





牛 乳

生産基盤の回復・強化，高付加価値品開発を





2014年	15年	16年見込	17年予測
			
雨 (やや厳しい)	晴れ (好況)	晴れ後曇り (後退の兆し)	曇り (一進一退)

牛乳の生産量は、14年は2年連続の減少となったものの、15年は、行政、酪農、乳業メーカーと業界を挙げて酪農生産基盤の回復・強化に取り組んだ結果、生乳生産量は10年ぶりにプラスで着地。16年は

猛暑の影響もあり、需要調整対応が求められる。今年には新容器入牛乳が発売されるなど付加価値型商品提案も進んでおり、牛乳の価値向上につながるか注目される。

乳酸菌飲料

小容量や特保が伸長し，やや回復基調





2014年	15年	16年見込	17年予測
			
雨 (競合飲料との競争激化)	曇り (菌訴求で前年並みまで回復)	曇り (小容量、特保が伸長)	曇り (菌での差別化図れるか)

14年はドリンクタイプのヨーグルトなど競合する飲料との競争が激化し、大きく前年を割った。15年は乳酸菌の効果を訴求することで前年並みまで回復した。16年は小容量商品および、特保等の健康感が

強い商品の伸びが目立っており、下期の伸びしろに期待。17年も引き続き菌での差別化がカギとなる。

発酵乳

4,000億円市場達成確実か





2014年	15年	16年見込	17年予測
			
曇り後晴れ (後半プレーン回復)	晴れ (4連増加で市場拡大)	晴れ (商品安定供給取り組む)	晴れ (付加価値商品で市場拡大)

15年生産量は4年連続で増加。金額ベースでも4,000億円の大台目前に迫った。15年4月に値上げを実施したが、プロバイオドリンクタイプのヒットや、発酵乳=健康食という情報発信活動が実り、数量・金額と

も増加傾向にある。プレーンタイプも好調。今後も新たな切り口のカテゴリー創出が期待されるジャンルといえる。

ミネラルウォーター

日常生活に定着，高い水準続く





2014年	15年	16年見込	17年予測
			
晴れ (好況)	晴れ (懸念材料あり)	晴れ (一進一退)	晴れ時々曇り (やや厳しい)

市場は3年連続の伸び。震災後、安心・安全の意識の高まりから備蓄や家庭内での飲用など用途が広く生活に浸透していることに加え、直接飲用も伸びている。小容量、大容量のPETがともに伸び、特に通

販(オンラインショップ)などの利用が伸張。スティルウォーターのほか、フレーバーやスパークリングといった周辺商品も拡大している。

緑茶飲料

エクステンション品、トクホで活性化





2014年	15年	16年見込	17年予測
			
晴れ時々曇り (好況)	晴れ (懸念材料あり)	晴れ (一進一退)	晴れ時々曇り (やや厳しい)

緑茶飲料は、12年以降右肩上がりで推移している。無糖茶飲料最大の категорияで、コモディティ化が進む一方、ここ数年は季節商材やトクホなど様々なエクステンション品が登場し市場が活況となってい

る。15年は主力商品のリニューアルなどもあり、活性化されている。

紅茶飲料

横ばいの推移続く，活性化に期待

2014年	15年	16年見込	17年予測
			
晴れ時々曇り (好況)	曇り (懸念材料あり)	曇り後晴れ (一進一退)	晴れ時々曇り (やや厳しい)

紅茶飲料は上記の緑茶飲料の伸びに反して、ここ数年ほぼ横ばい～微減で推移を続けている。紅茶飲料はミルク、レモン、ストレートの定番3品に加え、無糖タイプやフルーツティー、カフェインレスなど品揃え

が充実。市場は直近5年間マイナスが続いているが、16年は「Teaスムージー」など新たな提案もあり、盛り返りに期待。



キレートレモン
ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)

瞬感レモン体感飲料

16年発売から15周年を迎えた。レモン1個分の果汁が濃縮されたレモン本来のおいしさが楽しめる飲料。1本でビタミンCとクエン酸が1,350mg摂れ、健康や美容に気を遣う人にお勧め。

メーカーの推し所

瓶タイプの「キレートレモン」やPETボトルタイプの「キレートレモン スパークリング」などを展開し、好調に推移している。「キレイに生きていく。キレートレモン」のコピーで、ポジティブで前向きな女性を応援。

- 発売日:2001年
- 容量:155ml瓶
- 希望小売価格:115円(税別)



UCC BLACK無糖
UCC上島珈琲(株)

変わらないRC100%, 香料ゼロ

レギュラーコーヒー100%、香料ゼロを貫き続ける定番缶コーヒー。原料の香りとコクとキレを最大限に引き出す、独自製法を採用している。ボトル缶では容量ごとに味わいを変える工夫も。

メーカーの推し所

3つの温度帯で抽出する「TTND製法」で、香りとコクとキレの絶妙なバランスを実現。缶に詰める際は、香りが逃げない「低温充填方式」を採用している。

- 発売日:1994年3月
- 容量:185g缶
- 希望小売価格:115円(税別)



〈ブレнди〉スティック カフェオレ
カロリーハーフ 10本入
味の素ゼネラルフーズ(株)

スティックカフェオレをカロリーハーフで

手軽なスティックタイプのため、クリーミーで甘い味味がマグカップサイズで楽しめる。カロリーハーフ設計もカフェオレのおいしさはそのまま。カロリーを気にせずに毎日飲める。

メーカーの推し所

場所、時間帯問わずあらゆる飲用シーンに対応。アウトドアでは簡便さが際立つ。朝はパンと組み合わせ、リラックスシーンを短時間で創り出す。

- 発売日:2004年3月
- 容量:6.1g×10本
- 希望小売価格:オープン



王将の杜 小粋のお好み焼セット
(株)トーカー

フライパンでも簡単調理, 味は本格派

「お好み焼粉」「ソース」「いか天かす」「青さ粉」がセットになって、用意する材料はキャベツと卵だけ。これでふんわりとした生地のお好み焼が焼き上がる。簡単調理で本格的なお好み焼を気軽に家庭で楽しめる。

メーカーの推し所

「お好み焼粉」には日高昆布とかつお節などのだしに加え、国内産の山いも粉が入っている。ふんわり食感にだしの風味が一体となって、深い味わいのお好み焼が楽しめる。

■発売日:2016年3月(リニューアル) ■容量:201g
■希望小売価格:250円(税別)



マルちゃん焼そば 3人前
東洋水産(株)

チルド麺売上No.1 ブランド

ソフトでしなやかな麺と特製粉末ソースが人気のロングセラー商品。おなじみのソース味を主力に「塩」「お好みソース」「たらこ」「芳醇中華風ソース」をシリーズ展開し、季節限定商品も随時発売している。

メーカーの推し所

Webサイト「マルちゃん焼そばLABO」を開設し、焼そばのユニークな情報や新しい魅力を発信中。16年は料理サイトとのコラボや話題性のあるキャンペーンも実施。

■発売日:1975年11月 ■容量:480g(めん150g×3) ■希望小売価格:275円(税別)



日清のどん兵衛 かつねうどん
日清食品(株)

発売40周年, 和風カップ麺No.1

和風カップ麺No.1商品で、発売40周年を迎えたロングセラー。同ブランドならではのもちりとしたつるみのあるうどんが特長。つゆの味は地域のし好に合わせて東日本、西日本、北海道で分けられている。別添の“彩り七味”も好評。

メーカーの推し所

15年10月、12年ぶりにテレビCMを一新。その後も「10分どん兵衛」がネットやSNSで話題になるなど、新しいコミュニケーション戦略によるブランドの活性化が進んでいる。

■発売日:1976年8月 ■容量:東日本(北海道除く)=96g(めん74g) ■希望小売価格:180円(税別)