

無料配布 ダイジェスト版 ご自由にお持ちください



ダイジェスト版

飲料産業に  
関わる  
すべての方へ

飲料総合専門誌 **ビバリッジ ジャパン**

月刊誌ビバリッジ ジャパンは

飲料産業の役に立つ情報を、毎月お届けしています

# 飲料総合専門誌 ならではの、

1978年創刊。

自社取材記者が独自の視点で

飲料業界の専門的な情報を報道する

## 飲料産業に関わるすべての方へ

1978年創刊のビバリッジ ジャパンは、飲料産業に関わる幅広い内容を総合的に取り扱う飲料総合専門の月刊誌です。

主な対象分野は炭酸飲料、果実・野菜系飲料、茶系飲料、コーヒー飲料、スポーツ・機能性飲料をはじめとする各種清涼飲料水、ミネラルウォーター類、牛乳・乳飲料類のほか、ビール系飲料、チューハイをはじめとするアルコール飲料等です。

また購読者は飲料メーカーをはじめ、パッカー、原材料、香料、添加物、プラントエンジニアリング、製造機器、容器包装、リサイクルなど関連産業、商社、官公庁、シンクタンク、証券会社など幅広い産業にわたっております。

弊誌は、飲料および関連産業に関わるみなさまのお役に立つ情報を編集方針として掲げ、長年の取材経験をもとに飲料の専門的な情報を豊富に掲載しております。

この機会に、ぜひご購読をご検討ください。

まずは、このダイジェスト版をご覧ください。

少しでも気になりましたら、お気軽に本誌の見本誌をご請求ください。

### NEW PRODUCTS

毎月発売される清涼飲料、アルコール飲料各メーカーの詳細な新製品情報と解説。

詳しくは  
P.10へ

飲

### 工場レポート・事例研究・新技術

最新の技術、充填ラインや製造工場を詳細にレポート。最新の飲料原料事情や技術・機器、展示会レポートなどを掲載。

詳しくは  
P.7へ

本誌を見本誌として1冊 **無料** で送付いたします。  
お気軽にお申し込みください。

[https://www.beverage-j.co.jp/dj\\_mihon.html](https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html)



# プロフェッショナルな情報をお届けします

## 特集／特別企画

容器、原料素材、市場動向などを飲料の総合的な視点から、製品開発・マーケティング等に役立つ特集を毎号掲載。

詳しくは  
P.4へ

## 海外事情

海外の飲料最新事情・原料等のリポートを現地取材し掲載。海外の飲料ニュースは毎号掲載。英国「FoodBev Magazine」誌の翻訳記事も毎号掲載。

詳しくは  
P.8へ

料総合専門誌 月刊ビバリッジジャパン

# Beverage Japan

## 市場動向・最新素材・技術

主要各社の単月のトピックスやマーケティングなどのテーマに沿った市場リポートを毎月掲載。

詳しくは  
P.6へ

## 統計資料・産業ニュース

飲料産業関連のニュースの紹介と解説を毎月掲載。飲料関連 20 種以上の最新統計資料も掲載。

詳しくは  
P.11へ

精力的な取材をもとに、豊富な図表や資料を使用し特集を組んでいます。

## 市場動向

### 2025年上期の清涼飲料市場総括

飲料市場は猛暑でも前年並み、いよいよ縮小に向かうか？

### 水、炭酸水、宅配水

成長が続く水、炭酸水、宅配水とブランド戦略

### 2025年上期ビール系飲料市場

値上げでRTDへ流出するビール系飲料、3年連続の上期前年割れで市場の行方は？

### 2024年の清涼飲料市場総括と 2025年の戦略

飲料産業を取り巻く環境の変化、2025年は分水嶺になるか？

## 原料・素材・ 技術

### 飲料の新製品開発——香料

成熟期を迎える飲料産業の持続的成長に向けた飲料開発の手がかりを探る

### 機能性飲料市場と機能性素材

制度改正とカテゴリー成長への影響を考える

### 飲料製造のための最新技術・機器

産業課題の現在と未来に応える最新の飲料技術

### フルーツ・野菜ジュース/ チューハイ・ノンアルコール飲料市場

果汁を高度に活用する時代の到来と高まる期待

## 容器

### PETボトル

物価高時代におけるPETボトル成形

### 紙容器

紙容器の進化とポストPETへの可能性を探る

### ガラスびん

さらに縮少する生産量とガラスびん産業

### 飲料缶

缶飲料の価値と役割を再考する



# 飲料の新製品開発—香料

## 成熟期を迎える飲料産業の持続的成長に向けた飲料開発の手がかりを探る

原材料・資材・エネルギーなどの価格高騰を受け、清涼飲料をはじめ食品全般で値上げラッシュが続いている。この値上げにより消費の二極化が進行し、特に大手ブランドは今夏の厳しい猛暑の恩恵を充分には得られなかった。

このことは当然ながら、飲料産業の成長の根幹である新製品開発にも甚大な影響を与えている。これまで飲料産業は新

製品の開発によって価値を創造し、カチゴリーや市場の拡大を実現してきたが、最近ではコストを最優先した開発姿勢が散見される。それだけに香料をはじめとした添加物や食品素材の利活用が重要だ。

本特集では、飲料や酒類の新製品開発を巡る香料の最新事情と、主要な香料会社による飲料開発の新提案などについてまとめた。



### 特集 2025年上期の清涼飲料市場総括

## 飲料市場は猛暑でも前年並み、いよいよ縮小に向かうか？

飲料市場が伸び悩んでいる。1～6月は2%減と鈍化定着。7月は猛暑となり、1～7月は前年並みに戻している。ただしこの数字はプライベートブランド(PB)の動向が含まれていないため、PBを含めるとわずかに前年超となった可能性がある。

飲料市場は「景気より天気」と指摘される。秀たマーケティング、製品開発、営業力があっても天気(好天)にはかなわない。しかし、2025年は「観測史上最も暑かった」7月でさえ気温増は限定された。

果たして、飲料市場はピークアウトしてしまうのだろうか？本号では、主要な飲料ブランドの1～7月の動向をまとめた。

#### 月別動向

伸びない理由の一つは、2024年の値上げの影響である。物価高騰による価格の引き上げは、PBとの競合や買い控えが見られた。さらに「令和の半値暴落」では飲料の優先順位が下がった。水よりもコメをよこせ。である。

以下は月別の概況をまとめたものだ。



#### 機能性表示食品制度は、事実上「更新制」へ移行

機能性表示食品は、2024年に明らかになった経路由来原料を含んだサプリメントによる健康効果の関与をめぐって規制の厳格化が進むことが見込まれる。2025年3月31日までに「機能性表示食品」の届け出受審が完了する。2025年4月1日からは改正機能性表示食品制度が施行される。2025年3月31日までに届け出受審が完了しない場合は、機能性表示食品としての要件を欠くこととなり、機能性の表示がなくなる。今後の対応は、機能性表示食品の届け出受審の厳格化により、届け出数が多い事業者ほど負担が増加する。そのため機能性表示食品の届け出受審は、消費者の安全・安心がより一層確保される。届出はさらに拡大していくことになる。

この自己申告については、「安全性および機能性の両方」「生産・製造および品質管理」「健康効果の検証」「効果の検証方法」「効果の検証方法」の観点から、届け出受審の厳格化が進むことが見込まれる。2025年3月31日までに届け出受審が完了しない場合は、機能性表示食品としての要件を欠くこととなり、機能性の表示がなくなる。今後の対応は、機能性表示食品の届け出受審の厳格化により、届け出数が多い事業者ほど負担が増加する。そのため機能性表示食品の届け出受審は、消費者の安全・安心がより一層確保される。届出はさらに拡大していくことになる。

#### 2.3 機能性表示食品(飲料)の届出受審件数と構成比(2015～2024年)

原料・成分	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	合計	構成比(%)
	動物油脂(酸化防止剤・ビタミンE・ビタミンC)	42	46	41	31	24	332
動物油脂(酸化防止剤・ビタミンE)	27	34	37	55	51	259	16.0
動物油脂	5	8	15	21	13	116	7.2
動物油脂(ビタミンE)	25	39	39	64	46	247	15.3
クエン酸	11	12	2	6	6	59	3.6
ローズヒップ酸・イリロサイド	5	7	9	6	9	51	3.2
方糖	6	3	7	6	7	37	2.3
HMPA	0	0	0	0	5	5	0.3
その他計	58	60	57	73	69	512	31.6
合計	179	208	207	252	230	1,618	100.0

※原料の重複は存在する。1単位につき1カウント 資料：消費者庁、産地：ビバレッジジャパン

の付与を義務化することで、機能性表示食品の届け出受審が厳格化される。2025年3月31日までに届け出受審が完了しない場合は、機能性表示食品としての要件を欠くこととなり、機能性の表示がなくなる。今後の対応は、機能性表示食品の届け出受審の厳格化により、届け出数が多い事業者ほど負担が増加する。そのため機能性表示食品の届け出受審は、消費者の安全・安心がより一層確保される。届出はさらに拡大していくことになる。

#### 2.4 機能性表示食品の届け出受審件数推移

年次	件数	うち飲料(%)	飲料シェア(%)
2015年	172	41	23.8
2016年	659	110	19.7
2017年	676	91	15.8
2018年	606	104	20.6
2019年	918	153	16.7
2020年	991	159	16.0
2021年	1,364	189	13.9
2022年	1,398	189	13.5
2023年	1,644	219	14.2
2024年	1,275	191	15.0
合計	9,303	1,446	15.5

この改正によって、機能性表示食品の届け出受審が厳格化される。2025年3月31日までに届け出受審が完了しない場合は、機能性表示食品としての要件を欠くこととなり、機能性の表示がなくなる。今後の対応は、機能性表示食品の届け出受審の厳格化により、届け出数が多い事業者ほど負担が増加する。そのため機能性表示食品の届け出受審は、消費者の安全・安心がより一層確保される。届出はさらに拡大していくことになる。

#### 機能性表示食品の届け出受審状況と変化

機能性表示食品市場は2015年の市場規模から成長を遂げ、2024年の市場規模は2015年の約10倍に拡大している。この成長を支えているのは、消費者の健康意識の高まりと、機能性表示食品の認知度の向上によるものである。特に、健康志向の高まりにより、消費者は健康効果を期待する商品の購入が増えている。また、機能性表示食品の認知度の向上により、消費者は健康効果を期待する商品の購入が増えている。また、機能性表示食品の認知度の向上により、消費者は健康効果を期待する商品の購入が増えている。

2024年8月23日付で実施された食品表示法の改正によりPRISMA2020準拠の厳格化が行われた。これは、機能性表示食品の届け出受審が厳格化される。2025年3月31日までに届け出受審が完了しない場合は、機能性表示食品としての要件を欠くこととなり、機能性の表示がなくなる。今後の対応は、機能性表示食品の届け出受審の厳格化により、届け出数が多い事業者ほど負担が増加する。そのため機能性表示食品の届け出受審は、消費者の安全・安心がより一層確保される。届出はさらに拡大していくことになる。

## 市場動向・最新素材・技術など連載記事

飲料関連の市場概況、マーケティング情報、最新の素材や技術のご紹介をしています。

### トレンド レビュー

食品ブランドの生活トレンドに対応する提案「時短」「節約」「タイパ」  
紅茶飲料にも無糖の波，茶系飲料屈指の多様性を活かせるか？  
オハヨー乳業，原点回帰で酪農業の価値向上へ

### マーケティング

最古の工場をジンの聖地へ整備（サントリー）  
「エビス」の新たな拡大策を発表（サッポロビール）  
地域に根ざす乳業の姿

### 新素材

多種多様なピアスタイルを実現するビール醸造用原料(セテイ)  
クチナシ青色素, CRL1505乳酸菌, イソマルトデキシトリンの  
最新情報(三栄源エフ・エフ・アイ)

### 新技術

最先端の試験機能を備えたラボを開設（Filtration Group）  
LED 殺菌が容器殺菌用として商業化，  
装置を搭載した充填機を発表（四国化工機）

### 市場概況・ その他レポート

**BJ Market report**  
市場概況を毎月掲載  
**事例研究：北海道とPETボトルリサイクル**  
北海道の飲料産業と地域事情  
**BJ Report：牛乳・乳飲料市場**  
減少する生乳生産と2025年度の主要ブランド戦略

本誌を見本誌として1冊 **無料** で送付いたします。

お気軽にお申し込みください。

[https://www.beverage-j.co.jp/dj\\_mihon.html](https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html)





## 海外事情

一般ビジネス誌ではあまり取り上げられない、アジア、ヨーロッパを中心とした現地の飲料事情や原料産地などを取材、レポートしています。また日本企業の取り組みなどもご紹介しています。

## 海外レポート

### Milne Fruit Products

日本の“グレープ”を育ててきたコンコードグレープ

### Austria Juice

欧州最大のリンゴ果汁メーカーが実践する“EES”と持続的農業

### カナダ，メープルウォーター

メープルウォーターが狙うプラントウォーターの世界最先端

### タイ飲料市場と日系飲料企業

ハウス&オソサファ，ビタミンC飲料市場の確立とこれから  
タイで成功する飲料関連産業

## International News

### 世界の飲料事情・製品・素材・技術などを毎月掲載

炭酸飲料の鮮度を維持するカプセル装置

発泡性プロテイン飲料を上市

子ども向け有機植物性ミルクを拡販

シヨーレ用シロップに SIG 社製紙容器

## BJ News Letter

再封可能な缶蓋の開発を強化

有機コンブチャが続々登場

子ども向け飲料にスポーツキャップ採用

## News From U.K.

### 英国「FoodBev Magazine」誌との提携による相互記事

当たり前前に潜む成長の“タネ”を模索する

ニッチ市場で競争優位性を確保するには？

伝統 × 新奇性で時代に勝負する新製品



本誌を見本誌として1冊 **無料** で送付いたします。

お気軽にお申し込みください。

[https://www.beverage-j.co.jp/dj\\_mihon.html](https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html)





# NEW PRODUCTS

製品の容器形状や容量などのバリエーション、価格、販売地域といった基本情報から開発背景、新容器についての解説、原料、栄養成分表記なども掲載。

## NEW PRODUCTS Beverage & Dairy

### 伊藤園

#### PETコーヒー拡充、海外同時発売の「LEMON GREEN」ほか

伊藤園は、「TULLY'S COFFEE」のPET製品を仕切り直す。また「おへいお茶」など無糖茶飲料6品、野菜系飲料、果汁入り飲料、乳性炭酸飲料、スープの計15品を全国で発売した。

▶「TULLY'S COFFEE

PLATINUM BITTER BLACK」「同PLATINUM WHITE LATTE」はコーヒの本格的な味わいを志向するユーザーに向けた

PETボトル入りコーヒー飲料。(16頁に続く)



### サントリー食品

#### 「特茶」ブランドの水など

サントリー食品インターナショナルは、「特水」を新発売したほか、「BOSS」のPETボトル入り紅茶、コラボデザインの缶コーヒーを投入した。また「スターバックス」はチルド製品のほか、初の自販機向け製品を投入した。すべて全国発売。(11頁に続く)



### キッコーマンソイフーズ

#### 本格ソイラテ、栄養強化豆乳ほか

キッコーマンソイフーズは、「クラフトソイ ソイラテ」「豆乳+食物繊維」「砂糖不使用 豆乳飲料 アーモンド」などを全国で発売した。

▶「クラフトソイ ソイラテ まるやかソイミルク」「同 ほろに

(14頁に続く)



### ダイドードリンク

#### 缶入りクッパ、濃厚紅茶ほか

ダイドードリンクは、秋冬向けに缶入りのスープとして、PETボトル入り紅茶飲料を投入した。このほかコラボデザインのフレーバーウォーターを発売している。すべて発売地域は全国。(14頁に続く)



### よつ葉乳業

#### 味わい特化型の発酵乳ほか

よつ葉乳業は、「デザートヨーグルトドリンク」「たんぱくリッチ0のむヨーグルト いちご」「北海道のむヨーグルト りんご&ゆず」「クリーム仕立て よつ葉バターキャラメルオレ」を10月1日から全国で発売した。

(20頁に続く)



### 明治 機能性ヨーグルトの新製品ほか

明治は、プロバイオティクスヨーグルトの新製品「ヘモグロビンA1c対策ヨーグルトドリンクタイプ」を発売した。このほか「ブルガリア」「乳ヘルシーボトル」「ザバス MILK PROTEIN」の新製品を投入している。すべて全国発売。

▶「ヘモグロビンA1c対策ヨーグルト



### ファーマフーズ

#### 育毛剤ブランド発の飲料

ファーマフーズは、「ニューモド」(内容量100ml、丸型耐熱PETボトル、オープン価格)を9月29日から全国発売した。店頭実勢価格は税別184円。容器供給は吉野工業所。製造はアビ損斐川工場。(18頁に続く)



## RTS Beer & RTD & Liquor & Wine

### バーの投入が相次ぐ

角ハイボール(利別158円)と500ml缶(同216円)を11月25日から期間限定発売。  
▶「こだわり酒場のレモンソー(みぞれモン)」は、レモン炭酸酒やレモン果汁(全果果汁を含む)を使用した。果汁分1%。アルコール分3%。品日はリキール(発泡性)。容器容量は330ml缶(税別159円)と500ml缶(同216円)。11月18日から期間限定発売。  
▶「ほろよい(ミックスフルーツ)」は、桃やバナナなどのフルーツを組み合わせて優しい味わいに仕上げたという。果汁分1%。アルコール分3%。品日はリキール(発泡性)。350ml缶入り。税別158円。11月11日から期間限定発売。  
▶「白角ハイボール」は濃佳率口のウイスキー(白角)の仕様を活かしたすっきりとした味わい。種別にはカボスを使用して心地よい余韻のある味わいを実現したという。無果汁。アルコール分6%。品日はリキール(発泡性)。350ml缶入り。税別178円。11月14日から期間限定発売。  
▶「酸化防止剤無添加のおいしいワイン(スパークリング)」は炭酸飲料を投入し、全国発売する。  
▶「196 無糖」は、期間限定フレーバー(ダブル赤ぶどう×ダブル白ぶどう)(河内発酵とみかん&グレープ)を発売する。ともにアルコール分7%。品日はスピリッツ(発泡性)。容器容量は330ml缶(税別158円)と500ml缶(同216円)。  
▶「ダブル赤ぶどう×ダブル白ぶどう」は、赤ぶどう・白ぶどう炭酸酒とブドウ果汁(2%)を使用した。12月21日発売。  
▶「河内発酵とみかん&グレープ」は、河内発酵・ミカン炭酸酒とグレープフルーツ果汁(1%)を使用した。11月4日発売。



期間限定を投入し、陣ハイボールを再発売する。いずれも全国発売。  
▶「水結 mottainai(キウイのみまご)」は、セブン-イレブン・ジャパンと協賛して期間限定。発売予定だった香川県特産で今年一季のような甘さが特徴のブランドキウイ「キウイのみまご」を使用した。果汁分0.2%。アルコール分4%。品日はリキール(発泡性)。容器容量は330ml缶と500ml缶。価格はオープン。9月24日から全国のセブン-イレブンなどで期間限定発売。  
品日は発酵を通じて「キウイのみまご」約16万個分にあたる約5.7トンのフードロス削減をめざしている。また、売上げ1本につき1円を日本の果実産家支援のために活用していくという。



▶「水結 無糖(利別)」は、相乗の果実味とすっきりした味わいを実現したという。果汁分0.3%。アルコール分7%。品日はスピリッツ(発泡性)。容器容量は330ml缶と500ml缶。価格はオープン。10月11日から期間限定発売。  
▶「水結(信州産シャインマスカット)」は信州産シャインマスカットを使用した。すっきりした爽やかな味わいに仕上げたという。果汁分0.2%。アルコール分4%。品日はリキール(発泡性)。容器容量は330ml缶と500ml缶。価格はオープン。10月11日から期間限定発売。  
▶「麒麟特製(和梨ソー)」は、主要のさっぱりしつつも上質で複雑な味わいを追求したという。無果汁。糖類・果汁分はゼロ。アルコール分6%。品日はリキール(発泡性)。容器容量は330ml缶と500ml缶。価格はオープン。11月11日から期間限定発売。

本誌を見本誌として1冊【無料】で送付いたします。お気軽にお申し込みください。

[https://www.beverage-j.co.jp/dj\\_mihon.html](https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html)



毎月の飲料産業のニュース、最新の統計資料に加え、年に2回新発売品の一覧表などを掲載しています。その他特集内容に沿った統計資料・一覧表などを掲載しています。

## 統計資料

### 豆乳等生産・出荷量

品名	2025年1～6月		2025年1～5月	
	25/24	25/24	25/24	25/24
豆乳	38,500	113.5	20,617	110.9
調製豆乳	52,040	107.5	27,038	105.1
豆乳 異物入り	2,553	107.7	8,409	105.8
飲料 その他	13,528	102.9	23,842	101.9
その他	2,945	117.3	7,811	120.8
合計	112,546	108.1	20,517	104.1
豆乳	38,553	113.7	21,468	110.5
調製豆乳	51,275	107.7	24,978	103.8
豆乳 異物入り	2,700	107.8	8,344	107.7
飲料 その他	13,404	103.9	24,050	103.0
その他	2,451	121.1	4,740	124.1
合計	110,886	105.3	20,546	106.5
豆乳	7,535	112.5	13,211	111.4
調製豆乳	8,270	105.0	15,415	100.2
豆乳 異物入り	478	105.7	728	106.9
飲料 その他	1,748	103.7	3,981	102.7
その他	875	108.9	1,585	113.2
合計	18,205	110.0	33,754	108.3

(注)生産・出荷量は、大豆100kg＝トン、全社平均  
 (出典：日本豆乳協会) ※表は四半期ごとのため、各値は前年と同じ。

### コーヒー生豆・砂糖・オレンジジュース・アルミニウム先物価格

品名	コーヒー生豆				砂糖				オレンジジュース				LME										
	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M									
11	400.35	4737	15.82	242.30	2,650.0	9.26	378.05	4.201	15.87	240.75	2,518.0	17	410.54	4,817	15.79	246.35	2,696.5	29	372.20	4,186	16.02	237.00	2,545.5
15	432.25	5,042	16.00	259.90	2,695.0	30	377.85	4.200	16.10	243.55	2,678.0	18	385.85	4,663	15.38	240.35	2,685.0	3	390.75	4,527	16.07	233.10	2,705.0
16	422.34	4,999	15.90	248.90	2,717.5	10	383.90	4.403	16.13	240.50	2,688.5	19	366.50	4,333	15.46	243.75	2,684.0	6	381.35	4,471	16.81	224.70	2,776.0
17	388.55	4,668	15.54	253.05	2,683.5	2	378.10	4.322	16.40	231.05	2,709.0	20	367.35	4,468	15.25	238.70	2,664.0	7	375.70	4,414	16.63	212.40	2,778.0
21	394.75	4,462	15.56	244.75	2,649.0	8	385.10	4.542	16.29	203.40	2,753.0	22	371.35	4,094	15.26	242.35	2,668.5	0	378.05	4,480	16.10	203.60	2,747.0
24	367.75	4,322	15.67	244.65	2,635.0	9	377.25	4.568	16.26	205.55	2,757.0	23	371.35	4,094	15.26	242.35	2,668.5	0	378.05	4,480	16.10	203.60	2,747.0

### コーヒーマ茶系飲料生産量

品名	2025年8月		2025年1～8月	
	25/24	25/24	25/24	25/24
コーヒーマ茶系飲料計	1,005,972	97.9	6,591,991	97.9
缶・びん類	83,353	106.3	7,746.8	107.4
PETボトル	822,559	96.3	5,379,513	97.0
コーヒーマ茶系飲料	317,952	101.5	2,124,680	99.9
乳酸飲料	99,061	103.1	694,691	104.7
清涼飲料	305,588	99.3	1,967,031	97.9
ウーロン茶飲料	39,675	105.0	271,667	114.5
その他飲料	87,881	96.7	1,096,677	106.1
その他茶系飲料	49,677	99.8	407,244	77.2

(単位：ML,%) (出典：農林水産省) ※表は四半期ごとのため、各値は前年と同じ。

### はっ酵乳・乳酸菌飲料類生産量 (計乳業)

品名	2025年8月		2025年1～8月	
	25/24	25/24	25/24	25/24
はっ酵乳(非乳業)	15,100	96.1	136,443	98.1
乳酸菌飲料(非乳業)	27,084	78.6	233,765	83.5
乳酸菌飲料(乳業)	23,168	76.8	220,604	82.1
乳酸菌飲料	1,516	114.3	13,161	115.7

(単位：ML,%) (出典：食品供給部) ※表は四半期ごとのため、各値は前年と同じ。

### 牛乳等生産量

品名	飲用牛乳等						
	牛乳	調整牛乳	学校給食用	加工乳・調整型牛乳	生乳	生乳(調整)	生乳(調整)
2025年8月	277,367 (96.3)	245,447 (96.9)	20,957 (94.7)	27,419 (102.3)	28,920 (94.0)	4,886 (97.0)	17,542 (91.4)
2025年1～8月	2,270,672 (99.3)	2,070,747 (99.5)	140,319 (98.1)	207,819 (99.2)	246,700 (95.6)	43,833 (97.7)	136,733 (93.0)

(単位：ML,%) (出典：農林水産省) ※表は四半期ごとのため、各値は前年と同じ。

### トール落札結果を公表

トール落札結果を公表。これにより前月の引取申込量は16万9,310トンとなり、2024年度の18万4,902トン、2023年度の20万3,455トンに比べて減少が続いている。

▶落札単価(加工平均) 落札単価、トールあたりは、2025年度下期が919.457円、2024年度下期が815.881円に比べて36,000円の下落、2023年度下期の926.881円に比べては26,804円の値上がりとなっている。

また、これらの価格は、ともに再牛乳調製業者(リサイクラー)が再牛乳への費用を支払って引き取る1有償落札となっている。

これにより2025年度の預引落札額は63,776円となり、2024年度の65,208円から大幅に下落した。それでも2023年度の62,444円に対しては1,332円の上昇となっている。

▶入札に登録した再牛乳調製業者数は、前年同期に対して1事業者増えた。2025年度下期は登録業者が34名、うち落札・契約は31名、2023年度下期は41名、37名。

再牛乳業者による入札率は、2025年度下期が6.18倍だった。2024年度下期は5.97倍、2023年度下期は6.23倍である。2025年度下期は登録業者数の増加が背景にあると考えよう。

### 有機酒類の輸出が解禁

農林水産省は、英国、米国、オーストラリア、ニュージーランドとの間で有機酒類の同等性が10月1日から発効することにもない、有機酒類などの輸出拡大に期待を寄せている。

今後は、英国と米国に有機AS認定を受けた有機酒類を有機(Organic)と表示して輸出できるようになった。また、英国、米国、オーストラリア、ニュージーランドにおいて認定を受けた有機酒類は、AS制度に基づいて有機などと表示することが可能になった。

有機酒類は2023年10月から有機ASの対象になったため、農林水産省と同視が前記4国と互いの有機酒類同等性について同等性を相互承認することを協議してきており、今回の合意に至ったという。

なお、オーストラリアとニュージーランドでは、第三者認証等の根拠に基づいて有機酒類を輸出する業者が認められている。

### オリオンビール 東京証券取引所に上場

オリオンビールは、9月25日に東京証券取引所プライム市場に新規上場した。この上場にもなって主要株主のファンドが保有する全株式を売却した。これにより、オリオンビールの株式は、

なお、2025年3月期の連結業績は、売上高が288億6600万円、営業利益が34億700万円、経常利益が34億4700万円、税金控除後に納税する当期純利益が73億1100万円。

2026年3月期の連結業績予想は、売上高が301億6000万円(前年比104.3%)、営業利益が34億7000万円(前年比104.3%)、経常利益が34億4700万円(前年比104.3%)、税金控除後に納税する当期純利益が73億1100万円(前年比104.3%)と見込まれている。

# 見本誌を無料で差し上げます!

飲料総合専門誌ビバリッジ ジャパンに興味をもっていただきありがとうございます。ダイジェスト版では詳細をご覧いただけないので、ぜひ一度、実際の本誌をご覧ください。無料で1冊送付いたします。



## 専用フォームからお申し込み

ホームページの見本誌申し込み専用フォームより、お申し込みください。

[https://www.beverage-j.co.jp/dj\\_mihon.html](https://www.beverage-j.co.jp/dj_mihon.html)

受付完了後、発送いたします。



## FAXからお申し込み

右欄に名刺を貼付していただくか、必要事項をご記入の上、FAX送信してください。受付完了後、発送いたします。

**FAX 03-3989-8727**

会社名	
部署名	役職
氏名	
住所	
TEL	

名刺貼付  
またはご記入ください

## 本誌購読者限定 電子書籍版ビバリッジ ジャパン

従来の紙の本誌での購読に加え、デスクトップ、スマートフォン、タブレットでの電子書籍版の閲覧が可能になりました！  
電子書籍版は本誌定期購読者限定サービスです。



## 定期購読のお申し込み

ビバリッジ ジャパンは書店でお求めいただけません。読者の方に直接お届けいたします！  
今すぐ定期購読をご希望の方はホームページ、またはお電話で。

ホームページ <https://www.beverage-j.co.jp>  
[定期購読申込みページ] よりお申込みください。



お電話 **03-3989-8707**

### 定期購読料

**1年間 (12冊) 本体価格 54,120円 (国内送料・消費税込)**

↑1冊ごとの購入より年間で**19,800円お得です!**

### バックナンバー

**1冊 本体 6,160円 (国内送料・消費税込)**

- 発行回数：月刊・毎月28日発行 (年間12回)
- 判型：A4/約100頁 (カラー・モノクロ)
- 販売方法：国内：直販のみ  
海外：指定代理店経由