



乾杯を
もっとおいしく。

SAPPORO

2021年12月9日

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

アルコール度数に関する消費者意識調査

微アルコールは酔いへの意識の高まりにより新たな選択肢の1つに

サッポロビール（株）は11月26日に「アルコール度数への意識調査」を実施し、アルコールに対する意識の変化や飲用実態を調査しました。

家庭で楽しむ缶商品は、味覚や機能だけでなく、ここ10年ほどでアルコール度数の観点でも多様化が進行しました。また、ノンアルコールの市場が連続成長をする中でも、未充足ニーズへの対応や新しい需要創出にむけ、2021年に1%未満の微アルコール商品が誕生しています。

本調査では、家庭での飲用におけるアルコール度数の意識を紐解くことで、微アルコール市場の今後を考察します。

＜調査概要＞

- 調査対象：1都3県（東京・千葉・埼玉・神奈川）の20～69歳の成人男女1,100人を対象にアンケートを実施。（図6の設問以外は、それぞれの設問で「日常的にお酒を飲まない」と回答された方を除いた対象者の数で集計しています）
- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2021年11月26日

＜アンケート結果のポイント＞

- (1) アルコール度数における消費者飲用実態・意識について
 - ・家庭でお酒を飲むとき、64.4%の方が「アルコール度数を意識している」と回答し、年代間でも大きな格差がないことがわかりました。
 - ・65.1%の方が「アルコール度数の選択肢が増えた」と実感していることがわかりました。
- (2) 家庭での飲酒時における酔いへの意識の高まりについて
 - ・コロナ禍以前と比べて酔いを意識する方が増え、アルコール商品の機能面や価格への意識を上回っていることがわかりました。
- (3) 微アルコールのビールテイスト飲料の認知・飲用意向について
 - ・微アルコールのビールテイスト飲料を52.8%が「飲んだことある」「飲んでみたい」と回答し、若年層ほどその意向が強いことがわかりました。
 - ・今後、買ってみたいと考えているアルコール度数では、「0.01%以上 1%未満（微アルコール）」が「0.00%（ノンアルコール）」の回答を上回り、微アルコールが新たな選択肢として期待されていることがわかりました。

(1) アルコール度数における消費者飲用実態・意識について

家庭でよく飲んでいるアルコール度数を質問したところ「5%以上 7%未満」の回答が多かった一方で「9%以上」と回答した方はシニア層が多く「3%以上 5%未満」「0.01%以上 1%未満（微アルコール）」と回答した方は若年層が多い傾向になりました。（図1）

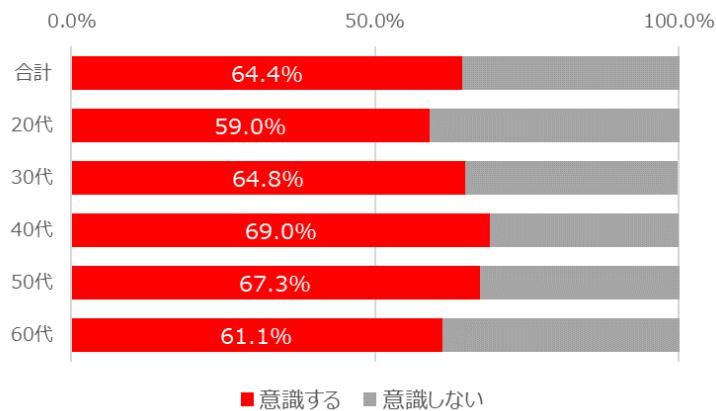
（図1）家庭でよく飲んでいるアルコール度数 (MA) n=805

	9%以上 9%未満	7%以上 7%未満	5%以上 5%未満	3%以上 5%未満	0.01%以上 1%未満	0.00%
20代	23	36	64	88	20	16
30代	38	49	97	80	16	17
40代	43	40	85	79	8	14
50代	48	46	80	75	11	19
60代	71	48	74	46	8	13
合計	223	219	400	368	63	79

家庭でお酒を飲むときアルコール度数を意識するか質問したところ、64.4%が「意識する」と回答しました。年代間で大きな差はみられず、全年代でアルコール度数への意識が浸透していることがうかが

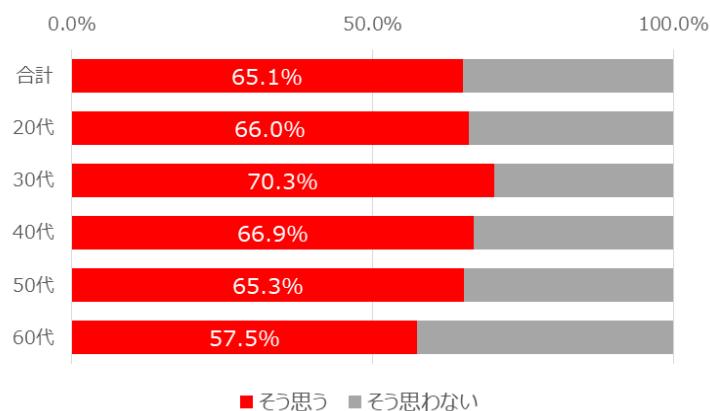
えます。(図2)

(図2) 家庭でお酒を飲むときアルコール度数を意識するか (SA) n=812



最近、お酒のアルコール度数の選択肢が増えたと思うかと質問したところ、65.1%が「そう思う」と回答しました。RTDを中心とした低アルコール商品等の品揃えが増えたことだけでなく、微アルコールカテゴリーが登場したことも影響していると考えられます。(図3)

(図3) 最近、お酒のアルコール度数の選択肢が増えたと思うか (SA) n=817

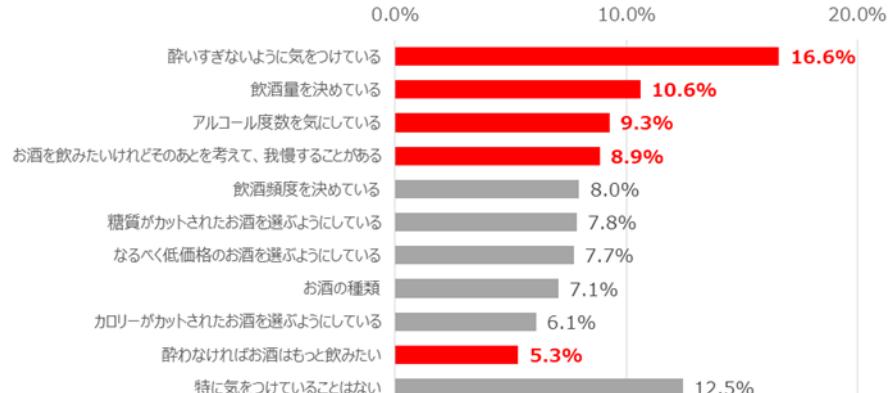


(2) 家庭での飲酒時における酔いへの意識の高まりについて

コロナ禍以前に比べて家庭でお酒を飲むときに意識することを質問したところ、1位は「酔いすぎないように気をつけている」(16.6%)でした。また、「飲酒量を決めている」(10.6%)、「アルコール度数を気にしている」(9.3%)、「お酒を飲みたいけれどそのあとを考えて、我慢することがある」(8.9%)など酔いを気にする回答が「糖質がカットされたお酒を選ぶようにしている」(7.8%)や「なるべく低価格のお酒を選ぶようにしている」(7.7%)など、お酒の機能面や価格を気にする回答を上回りました。

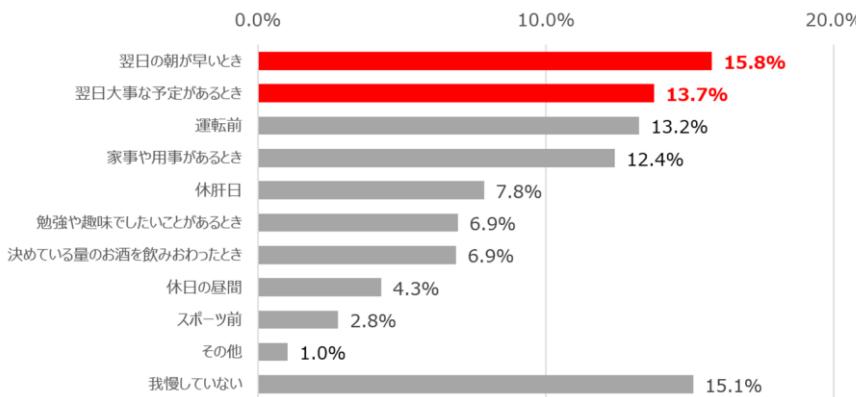
(図4)

(図4) コロナ禍以前に比べて家庭で飲酒の際に意識することは (MA) n=801



家庭でお酒を飲みたいけれど我慢する時はどんなシーンか質問したところ、「翌日の朝が早いとき」、「翌日大事な予定があるとき」という回答が多かったことから、翌日へアルコールを残したくないという意識が生じていると考えられます。(図 5)

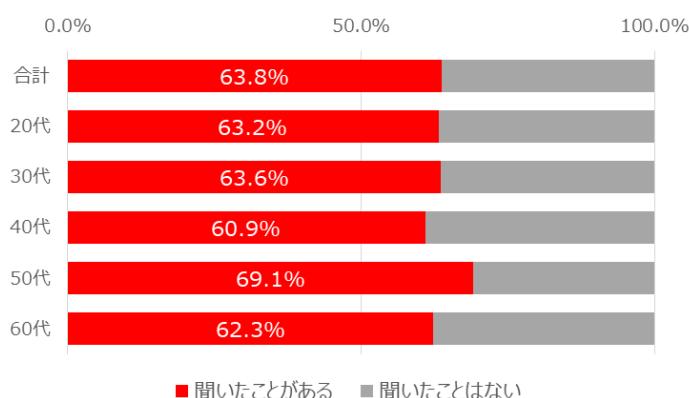
(図 5) 家庭でお酒を飲みたいけれど我慢する時はどんなシーンか (MA) n=797



(3) 微アルコールのビールテイスト飲料の認知・飲用意向について

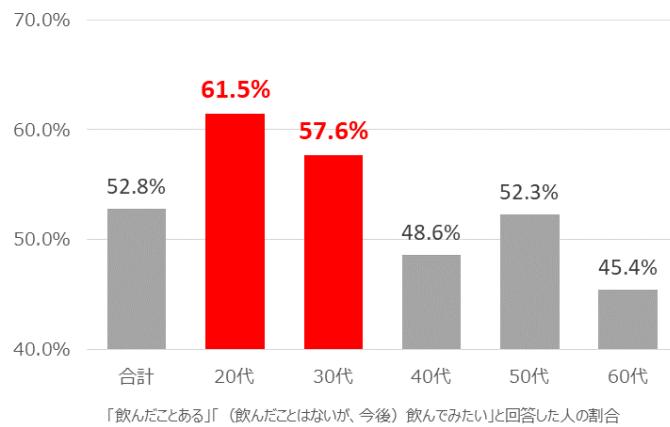
微アルコールという言葉を聞いたことがあるか質問したところ、63.8%が「聞いたことがある」と回答しました。アルコール度数への意識の浸透にあわせて、2021年新しいカテゴリーとして登場した微アルコールの認知も半数を超えていました。(図 6)

(図 6) 微アルコールという言葉を聞いたことがありますか (SA) n=1,100



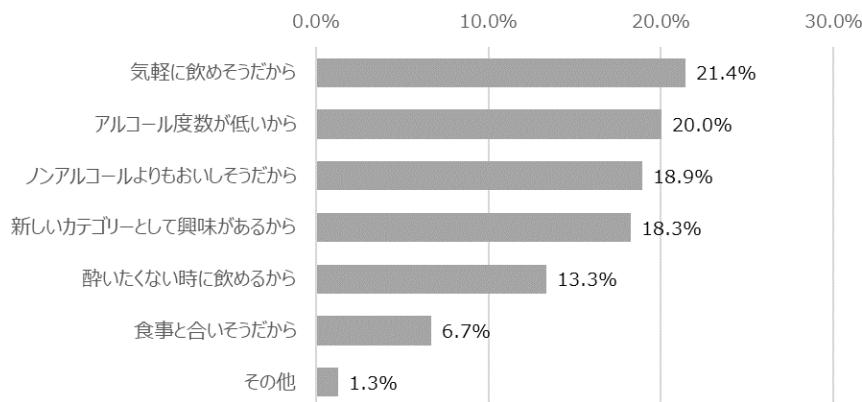
アルコール度数 1%未満の微アルコールのビールテイスト飲料を飲んだことあるか、またこの質問で「飲んだことない」と回答した方へ今後飲んでみたいかを質問したところ、52.8%が「飲んだことある」「(飲んだことはないが、今後) 飲んでみたい」と回答しました。特に 20・30 代の飲用経験・飲用意向が高いことがわかりました。(図 7)

(図7) 微アルコールのビールテイスト飲料を飲んだことあるか、飲んでみたいか (SA) n=843



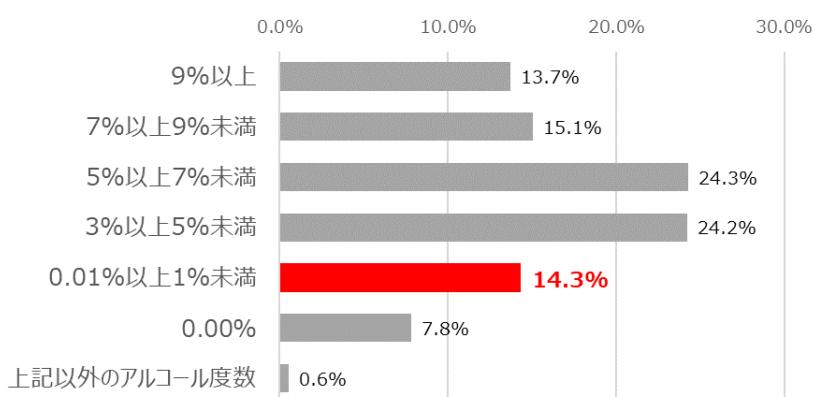
さらになぜ微アルコールのビールテイスト飲料を飲んでみたいかを質問したところ、21.4%が「気軽に飲めそうだから」と回答しました。また、20.0%が「アルコール度数が低いから」、18.9%が「ノンアルコールよりもおいしそうだから」、18.3%が「新しいカテゴリーとして興味があるから」と回答しました。(図8)

(図8) なぜ微アルコールのビールテイスト飲料を飲んでみたいか (MA) n=445



今後、買ってみたいと考えているアルコール度数を質問したところ、14.3%が微アルコールの「0.01%以上1%未満」と回答し、ノンアルコールの「0.00%」の7.8%を大きく上回りました。現在の家庭用向けのお酒のアルコール度数の中心となる「5%以上7%未満」「3%以上5%未満」の回答が上位を占めた一方で、酔いへの意識の高まりを背景に、新カテゴリー「微アルコール」はノンアルコールよりも高い購入意向という結果となり、お客様にとっての新たな選択肢としての期待がうかがえます。(図9)

(図9) 今後、買ってみたいと考えているアルコール度数 (MA) n=819



当社は2021年9月に、お客様の新しい選択肢としてアルコール度数0.7%の微アルコールビールライスト飲料「サッポロ The DRAFTY」を発売しました。発売から「色々なシーンで飲める」と好評をいただいている。アルコール度数の選択肢が広がることで、アルコールとの付き合い方をお客様ご自身が自由に選び、新しい楽しさや豊かさを発見していただくことができると信じています。

＜参考＞

サッポロ The DRAFTY 発売リリース

https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000012858/

以上