

酒類・食品 & **News解説**
週刊

令和7年4月18日(金曜日) 第3442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/>



3月清涼飲料市場1%減

低ベースも伸びず、連年の悪天

効果は4月で一巡を迎える(本紙推計)。
「サントリー」
全体4%減
(6%減)。「天然水」8%減
(6%減)は本体1ℓ、「レモンスカッシュ」などが好調も、本体の大容量が苦戦。「ボス」

社名	3月	1～3月
コカ・コーラ※	100	100
サントリー	96	94
アサヒ	105	98
伊藤園※	103	100
キリン※	96	97
大塚	96	92
ダイドー※	94	97
ポッカサッポロ	88	90
総市場	99	97

※は当社推計

増の76万箱。
ラベルレスは6%増(11%減)。
続「おいしい水」1%増(11%減)。
茶「18%増(12%増)」は2月のリ
ニユーアル効果継
増「おいしい水」

増(3%減)。「午後の紅茶」前年並み(3%減)はリニユーアルの「おいしい無糖」(2面に続く)

「コカ・コーラシステム」全体前年並み(前年並み)。「紅茶花伝」は新製品「無糖アールグレイアイスティー」が純増。前年リニユーアルした「綾鷹」の効果は4月で一巡を迎える(本紙推計)。
「サントリー」全体4%減(6%減)。「天然水」8%減(6%減)は本体1ℓ、「レモンスカッシュ」などが好調も、本体の大容量が苦戦。「ボス」

安定推移。
アサヒは全体5%増(2%減)。「三ツ矢」1%減(6%減)。「ウィルキンソン」前年並み(5%減)を除く主要ブランドがプラス。「ワンダ」16%増(1%増)は新PET効果、「カルピス」4%増(4%減)も「しみわたるカルピス」など新製品が寄与。「十六茶」18%増(12%増)は2月のリニユーアル効果継続「おいしい水」1%増(11%減)。

伊藤園は全体3%増(前年並み)。日本茶3%増(1%減)で「おいしいお茶」が大谷翔平プロモ効果で好調。新たな「ピュア」は純増。一方で麦茶はマイナス。中国茶とその他茶はプラスでジャスミン、黒豆が好調維持。野菜4%減(2%減)はトマト良し。コーヒ3%増(7%増)はキリンマンジャロの新サイズ390ml含む無糖ボトル缶寄与(本紙推計)。

2025年3月の清涼飲料市場は、数量ベースで前年比1%減(累計3%減)となった。大型値上げの影響が続くなか1%減に収まったのは、前年同月が7%減とベースが低かったからで、これは降雨を主とした悪天の日が多発したことによるもの。今年も東・西日本海側で降水量が多く、東・西日本太平洋側において3月では統計開始以降1位の多雨になるなど、天候には恵まれなかったが、悪天は連年のためデイスアドバンテージにはならなかった。
メーカー別ではアサヒと伊藤園がプラスを出したが、両社は前年同月が9%減と市場を下回る着地だった裏返しもある。アサヒは前年同月に大幅減だった「ワンダ」が新製品投入で反動増となり、伊藤園は「おいしいお茶」でMLB日本戦と連動した

プロモーションを展開して独自の恩恵を受けてもいる。
カテゴリー別ではミネラルウォーターが低調。コストパフォーマンスの高さから物価高でも市場を支え続けた存在だったが、いよいよ大型値上げの影響が強く出ている。他カテゴリーから流出したユーザーの受け皿という役割も弱まっている。また、降雨に伴う気温低下で、ミネラルウォーターも含む止渴需要は鈍かった。

主な内容

3月の清涼飲料市場12面	明治HD社長交代	7面
ビール類、根強い価格志向	24年度の発酵乳市場	4面
酒造シンへの挑戦	基幹製品人気が継続	14面
サイバー「おうちドリ」	フリースタイルランに出店	10面
13面	万博ORA外食がバズ	3面
15面	◎原料商品情報	8面
16面		9面



SUPER "DRY"

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

ビールストップ! 20歳未満飲酒・飲酒運転。