

アンケート調査について 1

消費者の皆様には日本ワインの魅力はもとより、フードマッチング等の料飲店や家庭内での日本ワインの楽しみ方を知っていただき、日本ワインをより身近に感じていただくことによって、日本ワインの消費の喚起を促し、全国的な日本ワインの認知拡大・PRにつなげるため、全国12会場を同時にオンラインで繋げ、分散型オンラインセミナーを実施。各会（2回×3）合計6回開催の際、参加者向けにアンケートを実施した結果をまとめる当レポートは、日本ワインの嗜好を属性別に調査することを目的としています。合計1253人の参加者のうち、767人のアルコール飲料消費者が、指定された会場のテーブルに置かれた紙のアンケートに回答した結果を当レポートでまとめています。

調査は、属性ごとに消費者の習慣や好みを調査をする方向性で進め、分析はワインに対する消費者の経験、習慣、行動、好み等を調査することにより、日本ワインの消費拡大の可能性を探ることを目的としています。

・ アンケート期間

- ・ 11月4日（水）、11月18日（水）、11月25日（水）
- ・ 第1部 17時～19時、第2部 19時30分～21時30分

・ アンケート開催場所：全国12か所

札幌(GRANITA)・仙台(トラットリア・カンパニオ)・東京(カラビンカ)・横浜(コロニアルビーチ)・長野(Café 駅前テラス)・金沢(JIM H ALL)・名古屋(南風 新栄葵店)・大阪(炭味家別館)・高松(レガール)・広島(HIROSHIMA ITALIAN AO)・福岡(ONE DROP)・熊本(壺之倉庫)

・ 募集人員

- ・ 各会場各回20名（合計1440名）
- ・ 最終参加者 1253名

・ ターゲットグループ

- ・ 日本ワインを身近で楽しむ会の参加者1253名

・ アンケート形式

- ・ 紙、無記名式
- ・ 内容→添付A

・ データ収集とアンケート

- ・ アンケートは匿名であり、収集されたすべての情報は調査の目的以外には使用しない旨とします。アンケートの記入時間は平均で5～10分程度であり、記入に際して参加者に金銭などは提供していません。
- ・ （本イベントの参加者は1253名で）内800枚弱のアンケートを回収し、統計および記述による分析に使用しました。
- ・ 最初のセクションでは、回答者の属性（性別、年齢、職業、収入レベル）の情報を収集しました。
- ・ アンケートの2番目のセクションでは、お酒消費者の習慣を分析するために8つの質問を用意し、頻度、種類などに関連し飲酒パターンの嗜好を調査した。
- ・ アンケートの3番目のセクションでは、ワインについて消費者の習慣を分析するために10の質問を用意し、頻度、種類などに関連し飲酒パターンの嗜好を調査した。
- ・ アンケートの最後のセクションでは、日本ワインについて消費者の習慣を分析するために6の質問を用意し、回答者の日本ワインに対する位置づけの情報を収集しました。
- ・ 無効な回答者（明らかに無効な回答を記入した方、または選択肢に一貫性のない回答者）は、分析前に削除しました。
- ・ 背景-参加の呼びかけはオープンな方法で（年齢以外の制限なしに）行われ、最終的な参加はランダムに選択されるプロセスのため、ワインに興味を持たれている方であること以外、事前には参加者の特性を推測することは難しいであろうと見なされました。したがって、調査で取り上げられた質問には一般的（飲酒関連）な質問が含まれ、幅広い好みや経験等の調査を行いました。

アンケート調査について 2

【調査票 P1】

本日は「日本ワインを身近に楽しむ会」にご参加いただき、誠にありがとうございます。
日本ワインの更なる発展のために、アンケートのご回答にご協力をお願いいたします。
すべて選択式となります。回答の目安は、3～5分程度です。

ご回答は、○や□に、X（バツ印）もしくは、○（塗りつぶし）をしてください。

1. 基本情報

性別

男性 女性 言いたくない

年齢

20才代 30才代 40才代 50才代 60才代 70才以上

年収

300万円以下 301～700万円 701～1100万円 1101万円以上

職種

会社員 公務員 自営業 会社役員 自由業
 専業主婦（夫） 学生 パート アルバイト 無職

・ご自身のワインの知識はどの程度だと思いますか？

初心者 1 2 3 4 5 6 エキスパート・ソムリエ

2. イベントについて

・今回のイベントのことをどこで知りましたか？

SNS マスメディア 知り合い その他

・今回のイベントで楽しかった項目にXをつけてください（複数回答可）

テイスティング（試飲） フードマッチング セミナー
 ソムリエや専門家の説明 参加者との会話 その他

3. 趣味・嗜好について

・あなたの好きな・良く飲む飲み物は何ですか？（当てはまる項目、3つまで複数回答可）

ソフトドリンク エナジードリンクやスポーツ飲料 ヨーグルトドリンクや健康系飲料 お茶
 紅茶・コーヒー アルコール類 その他

・ご自宅で飲むお酒は何が多いですか？（当てはまる項目、3つまで複数回答可）

ビール・発泡酒 ワイン シャンパン 日本酒 焼酎・泡盛
 ウイスキー・ブランデー カクテル 酎ハイ リキュール その他

・レストランで飲むお酒は何が多いですか？（当てはまる項目、3つまで複数回答可）

ビール・発泡酒 ワイン シャンパン 日本酒 焼酎・泡盛
 ウイスキー・ブランデー カクテル 酎ハイ リキュール その他

アンケート調査について 3

【調査票 P2】

・どのくらいの頻度でお酒を飲みますか？

- ほぼ毎日 週 3~4 程度 週 1 程度 月 2~3 回程度 年間数回

・どこでお酒を飲むことが多いですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 自宅 レストラン 居酒屋 ダイニングバー
 バー ホテル その他

・誰と一緒にお酒を飲むことが多いですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 配偶者もしくは恋人 家族 お友達
 会社の同僚 仕事関係 (取引先等) その他

4. ワインについて

・どのくらいの頻度でワインを飲みますか？

- ほぼ毎日 週 3~4 程度 週 1 程度 月 2~3 回程度 年間数回

・どの種類のワインを飲むことが一番多いですか？

- 赤 白 シャンパン類 デザートワイン

・どの国のワインを買うことが多いですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- フランス イタリア スペイン その他の欧州 アメリカ
 南米 オーストラリア 日本 その他

・ご自宅用にワインを選ぶ際、最も重視することは何ですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 価格 味・香り 国 (生産国) 個性
 ブドウの種類 料理との相性 ブランド ストーリー (物語)
 知名度 見た目 獲得している賞 その他

・レストランでワインを頼む際、何を重視しますか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 価格 味・香り 国 (生産国) 個性
 ブドウの種類 料理との相性 ブランド ストーリー (物語)
 知名度 見た目 獲得している賞 その他

・ご自宅で飲むワインは、どのくらい価格のことが多いですか？

- 1000 円まで 1000~2000 円まで 2000~5000 円まで
 5000~10000 円まで 10000 円以上

・レストランで飲むワインは、どのくらい価格のことが多いですか？

- ~5000 円まで 5000~10,000 円 10,000~50,000 円
 50,000~100,000 円 100,000 円以上

・ワインを何の目的で購入することが多いですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 自宅用 贈答用 祝い事 (結婚・誕生日・退職等) コレクション用 投資目的

アンケート調査について 4

【調査票 P3】

・ワインはどこで購入することが多いですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 製造元 ワイン専門店 百貨店 リカーショップ・酒屋
 スーパー インターネット ディスカウントストア 海外

・あなたがワインを選ぶ際、何を参考にしますか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 家族・知人等からのお勧め テレビや雑誌、マスメディア 飲食専門誌
 ソムリエや専門家の意見 芸能人 その他

・海外旅行をした際に行ったことがある場所があれば○をしてください。(複数回答可)

- ワイナリー ビール工場 ウイスキー工場

・日本において行ったことがある場所があれば○をしてください。(複数回答可)

- ワイナリー ビール工場 ウイスキー工場 日本酒の蔵

5. 日本ワインについて

・このイベントの前に日本ワインを飲んだことがありますか？(複数回答可)

- はい、自宅で はい、レストランで はい、その他の場所で いいえ

・日本ワインを買ったことがありますか？

- はい いいえ

・日本ワインをどこで知りましたか？(知ったきっかけ)

・いつ日本ワインのことをで知りましたか？

- 今回のイベントで この一年 2~3年前 4年前以上

・日本ワインを飲む頻度はどのぐらいですか？

- ほぼ毎日 週3~4程度 週1程度 月に2~3回程度 年間数回

・日本ワインに求めること(期待すること)は何ですか？(当てはまる項目、3つまで複数回答可)

- 価格 外国ワインと違う個性 外国ワインに並ぶ品質 味・香り
 料理との相性 ストーリー性(物語) 国際的に獲得している賞 観光資源

・日本ワインについてもっと知りたい情報は何か？(複数回答可)

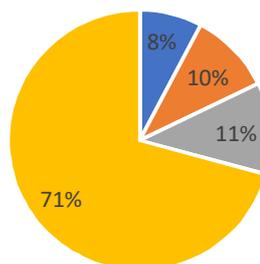
- 日本ワインについての基本情報 ワイナリーについて ワイン選びについて
 ランキング等 ワイナリーツアー等の観光情報 フードマッチング
 その他。宜しければ、詳しくお聞かせください：

最終回答 767名 (回答率52%)

	n	%
性別 (739)		
女性	394	53%
男性	345	47%
年齢 (735)		
20代	60	8%
30代	97	13%
40代	204	28%
50代	219	30%
60代	126	17%
70才以上	29	4%
年収 (697)		
300万円以下	178	26%
301～700万円	253	36%
701～1100万円	156	22%
1101万円以上	110	16%
職種 (722)		
会社員	316	44%
公務員	47	7%
自営業	108	15%
会社役員	96	13%
自由業	23	3%
専業主婦(夫)	44	6%
学生	6	1%
パート	37	5%
アルバイト	13	2%
無職	32	4%



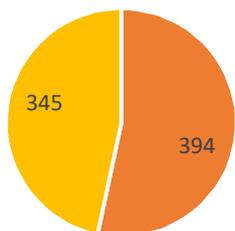
今回のイベントを知った きっかけ



■ マスメディア ■ その他 ■ SNS ■ 知り合い

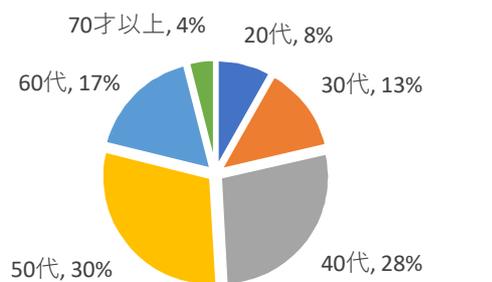
アンケート結果（参加者全体の分析： n-739） 1

性別



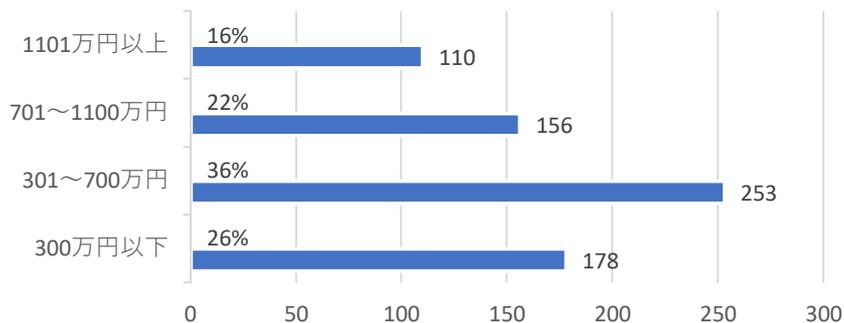
■ 女性 ■ 男性

年齢

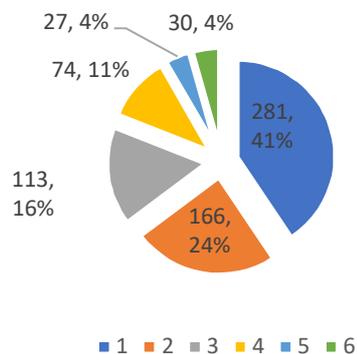


■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70才以上

年収

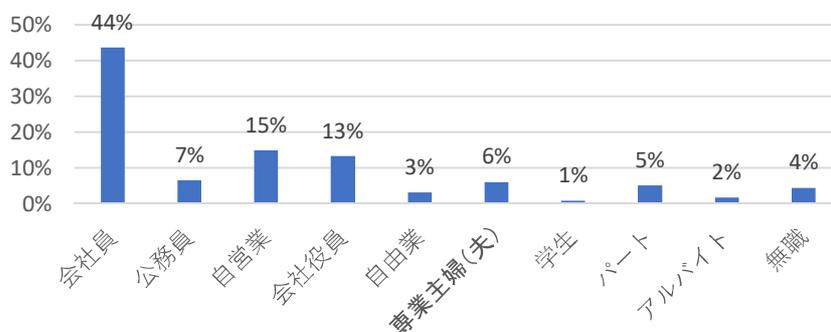


ワインの知識レベル



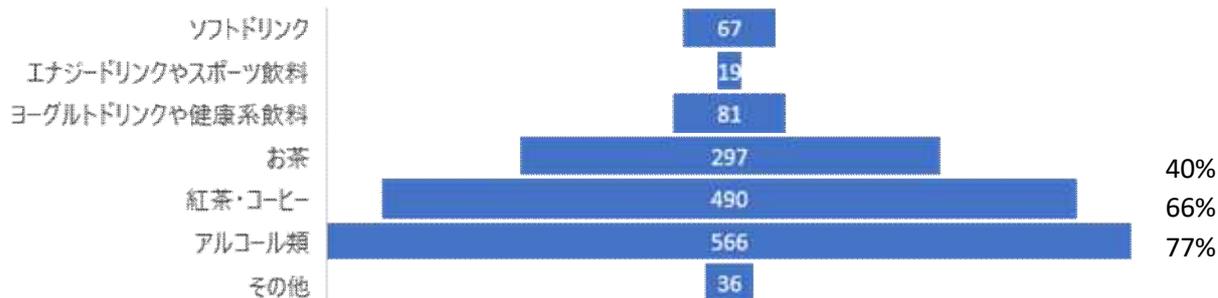
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6

職種

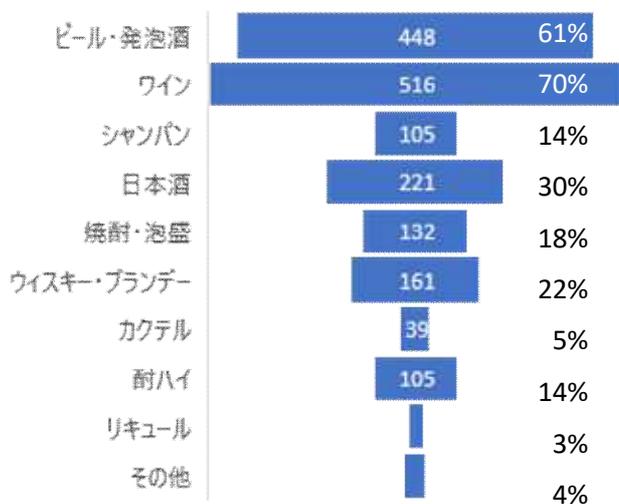


アンケート結果（参加者全体の分析： n-739） 2

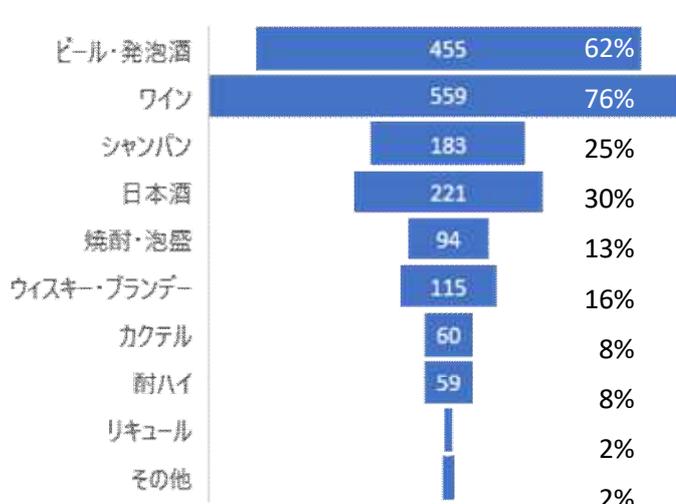
好き・良く飲む飲物



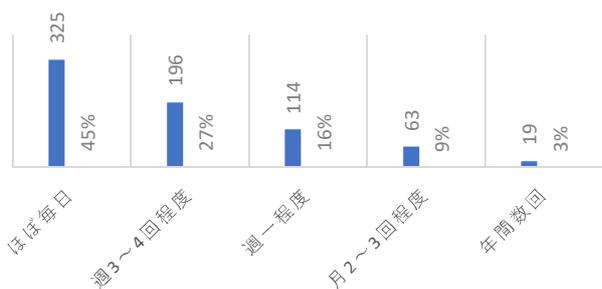
自宅で良く飲むお酒



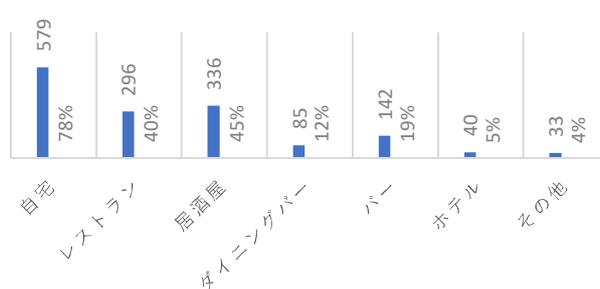
レストランで良く飲むお酒



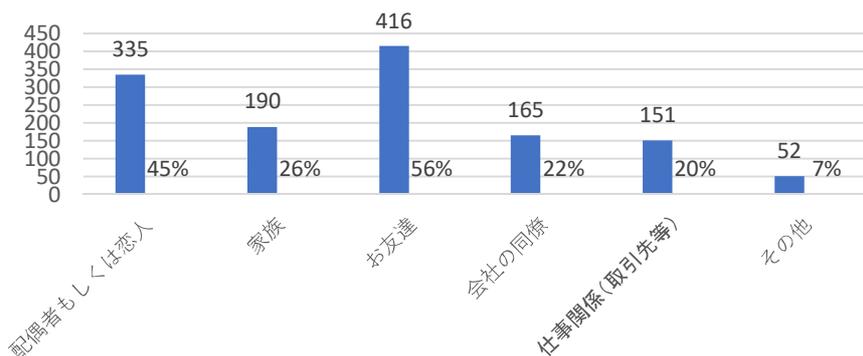
お酒を飲む頻度



お酒を飲む場所

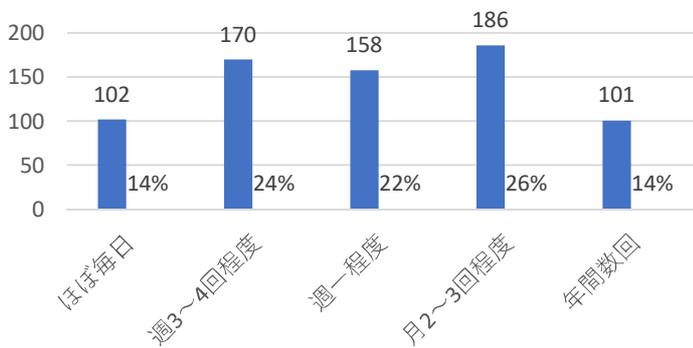


誰とお酒を一緒に飲む



アンケート結果（参加者全体の分析： n-739） 3

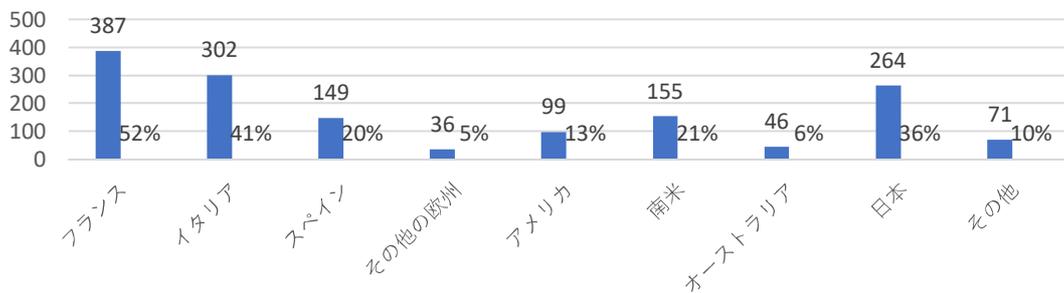
ワインを飲む頻度



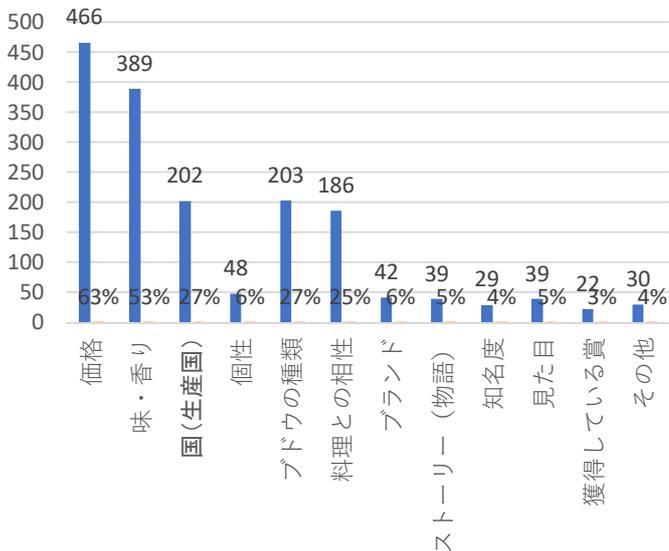
最も好むワインの種類



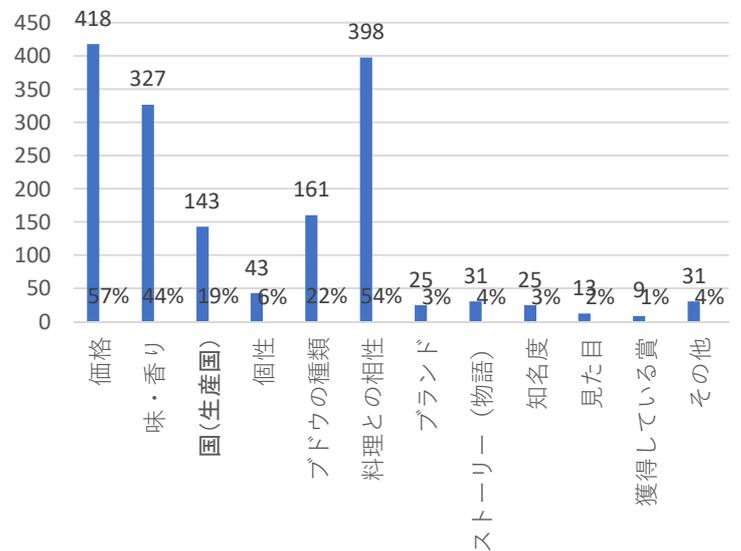
良く買うワイン産地



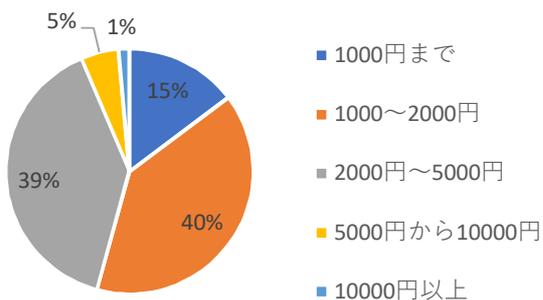
自宅用にワイン選ぶ際重視すること



レストランでワイン選ぶ際重視すること



自宅用のワイン価格

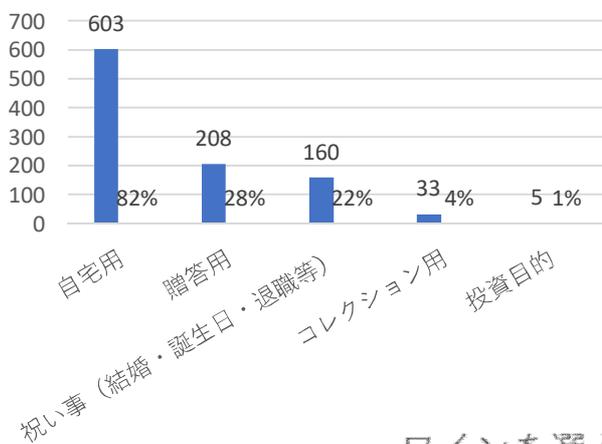


レストランで買うワイン価格

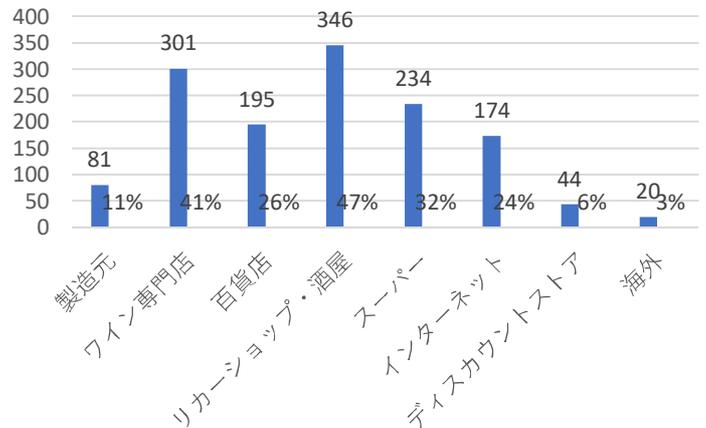


アンケート結果（参加者全体の分析：n-739） 4

ワインを買う目的



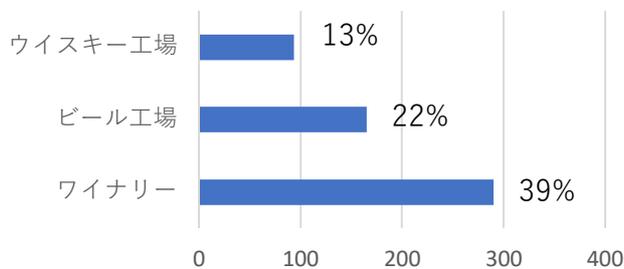
ワインを購入する場所



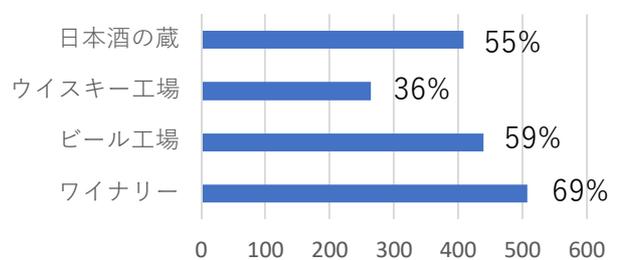
ワインを選ぶ際参考にすること



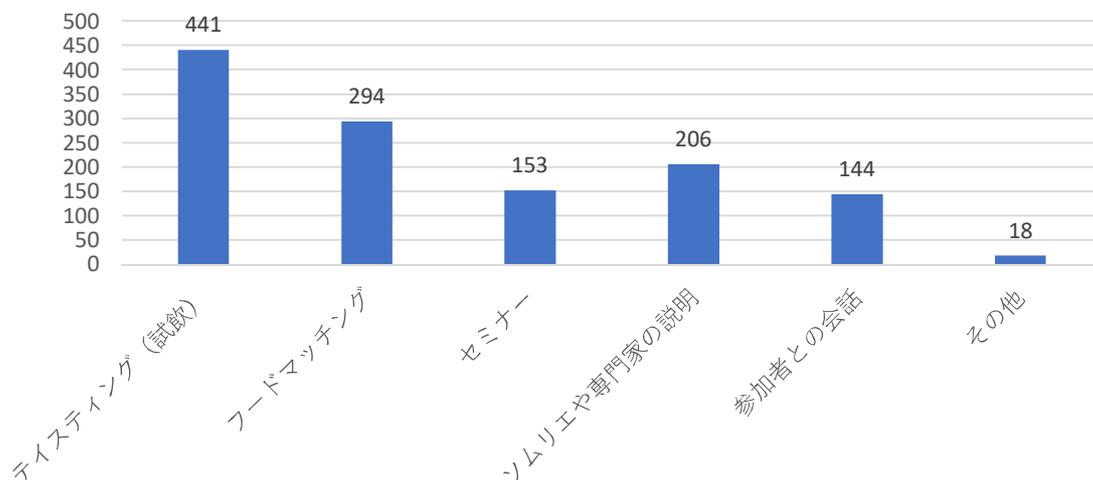
海外旅行で行った事がある



日本で行った事がある

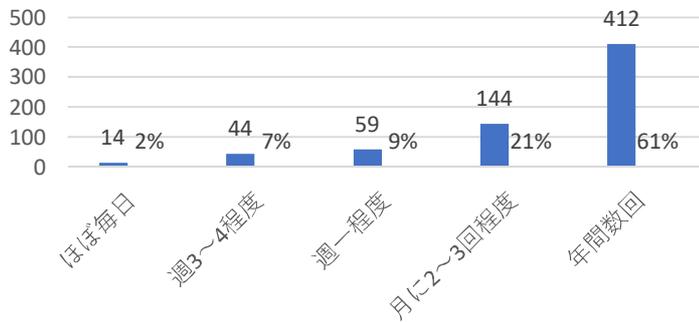


今回のイベントで楽しかった項目

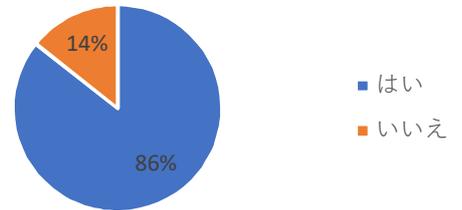


アンケート結果（参加者全体の分析： n-739） 5

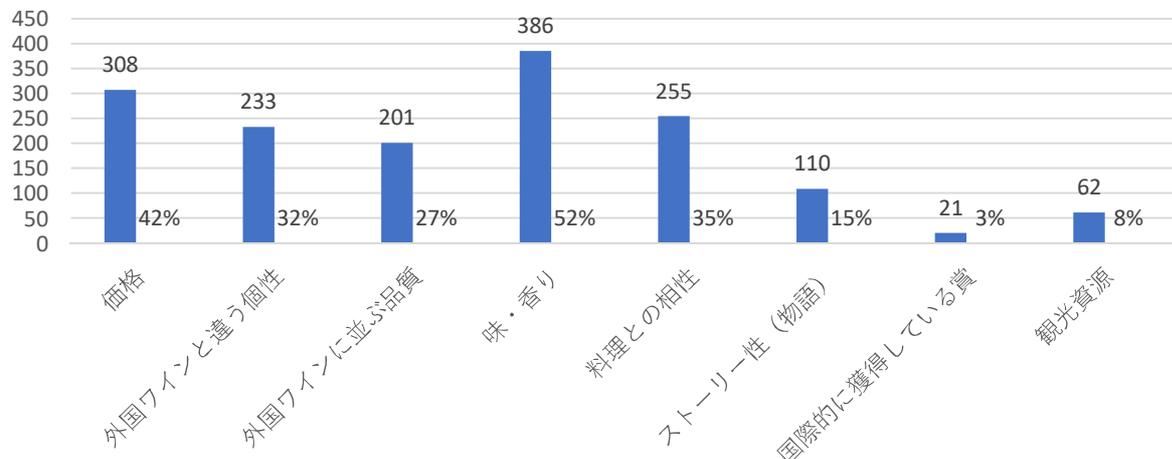
日本ワインを飲む頻度



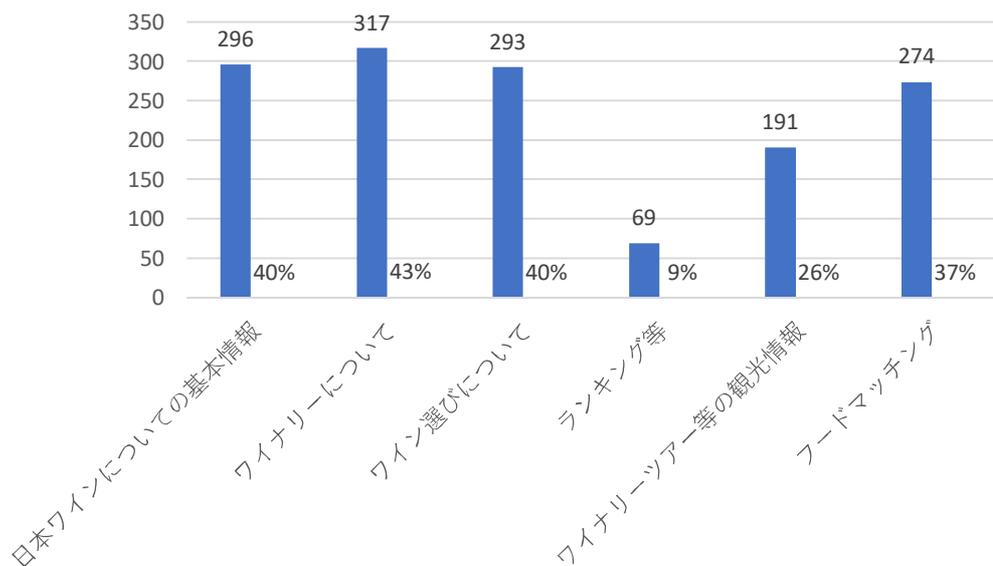
日本ワインの購入経験



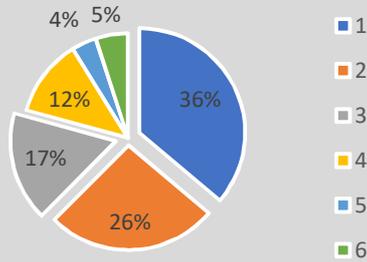
日本ワインに求めるもの



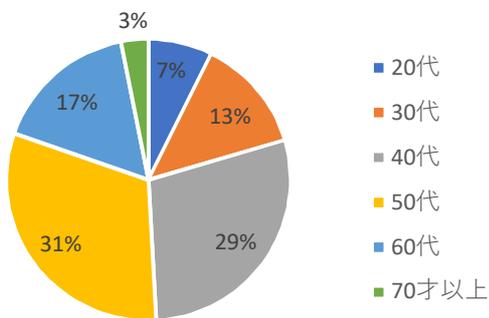
日本ワインについて知りたいこと



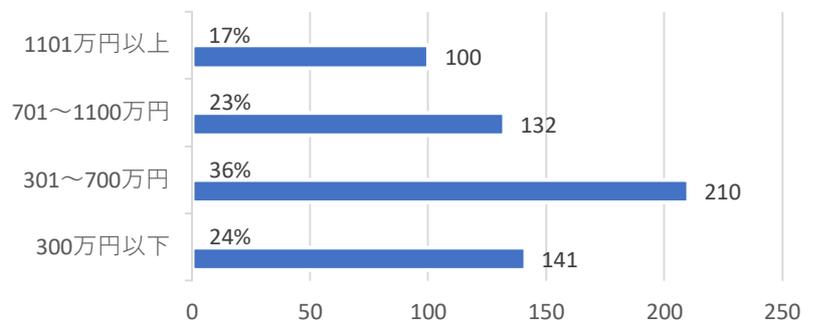
ワインの知識レベル



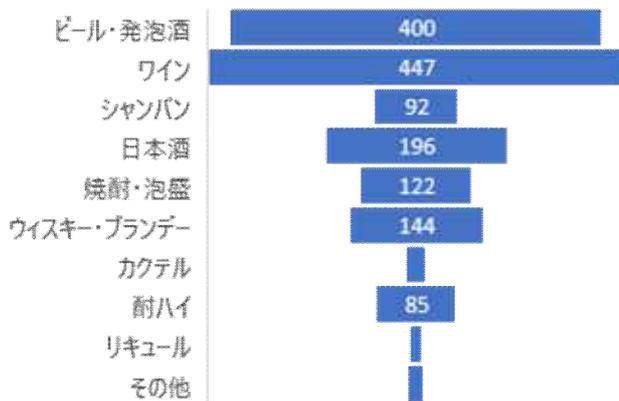
年齢



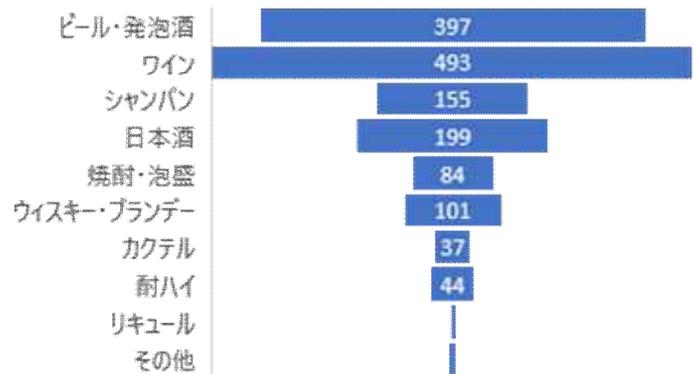
年収



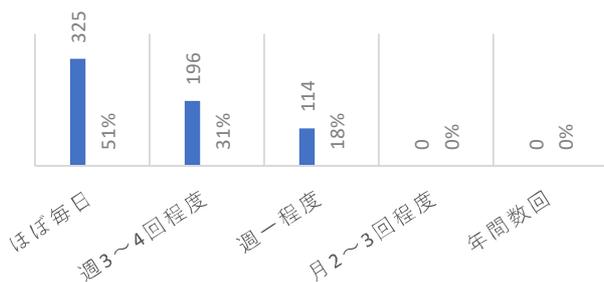
自宅で良く飲むお酒



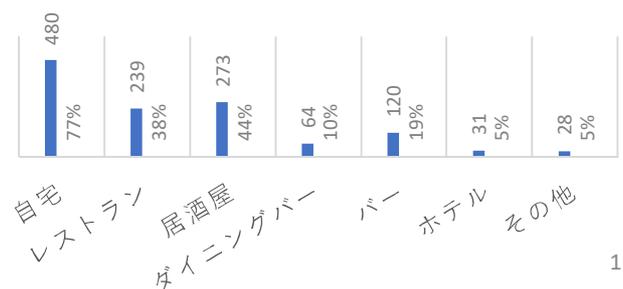
レストランで良く飲むお酒



お酒を飲む頻度

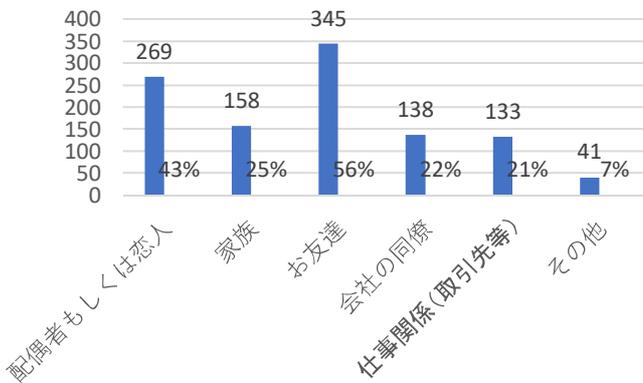


お酒を飲む場所

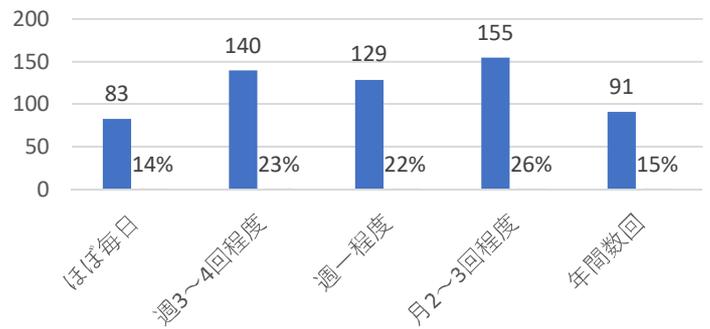


アンケート結果（サブカテゴリ①よくお酒を飲む人：n-621） 2

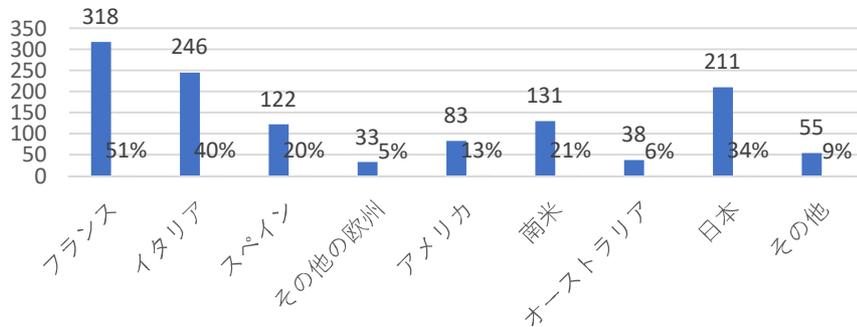
誰とお酒を一緒に飲む



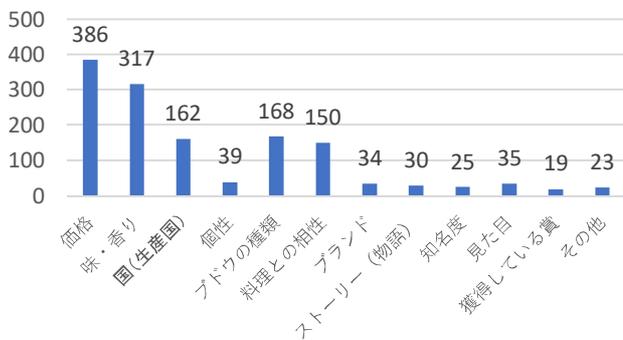
ワインを飲む頻度



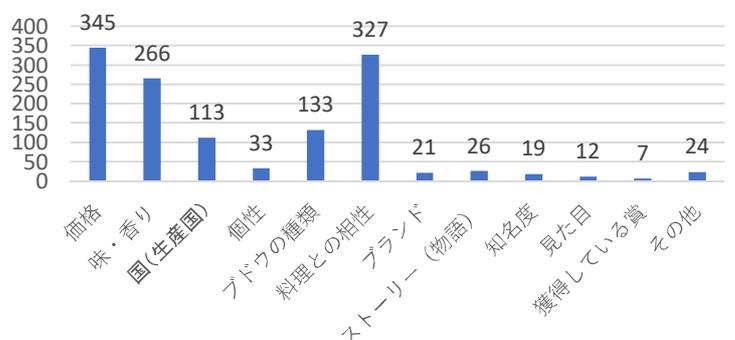
良く買うワイン産地



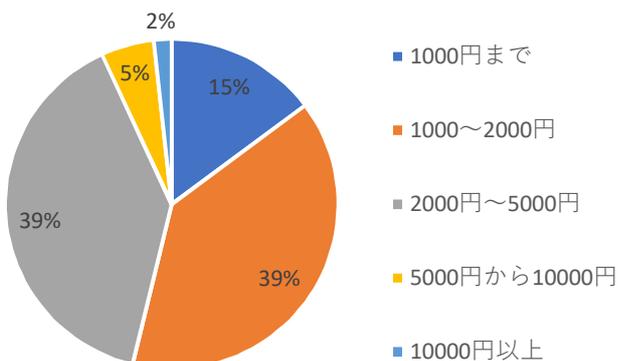
自宅用にワイン選ぶ際重視すること



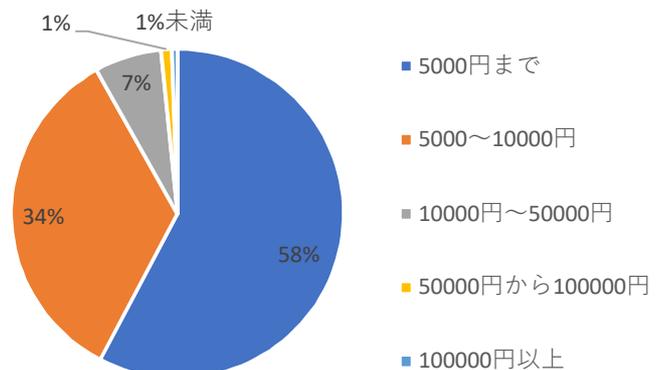
レストランでワイン選ぶ際重視すること



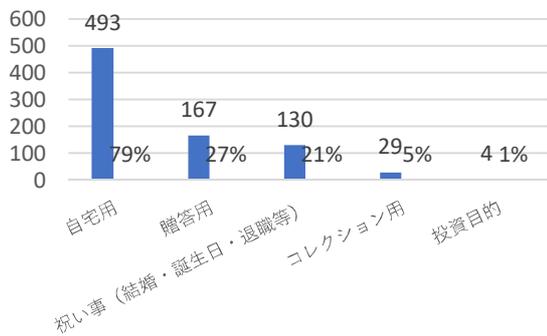
自宅用のワイン価格



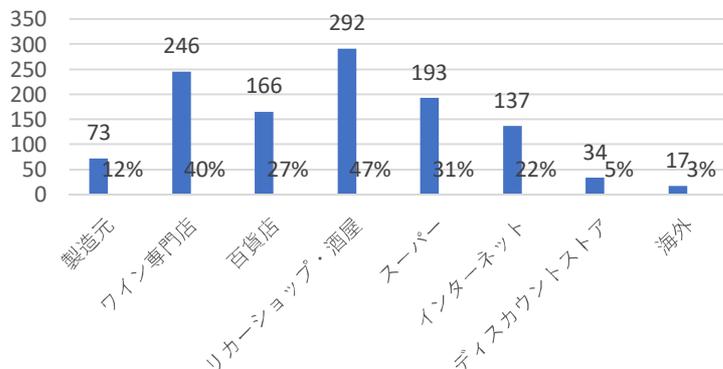
レストランで買うワイン価格



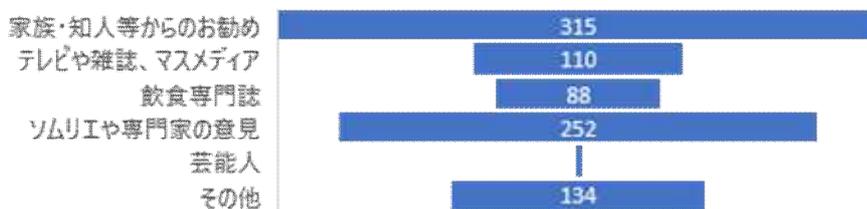
ワインを買う目的



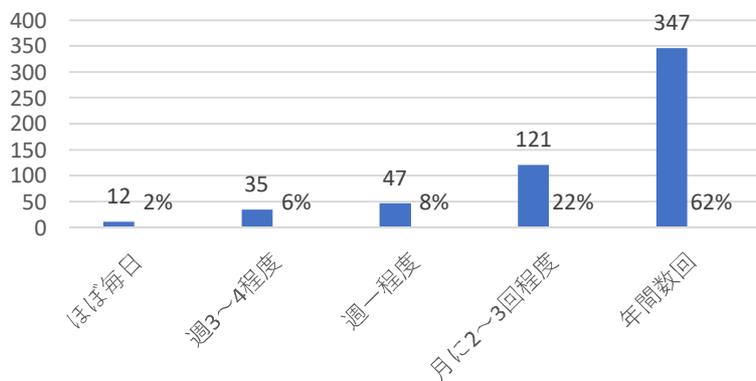
ワインを購入する場所



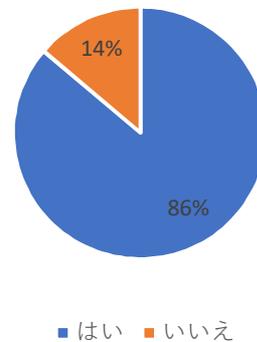
ワインを選ぶ際参考にするもの



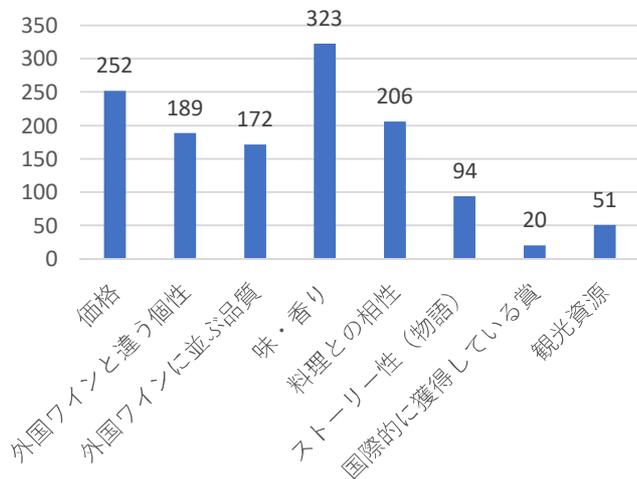
日本ワインを飲む頻度



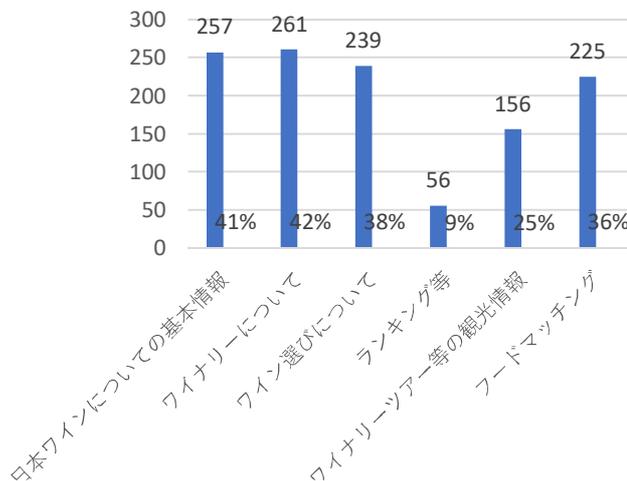
日本ワインの購入経験



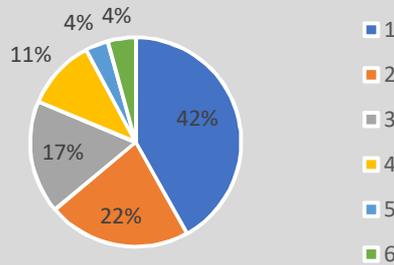
日本ワインに求めるもの



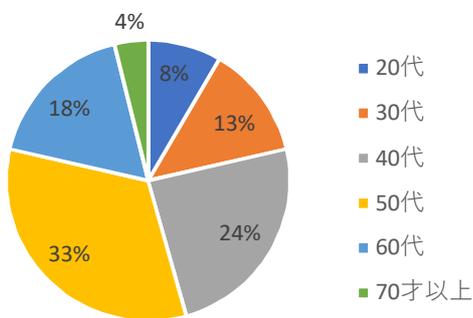
日本ワインについて知りたいこと



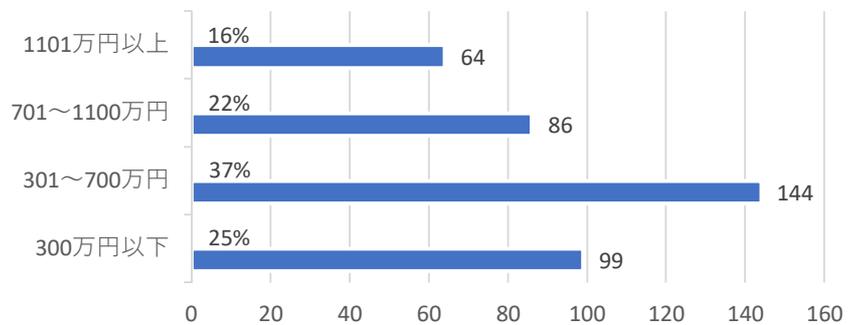
ワインの知識レベル



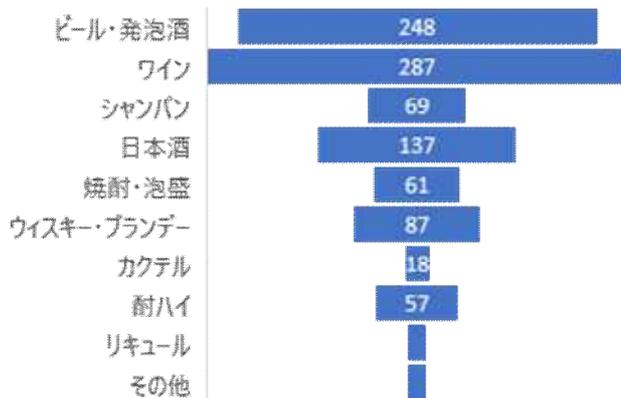
年齢



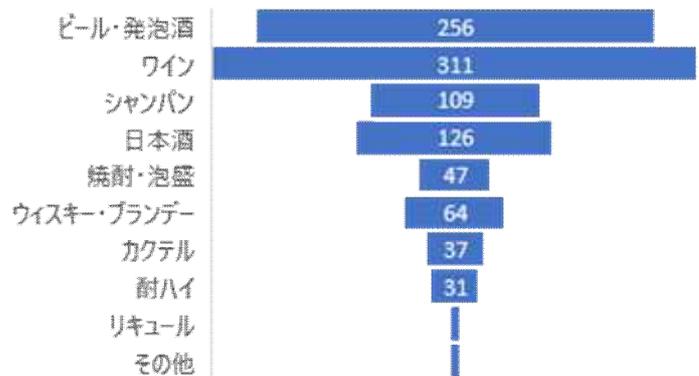
年収



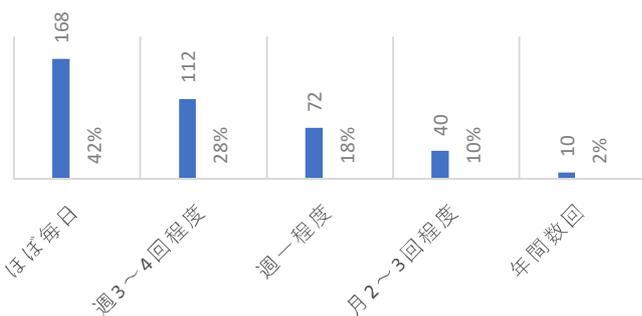
自宅で良く飲むお酒



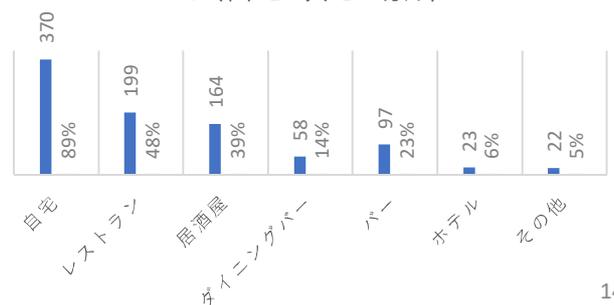
レストランで良く飲むお酒



お酒を飲む頻度

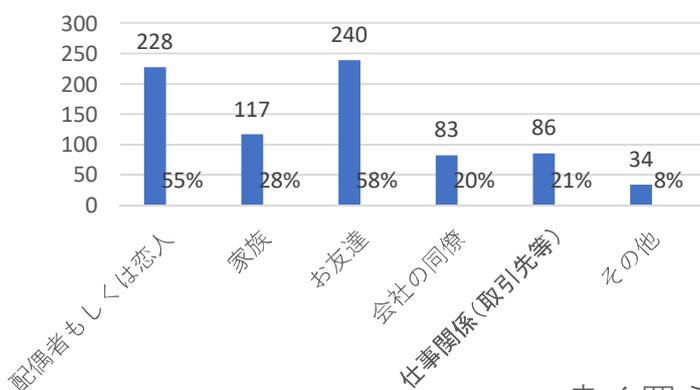


お酒を飲む場所

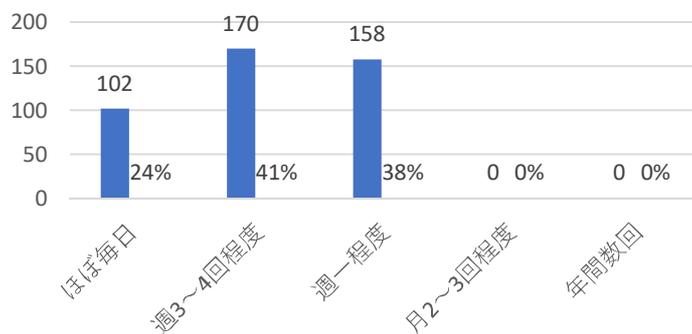


アンケート結果（サブカテゴリ②よくワインを飲む人：n-417） 2

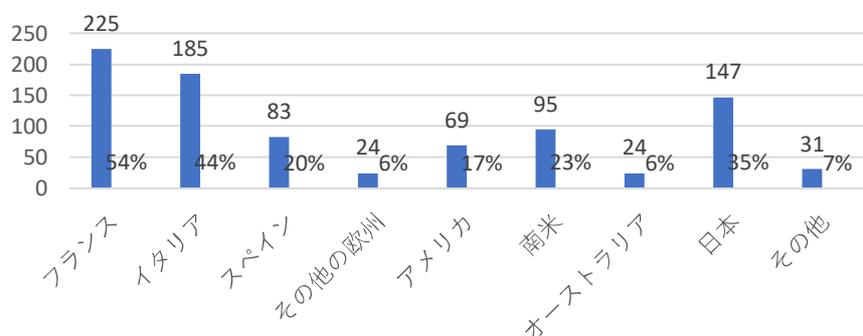
誰とお酒を一緒に飲む



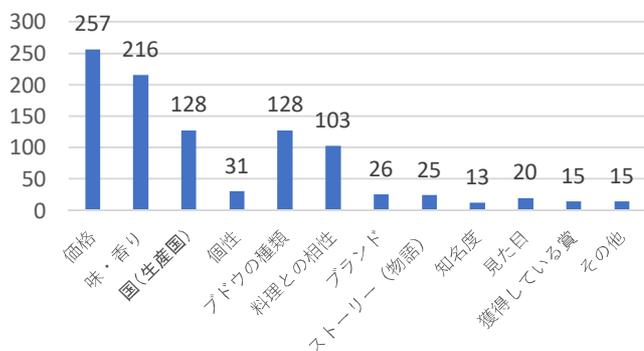
ワインを飲む頻度



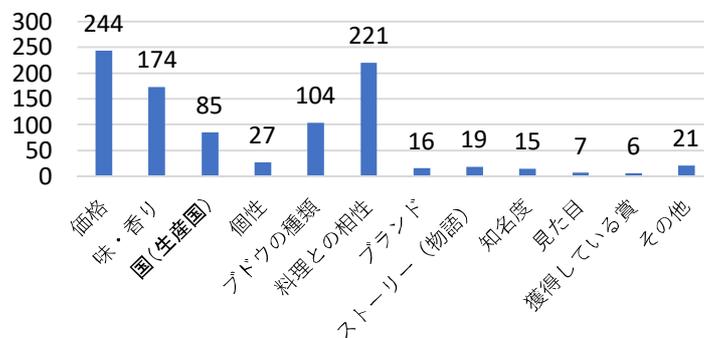
良く買うワイン産地



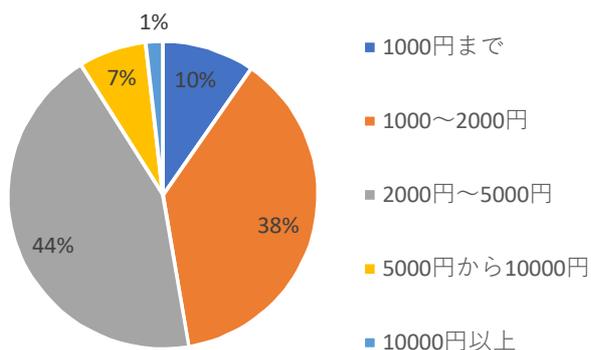
自宅用にワイン選ぶ際重視すること



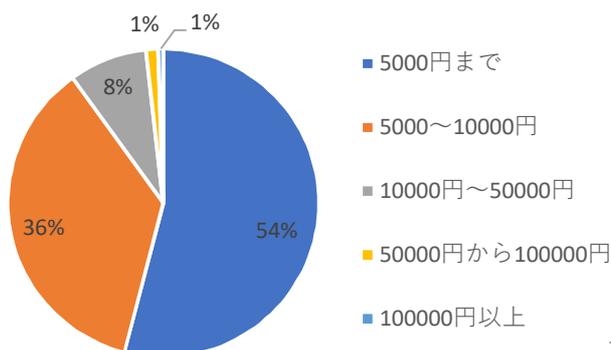
レストランでワイン選ぶ際重視すること



自宅用のワイン価格

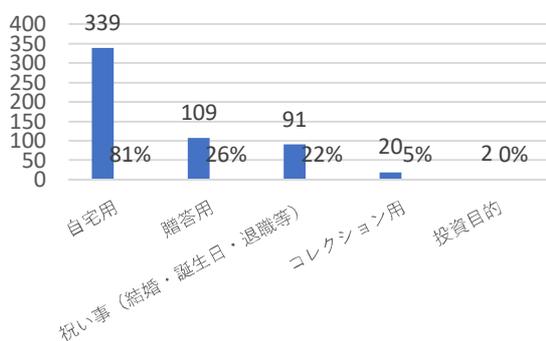


レストランで買うワイン価格

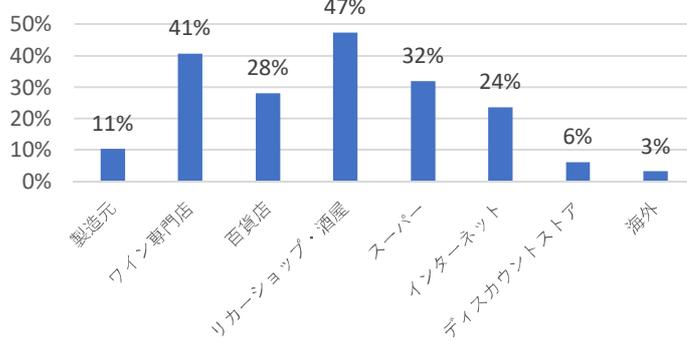


アンケート結果（サブカテゴリ②よくワインを飲む人：n-417） 3

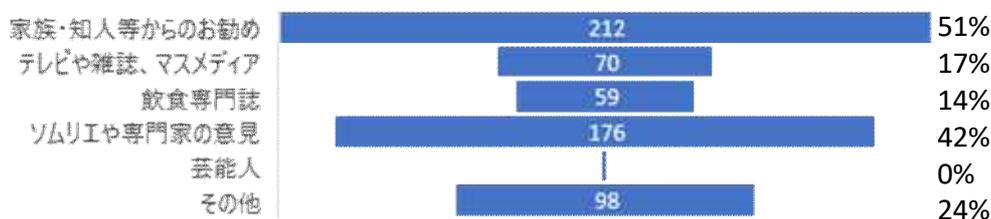
ワインを買う目的



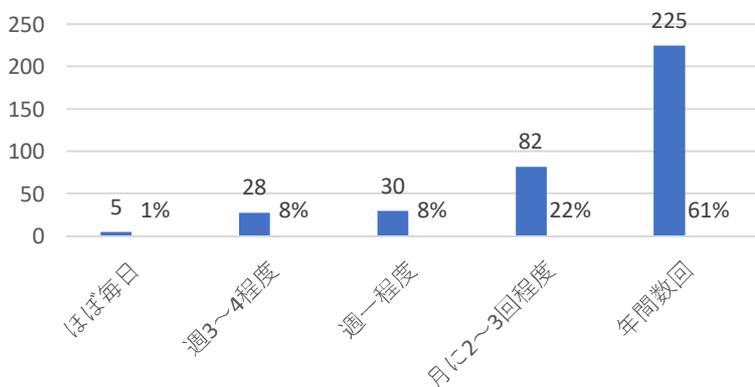
ワインを購入する場所



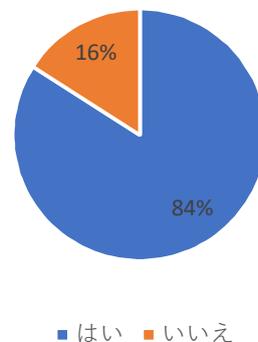
ワインを選ぶ際参考にすること



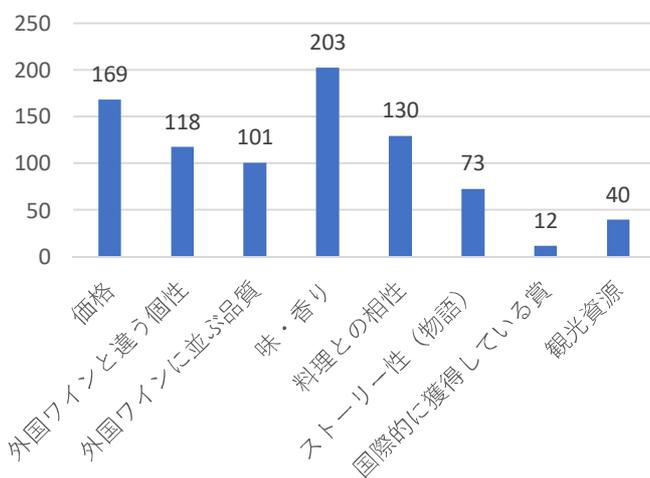
日本ワインを飲む頻度



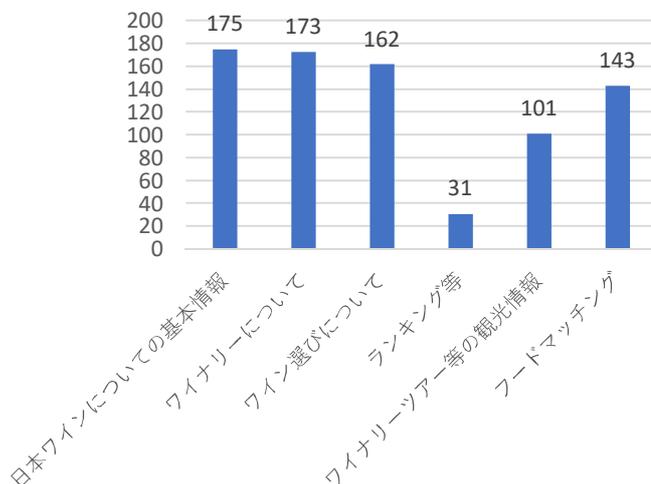
日本ワイン購入経験



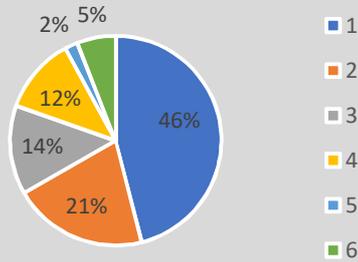
日本ワインに求めるもの



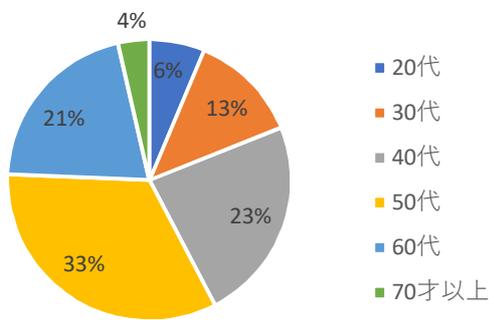
日本ワインについて知りたいこと



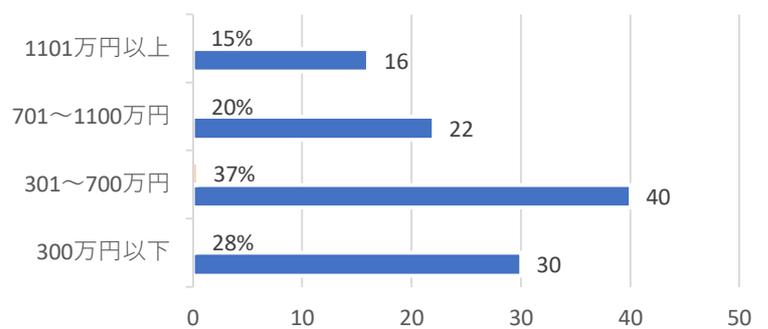
ワインの知識レベル



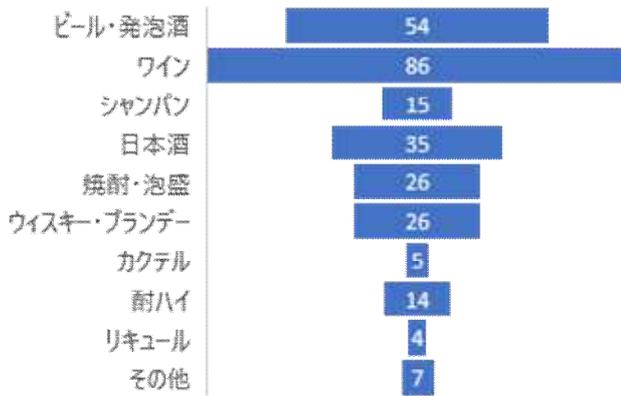
年齢



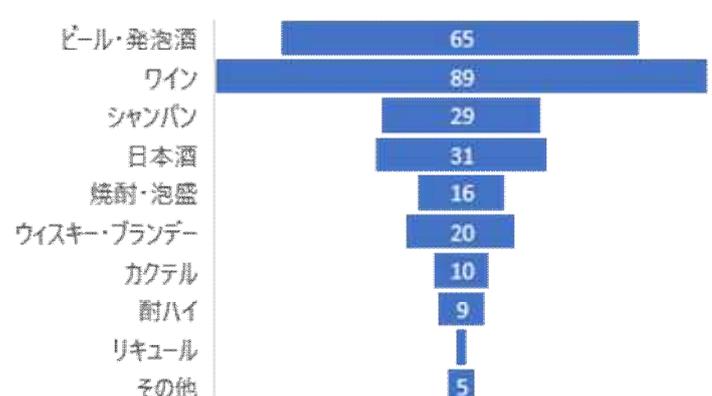
年収



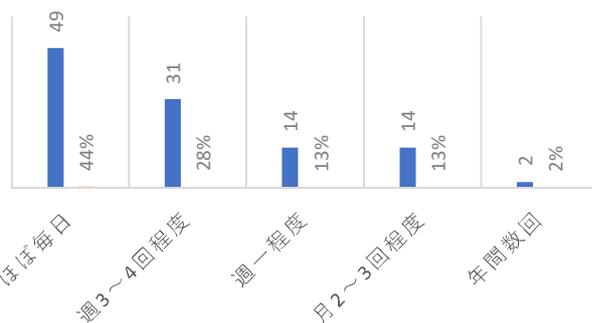
自宅で良く飲むお酒



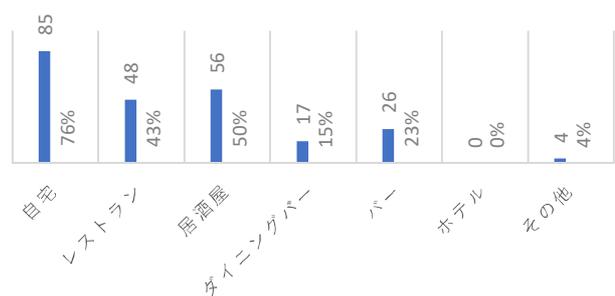
レストランで良く飲むお酒



お酒を飲む頻度

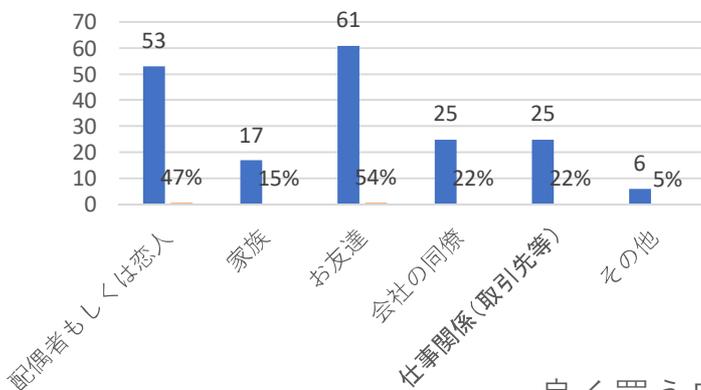


お酒を飲む場所

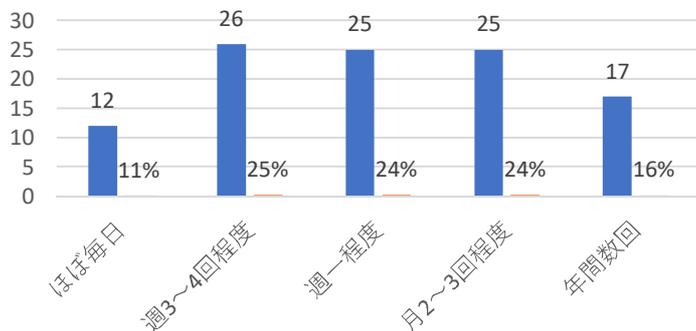


アンケート結果（サブカテゴリ③よく日本ワインを飲む人：n-112） 2

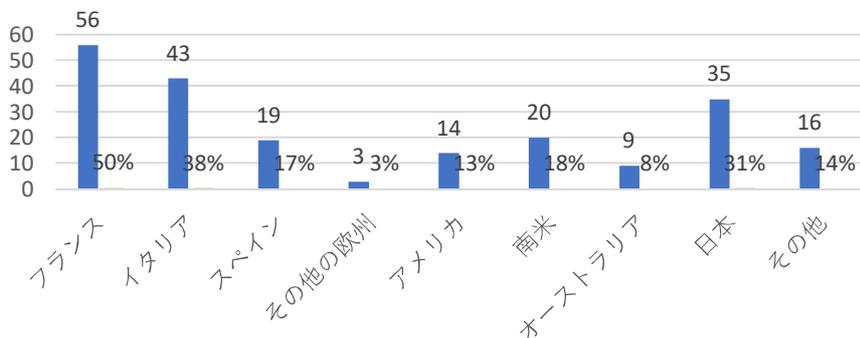
誰とお酒を一緒に飲む



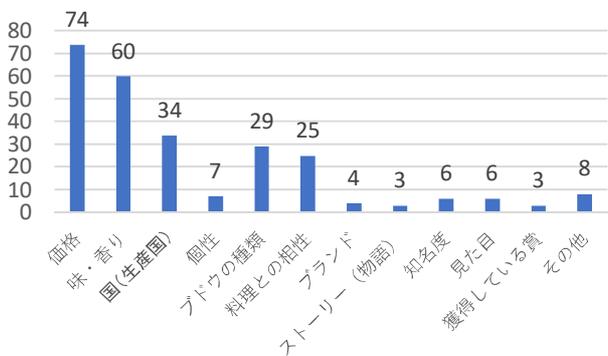
ワインを飲む頻度



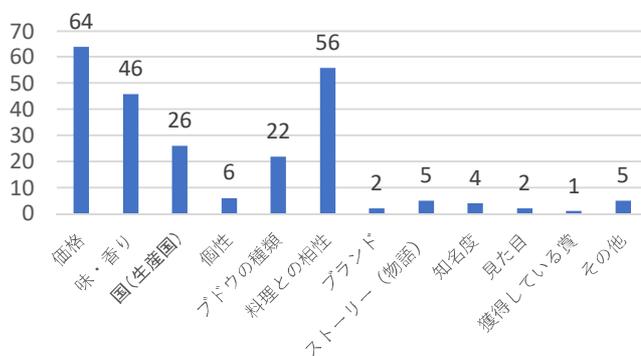
良く買うワイン産地



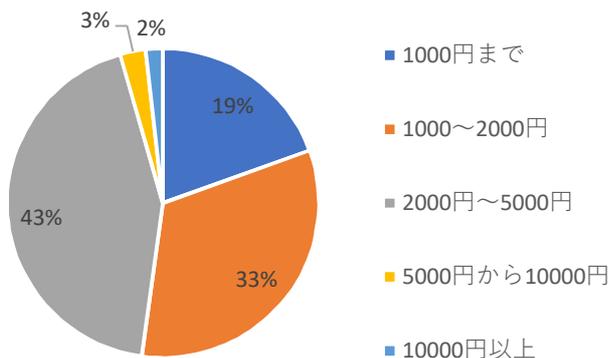
自宅用にW選ぶ際重視すること



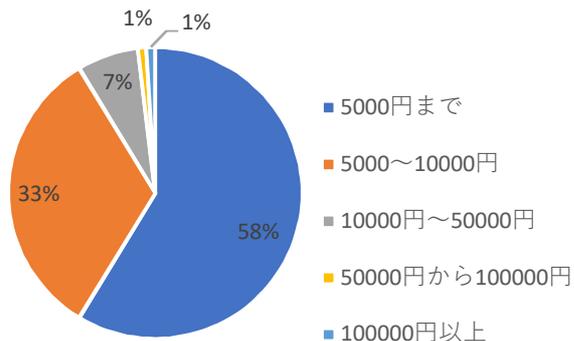
レストランでW選ぶ際重視すること



自宅用のワイン価格

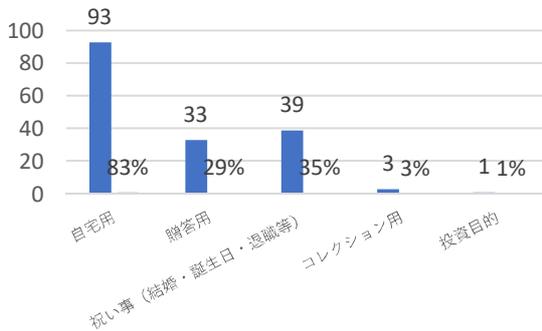


レストランで買うワイン価格

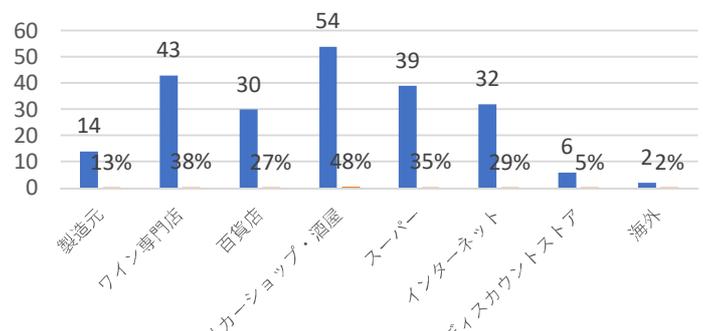


アンケート結果（サブカテゴリ③よく日本ワインを飲む人：n-112） 3

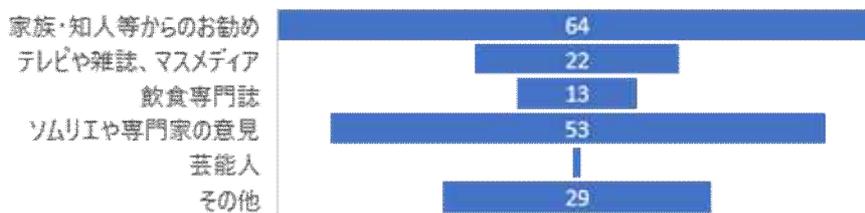
ワインを買う目的



ワインを購入する場所



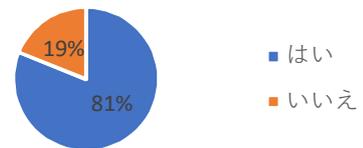
ワインを選ぶ際参考にすること



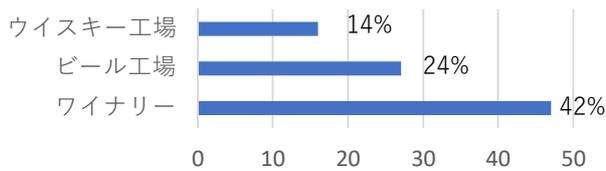
日本ワインを飲む頻度



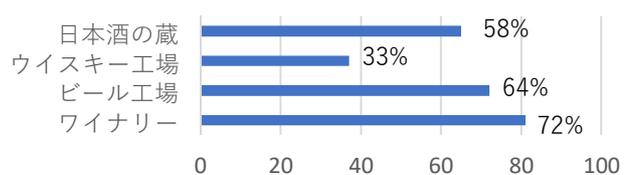
日本ワイン購入経験



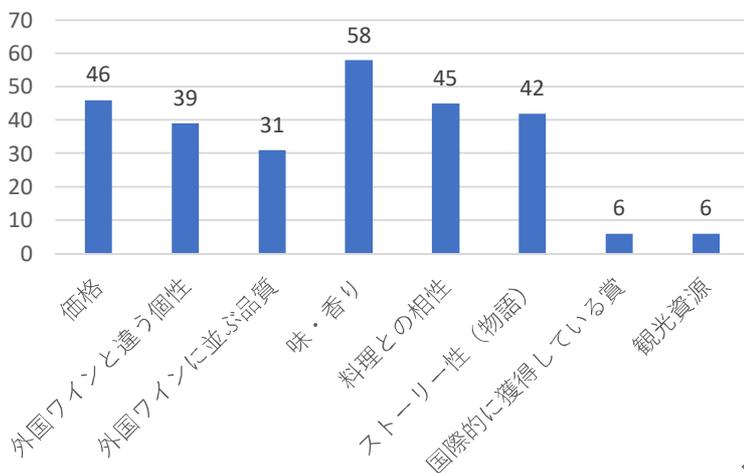
海外旅行で行った事がある



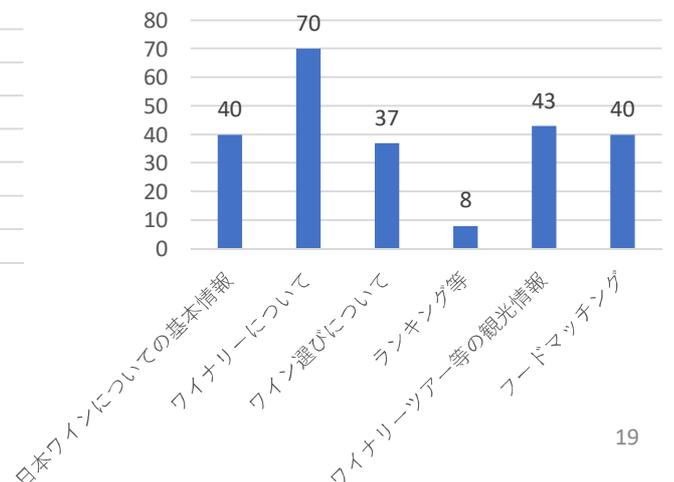
日本で行った事がある



日本ワインに求めるもの

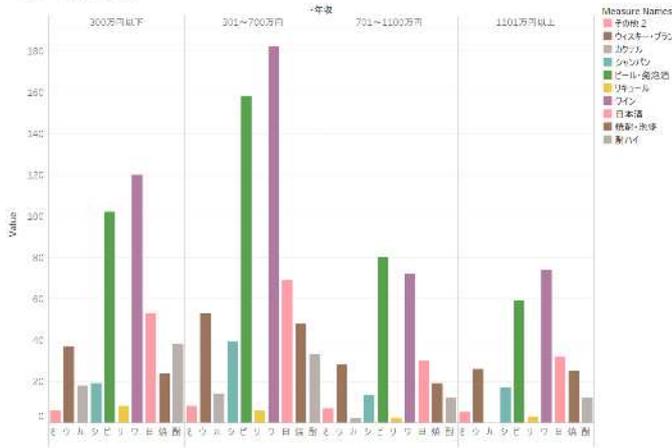


日本ワインについて知りたいこと

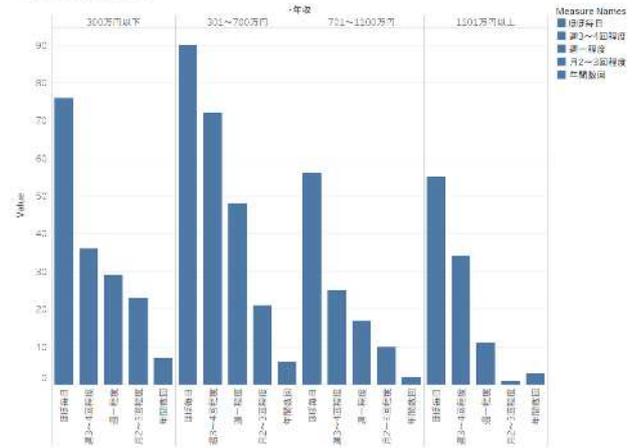


アンケート結果（比較グラフ）

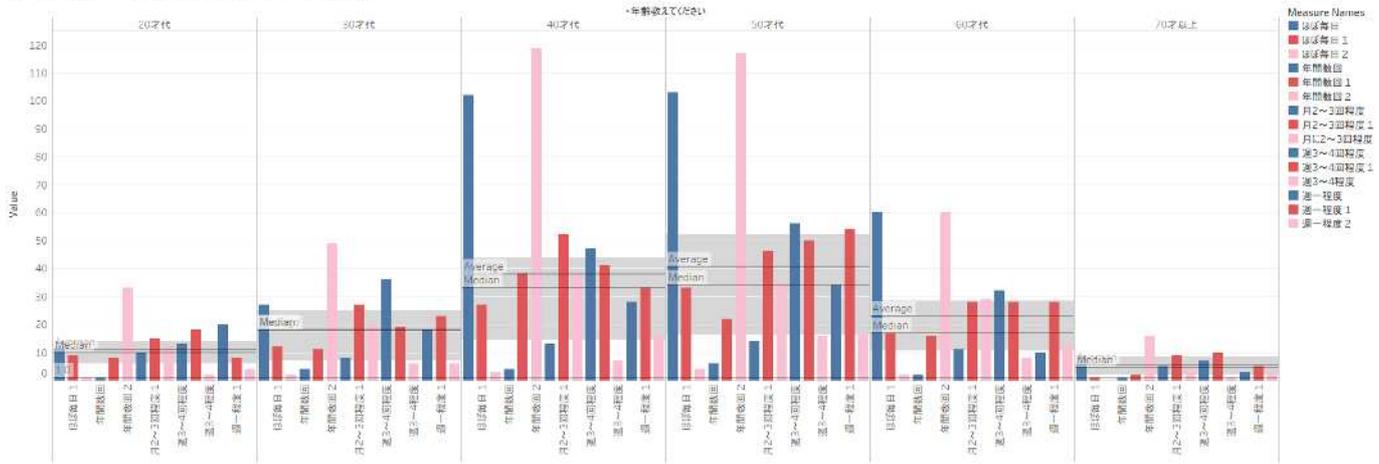
年収 × 良く飲むお酒



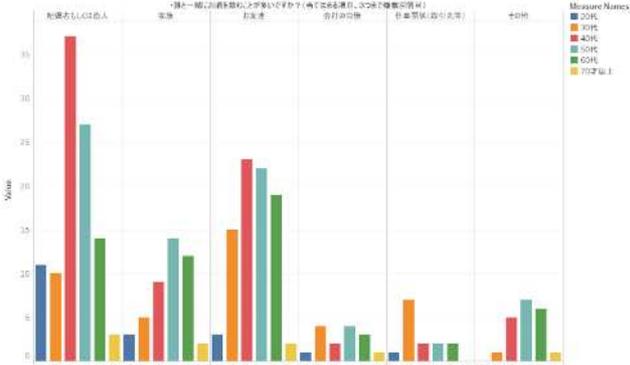
年収 お酒を飲む頻度



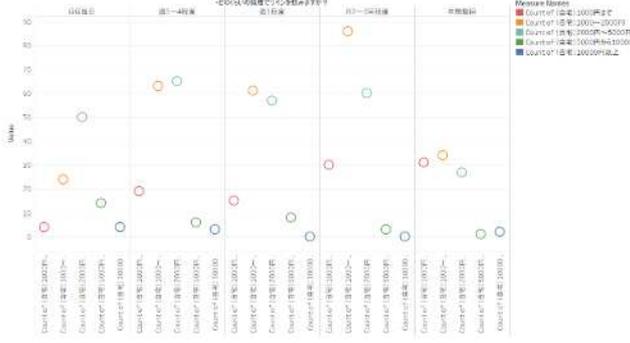
お酒飲む頻度・ワインを飲む頻度・日本ワインを飲む頻度



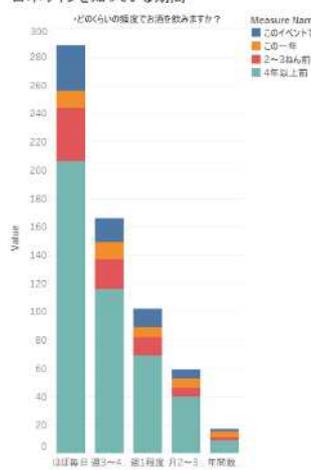
年齢 誰と一緒に飲む



ワインを飲む頻度 ワインの価格



お酒を飲む頻度 日本ワインを知っている期間



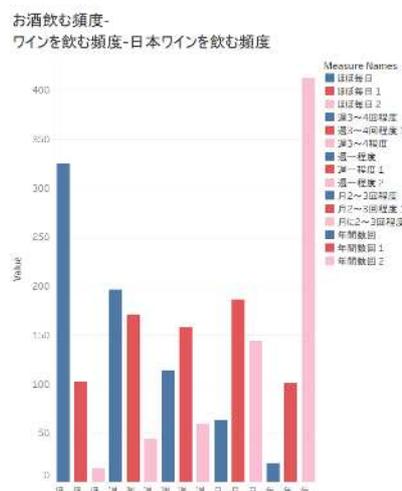
アンケート分析（所見） 1

参加者の88%は、お酒をよく飲む人(最低でも週一回以上飲む人)でした。そのうち、60%がよくワインを飲む人であり、日本ワインに限定すると、よく飲む人は18%に留まりました。

また、毎日お酒を飲む人が45%でした。また、毎日ワインを飲む人が14%いますが、毎日、日本ワインを飲んでいる人は2%に過ぎませんでした。

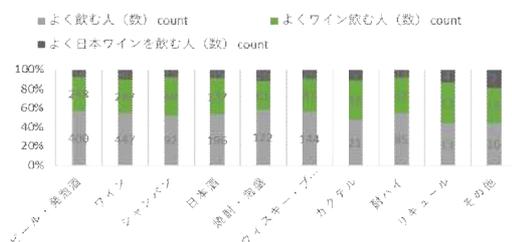
- 週3～4回の頻度でお酒を飲む人が27%、週一回お酒を飲む人は16%でした。
- 週3～4回の頻度でワインを飲む人が24%、週一回ワインを飲む人は22%でした。
- 週3～4回の頻度で日本ワインを飲む人は7%で、週一回日本ワインを飲む9%でした。

自分のワインに対する知識を浅いレベル（6段階で評価すると1～3の知識レベルを選択）と位置づけた参加者は81%を占めました。



家庭とレストランの両方で好まれるお酒は1位がワイン、2位がビール・発泡酒で、大きく開いて3位に日本酒が続きます。レストランでの消費では、スパークリングワインが4位で続き、自宅ではウイスキー・ブランデーとなっています。

自宅で多く・よく飲むお酒



お酒を飲む場所で最も多いのは自宅71%となっており、次いで居酒屋（45%）、レストラン（40%）が続いています。

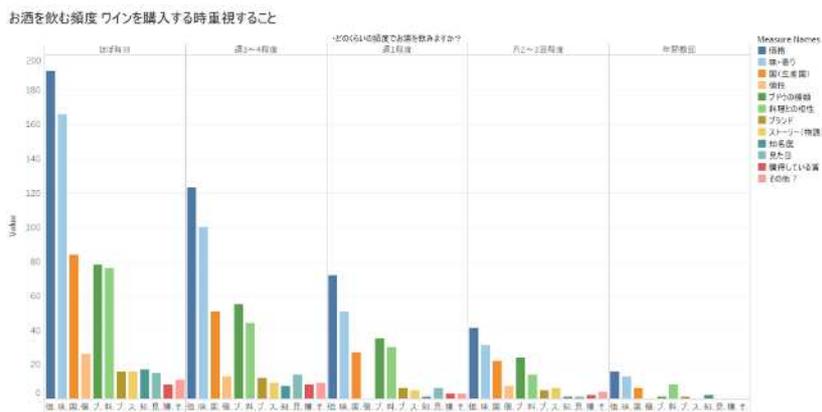
また、友人と飲む人は56%と、回答者の中では最も高く、次いで配偶者またはパートナー（45%）で、家族と飲む（26%）が3位に入りました。

大多数の参加者（94%）は、5,000円以下のワインを家庭用に消費（購入）し、レストランでは57%が5,000円までのワインを選ぶとしています。自宅用のワインの場合には、65%の方が2,000円以下のワインを購入すると答えました。

家庭とレストランの両方の消費のための最も重要と選択されたカテゴリは価格（家庭では63%、レストランでは57%）でした。それに続き、家庭では味・香りの重要性（53%）が選ばれ、レストランで選ぶ際に重要視することとして、料理との相性（54%）が選ばれています。興味深いことに、家庭用で選ぶ際には料理との相性は25%と低くなっており、国（生産地）とブドウの種類がそれぞれ27%で、料理との相性より高いランクとなりました。

アンケート分析（所見） 2

- ❖ 最も好まれるワインの種類としては、赤ワインが5割程度選ばれ、続いて白ワイン、スパークリングワインとなっています。（なお、質問項目の「最も好むワインのタイプ」は複数回答不可であったにもかかわらず、赤と白両方を選ばれる方が約25%、赤と白とスパークリングを選ばれる方が約10%、白とスパークリングを選ばれる方が約6%いました。調査結果の数字は2つ回答された場合は半々に振り分け、3つ回答された場合はされた3分の1ずつ割り当てています。）
- ❖ さらに興味深いことは、最も購入したワインの産地トップ3に日本ワイン（36%）が3位にランクされ、フランス（52%）が1位、イタリア（41%）が2位でした。
- ❖ 過去に日本ワインを購入した経験のある参加者は86%いました。しかし、日本ワインを飲む参加者の大多数（61%）は、年に数回しか飲まないと回答しています。また、21%は月に2〜3回しか日本ワインを飲まず、日本ワインを毎日飲むのは全体のわずか2%でした。
- ❖ 日本ワインに求めるものとして、味・香りが一番多く選ばれ（52%）、次に価格（42%）、続いて料理との相性が35%となっています。



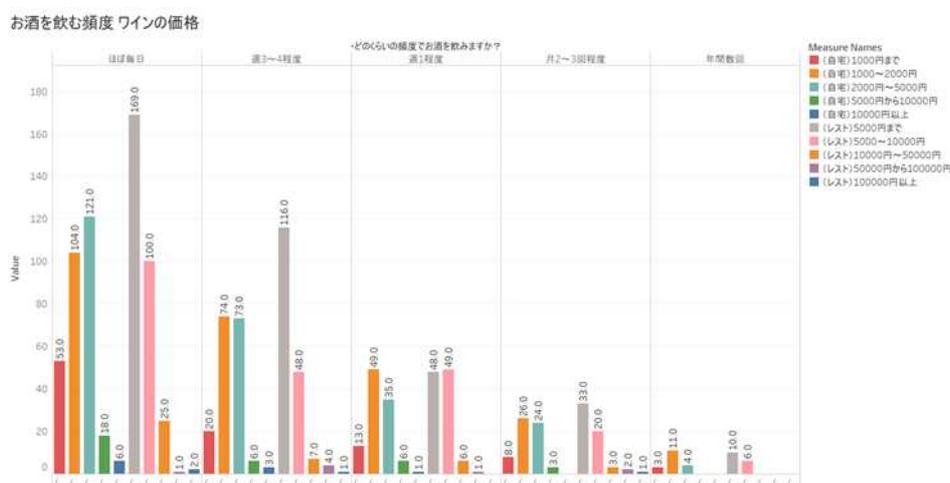
- ❖ 日本ワインについて知りたいこととして一番多かったのはワイナリーについて（43%）でした。次に多かったのは、日本ワインについての基本情報（40%）とワイン選び（40%）についてであり、また37%がフードマッチングについて知りたいと答えています。
- ❖ ワインを購入する場所として、最も多かったのはリカーショップ・酒屋（47%）であり、続いてワイン専門店（41%）、スーパー（32%）で、最もワインを選ぶ際に参考にすることとして、家族や知人等からのお勧めが1位（52%）で、ソムリエや専門家の意見が2番目（41%）に上がりました。芸能人は1%で、もっとも参考にされていないという結果になりました。
- ❖ アルコール関連施設への訪問経験では、海外旅行の際に行ったことのある場所は、ワイナリーが39%、続いてビール工場（22%）で、ウィスキー工場が13%となっています。また、国内でワイナリーへの訪問経験は海外に比べてかなり高く69%、ビール工場も同様に59%、ウィスキー工場も23ポイント高い36%となっています。ビール工場に近い訪問率で、国内で3番目に上がったのが日本酒の酒蔵で、55%でした。

アンケート分析（所見） 3

よくお酒を飲む人（最低週一回）を対象とした集計においても、日本ワインをよく飲んでいる人はそのうち16%しかいません。

また、ワインをよく飲む（週一回以上）と回答した人は、よくお酒を飲む参加者に比べて、

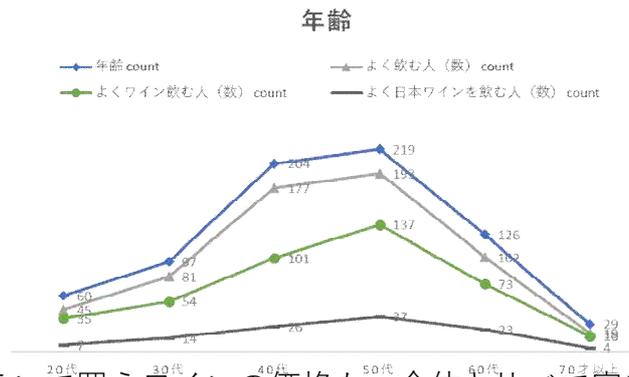
- 日本ワインを飲む割合がわずかに高い(17%対16%)。
- 家庭内消費のため5,000円より高い価格でワインを購入する割合がわずかに高い(8%対7%)。
- レストランでのワイン購入価格が5,000円以上と回答した人は、お酒をよく飲む人の42%に比べ、4ポイント高い46%となっています。



- ❖ なお、ワインをよく飲むと答えた人と全体との比較では、レストランで買うワインの価格については、10,000円以上との回答が10%ですが、全体では8%となっていること以外は、大きな違いはありません。
- ❖ また、トップティア価格帯の購入割合は、50,000～100,000円と100,000円以上ともに1%ずつで変わりません。
- ❖ やはり、ワインをよく飲むと答えた人も、最もワインを選ぶ際に参考にする事として、「家族や知人等からのお勧め」が1位(51%)で、2番目は「ソムリエや専門家の意見」につけています。全体参加者に比べて、「ソムリエや専門家の意見」を選ばれた割合は1ポイント高いだけでほとんど変わりません。ワインをよく飲む方も最も参考にしていない項目として、「芸能人」との結果が出ています(0%)。
- ❖ 不思議なことに、よくワインを飲むの方が、全体より日本ワインの購入経験が若干低く、日本ワインの購入経験がある（約84%）に比べ、全体もしくは良くお酒を飲む人では、86%が購入経験ありと答えています。

アンケート分析（所見） 4

- ❖ 日本ワインをよく飲むと答えた人は、参加者全体の18%であり、40代から60代が9割近く(87%)を占めています
 - その内の12%は毎日、日本ワインを飲んでおり、38%が週3～4回程度、その他の人（約50%）は週一回日本ワインを飲んでいると答えています。
 - しかし、不思議にも、日本ワインの購入経験は、全体（86%）と比べ5ポイント低い81%となっています。



- ❖ また、自宅用もレストランで買うワインの価格も、全体と比べて安い価格帯と答えている人の割合が高くなっています。自宅用では、全体では15%が1,000円以下のワイン価格を選んでいることに対し、日本ワインをよく飲む方は、1,000円以下のワインを選んでいる人が19%で、4ポイント高くなっています。レストランで買うワインの価格についても5,000円以下と答えた方は全体では57%となっていることに対し、日本ワインをよく飲むの方が少し多い58%となっています。

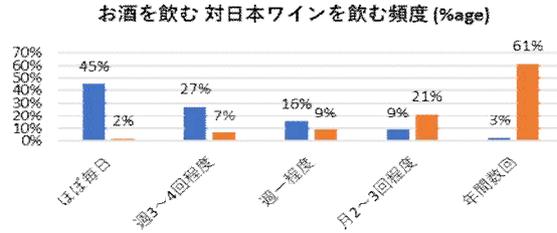


- ❖ 飲む場所のトップは自宅ですが、居酒屋で飲む割合が全体より多くなっています。その分、ホテルで飲む割合が低くなっています。
- ❖ ワインを購入する目的として、1位の自宅用は全体と変わりませんが、2位にお祝い事(35%)が上がっています。
- ❖ 海外旅行で行ったことがあるアルコール関連施設は、ワイナリーが42%、続いてビール工場(24%)で、ウィスキー工場が14%となっています。国内ではワイナリーが72%。ビール工場が海外での訪問経験割合に比べ40ポイント高い64%、ウィスキー工場も19ポイント高い33%となっています。ビール工場より6ポイント劣りますが、国内で3番目に上がったのが日本酒の酒蔵で、58%の訪問率となっています。
- ❖ やはり、日本ワインをよく飲む方は、参加者全体が求める情報と同じく「ワイナリーについて知りたい」がダントツ一位にあがりましたが、参加者全体が求めていた日本ワインについての基本情報とワイン選びや、フードマッチング等ではなく、2位がワイナリーツアー等の観光情報でした。

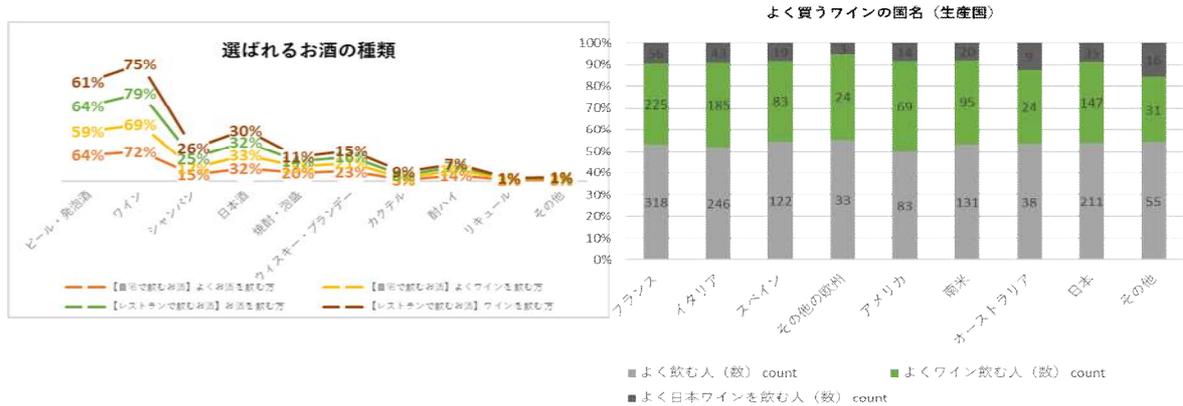
考察と結論 1

32の質問調査を通じて、消費者の経験、行動、好み等について、日本ワインの消費拡大の可能性を探る視点での評価を行いました。

- ❖ お酒を飲み、ワインも飲むが、日本ワインをほとんど飲まない人が多数存在するということから、そのギャップを埋める必要があると思われます。



- そのためのターゲットとして、まずは既にワインを飲んでいるが日本ワインは飲んでいない人が考えられます。しかし、一般的にワインに限らずお酒を飲む人は、より開放的で多様性(ワインに対するこだわりが少なく、他の種類の飲み物を比較的容易に試す開放性)があるため、これらの人をターゲットにすることにより、すでにワインをよく飲む人以上に日本ワインの消費拡大に繋がる可能性があります。

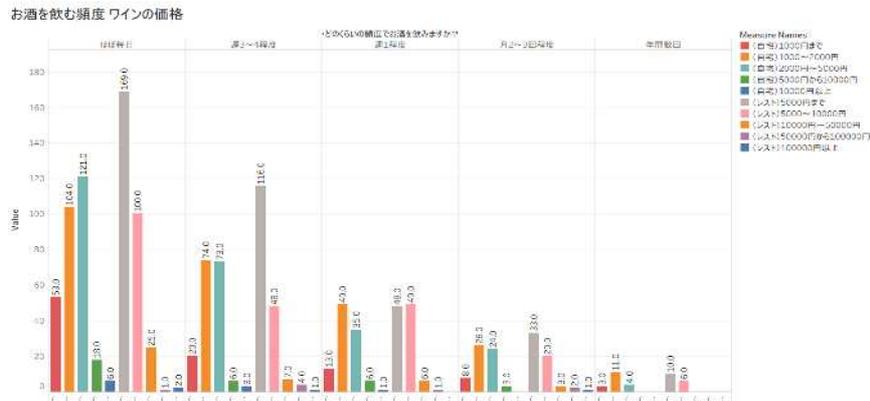


- 消費量を増やす可能性が高い観点から、サブカテゴリ①よくお酒を飲む人を主要なターゲットとします。この主要なカテゴリを動かすために必要となる行動・施策は、他のサブカテゴリ (②よくワインを飲む人、③よく日本ワインを飲む人) においても同様の効果を発揮し、全体的に日本ワインへのプラス影響を与えます。したがって、ワインに限らずよくお酒を飲む人をターゲットにした日本ワインの消費拡大施策の推進こそが、すべてのイニシアティブ (すなわち、全体的な消費量の増加) に通じる原動力となります。

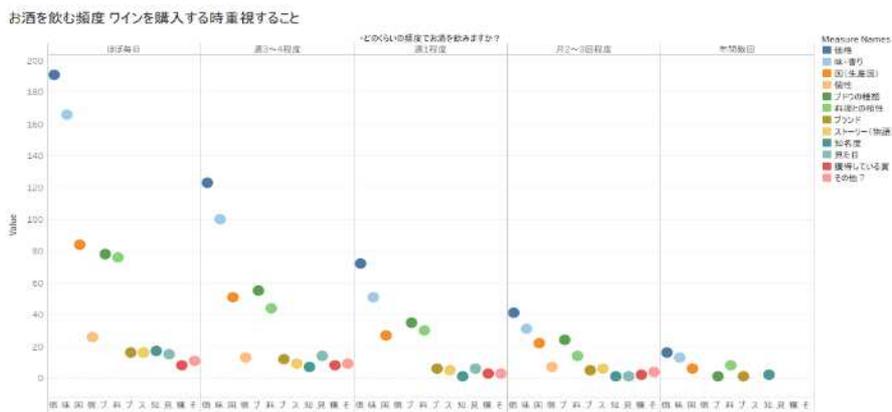
- ❖ 所得水準による比較では、所得水準の高い方より所得水準が低いの方が日本ワインの消費が高くなっていますが、そこに特筆するほどの差が無く、所得水準をターゲット基準として設定するほどの水準ではないため、今回の調査結果においては所得水準を考慮しない考察を立てることにします。

考察と結論 2

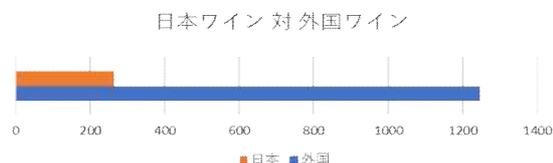
- ❖ 価格（プライスポイント）については、消費（購入）の可能性が最も高まるのは5,000円までの価格帯のワインとなっています。自宅での消費のためには2,000円以下のものが最も多く(次に2,000～5,000円のワイン)、レストランでの消費のためには5,000円まで(次に5,000～10,000円のワイン)のものとなっています。



- そのため、レストランで日本ワインをプロモートする際には、5,000円まで（ワンランク上げて5,000円～10,000円まで）の価格で十分な品質の日本ワインを、家庭向けには同じく2,000円まで（ワインラック上げて2,000円～5,000円）のものを選び、日本ワインの消費につなげることが重要です。
- ❖ 日本ワインを試し続けたいとの継続消費（購入）意欲を止めないためには、お店に導入するワインを厳選して「日本ワインは思った以上に美味しい」という印象を作り出す必要があります。
 - 価格と品質(特に味)と組み合わせは、「（价格的に）リーズナブルでありながら美味しい」ことに重点を置いて考えるべきです。
 - また、この組み合わせを考えるに当たって、最も頻繁に消費される食品に一致するようにワインを選択することも重要です。



- ❖ 消費拡大を図るため、日本ワイン対外国産ワインという基軸を立てる場合、消費者が日本ワインを外国産ワインと比較して選ぶ・選ばない理由を今後の追加調査で知る必要があります。



考察と結論 3

結論

日本ワインの消費量を増やすには、如何に家庭での消費の増加を促すかがポイントとなります。日本ワインはすでに「よく買うワイン産地」ランキングでは3位となっています。このことは、カジュアルな消費に繋がるいくつかのインセンティブにより、実際に消費拡大をもたらす可能性が高いとすることができます。

最終的に家庭での消費を増やすためには、消費者が、

- ①特定の日本ワインを知る機会を増やす
- ②他のワイン産地よりも日本ワインを選ぶ可能性を高める
- ③さらに日本ワインを他の人に良い選択として推奨することが必要になります。

仮定

- 日本ワインは、小売店でもレストランでも販売（購入可能）であること。
- 外国のワインと比較して十分な品質（特に味）があり、競争力のある価格帯のワインであること。

①日本ワインを知る機会を高めるために、消費（購入）が容易な場所をターゲットにすべきです。

- 1) 小売店(特に酒屋、ワインショップ、スーパーマーケット)
- 2) レストランや居酒屋

②他の国産ワインよりも日本ワインを選ぶ可能性を高めるには、

- 1) 消費者は、どの品質の日本ワインが自分たちに合った価格帯で買うことができるかの知識を持つこと
- 2) 特定のワインと食品とのマッチ（相性など）が明確であること（特にレストランでのメニュー）
- 3) 消費（購入）を促すに当たって満足のいく基本的な説明（推奨の観点を含む）が与えられること

が重要となります。

③日本ワインのさらなる推奨を促すためには、ワインの味と香りを伝える方法や、食品との相性や産地等について、他の人に伝えることができる基本的知識を消費者に提供することが重要であり、ワイナリーに関する簡潔ながらも重要な話題や、日本ワインについての全般的な知識は、個々の消費者がワインのプロモーターになる可能性を広げることができると思われます。

さらに、日本のワインを頻繁に飲む人たちは、お祝いの際の飲み物としてワインを買う可能性が高く、ワインとお祝いごとの関連性が高まります。また、このようなめでたい機会に購入する場合には、通常より高い価格帯のワインを選ぶと考えられます。ゆえに日本ワインが祝典の飲み物に選ばれる可能性を高める取組も重要です。そのためには、お祝いに選ばれる食べ物やデザート等との関連付けやフードマッチングを構成し、日本ワイン自体を祝賀ワイン（シャンパンのような位置付け）に指定するなど、いくつかの施策を試行し、新しい機会を作り出す必要があります。

考察と結論 4

なお、調査を通じて収集したデータを検討して、本企画のテーマとして掲げられた「身近に楽しむ」という方向性は、日本ワインの消費増加を目指すという点で正しい方法とすることができます。

- ✓ イベントを開催する会場として、レストラン、居酒屋を選びましたが、最もワインを飲む場所として回答されたところも、レストラン、居酒屋でした。
- ✓ おつまみとして提供したオリーブ、チーズ、生ハム、ドライイチジクは、家庭やレストランで比較的容易に購入できるものであり、日本ワインとのマッチングを再現できるスナックとして認識されていました。レシピや幅広い食べ物のテーマ(鶏肉、ホタテ、牛肉、サーモンなど)で推奨されるフードマッチングは、日頃容易に入手できる一般的な食材で構成し、家庭でも楽しめるように工夫しました。
- ✓ なお、ワインを選ぶ際に参考とする相手先については、その2位にソムリエや専門家があげていましたが、今回の事業では、現地出身のソムリエが参加者にサービスしながら、推奨を行い、日本ワインのインサイト（消費行動や購買意欲の要点）や様々な知識を伝える形がとられ、参加者のニーズにマッチしていました。
- ✓ さらに、会場で飲んでいるワインのワイナリー関係者や専門家とのオンラインライブによる接続（双方向のやり取り）は、ワインのさらなる理解を深め、より緊密な関係を作り出し、ワイン自体の経験に寄与したと思われます。今回の調査では、日本ワインについて知りたいことの1位に「ワイナリーについて」（43%）が選ばれています。
- ✓ 今回、試飲した6種類のワインは、産地も全国各地に分散しており、少なくとも一つは自分好みのワインが含まれており、多種多様なワインセレクションを体験することが出来ます。（このような機会でなければ自分では選ばないワインをも体験することができています。）今回のイベントで最も楽しかった項目の1位に（6割）、テイस्टィングが選ばれました。
- ✓ さらに日本ワインへの関心以外には特に参加資格を設けませんでした。その結果、一般的に飲酒される方々から幅広い参加が得られました。
- ✓ ワインセレクション:
 - 選ばれたワインは、主にワインの消費（購入）の主要な価格帯である2,000～3,000円の範囲でした。
 - また、選択されたワインは、ワイナリー自身が選んだため、最も推奨されたワインである可能性が高いと思われます。したがって、品質と経験が高水準であると考えられます。

データによると、参加者の大半が日頃は日本ワインを消費（購入）していないので、本企画の目的であった日本ワインの認知向上による消費拡大に資するターゲット層（ライトなファンによる“身近で楽しむ”こと）でもあったことを示しています。

また、参加者の大半が知り合い（71%）を通じて、このイベントを知ったとのことも事業遂行の励みとなりました。