

報道関係各位

プレスリリース

2012年11月5日

株式会社マーシュ

〒154-0012 東京都世田谷区駒沢1-4-15 真井ビル7F

TEL: 03-5433-0321 FAX: 03-5433-0481

ワインを飲む人の77.2%が「ボージョレ・ヌーヴォー」を飲んだ経験あり。

購入予算(1本)は1000円~2000円台の人が7割を占める。

## ワイン(ボージョレ・ヌーヴォー)に関するアンケート

インターネット調査会社の株式会社マーシュ(東京都世田谷区駒沢、代表:町田正一)は、全国の20代~50代までの男女でお酒を飲む人800人を対象に、ワインとボージョレ・ヌーヴォーについてインターネットでアンケートを実施しました。調査期間:2012年10月18日(木)~10月23日(火)

### 調査結果トピックス

ワインを飲む人のうち、週1回以上飲む人は約3割、月1回程度かそれ以下的人が過半数。

ワインを飲む人の「ボージョレ・ヌーヴォー」認知率は92.8%

ボージョレ・ヌーヴォーのイメージは

「おいしい」、「飲みやすい(味)」、「賑やかな」、「初心者向けの」といったものが多数派。

「世界中で盛り上がる」→「日本で盛り上がる」は、ほぼ均等の結果に。

ワインを飲む人のうち、ボージョレ・ヌーヴォーを飲んだことがある人は77.2%

今年のボージョレ・ヌーヴォーを「飲む」と答えた人は36.9%で、

「気が向いたら飲むかも知れない」(48.7%)と合わせると8割を超える。

合わせたい食べ物は、「購入したもの(チーズ、クラッカー、惣菜、オードブルなど)」が最多(80.3%)。

「自分で作った手料理」(55.3%)は、女性では64.8%で、男性でも42.0%と4割強。

購入する際の予算は、1,000円~2,000円台の回答が7割を占める。

ワインを飲まない人に理由を聞いた結果、

「味がよくわからないから」(38.5%)、

「おいしいから」(28.0%)、

「値段が高いから」(22.2%)がトップ3。

調査結果URL [http://www.marsh-research.co.jp/mini\\_research/mr201210\\_2wine.html](http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201210_2wine.html)

### 調査概要

調査対象者: 全国の20代~50代までの男女で、お酒を飲む人

調査項目: ・属性(性別、年代、居住地、未既婚、職業)

・飲むことがあるお酒の種類(複数選択)

・【ワイン飲用者】ワインを飲む頻度(単一回答)

・【ワイン飲用者】「ボージョレ・ヌーヴォー」の認知(単一回答)

・【ワイン飲用者】「ボージョレ・ヌーヴォー」のイメージ(単一回答)

・【ワイン飲用者】「ボージョレ・ヌーヴォー」の飲用経験(単一回答)

・【ワイン飲用者】今年(2012年)の「ボージョレ・ヌーヴォー」の飲用意向(単一回答)

・【「飲む」または「飲むかも知れない」人】合わせたい食べ物(複数選択)

・【「飲む」または「飲むかも知れない」人】自分で購入する際の予算(1本分)(数値入力)

・【ワイン非飲用者】ワインを飲まない理由(複数選択)

有効回答数: 800s

割付: 【性別】男性:50.0%/女性:50.0% 【年代】20代:25.0%/30代:25.0%/40代:25.0%/50代:25.0%

実査期間: 2012年10月18日(木)~10月23日(火)

調査方法: インターネット調査

調査機関: 株式会社マーシュ

アンケートモニターサイト「D STYLE WEB」(<http://www.dstyleweb.com/>)の登録会員を対象に実施