

新興国市場で活気を見せる炭酸飲料

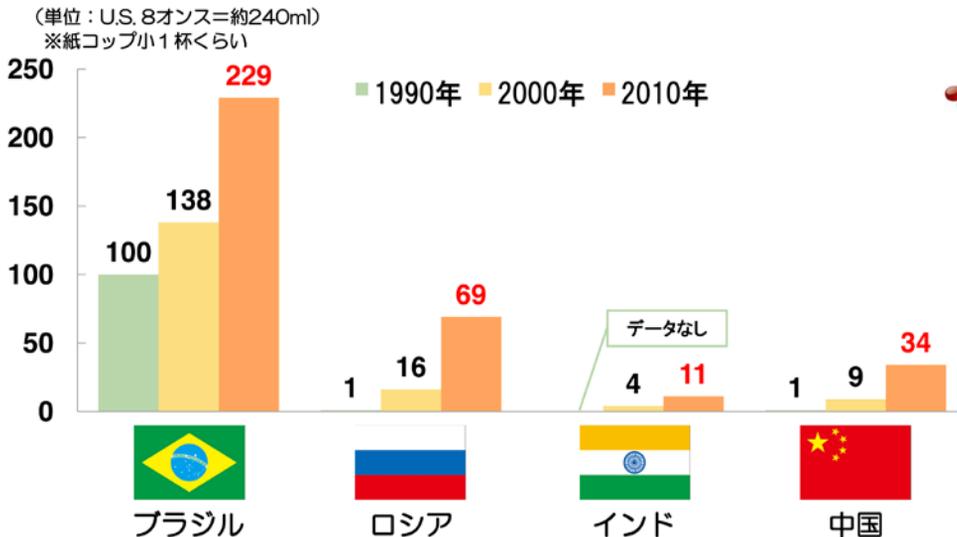
今年の夏も猛暑日が続いています。読得vol.35「増え続けるビール消費量」内で、先進国のビール消費量が伸び悩み、新興国が力強い成長を見せているとお伝えしましたが、これはビールに限った話ではありません。

ビール同様、夏場の消費拡大が見込まれるのが炭酸飲料です。近年の猛暑の影響で、日本国内の炭酸飲料の消費量は4年連続の伸びを見せました。しかし世界的に見ると、市場競争の激化などから先進国は伸び悩みや減少傾向が見られます。たとえばアメリカの2009年の炭酸飲料販売量は、5年前と比べて11%減少したそうです。

一方、著しい成長を見せているのがアジア地域をはじめとする新興国市場です。ペルーの清涼飲料大手であるアヘグループは「ビッグ・コーラ」をインドで発売しました。価格は競合各社よりも安く、インドのコーラ戦争が激化すると見込まれています。さらに、世界の炭酸飲料シェアの第1位である「コカ・コーラ」ブランドの2010年7～9月の販売量が、新興国で増加。前年同期比でロシアが34%増、ブラジルが14%増となりました。特にロシアは、通年でも約26%の伸びを達成しています。

今後、炭酸飲料市場の伸びが新興国の勢いを示すバロメーターにもなりそうです。

コカ・コーラ社製品の一人当たり消費量（2010年）



(出所) GSAM調べ

本資料は、情報提供を目的としてゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント株式会社(以下「弊社」といいます。)が作成した資料であり、特定の金融商品の推奨(有価証券の取得の勧誘)を目的とするものではありません。本資料に記載された過去のデータは将来の結果を保証するものではありません。本資料は、弊社において入手した信頼できると思われる資料に基づいて作成されていますが、弊社がその正確性・完全性を保証するものではありません。本資料に記載された市場の見通し等は、本資料作成時点での弊社の見解であり、将来の動向や結果を保証するものではありません。また、将来予告なしに変更する場合があります。本資料の一部または全部を、(I)複写、写真複写、あるいはその他いかなる手段において複製すること、(II)弊社の書面による許可なく再配布することを禁じます。<審査番号:55706.OTHER.MED.OTU>
© 2011 Goldman Sachs. All rights reserved.