食品新聞 THE JAPAN FOOD NEWS 2009年(平成21年)7月13日 月曜日

隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
大阪市北区南森町2-3-30
郵便番号 530-0054
電話 06(6361)4972(代)
FAX 06(6361)5062
東京都中央区入船1-9-8
郵便番号 104-0042
電話 03(3552)3756-4031
FAX 03(3552)7019
名古屋市中区丸の内2-10-11
桜井オレンジビル305号
郵便番号 460-0002
電話 052(221)3391(代)
FAX 052(221)5393
(支)(局)広島・福岡
© 食品新聞社 2009
THE JAPAN FOOD NEWS
講読料 年額32,419円

上半期 ビール類市場 3年ぶりのプラス着地

ビール構成比50%割れ

新ジャンル牽引変わらず

1～6月のビール類市場は、2年ぶりに2億6千7万3千ケース（前年比1・0・2%、大瓶換算、以下同）の増加で着地した。昨年同時期の各社値上げの駆け込みとなったが、価格改定による買い控えは一巡。昨年6月が前期比約9%減という低水準だったこともあり、3年ぶりにプラスで折り返すこととなった。市場拡大を続ける新ジャンルが牽引する形となったが、下期もビール・発泡酒から新ジャンルへ、という価格、消費の垂直移動は続きそうだ。

カテゴリー別では、ビール1億6261万3千ケース（94・5%）、発泡酒4千733万5千ケース（87・3%）、新ジャンル6千3825万5千ケース（127・4%）。昨年後半からの景気悪化に伴う受け皿として新ジャンルの需要が増加、商品選択肢が広がったことや消費者嗜好の変化などもあり、新ジャンルの一人勝ちとなった。

市場はほぼ前年並みの微増だが、新ジャンルが大幅増を記録したことで、マーケット構造は劇的に変化した。顕著な例がカテゴリーごとの構成比だ。新ジャンルが前半同期比6・2%も上昇し49・1%となった半面、ビールは前年比3・0%下げて49・1%。上半期通じても50%の大台を下回った。

某メーカーでは「ビール需要の巻き込みはギフト、業務用・家庭用でもさがに一段落した感もある」としながら、通年で50%台を回復するのは困難との見解を示す。発泡酒は前期比3・2%減少の21・8%。各社からさらに新商品も発売されたが、ユーザー流出に歯止めをかけられなかった。

メーカー別になると、年初の時点で4社中唯一マイナス予算を打ち出したキリンビールがビール類計で2・5%増と、第1四半期に続き シェアトップを守った。アサヒは98・7%、サントリー酒類は98・2%、サッポロビールは100・4%となったが、いずれも数字のカギを握ったのは新ジャンルといえる。

キリンは同カテゴリーで27・8%増を記録、ビール4・7%減、発泡酒6・8%減を補って余りあるものとした。特にトップブランド「のどごし」は85年の発売以来、上半期では最大となる11%増の2千67万ケースを販売するなど、第1四半期の時点で38%だった新ジャンルシェアは39・6%に拡大した。キリンの牙城を崩すことが他社の至上命題だが、現時点ではその勢いを止めるどころか突き放されようとしている。

アサヒはビールウが66%と落ち、そのため上期5・8%減だ。トータルでマイナスだ新ジャンルの24%ければ、マイナス幅っていたことはいうない。サントリー酒ジャンル計19・

コクッ なめ茸

永谷園の お茶づけ海苔

「missけいこアカデミー」

アピカ・コーポレーション

今までにない技法を発信

アピカ・コーポレーション（本社・東京、斎田恵子代表）は、「日本山人参」を使用したエステ技法と食養・食育を学ぶ「missけいこアカデミー」を開始した。

「missけいこアカデミー」では、女性の「自分磨き」「婚活」に役立つエステ技法と食育・食養について学ぶメニューで行われる。また、やる気のある人は自身でエステサロンを開業することも可能。エステの施術では「日本山人参」という希少なハーブを用い、外側だけでなく内側からも美と健康を追求していくことを基本に置いている。

技法は、「missけいこ」と斎田代表が自身の豊富な経験により考案したオリジナルで、今までのエステにはない全く新しい技術がベースとなっている。

なお、この件に関する問い合わせ先は次の通り。

マアピカ・コーポレーション（担当／八幡・森下）TEL03-3412-5988（平日午前9時30分～午後5時30分）、FAX03-3412-7988まで。

寿司用特撰 味付干びょう
金賞印 ヤマコ かんぴょう
栃木市小野口商店 ☎0282(23)1234(代)
ホームページ http://www.onoguchi.co.jp/

環境報告書を発行

業界初共同配送も

販売、回収やリサイクルまでの事業活動に沿って、それぞれの場面での環境負荷削減や工場での環境コミュニケーション、物流では鉄道輸送、共同配送などの

W杯トロフィーツアー日本上陸

コカ・コーラ

ザ コカ・コーラカンパニー（米国ジョージア州アトランタ）と国際サッカー連盟（FIFA）は先ごろ、世界86か国を225日間で巡る「コカ・コーラFIFAワールドカップトロフィ