

【レポート】ミネラルウォーターを毎日飲む60代以上男性は、たった13%！
ソフトドリンクでも食べ物との組み合わせが重要視されはじめた？
「ソフトドリンク・トレンド2024」を発表
～食事との相性がカギを握るソフトドリンク新時代を徹底解剖～

ロンドン本社を含め13か国にオフィスを構える市場調査会社「Mintel Group」の日本法人であり、美容やライフスタイル、食品・飲料分野におけるグローバル調査に強みを持つ、株式会社ミンテルジャパン(東京都千代田区)は、先週発刊したミンテルジャパンレポート「ソフトドリンク・トレンド 2024年」の中で、ソフトドリンク市場のトレンドや各世代が日常的に摂取するソフトドリンクの傾向を明らかにしました。



昨今、新型コロナウイルス感染症が収束を迎え、レジャー需要が回復。さらには全国的な猛暑の影響により、ミネラルウォーターの市場は生産量・販売額ともに過去最高を記録しています。20代のおよそ3人に1人が、ミネラルウォーターを毎日飲んでいる一方で、男性のシニア世代は他の世代と比べて、ミネラルウォーターの摂取量が少ないことが分かりました。消防庁が発表した「熱中症による救急搬送状況(令和元年～令和5年)」によると、熱中症で救急搬送された患者のうち、高齢者の割合が5年連続で50%を超えています(※1)。高齢者に熱中症患者が多い理由の一つに、ミネラルウォーターの摂取不足があるかもしれません。

また、アルコール飲料は食事との組み合わせを考えるのが当たり前となっていますが、ソフトドリンクにも組み合わせの考え方が普及してきているようです。チーズと言えばワインのイメージが定着していますが、海外では甘いリンゴジュース×チェダーチーズや、レモネード×ヤギミルクのチーズなど、ソフトドリンクとの組み合わせが注目されて始めています。日本でもそのようなペアリングが流行するのでは、とミンテルアナリストは予測します。

※1:消防庁「令和5年(5月から9月)の熱中症による救急搬送状況」https://www.fdma.go.jp/disaster/heatstroke/items/r5/heatstroke_nenpou_r5.pdf

ミンテルジャパンレポートについて詳しくはこちら:<https://japan.mintel.com//japan-report-prtimes-0824-2>

リリースのトピックス

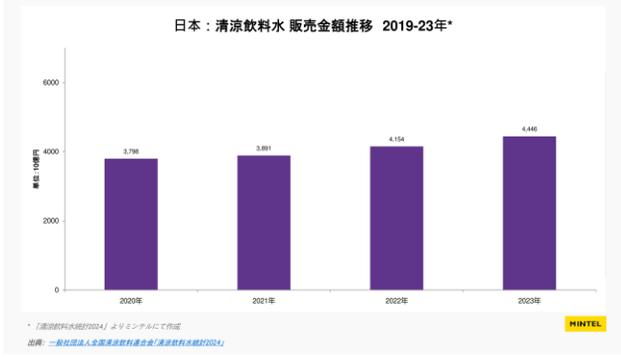
- 1 レジャー需要回復と全国的な猛暑により、活況のドリンク市場
特にミネラルウォーターは右肩上がりに
- 2 男性高齢者のミネラルウォーター不足に対する課題感
他の層と比べ、ミネラルウォーター摂取量が低く、ジュースを飲んでいる人が多い傾向に
- 3 【新習慣】ソフトドリンク×食べ物の組み合わせという新たな考え方
チーズ×ワインに変わるドリンクはノンアルコールドリンク？

※本リリースの調査結果をご利用いただく際には、必ず【ミンテルジャパンレポート『ソフトドリンク・トレンド 2024年』より]とご明記ください。

レジャー需要回復と全国的な猛暑により、活況のドリンク市場 特にミネラルウォーターは右肩上がりに

全国清涼飲料連合会の「清涼飲料水統計2024」によると、2023年の清涼飲料水市場は、生産量が約2.2ポイント増となり3年連続でプラスとなりました。また、販売金額は約7.0ポイント増の約4.4兆円となり、生産量・販売額ともに過去最高を記録しました。

ミネラルウォーター類の需要は拡大し続けており、コロナ禍が落ち着いたことによるレジャーの回復と全国的な猛暑も後押しして、市場拡大が継続的に見られます。

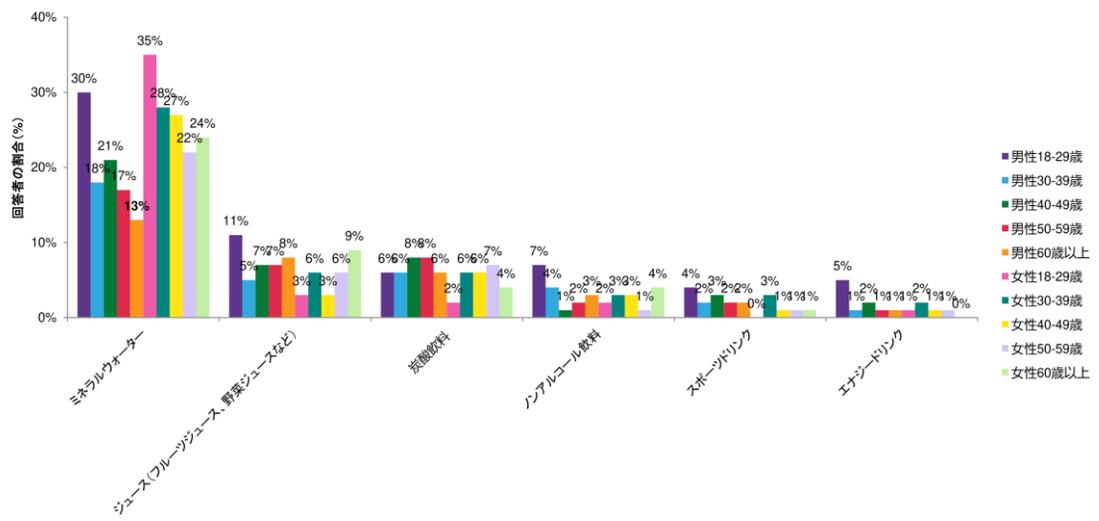


https://j-sda.or.jp/statistically-information/pdf/2024jsda_databook.pdf

男性高齢者のミネラルウォーター不足に対する課題感 他の層と比べ、ミネラルウォーター摂取量が低く、ジュースを飲んでいる人が多い傾向に

ミントルが日本で行った世代別に毎日飲んでいるソフトドリンクの調査によると、40代以上の消費者の半数が毎日コーヒーを飲むのに対して、20代は25%程度。代わりに飲んでいるものはミネラルウォーターで、20代は、3人に1人が毎日ミネラルウォーターを飲んでいる結果となりました。また、20代男性はジュースやエナジードリンクなど多種多様なソフトドリンクへの興味も高いようです。一方、男性のシニア世代は他の世代と比べて、ミネラルウォーターを飲む人が少なく、ジュースを飲んでいる人が多い傾向にあります。

日本：性年代別 毎日飲んでいるソフトドリンク(抜粋)、2024年



調査対象：18歳以上のインターネットユーザー2,000人
出典：楽天インサイト/Mintel, 2024年7月



[https://data.mintel.com/databook/sofutodorinku-torendo-nippon-2024-nen/question/Q13/code/1?country=13&d=gender and age \(5 groups\)&numbers=percentages#Q13](https://data.mintel.com/databook/sofutodorinku-torendo-nippon-2024-nen/question/Q13/code/1?country=13&d=gender and age (5 groups)&numbers=percentages#Q13)

【新習慣】ソフトドリンク×食べ物の組み合わせという新たな考え方

チーズ×ワインに変わるドリンクはノンアルコールドリンク？

食事とお酒はセットであり、料理と提供するアルコール飲料は常にペアリングを考えるのが当たり前です。ソフトドリンクにおいても、変化する消費者のライフスタイルに合わせた、食べ物とのペアリングという新しい考え方が海外ではよく見られるようになっていきます。

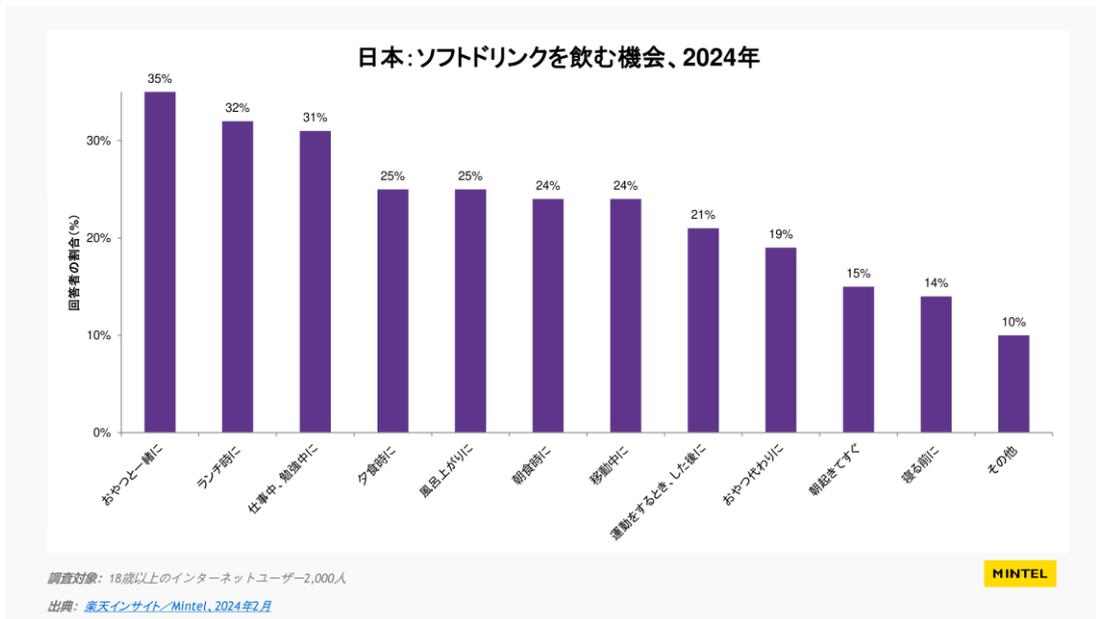
日本の消費者はおやつ、ランチ、仕事中、夕食時など、さまざまなシーンでソフトドリンクを楽しんでいます。また、世界的に食事の際にアルコール以外の選択肢を探す消費者が多く、ミンテルの行った調査によると日本の消費者の3割が「食事に合う」ことがノンアルコール飲料の購入の動機になると考えています。

イギリスのチーズ生産者Quicke'sのホームページでは、自社製品と、天然原材料のみを使用したソフトドリンクのペアリングの例を紹介しています。例えば甘いリンゴジュースはチェダーチーズと、レモネードはヤギミルクのチーズと相性抜群です。チーズと言えばワインが定番ですが、定番を払いのけ、ソフトドリンクとのペアリングによる新たな食体験が期待されています。



Quicke'sの極熟クロスパウンドチェダーと相性ぴったりのヘロンパレーヘロンパレーアップル&ジンジャージュース

出典: Quicke's
<https://www.quickes.co.uk/blogs/news/heron-valley-pairings>



<https://data.mintel.com/databook/sofutodorinku-torendo-nippon-2024-nen/#Q14>

■ミントル ジャパンレポートについて

新製品開発のヒントになるグローバルトレンドと日本におけるその意味について理解を促し、日本市場における商機を探るレポートシリーズ。「美容・化粧品」、「ライフスタイル」、「食品・飲料」分野のレポートをサブスクリプション方式でご提供しています。グローバルと日本、双方の視点でトレンドを捉えることが可能です。

■ミントル 世界新商品データベース(GNPD)について

世界86カ国の日用消費財の新商品を、原料や訴求内容から検索することができるデータベースです。世界各国に配置されたミントルの調査員が、日々新商品の収集を行うことで、毎月約4万点の商品パッケージ情報をデータベース化し、GNPDを構築しています。商品のあらゆる情報を掲載しているため、様々な視点から世界の製品トレンド分析を行うことが可能です。

■市場調査会社ミントルの強み

ミントルに在籍する各分野の専門家であるアナリストは、GNPDに蓄積されたデータや独自の消費者調査、外部データなどを組み合わせて、消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測を行い、レポートを執筆しています。ミントルは常に「消費者」に焦点を当て各サービスを展開しており、「消費者が何をなぜ求めているかを探るエキスパート(Experts in what consumers want and why.)」をコーポレートスローガンとしています。

■株式会社Mintel Japan(ミントルジャパン)

ミントルジャパンは、ロンドンに本社を置く大手市場調査会社「Mintel Group」の日本法人です。専門分野のアナリストと新商品の調査員を世界各国に配置し、独自の消費者調査や新商品情報の収集を行っております。その独自のデータを基にした消費財業界のグローバルトレンドと市場変化の予測に強みがあります。日本では主に「美容・化粧品」「食品・飲料」「ライフスタイル」の3分野に注力し、サービスを展開しています。

《ご利用条件》

情報の出典元として【ミントルジャパンレポート『ソフトドリンク・トレンド 2024年』より】の明記をお願いいたします。

■会社概要

企業名 : 株式会社ミントルジャパン
本社所在地 : 東京都千代田区丸の内二丁目4番1号 丸の内ビルディング18階
代表 : リチャード・カー
設立日 : 2008年03月
事業概要 : トレンドレポートの販売、市場調査、市場分析等
WEBサイト : <https://japan.mintel.com/>



MINTEL