

# 売れてる商品

## ネスレ「ネスカフェ ゴールドブレンド」

インスタントコーヒー（IC）市場は14年1～12月累計で杯数1%減、金額4%増と推定される。1～12月のRDS全国スーパー売上げ（数量ベース）で上位3つを占めているのが「ネスカフェ」ブランド。ネスレ日本は「ネスカフェ」ICの全ラインナップを新カテゴリ「レギュラーソリュブルコーヒー」に差し替え、13年9月1日から新発売。このため表にある「ネスカフェ」ブランドの前年比は13年の発売期間が約4か月であることが加味されている。

同社の川野武久飲料事業本部レギュラーソリュブルコーヒービジネス部

## RC想起、市場以上の伸び

長は「国内のシェフの店に提供し、それを消費者にコミュニケーションして価値を伝えたい」と、昨年はIC市場も伸びたが「ネスカフェ」はそれ以上に伸長した。直近の調査によると、レギュラーコーヒー（RC）と同等のカテゴリイメージを消費者に持ってもらっている」と説明する（9面に関連記事）。

ICは世帯人口の減少などを背景に瓶から袋の中でも大容量から中・小容量へのシフトが進む。その一例に味の素ゼ



ネラルフーツ（AGF）の「ブレンディ」と「マキシム」小容量袋の伸長が挙げられる。

ただ表の商品は旧来型でAGFは今年、

RCとICをメインに家庭用製品をばすべて大刷新。新技術を導入して新しい価値を創り出し、それに見合った価格で2月25日に一斉新発売する。

## インスタントコーヒー

RDSスーパー  
単品ランキング

（レギュラーソリュブルコーヒーを含む） 14年1～12月数量ベース

順位	前回順位	商品名	メーカー	構成比	前年比
1	5	ネスカフェ ゴールドブレンド90g	ネスレ日本	10.6	332.4
2	11	ネスカフェ エクセラ230g	ネスレ日本	6.2	352.9
3	19	ネスカフェ ゴールドブレンド135g	ネスレ日本	5.1	400.3
4	3	<ブレンディ>スティック カフェオレ10本	味の素ゼネラルフーツ	3.4	92.2
5	6	<ブレンディ>袋200g	味の素ゼネラルフーツ	3.3	107.8
6	4	<ブレンディ>スティック カフェオレ カロリーハーフ10本	味の素ゼネラルフーツ	3.0	92.9
7	8	<マキシム>袋100g	味の素ゼネラルフーツ	2.5	110.5
8	12	ネスカフェ ゴールドブレンド スティック9本	ネスレ日本	2.5	300.3
9	47	ネスカフェ ゴールドブレンド エコ&システム110g	ネスレ日本	2.5	421.1
10	9	<ブレンディ>スティック カフェオレ 大人のほろにが10本	味の素ゼネラルフーツ	2.1	97.6

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