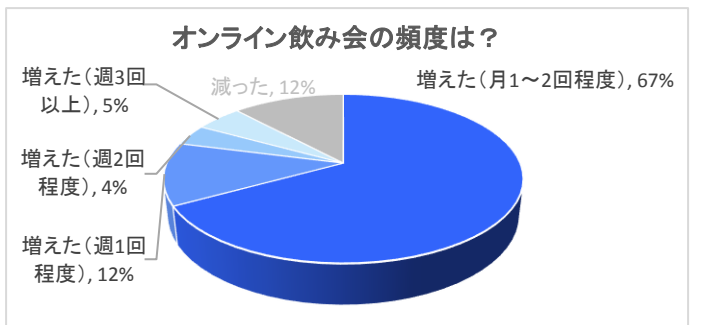
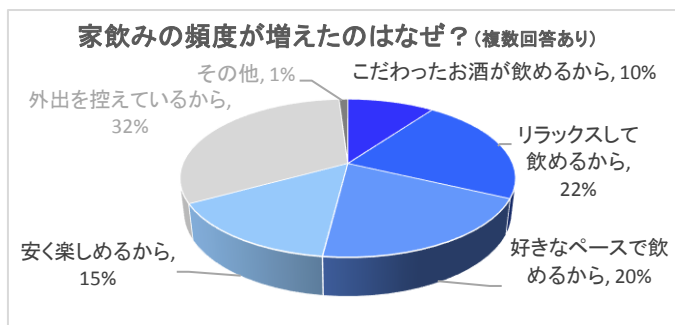
しかも、8割近くの人が家飲みを毎日か、1日おきに実施中！



株式会社・マーケティング調べ  
2020年6月実施 全国の20～60代 男女300人に調査

家飲みの頻度が増えた理由には、むしろ積極的な理由も。

外飲みをガマンしてと言う事ではなく、“自分のこだわり”“リラックス”“好きなペース”など、家飲みには積極的な理由も。オンライン飲み会の頻度も増えたと答える人が88%、月1～2回程度の人が67%の結果に。

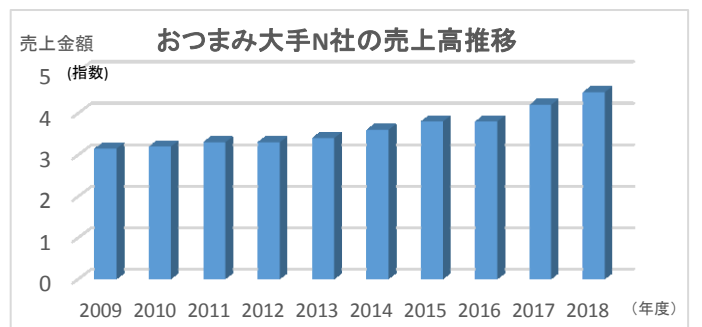


株式会社・マーケティング調べ  
2020年6月実施 全国の20～60代 男女300人に調査

家飲みの頻度を裏付ける興味深いデータとして、大手おつまみメーカーの売上高も10年前の約1.5倍と、顕著に増加している。

また、スマホの普及、レシピサイトのアプリが多数立ち上がった事で、好みのおつまみを気軽に作れてしまう手軽さも、これに拍車をかけている。

大手レシピサイト、クックパッドを例にとると投稿レシピ数は、10年前の約5倍(500万品・海外の投稿も含む)に。レシピサイトだけではなくインスタグラムなど、SNSでのおつまみレシピの投稿など、より手軽な情報共有が広がっている。



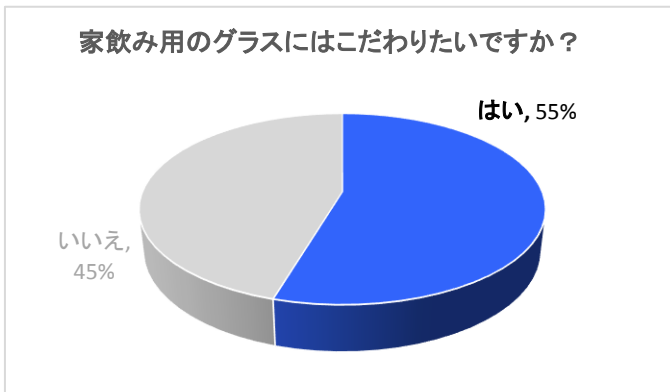
東洋経済オンライン 2017年12月7日配信記事より



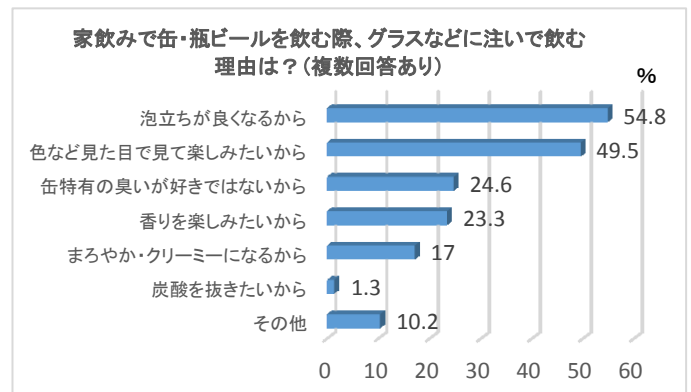
グラスやお酒へのこだわりが分かる調査結果は、引き続き裏面をご覧ください！

## “家飲みのグラス”こだわり派は、過半数以上に。

そんな、リラックス出来る家飲みで、“飲む時のグラスにこだわりたい”、と答えた人は55%に。  
また、グラスに注ぐ理由としては、泡立ちをクリーミーにしたり、色や香りを楽しみたい、と言う理由が多くを占めた。  
買ったお酒を容器から直接飲まずに、それぞれの楽しみ方(こだわり)を持って、美味しく飲みたいと言う意見が目立つ。



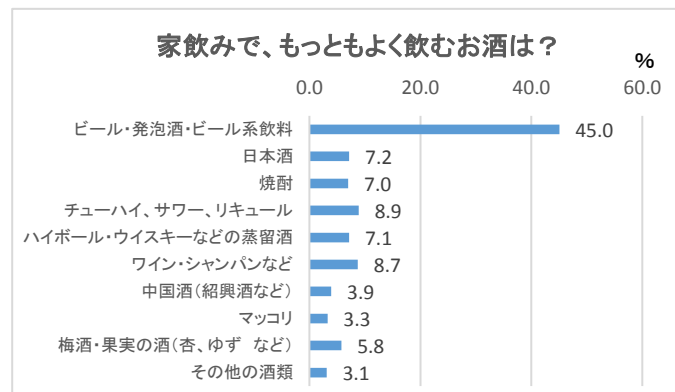
㈱クロス・マーケティング調べ  
2020年6月実施 全国の20～60代 男女300人に調査



㈱ネオマーケティング調べ  
対象: 全国の20～60代 男女300人に調査

## 人気のお酒は、“手軽に自分流”が楽しめるビール、又はビール系飲料。

家飲みで、“もっとも”よく飲まれるお酒は、圧倒的にビール及び発泡酒・ビール系飲料で、全体の45%を占めた。  
のどごしが良く、アルコール度数が軽め、比較的安価で種類も豊富なのが人気の理由か。また、近年地ビールだけでなく、クラフトビールの市場に大手ビール会社も参入。輸入ビールも加わり全体のバリエーションが非常に増えたのも一因と思われる。  
他には、日本酒、焼酎、チューハイ、ハイボール、ワイン、シャンパンなどが7～9%ほどで並び、ビール系との開きはあるが、家飲みならで、軽めのビール系と自由に組合せて飲まれている事も推測される。



㈱クロス・マーケティング調べ  
2020年6月実施 全国の20～60代 男女300人に調査