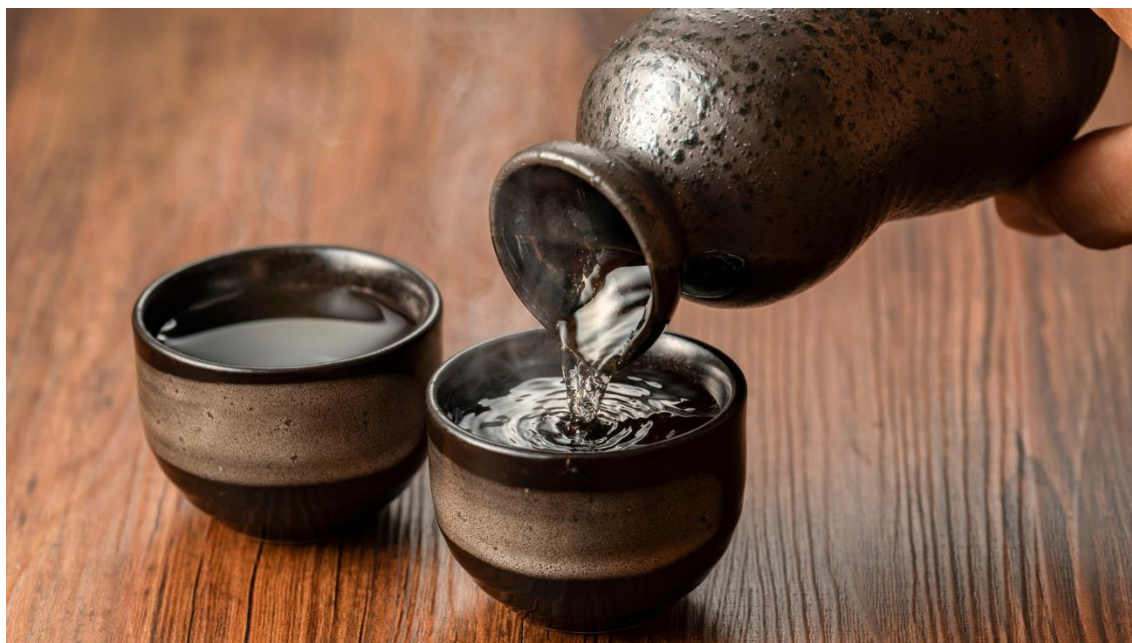


日本酒の購入についての消費者調査 スーパーで銘柄を決めず購入

【調査結果サマリー】

1. 日本酒は1か月に1回程度購入18%、「スーパー」での購入が多い
2. 購入する銘柄は決まっていないことが多い
3. 購入の際に重視するのは「味」

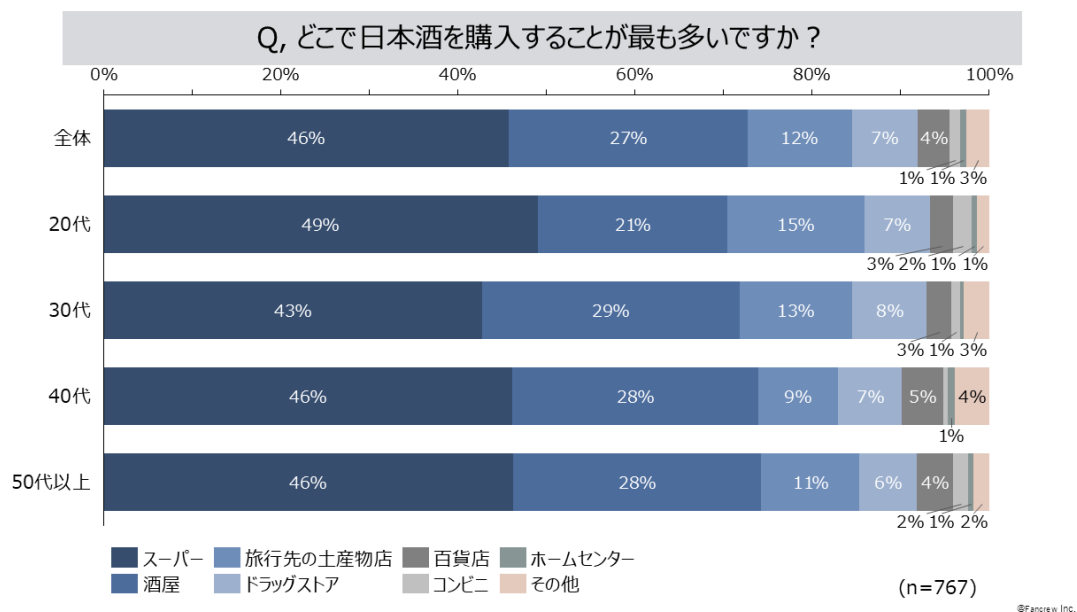
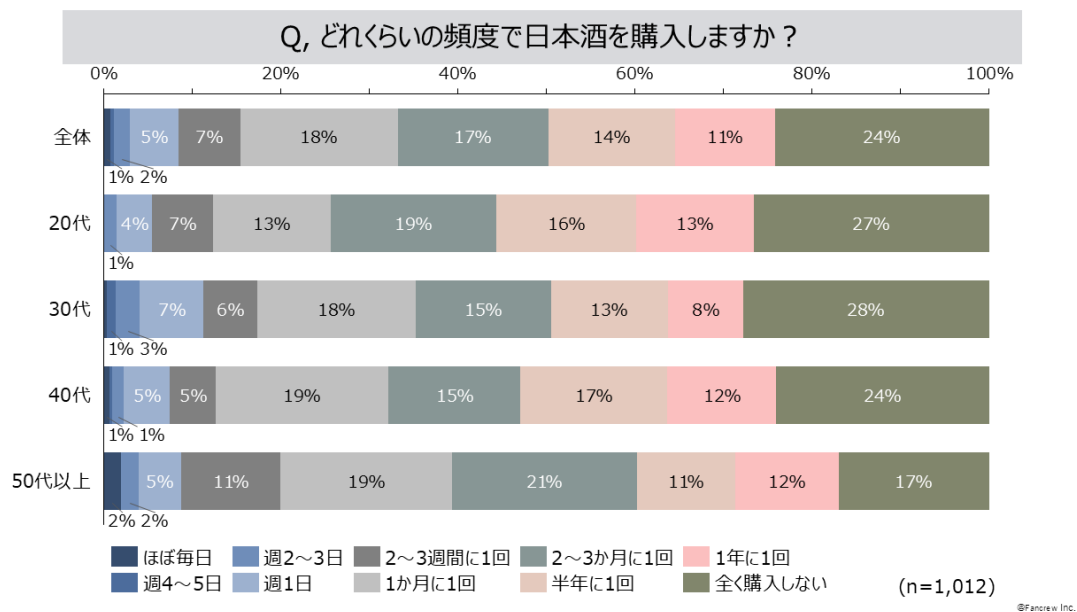


日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は日本酒の購入について、購入頻度や場所などを「ファンくる」会員1,012名（男性248名、女性764名）に調査を実施しました。

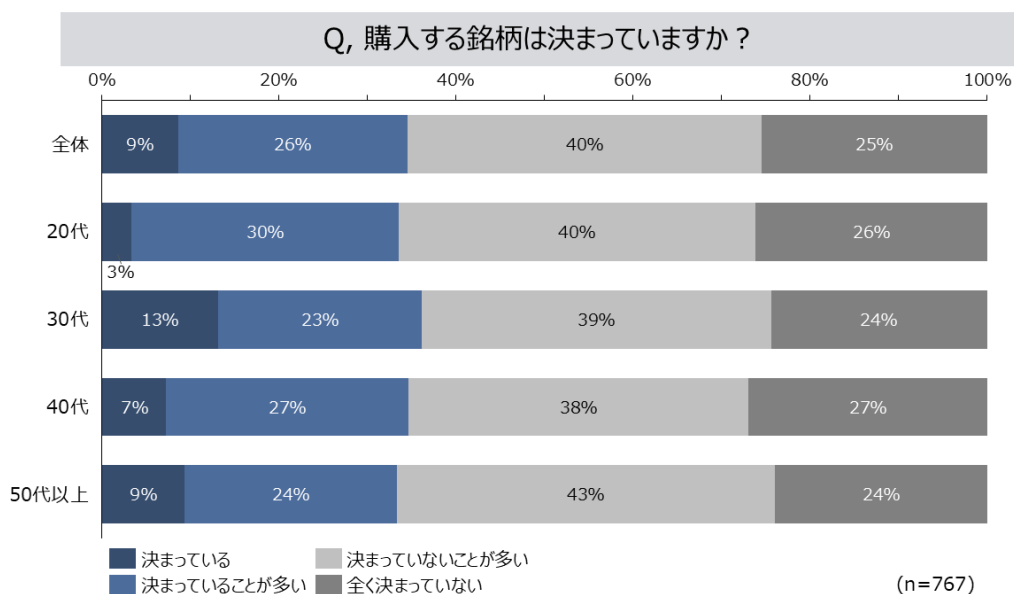
日本酒を購入する方は「1か月に1回」という方が最も多く18%、次いで「2～3か月に1回」が17%となりました。購入場所は「スーパー」が46%と最多で、「酒屋」27%、「ドラッグストア」12%と続いています。購入する銘柄は「決まっていないことが多い」40%、「全く決まっていない」25%と、過半数の方が決まっていないようです。購入する日本酒を選ぶ際に重視するのは「味」が最も多く85%、次いで「価格」が51%でした。

【調査結果】

1. 日本酒は1か月に1回程度購入18%、「スーパー」での購入が多い

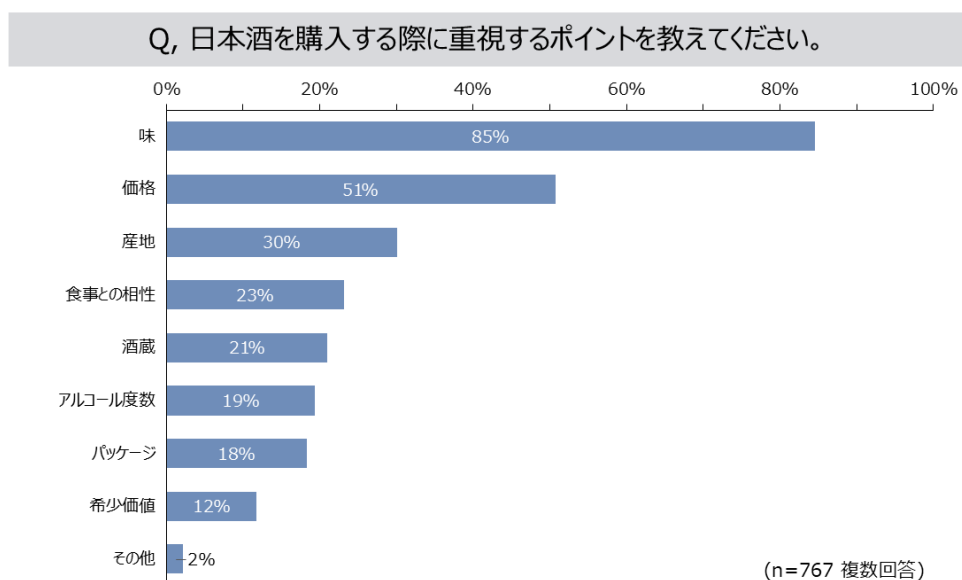


2. 購入する銘柄は決まっていないことが多い



©Fancree Inc.

3. 購入の際に重視するのは「味」



©Fancree Inc.

本調査ではこれ以外に購入する日本酒のサイズやパッケージなど全 14 問で回答を得ています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：1,012 名（男性 248 名、女性 764 名）

調査時期：2024 年 10 月 18 日～10 月 30 日

調査項目：日本酒の購入についての消費者調査

設問数：14

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>) リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>

■事業内容：

来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発

消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発

契約率向上ツール「ファンくる ICR・CSR」の運用・開発

販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発

従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発

体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発

インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）