

2008年12月15日

株式会社 富士経済
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町
 2-5 F・Kビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
 URL : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

2008年の清涼飲料市場を調査

2008年見込 清涼飲料市場は僅かに前年を下回る5兆1,063億円(前年比1.0%減)

市場縮小が見込まれる中、缶コーヒーの微糖タイプは前年比25.7%増の1,827億円

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、9月~10月にかけて、今年2回目となる国内の清涼飲料7カテゴリー、41品目の市場を調査した。その結果を報告書「2008年 清涼飲料マーケティング要覧 No.2」にまとめた。

<調査結果の概要>

08年は、飲用牛乳を始めとした乳性飲料や果実・野菜飲料が相次いで値上げされた。消費者は価格差に対して敏感になり、「生活防衛意識」と称されるように一部で買い控えが見られた。

清涼飲料市場(7カテゴリー、41品目)

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
5兆1,063億円	99.0%	5兆 714億円	99.3%

08年の清涼飲料市場は、炭酸飲料、乳性飲料、ミネラルウォーター類が前年を上回るものの、果実・野菜飲料、機能性飲料、嗜好飲料、その他飲料の4カテゴリーが前年を下回り、僅かに縮小する見込みである。

炭酸飲料は、「コカ・コーラゼロ(コカ・コーラシステム)」や「ペプシネックス(サントリー)」といったゼロ商品と「三ツ矢(アサヒ飲料)」ブランドの好調が続いている。また、「ファンタふるふるシェイカー(コカ・コーラシステム)」や「ラッキーサイダー(サントリー)」といった新商品がヒットしたことで、市場はプラス成長が見込まれる。

乳性飲料は、乳価の改定を受け春頃から乳業メーカーが一斉に値上げを行った結果、ほとんどの品目が縮小している。しかし、乳酸菌飲料や白物乳飲料、コーヒー系乳飲料が健闘しており、特にカップ入りのコーヒー飲料は引き続き拡大している。乳酸菌飲料はユーザー層の広がりで見込が続いており、白物乳飲料は一部牛乳から需要がシフトしている。

ミネラルウォーター類は、国産、輸入ともに好調が続けてきたが、生活防衛意識の高まりなどから輸入がつい前年を割り、国産も微増が見込まれる。国産と輸入の競争激化やブランドによる明暗が進むと見られる。

果実・野菜飲料は、成長を続けてきた100%果汁飲料や野菜系飲料が、値上げによる影響やブームの反動、消費者による中国産野菜の敬遠などによって減少し、市場は縮小に転じると見込まれる。

機能性飲料は、7月中旬から8月中旬にスポーツドリンクの消費が増えたものの、それ以外の時期は例年より気温が低かったことなどから、通年では微減が見込まれる。また、健康サポート飲料で、トップブランド「ウコンの力(ハウス食品)」が引き続き伸びるものの、その他は行き過ぎた健康ブームの反動や消費者の生活防衛意識から高価格な商品が敬遠され減少に転じているものが多く縮小が見込まれる。

嗜好飲料は、日本茶の苦戦が続いており、さらに07年に好調であったブレンドティもマイナスが見込まれる等、無糖茶飲料自体の需要が踊り場に差し掛かっている。メーカー各社は季節商材などの投入によって需要を喚起しているが、今後も厳しい状況が続くと予測される。一方、缶コーヒーは、微糖タイプや無糖タイプといった消費者の嗜好の変化に対応した商品が牽引しており堅調である。

その他飲料は、豆乳類が06年、07年と減少したものの、後半に入り徐々に需要を取り戻している。また、ピネガードリンクは06年からの減少に歯止めがきかず、08年も縮小が見込まれる。

<注目市場の動向>

1. 缶コーヒー

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
7,663億円	101.3%	7,738億円	101.0%

缶コーヒーは、清涼飲料最大規模の市場で、大規模なマーケティング投資を行なう主戦場の一つであり、参入メーカーは多様な商品展開と、積極的なTVCMの投下や販促キャンペーンなどを実施している。近年は健康を意識した微糖タイプや、女性層の飲用比率が高い無糖タイプなど、レギュラータイプ以外での需要喚起が積極的に進められている。

微糖タイプ 2008年見込 1,827億円 (前年比 125.7%)

08年の市場は、微糖タイプ(ゼロ系も含む)の好調と無糖タイプの伸びが牽引し、前年を上回る見込みである。06年に発売された「ファイア挽きたて微糖(キリンビバレッジ)」が07年にかけてヒットし、08年は「金の微糖(アサヒ飲料)」が大幅な実績拡大を果たしている。他のメーカーも微糖タイプを相次いで発売している。

一方、レギュラータイプでも08年は、「ファイアスペシャル(キリンビバレッジ)」といった好調なブランドもあるが、ロングセラー商品となっている「ブレンド」系商品の苦戦によって実績は低迷している。

2. 炭酸飲料

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
5,359億円	101.7%	5,382億円	100.4%

08年の市場は、06年、07年に続きプラス成長が見込まれる。プラス成長要因は、果実着色炭酸飲料や透明炭酸飲料、コーラフレーバー飲料などの実績増である。

果実着色炭酸飲料 2008年見込 777億円 (前年比 107.3%)

透明炭酸飲料 2008年見込 846億円 (前年比 103.3%)

果実着色炭酸飲料は、4月に発売された「ファンタ ふるふるシェイカー(コカ・コーラシステム)」がゼリー状なのに炭酸の飲み口という斬新さで需要を獲得し大ヒットしている。透明炭酸飲料は、「三ツ矢サイダー(アサヒ飲料)」や「キリンレモン(キリンビバレッジ)」の好調と、7月に発売された「ラッキーサイダー(サントリー)」がヒットしている。また、コーラフレーバー飲料は、07年に急伸した「コカ・コーラゼロ(コカ・コーラシステム)」や「ペプシネックス(サントリー)」が08年も伸び悩むレギュラータイプをカバーしている。

尚、乳類入炭酸飲料と果汁含有炭酸飲料は、前年割れが見込まれる。07年にマイナスに転じた乳類入炭酸飲料は、上位メーカーの実績が回復しつつあるが、中堅以下のメーカーで実績を落とす企業もあり縮小し、また、果汁含有炭酸飲料は、トップブランド「C.C.レモン(サントリー)」の減少に歯止めが掛からず縮小する。

3. 乳飲料

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
3,087億円	103.9%	3,097億円	100.3%

乳飲料は、白物乳飲料、コーヒー系飲料、色物(フルーツ、紅茶、ココア系など)乳飲料を対象としている。

08年は乳価の高騰から乳飲料を含む乳系商品のほとんどが値上げされた結果、牛乳より価格が低く、カルシウムなどが添加された白物乳飲料への需要が高まっている。また、コーヒー系飲料は値上げの影響を受けにくくカップ系を中心に堅調である。逆に色物乳飲料は値上げの影響を受け、量販店チャネルで苦戦している。結果として、白物乳飲料及びコーヒー系乳飲料の伸びにより市場は前年比3.9%増が見込まれる。

カップ乳飲料 2008年見込 874億円 (前年比 108.2%)

乳飲料の内、特にカップ入りの乳飲料(カップ乳飲料)の市場が拡大している。08年のカップ飲料市場は、前年比8.2%増の874億円と見込まれる。乳飲料市場の拡大は、カップ乳飲料が牽引しているという見方も出来る。カップ乳飲料は、コーヒー系のカップ飲料「マウントレーニア(森永乳業)」が市場を牽引し拡大している。乳業メーカーの他、コーヒーメーカーやコーヒーショップが相次いで参入を果たし、市場は活況を呈している。

4. 殺菌乳製品乳酸菌飲料(ストレート)

2008年見込	前年比	2009年予測	前年比
95億円	109.2%	98億円	103.2%

殺菌乳製品乳酸菌飲料は、ストレートタイプを対象とし、「カルピス」をはじめとした希釈用途のコンクタイプ

は対象外とする。

02年以降市場は低迷していたが、07年に「ザ・プレミアムカルピス(カルピス)」がヒットしたことで前年比1.5倍に拡大した。近年はあっさりとしたテイストの飲料へ人気シフトしているが、「ザ・プレミアムカルピス」はそのニーズに合致した。

08年は、日本ミルクコミュニティが撤退したが、引き続き「ザ・プレミアムカルピス」が好調で、市場は拡大すると見込まれる。

以上

<調査対象>

分類	調査対象品目
果実・野菜飲料	100%果汁飲料、果汁飲料、果汁入清涼飲料、低果汁入清涼飲料、果粒含有果実飲料、果肉飲料、野菜系飲料(トマト飲料・野菜飲料・野菜入混合果汁飲料)
炭酸飲料	コーラフレーバー飲料、透明炭酸飲料、果実着色炭酸飲料、乳類入炭酸飲料、ジンジャーエール、果汁含有炭酸飲料(果汁入炭酸飲料・低果汁入炭酸飲料)
乳性飲料	飲用牛乳、乳飲料(白物乳飲料・コーヒー系乳飲料・色物乳飲料・カップ乳飲料)、乳製品乳酸菌飲料、乳酸菌飲料、乳類入清涼飲料、殺菌乳製品乳酸菌飲料(ストレート)、ドリンクヨーグルト
嗜好飲料	缶コーヒー、リキッドコーヒー、紅茶、ウーロン茶、麦茶、日本茶、ブレンドティ、その他ティードリンク、機能型ティードリンク、ココアドリンク、冬期型飲料(スープ、甘酒、しるこ)
ミネラルウォーター類	国産ミネラルウォーター類、輸入ミネラルウォーター類
機能性飲料	食系ドリンク、健康サポート飲料、ゼリードリンク、機能性清涼飲料、スポーツドリンク
その他飲料	豆乳類、ピネガードリンク

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入メーカー及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2008年9月～10月

資料タイトル	：「2008年 清涼飲料マーケティング要覧 No.2」
体裁	：A4判 336頁
価格	：150,000円 (税込み157,500円) CD-ROMセット価格160,000円(税込み168,000円)
調査・編集	：富士経済 東京マーケティング本部 第一事業部 TEL:03-3664-5821 FAX:03-3661-9514
発行所	：株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル TEL03-3664-5811 (代) FAX 03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp この情報はホームページでもご覧いただけます。 URL : http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/