

緑茶飲料類が初めて首位(2004年清涼飲料市場)

記録的猛暑であった2004年の清涼飲料市場は、15億6千万ケースの出荷量となり、過去最高となった。そのけん引役となったのが緑茶飲料を中心とする無糖茶類であった。無糖茶類は対前年比15%の増加で4億18百万ケースに達し、全体の26.8%となり、市場全体に占めるシェアで、これまでずっと首位を続けてきたコーヒー飲料を抜いて首位に立った記念すべき年になった。

購買層を年齢区分で見ると、コーヒー飲料が比較的限定されているのに対し、無糖茶飲料は子供から大人・老人層まで幅広く消費されており、今後さらに市場の裾野の拡大が期待されている。これまでも無糖茶飲料は健康志向ブームを追い風に拡大を続けてきたが、昨年の記録的猛暑がさらに拍車をかけたものである。この結果、小売価格が100g200円前後の二番茶以降の茶葉の入手が困難になる事態が起きている。鹿児島県を中心に安い茶葉の増産は進んでいるが、緑茶飲料市場が拡大を続け、飲料メーカーの需要が増えつづければ、価格は高止まりし、さらにお茶の飲まれ方が急須からペットボトルへと変化していることから、既存の流通業者にとっては、とりわけ厳しい事態となっている。品目別にみると、首位の伊藤園の「お~いお茶」が対前年比16.5%の増加で6,710万ケースとなり、シェア30%でトップだったが、最大の貢献を

したのが、サントリーの「伊右衛門」で、2004年3月発売以来、3,420万ケースを達成し、新製品の初年度販売数量としては、過去最多記録を達成した。

サントリーは他の緑茶飲料も含め、4,510万ケースとなり、キリンビバレッジを抜いて業界2位となった。また数値未公表の日本コカコーラは「まる茶」が3,300万ケース程度とみられる。

2005年は、キリンビバレッジが「生茶」を3月に玉露茶葉を使用したリニューアルで対抗、アサヒ飲料は「旨茶」に替えて新商品「若武者」を4月に発売し、一方サントリーは「伊右衛門」を46%増加の5千万ケースとする計画で、メーカー間のシェア争いは一段と激化しそうである。(平岩 直)

2004年の清涼飲料市場

