

「無糖チューハイ」市場、直近4年で6倍に！
 大人気「氷結[®]無糖」が、急拡大する「無糖チューハイ^{※1}」の飲用実態を調査
約6割^{※2}が「無糖チューハイ」の飲用機会が増えたと回答！
20代の若年層を中心に拡大

食中酒の新定番に！食事に合わせやすいお酒として「無糖チューハイ」がビールに次ぐ2位！
 「食後」や「宅飲み」など、多様な場面で「無糖チューハイ」が選ばれるオールラウンダーな一面も明らかに。

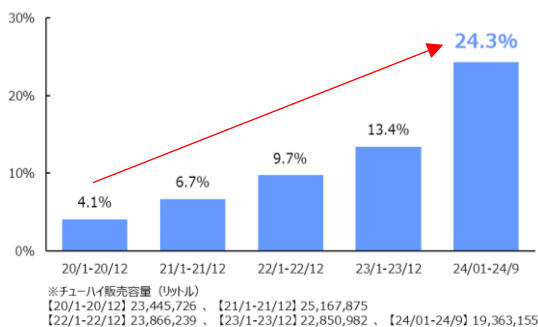
キリンビール株式会社（社長 堀口英樹）が販売中の糖類・甘味料を一切使用せず仕上げた、甘くなく果実味が引き立つ「キリン 氷結[®]無糖（以下、氷結[®]無糖）」シリーズは、2020年の発売以降当社RTD^{※3}の売上No.1^{※4}ブランドに成長しています。昨今RTD市場において「無糖チューハイ」カテゴリーが急速に拡大していることを受け、お客様から大変好評をいただいている「氷結[®]無糖」が『「無糖チューハイ」飲用実態調査』を実施しました。

- ※1：商品名に「無糖」を掲げるチューハイを「無糖チューハイ」と定義
- ※2：「無糖チューハイ」飲用経験者の6割（調査概要はP3に記載）
- ※3：Ready to Drinkの略。栓を開けてそのまま飲めるアルコール飲料
- ※4：「氷結[®]無糖」シリーズ2023年年間出荷実績

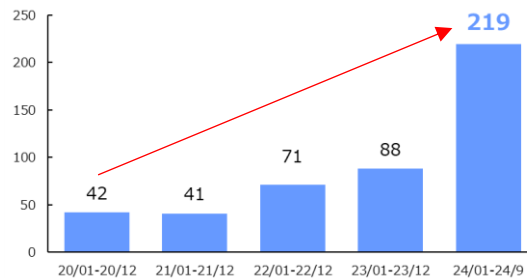
「氷結[®]無糖」が発売された2020年から2024年の9月までで「無糖チューハイ」カテゴリーはRTD市場におけるシェアが約6倍^{※5}、「無糖チューハイ」の商品数は約5倍^{※5}と急拡大しており、カテゴリーとして確立したと言えます。[図1] [図2]

※5：出典「日経POS情報 日経収集店舗 チューハイ分類のうち商品名に「無糖」を含むもの（全国 年次 2020年～2024年）」

[図1] チューハイ内「無糖チューハイ」販売容量シェア
 2020年の4.1%に対し、2024年は24.3%と約6倍に増加



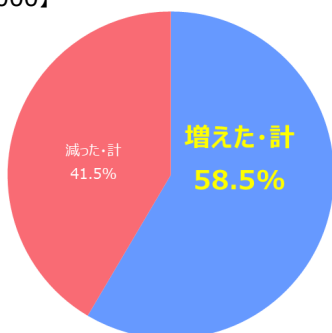
[図2] 「無糖チューハイ」のアイテム数（種類）
 「氷結[®]無糖」が発売された2020年の42種類から、2024年は219種類と約5倍に増加



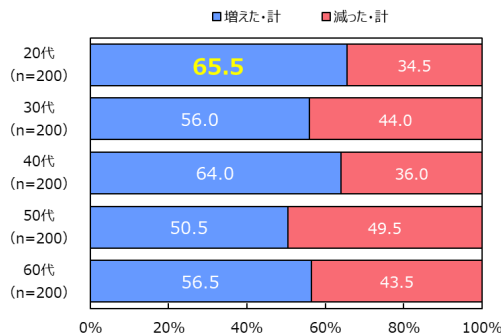
さらに、今回「無糖チューハイ」飲用経験者1,000名に対して飲用実態を調査した結果、58.5%^{※6}が『「無糖チューハイ」の飲用機会が増加した』と回答しました。特に20代の若年層においては65.5%と飲用機会の増加が顕著に見られました。[図3] [図4]

※6：「とても増えた」「やや増えた」の計

[図3] 最近の「無糖チューハイ」飲用頻度の増減 (SA)
 【全体：n=1,000】

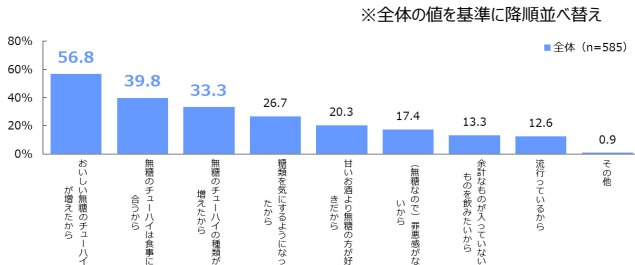


[図4] 最近の「無糖チューハイ」飲用頻度の増減 (SA) 【年代別】

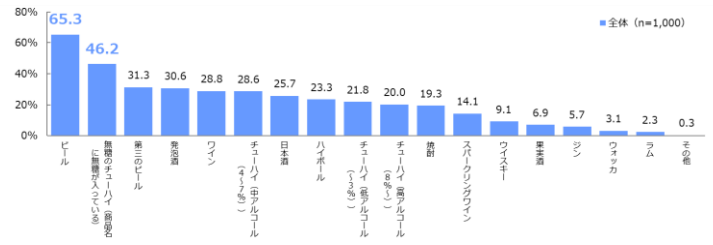


「無糖チューハイ」の飲用頻度が増加している人を対象に増加理由をきいたところ、1位は「おいしい無糖のチューハイが増えたから」（56.8%）という結果になりました。[図5] また、食事に合わせやすいお酒の上位3位は「ビール」（65.3%）、「無糖のチューハイ（商品名に無糖が入っている）」（46.2%）、「第三のビール」（31.3%）となり[図6]、「ビール」（1位）や「第三のビール」（3位）、「発泡酒」（4位）が上位にランクインする中、「無糖のチューハイ」は2位にランクインし、ビール類とともに食事に合わせやすいお酒として認知されていると伺えます。

[図5] 最近の「無糖チューハイ」飲用頻度増加の理由 (MA) 【全体】 <「無糖チューハイ」飲用頻度増加者を対象>

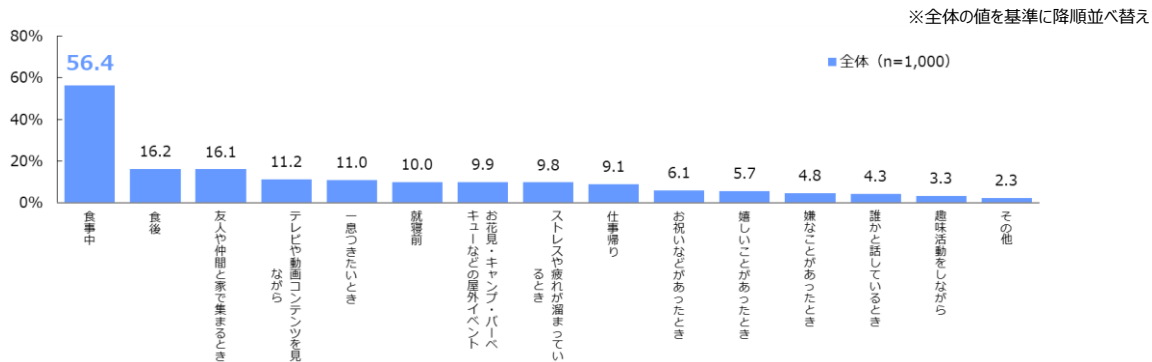


[図6] 食事に合わせやすいお酒 (MA) 【全体】



実際の「無糖チューハイ」飲用シーンを調査すると「食事中」（56.4%）が突出した1位になりましたが、2位は「食後」（16.2%）、3位は「友人や仲間と家で集まる時」（16.1%）となりました。さらに「テレビや動画コンテンツを見ながら」（11.2%）、「一息つきたいとき」（11.0%）といった食事関連のシーン以外でも飲用されており、オールラウンダーなお酒として楽しまれていることが分かりました。[図7]

[図7] 「無糖チューハイ」の飲用シーン (MA) 【全体】

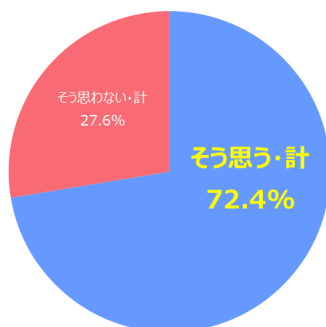


■ 7割以上が「無糖チューハイ」は「流行していると思う」特に女性は7.5割以上が流行りを実感

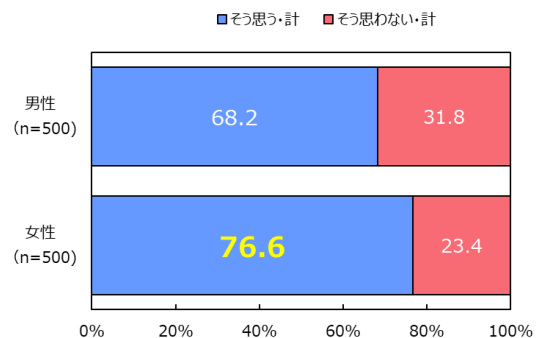
「無糖チューハイ」飲用者の72.4%※7が「無糖チューハイ」の流行を実感していました[図8]。また性別で見ると、男性(68.2%)より女性(76.6%)が8pt高く、女性のほうがより強く「無糖チューハイ」の流行りを感じていることがわかります。[図9]

※7:「とてもそう思う」「ややそう思う」の計

[図8] 「無糖チューハイ」は最近流行していると思うか (SA) 【全体: n=1000】



[図9] 「無糖チューハイ」は最近流行していると思うか (SA) 【性別】



■ 2 杯目以降に飲まれるお酒「無糖チューハイ」は「ビール」と「ハイボール」を上回る 2 位にランクイン

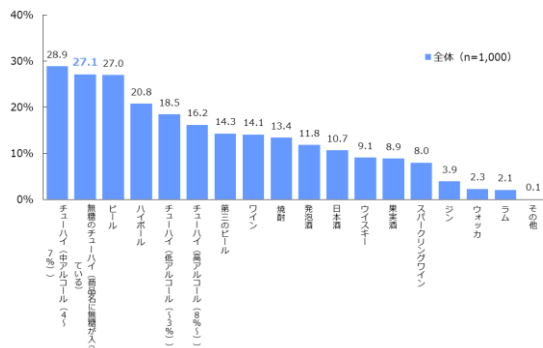
2 杯目以降に飲まれるお酒の上位 3 位は「チューハイ（中アルコール（4～7%）」（28.9%）、「無糖のチューハイ（商品名に無糖が入っている）」（27.1%）、「ビール」（27.0%）でした。「無糖チューハイ」は 3 位の「ビール」や 4 位の「ハイボール」（20.8%）を上回り、2 位にランクインしています [図 10]。

また 1 杯目にいずれかビール類（「ビール」「発泡酒」「第三のビール」）を飲用する方に限定しても、「無糖のチューハイ（商品名に無糖が入っている）」（30.1%）は、ハイボール（4 位：26.1%）より上位の 3 位となり、飲酒の中盤以降の定番の一つとして「無糖チューハイ」が選択されていることが判明しました [図 11]。

その理由は「スッキリしていて飲みやすい」「さっぱりしたい」といった味に関する意見だけでなく、「罪悪感が少ない」といった無糖であることを支持する意見や「二杯目からは食事と共に楽しむので」といった食事との相性の良さに関する意見が挙がりました。

[図 10] 2 杯目以降に飲まれるお酒 (MA) 【全体】

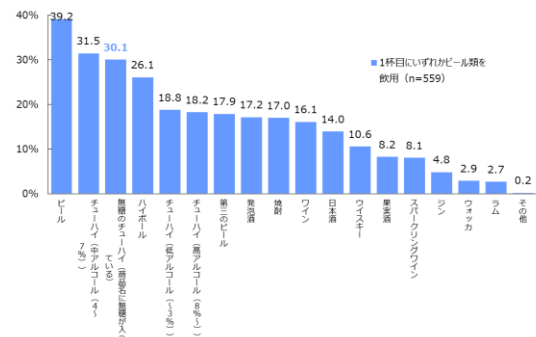
※全体の値を基準に降順並べ替え



[図 11] 2 杯目以降に飲まれるお酒 (MA)

【1 杯目にいずれかビール類を飲用：n=599】

※1 杯目にいずれかビール類を飲用の値を基準に降順並べ替え



■ 社会トレンド観点で捉える、「無糖チューハイ」が人気の理由

世代・トレンド評論家／立教大学大学院客員教授 牛窪 恵(うしくぼ めぐみ)さんに「無糖チューハイ」が人気の理由について、コメントをいただきました。

“新定番”となった「無糖チューハイ」、愛飲者それぞれの“推し”が自分に寄り添う、身近な存在に。



- 6 割近い人が「最近おいしい無糖チューハイが増えた」と回答しているように、「氷結[®]無糖」をはじめシンプルな味わいでありながら、物足りなさを感じさせない絶妙なおいしさの商品が出てきたことも、定着の一助となったことが読み取れます。
- “新定番”となった「無糖チューハイ」は、多彩なフレーバーが発売されており、その中から愛飲者それぞれの“推し”があったり、また“推し”がありつつも他のフレーバーを時々試し、シーンや気分に応じて楽しんでいるという雰囲気が感じられます。
- そもそも“推し”は気分をアゲたい時や、逆に疲れていたりする時など、自分に寄り添っていて欲しい、身近にあって欲しい存在。「無糖チューハイ」の推しも、それぞれの生活や一日の大事な時間である食事シーンに寄り添ってくれる存在だと感じているのではないのでしょうか。
- 7 割以上の方が「無糖チューハイが流行していると感じている」ことも、既に“新定番”になったことを物語っていると思います。特に女性で「流行している」ことを実感する人が多いという結果が出ていますが、女性は飲食関連を SNS に投稿する人が多いため、SNS の閲覧や投稿で「無糖チューハイ」そのものや料理とあわせた“推し”を目にする機会が増えたことも影響しているのではないのでしょうか。

<調査概要（インターネットリサーチ）>

調査方法：インターネットリサーチ 調査期間：2024 年 10 月 23 日（水）～10 月 24 日（木）

調査対象：全国の 20～60 代の「無糖チューハイ」飲用経験者（「無糖チューハイ」を「月に 1 日未満」以上飲用）