

## 女子大生の日本酒アンケート調査

### 「日本酒の女性市場拡大等に関するアンケート調査」

昭和女子大学グローバルビジネス学部ビジネスデザイン学科  
平尾光司ゼミナール日本酒プロジェクトチーム<sup>1</sup> &  
昭和女子大学現代ビジネス研究所<sup>2</sup>

## 1. はじめに

日本酒は、私たち日本人が誇りにする日本の文化の一つである。しかし、近年、日本酒の生産量や製造者数は激減し、日本酒市場は年々縮小している。その一つの要因として、多く指摘されるのが“若者の日本酒離れ”である。

私たちは、2015年度のゼミナール活動の一環として、日本酒の“女性市場拡大”と“国際化”をテーマに、蔵元インタビュー調査(3社)と本アンケート調査を中心に取組んできた。インタビュー調査では、日本酒ができるまでの過程を現場で見聞させていただき、各蔵元さんの思いや取組みをお聞きした。それを踏まえて、日本酒市場の拡大や発展に貢献することを目的に、私たちが学ぶ昭和女子大学の学生を対象に、2015年11月、「日本酒の女性市場拡大等に関するアンケート調査」を実施した。アンケートに回答してくれた学生は、468人で、平均年齢は20.0歳である。

今、日本酒に限らず、マーケティングの世界では“女性市場”が注目されている。私たちの、この「女子大生の日本酒アンケート調査」が、日本酒の“女性市場の拡大”のために少しでも参考になれば幸いである。

### 調査要項

- 1 調査対象 昭和女子大学に在学する18歳～23歳の学生
- 2 調査時期 2015年11月
- 3 調査方法 学内にてアンケート用紙を配布・回収
- 4 回答者数 468名

---

<sup>1</sup> 富本千帆(チームリーダー) 明彩香 北本幸夏 三原佳苗 高野早織

<sup>2</sup> 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員 熊坂敏彦

(表 1)

学年	(人)	(%)
1年生	126	26.9
2年生	120	25.6
3年生	204	43.6
4年生	17	3.6
大学院生	1	0.2
計	468	100.0

(表 2)

年齢	(人)	(%)
18歳	37	7.9
19歳	116	24.8
20歳	152	32.5
21歳	145	31.0
22歳	14	3.0
23歳	2	0.4
無回答	2	0.4
合計	468	100.0
加重平均	20.0歳	

本件調査回答者の学年別分布は、表 1 のとおりである。また、年齢別の分布は、表 2 のとおりである。回答者 468 名の加重平均年齢は、20.0 歳であった。そのうち、20 歳未満の「未成年グループ」は 153 名 (32.7%)、20 歳以上の「成人グループ」は 313 名 (66.9%) であった。

## 2. アンケート結果と分析

### 〈「未成年グループ」対象〉

#### Q. 飲酒年齢制限を 20 歳から 18 歳に下げべきか？

「飲酒年齢を引き下げべき」と回答した割合が未成年者全体の 22.2% であったのに対して、「そうは思わない」41.8%、「どちらとも言えない」32.0% という回答者が合計で 7 割を超えた (図 1)。

「そうは思わない」と回答した人にその理由を聞くと、「健康に悪い」43.8%、「酔って乱れることが心配」20.3%、「経済的に自立していない」15.6%、「アルコール中毒が怖い」7.8% という順であった (図 2)。

図1 飲酒年齢制限を20歳から18歳に引き下げべきか

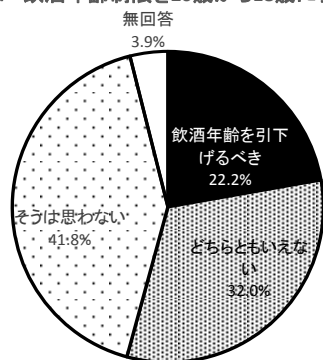
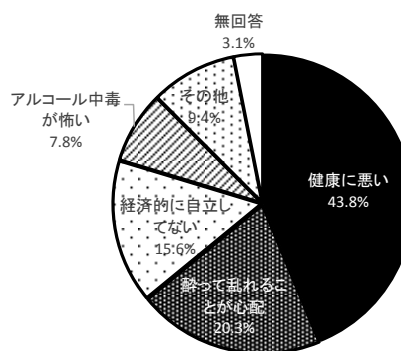


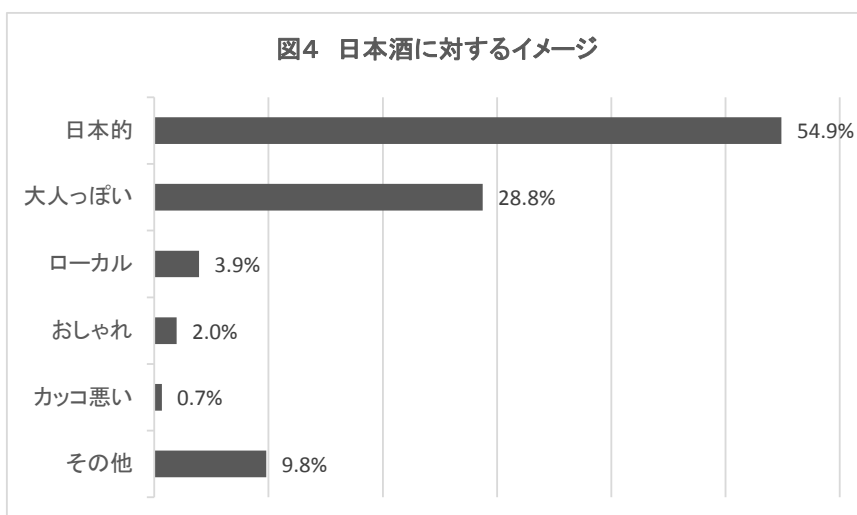
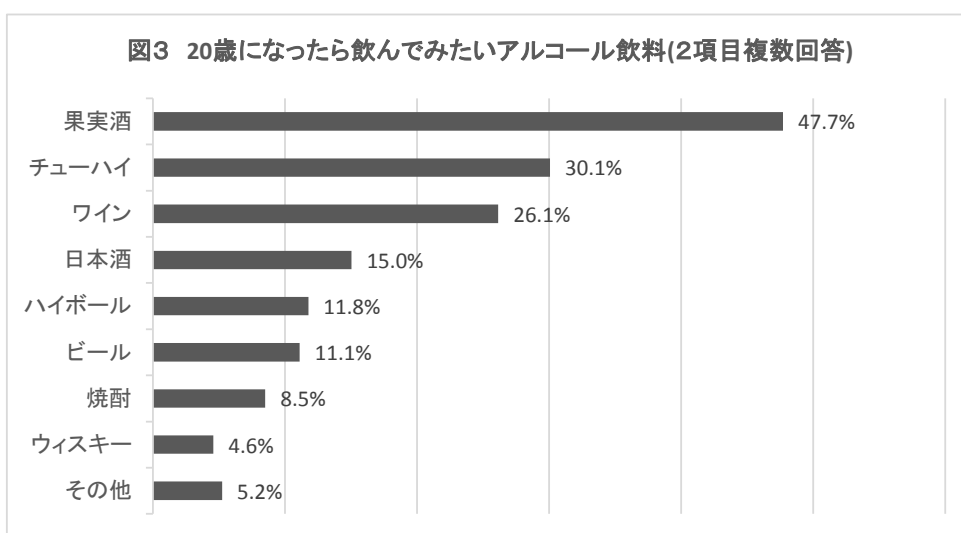
図2 「そうは思わない」と回答した人へ、その理由は何か



### Q 20歳になったら飲んでみたいアルコール飲料は？(2項目複数回答可)。また、日本酒に対するイメージは？

20歳になったら飲んでみたいアルコール飲料で、回答が一番多かったものは「果実酒」47.7%、それに次いで「チューハイ」30.1%、「ワイン」26.1%、「日本酒」15.0%という順であった。未成年の女子大生は、アルコール度が低く、ジュース感覚で飲めて甘味を直に味わえるようなアルコール飲料を飲みたいと思う傾向にあるようだ(図3)。

未成年女子大生の日本酒に対するイメージは、「日本的」54.9%、「大人っぽい」28.8%、「ローカル」3.9%という結果であった(図4)。日本酒は、家族行事で正月などに祝い酒として飲む機会が多いので、「日本的」という回答が多かったと考えられる。「大人っぽい」と回答した理由は、日本酒は「おじさんが飲んでいるイメージ」が強いことによるものと思われる。



〈「成人グループ」対象〉

## Q. 今までに日本酒を飲んだことがあるか？

成人の女子大生で今までに日本酒を飲んだことがある人は 71.9%、飲んだことがない人は 26.2%であった（表3）。「成人グループ」では、日本酒の飲酒経験者は高いことがうかがわれる。

（表3）

ある	225 人	71.9%
ない	82 人	26.2%
無回答	6 人	1.9%
合計	313 人	100%

## Q. 日本酒は好きか？

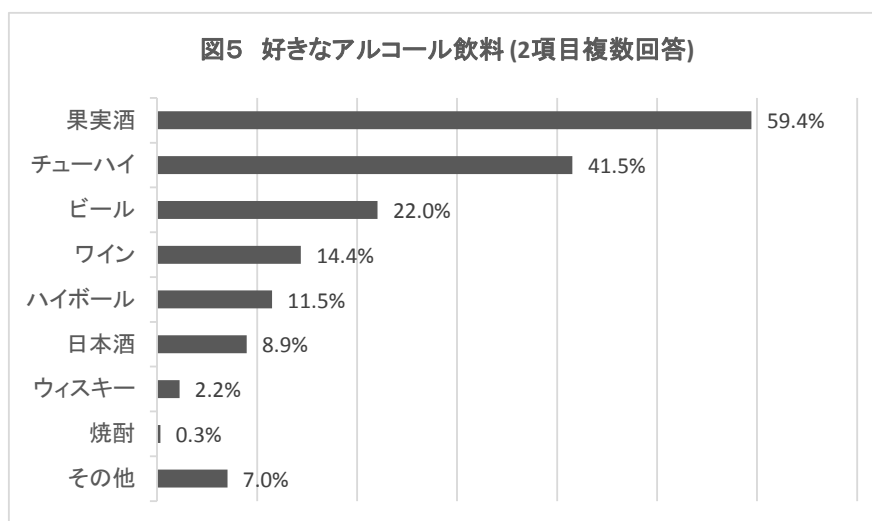
日本酒が好きかどうかについては、「好き」18.8%、「どちらともいえない」46.6%、「嫌い」31.3%という結果であった（表4）。前問と合わせると、若い女性の日本酒への好みはまだ定着していないことがうかがわれる。

（表4）

好き	59 人	18.8%
どちらともいえない	146 人	46.6%
嫌い	98 人	31.3%
無回答	10 人	3.2%
合計	313 人	100.0%

## Q. 好きなアルコール飲料は？（2項目複数回答可）

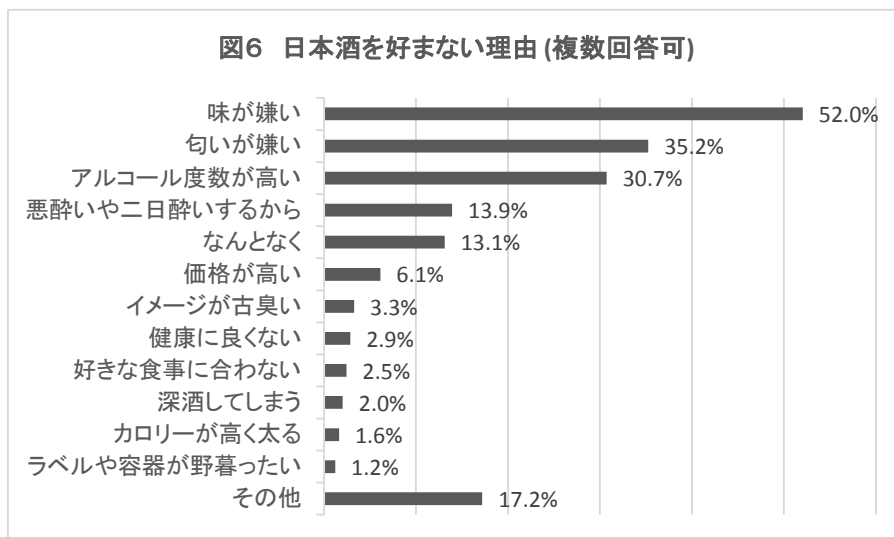
「成人グループ」の女子大生の好きなアルコール飲料は、「果実酒」59.4%、「チューハイ」41.5%、「ビール」22.0%、「ワイン」14.4%、「ハイボール」11.5%、「日本酒」8.9%、「ウィスキー」2.2%、「焼酎」0.3%という順であり、「日本酒」は低位である（図5）。「成人グループ」でも、お酒デビューをしたばかりのビギナーが多いので、「未成年グループ」同様、アルコール度が低く、ジュース感覚で飲める甘いアルコール飲料がより好まれる傾向にあるようだ。



〈「日本酒が嫌い」「どちらともいえない」回答者対象へ〉

**Q 日本酒を好まない理由について(複数回答可)**

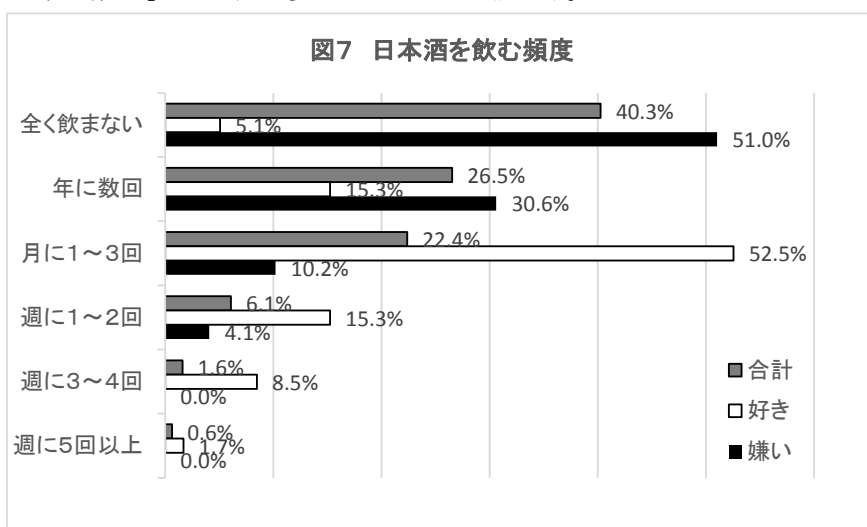
日本酒が「嫌い」「どちらともいえない」と回答した人にその理由を聞くと、「味が嫌い」52.0%、「匂いが嫌い」35.2%、「アルコール度数が高い」30.7%、「悪酔いや二日酔いするから」13.9%等が多かった(図6)。



〈「成人グループ」対象〉

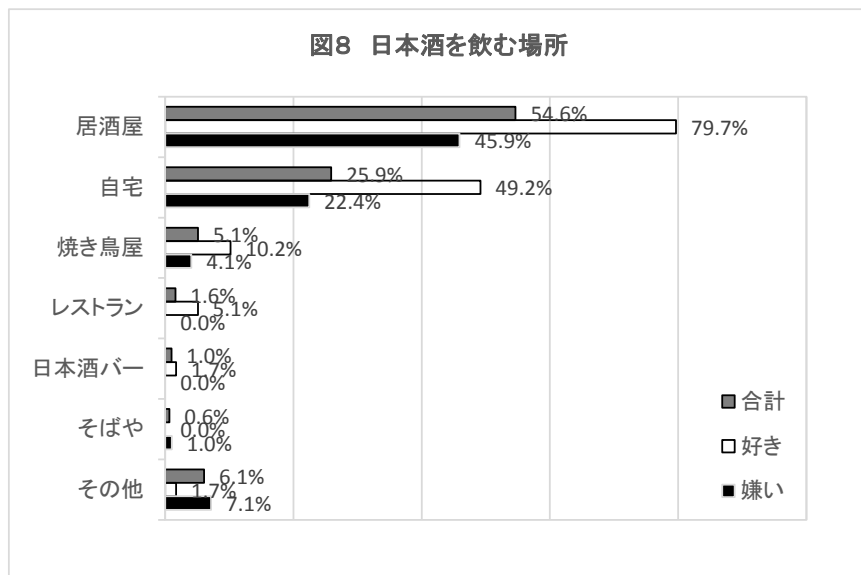
**Q 日本酒を飲む頻度は?**

日本酒を飲む頻度は、「全く飲まない」40.3%、「年に数回」26.5%、「月に1~3回」22.4%、「週に1~2回」6.1%という結果であった。頻繁に日本酒を飲む人は少ないことがわかる。また、「好き」な人と「嫌い」な人とで違いがはっきりと出ている。「好き」な人は「月に1~3回」が52.5%と最も多く、「嫌い」な人は「全く飲まない」51.0%、「年に数回」30.6%が多くなっている(図7)。



## Q .日本酒を飲む場所は？(2項目複数回答可)

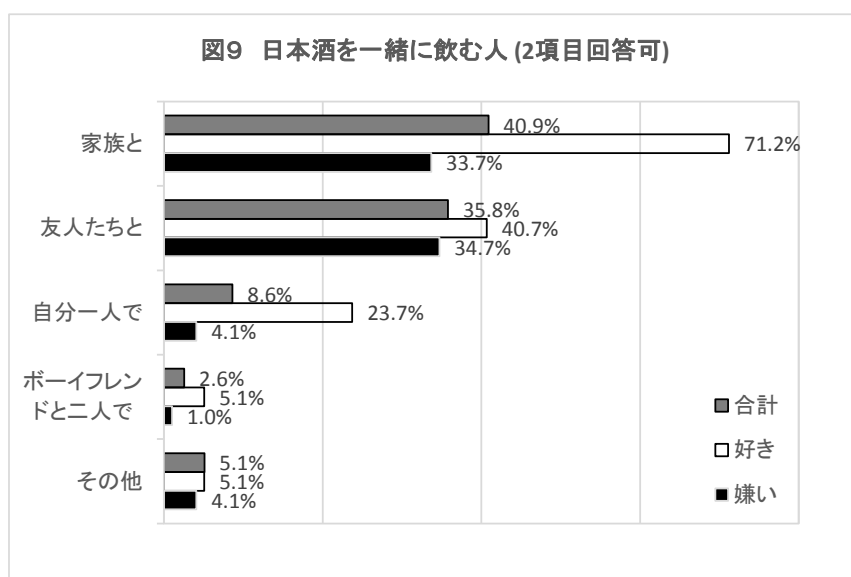
日本酒を飲む場所について、全体で見ると「居酒屋」54.6%、「自宅」25.9%の2項目が多かった。「好き」「嫌い」別でも全体と同様に「居酒屋」で飲む人の割合が最も多い。また「好き」な人は「自宅」で飲む人も49.2%と高い(図8)。



## Q .日本酒を飲むのは誰と飲むことが多いか？(2項目複数回答可)

日本酒を誰と飲むことが多いかについては、全体で見ると、「家族と」40.9%、「友人たちと」35.8%、「自分1人で」8.6%という順であった。

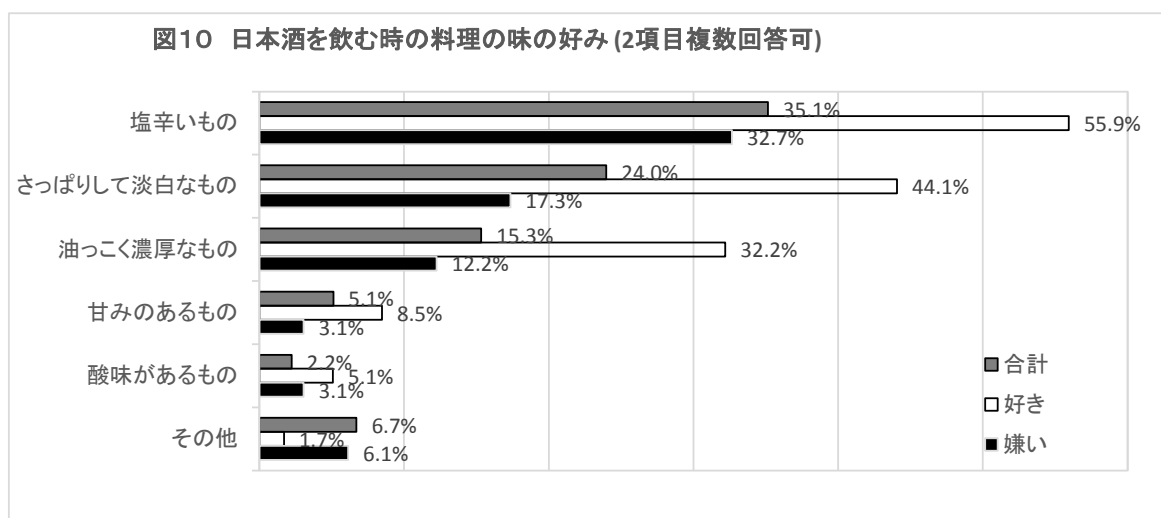
「好き」「嫌い」別でも、「家族と」飲む人の割合が多い。特に日本酒を「好き」な人は71.2%の人が家族と飲むと回答している。家族が日本酒を好きだと飲む機会が増え、自然に日本酒を好きになっていく傾向があることが窺える。また、日本酒を「好き」な人は、「自分一人で」飲む(23.7%)ことも多いようである(図9)。



## Q .日本酒を飲むときの料理の味の好みは？(2項目複数回答可)

日本酒を飲むときの料理の味の好みについては、「塩辛いもの」35.1%、「さっぱりして淡白なもの」24.0%、「油っこく濃厚なもの」15.3%という結果になった(図10)。

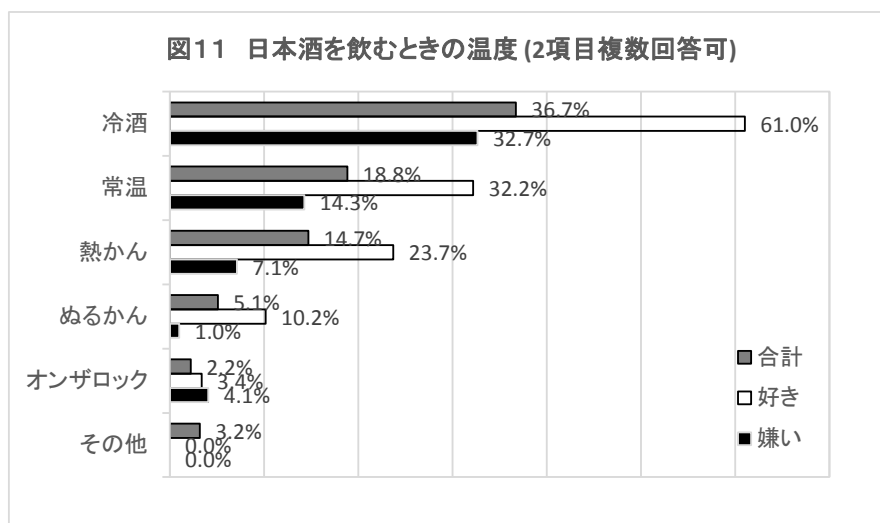
前述のように、日本酒を飲む場所は「居酒屋」が最も多かったが、一般的に居酒屋で最初に注文する酒のおつまみは、「枝豆」「たこわさ」「チャンジャ」等、「塩辛いもの」が多いことが関係しているように思われる。なお、日本酒が「好き」な人は、「塩辛いもの」55.9%、「さっぱりして淡白なもの」44.1%「油っこく濃厚なもの」32.2%と、上記の傾向がより際立っている(図10)。



## Q .日本酒を飲むときの温度は？(2項目複数回答可)

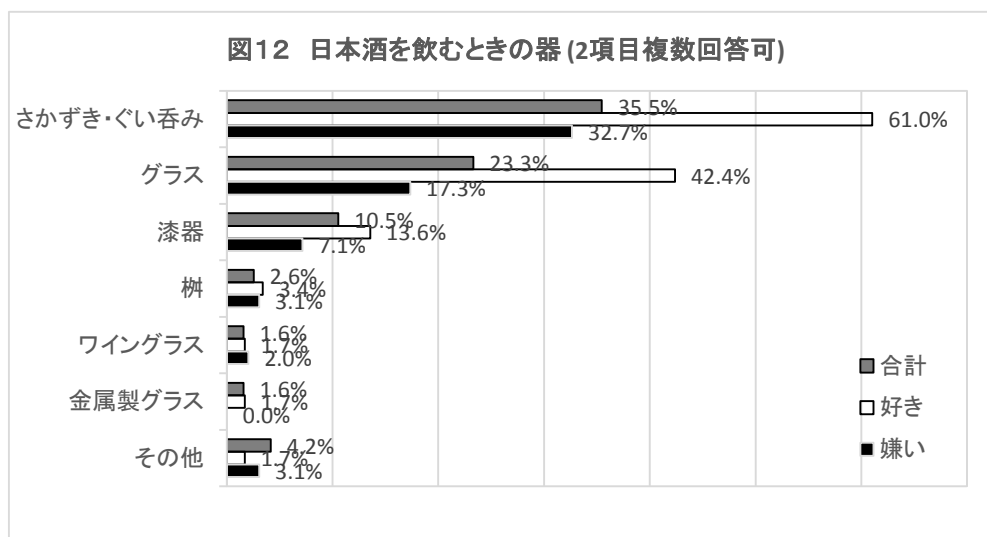
日本酒を飲むときの温度については、全体で見ると「冷酒」36.7%、「常温」18.8%、「熱燗」14.7%という順になった。女子大生は総じて「冷たい日本酒」を好むようである。

「好き」「嫌い」別では、「嫌い」な人の多くは「冷酒」に偏っているのに対し、「好き」な人は「冷酒」以外にも「常温」(32.2%)、「熱かん」(23.7%)、「ぬる燗」(10.2%)等、幅広い温度で日本酒を楽しんでいることがわかる(図11)。



## Q 日本酒を飲むときの器は？(2項目複数回答可)

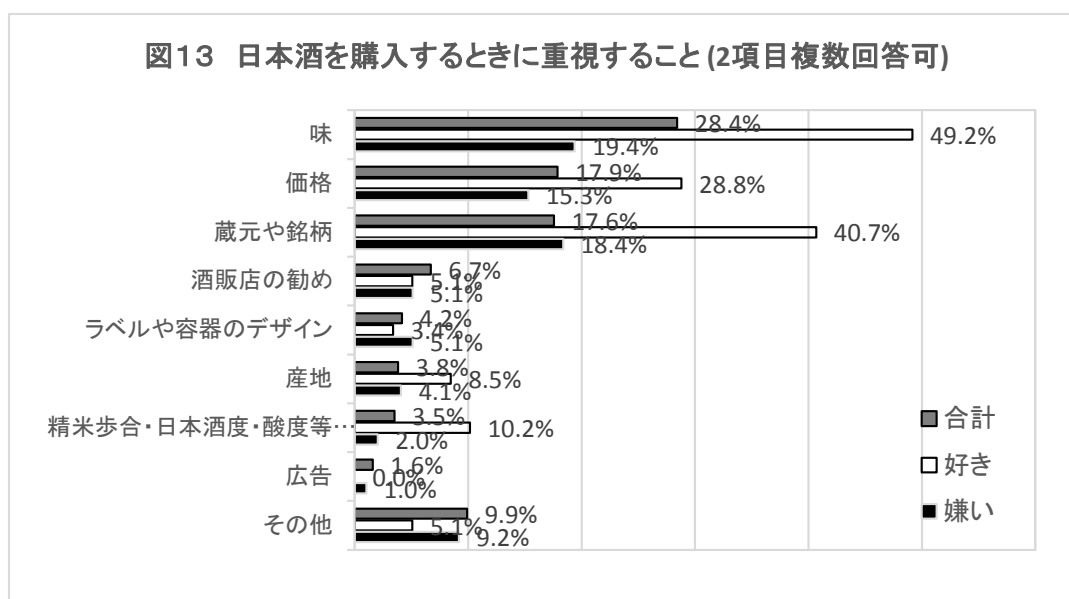
日本酒を飲むときの器については、「さかずき・ぐい呑み」35.5%、「グラス」23.3%、「漆器」10.5%という順であった。「さかずき・ぐい呑み」が一番多いのは、居酒屋で飲む人が多く、居酒屋で出される器は「さかずき・ぐい呑み」が多いからであろう。「漆器」で飲む人も割合多いのは、自宅でお正月にお屠蘇をいただくことと関係しているのかもしれない(図12)。日本酒は多様な飲み方があるが、その器もまた多様にあり、全国の伝統的工芸品や日本文化と日本酒とのコラボレーションが期待される。



## Q 日本酒を購入するときに重視するものは？(2項目複数回答可)

日本酒を購入するときに重視するものについては、「味」28.4%、「価格」17.9%、「蔵元や銘柄」17.6%の3項目が多かった。

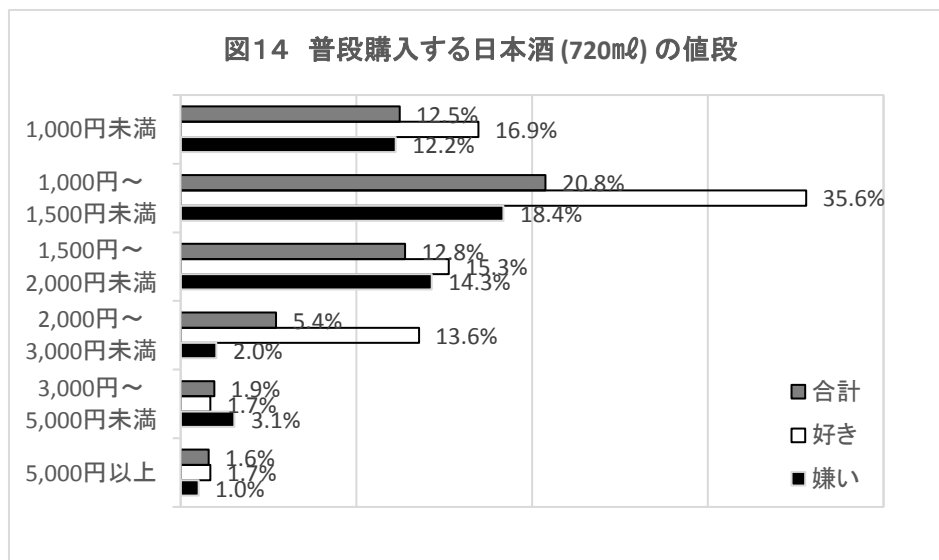
「好き」な人は、「味」49.2%と「蔵元や銘柄」40.7%へのこだわりが際立っていることがわかる(図13)。





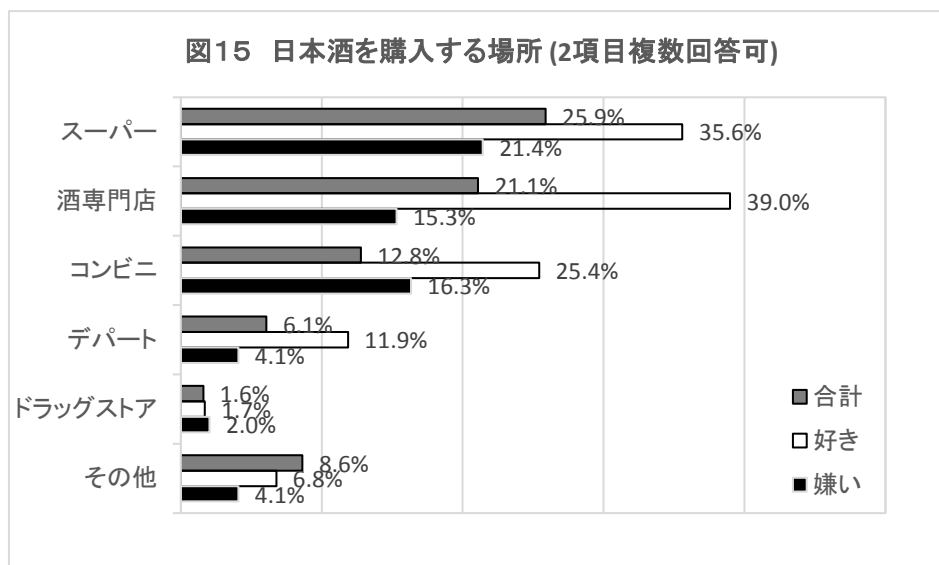
## Q .普段購入するときの日本酒(720ml)の値段は？

普段購入するときの日本酒の値段については、「1,000円～1,500円」20.8%、「1,500円～2,000円」12.8%、「1,000円未満」12.5%と、総じて「低価格指向」が強い。ただし、「好き」な人は、「2,000円～3,000円」(13.6%)と高額な商品も購入しているようだ(図14)。



## Q .日本酒をどこで購入するか？(2項目複数回答可)

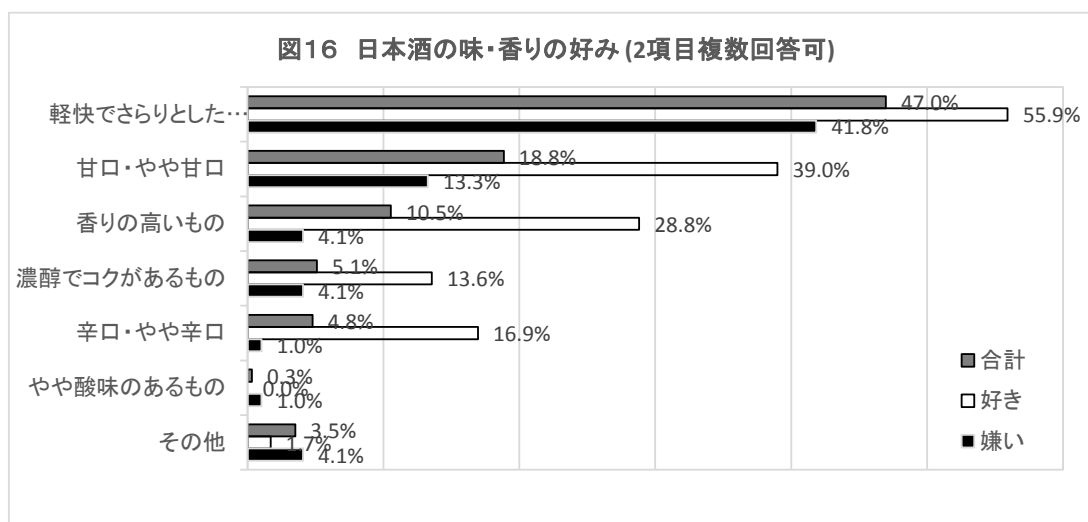
日本酒をどこで購入するかについては、全体では「スーパー」25.9%、「酒専門店」21.1%、「コンビニ」12.8%という順であった。「好き」な人は「酒専門店」(39.0%)で購入する人が最も多くなっている(図15)。



## Q. どのような味や香りの日本酒が好きか？(2項目複数回答可)

どのような味や香りの日本酒が好きかについては、「軽快でさらりとしたもの」47.0%、が最も多く、次いで「甘口・やや甘口」18.8%や「香りの高いもの」10.5%が多かった。女子大生は、「好き」な人でも「嫌い」な人でも「さっぱり」系や「甘い」系を好む傾向があるようだ。

また、「好き」な人と「嫌い」な人で大きく差が出た。「嫌い」な人は、「軽快でさらりとしたもの」41.8%、「甘口・やや甘口」13.3%と回答した人が多いのに対し、「好き」な人は上記2項目だけでなく、「香り高いもの」28.8%、「辛口・やや辛口」16.9%、「濃醇でコクがあるもの」13.6%等も好んでおり、好みに「多様性」がある(図16)。



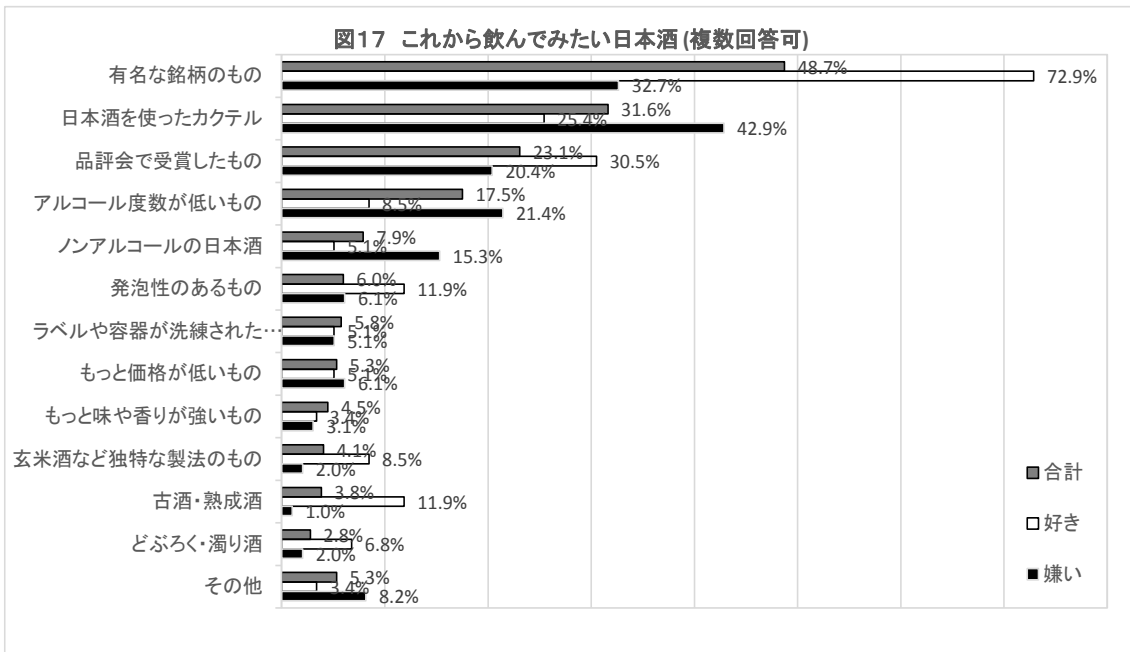
### 〈全員対象〉

## Q. これから飲んでみたい日本酒はどのようなものですか？(複数回答可)

これから飲んでみたい日本酒については、全体では「有名な銘柄のもの」と答えた人が48.7%と最も多く、続いて「日本酒を使ったカクテル」31.6%、「品評会で受賞したもの」23.1%、「アルコール度数の低いもの」17.5%という順であった。「知名度」や「品質」はもちろんのこと、女子大生にとっては「飲みやすさ」も重視される。

「好き」「嫌い」別では、日本酒が「好き」な人は、「有名銘柄」(ブランド)指向が強く、「嫌い」と回答した人は、日本酒を使ったカクテルやアルコール度数の低い日本酒等を好むようである(図17)。

また、ブランド指向に関しては、従来のマスマーケットを対象とした「ナショナルブランド」だけではなく、多様で、個性的で、地域性が強い「ローカルブランド」への指向もうかがわれる。

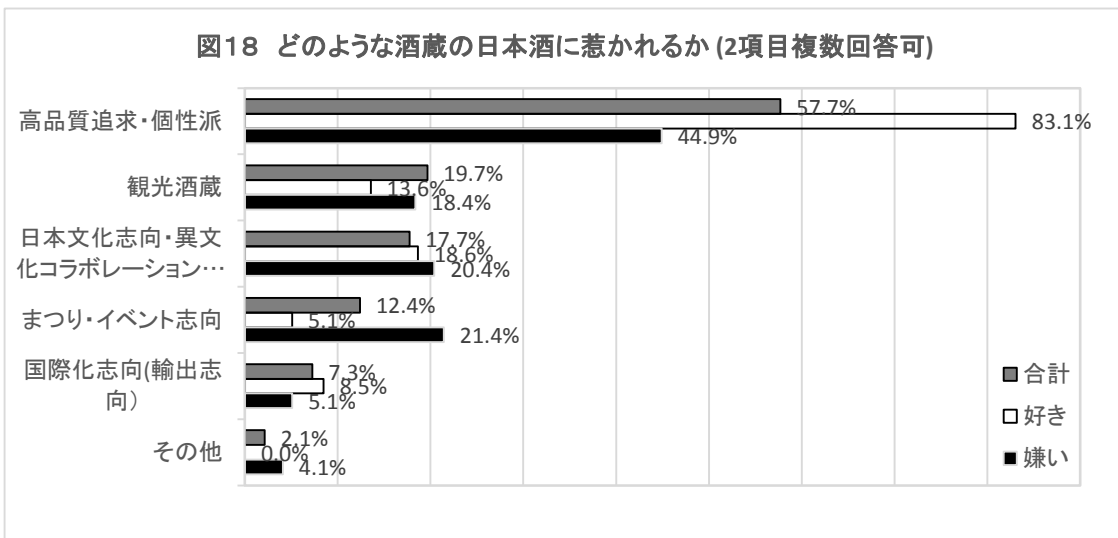


Q どのようなタイプの酒蔵の日本酒に惹かれるか？(2項目複数回答可)

どのようなタイプの酒蔵の日本酒に惹かれるかについて尋ねたところ、「高品質追求、個性派」(57.7%)が最も多く、次いで「観光酒蔵」(19.7%)、「日本文化志向・異文化コラボレーション志向」(17.7%)、「まつり・イベント志向」(12.4%)、「国際化(輸出)志向」(7.3%)という順であった。

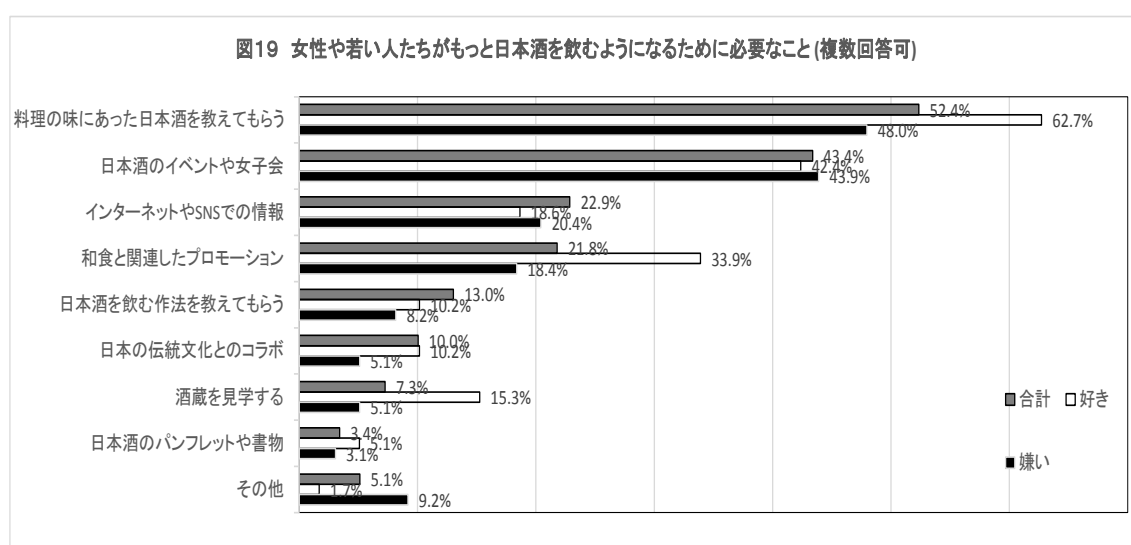
「好き」「嫌い」別にみると、「好き」な人は、「高品質追求・個性派」(83.1%)が圧倒的に多く、「嫌い」な人は、「高品質追求・個性派」の他に「まつり・イベント」(21.4%)、「日本文化志向・異文化コラボレーション」(20.4%)、「観光酒蔵」(18.4%)と、その他の項目も多い。

このように見てくると、「嫌い」な人に日本酒を「好き」になってもらうためには、「高品質化」「個性化」といった「ものづくり」面での革新だけではなく、「観光」や「まつり・イベント」等の「ことづくり」面での革新も重要であると思われる(図18)。



## Q 女性や若い人たちがもっと日本酒を飲むようになるために、どのようなことが必要だと思うか？(複数回答可)

女性や若者が日本酒をもっと飲むようになるために必要なことについては、「料理の味にあった日本酒を教えてください」(52.4%)と答えた人が最も多かった。日本酒を料理と共に楽しみたいと考える人が多いようだ。次が、「日本酒のイベントや女子会」(43.4%)である。日本酒のイベントについては、女性向けのものを含めて増加傾向にあるが、イベントが開催されていることを知らない、知っていても実際に行くきっかけがないのではないかとと思われる。「インターネットやSNSでの情報」(22.9%)という回答も多かったが、まさに、女性や若者向けの「情報発信」が重要である。さらに、「和食と関連したプロモーション」(21.8%)、「日本酒を飲む作法を教えてください」(13.0%)等もあげられている(図19)。



## 3. まとめ

本アンケート調査から、以下のようなことがわかった。第1は、アルコール飲料の中で日本酒を好んで飲む女子大生の割合は少ないことである。第2は、女子大生は果実酒やチューハイ等、ジュースのように飲みやすくアルコール度数の低いお酒を好む傾向があり、独特の風味やアルコール度数の高い日本酒はあまり好まれていないことである。第3は、女子大生の日本酒の好みは、「軽快でさらり」「甘い」「香りが高い」等である。第4は、女子大生は、「有名」(ブランド)「おしゃれ」「流行」「ファッション」等に敏感であり、また、「価格」へのこだわりも強いように思われる。

日本酒の「女性市場拡大」のためには、日本酒のビギナーである女子大生の以上のような傾向を踏まえて、「高品質化(味と匂いの改善)」、「低アルコール化」、「低価格化」、「ブランド化」等の「経営革新策」が重要となろう。また、日本酒と和食との相性のPR、イベントや女子会など飲酒機会の創出、日本酒の知識や作法の伝授、情報発信等、具体的な施策も重要となろう。

## (参考資料)

本参考資料は、昭和女子大学・平尾光司ゼミナール・日本酒プロジェクトチームで行ったKJ法による討論結果に、同大学学生468名から得られたアンケート調査結果（「自由回答項目」）を加えたものを整理したものである。

「自由回答項目」とは、①女性や若い人たちがもっと日本酒を飲むようになるために、どのようなことが必要だと思いますか（「その他」の自由記入欄）、②日本に来る外国人観光客に日本酒を飲んでもらうためにどのようなことが必要だと思いますか、③日本酒の輸出をもっと増やすためにはどのようなことが必要だと思いますか、の3項目である。

### (参考資料1) 女子大生が考えた日本酒の「国際化」に必要なこと

「輸出」促進を中心に日本酒の「国際化」に必要なこと。

日本酒の輸出をもっと増やすために必要なこと。

#### G1 生産面の競争力強化（品質・コスト）

- ・酒の質を高める
- ・安心安全な酒をつくる
- ・ワインに比べて割安な酒をつくる

#### G2 販売体制の国際化

- ・海外の受入先の開拓・確保
- ・国際的な流通・販売機構の整備
- ・グローバルな通信販売ネットワークの構築（ネット販売、WEB販売）
- ・海外の日本食レストランでの販売強化
- ・和食文化と一体となった政府の支援

#### G3 販売方法の国際化

- ・外国人に英語でプレゼンを行う
- ・多言語で日本酒の内容を標記する
- ・外国でイベントやセミナーを行い、日本酒を知ってもらう
- ・和食器（陶磁器や漆器など）と日本酒をセットで販売する

#### G4 広告・宣伝内容の国際化

- ・ラベル、ボトル、パッケージのデザインをおしゃれにし、国際化する
- ・日本のアニメや漫画のキャラクターを利用したラベルをつくり、PRする
- ・海外キャラクターとのコラボを行う
- ・酒の内容をわかりやすく区分し、説明できるようにする
- ・ワインや洋酒と日本酒との違いをアピールする
- ・日本の地酒の地域性や多様性をアピールする（製法や味の違いなどを含む）
- ・日本の伝統文化との一体化させてPRする
- ・日本酒の楽しみ方・味わい方を伝える

#### G5 広告宣伝の媒体などの国際化

- ・SNSを活用する（動画の活用など）
- ・外国人向けに本・パンフレット・ガイドブックを作る

- ・多言語で日本酒に関する本や雑誌を出版する

#### G6 日本酒と食事との相性の研究と PR

- ・和食と日本酒との相性を研究し、PR する
- ・日本酒に合った和食のメニューをつくり PR する
- ・日本酒のおいしい飲み方を伝える（温度、器、カクテルなど）
- ・外国の日本料理店（特に寿司店）に日本酒を置き、セットで提供してもらう
- ・和食と一体となってプロモーションを行う
- ・多様な国の料理と日本酒の相性を調べ PR する
- ・白ワインを意識して、洋食に合った日本酒の提供の仕方を考える
- ・

#### G7 日本酒と健康・美容との関係の研究と PR

- ・日本酒が美容と健康に良いことを PR する
- ・「おしゃれな飲み物」とうブランド形成を行う

#### 「インバウンド」対応に必要なこと

日本に来る外国人に日本酒を飲んでもらうために必要なこと。

#### G8 国際空港の活用

- ・国際空港で外国人に試飲してもらう
- ・国際空港内に日本酒の試飲スペースを設置する
- ・国際空港でお土産として販売する
- ・機内販売に日本酒を増やす

#### G9 ホテルや繁華街などでの販売活動

- ・ホテルで日本酒を試飲・販売する
- ・ホテル内に「日本酒バー」を設置する
- ・外国人が出入りする居酒屋で PR を行う
- ・外国人観光客が多いお店に販売活動を行う
- ・人通りの多いところで試飲・販売を行う
- ・観光地で特産品や土産物と一体となった販売活動を行う

#### G10 販売場所の国際化

- ・外国人が多いレストランや BAR に日本酒を置く
- ・ワインバーのような「日本酒バー」を増やす
- ・ビヤガーデンのような「日本酒ガーデン」をつくる

#### G11 外国人向けのイベントの企画

- ・国際的なイベントや国際会議で日本酒を PR し、サービスする
- ・日本の伝統文化と関連付けて、日本酒を PR する
- ・日本の伝統文化、食文化、コメ文化と一体化した PR を行う
- ・外国人に人気のある日本文化とコラボレーションして PR する
- ・宗教（神道、仏教など）と日本酒との関係を PR（「国酒」としての日本酒）
- ・居酒屋や酒屋でサービスが得られるパスポートを作る（もう 1 本プレゼントなど）

#### G12 外国人向けのツアーの企画

- ・外国人向けの「酒蔵ツアー」を企画する

- ・日本酒のゆかりの地を巡るツアーを企画する
- ・加盟する居酒屋でサービスが得られる「スタンプラリー」「パスポート」をつくる
- ・地方において「地域限定」の日本酒をPR、販売する

#### G13 東京オリンピックに向けた準備

- ・まずは日本人がもっと日本酒のことを勉強して知ること
- ・オリンピックに向けて日本酒PRを増やす
- ・日本酒の良さを内外でPR(キャッチコピー、広告、コマーシャルソング、芸能人起用、インターネットやSNS等)

#### G14 その他

- ・クラウドファンディング等を利用した酒蔵の国際化推進投資
- ・日本人がもっと日本酒を知ること

### (参考資料2) 女子大生が考えた日本酒の「女性市場拡大」に必要なこと

#### 日本酒の女性市場拡大に何が必要か？

#### 若い女性にもっと飲んでもらうためには何が必要か？

##### G1 生産面

- ・飲みやすい高品質の酒を造る
- ・女性が初めて飲むのに飲みやすい酒（甘口、発泡酒、カクテル、リキュール）
- ・飲みやすい「入門酒」の開発
- ・低アルコールの日本酒開発製造
- ・価格の安い酒

##### G2 販売企画

- ・ラベルやボトルのデザインを女性向けに8「おしゃれ」「かわいい」「みばえの良さ」)
- ・「女性向け日本酒」の流行をつくる
- ・女性向けのプレゼントとしての日本酒研究
- ・「父の日」のプレゼント&父と一緒に飲むという習慣・風潮をつくる
- ・日本酒を飲む作法を教える
- ・女子会・女性向けイベント開催
- ・女性向け「酒蔵ツアー」企画
- ・若者が集まる場所で販売

##### G3 コラボレーション

- ・女性に人気のあるキャラクターの利用
- ・おしゃれな「器」や「グラス」とのコラボ
- ・和食と日本酒とのコラボ
- ・日本の伝統文化とのコラボ（陶芸、茶道など）

##### G4 食事との相性研究

- ・日本酒と食事・食べ物との相性の研究（料理、おつまみ、ご飯、しゃぶしゃぶ）
- ・スイーツと合う日本酒の研究（スイーツ、フルーツ、かき氷）
- ・おしゃれな日本酒のおつまみ開発（チョコレート、フルーツ）

- ・日本酒入りのおしゃれなスイーツ開発

#### G5 販売店の開発

- ・若い女性が入りやすい「日本酒 **BAR**」
- ・女性専用の「立ち飲み居酒屋」
- ・女性が入りやすい店
- ・「日本酒ガーデン」

#### G6 健康美容との関係

- ・日本酒と美容・健康との関係 **PR**
- ・健康（肥満防止・低脂肪・低カロリー等との関係）
- ・美容（化粧品、化粧水、日本酒風呂、石鹸等）

#### G7 出版・広告宣伝媒体

- ・女性向け日本酒パンフレット・ガイドブック・雑誌の作成
- ・女性向け日本酒手帳作成

#### G8 広告宣伝方法

- ・百貨店やおしゃれタウンでの販売
- ・雑誌やファッション誌での日本酒 **PR**
- ・かわいい人、きれいな人、モデルによる宣伝
- ・お酒が好きな芸能人のコマーシャル起用
- ・女性が好みそうなシーンで日本酒を飲む **PR**
- ・日本酒のドラマへの登場
- ・**SNS** で **PR**
- ・女子大生による日本酒プロジェクト活用