

(2024.6.27)

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2024
(詳細版)

〈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・埼玉県・神奈川県・千葉県）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 1,238人

ーノンアルコール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 516人

・調査方法 インターネット調査

・調査日 2024年4月19日（金）～4月26日（金）

<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 （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	: 2023年4月－2024年3月までの期間
半年前	: 2023年10月頃
1年前	: 2023年4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
「若年層」	: 20～29歳

※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、図・文中の「2023年」は2023年11月7日（火）付の「サントリー ノンアルコール飲料レポート2023」を指しています

1. ノンアルコール飲料市場について

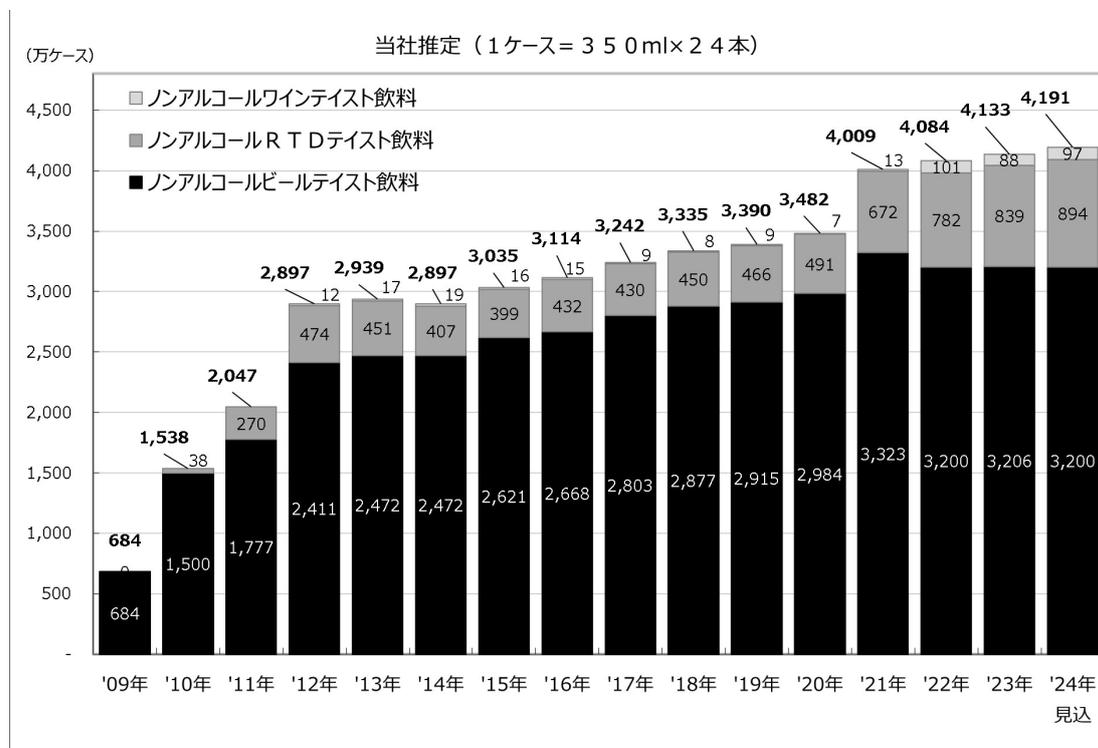
ノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大規模に

2023年のノンアルコール飲料市場は、4,133万ケース※（対前年101%）と、10年前の1.4倍以上の市場規模になったと推定されます。

2024年の市場規模は、4,191万ケース（対前年101%）と、市場は引き続き拡大すると見込まれます（図1）。

※1ケース=350ml×24本

【図1】【ノンアルコール飲料市場の推移（2009年～2024年）】



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を月1日以上飲んでいる人の約6割、週1日以上飲んでいる人の約7割が1年前に比べ飲用量が「増えた」と回答。増加の理由は「おいしさ」「種類の増加」「健康」

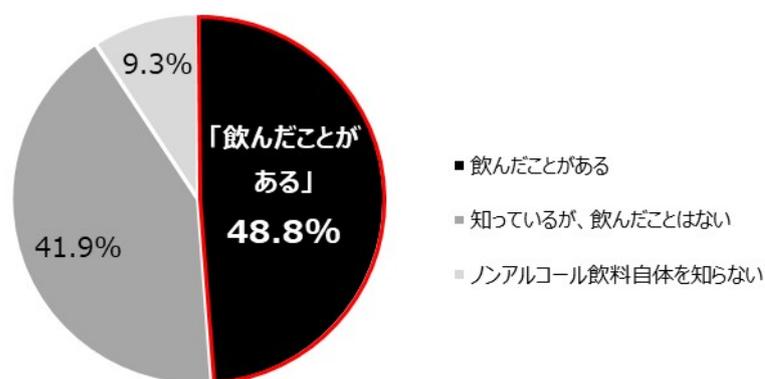
ノンアルコール飲料の飲用経験を聞いたところ、48.8%が「飲んだことがある」と回答しました（図2）。

「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、ノンアルコール飲料の飲用頻度が月1日以上の人約6割（58.8%）、週1日以上の人約7割（66.3%）が「そう思う」と回答しました。昨年と比べると、それぞれ4pt以上上昇しています（図3）。

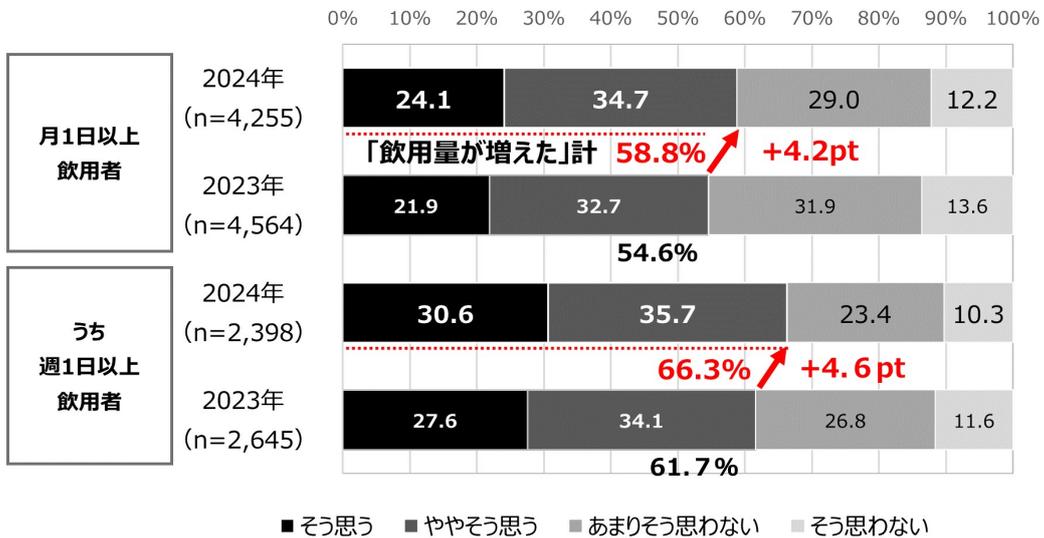
ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人の中で、1年前に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が「増えた」と回答した人にその理由を聞いたところ、「おいしいから・おいしくなったから」（47.6%）となり昨年から6.5pt上昇しました。「種類（バリエーション）が増えたから」（28.8%）も昨年より7.7pt上昇しており、おいしさや種類の広がりを実感している人が増えているようです。

また、「健康を気にするようになったから」（24.7%）や「休肝日を作ろう、増やそうと思ったから」（20.9%）と回答した人も、昨年に比べそれぞれ4.3pt、6.2pt上昇しています（図4）。おいしさ、種類の広がりに加え、健康志向の高まりも、飲用量の増加を後押ししているようです。

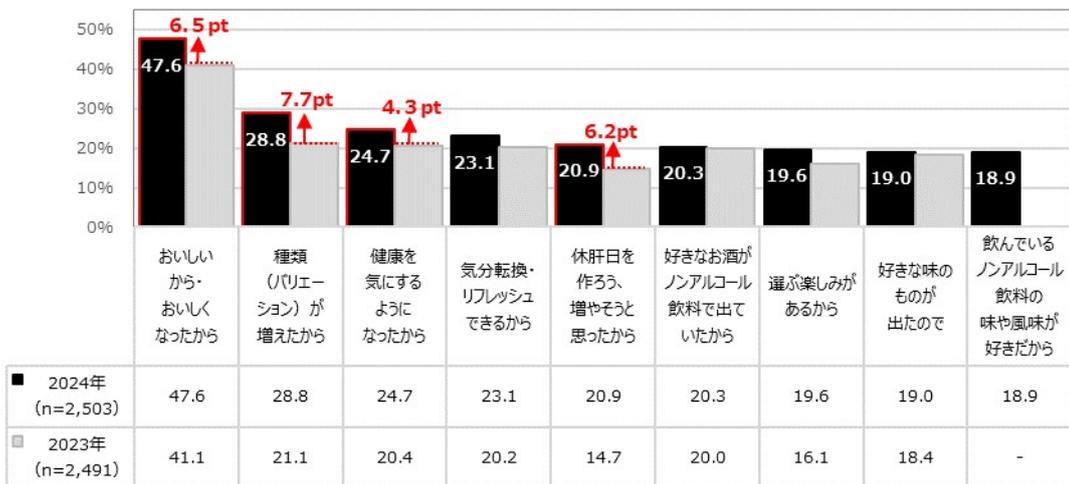
【図2】【ノンアルコール飲料の飲用経験（2024年）：全体】
(SA、n=30,000)



【図3】【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
(2023年、2024年)：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者・
週1日以上飲用者】(SA)



【図4】【1年前に比べ、ノンアルコール飲料の飲用量が増えた理由
(2023年、2024年)：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)



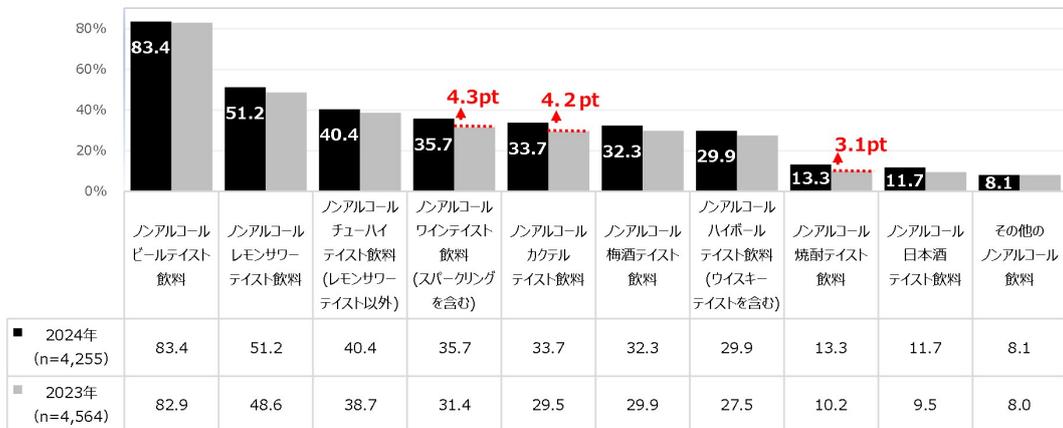
月1日以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人の
「ワインテイスト」「カクテルテイスト」の飲用経験率が上昇
特に若年層が、飲んだことのあるノンアルコール飲料の種類を広がりを実感

月1日以上ノンアルコール飲料を飲んでいる人に、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、1位は「ビールテイスト」(83.4%)で、2位「レモンサワーテイスト」(51.2%)、3位「チューハイテイスト(レモンサワーテイスト以外)」(40.4%)、4位「ワインテイスト」(35.7%)、5位「カクテルテイスト」(33.7%)となりました。「ビールテイスト」は、ノンアルコール飲料を飲んでいる人の8割以上が飲んでおり、広く浸透している様子がうかがえます。また、2位「レモンサワーテイスト」との飲用経験率の差は30pt以上となっています。

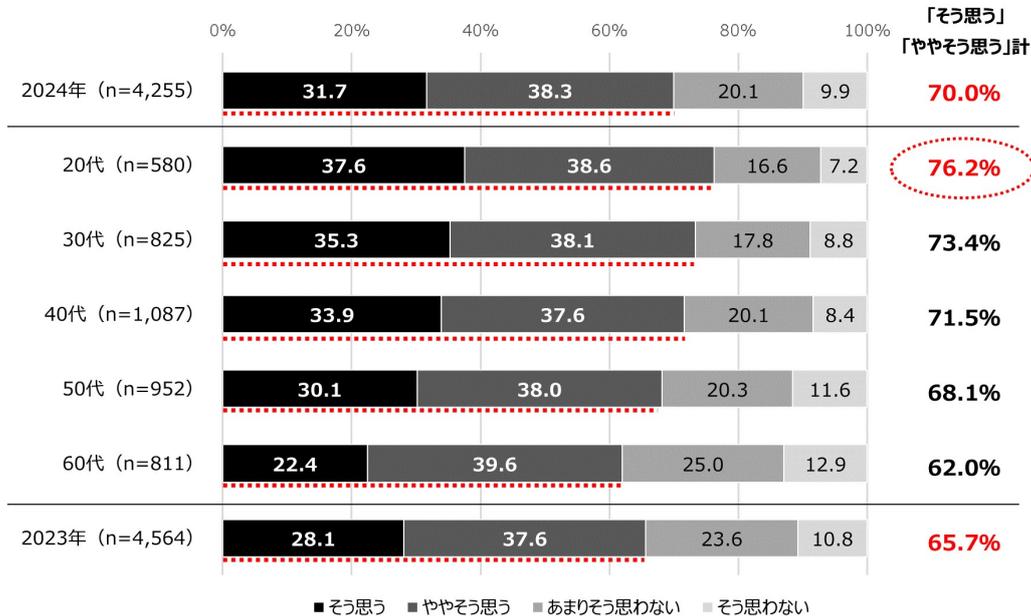
加えて、どの種類のノンアルコール飲料も昨年に比べて飲用経験率が上昇し、飲まれているノンアルコール飲料の種類が広がっているようです。特に、4位「ワインテイスト」と5位の「カクテルテイスト」はそれぞれ4pt以上、8位の「焼酎テイスト」は3.1pt昨年から上昇しています(図5)。

ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人のうち、70.0%が「1年前に比べ、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」と回答しており、昨年から4.3pt上昇しました。年代別に見ると、20代では76.2%の人が「広がっていると思う」と回答しており、全体と比べると6.2pt上回りました。若年層ほど、飲んだことのあるノンアルコール飲料の種類を広がりを実感しているようです(図6)。

【図5】【1年以内に飲んだことのあるノンアルコール飲料
(2023年、2024年)：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】(MA)



【図6】【1年前に比べ、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（2023年、2024年、年代別）：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA）



ノンアルコール飲料の飲用シーンは「夕食時」を中心に、「休日の昼間」や「友人知人との集まりや飲み会の席」が増加
若年層を中心に、多様なシーンでノンアルコール飲料を積極的に楽しむ

ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に飲用シーンを聞いたところ、1位は「夕食時」(60.8%)となり、食事と合わせて楽しんでいることがうかがえます。続いて2位「夕食後」(27.8%)、3位「風呂上がり」(27.2%)となりました。また、「休日の昼間」(21.4%)は2.5 pt、「友人知人の集まりや飲み会の席」(15.0%)は2.6 pt 昨年より上昇しており、夕食時以外でも飲用シーンの広がりがみられます。

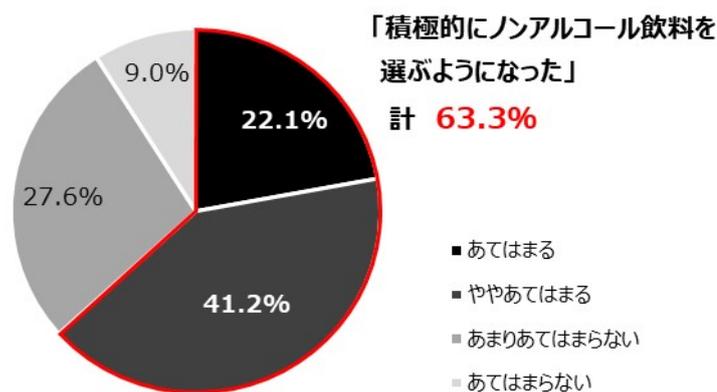
また年代別に見ると、特に20代は、他の年代に比べ、「夕食後」「昼食時」「休日の昼間」「料理をしながら」といったシーンで飲んでいる人が多く、日常のさまざまなシーンでノンアルコール飲料を楽しんでいるようです(図7)。

ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に、ノンアルコール飲料を選ぶ際の気持ちをたずねたところ、63.3%が「積極的にノンアルコール飲料を選ぶようになった」と回答しています。飲用シーンが広がるとともに、ノンアルコール飲料そのものを積極的に選ぶ様子が見られます(図8)。

[図7] 【ノンアルコール飲料を飲むシーン（2023年、2024年、年代別）：
ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（MA）



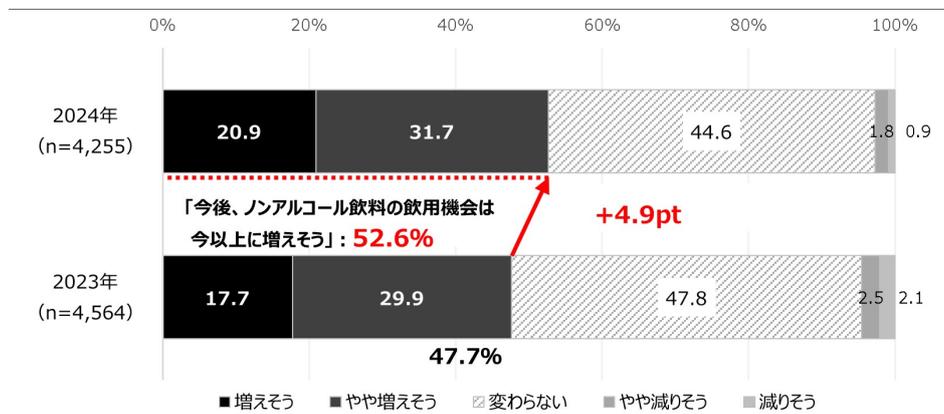
[図8] 【積極的にノンアルコール飲料を選ぶようになった：
ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA、n=4,255）



ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人の2人に1人が
「今後、飲用機会が増えそう」と回答

ノンアルコール飲料を月1日以上飲んでいる人に、「今後、ノンアルコール飲料の飲用機会が今以上に増えると思うか」を聞いたところ、52.6%が「増えそう」と回答しました（図9）。昨年と比べると4.9pt上昇しており、おいしさ、種類の広がり、健康志向の高まりによって、楽しむシーンが多様化し、ノンアルコール飲料の飲用機会が増えていくことが予想されます。

【図9】【今後、ノンアルコール飲料の飲用機会が今以上に増えると思うか（2023，2024年）：ノンアルコール飲料月1日以上飲用者】（SA）



(2) ノンアルコールビールテイスト飲料

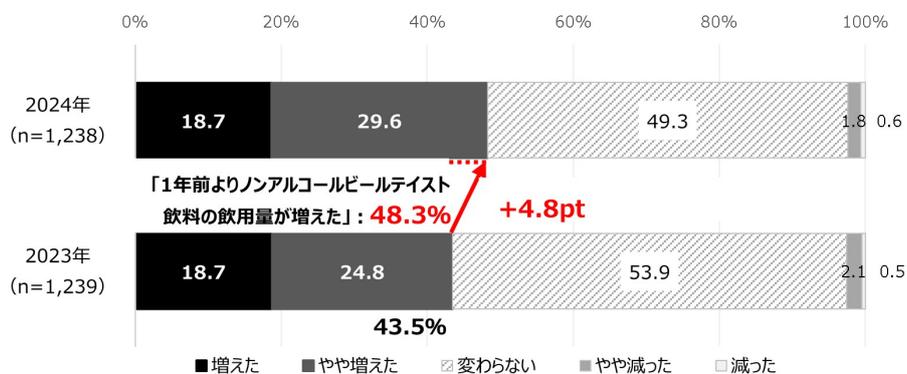
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人の約5割が、1年前に比べ飲用量が増加。主な理由は「おいしさ」と「健康」

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48.3%が、1年前に比べて飲用量が「増えた」と回答しました。「増えた」と回答した人は昨年より4.8pt上昇しており、多くの人の日常にノンアルコールビールテイスト飲料が定着していることがうかがえます(図10)。

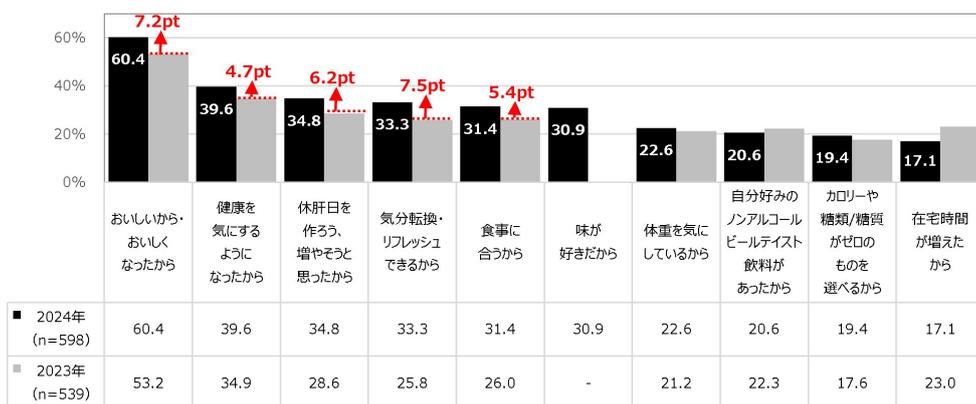
1年前に比べ、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用量が「増えた」と回答した人に、増えた理由を聞いたところ、1位「おいしいから・おいしくなったから」(60.4%)、2位「健康を気にするようになったから」(39.6%)となりました。「気分転換・リフレッシュできるから」「おいしいから・おいしくなったから」「休肝日を作ろう、増やそうと思ったから」「食事に合うから」「健康を気にするようになったから」は昨年より4pt以上上昇しています。おいしさや飲んだ時の爽快感に加えて、健康志向の高まりも影響し、飲用量が増えているようです(図11)。

[図10] 【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(2023年、2024年)：

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)



[図11] 【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(2023年、2024年)：前問の回答者のうち「増えた」と回答した人】(MA)

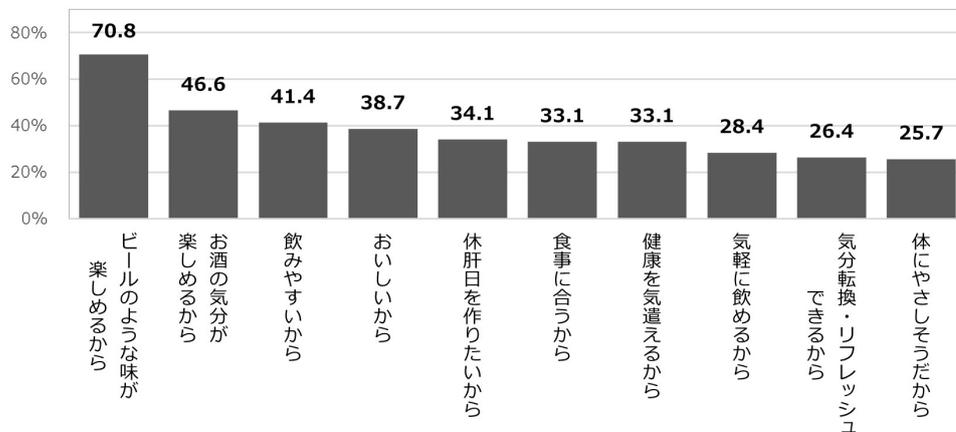


ノンアルコールビールテイスト飲料は、「リフレッシュしたいとき」
「開放感にひたりたいとき」「気分を上げたいとき」に自宅で飲まれている

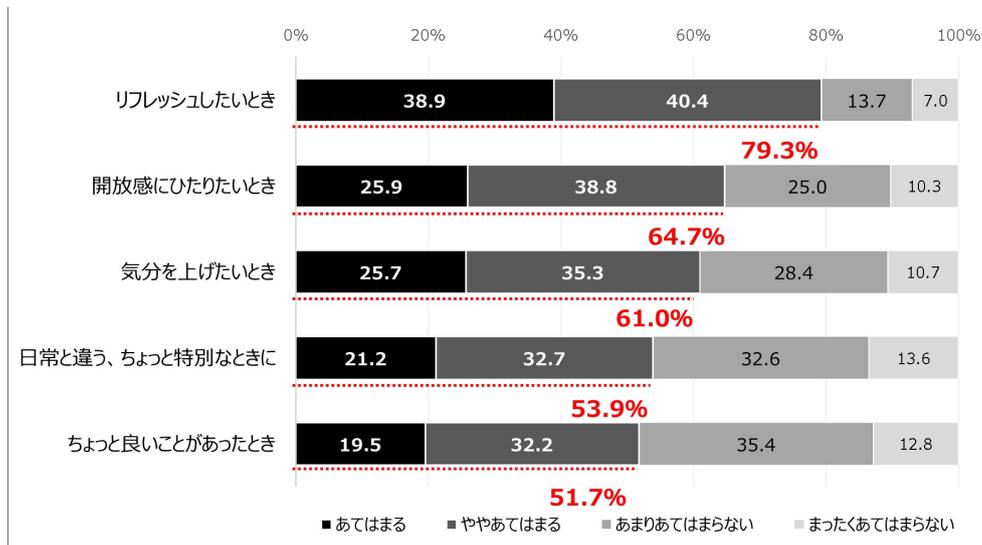
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に飲用理由を聞いたところ、「ビールのような味が楽しめるから」(70.8%)が最も多く、2位は「お酒の気分が楽しめるから」(46.6%)と、味わいや気分を楽しみたくて飲んでいる人が多いことがわかりました(図12)。

また、「自宅内でお茶やお水、清涼飲料水などではなく、ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶシチュエーション・気持ち」を聞いたところ、「リフレッシュしたいとき」(79.3%)が最も多く、「開放感にひたりたいとき」(64.7%)、「気分を上げたいとき」(61.0%)が続きました。ノンアルコールビールテイスト飲料は、日常のなかで、ビール(お酒)の代替としてのみならず、リフレッシュしたい時や気分を上げたい時などに選ばれているようです。(図13)。

【図12】【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=1,238)



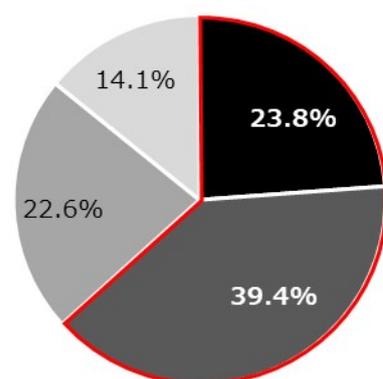
[図13] 【自宅内でお茶やお水、清涼飲料水などではなく、ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶシチュエーション・気持ち：
ノンアルコールビールテイスト飲料月1日以上飲用者】(MA、n=1,238)



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6割以上が「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」と回答。
ノンアルコールビールテイスト飲料の「機能」を重視

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、「1年前に比べ、ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際、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、63.2%が「そう思う」と回答しました(図14)。健康志向の高まりによって、ノンアルコールビールテイスト飲料では「機能」が重視されているようです。

[図14] 【1年前に比べ、ノンアルコールビールテイスト飲料を選ぶ際、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=1,238)



「ノンアルコール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
を選ぶことが多くなった」

計 63.2%

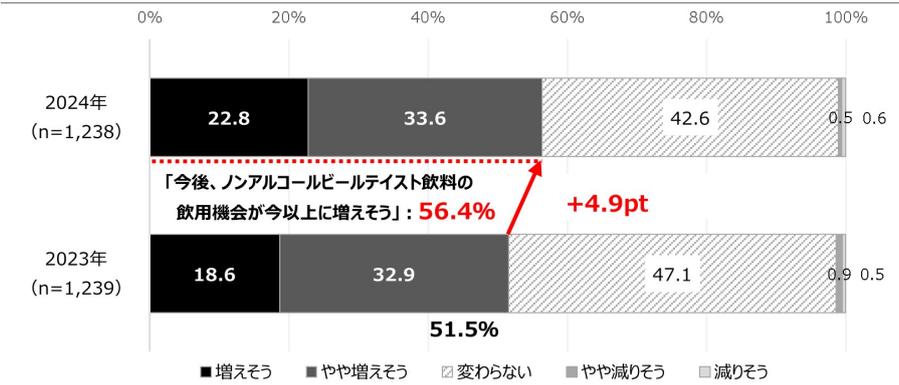
- そう思う
- ややそう思う
- あまりそう思わない
- そう思わない

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半数以上が「今後、飲用機会が増えそう」、6割以上が「暑いとき、飲用機会が増えそう」と回答

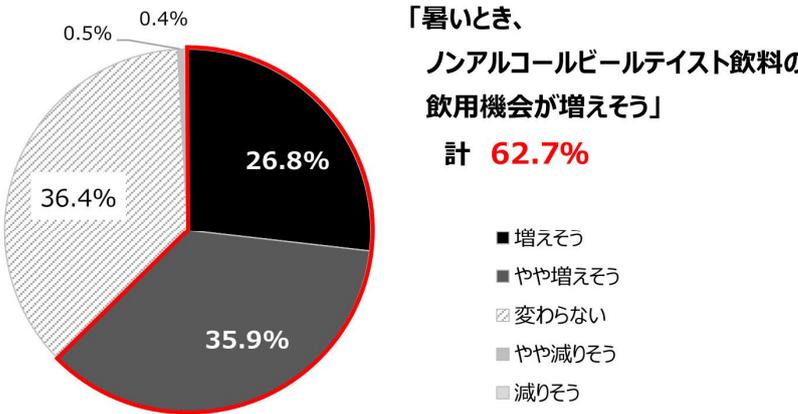
ノンアルコールビールテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、「今後、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会が今以上に増えると思うか」を聞いたところ、昨年より4.9pt多い56.4%が「増えそう」と回答しました。「おいしさ」に対する評価に加え、健康志向の高まりによって、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会はますます増えていくと予想されます（図15）。

また、暑いときに飲む機会が「増えそう」と回答した人は62.7%となりました。夏本番を迎えるこれから、ノンアルコールビールテイスト飲料が飲まれる機会はいっそう増えそうです（図16）。

[図15] 【今後、ノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会が今以上に増えると思うか（2023年、2024年）：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）



[図16] 【暑いときにノンアルコールビールテイスト飲料の飲用機会が増えると思うか：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=1,238）



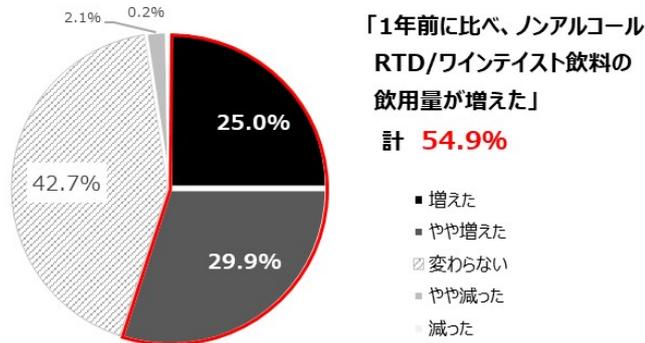
(3) ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料

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
5割以上が飲用量増加
理由は「おいしさ」「種類が増えた」「選ぶ楽しみ」

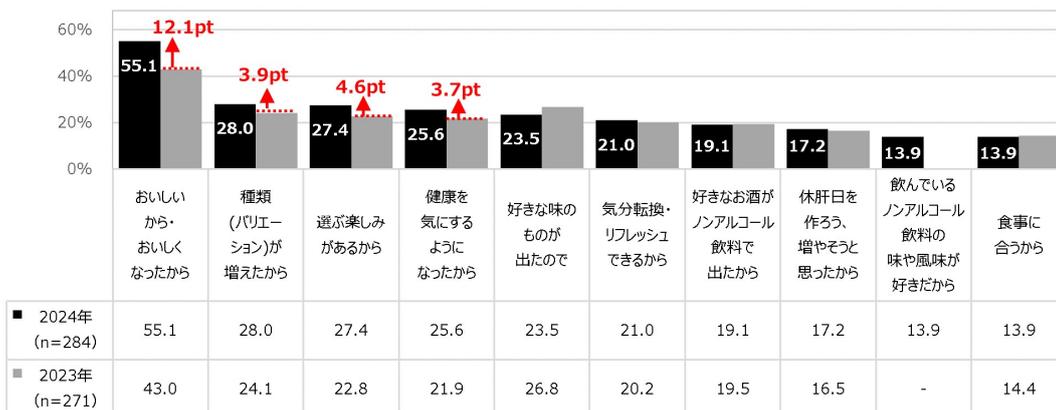
ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、1年前と比べた飲用量の変化を聞いたところ、54.9%が「増えた」と回答しています(図17)。

「増えた」理由は「おいしいから・おいしくなったから」(55.1%)が最も多く、昨年より12.1pt上昇しました。続いて「種類(バリエーション)が増えたから」(28.0%)、「選ぶ楽しみがあるから」(27.4%)、「健康を気にするようになったから」(25.6%)と回答した人も、それぞれ昨年より増加しています。おいしさとバリエーションの広がり、健康志向の高まりが飲用量を増加させているようです(図18)。

【図17】【1年前と比べ、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=516)



【図18】【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(2023年、2024年)：ノンアルコールRTD/ワインテイスト飲料月1日以上飲用者のうち、飲用量が増えた人】(MA)

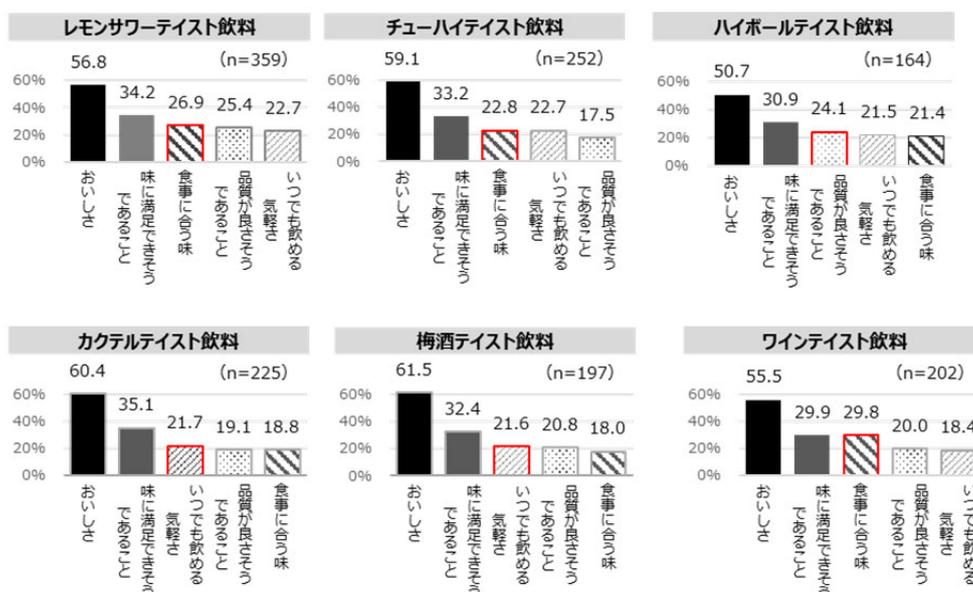


ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を選択する際に重視するポイントは、
「おいしさ」「味に満足できそうであること」
好みやシーンに合わせて、さまざまなカテゴリーを選択

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、ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を選ぶ際に重視するポイントを聞き、自宅で飲んでいるカテゴリー別に比較したところ、どのカテゴリーにおいても1位「おいしさ」、2位「味に満足できそうであること」となり、おいしさにこだわりを持って選ぶ人が多いことがわかりました。

一方、カテゴリー別の違いも見られました。「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」を飲んでいる人が重視するポイントの3位は「食事に合う味」で、食事と合わせて楽しみたい人が多いようです。一方、「ハイボールテイスト（ウイスキーテイストを含む）」を飲んでいる人が重視するポイントの3位は「品質が良さそうであること」で、おいしさに加えて品質を重視する人がやや多いようです。「カクテルテイスト」「梅酒テイスト」を飲んでいる人が重視するポイントの3位は「いつでも飲める気軽さ」で、よりカジュアルに、さまざまなシーンで気軽に楽しみたい人が多いようです(図19)。

【図19】【ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を選択する際に重視するポイント：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者のうち該当のノンアルコール飲料を自宅で飲んでいる人】(MA)



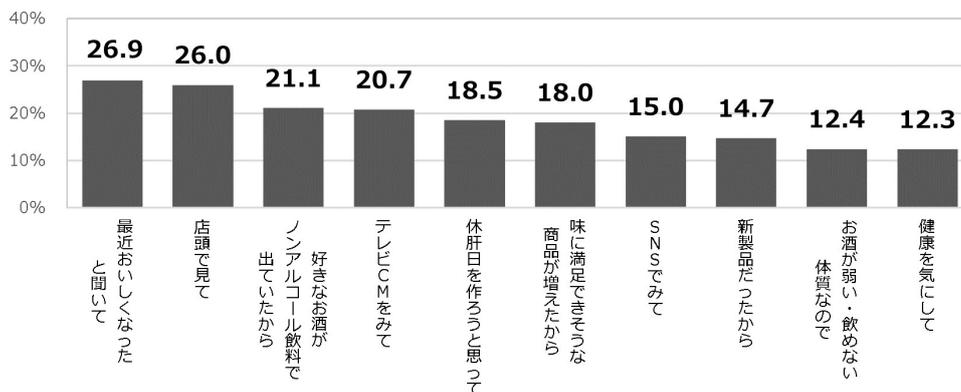
ノンアルコールワインテイスト飲料を飲み始めたきっかけは
「最近おいしくなったと聞いて」が最多
「ゆっくりくつろいで時間を過ごしたいとき」「食事時間を少し華やかにしたいとき」
など、ワインならではの価値が楽しまっている

ノンアルコールワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人のうち、自宅内で飲んでいる人に「飲み始めたきっかけ」を聞いたところ、1位「最近おいしくなったと聞いて」(26.9%)、2位「店頭で見て」(26.0%)、3位「好きなお酒がノンアルコール飲料で出ていたから」(21.1%)となりました(図20)。

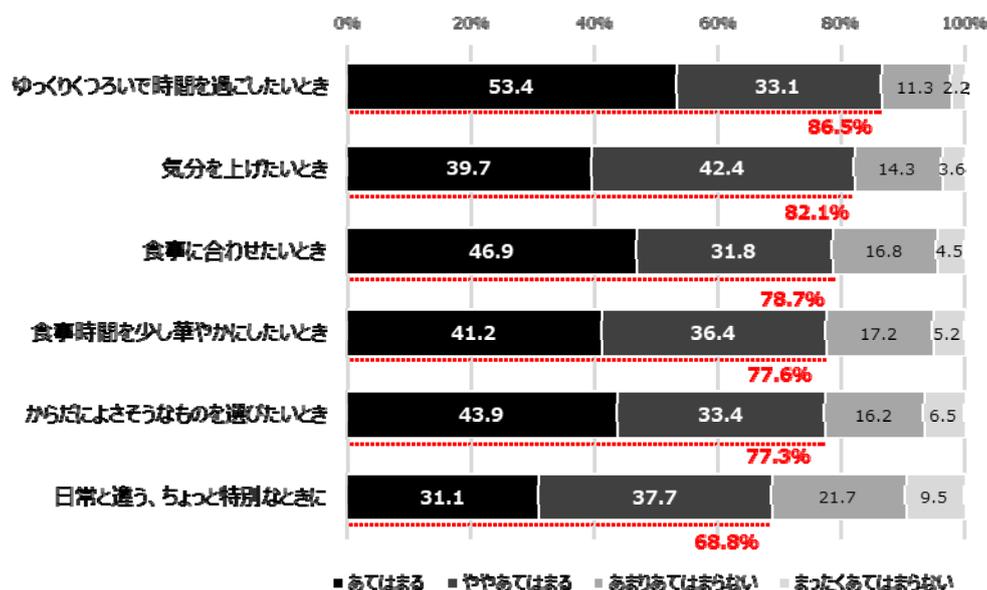
また、自宅で飲むノンアルコールワインテイスト飲料を選ぶ際のシチュエーション・気持ちを聞いたところ、「ゆっくりくつろいで時間を過ごしたいとき」(86.5%)をはじめ、「気分を上げたいとき」(82.1%)、「食事時間を少し華やかにしたいとき」(77.6%)と回答した人が多く、ワインならではの楽しみ方を活かし、他のノンアルコール飲料とは異なる「ワインならではの価値」を楽しむ人が多いことがうかがえます(図21)。

〔図20〕【ノンアルコールワインテイスト飲料（スパークリングも含む）を飲み始めたきっかけ：

ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者のうち、自宅でノンアルコールワインテイスト飲料を飲んでいる人】(SA、n=202)



【図21】【自宅で飲むノンアルコールワインテイスト飲料（スパークリングも含む）を選ぶシチュエーション・気持ち：ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料月1日以上飲用者のうち、自宅でノンアルコールワインテイスト飲料を飲んでいる人】
（SA、n=202）

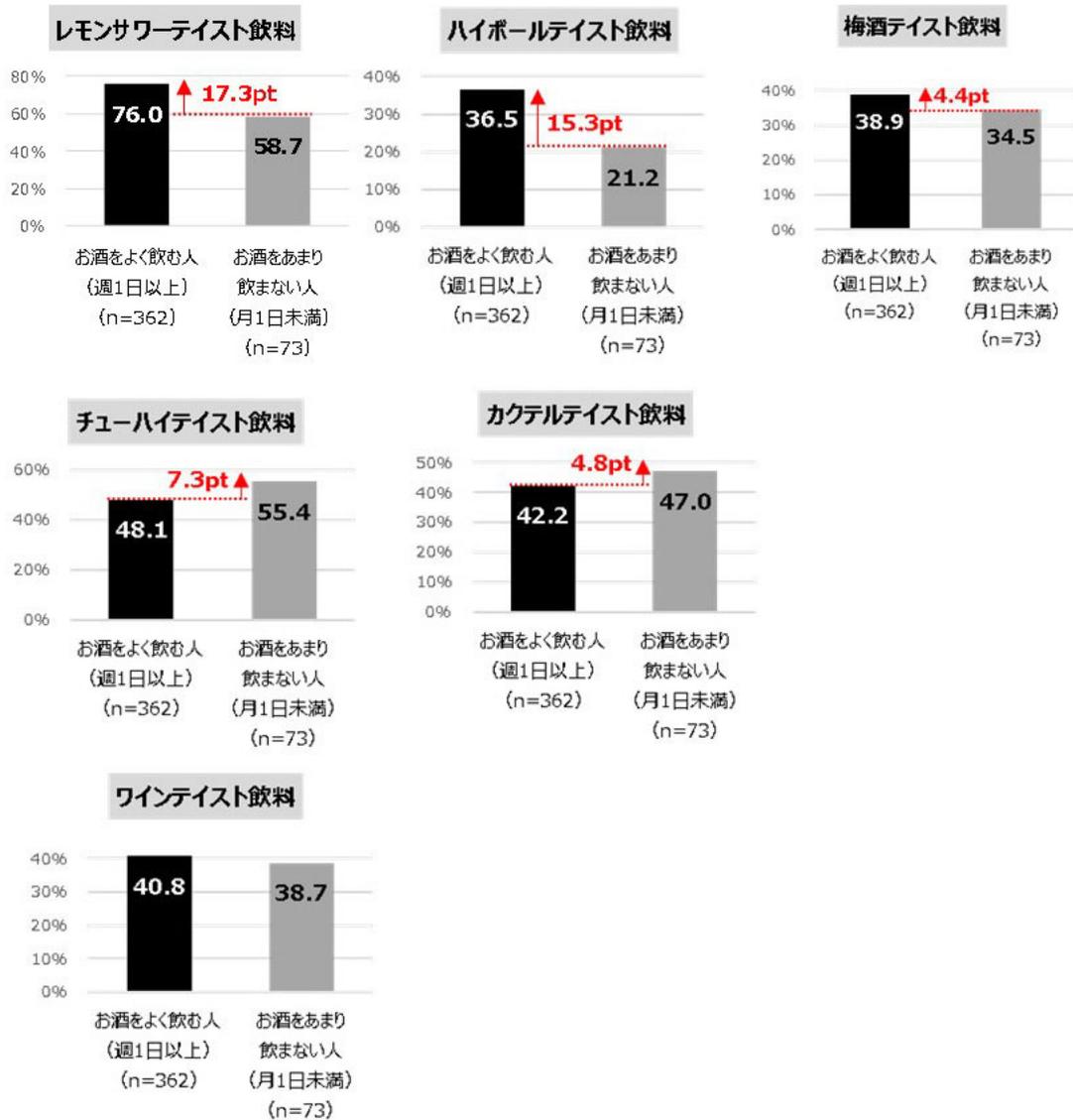


月1日以上ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を飲んでいる人のうち、お酒をよく飲む人は「レモンサワーテイスト飲料」「ハイボールテイスト飲料」を、お酒をあまり飲まない人は「チューハイテイスト飲料」「カクテルテイスト飲料」をより好んで選択

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の中で、お酒の飲用頻度別に、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について聞きました。

「レモンサワーテイスト飲料」や「ハイボールテイスト飲料」（ウイスキーテイストを含む）、「梅酒テイスト飲料」は「お酒をあまり飲まない人」より、「お酒をよく飲む人」に選ばれており、「チューハイテイスト飲料（レモンサワーテイスト以外）」や「カクテルテイスト飲料」は「お酒をあまり飲まない人」に選ばれています。なお、「ワインテイスト飲料」は、お酒の飲用頻度にかかわらず選ばれているようです（図22）。

[図22] 【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
 (お酒の飲用頻度別) :
 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)

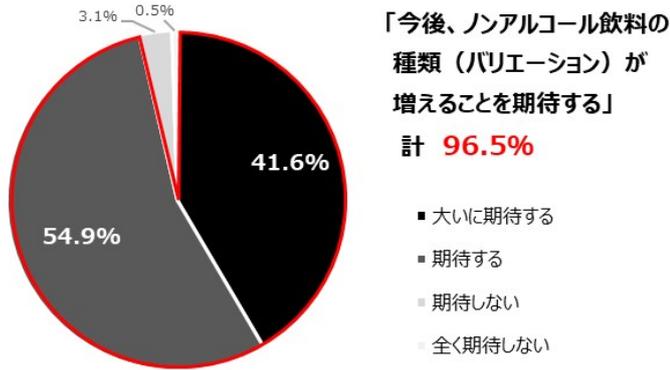


月1日以上ノンアルコールRTD／ワイン飲料を飲んでいる人のうち、
9割以上がノンアルコール飲料の種類増加に期待

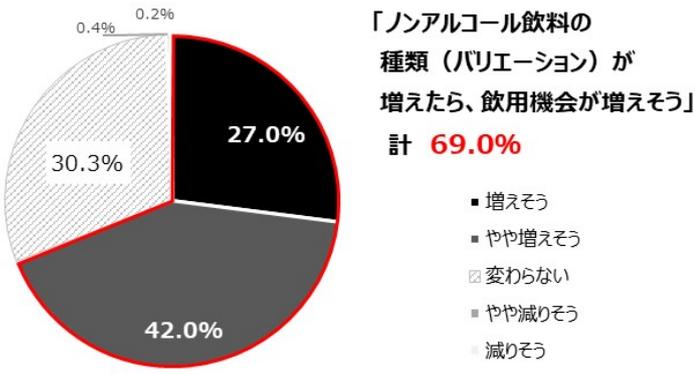
ノンアルコールRTD／ワインテイスト飲料を月1日以上飲んでいる人に、「今後、ノンアルコール飲料の種類（バリエーション）が増えることを期待するか」を聞いたところ、「大いに期待する」（41.6%）、「期待する」（54.9%）を合わせて96.5%となり、多くの人々がノンアルコール飲料の種類増加に期待していることがうかがえます（図23）。

また、「今後、ノンアルコール飲料の種類が増えた場合、飲用機会が増えそうか」と聞いたところ、69.0%が「増えそう」と回答しました。種類が広がり、選択肢が増えることで、ノンアルコール飲料の飲用機会が増えていくと考えられているようです（図24）。

[図23] 【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=516)



[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=516)



以 上