

2026 年 5 月 15 日

NEWS RELEASE

サッポロビール株式会社

東京都公立大学法人

サッポロビールと東京都立大学が お酒・ノンアルコール飲料の飲用時の心理に着目した 共同研究を本格始動

お酒でも、お酒ではなくても、より自分らしく、より楽しめる社会を目指して



サッポロビール(株)と東京都立大学は、お酒・ノンアルコール飲料の飲用時の心理に着目した共同研究を2026年5月から本格的に開始します。

近年、健康やライフスタイルに対する価値観の多様化を背景に、お酒との付き合い方についても多様化が進んできています。飲酒・非飲酒にとどまらず、ノンアルコール飲料を含めた多様な選択肢の中から、自分に合った飲用スタイルを一人ひとりが主体的に選択することがより重要になりつつあります。

本共同研究では、心理学的手法を活用し、「適正飲酒を念頭に置いた体験価値創造につながる飲み方の提案」に繋がる研究を行います。お酒・ノンアルコール飲料を様々な飲み方で飲用した時のポジティブな心理的変化等を調査していく予定で、2027年秋頃の成果発表を目指します。

サッポログループは、「Healthier Choice (より健康的な選択肢の提供)」(注1)をグループ中長期成長戦略の骨子のひとつに掲げ、2026年1月には、多彩な乾杯のカタチに応えることを目指したマーケティングスローガン「BETTER DRINKING EXPERIENCE～自分にはいい乾杯、見つけよう。～」を新たに策定しました(注2)。ホームページやSNSを通じた情報発信に加え、外食の場で楽しみながら学べる体験型セミナーの開催、ノンアルコール飲料の商品開発体制の強化など、さまざまな角度から適正飲酒の啓発と飲用体験の質向上に取り組んでいます。

東京都立大学・認知感情科学研究室の井上和哉准教授は、心理学・認知科学分野において、人の認知や感情、行動の特性に関する基礎的・応用的な研究を継続的に行っています。特に、飲料や食べ物を含む多様な対象に対して、人がポジティブな態度を形成するメカニズムを研究しています。

サッポロビールと東京都立大学は、本共同研究を通じて得られる知見をお客様一人ひとりのライフスタイルや価値観に寄り添った飲用体験の提案に活かすとともに、アルコール関連問題の解決に向き合い、適正飲酒の啓発と不適切な飲酒の防止に取り組んでいきます。

(注1) https://www.sapporoholdings.jp/news/items/20250214_sh_mlt_ja.pdf

(注2) <https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/society/responsible/>

■サッポログループの適正飲酒の啓発に向けた取り組みについて

サッポログループは、酒類事業を展開する企業グループの社会的な責任としてアルコール関連問題の解決に努め、適正飲酒の啓発と不適切な飲酒の防止に取り組んでいます。

(<https://www.sapporoholdings.jp/sustainability/society/responsible/>)

<スローガン「BETTER DRINKING EXPERIENCE～自分にいい乾杯、見つけよう。～」>

お酒を飲むひとと飲まないひと、全てのひとの人生をより豊かにする活動を目指し、2026年1月にマーケティングにおけるスローガンを策定しました。



<活動内容>

- ・ホームページやSNSを通じた情報発信
- ・大学、企業、自治体向け適正飲酒啓発セミナーの実施
- ・外食の場で楽しみながら学べる体験型セミナーの開催

(https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000017904/)

・ノンアルコール飲料の商品開発体制強化およびお酒の代替や新たな飲用機会をつくるオケージョン
創造型ノンアルコール飲料の開発

(https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000018178/)

■東京都立大学・認知感情科学研究室について

知覚・認知心理学および感情心理学の手法を用いて、人間の認知・感情・学習のメカニズムを実験的に解明する研究を行っています。注意や記憶、意思決定、印象形成、感情評価などを対象とし、広告や食行動、文字や書体の読みやすさ、人と機械の相互作用といった現実社会の課題への応用にも取り組んでいます。

東京都立大学・認知感情科学研究室サイト：<https://k-inoue.info/wp/>