

日本酒の飲み手“U24”を増やすには…！

アンケートから分かる

20代の視点



Anchorman
株式会社アンカーマン



- 01 はじめに p3
- 02 若者のお酒に対する最新の動向について p4
-日本酒需要動向調査より-
- 03 調査概要：若者の飲酒嗜好調査 p5
- 04 若者に親しまれる日本酒づくりへのアプローチ p12
事例から学ぶ！
- 05 販促に効果的な資金調達方法 p18

はじめに



本資料をダウンロードしていただき誠にありがとうございます



- 本資料は、日本酒を若者世代にどう売るか日々試行錯誤している酒蔵・酒販店に向けて、U24の日本酒の飲み手を増やすべくアプローチ方法の習得を目的としています。
- 本資料における若者とは、20歳から24歳の男女を指します。



- 若者はどんなお酒を飲んでいるのか、アンケート調査しました。
- 事例から、若者に親しまれる日本酒づくりへのアプローチ方法をご提案します。

「どう若者に訴求したらいいかわからない」
「若者はどんなお酒が好きなのかな」
と感じている方でもご心配いりません！成果の出るヒントが盛りだくさんです！！

なお、本資料の最後には、新商品開発、販売促進の課題に関する個別相談のご案内もあります。

若者のお酒に対する最新の動向について

POINT 1

世界的にソバキュリアンが増え、アルコール消費がピーク時の1/3に減っているなかでも、20代の日本酒飲用志向は高まっている。

POINT 2

サステナビリティやオーガニック製法への着目など、環境配慮×お酒への関心度が急激に高まっている。※サステナビリティ：持続可能性

POINT 3

2017年の調査で20代の日本酒人気度は、ビール、ワインに次いで3位だったが、2023年にはワインを抜き、2位に上昇。女性人気も2倍まで増えている。



出典：『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！？』日本酒造組合中央会,2023

調査概要について：「若者の飲酒嗜好調査」

調査手法

インターネットでのアンケート



調査対象者

20～24歳の男女

調査期間

2023年2月20日～2月27日

質問内容

- ・好きなお酒の種類
- ・日本酒を飲んだ経験
- ・日本酒を選ぶポイント等 計17項目

集計対象人数

71人

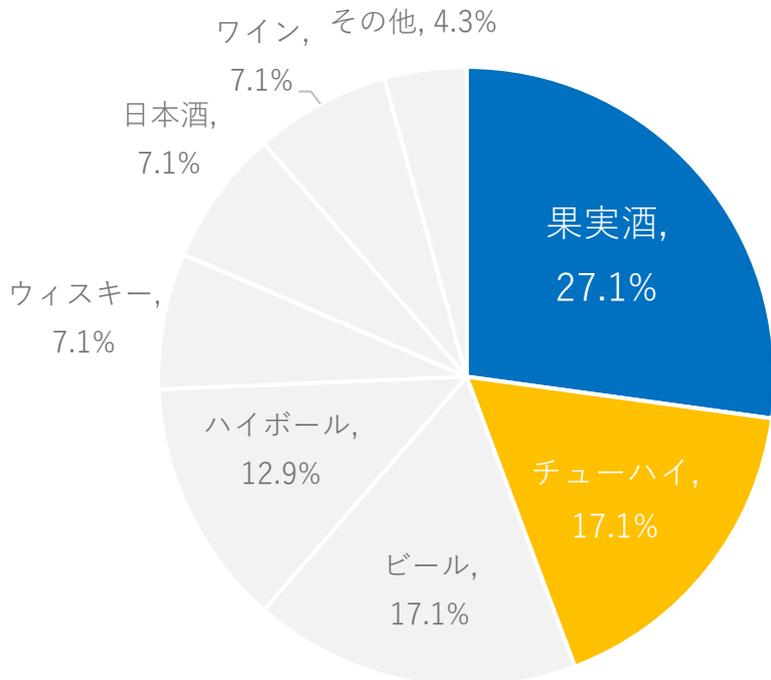


最も好きなお酒

詳細は「③新しい日本酒の飲み方」のページで解説！



最も好きなお酒は何ですか？



チューハイ、果実酒が多い



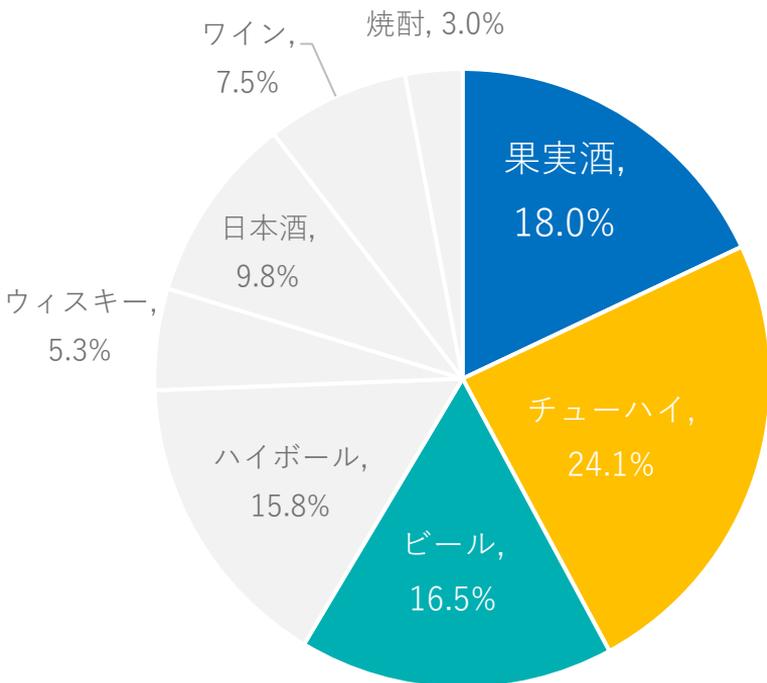
甘めのお酒はアルコール度数が低いから飲みやすいイメージがあります。

確かにみんな飲んでますよね。普段お酒を飲まない人でも飲みやすく楽しめるイメージがあります。





よく飲むお酒は何ですか？



ビールは3位

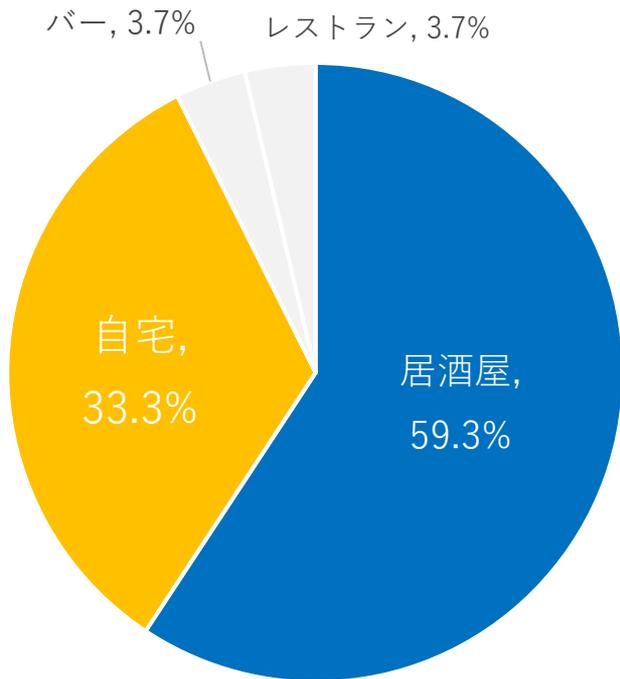


甘いお酒が苦手だという人の話を聞いたことがあります。
初めて飲んだお酒がビールで、そこから自然にビールを飲む習慣ができたそうです。

日本酒やウィスキーが好きな人はお酒好きでカッコいいというイメージが強いです。



日本酒を飲む場所はどこですか



居酒屋が圧倒的



飲み会の場として居酒屋を利用することが多いですね。そこで、複数人で日本酒を分けて楽しむことや、食事に合わせて日本酒を頼むこともあります。

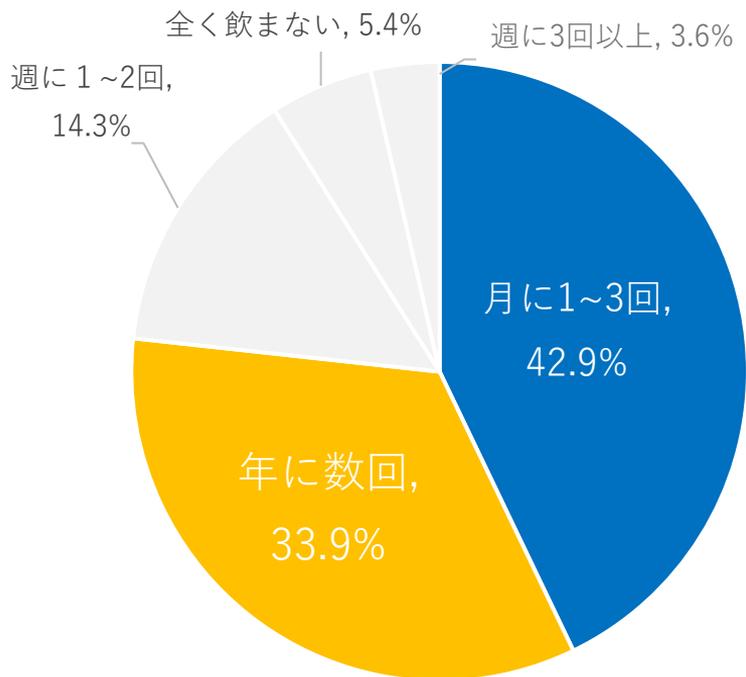
親戚の集まりで日本酒を楽しむことも多く、それがきっかけで日本酒に出会うこともあります！裏を返せば、それ以外で日本酒に触れたり、飲んだりする機会がない人も少なからずいると思います。



日本酒を飲む頻度

詳細は「②居酒屋でファンを生む！」 「③新しい日本酒の飲み方」のページで解説！

日本酒を飲む頻度は



日本酒を飲んだことがある人の中でも、その後の飲む頻度に違いがあります。日本酒に関しては、好んで飲んでいる人たちが一定数いるようです。

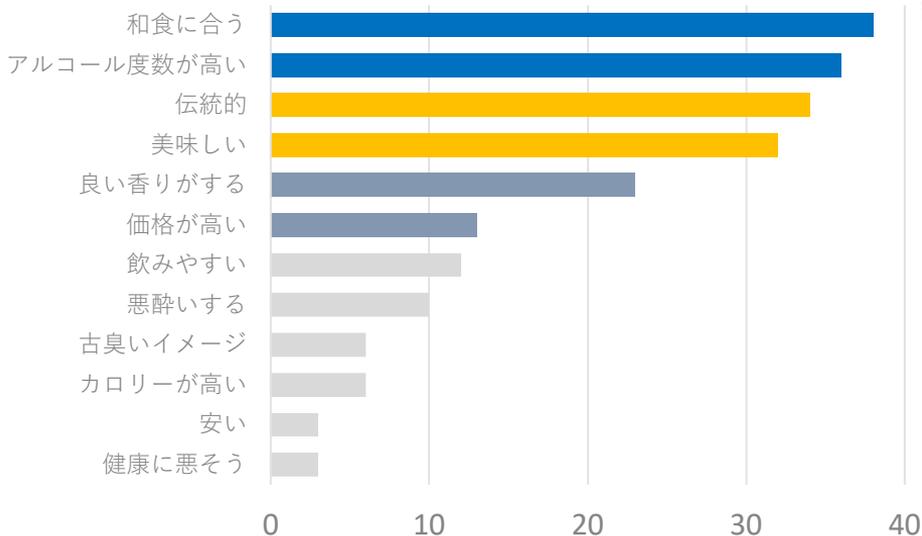
僕は、初めて飲んだ時においしいと感じる体験をしたので、また飲もうと思いましたが、最初に飲んだ印象が悪くなくて、その後も飲まなくなった友達もいます。初めて日本酒を飲むときの体験が重要だと思います。



日本酒のイメージ

詳細は「①選ばれるラベルデザイン」のページで解説！

日本酒のイメージ

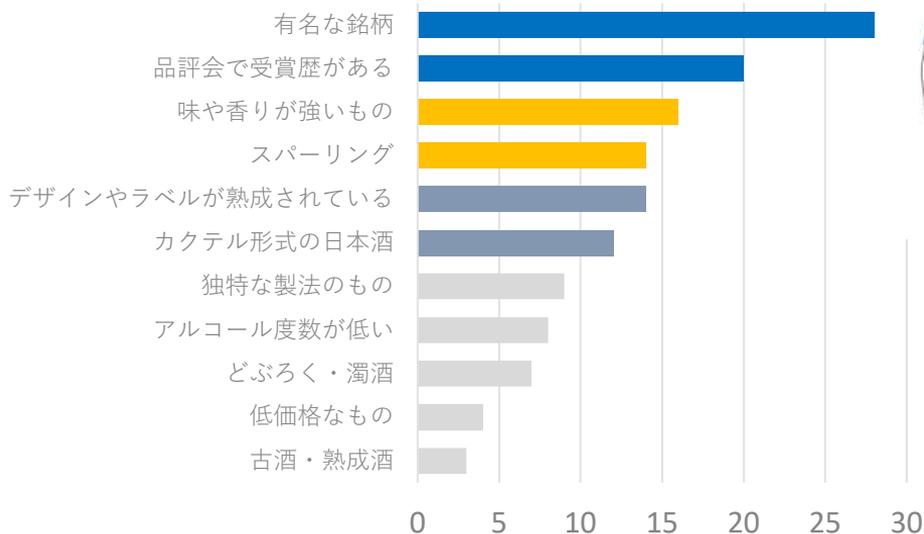


「日本酒＝和食」のイメージが強そうですね。「伝統的」というイメージを持った人も多く、ビールやチューハイなどに比べて、フォーマルなイメージを持たれているかもしれません。

二日酔い、古臭い、アルコール度数が高いというイメージを持っている人がいますね。他のお酒より日本酒に触れる機会が少ない可能性があります。



若者が飲みたいと思う日本酒の特徴



「せっかく買うなら、失敗したくない」から有名なものを飲んでみたいと思うのではないのでしょうか。有名なものならおいしくいただけると考える人は多いと思います。

味を重視する人が多いですが、特別名称酒等の基準があまり理解されていないかもしれないですね。「個性的＝特別感」と捉えられているのでしょうか。特徴的なお酒が「飲んでみよう」と思われているかもしれません。





質問項目

結果

日本酒を飲んだことはありますか？

- ・20歳から24歳という、お酒を飲めるようになって間もない20代でも日本酒を飲んだことある人が約8割を占めた。
- ・飲んだことがない人は、飲む機会がないか、お酒に弱い人が多かった。

日本酒をどこで購入しますか？

- ・日本酒を購入する人は、スーパーや酒屋で買っていた。
→居酒屋で飲むことが多いため、自宅に日本酒を置く人が少ないことが予想できる。

日本酒を購入する際、重視することはありますか？

- ・味を重視する人がほとんどを占め、価格、銘柄が次いだ。

日本酒は好きですか？

- ・日本酒が好き・どちらかという好きな人が半数を超えた。
- ・日本酒好きな人は、食事に合わせている人が多かった。
- ・日本酒が苦手な理由には、味、匂い、アルコール度数の高さが挙げられた。

どのような日本酒が好き・飲みやすいですか？

- ・軽快な飲み口や甘口が圧倒的に多いが、辛口を好む人も一定数存在した。
→普段触れているお酒の嗜好がここにも表れた。

好きな日本酒の飲み方はありますか？

- ・冷酒が70%を超え、熱燗、常温が次いだ。

01 選ばれるラベルデザインへ



- スーパーや酒屋で日本酒を買う際、種類が多い、違いが分かりにくいなど、選ぶのが難しくて手を出しにくいのが難点ですが、なぜ同じように種類が多いチューハイや果実酒は売れるのでしょうか？
- チューハイや果実酒のラベルには、フルーツのデザインが施されていたり、味の特徴が記されていたりと、飲む前から味のイメージがしやすく、手に取りやすいからです。



- 一方、日本酒の場合、「純米酒」、「大吟醸」など、日本酒に関する単語は聞き慣れないものが多く、ラベルから得られる情報は製造地とアルコール度数など、直接的に味を想像できる情報が少ないと感じます。
- このように、チューハイ・果実酒と日本酒を比較すると、日本酒は若者にとって専門的で馴染みのない単語が多く、特徴が掴みにくいことから日本酒を購入するのに壁ができてしまっていると考えられます。

3つのアプローチ方法をご提案！

アンケート結果をもとに、若者に日本酒を手にとってもらうため

思わず「パケ買い」したくなる目を惹くラベルデザイン！



出典：果月 | 商品情報 | 月桂冠 (gekkeikan.co.jp)



出典：春季限定酒「春ふわり」 | 吉乃川 | 新潟長岡市にある日本酒の蔵元 (yosinogawa.co.jp)

自社への横展開

Point!



- 一目見ただけで、「飲み手」に味わいを体感できるラベルデザインと言葉選び
- 季節を感じるデザインやフォントで特別感を演出

※パケ買いとは、商品の中身だけではなく、パッケージのデザインにひかれて商品を購入すること。

02 居酒屋でファンを生む！



- ✓ アンケート調査から、若者は居酒屋での日本酒消費が一番多いことが分かりました。
- ✓ 特に、友人・知人と居酒屋に行った際に、「周囲の人からのおすすめ」や「地元だから」、また「物珍しさ」という理由で日本酒を飲むことが多いようです。
- ✓ しかし、居酒屋で飲むとはいえ、日本酒に関する知識や美味しい飲み方について、本格的に知る機会は少なかったり、悪酔いしてしまい日本酒のイメージが下がることも予想されます。
- ✓ そこで次は、若者が日本酒に多く触れる場としての居酒屋という場を活かし居酒屋で日本酒の魅力を伝えるためのアプローチ方法をご提案いたします。



どんな飲み方が美味しんだろう??... いろいろあって難しいな...

3つのアプローチ方法をご提案！

アンケート結果をもとに、若者に日本酒を手にとってもらうため

魅力をカードでアピールし「選ばれる」日本酒へ

ラベルだけでは伝わりきれない
魅力をカードで伝え飲み手や
酒販店・飲食店にダイレクトアピール



出典：2020 青森地酒カード 鳴海醸造店

Instagramで お酒に合う料理を提案

お酒が「より美味しく感じる」
料理との組み合わせを提案し
自社製品の魅力度アップ。



出典：富士酢醸造元 飯尾醸造公式Instagram

自社への横展開

- カードに特別感を出して、飲み手の収集欲を刺激
- 自社のお酒を覚えてもらい、リピートに繋げる

自社への横展開

- 日本酒体験の幅を広げ
飲食シーンで存在感を高める！

03 新しい日本酒の飲み方



そのまま美味しい日本酒も
変化を加えることでより
楽しく味わえる！

酔いたくない時は低アルコール
だと飲みやすい！



- アルコール度数が低くなる
- 自分の好みの味で飲める
- 本来の味からは離れてしまう



飲み方を変えるだけで印象もガラリと変わります。

日本酒に触れる第一歩として、日本酒カクテルやスパークリング日本酒という入口はいかがでしょうか。

- ☑ 日本酒が苦手な人の多くが、日本酒の味やアルコール感を苦手な理由に挙げていました。
- ☑ 実際に、若者人気の高いチューハイは、アルコール度数も低くクセのない味です。
- ☑ 焼酎で割ったチューハイ、ウイスキーで割ったハイボール…日本酒の場合ではどうでしょうか？
- ☑ 日本酒にもジュースや炭酸などで割った日本酒カクテルやスパークリング日本酒があります。

3つのアプローチ方法をご提案！

アンケート結果をもとに、若者に日本酒を手にとってもらうため

低アルコールで日本酒体験



出典：特集 - 雫 (takara.co.jp)



出典：フルーツ缶×日本酒で簡単おいしいカクテルを
3種類作ってみた！ - KUBOTAYA (asahi-shuzo.co.jp)

日本酒 初心者さんやアルコールが苦手な方
にも楽しんでいただく工夫でファンを増やす！

これなら飲める！

また飲みたい！



自社への横展開

Point!



- 「日本酒 = アルコール度数が高い」というイメージを払拭！
「意外性」を出すことでイメージチェンジ！
- 飲み方にアレンジを加えることでいつもと違う、新たな客層をゲット！

活用できる補助金

- ・ものづくり補助金
- ・事業再構築補助金
- ・フロンティア補助金
- ・小規模事業者持続化補助金 など



補助金活用事例

- スパークリング充填設備の導入
- ラベラー各種導入
 - … 例) デザイン性の高いラベル貼り 四合瓶やサンデシ対応
- 若者限定の日本酒イベントの開催
 - … 例) 会場費、POP・ポスター等の販促物作成費、デザイン外注費、マーケティング費、謝礼費など
- 新商品にあわせた新ラベルデザインの試作
 - … 例) 委託・外注費(店舗改装など自社では実施困難な業務を第三者に依頼する費用)
- 居酒屋にPOP・メニューカードを設置してもらう
 - … 例) 広報費用(新商品・新サービスを紹介するチラシ作成・配布、看板の設置等)
- 日本酒カクテルの開発
 - … 例) 新商品開発のための設備導入
インフルエンサーとの共同開発
アンケートリサーチ等による市場調査

アンカーマンのマーケティングサポートで成果が出る運用をお手伝いします

イベントサイトの活用

無料で登録できるイベントサイトを利用し、消費者とコミュニケーションもとりながら日本酒の魅力を伝えることができます。

→ SAKE TIMES、日本酒カレンダー、銘酒ネット、おいしいSAKE、酒蔵プレス

Instagram

若者の多くが使っているInstagram。

継続的に活用することで若年層に効果的に訴求することができます。

メールマガジン

気軽に登録されることで広く潜在顧客を収集できます。

コミュニケーションが継続しやすく、広告費を抑えることができるのも魅力です。

もちろん補助金活用とセットでご提案します！

アンカーマンは3つの柱+ α で酒蔵の経営をサポート！

1. 補助金サポート：「酒蔵の事業の特殊性」を理解しているからこそ最適な補助金の提案が可能！
2. 経営サポート：蔵特有の経営課題を共有し、課題解決策を提案！
3. リブランディング：「選ばれる1本」「選ばれる蔵」に向かうためのブランド戦略を提案！
4. + α 部分「マーケティングサポート」：酒蔵ツーリズムなど売れるための仕組みづくりを提案

日本で唯一、酒造業に特化したコンサル集団！

- サポート実績197社以上
- 伴走者（アンカーマン）として、蔵元様特有の悩みに寄り添う丁寧なサポート
- 蔵の将来を見据えて、縁の下の力持ちに徹するコンサル姿勢で本業に集中できる！

〒100-0005

東京都千代田区丸の内1丁目8-3 丸の内トラストタワー本館20階

TEL：03-6261-0824

メール：contact@anchorman-inc.com

HP：<https://anchorman-inc.tokyo/>

日本酒の飲み手【U24】を増やすには…！

本資料をダウンロードいただいた方へ



ZOOM or お電話にて60分の無料相談実施中！

- ・若い人にお客さんになってほしい
- ・チャレンジしたいことはあるけどお金が・・・



そう思われている蔵元さん、酒販店さんは
是非お問い合わせください



スマホの方
QRコードを読み込んでください



パソコンの方
クリックするとフォームに遷移します



https://docs.google.com/forms/d/1KkAMLZkTEEAIf7sINnw_oU0sEb0vFApazzhrZhd9C_k/viewform?edit_requested=true