

報道関係各位

平成23年 6月20日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

お酒好きでもノンアルコールで食事を楽しむ“飲まなーゼ”現象 女性の8割以上が、あえて飲酒しない外食も

—「外食時の女性の飲酒」に関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、関東地区(東京、神奈川、千葉、埼玉在住)の25~44歳の1年に1回以上お酒を飲んでいる女性600人を対象に、「女性の飲酒」に関する調査を実施しました。

■調査背景・目的

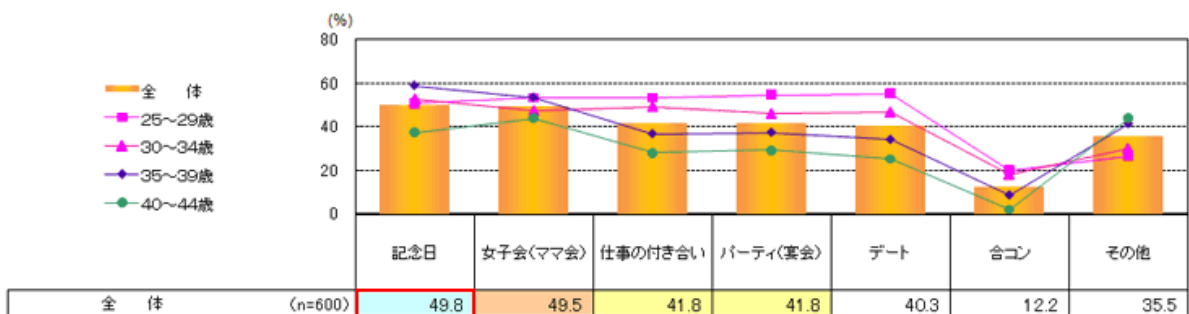
近年、「女子会」と呼ばれる女性をターゲットにした飲み会や食事会が注目を浴び、飲食店による様々なサービスや限定のプランなども展開されています。その様な状況の中、女性はどのようにお酒を飲んでいるのでしょうか。今回は、「普段の飲酒」や「あえてお酒を飲まない外食」、「お酒に対する意識」を調査し、女性の飲酒の実態を明らかにしました。

■調査結果トピックス

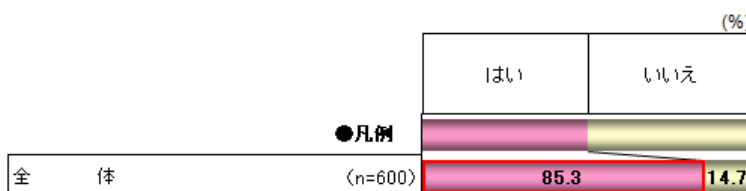
- ✓ 普段外食時にお酒を飲むシーンは、「記念日(49.8%)」が最も多く<図1>。
- ✓ 女性の8割以上があえて飲酒しない外食をしており<図2>、その際は食事を楽しみ、料理を堪能するために「水」や「お茶」を選ぶ傾向がある<図3>。
- ✓ お酒を飲まない外食シーンは「女子会(ママ会)(41.0%)」が最も高く<図4>、飲酒しない理由は、約半数の人が翌日への影響を考慮しているため<図5>。
- ✓ お酒が好きな女性は84.3%と高いものの、半数の人が5年前と比べて飲酒の頻度が減ったと感じている<図6>。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/>

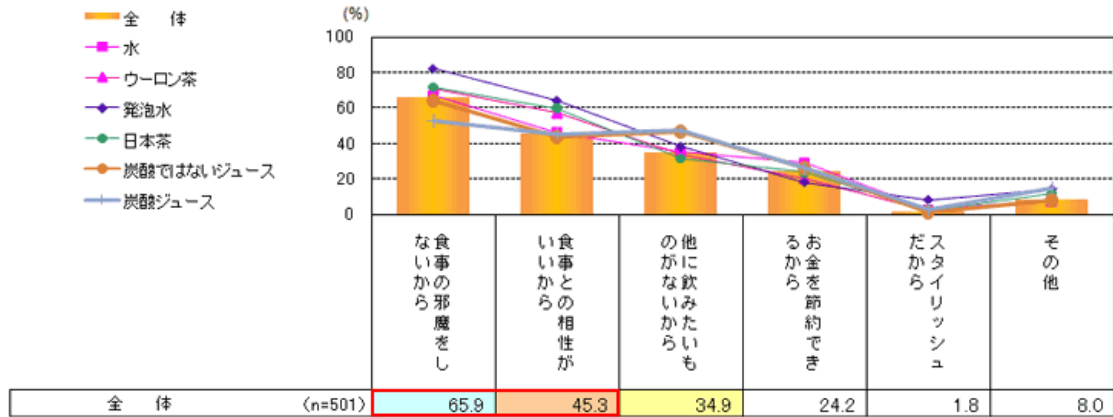
<図1> お酒を飲むシーン(複数回答)



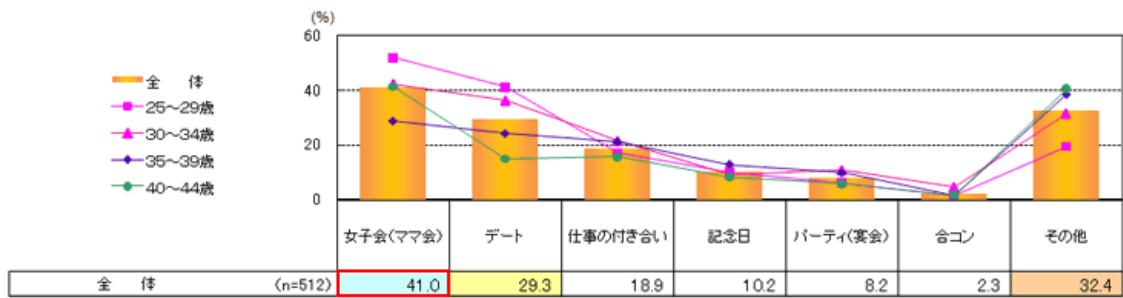
<図2> お酒を飲まない外食の経験(単一回答)



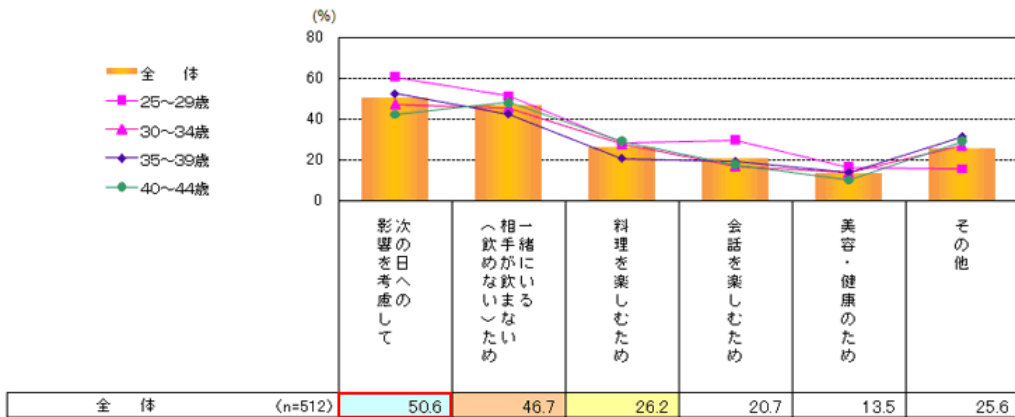
〈図3〉 お酒を飲まない外出時の飲み物を選ぶ理由(複数回答)



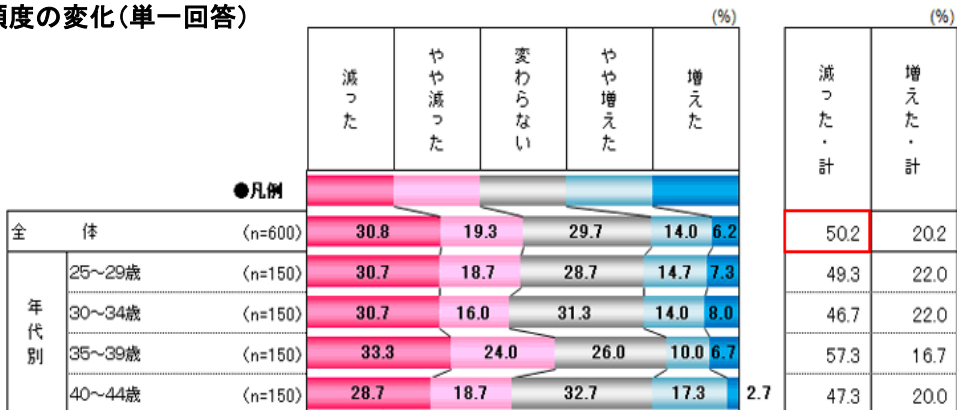
〈図4〉 お酒を飲まない外出時のシーン(複数回答)



〈図5〉 お酒を飲まない外出の理由(複数回答)



〈図6〉 飲酒頻度の変化(単一回答)



■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
調査対象 : 関東地区(東京、神奈川、千葉、埼玉在住)の25~44歳の女性
調査期間 : 2011年5月18日(水)~2011年5月23日(月)
有効回答数 : 600サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当: 大島 理香(おおしまりか) TEL : 03-3549-0603 FAX : 03-3549-0232
E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」