

(2023.11.7)

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 2023  
(詳細版)

〈調査概要〉

・調査対象

－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

－ノンアルコールビールテイスト飲料に関する調査

・上記30,000人のうち、ノンアルコールビールテイスト飲料の月1日以上飲用者 1,239人

－ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料に関する調査

・上記30,000人のうち、ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料の月1日以上飲用者 512人

・調査方法 インターネット調査

・調査日 2023年9月8日（金）～9月13日（水）

## 〈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 レモンサワーテイスト飲料、チューハイ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%のレモンサワーテイスト飲料、 チューハイテイスト飲料（レモンサワーテイスト以外）、 ハイボールテイスト飲料（ウイスキーテイストを含む）、 カクテルテイスト飲料、梅酒テイスト飲料を示す （アルコール度数0.00%の焼酎テイスト飲料、 日本酒テイスト飲料は含まない） （RTDは「Ready to Drink」の略語）
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 （スパークリングを含む）
この1年間	: 2022年9月－2023年8月までの期間
半年前	: 2023年2－3月頃
1年前	: 2022年9月頃
新型コロナウイルス感染症拡大前	: 2020年2－3月頃より前
新型コロナウイルス感染症拡大後	: 2020年2－3月頃より後
「増えた」	: 設問において、「増えた」「やや増えた」と回答した人の合計
「あてはまる」	: 設問において、「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」	: 設問において、「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「2019年」は2019年6月11日付、「2022年」は2022年10月19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。

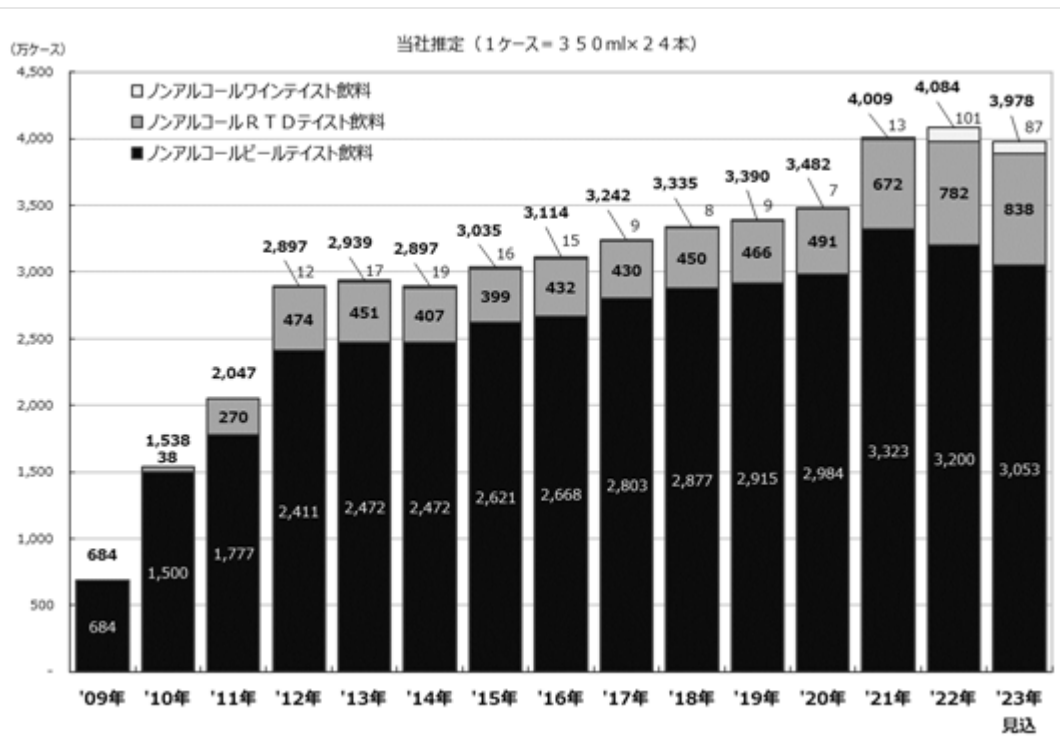
## 1. ノンアルコール飲料市場について

ノンアルコール飲料市場は大きく拡大し、10年前の約1.4倍の市場規模に

2022年のノンアルコール飲料市場は、4,084万ケース※（対前年102%）と、10年前の約1.4倍の市場規模になったと推定されます。2023年の市場規模は、3,978万ケース（対前年97%）になると見込まれます。

※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～2023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

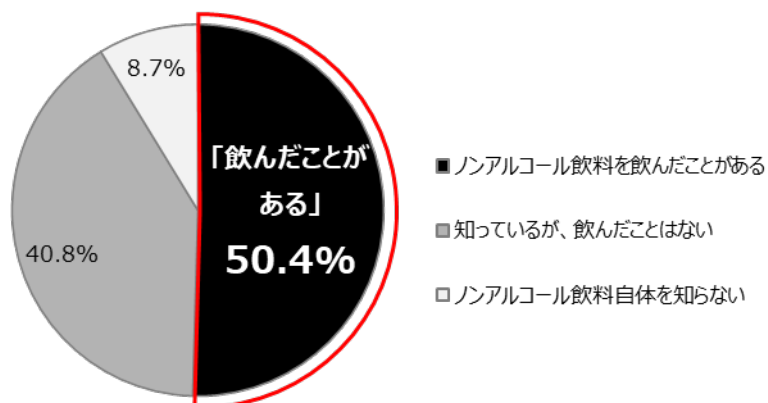
新型コロナウイルス感染症拡大前に比べ、  
ノンアルコール飲料の自宅内での飲用率・飲用頻度が上昇  
日常生活の中でノンアルコール飲料は定着

ノンアルコール飲料の飲用経験について聞いたところ、50.4%が「飲んだことがある」と回答しました（図2）。

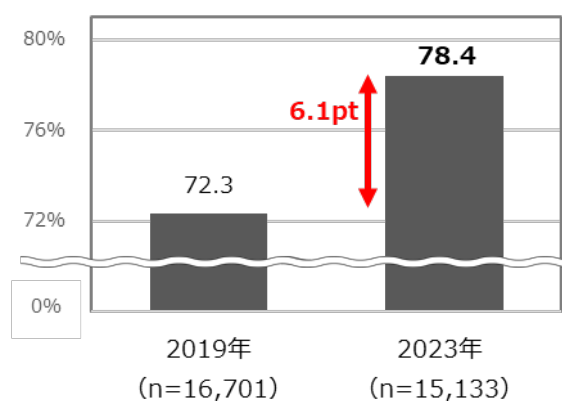
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、自宅内での飲用経験を聞いたところ、78.4%が「自宅内で飲んだことがある」と回答しました。新型コロナウイルス感染症拡大前（2019年）と比べると、「自宅内で飲んだことがある」人は6.1pt上昇しています（図3）。

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飲用頻度は、「週に1日以上」が22.3%、「月1日以上週1日未満」が16.2%で、合計38.5%が「月に1日以上」飲んでいることが分かりました。新型コロナウイルス感染症拡大前（2019年）と比べると、「週1日以上」は4.4pt、「月1日以上（週1日以上含む）」は4.7pt上昇し、自宅内でのノンアルコール飲料の飲用頻度が高まっています。日常生活の中で、ノンアルコール飲料が定着していることがうかがえます（図4）。

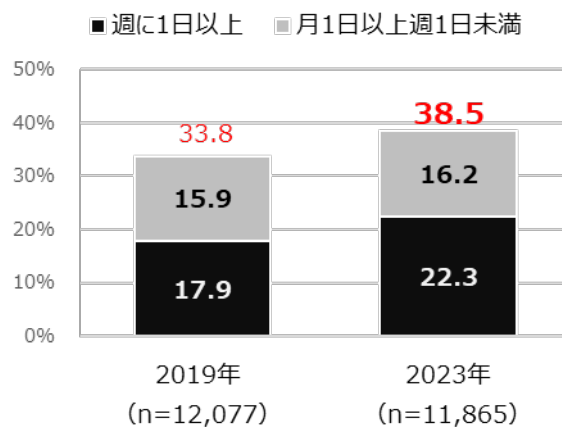
[図2] 【ノンアルコール飲料の飲用経験（2023年）：全体】  
 (SA、n=30,000)



[図3] 【ノンアルコール飲料の自宅内での飲用経験（2019年、2023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自宅内での飲用頻度、月1日以上の場合  
 (2019年、2023年)：  
 自宅内でノンアルコール飲料の飲用経験がある人】(SA)



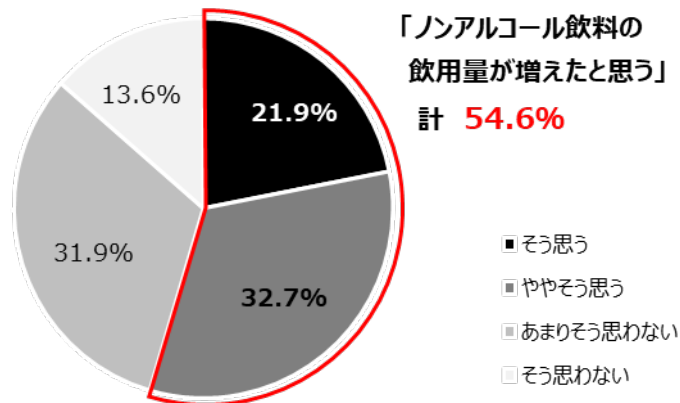
月1日以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人の半数以上が、  
1年前に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が増加したと回答  
飲用量が増えた理由は、  
「おいしくなったから」「種類（バリエーション）が増えたから」

ノンアルコール飲料を「月に1日以上飲んでいる」と回答した人に「1年前に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が増えたと思うか」を聞いたところ、半数以上（54.6%）が「増えたと思う」と回答しています（図5）。

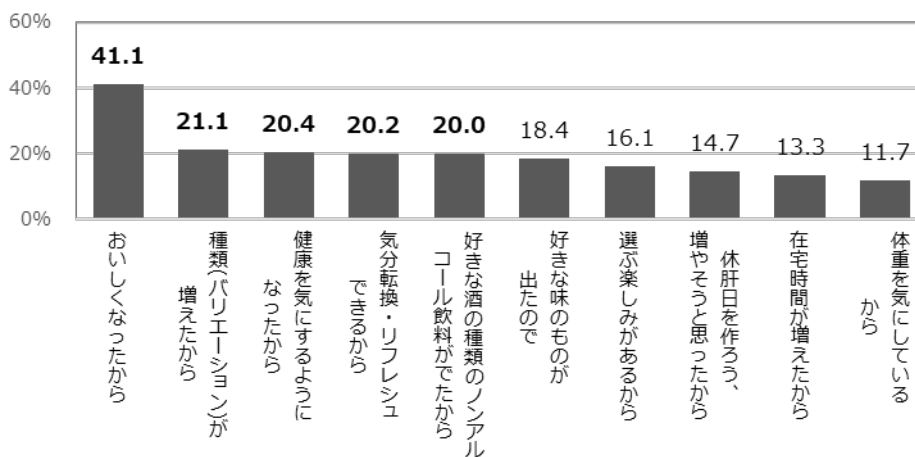
1年前に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が「増えたと思う」と回答した人に増えた理由を聞いたところ、「おいしくなったから」と回答した人が41.1%と、最も多くなりました。次いで、「種類（バリエーション）が増えたから」（21.1%）、「健康を気にするようになったから」（20.4%）、「気分転換・リフレッシュできるから」（20.2%）、「（自分の）好きな酒の種類のノンアルコール飲料がでたから」（20.0%）が続いています。おいしさに加え、種類（バリエーション）の増加なども飲用量の増加を後押ししているようです（図6）。

そこで、ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に、「飲んだことのあるノンアルコール飲料の種類が広がっていると思うか」を聞いたところ、65.7%が「種類が広がっていると思う」と回答し、定期的にノンアルコール飲料を飲んでいる人の多くが、ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えたことを実感しています（図7）。

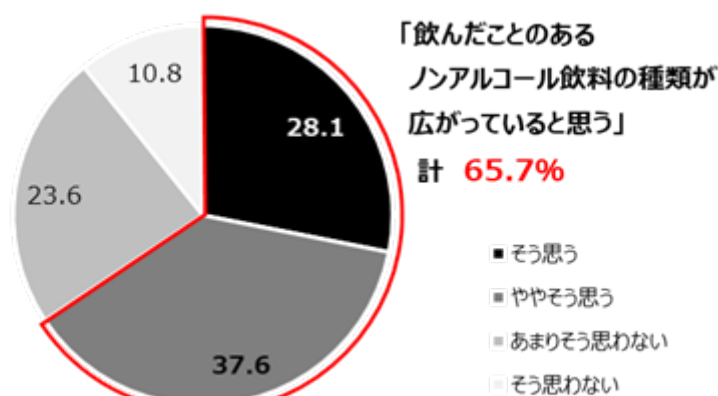
[図5] 【1年前（2022年9月頃）に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が増えたと思うか：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA、n=4,564）



[図6] 【1年前（2022年9月頃）に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が増えた理由：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者のうち、飲用量が増えたと回答した人】（MA、n=2,491）



[図7] 【1年前（2022年9月頃）に比べ、飲んだことのあるノンアルコール飲料の種類が広がっていると思うか：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA、n=4,564）

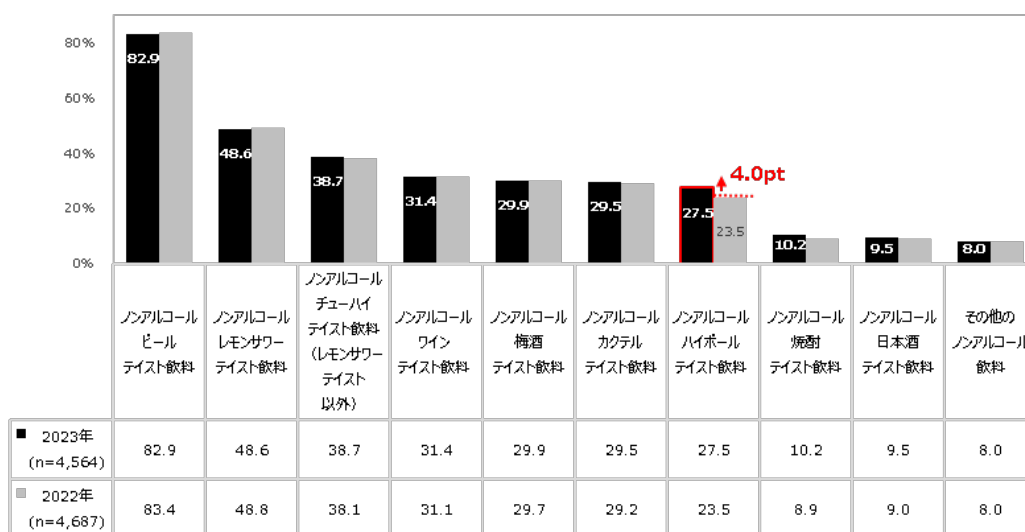


ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人の8割以上が、  
「ビールテイスト飲料」を飲んだことがあると回答  
昨年比「ハイボールテイスト飲料」の飲用経験率が上昇

ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に、この1年で飲んだノンアルコール飲料の種類を聞いたところ、「ビールテイスト」(82.9%)が最も多く、続いて「レモンサワーテイスト」(48.6%)、「チューハイテイスト(レモンサワーテイスト以外)」(38.7%)、「ワインテイスト」(31.4%)、「梅酒テイスト」(29.9%)が上位5種となりました。「ビールテイスト」は、ノンアルコール飲料の中で、最も定着し、定番化していることがうかがえます。

なお、7位の「ハイボールテイスト」は昨年に比べ4.0pt上昇し、他の種類に比べ、特に飲用経験者が拡大していると考えられます(図8)。

[図8] 【1年以内に飲んだことのあるノンアルコール飲料  
(2022年、2023年)：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】(MA)



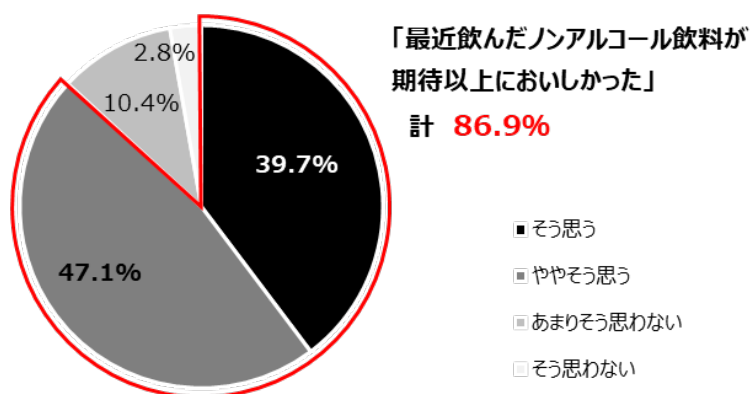


ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人の9割近くが「期待以上においしかった」と回答  
7割以上が「お酒を飲んだ時のような満足感」など、お酒で得られるようなさまざまな価値を実感

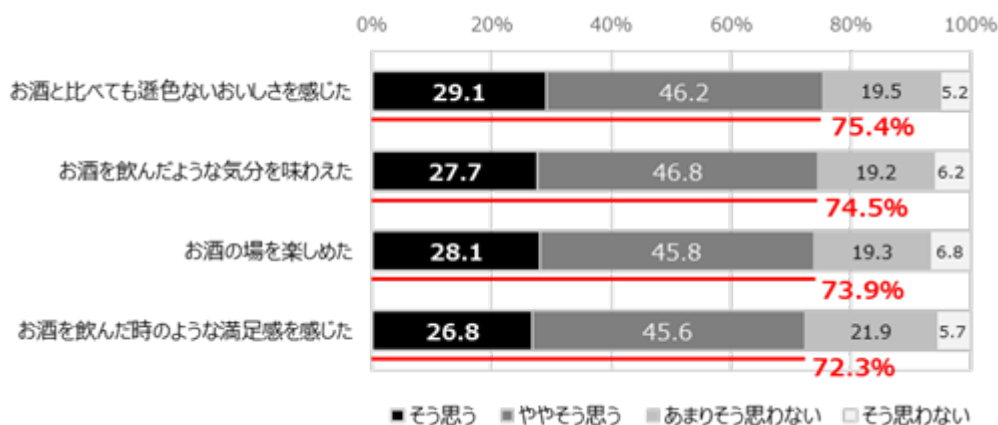
ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に、最近ノンアルコール飲料を飲んだ時の感想を聞いたところ、86.9%が「期待以上においしかった」と回答し、定期的に飲んでいる人も、最近おいしくなっていることを実感しているようです(図9)。

また、「お酒と比べても遜色ないおいしさを感じた」という人は75.4%、「お酒を飲んだような気分を味わえた」という人が74.5%、「お酒の場を楽しめた」という人も73.9%、「お酒を飲んだ時のような満足感を感じた」という人が72.3%おり、おおよそ4人に3人が、ノンアルコール飲料を飲んで、お酒で得られるようなさまざまな価値を実感しているようです(図10)。

[図9] 【最近ノンアルコール飲料を飲んだ時、「期待以上においしかった」と感じたか：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】(SA、n=4,564)



[図10] 【最近ノンアルコール飲料を飲んだ時の実感：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】(SA、n=4,564)

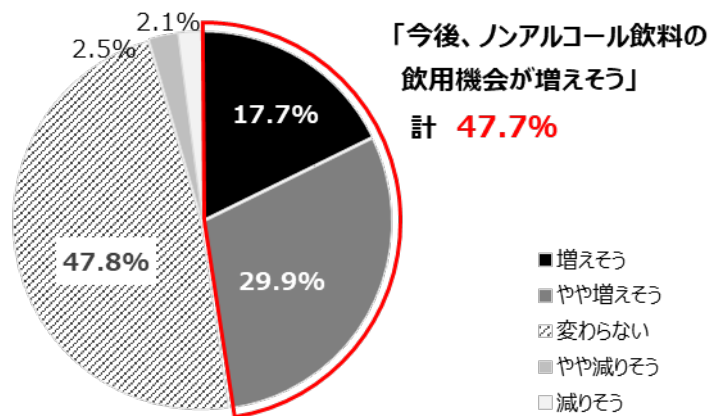


ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人の約半数が、  
今後の飲用機会を「今以上に増えそう」と予想

ノンアルコール飲料を月1日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（47.7%）が「増えそう」と回答しています。「変わらない」と回答した人（47.8%）と合わせると、95.5%が「今以上に増えそう」または「今と同じ」と予想しています。

おいしさ、種類の増加、健康志向の高まりなどに後押しされ、今後もノンアルコール飲料の飲用機会が増加していくことが予想されます（図11）。

[図11] 【今後、ノンアルコール飲料を飲む機会が増えると思うか：  
ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA、n=4,564）



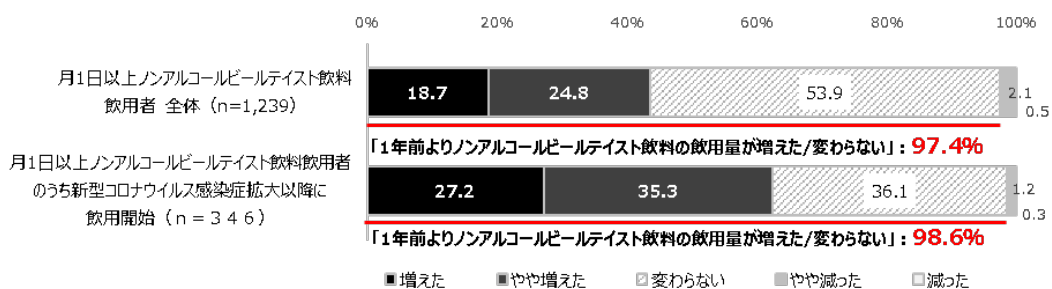
## (2) ノンアルコールビールテイスト飲料

ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の4割以上が、  
1年前に比べ飲用量が増加  
増加の主な理由は「おいしさ」と「健康意識」

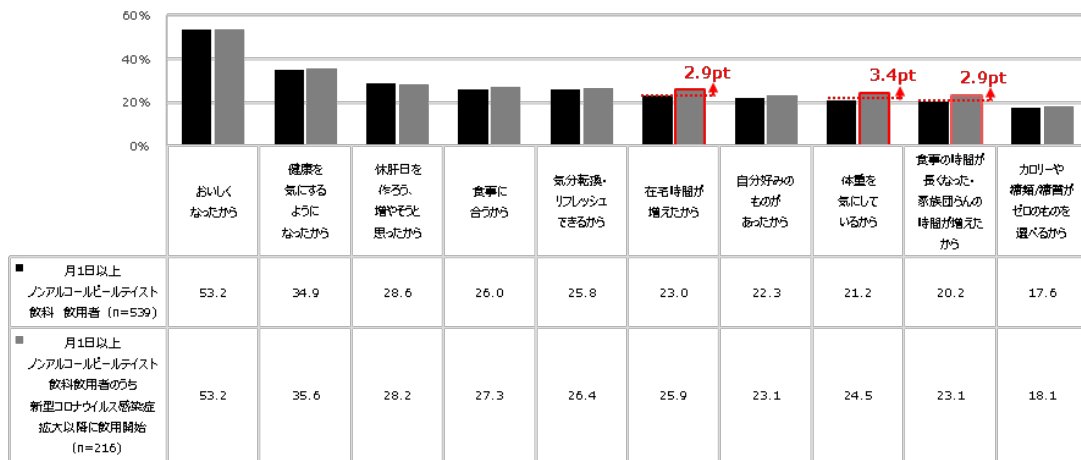
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、現在の飲用量を1年前と比較してもらったところ、43.5%が「増えた」と回答しています。「変わらない」(53.9%)を合わせると97.4%となり、多くの人にノンアルコールビールテイスト飲料の飲用が定着していることがうかがえます。また、新型コロナウイルス感染症拡大以降に飲み始めた人では「増えた」が62.5%、「変わらない」が36.1% (合計98.6%)となり、飲用歴が比較的短い人ほど、今後の定着に向けた飲用量増加の動きがうかがえる結果となりました(図12)。

この1年に増加した理由は、飲用開始時期に関わらず「おいしくなったから」「健康を気にするようになったから」「休肝日を作ろう、増やそうと思ったから」「食事に合うから」「気分転換・リフレッシュできるから」など、おいしさや健康によることが大きいようです。新型コロナウイルス感染症拡大以降に飲み始めた人は、全体に比べ、「体重を気にしているから」「在宅時間が増えたから」「食事の時間が長くなった・家族団らんの時間が増えたから」が多く、健康への意識や生活スタイルの変化によって飲用量が増えたことがうかがえます(図13)。

[図12] 【1年前と比較したノンアルコールビールテイスト飲料飲用量の変化：  
ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者、  
ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者のうち  
新型コロナウイルス感染症拡大以降に飲用を開始した人】(SA)



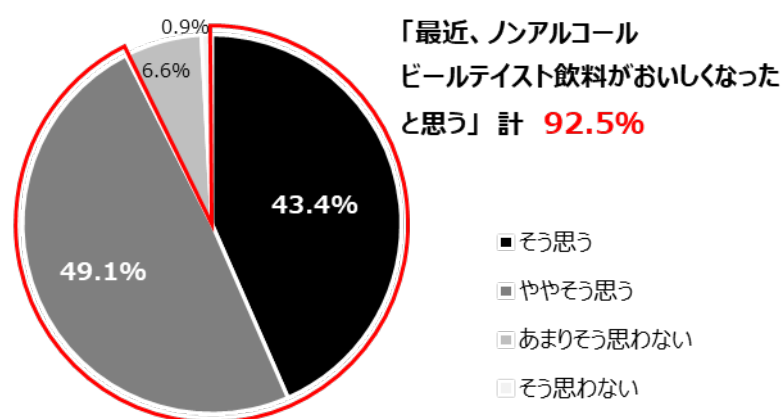
〔図13〕【1年前に比べノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量が増えた理由：前問（図12）の回答者のうち「増えた」と回答した人】（MA）



ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の9割以上が「最近、おいしくなった」と評価

ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日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」を聞いたところ、「おいしくなった」と回答した人は92.5%となりました（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：ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者】（SA、n=1,239）

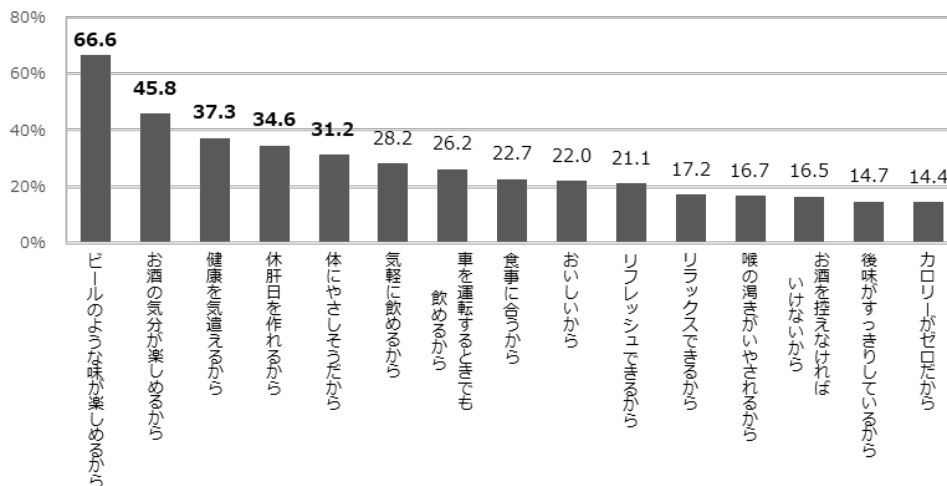


ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人は  
“健康への気遣い”が飲用の動機に

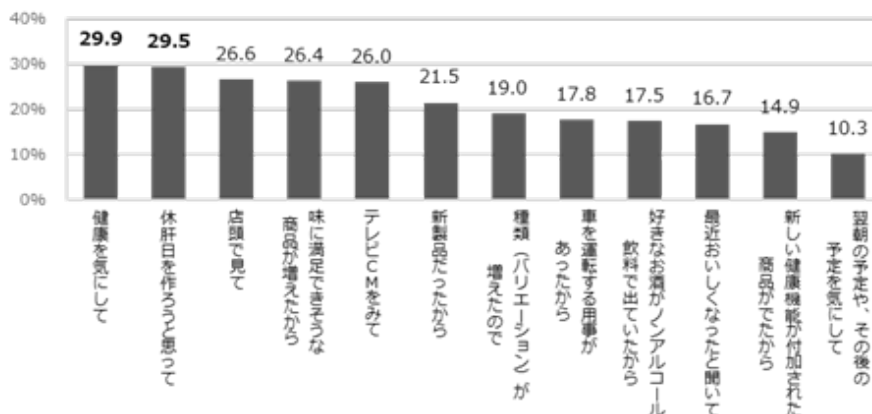
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、飲んでいる理由を聞いたところ、「ビールのような味が楽しめるから」(66.6%)、「お酒の気分が楽しめるから」(45.8%) に続き、「健康を気遣えるから」(37.3%)、「休肝日を作れるから」(34.6%)、「体にやさしそうだから」(31.2%) といった、健康を気遣えることが評価されています(図15)。

実際、直近半年以内にノンアルコールビールテイスト飲料を飲んだきっかけを聞いたところ、「健康を気にして」(29.9%)、「休肝日を作ろうと思って」(29.5%) が上位となり、“健康への気遣い”がノンアルコールビールテイスト飲料を飲むきっかけになっています(図16)。

[図15] 【ノンアルコールビールテイスト飲料を飲む理由：  
ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者】(MA、n=1,239)



[図16] 【直近半年以内にノンアルコールビールテイスト飲料を飲んだきっかけ：  
ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者】(MA、n=1,239)

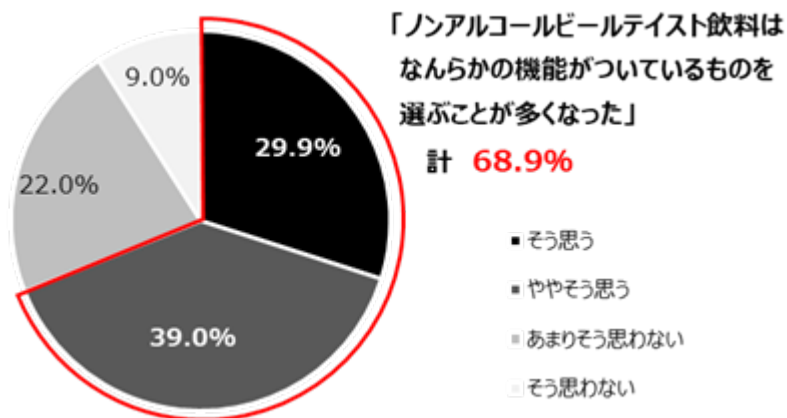


ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の約7割が「ビールテイスト飲料はなんらかの機能がついているものを選ぶ」と回答  
また、新しい健康により機能が付加されたものが発売されたら、  
8割以上が「試してみたい」と回答

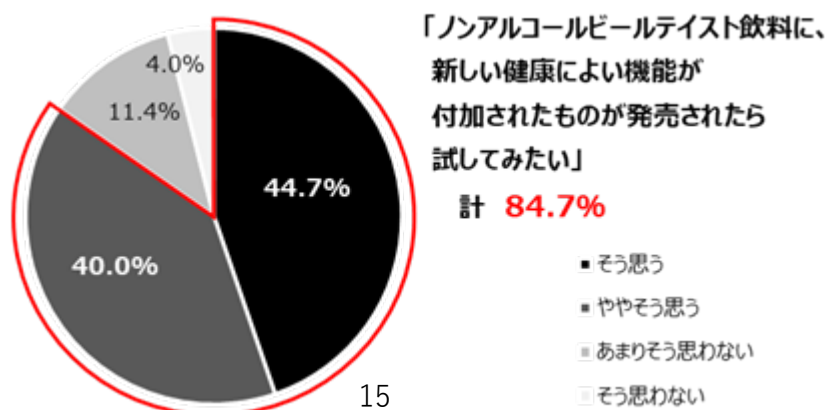
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、「ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際、以前よりなんらかの機能がついているものを選ぶことが多くなったか」を聞いたところ、68.9%が「そう思う」と回答しています（図17）。

また、「ノンアルコールビールテイスト飲料に、新しい健康により機能が付加されたものが発売されたとき、試してみたいか」を聞いたところ、84.7%が「試してみたい」と回答し、ノンアルコールビールテイスト飲料に、健康により機能がついた商品への関心は大変高くなっています（図18）。

[図17] 【ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際、以前よりなんらかの機能がついているものを選ぶことが多くなったか：ノンアルコールビールテイスト飲料 月1日以上飲用者】(SA、n=1,239)



[図18] 【ノンアルコールビールテイスト飲料に、新しい健康により機能が付加されたものが発売されたとき、試してみたいか：ノンアルコールビールテイスト飲料 月1日以上飲用者】(SA、n=1,239)



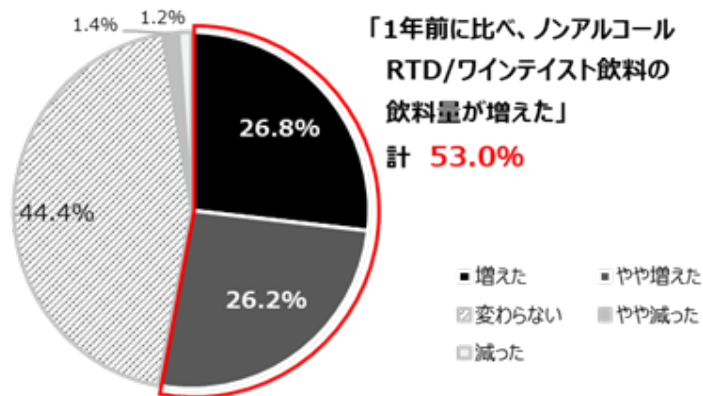
### (3) ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料

ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の飲用量が増えた理由は、「おいしくなった」「種類が増えた」「選ぶ楽しみがある」など

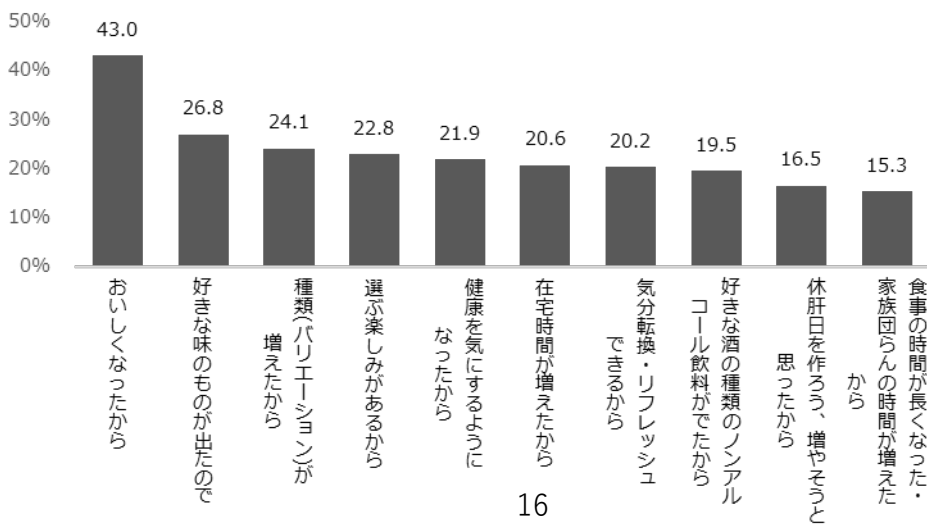
ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、1年前と比べた飲用量の変化を聞いたところ、半数以上（53.0%）が「増えた」と回答（図19）。

飲用量が増えた理由を聞くと、「おいしくなったから」（43.0%）が最も多く、続いて「好きな味のものが出たので」（26.8%）、「種類（バリエーション）が増えたから」（24.1%）、「選ぶ楽しみがあるから」（22.8%）となり、おいしさに加えて種類の増加や、選ぶ楽しみがあることが飲用量の増加につながっているようです（図20）。

【図19】【1年前（2022年9月頃）と比べ、ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の飲用量が増加したか：ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料月1日以上飲用者】（SA、n=512）



【図20】【ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の飲用量が増えた理由：ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の飲用量が増えた人】（MA、n=271）

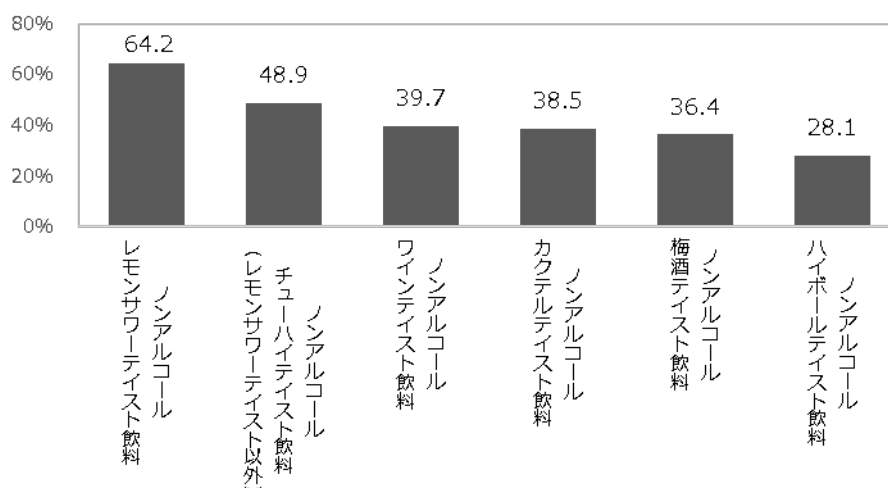




ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、  
最も人気が高いのは「レモンサワーテイスト」  
飲用者の好みに合わせて、いろいろな種類を選択

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、この1年に自宅内で飲んだ、ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料の種類を聞いたところ、「レモンサワーテイスト」(64.2%)が1位になりました。2位の「チューハイテイスト(レモンサワーテイスト以外)」(48.9%)に続き、3位「ワインテイスト」(39.7%)となりました。飲用者の好みに合わせていろいろな種類のノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を飲んでいるようです(図21)。

[図21] 【この1年に、自宅で飲んでいるノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者】(SA、n=512)



ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料は  
「酔わずにお酒気分を楽しめる」ことが魅力  
種類によって、感じられる魅力に違いも

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、飲んでいるノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料の魅力聞いたところ、すべての種類に共通して1位になったのは、「酔わずにお酒気分を楽しめる」でしたが、それ以外の魅力は種類によって異なっています。

「レモンサワーテイスト」と「ワインテイスト」は、「食事に合う」「お酒らしい香り」と「味わい」が魅力となっています。「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」は、「いろいろな味を楽しめる」「食事に合う」ことが魅力のようです。「ハイボールテイスト」は、「お酒らしい香り」と「味わい」が魅力だと感じられています(表1)。

[表1] 【ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料の魅力（種類別）：  
それぞれの飲料を飲む人】(MA)

ノンアルコール レモンサワーテイスト飲料 の魅力 (n=329)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	51.8%
2位	食事に合う	38.2%
3位	お酒らしい香り」と「味わい	30.9%
4位	飲んだ後も体が楽	25.5%
5位	甘くない味	22.6%

ノンアルコール チューハイテイスト飲料 (レモンサワーテイスト以外) の魅力 (n=250)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	48.0%
2位	いろいろな味を楽しめる	31.3%
3位	食事に合う	30.7%
4位	お酒らしい香り」と「味わい	26.2%
5位	飲んだ後も体が楽	25.7%

ノンアルコール ワインテイスト飲料 の魅力 (n=203)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	48.2%
2位	お酒らしい香り」と「味わい	32.4%
3位	食事に合う	29.7%
4位	飲んだ後も体が楽	28.7%
5位	いろいろな味を楽しめる	25.8%

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) の魅力 (n=144)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	39.0%
2位	お酒らしい香り」と「味わい	35.9%
3位	飲んだ後も体が楽	30.4%
4位	食事に合う	30.1%
5位	甘くない味	25.6%

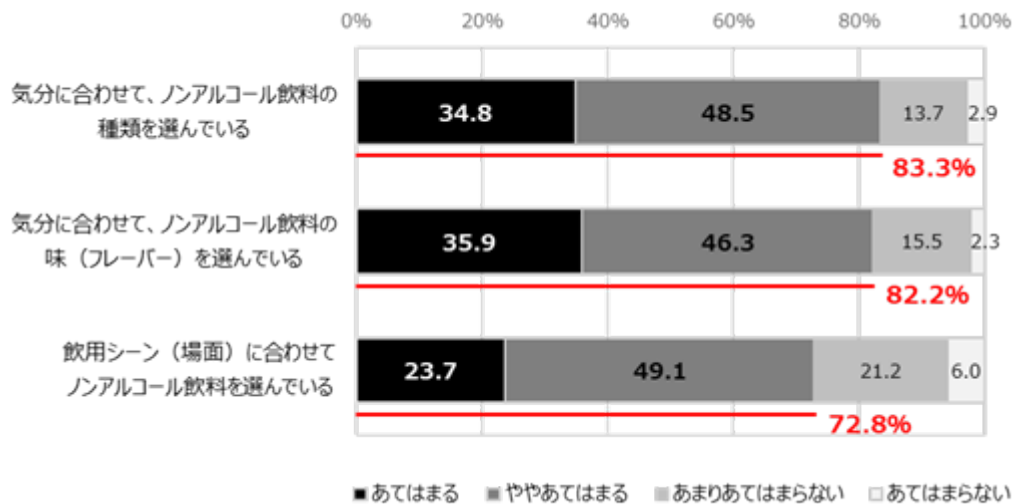
ノンアルコール カクテルテイスト飲料 の魅力 (n=197)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	54.3%
2位	いろいろな味を楽しめる	38.5%
3位	甘味を感じる味	30.1%
4位	選ぶ楽しみがある	27.6%
5位	種類が多い	24.7%

ノンアルコール 梅酒テイスト飲料 の魅力 (n=186)		
1位	酔わずにお酒気分を楽しめる	53.2%
2位	飲んだ後も体が楽	29.3%
3位	食事に合う	27.8%
4位	いつでも気分転換・リフレッシュできる	27.6%
5位	甘味を感じる味	26.0%

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の8割以上が  
 気分に合わせて種類・味（フレーバー）を選択  
 「飲むシーンに合わせて選択」する人は7割以上

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、  
 どのようにノンアルコール飲料を選んでいるかを聞いたところ、「気分に合わせて、  
 ノンアルコール飲料の種類を選んでいる」人は83.3%、「気分に合わせて、ノン  
 アルコール飲料の味（フレーバー）を選んでいる」人は82.2%、「飲むシーン  
 （場面）に合わせてノンアルコール飲料を選んでいる」人は72.8%となりました  
 (図2.2)。

[図2.2] 【飲むシーンや気分に合わせてノンアルコール飲料の種類や味を  
 選んでいるか：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者】  
 (SA、n=512)



お酒をよく飲む人は「レモンサワーテイスト」  
「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「ワインテイスト」を  
夕食時や夕食後、風呂上がり、くつろいでいる時に飲用  
お酒をあまり飲まない人は、「レモンサワーテイスト」  
「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「カクテルテイスト」を  
食事シーンに加え、団らん時や人と集まる時に飲用

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲む人の中で、「お酒をよく飲む人」（アルコール飲料の飲用頻度週1日以上）と「お酒をあまり飲まない人」（アルコール飲料の飲用頻度月1日未満（飲まないは含まない））に、飲んでいる種類や飲んでいるシーンについて聞きました。

まず、「お酒をよく飲む人」と「お酒をあまり飲まない人」の、この1年に飲んだ種類を聞いたところ、お酒の飲用頻度に関わらず、「レモンサワーテイスト」が最も多くなっています。「お酒をよく飲む人」は、「お酒をあまり飲まない人」に比べ、「レモンサワーテイスト」「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「ワインテイスト」「ハイボールテイスト」の飲用が多くなっています。特に、「ハイボールテイスト」は「お酒をよく飲む人」が「お酒をあまり飲まない人」を15.1pt上回っています。

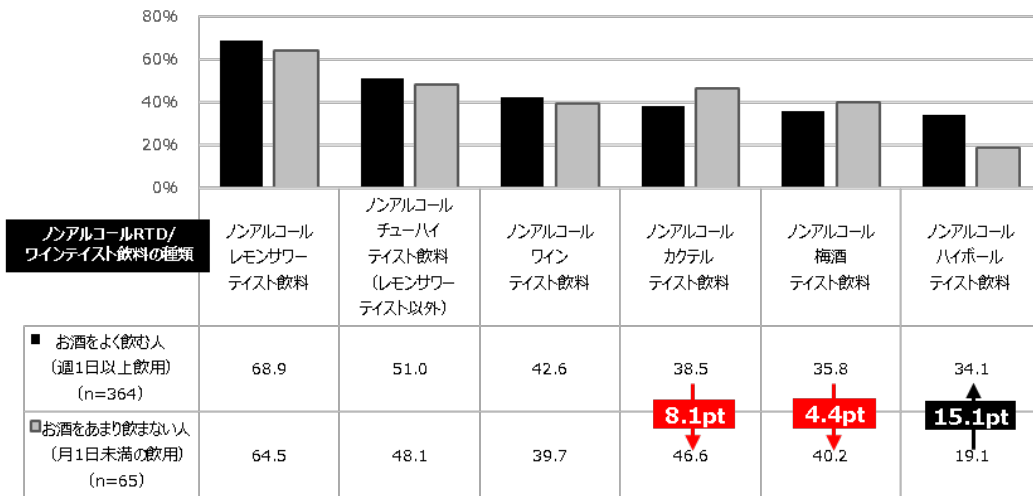
一方、「お酒をあまり飲まない人」は、「レモンサワーテイスト」「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「カクテルテイスト」を飲む人が多くなっていますが、「お酒をよく飲む人」に比べ、「カクテルテイスト」、「梅酒テイスト」の飲用が多くなっています。お酒の飲用頻度によって好むノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料の種類に違いがみられました（図23）。

また、それぞれが好むノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料ごとに、よく飲む場面（シーン）を聞いたところ、お酒の飲用頻度に関わらず、どの種類においても、「夕食時」に飲んでいる割合が高くなっていますが、お酒の飲用頻度による違いも明らかになりました。

「お酒をよく飲む人」は、「レモンサワーテイスト」「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「ワインテイスト」を、夕食時や夕食後、風呂上がり、くつろいでいる時に飲んでいる傾向がみられました。「ハイボールテイスト」は、「休肝日」（23.0%）に飲んでいる人も目立っています。

「お酒をあまり飲まない人」は、「レモンサワーテイスト」「チューハイテイスト（レモンサワーテイスト以外）」「カクテルテイスト」を、夕食時や夕食後といった食事シーンに次いで、家族や親せき、友人知人と過ごすときなど、人が集まるシーン（場面）が上位にあがっています（表2）。

[図23] 【この1年に飲んだノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の種類：  
ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料月1日以上飲用者（お酒飲用頻度別）】  
(SA)



[表2] 【ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料を飲むシーン トップ5：  
ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料月1日以上飲用(お酒飲用頻度別)】(MA)

「お酒をよく飲む人」 ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の種類別飲用シーン トップ5						
	ノンアルコール レモンサワーテイスト飲料 (n=251)	ノンアルコール チューハイテイスト飲料 (レモンサワーテイスト以外) (n=186)	ノンアルコール ワインテイスト飲料 (n=155)	ノンアルコール ハイボールテイスト飲料 (n=124)		
1位	夕食時 59.9%	夕食時 61.2%	夕食時 55.3%	夕食時 54.9%		
2位	風呂上がり 26.9%	夕食後 29.6%	夕食後 28.2%	くつろいでいる時 25.2%		
3位	夕食後 23.4%	風呂上がり 27.9%	くつろいでいる時 27.4%	休肝日 23.0%		
4位	くつろいでいる時 22.0%	くつろいでいる時 22.4%	風呂上がり 26.0%	夕食後 22.5%		
5位	休日の昼間 19.5%	休日の昼間 18.0%	休日の昼間 22.4%	風呂上がり 21.9%		

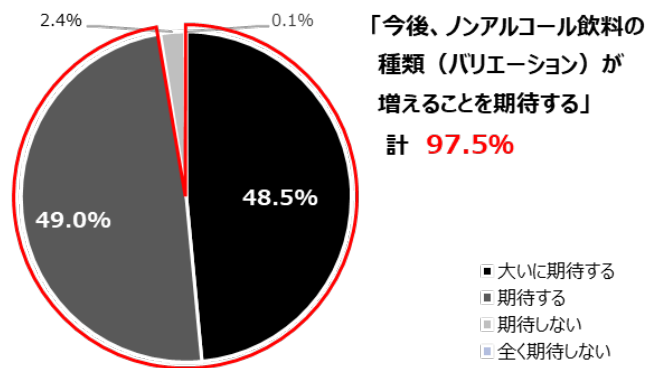
「お酒をあまり飲まない人」 ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料の種類別飲用シーン トップ5					
	ノンアルコール レモンサワーテイスト飲料 (n=42)	ノンアルコール チューハイテイスト飲料 (レモンサワーテイスト以外) (n=31)	ノンアルコール カクテルテイスト飲料 (n=30)		
1位	夕食時 82.4%	夕食時 76.1%	夕食時 61.2%		
2位	風呂上がり 22.6%	夕食後 22.3%	夕食後 25.4%		
3位	夕食後 17.8%	風呂上がり 21.6%	風呂上がり 16.1%		
4位	家族との団らん時 17.6%	友人知人の集まりや 飲み会の席 11.2%	家族との団らん時 15.8%		
5位	暑い時 15.6%	家族との団らん時 10.8%	お盆や年末など家族や 親せきが集まった時 15.8%		

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の9割以上が、  
 今後さらにノンアルコール飲料の種類が広がることを期待  
 7割以上が「種類が増えたら飲用機会が増えそう」と回答

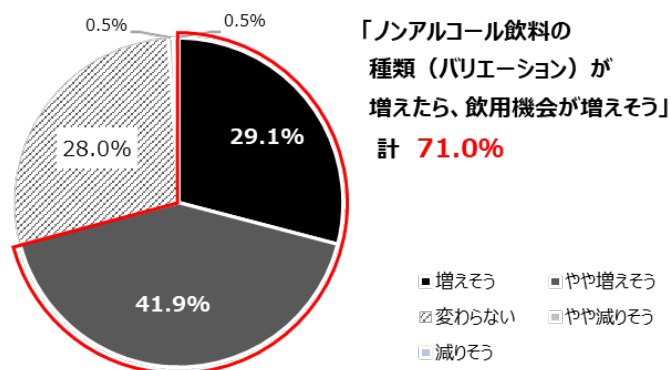
ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、「今後、  
 ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えることを期待するか」を聞いた  
 ところ、「大いに期待する」（48.5%）、「期待する」（49.0%）を合わせると97.5%  
 となり、種類の拡大を楽しみにしている人が多いことがわかりました（図24）。

また、今後ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えたら、飲用機会  
 が「増えそう」と回答した人は71.0%で、ノンアルコールRTD／ワインテイスト  
 飲料において、種類の広がり飲用機会の拡大につながる結果  
 となりました（図25）。

[図24] 【今後、ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えることを  
 期待するか：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者】  
 (SA、n=512)



[図25] 【今後、ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えた場合の  
 飲用機会の予想：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者】  
 (SA、n=512)



以 上