



ロータリー：  
変化をもたらす

## 宇都宮ロータリークラブ会報

RIテーマ「ロータリー：変化をもたらす」  
宇都宮ロータリーテーマ「一歩前に進みましょう」  
第2550地区ガバナーテーマ「チャレンジ&イノベーション」  
～挑戦と変革で切り拓く、第2550地区の未来～  
2017～2018年度RI会長イアンH. S. ライスリー 宇都宮会長 印出井敏英  
第2550地区ガバナー 太城敏之 幹事 飯村 悟  
例会日 火曜日12:30 会場 宇都宮東武ホテルグランデ 宇都宮市本町5-12  
事務所 宇都宮市江野町1-12 栃木実業ビル2階 TEL 028-666-0555  
E-mail u-rc01@silver.plala.or.jp FAX 028-666-0333

(2018)平成30年2月27日 第3234回 2017～2018年度(第30回会報)

会員数106名 出席者64名 メイクアップ会員 渡邊肇会員 浦和RC 出席率66.7% 前回修正率62.8%

### 「飲料業界の現状」

サントリーモルティング株式会社代表取締役社長 金山 典生会員



今日は、清涼飲料の現状というテーマでお知らせいたしました。どちらかというと歴史の話をさせていただきます。皆様方の知的好奇心をくすぐる話ができたら幸いに存じます。

写真は、1809年にイギリスで発明された炭酸飲料用のガラス瓶です。コルク栓が使われており、コルクの乾燥を防ぐために横にして使用されておりました。工業的に生産するガラス瓶炭酸飲料水はここから始まっております。古代ギリシャ、ローマで使用されていたというアンフォラにも似ております。アンフォラは柔らかい土に立てて使用されたようです。

清涼飲料水とは何でしょう。食品衛生法では、乳酸菌飲料、乳、乳製品を除くアルコール分1%未満の飲み物としております。たとえば、ノンアルコールビールは炭酸飲料の分類です。

清涼飲料水はいつごろからあるのでしょうか？伝説の類も合わせると、アダムとイブの時代には果実飲料を飲んでいたのではないかと、炭酸飲料は、クレオパトラがワインに真珠を溶かして飲んだものが最初ではないかと、メソポタミアの時代には、川の水を飲めるように加工していたのではないかと、などの話がありますが、古代エジプトにはガラス瓶があり、古代ギリシャにはコルクがあったように、これらの時代から清涼飲料水を構成するパーツが出来上がってきているようです。

さて、工業的な清涼飲料水の始まりということでは、1700年代後半からイギリスで炭酸飲料の製法が発明されております。その直後にスウェーデンで商業的な炭酸飲料の製造が始まり、アメリカでは炭酸水に果汁で味付けされた飲料ができております。また、同時時に冒頭お話し上げた「キュウリ瓶」や加熱殺菌法が発明されております。清涼飲料水を大量に流通させるベースが出来た時代と言ってよいでしょう。日本の清涼飲料水はといいますと、ペリーが「レモネード炭酸水」を持ち込んだところから始まります。レモネードを当時の日本人が「ラムネ」と聞き取り、ラムネの語源となっております。その直前には、イギリスで玉入りラムネ瓶が発明されており、ようやく瓶が立つようになりました。

そして、1860年代に横浜でのイギリス人によるラムネの販売、長崎で日本人による国内最初のラムネ販売が始まります。有名な三矢サイダーは、1880年代、兵庫県川西市平野で「三矢平野水」から始まっており、これが日本のミネラルウォーターの最初と言われております。

1890年代明治後期から大東亜戦争終結までは、現代につながる清涼飲料水のベースが出来た時代です。アメリカで発明された王冠が世界で普及します。日本も同様で、1900年代には王冠の国産化もされております。以来、王冠付はサイダー、ビー玉付はラムネと区別されるようになりました。また、この時代には、オレンジジュースのみかん水、1920年ごろにはコココーラの輸入、カルピス、ヤクルトなど中身が多様化します。清涼飲料水メーカーも約2700社存在したそうです。

戦後は、バヤリース、最初は進駐軍向け飲料として導入されたコココーラなど外資の本格参入が始まります。既存清涼飲料水メーカーの抵抗があったようですが、経済発展とともに広く普及していきます。同時に、ワンウェイの缶入りジュース、ポリエチレン容器、自販機などが登場し、大量消費時代とともに成長していきます。

1970年代にはいると、中身の多様化もさることながら、健康志向の商品、容器、自販機の活動が盛んになります。スポーツドリンクの登場、また、お金を出してお茶を買う時代がやってまいります。缶のステイオンタブ、省エネルギー自販機もこのころに登場します。

1990年代は、パワーマーケティングの時代です。各飲料カテゴリーにおいて大手各社がブランドを確立すべく、マーケティングを駆使し寡占化が進みます。

2000年代は成熟期にはいり、健康志向の広がりとともにミネラルウォーター、緑茶飲料、熱中症予防の機能性飲料が伸張します。

現代においては、少子高齢化、健康、生活防衛意識、安心安全、プレミアムのキーワードに見られる時代背景に応じた商品を各社販売し、熾烈な競争が展開されております。また、国内外で流通も含めた合従連衡の動きが加速しております。

このような流れを受けて、カテゴリー別の流通量の推移を見てみますと、最も多いのがコーラ、無色炭酸を含む炭酸飲料、2番目がミネラルウォーター、3番目コーヒー（中でも無糖、微糖が人気）、4番目緑茶飲料となっております。一方、フレーバー飲料のような、ミネラルウォーターのイメージをもった薄い甘みとフレーバーの新しいカテゴリー、だらだら飲みコーヒーのようにライフスタイルをとらえた新しい市場を作る商品も伸張しております。以上、清涼飲料水の歴史を簡単に見てまいりました。

その中で、サントリー社は1972年に飲料事業を開始、まもなくオレンジード50というヒット商品などとともに成長、カルシウム吸収に焦点をあてた鉄骨飲料、体から余分なものを「出す」斬新なコンセプトの「ダカラ」など、お客様のニーズをとらえたユニークな商品で事業規模を拡大し、今日では某C社に次ぐ販売シェアを持つまでにいたっております。そのシェア差は過去数十パーセントあったものが2017年度で5.9%まで縮小しております。我々は、日本の会社として、某C社以外で自国ナンバーワンのシェアをもつ世界初の会社になることです。

また、イギリスの「ルコゼード・ライビーナ」フランスの「オレンジーナ」、ニュージーランドの「フルコア」東南アジアの「セレボス」「ガルーダ」などを傘下とし、日本の飲料技術を現地に合った商品で展開しつつあります。

さて、清涼飲料を販売する流通は、コンビニ、スーパーなどありますが、自販機も重要な販売手段です。その自販機の栃木県の台数シェアは、なんとサントリー社は3番目です。真摯な研究開発のもと様々なニーズにお応えするよう開発された飲料を、是非とも皆様方の活動に役立てていただけないか、皆様方の活動をサポートできないかと常々考えております。自販機もロケーションに応じて様々なタイプに進化しております。是非ご活用いただけますようお願い申し上げます。

## 今日の食事



- ・ポークソテー
- ・ライス
- ・サラダ
- ・コンソメスープ

会報委員 後藤裕通委員長

写 真 渡邊 肇委員