

参考資料 2

グループインタビュー発言記録

この発言録は東京における男女2グループ（男性6名・女性7名）、福島における男性1グループ（7名）、高知における女性1グループ（6名）にて平成17年3月に実施した座談会形式のグループインタビューでの発言の主たるものをグルーピングし、傾向をまとめたものである。

1. お酒と聞いて何を連想しますか？

ビールを想起する人がほぼ全員であるが、清酒を挙げる人も少数見られた。

- ・一番飲むものではないが日本酒を思い浮かべる。（東京男性）
- ・ビールが最初で日本酒がそのあと。（東京男性）
- ・ビールと日本酒（東京男性）
- ・ビール、発泡酒（東京女性）
- ・清酒（東京女性／高知女性）

2. 「日本酒」と聞いて思い浮かぶものは何ですか？

味覚についての意見よりも、年齢や飲む人に触れる意見が多かった。

- ・若いうちはわからない、経験を積まないと。年を経て楽しみが増えるもの。
(東京女性)
- ・(自分が飲まないのかわからないが) おじさん。辛い。大人の味。（東京女性）
- ・おじさんが飲むもの。（高知女性）
- ・40歳以上。酒が好きなのだと言う印象。（東京男性）
- ・飲む人は強い。（東京男性）
- ・年配。（東京男性）
- ・女性には清酒に良いイメージがない。清酒イコルー升瓶で、オヤジの印象（男性の飲み物）。

3. 体に残る酒と聞いて思い浮かぶものは何ですか？

全員が清酒と答えている。しかし、実際に飲酒後、体に残るものを見直していくと、ウィスキー・ワインなども挙がってくる。飲みやすい、おいしいので飲みすぎてしまうという、味わいとしてのプラス面と並存しているようである。

- ・安物のワイン（口当たりがよく飲みすぎてしまう）（高知女性）
- ・清酒、ワイン（おいしいものは飲みすぎてしまう）（高知女性）
- ・ウィスキー、ビール（飲みすぎてしまうので）（高知女性）
- ・“良くない” 清酒を飲むと悪酔いするのは事実。（福島男性）

- ・旅館などでお銚子の熱燗が出てくると嫌になる。まずい。銘柄も分からない

(福島男性)

4. 「清酒は体に残る」というイメージの理由は何ですか？

残るイメージは商品の良さによる飲みすぎがここでも指摘されている。

- ・「おいしいので飲みすぎてしまう」と、実際に清酒を飲んでいる夫がそう言っている。(高知女性)

- ・冷酒は飲みやすいので飲みすぎてしまう。(高知女性)

- ・冷酒は飲みやすいし、特に夏に飲むので、飲みすぎてしまうから。(高知女性)

- ・(自分は)清酒で悪酔いはしない。悪酔いするという人が分からない。要は飲みすぎ。(福島男性)

5. 酒のつくりなどについて知っていますか？

何か違いがあることは皆知っているが、正しく理解している人は少ない。言われて聞いたことがあるというレベルである。

- ・「吟醸」との言葉を全員が聞いたことはあるが、「吟醸」とは何かを知っている人はゼロであった。(高知の女性グループ)

- ・精米による違いで名称が変わること。(東京男性)

- ・大吟醸・吟醸は知っている。40代の男性に教えてもらったのがきっかけで、以来、メニューを見るようになった。(東京女性)

6. 清酒を選ぶときの基準は何ですか？

選び方はそれぞれで、「自分のため」と「人へのギフト」でも差異があった。しかし、双方とも明確な基準が確立されているとは言い難い。

- ・メニューなどに書いてある産地や甘い・辛い、推奨の一言。(高知女性)

- ・店のお奨めのものは飲んでみる。(高知女性)

- ・メニューなどにある「女性でも飲みやすい」という言葉。(高知女性)

- ・「のみやすい」、その日の気分で。結局は勘で選んでいる。(高知女性)

- ・詳しくないので、高いものはおいしいというイメージがある。(東京女性)

- ・ご当地モノ、良いものがほしいときは酒屋で、そこそこの場合はお土産屋で選ぶ。

(東京女性)

7. 容器についてはどのような印象を持っていますか？

一升瓶についてはいい印象は聞けなかったが、ボトルデザインには注目を集める効果がありそうである。

- ・重いので一升瓶は買わず紙パックを買う。(高知女性)

- ・一升瓶の方がリサイクルには向いている。(東京男性・女性)

- ・一升瓶は、置く場所がなく、邪魔になる。飲んべえのイメージ。(東京男性)
- ・重々しい、おしゃれでない。(東京女性)
- ・一升瓶の方がラベル自体が大きくなるので、ラベルにおしゃれさを感じることもある。(東京女性)
- ・銘柄が良くわかる容量の小さいサイズが欲しい。(福島男性)
- ・一升瓶を女性が買うのは恥ずかしい。(福島男性)
- ・とっくり型の小容量ボトルの清酒を女性に贈ったら喜ばれた。(福島男性)
- ・割高感がない良い酒の四合瓶であれば買いたい。(福島男性)

8. 清酒のテレビコマーシャルの印象にはどのようなものがありますか？

あまり印象が強いようには見受けられなかった。

- ・通り過ぎていくもので、インパクトがない。(高知女性)
- ・若々しさ、ポップさが無い。(高知女性)
- ・斬新さが無い。昔から(芸能人が)飲んでる場面だけ。これでは飲みたいとは思わない。(福島男性)
- ・清酒のコマーシャルは何を訴えたいのか分からない。芸能人の着物姿・・・?
(福島男性)
- ・蔵元の社長がでてきて、難しい専門用語を並び立てて自社製法の素晴らしさを語るだけのようなもの。これも飲みたい気持ちにはならない。(福島男性)

9. 自分自身の飲み方は変化してきましたか？

多くの方が変化を経験している。総じて飲酒量が減る傾向を示している。

- ・ダイエットのため、家で飲む頻度・量は減らしている。(東京女性)
- ・外で飲む2杯目は、昔は甘めのものであったが翌日に残るので、最近は焼酎などのさっぱり系。(東京女性)
- ・カクテルなど味の濃いものが好みで量も多かったが、最近はおっさりしたものが好みで、量も減っている。(東京女性)
- ・ビールが減って、焼酎(お湯割り)が増えた。焼酎は酔わない気がする。
(高知女性)
- ・結婚して夫が飲まないため、家でも少ししか飲まなくなり、そのため弱くなった。
(高知女性)
- ・酒に弱くなって量を飲まなくなった。(東京男性)
- ・外では日本酒より焼酎を飲むようになった。酔いが残らないからだ。(東京男性)

10. 今後清酒を飲む機会は増えると思いますか？

全体的には減少傾向である。しかしながらコメントの端々に活路を見つけるヒン

トが存在しているように考えられる。

- ・清酒に変えるには、日本の文化なども知っておくことが必要。(高知女性)
- ・増やしていきたい。食器や料理と組み合わせて、生活に和を取り入れていきたい。
(高知女性)
- ・自分は変わらないが、世間的には清酒業界が努力しないと衰退するような気がする。(東京女性)
- ・自分自身は変わらないと思うが、一升瓶のイメージでは若い人には受けない。
(東京女性)
- ・自分自身は変わらないと思うが、もっと料理との組み合わせが必要では・・・。
(東京女性)
- ・女性の心を惹くようなアピール(料理、イベント)があれば、飲むかもしれないけれど。(東京女性)
- ・よほどのことがないと飲まない。飲みやすければ。(東京男性)
- ・良い酒がリーズナブルに買えれば飲むと思う。(福島男性)
- ・自分はたまたま最近、清酒を飲む機会があり親しみだした。まだ入り口なのでこれからが楽しみだ。(福島男性)