

2017年6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
 1番5号 PMO 日本橋江戸通
 TEL.03-3664-5811 FAX.03-3661-0165
<https://www.fuji-keizai.co.jp/>

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

国内清涼飲料市場を調査

国内清涼飲料市場

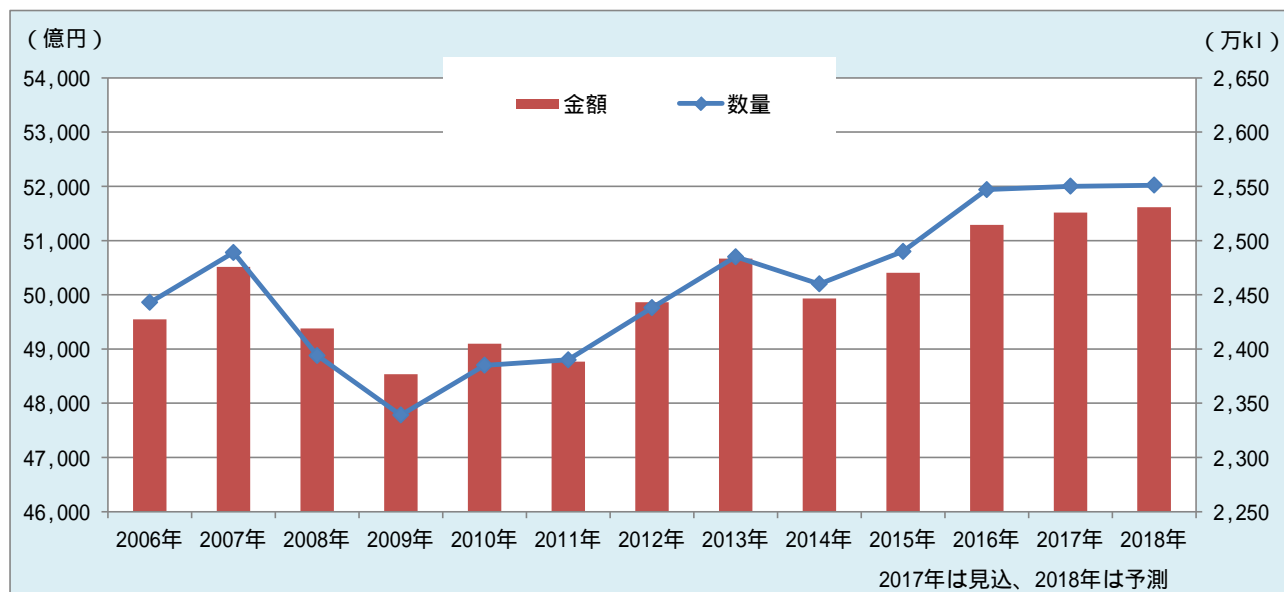
16年は前年比1.8%増(5兆1,291億円)、17年は同0.4%増(5兆1,515億円)の見込

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た。その結果を報告書「**2017年 清涼飲料マーケティング要覧 総市場分析編(春)**」にまとめた。

この報告書では、清涼飲料8カテゴリー16品目(45サブ品目)の市場について、規模やメーカー・ブランドシェアを中心に2016年の結果と2017年春時点での通年と今後を予測した。総市場分析では、参入各社の動向や、清涼飲料の容器別、温度帯別市場など、多様な視点で全体を俯瞰した。清涼飲料各社では定番ブランドへの傾注を強め、販売量の拡大と同時に利益改善に取り組んでいる。

<調査結果の概要>

国内清涼飲料市場



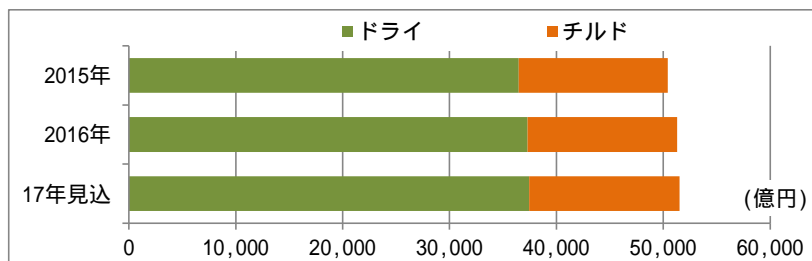
2016年の国内清涼飲料市場は5兆1,291億円、前年比1.8%増と、ここ数年では比較的高い伸びとなった。年間を通じて天候に恵まれたこともあって大手各社が軒並み実績を伸ばした。

大手各社は年初から主要ブランドへの傾注を強め、また、大容量サイズなどは過度の安売りを控えたことで収益の改善にも一定の効果を上げている。

2017年は5兆1,515億円、前年比0.4%増が見込まれる。水分補給ニーズの高まりや、健康意識の高まりを背景に続伸する無糖茶飲料やミネラルウォーター類といった無糖飲料、付加価値・栄養成分を訴求した機能性飲料、ドリンクヨーグルトがけん引役となり、天候に恵まれた前年を上回る。

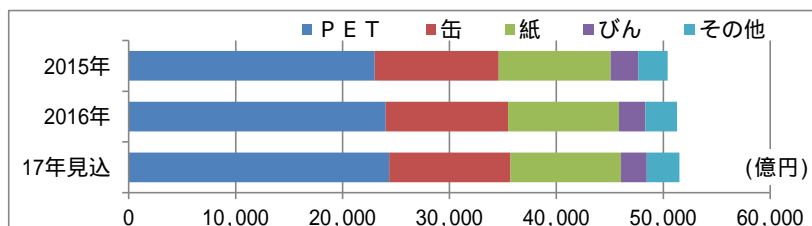
大手各社は前年に引き続き主要ブランドへ投資を集中させている。一方、各社の商品提案は、消費者の個食化ニーズの高まりに加えてメーカーが大容量の安売りを控える傾向もあり、ファミリーユースからパーソナルユースへのシフトが加速していることから、飲用層や飲用シーンにあった容器形態・容量、価格バランスが一層重要になっている。

温度帯別市場（金額ベース）



2016年はドライが前年比2.2%増、チルドが前年比0.5%増と、いずれもプラスとなった。チルドは飲用牛乳の落ち込みをドリンクヨーグルトの伸びがカバーした。2017年もわずかではあるが、ドライ、チルド共にプラスが見込まれる。

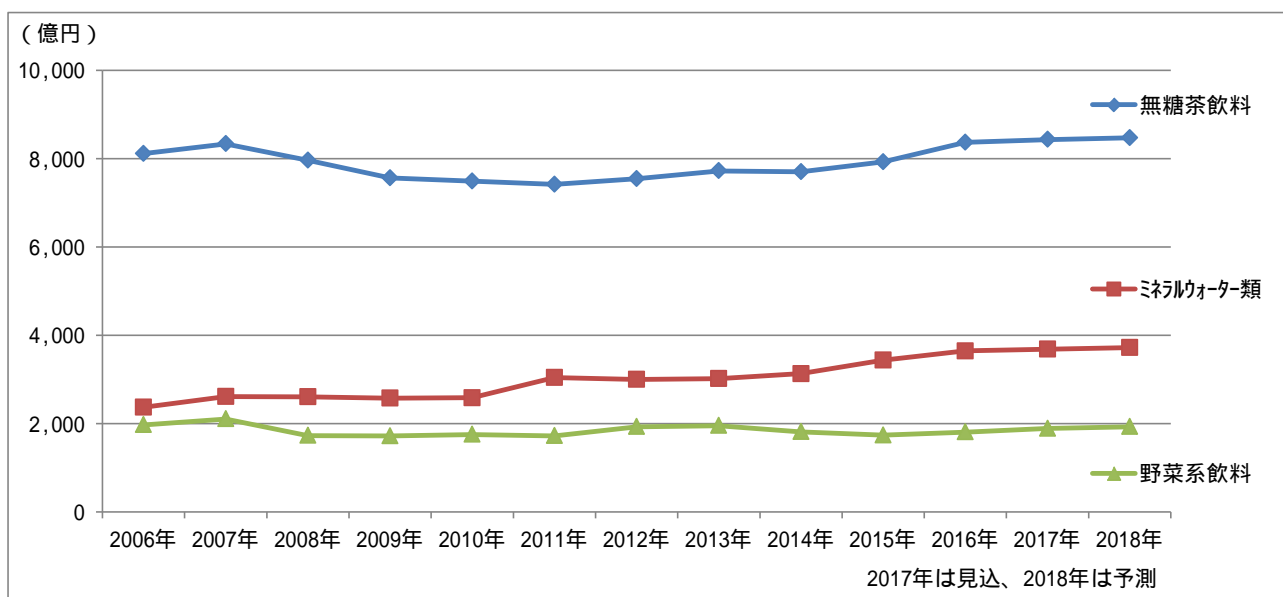
容器別市場（金額ベース）



2016年は主要容器の中でPETが前年比4.4%増とプラスとなった一方で、缶、紙、びんはいずれもマイナスとなり、PETへのシフトが顕著に見られた。その他も前年を上回ったが、特にパウゼリー飲料（機能性飲料）が大きく

伸長したことでスパウト付パウチが大幅増となった。2017年もこの傾向が続くとみられる。

<注目市場>



無糖茶飲料は消費者の健康意識の高まり、甘さ離れにより有糖飲料から需要が流入している。2016年の市場は日本茶、麦茶、ブレンドティの伸びがけん引し、前年比5.6%増の8,367億円となった。日本茶はリニューアルした「生茶」(キリンビバレッジ)が大幅に伸びたほか、「綾鷹」(コカ・コーラシステム)や「伊右衛門」(サントリー食品インターナショナル)なども続伸した。麦茶は健康志向の後押しが大きく、上位企業の実績増が続いている。ブレンドティは「爽健美茶」(コカ・コーラシステム)や「十六茶」(アサヒ飲料)が好調だった。

2017年は麦茶やブレンドティの継続的な成長に加え、日本茶も注力カテゴリーと位置づけ積極的な販促をする上位企業が多く、前年が好調だったことから伸び幅は縮小するものの、引き続き拡大が見込まれる。

ミネラルウォーター類はフレーバー入りがけん引役となっているほか、パーソナルサイズのレギュラー品も水分補給ニーズの高まりや他飲料と比べた割安感から伸びており、2016年の市場は前年比6.1%増の3,647億円となった。

2017年も上位2ブランドから新フレーバーが発売されているが、フレーバー入りの需要の伸びに一服感がみられることから、市場は引き続き拡大するものの小幅にとどまる。なお、国産品はフレーバー入りけん引伸長しているが、輸入品は国産品への需要流出で減少の一途をたどっている。

野菜系飲料はトマト飲料、野菜飲料、果実野菜混合飲料とも伸び、2016年の市場は前年比4.0%増の1,807億円となった。特にトマト飲料と果実野菜混合飲料の伸びが市場拡大に寄与した。トマト飲料では機能性表示食品としてリニューアル発売された「カゴメトマトジュース」(カゴメ)が、また、果実野菜混合飲料ではローソンのPBをはじめとするスムージー商品がヒットした。

2017年は2月にTVで“トマト飲料が健康に良い”と取り上げられたことでトマト飲料の需要が高まっていることに加え、果実野菜混合飲料のスムージー商品がアイテム数の増加などからさらに伸びており、野菜飲料も堅調であることから、市場は2年連続で前年を上回る見込である。

【調査対象】

- | | | |
|--|--|---|
| <p>1. 果実・野菜飲料</p> <p>1) 果実飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>2) 野菜系飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トマト飲料 ・野菜飲料 ・果実野菜混合飲料 <p>2. 炭酸飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コーラフレーバー飲料 ・透明炭酸飲料 ・果汁系炭酸飲料 ・乳類入炭酸飲料 ・ジンジャーエール ・無糖炭酸飲料 ・その他炭酸飲料 <p>3. 乳性飲料</p> <p>1) 飲用牛乳</p> | <p>2) 乳飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>3) ドリンクヨーグルト</p> <p>4) 乳酸菌飲料類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・乳製品乳酸菌飲料 ・乳酸菌飲料 <p>5) 乳性タイプ飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・乳類入清涼飲料 ・殺菌乳製品乳酸菌飲料 <p>4. コーヒー飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・缶コーヒー ・リキッドコーヒー <p>5. 茶系飲料</p> <p>1) 紅茶飲料</p> <p>2) 無糖茶飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本茶 ・ウーロン茶 ・麦茶 ・ブレンドティ | <ul style="list-style-type: none"> ・その他ティードリンク <p>6. ミネラルウォーター類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国産ミネラルウォーター類 ・輸入ミネラルウォーター類 <p>7. 機能性飲料</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食系ドリンク ・機能性清涼飲料 ・健康サポート飲料 ・パウチゼリー飲料 ・スポーツドリンク ・エナジードリンク <p>8. その他飲料</p> <p>1) 豆乳類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豆乳 ・大豆飲料 <p>2) ビネガードリンク</p> <p>3) パラエティードリンク</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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】

2017年3月～5月

以上

資料タイトル：	「2017年 清涼飲料マーケティング要覧 総市場分析編(春)」	
体裁：	A4判 288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	
	ネットワークパッケージ版 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1番5号 PMO日本橋江戸通	
	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(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: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/		