

# ニュース&解説

令和3年7月16日(金曜日) 第3260号  
 (昭和42年7月10日第3種郵便物認可)  
 毎週金曜日 発行 編集発行人 石母田 健  
 購読料 6ヵ月 14,300円(税込み)  
 振替番号 東京4-71739  
 発行所 株式会社日刊経済通信社  
 本社/東京都中央区日本橋小伝馬町10番11号 日本橋府川ビル9階  
 ☎03(5847)6611(代) FAX 03(5847)6600  
 名古屋支局☎052(253)6924 大阪支局☎06(6353)1791  
<http://www.nikkankeizai.co.jp/>



## 2021年上期飲料市場 3月から上昇し前年並み

全体3%増(単月5%増)。  
 コカ・コーラグループは  
 前年は市場を下  
 回る10%減でそ  
 の裏返しがあ  
 り、加えて「ア  
 イシー・スパー  
 ク」「やかんの  
 麦茶」「コスタ」  
 とヒット製品を  
 複数生み出した  
 ことが寄与(本  
 紙推計)。  
 サントリー  
 は全体2%増  
 (1%減)。「天  
 然水」は5%

2021年1~6月累計の清涼飲料市場は、数量ベースで前年並みだった。コロナ禍が一巡していなかった1月は10%減、2月は11%減と苦しいスタートになったが、3月以降は緊急事態宣言の発出と解除の繰り返し、まん延防止等重点措置などアゲインストがあったなかで回復基調に。前年が約2割減だった4、5月で期待通りの裏返しは得られなかったものの、最低限の目標だった。上期で前年並みは達成できた。6月は前年が2%減とさほどベースが低くなく、1%減にとどまった。

チャネル別ではSM、Dg・sが引き続き堅調だが、前年の激増の反動はあった模様。特に前年4、5月は初の緊急事態宣言で在宅時間が急激に増加し、大型PETがよく売れた。ECは続伸している。一方、都心部のCVS、自販機、業務用は徐々に回復しているものの、その速度は遅い。

増(3%増)、6月は新製品「THE STRONG」が増分。「ボス」は1%増(1%増)で「クラフトボス」がけん引。「伊右衛門」は11%増(10%減)で、月に

社名	6月	1~6月
コカ・コーラG	※105	※103
サントリー	99	102
アサヒ	99	101
伊藤園	※96	※99
キリン	94	95
大塚	93	98
ダイドー	97	101
ポッカサッポロ	98	100
総市場	99	100

※は当社推計

よって20年にリニューアルしヒットした本体の反動があったが、「京都ブランド」「濃い味」が好調。「グリーンダカラ」は1%増(2%増)で100%リサイクルPETの「やさしい麦茶」がけん引。ほか、「ペプシ」は16%増(29%増)で6月発売の「生」が好スタート、「烏龍茶」13%減(16%減)。「アサヒ」全体1%増(1%減)。「三ツ矢」は2%

増(2%増)で「レモラ」「クリスタルC」が増分。「ウイルキンソン」6%増(1%減)、「ワンダ」4%増(2%減)。「十六茶」は3%増(9%増)で本体「麦茶」ともに好調。「カルピス」はコンクが前年増の反動で6%減(12%減)だが、ストレートは「カルピスウォーターレモン」の好調もあり2%減(5%増)と健闘。ほか、「おいしい水」9%減(9%減)、「バヤリース」11%減(9%減)、「ウェルチ」27%増(16%増)。(2面に続く)

### 主な内容

上期の清涼飲料	12面	ルミオズイ秋季新商品	13面
上期リアル市場動向	14面	フチレイ秋季新商品	15面
サントリース夏のコロポ	6面	中村屋シユワシユワ市	7面
パレヅビ製造目が拡大	12面	ビニタサン食品 桜井氏	3面
◎次号7月23日付は休刊とさせていただきます。		ビニタアサヒ 料田中氏	5面
		◎原料商品情報	89面

一番搾り

KIRIN BEER

おいしいとこだけ搾ってる。

ストップ!20歳未満飲酒・飲酒運転。

(1面から続く)

**伊藤園**全体1%減(4%減)。日本茶・健康茶は2%増(2%減)で、「おいしいお茶」は本体の回復、「濃い茶」の好調が寄与。コーヒーは前年減の裏返しで12%増(6%増)。野菜はコロナ禍での特需が落ち着き7%減(9%減)。中国茶、果実、紅茶、ミネラルウォーターはいずれもマイナスに(本紙推計)。

**キリン**全体5%減(6%減)。「午後の紅茶」は6月の新製品「for HAPPINESS 熊本県産いちごティー」が好調も、それ以外が苦戦し6%減(6%減)。「生茶」3%減(10%減)。「アルカリイオンの水」18%減(19%減)。一方、「ファイア」は12%増(15%増)で「ワンデイ」がけん引、「トロピカーナ」11%増(10%増)。プラズマ乳酸菌入り飲料は6ヵ月連続伸長の46%増(93%増)。

**大塚グループ**全体2%減(7%減)。「オロナミンC」4%増(10%減)、ウォーター類9%増(3%減)と好調なブランドはあったものの、最大量の「ポカリスエット」が8%減(7%減)、



時短簡便品、冷凍食品、健康(免疫力アップ)発酵食品・大豆ミート・野菜、減らしたい糖質・塩分・カフェイン・カロリー、環境(リブレイス食材)大豆ミート・植物ミルク・ヨー



は、トモシアグループ全体でも四国、東北、北陸が厳しいが、オーバーストアなど飽和状態の影響が見られている。この部分を関東、関西の順調さでどうにかカバーしている。コロナ禍を1年数カ月経験し、この間支店別の生産性を数

値化した。当社は営業人数が同業と比較しても圧倒的に多い。これを生かすためにも、リアル展示会にもこだわったが、地域応援含め、営業力を生かしたリアル活動をさらに進めていきたい」などとコメントした。なお、20年度のグループ業績は、売上高は前期比0.1%減の477.1億円、経常利益は同6.9%減の11.9億円の着地。商品別では、食品1.6%増の204.9億円、冷食3.2%増の80.3億円、チルド3.3%減の76.7億円、菓子6.4%増の27.7億円、酒類6.7%減の70.3億円、家庭用品1.2%増の39億円、その他3.4%減の12.9億円。地区別では、四国5.1%減の82.8億円、中国3.4%増の46.3億円、近畿1.1%増の147.6億円、中京9.5%増の25.4億円、関東10.6%増の9.6億円、その他25.4%減の38.2億円。今期は売上高506.0億円、経常利益27億円の計画でスタートしている(収益認識基準未適用)。(松丸浩一)

## 展示会「旭食品フードランド21」開

### テーマは《新しい食のカタチ》

「高知」展示会「旭食品フードランド2021」が7日、8日に高知ちばさんセンターで行われた。新型コロナウイルス対策に万全を期し入場受付証を発行)リアル開催したもの。出展メーカーは308社(19年比7社減。食品117、酒類31、市販用冷蔵

20、チルド48、菓子42など)来場企業数は200社、1社2名までの登録で全体来場者は480人。全体テーマは「《新しい食のカタチ》〜たいせつにしたいこと〜」(《地域に、本気だ。》今こそ、同質化競争から脱却する時。《新しい食のカタチ》のテーマに沿い、提案コ

域(おうちで食べたいね旅ごはん・地域ごはん)旅酒・地酒、ふるさとを食べて応援など)、気分転換(プチお出かけ)に行楽・アウトドア、自分へのご褒美)プチ贅沢・高級感、楽しみ(おうちで食べたいね)とびぎり外食・おなじみ外食、美味しさ・映え両立します)時間(てま抜き&ムリしない)

久郷正人取締役は、会場での会見で近況に触れ、「今期スタートの4月、5月の売上高、総利益とも99%台で推移。販管費が95%台だった。今後に向けての対応は悪くない。全体的にプラスを見込むが、外食産業の動向次第で変わってこよう」などと語った。今期は「4、5月は売上高99.1%、総利益99.2%でスタート。販管費が95.2%で増益傾向にある。部門別では、加工食品98.7%、市販用冷蔵95.4%、業務用冷蔵・食品108.8%、チルド100.7%、酒類99.7%、菓子98.0%、日雑84.3%。エリアでは、トモシアグループ全体でも四国、東北、北陸が厳しいが、オーバーストアなど飽和状態の影響が見られている。この部分を関東、関西の順調さでどうにかカバーしている。コロナ禍を1年数カ月経験し、この間支店別の生産性を数

値化した。当社は営業人数が同業と比較しても圧倒的に多い。これを生かすためにも、リアル展示会にもこだわったが、地域応援含め、営業力を生かしたリアル活動をさらに進めていきたい」などとコメントした。なお、20年度のグループ業績は、売上高は前期比0.1%減の477.1億円、経常利益は同6.9%減の11.9億円の着地。商品別では、食品1.6%増の204.9億円、冷食3.2%増の80.3億円、チルド3.3%減の76.7億円、菓子6.4%増の27.7億円、酒類6.7%減の70.3億円、家庭用品1.2%増の39億円、その他3.4%減の12.9億円。地区別では、四国5.1%減の82.8億円、中国3.4%増の46.3億円、近畿1.1%増の147.6億円、中京9.5%増の25.4億円、関東10.6%増の9.6億円、その他25.4%減の38.2億円。今期は売上高506.0億円、経常利益27億円の計画でスタートしている(収益認識基準未適用)。(松丸浩一)

「マッチ」8%減(15%減)。ダイドー全体1%増(3%減)。コーヒーは1%増(5%減)で上半前半は鬼滅缶が寄与。ほか、「贅沢香茶」のピエール・エル

メコラボが好調。「復刻堂メロンソーダ」が家庭内でのメロンクリームソーダ作りに使われているという。チャネル別では、主力の自販機が台数増加、多様な口

ケーションを強みに業界平均以上な模様。ポッカサッポロ全体前年並み(2%減)。果汁7%増(6%増)、レモン10%増(9%増)で「キレート

レモン」が好調。炭酸は8%増(前年並み)で「がぶ飲み」がけん引。茶系は「北海道コーン茶」「伊達麦茶」が好調も3%減(2%増)。ほか、コーヒー

7%減(15%減)、ミネラルウォーター3%減(5%減)。(石母田景)