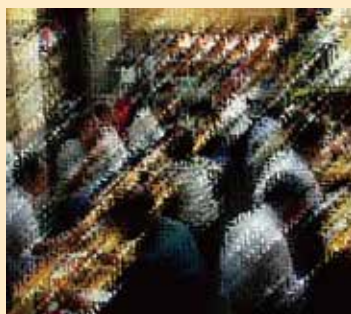


外食トレンド通信

 Vol.
4

名物ドリンクで 外食ならではの価値を訴求!

名物ドリンクをブランディングに活用



(株)フォートップスが展開する大衆酒場「ほていちゃん」が大きく店数を伸ばしています。客単価1500円前後という格安の大衆酒場ですが、注目すべきは業態特性に合った名物ドリンクを巧みに活用している点です。

その名物は**サッポロラガービールの大瓶**です。

サッポロラガービールは日本最古のビールブランド

で、年配客には懐かしく、若者客には目新しく受け止められます。商品がもつ昭和レトロな雰囲気は、大衆酒場のイメージとも重なります。看板商品に掲げることで、大衆酒場としての業態イメージを広く印象づけることに成功しています。

「酒場+〇〇」の業態トレンドと酒場で愛されるドリンク

大衆酒場の**細分化**と**専門店化**が進んでいます。餃子酒場や焼売酒場など多くの専門店酒場の繁盛店が生まれています。共通している点が、来店客の年齢層が従来の居酒屋よりも低いことでしょう。どの店舗も20代～30代がお客様の主要年齢層で、とりわけ東京・新橋の「焼き小籠包マニア」はアルコール離れが懸念されている20代女性の支持を獲得しています。かつての大衆酒場はお客様の大半が中年男性で占められていましたが、それをアレンジした**「ネオ大衆酒場」**が登場して客層の裾野が広がりました。それによって若年層の潜在的なアルコールニーズが掘り起こされるとともに、焼売、台湾餃子、焼き小籠包など若者に馴染みやすい商品を売りにすることで、その注目度が一気に高まったと考えられます。こういった「ネオ大衆酒場」業態でも、瓶ビールをはじめとする酒場に合わせた商品は支持を集めています。



酒場に合わせた商材

左：サッポロラガービール

中：サッポロ焼酎

右：北極星（ワイン）

瓶ビールで業態特性と 外食ならではの価値をアピール!

瓶ビールで業態特性と外食ならではの価値をアピール!

- ビールカテゴリーにおける瓶比率は約30%
- 価格帯別で見ると高単価な業態になるほど瓶比率が上昇する
- 業態別で見ると大衆居酒屋が最多、次に焼肉店が続いている
- ビール飲用時の銘柄意識について、樽よりも瓶の方が10%程度高く意識している。

■ビールカテゴリーの飲用内訳

瓶	樽	ノンアルコール
31.4%	60.3%	8.2%

■ビール飲用時の銘柄意識

瓶	意識している	意識していない
瓶	76.5	23.5
樽	65.4	34.6

■価格帯別の飲用内訳

価格帯	瓶	樽	ノンアルコール
2千円台以下	23.6%	70.9%	5.5%
3千円台	25.7%	67.2%	7.1%
4千円台	29.1%	65.4%	5.5%
5千~7千円台	45.3%	42.0%	12.7%
8千円台以上	50.4%	31.4%	18.2%

出典:Lazuli株式会社 N=659 対象期間:2021年3月~2021年8月

単位:パーセント 出典:外食WEB調査 N=439 対象期間:2021年1月~2021年8月

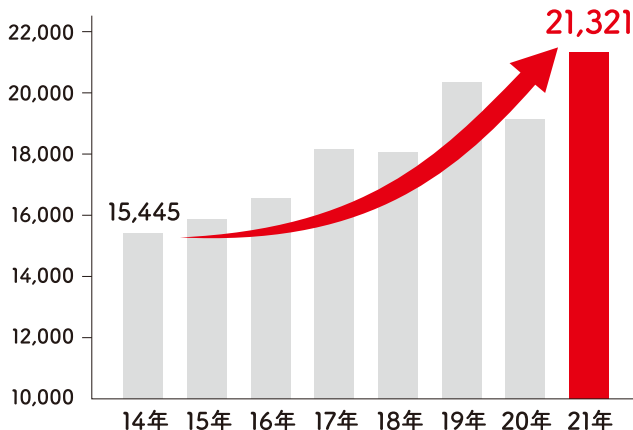
■瓶ビールを外食でよく飲む店舗業態 ※複数選択

大衆居酒屋 チェーン店	大衆居酒屋 個人店	焼肉店	焼き鳥・串焼き 焼きトン	和食	中華料理店	アジア ・エスニック	フレンチ	イタリアン	ファミリー レストラン
49.0	60.2	40.8	28.6	24.5	20.4	3.1	6.1	8.2	9.2

単位:パーセント 出典:外食WEB調査 N=98 対象期間:2021年1月~2021年8月

サッポロラガー瓶ビール販売店数は年々増加中

■取り扱い飲食店数推移



出典:弊社出荷実績 1月起点

