

## 飲用酢カテゴリー2020年の動向

2020年もあと残すところ少なくなりましたが、普段の生活に様々な変化があった年になりました。その変化はさまざまな食品カテゴリーにも影響がありました。今回はその中でも飲用酢について取り上げてみたいと思います。

飲むお酢といわれると、ストローをさしてそのまま飲むブリックタイプ、好きな濃さに作ることができる希釈タイプ、ボトルタイプでそのまま飲めるストレートタイプなどがあります。それらの動向をrsSMデータを用いて調べてみました。

最初に、飲用酢カテゴリーの全商品の形態別のSKU数と飲用酢の金額PIを2020年の3月から8月までの期間で前年の同時期と比較をしてみました。

**図表1 飲用酢カテゴリーSKU数構成比（PBは除く）**

飲用酢SKU数

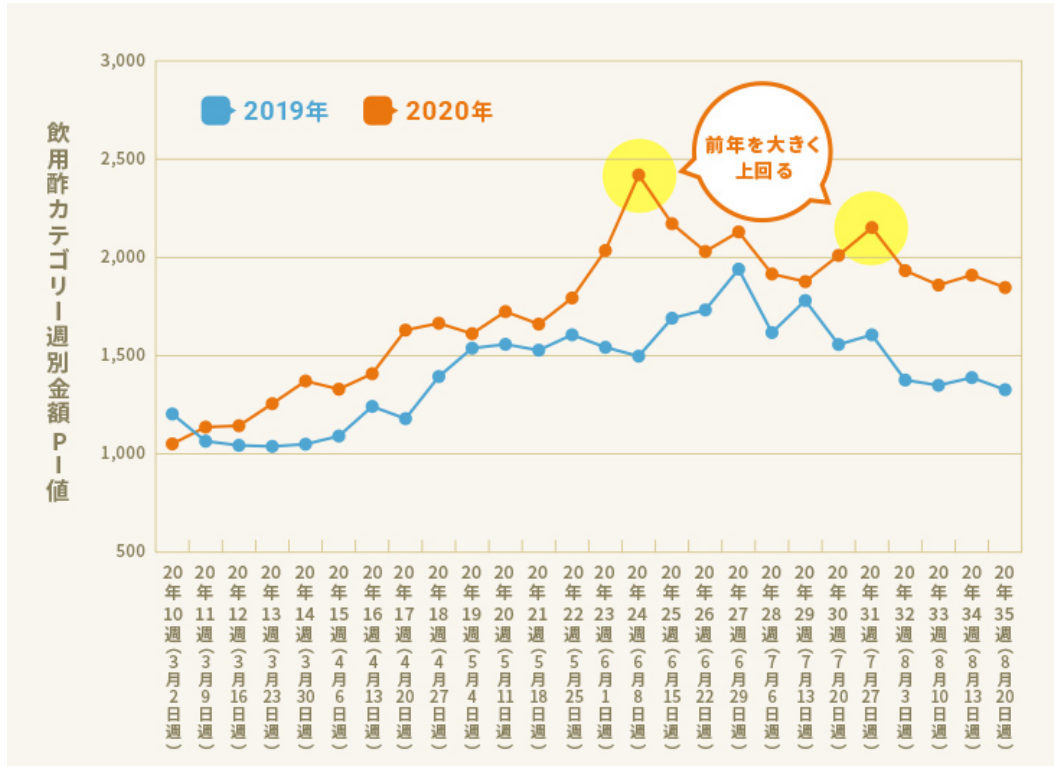
	ブリックタイプ	希釈タイプ	ストレートタイプ
2019年	26	84	29
2020年	32	88	34

飲用酢金額PI値（単位：円）

	ブリックタイプ	希釈	ストレート
2019年	239.0	604.9	489.8
2020年	249.7	805.1	557.5
前期比	104%	133%	114%

飲用酢全体では昨年に比べSKU数、金額PIともに増加しています。その中でも希釈タイプが大きな伸びを見せています。時系列でみると前年との変化はあったのでしょうか。

図表 2 週別金額PI値比較

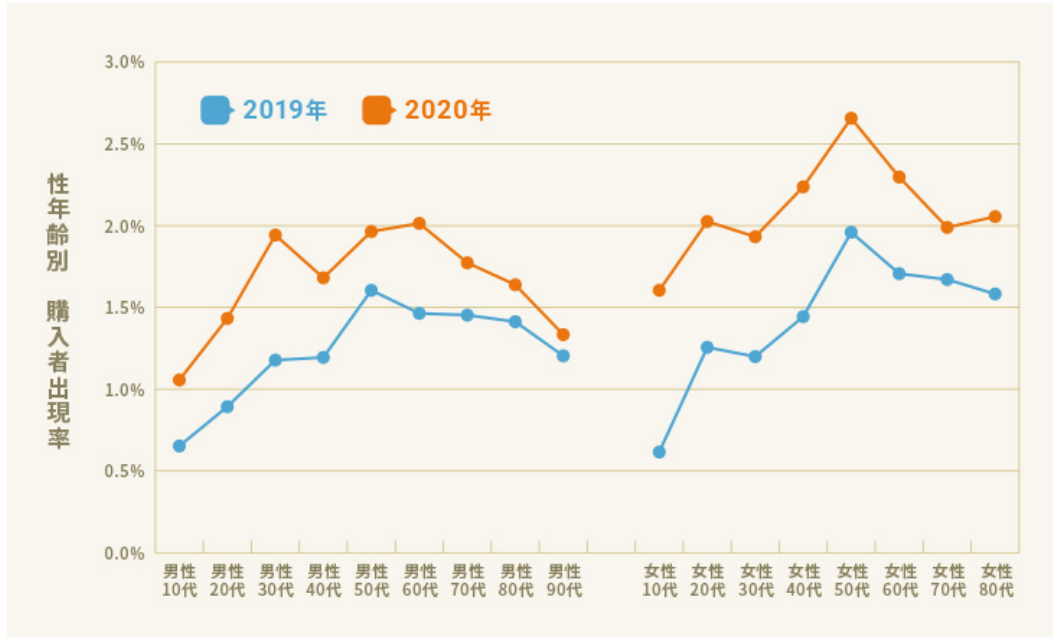


2020年は6月の初旬と7月の下旬に前年同週を大きく上回りました。ほぼすべての週で前年を上回り、いまだに前年を超えている状況です。

昨年を大きく上回った期間について、どのような購買行動があったのかを掘り下げていきます。

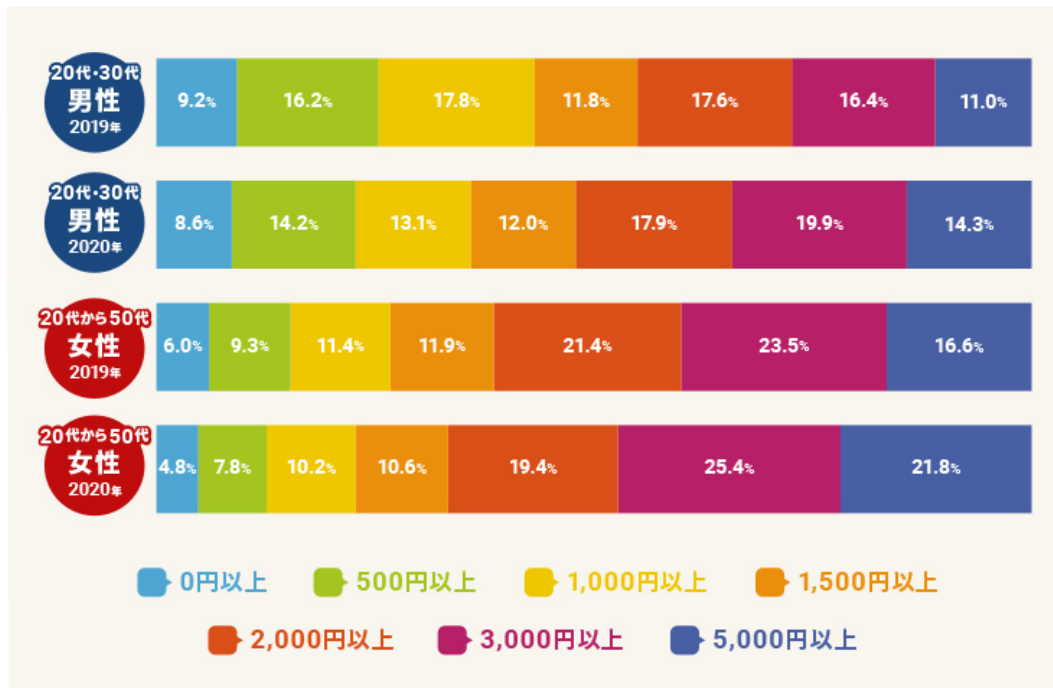
まずは飲用酔が大きく伸びた2020年6月の初旬から中旬と、7月下旬から8月初旬の期間の購入者について調べてみました。

図表 3 性年代別購入者出現率比較



男性では20代から30代、女性では20代から50代の購入者が増加し、昨年  
に比べ若いユーザーが出現するようになりました。次はこの年代についての買  
い物の中身をみていきます。

図表 4 バスケット単価比較



新たに出現した若いユーザーのバスケット単価はこれまでに比べ高いものとなりました。

飲用酢を購入するときの併買についても調べてみました。

全体の結果と、前述の20代、30代の男女に限定した時の2つのケースを調べてみます。

**図表5 飲用酢カテゴリー バスケット併買分析**

順位	全性年齢		20代・30代男女	
	カテゴリ	同時併買率	カテゴリ	同時併買率
1	野菜飲料	9.7%	野菜飲料	10.0%
2	豆乳	5.8%	ポン酢	3.3%
3	ミネラルウォーター	11.0%	ミネラルウォーター	15.9%
4	もずく	3.1%	豆乳	6.1%
5	乳酸菌飲料	13.6%	乳飲料	3.1%
6	即席味噌汁	3.2%	冷凍野菜	3.2%
7	ドレッシング	5.1%	味噌	3.5%
8	ふりかけ・お茶漬け	3.7%	ツナ	3.3%
9	即席スープ	3.2%	ミックスサラダ	4.3%
10	和風レトルト	3.7%	食用油	3.1%
11	味噌	3.4%	ふりかけ・お茶漬け	5.2%
12	ゼリー	6.3%	キウイフルーツ	6.2%
13	ヨーグルト	21.1%	ドレッシング	6.3%
14	海苔	3.3%	アボカド	4.0%
15	キウイフルーツ	6.0%	即席スープ	3.8%

※同時併買率3%以上、リフト値降順で表示

20代・30代の併買では、ミネラルウォーターとの同時併買率が全体よりも高くなりました。割材としてミネラルウォーター、炭酸水を購入する傾向が強い年代と考えられます。

新型コロナウイルスに関するコラム、レポートについては[特別コラム：コロナ緊急事態宣言解除後の購買行動の予測（中国文献調査を基に）](#)などでもご覧いただくことができます。ぜひご覧ください。