

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 2025

- ノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大規模に
- ノンアルコール飲料の飲用理由は、「健康に気をつけたいから」「飲みやすいから」のほか、「お酒の雰囲気」や「リフレッシュ」も飲用理由に
- 月1日以上飲んでいる人は、ノンアルコール飲料の種類に関わらず、飲用量が増加。増加の理由の1位は「おいしいから・おいしくなったから」
- 月1日以上飲んでいる人の7割以上は今後、飲食店でノンアルコール飲料が飲める機会増加を希望



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市場は伸長を続け、過去最大の規模となりました。今回、サントリー（株）は、ノンアルコール飲料に関する消費者飲用実態・意識調査（以下「当社調査」）を実施しました。

なお、当社調査詳細は、以下「サントリー ノンアルコール飲料レポート 2025（詳細版）」を参照ください。

https://www.suntory.co.jp/news/article/mt_items/14881-1.pdf

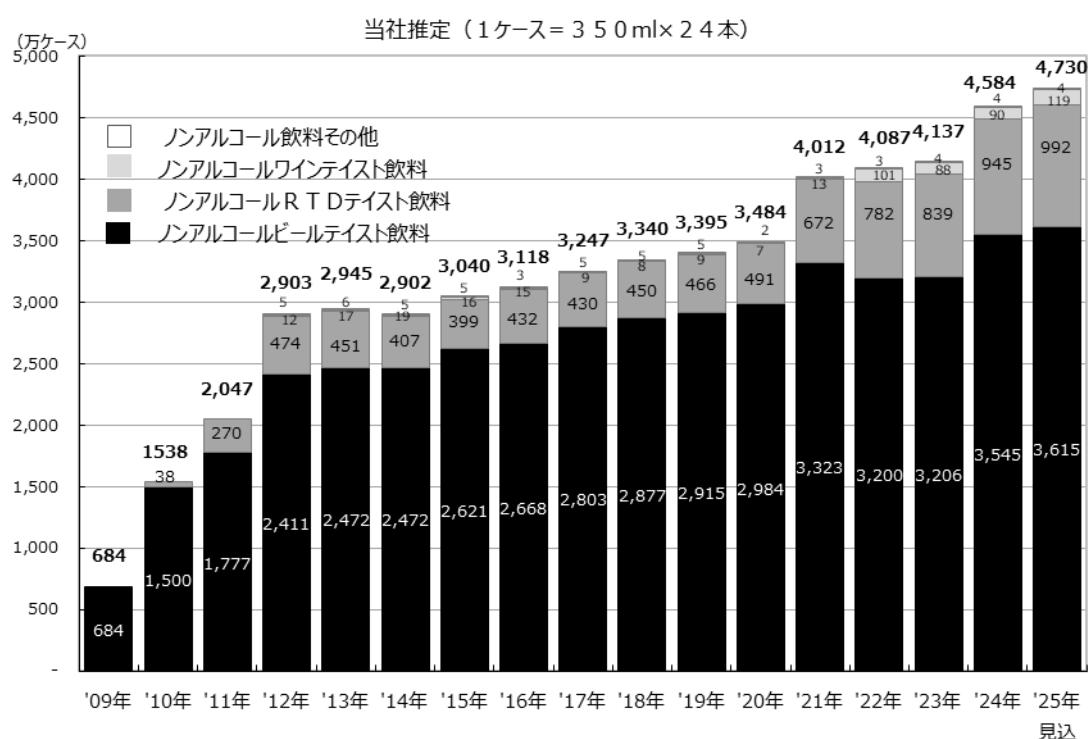
I 調査サマリー

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
2024年のノンアルコール飲料市場は、4,584万ケース※（対前年111%）と、10年前の約1.6倍の規模になったと推定されます。
2025年の市場規模は約4,730万ケース（対前年103%）と、さらなる拡大が見込まれます。

※1ケース = 350ml × 24本

【ノンアルコール飲料市場の推移（2009年～2025年）】



2. 消費者飲用実態・意識調査

（1）ノンアルコール飲料に関する事前調査（30,000人対象）

- ・この1年にノンアルコール飲料を飲んだ人の約半数は月1日以上飲んでいる。
また、7割以上は「自宅内」に加え「自宅外」でも飲んでいる
- ・月1日以上飲んでいる人のノンアルコール飲料のイメージは、「飲みやすい」「お酒気分を味わえる」「健康的」。飲んだことがない人のイメージはお酒が飲めないときに飲む「代替品」
- ・ノンアルコール飲料の飲用理由は「健康に気をつけたいから」「飲みやすいから」のほか、「お酒の雰囲気」や「リフレッシュ」も飲用理由に。お酒が飲めない代わりではなく、ポジティブな理由で飲用

- ・自宅で最もよく飲んでいるのは「ノンアルコールビールテイスト飲料」
- ・半年以内にノンアルコール飲料を飲み始めた人のなかで、お酒とノンアルコール飲料を交互に飲みながら楽しむ「ゼブラ飲み」が広がっている
- ・月1日以上飲んでいる人の半数以上が、「今後、飲む機会が増えそう」と予想

(2) ノンアルコール飲料に関する本調査

(ノンアルコール飲料月1日以上飲用者1,751人対象)

- ・ノンアルコール飲料の飲用理由について約7割が「何かの代わりではなく、積極的に選んでいる」と回答。ノンアルコール飲料を選択する理由は「気軽に飲めそう」「リフレッシュしたい」「身体を気遣いたい」「お酒を飲んでいる雰囲気を楽しみたい」「リラックスしたい」が上位
- ・ノンアルコール飲料の種類に関わらず、飲用量が「増えた」と回答したのは4割以上。「減った」と回答した人は数%。増加の理由の1位は「おいしいから・おいしくなったから」
- ・「夕食時」「夕食後」「風呂上がり」がノンアルコール飲料の三大飲用シーン。ノンアルコールR T Dテイスト飲料を飲んでいる人は「お酒を飲んだ後」や「お酒とお酒の間」にもノンアルコール飲料を飲んでいる
- ・ノンアルコールR T Dテイスト飲料を飲んでいる人の6割以上が、1日のうちに複数の種類のノンアルコール飲料を飲むことがあると回答。
- ・7割以上は今後、飲食店でノンアルコール飲料が飲める機会の増加を希望。飲食店で飲みたいのは「ビールテイスト飲料」に加え「レモンサワー テイスト飲料」や「チューハイ・カクテルテイスト飲料」など
- ・ビールテイスト飲料に対して9割以上が、これまで以上においしくなることを期待。理想のビールテイスト飲料とは、「ビールらしい味わい」があること

II 調査概要

・調査対象

－ノンアルコール飲料に関する事前調査

- ・一都三県（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に在住する20～60代の男女 30,000人

－ノンアルコール飲料に関する本調査

- ・上記30,000人のうち、ノンアルコール飲料の月1日以上飲用者 1,751人

・調査方法 インターネット調査

・調査日 2025年6月24日（火）～6月30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 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R T D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 (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) (R T D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	: 2024年6月～2025年5月までの期間
半年前	: 2024年12月頃
1年前	: 2024年6月頃
「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
「増えそう」	: 設問において、 「増えそう」「やや増えそう」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
「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

※本レポートは、人口動態に合わせてウエイトバック集計を行っています

※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100.0%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「2024年」は2024年6月27日（木）付の「サン

トリー ノンアルコール飲料レポート2024」を指しています

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。