

嗜好飲料、果実飲料など飲料71品目の市場を分析

- 2011年の加工食品市場調査(6) -

- 2011年見込 -

プレミックスインスタントコーヒー

267億円(前年比 9.0%増) ~ 市場は2社に集約、他は売場確保に苦心 ~

ハチみつ飲料 105億円(前年比18.0%増) ~ 「はちみつレモン」復活で市場拡大 ~

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、2011年8月から29カテゴリー400品目の加工食品の国内市場について、6回に分けて調査を行った。その第6回目の調査結果を報告書「2012年 食品マーケティング便覧 No.6」にまとめた。

この報告書では、果実飲料11品目、炭酸飲料8品目、乳性飲料10品目、嗜好飲料12品目、健康飲料9品目、その他飲料5品目、嗜好品16品目の7カテゴリー71品目の国内市場動向を調査分析した。

<注目市場>

1. プレミックスインスタントコーヒー

2010年	前年比	2011年見込	前年比
245億円	116.1%	267億円	109.0%

【市場は上位2社に集約、他のメーカーは売り場確保に苦心】

あらかじめ砂糖やミルクなどを配合したパウダータイプのインスタントコーヒーを指す。インスタントコーヒー、リキッドコーヒーなどの中で最も高成長が見込まれる品目である。

インスタントコーヒー同様徳用タイプなどもあるが、スティック型の分包タイプが増加している。味の素ゼネラルフーズとネスレ日本の積極的な展開により市場拡大が続いている。レギュラーコーヒーなどの市場拡大が見込みにくい中で、注力品目としてプレミックスインスタントコーヒーを挙げるメーカーも多く、今後も市場拡大が予測される。しかし、上位2社に集約が進んでおり、下位メーカーが売り場確保に苦心するケースも見られる。

2. インスタントティー

2010年	前年比	2011年見込	前年比
96億円	106.1%	100億円	104.2%

【アイス飲用訴求とトライアル需要獲得で市場拡大】

お湯、水、牛乳などで溶かして飲む粉末タイプの紅茶を指す。リーフ、ティーバッグなどを含めた紅茶の中で最も高成長が見込まれる品目である。

最需要期は秋冬であるが、2008年以降はアイス飲用訴求も進んでおり、市場が冬場の気温に左右されにくくなりつつある。2010年にプレミックスインスタントコーヒーを展開する企業がラインアップのひとつとしてインスタントティーの展開を開始したことで、プレミックスインスタントコーヒーの飲用層からのトライアル需要を捉え、市場が拡大した。競争の激化に伴い低価格化が進んだが、震災後の節約志向の高まりにより購入頻度が上がり、2011年も市場は拡大する見込みである。

3. 緑茶ティーバッグ

2010年	前年比	2011年見込	前年比
172億円	106.8%	179億円	104.1%

【水出し冷茶で市場拡大、夏だけでなく通年需要も見込む】

ティーバッグの緑茶を指す。リーフ、ティーバッグ、粉末などの緑茶の中で最も高成長が見込まれる品目である。急須を用いずに飲用できる簡便性の高さが支持されており、リーフ需要の減少と対照的に市場は拡大している。特に水出し商品の需要が高く、近年では夏場だけでなく通年でも需要が見込めるようになるなど、消費者への浸透が進んでいる。2011年は茶葉の放射性セシウム検出などもあったが、緑茶ティーバッグへの影響は少なく堅調に推移し、2011年も市場拡大が見込まれる。

4. ハチミツ飲料

2010年	前年比	2011年見込	前年比
89億円	93.7%	105億円	118.0%

【「はちみつレモン」復活で市場拡大】

果汁含有率10%未満の清涼飲料の中で、甘味料としてハチミツを使用したものを指す。

ハチミツ飲料はレモン味のホット専用商品の比率が高く、冬場の気温に左右されやすい市場である。2011年は冬場の気温が低かったことや、10月に「はちみつレモン」(サントリー食品インターナショナル)が12年ぶりに復活したため、市場が拡大したと見込まれる。2012年は、1月～2月の寒さによりホット飲料の需要拡大が期待され、「はちみつレモン」も年間を通して販売されるため、続伸すると予測される。

5. 炭酸水

2010年	前年比	2011年見込	前年比
131億円	136.5%	154億円	117.6%

【ハイボールブーム続く、需要の裾野拡大】

2008年からのハイボールブームにより、割り材として使用される炭酸水の市場が拡大している。業務用の新規開拓や市販用の配荷増など、需要の裾野が広がっている。2011年はサントリー食品インターナショナルやアサヒ飲料がPETボトルの新商品を投入するなど拡販注力度を高めている。2012年は昨年まで急拡大した反動によって、市場の伸びは小幅と予測される。

<調査結果の概要>

2011年は、震災によりPETや紙容器の調達がタイトになり、各企業が優先度の高い商品へ供給を絞り込んだことから、減少が見込まれるカテゴリーや品目が多い。

カテゴリー	2010年	前年比	2011年見込	前年比
果実飲料 (11品目)	5,086億円	101.8%	5,015億円	98.6%
炭酸飲料 (8品目)	5,071億円	104.3%	4,823億円	95.1%
乳性飲料 (10品目)	1兆1,368億円	99.4%	1兆960億円	96.4%
嗜好飲料 (12品目)	1兆9,459億円	99.8%	1兆9,088億円	98.1%
健康飲料 (9品目)	7,253億円	105.9%	6,988億円	96.3%
その他飲料 (5品目)	2,807億円	101.6%	3,329億円	118.6%
嗜好品 (16品目)	8,781億円	99.7%	8,797億円	100.2%

果実飲料

休売や供給の絞り込みにより縮小が見込まれる品目が多いが、その中でも野菜飲料は商品供給に支障が出たものの、放射性物質への不安や夏場以降の天候不順による価格高騰により、生野菜の代替として摂取する消費者が増え市場拡大が見込まれる。

炭酸飲料

今まで市場を牽引してきたゼロ系飲料の需要も落ち着き、ゼロ系に代わる新たなヒット商品の登場が求められている。定番商品と期間限定商品に絞られ、新ブランドの定着しにくい市場であるものの、果汁飲料ブランドの炭酸入り商品の展開や、ターゲットを従来の子どもや学生から大人にシフトした商品の投入などが行われている。

乳性飲料

市場のメインとなる飲用牛乳が少子化による学校給食需要の減少や、健康飲料への需要流出により縮小しており、

全体でも市場縮小が続いている。その中でも、殺菌乳製品乳酸菌飲料(コンク)は、カルピスが料理レシピ提案などの飲用用途以外での需要開拓に成功し、市場拡大が見込まれる。

嗜好飲料

市場を牽引する缶コーヒーは自動販売機の節電などの影響により大幅減が懸念されたが、2010年に猛暑により需要が減退し市場が縮小した反動や参入企業の積極的な広告販促活動などから横ばいとみられる。一方猛暑によって2010年に2桁増となったリキッドタイプのコーヒー、紅茶は反動で縮小が見込まれる。

その他飲料

日常生活水や防災備蓄用としてミネラルウォーターの買い置き需要が発生した。この他、ハイボールの割り材として使用される炭酸水の市場の拡大などにより、2011年は全体としても20%近くの拡大が見込まれる。

嗜好品

レギュラーコーヒー、紅茶のティーバッグ・リーフ、緑茶のリーフで、市場の半数以上を占める。これらの市場は横ばいもしくは縮小しているが、節約志向の高まりや簡便性の高さから、プレミックスインスタントコーヒー、インスタントティー、緑茶ティーバッグが需要を拡大させており、2011年は全体としても0.2%増が見込まれる。

<調査対象>

果実飲料	100%果汁飲料、果汁飲料、果汁入清涼飲料、低果汁入清涼飲料、ハチミツ飲料、果肉飲料、果粒含有果実飲料、トマト飲料、野菜飲料、野菜入混合果汁飲料、希釈飲料
炭酸飲料	コーラフレーバー飲料、透明炭酸飲料、低アルコール果汁入炭酸飲料、果実着色炭酸飲料、ジンジャーエール、乳類入炭酸飲料、果汁入炭酸飲料、低果汁入炭酸飲料
乳性飲料	飲用牛乳、低温殺菌牛乳、乳飲料、ローファット飲料、乳製品乳酸菌飲料、乳酸菌飲料、ドリンクヨーグルト、殺菌乳製品乳酸菌飲料(コンク)、殺菌乳製品乳酸菌飲料(ストレート)、乳類入清涼飲料
嗜好飲料	缶コーヒー、リキッドコーヒー、紅茶(リキッドタイプ)、ウーロン茶(リキッドタイプ)、日本茶(リキッドタイプ)、麦茶(リキッドタイプ)、ブレンドティ、その他ティードリンク、ゼリー飲料、ココアドリンク、缶入甘酒、缶入しるこ
健康飲料	食系ドリンク、薬系ドリンク(医薬部外品)、健康サポート飲料、機能性清涼飲料、スポーツドリンク、粉末機能性清涼飲料・スポーツドリンク、豆乳類、ピネガードリンク、麦芽ドリンク
その他飲料	国産ミネラルウォーター類、輸入ミネラルウォーター類、サワードリンク、トニックウォーター、炭酸水
嗜好品	インスタントコーヒー、プレミックスインスタントコーヒー、レギュラーコーヒー、簡易抽出型コーヒー、ポーションコーヒー、インスタントティー、紅茶、ココア、緑茶、緑茶ティーバッグ、粉末緑茶・市販用、麦茶、その他茶、パック甘酒、粉末飲料、青汁

<調査方法>

富士経済専門調査員による対象企業及び関連企業・団体等への直接面接取材と文献調査

<調査期間>

2011年12月～2012年2月

以上

資料タイトル	「2012年 食品マーケティング便覧 No.6」
体 裁	: A4判 329頁
価 格	: 95,000円 (税込み99,750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/