

「今年の夏、「カップ氷」が大ヒット商品に」

上海対外経済貿易大学、埼玉大学修士課程を経て、上海桜葉情報諮詢有限公司に入社。これまでに埼玉県と香川県の「上海ビジネスサポートセンター」を担当。豊富な経験を基に、対中投資・中国市場販路開拓をサポート。



コーヒーを氷が入ったカップに入れれば、アイスコーヒー、グレープジュースと炭酸水を入れれば、さわやかな気分になれる炭酸グレープジュースを作ることができます。そんな便利な「カップ氷（氷杯）」が、暑さが厳しい今年の夏、アイスクリームやペットボトル飲料、ミルクティと共に、人気商品となっています。

生鮮スーパー「盒馬鮮生」だけでなく、ローソンやtoday、セブンイレブンなどのコンビニで、農夫山泉などのメーカーのカップ氷が3.5-9.9元（1元は約22.2円）で販売されています。

中には「蜜雪冰城」のように1円でネット販売して大反響となったが、供給が追いつかず、店に取りに行ったのに商品がなく返金されるといったトラブルも発生しました。



【上海市内のセブンイレブンで販売されている「カップ氷」】

市場で販売されているカップ氷には大きく分けて2タイプがあります。水だけを使って作られた氷が入っているタイプと、コーヒー味やフルーツ味の氷が入っているタイプです。味付きの氷が入っている「カップ氷」のほうがやや値段が高くなっています。データによると、「カップ氷」購入者の主力は若者で、4割近くが00後（2000年以降生まれの人）です。

スーパー、コンビニ等が「カップ氷」の販売に参入し、全国デリバリーの販売数は6月から上昇し、前年同月比208%増となりました。7月、上海、北京、杭州の「カップ氷」消費量はトップ3にランクされ、深

センのデリバリー数は前年同月比8倍以上、温州、ハルビン、東莞などの都市の増加率も500%以上となりました。

一方、「カップ氷」の売れ行きは、アルコール飲料などの売上を牽引する役割を果たしています。コーラ、水、ビールなどの組み合わせが最も売れていて、「カップ氷」と果物・野菜飲料のデリバリー数は前年同期比320%増加しました。ビールなどのアルコール飲料デリバリー数も前年同期比約300%増加しました。

「カップ氷」が大ヒット商品となっているのは、主に若者のライフスタイルが変化しているからだと言われています。以前なら、中国では冷たい飲み物は好まれず、夏でも温かいドリンクもしくは常温のドリンクを飲む人がほとんどでした。しかし、若者のライフスタイルが変化し、今では氷が入った冷たいドリンクが人気となっています。その影響で人気商品もカップ氷へと変化しているのでしょう。

また、カップ氷は、コーヒーや各種ドリンク、お酒などと、好んで組み合わせることができ、自作の冷たいドリンクを飲んで、暑い夏を涼しく過ごしたいという若者のニーズにもマッチしています。さらに、有名ブランドが関連商品を打ち出してトレンドをリードし、ソーシャルメディアが追い風となって、オシャレなドリンクとしてより多くの若者がそれを購入しています。

参照（中国語記事）：

- ①「カップ氷」が社会現象を引き起こすアイテムになった
- ②「カップ氷」が価格競争を引き起こす？
- ③「氷+X」が小売店の夏の成長を一気に加速させる