

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

- ノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大規模に
- 「おいしさ」「種類の増加」「健康」が飲用量増加を後押し
- 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」



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。

2023年のノンアルコール飲料市場は伸長を続け、過去最大の市場規模となりました。

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2024（詳細版）」を参照ください。

https://www.suntory.co.jp/news/article/mt_items/14622-1.pdf

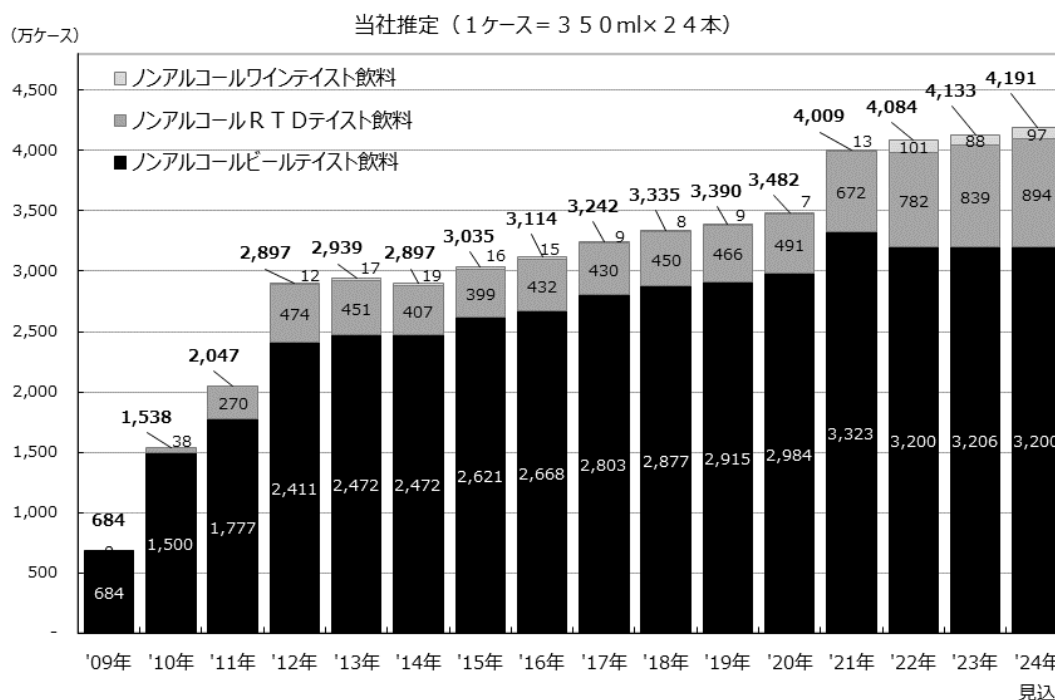
I 調査サマリー

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
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。

※1ケース=350ml×24本

【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」
- ・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の広がりを実感
- ・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の2人に1人が「今後、飲用機会が増えそう」と回答

(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

(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れている
- ・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
- ・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、9割以上がノンアルコール飲料の種類増加に期待

1.1 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

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す、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。