

## 2015年夏商戦の結果を踏まえた清涼飲料の国内市場を調査

2015年見込(2014年比)

清涼飲料国内市場 5兆1億円(0.4%増)

・・・第1四半期は苦戦するも、夏場に向け盛り返し通年では微増の見込

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、国内の清涼飲料市場を調査し、最需要期となる夏場の結果を踏まえ2015年のトレンドを分析した。その結果を「2015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、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、リキッドコーヒーなど)、無糖茶飲料(日本茶、麦茶など)、ミネラルウォーター類、機能性飲料(食系ドリンク、健康サポート飲料など)、その他飲料(豆乳類、ピネガードリンクなど)の8分野49品目の市場を調査・分析した。また、今回は新たに品目分類に捉われない機能訴求別、物性・成分別、容器別分類の市場を分析した。

### <調査結果の概要>

分野	2015年見込	2014年比	2016年予測	2014年比
果実・野菜飲料	4,859億円	96.4%	4,711億円	93.5%
炭酸飲料	5,504億円	99.5%	5,463億円	98.8%
乳性飲料	1兆1,334億円	101.4%	1兆1,374億円	101.8%
嗜好飲料	1兆409億円	98.3%	1兆334億円	97.6%
無糖茶飲料	7,770億円	101.7%	7,737億円	101.3%
ミネラルウォーター類	3,380億円	108.0%	3,490億円	111.5%
機能性飲料	5,724億円	101.2%	5,789億円	102.4%
その他飲料	1,022億円	99.2%	1,017億円	98.7%
合計	5兆1億円	100.4%	4兆9,915億円	100.3%

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。

### 【2015年市場】

市場は、前年の消費税増税前の仮需要とは対照的に第1四半期は厳しかったが、4月以降はGWが天候に恵まれるなど需要が上向き、夏場の初旬までの猛暑も追い風となり、上位メーカーでは好調な企業が多く、通年では微増が見込まれる。一方で厳しい価格競争は続いており、メーカーにとって継続的な売上と利益確保の両立が難しい状況となっている。その対応策として、メーカーは小売チェーンと連携強化で売場とブランド拡販の相互活性化を図る動きや、自販機専用商品を展開するなど各チャンネルとの共有価値を創出していくことが重要となっている。

#### 果実・野菜飲料

果実飲料では依然として果汁の原料価格が高騰しメーカーの利益を逼迫しており、各メーカーは低果汁系の商品に注力度をシフトさせる動きがみられる。一方、アサイーなどスーパーフードを使用し、高機能を訴求した高価格帯商品は徐々に定着しており、市場の活性化への期待が高まっている。

野菜系飲料は他カテゴリーの飲料や、食品などで野菜を訴求した競合商品が増加し需要が奪われており、市場はマイナスが見込まれる。しかし2015年に相次いで発売された付加価値商品は好調である。今後は野菜飲料で野菜を摂るメリットを効果的に打ち出すことで需要を掘り起こす必要がある。

## 炭酸飲料

炭酸飲料は、「レモンジーナ」(サントリー食品インターナショナル)、「キリンメッツ」(キリンビバレッジ)、「ウィルキンソン」(アサヒ飲料)などの勢いあるブランドがみられることやGW以降は天候に恵まれ、夏場の8月初旬までは好調となったが、8月中旬以降は平年より気温が低かったため、市場への影響が懸念される。また、自販機チャンネルの不振や他カテゴリーへの需要流出もあり、通年では前年を割り込むと見込まれる。

## 乳性飲料

ドリンクヨーグルトは機能性を訴求したパーソナルタイプがけん引しているほか、大型商品の投入も活発化しており成長が続いている。また、縮小が続く飲用牛乳はテトラトップ容器の登場や健康訴求商品の好調もあり直近10年の中では善戦している。さらに、乳飲料はC V Sのプラカップ入りPBやテトラトップ容器の新商品の伸びが市場を底上げしている。

## 嗜好飲料

市場構成比の高い缶コーヒーは例年以上に各メーカーがボトル缶に注力しており、好調な商品が多く見られる。しかし、大手メーカーが缶コーヒーから撤退したことにより、市場全体では前年を下回ると見込まれる。

## 無糖茶飲料

無糖茶飲料は、トクホ商品の発売やリニューアルが積極的に行われて売場が活性化したほか、市場構成比の高い日本茶や成長著しい麦茶への注力度を高めるメーカーがみられ、市場拡大が見込まれる。また、長らく縮小が続いていたウーロン茶が有力な新商品や既存品の大幅リニューアルにより回復が見込まれる。

## ミネラルウォーター類

ミネラルウォーター類は、「サントリー南アルプスの天然水&ヨーグリーナ」(サントリー食品インターナショナル)の大ヒットなどフレーバー入りの伸びが顕著で市場を盛り上げている。その相乗効果もあり炭酸入りやレギュラー(フレーバー・炭酸なし)も伸長しており、市場は高い成長率が見込まれる。

## 機能性飲料

エナジードリンクが高成長を続けているほか、栄養補給炭酸飲料も好調である。一方で、機能性清涼飲料は他分野に止渴需要がシフトし苦戦するブランドが目立ち続落している。

## <注目市場>

### ノンカフェイン・カフェインオフ

2015年見込	2014年比	2016年予測	2014年比
2,443億円	100.8%	2,472億円	102.0%

ノンカフェイン・カフェインオフは、飲用時の刺激が少なく幼児や妊産婦でも飲める飲料として好評を得ている。また、無糖茶飲料では近年麦茶のノンカフェイン訴求が活発であり、第一の購入動機にはならないものの、付加価値として確立しつつある。

近年ではカフェイン入りの商品をノンカフェインにリニューアルする動きもみられ、2013年は「爽健美茶」(コカ・コーラシステム)が、2015年には「アサヒ食事と一緒に十六茶W」(アサヒ飲料)がそれぞれカフェイン入りからノンカフェインにリニューアルされた。また「午後の紅茶」(キリンビバレッジ)は派生ブランドとして2014年にカフェインオフ、2015年にはノンカフェインが発売されるなど、大型ブランドの新商品も多く市場は活性化しており、2015年はノンカフェインが全体をけん引して成長が続くとみられる。

### フレーバーウォーター

2015年見込	2014年比	2016年予測	2014年比
614億円	148.0%	693億円	167.0%

ミネラルウォーターまたは、飲料水に香料やエキス、果汁などでフレーバーを付加した無色透明な飲料を対象とした。発泡性の商品は対象外とした。

2014年は上位ブランドの苦戦が続く一方で、サントリー食品インターナショナルが「サントリー南ア

ルプスの天然水&朝摘みオレンジ」を発売してヒットするなど新商品効果で前年比約1.5倍増となった。

2015年は引き続き「サントリー南アルプスの天然水&ヨーグリーナ」、「アサヒすきっと レモン」(アサヒ飲料)など新商品が好調で続伸する見込みである。

<調査対象>

(品目編)

果実・野菜飲料	1. 果実飲料 1) 100%果汁飲料 2) 果汁入飲料	3) 低果汁入清涼飲料 4) 果粒含有果実飲料 5) 果肉飲料	2. 野菜系飲料 1) トマト飲料 2) 野菜飲料	3) 果実野菜混合飲料
炭酸飲料	3. 炭酸飲料 1) コーラ・パル飲料	2) 透明炭酸飲料 3) 果実着色炭酸飲料	4) 乳類入炭酸飲料 5) ジンジャーエール	6) 果汁入炭酸飲料 7) 無糖炭酸飲料
乳性飲料	4. 飲用牛乳 5. 乳飲料 1) 白物乳飲料 2) コーヒー系乳飲料	3) 色物乳飲料 4) プラカップ入乳飲料 6. ドリンクヨーグルト	7. 乳酸菌飲料類 1) 乳製品乳酸菌飲料 2) 乳酸菌飲料	8. 乳性タイプ飲料 1) 乳類入清涼飲料 2) 殺菌乳製品乳酸菌飲料
嗜好飲料	9. 嗜好飲料	1) 缶コーヒー	2) リキッドコーヒー	3) 紅茶
無糖茶飲料	10. 無糖茶飲料 1) 日本茶	2) ウーロン茶 3) 麦茶	4) ブレンドティ 5) その他ティードリンク	
ミネラルウォーター類	11. ミネラルウォーター類	1) 国産ミネラルウォーター類	2) 輸入ミネラルウォーター類	
機能性飲料	12. 機能性飲料 1) 食系ドリンク	2) 健康サポート飲料 3) 機能性清涼飲料	4) パウチゼリー飲料 5) スポーツドリンク	6) エナジードリンク
その他飲料	13. 豆乳類 1) 豆乳 2) 大豆飲料	14. ビネガードリンク 15. パラエティードリンク 1) ココアドリンク	2) ゼリー飲料(PET、缶、紙) 3) スープ	4) 甘酒 5) おしるこ

(横断分析編)

機能訴求編	1. 特定保健用食品 2. 機能性表示食品	3. カリオ・カリゼロ 4. ノカイン・カインオ	5. 熱中症対策・水分補給飲料	6. 美容系飲料
物性・成分編	1. 無糖飲料 2. 微糖・低糖飲料	3. 炭酸入飲料 4. 果実・その他果汁入飲料	5. コーヒー系飲料 6. 紅茶系飲料	7. パルウォーター 8. スパード入飲料
容器編	1. PET 2. 缶	3. 紙 4. スパウト付パウチ	5. リキャップ式 6. チルドカップ	

<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8月～10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.2 -横断分析編-」			
体裁	A4判 350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 150,000円+税 書籍版・ネットワークパッケージ版セット 280,000円+税			
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 <a href="https://www.fuji-keizai.co.jp/">https://www.fuji-keizai.co.jp/</a> <a href="mailto:info@fuji-keizai.co.jp">e-mail: info@fuji-keizai.co.jp</a>			
調査・編集	東京マーケティング本部 第一部 TEL: 03-3664-5821(代) FAX: 03-3661-9514			
	この情報はホームページでもご覧いただけます。URL: <a href="http://www.group.fuji-keizai.co.jp/">http://www.group.fuji-keizai.co.jp/</a>			