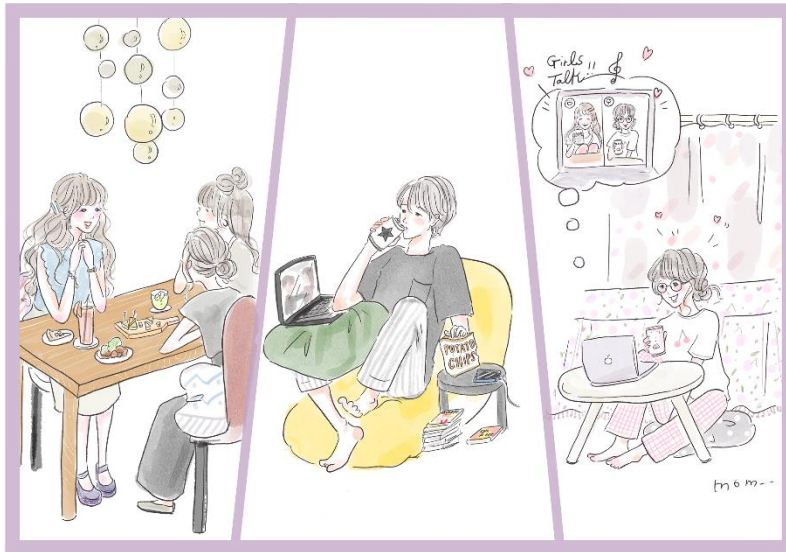




around20のお酒事情を徹底解剖！

女子は同性でサシ飲み、男子は同性でグループ飲みと一人飲み、シーンは男女で大きな違い。
家飲みと外飲みでは、お酒の何を重視？
「オンライン飲み」は少人数で仲のいい友人と、“オフ”に近い自分で参加！

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は、around20(20歳前後)男女を対象に、「お酒や飲み会」に関する調査を行いました。



【around20のお酒に関する調査 トピックス】

【1】女子は同性でサシ飲み、男子は同性でグループ飲みと一人飲み

お酒を飲むシーンや一緒に飲む相手について、around20の女子と男子で楽しみ方が違ってきました。

【2】家飲みは1か月に1回、外飲みは2~3か月に1回程度。外飲みはフードとお酒の充実度を重視！

家や外に限らず、お酒を飲む頻度が低いことがわかりました。お酒にかかる金額については、家飲みで月3,000円未満が最も多く、外飲みでは月5,000円未満という結果でした。またお酒を選ぶ基準については、家飲みではお酒の味を重視し、外飲みではお店のフードやお酒の充実度を重視しているということがわかりました。

【3】「オンライン飲み」は少人数で仲の良い友人と。限りなく“オフ”に近い自分で参加！

外出自粛期間中に話題となった「オンライン飲み」。実際の経験者数はおよそ5割である一方、開催頻度が低いという事がわかりました。また、「オンライン飲み」では会話のタイミング等に気を遣う為、仲の良い友人と少人数で開催をしていることが分かっています。外出自粛期間を経験し、オンラインではなく、リアル場で友人とお酒を飲みたいという意向が強く出た結果でした。

【4】SHIBUYA109 lab.所長が分析！

インタビューから分かるaround20にとっての「お酒」のポジション…。

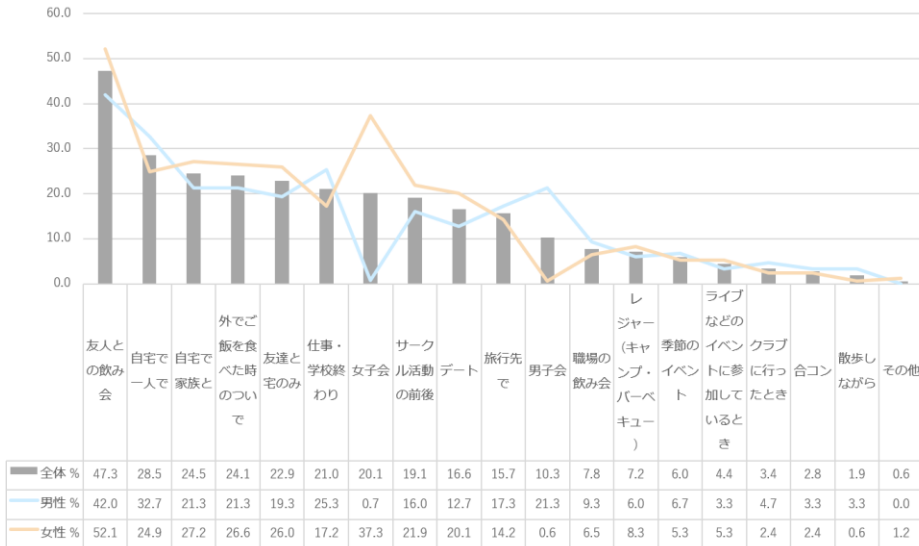
お酒は「打ち解ける手段」から、「気心知れた友達だけで楽しむ時間のおとも」に

around20女子へのインタビューから、お酒という存在が「関係値がない人と打ち解けるためのきっかけ」というよりも、「気心知れた友達とだけで楽しむ時間」の中で登場していることが考えられます。

【1】女子は同性でサシ飲み、男子は同性でグループ飲みと一人飲み

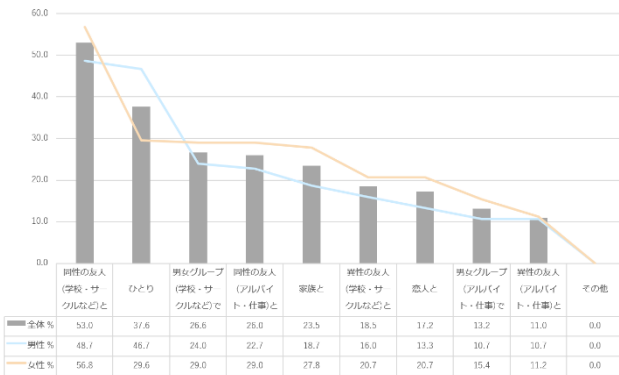
まずaround20がお酒を飲むシーン※図1について聞いてみたところ、最も多いのは「友人との飲み会(47.3%)」、次いで「自宅で一人で(28.5%)」「自宅で家族と(24.5%)」という結果となり、男女で比較すると女子は「女子会(37.3%)」、男子は「自宅で一人で(32.7%)」や「仕事・学校終わり(25.3%)」が特徴的であることが分かりました。

※図1 Q.あなたがお酒を飲む際のシーンを教えてください。(複数回答)
 ※新型コロナウイルスによる外出自粛の影響を除いてお答えください。
 WEB調査 N=319 (20~24歳男女 男性:150/女性:169)

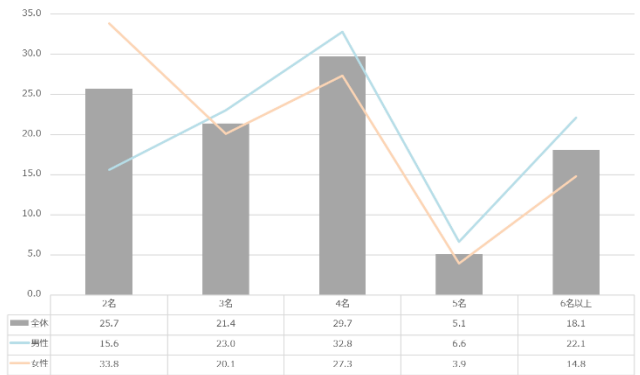


一緒にお酒を飲むことが多い人※図2については、最も多い回答は「同性の友人(53.0%)」、次いで「ひとり(37.6%)」、「男女グループ(26.6%)」という結果となりました。男女別に見てみると、女子は「同性の友人(56.8%)」や「家族(27.8%)」男子は「ひとり(46.7%)」の数値が特徴的です。

※図2 Q.あなたは誰とお酒を飲むことが多いですか。
 あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)
 ※新型コロナウイルスによる外出自粛の影響を除いてお答えください。
 WEB調査 N=319 (20~24歳男女 男性:150/女性:169)



※図3 Q.あなたが誰かとお酒を飲む際の大体の人数を教えてください。(単一回答)
 ※新型コロナウイルスによる外出自粛の影響を除いてお答えください。
 ※自分を含めた人数で教えてください。
 WEB調査 N=276 (20~24歳男女 男性:122/女性:154)

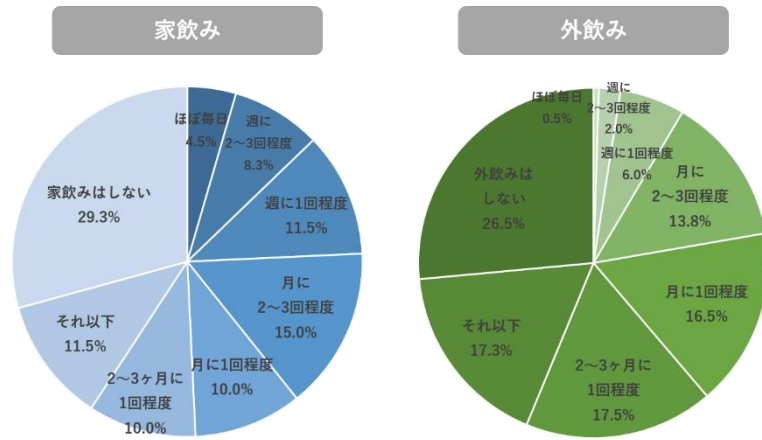


またお酒を飲む席での人数※図3については、女子は「2名(33.8%)」、男子は「4名(32.8%)」が最も多い結果となりました。ここから、女子は同性同士少人数で飲み、男子は同性同士で飲む際は大人数でわいわい飲みつつ、自宅では一人でリラックスした時間を楽しんだり、男女でお酒の楽しみ方が異なることが分かります。ひとりで飲むシーンについてグループインタビューで聞いてみたところ、自宅で動画や映画を見ながらゆっくり時間を過ごすときにお酒を飲むという声が多くありました。

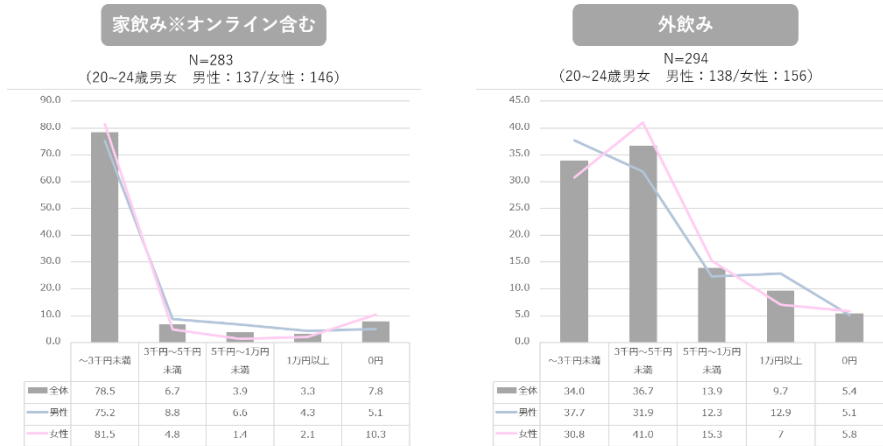
【2】家飲みは1か月に1回、外飲みは2~3か月に1回程度。外飲みはフードとお酒の充実度を重視！

ここからは、「家飲み(自宅での飲酒)」「外飲み(お店・野外での飲酒)」、お酒を飲む場所による意識や実態を解説します。飲酒の頻度※図4について聞いてみたところ、「家飲み・外飲みはしない」が最も多いですが、「家飲み」は「1ヶ月に2~3回程度(15.0%)」、「外飲み」は「2~3ヶ月に1回程度(17.5%)」、場所によらず飲酒の頻度が少ないことが分かりました。

※図4 Q.あなたの飲み会の頻度を教えてください。(単数回答)
※家飲み・外飲み… 新型コロナウイルスによる外出自粛の影響を除いて回答
WEB調査 N=400 (20~24歳 男女各200)

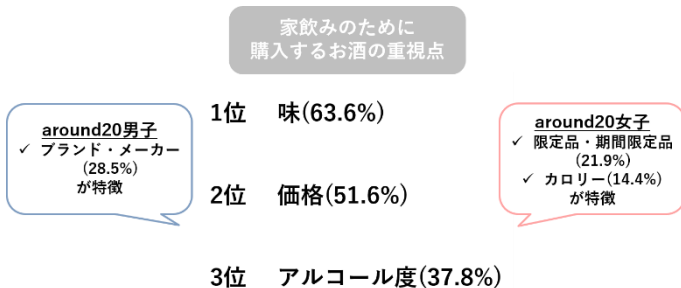


※図5 Q.あなたが月々お酒を飲むために使う大体の金額を教えてください。(単一回答)
※新型コロナウイルスによる外出自粛の影響を除いてお答えください。



月々のお酒を飲むために使う金額※図5について聞いてみたところ、「家飲み」は「~3,000円未満(78.5%)」が最も多く、「外飲み」は「3,000円~5,000円未満(36.7%)」という結果となりました。

※図6 Q.あなたが家飲みのために購入するお酒の重視点を教えてください。(複数回答)
WEB調査 N=283 (20~24歳男女 男性:137/女性:146)

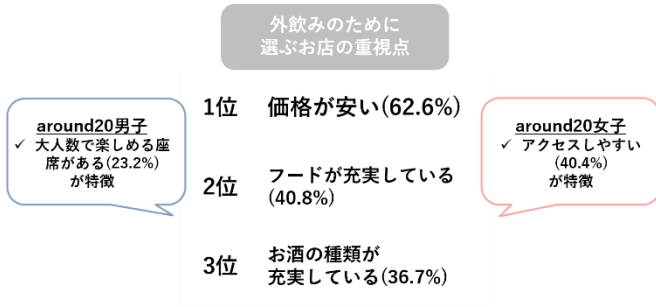


また「家飲み」のために購入するお酒を選ぶ際の重視点※図6について聞いてみたところ、最も多いのは「味(63.6%)」次いで「価格(51.6%)」「アルコール度数(37.8%)」という結果となりました。女子は「限定品・期間限定品(21.9%)」「カロリー(14.4%)」、男子は「ブランド・メーカー(28.5%)」の数値が全体と比較して高い傾向にあります。

「アルコール度数」について、グループインタビューでは「自宅で友人を招いて飲むときは、長くゆっくり飲みたいので、アルコール度数が低いものを選ぶ」「一人で飲み、酔っぱらいたい時はアルコール度数が高いものを選ぶ」という声が聞かれており、時と場合に合わせて、アルコール度数を意識し変えていることが分かります。

※図7 Q.あなたが外飲みのために選ぶお店の重視点を教えてください。(複数回答)

WEB調査 N=283 (20~24歳男女 男性:137/女性:146)



また、「外飲み」の際に選ぶお店の重視点※図7については、第1位「価格が安い(62.6%)」、第2位「フードが充実している(40.8%)」、第3位「お酒の種類が充実している(36.7%)」という結果となり、女子は「アクセスしやすい(40.4%)」、男子は「大人数で楽しめる座席がある(23.2%)」の数値が特徴的です。

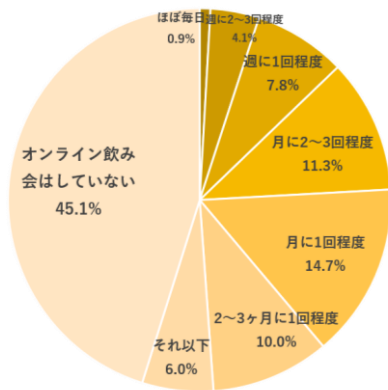
グループインタビューでは「お酒の種類」について「そのお店にしかないお酒があれば頼みたくなる」「大人数で行く場合、人それぞれ飲みたいお酒が違うのでなるべく種類が多いお店を選ぶ」という声が多く聞かれました。

【3】「オンライン飲み」は少人数で仲の良い友人と。限りなく“オフ”に近い自分で参加！

自粛期間中にトレンドとなった「オンライン飲み」についての実態は、どのようなものだったのでしょうか。外出自粛期間中のオンライン飲み会の頻度※図8について聞いてみたところ、「オンライン飲み会はしていない」が45.1%、「1か月に1回程度」と回答した人が14.7%という結果となり、開催した人でも月に1回程度の開催が最多という結果となりました。

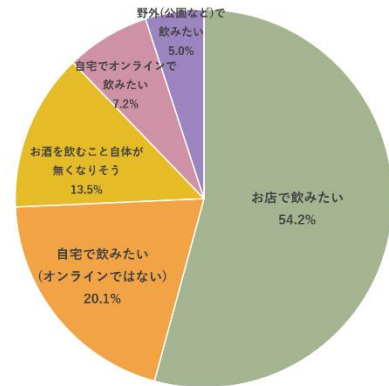
※図8 Q.あなたの自粛期間中のオンライン飲み会の頻度を教えてください。(単数回答)

※オンライン飲み…外出自粛期間中頻度を回答
WEB調査 N=400 (20~24歳 男女各200)



※図9 Q.あなたの外出自粛期間明けの飲酒に関して最も当てはまるものをお答えください。(単数回答)

WEB調査 N=319 (20~24歳男女 男性:150/女性:169)



グループインタビューで聞いてみたところ、オンライン飲み会の相手は特に仲の良い友人と2~3人など特定かつ少人数で開催している人が多く、「気心が知れていて、用事がなくても誘いやすい友達とだけオンライン飲み会をした」「オンラインだと話すタイミングが被らないように気を使ったりするので、気を使わないでいられる友達でないためらいがある」という声が多かったです。

また、本当に仲の良い友達としか開催されないオンライン飲み会ということもあり、女子はすっぴんに眼鏡、部屋着でリップだけつける等「オフの自分」で参加が基本のスタイルのようです。

今後の飲酒スタイル※図9についても「お店で飲みたい(54.2%)」が最も多く、「自宅でオンラインで飲みたい」については7.2%となり、グループインタビューでも「オンライン飲みはオフライン飲みの代わりにやっているの、お店で飲めるようになるのであればそちらに戻りたい」「自宅だと美味しいおつまみが食べられないからお店に行きたい」と、あくまでもまだ非日常の飲み方であることが分かります。

今後お店で飲む際には「窓があり、換気がされているお店」や「●分に1回アルコール除菌をしている等のお知らせが掲示されているお店」等、店舗の「衛生管理」も更に重視するという声が多く聞かれました。

【4】 SHIBUYA109 lab.所長が分析！

インタビューから分かるaround20にとっての「お酒」のポジション…

お酒は「打ち解ける手段」から、「気心知れた友達だけで楽しむ時間のおとも」に

グループインタビューにて、「お酒苦手女子」と「お酒好き女子」を対象に、お酒に対する意識を聞いてみたところ、お酒が苦手な女子は「友達と居酒屋には行くが、別にお酒を飲まなくてもいいかなと思う」「お酒を飲まなくても楽しい時間を過ごすことができる」という声が多く、またお酒好き女子については、「お酒が好きというよりも、仲の良い友達とワイワイしたい時や、友達がストレスが溜まっているときに一緒に飲む」「友達との時間を楽しむときのひとつのエッセンス」「のんびりしたい時やゆっくりしている時に飲む」という声が聞かれています。

ここから、around20は「時間や空間を充実したものにし、友達と共有すること」を重視しており、またその中でお酒は「関係値がない人と打ち解けるためのきっかけ」というよりも、「気心知れた友達とだけで楽しむ時間」の中で登場していることが考えられます。

■ アンケート調査概要

①WEB調査

調査期間：2020年6月

対象者条件：20～24歳 男女 大学生

有効回答数：N=400（男女各200）

②SHIBUYA109 lab.による定性調査

調査期間：2020年6月

対象者条件：お酒を飲む大学生

人数：各グループ5名×3グループ

※その他過去定性調査をもとに考察

調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテイメント)

■ SHIBUYA109 lab. 概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテイメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(20歳前後の若者)」を中心に彼女ら・彼女たちの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣（株式会社SHIBUYA109エンタテイメント所属）

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

■ SHIBUYA109 lab.所長



長田麻衣（おさだ・まい）

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPR サポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109 エンタテイメントに入社。

SHIBUYA109 マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、

2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。

現在は毎月200人のaround 20（15歳～24歳の男女）と接する毎日過ごしている。

■ 株式会社SHIBUYA109エンタテイメント 概要



SHIBUYA109渋谷（東京都・渋谷区）を中心とした5つの施設を運営。「Making You SHINE! -新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これからは担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテイメント事業展開を行う。

設立年月日：2017年4月3日

代表取締役：木村知郎

ホームページ：<http://www.shibuya109.co.jp/>

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。