

日本における清涼飲料の歴史とこの 30 年間に起きた出来事について
History of Soft Drinks in Japan and what happened to the beverage market
over the last 30 years.

河野敦夫
KOHNO Atsuo
全国清涼飲料連合会
Japan Soft Drink Association

本研究会は、今回で記念の 30 回目を迎えた。そこでこの 30 年間で清涼飲料業界に起きた出来事を昭和からの歴史を踏まえて振り返ってみた。

清涼飲料は平成年間に入り大きな変貌を遂げた。市場規模も平成間で昭和最終年に対して約 2 倍強の 4 兆円規模となる加工食品の中でもトップクラスの産業にまで成長した。ここまで急速に成長した理由として、大きく 3 つの要因が考えられる。

一つ目は、容器の変遷である。昭和 30 年までは、壺が清涼飲料の中心であり、昭和 40 年代に入ってプルトップが開発されたことで缶飲料が増え始め、昭和 50 年代に入り缶コーヒーが清涼飲料業界を牽引した。その後、様々な缶入り飲料のバリエーションが増え、昭和の後半である 60 年代に入ってようやく大型の PET 果汁飲料が登場した。平成年間に入り、平成 4 年に小型 PET ボトルが登場すると、携帯性やリキャップ性といった利便性が若者だけでなく、あらゆる年齢に受け入れられ、さらにコンビニエンスストアやドラッグストアの急激な店舗展開等による販売チャネルの拡大により大きく売り上げを伸ばした。

二つ目は、清涼飲料カテゴリーシェアの激変である。昭和においての有価飲料は「甘い」ものしか価値を認められておらず、清涼飲料と言えば「炭酸」であり、「果実飲料」であった。しかし、平成に入り、バブルの崩壊もあり、また健康志向やダイエット志向の高まり、バブル崩壊後の節約志向に伴う中食の食中飲料としての需要増、さらには平成 6 年以降の異常気象による猛暑日の大幅増加等の要因により「無糖飲料」が急激なシェア増を遂げた。今では茶系飲料がカテゴリーシェアのトップになり、ブランドランキン 1 位もミネラルウォーターという状況になっている。世界的な異常気象による温暖化や肥満対策として検討されている若年層への砂糖の摂取制限などにより、これからも無糖飲料の需要は高まるものと思われる。

そして 3 つ目の要因は技術革新である。これこそ当研究発表会が飲料業界に対して果たした大きな成果ではないかと思われ、特に PET ボトルが飲料容器の中心となり、カテゴリーや味のバリエーションが広がる中、これまでとは大きく異なる製造方法や殺菌方法が必要となったため、製造方法や殺菌方法の開発、サニテーション方法の模索や検査技術、検査方法の変更等の工夫を各社各人が研究開発し、その成果を当研究会で発表した。充填・殺菌・検査技術の開発が新たな清涼飲料を生み、市場を活性化していった。研究者のこのたゆまぬ努力が新しい価値を創造していることは疑うことのない事実である。そして直近の発表会においては、現在当会でも力を入れているリサイクル手法や省エネ・節水などの環境負荷低減に関する研究テーマが賞を受賞している。今後も様々な研究・開発が清涼飲料業界の発展に寄与することを願い、この研究会に多くの開発・研究者が集うことを期待し、全国清涼飲料連合会も支持を続けていきたい。