

酒類・食品 & News解説

週刊

令和7年4月11日(金曜日) 第3441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/

茶系飲料での熾烈な競争続く

今年は、紅茶、

2025年も大手清涼飲料メーカーによる茶系飲料の戦いが続く。24年は緑茶で歴史的な投資が相次いだ。次の舞台は紅茶だ。「原料高騰が異常で先行き不透明なコーヒーの保険か」(業界関係者)との見方もあるが、各社が新製品、リニューアル、プロモーションに力を入れていることは事実だ。マーケット規模の観点から、伊藤園「おいしいお茶」が大谷翔平を起用したような投資は考えづらいが、久々に他にはない紅茶の華やかさが至る所で見られるのではないかと、紅茶を広義で見ると、コロナ禍で注目されたアフタヌーンティーが定着しているが、独立した存在になってしまっているのも否定できず、どこでも手に入る紅茶飲料に込められたこだわりを見せつけたいところだ。

■キリンビバレッジ「午後の紅茶」

「おいしい無糖」でアイステイを文化に

3月に「午後の紅茶 おいしい無糖」シリーズをリ

ニューアル発売。アイステイをより楽しめる設計だ。

背景には23、24年にブランド全体でアイステイを訴求し好評だったこと、健康志向で無糖需要が増していることがあ



る。そこで「おいしい無糖」は苦味を抑える、「同香のレモン」はピーリー感を和らげる、「同ミルクティー」はウ

バをデザインブラに変え飲み応えを増す、といったよりアイステイに相応しい設計にした。

一方で「ブランドへの期待感を裏切らないため、香りを主とした紅茶の価値は維持」(商品開発研究所の長井美保飲料開発担当)。

「薄くなったのではなく、スッキリとした後味を追求している」という。

ただ、マーケティング部の町田真優佳ブランド担当によると、アイステイを単なる飲用方法でなく「生活スタイルとして浸透させ、紅茶飲料市場拡大に

主な内容

茶系飲料市場 12面
仮需に3月のビール類 14面
八海日本酒事業50%増へ 13面
白鶴 発酵由来の利活用 5面
酒造 実証プロジェクト 5面

ウイバーズ取組会見 10面
ジェイパジオJWブラック 7面
キーコ「コーヒー教室」 15面
ヘルシーオイル・アム 6面
スル・コンソール・アム 3面
KADAE BRANDS「新製品 89面
原料商品情報 89面

■「紅茶花伝」

「無糖領域にアールグレイ」

3月に無糖紅茶飲料「紅茶花伝 無糖 アールグレイ」



紅茶飲料市場では健康志向、夏の長期化による止渴需要増加を背景として長期的に無糖が拡

アイスティー」を新発売した。650mlPET、税別180円。



KIRIN'S BEER

おいしいとこだけ 搾ってます。

一番搾り

よろこびがつなぐ世界へ

KIRIN

ストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。お酒は楽しく適量で。妊娠中・授乳期の飲酒はやめましょう。のんだあとにはリサイクル。

キリンビール株式会社