

## 嗜好品、飲料71品目の市場を分析

### —2014年市場見込—

■レギュラーコーヒー	3,100億円	CVSカウンターコーヒーですそ野広がる
■スティックタイププレミックス飲料	456億円	フレーバー出揃い、新たな需要創出が必要に
■緑茶ティーバッグ	224億円	プレミアム商品がけん引

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、2014年8月から7回に分けて加工食品401品目について調査を行っている。その第6回目の調査結果を「2015年 食品マーケティング便覧 No.6」にまとめた。

この報告書では嗜好品18品目、飲料53品目の国内市場動向を調査した。

### <注目市場>

#### ■レギュラーコーヒー

2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
3,050億円	103.0%	3,100億円	101.6%

CVSカウンターコーヒーの需要増加で業務用が拡大している。また、CVSカウンターコーヒーによってレギュラーコーヒーを飲用する消費者のすそ野が広がり、市販用、特にコーヒーメーカーを用いずオフィスや家庭で簡単に本格的なコーヒーを淹れられる簡易抽出型コーヒーの拡大が続いている。一方で、缶コーヒーの飲用機会が減少しており、缶コーヒーの原料向けを含む加工用は縮小するとみられる。

アメリカでトレンドとなっている、豆の品質や焙煎、淹れ方にこだわったサードウェーブコーヒーが日本に到来しているほか、安全性を訴求したオーガニックコーヒー、妊婦や夜間なども安心して飲用できるカフェインレスコーヒーも徐々に需要を獲得しており、付加価値で差別化を図った商品が今後増加する可能性が高い。

#### ■スティックタイププレミックス飲料

2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
436億円	114.7%	456億円	104.6%

砂糖やミルクなどがあらかじめ配合されている飲料のベース用パウダーで、スティック型の袋に1杯分ごとに包装される商品を対象とする。ブレンドコーヒーやカフェオレといった定番メニューだけでなく、コーヒーショップなどで提供されるカフェメニューもあり、女性や若年層の需要を獲得した。

ヘビーユーザー向けの大容量タイプの展開やフレーバー展開によるトライアルユーザーの獲得によって市場は拡大してきた。価格競争が進んでいることで低価格志向の消費者の需要を獲得している反面、単価の下落により市場の伸びは鈍化しており、注力度を下げ企業も一部ではみられる。

また、コーヒーやココア、紅茶といった定番の嗜好品は一通りスティック化されており、今後は定番商品に加え、新奇性のある商品やニッチな商品を投入し、新たな需要創出を図ることが、今後の市場拡大への鍵になる。

#### ■緑茶ティーバッグ

2013年	2012年比	2014年見込	2013年比
213億円	112.1%	224億円	105.2%

緑茶はPETボトルなどの緑茶飲料の定着などを背景に、飲用時に急須を必要とするリーフの需要が減少し、市場も縮小が続いているが、急須を必要としない簡便性が支持され緑茶ティーバッグは拡大を続けている。

ハラダ製茶のPB商品強化、伊藤園のプレミアム商品拡充などで二桁増となった前年に続いて2014年も拡大が見込まれる。2015年には他のメーカーからもプレミアム商品の投入が予想され、プレミアム商品への注力度

が高まるとみられる。しかし、メインチャネルである量販店では、ボリュームゾーンのリーフの売上回復を図る動きが出ており、緑茶ティーバッグの拡大は一旦落ち着くとみられる。

<調査対象>

嗜好品	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、インスタントコーヒー、スティックタイプコーヒー、インスタントティー、ココア、スティックタイププレミックス飲料、紅茶（ティーバッグ・リーフ）、緑茶、緑茶ティーバッグ、粉末緑茶・市販用、麦茶、その他茶、健康茶・市販用、パック甘酒、粉末飲料、青汁
果実飲料	100%果汁飲料、果汁飲料、低果汁入清涼飲料、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
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
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、甘酒（ストレートタイプ）、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（ストレートタイプ）、ピネガードリンク（希釈タイプ・市販用）、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、希釈飲料

<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12月～2015年2月

以上

資料タイトル：「2015年 食品マーケティング便覧 No. 6」
体 裁：A4判 317頁
価 格：書籍版 95,000円+税 PDF/データ版 105,000円+税 書籍版・PDF/データ版セット 115,000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/