

2026 年 7 月 28 日

キリンビール株式会社

株式会社味香り戦略研究所

近年の暑さの常態化を背景に、日本人が求める“おいしさ”に変化 「スッキリ」「後切れ」への支持が拡大、甘くないお酒がスタンダード化

「キリン 氷結[®]無糖」と味香り戦略研究所が、日本人が「令和の夏に求めるおいしさ調査」を実施

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 20 億本^{※2}を突破し、当社 RTD の売り上げ 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^{※4}」カテゴリーをけん引する「氷結[®]無糖」は、近年の暑さや夏の長期化を背景に、生活者が食事やお酒に求める価値の変化に着目し、味や香りなどおいしさに関する研究機関である味香り戦略研究所（社長 小柳道啓）とともに、日本人が「令和の夏に求めるおいしさ調査」を実施しました。気温と味覚の関係性に関する先行研究や、暑さと「氷結[®]無糖」の売り上げの相関関係分析を行い、さらに全国の 30 代～60 代の男女 1,000 人に 10 年前と比べた気温上昇への実感とそれに伴う食事やお酒の選び方の変化がどの程度あるかを調査しました。その結果、年々暑さが増すなか、日本人が求める“おいしさ”に変化があり、現代の夏においては「スッキリ」「後切れ」「甘くない」といった味わいを好む傾向が高まっていることが示唆されました。

※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 缶換算 2026 年 6 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

＜本リリースのサマリー＞

Part.1 意識調査結果「年々暑さが増すなかで、変わる日本人の食事・お酒の選び方」

- ・約 9 割が 10 年前より夏が暑くなったと実感、それに伴い約 7 割が生活スタイルの変化を認識
- ・約半数が「夏に求める食べもの・飲みもの」が変化し、その約 9 割が暑さの影響と回答
- ・夏に食べるもの・飲むものは「さっぱり」「後味スッキリ」「爽快感」を求める傾向に

Part.2 意識調査結果「夏に飲みたいお酒は『喉ごし』と『後味がスッキリ』」

- ・7 割超が暑さによって食事やお酒の選び方が「変わる」と回答、猛暑日に飲むお酒は「喉ごし」重視
- ・「無糖チューハイ」を最もよく飲む人の割合は 10 年前から 8 ポイント増加
- ・夏に食事と一緒に楽しみたいお酒は「後味スッキリ」「どんな料理にも合わせやすい」が多数
- ・7 割が現在の夏に「無糖チューハイ」などが自分の嗜好に合っていると回答

Part.3 先行研究「暑さは『味の感じ方』に影響を与える～科学的知見から読み解く気温と味覚の関係～」

- ・気温と味覚の関係性は「温度は味の知覚強度を変える」→「暑いと重い・甘いのが下がる」→「軽い・スッキリが選ばれやすい」という仕組み
- ・近年の暑さが、この傾向をさらに後押ししている可能性がある

Part.4 気温と売り上げの相関関係「長期的な気温上昇と『氷結[®]無糖』の売り上げ」

- ・夏季期間の気温と売り上げが連動する傾向が見受けられた

Part.5 味覚分析「『氷結[®]無糖』は『スッキリ』『後切れの速さ』が際立ち、暑い季節に選ばれやすいお酒」

- ・後切れの速さ（後味の半減時間）は「氷結[®]無糖」が最速の「8.8 秒」で後味の総量もビールの約 5 分の 1^{※5}
- ・スッキリし飲み終わりが軽い味わい。飲み進めても「スッキリ飲みやすい」状態がキープされる特性が明らかに

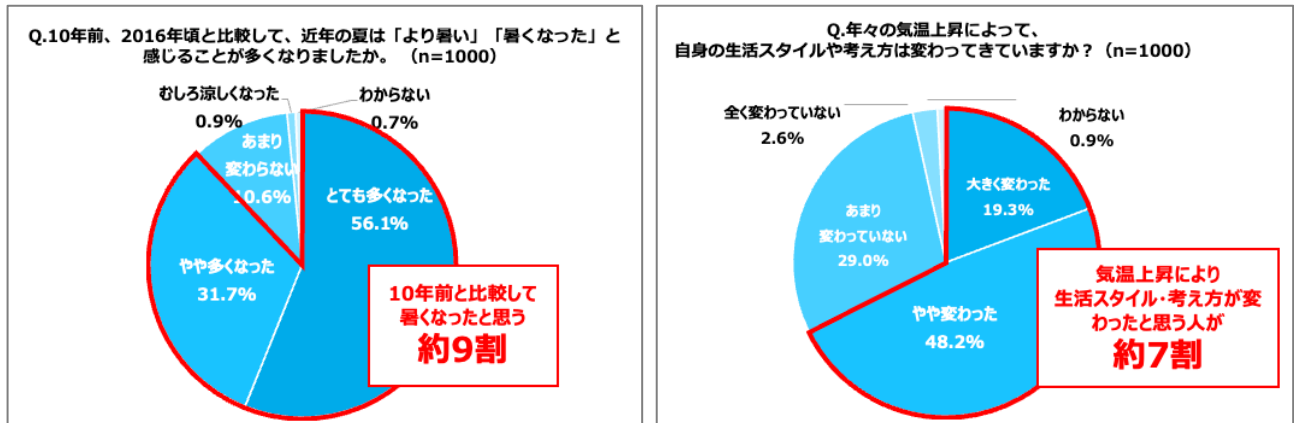
※5：後味の総量＝TI 法による後味強度の曲線下面積（AUC・60 秒）。半減時間＝後味の強度が 50%まで下がるまでの時間。（味香り戦略研究所調べ）

Part.1 意識調査結果「年々暑さが増すなかで、変わる日本人の食事・お酒の選び方」

10年前の夏と現在の夏における「食事・お酒の選び方の変化」に関する比較調査を、週1回以上飲酒する30代～60代の男女1,000名を対象に実施しました。その結果、近年の夏の長期化や猛暑など「日本の夏の暑さ」が生活者の行動に影響を与えており、生活スタイルや考え方に加え、食事や飲みものの選び方にも変化があることがわかりました。

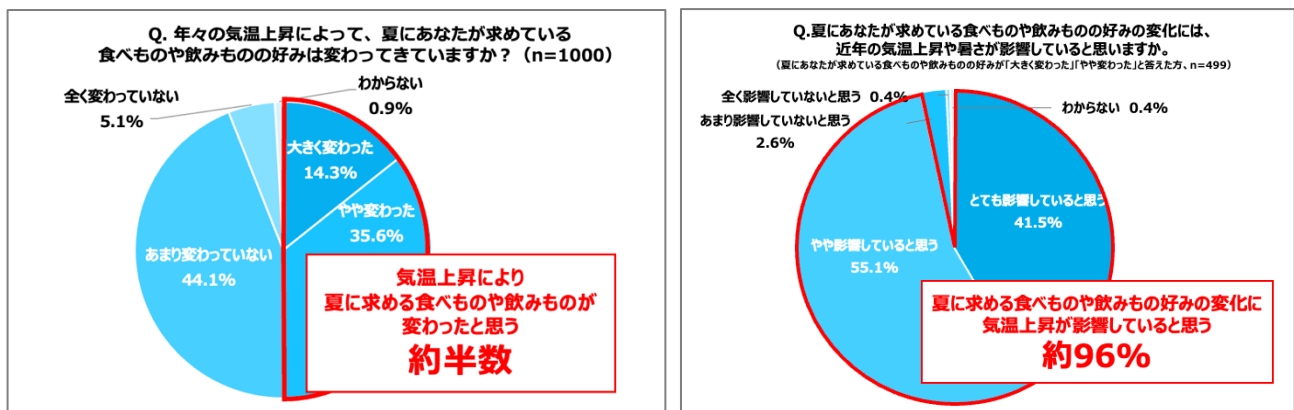
■約9割が10年前より夏が暑くなったと実感、約7割が生活スタイルの変化を認識

まず、「10年前と比べて近年の夏は暑くなったと感じることが多くなったか」を尋ねたところ、87.8%が「とても多くなった」「やや多くなった」と回答しました。さらに、「年々の気温上昇によって、自身の生活スタイルや考え方に変化があるか」を尋ねると、67.5%が「大きく変わった」「やや変わった」と回答。多くの人が夏の暑さの変化を実感するとともに、日々の過ごし方や意識にも変化が生じていることがうかがえます。



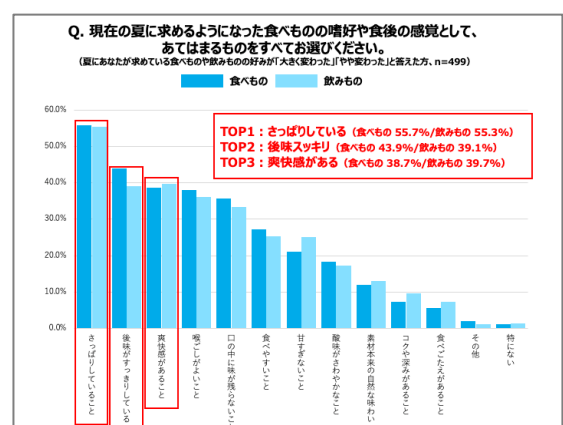
■約半数が「夏に求める食べもの・飲みもの」が変化し、その9割超が暑さの影響と回答

次に「年々の気温上昇によって、夏に求めている食べものや飲みものの好みが変わったか」を聞くと、約半数が「大きく変わった」「やや変わった」と回答しました。また、「変わった」と回答した人に「その変化は近年の気温上昇や暑さの影響によるものだと思うか」と聞いたところ、96.6%が「とても影響していると思う」「やや影響していると思う」と回答。多くの人が近年の暑さを背景に、夏に求める食事や飲みものが変化していることが分かりました。



■夏の食べもの・飲むものは「さっぱり」「後味スッキリ」「爽快感」を求める傾向に

続いて、夏に求める食べもの・飲みものが変化したと回答した人に対し、「現在の夏に求めるようになった食べものの嗜好や食後の感覚」について尋ねると、食べもの・飲みものともに「さっぱりしていること」が最も多く、次いで「後味がスッキリしている」、「爽快感があること」となりました。近年の夏は、スッキリと軽やかに楽しめる味わいがより求められる傾向がうかがえます。



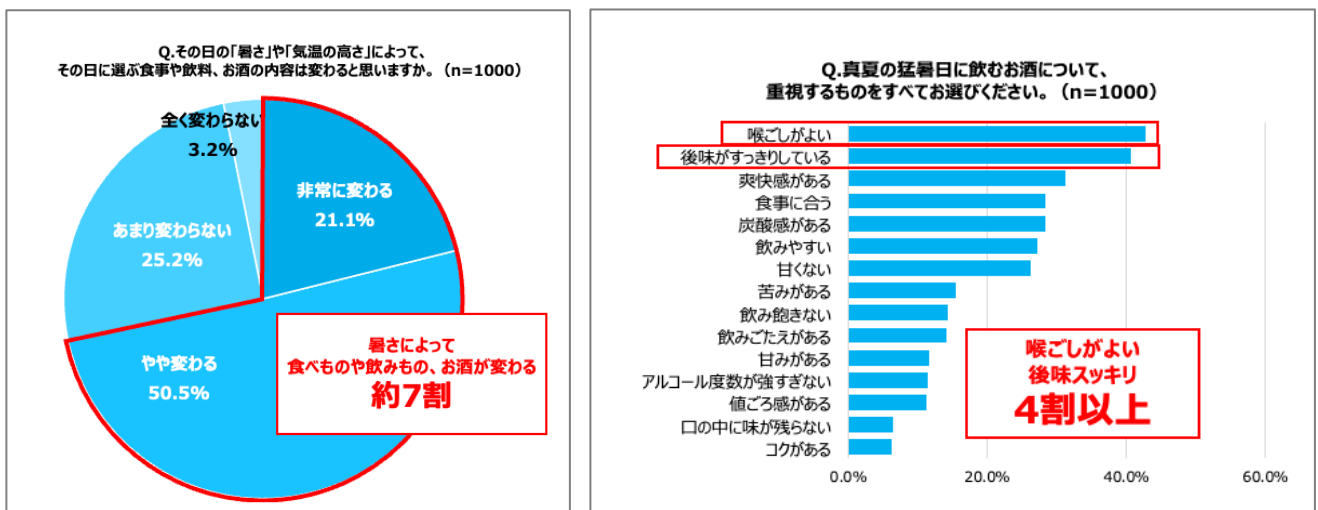
Part.2 意識調査結果「夏に飲みたいお酒は『喉ごし』と『後味がスッキリ』」

気象庁が2026年6月に発表した3カ月予報によると、7～9月の平均気温は全国的に平年より高くなる見込みです。特に7月～8月は熱帯域を中心に大気全体の温度が高くなると予測されています。こうした猛暑の予測も踏まえ、実際に暑い日が続いた際の「食事やお酒の選び方」や重視される「食べもの・飲みものの傾向」について意識調査を実施しました。

参考：気象庁向こう3か月の天候の見通し全国（7月～9月）<https://www.data.jma.go.jp/cpd/longfcst/kaisetsu/?term=P3M>

■7割超が暑さによって食事やお酒の選び方が「変わる」と回答、猛暑日に飲むお酒は「喉ごし」重視

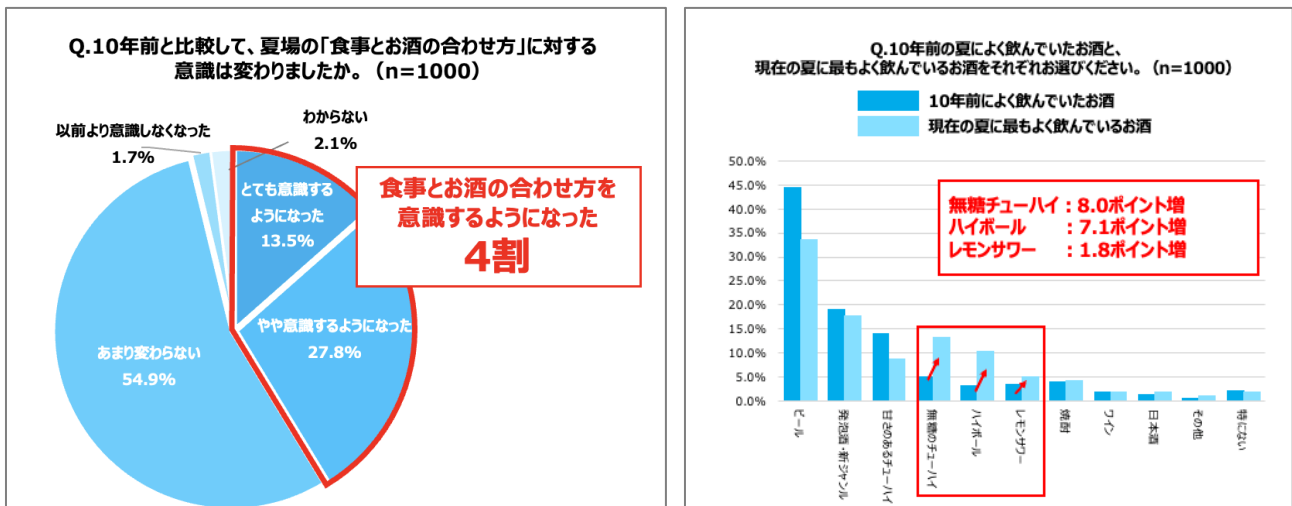
「その日の暑さや気温の高さによって食事や飲料、お酒の内容は変わると思うか」の問いについては、71.6%が「非常に変わる」「やや変わる」と回答しました。夏の暑さは、その日の気温に応じた食事やお酒の選択にも影響を与えていることがうかがえます。あわせて、「真夏の猛暑日に飲むお酒について、重視するもの」について聞くと、「喉ごしが良い」（42.8%）、「後味がスッキリしている」（40.7%）、「爽快感がある」（31.3%）、「食事に合う」（28.3%）、「炭酸感がある」（ともに28.3%）と続きました。



■「無糖チューハイ」を最もよく飲む人の割合は10年前から8ポイント増加

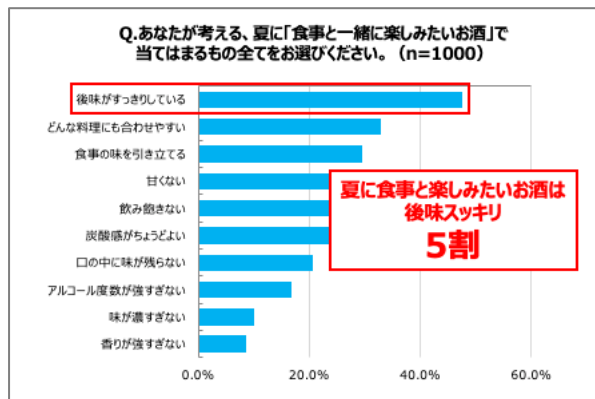
10年前の夏と比較して、夏場のお酒の嗜好や選び方に変化があったかを尋ねたところ、44.2%が「大きく変わった」「やや変わった」と回答しました。また、変化があったと回答した人の90.5%が、その変化には近年の気温上昇や暑さが影響していると回答しました。

さらに、10年前の夏と現在の夏に最もよく飲むお酒について尋ねたところ、「無糖チューハイ」と回答した人の割合は、10年前の5.2%から現在は13.2%へと8.0ポイント増加しました。また、「ハイボール」（7.1ポイント増）や「レモンサワー」（1.8ポイント増）など、スッキリとした飲み口のお酒も増加しており、夏に食べる・飲むものに求めるものの変化が、実際のお酒選びにも表れていることがうかがえます。



■ 夏に食事と一緒に楽しみたいお酒は、「後味スッキリ」「どんな料理にも合わせやすい」が多数

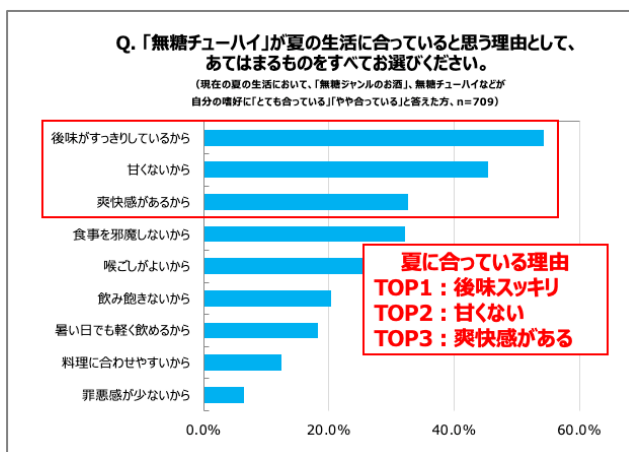
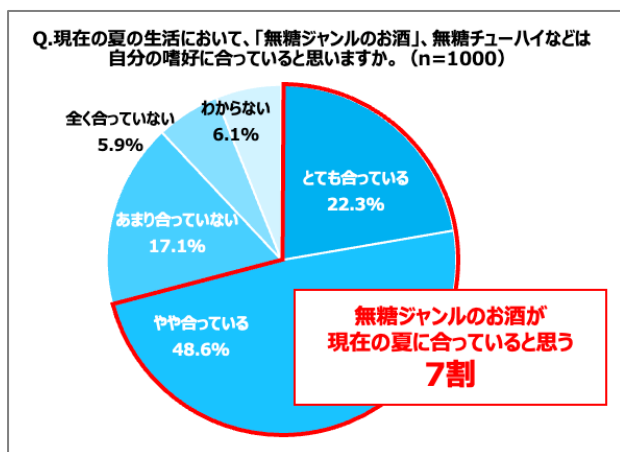
夏に「食事と一緒に楽しみたいお酒」について尋ねると、「後味がスッキリしている」（47.6%）、「どんな料理にも合わせやすい」（32.8%）が多数となりました。これに、「食事の味を引き立てる」（29.6%）、「甘くない」（28.1%）、「飲み飽きない」（25.5%）、「炭酸感がちょうどよい」（25.2%）と続きました。夏に食事と一緒に楽しむお酒には、後味のスッキリ感や、料理に合わせやすいことが重視される傾向がうかがえます。



■ 7割が現在の夏に「無糖チューハイ」などが自分の嗜好に合っていると回答

最後に、現在の夏の生活において、「無糖ジャンルのお酒」や「無糖チューハイ」などが自分の嗜好に合っていると思うかを尋ねると、70.9%が「とても合っている」「やや合っている」と回答しました。また、その理由として「後味がスッキリしているから」（54.3%）、「甘くないから」（45.4%）、「爽快感があるから」（32.6%）、「食事の邪魔をしないから」（32.2%）が上位に挙がりました。

現在の夏には、甘くないことや後味のスッキリ感、爽快感などを備えた「無糖」のお酒が、生活者の嗜好に合致していることが示されました。



意識調査概要（キリンビール調べ）

調査対象：週1回以上飲酒する全国の30代～60代の男女1,000名

調査期間：2026年7月10日～13日

調査手法：インターネット調査

Part.3 先行研究「暑さは『味の感じ方』に影響を与える～科学的知見から読み解く気温と味覚の関係～」

先行研究に基づく生理学的な知見を用いて、「なぜ暑いと人はスッキリした味を求めるのか」のメカニズムを整理するとともに、「氷結®無糖」の味わいがその傾向と整合するかを科学的に検証しました。

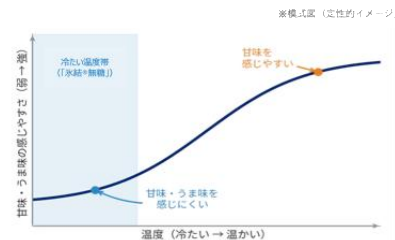
■ 気温と味覚の関係性は「温度は味の知覚強度を変える」→「暑いと重い・甘いのが下がる」→「軽い・スッキリが選ばれやすい」という仕組み

体温が高くなると、体温を下げようとして冷たい刺激を「快」と感じやすくなる一方、糖分などの「エネルギー摂取を抑えよう」という身体の反応（恒常性）が働くと考えられています。このため、暑い環境下では「重い・甘い」味への欲求が低下しやすく、相対的に「軽い・冷たい・低甘味」な味わいが心地よく感じられやすくなります。

■冷やして飲むと引き立つ「氷結®無糖」の後味の軽さ

人間の味覚受容体（TRPM5）は、温度によって活性度が変化し、冷たい状態では甘味やうま味といった味の感じ方が弱まりやすいことが知られています。甘味を加えていない「氷結®無糖」は冷たい状態で飲むことで、後味の軽さがより引き立ちます。

＜温度と甘味・うま味の感じやすさの模式図＞

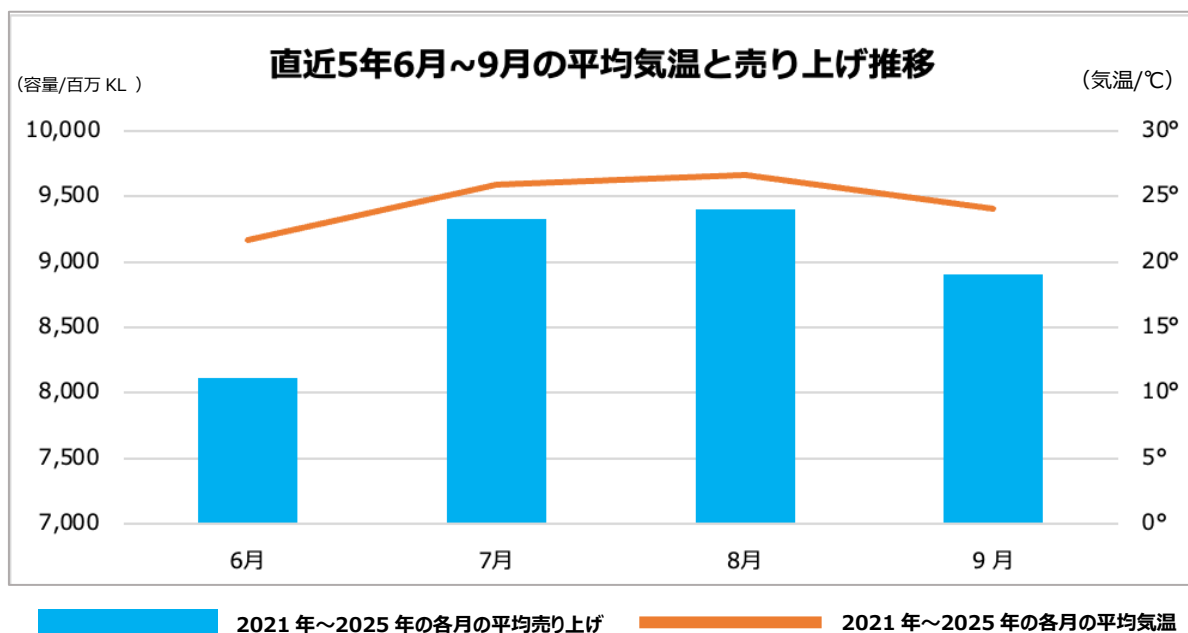


Part.4 気温と売り上げの相関関係「長期的な気温上昇と『氷結®無糖』の売り上げ」

今回の調査ではさらに、気温と実際の売り上げにはどの程度関連があるのかを分析しました。

■「氷結®無糖」は 6～9 月の夏季期間に、気温と売り上げが連動するような相関関係が見受けられた

「氷結®無糖」販売開始以降の 2021 年～2026 年の 6 月～9 月において、気温と売り上げの相関性を調べたところ、実際に連動するような相関関係が見受けられました。（キリンビール調べ）



出典：インテージ SRI+ RTD 市場(キリン定義) 2020 年～2025 年(6～9 月)
販売容量 6 業態計(SM、CVS、HC、DRUG、酒屋販売、一般酒販店)

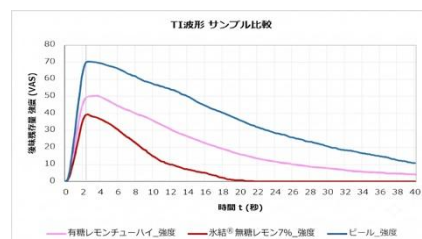
出典：気象庁の公式発表（日本の平均気温偏差）で用いられる「都市化の影響が
少ない 15 地点」の月平均気温をもとに算出した参考値

Part.5 味覚分析『「氷結®無糖」は『スツクリ』『後切れの速さ』が際立ち、暑い季節に選ばれやすいお酒』

味覚センサと、後味の時間変化を捉える官能評価（TI 法）を用いて「氷結®無糖レモン 7%」と、「有糖レモンチューハイ」「ビール」の味わいを定量化しました。

■後切れの速さは「氷結®無糖」が最速の「8.8 秒」で後味の総量もビールの約 5 分の 1

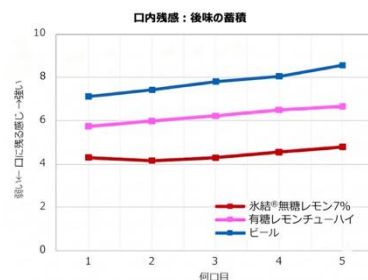
「氷結®無糖レモン 7%」と、「有糖レモンチューハイ」「ビール」の後味の時間変化を調べたところ、「氷結®無糖」が後切れの速さが半減まで 8.8 秒と最速で有糖チューハイの約半分、後味の総量もビールの約 5 分の 1 であることがわかりました。



■ スッキリして飲み終わりが軽い味わい。飲み進めても「スッキリ飲みやすい」状態がキープされる特性が明らかに

複数口を飲み進めた際、お口の中に残る「味わいの蓄積感」についても検証を行いました。通常のビールや甘みのあるレモンサワーは、1口目から5口目に掛けて、後味が徐々に口の中に蓄積され残感が強くなっていきます。

これに対し、「氷結[®]無糖」は1口目（残感値 4.3）から5口目（残感値 4.8）にかけての数値の変化がほぼ横ばいであり、飲み進めても「スッキリ・飲みやすい」状態がキープされ、飲み疲れしにくい特性が示されました。



■ 「氷結[®]無糖」が「現代の夏」に応える理由

夏に求められる特性と、「氷結[®]無糖」の製品特長の関係性を整理しました。

夏に求める特性	科学的根拠	「氷結 [®] 無糖」の特長
<u>甘味が残らない</u>	・甘味が少ない ・暑さ・満腹では甘味の快が低下しやすい ・冷たい温度帯では甘味の知覚が弱まりやすい	<u>糖類・甘味料を一切不使用</u>
<u>冷たさ・炭酸で渴きを癒す</u>	・冷却・炭酸が渴きを直接和らげる	<u>冷蔵で楽しむ</u> <u>炭酸あり</u>
<u>食事のリズムを保つ</u>	・酸味が唾液分泌を促しリフレッシュ補助	<u>レモンの酸味が補助的に寄与</u>

※6：本リリースにおける科学的知見の詳細は、味香り研発研究所による分析・報告書に基づきます。

<参考：「氷結[®]無糖」について>

新たに「氷結[®]・超クリア製法」で“果実のおいしさがよりクリアに感じられる味わい”にリニューアルしました。全国で4月製造品より※7、順次リニューアル品に切り替えています。また、2020年の発売以来当社RTDの売り上げ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20億本を突破するなど、「無糖チューハイ」カテゴリーをけん引しています。

※7：「氷結[®]無糖 レモン ALC.7%」「氷結[®]無糖 レモン ALC.4%」は5月製造品より順次リニューアル



「氷結[®]無糖」のおいしさの秘密

- 「氷結[®]・超クリア製法」で果実本来の余計な甘さや雑味をなくす、果汁にこだわった味づくり
- 食事にも合いやすいように澄んだ果実感とスッキリ感から生まれる飲みごたえを両立
- その日の気分に合わせて味を選べる多様なフレーバー