

「ソバーキュリアス」時代が到来！

4人に1人が旅行先での飲酒機会に対するストレスを感じた経験あり！？

**旅行先での飲酒機会のあり方と観光マーケット・地域における
活用可能性について分析、調査結果を発表**

JTBグループで旅行・ライフスタイル情報を提供する株式会社JTBパブリッシング（東京都江東区、代表取締役 社長執行役員：盛崎宏行）は、運営するリアル店舗メディア「editor's fav るるぶキッチン」（以下「るるぶキッチン」）やWEBメディア「るるぶ+」、「るるぶ&more.」、「るるぶKids」において旅行に対して意欲の高い層に対し旅行先でのお酒に対する意識・意向アンケート調査を実施しました。

調査・分析にあたっては文教大学国際学部国際観光学科の青木洋高先生と連携し、あえてお酒を「飲まない」ライフスタイルとして欧米のZ世代に広がっている「ソバーキュリアス」の考え方を踏まえ、旅行先における飲酒のあり方についてアンケート調査を実施し、分析を行いました。今後も、旅行先における「飲まない」選択肢の提供が、多様な旅行者のニーズに適合し、新たな観光マーケットの開拓につながるかを検討していきます。

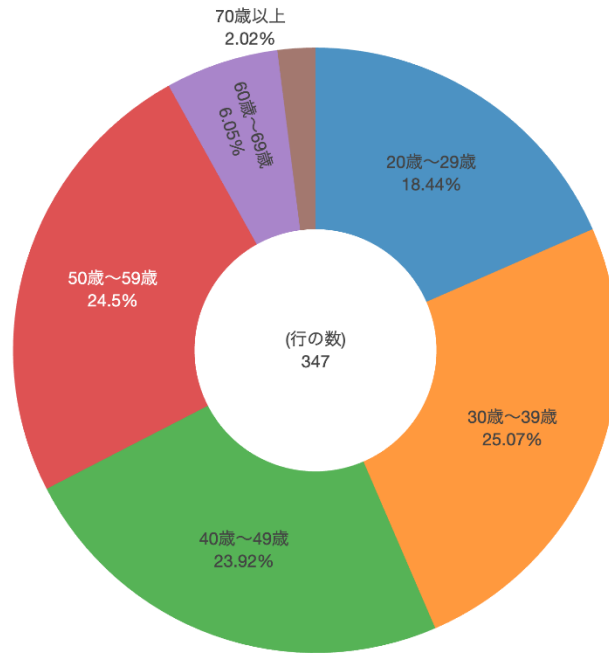


<調査①> JTBパブリッシング運営WEBメディアによるアンケート調査

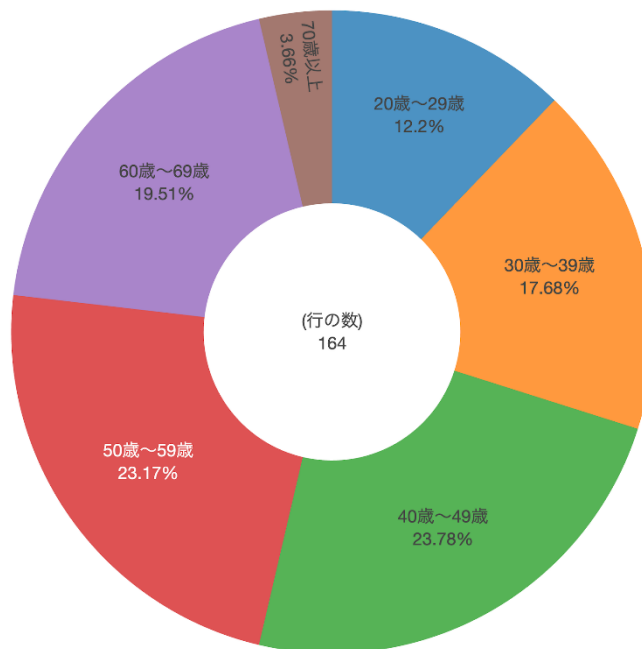
2024年12月17日（火）から19日（木）の3日間、「るるぶ+」、「るるぶ&more.」、「るるぶKids」においてPOP UP画面で旅行先における飲酒に対する意向アンケート調査のフォームを公開、有効回答数は536。

＜回答者属性＞

- ・回答者は536人で、男性164人（30.6%）、女性347人（64.7%）、未回答が25人（4.7%）。
- ・宿泊を伴う国内旅行を年に2回以上している人の割合は、男性69.5%、女性68.9%と旅行意欲の高い層への調査となっている。
- ・飲酒頻度は男性「飲まない・月に1～3日」が39.6%、女性「飲まない・月に1～3日」が64.2%と飲酒習慣のない層は女性のほうが多い。



■ 20歳～29歳 ■ 30歳～39歳 ■ 40歳～49歳 ■ 50歳～59歳 ■ 60歳～69歳 ■ 70歳以上



■ 20歳～29歳 ■ 30歳～39歳 ■ 40歳～49歳 ■ 50歳～59歳 ■ 60歳～69歳 ■ 70歳以上

国内旅行回数	男性	女性	飲酒頻度	男性	女性
	164 (100%)	347 (100%)		164 (100%)	347 (100%)
0回	27 (16.5%)	42 (12.1%)	飲まない	34 (20.7%)	142 (40.9%)
1回	23 (14.0%)	66 (19.0%)	月に1～3日	31 (18.9%)	81 (23.3%)
2回	33 (20.1%)	92 (26.5%)	週1～2日	24 (14.6%)	53 (15.3%)
3回	28 (17.1%)	48 (13.8%)	週3～4日	22 (13.4%)	26 (7.5%)
4回	10 (6.1%)	23 (6.6%)	週5～6日	13 (7.9%)	11 (3.2%)
5回以上	43 (26.2%)	76 (21.9%)	毎日	40 (24.4%)	34 (9.8%)

<ソバーキュリアス・モクテルの理解>

飲まない選択肢を取る方向けのドリンクを、ソバーキュリアス、もしくはモクテルと称することが多い。その2つの用語に対し認知を調査した(※)。

- ・**ソバーキュリアス**について「知っている、意味も理解している」と答えた割合は**男性 7.9%、女性 4.6%**にとどまっている。
- ・**モクテル**について「知っている、意味も理解している」と答えた割合は**男性 19.5%、女性 29.1%**となり、女性が10ポイント以上高い。また、ソバーキュリアスよりは理解が広がっていると言える。

ソバーキュリアス	男性 164	女性 347	モクテル	男性 164	女性 347
聞いたことがない	137 (83.5%)	309 (89.0%)	聞いたことがない	124 (75.6%)	194 (55.9%)
聞いたことはあるが、 意味はわからない	14 (8.5%)	22 (6.3%)	聞いたことはあるが、 意味はわからない	8 (4.9%)	52 (15.0%)
知っている、 意味も理解している	13 (7.9%)	16 (4.6%)	知っている	32 (19.5%)	101 (29.1%)

(※) 用語の説明

ソバーキュリアスとは、イギリスのルビーウォリントンが提唱した言葉。「sober (シラフ)」と「curious (好奇心)」を組み合わせた造語で、「あえて酒を飲まないライフスタイル」と定義。

モクテルとは、ノンアルコールカクテルのこと。「mock (似せた)」と「cocktail (カクテル)」を組み合わせた造語であり、近年、飲食店でもメニューに組み込まれるようになっている。

<旅行先での飲酒機会に対するストレス>

・旅行先での飲酒機会に対するストレスについて、いずれかの経験があると答えた割合は、男性 25.6%、女性 28.8%となった。**4人に1人以上が飲酒についてのストレスを感じたことがある**という結果となった。

・男女ともに「飲みたくないお酒を飲んだ(注文したこと) ことがある」、「お酒を飲まない(飲めない) ため、入りたいお店を断念したことがある」、「お酒を飲まない(飲めないため)、早めに退店したことがある」の順で回答が多かった。

・統計分析の結果、旅行先における飲酒機会に対するストレスには、国内旅行回数および飲酒頻度による有意差が認められた ($p<0.05$)。つまり**旅行回数が多いほど、飲酒頻度が多いほど、旅行先における飲酒に対するストレス(※)を感じている傾向が強い。**

性別	お酒を飲まない（飲めない）ため、 入りたいお店を断念したことがある	お酒を飲まない（飲めない）ため、 早めに退店したことがある	飲みたくないお酒を飲んだ （注文した）ことがある	いずれかの経験がある
男性（164人）	22（13.4%）	8（4.9%）	30（18.3%）	42（25.6%）
女性（347人）	42（12.1%）	30（8.6%）	55（15.9%）	100（28.8%）
合計（511人）	64（12.5%）	38（7.4%）	85（16.6%）	142（27.8%）

（※）用語の説明

「旅行先における飲酒機会に対するストレス」の定義：「飲みたくないお酒を飲んだ（注文した）ことがある」、「お酒を飲まない（飲めない）ため入りたいお店を断念したことがある」、「お酒を飲まない（飲めない）ため、早めに退店したことがある」のいずれかと定義した。

＜旅行先における高価格帯ノンアルコール飲料（※）の需要＞

・旅行先において**高価格帯ノンアルコール飲料がメニュー**に拡充することについて、「好ましい」と答えた割合は**男性 51.8%、女性 66.9%**となった。

・統計分析の結果、高価格帯ノンアルコール飲料の需要には、国内旅行回数による有意差は認められなかった一方で、飲酒頻度による有意差が認められた（ $p<0.05$ ）。→**飲酒頻度が少ない人ほど、高価格帯ノンアルコール飲料に対するニーズが大きい。**

性別	好ましい	どちらともいえない	好ましくない
男性（164人）	85（51.8%）	63（38.4%）	16（9.8%）
女性（347人）	232（66.9%）	89（25.6%）	26（7.5%）
合計（511人）	317（62.0%）	152（29.7%）	42（8.2%）

（※）用語の説明

「高価格帯ノンアルコール飲料」の定義：「アルコールメニューと同価格帯の飲料」と定義した。

【調査概要】

- ・調査期間：2024年12月17日（火）から19日（木）
- ・調査機関（調査主体）：JTBパブリッシング
- ・調査対象：「るるぶ+」「るるぶ&more.」「るるぶKids」Webメディア閲覧者
- ・有効回答数（サンプル数）：536名
- ・調査方法（集計方法、算出方法）：インターネット調査

＜調査②＞ JTBパブリッシング運営「るるぶキッチン」における実証実験

JTB パブリッシングが運営するリアル店舗メディア「るるぶキッチン」（新宿）において、オリジナルモクテルをメニュー化。同じドリンクを2025年1月11日（土）から17日（金）はソフトドリンクメニューとして、18日（土）から24日（金）は「ソバーキュリアス」を訴求したメニューにした。

＜「ソバーキュリアス」を訴求したメニューによる売上の変化＞

- ・「ソバーキュリアス」の概説を付けたオリジナルメニューを掲出したことで、地域名を冠した高価格帯のオリジナルモクテル（880円／930円）の販売シェア（全ソフトドリンクのなかで占める割合）が**19.6%から26.9%に増加**した（+7.3%）。
- ・**ノンアルコールドリンクの1杯あたりの平均単価が、約100円（17.8%、542.7円→639.5円）アップ**した。→ウーロン茶などの安価なメニューからのシフトが進んだことが想定される。



※るるぶキッチンでのソバーキュリアスドリンク例

【山形】ごろごろフルーツソーダ

シャインマスカット（930円）

佐藤錦（880円）

さくらんぼミックス（880円）

＜講評＞ 文教大学国際学部国際観光学科 青木洋高先生

「ソバーキュリアス」についての認知度はいまだ低いものの、「モクテル」についてはその理解が広まりつつある。また、今回の調査では、4人に1人以上が旅行先における飲酒機会に対するストレスを経験しており、旅行回数が多い人にその傾向が強いことも明らかになった。観光行動において「食」に対する期待は大きく、だからこそアルコール・ダイバーシティを推進することで、飲む・飲まないにかかわらず、地域を楽しむことができる環境を提供することが求められる。また、高価格帯ノンアルコールドリンクの需要は大きく、地場産品を活用するなど価値を訴求することで、消費額の拡大にもつながるだろう。

■「editor's fav るるぶキッチン」店舗概要

＜住所＞東京都新宿区新宿 3-17-7 紀伊國屋書店 新宿本店
地下1階（紀伊國屋ビルディング地下名店街）

＜営業時間＞ランチタイム 11時30分～14時30分
（14時00分LO）、

ディナータイム 17～22時（21時30分LO）

＜電話番号＞03-6273-0727

＜定休日＞不定休（※年末年始含む休業日あり）

＜アクセス＞JR 新宿駅東口より徒歩3分、
または地下鉄丸ノ内線・副都心線・都営新宿線 新宿三丁目駅
B7出口より徒歩1分（地下街より直結）



食べログ：<https://tabelog.com/tokyo/A1304/A130401/13302778/>

facebook：<https://www.facebook.com/rurubukitchen>

当社 JTB パブリッシングは、「るるぶ」ブランドによる旅行ガイドブックの発行や、「るるぶキッチン」を通じた地域食材の魅力発信などを通じて、全国各地の観光資源や食文化の情報発信、地域振興のサポートに取り組んでまいりました。これまで「お酒」は、地域の個性を象徴するコンテンツとして多く取り上げてきましたが、今後は、「ソバーキュリアス」というライフスタイルにも目を向け、お酒を前提としない旅の楽しみ方や、高価格帯ノンアルコールドリンクの魅力を取り入れた提案を地域とともに進めていきたいと考えています。地域の皆様と連携しながら、そうした視点を取り入れた新たな食の体験やメニューの開発にも取り組んでまいります。

また、食をテーマにしたセミナーも定期的実施しております。次回は以下にて開催いたします。

■るるぶキッチンセミナー第2回「食×ウェルビーイング」を開催！

概要

＜開催場所＞東京都新宿区新宿 3-17-7 紀伊國屋書店 新宿本店 3F アカデミック・ラウンジ

＜開催日時＞2025 年 6 月 24 日（火）18 時 30 分～ ※予定

＜申込み＞要事前申込み（申込みは下記メールアドレスまで） ※先着 20 名

＜セミナー参加申込およびセミナーに関する問合せ＞
JTB パブリッシング ソリューション事業本部 メール：solution@rurubu.ne.jp

＜メディアからの問合せ＞
JTB パブリッシング ブランド戦略室 メール：pr-team@rurubu.ne.jp