

茶系飲料の食機会数、9年で3%増

紅茶は18%減、外食・中食市場全体で

<外食・中食 調査レポート>

2024年8月20日

サカーナ・ジャパン株式会社

(エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更)

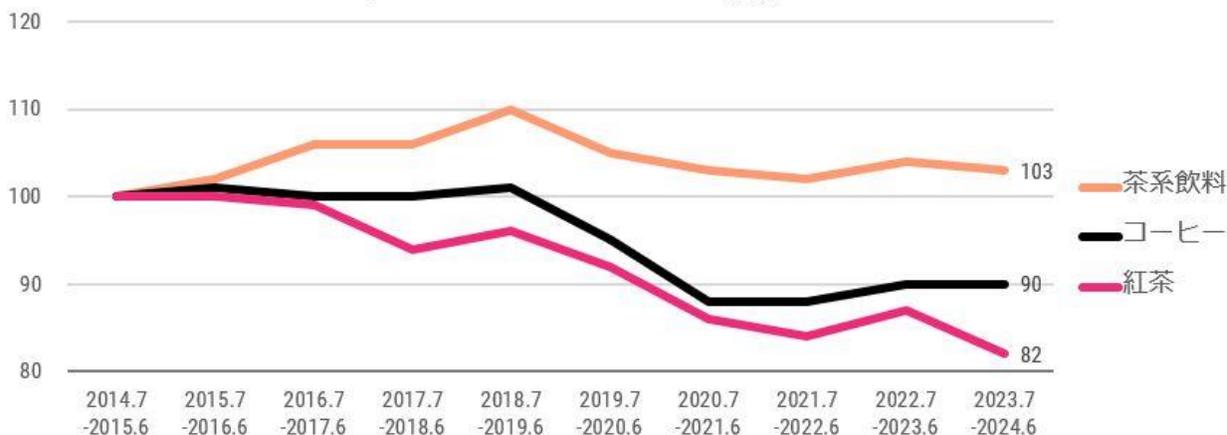
外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、2023年7月-2024年6月計の外食・中食全体における飲料の分析レポートを2024年8月20日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。2023年7月-2024年6月計の外食・中食全体における飲料の食機会数は、9年前比で、コーヒーは10%減、紅茶18%減、茶系飲料計で3%増でした。

茶系飲料の食機会数、9年で3%増、紅茶は18%減

2023年7月-2024年6月計の外食・中食全体における茶系飲料、紅茶、コーヒーの食機会数の9年間推移をみると（図表1）、コーヒー（カフェラテなども含む）は2014年7月-2015年6月を100としたとき、90で、9年前比で10%減少しました。コロナ禍で外食が減少したことが要因です。近年、力を入れている企業が多い紅茶は、同82で9年前比18%減でした。コロナ前から減少傾向でした。一方で、茶系飲料計（日本茶、麦茶、中国茶、紅茶、ハーブティー、その他のお茶の合計）は、9年前比3%増でした。

【図表1】外食・中食全体における、茶系飲料、紅茶、コーヒーの食機会数推移
(2014.7-2015.6を100とした場合)



*茶系飲料=日本茶、麦茶、中国茶、紅茶、ハーブティー、その他のお茶の合計
*コーヒー=ブラック、ミルク入り、カフェラテ、カプチーノなどを含む

出典：Circana, CREST®

サカーナ・ジャパン フードサービスディレクターである、東さやか（あずま・さやか）は、次のように話します。「コーヒーチェーンがティーブランドを押し出し、ティー専門店をオープンしたり、コンビニチェーンが入れたての紅茶を提供するマシンを導入したりするなど、紅茶、お茶には注目が集まっています。紅茶単体では、残念ながら外食・中食の食機会は減少していますが、茶系飲料トータルとしては伸びています。コーヒーは、比較的40代以上の中・高年層によく飲まれるので、将来の市場縮小が心配されるため、若年層に向けて茶系飲料に力を入れるのはよいことだと思います。その際、紅茶だけでなく、お茶飲料全般としてお茶の種類・飲み方のバラエティの提案が欠かせないと言えるでしょう。」

***1** [CREST®](#)

外食・中食市場において「いつ、誰が、どこで、何を、どのように食べ、どの程度満足したか」など消費者のあらゆる喫食動態データを1年365日、消費者から収集し、年間13万を超えるサンプル数を元に分析できる情報サービスです。外食市場規模、中食市場規模、客数を業態、セグメント別に把握可能です。世界13か国で実施。

詳細 URL: <http://www.npdjapan.com/service/food.html>

■ 本件に関するお問い合わせ先

サカーナ・ジャパン株式会社

担当：東（あずま）さやか

〒108-0023 東京都港区芝浦 3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL : 03-5798-7663

Email : circanajapan.info@circana.com

■ 会社概要

会社名 サカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更）

英名 Circana Japan Ltd.

設立年月日 2003年 4月 31日

所在地 〒108-0023 東京都港区芝浦3-6-5 Biz Feel 田町 2F

TEL (03) 5798 - 7663

資本金 80,000,000円

所属団体 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

代表者 ケビン・ソー