

飲酒に関する調査 結果報告書

2009年5月
株式会社ジーコム生活行動研究所

Marketing & Development
G:COM

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

九州・山口在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成21年3月11日(水)～17日(火)

4. 調査規模

429サンプル

【標本構成】

性	件数(人)	構成比(%)
男性	198	46.2
女性	231	53.8
全体	429	100.0

居住地	件数(人)	構成比(%)
福岡市	197	46.0
福岡県内	176	41.0
福岡県以外の九州他県	42	9.7
山口県	14	3.3
全体	429	100.0

年代	件数(人)	構成比(%)
20代	85	19.8
30代	96	22.4
40代	95	22.1
50代	85	19.8
60代以上	68	15.9
全体	429	100.0

未婚	件数(人)	構成比(%)
未婚	125	29.2
既婚	304	70.8
全体	429	100.0

職業	件数(人)	構成比(%)
会社員	145	33.8
会社役員	10	2.2
公務員・団体職員	21	4.9
自営業	24	5.5
自由業	11	2.6
パート・アルバイト	65	15.2
専業主婦	111	25.8
学生	18	4.1
その他	24	5.9
全体	429	100.0

【報告書の見方】

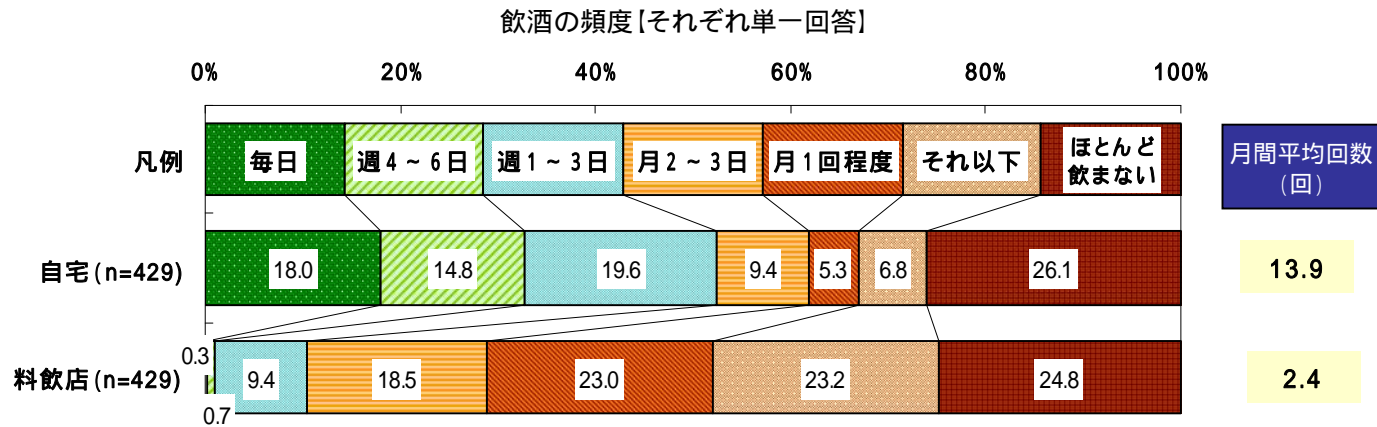
- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 飲酒の頻度

飲酒の月間平均回数は自宅では約14回。料飲店で約2回。年代があがるにつれて自宅での飲用回数が増加する

自宅での飲酒は月間平均13.9回、料飲店での飲酒は月間平均2.4回である。

- ・性別では、自宅、料飲店ともに男性の月間平均回数が多い。
- ・年代別では、年代があがるにつれ自宅で「毎日」飲酒する割合が高くなっており、60代以上では19.1回である。また、20代では「ほとんど飲まない」が36.5%に及ぶ。一方、料飲店では、20代・30代の月間平均回数がやや多く、「ほとんど飲まない」割合は60代以上で最も高く28.8%となっている。



自宅での飲酒頻度【単一回答】

	調査数	【%】							【回】
		毎日	週4~6日	週1~3日	月2~3日	月1回程度	それ以下	ほとんど飲まない	
全体	429	18.0	14.8	19.6	9.4	5.3	6.8	26.1	13.9
性別									
男性	198	24.7	19.2	19.7	9.1	2.5	2.5	22.2	16.9
女性	231	12.2	11.1	19.5	9.7	7.7	10.4	29.4	11.1
年代別									
20代	85	3.7	14.9	16.0	13.7	4.1	11.0	36.5	9.2
30代	96	10.0	15.0	23.9	11.6	7.4	6.4	25.6	11.2
40代	95	19.9	13.9	23.6	8.6	7.9	5.0	21.1	13.9
50代	85	24.7	16.5	16.5	4.7	3.5	8.2	25.9	16.5
60代以上	68	36.0	13.8	16.3	7.9	2.5	2.5	20.9	19.1

料飲店での飲酒頻度【単一回答】

	調査数	【%】							【回】
		毎日	週4~6日	週1~3日	月2~3日	月1回程度	それ以下	ほとんど飲まない	
全体	429	0.3	0.7	9.4	18.5	23.0	23.2	24.8	2.4
性別									
男性	198	0.5	1.0	15.2	23.2	21.7	21.2	17.2	3.0
女性	231	0.2	0.5	4.5	14.4	24.1	24.9	31.4	1.8
年代別									
20代	85	-	0.7	11.2	39.1	8.3	15.5	25.3	2.9
30代	96	1.6	0.5	13.4	14.7	23.4	20.8	25.6	3.2
40代	95	-	2.1	5.3	16.0	22.5	33.2	20.9	2.1
50代	85	-	-	12.9	9.4	29.4	23.5	24.7	2.2
60代以上	68	-	-	2.9	12.9	33.5	21.8	28.8	1.4

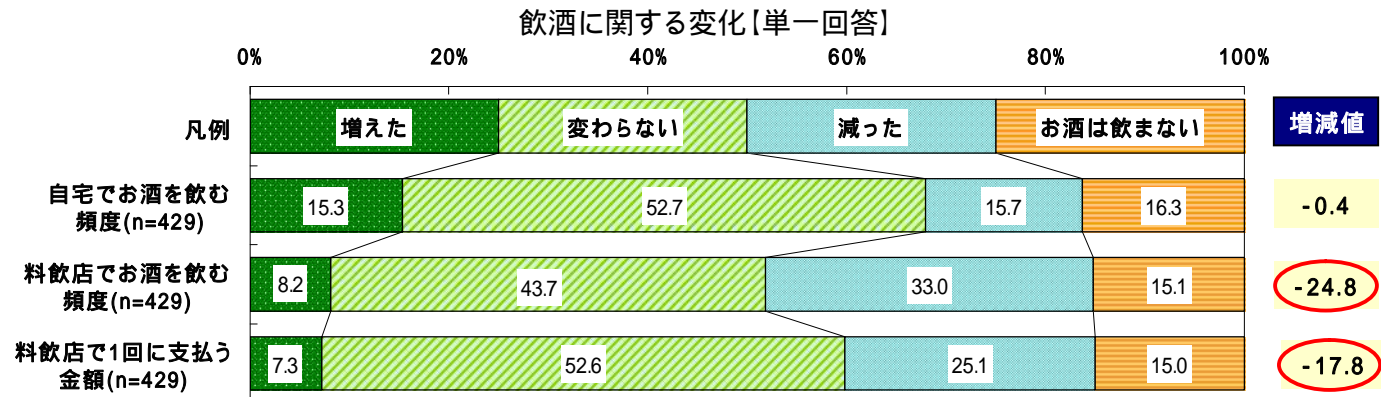
月間平均回数: 「毎日」=30回、「週4~6日」=20回、「週1~3日」=8回、「月2~3日」=2.5回、「月1回程度」=1回、「それ以下」=0.5回、「ほとんど飲まない」=0回として算出

2. 飲酒頻度や支払金額の変化

料飲店での飲酒回数も大きく減り、1回に支払う金額も減少。料飲店が苦戦している様子うかがえる

1年前と比べた飲酒頻度は、自宅では増加率および減少率はほぼ同率であるが、料飲店での飲酒頻度は大きく減少し、その増減値(「増えた」-「減った」)は-24.8ポイント、また料飲店で1回に支払う金額も減少幅が大きい。

- ・性別では、男性で料飲店での飲酒頻度および1回に支払う金額の減少幅が大きい。
- ・年代別では、20代、40代、60代以上で自宅での飲酒頻度がやや増加している。一方、料飲店での飲酒頻度は大きく減少し、1回に支払う金額もどの年代も減少しているなか、特に50代で減少率が高い。
- ・ユーザー別では、ヘビーユーザーで自宅での飲酒頻度の増加率が高いが、料飲店での飲酒頻度および1回に支払う金額は減少率が高くなっている。



	調査数	自宅でお酒を飲む頻度 [%]					料飲店でお酒を飲む頻度 [%]					料飲店で1回に支払う金額 [%]				
		増えた	変わらない	減った	お酒は飲まない	増減値	増えた	変わらない	減った	お酒は飲まない	増減値	増えた	変わらない	減った	お酒は飲まない	増減値
全体	429	15.3	52.7	15.7	16.3	-0.4	8.2	43.7	33.0	15.1	-24.8	7.3	52.6	25.1	15.0	-17.8
性別																
男性	198	15.7	55.6	13.6	15.2	2.1	9.1	40.9	36.9	13.1	-27.8	8.6	48.5	29.3	13.6	-20.7
女性	231	15.0	50.2	17.4	17.4	-2.4	7.4	46.1	29.7	16.8	-22.3	6.1	56.1	21.6	16.1	-15.5
年代別																
20代	85	18.5	44.6	14.1	22.8	4.4	14.6	39.6	25.7	20.0	-11.1	15.6	46.5	17.8	20.0	-2.2
30代	96	15.2	46.0	22.9	15.9	-7.7	7.5	43.7	35.7	13.1	-28.2	5.6	57.1	22.9	14.4	-17.3
40代	95	15.0	59.2	13.2	12.6	-1.8	8.2	46.4	36.0	9.4	-27.8	6.1	55.1	29.1	9.7	-23.0
50代	85	11.8	57.6	15.3	15.3	-3.5	4.7	38.8	40.0	16.5	-35.3	3.5	51.8	30.6	14.1	-27.1
60代以上	68	16.3	56.9	11.3	15.4	-5.0	5.4	51.0	25.6	17.9	-20.2	5.4	51.5	25.1	17.9	-19.7
ユーザー別																
ヘビーユーザー	142	28.4	65.4	6.2	-	22.2	9.0	47.7	42.4	0.9	-33.4	7.3	59.3	32.4	0.9	-25.1
ミドルユーザー	94	16.2	55.4	27.1	1.3	-10.9	10.0	49.5	39.1	1.4	-29.1	9.1	61.5	28.5	1.0	-19.4
ライトユーザー	86	10.9	53.9	24.7	10.6	-13.8	12.6	47.8	34.9	4.8	-22.3	11.5	58.7	23.5	6.3	-12.0
ノンユーザー	108	0.8	32.7	11.0	55.5	-10.2	2.0	30.1	14.0	53.8	-12.0	2.3	31.3	13.9	52.5	-11.6

増減値 = 「増えた」 - 「減った」

3. 飲酒頻度や支払金額の減少理由

* 自宅や料飲店の飲酒頻度、金額の減少層限定質問

料飲店での飲酒頻度や支払う金額の減少は、節約のため。消費不況が色濃く出ている

自宅での飲酒頻度の減少理由を聞いたところ、1位は「節約のため・収入が減ったため」、2位は「育児や授乳・妊娠中のため」、3位は「健康・ダイエットのため」であった。

また、料飲店での飲酒頻度の減少理由は、1位が「節約のため・収入が減ったため」、2位が「育児や授乳・妊娠中のため」、3位は「車の運転をするため」である。料飲店で1回に支払う金額が減少した理由は、1位が「節約・安くすませるため」、2位は「飲酒量が減ったため」「一緒に行く相手が飲まないため」となっている。

どの理由も節約志向が影響しているものと思われる。

飲酒頻度や金額の減少理由【自由回答を事後分類】

< 自宅での飲酒頻度が減った理由 >

[n=67]

1位	節約のため・収入が減ったため	20件
2位	育児や授乳・妊娠中のため	14件
3位	健康・ダイエットのため	11件
4位	飲酒量が減ったため	10件
5位	車の運転をするため	5件
6位	家族が飲まないため	4件
7位	外食の回数が増えたため	3件
	その他	2件

< 料飲店での飲酒頻度が減った理由 >

[n=141]

1位	節約のため・収入が減ったため	97件
2位	育児や授乳・妊娠中のため	14件
3位	車の運転をするため	11件
4位	健康のため	7件
5位	飲酒量が減ったため	3件
	その他	10件

< 料飲店での1回に支払う金額が減った理由 >

[n=107]

1位	節約・安くすませるため	77件
2位	飲酒量が減ったため	11件
3位	一緒に行く相手が飲まないため	4件
	その他	10件

4. よく飲むお酒の種類

* 自宅または料飲店の飲酒頻度「月1回以上」回答者限定質問

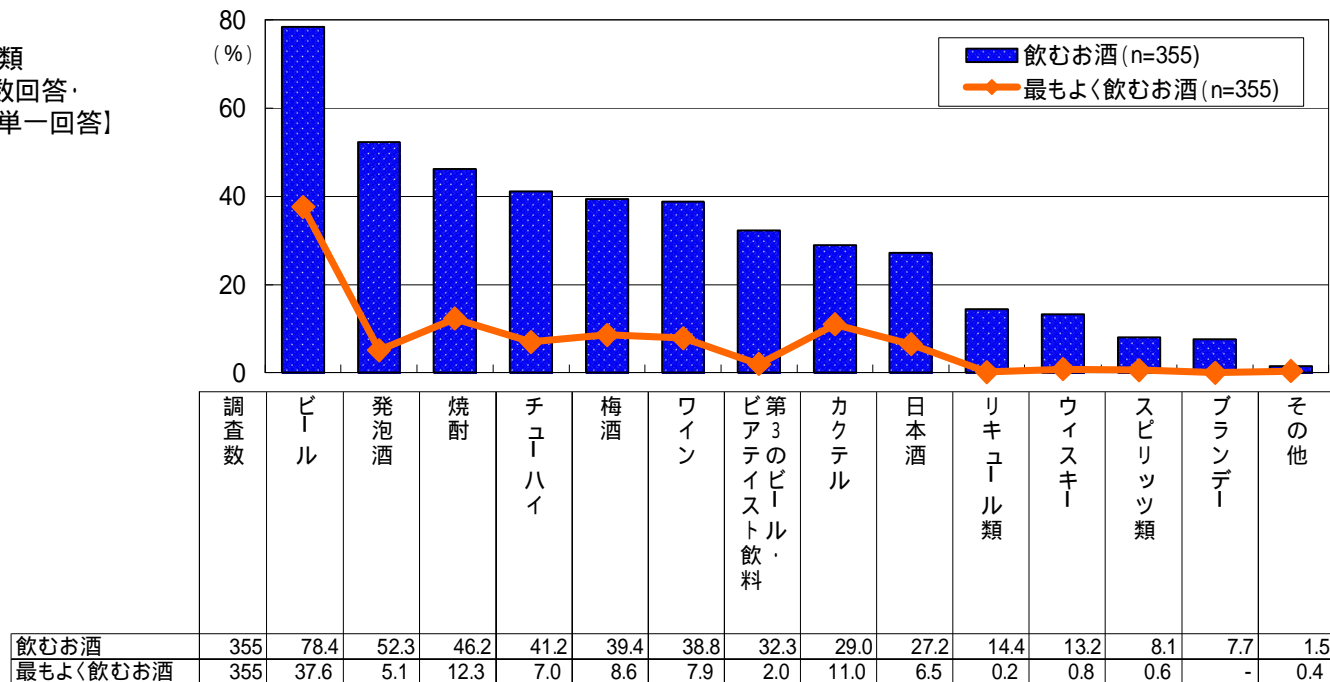
よく飲む酒類は、「ビール」「発泡酒」「焼酎」。経済的な事情のためか、発泡酒や第3のビールは子育て世代である40代の飲用が多い

自宅または料飲店でよく飲む酒類(複数回答)の割合は、「ビール」が最も高く78.4%、次いで「発泡酒」が52.3%、「焼酎」が46.2%となっている。

また、最もよく飲むお酒(単一回答)は、1位が「ビール」で37.6%、2位が「焼酎」で12.3%、3位が「カクテル」で11.0%である。

- ・性別では、ほとんどの酒類において男性の割合が高いなか、女性では「チューハイ」「梅酒」「ワイン」「カクテル」の割合が高い。
- ・年代別では、年齢が上がるほど「ビール」「日本酒」、年齢が若くなるほど「チューハイ」「梅酒」「カクテル」の割合が高くなっている。また、40代で「発泡酒」「第3のビール・ビアテイスト飲料」、50代以上で「焼酎」の割合が、他の年代に比べて高く、年代によって差異がある。
- ・ユーザー別では、ライトユーザーやノンユーザーでは「チューハイ」「カクテル」の割合が高く、ヘビーユーザーやミドルユーザーでは「ビール」「発泡酒」「焼酎」の飲用率が高い。

よく飲むお酒の種類
【よく飲むお酒:複数回答・
最もよく飲むお酒:単一回答】



4. よく飲むお酒の種類

よく飲むお酒の種類【複数回答】

* 自宅または料飲店の飲酒頻度「月1回以上」回答者限定質問 [%]

	調査数	ビール	発泡酒	焼酎	チューハイ	梅酒	ワイン	第3のビール・テイスト飲料	カクテル	日本酒	リキュール類	ウイスキー	スピリッツ類	ブランデー	その他	
全体	355	78.4	52.3	46.2	41.2	39.4	38.8	32.3	29.0	27.2	14.4	13.2	8.1	7.7	1.5	
性別	男性	173	87.9	63.6	70.5	32.4	31.8	32.4	42.2	19.7	32.9	11.6	19.1	10.4	10.4	1.7
	女性	182	69.3	41.5	23.0	49.6	46.6	45.0	22.9	37.9	21.8	17.1	7.7	6.0	5.2	1.2
年代別	20代	66	61.9	46.0	24.8	52.5	53.9	29.8	27.8	55.3	17.5	21.0	8.7	8.7	2.6	-
	30代	80	74.5	53.5	48.5	55.2	47.5	37.9	32.2	36.6	19.5	22.8	10.6	11.7	5.3	0.6
	40代	84	81.3	60.0	41.6	40.9	31.6	42.0	44.6	27.9	24.6	13.0	10.0	10.5	8.4	3.6
	50代	71	85.9	45.1	52.1	36.6	29.6	45.1	29.6	16.9	36.6	8.5	23.9	7.0	7.0	-
	60代以上	54	90.0	55.6	68.4	13.2	34.4	38.1	22.3	3.2	42.4	3.7	13.8	-	17.5	3.2
ユーザー別	ヘビーユーザー	142	89.5	65.3	62.5	35.9	33.4	45.6	46.3	14.4	36.8	8.9	17.1	11.8	12.5	3.5
	ミドルユーザー	94	84.4	54.0	45.6	39.2	41.0	38.1	31.7	28.8	16.6	12.7	7.2	5.1	-	-
	ライトユーザー	86	63.7	40.7	35.1	48.5	47.0	31.7	20.3	47.0	22.7	20.3	11.9	6.1	5.0	-
	ノンユーザー	34	52.3	22.4	7.4	50.7	40.5	30.6	5.4	45.4	8.4	16.5	1.7	0.7	2.0	0.7

最もよく飲むお酒の種類【単一回答】

	調査数	ビール	発泡酒	焼酎	チューハイ	梅酒	ワイン	第3のビール・テイスト飲料	カクテル	日本酒	リキュール類	ウイスキー	スピリッツ類	ブランデー	その他
全体	355	37.6	5.1	12.3	7.0	8.6	7.9	2.0	11.0	6.5	0.2	0.8	0.6	-	0.4
性別	男性	173	43.4	6.4	22.5	1.7	6.4	3.5	4.0	8.1	-	1.2	-	-	0.6
	女性	182	32.2	4.0	2.5	12.0	10.8	12.2	1.7	17.6	5.0	0.4	0.5	1.1	0.1
年代別	20代	66	27.8	7.8	6.0	5.3	20.1	4.4	0.9	25.1	1.8	-	0.9	-	-
	30代	80	31.6	4.9	14.0	8.9	12.3	7.0	3.1	12.3	4.3	0.9	0.3	-	0.3
	40代	84	40.6	7.6	8.0	6.5	3.3	12.6	1.2	10.6	4.8	-	2.0	1.6	1.2
	50代	71	45.1	1.4	14.1	9.9	4.2	9.9	1.4	2.8	9.9	-	1.4	-	-
	60代以上	54	44.4	3.2	21.7	3.2	3.2	3.7	3.7	3.2	13.8	-	-	-	-
ユーザー別	ヘビーユーザー	142	52.5	4.8	15.8	4.2	2.9	5.4	1.5	9.7	-	0.5	0.2	-	0.7
	ミドルユーザー	94	36.0	4.8	17.0	4.5	8.7	11.0	3.6	9.0	2.1	0.5	2.4	0.4	-
	ライトユーザー	86	22.5	5.0	6.1	11.9	15.8	5.5	1.2	22.2	8.0	0.3	-	1.5	-
	ノンユーザー	34	18.4	7.9	-	13.0	14.4	16.0	-	27.8	1.7	-	-	-	0.7

ユーザー別：「ヘビーユーザー」=自宅または料飲店で週4日以上飲酒をする層、「ミドルユーザー」=自宅または料飲店で週1～3日飲酒をする層、「ライトユーザー」=自宅または料飲店で月1～3回飲酒をする層、「ノンユーザー」=自宅または料飲店で月1回以下（ほとんど飲まない）飲酒をする層

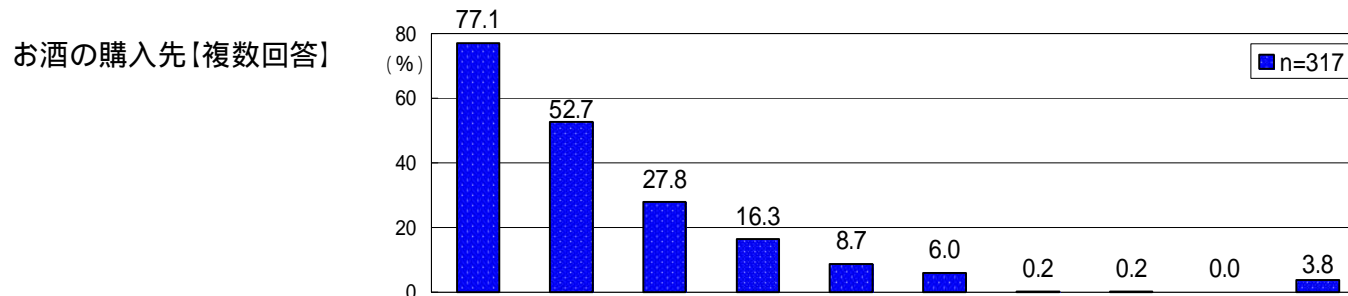
5. お酒の購入先

* 自宅の飲酒頻度「月1回以上」回答者限定質問

約8割が「スーパーマーケット・大型量販店」で購入。自宅飲酒回数の多い高年層では「ディスカウントストア」、飲酒回数の少ない若年層では「コンビニエンスストア」の割合が高い

自宅で飲酒するお酒の購入先は、「スーパーマーケット・大型量販店」の割合が最も高く77.1%、次いで「ディスカウントストア」が52.7%、「コンビニエンスストア」が27.8%の順である。

- ・性別では、男性は女性に比べて「ディスカウントストア」で購入する割合が高い。
- ・年代別では、20代・30代で「コンビニエンスストア」、50代で「ディスカウントストア」の割合が他の年代に比べて高くなっている。



調査数		スーパーマーケット・大型量販店	ディスカウントストア	コンビニエンスストア	チェーンの大型酒店	個人経営の酒店	インターネットの通信販売	雑誌の通信販売	自動販売機	テレビショッピング	その他	
全体	317	77.1	52.7	27.8	16.3	8.7	6.0	0.2	0.2	-	3.8	
性別	男性	154	73.4	63.6	30.5	16.2	8.4	5.2	-	-	-	3.9
	女性	163	80.6	42.3	25.3	16.3	8.9	6.8	0.4	0.4	-	3.8
年代別	20代	54	78.0	32.2	52.0	6.5	5.4	4.3	-	-	-	1.1
	30代	71	79.2	56.8	41.3	12.7	7.6	1.7	0.3	0.3	-	2.1
	40代	75	79.7	52.9	14.5	24.4	11.3	6.8	0.5	0.5	-	4.6
	50代	63	74.6	61.9	11.1	20.6	7.9	4.8	-	-	-	4.8
	60代以上	54	72.5	56.7	23.8	14.3	10.6	13.8	-	-	-	6.9
ユーザー別	ヘビーユーザー	142	71.8	56.7	27.4	19.0	8.1	6.9	0.2	0.4	-	4.0
	ミドルユーザー	87	80.6	51.5	27.0	18.8	10.8	7.2	0.4	-	-	3.8
	ライトユーザー	69	82.0	51.9	29.0	9.3	5.5	3.0	-	-	-	2.4
	ノンユーザー	19	82.3	31.1	29.8	9.6	14.7	5.2	-	-	-	7.7

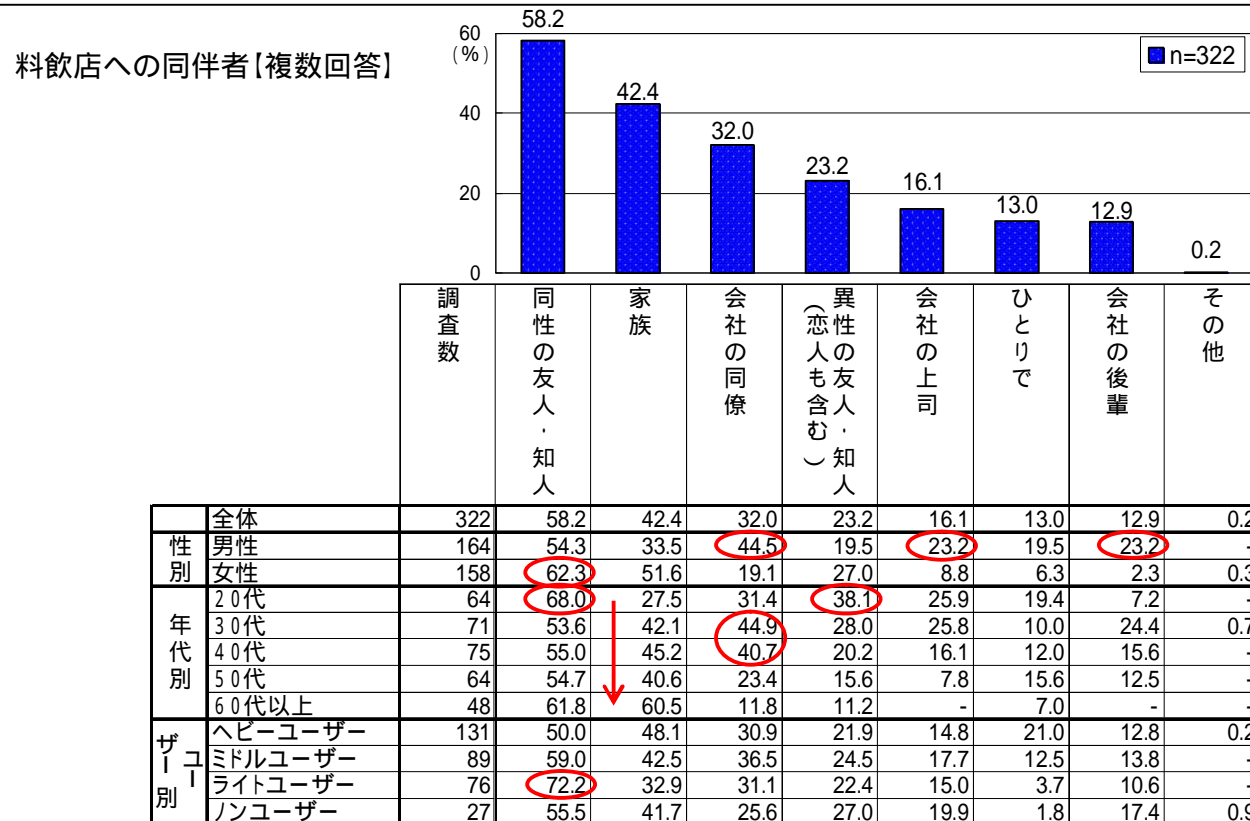
6. 料飲店への同伴者

* 料飲店の飲酒頻度「月1回以上」回答者限定質問

料飲店への同伴者は、男性は「会社関係」、女性は「友人」の割合が高い。ライフステージごとに、最も大切なコミュニケーションの相手を同伴としていることが推察される

料飲店への同伴者は、「同性の友人・知人」の割合が最も高く58.2%、次いで「家族」が42.4%、「会社の同僚」が32.0%となっている。

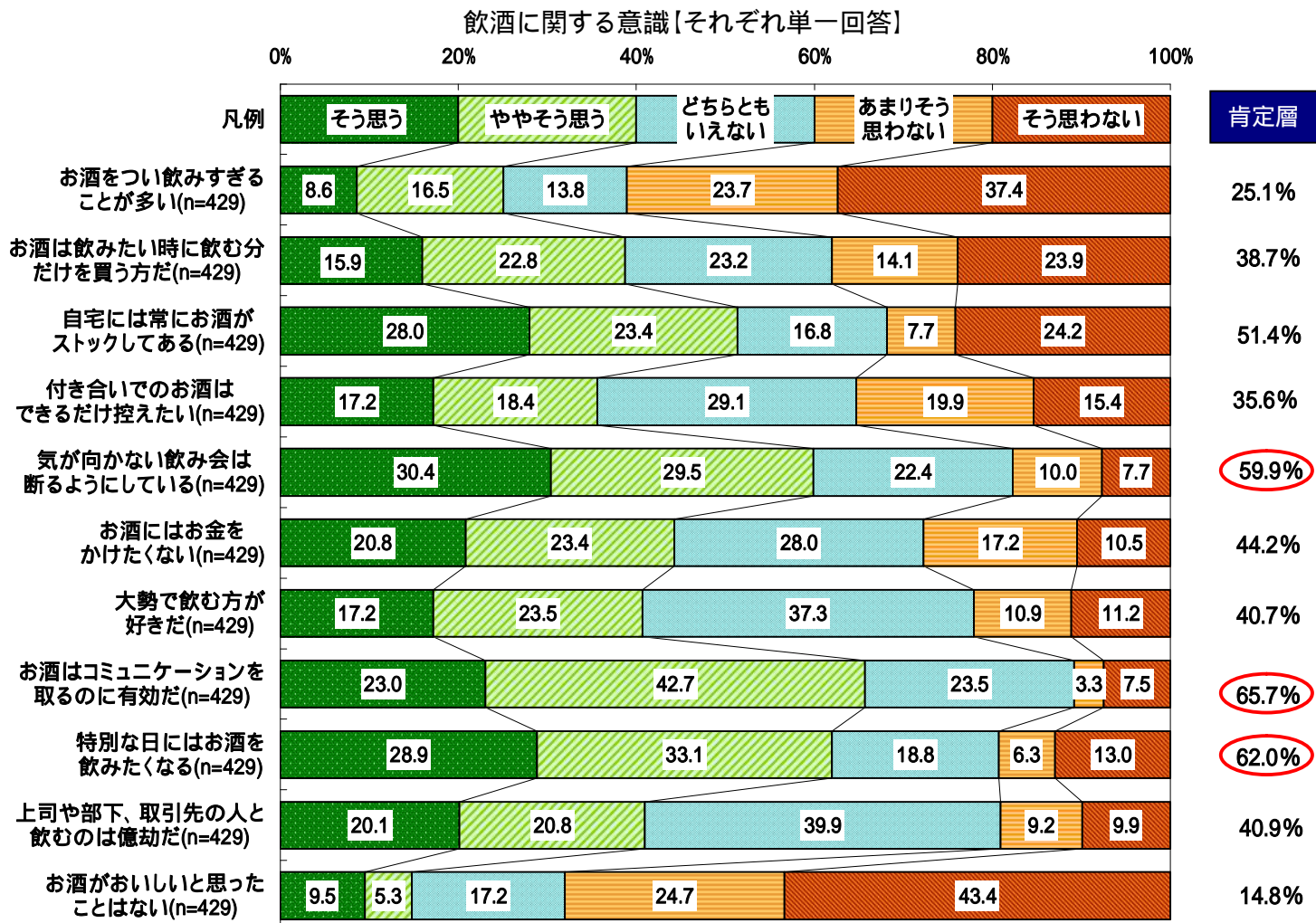
- ・性別では、男女とも「同性の友人・知人」の割合が最も高いものの、男性では「会社の同僚」「会社の上司」「会社の後輩」の割合も高く、飲酒の相手が多様である。
- ・年代別では、年代が上がるにつれ「家族」の割合が高くなっている。また、20代で「同性の友人・知人」「異性の友人・知人」、30代・40代で「会社の同僚」の割合が高くなる。
- ・ユーザー別では、ライトユーザーで「同性の友人・知人」の割合が顕著に高い。



7. 飲酒に関する意識

コミュニケーションに有効と思う一方で、お酒にお金はかけたくない。若年層の飲酒抑制意識がうかがえる

飲酒に関する意識のうち、肯定層(「そう思う」と「ややそう思う」の合計)が最も高いのは、「お酒はコミュニケーションを取るのに有効だ」で65.7%、次いで「特別な日にはお酒を飲みたくなる」で62.0%、「気が向かない飲み会は断るようにしている」が59.9%である。



肯定層 = 「そう思う」+「ややそう思う」

7. 飲酒に関する意識

- ・性別では、男性で「お酒をつい飲みすぎるが多い」の肯定層の割合が高い。
- ・年代別では、年代が低くなるほど「お酒は飲みたい時に飲む分だけを買う方だ」の割合が高くなる一方で、50代・60代で「自宅には常にお酒がストックしてある」の割合が高い。また、20代で「お酒にはお金をかけたくない」、30代で「お酒をつい飲みすぎるが多い」「上司や部下、取引先の人と飲むのは億劫だ」の割合が高い。
- ・ユーザー別では、ヘビーユーザーで「自宅には常にお酒がストックしてある」「特別な日にはお酒を飲みたいくなる」、ライトユーザーで「お酒は飲みたい時に飲む分だけを買う方だ」の割合が高くなっている。

飲酒に関する意識【それぞれ単一回答】

	調査数	【%】		【%】		【%】		【%】		【%】		【%】		【%】		【%】		【%】						
		お酒をつい飲みすぎるが多い		お酒は飲みたい時に飲む分だけを買う方だ		自宅には常にお酒がストックしてある		付き合いでのお酒はできるだけ控えたい		気が向かない飲み会は断るようになっている		お酒にはお金をかけたくない		大勢で飲む方が好きだ		お酒はコミュニケーションを取るのに有効だ		特別な日にはお酒を飲みたいくなる		上司や部下・取引先の人と飲むのは億劫だ		お酒がおいしいと思ったことはない		
		肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層	肯定層	否定層			
全体	429	25.1	61.1	38.7	38.0	51.4	31.9	35.6	35.3	59.9	17.7	44.2	27.7	40.7	22.1	65.7	10.8	62.0	19.3	40.9	19.1	14.8	68.1	
性別																								
男性	198	33.3	51.0	36.3	40.9	54.5	24.2	36.9	35.4	60.1	18.7	43.9	29.3	39.9	17.7	68.2	8.1	63.6	16.7	36.9	21.2	14.6	67.6	
女性	231	17.9	69.8	40.9	35.6	48.7	38.3	34.5	35.3	59.7	16.9	44.5	26.3	41.2	25.9	63.5	13.1	60.5	21.5	44.5	17.4	14.9	68.4	
年代別																								
20代	85	25.2	57.6	50.0	29.6	31.0	42.1	34.4	38.5	53.0	24.2	53.7	23.5	41.3	21.6	59.1	12.3	51.6	23.5	41.7	17.4	14.6	65.9	
30代	96	32.0	58.6	47.9	29.2	46.5	30.7	39.2	34.7	58.0	18.8	49.9	27.0	38.8	23.6	69.6	9.6	68.7	17.7	52.0	19.6	17.3	66.8	
40代	95	23.8	58.1	43.3	36.1	48.5	37.9	37.5	31.5	65.7	13.2	45.3	30.0	37.5	18.3	67.0	11.5	63.6	17.6	44.1	19.2	11.1	69.3	
50代	85	21.2	65.9	25.8	49.5	62.3	27.1	27.1	38.8	60.0	16.5	25.9	28.2	38.8	28.2	65.9	10.6	68.3	15.3	37.6	23.5	12.9	70.6	
60代以上	68	21.8	67.3	21.8	49.4	74.1	17.9	40.1	33.1	62.8	15.8	46.0	30.1	48.9	18.3	66.2	10.0	55.2	23.3	24.2	15.4	18.8	67.8	
ユーザー別																								
ヘビーユーザー	142	46.2	41.0	26.6	55.0	82.6	4.0	34.5	39.9	59.0	14.9	24.4	42.7	39.3	20.9	75.1	4.8	80.5	3.2	37.4	18.7	3.4	84.5	
ミドルユーザー	94	28.2	51.3	38.3	19.6	56.8	17.6	38.8	30.2	64.0	12.0	41.6	23.0	40.7	17.4	68.0	5.3	77.0	8.6	39.3	15.9	5.4	77.6	
ライトユーザー	86	14.8	69.8	71.1	13.9	28.2	47.3	34.6	34.5	61.4	23.0	54.0	16.7	55.1	13.2	68.8	6.9	56.7	13.8	46.0	15.1	12.3	69.3	
ノンユーザー	108	2.5	89.2	29.6	50.8	24.2	68.6	35.0	34.4	56.3	22.2	64.9	20.8	30.8	34.8	48.7	26.5	28.5	54.1	43.0	25.9	39.9	37.2	

肯定層 = 「そう思う」+「ややそう思う」、否定層 = 「そう思わない」+「あまりそう思わない」

月間の飲酒頻度は自宅が14回、料飲店で2回。自宅では男性や60代以上、料飲店では男性や20～30代の飲酒頻度が高い。また、よく飲む酒類は「ビール」「発泡酒」「チューハイ」の順。

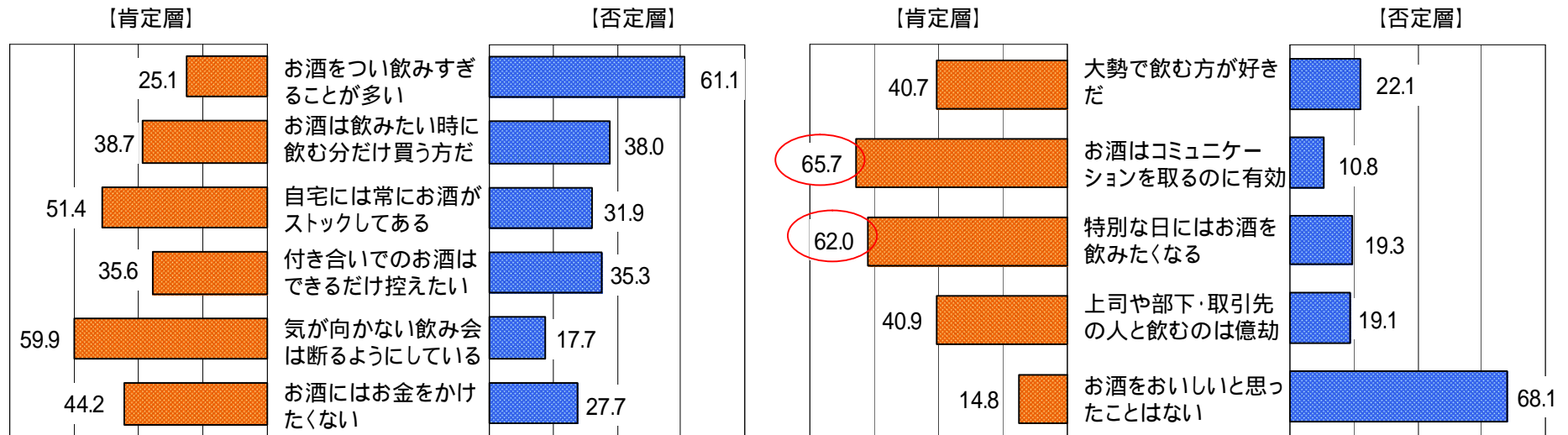
料飲店への同伴者は、男性は「会社関係」、女性は「友人」の割合が高い。また、年齢が高くなるにつれ「家族」、低くなるにつれ「友人」の割合が高い。

自宅飲酒用のお酒の購入先は、「スーパーマーケット・大型量販店」が約8割を占める。また、男性や50代で「ディスカウントストア」、20代・30代で「コンビニエンスストア」で購入する割合が高い。

この1年間で、料飲店での飲酒頻度および1回に支払う金額は減少しており、その理由は「節約のため」が目立つ。

飲酒に関する意識は、「お酒はコミュニケーションをとるのに有効」「特別な日にはお酒を飲みたくなる」の肯定層の割合が高いものの、若年層では「飲みたい分だけを買う」「お金をかけたくない」の割合も高く、若い年代はお酒離れの傾向にあると思われる。

飲酒に関する意識【それぞれ単一回答】



肯定層 = 「そう思う」+「ややそう思う」、否定層 = 「そう思わない」+「あまりそう思わない」

発行元：株式会社ジーコム 生活行動研究所

福岡市博多区古門戸町2番4号 KSコモンドビル4F

TEL 092 - 283 - 2085

FAX 092 - 262 - 6110

URL : <http://www.gcom-net.co.jp/>

E - mail : info@gcom-net.co.jp