

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2020

— ノンアルコールビールテイスト飲料を
選ぶ際に健康面を意識する人が増加。
在宅時間の充実に役立つものとして、今後飲用量は拡大の見込み —



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。

I. ノンアルコール飲料[※]市場について

2019年は対前年102%と推定。2020年も対前年101%と見込まれ、市場規模は引き続き拡大傾向。

※ノンアルコールビールテイスト飲料やノンアルコールチューハイ・カクテルテイスト飲料

II. 消費者飲用実態・意識調査

1. ノンアルコール飲料の飲用実態

新型コロナウイルス感染症拡大による生活の変化でノンアルコール飲料の飲用量が増加。半年前に比べて飲用量が増えた人は健康面を意識。

2. ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量変化

半年前に比べ約2人に1人が飲用量増加。ノンアルコールビールテイスト飲料は在宅時間の充実に役立っている。

3. ノンアルコールビールテイスト飲料への評価

9割以上の方が、ノンアルコールビールテイスト飲料は「おいしくなった」と味を評価。選ぶ際に健康面を重視する人が増加。

4. ノンアルコールビールテイスト飲料と休肝日への意識

飲用者の約4人に3人が日常生活の中で休肝日を設定。休肝日の飲み物としてノンアルコールビールテイスト飲料が定着。

<調査概要>

◆調査対象

- Ⅱ. 1 一都三県（東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県）に在住する
20～69歳の成人男女 30,000人
- Ⅱ. 2～4 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

◆調査期間 2020年8月28日（金）～9月2日（水）

注) 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%にならない場合があります。

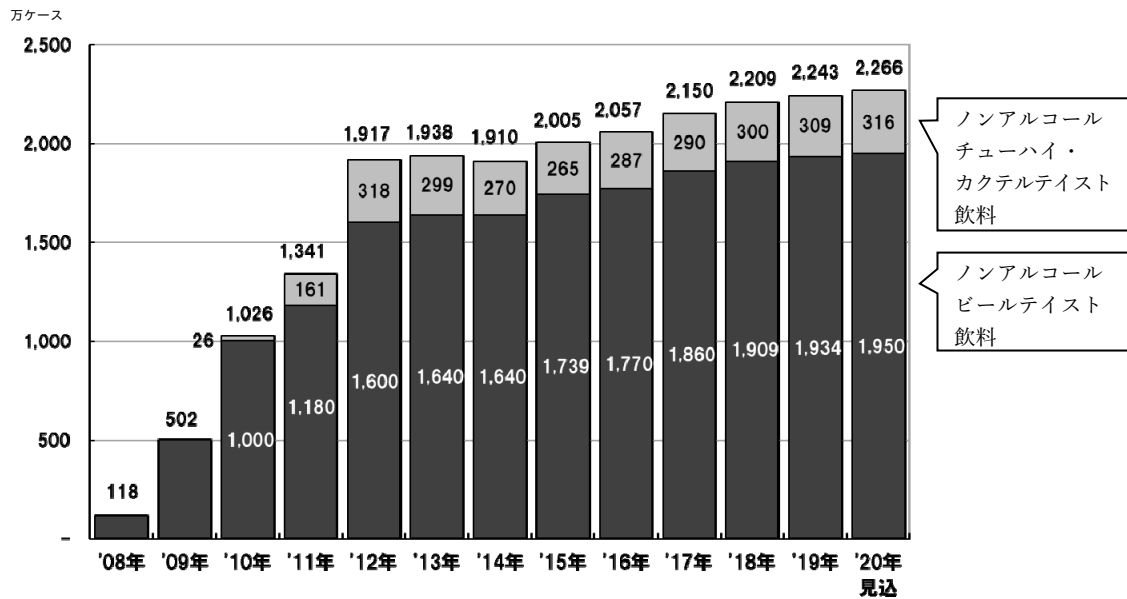
本レポート内に記載されているMAとは、マルチアンサー（複数回答）を、SAはシングルアンサー（単一回答）を意味します。

1. ノンアルコール飲料市場について

2019年のノンアルコール飲料市場は、約2,243万ケース※(対前年102%)と推定。2020年は約2,266万ケース(対前年101%)と見込まれる中、市場規模は引き続き拡大傾向と推定されます(図1)。

(図1) ノンアルコール飲料市場の推移

当社推定(大瓶換算 1ケース=633ml×20本)



※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。

2019年 約4,734万ケース(内ノンアルコールビールテイスト飲料 約4,081万ケース)

2020年見込 約4,781万ケース(内ノンアルコールビールテイスト飲料 約4,115万ケース)

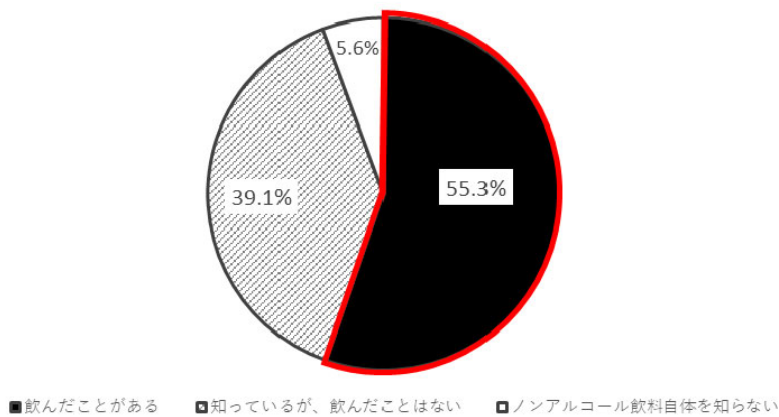
II. 消費者飲用実態・意識調査

1. ノンアルコール飲料の飲用実態

新型コロナウイルス感染症拡大による生活の変化でノンアルコール飲料の飲用量が増加。半年前に比べて飲用量が増えた人は健康面を意識。

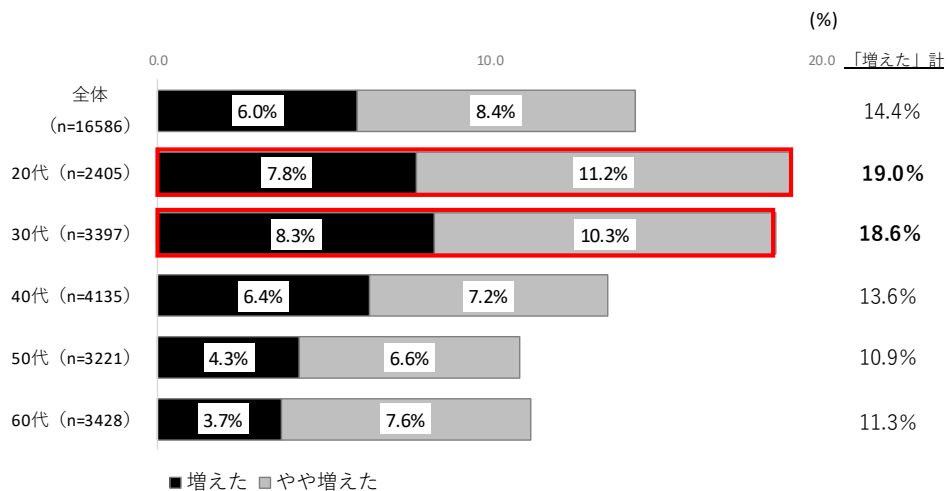
ノンアルコール飲料の飲用経験を質問したところ、半数以上（55.3%）が「飲んだことがある」と回答しました（図2）。

（図2） ノンアルコール飲料の飲用経験（SA/n=30,000）



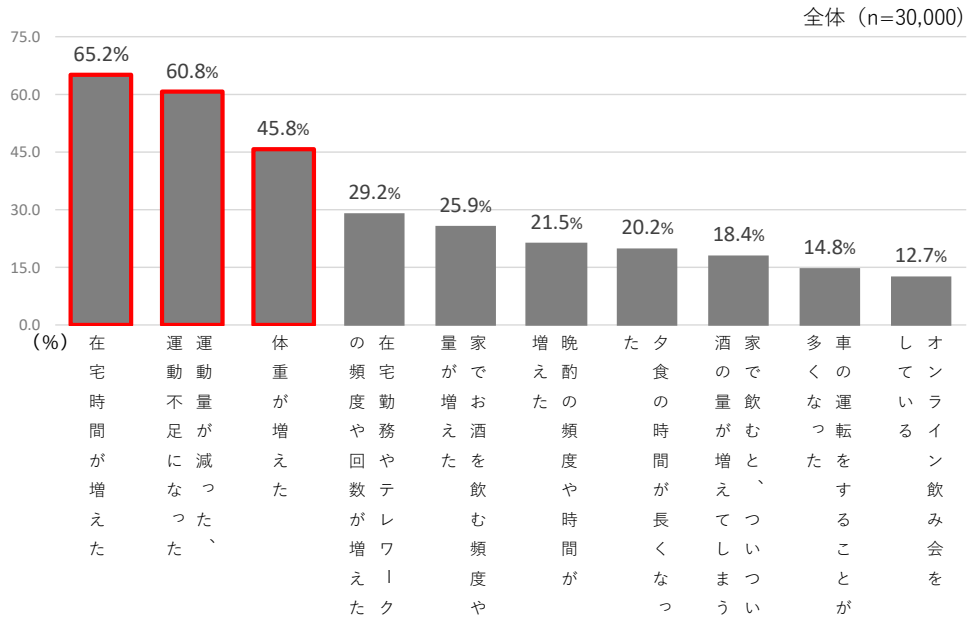
ノンアルコール飲料の飲用経験がある人に、半年前と比較したノンアルコール飲料の飲用量の変化を質問したところ、14.4%が「増えた」と回答しました。特に20代（19.0%）、30代（18.6%）は約2割が「増えた」と回答しました（図3）。

（図3） 半年前と比較したノンアルコール飲料の飲用量の変化（SA）



新型コロナウイルス感染症拡大による生活の変化を質問したところ、「在宅時間が増えた」(65.2%)、「運動量が減った、運動不足になった」(60.8%)と回答した人が6割以上となりました。また、約半数(45.8%)が「体重が増えた」と回答しました(図4)。

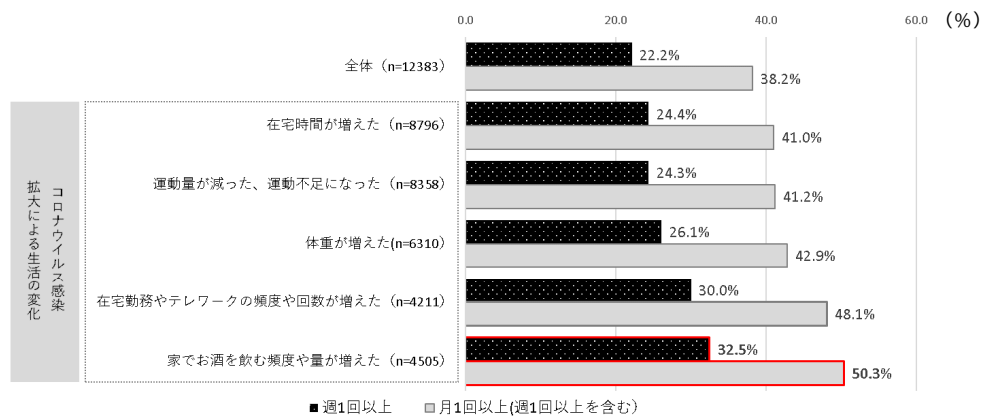
(図4) 新型コロナウイルス感染症拡大による生活の変化 (MA)



自宅でノンアルコール飲料を飲んでいる人に飲用頻度を質問したところ、約2割(22.2%)が「週に1回以上」、約4割(38.2%)が「月に1回以上」と回答しました。

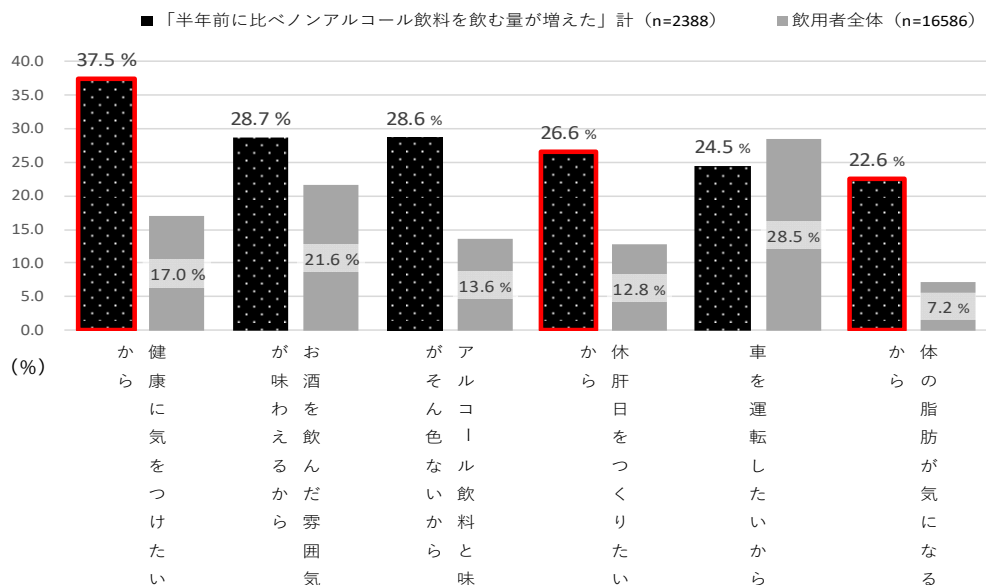
新型コロナウイルス感染症拡大によって生活に変化があった人(図4、変化がみられた上位5項目)の飲用頻度をみると、「家でお酒を飲む頻度や量が増えた」人(4,505人)では、ノンアルコール飲料を週1回以上飲んでいる人が3割(32.5%)、月1回以上飲んでいる人が5割(50.3%)を超えており、飲用頻度が高くなっているようです(図5)。

(図5)「週に1回以上」・「月に1回以上」自宅でノンアルコール飲料を飲む比率(SA)



ノンアルコール飲料の飲用理由について質問したところ、「半年前に比べノンアルコール飲料を飲む量が増えた」人(2,388人)は「健康に気をつけたいから」(37.5%)、「休肝日をつくりたいから」(26.6%)、「体の脂肪が気になるから」(22.6%)と、全体に比べ回答した割合が高く、健康面を意識してノンアルコール飲料を選んでいることがわかりました(図6)。

(図6) ノンアルコール飲料の飲用理由(MA)



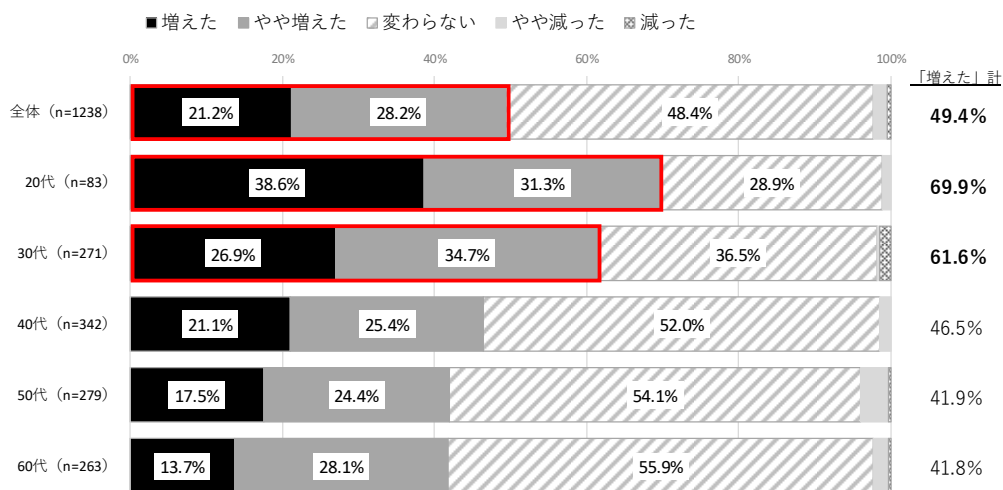
ここからは、ノンアルコールビールテイスト飲料を月1回以上飲む成人男女1,238人に聞きました。

2. ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量変化

半年前に比べ約2人に1人が飲用量増加。
 ノンアルコールビールテイスト飲料は在宅時間の充実に役立っている。

半年前と比較したノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量の変化を質問したところ、約半数（49.4%）が「増えた」と回答しました。特に20代（69.9%）は約7割、30代（61.6%）は約6割が「増えた」と回答しており、比較的若い層でノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量が増えているようです（図7）。

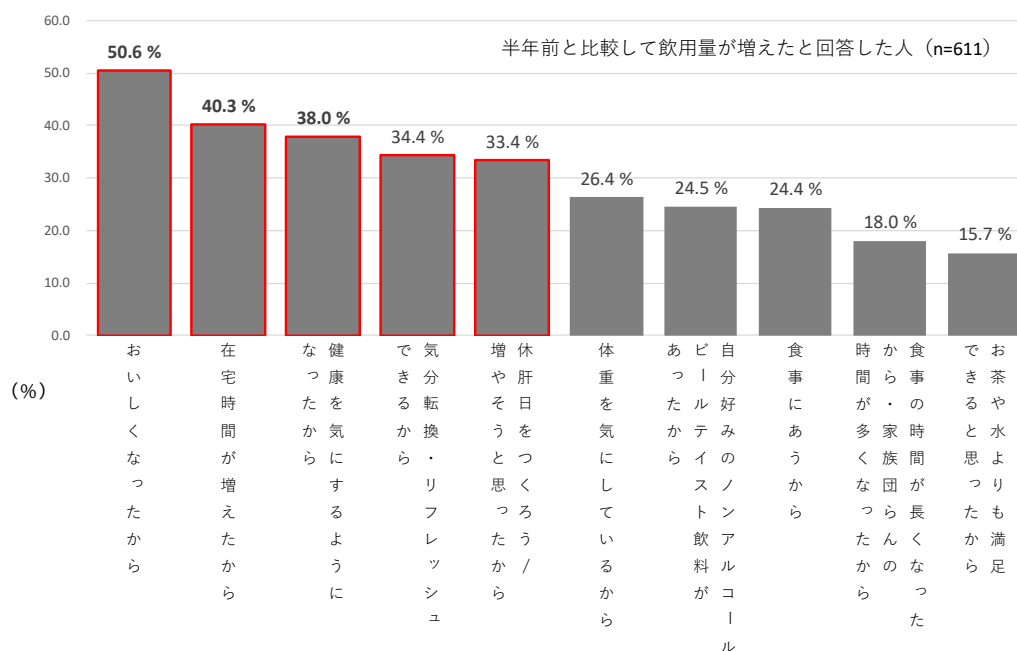
（図7）半年前と比較したノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量の変化（SA）



ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量が「増えた」と回答した人（611人）にその理由を質問したところ、「おいしくなったから」（50.6%）が半数を超えて1位となり、次いで「在宅時間が増えたから」（40.3%）、「健康を気にするようになったから」（38.0%）、「気分転換・リフレッシュできるから」（34.4%）、「休肝日をつくろう／増やそうと思ったから」（33.4%）が上位の回答となりました（図8）。

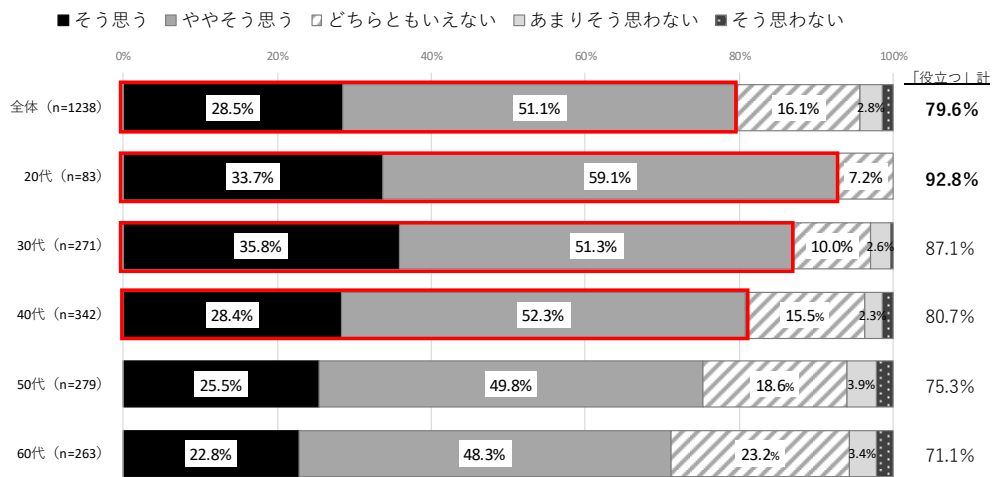
新型コロナウイルス感染症拡大による生活の変化で在宅時間が増えたことや、健康面を意識するようになったことなども、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量増加につながっているようです。

（図8）半年前と比較して飲用量が増えた理由（MA）



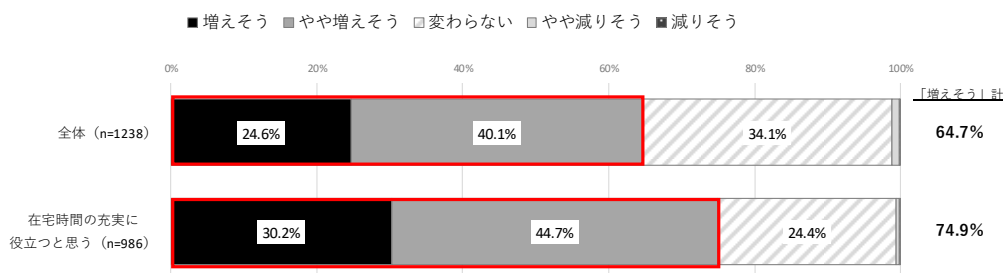
新型コロナウイルス感染症拡大によって在宅時間が増えた人が多い中、ノンアルコールビールテイスト飲料が在宅時間の充実に役立っているかを質問したところ、約8割(79.6%)が「役立っている」と回答しました。年代別では、20代(92.8%)を筆頭に、30代(87.1%)、40代(80.7%)で8割以上の人が回答しており、多くの人々がノンアルコールビールテイスト飲料は在宅時間の充実に役立っていると感じているようです(図9)。

(図9) 在宅時間の充実に、ノンアルコールビールテイスト飲料は役立っているか (SA)



ノンアルコールビールテイスト飲料を飲む量が、今後増えると思うかを質問したところ、64.7%が「増えそう」(「増えそう」(24.6%)、「やや増えそう」(40.1%)の合計)と回答しました。特に「ノンアルコールビールテイスト飲料は、在宅時間の充実に役立っている」と回答した人(986人)では、74.9%が「増えそう」と回答しました(図10)。ノンアルコールビールテイスト飲料へのニーズは高まっているようです。

(図10) 今後、ノンアルコールビールテイスト飲料を飲む量は増えると思うか (SA)

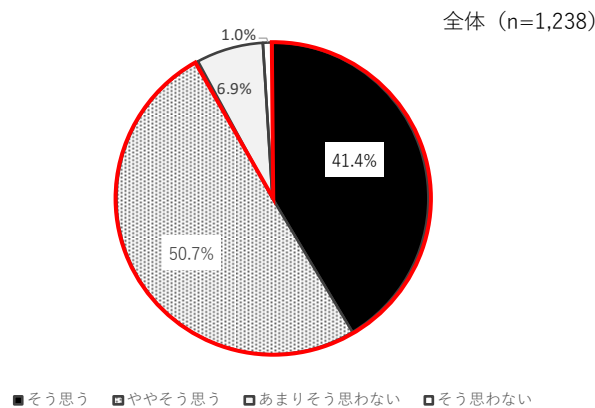


3. ノンアルコールビールテイスト飲料への評価

9割以上の方が、ノンアルコールビールテイスト飲料は「おいしくなった」と味を評価。選ぶ際に健康面を重視する人が増加。

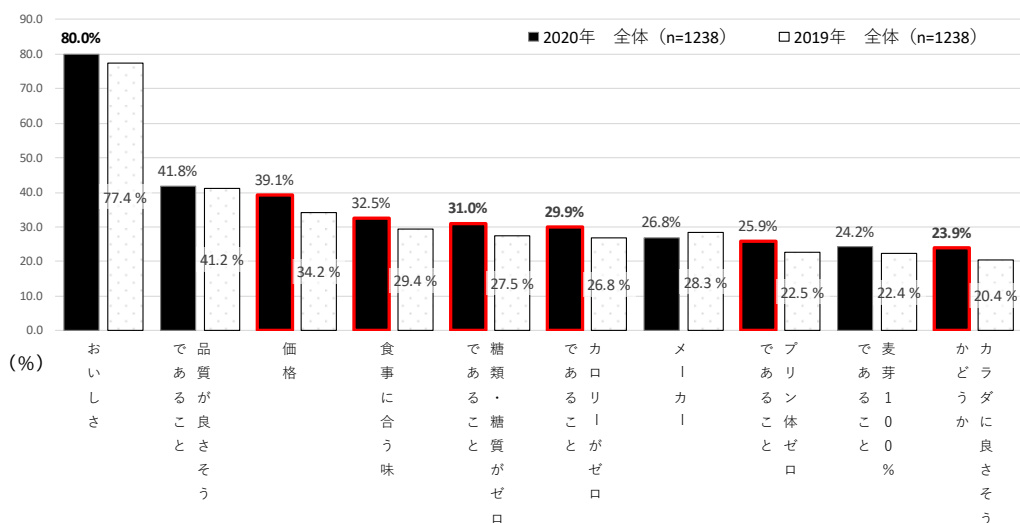
ノンアルコールビールテイスト飲料の味について、最近おいしくなったかを質問したところ、9割以上（92.1%）が「おいしくなった」（「そう思う」（41.4%）、「ややそう思う」（50.7%）の合計）と回答しました（図11）。

（図11）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（SA）



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点の1位は、「おいしさ」（80.0%）でした。また、「価格」（39.1%）、「食事に合う味」（32.5%）とともに、「糖類・糖質ゼロ」（31.0%）、「カロリーゼロ」（29.9%）、「プリン体ゼロ」（25.9%）、「カラダに良さそうかどうか」（23.9%）は昨年に比べ3ポイント以上上昇しており、健康面を意識してノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ人が増えているようです（図12）。

（図12）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もの（MA）

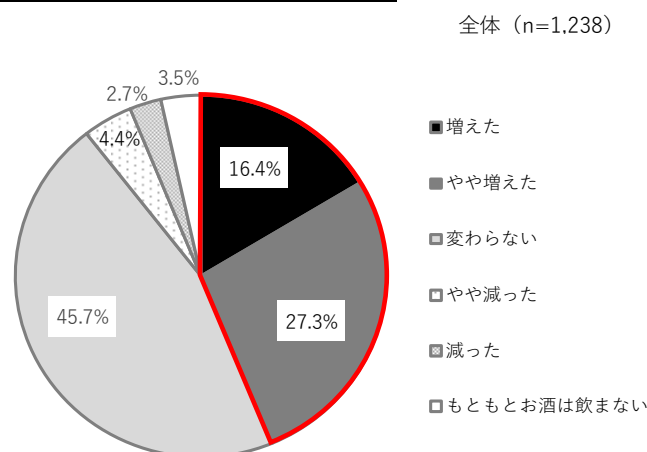


4. ノンアルコールビールテイスト飲料と休肝日への意識

飲用者の約4人に3人が日常生活の中で休肝日を設定。
休肝日の飲み物としてノンアルコールビールテイスト飲料が定着。

新型コロナウイルス感染症拡大前（半年前）と比較した、自宅でのお酒の飲用量の変化を質問したところ、4割以上（43.7%）が「自宅でのお酒の飲用量が増えた」（「増えた」（16.4%）、「やや増えた」（27.3%）の合計）と回答しました（図13）。

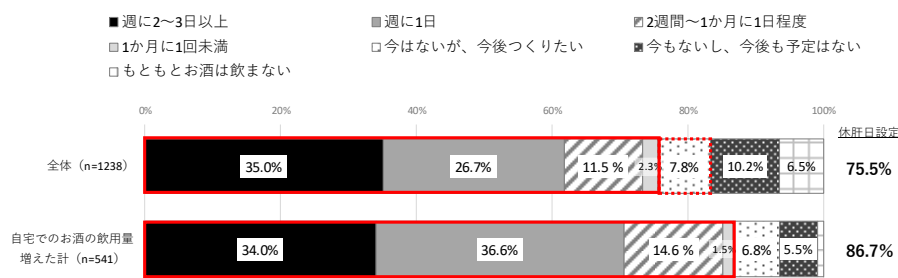
（図13）新型コロナウイルス感染症拡大前（半年前）と比較した、
自宅でのお酒の飲用量の変化（SA）



ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用者に「休肝日（お酒を飲まない日）をつくっているか」を質問したところ、約4人に3人（75.5%）が休肝日を意識的に設定していることがわかりました。また、7.8%が「今はないが、今後つくりたい」と回答しました。

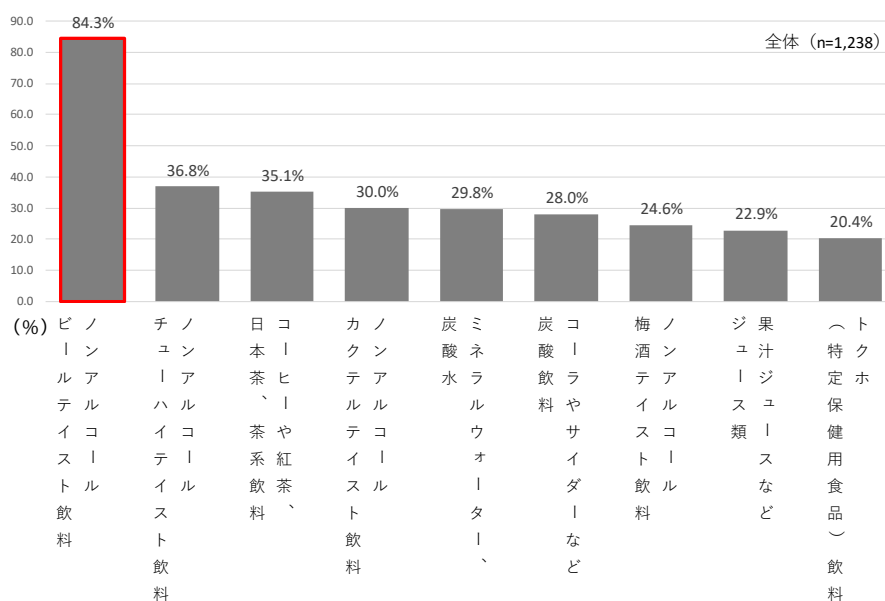
新型コロナウイルス感染症拡大後、「自宅でのお酒の飲用量が増えた」と回答した人（541人）では、86.7%の人が休肝日を設定していることがわかりました（図14）。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、健康面の意識が高まっているようです。

（図14）ノンアルコールビールテイスト飲料飲用者の休肝日の頻度（SA）



ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用者に、休肝日に飲んでいる飲み物を質問したところ、「ノンアルコールビールテイスト飲料」(84.3%)が最も多く、「コーヒーや紅茶、日本茶、茶系飲料」(35.1%)、「ミネラルウォーター、炭酸水」(29.8%)といったお茶や水より高い割合でノンアルコールビールテイスト飲料が選ばれていました。ノンアルコールビールテイスト飲料は、休肝日の飲み物として定着しているようです(図15)。

(図15) ノンアルコールビールテイスト飲料ユーザーの休肝日の飲み物 (MA)



以上

水と生きる SUNTORY

「水と生きる」は、私たちがお客様や社会と交わす約束です。
 貴重な水を守り、水を育む自然環境を次世代につなぐこと。商品やサービスを通じて人々の心を潤すこと。
 水のように柔軟に力強く新たな価値創造に挑戦すること。
 これらの約束を果たすため、私たちは様々な活動に取り組んでいます。