

この夏を楽しむビアガーデンを紹介!

**2016年の最新ビアガーデン事情はコレ!**  
**今年は「1回」派より「3回」派が増加の兆し**  
**ビアガーデン女子には、ビール以外の要素が重要**  
～ビアガーデン女子に聞いた「ビアガーデン意識実態調査」結果発表～

The Priceline Group (NASDAQ: PCLN) の一員であるオンラインレストラン予約サイトのリーディングカンパニー、オープンテーブル株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:武藤友木子、以下オープンテーブル)は、夏本番も近づきビアガーデン需要が高まるこの時期に、ビアガーデン利用に関する実態を探るべく全国の20歳～49歳までのビアガーデン好きな「ビアガーデン女子」合計312名に、「ビアガーデンに関する意識実態調査」を実施しました。

**主な調査結果**

- ビアガーデンに行く回数は「1回」が減少傾向、「3回」派が増加傾向にアリ! 20代前半は「3回」が約3割
- ゴールデンウィークがビアガーデン需要のスタートに?! 約6人に1人が「5月」にビアガーデンを利用したい!
- 今年のビアガーデン利用は、“プライベートとビジネスのダブルシーン”より“プライベートオンリー”!
- ビアガーデン女子は、ビールを求めてビアガーデンに行くのではなかった! 「料理」や「ビール以外のドリンク」を重視
- 日常からの脱出! ビアガーデン女子は「開放感」、「レジャー感」、「非日常感」を求めている!
- 今年も「3,000円以上 4,000円未満」が最多。リーズナブルな価格で気軽にビアガーデンを楽しむ傾向は続く

**【調査概要】**

- 調査期間: 2016年5月26日(木)～5月27日(金)
- 調査対象: 今までビアガーデンに行ったことがあり、かつ昨年もビアガーデンに行った、ビアガーデンが好きと回答した20～49歳の女性312名
- 調査地域: 全国
- 調査方法: インターネット調査(株式会社マクロミル)

**<本件に関するお問合せ先>**

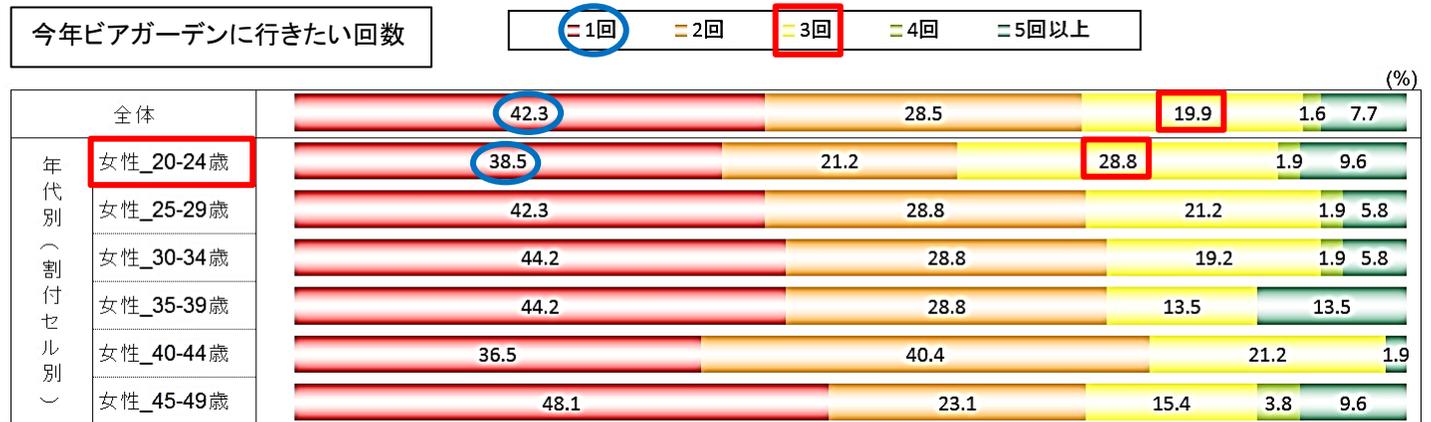
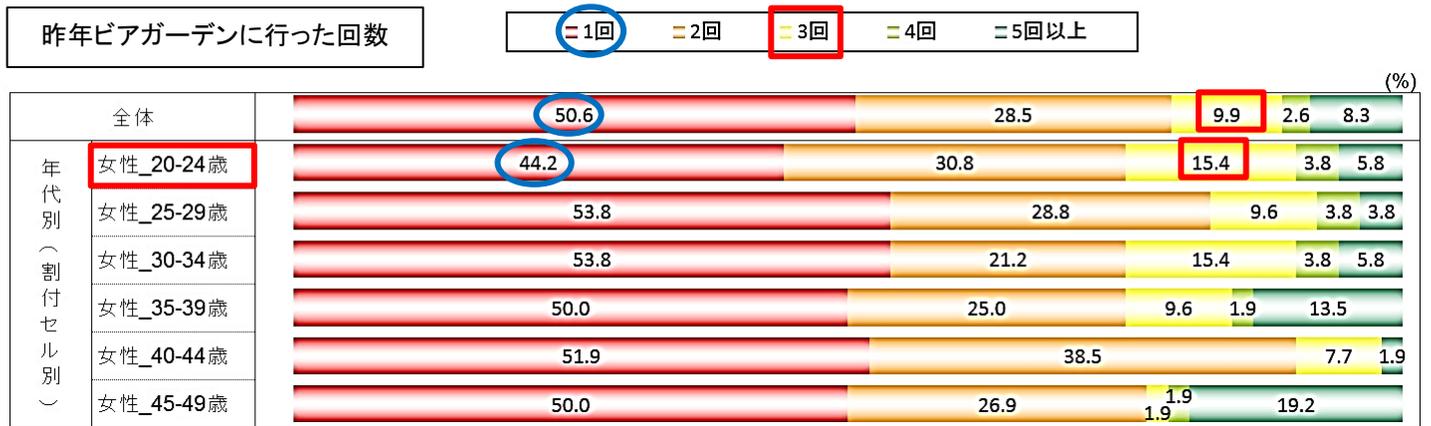
オープンテーブル広報事務局 MSLGROUP in Japan (担当:工藤、八木、高田)  
TEL:03-5719-8901 FAX:03-5719-8919 Email:[opentable\\_pr@mslgroup.com](mailto:opentable_pr@mslgroup.com)

【添付資料】\*詳細データが必要な場合は、オープンテーブル広報事務局までご連絡ください。

Q1. 昨年は何回ビアガーデンに行きましたか。また、今年は何回ビアガーデンに行きたいですか。(SA)

**ビアガーデンに行く回数は「1回」が減少傾向、「3回」派が増加傾向にアリ! 20代前半は「3回」が約3割**

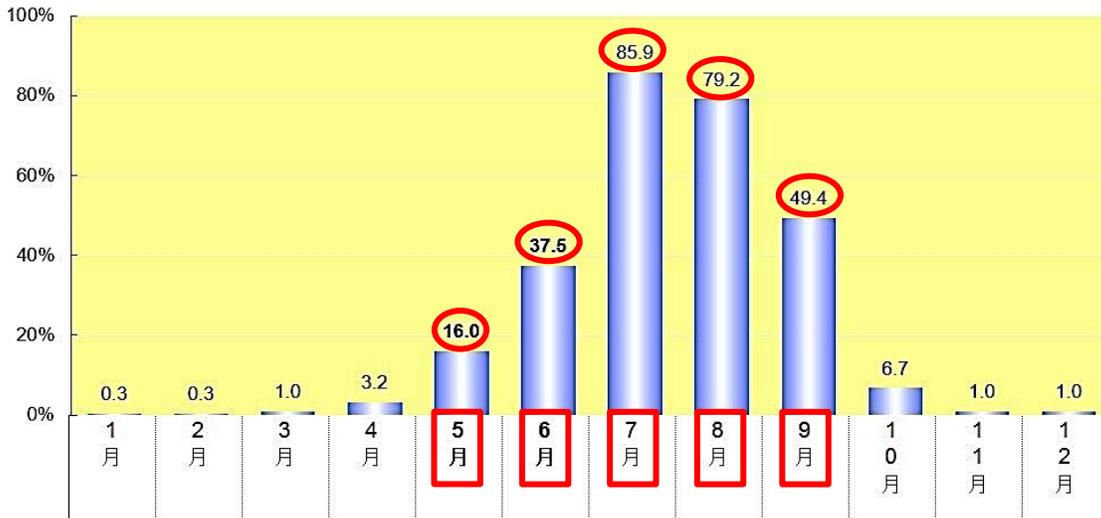
「昨年」ビアガーデンに行った最も多い回数は、「1回」(50.6%)。「今年」ビアガーデンに行きたい回数は、昨年同様、「1回」が最も多い回答(42.3%)となった。今年の手数を昨年と比較すると、「1回」は今年も1位ではあるものの、昨年に比べ8.3ポイント減少している。逆に「3回」は10.0ポイント増加し、約5人に1人(19.9%)が、今年にはビアガーデンに「3回」行きたいと考えていることが分かった。特に20代前半は「3回」派が他の年齢層に比べて多く、今年の「1回」が44.2%から38.5%に5.8ポイント減少したのに対して、「3回」が15.4%から28.8%に13.5ポイント増加した。ひと昔前までは枝豆をつまみながらサラリーマンがビールを楽しむビアガーデンばかりだったが、昨年は飲み物やメニューの充実、店舗の雰囲気づくりなど、様々なアイデアで女性たちを取り込むビアガーデンが登場し始めており、これらの効果が徐々に現れてきたのではないかと考えられる。ビアガーデン好きの女性たち、特に若い年齢層のビアガーデン通いが今年には期待できそうである。



Q2. どの時期にビアガーデンに行きたいと思いますか(MA)

**ゴールデンウィークがビアガーデン需要のスタートに?! 約6人に1人が「5月」にビアガーデンを利用したい!**

ビアガーデン女子がビアガーデンに行く時期は、夏本番が始まる「7月」(85.9%)が最も多く、次いで「8月」(79.2%)、「9月」(49.4%)という結果となった。ここで注目すべきは、約2.5人に1人(37.5%)が「6月」、約6人に1人(16.0%)が「5月」と回答していることで、まだ暑さがそこまで本格的ではない時期から既にビアガーデンに行きたいと思う人が少なくないことがわかった。昨年頃からビアガーデンの開始時期が早まりつつある傾向にあったが、それらの店舗はしっかりと需要を捉えていることが本結果から読み取れる。今後5~6月からビアガーデンを楽しむビアガーデン女子たちが更に増えてくることが予想され、近い将来ゴールデンウィークがビアガーデンシーズンのスタートになることも考えられる結果となった。

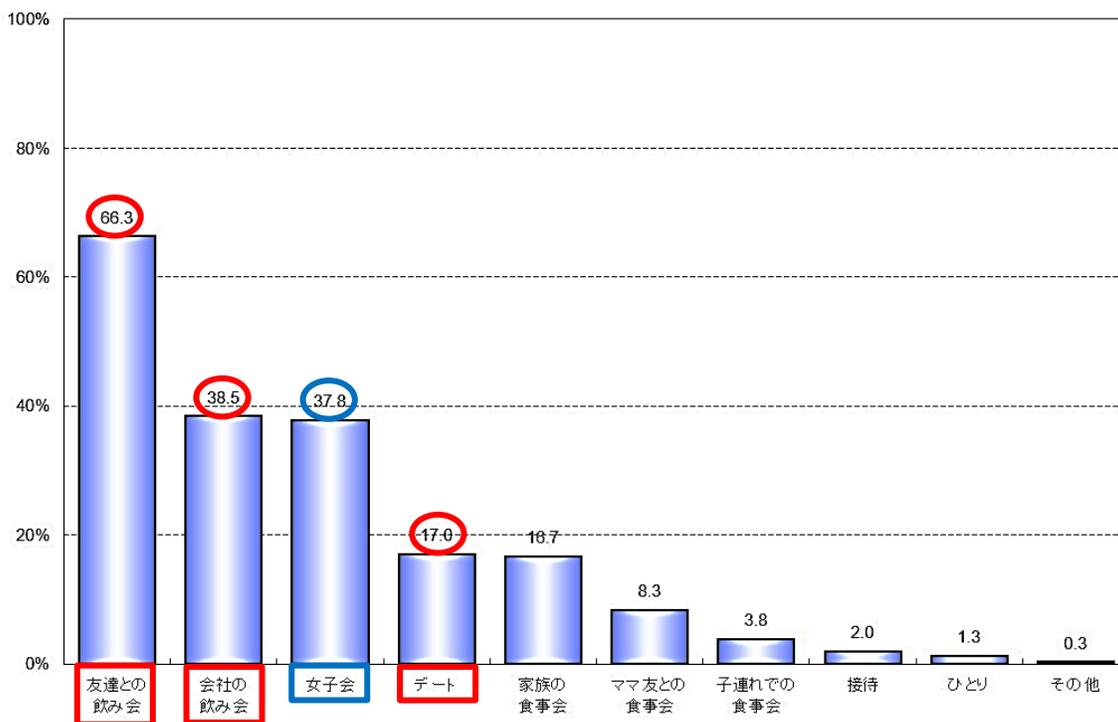


Q3. 今までに行ったビアガーデンのシーンと、今年行きたいと思うシーンを教えてください(MA)

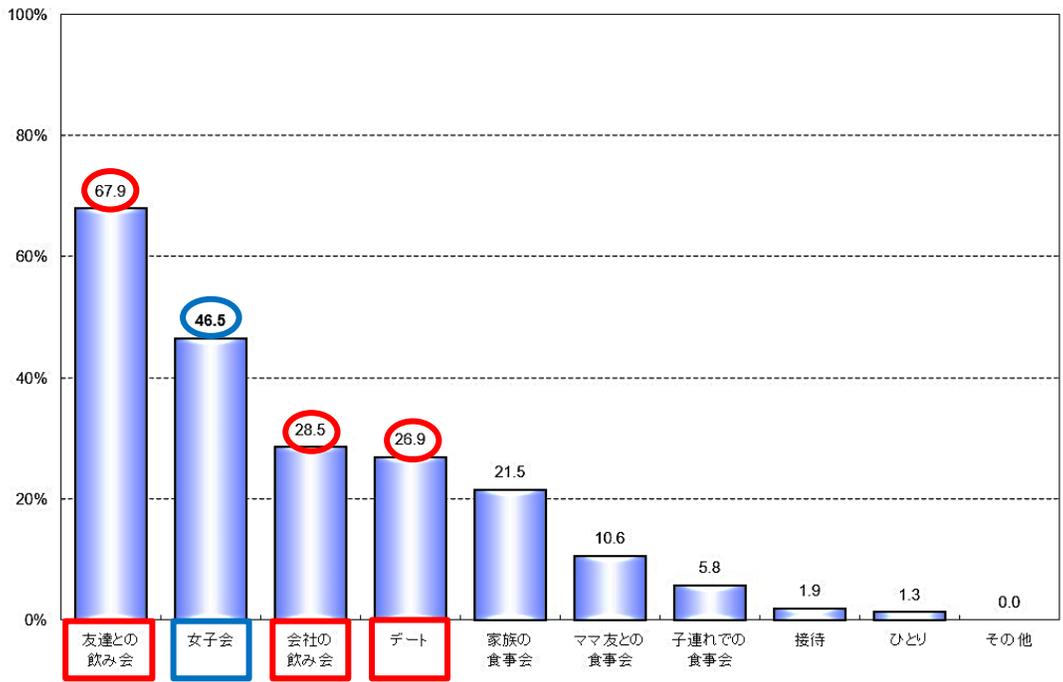
**今年のビアガーデン利用は、“プライベートとビジネスのダブルシーン”より“プライベートオンリー”!**

今までに行ったビアガーデンのシーンは、1位が「友達との飲み会」(66.3%)、2位が「会社の飲み会」(38.5%)、3位が「女子会」(37.8%)、4位が「デート」(17.0%)。一方、今年行きたいと思うシーンは、「今まで」と同様「友達との飲み会」(67.9%)が最も多く、次いで、「女子会」(46.5%)、「会社の飲み会」(28.5%)、「デート」(26.9%)で、昨年2位の「会社の飲み会」と3位の「女子会」が今年に入れ替わる結果となった。「会社の飲み会」が9.9ポイント減少し、それ以外は上昇していることから、全体的に見てビアガーデン女子たちは仕事関係よりも、今年はずっとプライベートでビアガーデンを楽しみたいと考えていることが推測される。

今までに行ったビアガーデンのシーン



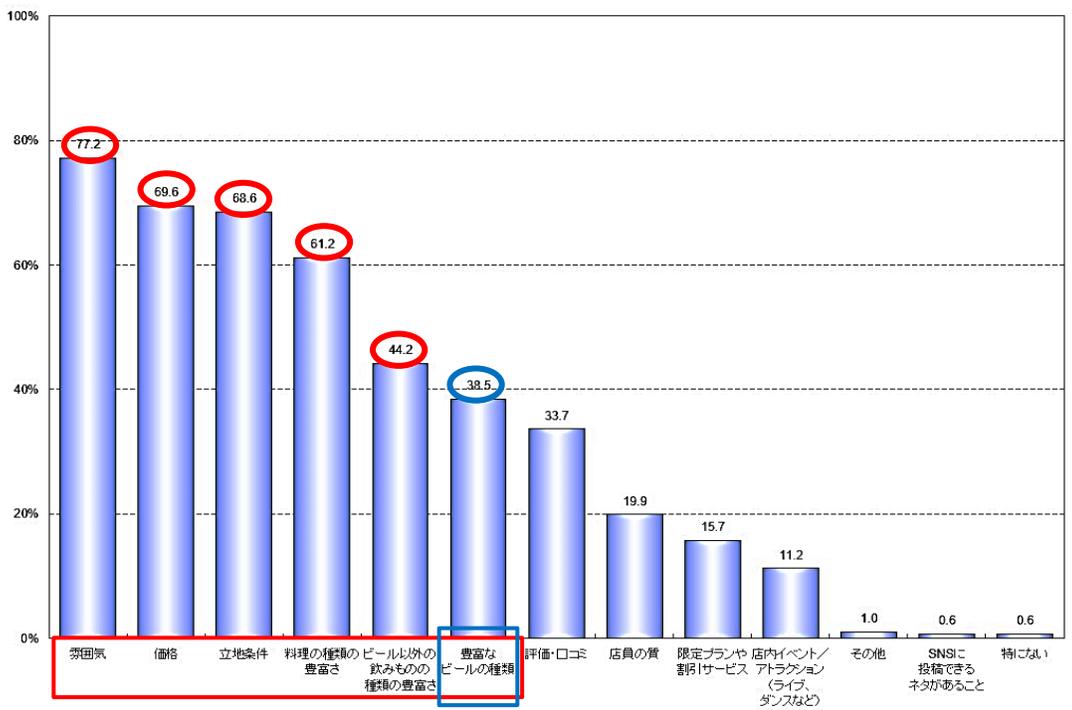
今年行きたいと思うビアガーデンのシーン



Q4. ビアガーデンのお店を選ぶ決め手はどこだと思いますか (MA)

**ビアガーデン女子は、ビールを求めてビアガーデンに行くのではなかった! 「料理」や「ビール以外のドリンク」を重視**

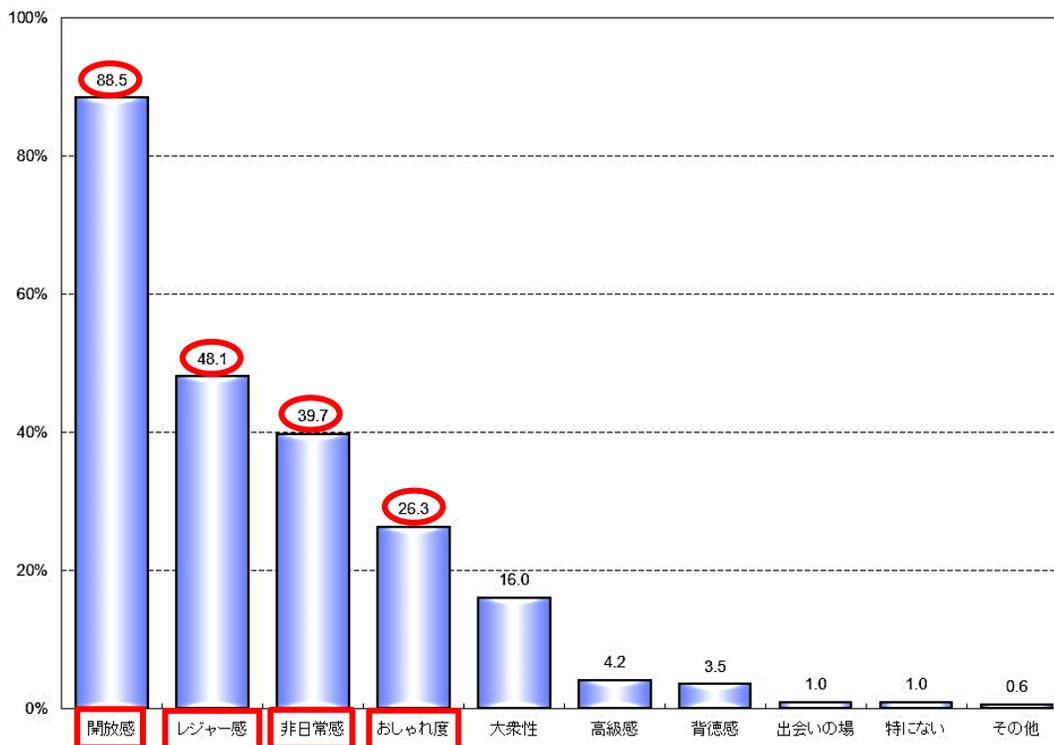
お店を選ぶ決め手で最も多くの方が回答したのが、「雰囲気」(77.2%)、2位は「価格」(69.6%)、3位は「立地条件」(68.6%)という女子ならではの結果となった。また、4位から6位に着目すると、4位が「料理の種類の豊富さ」(61.2%)、5位が「ビール以外の飲みものの種類の豊富さ」(44.2%)、そして6位にきてようやく「豊富なビールの種類」(38.5%)がランクインしている。ビアガーデン女子は、「豊富なビールの種類」よりも「料理」やカクテルなど「ビール以外の飲みものの種類の豊富さ」を重要視していることからわかるように、ビアガーデン女子は、むしろ「ビール」以外の要素がビアガーデン選びの決め手となることが明らかとなった。



Q5. ビアガーデンには何を求めますか(MA)

**日常からの脱出! ビアガーデン女子は「開放感」、「レジャー感」、「非日常感」を求めている!**

ビアガーデンに何を求めるかを聞いたところ、「開放感」(88.5%)が圧倒的に多く、次いで「レジャー感」(48.1%)、「非日常感」(39.7%)、「おしゃれ度」(26.3%)。屋外にてビールを楽しむことができるビアガーデンで「開放感」を味わいながらビールを嗜みたいビアガーデン女子が多いことが分かった。また、2位が「レジャー感」、3位が「非日常感」であることから、ビアガーデン女子は“日常から開放され、レジャーを楽しむ”ようにビアガーデンを楽しみたいと考えていると言える。



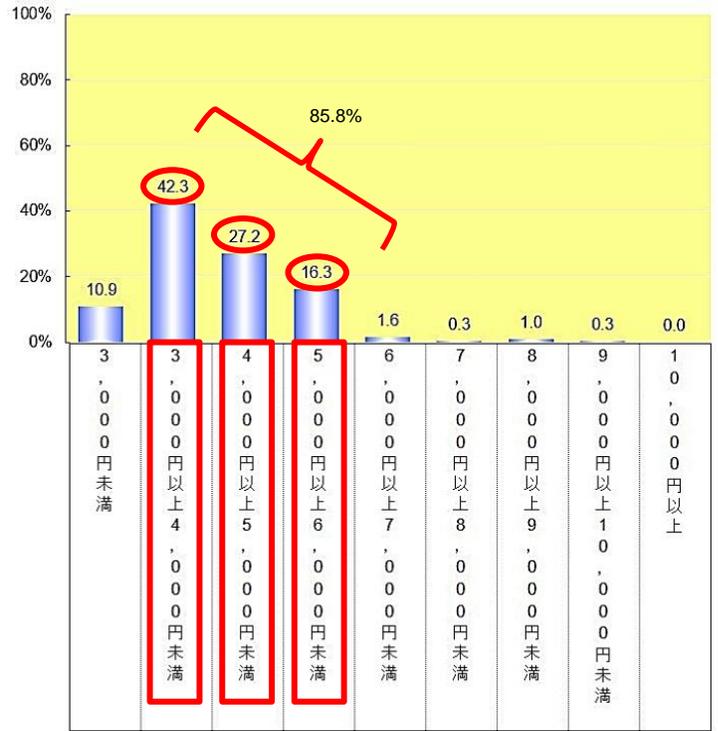
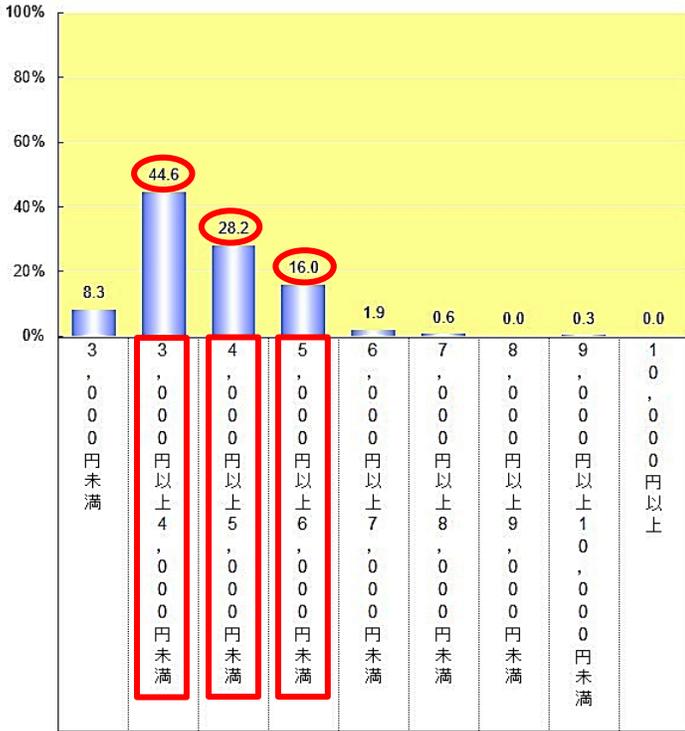
Q6. 昨年ビアガーデンで使った1人当たり1回の平均金額と、今年のビアガーデンの1人当たり1回の予算をお教えてください(SA)

**今年も「3,000円以上 4,000円未満」が最多。リーズナブルな価格で気軽にビアガーデンを楽しむ傾向は続く**

昨年ビアガーデンで使った1人当たり1回の平均金額で最も多かったのは「3,000円以上 4,000円未満」(44.6%)。次いで、「4,000円以上 5,000円未満」(28.2%)、「5,000円以上 6,000円未満」(16.0%)。これに対し今年の予算は、1位は「3,000円以上 4,000円未満」(42.3%)、次いで「4,000円以上 5,000円未満」(27.2%)、「5,000円以上 6,000円未満」(16.3%)で順位においても回答率においても顕著な変動はなかった。ただ、上位3位が占める割合が全体の9割近く(85.8%)を占めることから、ビアガーデン女子は比較的リーズナブルな価格で気軽にビアガーデンを利用しており、2016年も引き続きその傾向があると考えられる。

昨年ビアガーデンで使った 1 人当たり 1 回の平均金額

今年のビアガーデンの 1 人当たり 1 回の予算



ビアガーデン人気が高まるこの時期、オープンテーブルが紹介するレストランでビールを楽しんではいかがでしょうか。

- ビアガーデン特集: 「夏はビールがやっぱり一番!」 (9 月末日までサイト開設)  
URL: <http://www.opentable.jp/s/promolist?metrold=201&promoid=76>

また、夏本番のこの時期、お肉が美味しいレストランにてビールと共にスタミナ満点の食事をお楽しみください。

- お肉特集: 「夏の暑さ、お肉を食べて乗り切ろう!」 (9 月末日までサイト開設)  
URL: <http://www.opentable.jp/s/promolist?metrold=201&promoid=77>

### OpenTable について

OpenTable (オープンテーブル) は、The Priceline Group (NASDAQ: PCLN) の企業で、オンラインレストラン予約における業界をリードする企業です。加盟レストランは全世界で37,000店舗を超え、毎月の利用者数は1,900万人以上にのぼります。OpenTableはお客様とレストランをつなげる架け橋として、お客様がより魅力的なレストランと出会えるお手伝いを、またレストランがよりきめ細かいサービスを提供しリピーター獲得を促進するお手伝いをしています。OpenTableの利用者はレストランの空席状況を容易に把握でき、評価・口コミやメニューなどの店舗情報をもとに、気になるレストランを簡単に予約することができます。OpenTableのウェブサイトやスマートフォンアプリの他に、国内外の大手インターネット企業を含む約600のパートナーのサイトからも予約を受け付けています。OpenTableのホスピタリティソリューションを利用することで、レストラン側は予約管理の負担が軽減され、店舗運営が効率化でき、サービスレベルを向上することができます。1998年の設立以来、OpenTableは世界中で10億人を超えるお客様にオンライン予約をご利用いただきました。OpenTableは、米国カリフォルニア州サンフランシスコ市に本社を置き、米国全土をはじめ、日本、イギリス、アイルランド、カナダ、ドイツ、メキシコ、およびオーストラリアにおいてサービスを提供しています。オープンテーブル株式会社は、米国 OpenTable, Inc. の日本法人です。さらに詳しい情報は、<http://www.opentable.jp> をご覧ください。また、製品情報は、<https://restaurant.opentable.jp/> をご覧ください。