

2015年1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
 12-5 小伝馬町YSビル
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>
 広報部 03-3664-5697

2014年夏商戦の状況を反映した最新市場分析結果
清涼飲料の国内市場を調査

2014年見込(2013年比)

CVSカウンターコーヒー 1,756億円(52.8%増) 駅ナカCVSでの展開にも期待

炭酸水 222億円(5.2%増) そのまま飲む“直飲み”用として定着したことで市場が拡大

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 清口 正夫 03-3664-5811)は、清涼飲料の国内市場の動向について調査した。その結果を「2014年 清涼飲料マーケティング要覧 No.2」にまとめた。

この報告書では清涼飲料47品目について、最需要期である夏商戦の結果を踏まえた2014年の市場分析を収載するとともに、注目12カテゴリーの市場動向についても整理した。

2014年の市場は、4月の消費増税の影響や夏の天候不順による影響を受け、多くの品目で2013年と比べて縮小する見込である。

<注目市場>

CVSカウンターコーヒー

2014年見込	2013年比	2015年予測	2013年比
1,756億円	152.8%	1,930億円	168.0%

CVS(コンビニエンスストア)の店内において、コーヒーメーカーを使用して提供されるコーヒーを対象とする。缶コーヒーの購入は少ないが、カフェなどでコーヒーメニューの飲用機会が多い女性層や若年層の開拓に成功したことで拡大を続けている。

2013年までは各チェーンでメニューや価格展開などで独自性が追求されていたが、2014年は最小サイズで税込100円への集約が進んでいる。チェーンによっては価格を下げたことも寄与し、2014年は販売杯数が大きく増加している。また、後半から駅ナカCVSでの販売も始まり、通勤客を中心としたユーザーの獲得が期待され、市場は2013年比52.8%増の1,756億円が見込まれる。

CVSにおける導入率は90%程度に達するとみられ、今後は急激な成長は落ち着いたため2015年は2013年比68.0%増の1,930億円が予測される。さらなる拡大には販売杯数の増加に加え、新メニューや高単価メニューの導入、定着が必要とみられる。

炭酸水

2014年見込	2013年比	2015年予測	2013年比
222億円	105.2%	230億円	109.0%

カクテルやサワー、チューハイなどの割材、また“直飲み”用として提案されているものを対象とする。

2009年頃から各メーカーによりPET容器での投入が相次ぎ、アルコールの割材としてだけでなく、家庭向けの需要も取り込んで市場が拡大した。「ウィルキンソン」(アサヒ飲料)など、市販用での“直飲み”提案が奏功し、甘さ離れが進んだユーザーの需要を取り込んでいる。2013年は各流通が炭酸水の取り扱いを増やしたことや、CVSや量販店がPB商品を拡充したことで認知度が高まり、市場は2012年比17.9%増の211億円となった。

2014年は、ミネラルウォーター類ブランドの炭酸入り商品(当該市場では対象外)の登場や、夏の天候不順が影響し2013年比5.2%増と一桁の伸びにとどまると見込まれる。

“直飲み”用の認知が進むにつれ、健康訴求系飲料や茶系飲料などから需要が流れておりユーザーの裾野は広が

っている。ただ、若年層の取り込みはまだ不十分であり拡大の余地が十分あるとみられる。

トクホ飲料

2014年見込	2013年比	2015年予測	2013年比
2,429億円	113.2%	2,548億円	118.8%

消費者庁の定める特定保健用食品の表示認可を受けている飲料商品を対象とする。

2012年に「キリンメッツコーラ」(キリンビバレッジ)、「ペプシスペシャル」(サントリー食品インターナショナル)がヒットし、2013年には「ヘルシアコーヒー」(花王)、「伊右衛門 特茶」(サントリー食品インターナショナル)が発売され市場は拡大した。

2014年は既存商品の好調に加え、新商品も引き続き投入されている。また、2013年秋にリニューアルした「ブルガリアのむヨーグルト」(明治)の好調により、ポリウムゾーンの乳性飲料が伸びている。市場は2013年比13.2%増の2,429億円が見込まれる。

健康意識の高まりからトクホ飲料への関心は高く、新商品の投入などにより市場が活性化するとみられる。また、近年の市場の盛り上がりを受けて量販店やCVSでは売場を拡張する動きが進んでいる。高単価で値崩れを起こしにくい点からも、流通とメーカーの双方に利点があるため、今後も積極的な取り組みが想定される。一方、カテゴリーによっては一時的に市場が膨張している状況ともみられ、今後の成長にはリピートにつなげる取り組みが必要であると考えられる。

< 調査結果の概要 >

	2014年見込	2013年比	2015年予測	2013年比
果実・野菜飲料	5,042億円	94.7%	4,975億円	93.4%
炭酸飲料	5,307億円	98.2%	5,431億円	100.5%
乳性飲料	1兆1,120億円	99.9%	1兆1,055億円	99.4%
嗜好飲料	1兆760億円	99.2%	1兆679億円	98.4%
無糖茶飲料	7,735億円	100.8%	7,742億円	100.9%
ミネラルウォーター類	3,127億円	103.6%	3,145億円	104.2%
機能性飲料	5,740億円	97.9%	5,922億円	101.0%
その他飲料	1,044億円	98.8%	1,037億円	98.1%
合計	4兆9,874億円	99.1%	4兆9,985億円	99.3%

四捨五入して億円単位としているため必ずしも合計と一致しない場合がある。

2014年の市場は、4月の消費増税に伴う自販機での価格引き上げの影響で買い控えが目立っていることや、最需要期となる夏に天候不順が続き止渴需要が落ち込んだことにより多くの分野で販売が低迷し、2013年比0.9%減の4兆9,874億円が見込まれる。その中で伸長が見込まれるのは、無糖茶飲料とミネラルウォーター類である。

無糖茶飲料は、日本茶の上位メーカーが引き続き拡販に注力しており好調である。特に、近年高成長を続けている麦茶は、大容量低価格が大きな訴求ポイントとなり、消費増税に際して増量リニューアルが行われたこともあり大幅に拡大するとみられる。2014年は2013年比0.8%増の7,735億円が見込まれる。

ミネラルウォーター類は、夏の需要低迷やCVSにおける低価格販売が一巡したことでスティルタイプ(フレーバーなし・炭酸なし)が大容量サイズを中心に苦戦している。一方、上位の天然水ブランドから炭酸入りやフレーバー入りの商品が発売されヒットしており、2014年は2013年比3.6%増の3,127億円が見込まれる。

果実・野菜飲料は、果実飲料が消費者の飲用機会の減少により苦戦しているのに加え、原料果汁の価格高騰によるコスト上昇が各社の利益を圧迫している。また、野菜系飲料は依然として健康志向の高まりは感じられるものの、機能性を訴求したその他の飲料との競合が激化し需要が流れている。

炭酸飲料は、近年好調であったが止渴性需要に左右されやすい側面もあるため2014年は苦戦している。特に構成比の高いコーラフレーバー飲料の落ち込みが響いている。

乳性飲料の2014年の市場は2013年比0.1%減の1兆1,120億円が見込まれる。ただし、ドリンクヨーグルトは健康感やヨーグルトより摂取の簡便性が支持されていることや、大手メーカーによるキャップ付新容器(テトラトップ)商品やPET容器の新商品投入などにより二桁の伸長となる。

嗜好飲料は、缶コーヒーがカウンターコーヒーの定着によるCVSの採用数の減少や、消費増税後の価格引き上

げによる自販機離れの影響で苦戦している。ただし、再密封が可能なボトル缶コーヒーは伸長を続けている。

機能性飲料は、止渴性の高いスポーツドリンクや機能性清涼飲料が夏の天候不順が大打撃となり販売を大きく落とすと見込まれる。一方、食系ドリンクはエナジードリンクの好調により引き続き伸長するとみられる。

< 調査対象 >

果実・野菜飲料	
果実飲料	100%果汁飲料、果汁入飲料、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、果実野菜混合飲料
炭酸飲料	
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、プラカップ入乳飲料
ドリンクヨーグルト	
乳酸菌飲料類	乳製品乳酸菌飲料、乳酸菌飲料
乳性タイプ飲料	乳類入清涼飲料、殺菌乳製品乳酸菌飲料
嗜好飲料	
嗜好飲料	缶コーヒー、リキッドコーヒー、紅茶
無糖茶飲料	
無糖茶飲料	日本茶、ウーロン茶、麦茶、ブレンドティ、その他ティードリンク
ミネラルウォーター類	
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	
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	
豆乳類	豆乳、大豆飲料
ビネガードリンク	
バラエティードリンク	ココアドリンク、ゼリー飲料（PET、缶、紙） スープ、甘酒、おしるこ
注目カテゴリー	
エナジードリンク、ノンアルコールドリンク、炭酸水、美容系飲料、フレーバードウォーター、トクホ飲料、チルドカップ売場、熱中症対策飲料、ノンカフェイン・カフェインオフ、希釈飲料、ウォーターサーバー、CVSカウンターコーヒー	

< 調査方法 >

富士経済専門調査員による参入企業及び関連企業・団体などへのヒアリング及び関連文献調査、社内データベースを併用

< 調査期間 >

2014年8月～10月

以上

資料タイトル	「2014年 清涼飲料マーケティング要覧 No.2」
体 裁	A4判 318頁
価 格	書籍版 140,000円+税 PDF/データ版 150,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 160,000円+税
調査・編集	株式会社 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/