

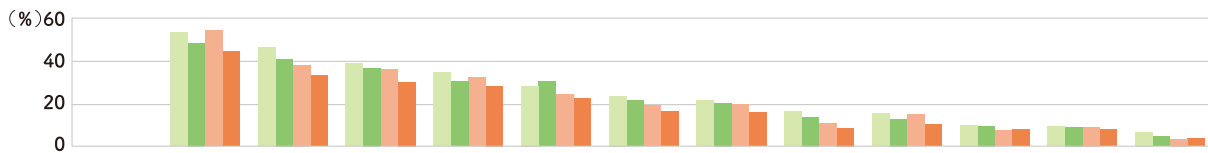
# 外食トレンド通信

Vol. 14

## 2023年に向けたお客様のドリンク動向

### ■外食店で飲みたいドリンク(情緒的価値)

■ 21年首都圏 ■ 22年首都圏 ■ 21年近畿圏 ■ 22年近畿圏



標本数	家庭では飲めないアルコールドリンク	そのお店でしか味わえない店舗オリジナルのアルコールドリンク	季節感を感じられるアルコールドリンク	食事とのペアリングを楽しめるアルコールドリンク	飲んだことがないアルコールドリンク	高級感・特別感を感じられるアルコールドリンク	そのお店の名物料理に合うアルコールドリンク	生産者の思いを感じられるアルコールドリンク	濃さ・味わいできるアルコールドリンク	自分好みにアレンジできるアルコールドリンク	品評会等で受賞歴のあるアルコールドリンク	知人に共有したくなる見た目のアルコールドリンク	社会的課題・地域貢献や環境保全等を意識した商品を使ったアルコールドリンク
21年首都圏	800	53.4	46.3	39.1	34.9	28.6	23.9	21.9	16.6	15.8	10.5	9.4	6.8
22年首都圏	800	48.4	41.4	36.6	30.6	30.5	21.6	20.3	13.9	13.1	9.8	9.0	4.9
性別													
男性	400	46.5	40.8	32.0	28.0	32.8	21.8	18.5	12.8	11.5	10.0	8.5	4.8
女性	400	50.3	42.0	41.3	33.3	28.3	21.5	22.0	15.0	14.8	9.5	9.5	5.0
性×年代別													
男性20代	100	48.0	37.0	31.0	24.0	29.0	18.0	16.0	10.0	11.0	15.0	13.0	4.0
男性30代	100	47.0	43.0	39.0	33.0	26.0	23.0	19.0	13.0	12.0	9.0	10.0	5.0
男性40代	100	50.0	39.0	22.0	24.0	41.0	24.0	21.0	13.0	12.0	9.0	7.0	7.0
男性50代	100	41.0	44.0	36.0	31.0	35.0	22.0	18.0	15.0	11.0	7.0	4.0	3.0
女性20代	100	49.0	43.0	43.0	29.0	29.0	22.0	25.0	14.0	11.0	6.0	14.0	4.0
女性30代	100	48.0	49.0	47.0	34.0	33.0	19.0	25.0	22.0	16.0	11.0	12.0	4.0
女性40代	100	47.0	36.0	32.0	35.0	27.0	22.0	16.0	11.0	19.0	9.0	6.0	4.0
女性50代	100	57.0	40.0	43.0	35.0	24.0	23.0	22.0	13.0	13.0	12.0	6.0	8.0
21年近畿圏	800	54.5	38.3	36.4	32.3	24.6	19.3	19.6	11.1	15.6	7.4	9.1	3.6
22年近畿圏	800	44.8	33.4	30.4	28.4	22.6	16.5	16.0	9.0	10.4	8.0	8.1	3.9

出典：外食WEB調査 N=1600 対象期間：2022年6月～2022年8月

### ■一人あたりの平均飲用

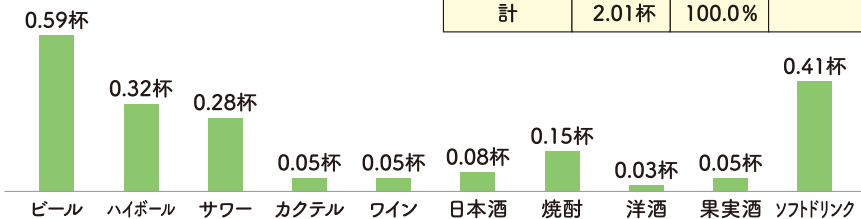
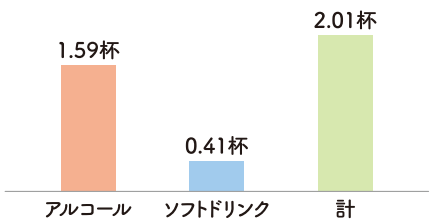
種別	一人あたり平均飲用杯数	一人あたり平均飲用比率	6ヵ月前比較増減
アルコール	1.59杯	79.4%	+0.06杯
ソフトドリンク	0.41杯	20.6%	-0.10杯
計	2.01杯	100.0%	-0.04杯

### ■種別の平均飲用内訳

種別	一人あたり平均飲用杯数	一人あたり平均飲用比率	6ヵ月前比較増減
ビール	0.59杯	29.2%	1.8%
ハイボール	0.32杯	16.2%	-0.2%
サワー・酎ハイ	0.28杯	13.7%	1.4%
カクテル	0.05杯	2.5%	0.1%
ワイン	0.05杯	2.7%	-0.1%

種別	一人あたり平均飲用杯数	一人あたり平均飲用比率	6ヵ月前比較増減
日本酒	0.08杯	4.0%	1.0%
焼酎	0.15杯	7.3%	0.1%
洋酒	0.03杯	1.3%	-0.1%
果実酒	0.05杯	2.6%	0.4%
ソフトドリンク	0.41杯	20.6%	-4.3%

計	2.01杯	100.0%	
---	-------	--------	--



出典：Lazuli株式会社 N=962 対象期間：2022年3月～2022年8月

### 《ポイント要約》

- ★家庭では飲めないドリンクへのニーズが変わらず大きい
- ★2022年はビール、サワー・酎ハイが大きく伸長

**お取り扱いいただいている飲食店様は年々増加！  
withコロナの環境下においても外食を牽引する強さを発揮**



### 商品特徴

- 飲食店様向け商品
- 瓶商品ONLY
- 日本で最も歴史のあるビールブランド
- 愛称「赤星」
- 熱処理ビール(not 生ビール)

【熱処理ビールとは?】殺菌機を通して瞬間的に熱処理を行い、酵母を死滅させます。現在、生ビールが主流となっていますが、サッポロラガーは昔ながらの製法を続け、しっかりと厚みのある味わいが特徴です。

### ラガー取り扱い飲食店推移

ラガー取り扱い店数は2018年の約2倍に

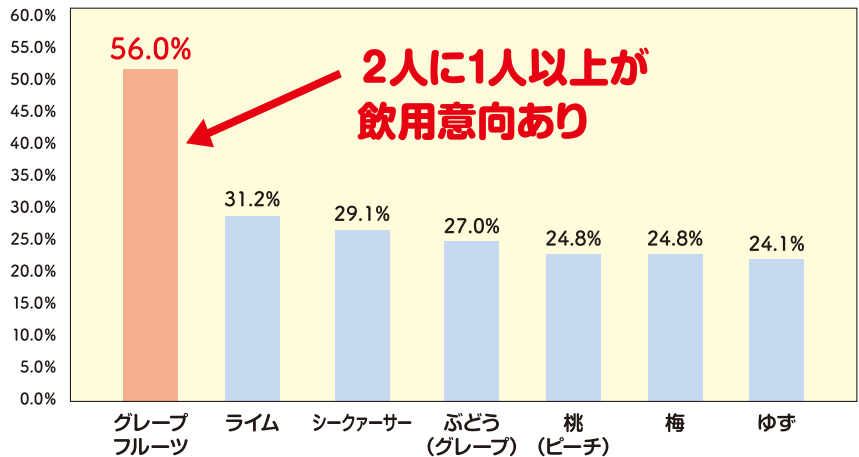


出典:飲食店売上実績より サッポロラガー実績有店数

**「濃いめのグレフルサワーの素」から、リピート率の高いお客様への  
大容量需要に対応する1.8ℓ商品を発売**



### 外食時レモンサワー除くサワー類 今後の飲用意向



出典:外食に関するWEB調査 2021年 首都圏 今後の飲用意向

### グレープフルーツ味が 濃いめのグレフルサワーの素

グレープフルーツのジューシーな甘酸っぱさと、ほのかな苦味が特長のお酒です。炭酸水を注ぐだけで、居酒屋の手で搾ったグレープフルーツサワーを想起させる果実感あふれるグレープフルーツサワーが完成します。お好きな時にお好きな割り方でお楽しみください。

3月14日 全国通年販売

1.8ℓペット アルコール25度  
参考小売価格1,650円(税抜)