

(2022.10.19)

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2022  
(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 2022年9月5日（月）～9月8日（木）

## 〈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 RTDテイスト飲料、ワインテイスト飲料などの総称
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%のチューハイテイスト飲料、 カクテルテイスト飲料など
ノンアルコールワインテイスト飲料	: アルコール度数0.00%のワインテイスト飲料
この1年間	: 2021年9月～2022年8月までの期間
半年前	: 2022年2～3月頃
1年前	: 2021年9月頃
2年半前	: 新型コロナウイルス感染症拡大前2020年2～3月頃
専飲・専飲者	: 月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、ノンアルコールビールテイスト飲料のみを飲んでいる (ビールテイスト以外のノンアルコール飲料を月1回以上 飲んでいない) 人
併飲・併飲者	: 月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、ノンアルコールビールテイスト飲料だけでなく、 ビールテイスト以外のノンアルコール飲料も 月1回以上飲んでいる人
「増えた」	: 「増えた」「やや増えた」と回答した人の合計
「あてはまる」	: 「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人の合計
「そう思う」	: 「そう思う」「ややそう思う」と回答した人の合計

※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。

※当社調査において、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、「2021年」は2021年10月12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。

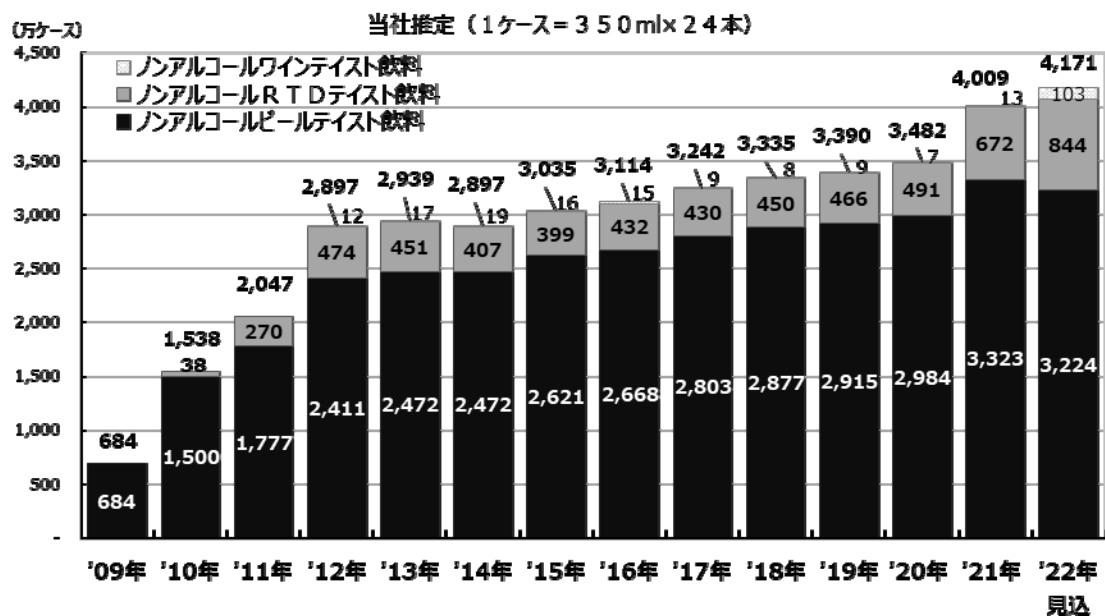
## 1. ノンアルコール飲料市場について

ノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大規模に

2021年のノンアルコール飲料市場は、4,009万ケース\*（対前年115%）と、2015年より7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。2022年には、さらに4,171万ケース（対前年104%）と、市場規模は引き続き拡大すると見込まれます。

\*1ケース=8.4L換算（350ml×24本）

【図1】【ノンアルコール飲料市場の推移（2009年～2022年）】



## 2. 消費者飲用実態・意識調査結果

### (1) ノンアルコール飲料

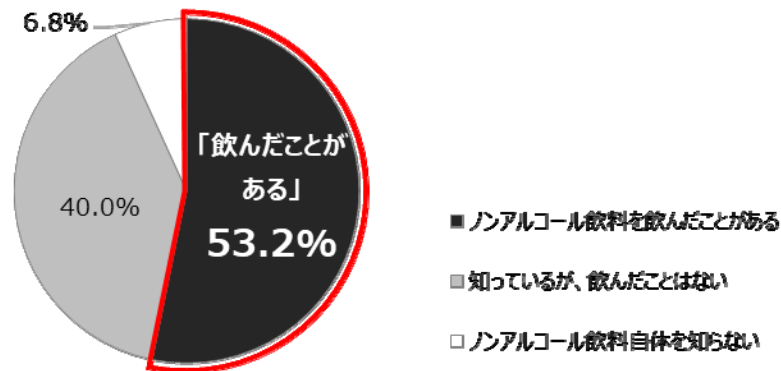
ノンアルコール飲料の自宅内飲用率が増加  
飲用頻度は新型コロナウイルス感染症拡大前に比べて、高い水準で推移

ノンアルコール飲料の飲用経験を質問したところ、53.2%が「飲んだことがある」と回答しました（図2）。

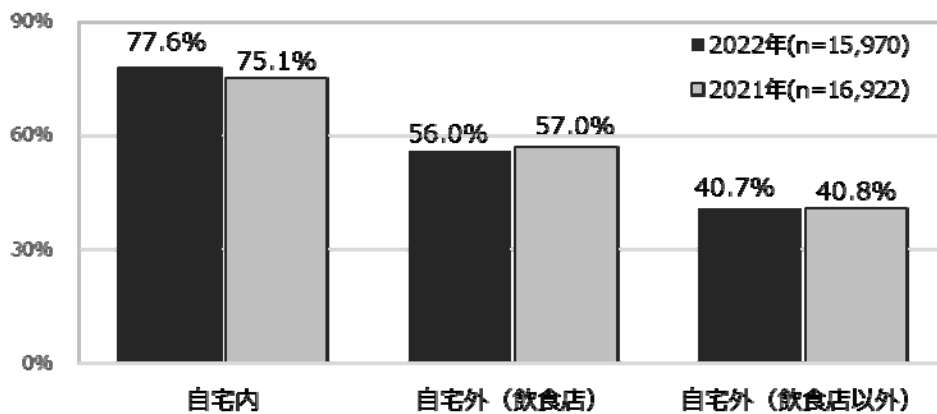
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、自宅内外での飲用経験を質問したところ、77.6%が「自宅内で飲んだことがある」、56.0%が「自宅外（飲食店）で飲んだことがある」、40.7%が「自宅外（飲食店以外）で飲んだことがある」と回答しました。「自宅外」に比べ、「自宅内で飲んだことがある」人の割合が20pt以上高くなっています。また、昨年と比べ、「自宅内で飲んだことがある」人の割合は2.5pt上昇しています（図3）。

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、37.8%が「月1回以上」、21.8%が「週1回以上」となりました。2022年の「月1回以上」あるいは「週1回以上」飲む人の割合は2021年とほぼ同規模で推移していますが、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年と比べると、「月1回以上」は33.8%から37.8%に、「週1回以上」も17.9%から21.8%に大きく上昇しています（図4）。

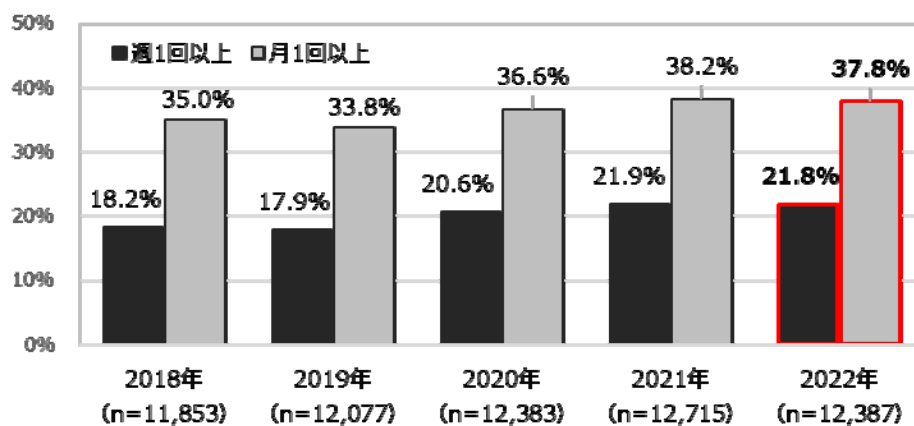
[図2]【ノンアルコール飲料の飲用経験（2022年）：全体】  
（SA、n=30,000）



[図3]【ノンアルコール飲料の自宅内外での飲用経験（2021年、2022年）：  
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA）



[図4]【ノンアルコール飲料の飲用頻度（2018～2022年）：  
自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA）



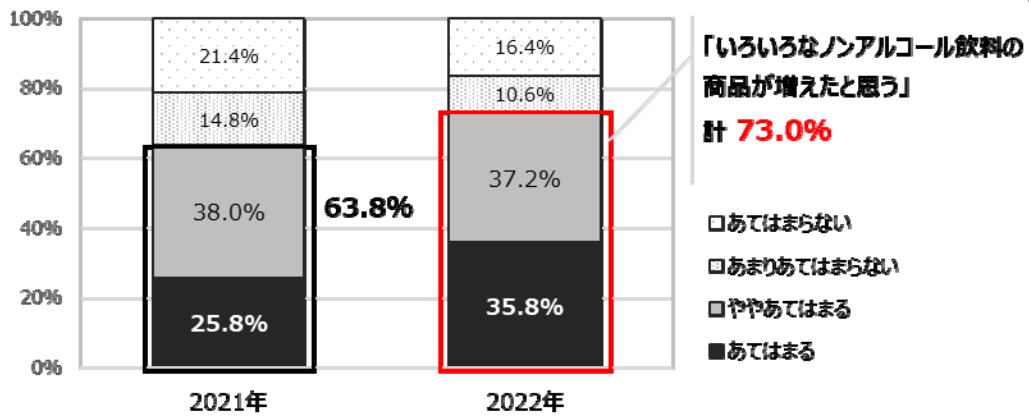
全体の7割以上が「いろいろなノンアルコール飲料の商品が増えた」と実感  
「レモンサワーテイスト」「カクテルテイスト」「ワインテイスト」などの  
飲用頻度が増加

「いろいろなノンアルコール飲料の商品が増えたと思うか」を質問したところ、73.0%が「あてはまる」と回答しました。昨年を実施した同様の調査結果(63.8%)から、9.2pt上昇しています(図5)。

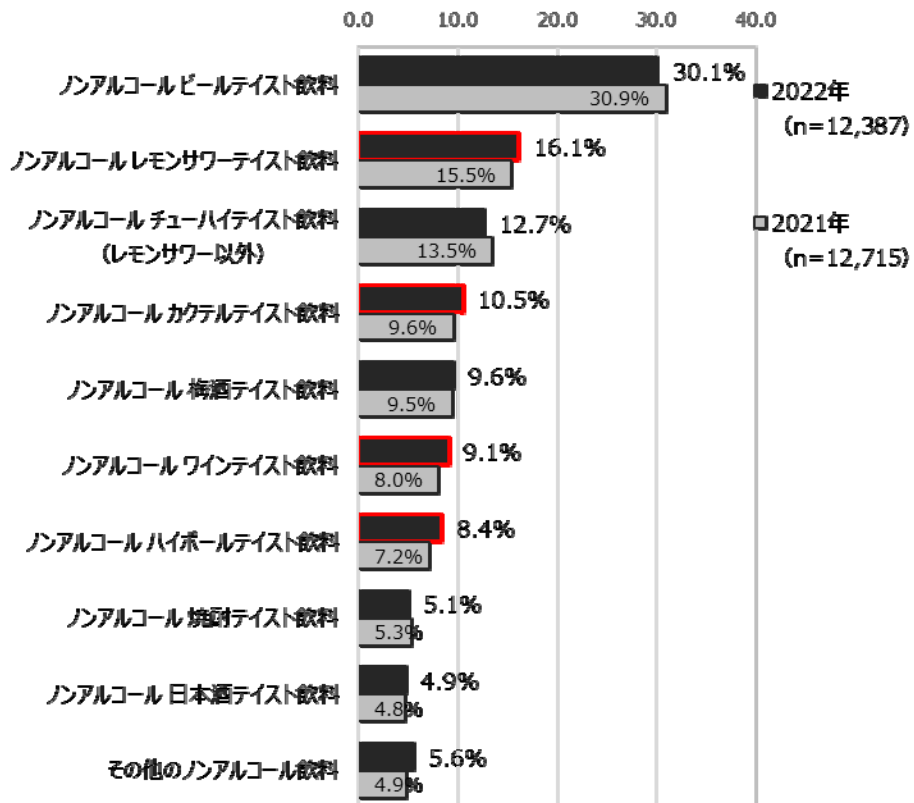
そこで、自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、ノンアルコール飲料のカテゴリー別に飲用頻度を聞いたところ、月1回以上飲んでいる人の割合は、「ビールテイスト」(30.1%)が最も高く、次いで、「レモンサワーテイスト」(16.1%)、「チューハイテイスト(レモンサワー以外)」(12.7%)となりました。

昨年と比較すると、「レモンサワーテイスト」(15.5%→16.1%)、「カクテルテイスト」(9.6%→10.5%)、「ワインテイスト」(8.0%→9.1%)、「ハイボールテイスト」(7.2%→8.4%)などのノンアルコール飲料で、月に1回以上飲む人の割合が増えています。「いろいろなノンアルコール飲料の商品が増えた」という意識だけでなく、実際にさまざまなバリエーションのノンアルコール飲料が飲用されているようです(図6)。

【図5】【ノンアルコール飲料のバリエーションの広がり意識  
(2021年、2022年):全体】(SA、n=30,000)



【図6】【ノンアルコール飲料の 카테고리別 月1回以上飲用者の割合  
(2021年、2022年):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この1年以内に飲み始めた人の飲用のきっかけは「車の運転」よりも、「新製品」「家族や友人の勧め」「店頭・テレビCM」などこの1年以内に飲み始めた人ほど「おいしさ」を実感

ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、最初に飲んだ時期を聞いたところ、「2年半以上前」(78.3%)と回答した人が最も多く、長く飲み続けている人が大半を占めていることがわかりました。その一方で、「最近半年以内に初めて飲んだ」(7.6%)と回答した人と、「最近半年以上前1年以内に初めて飲んだ」(6.0%)と回答した人を合わせると、この1年以内に飲み始めた人は13.6%となりました(図7)。

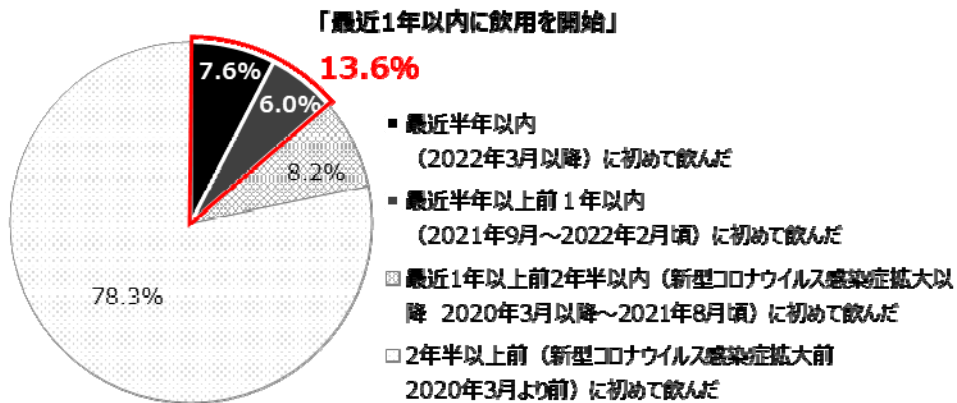
飲み始めたきっかけを質問したところ、ノンアルコール飲料の飲用経験がある人(全体)では「車を運転する用事があったから」(19.5%)と回答した人が最も多く、次いで、「テレビCMをみて」「店頭でみて」(いずれも14.3%)、「新製品だったから」(12.4%)、「健康を気にして」(11.7%)となりました。

一方、この1年以内に飲み始めた人は、「新製品だったから」(16.2%)と回答した人が最も多く、次いで、「家族や友人に勧められて」(15.3%)、「店頭でみて」(14.7%)、「テレビCMをみて」(13.3%)、「車を運転する用事があったから」(12.6%)となりました。この1年以内に飲み始めた人は全体に比べ、「車を運転する用事があったから」が6.9pt低くなっている一方、「新製品だったから」「家族や友人に勧められて」「好きなお酒がノンアルで出ていたから」が、3~4pt程度高くなっており、周囲の勧めや商品の話題性、ノンアルコール飲料の選択肢の広がりなどをきっかけに飲み始めた人が比較的多いことがうかがえます(図8)。

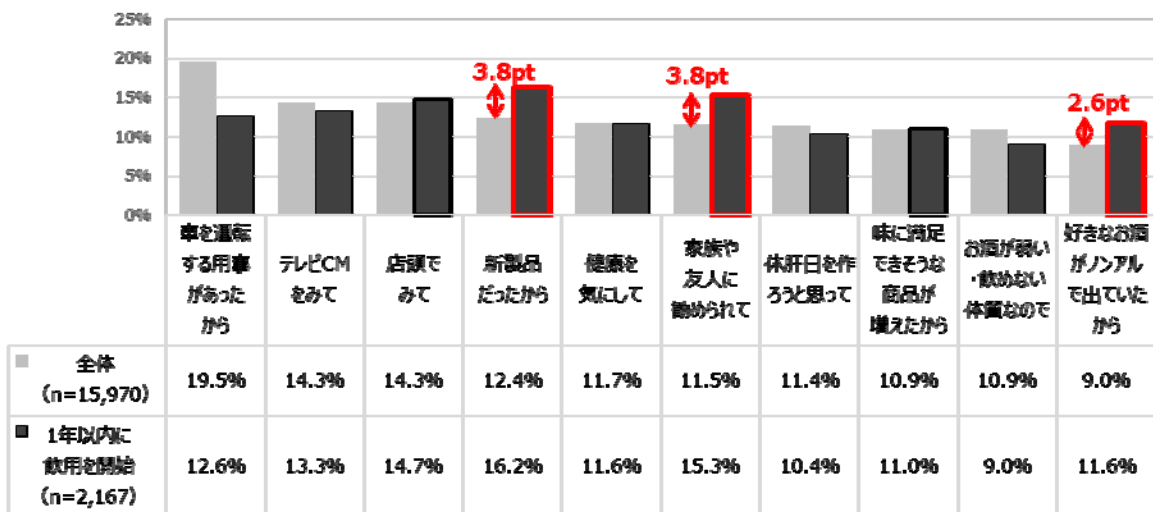
また、最近のノンアルコール飲料の「おいしさ」について聞いたところ、全体では22.1%が「期待以上においしかった」と回答していますが、この1年以内に飲み始めた人では34.4%が「期待以上においしかった」と回答しており、その差は12.3ptとなりました。「期待通りにおいしかった」(36.3%)をあわせると70.7%が「おいしかった」と回答しており、この1年以内に飲み始めた人ほど、ノンアルコール飲料の「おいしさ」を実感しているようです(図9)。



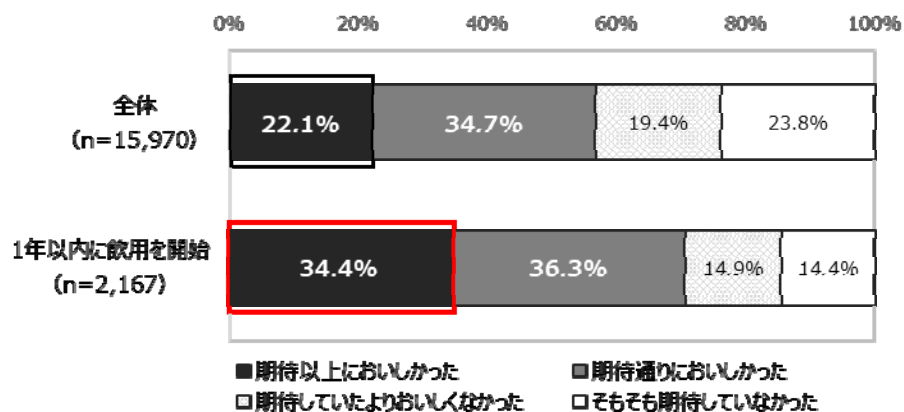
【図7】【ノンアルコール飲料の飲用開始時期（2022年）：  
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人】（SA、n=15,970）



【図8】【ノンアルコール飲料の飲用のきっかけ（2022年）：  
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人（全体）、この1年以内に飲用を開始した人】（MA）



【図9】【最近飲んだノンアルコール飲料のおいしさの実感（2022年）：  
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人（全体）、  
この1年以内に飲用を開始した人】（SA）



ノンアルコール飲料を月1回以上飲んでいる人の飲用理由は、「健康」「休肝日」「リフレッシュ」「リラックス」「飲みやすさ」「おいしさ」など

自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人に飲用理由を聞いたところ、全体では「お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから」(19.9%)、「車を運転したいから」(19.2%)、「飲みやすいから」(16.9%)が上位を占めています。月1回以上飲んでいる人においては、「健康に気をつけたいから」(26.2%)が最も多く、次いで、「飲みやすいから」(25.1%)、「お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから」(24.9%)の順となりました。

月1回以上飲んでいる人では全体に比べ、「健康に気をつけたいから」「飲みやすいから」「休肝日を作りたいから」「気分転換・リフレッシュできるから」「家でリラックスできるから」「おいしさに満足しているから」が上位にあがっています。ノンアルコール飲料をより積極的に生活に取り入れている人ほど、「車の運転」よりも、「健康」「休肝日」「リフレッシュ」「リラックス」といった心身の健康と、「飲みやすさ」や「おいしさ」への満足感からノンアルコール飲料を選んでいるようです(表1)。

【表1】【ノンアルコール飲料の飲用理由(2022年、飲用頻度別)：  
自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人(全体)、  
自宅内で月1回以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人】(MA)

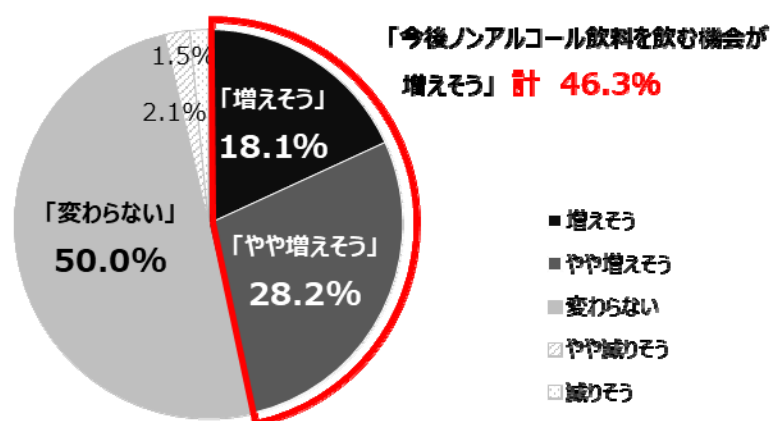
	自宅内飲用経験者全体 (n=12,387)		自宅内月1回以上飲用者 (n=4,687)(%)	
1	お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから	19.9	健康に気をつけたいから	26.2
2	車を運転したいから	19.2	飲みやすいから	25.1
3	飲みやすいから	16.9	お酒を飲んだ雰囲気が味わえるから	24.9
4	健康に気をつけたいから	16.4	休肝日を作りたいから	24.6
5	休肝日を作りたいから	16.1	気分転換・リフレッシュできるから	23.0
6	気分転換・リフレッシュできるから	15.1	家でリラックスできるから	19.5
7	翌朝や、あとの予定を気にせず飲めるから	13.5	おいしさに満足しているから	18.5
8	アルコールが苦手だから	12.8	車を運転したいから	18.2
9	お酒らしさを感じる味わいだから	11.8	お酒らしさを感じる味わいだから	18.0
10	家でリラックスできるから	11.4	翌朝や、あとの予定を気にせず飲めるから	17.6

ノンアルコール飲料を月1回以上飲んでいる人の約半数が  
「今後、飲用機会が増えそう」と予想し、  
8割以上が「バリエーションの広がり」を期待

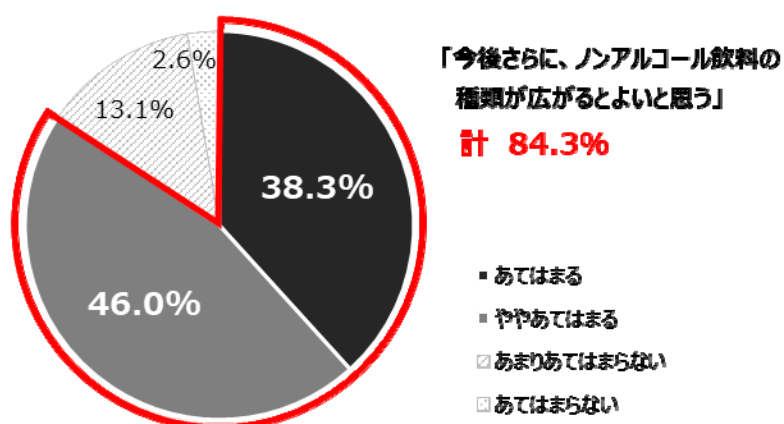
ノンアルコール飲料を月1回以上飲んでいる人に、今後の飲用機会について聞いたところ、約半数（46.3%）が「増えそう」と回答しました（図10）。

また、「今後さらに、ノンアルコール飲料の種類が広がるとよいと思うか」を聞いたところ、8割以上（84.3%）が「あてはまる」と回答しています。ノンアルコール飲料のバリエーションが広がり、選択肢が増えていくことが期待されているようです（図11）。

【図10】【今後の飲用意向（2022年）：  
自宅内で月1回以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人】（SA、n=4,687）



【図11】【ノンアルコール飲料のバリエーションの広がりへの期待（2022年）：自宅内で月1回以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人】（SA、n=4,687）



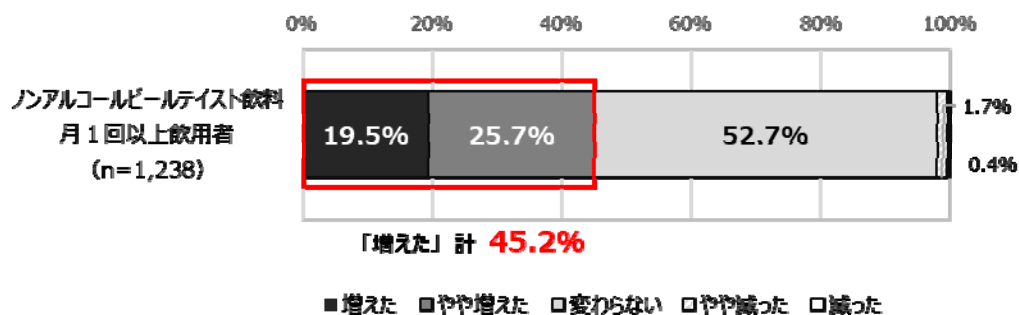
## (2) ノンアルコールビールテイスト飲料

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の約半数が、新型コロナウイルス感染症拡大前に比べ「飲用量が増えた」と回答  
増えた理由は「おいしくなった」「健康」「リフレッシュ」「休肝日」など

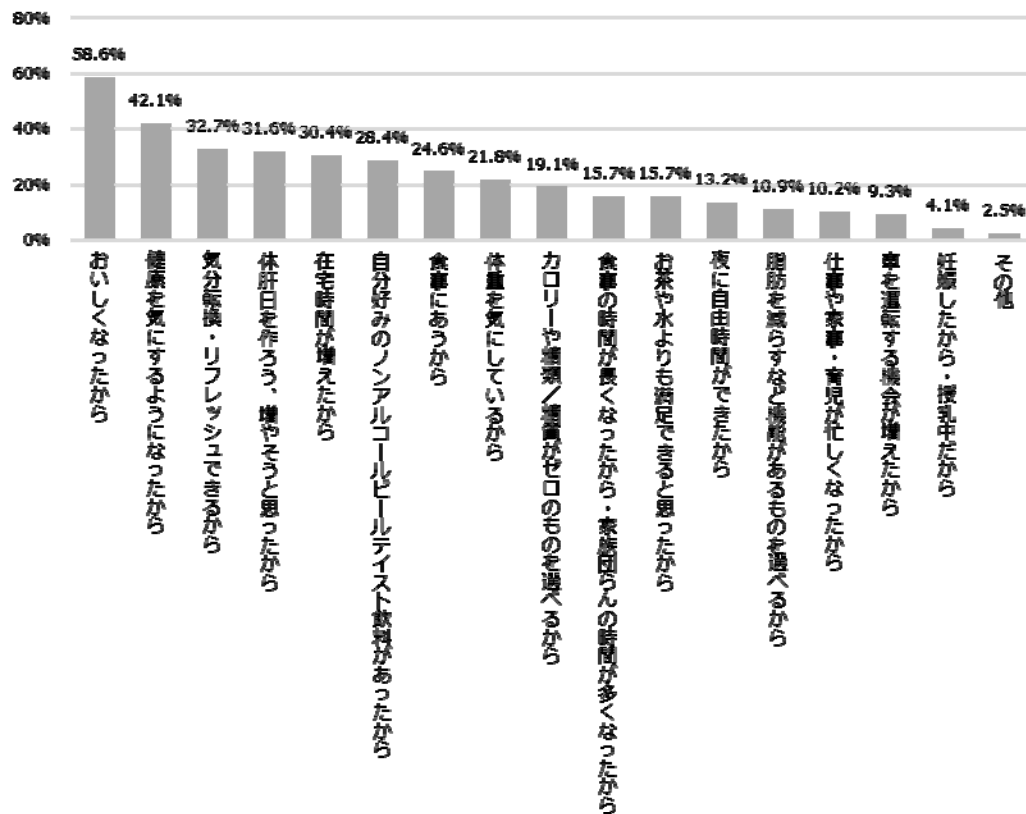
ノンアルコールビールテイスト飲料を月に1回以上飲んでいる人に、現在の飲用量を2年半前と比較してもらったところ、約半数（45.2%）が「増えた」と回答しています（図12）。

2年半前に比べ「飲用量が増えた」と回答した人（560人）にその理由を聞いたところ、「おいしくなったから」（58.6%）が最も多く、次いで「健康を気にするようになったから」（42.1%）、「気分転換・リフレッシュできるから」（32.7%）、「休肝日を作ろう、増やそうと思ったから」（31.6%）といった理由が上位になりました。ノンアルコールビールテイスト飲料の「おいしさ」への評価に加え、新型コロナウイルス感染症拡大による生活様式の変化の中で、健康やリフレッシュを求めて、ノンアルコールビールテイスト飲料を飲む量が増えているようです（図13）。

【図12】【2年半前と比べた飲用量の変化（2022年）：  
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）



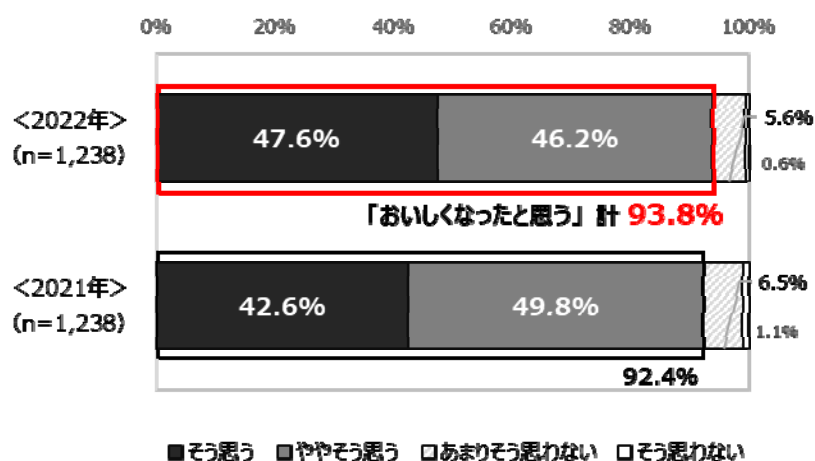
〔図13〕【新型コロナウイルス感染症拡大前に比べ飲用量が増えた理由  
 (2022年)：2年半前よりノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量が  
 増えた人】(SA、n=560)



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の9割以上が「最近、おいしくなった」と実感

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、「最近、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思うか」を質問したところ、9割以上（93.8%）が「おいしくなったと思う」と回答しました。昨年の結果（92.4%）よりもさらに1.4pt上昇しています。特に「そう思う」（2021年：42.6%、2022年：47.6%）の割合が5.0pt増加しており、「おいしさ」への評価が高まっています（図14）。

【図14】【最近、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思うか（2021年、2022年）：  
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）



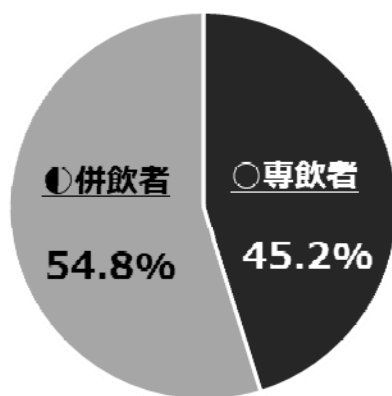
ノンアルコールビールテイスト飲料だけでなく、  
他のノンアルコール飲料も飲んでいる「併飲者」の7割以上が、  
初めて飲んだのは「ノンアルコールビールテイスト飲料」と回答  
併飲のきっかけは「店頭・テレビCMをみて」「健康意識」「おいしさへの期待」など

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、月1回以上飲んでいるノンアルコール飲料のカテゴリーを聞いたところ、「ノンアルコールビールテイスト飲料だけ」と回答した人（専飲者）が45.2%、「ノンアルコールビールテイスト飲料だけでなく、他のノンアルコール飲料も飲んでいる」と回答した人（併飲者）は54.8%となりました（図15）。

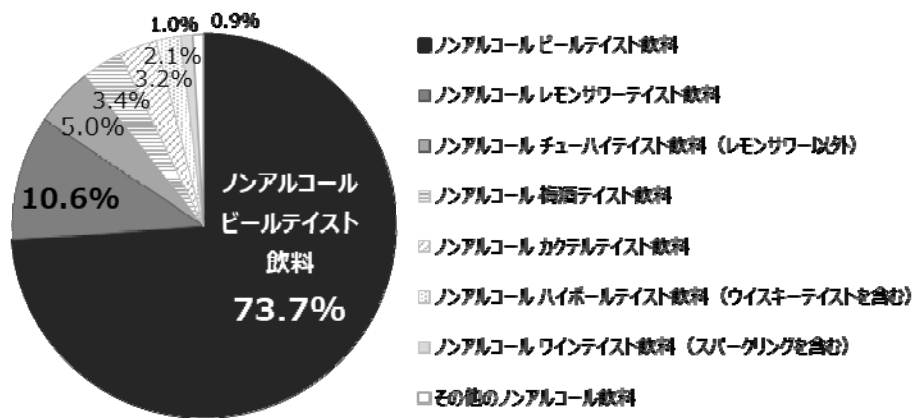
「併飲者」に、「自宅で初めて飲んだノンアルコール飲料」を聞いたところ、73.7%が「ノンアルコールビールテイスト飲料」と回答しました。ビールテイストを入りに、他のカテゴリーを飲むようになった人が多数派のようです（図16）。

また、「併飲者」に、ビールテイスト以外のノンアルコール飲料を飲み始めたきっかけを聞いたところ、「店頭でみて」（37.5%）、「テレビCMをみて」（35.3%）、「健康を気にして」（32.3%）、「新製品だったから」（30.2%）、「味に満足できそうな商品が増えたから」（29.6%）が上位になりました。商品を見聞きしたことをきっかけに、あるいは健康意識の高まりや、おいしさへの期待などから、複数種類のノンアルコール飲料を飲み始めているようです（図17）。

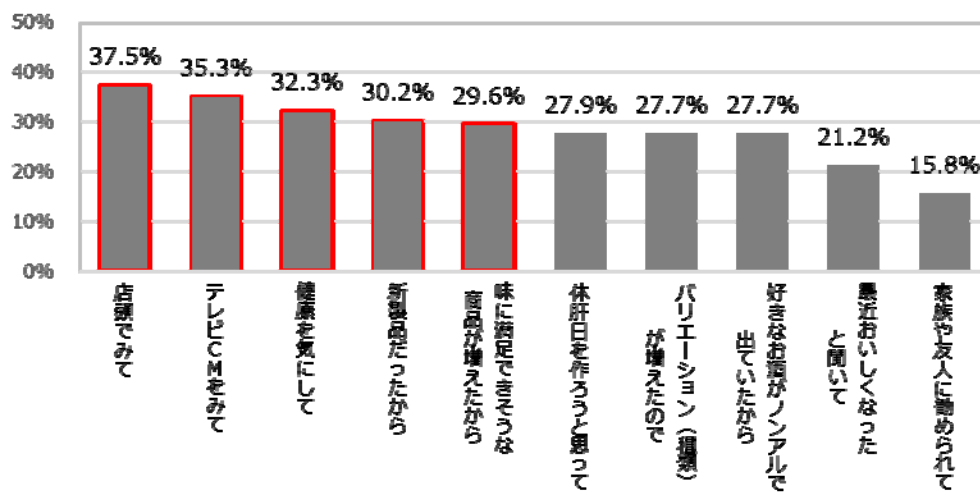
【図15】【専飲者・併飲者の割合（2022年）：  
ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者】（SA、n=1,238）



[図16] 【自宅で初めて飲んだノンアルコール飲料（2022年）：  
ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者のうち、「併飲者」】  
(SA、n=678)



[図17] 【ビールテイスト以外のノンアルコール飲料を飲み始めたきっかけ（2022年）：ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者のうち、「併飲者」】 (MA、n=678)





「併飲者」がビールテイスト以外で最もよく飲んでいるノンアルコール飲料は  
「ノンアルコールレモンサワーテイスト飲料」

「併飲者」に、自宅で最もよく飲んでいるビールテイスト以外のノンアルコール飲料の 카테고리を聞いたところ、「ノンアルコールレモンサワーテイスト飲料」(52.5%)が最も多く、次いで「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)」(16.4%)となりました。3位は「ノンアルコールカクテルテイスト飲料」(9.3%)で、「ノンアルコール梅酒テイスト飲料」(7.1%)、「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)」(6.3%)、「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)」(6.0%)が続きます。自宅で飲むビールテイスト以外のノンアルコール飲料の 카테고리は、多岐にわたることがうかがえます(図18)。

〔図18〕【自宅で最もよく併飲しているノンアルコール飲料(2022年) :  
ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者のうち、「併飲者」】  
(SA、n=678)



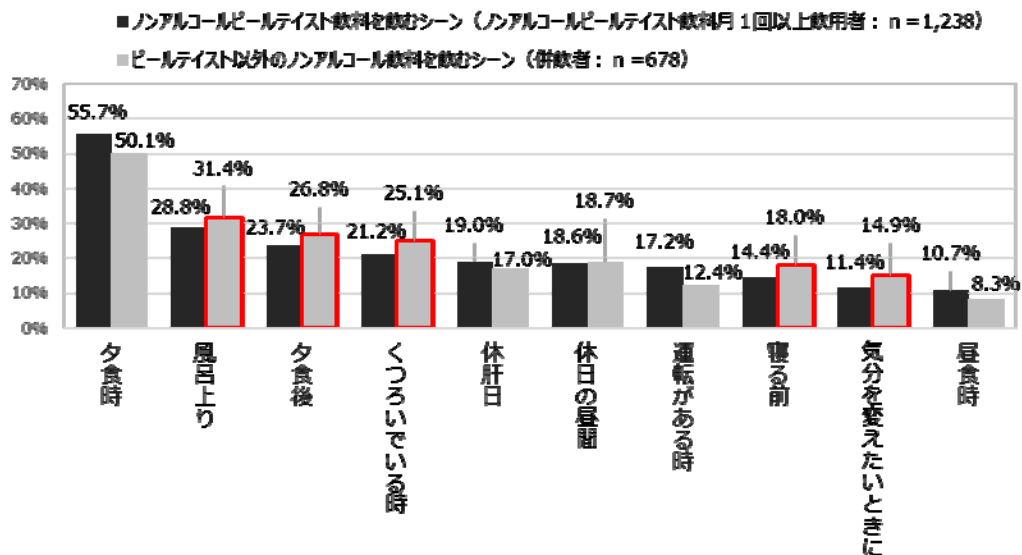
ノンアルコール飲料の選択肢の増加が、飲用シーンの広がりを後押し

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」の飲用シーンを聞いたところ、「夕食時」(55.7%)が最も多く、「風呂上り」(28.8%)、「夕食後」(23.7%)が続く結果となりました。

同様に、「併飲者」に対して「ビールテイスト以外のノンアルコール飲料」の飲用シーンを聞いた結果と比較すると、「ノンアルコールビールテイスト飲料」では「夕食時」「休肝日」「運転がある時」と回答した割合が高くなりました。一方で「ビールテイスト以外のノンアルコール飲料」では、「風呂上り」「夕食後」「くつろいでいる時」「寝る前」「気分を変えたいときに」の割合が高くなりました。リラックスシーンや気分転換のタイミングには、「ビールテイスト以外のノンアルコール飲料」がより選ばれていることがうかがえます。

ノンアルコール飲料の選択肢が増えたことで、ノンアルコール飲料を楽しむシーンも広がっています(図19)。

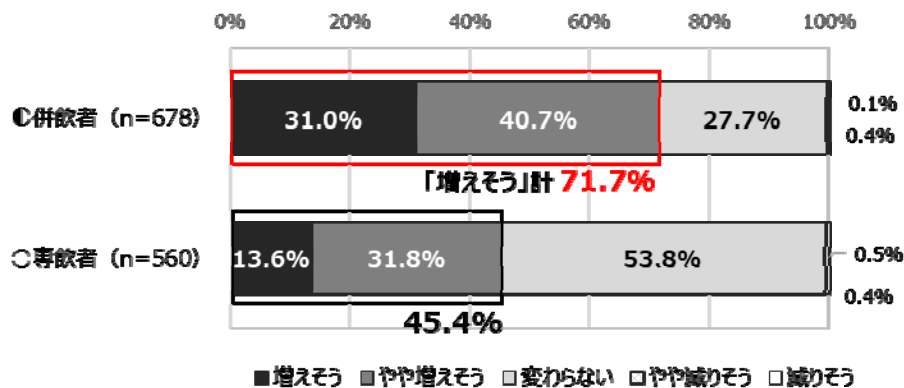
[図19]【ノンアルコールビールテイスト飲料を飲むシーンと、ビールテイスト以外のノンアルコール飲料を飲むシーン(2022年):ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者、同「併飲者】(MA)



「併飲者」の7割以上、「専飲者」の半数以上が  
ノンアルコール飲料のバリエーションによって「飲用機会・飲用量が増えそう」

「併飲者」と「専飲者」に、「今後、ノンアルコール飲料の種類が増えた場合、ノンアルコール飲料の飲用機会や飲用量が増えると思うか」を聞いたところ、「併飲者」では7割以上（71.7%）が、現在ノンアルコールビールテイスト飲料だけを飲んでいる「専飲者」でも約半数（45.4%）が「増えそう」と回答しており、ノンアルコール飲料のバリエーションは「飲用機会」や「飲用量」の広がりにも寄与することがうかがえます（図20）。

【図20】【今後、種類が増えた場合、ノンアルコール飲料の飲用機会・飲用量は増えると思うか（2022年）：  
ノンアルコールビールテイスト飲料 月1回以上飲用者  
（併飲者・専飲者別）】（SA）



以 上