

酒類・食品 & News解説

週刊

令和7年10月17日(金曜日) 第3466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/>

9月飲料市場は前年並み、特需や営業日増

大容量不振は続く



コカ・コーラシステムⅡ 健美茶がブランド傘下や
全体前年並み(1%減)。「爽
かんの麦茶」の堅調、本体
の大幅リニュー
アルで活性化。
業界最大の業務
用が下支え(本
紙推計)。

サントリー
Ⅱ全体1%減
(5%減)。「天
然水」9%減
(8%減)は大
容量の値上げ影
響が続くが、1
ℓPET、「き
りっとヨグ」う
めソルティ「好

システム障害に陥っているアサヒを除く25年9月の清涼飲料市場は数量ベースで前年並み(累計3%減)だった。物価高のマイナス影響は依然続くが、前年同月が4%減とベースが低かったこと、10月からの業界一斉値上げを前にした特需が消費を底上げした。ただ、特需は酒類ほどの勢いはなく、これはここ数年の傾向。「店頭でも値上げ前販促は少ない」(業界関係者)のが現状だ。

また、予想通り9月まで暑さを引きずったが、8月までの外出控えによる購買鈍化が発生する異常な高温の日は減り、適度に止渴需要があった模様だ。さらに多くのメーカーが前年比で営業日が増加したことも寄与。

容量別に視点を変えると、前述の通り物価高の影響が特に大容量で続いている。カテゴリーとしては、低価格が長く常態化していたミネラルウォーターや茶系が挙げられ、この領域で有力シェアブランドが苦しんでいる。

なお、アサヒは月最後の2日間分をロスし、他メーカーがカバーしたと思われる。

社名	9月	1~9月
コカ・コーラ※	100	99
サントリー	99	95
伊藤園※	100	99
キリン※	99	95
大塚	103	94
ダイドー※	95	98
ポッカサッポロ	88	87
総市場	100	97

※は当社推計

ダイドーⅡ全体5%減(2%減)。コーヒーは自販機価格戦略「ハートプラス」の対象「絶品」が増加もトータルでは(2面に続く)

伊藤園Ⅱ全体前年並み(1%減)。日本茶3%増(前年並み)で「おいしいお茶」堅調、うち「PURE」シリーズ好調。「健康ミネラルむぎ茶」2ヶタ増。ジャスミン茶、ルイボス茶はブ

大塚グループⅡ全体3%増(6%減)。「ポカリスエット」3%増(8%減)。「オロナミンC」14%減(18%減)。「ウォーター類」28%増(2%増)。「マッチ」6%増(11%増)。

調。「ボス」6%増(前年並み)はPETのコーヒーと紅茶が貢献。「伊右衛門」1%減(3%減)は小型の「濃い味」「焙じ茶」「ジャスミン茶」が良い。「グリーンダカラ」2%減(10%減)は小型の麦茶、ルイボス茶、コーン茶が下支え。トクホ・機能性表示食品計前年並み(4%減)で「特茶」堅調。

好調(本紙推計)。

ラス、黒豆茶は前年並み。コーヒー14%減(3%増)は前年同月に新PETを発売した反動。野菜はマイナス(本紙推計)。

キリンⅡ全体1%減(5%減)。「午後の紅茶」19%増(4%減)は新製品「FRUITS&ICE TEA」シリーズが貢献。「生茶」17%減(18%減)はリニューアル「ほうじ煎茶」

主な内容

9月の清涼飲料市場12面
大手3Qビール販売12面
6国本社の酒・酒・商談会7面
合同酒精「銀茶」2品14面

UCCの工場・店舗・刷新12面
キマコに聞く豆乳市場15面
カゴメ奥谷社長抱負語る3面
グリコおいしい塩分量13面
フコクユーザー会開く2面
◎原料商品情報89面

健康にアイディアを
meiji



バターとチーズで
引き立つおいしさ

スプレッドフル



株式会社 明治