

日本酒造組合中央会が6年ぶりに『日本酒需要動向調査』を実施 キーワードは「サステナブル」・「オーガニック製法」 今後の日本酒を飲みたい意欲が一番高いのはZ世代！？



全国約1,700の酒蔵(日本酒、本格焼酎・泡盛、本みりん)が所属する日本酒造組合中央会(以下:中央会)は、2022年12月から2023年1月に全国の20歳から70歳までの全国の男女3,000人を対象に『日本酒需要動向調査』を実施しました。

【定量調査結果トピックス(抜粋)】

<ランキングトピックス>

- ☑直近1ヶ月に日本酒を購入した人は、およそ4人に1人。
- ☑好きな酒類は、前回3位の日本酒がワインを抜き次ぎ2位！日本酒が好きと回答した女性が倍増。

<イメージトピックス>

- ☑日本酒に関するイメージは、「酒蔵が名水地に立地している」が約半数の48.6%。最も魅力的に感じるのは、「いろいろな温度帯で楽しめる」がトップ。

<サステナブルトピックス>

- ☑76.7%の人が「サステナブル活動酒蔵」の日本酒を購入したい。また、オーガニック製法の日本酒は、購入したいが過半数超えの67.7%。共にZ世代・団塊ジュニア世代が購入意欲。

<ヘルシートピックス>

- ☑日本酒ユーザーのうち52.7%が低アルコールの日本酒の購入したいと回答。世代別ではZ世代の72.3%が低アルコールの日本酒を購入したいと回答。

<飲用トピックス>

- ☑直近は自宅での日本酒飲用が高い。自宅以外の日本酒飲用が高いのはZ世代・団塊世代。今後の日本酒飲用意向はZ世代・団塊ジュニアが高い傾向。

『日本酒需要動向調査』概要

調査手法:インターネット調査

調査対象:全国の20~70代男女 日本酒ユーザー/日本酒ポテンシャルユーザー(定義は下記①に記載)

回答者数:本調査3,000サンプル

調査期間:2023年1月6日(金)~1月12日(木)

調査会社:株式会社ネオマーケティング

①日本酒関与度別

・「日本酒ユーザー」(n=2,800)→1年に1日程度以上の頻度で日本酒を飲む方

・「日本酒ポテンシャルユーザー」(n=200)

→1年に1日程度以上の頻度で酒類を飲む・1年に1日未満の頻度で日本酒を飲む・日本酒の購入意向の事前調査で「あまり購入したいと思わない」、「全く購入したいと思わない」を選んだ人以外の方

②年代別

「20代」(n=382)、「30代」(n=421)、「40代」(n=523)、「50代」(n=519)、「60代」(n=519)、「70代」(n=496)

→「日本酒ユーザー」ベースで、10歳刻みで区分分け

③世代別

・「Z世代」→年代別の20代(平成6年~平成15年以降生まれ)

・「団塊ジュニア」→年代別の50代(昭和39年~昭和48年生まれ)

・「団塊世代」→年代別の70代(昭和28年以前生まれ)

<回答者内訳>

| | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 小計 | 合計 |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 北海道 男性 | 7 | 9 | 11 | 10 | 10 | 10 | 57 | 3,000 |
| 東北 男性 | 11 | 13 | 18 | 19 | 19 | 17 | 97 | |
| 関東 男性 | 76 | 82 | 82 | 97 | 73 | 74 | 484 | |
| 北陸 男性 | 7 | 8 | 11 | 10 | 10 | 10 | 56 | |
| 中部 男性 | 27 | 30 | 39 | 37 | 31 | 33 | 197 | |
| 関西 男性 | 32 | 33 | 43 | 42 | 34 | 38 | 222 | |
| 中国 男性 | 10 | 11 | 15 | 14 | 13 | 14 | 77 | |
| 四国 男性 | 5 | 5 | 8 | 7 | 7 | 8 | 40 | |
| 九州・沖縄 男性 | 20 | 23 | 28 | 26 | 28 | 25 | 150 | |
| 北海道 女性 | 7 | 9 | 11 | 11 | 11 | 13 | 62 | |
| 東北 女性 | 10 | 13 | 17 | 17 | 19 | 19 | 95 | |
| 関東 女性 | 73 | 77 | 97 | 91 | 73 | 85 | 496 | |
| 北陸 女性 | 6 | 8 | 10 | 10 | 10 | 12 | 56 | |
| 中部 女性 | 25 | 28 | 38 | 37 | 32 | 37 | 197 | |
| 関西 女性 | 32 | 33 | 45 | 44 | 38 | 46 | 238 | |
| 中国 女性 | 10 | 11 | 15 | 13 | 14 | 17 | 80 | |
| 四国 女性 | 4 | 5 | 7 | 7 | 8 | 9 | 40 | |
| 九州・沖縄 女性 | 20 | 23 | 28 | 27 | 29 | 29 | 156 | |
| 日本酒ポテンシャル | 9 | 15 | 51 | 56 | 43 | 26 | 200 | |
| 小計 | 391 | 436 | 574 | 575 | 502 | 522 | | |

<回答者属性>

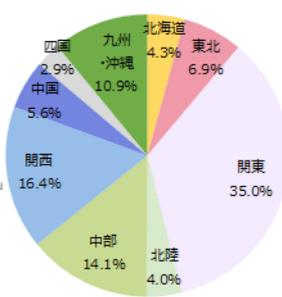
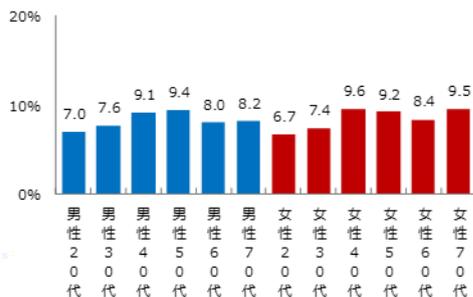
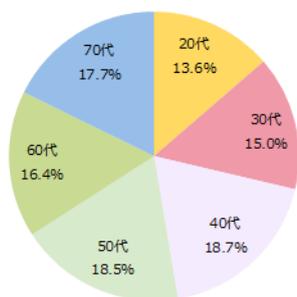
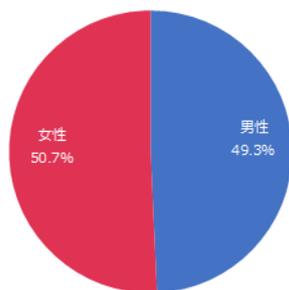
性別

年代別

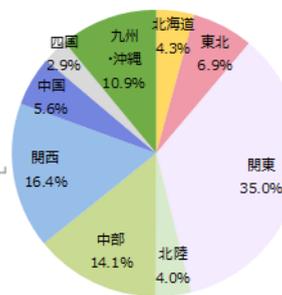
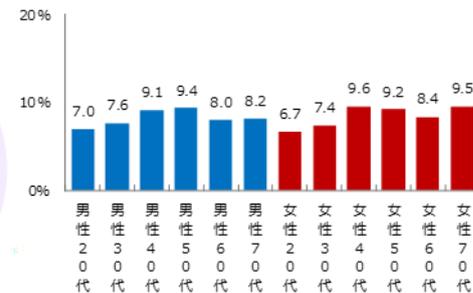
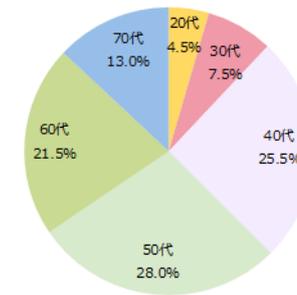
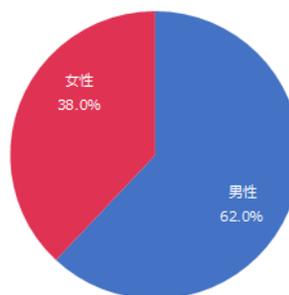
男女年代別

エリア別

日本酒ユーザー



日本酒ポテンシャルユーザー



<ランキングトピックス>

直近1ヶ月に日本酒を購入した人は、およそ4人に1人。

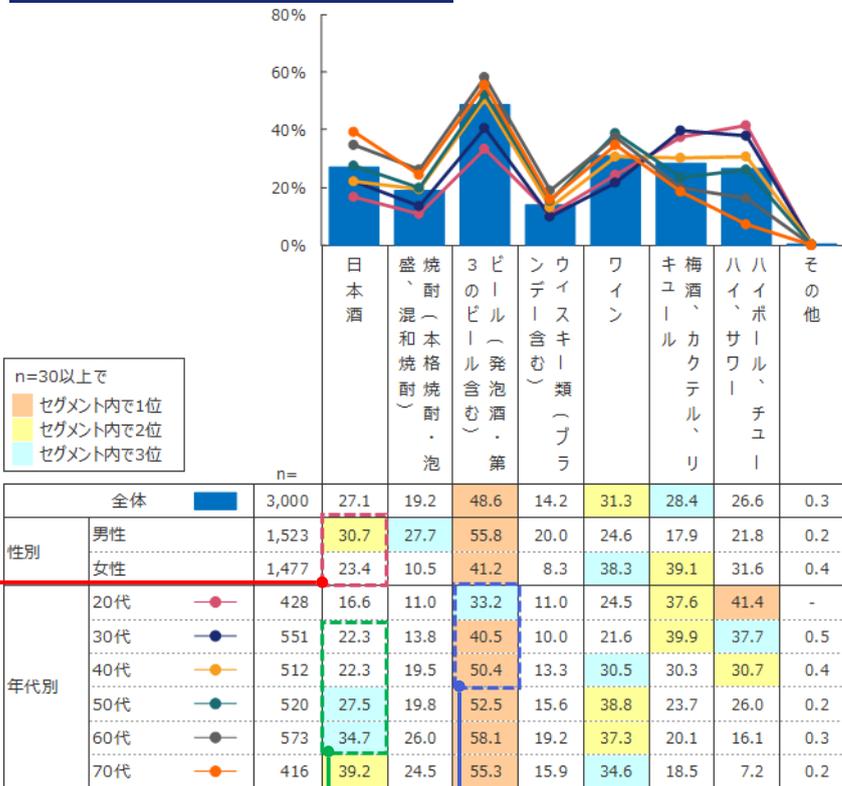
この1ヶ月でご自身が購入したご自宅用飲用の酒類・ノンアルコール飲料を複数回答可で尋ねたところ、ビール類、チューハイ類に次ぎ24.8%の方が購入していることがわかりました。これは、およそ4人に1人が直近1ヶ月内に日本酒を購入したことに。また、この1ヶ月で購入した飲料はないという回答も多くみられました(23.9%)。



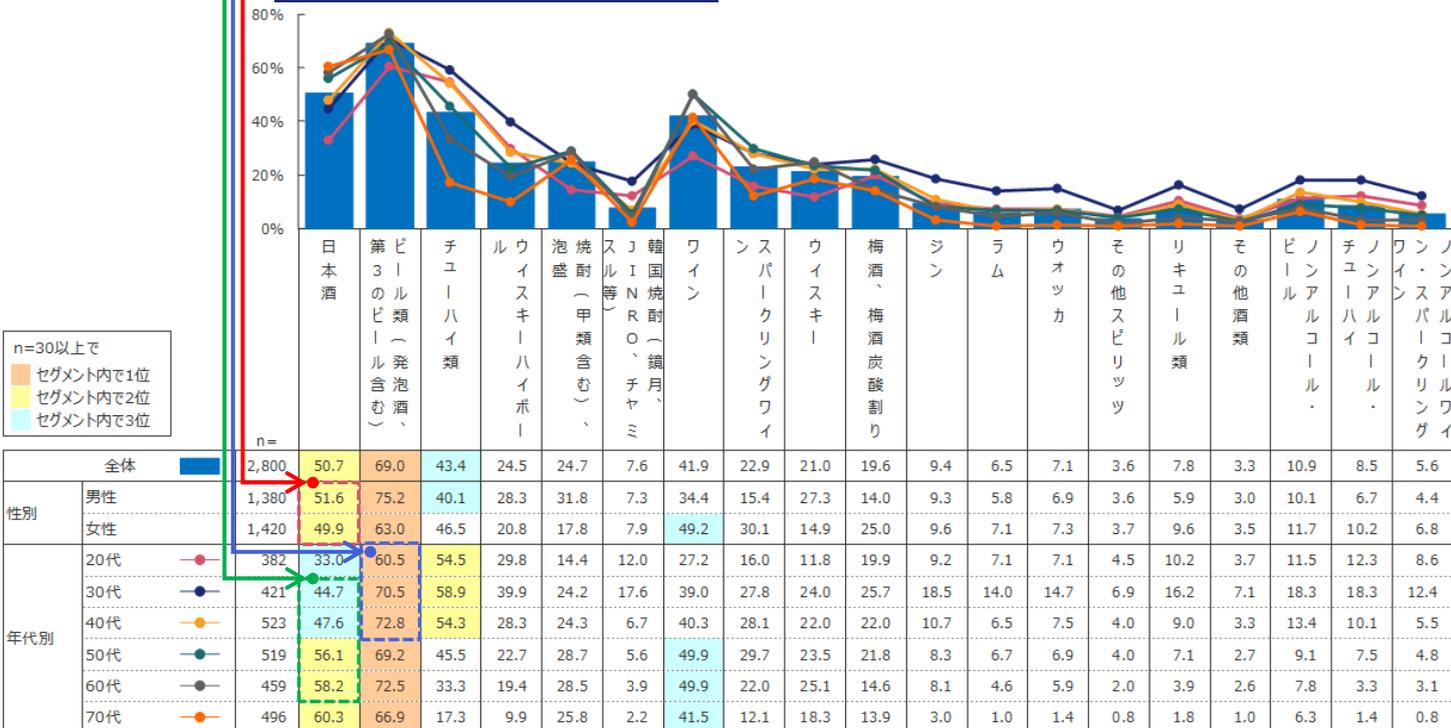
好きな酒類は、前回3位の日本酒がワインを抜き次ぎ2位！日本酒が好きと回答した女性が倍増。

前回調査2017年には項目としてなかったノンアルコール飲料カテゴリーの選択肢を加えて好きな酒類を調査。複数回(MA)での回答で尋ねたところ、今回の調査では2017年から調査対象の酒類が増えたことに伴い、単純比較はできないものの2017年ではビール、ワインに次いで日本酒は3位だったが、今回の調査では、ワインを抜いて2位に躍進。男女別では、女性の比率が2倍に増加したことが大きい。年代別は、30代から60代の層が日本酒が好きと回答。

2017年調査



2023年調査

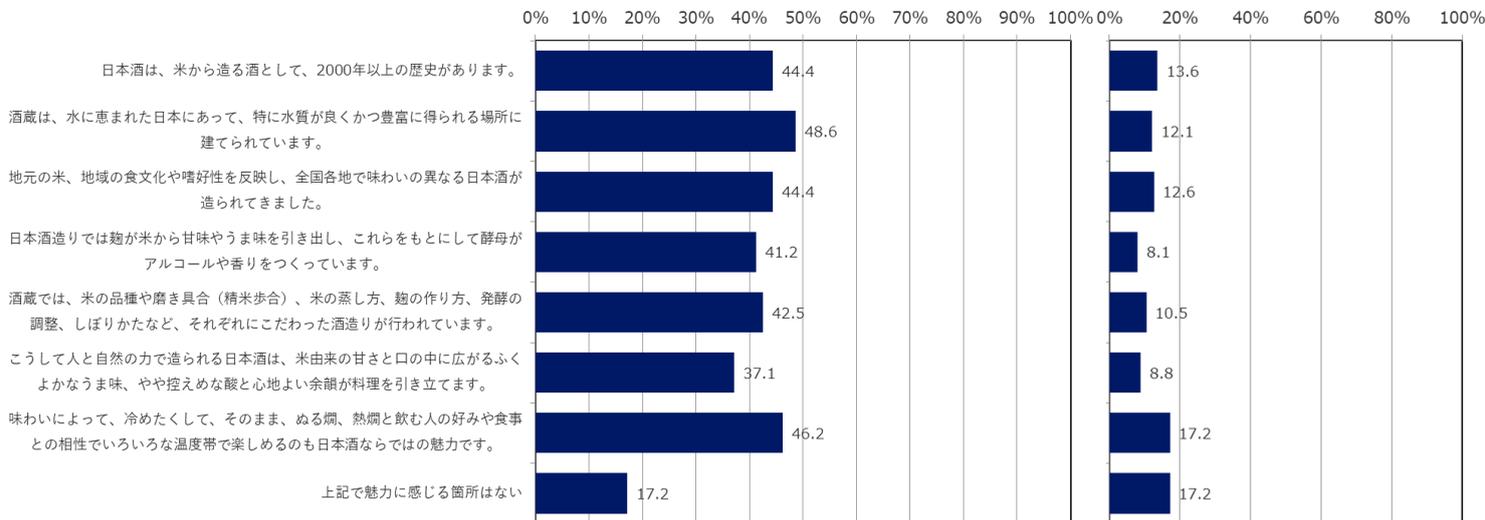


<イメージトピックス>

日本酒に関するイメージは、「酒蔵が名水地に立地している」が約半数の48.6%。最も魅力的に感じるのは、「いろいろな温度帯で楽しめる」がトップ。

日本酒の歴史や造りなど日本酒の魅力について尋ねたところ複数回答(MA)では「酒蔵が名水地に立地している」ことが48.6%と約半数の方が回答。日本酒造りにとって「水」は日本酒の味わいを左右する大きな要素になっており、名水のあるところに銘酒ありという認識があることが伺えます。

さらに、その中で最も魅力的なものをひとつ尋ねた(SA)ところ「いろいろな温度帯で楽しめる」が17.2%でトップに。温度帯という他のアルコールカテゴリーにはない楽しみ方が日本酒の特長と認識されているのが伺えます。



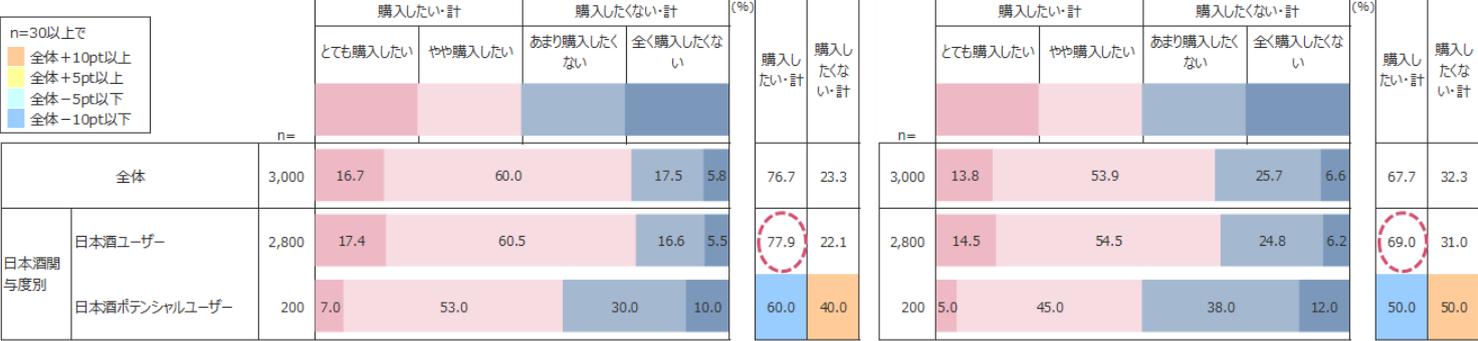
<サステナブルトピックス>

76.7%の人が「サスティナブル活動酒蔵」の日本酒を購入したい。また、オーガニック製法の日本酒を購入したいが過半数超えの67.7%。共にZ世代・団塊ジュニア世代が購入意欲。

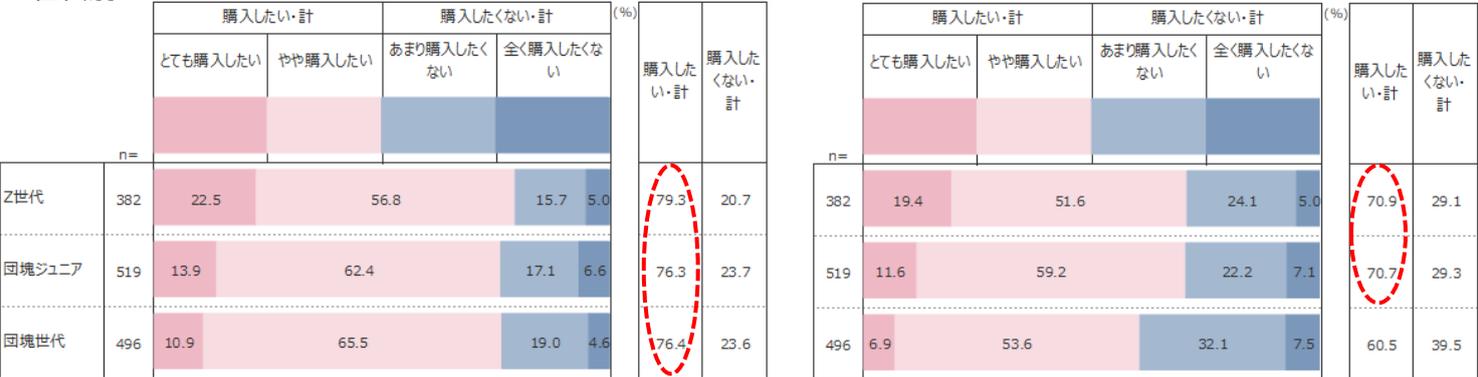
地球環境や労働環境などに配慮したサスティナブルな活動をしている酒蔵の銘柄の日本酒を積極的に購入したいかという問いかけには全体で76.7%の方購入したいと回答。また、オーガニック製法で造られた日本酒を購入したいかと尋ねた回答は全体で過半数を超える67.7%が購入したいと回答。日本酒にもサスティナブルの具体的な取り組みであるSDGsや地球環境に配慮していることが購入意欲につながっています。

世代別では、サスティナブル活動酒蔵購入意欲の割合は、70%以上と高数値で大差はないもののZ世代・団塊ジュニアといった若い世代ほどオーガニック製法の日本酒に注目していることが伺えます。

<日本酒関与度別>



<世代別>



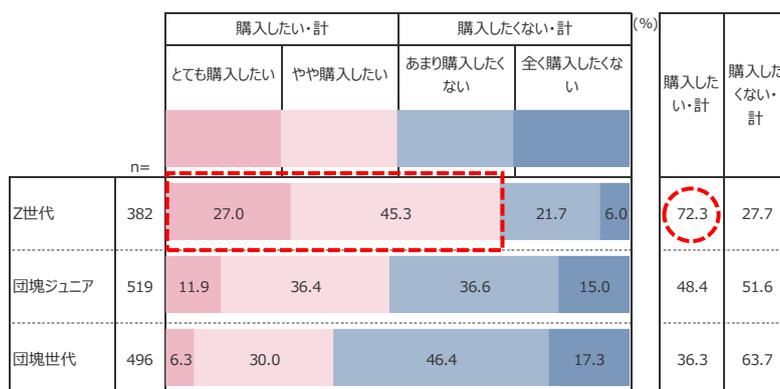
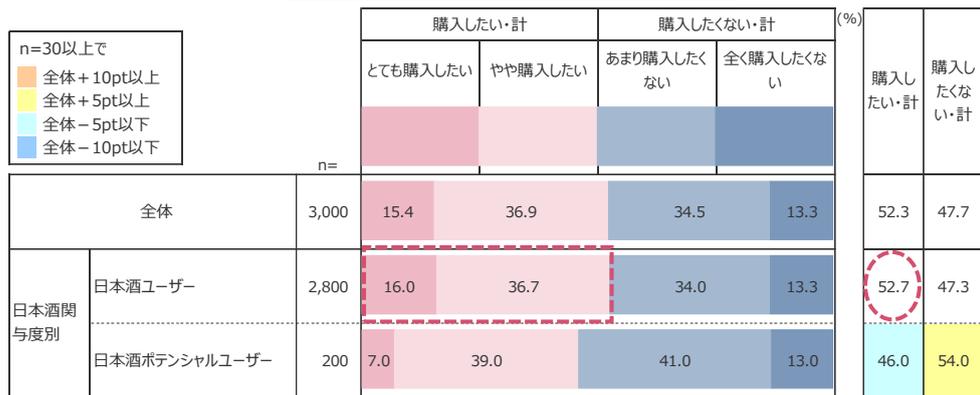
<ヘルシートピックス>

日本酒ユーザーのうち52.7%が低アルコールの日本酒の購入したいと回答。世代別ではZ世代の72.3%が低アルコールの日本酒を購入したいと回答。

低アルコールの日本酒を購入したいと思うかという問いに対しては、過半数を超える52.7%の人が購入したいと回答。2人に1人という健康志向の高まりが伺える結果となりました。

一方、世代別では、団塊世代が低アルコールの日本酒を購入したいという回答が36.3%に対し、Z世代は、購入したいが72.3%を占めました。Z世代ほど、アルコール度の低いライトさが求められていることが伺えます。

低アルコール購入意向



<飲用トピックス>

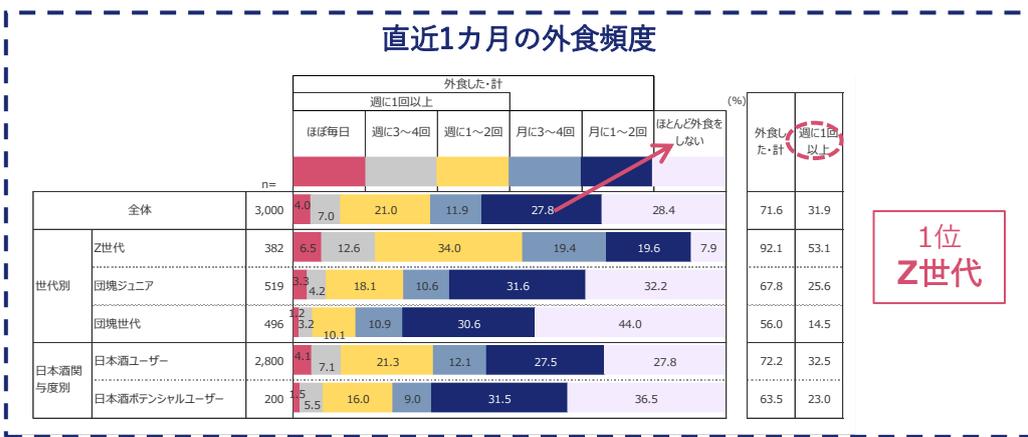
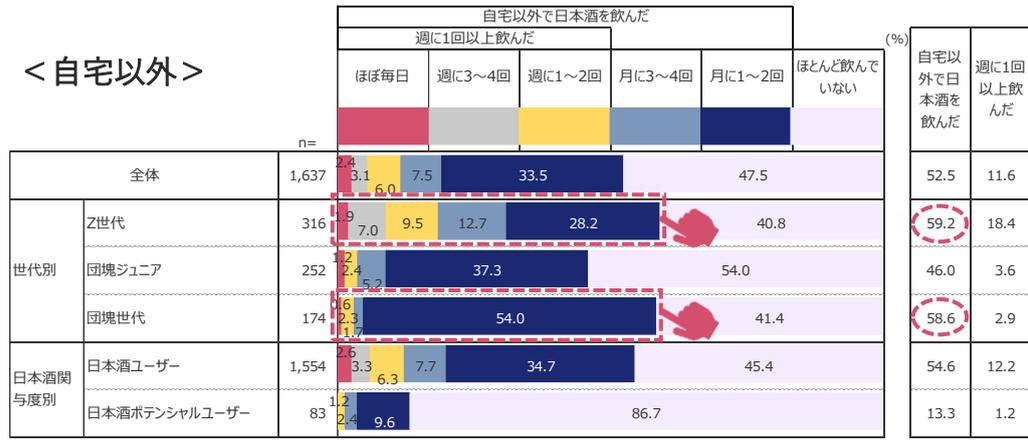
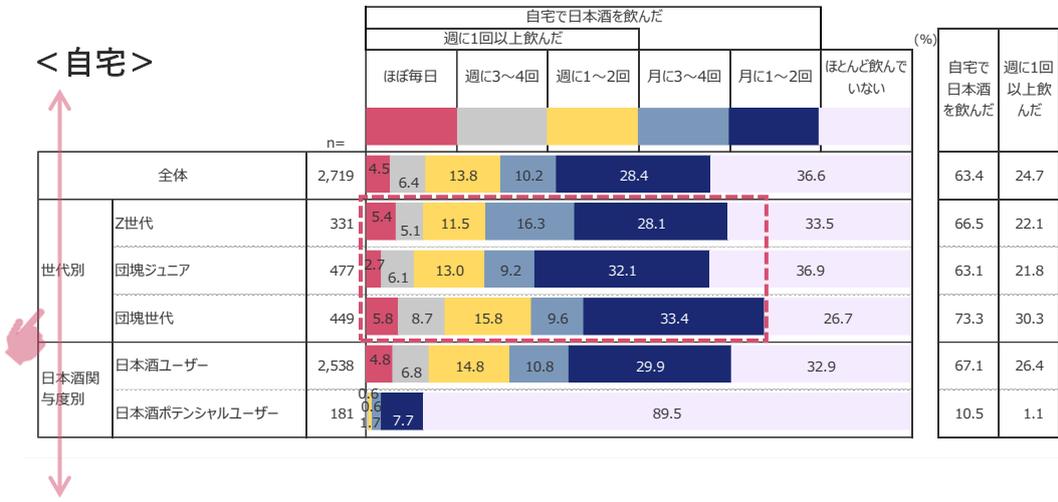
直近は自宅での日本酒飲用が高い。自宅以外での日本酒飲用が高いのはZ世代・団塊世代。今後の日本酒飲用意向はZ世代・団塊ジュニアの若い世代ほど高い。

コロナ禍における規制緩和の狭間において、直近1ヶ月は、団塊世代を筆頭にどの世代も自宅で日本酒を飲んだという比率が高いことがわかりました。

また、自宅以外での日本酒飲用は、Z世代と団塊が高い傾向となりました。また、Z世代は外食頻度も1位であることから、自宅で1人で日本酒を飲むというよりも外食など日本酒の外飲み傾向が高いことが予測されます。

今後日本酒を飲む機会を増やしたいかという問いには、Z世代(35%)と団塊ジュニア世代(55.5%)という若い世代ほど日本酒へのチャレンジ傾向が伺える結果となりました。

直近1カ月の日本酒飲用

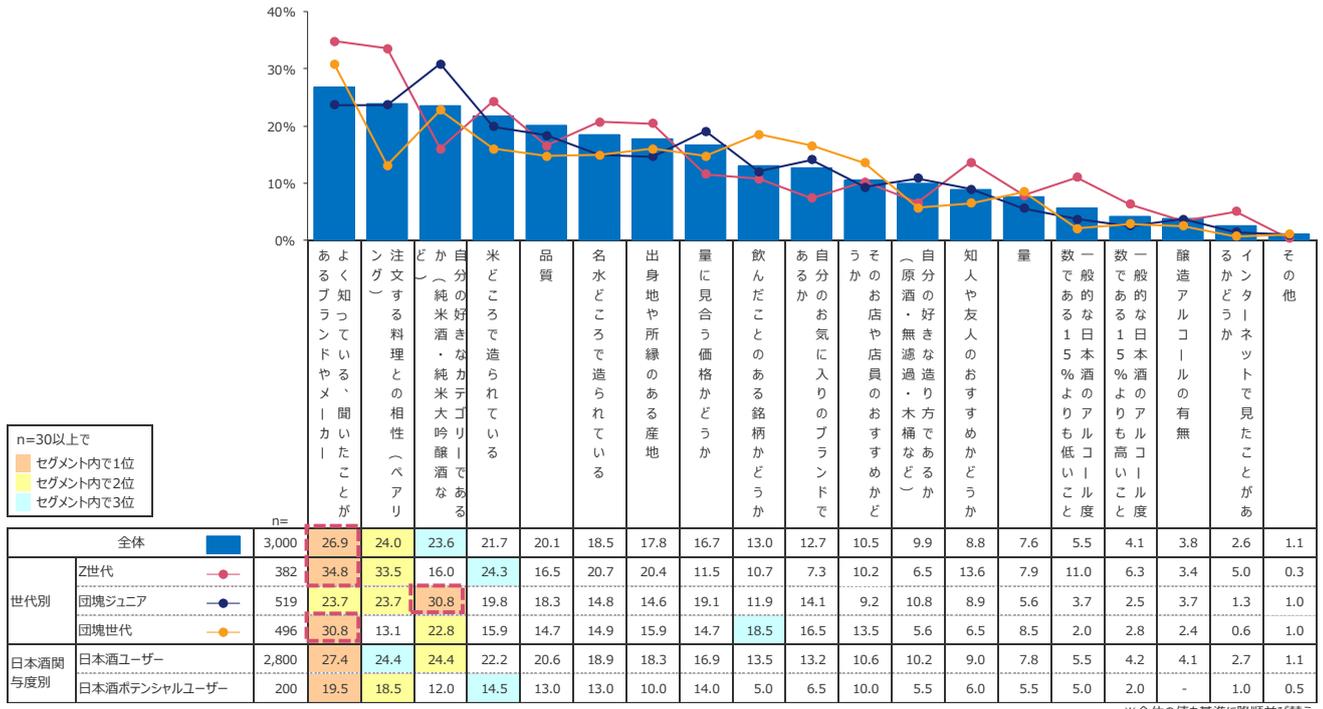


今後の日本酒飲用意向

| | | 増やしたい・計 | | | | | 減らしたい・計 (%) | | 増やしたい・計 | 減らしたい・計 |
|---------|---------------|----------|---------|------|---------|----------|-------------|------|---------|---------|
| | | とても増やしたい | やや増やしたい | 変えない | やや減らしたい | とても減らしたい | | | | |
| 全体 | | n=3,000 | 9.7 | 25.3 | 61.2 | 2.8 | 0.9 | 35.0 | 3.8 | |
| 世代別 | Z世代 | 382 | 18.8 | 36.6 | 38.7 | 5.2 | 0.5 | 55.5 | 5.8 | |
| | 団塊ジュニア | 519 | 6.4 | 25.2 | 66.1 | 1.5 | 1.0 | 31.6 | 2.3 | |
| | 団塊世代 | 496 | 2.2 | 16.5 | 74.6 | 5.0 | 1.6 | 18.8 | 6.7 | |
| 日本酒関与度別 | 日本酒ユーザー | 2,800 | 10.1 | 26.0 | 60.1 | 3.0 | 0.8 | 36.1 | 3.8 | |
| | 日本酒ポテンシャルユーザー | 200 | 4.0 | 16.0 | 77.0 | 0.5 | 2.5 | 20.0 | 3.0 | |

更に飲食店で日本酒を注文する際の重視するポイントは、どの世代も比較的認知度の高いブランド・メーカーを重視しています。

一方、料理のペアリングを重視している数値が高いのがZ世代。また、Z世代は、知人・友人のおすすめという数値が他世代より多い。団塊世代は過去飲んだことのある銘柄を重視しています。また、団塊ジュニアは、純米大吟醸酒などのカテゴリーを重視していることが伺えます。



本調査の詳細に関しましては下記リンクよりダウンロードいただけます。

<https://xfs.jp/3fandT>

※参考

<日本酒造組合中央会>

東京都港区西新橋1-6-15 日本酒造虎ノ門ビル

全国約1,700社の酒蔵(日本酒、本格焼酎・泡盛、本みりん)が所属する日本酒業界最大の団体。酒類業界の安定と健全な発展を目的とし、1953年に設立。「國酒(こくしゅ)」である日本酒、本格焼酎・泡盛等について魅力を広めることにより、世界の食文化の多様性に貢献し、国内外の需要拡大につなげる活動に取り組んでいます。

■公式HP:<https://japansake.or.jp/common/>

【報道関係者からのお問い合わせ先】

日本酒造組合中央会PR事務局

TEL:03-6274-8386 MAIL:japansake@honeycom.co.jp