

売れてる商品

「いろはす」

国産・輸入を含めたミネラルウォーター市場は昨年微減に踏みとどまった。この中で、国産水は大容量で急伸した11年の反動減が懸念されたものの、前年を上回った。12年清涼飲料生産数量および生産者販売金額によると、ミネラルウォーター類は生産量で前年比8%増、販売金額で1・7%増となった。

販売形態が流動的とな

エコブランド浸透が奏功

っているのも「最近の動きで、大容量の「重たい」という不満点に対し、帰宅時の導線にあることなどを生かしてCVSが本腰を入れ始めたほか、宅配水、通販、生協などのダイレクトマーケティング(DM)も徐々に存在感を高めてきている。

こうした中、今年1~3月のブランド別動向はRDS全国スーパー売上げ(数量ベース)で別表の通り。「いろはす」は順位不動。首位の「いろはす」は「10年のプラントボトル導入が



ミネラルウォーター

13年1~3月数量ベース

RDSスーパー
単品ランキング

順位	前回順位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	1	いろはす 555ml/PET	コカ・コーラシステム	9.3	118.1
2	2	南アルプスの天然水 2ℓ/PET	サントリー食品インターナショナル	8.4	107.5
3	3	いろはす みかん 555ml/PET	コカ・コーラシステム	7.5	111.9
4	5	アルカリイオンの水 2ℓ/PET	キリンビレージ	6.3	112.6
5	6	南アルプスの天然水手売用550ml/PET	サントリー食品インターナショナル	6.0	110.9
6	7	森のけだまり 2ℓ/PET	コカ・コーラシステム	3.9	88.7
7	7	おいしい氷富士山 2ℓ/PET	アサヒ飲料	3.7	-
8	8	いろはす りんご 555ml/PET	コカ・コーラシステム	3.7	-
9	9	おいしい氷六甲 2ℓ/PET	アサヒ飲料	2.9	-
10	8	ボルヴィック 500ml/PET	キリンビレージ	1.8	55.7

は順位不動。首位の「いろはす」は「10年のプラントボトル導入がカテゴリー全体に浸透し、飲料ビジネスの枠を越えたエコブランドとして大きく発信できるようになった」(日本コカ・コーラ)ことが貢献し、今後もエコブランドとしての発信をさらに強化していく。

記事・表中の市場データは流通システム開発センターの業界POS「RDS」を用い、マーチャндаイジング・オンの分析ツール「Piano-POS」で集計・加工した