

オールナチュラルジュース市場の実態と将来展望

< 報告書 >

2019年6月14日

株式会社富士経済

東京マーケティング本部

監修者: 専務取締役本部長 南波佐間 浩

〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町 19 番 5 号

akebono 日本橋ビル

TEL: 03-3664-5821

FAX: 03-3661-9514

調査タイトル

オールナチュラルジュース市場の実態と将来展望

調査目的

果実飲料市場は 2013 年以降果汁原料の高まりと消費者嗜好の多様性によって需要が離れ、市場は減少傾向を辿っている。その中で新たに 100%果汁、果肉感の訴求、果実代替としての存在を強調したオールナチュラルジュースが相次いで発売されており、スタイリッシュなデザインも相まって注目を浴びている。

本調査では、果実飲料市場で存在感を増すオールナチュラルジュースの市場について主要プレイヤーの販売戦略を分析し、市場のチャネル特性やフレーバー別市場規模、市場占有状況などを解明して将来的なポテンシャルを推察していく。更に、オールナチュラルジュースの競合市場の動向や高圧処理技術に関する取り組みまでをまとめている。

調査項目

- A. 市場編
 - 1. 定義
 - 2. 主要商品一覧
 - 3. オールナチュラルジュース市場のポテンシャル分析
 - 4. 市場規模推移
 - 5. 市場占有状況
 - 6. オールナチュラルジュース市場のチャネル別販売動向
 - 7. オールナチュラルジュース市場のフレーバー別販売動向
 - 8. ターゲットと販売促進活動
 - 9. 流通の評価と現状の課題
 - 10. 将来展望
- B. 企業事例編
 - 1. 企業概要
 - 2. 主要商品概要（2019年6月現在）
 - 3. 販売動向
 - 4. チャネル別販売動向
 - 5. フレーバー別販売動向
 - 6. ターゲットと販売促進活動
 - 7. 市場成長性に対する見解、今後の方向性
- C. 関連市場事例編
 - 1. 外食産業事例
 - 2. 日本における高圧処理の取り組み事例
 - 3. 高圧処理に関する国内企業の取り組み状況と今後の方向性

当レポートの定義

オールナチュラルジュースは、以下を対象としている。

果実・野菜飲料のうち高圧処理や低温での殺菌を行うことで原料の風味や色彩、素材本来の持つ成分の維持を訴求している 100%果汁飲料、果汁入飲料および果実野菜混合飲料

調査期間

2019年5月～2019年6月

調査担当

原田 詩穂

目次

A. 市場編	1
1. 定義	2
2. 主要商品一覧	4
3. オールナチュラルジュース市場のポテンシャル分析	6
1) アメリカと日本の背景の違い	6
2) 消費者ニーズからみるオールナチュラルジュースのポテンシャル分析	7
4. 市場規模推移	8
1) トータル市場	8
2) オールナチュラルジュース市場	9
3) トータル市場とオールナチュラルジュース市場の推移比較	10
5. 市場占有状況	11
1) トータル市場	11
2) オールナチュラルジュース市場	12
6. オールナチュラルジュース市場のチャネル別販売動向	13
7. オールナチュラルジュース市場のフレーバー別販売動向	14
8. ターゲットと販売促進活動	15
9. 流通の評価と現状の課題	17
10. 将来展望	18
B. 企業事例編	19
1. 日上商事	20
2. カゴメ	25
3. アグリテクノ	30
4. 日興フーズ	34
注目企業：100Pine	38
C. 関連市場事例編	40
1. 外食産業事例	41
2. 日本における高圧処理の取り組み事例	43
3. 高価格果実飲料のアメリカ事例研究	47

A. 市場編

1. 定義

【オールナチュラルジュースの定義】

100%果汁飲料、果汁入飲料、果実野菜混合飲料のうち、高圧処理(1)や低温殺菌(2)を採用し、原料の風味や色彩、栄養成分を訴求しているものを対象としている。

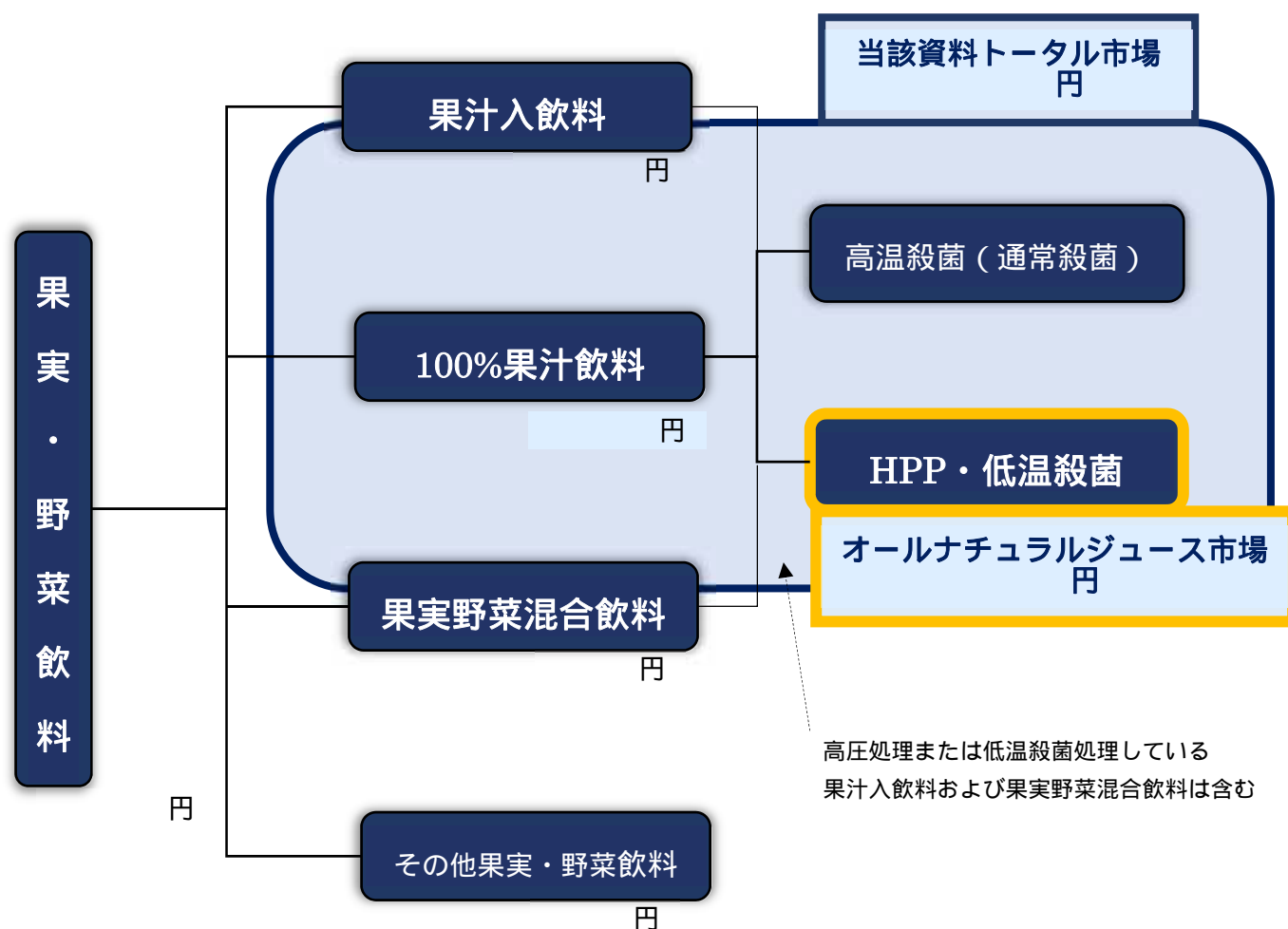
温度帯、容器は問わない。

市販用・業務用ともに対象としている。

(1) HPP (High Pressure Processing) と呼ばれ、高圧で細菌を非活性化することで原料の栄養素の破壊や色の变化を最低限に防ぐ殺菌方法をさす。

(2) 100 ℃以下、食品衛生法で定められている“ 65 ℃ 10分以上またはそれと同等以上の効力での殺菌 ” をさす。

2019 年見込市場規模



【果実・野菜飲料の定義】

- 果実飲料は100%果汁飲料、果汁入飲料、低果汁入清涼飲料、果粒含有果実飲料、果肉飲料の5カテゴリーで構成される。
 - 100%果汁飲料はJAS法上で定義されるジュースに該当し、かつ果汁を原料とし、野菜汁は含まないものとする。(製造工程は問わず、濃縮還元及びストレート果汁の双方を対象とする。)
 - 果汁入飲料は果汁含有率10%以上100%未満の果実飲料を対象とする。
 - 低果汁入清涼飲料は果汁含有率10%未満の果実飲料を対象とする。
 - 果粒含有果実飲料は果汁含有率10%以上30%未満で果粒5%以上30%未満を加えた「果粒入果実飲料」と果実の繊維分を加えた「果粒入清涼飲料」を対象とする。
 - 果肉飲料はピューレ含有率20%以上60%未満の商品を対象とする。
-
- 野菜系飲料はトマト飲料、野菜飲料、果実野菜混合飲料を対象とする。
 - トマト飲料はトマトのみを原料とする飲料を対象とする。
 - 野菜飲料はトマト以外の野菜を主な原料とした飲料及び液体タイプの青汁(植物の葉や野菜などを搾汁した成分を主原料とする飲料)を対象とする。
 - 果実野菜混合飲料は主に野菜と果物を原料とした飲料を対象とするが、果実飲料ブランドで展開される一部の派生商品は野菜系飲料市場に含まず、果実飲料の対象とする。

【参考】

2. 清涼飲料水の製造基準

(2) 個別基準

4.

c

2. 主要商品一覧

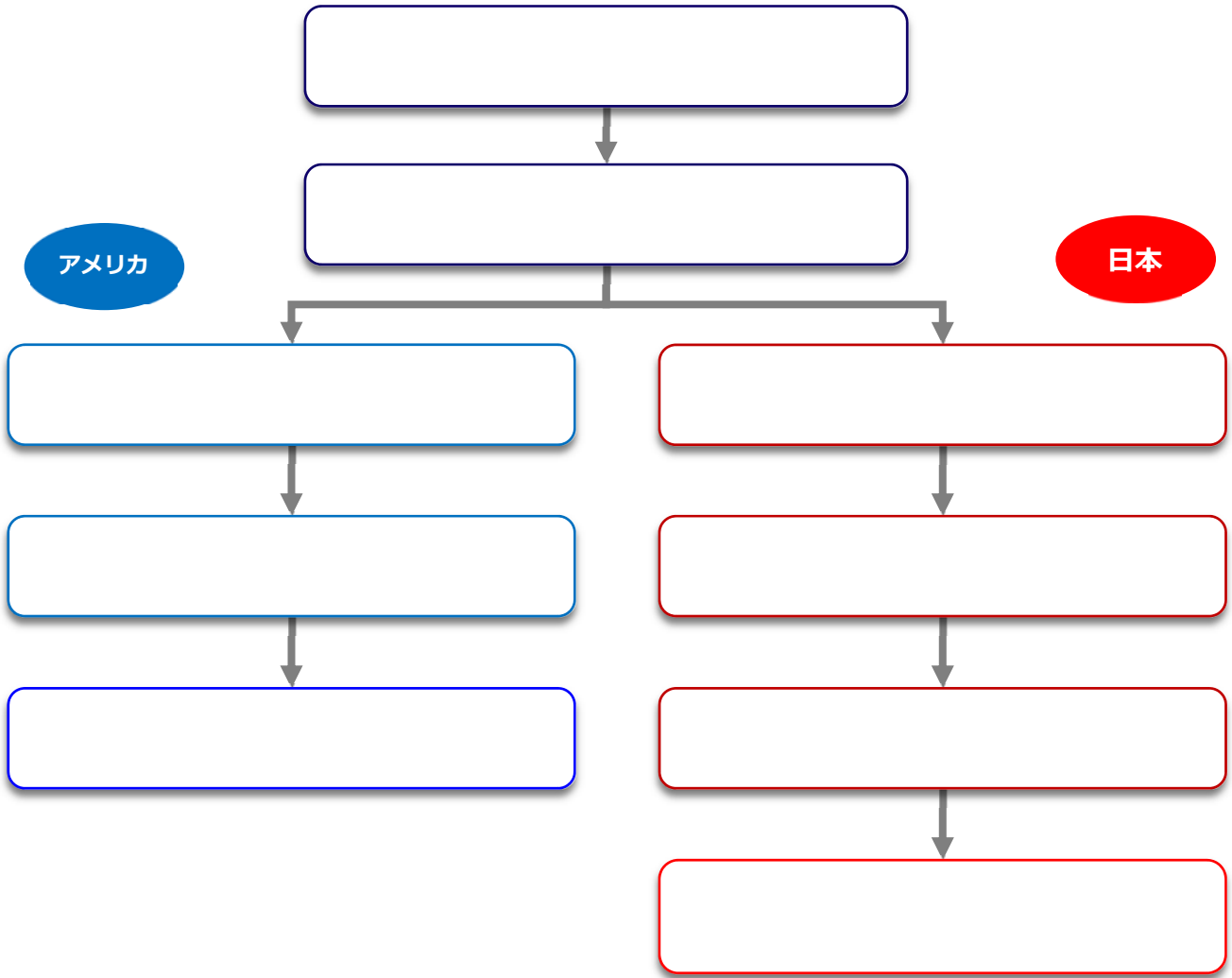
企業名	ブランド名	フレーバー	原産国	容器・容量	価格(税別)
日上商事					
カゴメ					
アグリテクノ					
日興フーズ					
フルッタフルッタ					

企業名	ブランド名	フレーバー	原産国	容器・容量	価格(税別)
アシストバルール					
Wow-Food					
100Pine					

2019年6月現在
 価格は、参考価格を含む

3. オールナチュラルジュース市場のポテンシャル分析

1) アメリカと日本の背景の違い



【アメリカの市場環境】

-
-
-

【日本の市場環境】

-
-
-
-

2) 消費者ニーズからみるオールナチュラルジュースのポテンシャル分析

【評価】

消費者ニーズ	既存マーケット一例	評価	
		ポジティブ	ネガティブ

【ポテンシャル】

課題点	ポテンシャル
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
	<ul style="list-style-type: none"> ■
	<ul style="list-style-type: none"> ■

4. 市場規模推移

1) トータル市場

単位：百万円

年次	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)	2021年(予)	2022年(予)
販売額								
対前年比								
伸長率								

(百万円)

■ 販売額 ■ 伸長率

(%)



トータル市場は果実・野菜飲料のうち、100%果汁飲料と、果汁入飲料および果実野菜飲料のうち高圧処理または低温殺菌で製造された商品を対象としている。

2) オールナチュラルジュース市場

単位：百万円

年次	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)	2021年(予)	2022年(予)
販売額								
対前年比								
伸長率								

(百万円)

■ 販売額

— 伸長率

(%)



2015年 2016年 2017年 2018年 2019年
(見) 2020年 2021年 2022年
(予) (予) (予)

3) トータル市場とオールナチュラルジュース市場の推移比較

単位：百万円

年次	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見)	2020年(予)	2021年(予)	2022年(予)
トータル市場								
オールナチュラルジュース市場								
トータル市場における構成比								

(百万円)

■ オールナチュラルジュース ■ その他



5. 市場占有状況

1) トータル市場

単位：百万円

企業名	年次	2017年		2018年		2019年（見込）	
		販売額	シェア	販売額	シェア	販売額	シェア
キリンビバレッジ							
雪印メグミルク							
めいらくグループ							
アサヒ飲料							
コカ・コーラシステム							
えひめ飲料							
伊藤園							
明治							
その他							
合計							

メーカーシェア（2019年見込）



- キリンビバレッジ
- 雪印メグミルク
- めいらくグループ
- アサヒ飲料
- コカ・コーラシステム
- えひめ飲料
- 伊藤園
- 明治
- その他

2) オールナチュラルジュース市場

単位：百万円

企業名	年次	2017年		2018年		2019年(見込)	
		販売額	シェア	販売額	シェア	販売額	シェア
日 上 商 事							
カ ゴ メ							
ア グ リ テ ク ノ							
フ ル ッ タ フ ル ッ タ							
日 興 フ ー ズ							
そ の 他							
合 計							

メーカーシェア(2019年見込)



- 日上商事
- カゴメ
- アグリテクノ
- フルッタフルッタ
- 日興フーズ
- その他

6. オールナチュラルジュース市場のチャンネル別販売動向

単位：百万円

チャンネル	年次		2017年		2018年		2019年(見込)	
			販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
C	V	S						
量	販	店						
質	販	店						
そ	の	他						
合		計						

チャンネル別販売額構成比(2019年見込)



- CVS
- 量販店
- 質販店
- その他

7. オールナチュラルジュース市場のフレーバー別販売動向

単位：百万円

年次 フレーバー	2017年		2018年		2019年（見込）	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
グレープフルーツ						
オレンジ						
ベリー						
キウイ						
マンゴー						
その他						
合計						

フレーバー別販売額構成比（2019年見込）



- グレープフルーツ
- オレンジ
- ベリー
- キウイ
- マンゴー
- その他

フレーバーは、単一果実を使用している場合はその果実を、ミックスの場合はメーカーが中心と位置付けている、または特に訴求している果実を項目としている。

8. ターゲットと販売促進活動

キーワード	内容
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■

【ブランドコンセプト】

項目 メーカー名	パッケージ訴求	その他訴求
日上商事	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■ ■ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
カゴメ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
アグリテクノ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■
日興フーズ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■

【販促活動】

項目 メーカー名	店頭販促	広告宣伝	その他販促
日上商事	■ ■	■	■
カゴメ	■	■	■
アグリテクノ	■	■	■
日興フーズ	■ ■ ■	■	■

9. 流通の評価と現状の課題

流通からの評価

ポイント	評価
	<ul style="list-style-type: none">■■
	<ul style="list-style-type: none">■■■
	<ul style="list-style-type: none">■■

【現状の課題】

10. 将来展望

1) 商品面

【現状】

-
-

【展望】

-
-

2) 価格面

【現状】

-

【展望】

-
-

3) チャンネル面

【現状】

-
-

【展望】

-
-

4) 販促活動

【現状】

-

【展望】

-
-

B. 企業事例編

1. 日上商事

1. 企業概要

企業名		設立年月	
代表者			
事業内容			
売上高			
本社所在地			
TEL			

2. 主要商品概要（2019年6月現在）

ブランド概要

ブランド名	温度帯	製法	原産国	工場
ブランド特性				

商品概要

商品名	容器・容量	価格（税抜）	賞味期限	原材料

3. 販売動向

単位：百万円

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年（見込）
オールナチュラルジュース トータル市場					
販売額					
対前年比					
伸長率					
トータル市場における構成比					

(百万円)

■ 販売額



4. チャンネル別販売動向

単位：百万円

チャンネル	年次	2017年		2018年		2019年（見込）	
		販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
C 量 質 そ 合	V 販 販 の 計						
	S 店 店 他						

チャンネル別販売額構成比
(2019年見込)



5. フレーパー別販売動向

単位：百万円

フレーパー	年次	2017年		2018年		2019年（見込）	
		販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
グ レ ー プ フ ル ー ツ オ レ ン ジ ベ リ ー キ ウ イ マ ン ゴ そ の 他 合 計							

フレーバー別販売額構成比
(2019年見込)



6. ターゲットと販売促進活動

ターゲット	実購買層
	<ul style="list-style-type: none">■■■■
	<ul style="list-style-type: none">■■

【販促活動】

【価格政策】

【その他】

7. 市場成長性に対する見解、今後の方向性

【市場成長性に対する見解】

【今後の方向性】

2. カゴメ

1. 企業概要

企業名		設立年月	
代表者			
事業内容			
売上高	(平成30年12月期)		
本社所在地			
TEL			

2. 主要商品概要 (2019年6月現在)

ブランド概要

ブランド名	温度帯	製法	原産国	工場
ブランド特性				

主要商品概要

商品名	容器・容量	価格(税抜)	賞味期限	原材料

3. 販売動向

単位：百万円

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)
オールナチュラルジュース トータル市場					
販売額					
対前年比					
伸長率					
トータル市場における構成比					

(百万円)

■ 販売額



4. チャンネル別販売動向

単位：百万円

チャンネル	年次		2017年		2018年		2019年（見込）	
			販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
C	V	S						
量	販	店						
質	販	店						
そ	の	他						
合		計						

チャンネル別販売額構成比
(2019年見込)



5. フレーバー別販売動向

単位：百万円

フレーバー	年次		2017年		2018年		2019年（見込）	
			販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
グレープフルーツ								
オレンジ								
ベリー								
キウイ								
マンゴー								
その他								
合		計						

フレーバー別販売額構成比
(2019年見込)



6. ターゲットと販売促進活動

ターゲット	実購買層
	<ul style="list-style-type: none">■■■

【販促活動】

【価格政策】

.

【その他】

7. 市場成長性に対する見解、今後の方向性

【市場成長に対する見解】

【今後の方向性】

3. アグリテクノ

1. 企業概要

企業名		設立年月	
事業内容			
売上高	(2018年9月決算)		
本社所在地			
TEL			

2. 主要商品概要(2019年6月現在)

ブランド概要

ブランド名	温度帯	製法	原産国	工場
ブランド特性				

主要商品概要

商品名	容器・容量	価格(税抜)	賞味期限	原材料

3. 販売動向

単位：百万円

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)
オールナチュラルジュース トータル市場					
販売額					
対前年比					
伸長率					
トータル市場における構成比					

(百万円)

■ 販売額



4. チャンネル別販売動向

単位：百万円

チャンネル	年次		2017年		2018年		2019年（見込）	
			販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
C	V	S						
量	販	店						
質	販	店						
そ	の	他						
合		計						

チャンネル別販売額構成比
(2019年見込)



5. フレーバー別販売動向

単位：百万円

フレーバー	年次		2017年		2018年		2019年（見込）	
			販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
グレープフルーツ								
オレンジ								
ベリー								
キウイ								
マンゴー								
その他の								
合		計						

フレーバー別販売額構成比
(2019年見込)



6. ターゲットと販売促進活動

ターゲット	実購買層
	<ul style="list-style-type: none">■■

【販促活動】

.

【価格政策】

【その他】

7. 市場成長性に対する見解、今後の方向性

【市場成長性に対する見解】

【今後の方向性】

4. 日興フーズ

1. 企業概要

企業名		設立年月	
事業内容			
売上高	(2018年3月期)		
本社所在地			
TEL			

2. 主要商品概要 (2019年6月現在)

ブランド概要

ブランド名	温度帯	製法	原産国	工場
ブランド特性				

主要商品概要

商品名	容器・容量	価格(税抜)	賞味期限	原材料

3. 販売動向

単位：百万円

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年(見込)
オールナチュラルジュース トータル市場					
販売額					
対前年比					
伸長率					
トータル市場における構成比					

(百万円)

■ 販売額



4. チャンネル別販売動向

単位：百万円

チャンネル	年次	2017年		2018年		2019年（見込）	
		販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
C 量 質 そ 合	V						
	販 販 の						
	S 店 店 他 計						
合	計						

チャンネル別販売額構成比
(2019年見込)



5. フレーバー別販売動向

単位：百万円

フレーバー	年次	2017年		2018年		2019年（見込）	
		販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
グ レ ー プ フ ル ー ツ オ レ ン ジ ベ リ ー キ ウ イ マ ン ゴ そ の 他 合 計	グ レ ー プ フ ル ー ツ						
	オ レ ン ジ						
	ベ リ ー						
	キ ウ イ						
	マ ン ゴ の 他						
合	計						

フレーバー別販売額構成比
(2019年見込)



6. ターゲットと販売促進活動

ターゲット	実購買層
	<ul style="list-style-type: none">■■■■

【販促活動】

【価格政策】

.

【その他】

7. 市場成長性に対する見解、今後の方向性

【市場成長性に対する見解】

【今後の方向性】

注目企業：100Pine

1. 企業概要

企業名		設立年月	
代表者			
事業内容			
売上高	(2018年9月)(グループ)		
本社所在地			
TEL			

2. 主要商品概要 (2019年6月現在)

ブランド概要

ブランド名	温度帯	製法	原産国	工場
ブランド特性				

商品概要

商品名	容器・容量	価格(税抜)	賞味期限	原材料

3. 販売動向

4. ターゲットと販売促進活動

ターゲット	実購買層
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ■

5. 市場成長性に対する見解、今後の方向性

【市場成長に対する見解】

【今後の方向性】

C. 関連市場事例編

1. 外食産業事例

1) コールドプレスジュース取扱店（2019年6月現在）

サンシャインジュース

店舗名					
創業					
店舗数					
サービス	オンライン		デリバリー		オフィス
メニュー例 (恵比寿店)					

SKC フード

店舗名					
創業					
店舗数					
サービス	オンライン		デリバリー		オフィス
メニュー例					

ノングリッド

店舗名					
創業					
店舗数					
サービス	オンライン		デリバリー		オフィス
メニュー例					

スカイハイ

店舗名						
創業						
店舗数						
サービス	オンライン		デリバリー		オフィス	
メニュー例						

なかむら

店舗名						
創業						
店舗数						
サービス	オンライン		デリバリー		オフィス	
メニュー例						

2) ジューススタンド市場

➤

➤

➤

2. 日本における高圧処理の取り組み事例

1) 日本における高圧処理を利用した商品の展開事例

年次	沿革
1990	
1991	
1994	
1998	
1999	
2001	
2002	
2003	
2004	
2007	
2010	
2016	
2018	
2019	

2) 高圧処理に関する国内企業の取り組み状況と今後の方針

【加工食品メーカー】

メーカー名	項目	内容
越後製菓	1) 展開商品	展開開始年次： 年
	2) 導入の経緯	
	3) 課題と今後の方針	
伊藤ハム	1) 展開商品	展開開始年次： 年
	2) 今後の方針	
マリンフーズ	1) 展開商品	展開開始年次： 年
	2) 導入の経緯	
	3) 課題と今後の方針	

【外食産業】

企業名	項目	取り組み、方針
サンシャインジュース	1) 展開商品	展開開始年次： 年
	2) 導入の経緯、 ターゲット層と ユーザー	
	3) 今後の方針	

企業名	項目	取組み、方針
ファーストキッチン	1) 商品展開	展開開始年次： 年
	2) 導入の経緯	
	3) 今後の方針	

3) 高圧処理技術の展望

1) 参入商品概況

アメリカにおけるプレミアムジュース構造



.

.

2) アメリカにおけるプレミアムジュース展開企業・ブランド概要

アメリカにおけるプレミアム果実飲料展開企業・ブランド一覧

企業・ブランド	概要
	■
	■
	■
	■ ■
	■
	■

.

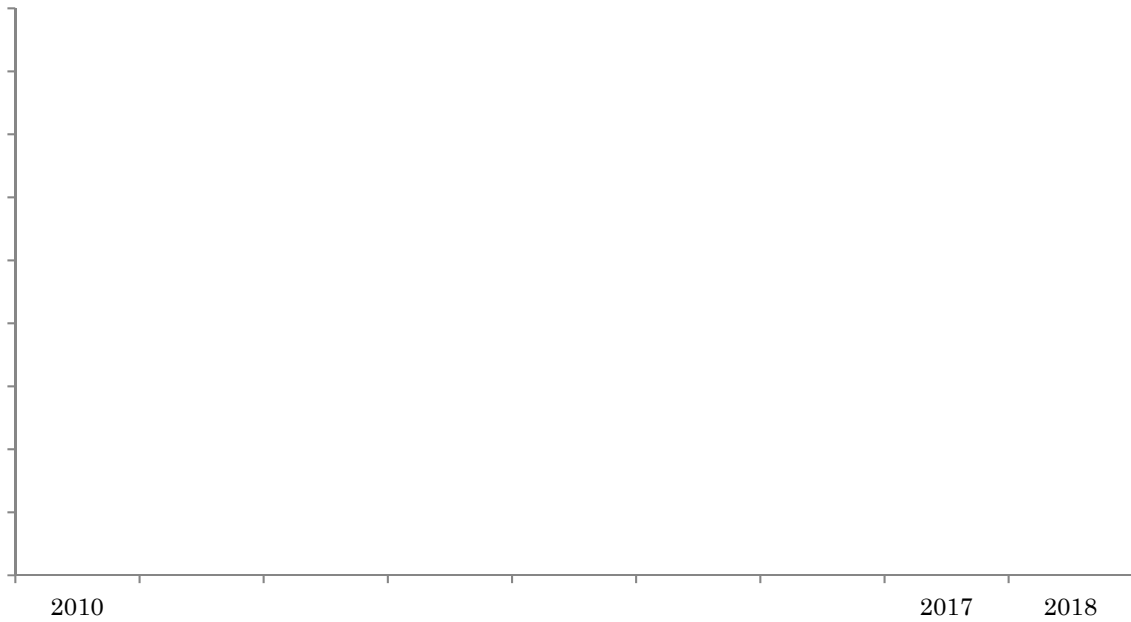
.

3) 市場動向と主要因



(百万円)

米国内プレミアムジュース市場推移



上記市場規模は、高価格帯（末端売価 5-6 ドル以上）の果実・野菜飲料、及び HPP 製法採用の果実・野菜パッケージ商品、ジューススタンドチェーン等が展開するコールドプレスジュースを対象とする。

✓

✓

✓

✓

【 】

.

【流通側の動き】

.

【 】

.

【有力企業群の近年の動向】

・

・

オールナチュラルジュース市場の実態と将来展望

発行日	2019年6月14日
調査・編集	東京マーケティング本部 第一部
P D F 版	300,000円+税
*書籍版はございません。	
発行人	清口 正夫
発行所	株式会社 富士経済 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町1番5号 PMO 日本橋江戸通 URL : https://www.fuji-keizai.co.jp / E-mail : info@fuji-keizai.co.jp
業務コード	111901729

東京マーケティング本部	〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町19-5 akebono日本橋ビル TEL:03-3664-5821(代) FAX:03-3661-9514
大阪マーケティング本部	〒541-0043 大阪市中央区高麗橋3-3-11 淀屋橋フレックスタワー TEL:06-6228-2020(代) FAX:06-6228-2030
名古屋支社	〒460-0002 名古屋市中区丸の内3-22-24 名古屋桜通ビル TEL:052-684-9250(代) FAX:052-961-4811
中聯富士経済咨询有限公司	100025 中国北京市朝陽区建国路89号 華貿中心4号楼 TEL:86-10-6530-7164 FAX:86-10-6530-7264
