

2015年5月21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

清涼飲料の国内市場を調査

— 2015年見込（2014年比） —

●清涼飲料全体 4兆9,726億円（0.1%減） メーカーとチャネルが相互活性化を図る新たな動き

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、2015年2月から4月にかけて国内の清涼飲料の市場動向について調査した。

その結果を「2015年 清涼飲料マーケティング要覧 No. 1」にまとめた。

この報告書では、清涼飲料49品目の市場について、2014年の結果分析と、4月までの状況を踏まえた15年の速報データを掲載した。また、注目市場としてトクホ飲料、チルドカップ売場商品、CVSカウンターコーヒー、ウォーターサーバーを取り上げ、飲料市場における競合状況や今後の成長を分析した。

<調査結果の概要>

	2014年	前年比	2015年見込	前年比
果実・野菜飲料	5,040億円	94.6%	4,912億円	97.5%
炭酸飲料	5,530億円	98.5%	5,557億円	100.5%
乳性飲料	1兆1,178億円	100.5%	1兆1,369億円	101.7%
嗜好飲料	1兆 586億円	97.6%	1兆 425億円	98.5%
無糖茶飲料	7,641億円	99.6%	7,623億円	99.8%
ミネラルウォーター類	3,130億円	103.7%	3,131億円	100.0%
機能性飲料	5,655億円	96.4%	5,704億円	100.9%
その他飲料	1,030億円	97.4%	1,006億円	97.7%
合計	4兆9,790億円	98.5%	4兆9,726億円	99.9%

※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年は前年比1.5%減の4兆9,790億円となった。消費税増税に加え、最需要期となる夏場の天候不順が追い討ちとなり多くのメーカーが苦戦した。また、消費税増税によりチャネル間の売価差が拡大し、自販機は割安な量販店やCVSへ需要がシフトし低迷が目立っている。飲料業界は小売側交渉力優位の情勢や原料価格の高騰といった不可避要素も重なり、メーカーはより一層利益確保が難しくなり、今後は上位メーカーへの集約が加速していくとみられる。

●果実・野菜飲料

果実飲料は果汁の原料価格が高騰し、メーカーの利益面に影響を及ぼし各社苦戦しているが、アサイーなどの高機能フルーツを使用した商品は消費者から支持されている。

野菜系飲料は、競合する他の健康訴求の飲料や食品が増えているため、大幅なマイナスとなった。今後は消費者に野菜の持つ価値や栄養を再認識させることが急務となっている。

●炭酸飲料

前年の猛暑から一転して天候不順による低迷やトクホ炭酸の需要減からコーラフレーバー飲料を中心に苦戦した。しかし、果汁入炭酸飲料で多くの新商品が投入されたことや無糖炭酸飲料は消費者の直飲み需要によって着実に成長を続けており、今後の市場拡大への期待が高まっている。

●乳性飲料

ドリンクヨーグルトの機能性タイプが続伸しており、市場は大幅に拡大した。一方、生乳の逼迫により各メーカーが価格改定を行い、また消費税増税が重なったことで需要が低迷し、飲用牛乳や乳飲料は厳しい状況が続いている。

●嗜好飲料

缶コーヒーはCVSカウンターコーヒーの台頭により需要減が予想されたが、リキャップで差別化したボトル缶が大きく伸びたことでショート缶の落ち込みをカバーし、小幅な減少にとどまった。一方、紅茶は他カテゴリーへ需要が流れたことにより市場の落ち込みが目立っている。

●無糖茶飲料

トクホ商品が拡大したほか、日本茶も比較的堅調に伸びたが、ウーロン茶が大幅に落ち込み市場は前年をやや下回った。夏場の天候不順による低迷や消費税増税後の自販機の低迷などで苦戦する商品も多く、メーカーによるブランド集約が更に進んでいる。

●ミネラルウォーター類

CVSでの低価格販売が一巡するなど大容量タイプが頭打ちとなった。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派生商品が相次いで発売され市場を底上げした。スティルタイプ（フレーバーなし、炭酸なし）が伸び悩む中、今後も積極的なフレーバー展開で市場が活性化していくと予想される。

●機能性飲料

機能性飲料は夏場の天候不順でスポーツドリンクなど止渴性飲料が大幅に落ち込んだ。一方、食系ドリンクはエナジードリンクがチャネルを広げて成長を続けているほか、従来型の栄養系炭酸飲料も機能性が支持されて好調となっている。

<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、無糖炭酸飲料
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、パウチゼリー飲料、スポーツドリンク、エナジードリンク
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

<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>

2015年2月～4月

以上

資料タイトル：「2015年 清涼飲料マーケティング要覧 No. 1」
体 裁：A4判 283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
書籍版・PDF/データ版・データブックセット 170,000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/