

絶好調「無糖チューハイ」が「家飲みの新定番」に！ 連休後の節約や物価高に加え、梅雨を控えたおうち時間・リフレッシュ需要が後押し

2026年ゴールデンウィーク明け「生活者動向/家飲み実態調査」by キリン 氷結®無糖

キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が販売する、糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた、甘くなく果実味が引き立つ「キリン 氷結®無糖（以下、氷結®無糖）」シリーズは、2020年の発売以来、過去20年間に発売した当社RTD※1ブランド内において最速で18億本※2を突破し、当社RTDの売上No.1※3ブランドに成長しています。そんな「無糖チューハイ」カテゴリー※4をけん引する「氷結®無糖」は、ゴールデンウィークが明け、梅雨を迎えるこの時季に、「生活者動向/家飲み」に関する実態調査を行いました。

※1：Ready to Drink の略。栓を開けてそのまま飲めるアルコール飲料

※2：350ml換算 2026年2月末時点

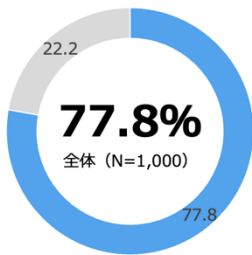
※3：「氷結®無糖」シリーズ 2025年年間出荷実績

※4：「無糖」を訴求するチューハイを「無糖チューハイ」と定義

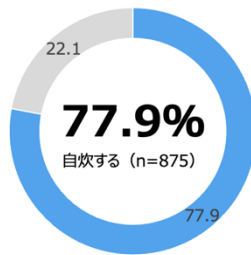
月に1回以上自宅でお酒を飲む、家飲みをする20代～60代の男女1,000人に調査した結果、ゴールデンウィーク明けはおうち時間や自炊が増え、家飲みも6割以上が「増える」と答えています。家飲みが増える理由を聞くと、「節約」「物価高」だけでなく、「家で過ごすのが好き」「気分をリフレッシュしたい」といった理由が挙げられ、充実したおうち時間のために家飲みをする様子が明らかになりました。そんな家飲み事情について掘り下げると、2杯目以降によく飲むお酒として「ビール」に次いで「無糖チューハイ」が多く選ばれました。

2026年ゴールデンウィーク明け 生活者動向/家飲み実態調査

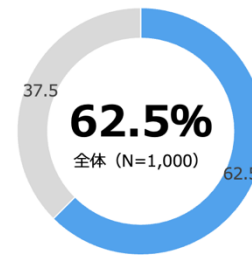
ゴールデンウィーク明け おうち時間が増える



ゴールデンウィーク明け 自炊が増える



ゴールデンウィーク明け 家飲みが増える



ゴールデンウィーク明けに家飲みが増える理由 (複数回答)

1位	ゴールデンウィークでお金を使ったので節約するため	31.5
2位	家で過ごすのが好きだから	30.9
3位	気分をリフレッシュしたいから	26.7
4位	物価が高いから	25.0
5位	ゴールデンウィークで疲れて出かけたくないから	24.6

家飲みが増えるという回答 (n=625) (%)

家飲みで 2杯目以降によく飲むお酒

1位	チューハイ (無糖ではない)	30.2
2位	ビール	27.8
3位	無糖チューハイ	19.5
4位	第三のビール	15.1
5位	焼酎	14.7

2杯目以降飲む人 (n=819) (%)

2026年ゴールデンウィーク明け「生活者動向/家飲み実態調査」by キリン 氷結®無糖 調査概要

■調査方法：インターネット調査 ■調査対象：月1回以上家飲みをする20代～60代男女1,000人（各年代ごとに100人ずつ）

■調査期間：2026年4月23日(木)～2026年4月28日(火)

※グラフの構成比(%)は小数第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

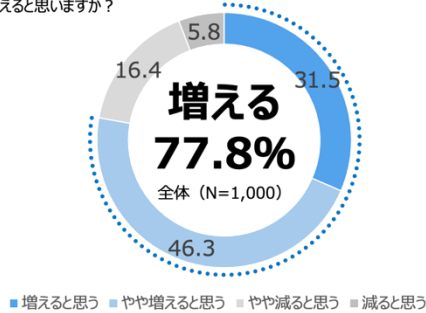
1. ゴールデンウィーク明けのおうち時間

■ゴールデンウィーク明けはおうち時間が増加し、自炊も増える

ゴールデンウィークが明けた後、プライベートな時間を家で過ごすことが増えると思うかと聞くと、31.5%が「増えると思う」、46.3%が「やや増えると思う」と答え、全体の 77.8%と約 8 割が「おうち時間が増える」と答えています [図 1]。また、普段から自炊している 875 人に、去年のゴールデンウィーク後と比べ今年のゴールデンウィーク後の自炊についての変化を聞くと、22.2%が「去年より増える」、55.8%が「去年よりやや増える」と答え、自炊する人の約 8 割が去年よりも「自炊が増える」と答えています。増える理由は「物価が上がっているから」(58.7%) が高く、「外食費を抑えたいから」(49.9%)、「節約志向が高まっているから」(35.3%) が続きました [図 2]。

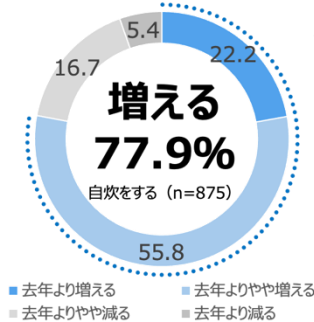
[図1] ゴールデンウィーク明けのおうち時間

Q.ゴールデンウィーク後のプライベートな時間は自宅で過ごすことが増えると思いますか？



[図2] ゴールデンウィーク明けの自炊率

Q.去年のゴールデンウィーク後と比べ今年のゴールデンウィーク後は自炊することが増えると思いますか？



自炊が増える理由TOP5 (複数回答)

1位	物価が上がっているから	58.7
2位	外食費を抑えたいから	49.9
3位	節約志向が高まっているから	35.3
4位	家で過ごす時間が増えているから	32.1
5位	自炊への意識が高まっているから	15.7

自炊をする (n=875) (%)

ゴールデンウィーク明けに作りたいメニューと理由を聞くと、「ゴールデンウィーク中にこってりとした料理を食べるため素麺」(男性 40 代)、「普段の生活に戻れるように、カレーライス」(男性 40 代)といった連休からの復帰や回復を意識したメニューや、「暑くなってくる時期なので冷やしうどん」(女性 40 代)のような初夏らしいメニュー、「お酒に合うおつまみが好きだから居酒屋メニュー」(女性 20 代)といった家飲みのお供のほか、「手間のかかる料理を作りたいのでビーフシチュー」(女性 50 代)のように増えたおうち時間を活用できるこだわりメニュー、「外食しないかわりにちょっと豪華なメニューにしたいから、すき焼き」(女性 60 代)といった節約しながらも、おうちでプチ贅沢を楽しみたい声など、さまざまな意見が寄せられました [図 3]。

[図3] ゴールデンウィーク明けに作りたい自炊メニュー

Q.ゴールデンウィーク後に作りたい自炊のメニューとその理由は？ (自由記述)



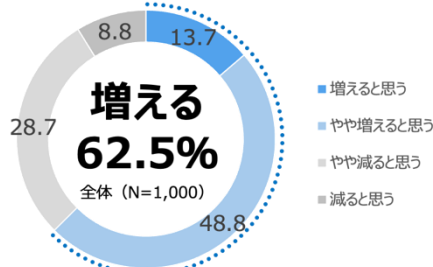
■ゴールデンウィーク明けは家飲みも増加！ 充実したおうち時間でリフレッシュ

ゴールデンウィーク明けは自宅でお酒を飲む家飲みが増えると思うか聞いてみると、13.7%が「増えると思う」、48.8%が「やや増えると思う」と答え、全体の 62.5%がゴールデンウィーク明けは「家飲みが増える」と答えています。

家飲みが増えると思うと答えた 625 人にその理由を聞くと、「ゴールデンウィークでお金を使ったので節約するため」(31.5%) や「物価が高いから」(25.0%) といった節約理由に加え、「家で過ごすのが好きだから」(30.9%)、「気分をリフレッシュしたいから」(26.7%) といった理由も挙げられ、ゴールデンウィーク明けのおうち時間をより充実させるために、家飲みの需要が高まる様子がうかがえました [図 4]。

[図4] ゴールデンウィーク明けの家飲み率

Q.ゴールデンウィーク後は家飲みが増えると思いますか？



ゴールデンウィーク明けに家飲みが増える理由 (複数回答)

1位	ゴールデンウィークでお金を使ったので節約するため	31.5
2位	家で過ごすのが好きだから	30.9
3位	気分をリフレッシュしたいから	26.7
4位	物価が高いから	25.0
5位	ゴールデンウィークで疲れて出かけたくないから	24.6

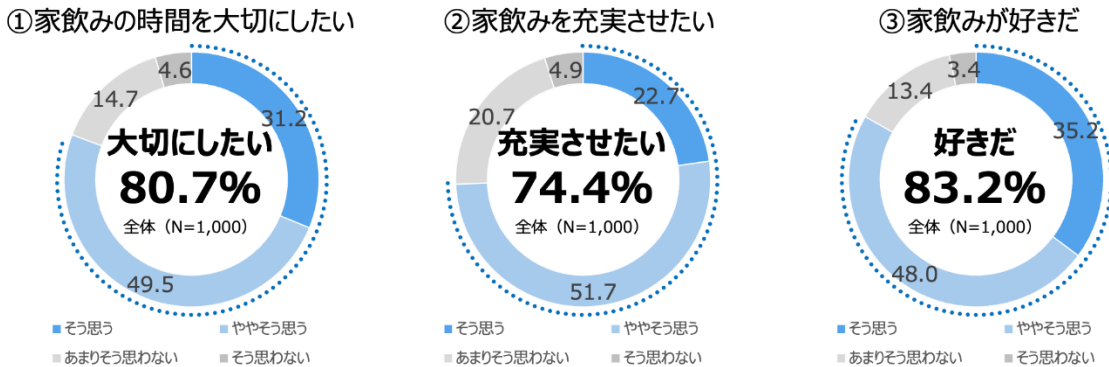
家飲みが増えると回答 (n=625) (%)

2. ゴールデンウィーク明けの家飲み実態

■大切にしたい充実させたい家飲み時間、リラックスしたいとき、自分へのプチご褒美に

家飲みが増えるゴールデンウィーク明け、家飲みに関する意見を聞くと80.7%が「家飲みの時間を大切にしたい」、74.4%が「家飲みを充実させたい」、83.2%が「家飲みが好きだ」と答えています [図5]。

[図5] 家飲みに関する意見



家飲みスタイルを聞くと、「気分を上げたいときに飲む」(24.2%)より「リラックスしたいときに飲む」(75.8%)が多く [図6]、家飲み時間の捉え方は、「自分へのご褒美」派(55.9%)と「日常の延長」派(44.1%)が半々に意見が分かれる結果となりました [図7]。

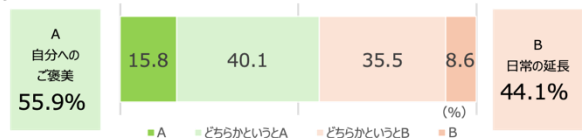
[図6] 家飲みスタイル

Q.自宅での家飲みスタイルは？ A：気分を上げたいときに飲む ↔ B：リラックスしたいときに飲む



[図7] 家飲み時間

Q.自宅での家飲み時間は？ A：自分へのご褒美 ↔ B：日常の延長



■大切にしたい家飲み時間によく飲むお酒として、ハイボールやワインを超えて「無糖チューハイ」が上位に

■さらに2杯目以降はチューハイ勢が上昇し、「無糖チューハイ」はビールに次ぐ3位に

大切にしたい家飲み時間、リラックスできることや日常に寄り添った心地よさが求められています。そこで家飲みのお酒1杯目、2杯目それぞれでよく飲むお酒の種類を聞くと、どちらも「無糖チューハイ」は「ハイボール」「ワイン」を大きく上回り上位にランクイン。特に2杯目以降によく飲むお酒として支持を集め、「チューハイ(無糖ではない)」、「ビール」に次ぐ3位となり、家飲み中盤以降で「無糖チューハイ」ニーズがより高まる様子がうかがえる結果となりました [図8]。

[図8] 家飲みで飲むお酒

①家飲みで1杯目によく飲むお酒TOP10 (複数回答)

1位	ビール	45.1	6位	ハイボール	6.8
2位	チューハイ (無糖ではない)	23.9	7位	ワイン	6.8
3位	第三のビール	17.5	8位	焼酎	6.3
4位	無糖チューハイ	12.5	9位	果実酒	4.8
5位	発泡酒	11.5	10位	日本酒	4.5
全体 (N=1,000) (%)			全体 (N=1,000) (%)		

②家飲みで2杯目以降によく飲むお酒TOP10 (複数回答)

1位	チューハイ (無糖ではない)	30.2	6位	ワイン	11.5
2位	ビール	27.8	7位	ハイボール	11.0
3位	無糖チューハイ	19.5	8位	発泡酒	9.5
4位	第三のビール	15.1	9位	日本酒	7.8
5位	焼酎	14.7	10位	ウイスキー	7.1
2杯目以降飲む人 (n=819) (%)			2杯目以降飲む人 (n=819) (%)		

■家飲み合うお酒は「クセのないお酒」 すっきりして食事に合う「無糖チューハイ」は、家飲みニーズとマッチ

また、家飲み合うお酒は、「個性が強いお酒」(27.8%)より「クセのないお酒」(72.2%)が人気です [図9]。無糖チューハイをよく飲むと答えた279人に無糖チューハイが家飲み合う理由を聞くと、「すっきりしている」(64.2%)、「食事に合う」(62.0%)、「おいしい」(52.0%)、「飲みやすい」(40.5%)が評価されています [図10]。無糖チューハイは家飲み合うお酒の条件ともマッチしています。

[図9] 家飲み合うお酒

Q.自宅での家飲み合うお酒は？ A：個性が強いお酒 ↔ B：クセのないお酒



[図10] 無糖チューハイが家飲み合う理由

Q.無糖チューハイが家飲み合う理由は？ (複数回答)



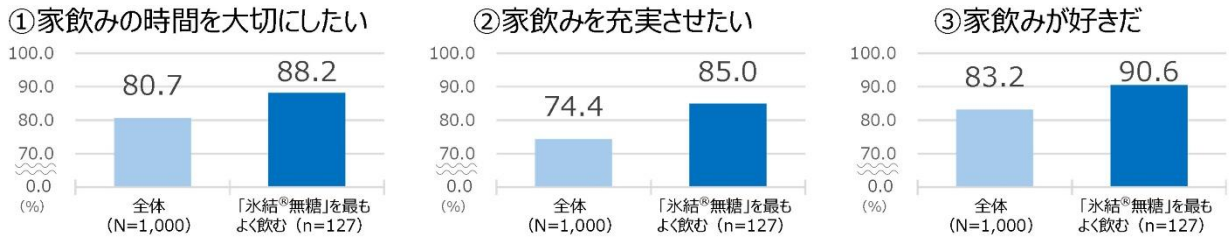
3. 家飲みで無糖チューハイを飲む人の傾向

■ 家飲みで「氷結®無糖」を最もよく飲む人の 9 割が「家飲みが好きだ」とキッパリ！

無糖チューハイをよく飲むと回答した人のうち、「氷結®無糖」を最もよく飲むと答えた人の傾向を見てみました。すると前述 [図 5] の「家飲みの時間を大切にしたい」（全体 80.7%：氷結®無糖 88.2%）も、「家飲みを充実させたい」（全体 74.4%：氷結®無糖 85.0%）も、「氷結®無糖」を最もよく飲む人のスコアが家飲みをする人の平均値より高く、「家飲みが好きだ」と答えた人は「氷結®無糖」を最もよく飲む人では 90.6%（全体 83.2%）と 9 割を超えています [図 11]。

「氷結®無糖」ユーザーは家飲み時間を大切に、家飲みの充実を目指す傾向が明らかになりました。

[図11] 家飲みに関する意見 (スコアは「そう思う」「ややそう思う」の合計値 全体値は [図5] 再掲)

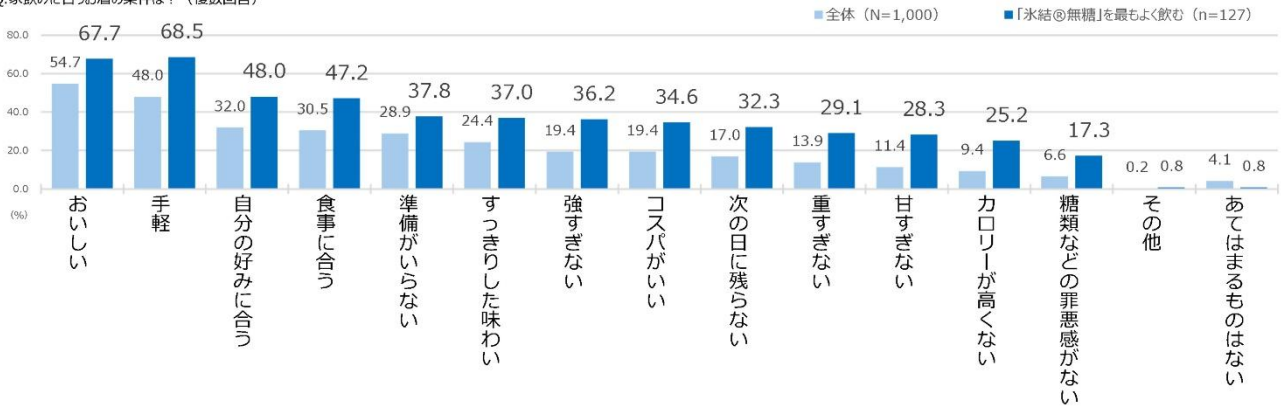


■ 日常の中でライトにおいしく楽しみたい家飲みは、澄みきったクリアなおいしさの「氷結®無糖」が最適解に

家飲みに合うお酒の条件は「おいしい」（54.7%）、「手軽」（48.0%）、「自分の好みに合う」（32.0%）、「食事に合う」（30.5%）、「準備がいらぬ」（28.9%）が上位に挙げられ、「氷結®無糖」を最もよく飲む人は、いずれのスコアも全体より高くなっています [図 12]。

[図12] 家飲みのお酒の条件

Q. 家飲みにお酒の条件は？ (複数回答)



澄みきったクリアなおいしさが魅力の「氷結®無糖」は、家飲みを愛し、家飲みのお酒に対するこだわりが高い人たちに選ばれている様子が見え、結果となりました。

家飲みにお酒「無糖チューハイ」市場は急速拡大中！2人に1人^{※5}が飲用する新たな王道カテゴリーに拡大する市場をけん引する「キリン 氷結®無糖」シリーズは、最速で 18 億本突破！

[図13] チューハイ内無糖チューハイ販売容量シェア



出典：日経 POS 情報 日経収集店舗 チューハイ分類のうち「無糖」を訴求する商品 (全国 年次 2020年~2025年)

「無糖チューハイ」カテゴリー市場の推移を見ると、「氷結®無糖」が発売された 2020 年当時、RTD 市場で 4% だったシェアは 2025 年には 20% と約 5 倍に拡大 [図 13]。

糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた甘くなく果実味が引き立つ「キリン 氷結®無糖」シリーズは、2020 年の発売以来当社 RTD の売上 No.1 ブランドに成長し、過去 20 年間に発売した当社 RTD ブランド内において最速で 18 億本を突破しています。

※5：24 年 1 月~25 年 12 月 年 4 回以上酒類購入者において/マクロミル QPR データを用いてキリンビールにて推計 (N=16,011 人)