

## サントリー（株） 2025年ノンアルコール飲料活動方針

- － マーケティング費用として  
対前年約1.3倍にあたる約50億円を投資 －
- － ノンアルコール飲料をより積極的に選んでいただくことを目指す －



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

2024年のノンアルコール飲料<sup>※1</sup>市場は約4,580万ケース<sup>※2</sup>（対前年111%）と、10年前の2014年から約1.6倍に拡大し、過去最大規模になったと推定されます。健康意識の高まりやライフスタイルの変化による飲用シーンの多様化、幅広いラインナップによる選択肢の拡大により、アルコール度数0.00%のノンアルコール飲料は今後もさらに需要が高まり、2030年には5,600万ケース規模になると推定しています。

※1 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

※2 350ml×24本換算

当社は、ノンアルコール飲料を“アルコール0.00%のお酒”と位置付け、ノンアルコール飲料を通じて、お酒がもつ価値や魅力を伝えていくことで、「酒類文化の伝承」に取り組んでいきます。

2010年のビールテイスト飲料「オールフリー」発売以降、機能性表示食品「からだを想うオールフリー」、飲食店向けの「オールフリー樽詰」、RTDテイスト・ワインテイスト・ハイボールテイスト飲料商品など、ノンアルコール飲料カテゴリー創造に向けてさまざまな商品を展開してきました。また、2022年の「のんある酒場」「のんある忘年会酒場」など、ノンアルコール飲料のおいしさや魅力を体感いただく場を提供してきました。

一方で、「お酒を飲みたいが、運転の予定があるからノンアルにする」「飲めない日に、飲み会で周りの人に合わせるために選ぶ」などの理由でノンアルコール飲料を選択しているケースも多いと考えています。

今回、お客様にノンアルコール飲料をより積極的に選んでいただくことを目指し、ノンアルコール飲料の価値や魅力を伝える活動をより一層強化します。

## ● 2025年活動方針

1月に「ノンアル部」を新設するとともに、マーケティング費用として対前年約1.3倍にあたる約50億円を投資し、ブランドポートフォリオ再構築・飲用接点拡充・コミュニケーション刷新などを行います。これらの活動により、ノンアルコール飲料市場の2025年販売数量が対前年103%と推定される中、当社は同110%を目指し、ノンアルコール飲料市場をけん引していきます。

### (1) ブランドポートフォリオ再構築

以下の3つの“ノンアルコール飲料に求めるお客様のニーズや気分”にあわせ、ブランド活動を展開します。

- ・「気軽にリフレッシュしたい」
- ・「お酒の楽しい気分を味わいたい」
- ・「日常生活で手軽に健康を気遣いたい」

お客様が商品を選ぶ際に「わかりやすさ」と「楽しさ」をより一層感じていただくことを目指します。

なかでも「気軽にリフレッシュしたい」というニーズや気分に対して、サワーテイストの「オールフリー クリア〈レモン&ライム〉」「同〈ビターオレンジ〉」を4月22日（火）から全国で新発売します。

「オールフリー クリア〈レモン&ライム〉」「同〈ビターオレンジ〉」新発売：

（ニュースリリース No.14747 参照）

## (2) 飲用接点拡充

今年開催される 2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）や、愛知県にオープンする「IGアリーナ」など、お客様が多く集まるイベントや施設において、ノンアルコール飲料の販売を強化します。

また、お客様にノンアルコール飲料のおいしさや魅力を体感いただく取り組みとして、「攻めのノンアルしちゃおっか。全国ツアー」「攻めのノンアルCHEERS」を4月以降順次展開し、延べ100万人のサンプリングを実施します。飲用接点機会を創出し、ノンアルコール飲料の新規ユーザー拡大や継続的な飲用促進を目指します。

### ▼「攻めのノンアルしちゃおっか。全国ツアー」

商業施設、アウトレットモール、公園などで、当社ノンアルコール飲料各種を体感いただける試飲会<sup>※3</sup>を実施します。

※3 一部販売も実施予定

### ▼「攻めのノンアルCHEERS」

全国の駅や街頭、商業施設など、お客様が日常生活で訪れる場所で当社ノンアルコール飲料のサンプリングを実施します。



この高解像度画像は <https://www.suntory.co.jp/news/index.html> に掲載しています。

## (3) コミュニケーション刷新

各ブランドの価値を伝えるコミュニケーションに加え、ノンアルコール飲料をより積極的に選んでいただくことを目指し、「攻めのノンアルしちゃおっか。」をキーメッセージとしたコミュニケーションを4月以降順次展開します。ノンアルコール飲料を選択することで、日常のさまざまなシーンをもっと楽しい時間にすることを提案していきます。

#### (4) 業務用の取り組み強化

2010年の「オールフリー」小瓶、2019年の「オールフリー樽詰」発売など、飲食店でのノンアルコール飲料の飲用機会創出にいち早く取り組んできました。現在は飲食店に加え、ゴルフ場や温浴施設など、約55,000店※4で、当社ノンアルコール飲料商品をお取り扱いいただき、ご好評いただいています。

新たなチャレンジとして、さまざまな清涼飲料と割り、お酒のような「複雑な味わい」や「余韻」を楽しめる“ベースのノンアル”を今秋に発売します。本商品により多彩なノンアルコールメニューを展開することが可能となり、飲食店での新たなノンアルコール飲料飲用機会の創出を目指します。

※4 2025年1月時点

#### ●サントリー（株） ビール・RTD本部 ノンアル部長 福本 匡志<sup>ただし</sup> コメント



ノンアルコール飲料市場は伸長しているものの、「お酒が飲めないときに飲むもの」といったイメージも多くあります。私はノンアルコール飲料には、お客様の日常生活に楽しく豊かな時間を提供できる価値があると考えています。

2025年は「ノンアル部」が新たな挑戦をスタートします。ノンアルコール飲料のイメージが大きく変わり、お客様が積極的にノンアルコール飲料を選択する、そんな世の中に向けた第一歩にしたいと考えています。当社のノンアルコール飲料の今後の取り組みにぜひご期待ください。

## ●ノンアルコール飲料の主な取り組み

- 2010年 ・世界初<sup>※5</sup>となる「アルコール」「カロリー」「糖質」3つのゼロを実現したノンアルコールビールテイスト飲料「オールフリー」発売
- 2011年 ・ノンアルコールカクテルテイスト飲料「のんある気分」発売
- 2019年 ・国内大手ビールメーカー初<sup>※6</sup>飲食店向けノンアルコールビールテイスト樽詰商品「オールフリー樽詰」発売  
・「オールフリー」ブランド初の機能性表示食品「からだを想うオールフリー」発売
- 2021年 ・ノンアルコールレモンサワーテイスト飲料「のんある晩酌 レモンサワー ノンアルコール」発売  
(現:「のんある酒場 レモンサワー ノンアルコール」)
- 2022年 ・ノンアルコールワインテイスト飲料「ノンアルでワインの休日(赤)」「同(白)」発売  
・「のんある酒場」「のんある忘年会酒場 in 新橋」期間限定オープン
- 2023年 ・ノンアルコールハイボールテイスト飲料「のんある晩酌 ハイボール ノンアルコール」発売  
(現:「のんある酒場 ハイボール ノンアルコール」)
- 2024年 ・「のんある PICNIC FES by SUNTORY」期間限定開催

※5 アルコール0.00% ビールテイスト飲料カテゴリーにおいて、2010年当時、当社調べ。

※6 2019年当時、当社調べ

▽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し、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。