

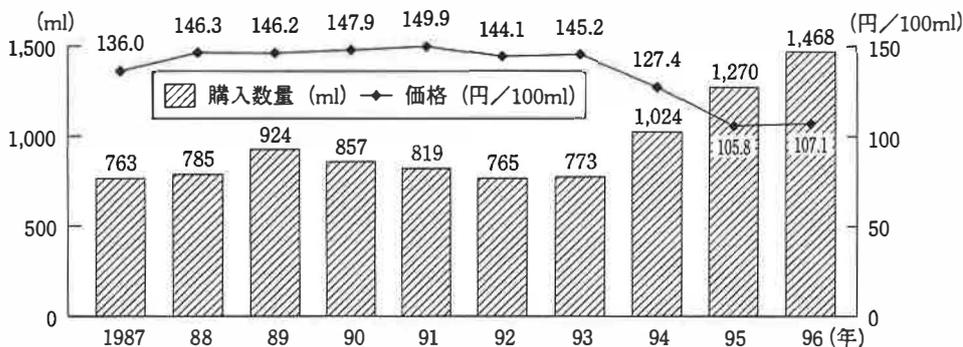
ワイン消費が活性するヘビー& 低価格ユーザーを狙う『準低価格ワイン』

■ 97年より過熱している健康ワインブームにより、赤ワイン需要の伸び率はワイン全体の伸び率の6割(国産)を占める勢いがあります。ブームの中で家庭内に積極的なワインの取り込みをしているユーザーニーズを見失わないことが大切です。

レギュラー ワイン消費を支えるワイン日常ユーザーがターゲット

国民一世帯当たりのワイン購入数量の伸びと反比例して購入価格は低くなっています。つまり“たくさん飲みたいから価格は抑えたい”“手頃な価格だからデイリーに飲むことができる”という消費者の本音に低価格ワインがこたえた証しでもあります。また低価格ワイン“ユーザー”=ワイン日常ユーザーであり、今後のワイン市場の担い手といえます。

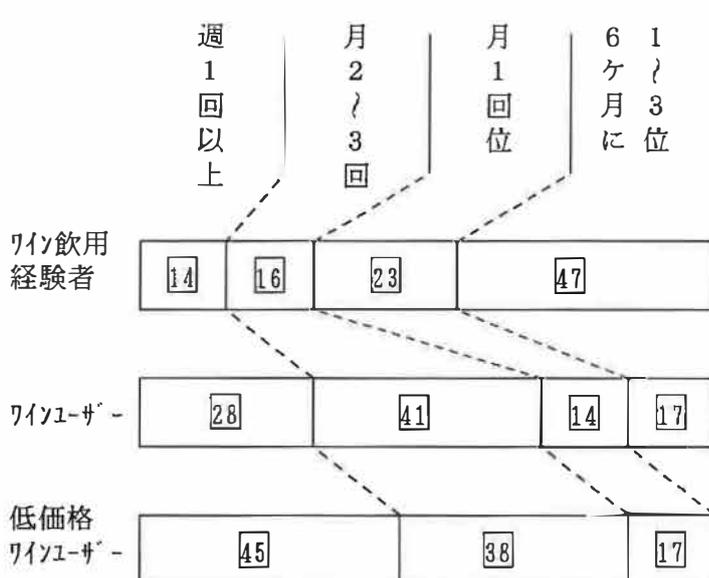
■ 一世帯当たりのワインに関する購入数量と100ml当たりの価格の推移



資料：総務庁統計局「家計調査年報 平成8年」1997年5月
注：数値は、全国全世帯の1世帯あたり平均値

総務庁調べ

■ ワインユーザー家庭での飲用頻度



レギュラー
日常ユーザーの多様化する
ワイン選択ニーズ

例えば料理に合わせて、クラスアップ感覚で選ぶことのできる『準低価格ワイン』は、購入価格ボトムアップの役割を果たし、さらにワイン市場を活性させます。