

報道関係各位

2022年2月2日
株式会社クロス・マーケティング

年代差がみられる「コーヒー好き」20代では4割に留まる こだわり派は半数が「ハンドドリップで」

－コーヒーに関する調査（2022年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「コーヒーに関する調査（2022年）」を実施しました。近年は自宅内外問わず、コーヒーの楽しみ方の幅が広がっているように感じます。そのような状況で、コーヒーの好き嫌いや飲み方・入れ方はどのようになっているのでしょうか。今回は「コーヒーを好きな度合い」「普段のコーヒーの飲み方」「自宅でのコーヒーの入れ方」「おすすめのコーヒーショップやカフェ/楽しみ方やこだわり/コーヒーのお供」について聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220202coffee/>

■調査結果

- ✓ “コーヒー好き計”は62.4%。「市販のものをよく飲む」が42.1%と最多で、「豆選びや入れ方にもこだわる」人は8.5%。上の年代ほどコーヒー好きの割合も高く、若年層は苦手な人も多い結果に。

「コーヒー好き計」は男性68.0%、女性で56.7%と、男性の方がコーヒー好きの割合が高い。また年代別で見ると、年代が上がるほどコーヒー好きの割合も上昇。〈図1〉

- ✓ 最も多い飲み方は「ホット/ブラック」（44.5%）、次いで「ホット/ミルク・牛乳・砂糖入り」（42.6%）。

年代別で見ると、「ホット/ブラック」は年代が上がるにつれ割合が高くなっている。20代は「アイス/ブラック」の割合がほかの年代に比べて高い。〈図2〉

- ✓ 自宅での入れ方は「インスタントコーヒー」「市販のドリップパックコーヒー」「コーヒーメーカー」がTOP3。

ただし、“豆選びや入れ方にもこだわりがある”人では全体の傾向と異なり、「ハンドドリップ」が最も多く5割を超えている。こだわり派は手間をかけて入れ、コーヒータイムを楽しんでいる様子がうかがえる。〈図3〉

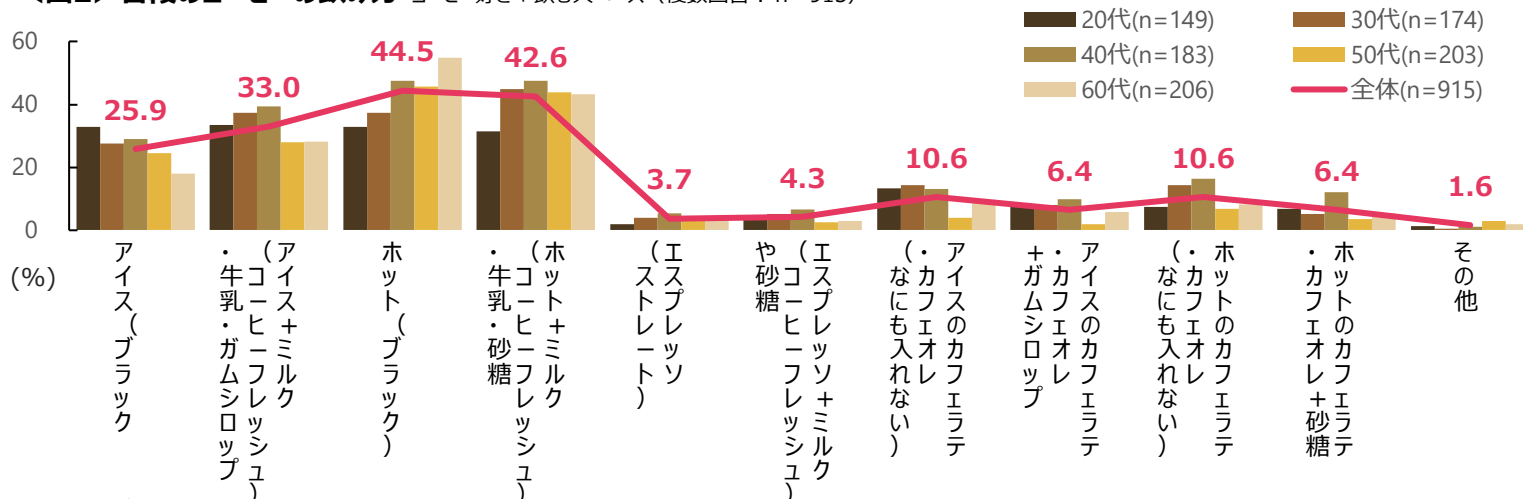
- ✓ おすすめのコーヒーショップやカフェは「スターバックス」「ドトール」「コメダ珈琲店」が多くあげられた

また、おすすめの楽しみ方やこだわりは「シナモンを入れる」「はちみつを入れる」といった味のアレンジ系から、「自家焙煎の店で豆を買う」「デロンギのコーヒーメーカーで入れる」といった豆選びやコーヒーメーカーへのこだわりもあがった。〈図4〉

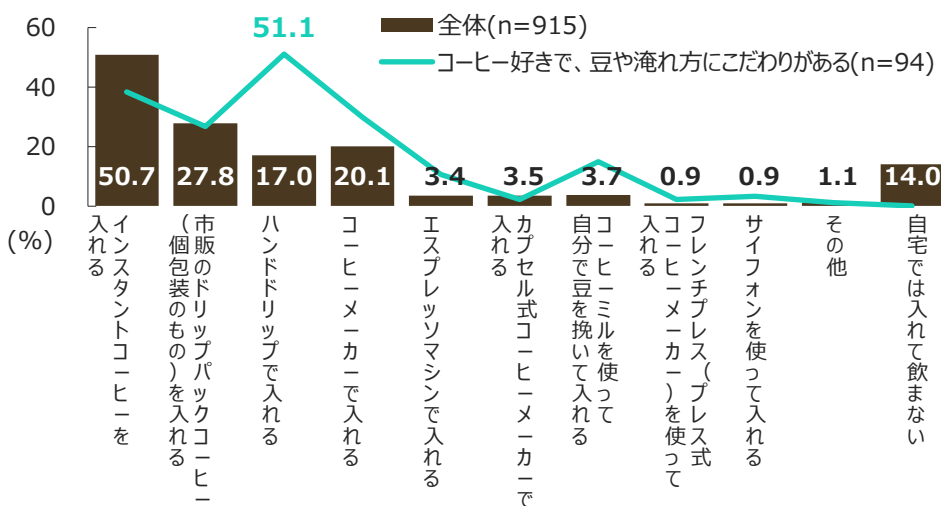
〈図1〉コーヒーを好きな度合い（単一回答、n=1,100）

(%)	コーヒーは好きで、豆選びや入れ方にもこだわりがある	コーヒーは好きで好きなカフェやメーカー・銘柄がある	コーヒーは好きで市販のものをよく飲んでいる	コーヒーは好きだがカフェインの取りすぎを考えて控えている	コーヒーは飲むが眠気覚ましや気分転換・カフェイン摂取が目的	コーヒーは好きではない（飲めない）	コーヒー好き・計
全体(n=1,100)	8.5	11.7	42.1	7.6	13.2	16.8	62.4
男性(n=550)	9.3	10.0	48.7	5.5	13.6	12.9	68.0
女性(n=550)	7.8	13.5	35.5	9.8	12.7	20.7	56.7
20代(n=220)	6.8	6.8	30.5	8.2	15.5	32.3	44.1
30代(n=220)	6.8	15.5	35.9	8.6	12.3	20.9	58.2
40代(n=220)	8.6	10.5	43.6	7.7	12.7	16.8	62.7
50代(n=220)	8.6	11.4	50.5	6.4	15.5	7.7	70.5
60代(n=220)	11.8	14.5	50.0	7.3	10.0	6.4	76.4

＜図2＞ 普段のコーヒーの飲み方*コーヒー好き+飲む人ベース（複数回答：n=915）



＜図3＞ 自宅でのコーヒーの入れ方*コーヒー好き+飲む人ベース（複数回答：n=915）



＜図4＞ おすすめのコーヒー、こだわりなど（自由回答）

■ おすすめのコーヒーショップやカフェ

- ・スターバックスコーヒー、ドトール（全性年代）
- ・コメダ珈琲店（男女40～60代）
- ・星乃珈琲店（女性40～60代）

■ おすすめのコーヒーの楽しみ方やこだわり

- ・自家焙煎の店で豆を買う（女性40代）
- ・デロンギのコーヒーマシンで入れる（男性20代）
- ・注ぎ口の細いポットで高い位置からお湯を注ぎ、最後に蒸らす（女性30代）
- ・ハチミツを入れて飲む（女性50代）
- ・シナモンを入れる（男性50代、女性40代）

■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- コーヒーを好きな度合い
- 普段のコーヒーの飲み方
- 自宅でのコーヒーの入れ方
- おすすめのコーヒーショップやカフェ、おすすめのコーヒーの楽しみ方やこだわり、コーヒーのお供にしているお菓子やスイーツ、食べ物

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220202coffee/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティングセルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2022年1月28日（金）～1月31日（月）
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞ 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」