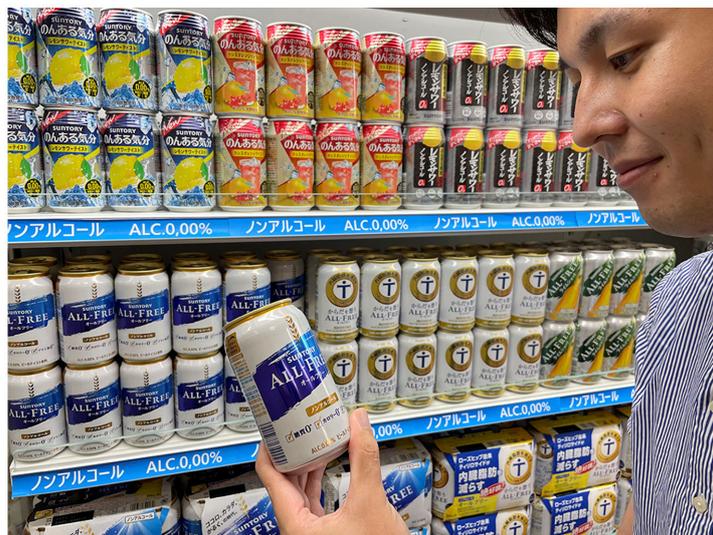


ノンアルコール飲料に関する消費者飲用実態・意識調査
サントリー ノンアルコール飲料レポート 2021

— 2020年のノンアルコール飲料市場は対前年103%と伸長し、
過去最大規模に —
— 運動不足や体重増加を懸念した、
健康を気遣う意識の高まりがノンアルコール飲料の飲用を後押し —



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。

ノンアルコール飲料市場は、2015年より6年連続で伸長し、2021年も引き続き拡大すると見込まれます。こうした中、サントリービール（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2021（詳細版）」を参照ください。

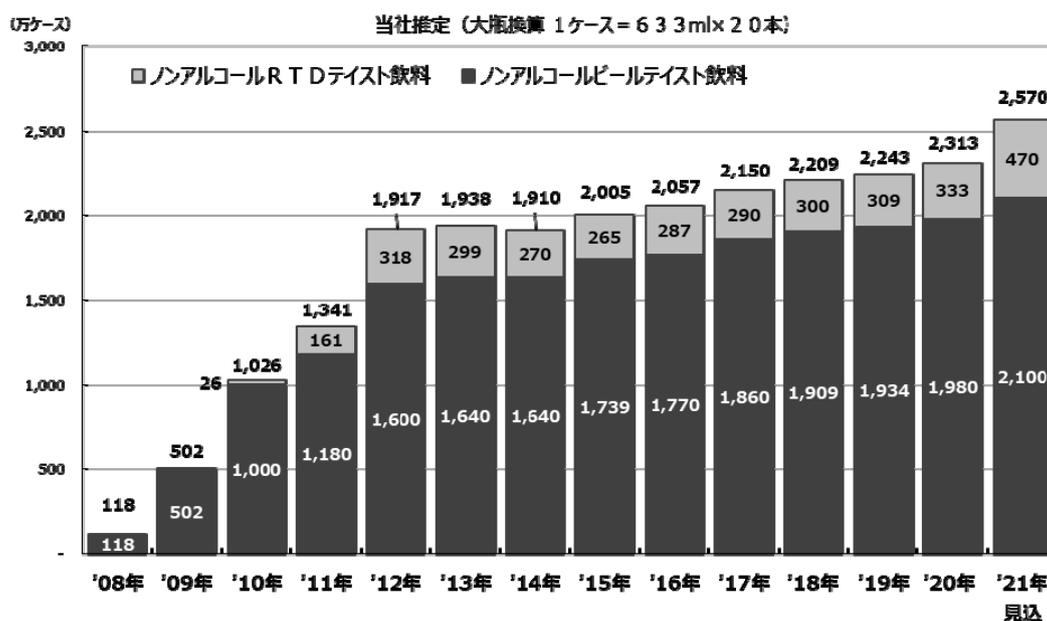
https://www.suntory.co.jp/news/article/mt_items/14008-1.pdf

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
2020年のノンアルコール飲料市場は2,313万ケース※(対前年103%)と、2015年より6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。2021年には、さらに約2,570万ケース(対前年111%)と、市場規模は引き続き拡大すると見込まれます。

【ノンアルコール市場の推移(2008年~2021年)】



※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。

2020年 4,881万ケース(内ノンアルコールビールテイスト飲料 4,178万ケース)

2021年見込 5,423万ケース(内ノンアルコールビールテイスト飲料 4,431万ケース)

2. 消費者飲用実態・意識調査

(1) ノンアルコール飲料

- ・ノンアルコール飲料の飲用経験がある人が56.4%で過去最高に。新型コロナウイルス感染症拡大以降、自宅での飲用者が増え、飲用頻度も増加
- ・ノンアルコール飲料を定期的に飲む人は、「健康」「休肝日」などをより意識
- ・新型コロナウイルス感染症拡大前との比較でノンアルコール飲料の飲用量が「増えた」と回答した人は約2割。在宅時間が増え、運動不足や体重増加を実感し、健康を気遣う意識が高まっていることがノンアルコール飲料の飲用を後押し

- ・月1回以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人のうち約9割が「色々なノンアルコール飲料の商品が増えた」と実感。今後飲んでみたいのは「ビールテイスト」「レモンサワーテイスト」「チューハイテイスト」「ワインテイスト」など

(2) ノンアルコールビールテイスト飲料

- ・新型コロナウイルス感染症拡大以降、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用経験・飲用頻度がともに上昇、特に30～50代で顕著
- ・ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用シーンは、「夕食時」に加え、「気分を変えたいとき」「休肝日」「くつろいでいる時」など、より幅広いシーンに拡大
- ・週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4割以上が、「健康」や「休肝日」への意識をきっかけにノンアルコールビールテイスト飲料の飲用を開始
- ・「おいしさ」はもちろんのこと、「糖類・糖質」「カロリー」「プリン体」がゼロであることもノンアルコールビールテイスト飲料の選択基準に
- ・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感じる人は9割以上。アルコール0.00%ならではの価値と、ビールのような味わいやビールを飲んだ気分を楽しめる点が魅力
- ・今後、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会が「増えそう」と回答した人は約6割。特に20～30代の比較的若い層で高い傾向

II 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 2021年9月6日（月）～9月13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 チューハイ・カクテルテイスト飲料
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・ カクテルテイスト飲料
この1年間	: 2020年9月～2021年8月までの期間
新型コロナウイルス感染症拡大前	: 2020年3月以前
新型コロナウイルス感染症拡大後	: 2020年4月以降
半年前	: 2021年2～3月頃
1年前	: 2020年9月頃
1年半前	: 新型コロナウイルス感染症拡大前2020年2～3月頃
「増えた」	: 「増えた」「やや増えた」合計
「あてはまる」	: 「あてはまる」「ややあてはまる」合計
「そう思う」	: 「そう思う」「ややそう思う」合計
カロリーゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり5kcal未満のもの
糖質ゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり0.5g未満のもの
糖類ゼロ	: 食品表示基準に基づき、100mlあたり0.5g未満のもの
プリン体ゼロ	: 100mlあたり0.5mg未満のもの

※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%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。

※当社調査では、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「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。

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。