

2016年5月25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
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

広報部 TEL.03-3664-5697
<http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

清涼飲料16品目の国内市場を調査

2015年の結果分析と、2016年を展望

- 2016年市場見込(2015年比) -

ミネラルウォーター類 3,500億円(1.8%増)

・・・フレーバー入り新商品が市場を底上げ、続伸

麦茶(無糖茶飲料) 899億円(2.3%増)

・・・引き続きヒートショック対策の啓発で需要が喚起

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16品目の国内市場を調査し、2015年の結果分析と、2016年を展望した。その結果を報告書「**2016年 清涼飲料マーケティング要覧 - 総市場分析編 -**」にまとめた。

<注目市場>

ミネラルウォーター類

	2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
フレーバー入り	603億円	172.3%	658億円	109.1%
ブレン	2,592億円	101.3%	2,547億円	98.3%
炭酸入り	242億円	110.0%	295億円	121.9%
合計	3,437億円	109.8%	3,500億円	101.8%

フレーバーなし・炭酸なしのブレンが市場の75%を占める。2011年の震災後大容量サイズを中心に実績を伸ばしたが、ここ数年フレーバー入りや炭酸入りの拡大により市場占有率は縮小している。

フレーバー入りは従来柑橘系の商品が一般的であったが、2015年に発売された「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)、「い・ろ・は・す もも」(コカ・コーラシステム)がヒットするなどフレーバーの多様化が進んだ。2016年は、「朝摘みグレープ&サントリー天然水」(サントリー食品インターナショナル)が発売されるなど引き続きフレーバーの多様化と実績拡大が進むと見られる。

炭酸入りは近年伸びているものの、「ウィルキンソン」(アサヒ飲料)などの無糖炭酸飲料との競合もあってフレーバー入りほど売場の広がりは見られなかった。しかし、2016年は「い・ろ・は・す サイダー」(コカ・コーラシステム)が投入されたことで炭酸飲料からの需要シフトが期待され、実績は大幅に拡大すると予想される。

麦茶(無糖茶飲料)

2015年	2014年比	2016年見込	2014年比
879億円	115.4%	899億円	102.3%

2015年は、夏の熱中症予防の啓発が進んで順調に需要を獲得したのに加え、冬のヒートショック対策の認知拡大と売場を広げたことにより、前年に引き続き大きく伸びた。またパーソナルPETの増量対応が更に進んだこととお得感が増したことや、ブレンドティからの需要シフトも成長を後押しした。

2016年も引き続き熱中症予防、ヒートショック対策の啓発で需要が喚起されることにより市場拡大が見込まれる。大手ブランドではパーソナルPETを増量しており、容量増加によるお得感や止渴需要を高める動きは引き続き活発である。

< 調査結果の概要 >

	2015年	2014年比	2016年見込	2015年比
果実・野菜系飲料	4,800億円	95.2%	4,676億円	97.4%
炭酸飲料	5,522億円	99.9%	5,505億円	99.7%
乳性飲料	1兆1,370億円	101.7%	1兆1,390億円	100.2%
コーヒー飲料	8,639億円	99.4%	8,615億円	99.7%
茶系飲料	9,751億円	101.6%	9,831億円	100.8%
ミネラルウォーター類	3,437億円	109.8%	3,500億円	101.8%
機能性飲料	5,694億円	100.7%	5,672億円	99.6%
その他飲料	1,063億円	100.0%	1,063億円	100.0%
合計	5兆 276億円	100.8%	5兆 252億円	100.0%

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年の清涼飲料市場は、前年比0.8%増となった。年初は前年4月に施行された消費税増税前の仮需要の裏返しもあって厳しいスタートとなったが、その後はGW期が好天に恵まれるなど需要が上向き、最盛期の夏場から秋以降も需要が落ち込むことなく、通年で前年超えを果たした。

2016年は、横ばいが見込まれる。年初から温暖な天候に恵まれていることもあって市場は好調な立ち上がりとなっている。各メーカーは、商品の選択と集中を進めることで利益を確保しやすい商品体制にシフトしている。また価格訴求に陥らないために、商品本体もしくは販売過程で付加価値を訴求した商品展開を強化しており、その一環として小売チェーン、自販機向け専用などチャネル特性を活かした商品展開、トクホや機能性表示食品により機能性を訴求した展開を強化している。

果実・野菜系飲料

果実飲料は、原料価格の高騰に高止まり感が見られたことに加え、円安の影響を受けたことで輸入コストが高まった。その結果各メーカーの収益は逼迫しており、注力度を下げるメーカーも見られたことで2015年の市場は縮小となった。また、野菜系飲料も他の飲料カテゴリーで健康訴求が強まったことで優位性が薄れ、苦戦し前年割れとなった。

炭酸飲料

炭酸飲料は、注力カテゴリーと位置づけ、強化に取り組んだメーカーでは、高成長したブランドが見られた。しかし、自販機チャネルの微減や食系ドリンクなどへの需要流出もあり、2015年の市場は前年をわずかに下回った。

乳性飲料

乳性飲料は、飲用牛乳が価格改定の影響もあり盛り返し、成長著しいドリンクヨーグルトの後押しにより2015年の市場は前年比プラスとなった。ドリンクヨーグルトは健康性を訴求した商品が大きく伸びており、2015年は機能性表示食品の発売によって活性化した。

コーヒー飲料

缶コーヒーは、ボトル缶がリキャップできる利便性が支持され引き続き大きく伸びたが、自販機チャネルの低迷などが響いてSOT(Stay On Tab)缶の落ち込みに歯止めがかかっておらず微減が続いている。一方で、リキッドコーヒーは、ホームサイズPETがコーヒー飲用頻度の増加が追い風となって拡大している。

茶系飲料

茶系飲料は、日本茶、麦茶といった無糖茶飲料が続伸したことに加え、ウーロン茶が国産訴求商品のヒットで前年比プラスとなるなど、無糖茶飲料のけん引によって2015年の市場は拡大した。一方で、紅茶飲料は「午後の紅茶」(キリンビバレッジ)以外のブランドの不振が目立っており、前年比マイナスが続いている。

ミネラルウォーター類

ミネラルウォーター類は、「南アルプスの天然水&ヨーグリーナ」の大ヒットなどフレーバー入り商品の大幅な伸びが市場を底上げして2015年は前年比プラスとなった。また、近年頭打ちだった大容量サイズも、特売攻勢が強まり販売量の拡大につながった。

機能性飲料

機能性飲料は、エナジードリンクの高成長が波及して従来の栄養補給炭酸飲料も伸長が続いている。一方で、スポーツドリンクなどの機能性清涼飲料は水分補給需要を無糖茶飲料やミネラルウォーター類(フレーバー入り)などに奪われて大きく落ち込んでいる。

<調査対象>

果実・野菜系飲料			
果実飲料	100%果汁飲料 果粒含有果実飲料	果汁入飲料 果肉飲料	低果汁入清涼飲料
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 果汁系炭酸飲料	透明炭酸飲料 乳類入炭酸飲料	ジンジャーエール 無糖炭酸飲料
乳性飲料			
飲用牛乳 乳飲料	白物乳飲料 プラカップ入乳飲料	コーヒー系乳飲料	色物乳飲料
ドリンクヨーグルト			
乳酸菌飲料類 乳性タイプ飲料	乳製品乳酸菌飲料 乳類入清涼飲料	乳酸菌飲料 殺菌乳製品乳酸菌飲料	
コーヒー飲料			
コーヒー飲料	缶コーヒー	リキッドコーヒー	
茶系飲料			
紅茶飲料 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 ピネガードリンク バラエティドリンク	豆乳 ココアドリンク ゼリー飲料(PET、缶、紙)	大豆飲料 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>

2016年2月～4月

以上

資料タイトル : 「2016年 清涼飲料マーケティング要覧 - 総市場分析編 - 」

体 裁 : A4判 281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 170,000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

URL : <https://www.fuji-keizai.co.jp/>

e-mail : info@fuji-keizai.co.jp

調 査・編 集 : 東京マーケティング本部 第一部

TEL : 03-3664-5821 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 : <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>