

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

No.SBF1674 (2026.3.25)

年代別 ミネラルウォーターに関する意識調査実施

- 若年層におけるパーソナルユース需要の拡大 —
- 防災意識の高まりから水の備蓄が一般的に —



近年、ミネラルウォーター市場は気候の亜熱帯化・健康志向の高まりなどから年々伸長し続け、ミネラルウォーターの購入人数は2014年に比べ107%と伸長^{※1}しています。「サントリー天然水」においては、国内清涼飲料水市場で8年連続売上No.1^{※2}ブランドとなりました。

サントリー食品インターナショナル(株)は、ミネラルウォーター市場をけん引する企業として、ミネラルウォーターに関する消費者飲用実態・意識調査^{※3}を1991年から継続的に実施しています。主な調査結果は以下の通りです。

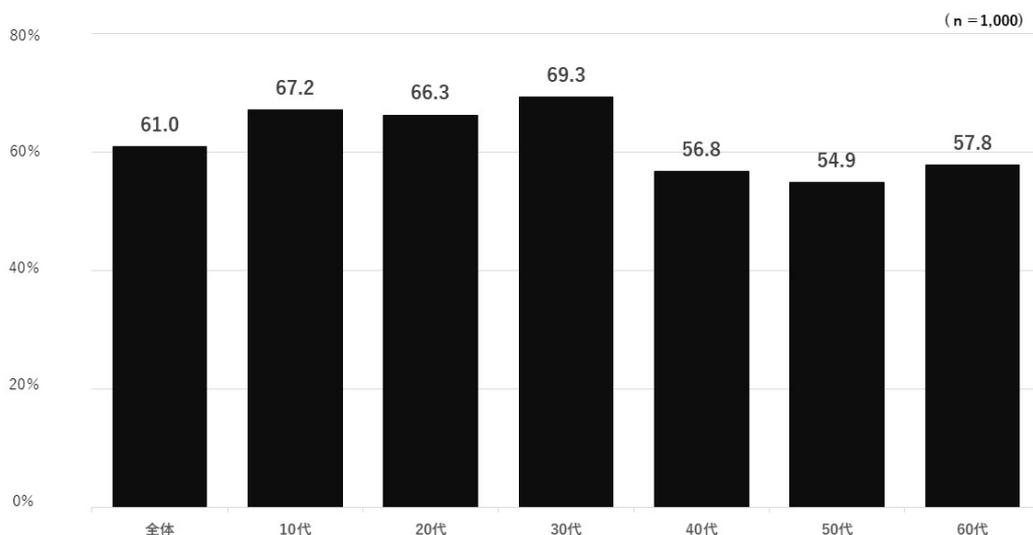
—主な調査結果—

- ・全世代で、「飲み水として最初に想起」するのは「ミネラルウォーター」が1位（57.7%）となり、「最も多く飲む飲み水」も「ミネラルウォーター」が最多（37.3%）となりました。
- ・水の飲み方として、2019年の上位3項目は「朝起きてすぐ水を飲んでいる」「入浴後に水を飲んでいる」「寝る前に水を飲んでいる」でしたが、2025年の上位3項目は、昨年同様「汗をかいていなくても水を飲むようにしている」「喉が渴いたと感じる前に飲む」「寝る前に水を飲んでいる」となりました。以前に比べ、喉が渴いてからではなく、喉が渴く“前”に意識的に水を飲むといった飲用方法が定着していると考えられます。
- また、「出かけるときには、水を持ち歩き、外出時でもいつでも水分補給できるようにしている」人の割合は、全世代の中でも特に10代～30代のスコアが高く、若年層は飲用水の持ち歩きニーズが高いことが分かりました。

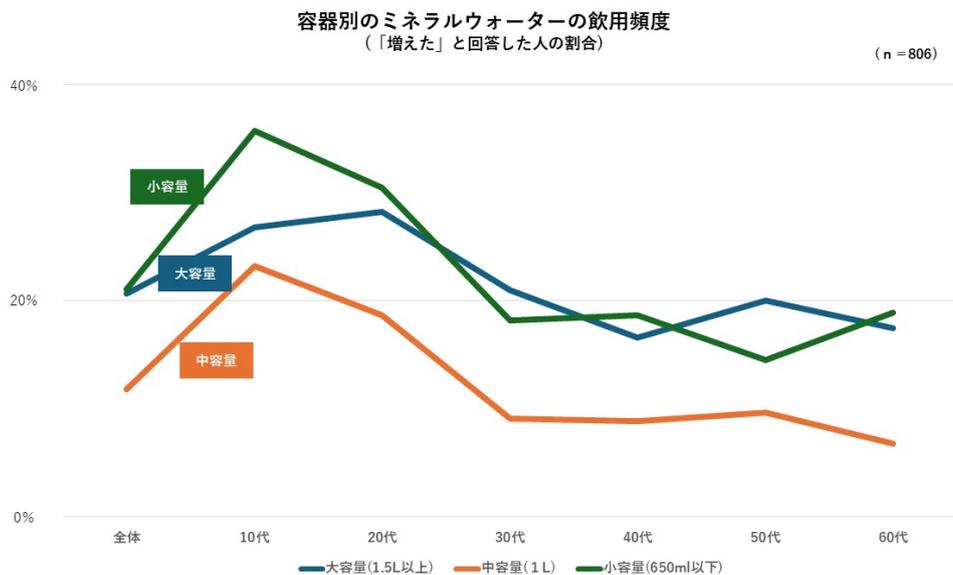
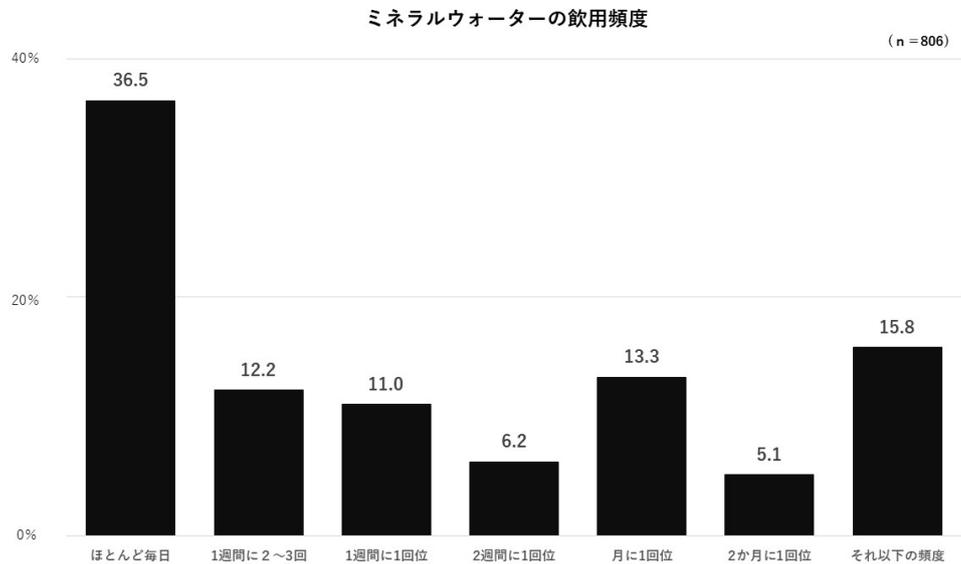
水の飲み方
（「いつもしている」+「たまにしている」と回答した人の割合）

2019年 (n=500)		2025年 (n=1,000)			
1	朝起きてすぐ水を飲んでいる	73.0%	1	汗をかいていなくても水を飲むようにしている	74.7%
2	入浴後に水を飲んでいる	72.4%	2	喉が渴いたと感じる前に飲む	72.0%
3	寝る前に水を飲んでいる	71.2%	3	寝る前に水を飲んでいる	71.4%
			3	朝起きてすぐ水を飲んでいる	71.4%

水の飲み方
（「出かけるときには、水を持ち歩き、外出時でもいつでも水分補給できるようにしている」と回答した人の割合）



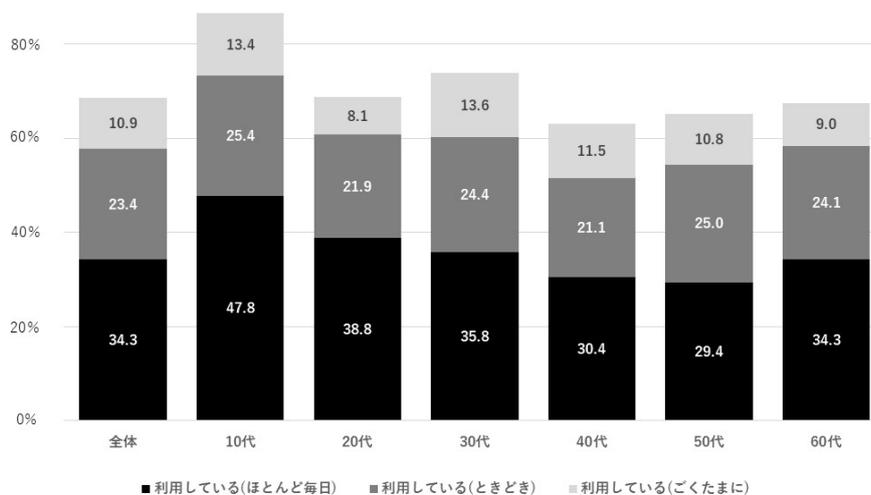
- ・ミネラルウォーターの飲用（利用）頻度は、「ほとんど毎日」が最も多く、36.5%でした。容器別の飲用（利用）頻度では、全容量において、10代～20代の飲用頻度が増加傾向にあり、特に中容量・小容量においてはその傾向が顕著に見られました。若年層を中心にパーソナルサイズの需要が拡大しているものと見られます。



- ・今回新たにマイボトル利用状況を調査したところ、約3割（34.3%）以上が「利用している（ほとんど毎日）」と回答し、「利用している（ごくたまに）」まで含めると、約7割（68.6%）の利用状況でした。また、年代別では10代（86.6%）が最も高いことが分かりました。さらに、マイボトルに入れる飲み物は「ミネラルウォーター」（50.0%）が最多でした。ミネラルウォーターを好きな容量や冷たいままの状態を持ち歩きたいといったニーズがあるものと考えられます。

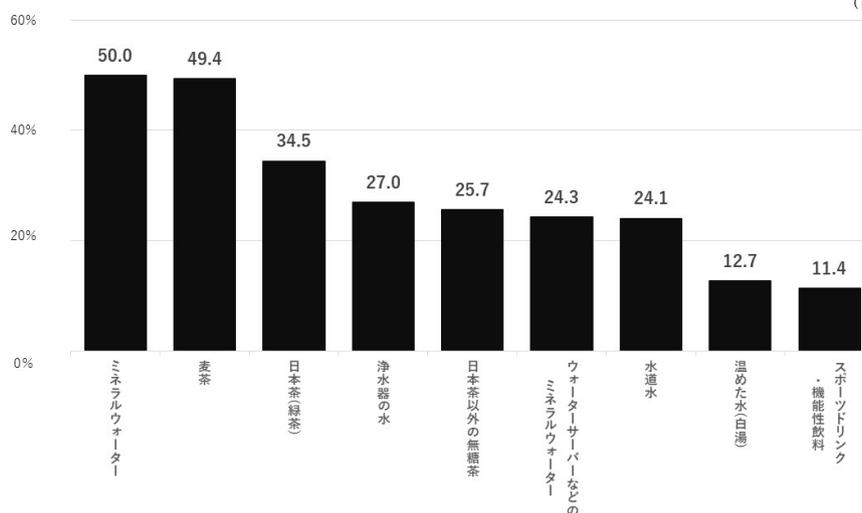
マイボトルの利用状況
 (「利用している」と回答した人の割合)

(n = 1,000)



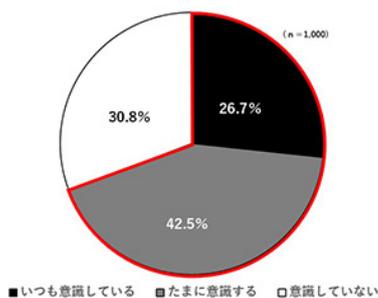
マイボトルに入れる飲み物

(n = 686)



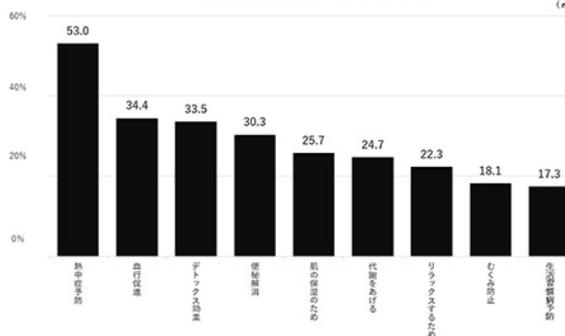
・「水を飲む時に体のことを意識している」人は約7割(69.2%)でした。具体的な理由として、「熱中症予防」が最も多く挙げられた一方、「デトックス効果」「肌の保湿」なども理由として挙げられ、特に女性は健康や美容への意識と結びつく傾向が見られました。

「水を飲む時に体のことを意識している」計69.2%



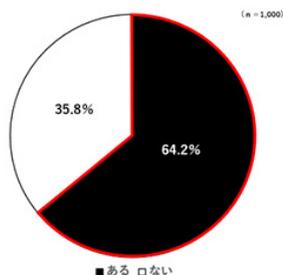
水を飲む時に具体的に意識していること

(n = 692)



- ・「ミネラルウォーターの買い置きがある」人は64.2%となり、理由として、「災害時に使いやすいと思うから」(53.9%)、「災害時に限らず、日常的に使いやすいと思うから」(38.3%)、「なんとなく安心できるから」(32.1%)の3項目が上位に挙がりました。さらに、昨年に比べ、「災害時に使いやすい」「なんとなく安心できる」という理由が大きく上昇。防災意識の高まりから水の備蓄が一般的となり、水分補給に限らない水の用途が広がっていると考えられます。

「ミネラルウォーターの買い置きがある」計64.2%



買い置きする理由TOP3		25年	24年
1	災害時に使いやすいと思うから	53.9%	46.3%
2	災害時に限らず、日常的に使いやすいと思うから	38.3%	37.7%
3	なんとなく安心できるから	32.1%	28.8%

以上のような結果を参考に、「サントリー天然水」はミネラルウォーター市場をけん引するブランドとして、お客様のより豊かな生活への貢献を目指し、さまざまな提案を行っていきます。

※1 インテージSRI+調べ ミネラルウォーター販売本数 2017年1月-12月、2025年1月-12月

※2 当社調べ

※3 〈調査概要〉

①調査対象および対象者数：首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）および関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）に居住する15～69歳の男女個人で、24年の9月以降に有料の水、および水道水のいずれかを飲み水として飲用（利用）した人を対象とした1,000人（男性501人、女性499人）

②調査方法：インターネット調査

③調査期間：2025年9月4日（木）～9月7日（日）

注）本レポートでは、小数第2位を四捨五入しています。そのため、数字の合計が100%とならない場合があります。

▽本件に関するお客様からの問い合わせ先

サントリーお客様センター <https://www.suntory.co.jp/customer/>

以 上

水と生きる SUNTORY

自然と水の恵みに生かされる企業として、貴重な水資源を守ること。

さまざまな企業活動を通じて社会に潤いをもたらす、社会にとっての水であること。

社員一人ひとりが水のように自在にしなやかに挑戦できる会社であること。

「人間の生命（いのち）の輝き」をめざす想いを、「水」に託して伝えるメッセージです。