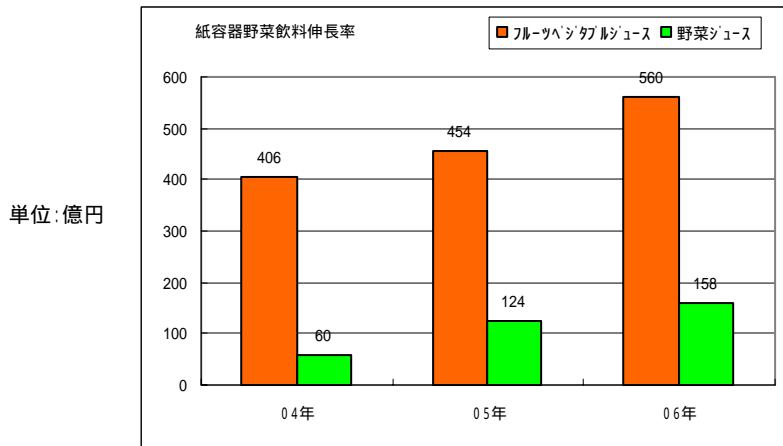


## < 野菜飲料市場動向 >

トマトジュースを含む、紙容器野菜飲料市場は、現在約 720 億円です。2006 年度は、消費者の健康志向の高まりと、各メーカーの積極的な新製品の投入などを背景に、市場が著しく拡大しました。2004 年度と比較すると、154%の伸長率を記録しました。特に、野菜ジュースの伸びは著しく、2004 年度と比べ、263%の伸長率となっています(図 1)

(図 1)



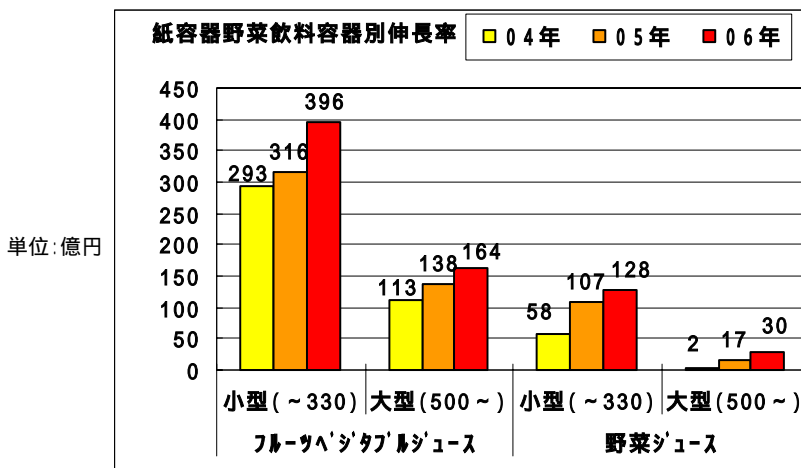
「フルーツベジタブルジュース」は、果汁を含んでいる野菜ジュースです。

出典: 食品マーカー

中でも、野菜ジュースにおいては 330ml までの小型の商品が著しく伸びています。(240%伸長 / 対 2004 年度) (図 2)

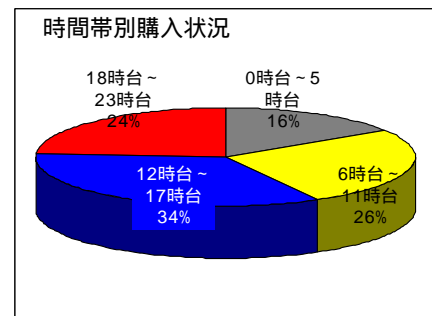
朝ごはんやお昼の時間帯に野菜ジュースを摂取する消費者が多いことから(図 3)、手軽さを消費者が野菜ジュースに対して求めているとも考えられます。

(図 2) 出典: 食品マーカー



(図 3) 出典: 食品マーカー

CVS 定点調査による「しっかりとれる濃い野菜」消費動向



小岩井乳業では、「濃い」をコンセプトに、1本で野菜1日の摂取目安量を超える野菜を摂取できる「小岩井 しっかりとれる 濃い野菜」を 2006 年より販売してまいりました。

野菜飲料市場の拡大と多様化にともない、各メーカーが様々な付加価値をつけた新製品を投入する中で、野菜の美味しさと栄養価の高さを主張した「濃い野菜」のブランド強化を目的に、野菜量を増量してリニューアル発売いたします。