英国の成人が最も好む酒類はビール、調査で判明

過去12カ月に18.5%が、ノンアルコールワインや蒸留酒よりノンアルコール・低アルコールビールを選んだことも判明

2026年11月16日（月）



11月16日（月）に公表された調査で、英国の成人が最も好む酒類はビールだった。また、アルコール度数の低い選択肢について尋ねたところ、ノンアルコール・低アルコールビールは、ノンアルコールワインや蒸留酒を上回った。

この調査はBudweiser Brewing Groupの委託を受け、OnePulseが9月29日から10月5日にかけてオンラインで実施した。対象は英国在住の18歳以上の成人1,719人。大手ビールメーカーの委託による調査であるため、結果は国全体の販売状況を示す独立した指標というより、消費者意識の一端を捉えたものといえる。

調査によると、回答者の30％が最も好む酒類としてビールを選び、ワインや蒸留酒を上回った。また、過去12カ月にノンアルコール・低アルコールビールを選んだ回答者は全体の18.5％で、ノンアルコール蒸留酒の11％、ノンアルコールワインの10％を上回った。

この結果からは、飲酒量を控えることが、必ずしもビールを完全に避けることにつながるわけではないことがうかがえる。ビールを飲む人のうち31％は、飲酒量を抑えたいときにノンアルコール・低アルコールビールも選ぶと回答した。飲料メーカーや小売業者、飲食事業者にとって、この傾向は重要かもしれない。従来のビール、ワイン、蒸留酒の間だけでなく、拡大する低アルコール代替商品の市場内でも競争が起きていることを示しているためだ。生産者が変化する飲酒習慣への対応を図るなか、こうした調査結果は商品開発や売り場の棚割り、パブやレストランのメニューづくりに役立つ可能性がある。

ノンアルコール・低アルコールビールを選ぶ消費者にとって、最も重視されるのは味だった。そうしたビールを飲む人の3分の1に当たる33％は、通常のアルコール度数のビールにできるだけ近い味わいであることが最も重要だと答えた。調査によると、味はブランドへの信頼やパッケージ、ブランディングなどを上回った。

調査では、年齢による違いも示された。ノンアルコール・低アルコールビールを飲む18～29歳の回答者では、25％がコストパフォーマンスを選択の重要な要素に挙げ、味に次いで多かった。62歳超の回答者では、この割合は8％にとどまった。

年齢が高い消費者は、知名度の高い商品や入手しやすさを重視する傾向が強かった。62歳超の回答者では、47％が知名度の高いブランドからノンアルコール・低アルコールビールをもっと販売してほしいと答え、37％が樽生で提供される商品を増やしてほしいと回答した。

調査では、飲酒量を控える理由として日々の責任も挙げられた。30～61歳の回答者のうち35％は、翌日の仕事や家族、その他の予定が、飲酒を控える主な理由だと答えた。

ノンアルコール・低アルコールビールを飲む女性は、入手しやすさと味の両方を特に重視していた。調査によると、31％がショップやスーパーマーケットでの取り扱い拡大を望み、35％がパブ、バー、レストランでの選択肢を増やしてほしいと回答した。また、ノンアルコール・低アルコールビールを選ぶ主な理由として、個性的な味わいを挙げた女性は30％で、男性の21％を上回った。

Budweiser Brewing Groupは調査結果の公表にあたり、この市場分野への自社の投資を紹介した。同社によると、2025年に英国でノンアルコール商品のラインアップを刷新し、2025年のウィンブルドン選手権でStella Artois 0.0を樽生で提供した後、パブへ展開した。また、サウスウェールズのMagor Breweryに脱アルコール設備を設置するため293万ポンドを投資したという。この設備は2025年12月に稼働し、Corona Ceroを含むノンアルコール・低アルコールビールを英国で製造できるようになった。

Budweiser Brewing Groupのコマーシャル戦略ディレクター、Maria Nevesは発表資料で、消費者は味を妥協することなくノンアルコール商品を求めていると述べた。また、Magorへの投資は、こうした商品を現地で製造することを目的としていると説明した。

同社によると、オンライン調査の回答者は男女が同数だった。Budweiser Brewing Group UK&IはAB InBev UK Limitedの商号で、Anheuser-Busch InBevの傘下にある。同社は英国で、ロンドン本社の

ほか、Magor、Samlesbury、Enfieldの醸造所で1,500人以上を雇用しているとしている。