

ライフデータふくおか 2024

令和の「飲みスタイル」

低アル・ノンアル市場の今後と
新たなトレンド

ライフデータふくおか 2024

令和の「飲みスタイル」

第1部 アルコール市場の今

第2部 低アル・ノンアルの飲用実態

第3部 市場変化の背景要因

第4部 新たな市場の可能性

コロナ禍を経て生活は大きく変化

おうち時間の増加

内食・中食の増加

非接触型決済手段の
浸透

新たな生活様式が
「ニューノーマル」な状態として定着

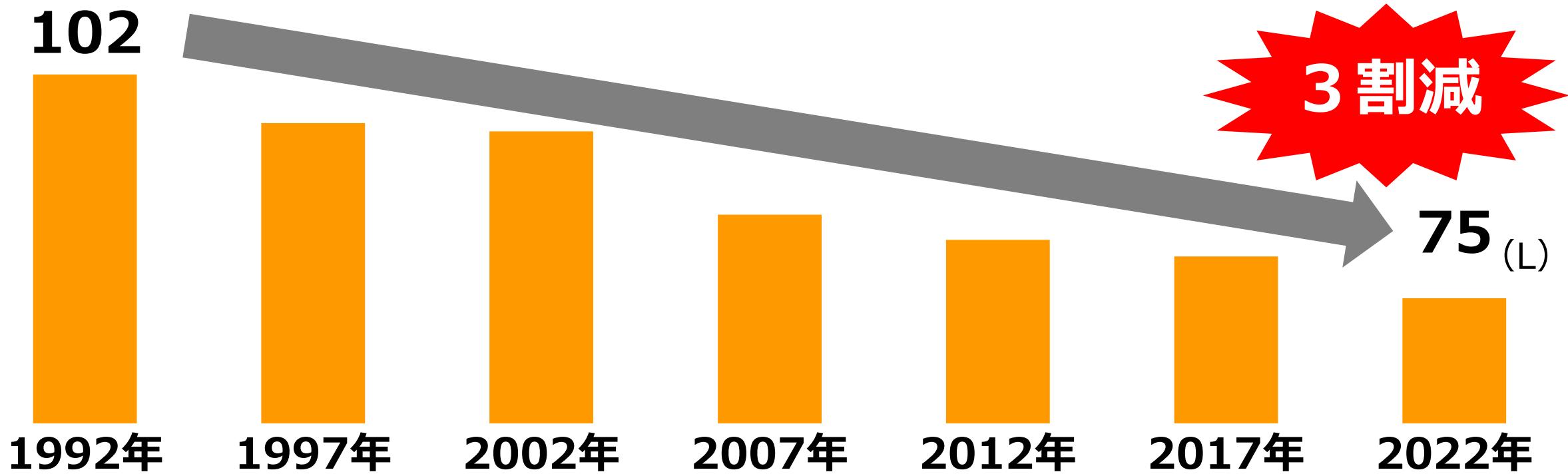
ライフスタイルの変化によって
お酒との付き合い方も変わっている？

お酒との付き合い方が多様に

第1部 アルコール市場の今

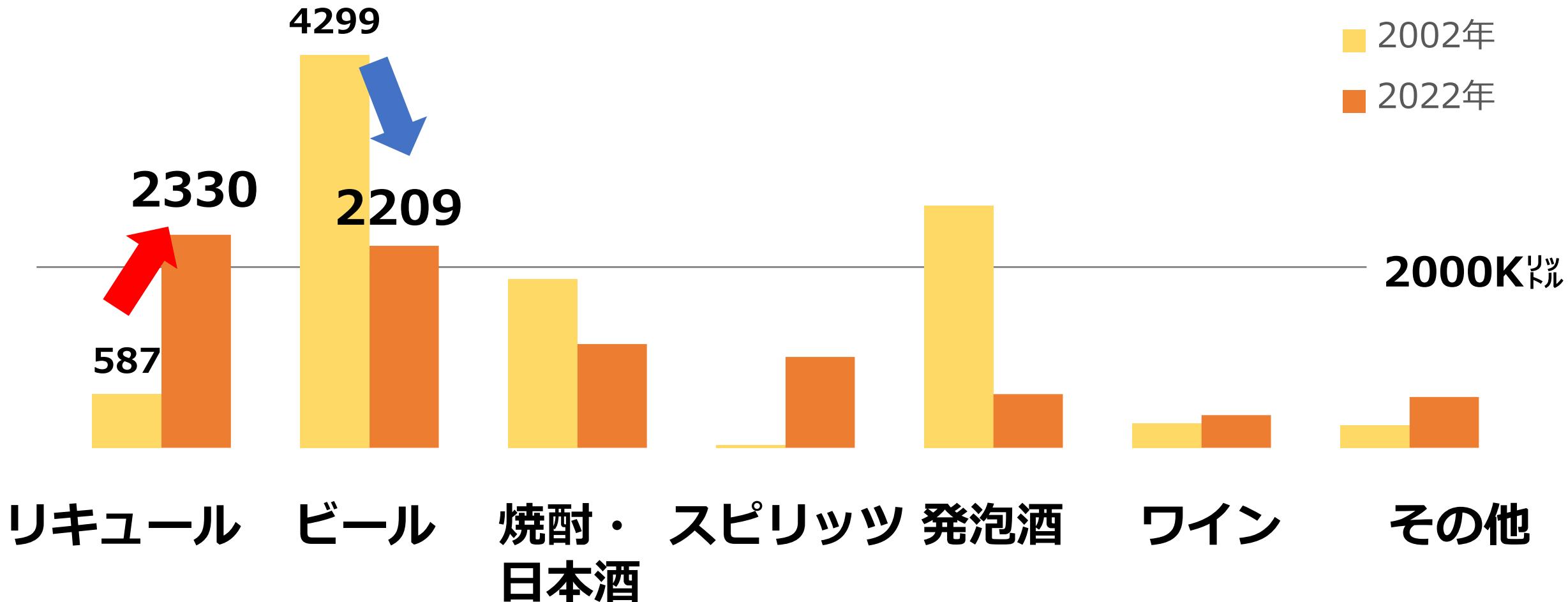
一人あたりの年間アルコール消費量の推移

92年から減少し続け、ピーク時の74%に



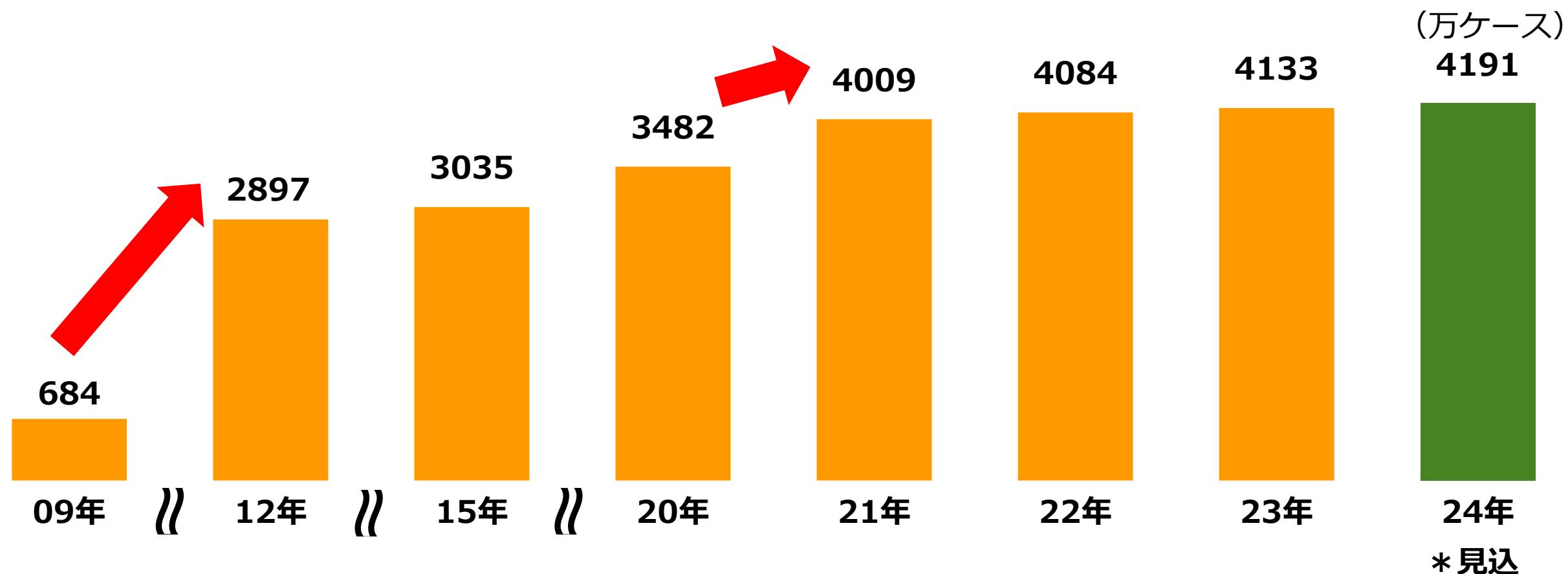
酒類別の出荷量

この20年でリキュールは増加、ビールは減少



ノンアル飲料の販売数量の伸び

ノンアルは2009年の**6倍**に拡大



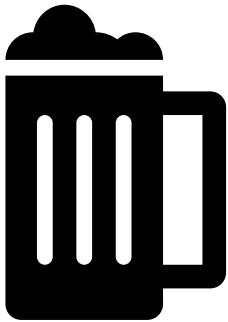
※サントリーホールディングス「ノンアルコール飲料レポート2024」にて市場全体を推計した数値

ソバーキュリアスという 新しいライフスタイルが登場

Sober (しらふ) と Curious(好奇心が強い)を組み合わせた造語
“あえてお酒を飲まない”という新しいライフスタイル

第2部 低アル・ノンアルの飲用実態

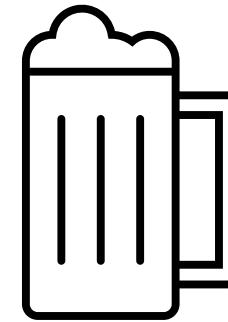
今回の調査におけるアルコール飲料の分類 (ジーコム)



アルコール



低アルコール



ノンアルコール

1%以上

0.01%～
1%未満

0.00%
アルコールティスト

調査概要

インターネット調査

- ・福岡県・熊本県・鹿児島県
広島県・山口県在住の
20歳～79歳の男女
- ・680サンプル

オンライン グループインタビュー

- ・福岡・熊本県在住の
20～40代の男女

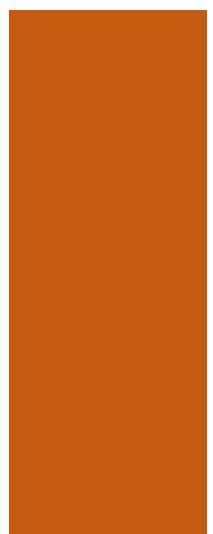
- ①男性 低・ノンアルの月1回以上飲用層
- ②女性 低・ノンアルの月1回以上飲用層
- ③女性 低・ノンアルの月1回未満飲用層

- ・各5サンプル
計15サンプル

月間の平均飲用回数

3種とも自宅での飲用回数が多い

9.0回



自宅

1.0回



アルコール

3.0回



自宅

0.8回



低アル

3.1回



自宅

1.4回



ノンアル

月間の平均飲用回数

年代別

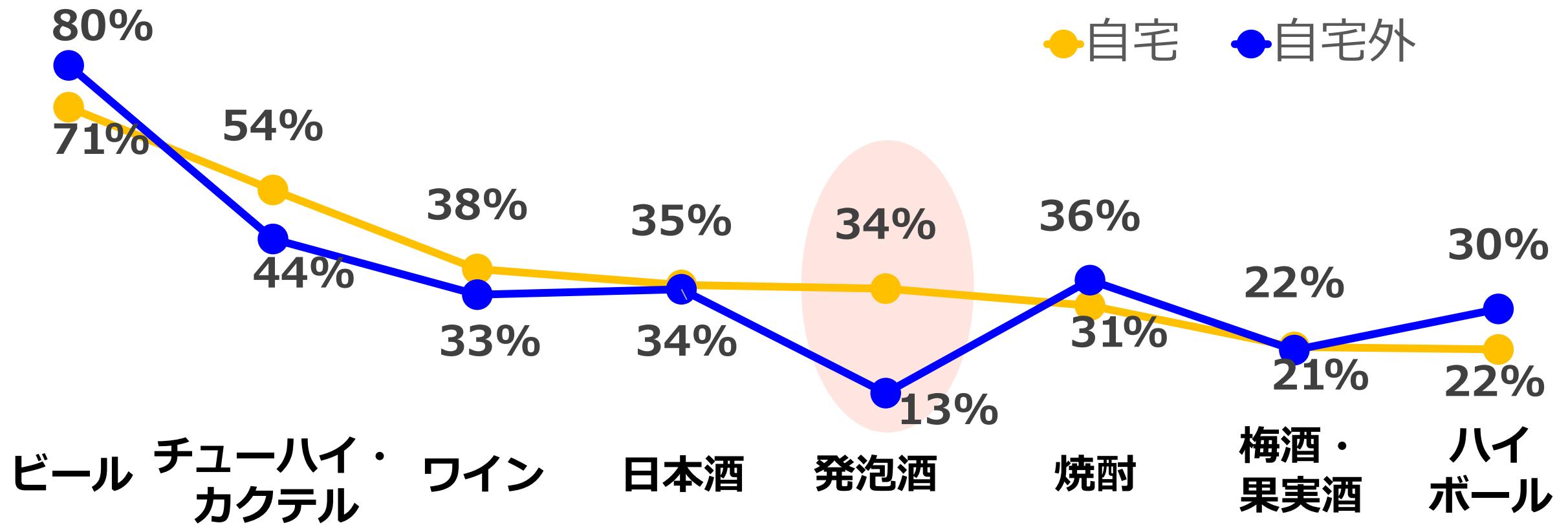
低アル・ノンアルは30・40代が中心

(回)

| | アルコール | | 低アル | | ノンアル | |
|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|
| | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 |
| 20代 | 4.6 | 1.3 | 2.2 | 0.7 | 1.8 | 1.6 |
| 30代 | 7.6 | 1.1 | 4.2 | 1.2 | 4.9 | 2.9 |
| 40代 | 8.6 | 1.4 | 3.8 | 1.4 | 3.6 | 1.7 |
| 50代 | 10.1 | 1.1 | 2.5 | 0.4 | 3.4 | 1.1 |
| 60代 | 11.0 | 0.6 | 2.1 | 0.2 | 2.7 | 0.6 |
| 70代 | 10.8 | 0.6 | 3.1 | 0.3 | 1.0 | 0.3 |

アルコールの飲用力カテゴリー

自宅と外で差が大きいのは「発泡酒」



アルコールの飲用力カテゴリー 【自宅】

年代別

40代以下は「チューハイ・カクテル」と
「ビール」が同水準

(%)

| | ビール | チューハイ・カクテル | ワイン | 日本酒 | 発泡酒 | 焼酎 | 梅酒・果実酒 |
|-----|-----|------------|-----|-----|-----|----|--------|
| 年代 | | | | | | | |
| 20代 | 52 | 54 | 24 | 26 | 8 | 16 | 24 |
| 30代 | 60 | 67 | 27 | 19 | 27 | 14 | 19 |
| 40代 | 77 | 72 | 39 | 25 | 41 | 20 | 31 |
| 50代 | 73 | 56 | 35 | 35 | 42 | 35 | 21 |
| 60代 | 77 | 45 | 51 | 46 | 39 | 44 | 22 |
| 70代 | 86 | 30 | 47 | 58 | 40 | 49 | 14 |

* 50%以上にイエロー

アルコールの飲用カテゴリー 【自宅外】

年代別

自宅同様、40代以下で「チューハイ」高

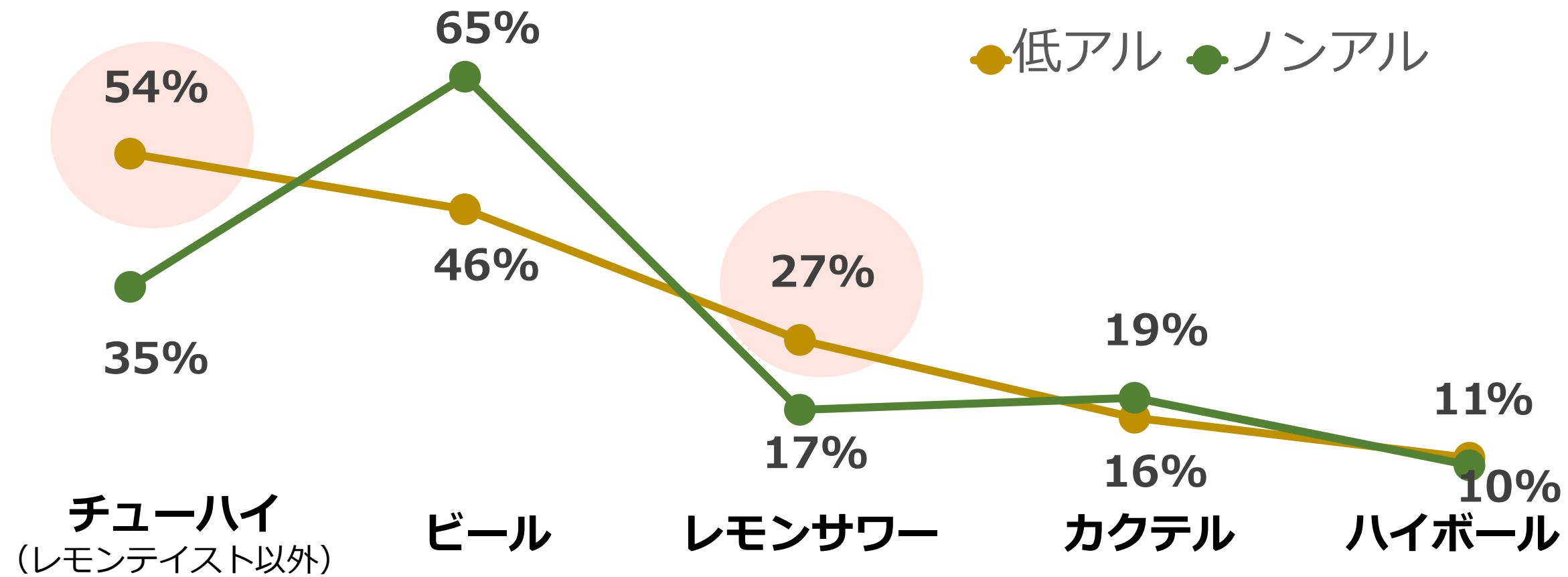
(%)

| | ビール | チューハイ・カクテル | 焼酎 | 日本酒 | ワイン | ハイボール | ウイスキー・ブランデー |
|-----|-----|------------|----|-----|-----|-------|-------------|
| 年代 | 59 | 57 | 26 | 37 | 28 | 28 | 15 |
| 30代 | 63 | 46 | 23 | 23 | 25 | 33 | 17 |
| 40代 | 72 | 59 | 31 | 27 | 36 | 31 | 23 |
| 50代 | 100 | 43 | 51 | 43 | 40 | 42 | 28 |
| 60代 | 90 | 35 | 40 | 26 | 35 | 26 | 25 |
| 70代 | 100 | 21 | 43 | 57 | 32 | 11 | 21 |

* 50%以上にイエロー

低アル・ノンアルの飲用力カテゴリー

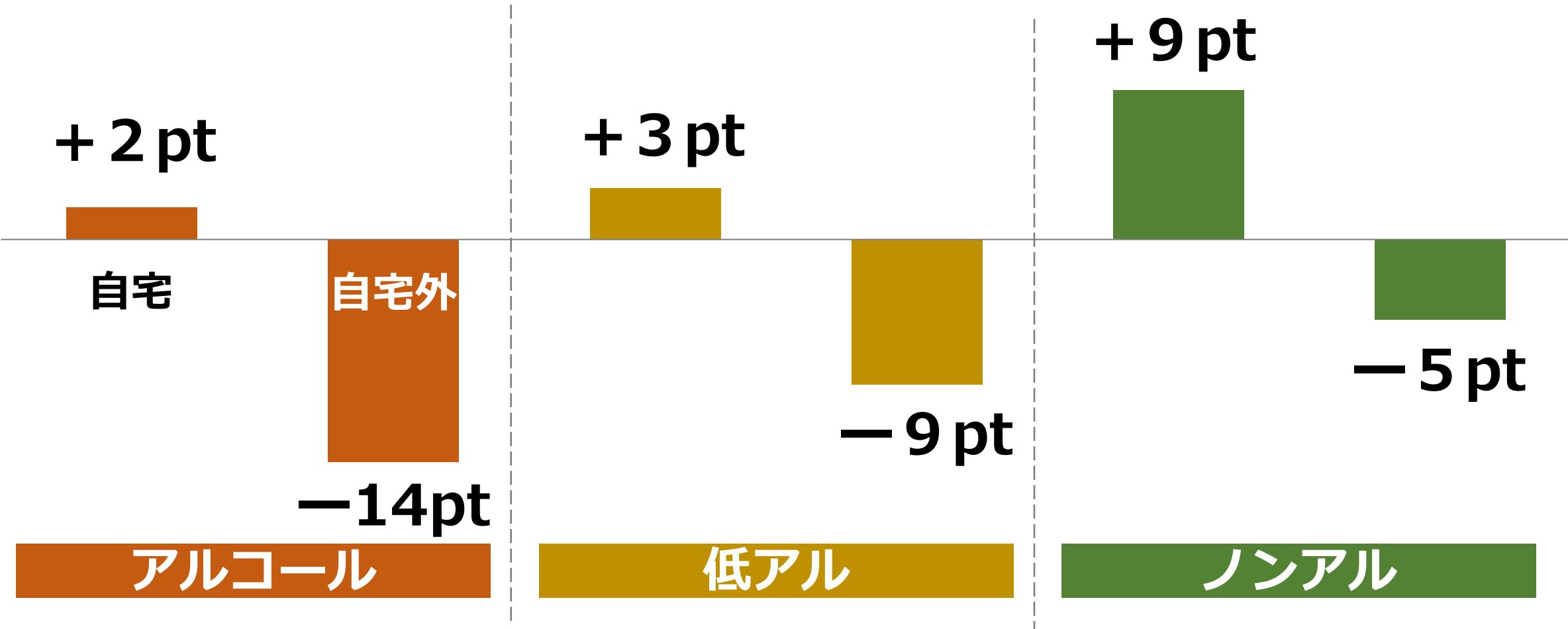
低アルは「チューハイ」、ノンアルは「ビール」



コロナ禍前との飲用変化

外飲みから家飲みにシフト

「増えた」 - 「減った」



コロナ禍前との飲用変化

年代別

ノンアルの需要増は30・40代

「増えた」 - 「減った」 (ポイント)

| | アルコール | | 低アル | | ノンアル | |
|-----|-------|-----|-----|-----|------|-----|
| | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 |
| 20代 | +14 | +7 | +8 | 0 | -4 | -8 |
| 30代 | +16 | -8 | +7 | -9 | +29 | -4 |
| 40代 | +11 | -13 | +10 | -4 | +22 | +18 |
| 50代 | -9 | -17 | +3 | -26 | +10 | -13 |
| 60代 | -4 | -25 | -10 | -5 | -3 | -10 |
| 70代 | -12 | -32 | 0 | -25 | 0 | -11 |

第3部 市場変化の背景要因

社会の変化

コンプライアンス

- 飲酒運転の罰則強化
- アルコールハラスメントの周知

インクルーシブ

- 多様性を尊重
- 飲まない人・飲めない人も一緒に楽しむ

低価格商品の充実

- 酒税法改正

ライフスタイルの変化

健康志向の高まり

- 適正な飲酒量
- 効果・機能性重視

アルコールとの
付き合い方を見直し

生活時間の変化

- 外出頻度の減少
- おうち時間の充実

働き方の変化

- 勤務形態の多様化
- リモートワーク

自分時間の充実を重視

飲用形態 4 タイプ

アルコール派

アルコール 月1回以上
低アル・ノンアル 月1回未満

52%

併用派

アルコール 月1回以上
低アル・ノンアル 月1回以上

低飲用派

アルコール・低アル・ノンアル
いずれか 月1回未満

48%

非飲用派

アルコール・低アル・ノンアル
いずれも 年1回未満

4タイプのプロフィール特性

アルコール派

飲む種類は幅広い

男性 6 : 女性 4 50代・60代で 5割

併用派

ビールとチューハイ・カクテルの飲用率が高い

男女半々 20代～60代で分散

低飲用派

チューハイ・カクテルの飲用率が高い

男女半々 20代・60代が2割強

非飲用派

アルコール飲料へのイメージが希薄

男性 4 : 女性 6 20代・30代・40代 各 2割

月間の平均飲用回数

低アル・ノンアル飲用の主流は**併用派**

(回)

| | アルコール | | 低アル | | ノンアル | |
|--------|-------|-----|-----|-----|------|-----|
| | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 |
| アルコール派 | 12.7 | 1.0 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| 併用派 | 10.2 | 1.5 | 5.1 | 1.2 | 5.0 | 2.5 |
| 低飲用派 | 0.2 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |

コロナ禍前と比べた飲用回数の増減値

併用派は3種とも自宅で増加

「増えた」 - 「減った」(ポイント)

| | アルコール | | 低アル | | ノンアル | |
|--------|-------|-----|-----|-----|------|-----|
| | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 | 自宅 | 自宅外 |
| アルコール派 | +1 | -19 | +14 | -9 | -6 | -13 |
| 併用派 | +10 | -9 | +8 | -9 | +15 | -2 |
| 低飲用派 | -15 | -14 | -19 | -8 | -10 | -11 |

今後の飲用意向

最大のけん引層は今後も併用派

「増えそう」 – 「減りそう」 (ポイント)

| | アルコール | 低アル | ノンアル |
|--------|-------|-----|------|
| アルコール派 | – 1 | – 2 | – 3 |
| 併用派 | + 2 | + 4 | + 7 |
| 低飲用派 | – 9 | – 6 | – 3 |
| 非飲用派 | – 4 | – 3 | – 2 |

① 「健康に気を付けた食事をしている」

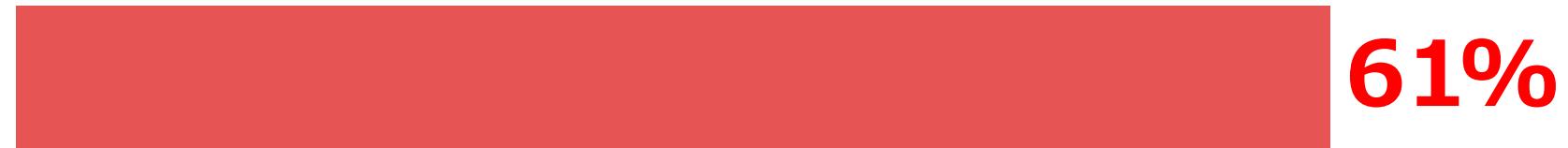
肯定率

併用派は健康意識が高い

アルコール派



併用派



低飲用派



非飲用派

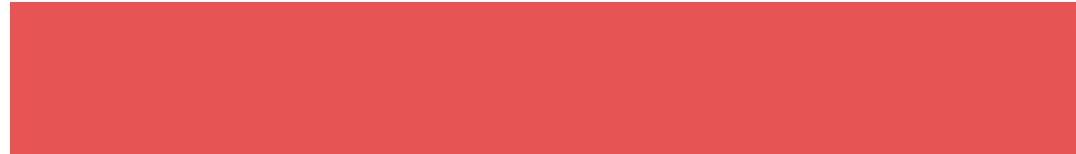


② 「カロリーオフや糖質ゼロを選ぶ」

肯定率

併用派はカロリー・糖質オフを重視

アルコール派  16%

併用派  37%

低飲用派  21%

非飲用派  8%

③ 「食事はゆっくり楽しみたい」

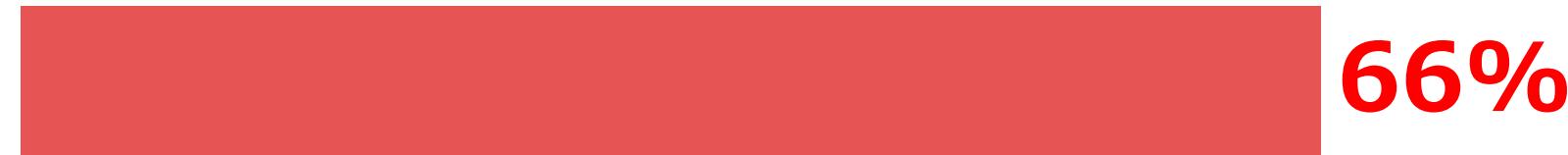
肯定率

食事の楽しみを重視する併用派

アルコール派



併用派



低飲用派



非飲用派



④

「食べることに贅沢をする」

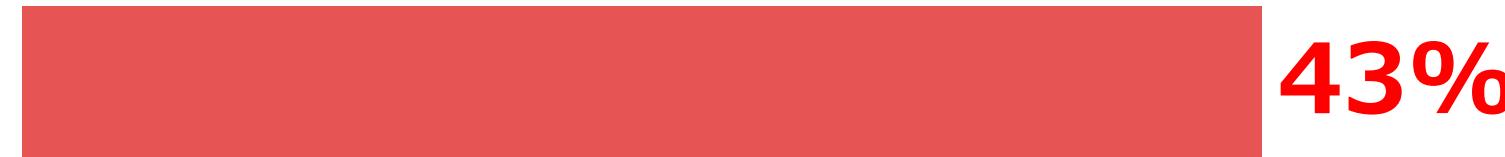
肯定率

併用派は食にお金をかける

アルコール派



併用派



低飲用派



非飲用派

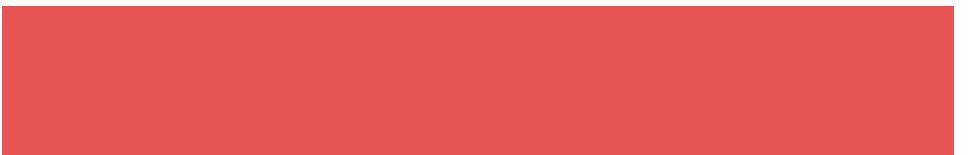


⑤ 「新製品や話題の商品に関心があり、購入もする」

併用派は新しいものが好き

肯定率

アルコール派  16%

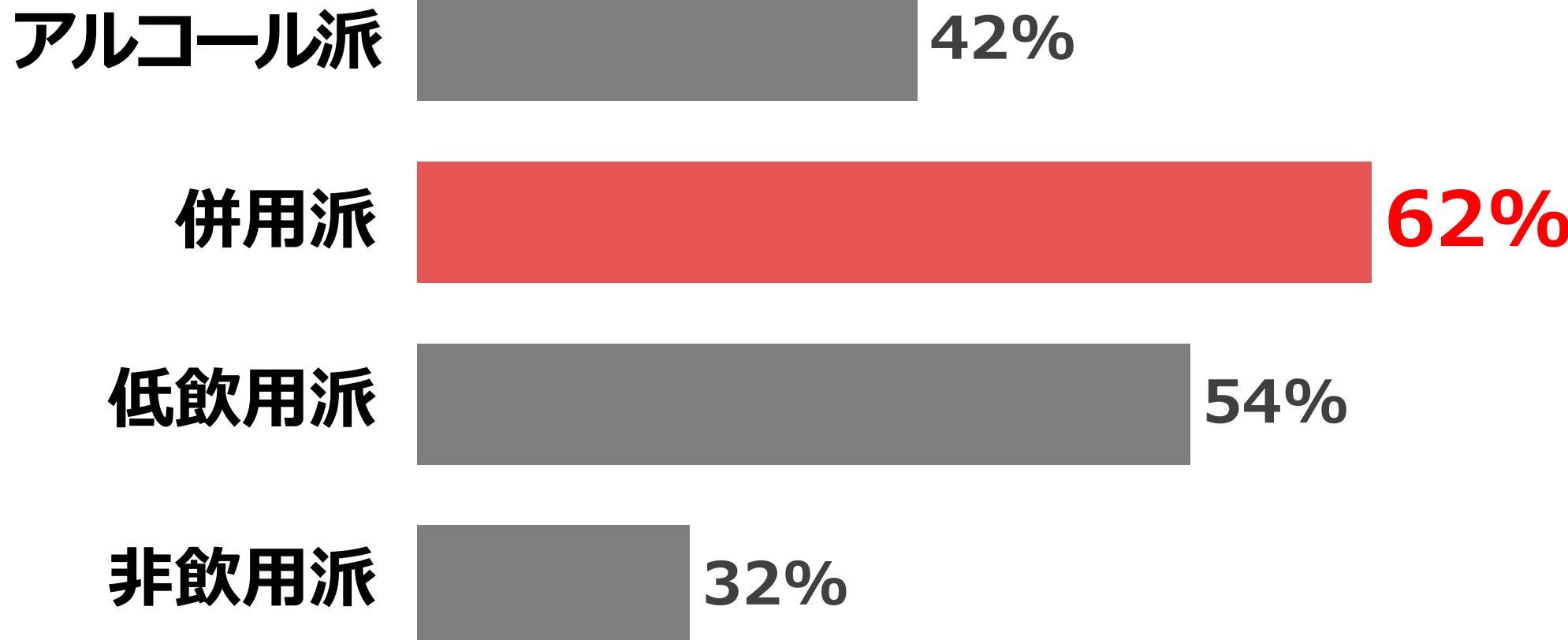
併用派  33%

低飲用派  18%

非飲用派  8%

⑥ 「事前に情報収集し、十分吟味して買う」 肯定率

検討し、納得して購入する併用派



「併用派」の特徴

- ビール、チューハイ・カクテルの飲用率が高い
- 健康意識が高い
- 食のこだわりが強い
- 新しいもの好き
- 情報を吟味して購入する
- 今後も低アル・ノンアルの飲用意向が高い

第4部 新たな市場の可能性

アルコールの代替ニーズ

こちらに
着目

調査から見えた
新たなニーズ

「飲み（アルコール飲料）」の期待要素

食事を楽しむ

リラックス

ストレス解消

コミュニケーション

の大きく4つに分類できる

「飲み（アルコール飲料）」に期待すること



お酒は食事とセットで
楽しくなる。



家飲みはご褒美。
「自分お疲れさま」
って感じ。



仕事が終わった区切り、
リセット。

ご飯を楽しむもの。



自宅ではリラックスや
疲れを取ることが目的。



爽快感がある。
帰って1杯目のビールは
嬉しい。



食事を楽しむ、リラックス、ストレス解消を期待

低アル・ノンアルの飲用シーン

解放感を味わい、コミュニケーションのツールとして飲用

| | 低アル | ノンアル |
|--------|--------------|--------------|
| アルコール派 | 自宅での夕食時 44% | 家族との外食 39% |
| | 家族との外食 30% | 自宅での夕食時 35% |
| | 休日昼間に自宅で 30% | 自宅での夕食後 22% |
| 併用派 | 自宅での夕食時 44% | 自宅での夕食時 36% |
| | 友人知人との外食 26% | 家族との外食 24% |
| | お風呂上り 23% | お風呂上り 21% |
| 低飲用派 | 自宅での夕食時 29% | 自宅での夕食時 29% |
| | 友人知人との外食 27% | 仕事関連での外食 18% |
| | 自宅での夕食後 17% | 休日昼間に自宅で 14% |
| | | 家族との外食 14% |
| | | 友人知人との外食 14% |
| | | 親戚が集まる時 14% |

低アル・ノンアルに期待すること

色んな食べ物を食べるのが好きなので、低アルも色々なものを飲んでみたい。

最近はノンアルコールワインを置いているお店も増えてきた。

飲めなくても、飲んだ気分になれるのでいい。

見た目もアルコールに近いと嬉しい。
気分もあがる。

イタリアンやフレンチでノンアルのペアリングができるようになれば、飲む人と一緒に気兼ねなく飲める。

食事に合う、お酒の雰囲気を味わう、場の雰囲気、
を重視

「飲み会」とは



普段話したことがない人とも話しやすくなる。



飲み会は人間関係を深める。本音や普段話せないことが話せる。



お酒は友達との飲み会の潤滑油。



お酒はその人の本音が見える。

食事に合う、お酒の雰囲気を味わう、場の雰囲気、
を重要視

「飲み会」とは



体質的に飲めるけど、そこまで飲みたいと思わない。
仕事や友人でも相手に合わせて飲む時、
飲まない時がある。



飲む人しかいない飲み会は、正直言って億劫。

コミュニケーションは大事ではあるものの、
場の雰囲気を壊さないよう、飲む人、飲まない人が
それぞれに気を遣い合っている

「仲間との関わりを大切にしたい」

肯定率

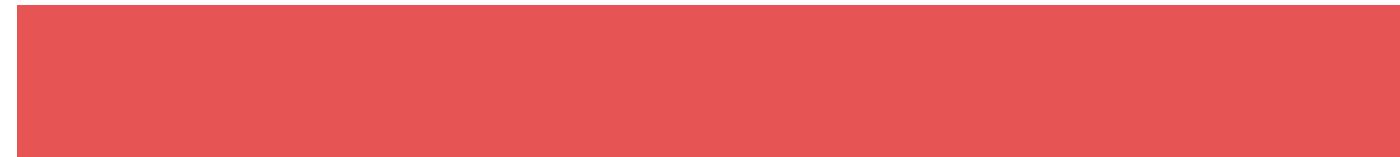
併用派は仲間を大切にする

アルコール派



50%

併用派



56%

低飲用派

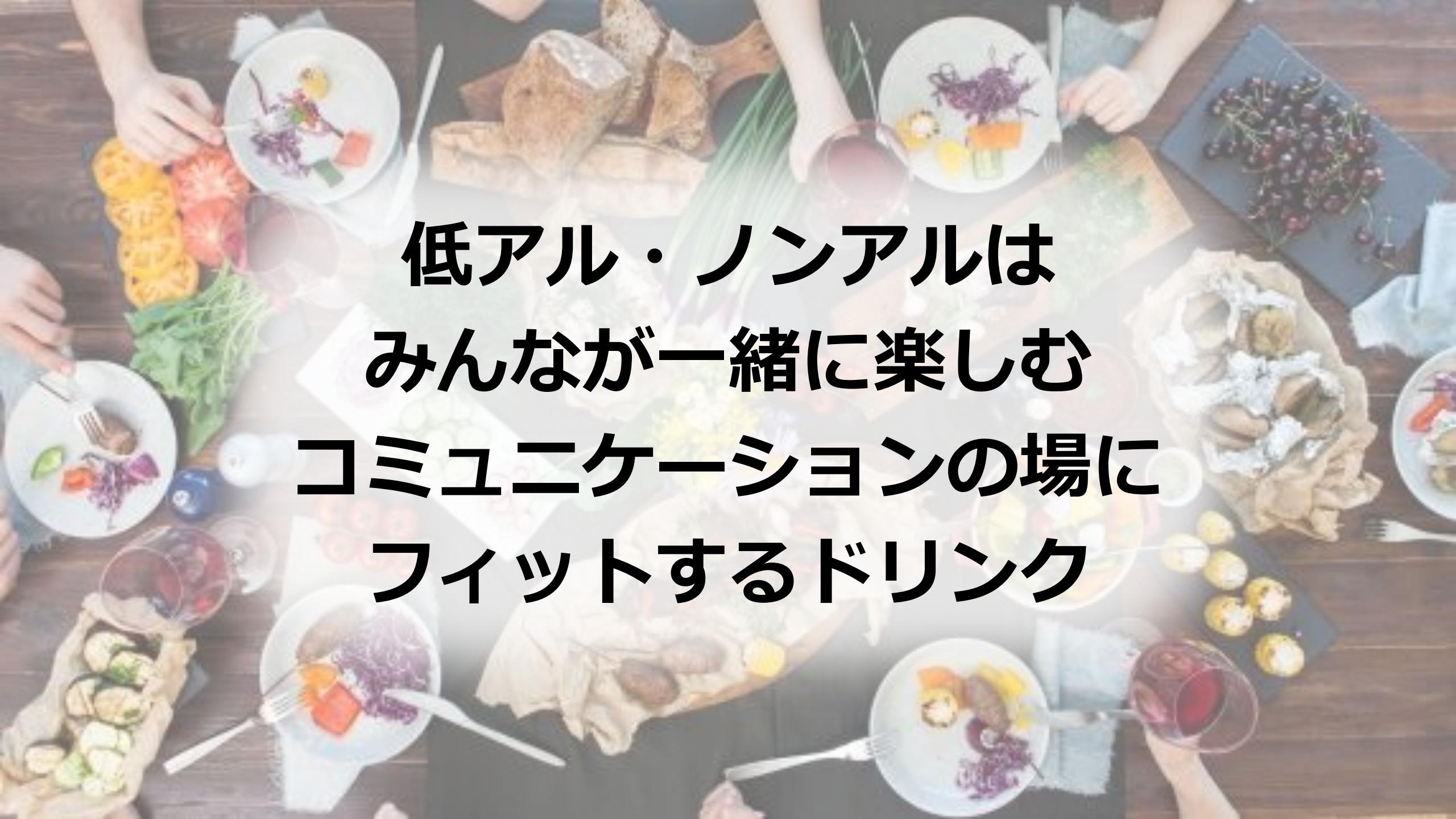


47%

非飲用派



30%



低アル・ノンアルは
みんなが一緒に楽しむ
コミュニケーションの場に
フィットするドリンク

低アル・ノンアルの飲用理由 (上位抜粋)

深酔い回避、やりたいこと実現、健康志向で飲用されている

| | 低アル | ノンアル | | |
|--------|---------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|-------------------|
| アルコール派 | 深酔いしたくない 仕事や家事ができる 健康に気を使っている | 30% 22% 17% | 運転するため 深酔いしたくない 健康に気を使っている | 52% 26% 13% |
| | | | | |
| | | | | |
| 併用派 | 健康に気を使っている 仕事や家事ができる 深酔いしたくない | 24% 24% 21% | 健康に気を使っている 運転するため 仕事や家事ができる | 32% 29% 24% |
| | | | | |
| | | | | |
| 低飲用派 | 甘くなくて飲みやすい 雰囲気を味わいたい 健康に気を使っている | 25% 19% 15% | 雰囲気を味わいたい 仕事や家事ができる 健康に気を使っている | 39% 21% 14% |
| | | | | |
| | | | | |

低アル・ノンアルに期待すること

健康を気にしてノンアルを選ぶ



20代のときは何も考えずに飲んでいたが、30代になり健康を考えてノンアルが増えた。



お酒は強いほうだが、胃腸を壊してからはノンアルが増えた。

健康を意識して、ソバーキュリアスでアルコールを抑えている。



飲んでみたらおいしかったし、次の日に残らなかつたので飲むようになった。



低アル・ノンアルに期待すること

飲んだ後でも、行動できる



ご飯を作る時はノンアル。
お酒を飲むと動きたくなくな
って片付けが面倒。



基本はアルコールだが、
軽い方が次の日が楽。



アルコールはすぐ眠くな
って家事をしたくなくなる。



飲み会はダラダラしがち
なので、時間を制限。

低アル・ノンアルの期待要素

食事を楽しむ場面

気分を変えたい場面

コミュニケーションの場面

+

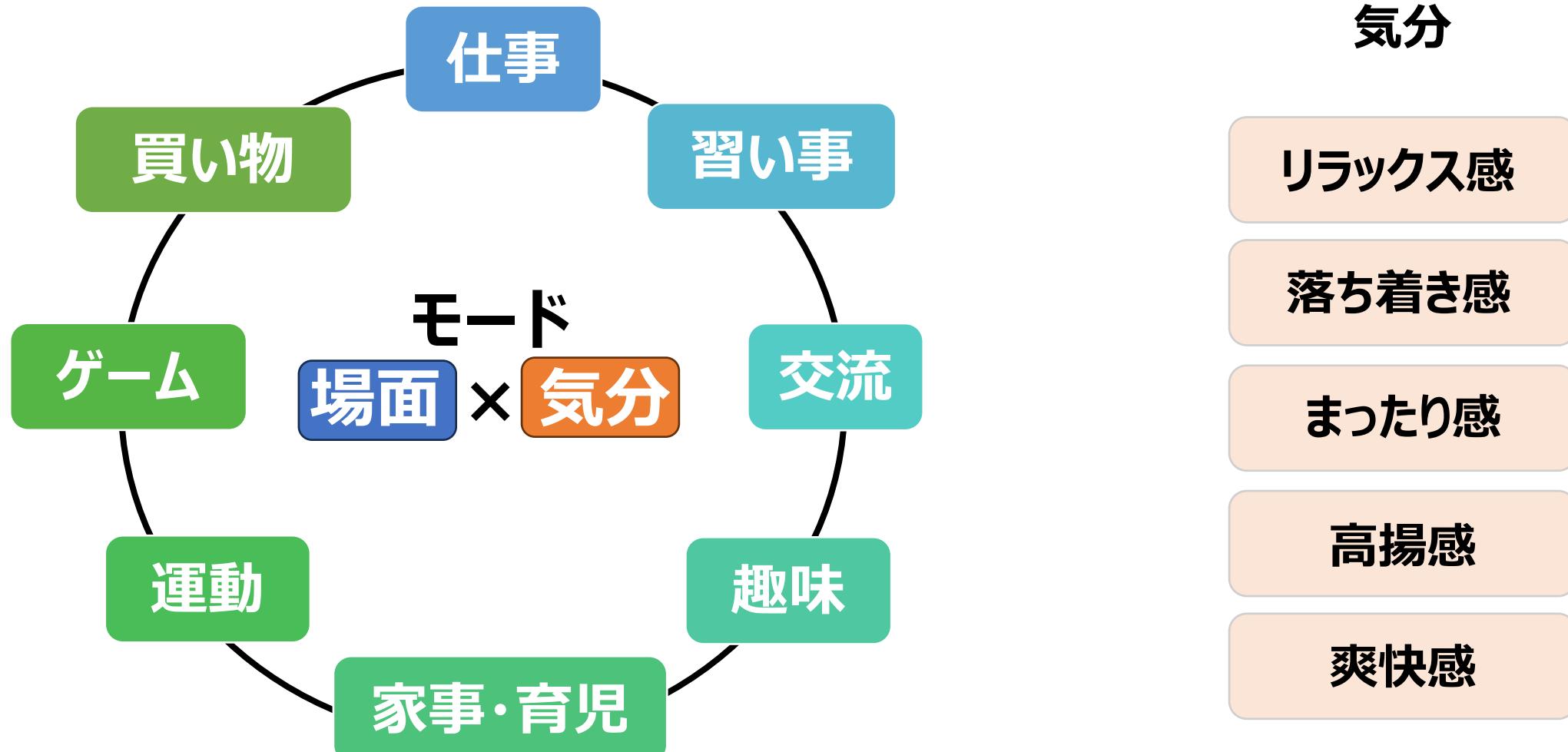
アルコールにはない要素

健康的・体に優しい

飲んでも動ける

飲用場面の広がり

暮らしのなかで何度もモードが変わる



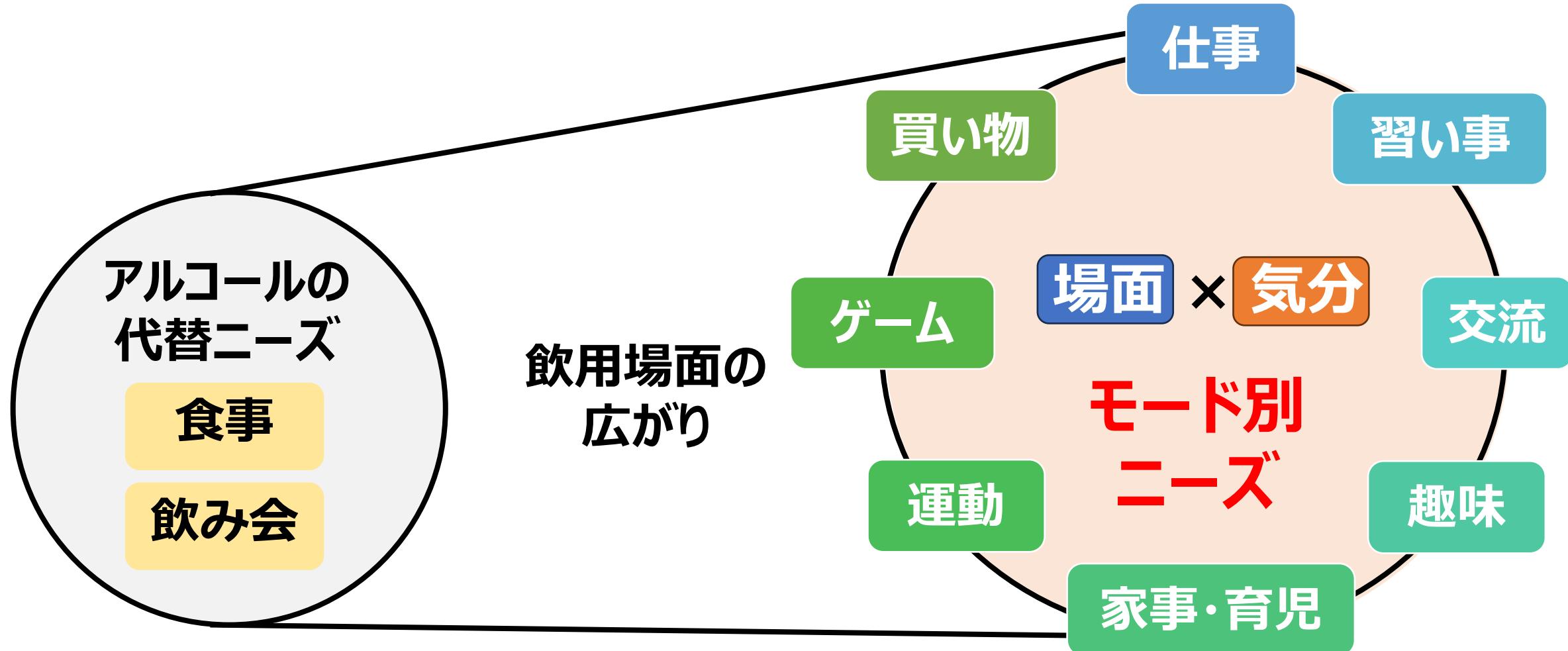
「場面」と「気分」を掛け合わせた状態「モード」に着目

低アル・ノンアルの新しいニーズ

アルコールの代替ニーズ

モード別ニーズ

低アル・ノンアルの新たな市場の可能性



「場」の創出

「機会」の創出