

酒類・食品 & News 解説 週刊

令和7年3月21日(金曜日) 第3438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/

2月の清涼飲料市場6%減

前年うるう年で稼働日減



イボス好調。特定保健用食品・機能性表示食品計10%減(5%減)で「特茶」好調。
アサヒ全体6%減(6%減)。「三ツ矢」9%減(10%減)。「ウイルクソン」7%減(8%減)。「カ

「綾鷹」リニューアル効果は続くが、主力650mlPETの止渴ニーズ取り込みは寒波の影響で限定的に(本紙推計)。
「コカ・コーラシステム」全体1%減(前年並み)。主要メーカーで最も健闘。「綾鷹」リニューアル効果は続くが、主力650mlPETの止渴ニーズ取り込みは寒波の影響で限定的に(本紙推計)。
「T、「きりつと果実」「レモンスカッシュ」は好調維持。「ボス」10%減(7%減)で「クラフトボス」は「甘くないイタリアーノ」など「コーヒー」群好調。「伊右衛門」7%減(4%減)で小型は堅調。「グリーンダカラ」20%減(14%減)で「ラ」イボス好調。特定保健用食品・機能性表示食品計10%減(5%減)で「特茶」好調。
アサヒ全体6%減(6%減)。「三ツ矢」9%減(10%減)。「ウイルクソン」7%減(8%減)。「カ

2025年2月の清涼飲料市場は、数量ベースで前年比6%減(累計4%減)となった。昨年(うるう年)に比べ稼働日が少なかったことに加え、昨秋以降大型容器で続く値上げの影響が主なマイナス要因。
前年同月は6%増とペースも高く、これは22年秋小型値上げが一巡したことによるもの。
寒波の影響も大きく、ミネラルウォーターや茶系、炭酸といった止渴ニーズに応える製品が苦戦。これらは気候変動による夏の長期化、年間平均気温の上昇に対応するため、各メーカーが年々ラインアップを拡大しているが、今回はそれが仇となった形だ。

値上げ、寒波とマイナス要因多い

社名	2月	1~2月
コカ・コーラ※	99	100
サントリー	90	93
アサヒ	94	94
伊藤園※	97	99
キリン※	94	98
大塚	78	89
ダイドー※	99	98
ポッカサッポロ	85	90
総市場	94.0	96.0

※は当社推計
大塚グループ全体22%減(11%減)。「ポカリスエット」29%減(10%減)。「オロナミンC」31%減(28%減)。「ウオーター」類4%減(前年並み)。「マッチ」(2面に続く)

「クラフトボス」(世界的)3面
「Gリコー」(おいしい塩分量)2面
「ジャム」(毎朝カッパ)6面
「三栄」(アイ)をサボイット
「セブン」(新社長)CEO
&「アイ」に「テイ」CEO氏
◎原料商品情報 89面

主な内容

2月の清涼飲料市場	12面
にいがた酒の陣開催	5面
名古屋「通訳士を通じて」S 国税局「AKE」情報発信	7面
春夏嗜好飲料特集②	15面
「アラフトラボス」(世界的)	3面
「Gリコー」(おいしい塩分量)	2面
「ジャム」(毎朝カッパ)	6面
「三栄」(アイ)をサボイット	14面
「セブン」(新社長)CEO &「アイ」に「テイ」CEO氏	11面
◎原料商品情報	89面

「食べる」のぜんぶを、
あたらしく。



私たちの暮らしは、自然という大きな営みの中にあります。
その恵みを、無駄なく大切にいただくために。
野菜や豆、穀物といった植物のおいしさと栄養を、
可能な限りぜんぶ閉じ込めました。
おいしいとカラダにいい、ともに叶える食生活へ。