富士経済 GROUP

PRESS RELEASE

第12120号

2012年12月27日

株式会社　富士経済
〒103-0001　東京都中央区日本橋小伝馬町
12-5　小伝馬町YS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

清涼飲料　７分野４８品目の最新トレンドを分析し今後を展望

－２０１２年市場（見込）－
●エナジードリンク　：前年比２．２倍、２６７億円　商品ラインナップの充実により定番化
●トクホ飲料　：同１５．９％増、１，７６８億円　大型新商品の登場で市場の幅に広がり
●清涼飲料全体　：同２．２％増、４兆９，６１３億円　ミネラルウォーター類を除く各分野で伸長

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、１２年９月から１１月にかけて国内の清涼飲料市場を調査し夏場の最需要期経過後の速報データを収集、変化の著しいこの市場のトレンドを分析した。その結果を報告書「清涼飲料市場の最新トレンドと将来展望　２０１２」にまとめた。

この調査では、果実・野菜飲料（１００％果汁、野菜系など）、炭酸飲料（コーラフレーバー、透明炭酸など）、乳性飲料（飲用牛乳、ドリンクヨーグルトなど）、嗜好飲料（缶コーヒー、無糖茶系など）、ミネラルウォーター類、機能性飲料（健康サポート、スポーツドリンクなど）、その他飲料（豆乳類、ゼリーなど）の７分野１８カテゴリーを対象とした。加えて、「成長カテゴリー編」「カテゴリー横断分析編」「競合サービス市場分析編」では、従来とは異なる新たな視点から「エナジードリンク」「トクホ飲料」などの注目市場をピックアップしてまとめた。

＜注目市場＞

１．エナジードリンク

２０１２年見込	前年比	２０１３年予測	前年比
２６７億円	２１７．１％	３９２億円	１４６．８％

エナジードリンクは、エネルギー補給を訴求し、カフェインやアルギニン等の成分を含有した炭酸飲料で、且つ１本当たり小売価格が２００円以上の商品を対象とする。

エナジードリンクは「レッドブル　エナジードリンク」（レッドブル・ジャパン）がスポーツや遊びへのエネルギーチャージを訴求し、本格的に市場投入された２００６年以降、クラブなどのナイト業態での展開により認知度が上昇するにつれて市場を拡大し、１１年には１００億円を突破した。

「レッドブル　エナジードリンク」の好調を受けて流通側もＣＶＳを中心に、エナジードリンクの定番の棚を確保するようになった。また、１２年はコカ・コーラシステムから「バーン」、アサヒ飲料から「モンスターエナジー」が投入され、商品ラインナップの充実により市場は活性化している。若年層を中心とした消費者へのファッショナブルなイメージ戦略も功を奏し、１２年の市場は前年比２．２倍の２６７億円が見込まれ、１３年以降も拡大が予測される。

２．トクホ飲料

２０１２年見込	前年比	２０１３年予測	前年比
１，７６８億円	１１５．９％	１，７８２億円	１００．８％

トクホ飲料は、消費者庁の定める特定保健用食品の認可を受けている飲料商品を対象とする。

市場はビフィズス菌や乳酸菌の効能を訴求した乳製品乳酸菌飲料が、トクホとして認定された当初より大きな規模を確保して推移し、その後トクホの無糖茶飲料発売と消費者への定着によって拡大した。しかし、トクホの話題性が落ち着きトライアル需要に陰りがみえたことや、東日本大震災後にはより必要性の高いミネラルウォーターなどに生産が集中したこともあり、１１年の市場は前年比４．４％減の１，５２５億円となった。

１２年には、発売前から大きな話題を呼んだキリンビバレッジ「キリン　メッツコーラ」が市場に投入され、積極的な広告宣伝や営業展開によって量販店やＣＶＳの売場獲得に成功した。既存のトクホ商品との価格差が消費者

に受け入れられた側面も強い。また、伊藤園からは「スタイリースパークリング」が発売され、これらトクホ炭酸飲料が市場を牽引したことで１２年は前年比１５．９％増の１，７６８億円が見込まれる。

３．　美容系飲料

２０１２年見込	前年比	２０１３年予測	前年比
３７３億円	１０２．８％	３７８億円	１０１．３％

美容系飲料は、美容効果が期待できる成分を含む、商品名やコンセプトで美容効果を訴求している、あるいは美容を連想させるキーワードを使用している商品を対象とする。コラーゲンやコエンザイムＱ１０による美肌効果を謳った小容量の健康サポート飲料が中心となっている。

ターゲットとなる女性層の美容意識の高さと、節約志向によるエステやサプリメント等の代替として、美容系飲料の需要は近年高まっており、新商品開発も活発に行われている。１２年の市場は前年比２．８％増の３７３億円が見込まれる。お金を掛けずに気軽に美容ニーズを満たせる商品として、消費者の節約志向に合致しているため、１３年以降も拡大が予測される。

４．ドリンクヨーグルト

２０１２年見込	前年比	２０１３年予測	前年比
８４０億円	１１７．６％	９０５億円	１０７．７％

ドリンクヨーグルトは、発酵乳規格の商品のうち、飲用タイプの商品を対象とする。

１１年は、震災の影響で上位メーカーが生産体制に支障をきたすなどして前半は低迷したものの、後半は高まる需要を背景に大きく盛り返し、市場は最終的に前年比５．５％増の７１４億円となった。

１２年は、１月に「明治ヨーグルト　Ｒ－１」（明治）のテレビ露出によりその直後爆発的な伸びを見せ、以降も乳酸菌の価値が再認識されたことを受けて好調な販売が続いており、市場は前年比１７．６％増の８４０億円が見込まれる。ヨーグルトの持つ健康性・機能性に加えてドリンクタイプの簡便性や飲みごたえが支持を集めており、今後も需要拡大が期待され、１３年には前年比７．７％増の９０５億円に成長すると予測される。

＜調査結果の概要＞

分　野	２０１２年見込	前年比	２０１３年予測	前年比
果実・野菜飲料	５，１０６億円	１０３．４％	５，１３０億円	１００．５％
炭　酸　飲　料	５，１４２億円	１０８．５％	５，２９０億円	１０２．９％
乳　性　飲　料	１兆１，０４４億円	１００．２％	１兆　９８７億円	９９．５％
嗜　好　飲　料	１兆８，９０３億円	１０１．８％	１兆８，８９４億円	１００．０％
ﾐﾈﾗﾙｳｫｰﾀｰ類	２，９２９億円	９６．３％	２，８４０億円	９７．０％
機 能 性 飲 料	５，７０７億円	１０４．１％	５，８７９億円	１０３．０％
そ の 他 飲 料	７７６億円	１０３．７％	７８２億円	１００．８％
市 場 合 計 ※	４兆９，６１３億円	１０２．２％	４兆９，８０１億円	１００．４％

※各分類を億円単位で四捨五入しているため、合計と一致しない年がある

１１年は、３月の東日本大震災によって、資材・包材不足による生産制限などのトラブルにより、企業によって商品の安定供給の可否の差が顕著となった。１１年の全体市場は、前年比０．７％減の４兆８，５５０億円となり、１０年の前年比プラスから再びマイナスに転じた。

１２年は、震災の影響により生産・物流拠点の再編を迫られながら、安定した状況へと回復に向かい、売場も通常の状態へと戻った。そうした状況の中、自社商品の配荷を高めるため、各社とも特売が恒常化し、売価の下落と各飲料カテゴリーの枠をこえた競合が激化している。１２年の全体市場は、１１年の落ち込みから回復し、前年比２．２％増の４兆９，６１３億円となる見込みである。

１２年の市場において伸びが目立つのは炭酸飲料である。キリンビバレッジの「キリン　メッツコーラ」、サントリー食品インターナショナルの「オランジーナ」などの大ヒットにより、既存市場に上乗せが図られている。カテゴリーとしてもゼロ系・オフ系という訴求が薄れつつある中で、トクホ炭酸という新たな概念が浸透してきており、１２年の炭酸飲料市場は前年比８．５％増の５，１４２億円が見込まれ、１３年も引き続き成長が予測される。

また、果実・野菜飲料も好調である。野菜飲料が消費者の健康志向の高まりが続く中で大容量タイプを中心に続伸遂げており、トマト飲料もマスコミが大々的に取り上げたことで需要が喚起され、急拡大している。１００％果汁飲料など品目によっては苦戦しているものの、１２年の果実・野菜飲料市場は前年比３．４％増の５，１０６億円

となる見込である。

一方、ミネラルウォーター類は苦戦しており、１１年の前年比２桁増から一転して、１２年は前年比３．７％減の２，９２９億円と見込まれる。国産ミネラルウォーター類は大容量商品が備蓄需要の高まりや度重なる地震予測・放射性物質等の問題から生活水としても安定した需要を獲得しているものの、輸入ミネラルウォーター類は、他の飲料カテゴリーとの競合が激化していることで需要の流出が止まらない状況が続いている。今後、競合するウォーターサーバー市場の拡大も予測され、ミネラルウォーターとしてのブランド力の浸透、維持が必要と考えられる。

＜調査対象＞　７分野１８カテゴリー

分　　野	カテゴリー　／　品　目	
果実･野菜飲料	１．１００％果汁飲料	
	２．その他果汁飲料	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
	３．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	４．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、低果汁入炭酸飲料
乳性飲料	５．飲用牛乳	
	６．乳飲料	白物乳飲料、コーヒー系乳飲料、色物乳飲料、カップ入り乳飲料
	７．ドリンクヨーグルト	
	８．乳酸菌飲料	乳製品乳酸菌飲料、乳酸菌飲料
	９．乳性タイプ飲料	乳類入清涼飲料、殺菌乳製品乳酸菌飲料（ストレート）
嗜好飲料	１０．嗜好飲料	缶コーヒー、リキッドコーヒー、紅茶、ココアドリンク
	１１．日本茶	
	１２．無糖茶飲料	ウーロン茶、麦茶、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
ミネラルウォーター類	１３．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	１４．機能性飲料	食系ドリンク、健康サポート飲料、機能性清涼飲料、スポーツドリンク、パウチゼリー飲料（スパウト付パウチ）
その他飲料	１５．豆乳類	豆乳、大豆飲料
	１６．ビネガードリンク	
	１７．ゼリー飲料（ＰＥＴ、缶、紙）	
	１８．冬期型飲料（スープ、甘酒、おしるこ）	

＜調査方法＞

富士経済専門調査員による対象企業への直接面接取材を基本に、電話ヒアリングと文献調査により補完

＜調査期間＞

２０１２年９月～１１月

以上

資料タイトル　：「清涼飲料市場の最新トレンドと将来展望　２０１２」
体　　裁　：Ａ４判　３２０頁
価　　格　：書籍版　１４０，０００円　（税込み１４７，０００円）
ＰＤＦ／データ版　１５０，０００円　（税込み１５７，５００円）
書籍版・ＰＤＦ／データ版セット　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　第一統括部　第一部
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１２－５　小伝馬町ＹＳビル
TEL:03-3664-5811　（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/