

2009年8月4日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、「お酒に関する意識調査」～

## 1ヶ月に飲みに行く回数は1.71回、予算は3,716円 一緒に飲みに行きたい有名人 男性「所ジョージ」 女性「菅野美穂」

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社(URL:<http://www.lifenet-seimei.co.jp/> 本社:東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明)は2009年7月17日～7月21日の5日間、20代～50代の有職者の男女に対し「お酒に関する意識調査」をモバイルリサーチで実施し、1000名の有効回答を得ました。

### アンケート総括

#### ◆ 6割の人がビール飲料の定義を意識

昨今の節約志向の高まりから発泡酒や第三のビール等により注目が集まっていますが、どれくらいの方がビール飲料(ビール、発泡酒、第三のビールなど)の定義を意識して購入しているのかを単一回答形式で、20代～50代の有職者の男女1000名に聞きました。

その結果、全体の59.8%の回答者が『定義を意識している』(「意識している」33.4%、「どちらかという意識している」26.4%の合計)と回答しました。一方、『定義を意識していない』(「意識していない」27.2%、「どちらかという意識していない」13.0%)と回答したのは、全回答者の約4割(40.2%)となっています。また年代別でみると、『定義を意識している』という回答が多かったのは、上位から40代で71.2%、50代で67.6%、30代で54.8%、20代で45.6%となり、40代の方が最もビール飲料の定義を意識しており、20代についてはビール飲料の定義を意識している人は半数を下回ることがわかりました。

#### ◆ ノンアルコールビールの飲用経験33.8%

「キリンフリー」や「アサヒポイントゼロ」などのノンアルコールビールの登場で、新たな市場が盛り上がっています。そこで、20代から50代の有職者の男女1000名に対し、ノンアルコールビールの飲用経験について尋ねたところ、「すでに飲んでおり、また飲みたいと思う」と回答したのは全体の10.0%で、「すでに飲んだが、また飲みたいとは思わない」23.8%となり、飲用経験者は全体の33.8%になることがわかりました。また、「飲んだ経験はないが、飲んでみたいと思う」34.8%、「飲んだ経験はないが、飲んでみたいとは思わない」31.4%となっています。

#### ◆ 家飲み増加、外飲み減少の傾向

不況の影響により、家で飲む機会が増えたという声を耳にするようになりました。今回の調査では、実際にどのようなお酒の機会が増えて、どのようなお酒の機会が減ったのかについて20代から50代の有職者の男女1000名に調査しました。

その結果、家で飲む機会(『増えた』32.4%、『減った』16.1%)以外の機会が大きく減少していることが今回の調査で明らかとなりました。家で飲む機会以外の結果を見てみると、外で飲む機会が『増えた』と回答したのは11.0%で、『減った』と回答したのは51.5%となり、接待に行く機会が『増えた』と回答したのは3.6%で、『減った』と回答したのは47.4%となりました。また、合コンに行く機会が『増えた』と回答したのは3.3%で、『減った』と回答したのは46.0%となり、二次会に行く機会が『増えた』と回答したのは6.7%なのに対し、『減った』と回答したのは49.7%となっています。このように、家で飲む機会以外の機会でも、それぞれの場面において『減った』という回答が『増えた』という回答を大きく上回る結果となっております。

※『増えた』は「増えた」と「どちらかという増えた」の合計、『減った』は「減った」と「どちらかという減った」の合計。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

## ◆ 一ヶ月に飲みに行く回数は1.71回、予算は3,716円

20代～50代の有職者の男女1000名に、一ヶ月に飲みに行く回数と、一次会あたりの費用について聞いたところ、ひと月あたりに飲みに行く回数の平均は1.71回、一次会あたりの予算は3,716円になることが明らかとなりました。

年代別でみると、20代の平均回数は1.85回で、平均金額は3,309円となり、30代の平均回数は1.90回で、平均金額は3,818円となりました。40代の平均回数を見ると、平均は1.99回で、平均金額は3,938円となり、50代では平均回数は2.00回で、平均金額は3,799円という結果となりました。このように、飲みに行く回数は20代と30代では変わらないものの、年代が高くなるほど飲みに行く回数が多くなり、金額では40代が最も高い結果となっています。

## ◆ 一緒に飲みに行きたい有名人 男性「所ジョージ」女性「菅野美穂」

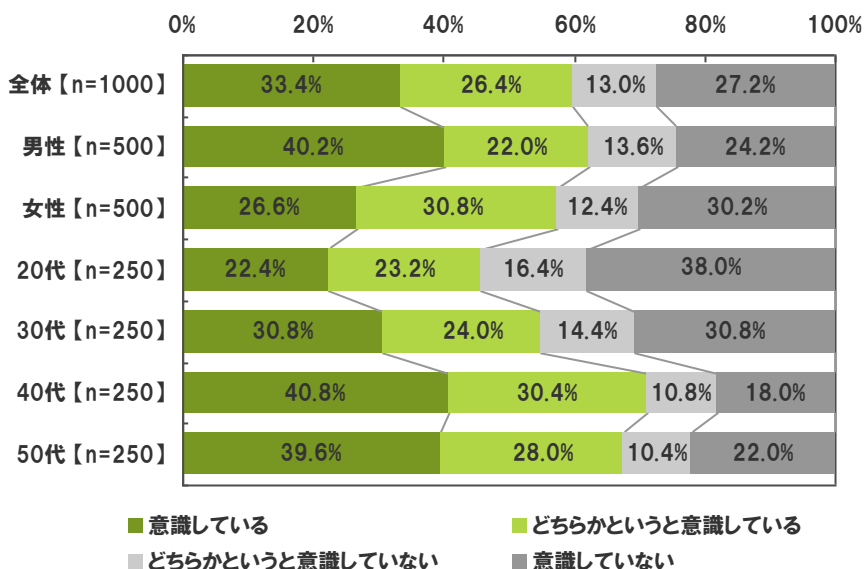
20代～50代の有職者の男女1000名に、一緒に飲みに行きたい有名人について尋ねたところ(複数回答形式)、男性の有名人の全体で1位となったのは「所ジョージ」で35.4%、2位は「山口智充」33.5%、3位は「志村けん」23.5%、4位は「イチロー」20.7%、5位は「佐藤浩市」19.3%となりました。男女別でみると、男性と一緒に飲みに行きたい男性の有名人は1位「所ジョージ」43.2%、2位「山口智充」32.8%、3位「志村けん」29.8%となり、女性と一緒に飲みに行きたい男性の有名人は1位「山口智充」34.2%、2位「所ジョージ」27.6%、3位「DAIGO」26.8%となりました。

一方、女性の有名人の全体で1位となったのは「菅野美穂」33.4%で、2位は「優香」32.1%、3位は「山口智子」27.3%、4位は「松嶋菜々子」26.8%、5位は「藤原紀香」26.4%となりました。男女別でみると、男性と一緒に飲みに行きたい女性の有名人は1位「優香」40.0%、2位「深田恭子」34.2%、3位「菅野美穂」31.4%となり、女性と一緒に飲みに行きたい女性の有名人は1位「菅野美穂」35.4%、2位「山口智子」31.8%、3位「藤原紀香」27.0%となりました。

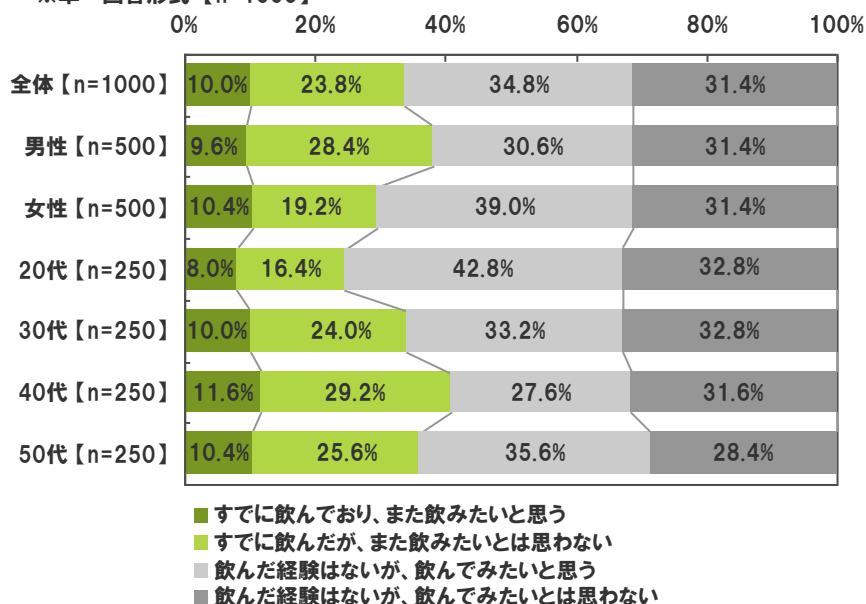
このように、男女共に一緒に飲みたい有名人(男女)の好みは異なるようです。

※有名人の選択肢は、最近お酒のCMに出演した方を対象としています。

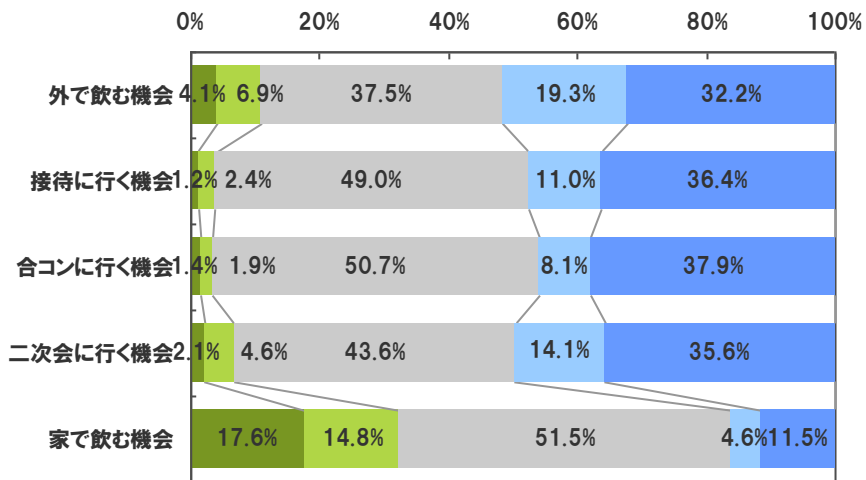
◆ビール・発泡酒・第三のビール・その他の醸造酒(発泡性)①  
 ・リキュール(発泡性)①などの定義について  
 ※単一回答形式【n=1000】



◆ノンアルコールビールの飲料経験について  
 ※単一回答形式【n=1000】

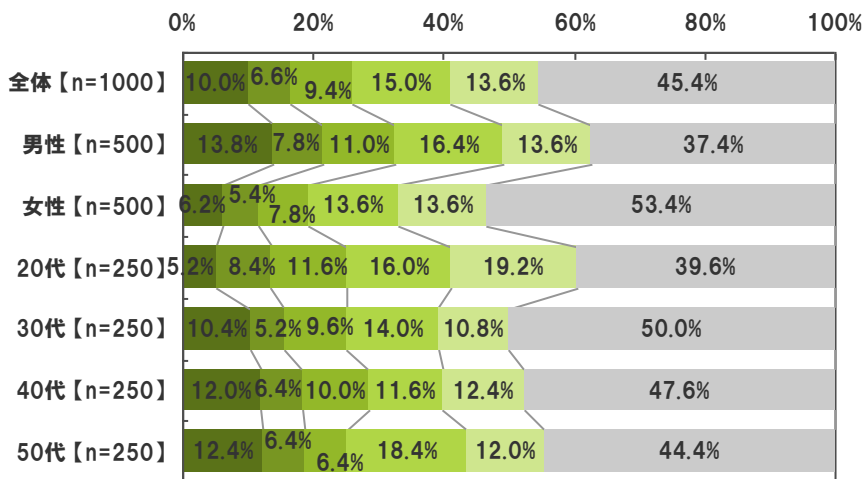


◆様々な場面で飲む機会について  
 ※単一回答形式【n=1000】



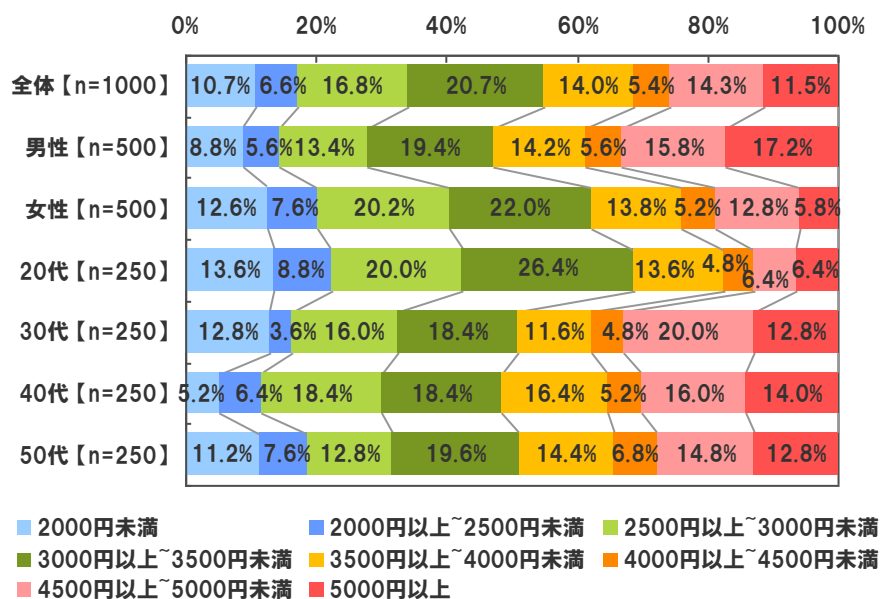
■ 増えた ■ どちらかというが増えた ■ 変わらない ■ どちらかというが減った ■ 減った

◆一ヶ月に飲みに行く回数について  
 ※単一回答形式【n=1000】

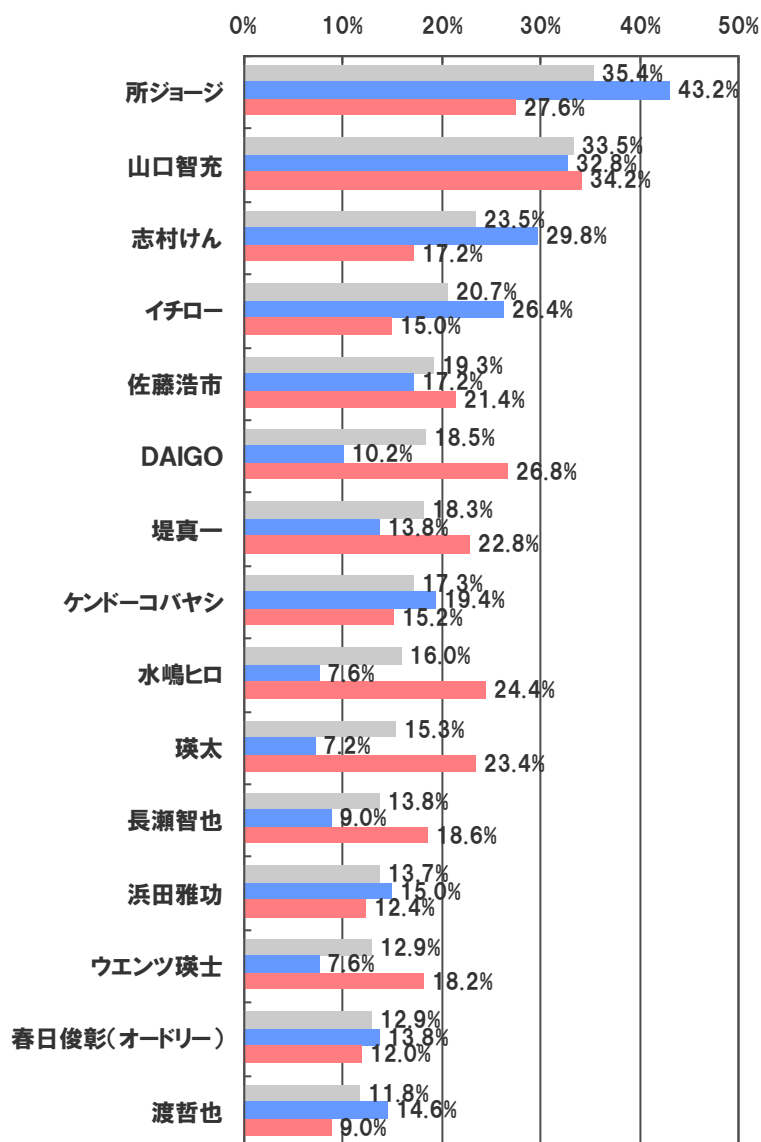


■ 5回以上 ■ 4回 ■ 3回 ■ 2回 ■ 1回 ■ 1回未満

◆一次会あたりの予算について  
 ※単一回答形式【n=1000】

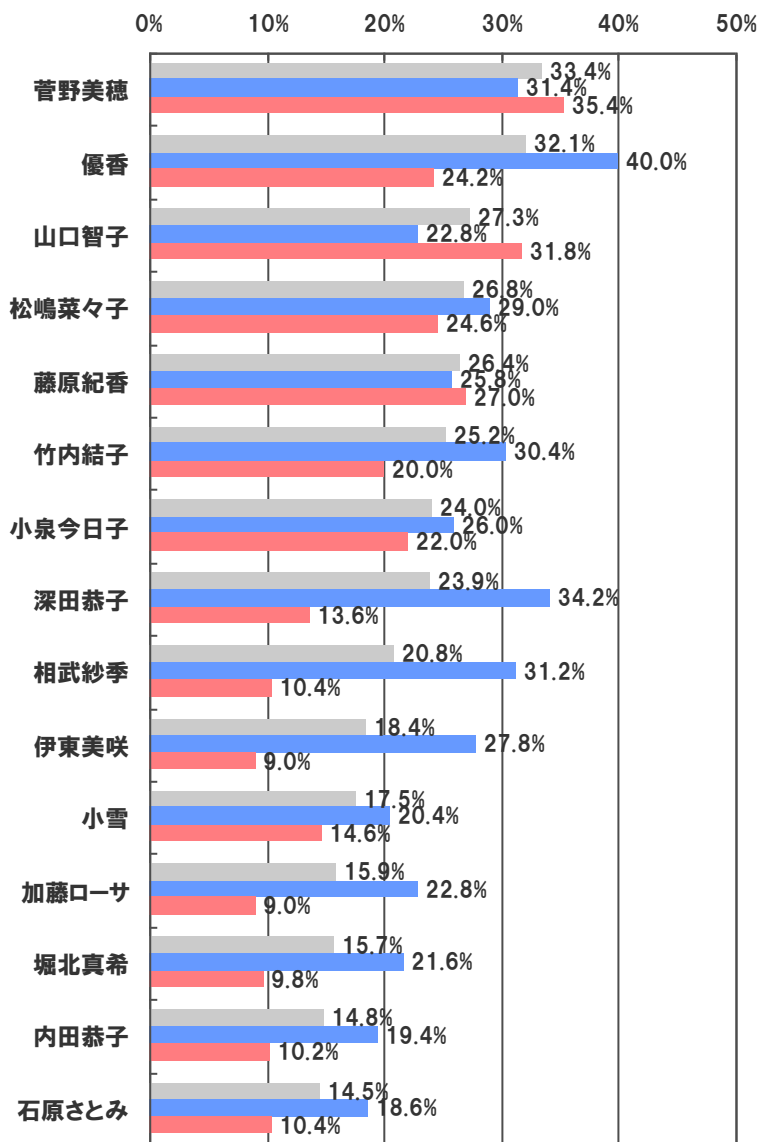


◆一緒に飲みに行きたい有名人(男性)  
 ※複数回答形式(上位15項目)



■ 全体【n=1000】 ■ 男性【n=500】 ■ 女性【n=500】

◆一緒に飲みに行きたい有名人(女性)  
 ※複数回答形式(上位15項目)



■ 全体【n=1000】 ■ 男性【n=500】 ■ 女性【n=500】

## ■■調査概要■■

- 調査タイトル：お酒に関する意識調査
- 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
20代～50代の男女（有職者）
- 調査対象者の内訳：  
20代（男性：125名 女性：125名）30代（男性：125名 女性：125名）  
40代（男性：125名 女性：125名）50代（男性：125名 女性：125名）
- 調査期間：2009年7月17日～7月21日
- 調査方法：モバイルリサーチ
- 調査地域：全国
- 有効回答数：1000サンプル
- 実施機関：ネットエイジア株式会社

## ■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

- 会社名：ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名：代表取締役社長 出口 治明
- 設立：2006年10月
- 所在地：東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容：インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部：松岡  
TEL:03-5216-7900

調査協力会社：ネットエイジア株式会社 担当：馬場

## 本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

- ◆ ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選び方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

- ◆ 会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧下さい。
- ◆ お客さまの問い合わせ窓口：TEL 0120-205566  
受付時間：平日9時～22時、土曜日9時～18時、(年末年始、日曜、祝日は除く)