

30代～50代の主婦1,000人に聞く、ビール共通券の利用実態調査

使わないのはもったいない！ギフトの定番「ビール共通券」

4軒に1軒の割合で、使っていないビール券「あり」。

びん券8.2枚(現行希望小売価格換算6,429円)、缶券では7.5枚(同4,043円)が未使用のまま。

ビール共通券に有効期限があることを知らない人が約半数(49.8%)、
ビール共通券がコンビニでも使えることを知らない人は6割弱(57.2%)。

ビール共通券の発行を行う全国酒販協同組合連合会(東京都目黒区)は、30代～50代の主婦を対象に、ビール共通券の利用実態調査を行いました。その結果をご報告します。

●調査時期:2014年11月12日(水)～11月13日(木)

●調査方法:インターネット調査

●調査対象:30代～50代の主婦1,000名

(ビール共通券使用経験者で、1年以内に使用した主婦500人、1年以内には使用していない主婦500人)

5人に4人がビール共通券を入手。ビール共通券はちょっとした時のプレゼントに。

- ◎主婦の4人に3人(73.7%)はビール共通券の使用経験がある。
- ◎ビール共通券の使用経験がある主婦のうち、81.9%がこの1年間にビール共通券を「買ったり・もらったり」している。
- ◎ビール共通券の良いところは、「全国どこでも使えて」(54.1%)、「ちょっとした時にプレゼントしやすい」(44.0%)こと。
- ◎びんビール券と缶ビール券の2種類があるビール共通券。この1年間に使用された回数の平均はびん券3.0回、缶券3.5回。
- ◎1回の使用枚数の平均は、びんビール券7.6枚、缶ビール券8.3枚。

購入場所の1位は「一般酒販店・酒屋」。贈ってみたい芸能人 第1位は福山雅治さん。

- ◎ビール共通券の購入経験のある主婦のうち、42.6%がこの1年間にビール共通券を購入。びんビール券が21.8%、缶ビール券は19.1%。
- ◎購入月は「7月」(27.9%)、「6月」(18.6%)、「8月」(16.3%)と夏場が多い。
- ◎購入場所 「一般酒販店・酒屋」(41.1%)、「デパート」(31.8%)、「スーパー」(24.0%)の順。
使用場所 「スーパー」(49.4%)、「一般酒販店・酒屋」(38.4%)、「ドラッグストア」(13.8%)の順。「デパート」は圏外5.2%。
- ◎この1年間の購入者のうち83.7%がギフト利用。贈り先は「友人」(31.8%)、「親戚」(20.9%)、「父」「仕事関係者・取引先」(15.5%)。
- ◎ビール共通券を今後も購入したい理由は、「ちょっとした時にプレゼントしやすいから」(67.2%)が最多。
- ◎ビール共通券を贈ってみたい芸能人は、「福山雅治さん」(94票)がダントツ。女性では「檀れいさん」(48票)。

使われず家庭にストックされているビール券はびん券で約6,500円、缶券で約4,000円

- ◎意外と知らないビール共通券。「コンビニでも使える」ことを知らない人57.2%。「有効期限がある」ことを知らない人49.8%。
- ◎家庭内に使っていないビール共通券が「ある」25.1%。未使用のビール共通券はびんビール券平均8.2枚(6,429円*)、缶ビール券平均7.5枚(4,043円*)で、日本全体で推計すると、なんと679億円にも?!
- ◎使わない理由は「特になし」(29.5%)し、「いずれ使う予定」(98.8%)。

ビール共通券の使用実態

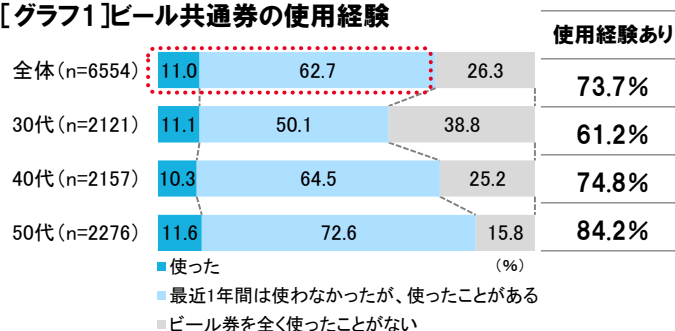
主婦の4人に3人はビール共通券の使用経験あり。

5人に4人がこの1年間にビール共通券を入手。ビール共通券はギフトの定番商品。

まず、30代～50代の主婦6,554人に、ビール共通券の使用経験を聞くと、約4人に3人(73.7%)がビール共通券を使用したことがあると答えています。

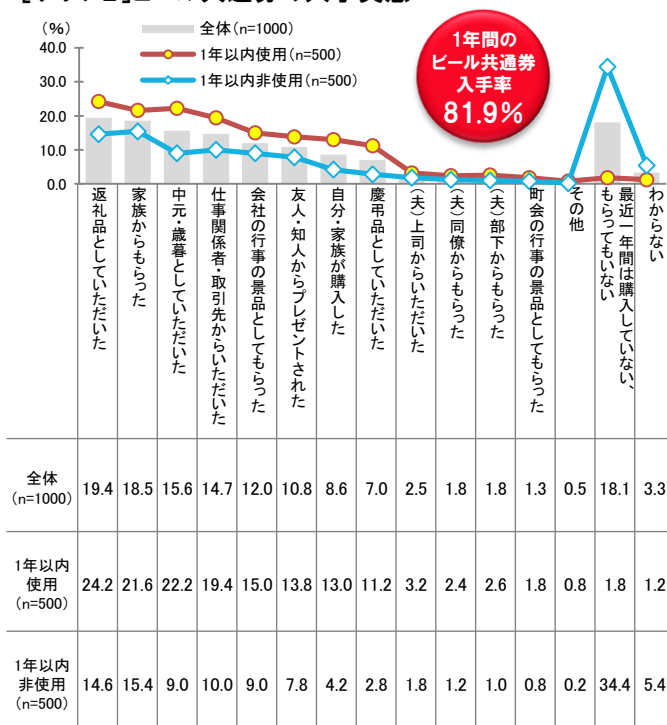
年代別に見ると、30代61.2%、40代74.8%、50代84.2%となり、年代が上がるほど使用経験率も高くなっています[グラフ1]。

[グラフ1]ビール共通券の使用経験



次に、ビール共通券の使用経験がある主婦1,000人(1年以内に使用した主婦500人と、1年以内には使用していない主婦500人)を対象に、この1年間のビール共通券の入手実態を聞くと、「返礼品としていただいた」(19.4%)、「家族からもらった」(18.5%)、「中元・歳暮としていただいた」(15.6%)など、全体の81.9%が1年間にビール共通券を入手しています。なお「自分や家族が購入した」のは8.6%と低く、ビール共通券は、自分で買うよりももらうことが多い、ギフトの定番商品といえそうです。

[グラフ2]ビール共通券の入手実態



これを1年以内のビール共通券の使用の有無別で見ると、1年以内に使用した人は最近1年間の入手率も98.2%と高く、1年以内に使用していない人(65.6%)と比べ入手率も30ポイント以上もの差があります。

ビール共通券を入手しているからこそよく使っている、ということがうかがえる結果です。[グラフ2]。

ビール共通券の使用実態

びんビール券と缶ビール券の2種類があるビール共通券。

そのメリットは、「全国どこでも使えて」「ちょっとしたプレゼントに最適」なところ。

ビール共通券には、びんビール(633ml×2本)と交換できるびんビール券(希望小売価格784円/写真上)と、缶ビール(350ml×2本)と交換できる缶ビール券(希望小売価格539円/写真下)の2種類があります。



▲びんビール券



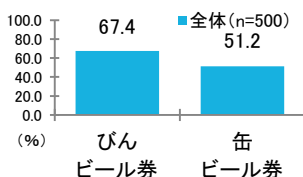
▲缶ビール券

この1年間にビール共通券を使用した500人の主婦に、使用したビール券の種類、使用した回数、1回当たりの使用枚数を聞くと、使用したビール券の種類はびんビール券が67.4%、缶ビール券が51.2%、使用回数はびんビール券が平均3.0回、缶ビール券が平均3.5回、1回の使用枚数は、びんビール券が平均7.6枚、缶ビール券が平均8.3枚となりました[グラフ3]。

また、ビール共通券の使用場所は、「スーパー」(49.4%)や「一般酒販店・酒屋」(38.4%)が多くなっています[グラフ4]。

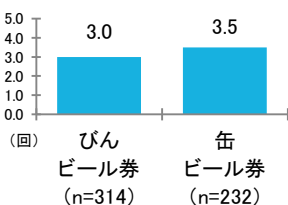
[グラフ3]

①1年間に使用したビール共通券の種類



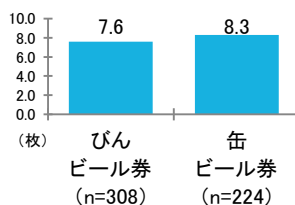
②1年間に使用した回数

使用者ベース(不明除く)

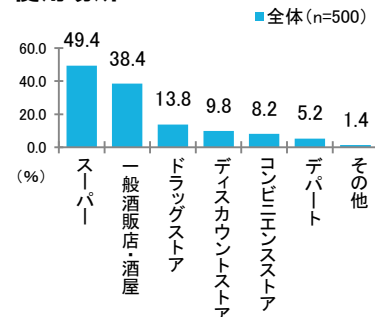


③1回に使用した枚数

使用者ベース(不明除く)



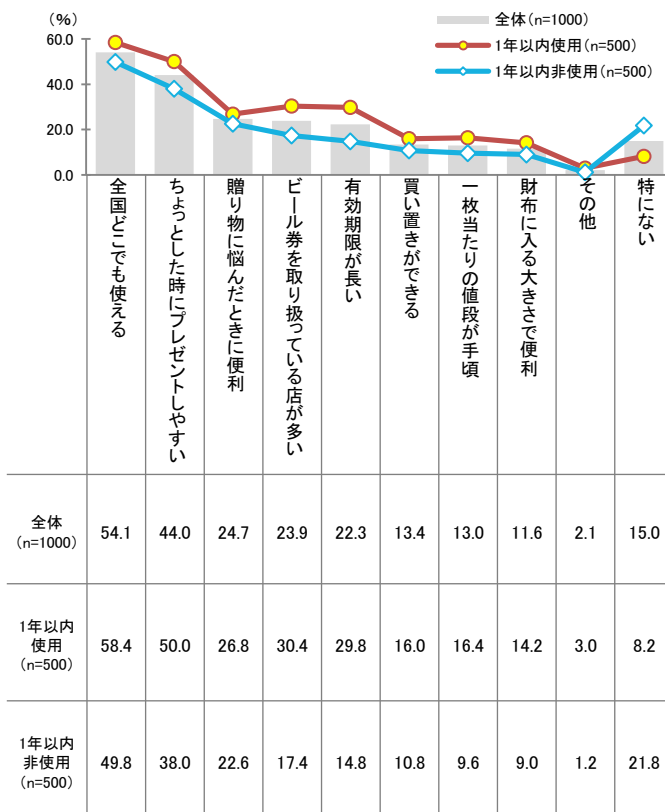
[グラフ4]ビール共通券の使用場所



ビール共通券の良いところを聞くと、「全国どこでも使える」(54.1%)、「ちょっとした時にプレゼントしやすい」(44.0%)が上位で、気軽に贈れて全国で使えるというビール共通券の利便性が高く評価されています。

1年以内のビール共通券の使用の有無別でみると、1年以内に使用している人の方がいずれの項目でも評価が高く、メリットを感じているからこそ、積極的に使用しているようです[グラフ5]。

[グラフ5]ビール共通券の良いところ



ビール共通券の購入状況

ビール共通券を購入するのは、夏が多い。

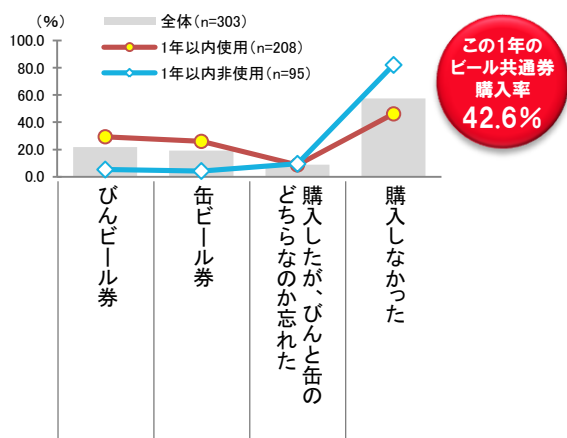
購入理由、酒飯店は人の感じがいいから、デパートはキレイな包装をしてくれるから。

次に、ビール共通券の購入状況について調べてみました。

今までにビール共通券を購入したことがある主婦(n=303)を対象に、この1年間にビール共通券を購入したかと聞くと、購入したのは42.6%で、びんビール券が21.8%、缶ビール券が19.1%となっています。1年以内のビール共通券の使用の有無別でみると、1年以内に使用した人は53.8%が購入しているのに対し、1年以内に使用していない人では17.9%と少なくなっています[グラフ6]。

この1年間にビール共通券を購入した主婦(n=129)に購入した時期を聞くと、「7月」(27.9%)、「6月」(18.6%)、「8月」(16.3%)と夏が多く、「1月」(10.9%)、「12月」(10.1%)の冬が続きます[グラフ7]。購入場所は「一般酒飯店・酒屋」(41.1%)、「デパート」(31.8%)、「スーパー」(24.0%)が多くなっています[グラフ8]。「デパート」はビール共通券の使用場所としては5.2%と低かったのに対し(前述グラフ4)、購入場所としては上位に来ており、中元・歳暮での需要が推察されます。購入場所を選んだ理由を聞くと、いずれも「取扱店が便利な場所にあること」が理由のトップですが、一般酒飯店・酒屋は「取扱店の人の感じがよさ」(37.7%)、デパートは「綺麗な包装をしてくれること」(31.7%)が相対的に高く、特徴的な理由となっています[グラフ9]。

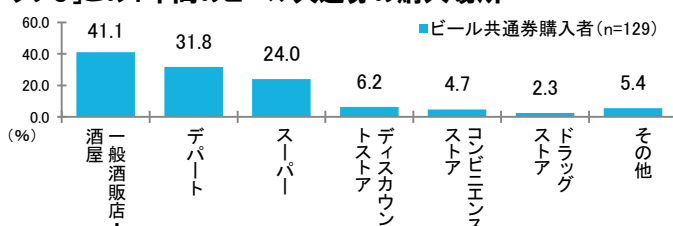
[グラフ6]この1年間のビール共通券の購入経験



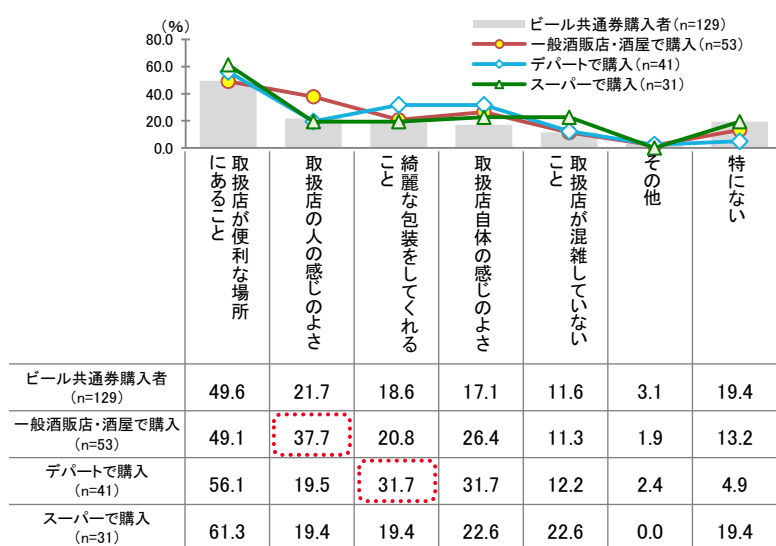
[グラフ7]この1年間のビール共通券の購入月



[グラフ8]この1年間のビール共通券の購入場所



[グラフ9]ビール共通券の購入場所を選ぶ理由



ビール共通券のギフト利用

ビール共通券は、親しい人にも仕事関係の人にも贈れるオールマイティーギフト。

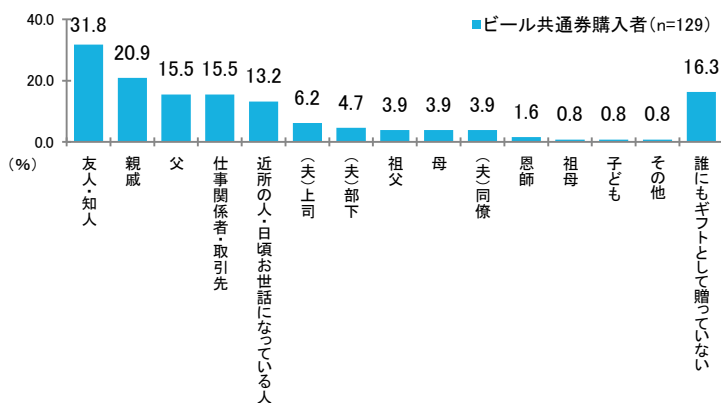
ちょっとしたプレゼントに使えるビール共通券。贈りたい相手第1位は福山雅治さん！

この1年間にビール共通券を購入した主婦(n=129)に、この1年間にビール共通券を贈った相手を聞くと、「友人・知人」(31.8%)、「親戚」(20.9%)、「父」「仕事関係者・取引先」(同率15.5%)などとなり、83.7%が誰かに贈っています。親しい人にはもちろん、親族から仕事関係にまで、相手先を選ばずオールマイティーに使える便利なギフトとして利用されています[グラフ10]。

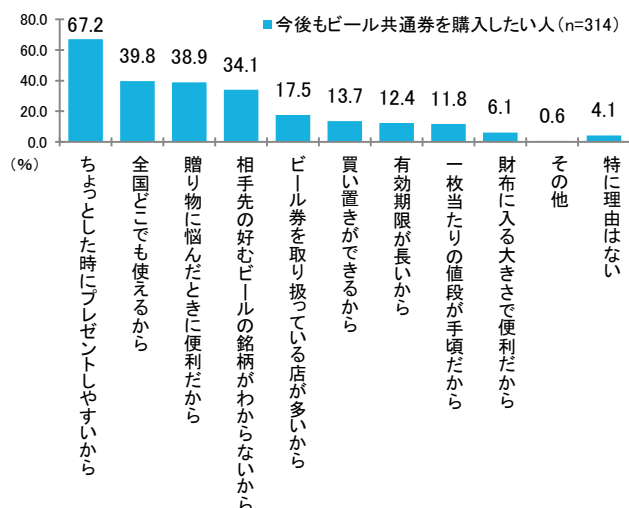
ビール共通券を今後も購入したいと答えた主婦(n=314)にその理由を聞くと、「ちょっとした時にプレゼントしやすいから」(67.2%)が最多で、次いで「全国どこでも使えるから」(39.8%)、「贈り物に悩んだときに便利だから」(38.9%)、「相手先の好むビールの銘柄がわからないから」(34.1%)の順となっています。ギフトとしての使い勝手の良さが、ビール共通券を選ぶ理由となっています[グラフ11]。

また、ビール共通券を贈りたい芸能人を聞くと、「福山雅治さん」(94票)がダントツ。男性では、福山さんに次いで「山口智充さん」(29票)、「向井理さん」(26票)、「堺雅人さん」「所ジョージさん」「矢沢永吉さん」(同数24票)の順。女性では「檀れいさん」(48票)、「竹内結子さん」(42票)、「天海祐希さん」(35票)、「上戸彩さん」(34票)、「米倉涼子さん」(33票)の順となり、ビールや発泡酒などのCMでおなじみの顔ぶれが揃いました[表1]。

[グラフ10]この1年間にビール共通券をギフトとして贈った相手



[グラフ11]今後もビール共通券を購入したい理由



[表1]ビール共通券を贈りたい芸能人

順位	男性芸能人	件数	順位	女性芸能人	件数
1位	福山雅治	94	1位	檀れい	48
2位	山口智充	29	2位	竹内結子	42
3位	向井理	26	3位	天海祐希	35
4位	堺雅人	24	4位	上戸彩	34
4位	所ジョージ	24	5位	米倉涼子	33
4位	矢沢永吉	24	6位	和田アキ子	31
7位	明石家さんま	23	7位	椿鬼奴	29
8位	香取慎吾	22	8位	綾瀬はるか	27
9位	嵐	20	9位	山口智子	25
10位	タモリ、役所広司	15	10位	菅野美穂	20

n=1000

ビール共通券の未使用実態

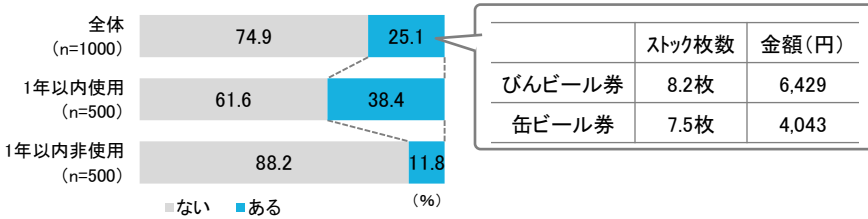
4軒に1軒の割合で、使わないままのビール券「あり」。
びん券8.2枚(現行希望小売価格換算6,429円)、缶券では7.5枚(同4,043円)を
ストック。

ギフトの定番のビール共通券ですが、使わないままにしている家庭も少なくありません。家庭内で使っていないビール共通券について聞くと、25.1%が「ある」と答え、4軒に1軒がビール共通券をストック。その枚数は、びんビール券が平均8.2枚、缶ビール券が平均7.5枚となり、現行の希望小売価格に換算すると、びんビール券で6,429円(1枚784円)、缶ビール券で4,043円(1枚539円)がストックされていることとなります[グラフ12]。

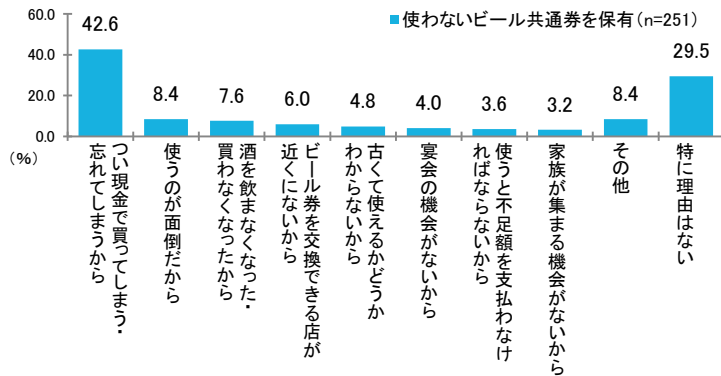
ちなみに、今回の調査結果と平成22年国勢調査の2人以上世帯数をもとに、家庭におけるビール共通券の“埋蔵”金額を推計*してみたところ、びんビール券が約417億円、缶ビール券が約262億円で、合計約679億円にもなります。

使わないビール共通券を保有する主婦(n=251)に使わない理由を聞くと、「つい現金で買ってしまう・忘れてしまうから」(42.6%)がトップで、次いで「特に理由はない」(29.5%)となっています[グラフ13]。ビール共通券を「今後も使う予定がない」のはわずか1.2%で、98.8%は使う予定ですが[グラフ14]、「必要な時がくれば使う」と答えた人の割合は、1年以内にビール共通券を使用していない人ではさらに71.2%と高くなっています。必要な時を考えているうちに忘れられてしまう可能性もあると言えそうです。

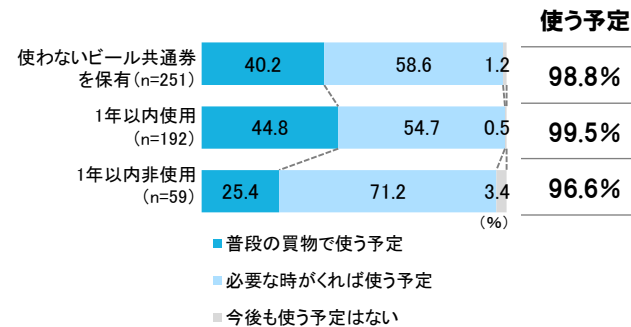
[グラフ12]使っていないビール共通券の有無



[グラフ13]使わないビール共通券がある理由



[グラフ14]使っていないビール共通券の使い道



* 推計金額の算出

平成22年国勢調査「2人以上世帯数」(総務省統計局) × ビール使用経験率【グラフ1】 × 未使用ビール券保有率【グラフ12】 × 平均枚数【グラフ12】 × 単価(現行希望小売価格)

【びんビール券】

35,057,800世帯 × 0.737 × 0.251 × 8.2枚 × 784円 = 41,692,293,224円

【缶ビール券】

35,057,800世帯 × 0.737 × 0.251 × 7.5枚 × 539円 = 26,216,571,577円

意外と知らない?! ビール共通券の使い方

ビール共通券に有効期限があることを知らない人は約半数の49.8%。

コンビニで使えることを知らない人は6割弱(57.2%)も。

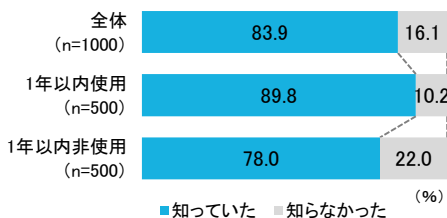
ビール共通券についてはまだまだ知られていないことも多いようです。

ビール共通券は「ビール取扱店であれば全国で使える」(83.9%)ことは8割強が認知していますが、「コンビニでも使える」ことについては6割弱(57.2%)が知りません。また、2005(平成17)年10月以降に発行されたビール共通券には有効期限が設定されており、券面にも表示されていますが、まだ「有効期限がある」ことを知らない人が半数近く(49.8%)いました。また、ビール券を1年以内に使用した人のうち62.6%が有効期限があると知っていましたが、1年以内に使用していない人では37.8%と認知率はぐっと下がります[グラフ15]。

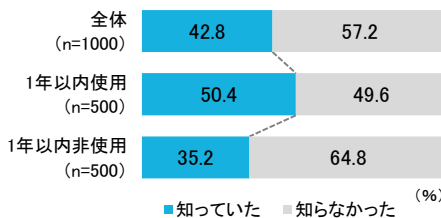
ビール共通券を使わないままストックしている家庭が少なくないのは、コンビニで使えることや有効期限があることを知らないためかもしれません。前ページでは58.6%がストックしているビール共通券を「必要な時がくれば使う」と回答していましたが、使おうと思ったら既に期限切れになっていた…とならないよう、早めにお使いいただきたいと思います。

[グラフ15]ビール共通券のルール認知度

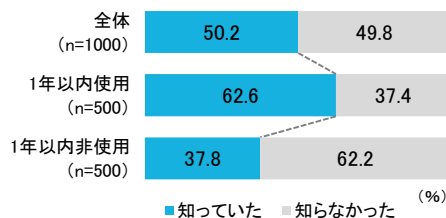
①ビール取扱店であれば全国どこでも使える



②コンビニでも利用できる



③有効期限がある



<本件に関するお問い合わせ先>

全国酒販協同組合連合会

東京都目黒区中目黒2-1-27 TEL 03-3714-0177 FAX 03-3710-5350

<調査データに関するお問い合わせ先>

電通パブリックリレーションズ (担当:藤田)

東京都中央区築地5-6-4 TEL 03-5565-1089 FAX 03-5565-4467

全国酒販協同組合連合会について【組織概要】

1. 組合名 全国酒販協同組合連合会(ぜんこくしゅはんきょうどうくみあいれんごうかい)

2. 所在地 東京都目黒区中目黒2—1—27
TEL 03(3714)0177 FAX 03(3710)5350

3. 役員

会長	吉田精孝
副会長	服部一昭
同	海田耀一
同	神木英雄
専務理事	西浦康則
常務理事	杉山一夫
同	秋原正成

役員の構成人数は19名(内理事16名、監事3名で構成)

4. 創立年月日 1971年(昭和46年)10月25日

5. 設立年月日 1971年(昭和46年)12月24日

6. 事業概略 全国酒販協同組合連合会は、昭和46年に中小企業協同組合法に基づき設立された。その時代的背景には、同年酒販免許の附款撤廃が要因となり卸・小売との諸法条件が解除・緩和され、メーカーの消費者直販や、他業種や大型店の参入、人件費・諸経費の高騰、後継者不足等の諸事情や環境変化に対応すべく、零細企業である酒販店の団結と共同化を考えるために設立された事業団体である。

1) 商品券事業

・ビール共通券・清酒券の発行

ビール共通券(大瓶券633ml 2本券・缶ビール券350ml 2缶券)

清酒券(特撰券1.8ℓびん1本券・上撰券1.8ℓびん1本券)

2) 共同購買事業

・清酒・洋酒等の共同購買

・健康食品・副資材等の共同購買

7. 資本金 10億円

8. 年商
平成23年度413億円
平成24年度374億円
平成25年度341億円