

弊社の企画スタッフがお届けする、最新セールスプロモーション情報!

市場トレンド情報



コロナ禍での飲酒調査から  
今後の販促を考えてみました!

マーケティング・リサーチ会社の株式会社クロス・マーケティングが実施した調査から、世間の人々の飲酒頻度や今後の飲酒ニーズに関してまとめました。

- 調査エリア: 全国47都道府県
- 調査対象者: 20~69歳男女
- サンプル数: 1,100人
- 調査期間: 10/1~3



※出典: 株式会社クロスマーケティング  
【自主調査】お酒の飲み方に関する調査 (2021年)

月に1日以上飲酒をする人は約6割、男性の飲酒率が高い

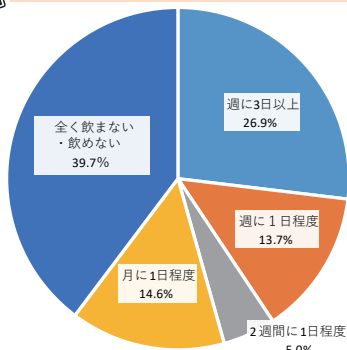


図1 飲酒頻度について (単一回答、n=1,100)

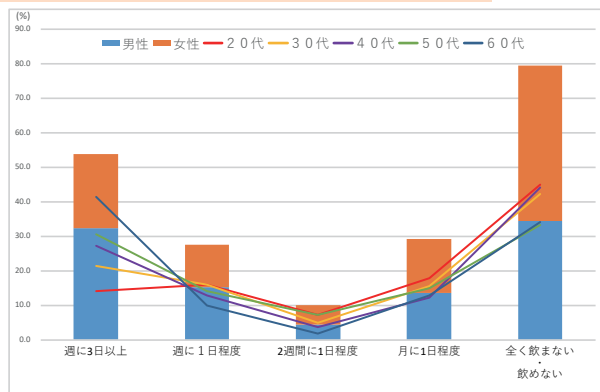


図2 飲酒頻度について (性別および年代別)

月に1日以上お酒を飲む人は全体の6割で、半数以上の方が自宅または外出先で飲んでいることが分かりました(図1)。また、女性に比べ男性の飲酒頻度が高く、年齢別では60代に比べ20代・30代は半数以下でした(図2)。これは、コロナ禍により同僚や友人との飲み会などの飲酒機会が少なかったためと考えられます。

緊急事態宣言解除後も、「宅飲み」需要は高いまま

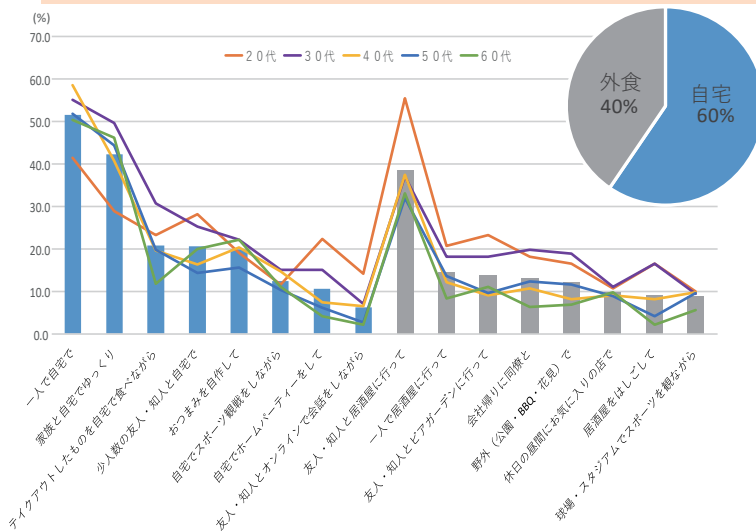


図3 今後のお酒の楽しみ方について (複数回答、n=663)

お酒を週1日以上飲むと答えた人に、「今後どのようにお酒を楽しみたいか」との問いに対して、緊急事態宣言解除直後の調査でしたが、「引き続き自宅で楽しむ」と答えた人が半数以上いました。また、年代別では30代以上が自宅で楽しむニーズが高く、20代では友人・知人と居酒屋などの飲食店での飲酒ニーズが高いことが分かりました(図3)。

そこで、家族や知人との宅飲み需要を狙ったセット商品やパッケージでは30代以上、店頭POPによる訴求は20代など、ターゲットを絞った販促を行なってはいかがでしょうか。

弊社でも、多くの実績がございますので、担当営業までご相談ください。

MEMO



アイディア通信やその他のご質問は弊社担当営業  
または下記連絡先までお気軽にお問合せください!

弊社既製品情報はこちら!