

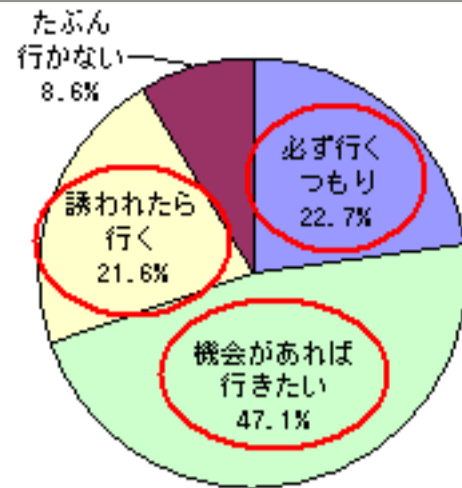
「ビアガーデン」に関する意識調査結果

調査概要

1. 対象：全国20歳以上男女 有効回答数：5,044名
2. 方法：インターネット調査
3. 期間：2008年4月4日～6日

「あなたは今年の夏、ビアガーデンに行きますか？」（単一回答）

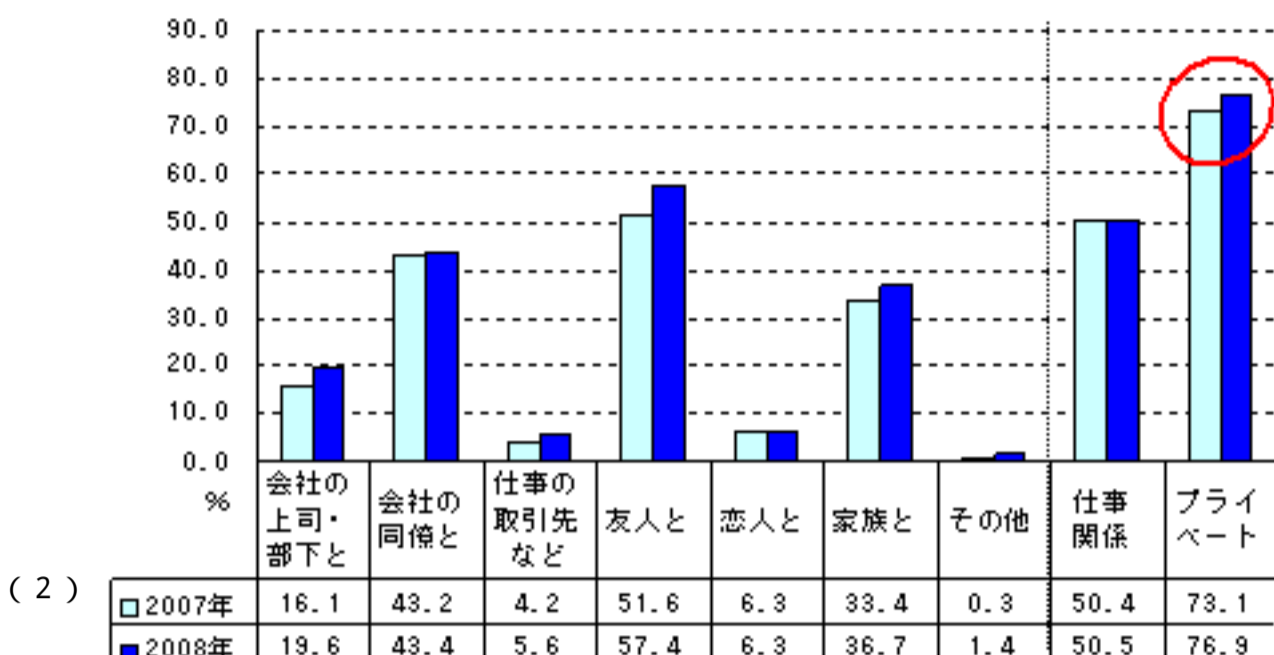
- (1) ・「必ず行くつもり」「機会があれば行きたい」「誘われたら行く」をあわせると全体で90%以上。



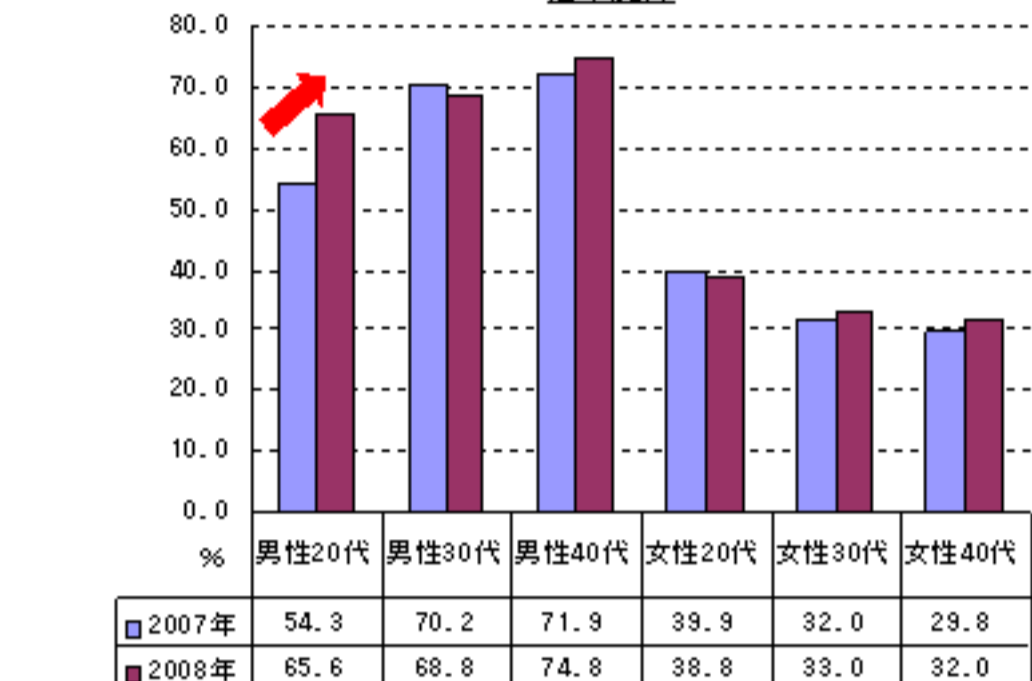
「ビアガーデンには誰と行きますか？」（複数回答）

- ・「友人」「家族」などの「プライベート」が主流だが、20代男性は、昨年の調査と比較すると、「会社の上司・部下」「会社の同僚」などの「仕事関係」が11ポイント増加している。

ビアガーデンには誰と行きますか？



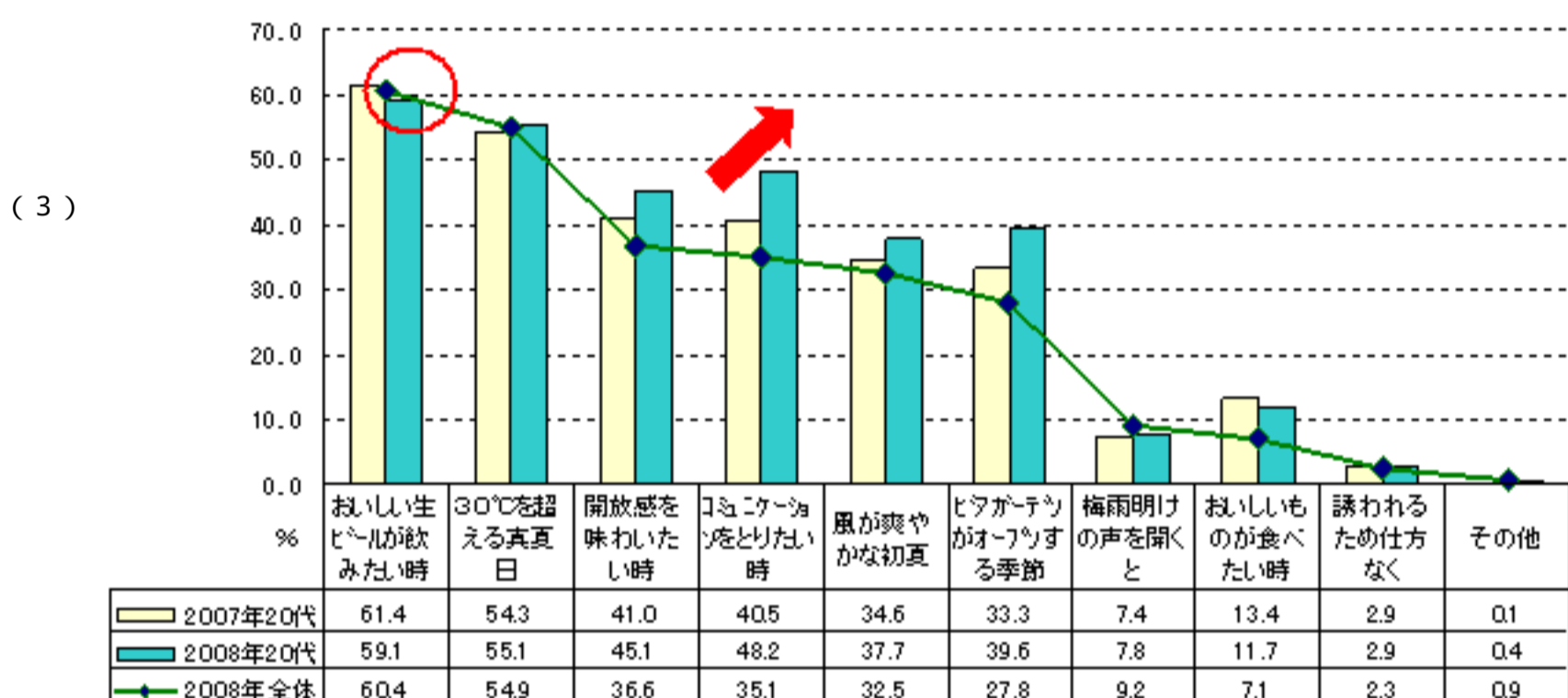
仕事関係



「どんな時に行きたくくなりますか？」（複数回答）

- ・どんな時にいきたいかは、「おいしい生ビールが飲みたい時」（60%）が最も高く、「30を超える真夏日」（55%）、「開放感を味わいたい時」（37%）と続く。

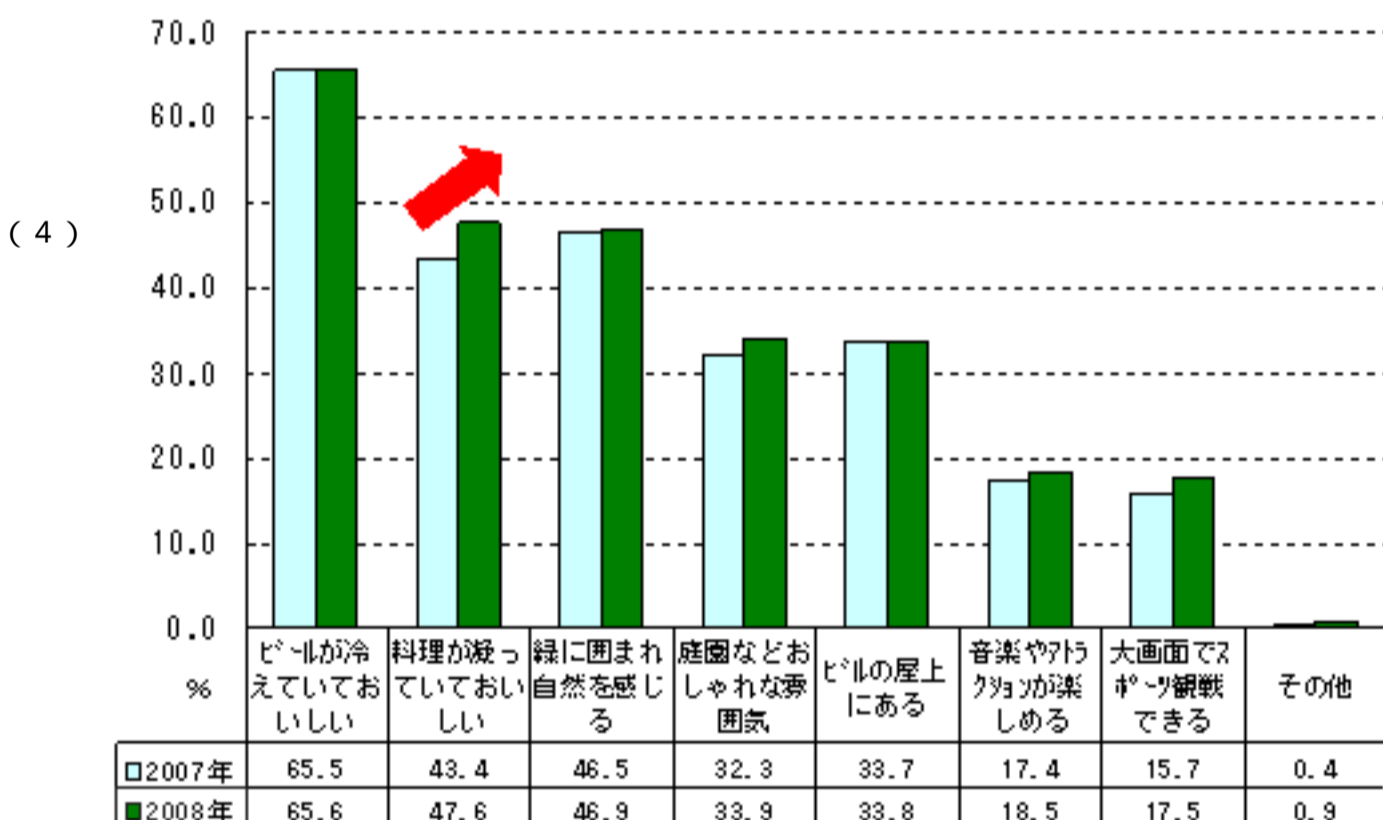
- ・年代別では、20代が「コミュニケーションをとりたいた時」（48%）が高く、昨年比で8ポイント増加した。



「行ってみたいビアガーデンは？」（複数回答）

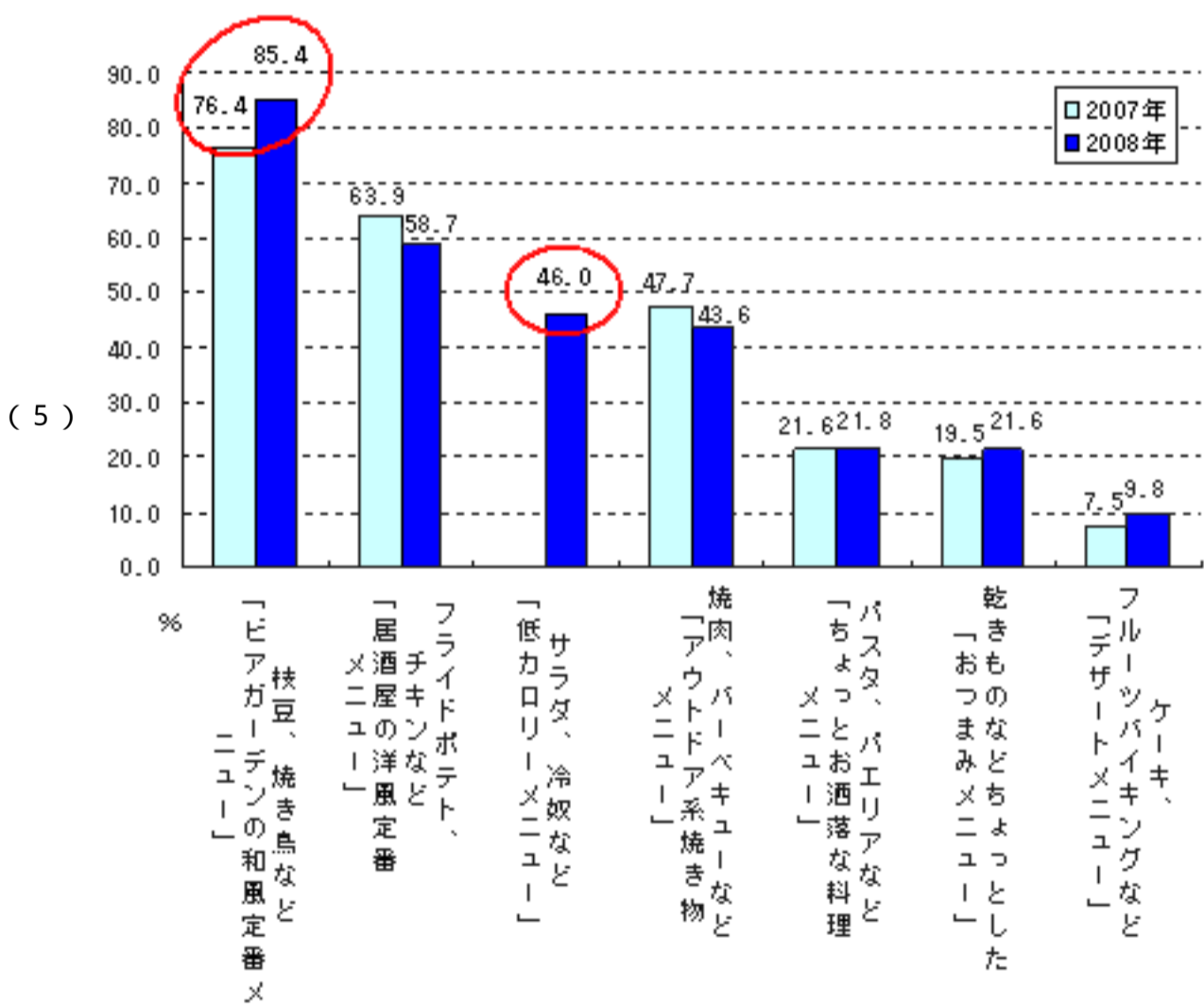
- ・「ビールが冷えていておいしい」（66%）がトップ。続いて「料理が凝っていておいしい」（48%）「緑に囲まれ自然を感じる」（47%）と続く。

- ・昨年との比較では「料理が凝っていておいしい」が4ポイント増加となり、料理への関心が高まっていることがわかる。



「頼みたい料理は？」（複数回答）

- ・「ビアガーデンの和風定番メニュー」（85%）が昨年より9ポイントと大幅増。3位に「低カロリーメニュー」（46%）が入るなど、健康志向がうかがえる。



「予算はいくらですか？」（自由回答）

- (6) ・平均は3,747円で、昨年と比べて減少した。

	2008年	2007年	2006年	2005年
全体	3,747円	3,912円	3,780円	3,742円
男性	3,848円	4,041円	3,908円	3,817円
女性	3,614円	3,728円	3,656円	3,647円

「ビアガーデンの楽しみ方や必須アイテムは？」（複数回答）

- ・ビアガーデンを楽しむために様々な準備をしていることがわかり、男女の違いも見られる。

順位	全体	男性	女性
1位	最初の一杯のために日中の喉の渇きを我慢する(45%)	最初の一杯のために日中の喉の渇きを我慢する(54%)	割引クーポンやお得なサービスを最大限活用する(50%)
2位	割引クーポンやお得なサービスを最大限活用する(41%)	割引クーポンやお得なサービスを最大限活用する(35%)	うちわや扇子を持参する(39%)
3位	うちわや扇子を持参する(31%)	汗拭きタオルは欠かせない(25%)	においや汚れを気にしなくてもOKな服で(38%)

<日本のビアガーデンの歴史>

一般にビアガーデンの起源という、1953（昭和28）年に大阪第一生命ビルにオープンした屋上ビアガーデン「ニュー・トーキョー」と言われているが、必ずしも屋上ではなく、「屋外でビールをジョッキで飲む」という概念でとらえられ

ば、「ビアガーデン」の起源は明治時代までさかのぼることになる。

日本のビアガーデンの歴史は国産ビールの歴史と同様、横浜で始まった。1875（明治8）年には横浜山手のスプリングパラー・ブルワリーの敷地内で「スプリングパラー・横濱」が開かれた。主な客は居留地の外国人で、ガラス製のジョッキやトタンのような素材でつくった容器でビールを提供していた。

明治から昭和初期にかけて、ビールは少しずつ人々に飲まれるようになり、「ビアホール」「カフェ」「バー」など様々な名称で提供される飲食店が登場した。当時は、業態の名称にこれといった定義もなかったため、屋外でビールを提供する飲食店を「ビアホール」と称したものもあったようである。

昭和30年代から40年代にかけて、デパートや駅前ビルなどの、いわゆる「屋上ビアガーデン」が全盛を迎える。夏といえばビアガーデンというイメージが定着したのもこの頃である。また、ビアガーデンの隆盛によって、屋上以外の公園や観光地などでビアガーデンの通称でビールを提供する場所が増えた。

1980年代になると、それまでとは異なる個性的なビアガーデンが増えた。特大テレビでスポーツ中継を放映するビアガーデンや、森や公園の嗜みにつくられたビアガーデン、外国の料理や色とりどりのビアカクテルなど個性的なメニューを提供するビアガーデンも現れた。

現在では、趣味や嗜好、生活価値が多様化し、ビアガーデンの楽しみ方も一層多様化していると思われる。女性客が大幅に増え、仕事関係だけでなくプライベートでも楽しみ、ビールと一緒に楽しむ料理の種類も広がっている。今年の夏も、ビアガーデンは大人の夏の定番として、人と人とのコミュニケーションの場を提供し、日常や仕事から解放される癒しの場となるに違いない。

参考文献：『小学館日本大百科全書』小学館