

スパコロ、「サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編」を発表

株式会社スパコロ（本社：東京都港区、代表取締役社長：林 秀紀）は、20歳～59歳 9,244名を対象に実施した「サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編」の結果をご報告いたします。

今回は、生ビールのサブスクリプションサービスとして、家庭用ビールサーバー『KIRIN Home Tap』に注目し、コロナ禍におけるその浸透状況について調査しました。

<TOPICS>

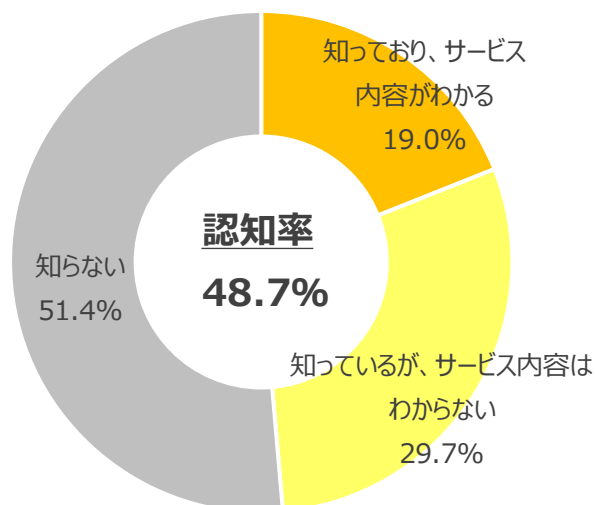
- ✓ 月1以上ビール飲用者における家庭用ビールサーバー『KIRIN Home Tap』の認知率は、約50%に留まる
- ✓ 『KIRIN Home Tap』を知っている人のうち利用者は約1割。6割近くが、利用はしていないものの興味を持っている
- ✓ 『KIRIN Home Tap』ユーザーはキリンファン。ユーザーの7割が『キリン』のビールが好きだからという理由で利用している。生ビールのサブスクに利便性や新しさを感じられたことも利用のきっかけとなっているようだ
- ✓ コロナ禍で、自宅で満足度高く飲むために、お酒や料理へのこだわりは増し、それを楽しむ人が増えている。夫婦飲みやリモート飲みなど、飲み方の習慣も変わってきている様子

■ 月1以上ビール飲用者における家庭用ビールサーバー『KIRIN Home Tap』の認知率は、約50%に留まる

月1以上ビール飲用者における『KIRIN Home Tap』の認知率は48.7%。その内訳は「サービス内容がわかる」19.0%、「サービス内容はわからない」29.7%。

『KIRIN Home Tap』の全国でのサービス提供開始は2017年6月。発売から3年半近くが経過するも、月1以上ビール飲用者の約半数が「知らない」という結果となりました。

Q.キリン（KIRIN）の家庭用ビールサーバー「Home Tap（ホームタップ）」を知っていますか？（単一回答）

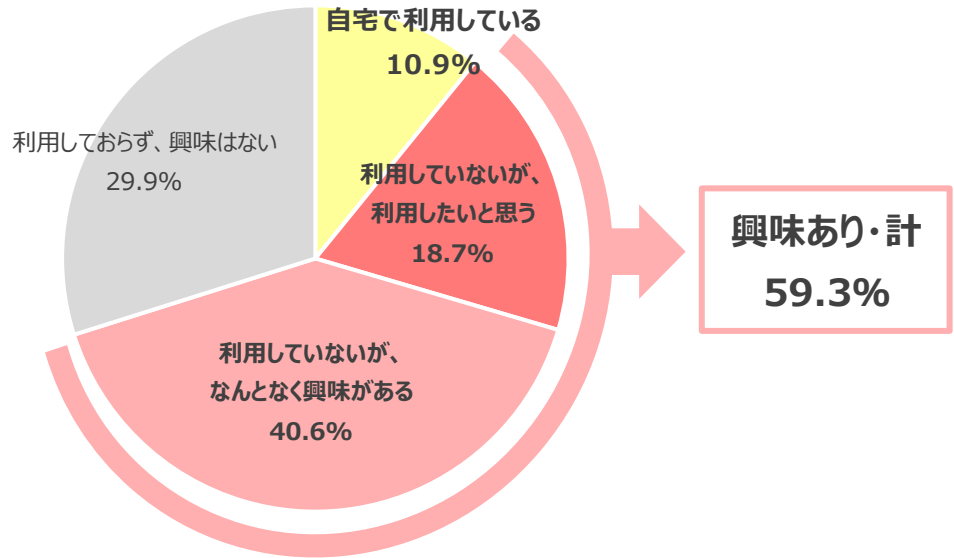


月1以上ビール類 飲用者 20～59歳 n=4,572
スパコロ サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編

■『KIRIN Home Tap』を知っている人のうち 6 割近くが、利用はしていないものの興味を持っている

『KIRIN Home Tap』の認知者における「自宅で利用している人」の割合は 10.9%。利用していないものの「利用したい人」の割合は 18.7%、「なんとなく興味を持っている人」では 40.6%。これらを合わせると、『KIRIN Home Tap』に興味がある人の割合は 59.3%という結果となりました。

Q.キリン（KIRIN）の家庭用ビールサーバー「Home Tap（ホームタップ）」のご利用について、あてはまるものをお選びください。（単一回答）



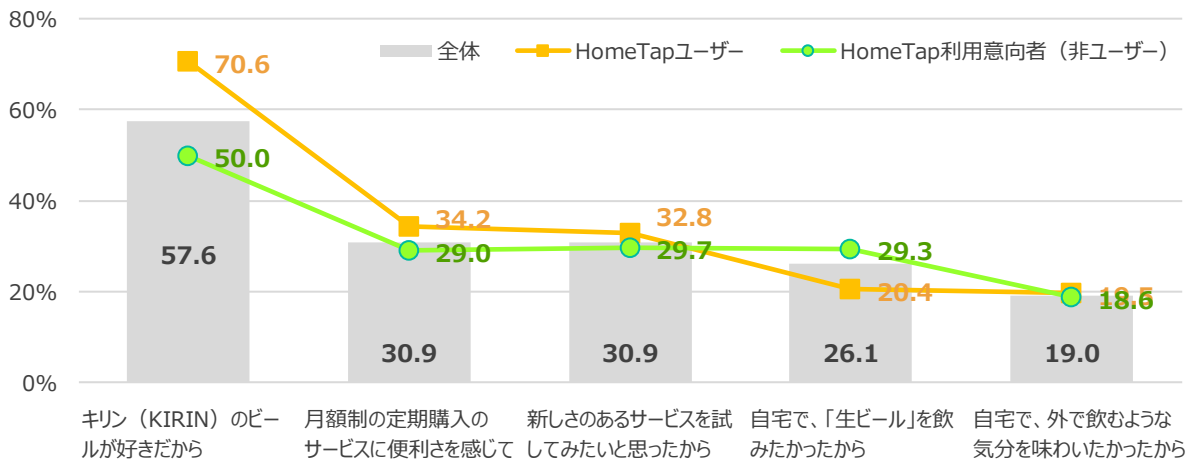
KIRIN Home Tap認知者（月1以上ビール類 飲用 20～59歳） n=2,188
 Spacoro サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編

■『KIRIN Home Tap』ユーザーはキリンファン。ユーザーの 7 割が『キリン』のビールが好きだからという理由で利用している。生ビールのサブスクに利便性や新しさを感じられたことも利用のきっかけとなっているようだ

『KIRIN Home Tap』を利用しようと思った理由、断トツ 1 位は「キリンのビールが好きだから」で、Home Tap ユーザーでは 70.6%。利用意向者では 50.0%。2 位以降は、「月額制の定期購入のサービスに便利さを感じて」、「新しさのあるサービスを試してみたいと思ったから」、「自宅で生ビールを飲みたかったから」が続く結果となりました。

Q.キリン（KIRIN）の家庭用ビールサーバー「Home Tap（ホームタップ）」を利用したいと思った理由をすべてお知らせください。（複数回答）

※全体上位を抜粋



KIRIN Home Tapユーザー+利用意向者（月1以上ビール類 飲用 20～59歳） n=500
 Spacoro サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編

■ with コロナを経て、自宅飲みの習慣が変わる？ そのニューノーマルの兆しとは

「コロナ禍になって、ビール（発泡酒・新ジャンル含む）の飲み方や、ビールとの付き合い方が「変わったな」と思うことはありますか？（自由回答）」という質問に対して、特徴的だった回答は下記。

コロナ禍で、家飲みが増え、外で飲むように自宅で満足度高くお酒や料理を楽しんでいる様子や、リモート飲み活用するなどのライフスタイルの変化がみられました。夫婦での晩酌の機会も増えている様子です。

また、今年 10 月に酒税が変わった影響もあってか、新ジャンルからビールにスイッチしている人も出てきているようでした。

<自由回答ピックアップ>

夫婦や家族で飲む・コミュニケーションが増えた

- ◇ 夫婦で飲みながら、会話をする。（男性 50 代）
- ◇ 主人が外で全く飲まなくなったので、夫婦の晩酌が増えた。（女性 40 代）
- ◇ 庭で焼き肉をしたり、お好み焼パーティーをしたり、食卓を囲むことが多くなり、家族と自宅で食事を楽しみながらお酒を飲むことが多くなった。（女性 40 代）
- ◇ コロナ前は、別々に飲みに行っていた夫とバズレシビをお互いに作り一緒に飲むことが増えて意外に楽しく感じています（女性 40 代）

食事やおつまみにこだわるようになった

- ◇ 以前に比べて飲む量が非常に増えた。おつまみもいろいろ考えたりして家飲みの快適さを実感している。（男性 50 代）
- ◇ 家で手料理と共に飲む機会が圧倒的に増えた（男性 30 代）
- ◇ 自宅での晩酌が増えて、おつまみづくりにはこだわるようになった。（男性 30 代）
- ◇ 自宅で飲む時は おつまみも 乾きものというより 温野菜サラダとか 温かいものを複数つくるようになった（女性 50 代）

リモート飲みするようになった

- ◇ オンライン飲み会はおつまみをたくさん食べられるので、買用量が増えた（女性 20 代）
- ◇ 自宅でリモート飲み会をすることが多くなり、お酒の種類やおつまみにこだわるようになった。みんなでネットでワイワイするのが意外に面白くて、定期的に行うようになった。（男性 50 代）
- ◇ 断然、オンライン飲み会、コロナ禍までは、考えもしなかった。（男性 50 代）

お酒へこだわり度アップ、新ジャンルからビールへスイッチ

- ◇ クオリティの高いモノを少量で楽しむ事に喜びを感じるようになった気がする（男性 50 代）
- ◇ 外食をしなくなったので自炊と美味しいビールが飲みたくなった（男性 40 代）
- ◇ 増税の影響もあり第二第三のビールよりビールを選択することが増えた。またコロナ禍で贅沢できない分自宅で贅沢できるものを探すようになった。（女性 40 代）

今回調査では、生ビールのサブスクリプションサービスとして、『KIRIN Home Tap』について調べました。

コロナ禍で自宅飲みの機会が増え、自宅での飲みに対するこだわりなどの意識も変わってきている様子がみられるなかで、『KIRIN Home Tap』の認知率は現状 50%に留まっています。同サービスに興味があるビール飲用者の割合も高いことから、認知率が向上していくことで、ユーザー増のチャンスはありそうです。

【調査概要】スパコロ『サブスクリプションサービスに関する調査 ビールサーバー編』

調査方法	: 全国20～59歳男女を対象としたインターネットリサーチ
調査期間	: 2020年11月4日（水）～11月6日（金）
有効回答数	: 9,244名 ※全国の人口構成に合わせたウェイトバック集計を実施

調査結果の詳細は下記「スパコロ紹介サイト」からお問合せください。

<https://service.supcolo.jp/>

◇本件に関するお問い合わせ先◇

株式会社スパコロ 広報室

Email : press@supcolo.jp