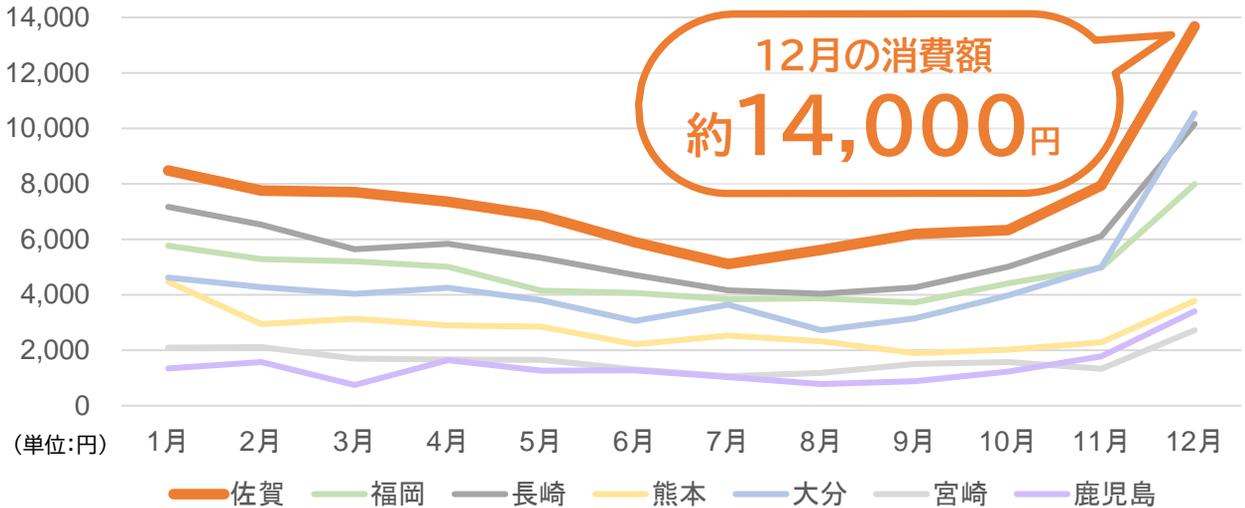




佐賀県民は日本酒が好き！



2023年1,000人当たりの清酒の購入額を都道府県別で比較すると、
佐賀県は九州内で清酒の購入額が一番高いことがわかりました。



典拠:地域経済分析システムRESAS「消費マップ 消費の傾向(POSデータ)」から

「The SAGA認定酒」アピールで顧客獲得へ



佐賀県産原料を100%使用し佐賀県内で製造、味や香りなど厳しい審査を乗り越えた『The SAGA認定酒』制度創設20年を記念し、佐賀市でもポスターやステッカーが様々な場所で掲示されています。

お酒は多くの人に愛され、温かい団らん作りに大きな役割を果たしますが、お酒を楽しむスタイルにも、世代によって変化が起こっているようです。乾杯条例※の制定から12年が経った今、佐賀酒の魅力を再発見し、お客さんと一体となって楽しんでいきましょう。

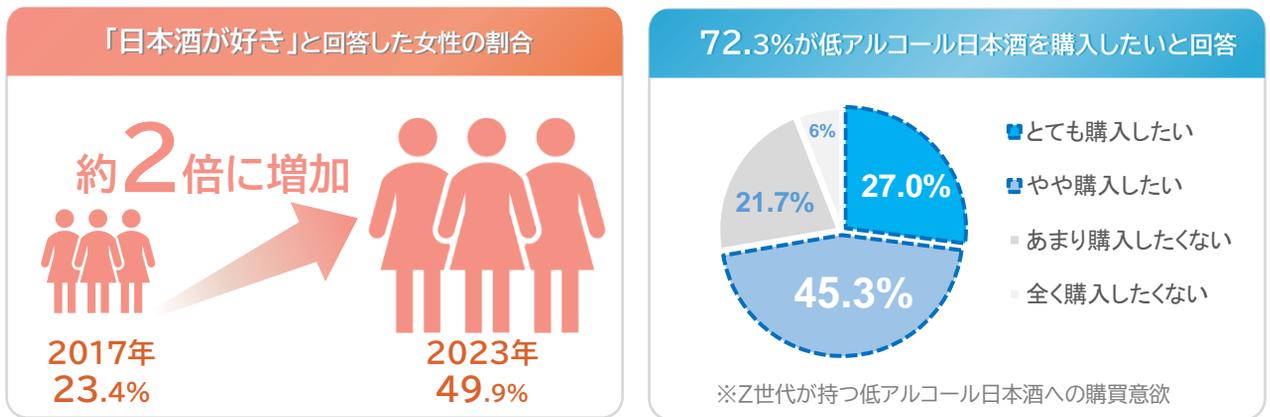
出典:佐賀県ホームページ「The SAGA認定酒」の制度創設20年を記念した プロモーションを12月より展開します!
<https://www.pref.saga.lg.jp/kiji003111195/index.html>

※2013年6月制定『佐賀県日本酒で乾杯を推進する条例』

日本酒需要動向調査から見たこれからの日本酒

🍷 日本酒が好きと回答した女性の割合が増加

全国の20歳から70歳までの男女3,000人を対象に実施した調査結果から、「**日本酒が好き**」と回答した女性の割合が、2017年と2023年で比較した結果 **約2倍に増加**。また、1年に1日程度以上の頻度で日本酒を飲む人のうち、**52.7%**が**低アルコールの日本酒**を購入したいと回答。世代別では**Z世代の72.3%**が**低アルコール日本酒**を購入したいと回答したことがわかりました。



典拠: 日本酒造組合中央会『日本酒需要動向調査』

https://japansakepr.com/public/wp-content/uploads/2023/03/PressRelease_20230329.pdf

60%以上がノンアルコール・低アルコール飲料の種類が少ないと回答

飲食店に置いてあるノンアルコール・低アルコール飲料の種類は少ないと思いますか？

■思う ■思わない

ノンアルコール飲料



低アルコール飲料



典拠: PR TIMES Beverich、「ノンアルコール・低アルコール飲料に関する調査」を公表
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000024.000109691.html>

近年は、健康志向の高まりや、「**気分だけでも楽しみたいから**」や、「**少しだけ酔いたいから**」といった理由から、ノンアルコール・低アルコール飲料市場が急速な広がりを見せています。しかし、飲食店でノンアルコール・低アルコール飲料を楽しみたい人にとっては選択の幅が少ない現状となっているようです。

ターゲット層の飲酒スタイルやニーズの変化に合わせ、お店の飲料ラインナップを見直してみてはいかがでしょうか。

日本酒初心者でも挑戦しやすい！日本酒カクテルのススメ



新しい日本酒の楽しみ方として、**日本酒カクテル**の注目度が上がっています。昨年佐賀県でも、佐賀酒カクテルのイベントが行われていたため、記憶に新しいのではないのでしょうか。



女性人気が高まっていること、Z世代からの低アルコール日本酒需要が高まっていることから、今後も**日本酒カクテル**は人気を伸ばしていくことが予測されます。特にSNSで映えるカクテルは、流行に敏感な女性やZ世代から好まれるでしょう。また、佐賀の名産である、**イチゴ**や**ミカン**を使用したカクテルなど、地域の素材を使用することで、観光客からの注目にも期待ができます。低アルコール飲料の売り出し方の一つとして、**日本酒カクテル**に着目してみるのはいかがでしょうか。

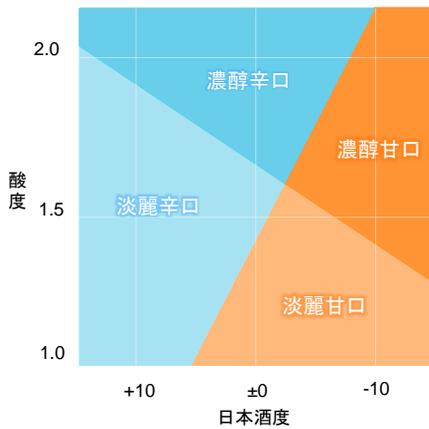


お酒は顔で選ぶ時代？『ジャケ買い』に迫る

日本酒は種類や楽しみ方が豊富で、自分の趣向に合わせたお酒選びができるといった利点がある一方で、初心者には「選び方がわからない」、「ハードルが高い」といった印象を持つ方も多くいるようです。そこで、日本酒の選び方、おススメの方法のひとつとして『**ジャケ買い**』をご紹介します。

『**ジャケ買い**』とは、商品のパッケージやラベル、ジャケットといったデザインに惹かれて購入することを指します。日本酒でも、ラベルデザインはどんどん進化を遂げており、若者をはじめとして、その魅力に触れる人は増加しています。**メニューに日本酒のボトルやラベルを掲載**したり、**店員視点でのおすすめポイント**を見える位置に掲示したりするなど、個々の違いをアピールすることで、消費者の心をくすぐり、新しい日本酒との出会いに繋がるのではないのでしょうか。





日本酒の酸味を表す酸度と、お酒の比重をはかる日本酒度という二つの指標で、日本酒の「辛口」「甘口」を図のように分類することができます。これらの指標を活用することで、日本酒初心者の方も、味わいをイメージしやすくなります。**お酒の選び方の一つとして、メニューなどに記載**するののも一つの手かもしれません。

典拠:小川治雄「日本酒の成分と香味」におい・かおり環境学会誌 平成27年46巻 5号
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jao/46/5/46_330/pdf

変わらぬ佐賀県民の日本酒愛！

『The SAGA認定酒』を筆頭に、多くの佐賀県民から愛されている佐賀の日本酒。Z世代や女性の飲酒スタイルの変化に伴い、その楽しみ方は多様化し、日本酒の魅力に触れる機会は大幅拡大中です！

日本酒カクテルの商品化や、メニューに日本酒のアピールポイントを掲載するといった工夫で、低アルコール志向のZ世代や、日本酒の違い・選び方がわからない、日本酒をあまり飲まない層を取り込み、**佐賀の日本酒をアピール**していきましょう。

お酒の楽しみ方は変わっても、**佐賀県民の日本酒愛**は変わりません。佐賀が誇る日本酒文化を盛り上げ、その魅力を多くの人に届けていきましょう。

SAGAスマート街なかレポートとは

SAGAスマート街なかレポートとは、佐賀市の街なか活性化に役立つ情報をさまざまなデータをもとに分析し提供するものです。どんな要因によって街なかの人の流れが変わるのか？消費行動は？など、ビッグデータからヒントを導きだします。

このレポートは、一般社団法人地域デザイン総合研究所と佐賀大学の学生チームが共同してレポートを作成します。

レポートに関するお問い合わせ

一般社団法人地域デザイン総合研究所（株式会社ローカルメディアラボ内）
 TEL: 0952-97-9605 E-MAIL: info@lm-labs.com