



8月の清涼飲料市場

猛暑が続き4%増

2023年8月の清涼飲料市場は、数量ベースで前年比4%増(累計1%減)となり、人流回復や猛暑が寄与した22年8月の実績(21年比9%増)をさらに上回った。

勢いの衰えない猛暑が主要因となり、止渴飲料を中心に動いた。一方、SOT缶コーヒーは値上げ、猛暑、ダウントレンドの三重苦により全体的に減少。これらの動きによりカテゴリによりバラつきが見られた。各社概況は以下の通り。

「伊右衛門」も9%減(11%減)とマイナスで昨年大幅伸長の反動や無糖茶の影響が継続。ほか、「サントリー烏龍茶」は8%増(3%

「ココ・コーラシステム」全体7%増(累計4%増)。止渴需要で炭酸、ミネラルウォーター、麦茶など伸びる。トップシェアである業務用の回復が続く(本紙推計)。

サントリー＝全体5%増(2%増)。「天然水」16%増(6%増)は8月として過去最高。「グリーンダカラ」10%増(3%増)、「ペpsi」7%増(2%増)。一方で「ボス」11%減(2%減)とSOT缶の価格改定の影響を受けた。また、「伊右衛門」も9%減(11%減)とマイナス

社名	8月	1～8月
コカ・コーラ	※107	※104
サントリー	105	102
アサヒ	107	101
伊藤園	※99	※97
キリン	102	91
大塚	109	95
ダイドー	※94	※96
ポッカサッポロ	89	87
総市場	104	99

※は当社推計

大容量ミネラルウォーター終売分の影響は続くがプラス。「午後の紅茶」2%増(前年並み)はレギュラー品のアイスティー施策と無糖

増、「ペpsi」は7%増(2%増)。「トクホ・機能性表示食品計」は昨年大幅需要増をさらに上回り6%増(31%増)となった。アサヒ＝全体7%増(1%増)。「三ツ矢」は7%増(4%増)で、外出機会拡大により小型PETが動き、8月22日発売の「特濃アップルスカッシュ」など「特濃」シリーズが好調だった。「ウイルクソン」は11%増(1%増)で、「同タンサンレモン」が好調だったほか、業務用商材が寄与した。「おいしい水」

18%増(11%増)。一方「ワnda」15%減(11%減)。「カルピス」はコンク13%増(4%減)、ストレート7%増(8%減)。「颯」累計は約375万箱となり、上方修正した年間販売目標(600万箱)の6割を突破した。

伊藤園＝全体1%減(3%減)。日本茶2%増(3%減)は「おいしいお茶緑茶」が堅調、「同濃い茶」「健康ミネラルむぎ茶」が好調。一方でコーヒー3%減(1%増)、野菜18%減(14%減)(本紙推計)。



日清食品は18日から、即席カップ麺「日清ゲームینگカップヌードル エナジーガーリック&黒胡椒焼そば」(写真上、即席カップライス「同カレーメシエナジージンジャーキーマカレー」(同下)を全国で新発売する。同社初のゲー

ミンクシーンに特化した商品。2品とも手や周辺機器が汚れる心配のない汁なしタイプで、カフェイン・アルギニン・ナイアシンを配合している。「エナジーガーリック&黒胡椒焼そば」は、ベッパをきかせたしょうゆベース

のソースに、ガーリックと黒胡椒を加えたガツンとやみつきになる味わい。具材は謎肉(味付豚ミンチ)・エビ・たまご・キャベツ。内容量85g(麺73g)、税別280円。「エナジージンジャーキーマカレー」は、野菜とポークのうまみをベースにジンジャーをきかせた香り高くスパイシーな味わい。具材は大豆ミート・ニンジン。105g(ライス69g)、298円。(T)

製品が寄与。「生茶」4%増(7%減)、「ファイア」16%増(2%増)。プラスマ乳酸菌入り飲料は35%増(38%増)で6カ月連続増となった。

大塚グループ＝全体9%増(5%減)。「ポカリスエット」16%増(2%減)は前年同月マイナスの反動もあり。「オロナミンC」7%減(14%減)、ウォーター類3%減(17%減)。「マツチ」19%増(3%増)。

ダイドー＝全体6%減(4%減)。止渴需要でミネ



正田
特撰大豆醤油
二段熟成

正田醤油株式会社

ラルウォーターや炭酸は好調だったが、SOT缶コーヒーなど値上げから間もない製品が鈍化(本紙推計)。ポッカサッポロ＝全体11%減(13%減)。コーヒーが14%減(10%減)で価格改定の影響が続く。果汁は9%減(15%減)で、レモン系が9%減(11%減)でこのうち「キレートレモン」が6%減(5%減)だった。茶系は3%増(3%減)で「北海道コーン茶」や3月にリニューアルした「っぽん烏龍茶」が順調。水は11%増(前年並み)と好調だった。(柴田明子)