

酒類・食品 & News解説

週刊

令和7年2月21日(金曜日) 第3434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 15,730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/

1月の清涼飲料市場

1.5%減で控えめのスタート

2025年1月の清涼飲料市場は、数量ベースで前年比1.5%減だった。天候面は悪くなかったが、対前年でのアドバンテージはなし。値上げによる大型の苦戦が続いていることに加え、前年同月が4%増と高ベース。これは22年10月値上げが一巡し、23年5月新型コロナウイルス感染症の5類移行で消費活性化の最中だったからだ。

カテゴリー別で見ると、いずれにも大型停滞が影響しているが、当然ながら比率が高いとダメージは大きく、ミネラルウォーターはトップシェアのサントリー「天然水」が4%減(他カテゴリーも含む)。一方、冬の体調管理需要はあり、大塚グループ「ポカリスエット」、キリンのプラズマ乳酸菌入り飲料が好調。サントリー「グリーンタカラ」の本体も伸びた。

コカ・コーラシステム全体1%増。けん引役は引き続き前年リニューアルした「綾鷹」。この効果は最低でも一巡する4月まで続くか(本紙推計)。サントリー全体4%

減。「天然水」4%減で前年投入の新容器1ℓ、「きりっと果実」「レモンスカッシュ」が好調も大型苦戦。「ボス」5%減で「クラフトボス」甘くないイタリアーノは好調。「伊右衛門」1%減で小型の「濃い味」「焙じ茶」が堅調。「グリーンタカラ」8%減で本体、レイボスが好調も麦茶で大型苦戦。トクホ・機能性表示食品計3%増で「特茶」貢献。



アサヒ全体6%減。「三ツ

社名	1月
コカ・コーラ	※101
サントリー	96
アサヒ	94
伊藤園	※102
キリン	※102
大塚	102
ダイドー	※97
ポッカサッポロ	95
総市場	98.5

※は当社推計

大塚グループ全体2%増。「ポカリスエット」10%増、「オロナミンC」22%減、ウォーター類6%増、「マッatch」10%増、その他9%増。ダイドー全体3%減。前年比で稼働日2日減少。均せば悪くない推移。総チャネルの大半を占める自

主な内容

味の中心新社長抱負を
永谷園、春夏期新商品
ハウス、校でカレー授業
ニルハ春の新商品

6面
11面
5面
7面

日清製粉春の新製品・
ウエルナリニコーアル品
昭和産業春夏新商品
ニッポン春夏新商品
タニタ協業で置き
国分G社食サービス
スチール環境教育推進
缶R協会 支援事業に注力
◎原料商品情報

13面
14面
15面
2面
3面
89面

業前年並みでトマト系好調。コーヒー7%増で「タリーズ」無糖ボトル缶がけん引。中国茶とその他茶はプラスでジャスミン、黒豆が貢献。ミネラルウォーターは国産がECで動き大幅増(本紙推計)。

販機もほぼ同様の減少率。コーヒーは前年並みで、「絶品」が値下げ効果で伸長したことをはじめ、多様な価格帯のラインアップが奏功している(本紙推計)。ポッカサッポロ全体5%減。コーヒー18%減、炭酸20%減、茶系13%減、水15%減。「北海道富良野ホップ炭酸水」「北海道コーン茶」は好調。果汁14%増で、うちレモン21%増、「キレートレモン」32%増。

矢「10%減、「ウィルキンソン」10%減、「カルピス」3%減、「ワンダ」10%減、「おいしい水」27%減。「十六茶」3%増で小型、2月4日発売の「アトデザイン」の出荷が好調。ラベルレスは6%減の47万箱。伊藤園全体2%増。日本茶1%減で「お〜いお茶」はMLBキャンペーンで後半に上昇したが、「健康ミネラルむぎ茶」は苦戦。野

【記者の目】2月も鈍い動きとなりそうで、前年同月は6%増とさらに高ベースだ。前述の通り、22年10月値上げからの一巡、コロナ5類移行によるものだ。とは言え、近年の市場は複雑化し、価格や人流だけに左右されるとは限らない。実際、前年1〜6月は0.5%増と控えめの着地で、良くも悪くも先行きは不透明だ。

(石母田 景)



Asahi
SUPER
"DRY"
生

冷やすほどに
キレ冴える、
辛口<生>

アサヒビール株式会社 お酒