

酒類・食品 & News 解説

週刊

令和7年8月22日(金曜日) 第3458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
 ☎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/>

7月飲料市場、猛暑も伸び悩み0.5%減

「暑過ぎ」が原因か、無糖は好調カテゴリー多数



ココ・コーラシステムⅡ
 全体前年並み(前年並み)。
 前年同月は2%増と高めの

ベース。「やかんの麦茶」
 が下支え(本紙推計)。
 サントリーⅡ全体2%減
 (4%減)。「天然
 水」1%増(3%
 減)で1ℓ、大容
 量とも好調、「う
 めソルティ」も寄
 与。「ボス」2%
 増(2%減)はP
 ETのコーヒー
 と紅茶がけん引。
 「グリーンダカラ」
 8%減(8%減)
 は大容量が苦戦。
 「伊右衛門」1%
 減(2%減)は大

減(2%減)は大

2025年7月の清涼飲料市場は、数量ベースで前年比0.5%減(累計2%減)となった。
 6月後半から全国的に暑くなり、7月は各所で記録的に早い梅雨明け、猛暑日を観測。前年同月が0.5%増と高くないペースだったこともあり、止渴需要が期待されたが、40℃近い気温が複数の地で確認されるなど、「度を越えた暑さで屋内に避難する人が多く、清涼飲料消費にはあまり繋がらなかった」(業界関係者)ようだ。ただ、振り返れば前年同月も強烈な暑さで、気候のアドバンテージはさほどなかったとも言える。
 また、断続的な値上げによる購買意欲の低下が続いている。大型は業界が収益性の改善を目指して販促を抑制している感もあり、数字を額面通りに受け取れないが、自販機は予想を超えて厳しい。外出が控えられたとはいえ、屋外の人にとっては探しやすいチャネルのほずだが、利用率が伸びていかないうちに再びの業界一斉値上げを控えるなか、先行き

社名	7月	1~7月
ココ・コーラ※	100	100
サントリー	98	96
アサヒ	101	100
伊藤園※	103	100
キリン※	97	96
大塚	91	95
ダイドー※	104	98
ポッカサッポロ	88	88
総市場	99.5	98

※は当社推計

伊藤園Ⅱ全体
 3%増(前年並み)。日本茶5%増(前年並み)で「健康ミネラルむぎ茶」2ヶタ増、「おいしいお茶」もプラス。中国茶、その他茶もプラス(2面に続く)

容量の減少をカバーし切れず。トクホ・機能性表示食品計6%減(4%減)。
 アサヒⅡ全体1%増(前年並み)。「三ツ矢」9%減(8%減)、「ウイルキンソン」3%減(3%減)も
 「十六茶」9%増(13%増)はプロモーション効果も寄与、「おいしい水」40%増(11%増)。「カルピス」4%減(5%減)、「ワンダ」3%減(4%増)。「ラベルレス」は10%増(10%増)。

の印象は良くない。
 カテゴリー別で好調だったのはミネラルウォーターと麦茶。ともに小型のスタンダードが600ml前後になって久しく、満足感から屋内でも消費されたとと思われる。近年台頭しているスリムなフォルムの1ℓをラインアップするブランドが多いことも大きい。伊藤園「健康ミネラルむぎ茶」は販売数量が1億本を突破し、同月の最高記録を更新した。また、「暑過ぎ」とニーズは無糖に偏る(業界関係者)傾向も寄与したと見られ、止渴性があるはずのスपोर्टドリンク、有糖炭酸は伸びなかった。

主な内容

7月の清涼飲料市場12面	ウエル製粉「マ・マ・リ」リブレ	5面
キリン「ノンアルコール」氷ゼロ	アイス品秋冬新製品	6面
「氷結amaita」再発売	ハウス秋需新製品	11面
「iina」派なし	スイーツ秋冬新商品多彩	12面
「睡活100睡活ビネガー」	直撃「キリン」柴田社長	15面
13面	◎原料商品情報	89面

おいしいとこだけ
 搾ってます。



よろこびがつなく世界へ
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。のんだあとはいりサイクル。

キリンビール株式会社