

報道関係者各位
プレスリリース

2018年7月11日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

購入頻度が高いお酒、缶チューハイが第三のビール・発泡酒よりも上回る

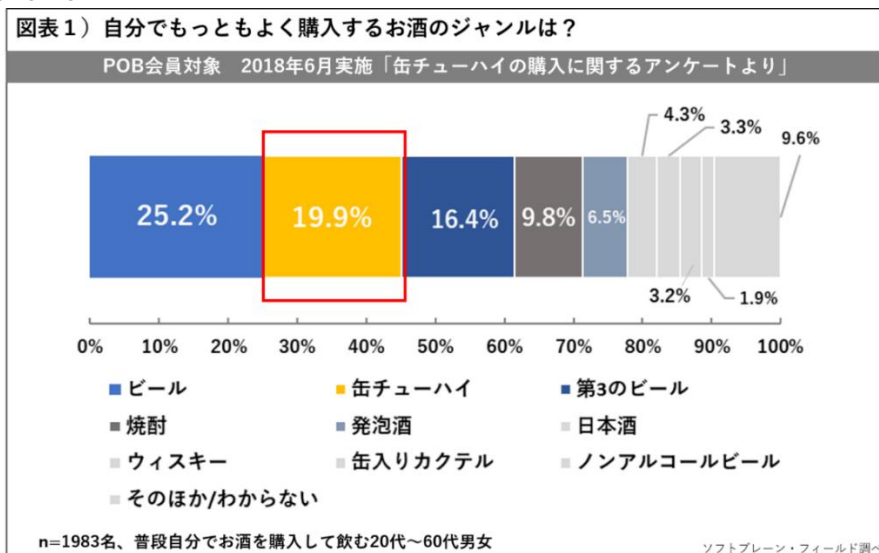
～「缶チューハイの購入に関する調査報告」～

[調査結果のポイント]

- ・自分でもっともよく購入するお酒のジャンルは、「缶チューハイ（19.9%）」が「ビール（25.2%）」に次いで購入頻度が高い。
- ・缶チューハイの好みの度数は、「4度～7度」が47.3%でもっとも多く、「8度～9度」が25.1%、「1度～3度」が20.3%と続く。飲用歴「3年～10年以上」になると、以前より発売されていた「4度～7度」の缶チューハイを好む方が約半数を占めるが、ストロング系チューハイや、低アルコールの缶チューハイも受け入れられている。
- ・缶チューハイの好きなフレーバーは、1位が「レモン（53.2%）」、2位が「グレープフルーツ（50.1%）」、3位が「桃（33.7%）」と続き、フルーツ系が人気である。
- ・POB会員のレシート枚数からみる缶チューハイの売れ筋は、1位が「キリン 氷結」、2位が「サントリー 196℃ストロングゼロ」、3位が「サントリー ほろよい」である。

ビール大手5社発表の2017年のビール系飲料の出荷量は前年比2.6%減の4億407万ケースで、13年連続で減少している中、飲みやすく値段が安価な高アルコールの缶チューハイが好調です。これから需要が高まる夏に向けて、フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」（以下POB）アンケートモニター（n=3627名 男女40代～50代中心）を対象に、「缶チューハイに関する調査」を2018年6月12日（火）～6月13日（水）にかけて実施しましたので、報告いたします。（調査概要は3Pに記載）

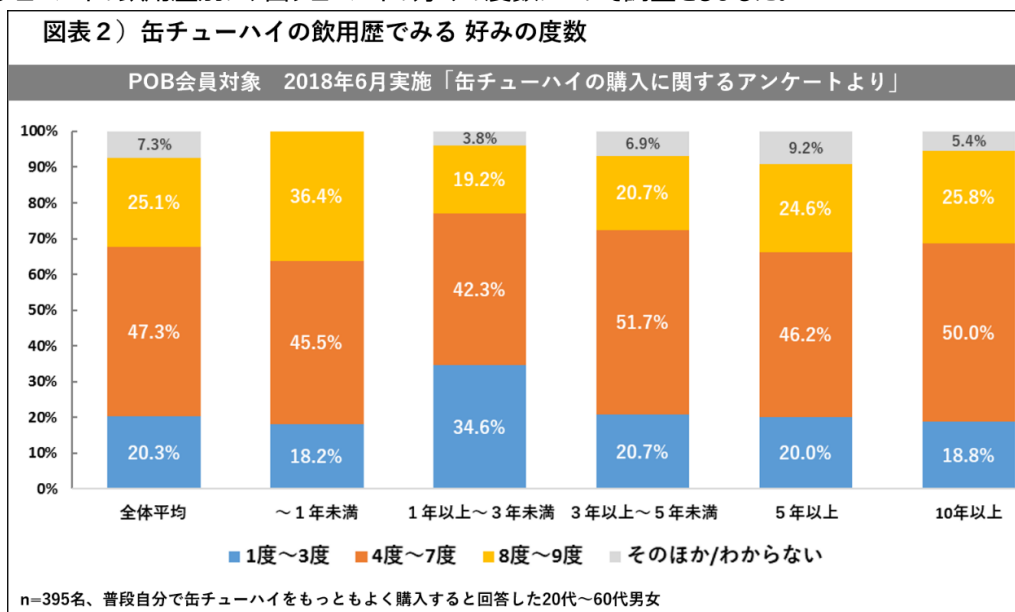
まずアンケートでは、「普段お酒を自分で購入して飲む」と回答した、男女1983名を対象に、もっともよく購入するお酒のジャンルについて調査をしました。



もっともよく購入するお酒のジャンルについて、「缶チューハイ」は19.9%（n=395名）で、「ビール」に次いで購入頻度が高く、手頃な価格で購入できる「第三のビール（16.4%）」や「発泡酒（6.5%）」よりも上位となります。

また「缶チューハイもっともよく購入する」と回答した方は、女性の割合が男性よりも高い約6割で、ボリュームゾーンについては、男性が30代～40代、女性が20代～30代でした。

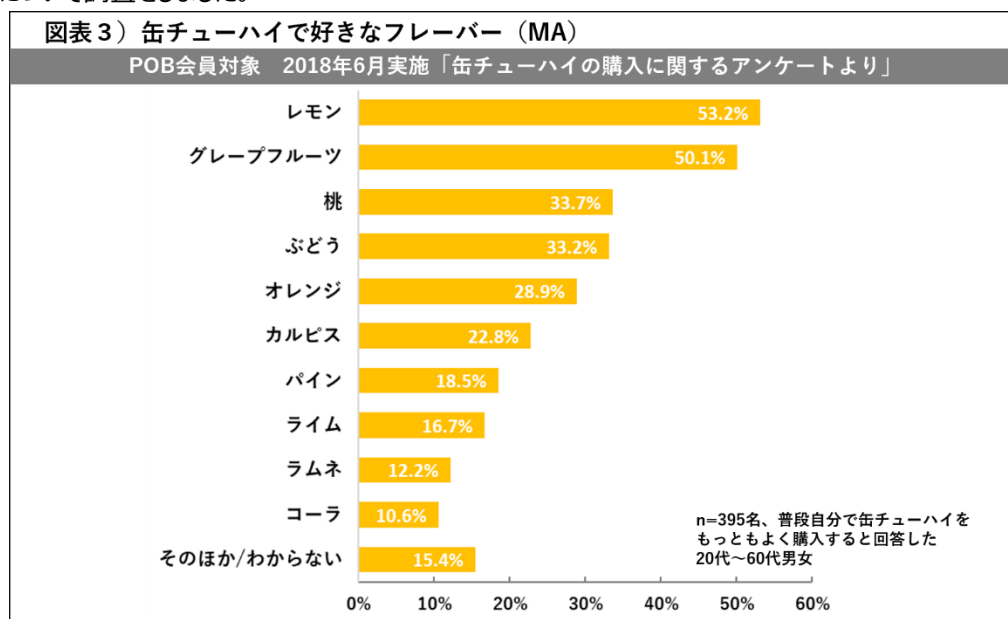
次に、缶チューハイの飲用歴別に、缶チューハイの好みの度数について調査をしました。



缶チューハイの好みの度数の平均は、「4度～7度」が47.3%でもっとも多く、「8度～9度」が25.1%、「1度～3度」が20.3%と続きます。

缶チューハイの飲用歴別でみると、飲用歴の浅い「～1年未満」の方では、「8度～9度」が平均よりも11.3ポイント高い36.4%となります。要因としては、ストロング系缶チューハイの人気を受け、CMや店頭などでも目にする機会が多く、飲料歴の浅い方による“ストロング系缶チューハイのトライアル購入”が多いことが考えられます。次に、「1年以上～3年未満」の方では、「1度～3度」の低アルコール缶チューハイを選ぶ方が平均よりも16.4ポイント高い34.6%となり、「3年以上～10年以上」の方になると、以前より発売されていた「4度～7度」の缶チューハイを選ぶ方が約半数を占めますが、新しいジャンルであるストロング系チューハイや、低アルコールの缶チューハイも受け入れられていることがわかります。（上図）

スーパーやコンビニの店頭でも迷ってしまうほど様々なフレーバーの缶チューハイが各社から発売されています。次は、人気のフレーバーについて調査をしました。



缶チューハイで好きなフレーバーは、1位が「レモン」で53.2%、2位が「グレープフルーツ」の50.1%で、定番人気のフレーバーが半数以上を占める結果となります。3位は、「桃（33.7%）」、4位は「ぶどう（33.2%）」、5位が「オレンジ（28.9%）」と続き、フルーツ系が1位～5位を占めます。

次からは、POB会員の購入レシートから缶チューハイの売れ筋商品を調査します。（調査期間2018年4月～6月）

図表4) POB会員の「缶チューハイ」購入ブランド

No.	購入ブランド	(%)	No.	購入ブランド	(%)
1	麒麟 氷結	17.0%	6	アサヒ もぎたて	5.0%
2	サントリー -196℃ストロングゼロ	15.0%	7	サントリー トリスハイボール	4.2%
3	サントリー ほろよい	7.6%	8	サンガリア チューハイ	4.1%
4	麒麟 本搾り	6.4%	9	麒麟 ザストロング	3.9%
5	アサヒ 贅沢搾り	6.0%	10	サッポロ 男梅サワー	2.9%

調査期間：2018年4月1日～2018年6月20日 マルチプルID-POS「Point of Buy」より
 ※全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データのデータベース

まず、POB会員の購入レシート枚数からみる「缶チューハイ」の売れ筋1位は「麒麟 氷結」が17.0%で、「フルーツの味が際立っていて美味しい(60代女性)」や「氷結はどれを飲んでも美味しいので、他社製品は手に取らない（50代男性）」など、搾った果実の味と香りを大切につくられたおいしさと、多彩なラインナップで支持を集めました。

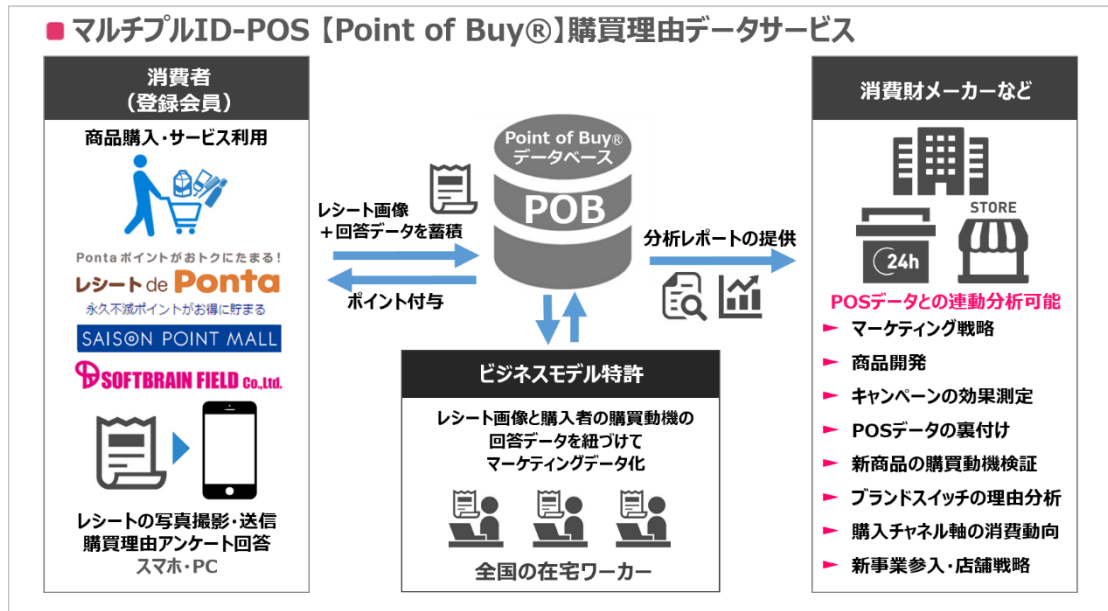
2位は、「サントリー -196℃ ストロングゼロ」が15.0%で、「アルコールが強めだが、果汁感もあり飲み応えがある（30代男性）」や「食事と一緒にでも、単独でも美味しく飲める缶チューハイ(50代男性)」と、アルコール9%の飲みごたえと、果実を丸ごと使った贅沢な味わいでありながら、甘さ控えめで食事と一緒においしく飲めるという声がありました。

3位は、「サントリー ほろよい」が7.6%となり、「アルコール度数も控えめで、軽く楽しく飲むのに丁度いい(40代女性)」、や「かわいいパッケージと甘くて飲みやすい味が揃っているのでリピートしています(40代女性)」アルコール度数3%の飲みやすさと、かわいいパッケージが女性の支持を集めました。

日本コカ・コーラがアルコール飲料に参入を表明し、先月九州地域限定で、レモン味の缶チューハイ「檸檬堂」が発売され、大きなニュースとなりました。これにより、どう市場が活性化していくか今後の動向が気になります。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員アンケートモニター					
調査方法	インターネットリサーチ					
行ラベル	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	68	341	762	578	261	2010
男性	18	111	441	567	480	1617
総計	86	452	1203	1145	741	3627
調査日時	2018/6/12～6/13					
調査期間	ソフトブレン・フィールド株式会社					



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約20万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース（一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーポ <https://receipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約74,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など140,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 マーケティングソリューション部 佐藤（さと） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599 お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと） / 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.com

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、press@sbfield.com よりお気軽にお問い合わせください。