



上期の清飲市場は0.5%増

危険な暑さの今夏、安定供給が課題

24年上期(1~6月累計)の清涼飲料実績は、数量ベースで前年比0.5%増となった。6月単月は前年よりも稼働日が短い影響もあり3%減。新型コロナウイルス感染症の5類移行による人流回復の恩恵は続いたが、断続的な値上げ、社会全体の物価高で伸び切らない結果に。

カテゴリー別では「財布の紐が固く、生活必需品が優先されている」(業界関係者)との見方があり、ミネラルウォーターがプラス。一方で嗜好性の高いコーヒー飲料は不調なブランドが多かったが、23年5月からのSOT値上げ、暖冬もマイナス要因となっている。また、緑茶飲料は各メーカーがフルリニューアル、大型プロモーションに踏み切ったが、ブランドごとでは明暗が分かれ、全体としてはまずまずといったところ。立て直しの背景となったPBの拡大やミネラルウォーターへのユーザー流出に歯止めがかかったとは言い難い。

下期(7~12月)の展望としては、7月は全国的に梅雨入りしているが、連日の猛暑、快晴で空梅雨

が現実的に。40℃予測もされており、気象庁は不要不急の外出を控えるよう促しているほどだ。伴ってミネラルウォーター、炭酸飲料、スポーツドリンク、麦茶飲料などの止渴飲料には期待がかかる。「生命維持に関わり、需要は伸びると見る」(同)。

特に熱中症対策の機能を持つコカ・コーラシステム「アクエリアス」、サントリー食品インターナショナル「グリーンダカラ」といったブランドは、既に4月から訴求を始めており例年以上に準備が整っている。大塚製薬「ポカリスエット」はパウチ入りでシャーベット状の「アイススラリー」が好調に推移しているという。

ただ、喫緊の課題は安定供給で「物はあるが、物流がギリギリの状態」(同)と物流24年問題への対応に追われている。

なお、前年下期の推移は7月3%減、8月4%増、9月1.5%増、10月3%増、11月2.5%増、12月0.5%減。

コカ・コーラシステム 全体1%増(単月1%増)。業界最大である業務用の回復が続く、フルリニューアルの「綾鷹」が好調。(本紙推計)。

サントリー 全体前年並み(5%減)。「天然水」3%増(1%減)で新容器1ℓが好調。「ボス」7%減(9%減)、「伊右衛門」1%減(10%減)、「グリンダカラ」3%減

| 社名 | 6月 | 1~6月 |
|---------|------|-------|
| コカ・コーラ | ※101 | ※101 |
| サントリー | 95 | 100 |
| アサヒ | 95 | 100 |
| 伊藤園 | ※95 | ※98 |
| キリン | 95 | 108 |
| 大塚 | 97 | 102 |
| ダイドー | ※91 | ※90 |
| ポッカサッポロ | 91 | 93 |
| 総市場 | 97 | 100.5 |

※は当社推計

「18%減」。トクホ・機能性表示食品計は9%増(5%増)で「特茶」が好調。アサヒ 全体前年並み(5%減)。「三ツ矢」5%増(5%減)。「ウイルク」(7%増)。「ワンダ」10%減(8%減)。「十六茶」8%増(3%減)。「おいしい水」7%増(9%減)。「バヤリース」25%減(31%減)。「ウエルチ」8%減(29%減)。「ラベルレス」は12%増の44.8万箱。

「ON GO」好調。「カルピス」はストリート1%減(3%減)、「コンク」13%増(7%増)。「ワンダ」10%減(8%減)。「十六茶」8%増(3%減)。「おいしい水」7%増(9%減)。「バヤリース」25%減(31%減)。「ウエルチ」8%減(29%減)。「ラベルレス」は12%増の44.8万箱。

「ノン」は1%増(2%減)で「WILKINS ON GO」好調。「カルピス」はストリート1%減(3%減)、「コンク」13%増(7%増)。「ワンダ」10%減(8%減)。「十六茶」8%増(3%減)。「おいしい水」7%増(9%減)。「バヤリース」25%減(31%減)。「ウエルチ」8%減(29%減)。「ラベルレス」は12%増の44.8万箱。

伊藤園 全体2%減(5%減)。日本茶1%減(5%減)。「おいしいお茶」は「緑茶」が伸び切らずも「濃い茶」がプラス。「健康ミネラルむぎ茶」もプラス。野菜8%減(12%減)、「コーヒ」2%減(3%増)、「ミネラルウォーター」前年並み(6%増)、「果実」15%増(1%増)。(本紙推計)。

キリン 全体8%増(5%減)。「イレギュラー」として果汁飲料などを販売委託する江崎グリコのシステム障害がマイナス要因に。「午後の紅茶」5%増(15%減)で、単月ではリニューアル時期が前年からずれた。「生茶」27%増(9%増)、「ファイア」8%増(2%減)、「トロピカーナ」27%減(38%減)、「ブラズマ乳酸菌入り飲料」9%増(23%減)。

大塚グループ 全体2%増(3%減)。「ポカリスエット」前年並み(前年並み)、「オロナミンC」5%増(5%減)、「マツチ」11%増(2%減)、「ウォーター」類16%減(25%減)。

ダイドー 全体10%減(9%減)。「メインチャネル」の自販機で価格改定の影響続く。流通は前年低調の反動で自販機と比べては堅調。注目の新製品「フリスクスパークリング」は流通でも好調(本紙推計)。

ポッカサッポロ 全体7%減(9%減)。「コーヒ」16%減(9%減)。「果汁」7%増(2%増)、「レモン」7%増(4%増)、「キレートレモン」10%増(10%増)。「茶系」は5%減(11%減)も強化中の「北海道コーン茶」は好調。炭酸18%減(16%減)、「水」7%減(14%減)。(石田田景)

超円安で海外旅行も決断しづらい昨今だが、コロナ禍で我慢に我慢を重ねた旅行好きには、その間に貯まった資金を元手に、4年分の憂さ晴らしに渡航、儉約などせずに久々の旅を満喫している人もいるようだ。▼どうせ旬いが付いてしま

超円安で海外旅行も決断しづらい昨今だが、コロナ禍で我慢に我慢を重ねた旅行好きには、その間に貯まった資金を元手に、4年分の憂さ晴らしに渡航、儉約などせずに久々の旅を満喫している人もいるようだ。▼どうせ旬いが付いてしま

超円安で海外旅行も決断しづらい昨今だが、コロナ禍で我慢に我慢を重ねた旅行好きには、その間に貯まった資金を元手に、4年分の憂さ晴らしに渡航、儉約などせずに久々の旅を満喫している人もいるようだ。▼どうせ旬いが付いてしま



超円安で海外旅行も決断しづらい昨今だが、コロナ禍で我慢に我慢を重ねた旅行好きには、その間に貯まった資金を元手に、4年分の憂さ晴らしに渡航、儉約などせずに久々の旅を満喫している人もいるようだ。▼どうせ旬いが付いてしま