

(2021.10.12)

ノンアルコール飲料に関する消費者飲用実態・意識調査
サントリー ノンアルコール飲料レポート 2021
(詳細版)

〈調査概要〉

- ・ 調査対象
 - ー ノンアルコール飲料に関する調査
 - ・ 一都三県（東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県）に在住する20～60代の男女 30,000人
 - ー ノンアルコールビールテイスト飲料に関する調査
 - ・ 上記のうち、ノンアルコールビールテイスト飲料の月1回以上飲用者 1,238人
- ・ 調査方法 インターネット調査
- ・ 調査日 2021年9月6日（月）～9月13日（月）

〈本レポートで使用する用語の定義〉

ノンアルコール飲料	: アルコール度数0.00%のビールテイスト飲料や チューハイ・カクテルテイスト飲料
ノンアルコールビールテイスト飲料	: アルコール度数0.00%のビールテイスト飲料
ノンアルコールRTDテイスト飲料	: アルコール度数0.00%のチューハイ・ カクテルテイスト飲料
この1年間	: 2020年9月～2021年8月までの期間
新型コロナウイルス感染症拡大前	: 2020年3月以前
新型コロナウイルス感染症拡大後	: 2020年4月以降
半年前	: 2021年2～3月頃
1年前	: 2020年9月頃
1年半前	: 新型コロナウイルス感染症拡大前2020年2～3月頃
「増えた」	: 「増えた」「やや増えた」合計
「あてはまる」	: 「あてはまる」「ややあてはまる」合計
「そう思う」	: 「そう思う」「ややそう思う」合計
カロリーゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり5kcal未満のもの
糖質ゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり0.5g未満のもの
糖類ゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり0.5g未満のもの
プリン体ゼロ	: 100mlあたり0.5mg未満のもの

※本レポートでは、小数点第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。

※本レポート内に記載されているMAとはマルチアンサー（複数回答）を、SAはシングルアンサー（単一回答）を意味します。

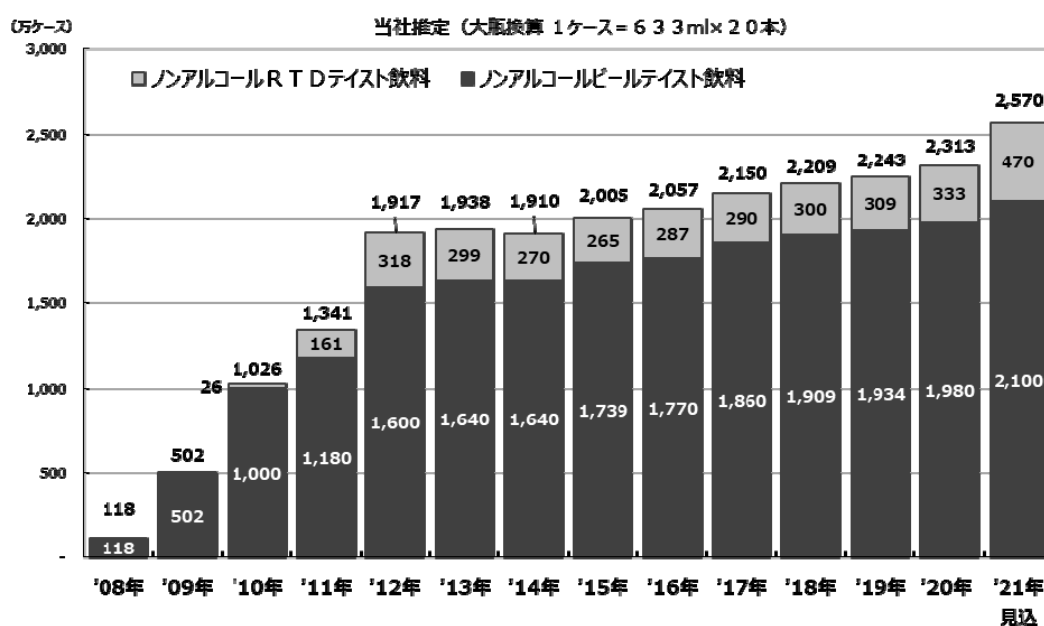
※当社調査では、グラフ・文中の「2018年」表記は2018年6月19日付、「2019年」は2019年6月11日付、「2020年」は2020年10月6日付の「サントリー ノンアルコール飲料レポート」を指しています。

1. ノンアルコール飲料市場について

ノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大規模に

2020年のノンアルコール飲料市場は2,313万ケース※（対前年103%）と、2015年より6年連続で伸長が続き、過去最大の市場規模になったと推定されます。2021年には、さらに約2,570万ケース（対前年111%）と、市場規模は引き続き拡大すると見込まれます。

【図1】【ノンアルコール市場の推移（2008年～2021年）】



※なお、1ケース=250ml×24本換算でのノンアルコール飲料市場は、以下のように推定されます。

2020年 4,881万ケース（内ノンアルコールビールテイスト飲料 4,178万ケース）

2021年見込 5,423万ケース（内ノンアルコールビールテイスト飲料 4,431万ケース）

2. 消費者飲用実態・意識調査結果

(1) ノンアルコール飲料

ノンアルコール飲料の飲用経験がある人が56.4%で過去最高に
新型コロナウイルス感染症拡大以降、自宅での飲用者が増え、飲用頻度も増加

ノンアルコール飲料の飲用経験を質問したところ、56.4%が「飲んだことがある」と回答しました。同様の調査を開始した2018年以来、過去最高となりました(図2)。

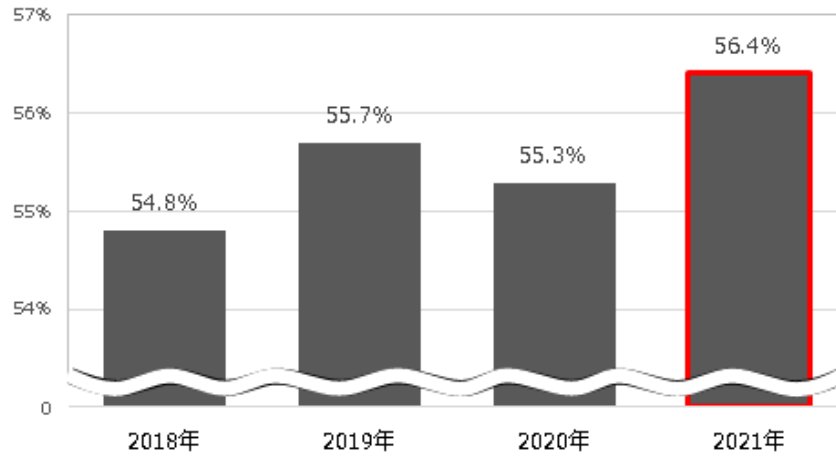
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、自宅内外での飲用経験を質問したところ、75.1%が「自宅内で飲んだことがある」、57.0%が「飲食店(自宅外)で飲んだことがある」、40.8%が「飲食店以外(自宅外)で飲んだことがある」と回答し、自宅内での飲用経験が最も多いことがわかりました(図3)。

また、自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人の割合の推移をみると、2018年の72.1%から年々上昇し、2021年は過去最高になりました(図4)。

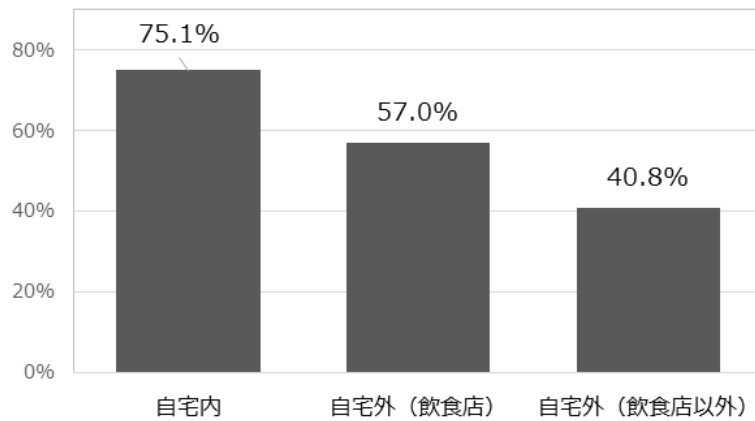
自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人の飲用頻度は、38.2%が「月1回以上」、21.9%が「週1回以上」となりました。「週1回以上」の人は新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年に比べ4.0p t増加しており、新型コロナウイルス感染症による生活変化の影響がうかがえます(図5)。

また、自宅内での飲用頻度を年代別にみると、「月1回以上」、「週1回以上」飲んでいる人の割合が50代で最も多くなっています(「月1回以上」(40.2%)、「週1回以上」(23.8%))。以下、30代(「月1回以上」(39.2%)、「週1回以上」(22.3%))、40代(「月1回以上」(38.9%)、「週1回以上」(23.1%))が続き、30~50代の現役世代で、「月1回以上」あるいは「週1回以上」飲んでいる人が多くなっています(図6)。

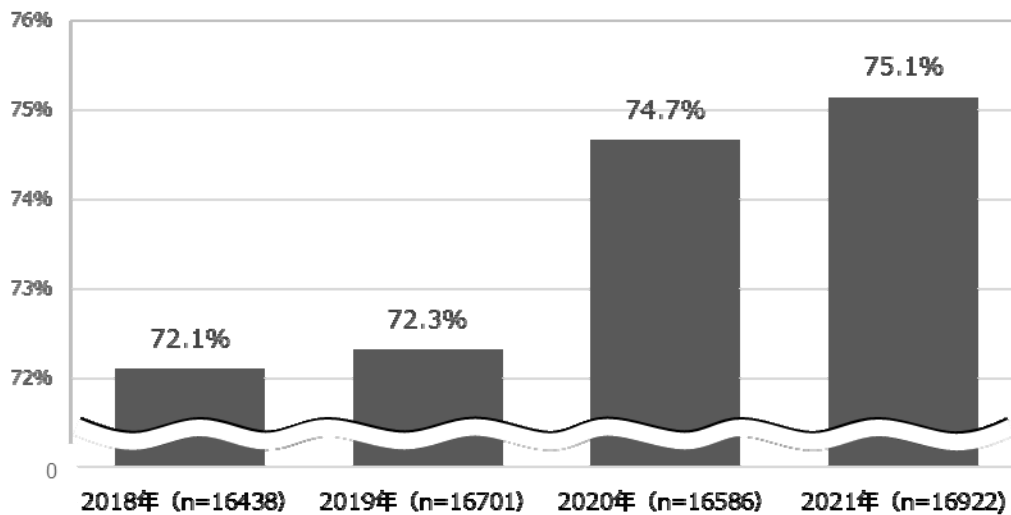
[図2] 【ノンアルコール飲料の飲用経験の推移（2018～2021年）】
（SA、n=30,000）



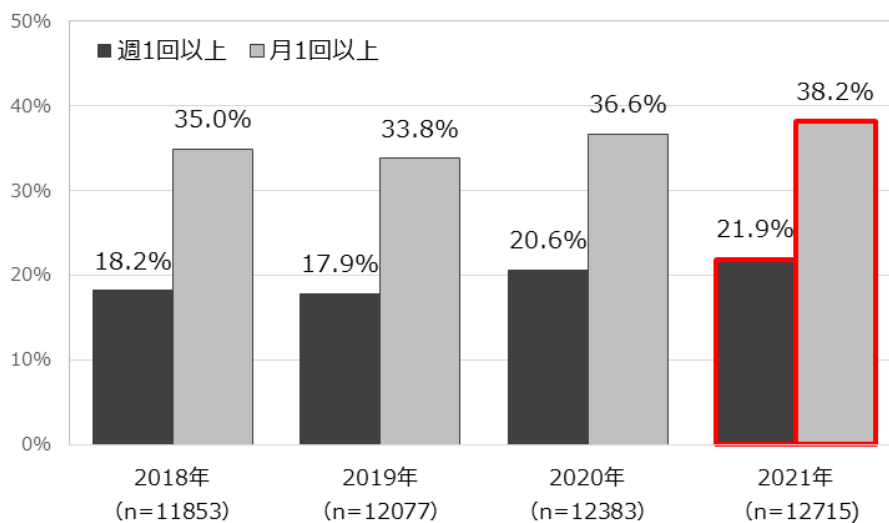
[図3] 【自宅内外でのノンアルコール飲料飲用経験（2021年）：
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA、n=16,922）



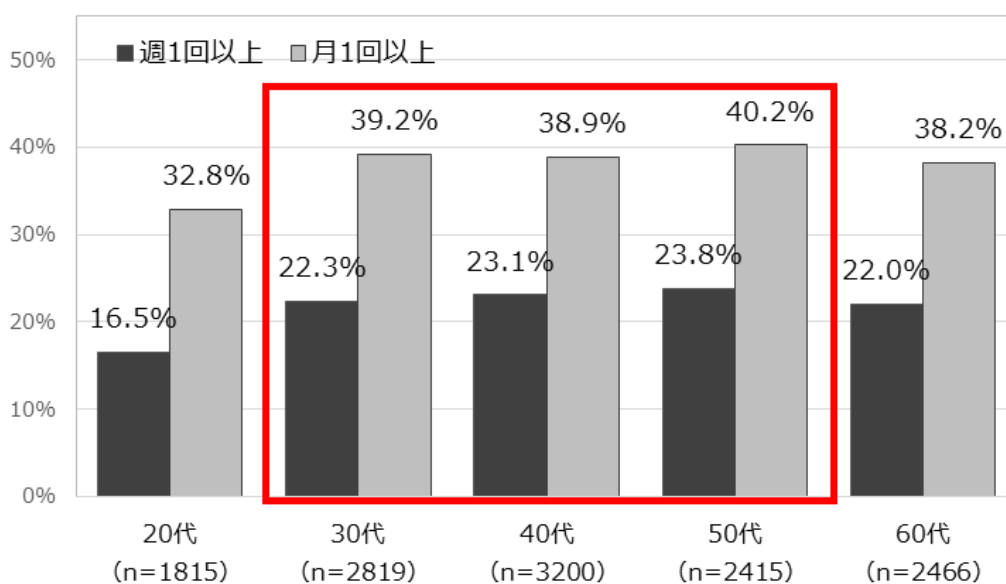
[図4] 【自宅内でのノンアルコール飲料飲用経験（2018～2021年）
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA）



【図5】【ノンアルコール飲料の飲用頻度（2018～2021年）：
自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA）



【図6】【ノンアルコール飲料の飲用頻度（2021年、年代別）：
自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA）

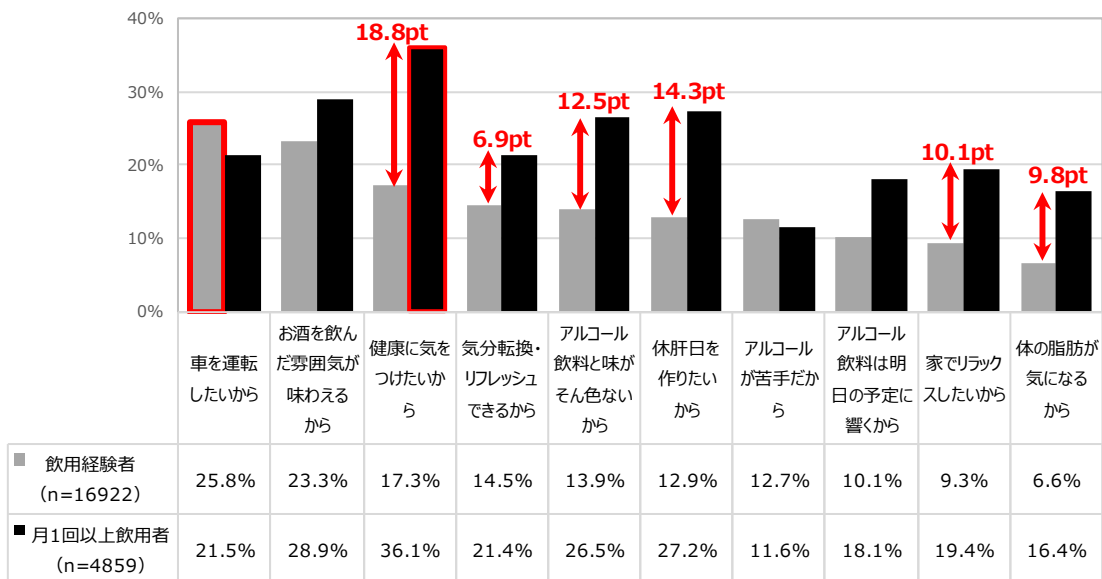


ノンアルコール飲料を定期的に飲む人は、「健康」「休肝日」などをより意識

ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に飲用理由を質問したところ、「車を運転したいから」(25.8%)、「お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから」(23.3%)、「健康に気をつけたいから」(17.3%)などが上位を占めました。

また、定期的に(月1回以上)ノンアルコール飲料を飲んでいる人の飲用理由では、「健康に気をつけたいから」(36.1%)、「お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから」(28.9%)、「休肝日を作りたいから」(27.2%)が上位にあがり、全体の飲用理由の順位と違いがみられました。特に差分が大きかったのは、「健康に気をつけたいから」、「休肝日を作りたいから」、「体の脂肪が気になるから」で、定期的にノンアルコール飲料を飲んでいる人は、健康への意識からノンアルコール飲料を選んでいることがうかがえます。また、「家でリラックスしたいから」、「気分転換・リフレッシュできるから」など、リラックスやリフレッシュを目的に飲んでいる人が多いこともわかりました(図7)。

【図7】【ノンアルコール飲料の飲用理由：ノンアルコール飲料飲用経験者】(MA)



新型コロナウイルス感染症拡大前との比較で

ノンアルコール飲料の飲用量が「増えた」と回答した人は約2割
在宅時間が増え、運動不足や体重増加を実感し、健康を気遣う意識が
高まっていることがノンアルコール飲料の飲用を後押し

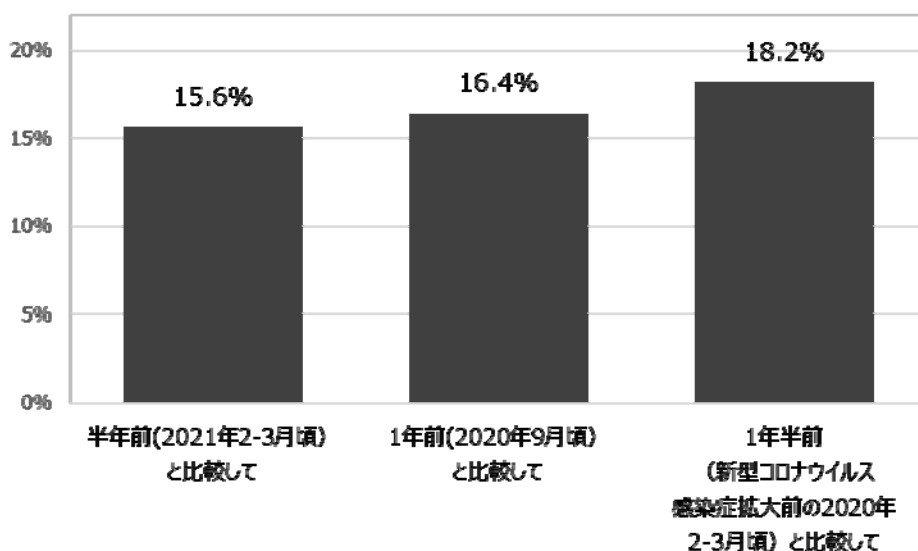
1年半前と比較したノンアルコール飲料の飲用量変化を質問したところ、約2割（18.2%）が「増えた」と回答しました（図8）。

ノンアルコール飲料の飲用量が「増えた」人に生活変化を質問したところ、「在宅時間が増えた」（83.9%）が最も多く、「運動量が減った、運動不足になった」（77.2%）、「体重が増えた」（61.4%）と、多くの人宅時間の増加による運動量の減少や体重増加を実感しているようです。

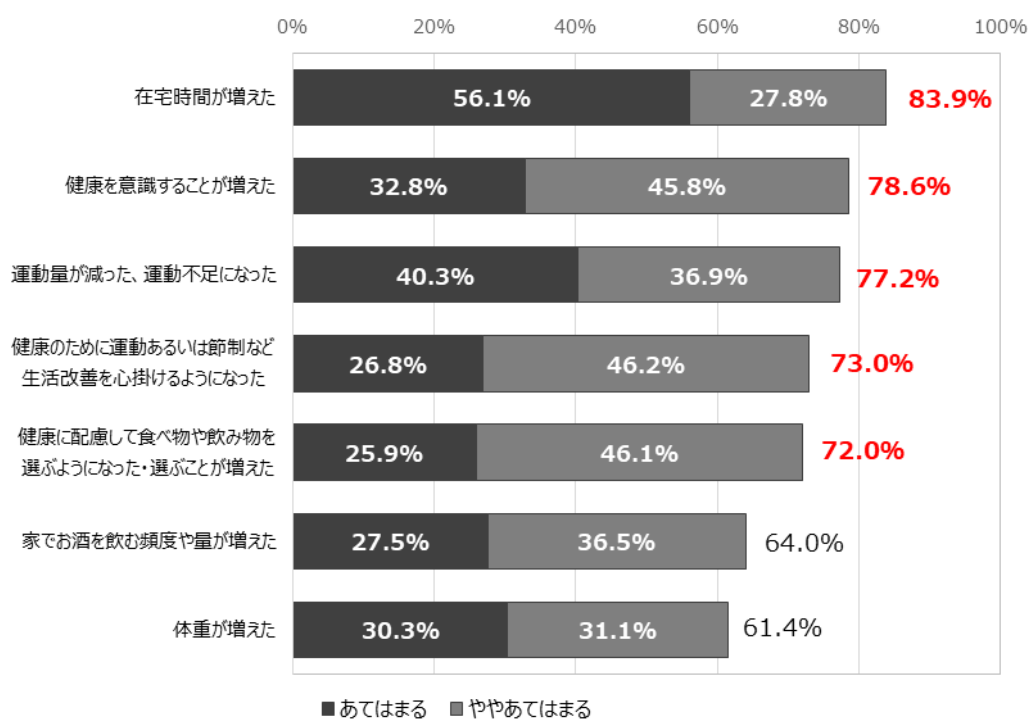
また、約8割（78.6%）が「健康を意識することが増えた」と回答し、「健康のために運動あるいは節制など生活改善を心掛けるようになった」（73.0%）、「健康に配慮して食べ物や飲み物を選ぶようになった・選ぶことが増えた」（72.0%）はいずれも7割以上となりました。

在宅時間が増える中で、運動不足や体重増加などを懸念し、健康を気遣う意識が高まっていることが、ノンアルコール飲料の飲用を後押ししているようです（図9）。

【図8】【ノンアルコール飲料の飲用量が「増えた」人：
ノンアルコール飲料飲用経験者】（SA、n=16,922）



【図9】【1年半前と比較してノンアルコール飲料の飲用量が増えた人の生活変化：
ノンアルコール飲料飲用量が1年半前より増えた人】（SA、n=3,075）

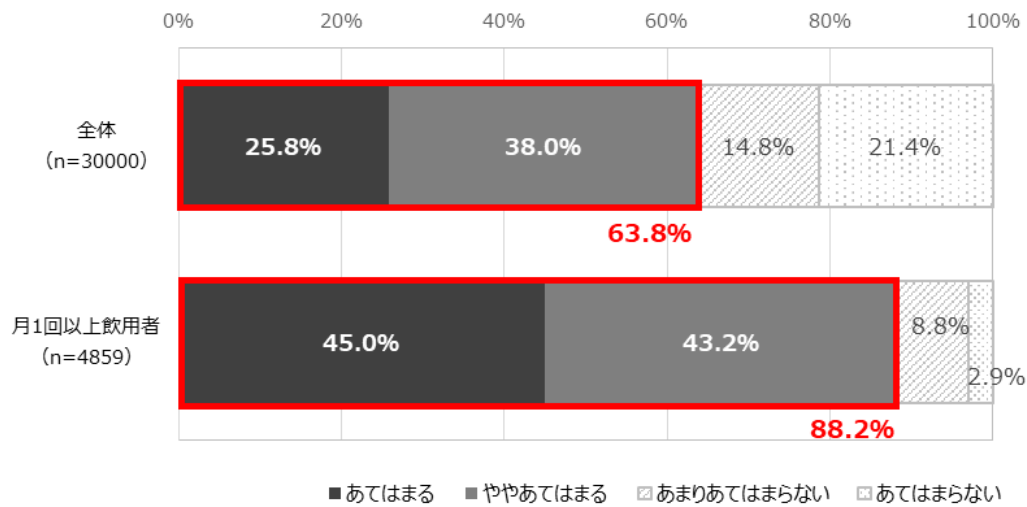


月1回以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人のうち約9割が
「色々なノンアルコール飲料の商品が増えた」と実感
今後飲んでみたいのは「ビールテイスト」「レモンサワーテイスト」
「チューハイテイスト」「ワインテイスト」など

「色々なノンアルコール飲料の商品が増えたと思う」か質問したところ、63.8%が「あてはまる」と回答しました。前年に実施した同様の調査結果(60.5%)からは3.3pt上昇しており、多様なノンアルコール飲料の広がりが認知されていることがうかがえます。また、月1回以上飲んでいる人では、約9割(88.2%)がノンアルコール飲料の商品が「増えた」と感じており、選択肢の広がりを実感しているようです(図10)。

月1回以上飲んでいる人に「今後飲みたいノンアルコール飲料」を質問したところ、「ビールテイスト飲料」(75.1%)と回答した人が最も多く、次いで、「レモンサワーテイスト飲料」(42.6%)、「チューハイテイスト飲料(レモンサワー以外)」(35.0%)、「ワインテイスト飲料(スパークリングを含む)」(29.2%)となりました。そのほか、「梅酒テイスト飲料」(26.0%)、「カクテルテイスト飲料」(25.1%)、「ハイボールテイスト飲料(ウイスキーテイストを含む)」(20.5%)も2割以上の支持を集め、多種多様なノンアルコール飲料への期待が感じられる結果となりました。選択肢が広がり、今後ますますノンアルコール飲料を楽しむ人が増えそうです(表1)。

[図10] 【色々なノンアルコール飲料の商品が増えたと思う】(SA)



[表1] 【今後、どんなノンアルコール飲料を飲みたいと思うか：
ノンアルコール飲料月1回以上飲用者】(MA、n=4,859)

1位	ノンアルコール <ビールテイスト飲料>	75.1%
2位	ノンアルコール <レモンサワーテイスト飲料>	42.6%
3位	ノンアルコール <チューハイテイスト飲料 (レモンサワー以外) >	35.0%
4位	ノンアルコール <ワインテイスト飲料 (スパークリングを含む) >	29.2%
5位	ノンアルコール <梅酒テイスト飲料>	26.0%
6位	ノンアルコール <カクテルテイスト飲料>	25.1%
7位	ノンアルコール <ハイボールテイスト飲料 (ウイスキーテイストを含む) >	20.5%
8位	ノンアルコール <日本酒テイスト飲料>	13.6%
9位	ノンアルコール <焼酎テイスト飲料>	10.3%
10位	その他	5.8%

(2) ノンアルコールビールテイスト飲料

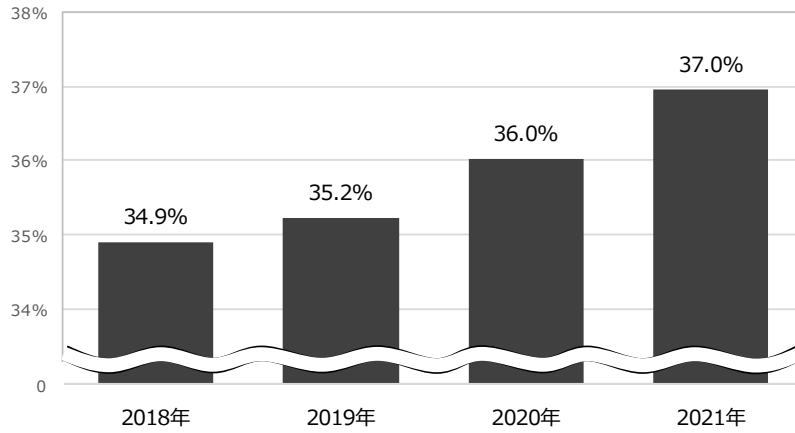
新型コロナウイルス感染症拡大以降、ノンアルコールビールテイスト飲料の
飲用経験・飲用頻度がともに上昇、特に30～50代で顕著

自宅内でノンアルコールビールテイスト飲料を飲んだことのある人は、2018年(34.9%)から2021年(37.0%)にかけて増加しています(図11)。

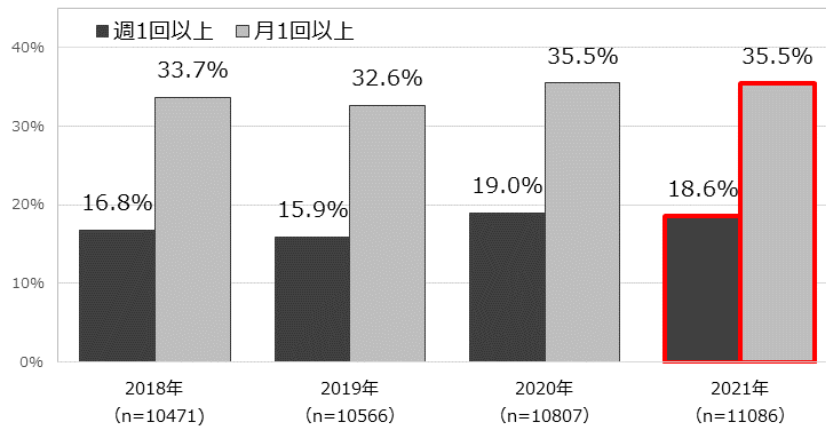
ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用頻度について、「月1回以上」飲んでいる人の割合は、2018年(33.7%)から2021年(35.5%)にかけて増加し、「週1回以上」飲んでいる人の割合も、2018年(16.8%)から2021年(18.6%)にかけて増えています。新型コロナウイルス感染症拡大による生活変化のなか、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用頻度も増えているようです(図12)。

2021年のノンアルコールビールテイスト飲料の飲用頻度を年代別にみると、「月1回以上」、「週1回以上」飲用者の割合は30代～50代で全体より高くなっています。特に「週1回以上」飲んでいる人の割合が高いことから、仕事や家庭、子育てなど、公私ともに忙しい生活を送る現役世代で定期的な飲用が広がっている様子がうかがえます。(図13)。

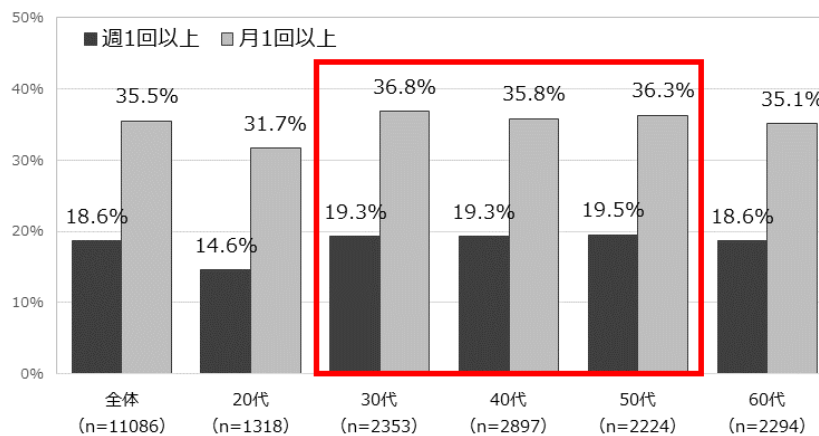
[図11] 【ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用経験の推移
(2018年~2021年) : (SA、n=30,000)



[図12] 【ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用頻度の変化
(2018年~2021年) :
自宅内でノンアルコールビールテイスト飲料の飲用経験がある人】 (SA)



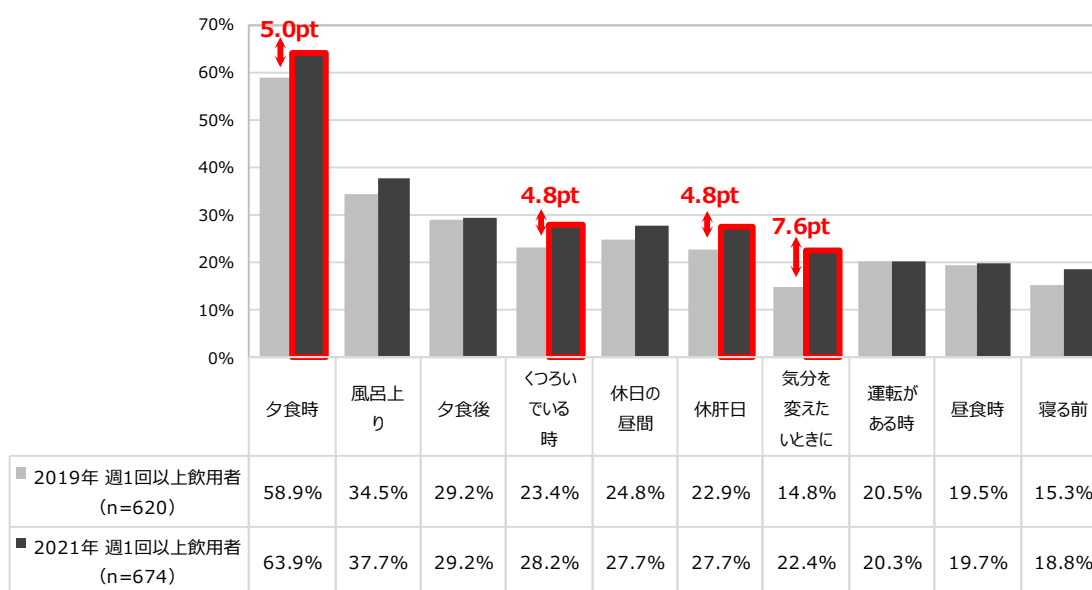
[図13] 【ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用頻度の変化
(2021年、年代別) :
自宅内でノンアルコールビールテイスト飲料の飲用経験がある人】 (SA)



ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用シーンは、
「夕食時」に加え、「気分を変えたいとき」「休肝日」「くつろいでいる時」など、
より幅広いシーンに拡大

ノンアルコールビールテイスト飲料を週1回以上飲んでいる人に、飲用シーンを質問したところ、「夕食時」(63.9%)に飲む人が最も多く、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年(58.9%)に比べ5.0pt増えました。また、「気分を変えたいとき」(22.4%)や「休肝日」(27.7%)、「くつろいでいる時」(28.2%)に飲む人も増えており、食事中や風呂上りなどの決まったタイミングに飲むだけでなく、生活のより幅広いシーンでノンアルコールビールテイスト飲料が受け入れられているようです(図14)。

[図14]【普段、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用シーン
(2019年、2021年)
ノンアルコールビールテイスト飲料週1回以上飲用者】(MA)

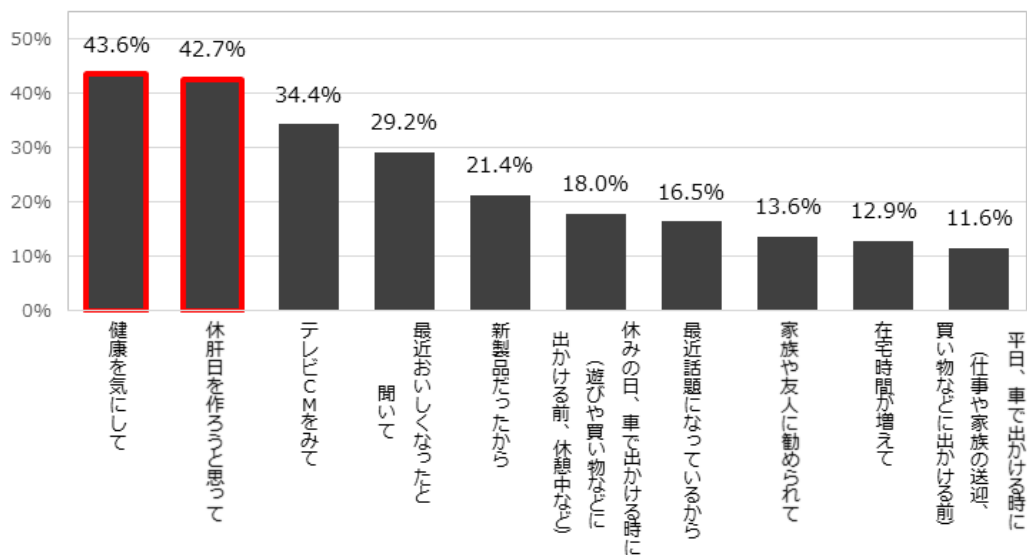


週1回以上ノンアルコールビールテイスト飲料を飲んでいる人のうち
4割以上が、「健康」や「休肝日」への意識をきっかけに
ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用を開始

ノンアルコールビールテイスト飲料を週1回以上飲んでいる人に、飲み始めたきっかけを質問したところ、「健康を気にして」(43.6%)、「休肝日を作ろうと思って」(42.7%)が4割を超え、次いで、「テレビCMをみて」(34.4%)、「最近おいしくなったと聞いて」(29.2%)、「新製品だったから」(21.4%)となりました。

現在、定期的に飲んでいる人の中には、「健康」や「休肝日」への意識をきっかけに飲み始めた人が多くいるようです。(図15)。

【図15】【ノンアルコールビールテイスト飲料を飲み始めたきっかけ：
ノンアルコールビールテイスト飲料 週1回以上飲用者】(MA、n=674)

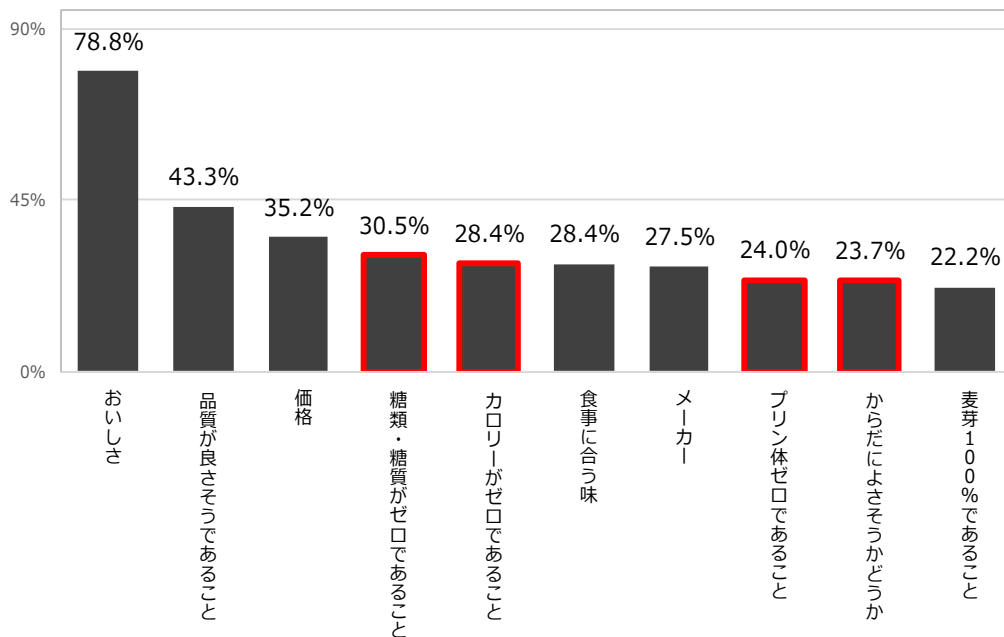


「おいしさ」はもちろんのこと、「糖類・糖質」「カロリー」「プリン体」がゼロであることもノンアルコールビールテイスト飲料の選択基準に

ノンアルコールビールテイスト飲料を月1回以上飲んでいる人に、ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際に重視するポイントを質問したところ、「おいしさ」(78.8%)と回答した人が圧倒的に多く、次いで、「品質が良さそうであること」(43.3%)、「価格」(35.2%)となりました。

また、「糖類・糖質がゼロであること」(30.5%)、「カロリーがゼロであること」(28.4%)、「プリン体ゼロであること」(24.0%)と、アルコール度数だけでなく、「糖類・糖質」、「カロリー」、「プリン体」がゼロである点を重視する人も一定数おり、「からだによさそうかどうか」(23.7%)も選択基準の一つになっているようです(図16)。

【図16】【ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際に重視するポイント：ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者】(MA n=1,238)



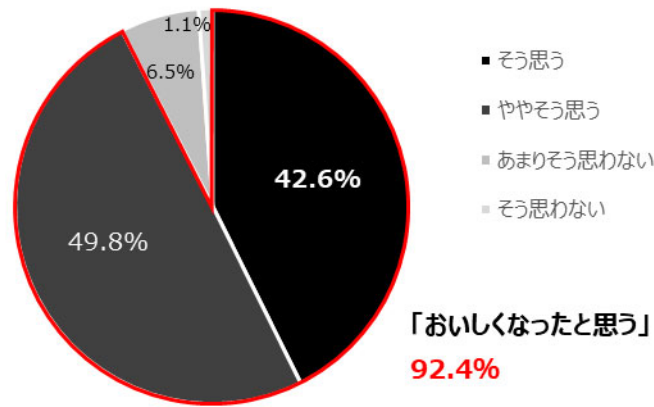
ノンアルコールビールテイスト飲料がおいしくなったと感じる人は9割以上
アルコール0.00%ならではの価値と、
ビールのような味わいやビールを飲んだ気分を楽しめる点が魅力

ノンアルコールビールテイスト飲料を月1回以上飲んでいる人に、ノンアルコールビールテイスト飲料が最近おいしくなったと思うかを質問したところ、昨年同様、9割以上(92.4%)が「そう思う」と回答しました。定期的にノンアルコールビールテイスト飲料を飲んでいる人の多くは、おいしさの進化を実感しているようです(図17)。

また、ノンアルコールビールテイスト飲料を週1回以上飲んでいる人に、ノンアルコールビールテイスト飲料の魅力について質問したところ、「ビールの味を楽しめる」(94.7%)と回答した人が最も多く、次いで、「飲んだ後も体が楽」(92.1%)、「酔わずにお酒気分を楽しめる」(90.4%)、「無理せず休肝日を作ることができる」(86.5%)、「健康を気にしていても飲める」(86.2%)など、健康ニーズに応えられる点への評価が高いことがうかがえます。

アルコール0.00%で、体に負担をかけずにビールのような味わいやビールを飲んだ気分を楽しめる点や、アルコール0.00%だからこそ、休肝日など健康を意識していても楽しめる点を魅力に感じていることがわかりました(表2)。

[図17] 【ノンアルコールビールテイスト飲料はおいしくなったか：
ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者】(SA、n=1,238)



[表2] 【ノンアルコールビールテイスト飲料の魅力：
ノンアルコールビールテイスト飲料 週1回以上飲用者】(MA、n=674)

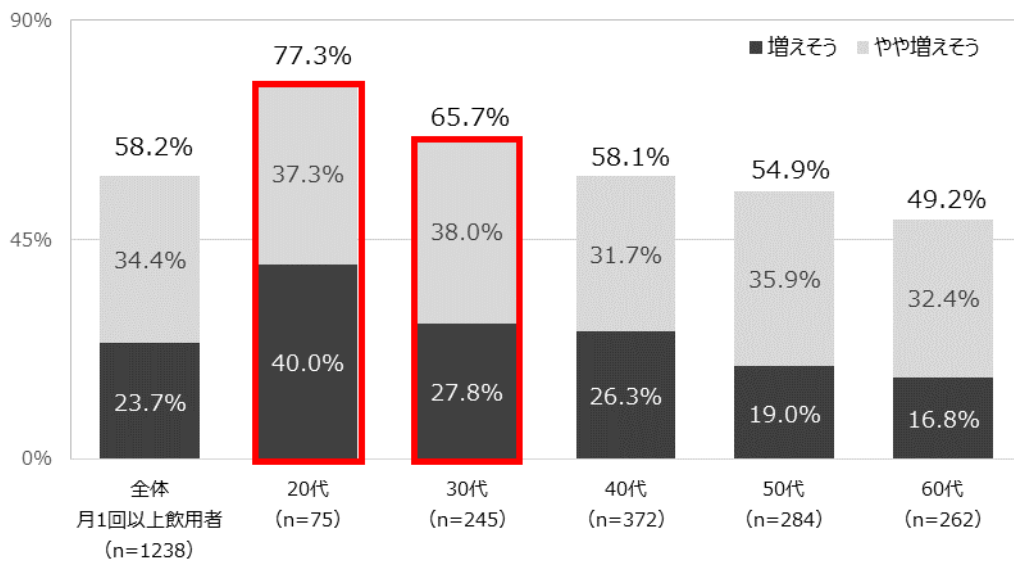
1位	ビールの味が楽しめる	94.7%
2位	飲んだ後も体が楽	92.1%
3位	酔わずにお酒気分を楽しめる	90.4%
4位	無理せず休肝日を作ることができる	86.5%
5位	健康を気にしていても飲める	86.2%
6位	いつでも気軽に飲める	85.8%
7位	リラックスできる	84.6%
8位	カロリーや糖質・糖類等を気にせず飲める	82.2%
9位	後にやる事が残っていても飲める	81.6%
10位	運転の予定がある時でも飲める	80.9%

今後、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会が
「増えそう」と回答した人は約6割
特に20～30代の比較的若い層で高い傾向

ノンアルコールビールテイスト飲料を月1回以上飲んでいる人に、今後のノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会について質問したところ、58.2%が「増えそう」と回答しました。年代別では、特に、20代(77.3%)、30代(65.7%)で高い水準となりました。

若い世代の飲用意向が高いことから、今後ますます幅広い世代でノンアルコールビールテイスト飲料市場が盛り上がっていくことが予想されます(図18)。

[図18]【ノンアルコールビールテイスト飲料の今後の飲用機会(全体、年代別)：ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者】(SA)



以 上