

今月はICOの4月コーヒーマーケットレポートの邦訳と全米コーヒー協会が調査した『2017年コーヒー消費傾向』の概要及びその関連記事をお届けします。



コーヒー価格を下げたのはコーヒー供給見通しの改善に伴うファンドの売りだった

ファンドがロングポジションを売り手仕舞った為、コーヒー価格は4月末大幅に下落した。2016/17年度上半期のコーヒー総輸出量は、前年度比4.8%増の60百万袋に上り、引き続き市場へのコーヒー供給は十分だった。ファンダメンタル情報がない中で、全般的な2017/18年度の生産見通しは明るい懸念材料がない訳ではない。

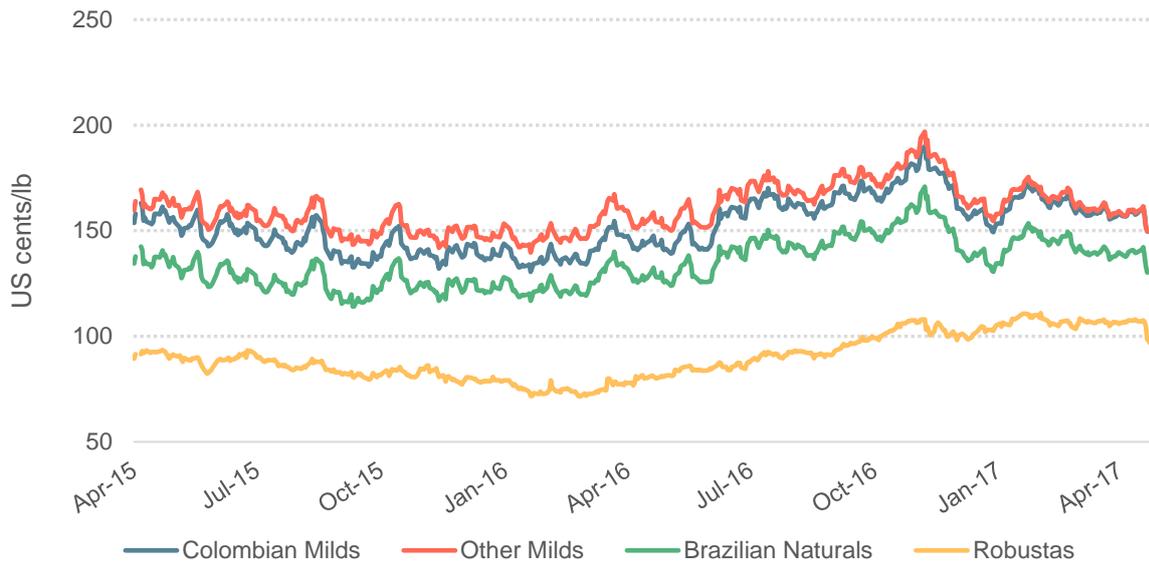
グラフ 1: ICO 日次複合指標価格



© 2017 International Coffee Organization (www.ico.org)

ICO複合指標価格の今月の平均価格は先月に比べ2.7%と大幅に下げ、130.39米セント/LBとなった。日次価格は4月前半僅かに上昇したが、4月20日から大きく下げ始め、4月27日には最安値となる122.25米セント/LBを付けた。4月末の日次価格は月初価格に比べ6.9%の下げとなった。

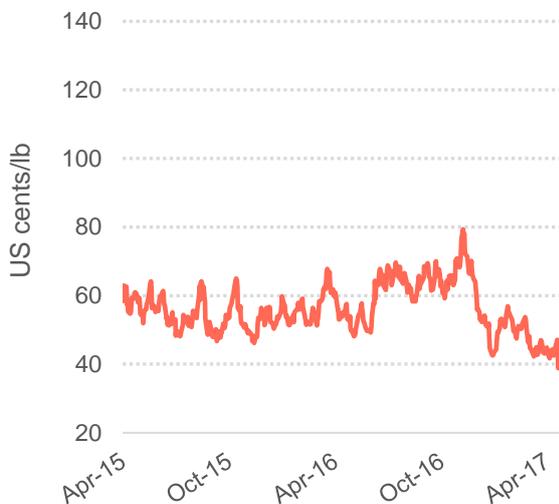
グラフ 2: ICO 日次グループ指標価格



© 2017 International Coffee Organization (www.ico.org)

3 アラビカグループは全て大幅に下落したが特に大きく下げたのはアザーマイルドアラビカで、先月に比べ3%下落した。コロンビアマイルド、ブラジルナチュラルの月間平均価格は夫々2.2%、2.6%下げた。コロンビアマイルドとアザーマイルドの価格差については、過去3年間以上ずっとコロンビアの方が安い状態が続いていたが、先月に比べ0.43米セント縮小し、この26か月間で最も小さくなった。ロブスタコーヒー価格も同じように下落し、月間平均価格は米セント103.58米セントとなり、先月比3%下げた。ニューヨーク先物市場とロンドン先物市場の価格差で測られるアラビカとロブスタのアービトラージは1%縮小し43.92米セントとなったが、これは2014年1月以来の最小水準である。

グラフ 3: ニューヨークとロンドン先物市場のアービトラージ



© 2017 International Coffee Organization (www.ico.org)

グラフ 4: ICO 複合指標価格の30日移動平均価格変動率



© 2017 International Coffee Organization (www.ico.org)

コーヒー価格が4月後半に突然大幅に下げたのは、主にヘッジファンドがそれまで積み上げてきたロングポジションを集中的に売り手仕舞ったことによるものである。この背景には世界のコーヒー市場に於ける供給見通しが徐々に改善してきたことがある。即ち、輸出量の大幅な増加と消費国に於ける在庫量の増加が相俟って供給懸念が払しょくされたことによる。コーヒー市場もその他穀物価格同様下げ圧力に晒されている。この動きは農業及び非農業コモディティーの供給増加見通しに伴う広範な価格下落と同じである。

2016/17年度上半期（10月～3月）の累計総輸出量は60百万袋（前年同期比4.8%増）となった。ブラジルナチュラル輸出量の2.4%の減少は、コロンビアとアザーマイルドの大幅な輸出量の増加で相殺される形となった。例えば、コロンビアは嘗てのサビ病危機を完全に克服し、生産量は1990年代前半の水準にまで増えている。同国の2016/17年度上半期輸出量は前年同期比10.3%増加した。アザーマイルドグループに属する生産国の輸出量は前年同期比16.6%増えた。

大量に輸出されたこれらのコーヒーが消費国で在庫として積み増されているのである。2016年12月末の輸入国のコーヒー生豆在庫量は23.5百万袋（2015年末は23百万袋）だった。在庫量は2017年第一四半期中に更に増え、在庫量記録を更新した輸入国もあるほどである。例えば米国の3月末の在庫量は6.7百万袋だったが、これは1994年以来の最高記録である。

2017/18年度の供給見通しは明るくなっている。ブラジル霜害及びベトナム少雨が2017/18年度収穫量に影響したとの当初の懸念は薄れている。しかし、ブラジルに於ける国内在庫が低水準にあることを考えると、これからの数か月間の天候異変は同国の供給懸念リスクとなるだろう。同様に小生産国であっても、ホンジュラスのような国でのサビ病勃発脅威も供給不安要因になり得るだろう。

グラフ 5: 輸入国のコーヒー生豆在庫量 (四半期)

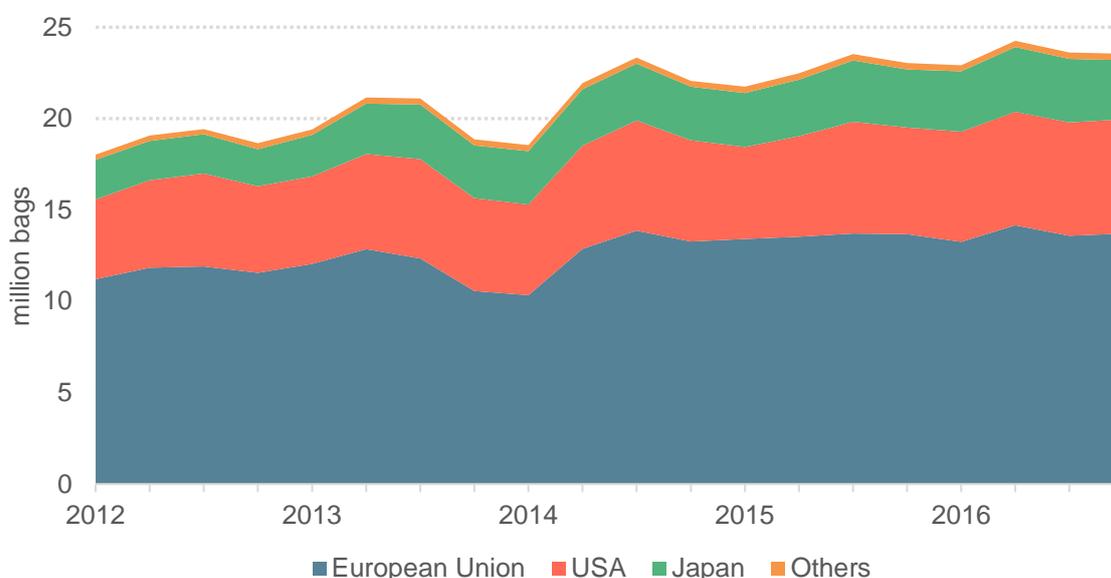


表 1: ICO 指標価格及び先物価格 (US cents/lb)

	ICO Composite	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas	New York*	London*
Monthly averages							
Apr-16	117.93	143.66	154.22	128.10	80.18	125.34	70.90
May-16	119.91	144.49	155.19	129.05	83.93	126.80	75.11
Jun-16	127.05	156.86	165.45	138.38	85.94	139.10	76.87
Jul-16	132.98	164.46	171.76	144.76	90.82	148.16	82.09
Aug-16	131.00	160.78	167.54	141.41	91.79	145.37	83.47
Sep-16	138.22	168.85	176.30	149.80	96.88	154.87	88.63
Oct-16	142.68	172.28	178.96	153.15	103.65	160.07	95.30
Nov-16	145.82	177.85	184.12	157.72	103.72	165.24	95.40
Dec-16	131.70	156.64	161.78	137.14	101.85	143.04	93.66
Jan-17	139.07	164.96	168.61	145.70	108.32	152.24	100.24
Feb-17	137.68	163.67	166.35	145.50	106.49	148.64	98.46
Mar-17	134.07	158.40	160.15	139.67	106.73	143.38	99.01
Apr-17	130.39	154.97	155.40	136.09	103.58	139.25	95.34
% change between Apr-17 and Mar-17							
	-2.7%	-2.2%	-3.0%	-2.6%	-3.0%	-2.9%	-3.7%
価格変動率 (%)							
Mar-17	5.4%	5.8%	5.7%	6.6%	5.6%	6.7%	5.9%
Apr-17	5.0%	5.4%	5.5%	5.9%	5.5%	6.4%	5.9%
Variation between Apr-17 and Mar-17							
	-0.5%	-0.4%	-0.1%	-0.6%	-0.1%	-0.4%	0.0%

* Average price for 2nd and 3rd positions

表 2: 価格差 (US cents/lb)

	Colombian Milds Other Milds	Colombian Milds Brazilian Naturals	Colombian Milds Robustas	Other Milds Brazilian Naturals	Other Milds Robustas	Brazilian Naturals Robustas	New York* London*
Apr-16	-10.56	15.56	63.48	26.12	74.04	47.92	54.44
May-16	-10.70	15.44	60.56	26.14	71.26	45.12	51.69
Jun-16	-8.59	18.48	70.92	27.07	79.51	52.44	62.23
Jul-16	-7.30	19.70	73.64	27.00	80.94	53.94	66.07
Aug-16	-6.76	19.37	68.99	26.13	75.75	49.62	61.90
Sep-16	-7.45	19.05	71.97	26.50	79.42	52.92	66.24
Oct-16	-6.68	19.13	68.63	25.81	75.31	49.50	64.77
Nov-16	-6.27	20.13	74.13	26.40	80.40	54.00	69.84
Dec-16	-5.14	19.50	54.79	24.64	59.93	35.29	49.38
Jan-17	-3.65	19.26	56.64	22.91	60.29	37.38	52.00
Feb-17	-2.68	18.17	57.18	20.85	59.86	39.01	50.18
Mar-17	-1.75	18.72	51.66	20.48	53.42	32.94	44.37
Apr-17	-0.43	18.88	51.40	19.31	51.82	32.51	43.92
% change between Mar-17 and Feb-17							
	-75.7%	0.9%	-0.5%	-5.7%	-3.0%	-1.3%	-1.0%

* Average price for 2nd and 3rd positions

表 3: 世界の需給バランス

	2013	2014	2015	2016*	% change 2015-16
生産量	152 130	148 724	151 438	151 624	0.1%
Arabica	90 163	86 151	88 273	95 204	7.9%
Robusta	61 967	62 572	63 165	56 419	-10.7%
Africa	16 243	15 987	16 229	16 353	0.8%
Asia & Oceania	46 461	45 666	48 967	43 110	-12.0%
Mexico & Central America	16 598	17 116	17 291	17 740	2.6%
South America	72 828	69 954	68 951	74 420	7.9%
消費量	149 032	151 822	155 712	155 100	-0.4%
Exporting countries	46 109	47 245	48 262	48 337	0.2%
Importing countries (Coffee Years)	102 931	104 577	107 450	106 763	-0.6%
Africa	10 595	10 739	10 745	10 774	0.3%
Asia & Oceania	30 714	32 602	33 665	33 669	0.0%
Mexico & Central America	5 158	5 240	5 311	5 237	-1.4%
Europe	50 169	50 907	51 802	51 544	-0.5%
North America	27 714	27 372	28 875	28 535	-1.2%
South America	24 682	24 962	25 313	25 341	0.1%
バランス	3 098	-3 098	-4 274	-3 476	-18.7%

単位：千袋

*推定値

表 4: 輸出国の総輸出量

	March 2016	March 2017	% change	October - March		
				2015/16	2016/17	% change
TOTAL	10 939	10 720	-2.0%	57 342	60 079	4.8%
Arabicas	6 607	6 624	0.3%	36 337	38 186	5.1%
Colombian Milds	1 238	1 266	2.3%	7 456	8 093	8.5%
Other Milds	2 243	2 593	15.6%	10 059	11 731	16.6%
Brazilian Naturals	3 126	2 765	-11.6%	18 822	18 363	-2.4%
Robustas	4 332	4 096	-5.4%	21 004	21 893	4.2%

単位：千袋

表 5: ニューヨークとロンドン先物市場の認証在庫量

	Apr-16	May-16	Jun-16	Jul-16	Aug-16	Sep-16	Oct-16	Nov-16	Dec-16	Jan-17	Feb-17	Mar-17	Apr-17
New York	1.58	1.53	1.48	1.45	1.45	1.42	1.44	1.42	1.40	1.45	1.49	1.53	1.58
London	2.78	2.64	2.53	2.45	2.37	2.32	2.28	2.38	2.39	2.73	2.80	2.85	2.87

単位：百万袋

—トピックス (1) —

2017年3月25日、全米コーヒー協会（NCA）は米国オースティン市で開催された年次総会において『2017年米国コーヒー飲用傾向』を発表しました。データは2017年1月中旬から下旬に13歳以上の男女3,252人からオンライン調査により集計したものです。主な調査結果をお知らせします。

- ①昨日コーヒーを飲んだ人の割合は全体の62%であり、2016年の57%から大幅に上昇した。一方、容器入り水を飲んだ人は55%（前年は48%）、紅茶は50%（前年は44%）だった。

- ②グルメコーヒー（グルメの豆を使用したレギュラーコーヒー、エスプレッソベースのグルメコーヒー、非エスプレッソグルメコーヒー、RTD グルメコーヒー製品）を昨日飲んだ人の割合は59%となり調査依頼初めてグルメコーヒーを飲む人の割合が50%を超えた。エスプレッソベースのコーヒーを飲んだ人の割合は24%となり前年の18%から大幅に上昇し、最も大幅に増加した。グルメ（スペシャルティ）コーヒーの豆から抽出したレギュラーコーヒーを飲んだ人の割合は16%となり前年対比2%の増加だった（一方、グルメではない普通の豆から抽出したレギュラーコーヒーを飲んだひとの割合は前年とほぼ変わらずの31%だった）。

- ③今年から非エスプレッソグルメコーヒーを調査の対象としたが、このカテゴリーに含まれるコーヒーは氷結ブレンドコーヒー（Frozen Blended Coffee）、水出しコーヒー（伝統的なアイスコーヒーではなく、数時間冷たい水に浸け抽出したコーヒー）、ニトロコーヒー（ガスを注入したアイスコーヒー）である。昨日コーヒーを飲んだ人でこのカテゴリーのコーヒーを飲んだ人の割合は10%である。先週コーヒーを飲んだ人の中での夫々の割合は、氷結ブレンドコーヒーが14%、水出しコーヒーが11%、ニトロコーヒーが3%となっている。

- ④先週コーヒーを飲んだ人の中でエスプレッソベースのグルメコーヒーを飲んだ人の割合が特に増えたのはラテコーヒーで、2016年に16%だったものが、今年は20%になった。2012年と比較すると8%増加している。

- ⑤グルメでないコーヒー豆から抽出したレギュラーコーヒーを飲んでいるのはシニア層である。昨日コーヒーを飲んだ60歳以上の人の中でこのコーヒーを飲んだ人の割合は42%で、18歳～24歳の層でこのコーヒーを飲んでいる人は21%しかいない。対照的に、グルメコーヒーとなると昨日コーヒーを飲んだ18～24歳の人の中で39%、25～39歳では50%がグルメコーヒーを飲んでいるが、60歳以上の層では34%となっ

ている。

⑥2017年に一杯取りコーヒー抽出器を所有している人の割合は33%で（昨年29%）、大幅に増加しているが、未だ抽出器を購入したいと考えている人が多いのでこの増加傾向は継続するだろう。

⑦コーヒーを何時飲むかについては、2012年には昨日コーヒーを飲んだ人の内87%が朝食時と答えたが、今年は80%に減った。時間帯が他に移ったということだが、朝食と昼食の間に飲んだ人が18%（2012年には15%だった）、午後に26%（同19%）だった。

⑧コーヒーを何処で飲むかについては、2012年には昨日コーヒーを飲んだ人の内84%が家庭と答えたが、今年はそれが75%に減った。家庭外で飲んだという人の割合は同期間に30%から40%に増加した。主に家庭外消費が増えた場所はカフェ、コーヒーショップ、ドーナツショップで、昨日コーヒーを飲んだ人の中でこれらの場所でコーヒーを飲んだ人の割合は2012年には9%に過ぎなかったが今年は18%になった。

⑨グルメコーヒー及び家庭外でのコーヒー消費が増えている背景には、2016年に比べ2017年に経済的に豊かになった消費者が増えたことが挙げられる。即ち全体の38%が半年前に比べ収入が増えたと答えており、昨年の32%に比べると個人的に豊かになったと感じている人の割合が増えているからで、昨年度の調査でも家庭外消費の増加と収入の増加には相関関係があることが示されている。

ートピックス（2）ー

全米コーヒー協会が『2017年米国コーヒー飲用傾向』に関して同社ホームページに掲載した記事ですが、同調査結果を踏まえ、今後米国コーヒー産業はどのように対処すべきかを紹介しています。

レギュラーコーヒーの団塊世代からグルメコーヒーの世代へ
：2017年コーヒー飲用傾向

2017年4月3日、全米コーヒー協会
全米コーヒー協会 Kyra Auffermann

今日飲まれているコーヒーは、『一杯のコーヒー』とも言えないかもしれない) 別物かもしれない。

3月25日に米国オースティンで開催された全米コーヒー協会総会で発表(Michael Edwards氏が発表)した最新の『2017年全米コーヒー飲用傾向』(<http://www.ncausa.org/Industry-Resources/Market-Research/National-Coffee> Drinking Trends-Report)によると、グルメコーヒー(別名スペシャルティコーヒー)の消費は技術革新(Innovation)により成長が促進されたとのことである。

最近の調査では、市場は高品質化(high-quality)、プレミアム飲料化(premium beverages)にシフトしており、この変化は若い年齢層がもたらしたものである。

コーヒー産業にとってこの変化は何を意味するのだろうか？

ここで最新データに基づいたコーヒーの消費傾向をご紹介します。

グルメ化

かつて典型的な『コーヒー』とは、伝統的パーコレーターで抽出されたものを朝食時に家庭の食卓で飲むものだった。しかし今やこれに仕事時間中にコーヒーショップで飲むものや、仕事が終わって帰宅時に駅の自動販売機で売られている瓶入りの水出しコーヒーも含まれるようになった。

67年間の全米コーヒー飲用調査史上で初めて毎日飲まれるコーヒーの半分以上(59%)がグルメコーヒーカテゴリーに分類されるものとなった(2012年には46%だった)。

伝統的なドリップ抽出によるコーヒーは未だ最も多い抽出方法ではあるが、かろうじてトップに留まったと言える状況である。事実、2017年調査では、毎日コーヒーを飲む人の中でドリップ抽出のコーヒーを飲む人の割合が初めて半分以下(46%)になった。飲用調査によると『米国民のコーヒー飲用にはこの変化が徐々にではあるが着実に起こっている』。

主要消費者(mainstream consumers)のプレミアム飲料の新しい傾向を反映させるために、2017年コーヒー飲用調査には新しいカテゴリーとして『エスプレッソベースではないグルメコーヒー』を加えた。この分野には水出しコーヒー(cold brew)、ニトロ注入コーヒー(Nitro)、氷結ブレンドコーヒー(frozen blended coffee)が含まれるが、これらは一般的に『スペシャルティコーヒー』の条件を満たしているコーヒーである。

これらのコーヒーを飲むのは主に35歳以下の年代層であり、コーヒー産業にとっては長期間に亘る成長機会の見込める分野といえる。若い世代の一人当たりのコーヒー消費量はシニア世代に比べ少ないかもしれないが高品質なコーヒーを飲む傾向がある。

彼らはそれを明らかに違った形で飲んでいる。

何処にいても、何時でも

2017年全米コーヒー飲用傾向（NCDT）によると、家庭外消費の方が多く46%になった。

コーヒーを飲む場所の傾向は年齢層に関係している。即ち、65歳以上では圧倒的に多くの人が家庭内でコーヒーを飲んでいる。一方、35歳以下の人たちでは三分の一近くの人がコーヒーショップやドーナツショップで飲んでいる。

（Michaelsh氏は発表時に、若年層が家庭内でコーヒーを飲むのは主に『パソコンの前』だと言っていたが確かにそうだろう）

若年層の家庭外でのコーヒー飲用機会の増加は、彼らが新しい飲料や流行に触れる機会が多いので新しい味や製造法に興味があるからだろう。

ここで重要なことは、飲用場所の変化は彼らの好みの問題ではなく、(WiFiに頼る)モバイル生活スタイル (mobile lifestyle) が増えているということである。即ち彼らは仕事をしている場所でコーヒーを飲むということである。こうなると場所の選択肢は広くなり、より『良い場所』とは簡単に容易に飲める場所ということになる。即ち、消費者がいる場所で待機せねばならないということである。

メーカーにとって消費者がよく来る場所で新しい飲料や抽出方法を紹介するというのはいくつの戦略機会になりうるだろう。ここで彼らがプラス評価する(positive)作法 (rituals) を強調し、革新技术を紹介し、高品質をアピールするのである。消費者はコーヒーを実利の為に我慢して飲むものとは考えてはいない、彼らはおいしいコーヒーを小さな贅沢として飲むもの、更には祝う (celebrate) ために飲む (そしてインスタグラムに投稿する) ものと考えているのである。

飲料製品 (RTD) の販売準備はできていますか？

一杯取りコーヒー抽出は簡便さと品質の融合が消費者に広く受け入れられてきたが、2017年調査でも2番目に多い抽出方法であった。

我々はまた、お気に入りの味が楽しめるコーヒー (café taste on demand) として飲料製品 (ready to drink products) の販売が増加するのを目の当たりにしている。

コーヒー飲料製品を最も飲んでいるのは13~18歳の年代層である。しかし、より多くの消

消費者がサードウェーブ文化に触れる機会が増えており、ニッチ飲料からより多くの人に飲まれるメインストリーム飲料にシフトする傾向が続いている。これは小さなメーカーの製品がより広い消費者に飲まれる可能性があるということで、グルメコーヒー飲料が今まで全く知らなかった人々に紹介されるということである。

一般的に若い世代は自分のコーヒーを抽出することに自信を持っていない。Edwards 氏によると一杯取り抽出器を使用する人は、紹介されている一つの抽出方法しか知らないという人の割合が多い。そして、13 歳～24 歳の年代の消費者はいくつかの別の抽出方法を紹介しているコーヒーを買う傾向が増えているようである。

更に、飲料製品 (RTD) 市場には、水出しコーヒー (cold brew) から缶入りエスプレッソコーヒーまで若い人にアピールするグルメコーヒー製品が並んでいる。しかし、一杯取り抽出器は家庭での利便性のニーズは満たしているが、提供しているのは主に伝統的レギュラーコーヒーであり、スペシャルティコーヒーメーカーが提供する製品との間にはマーケットギャップがある。

コーヒーと健康

コーヒー飲用の健康面での効果については、肝臓を守る機能があるということから認知機能が改善する機能があることまで、多くの科学的成果が報告されている。また昨年、世界保健機関の国際癌研究機関 (IARC) はかつて例のない分類替えをコーヒーについて行った。即ち、コーヒーについて発がん物質があるとは分類しないとだけでなく、ある種の発癌リスクを軽減するというのである。

しかし、このような事実にも拘わらず、消費者の間ではコーヒー飲用と健康の関係への意識が弱くなってきている。即ちコーヒーが健康に良いという話を聞いた人は 16%のみであり、2015 年の 20%に比べると減少しているのである。そして 66%がカフェイン消費を減らすことに関心があると答えている。

コーヒー飲用がもたらす (多くの) 健康的恩恵を、消費者・医療関係者双方に機会ある毎にアピールすることはコーヒー産業にとり重要だと思われる。

以上