

生活衛生関係営業の生産性向上にむけて

Report

消費者動向②：喫茶店営業編

— 調査結果報告書 —

目次

項目	ページ
調査概要	2
調査結果 2021年調査と2018年調査の比較	3
利用頻度	4
1人1回あたりの利用金額	5
3年前と比較したコーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用頻度の変化	6
行きつけの喫茶店・カフェに通う理由	9
喫茶店・カフェを選ぶ際の情報源	10
初めて利用する喫茶店・カフェに求める情報	11
まとめ	13
参考 2021年調査における店舗利用頻度の変化	16

調査概要

調査方法

インターネット調査

調査地域

全国

抽出方法

楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニター、かつ、2018年実施調査の回答者より抽出

有効回収数

本調査：7,817サンプル（外食：2,764サンプル／卸：2,242サンプル／サービス・施設：2,811サンプル）

集計対象

調査結果 2021年調査と2018年調査の比較

→2018年実施調査で最近3年以内に喫茶店・カフェの利用経験があると回答した
20～60代の男女（1,949サンプル）

参考 コロナ禍における消費者意識・行動 → すべての回答者（7,817サンプル）

調査期間

2021年4月28日～2021年5月12日

調査 実施機関

実査：楽天インサイト株式会社／分析：株式会社日本能率協会総合研究所

調査結果

2021年調査と2018年調査の比較

利用頻度

Point

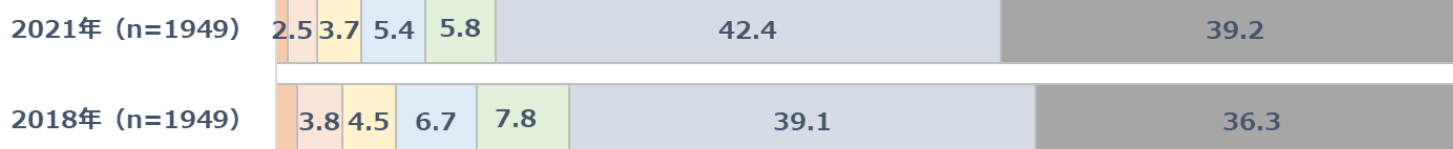
- 午前中は「それ（2～3カ月に1回程度）以下」42.4%、「利用しない」39.2%の割合が高い。昼から夕方は「それ（2～3カ月に1回程度）以下」の割合が最も高く58.0%。夜は「利用しない」の割合が最も高く48.3%。
- 2018年から2021年にかけて、「昼から夕方」「夜」で利用頻度が低下している。

【設問文】あなたは普段どのくらいの頻度で喫茶店・カフェを利用していますか（テイクアウトを含む）。（単一回答）

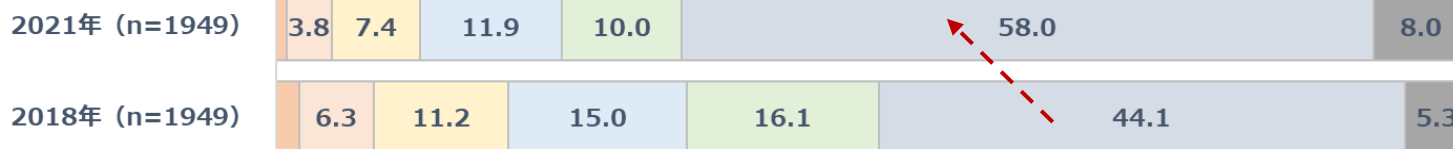
■ 週3回以上 ■ 週1～2回程度 ■ 月2～3回程度 ■ 月1回程度 ■ 2～3か月に1回程度 ■ それ以下 ■ 利用しない

0% 20% 40% 60% 80% 100%

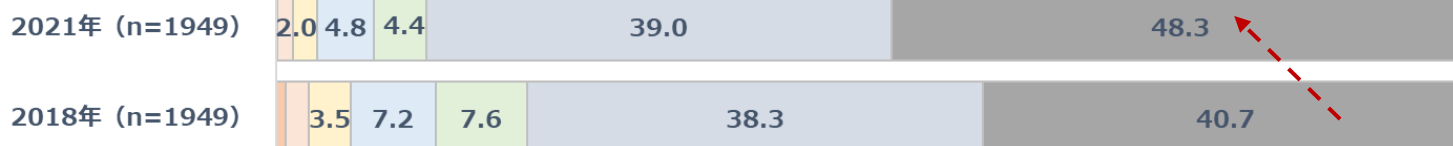
午前中



昼から夕方



夜



1人1回あたりの利用金額

Point

- 午前中は「300～500円未満」の割合が最も高く42.7%。昼から夕方は「500円～800円未満」の割合が最も高く36.3%。夜は「500円～800円未満」28.8%、「300～500円未満」27.3%の割合が高い。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

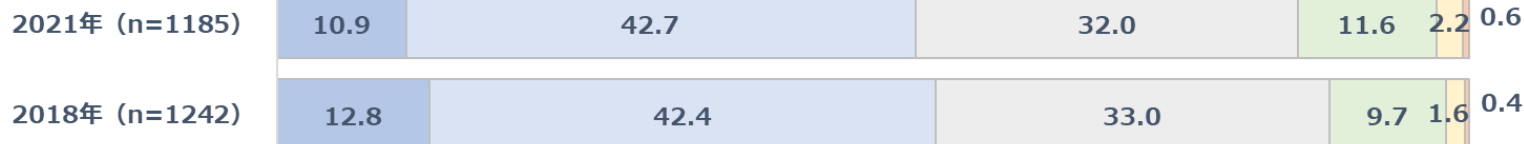
【設問文】あなたは喫茶店・カフェの利用1回あたりどのくらいの金額を出していますか。スイーツ・パン・食事等も含めて1人あたりの平均的な支払額をお答えください。（単一回答）

<集計対象：喫茶店・カフェの利用頻度について、「週に3回以上」～「それ以下」と答えた回答者>

■ 300円未満 ■ 300～500円未満 ■ 500～800円未満 ■ 800～1,000円未満 ■ 1,000～1,500円未満 ■ 1,500円以上

0% 20% 40% 60% 80% 100%

午前中



昼から夕方



夜

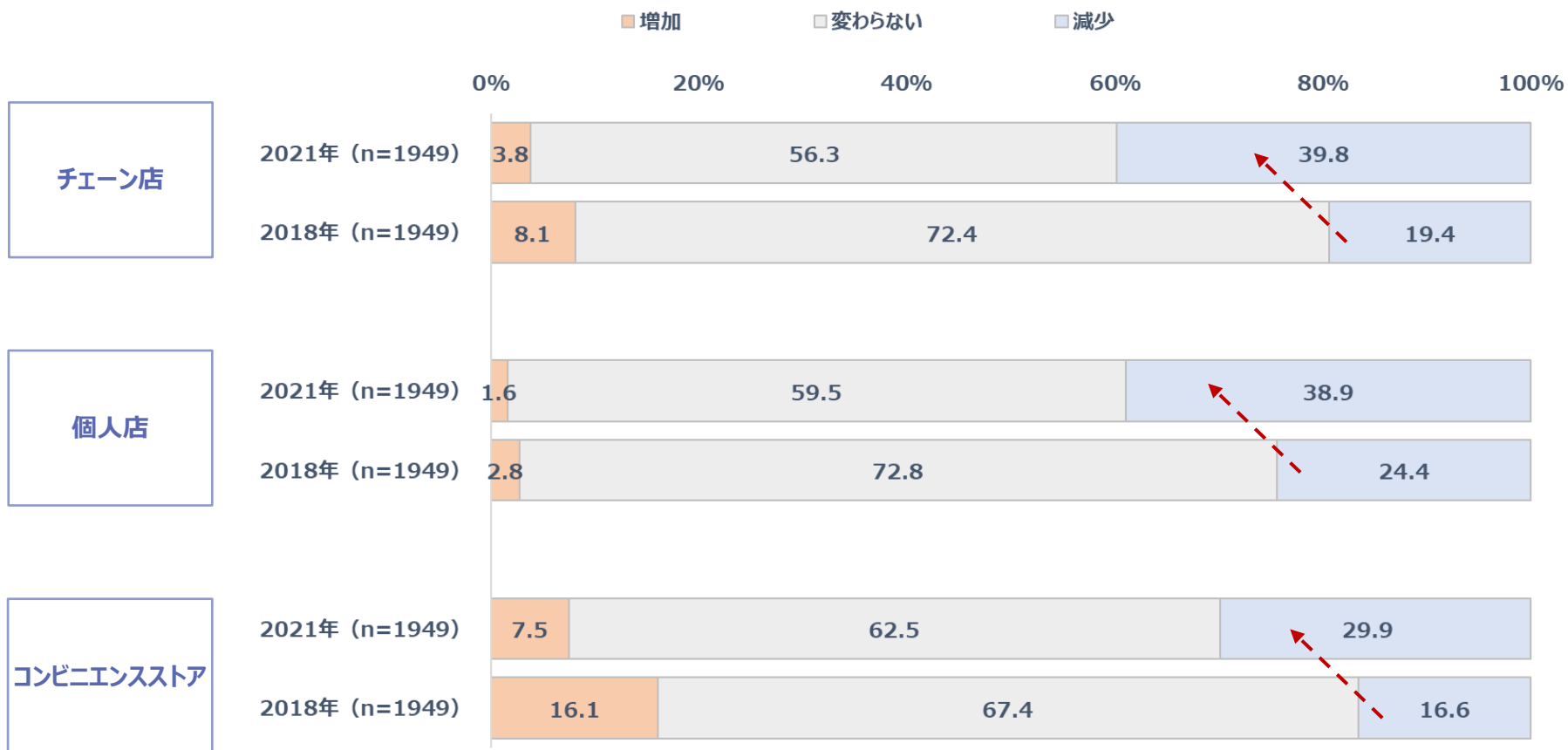


3年前と比較したコーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用頻度の変化

Point

- チェーン店、個人店、コンビニエンスストアいずれも「変わらない」の割合が最も高く、次いで「減少」の割合が高い。
- 2018年以前から2021年にかけて、チェーン店、個人店、コンビニエンスストアいずれも利用頻度は低下傾向を示している。

【設問文】コーヒー・紅茶・ソフトドリンクについて、3年前と比較して、利用頻度は変化しましたか。（単一回答）



コーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用頻度の変化：性年代別

Point

- 性年代別にチェーン店、個人店をみると、いずれもどの区分においても「減少」の割合が増加しており、利用頻度は低下傾向を示している。

【設問文】コーヒー・紅茶・ソフトドリンクについて、3年前と比較して、利用頻度は変化しましたか。（単一回答）

利用頻度【チェーン店】：減少

性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=185)	30.8
	2018年 (n=251)	13.9
男性40-69歳	2021年 (n=883)	36.6
	2018年 (n=817)	20.2
女性20-39歳	2021年 (n=150)	34.7
	2018年 (n=191)	19.9
女性40-69歳	2021年 (n=731)	47.1
	2018年 (n=690)	20.4

利用頻度【個人店】：減少





性年代	調査年	%
男性20-39歳	2021年 (n=185)	31.9
	2018年 (n=251)	17.9
男性40-69歳	2021年 (n=883)	36.5
	2018年 (n=817)	25.5
女性20-39歳	2021年 (n=150)	32.7
	2018年 (n=191)	23.6
女性40-69歳	2021年 (n=731)	45.0
	2018年 (n=690)	25.8

コーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用頻度の変化：性年代別

Point

- 性年代別にコンビニエンスストアをみると、どの区分においても「減少」の割合が増加しており、利用頻度は低下傾向を示している。

【設問文】コーヒー・紅茶・ソフトドリンクについて、3年前と比較して、利用頻度は変化しましたか。（単一回答）

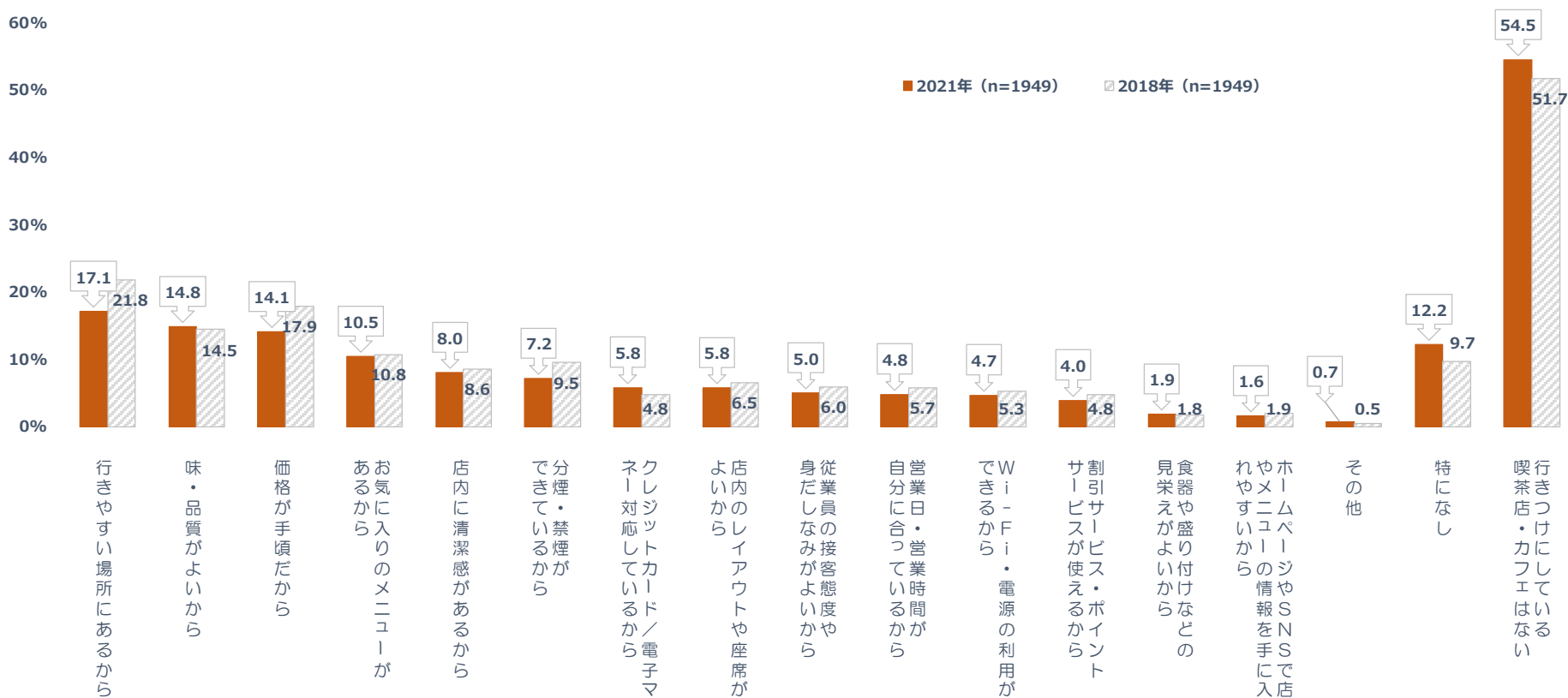
利用頻度 [コンビニエンスストア] : 減少			
性年代	調査年		%
男性20-39歳	2021年 (n=185)		25.4
	2018年 (n=251)		12.0
男性40-69歳	2021年 (n=883)		27.4
	2018年 (n=817)		16.5
女性20-39歳	2021年 (n=150)		26.7
	2018年 (n=191)		17.3
女性40-69歳	2021年 (n=731)		34.7
	2018年 (n=690)		18.1

行きつけの喫茶店・カフェに通う理由

Point

- 「行きつけにしている喫茶店・カフェはない」の割合が最も高く54.5%。次いで「行きやすい場所にあるから」17.1%、「味・品質がよいから」14.8%、「価格が手頃だから」14.1%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたが行きつけにしている喫茶店・カフェに通う理由をお答えください。（複数回答）

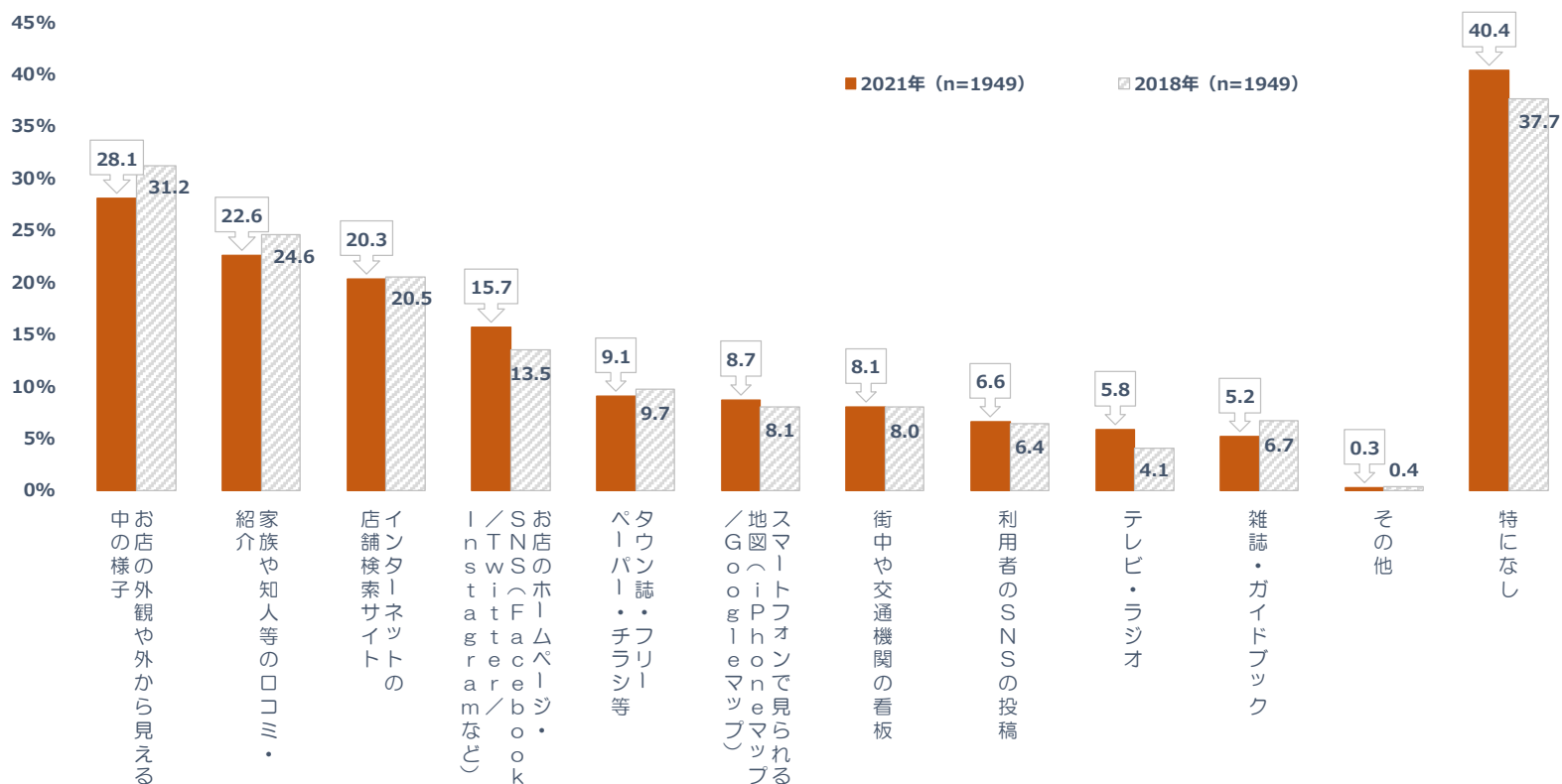


喫茶店・カフェを選ぶ際の情報源

Point

- 「お店の外観や外から見える中の様子」の割合が最も高く28.1%、次いで「家族や知人等の口コミ・紹介」22.6%、「インターネットの店舗検索サイト」20.3%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたは喫茶店・カフェを検討する際に、どのような情報源を活用していますか。（複数回答）

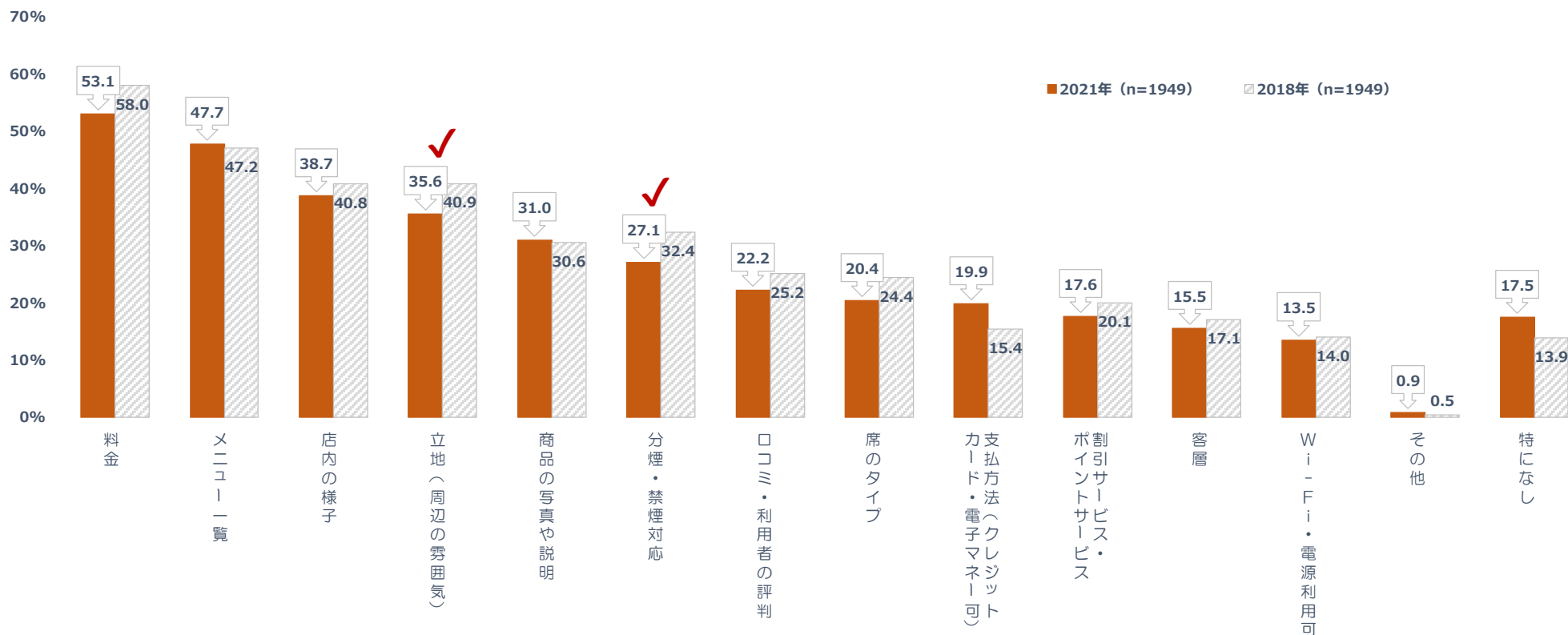


初めて利用する喫茶店・カフェに求める情報

Point

- 「料金」の割合が最も高く53.1%、次いで「メニュー一覧」47.7%、「店内の様子」38.7%。
- 2018年から2021年にかけて、「立地（周辺の雰囲気）」「分煙・禁煙対応」の割合が減少している。

【設問文】あなたは、初めて利用する喫茶店・カフェであっても、どのような情報があると入りたい／入店しやすいですか。（複数回答）

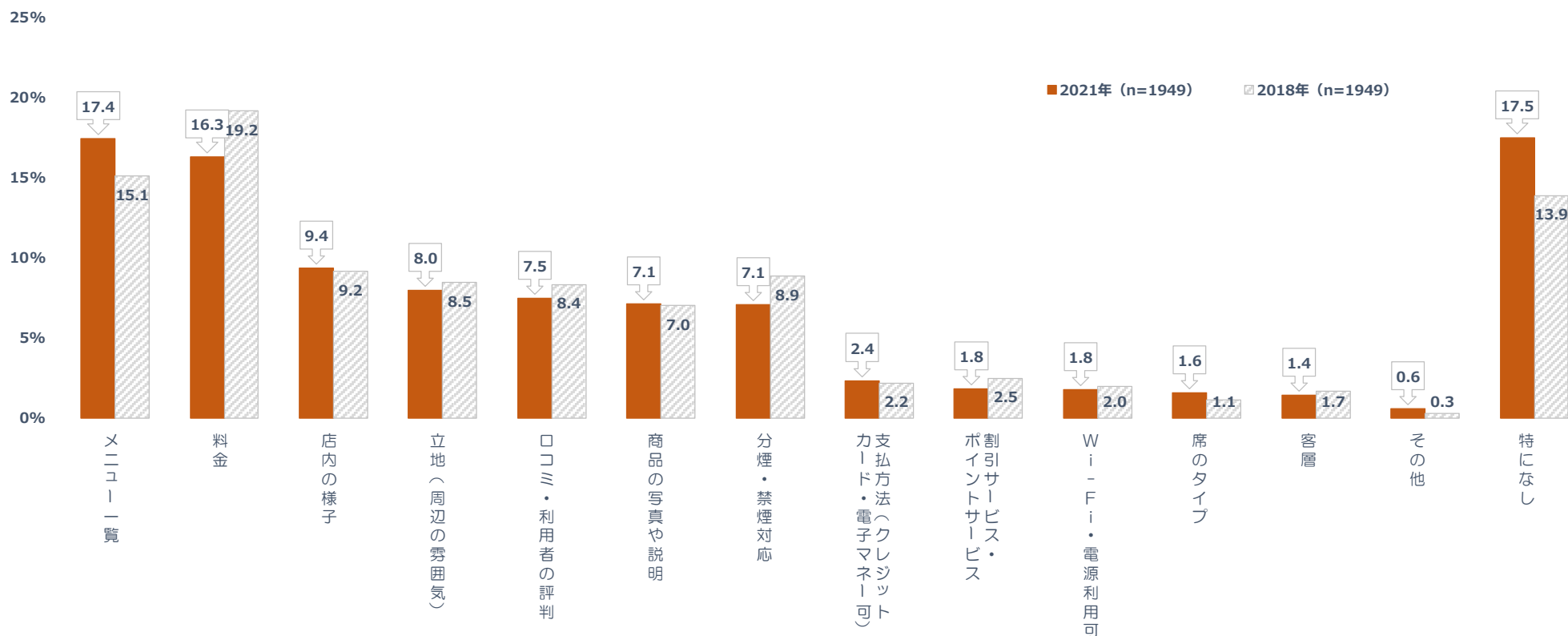


初めて利用する喫茶店・カフェに求める情報：最も決め手になる情報

Point

- 「メニュー一覧」の割合が最も高く17.4%、次いで「料金」16.3%。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

【設問文】あなたは、初めて利用する喫茶店・カフェであっても、どのような情報があると入りたい／入店しやすいですか。（単一回答）



まとめ

まとめ：喫茶店営業

2021年調査全体傾向

利用頻度

- 午前中は「それ（2～3カ月に1回程度）以下」42.4%、「利用しない」39.2%の割合が高い。昼から夕方は「それ（2～3カ月に1回程度）以下」の割合が最も高く58.0%。夜は「利用しない」の割合が最も高く48.3%。

1人1回あたりの利用額

- 午前中は「300～500円未満」の割合が最も高く42.7%。昼から夕方は「500円～800円未満」の割合が最も高く36.3%。夜は「500～800円未満」28.8%、「300～500円未満」27.3%の割合が高い。

コーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用の頻度

- チェーン店、個人店、コンビニエンスストアいずれも「変わらない」の割合が最も高く、次いで「減少」の割合が高い。

行きつけのお店に通う理由

- 「行きつけにしている喫茶店・カフェはない」の割合が最も高く54.5%。
- 行きつけのお店に通う理由は、「行きやすい場所にあるから」17.1%、「味・品質がよいから」14.8%、「価格が手頃だから」14.1%。

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

- 2018年から2021年にかけて、「昼から夕方」「夜」で利用頻度が低下している。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。
- 2018年以前から2021年にかけて、チェーン店、個人店、コンビニエンスストアいずれも利用頻度は低下傾向を示している。
- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

まとめ：喫茶店営業

2021年調査全体傾向

2018年調査と比較した2021年調査の特徴

お店を選ぶ際の 情報源

- 「お店の外観や外から見える中の様子」の割合が最も高く28.1%、次いで「家族や知人等の口コミ・紹介」22.6%、「インターネットの店舗検索サイト」20.3%。

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

初めて利用する お店に求める情報

- 「料金」の割合が最も高く53.1%、次いで「メニュー一覧」47.7%、「店内の様子」38.7%。

- 2018年から2021年にかけて、「立地（周辺の雰囲気）」「分煙・禁煙対応」の割合が減少している。

初めて利用する お店に求める情報 最も決め手になるもの

- 「メニュー一覧」17.4%、「料金」16.3%の割合が高い。

- 2021年と2018年との間に大きな差は見られない。

参考

2021年調査における店舗利用頻度の変化

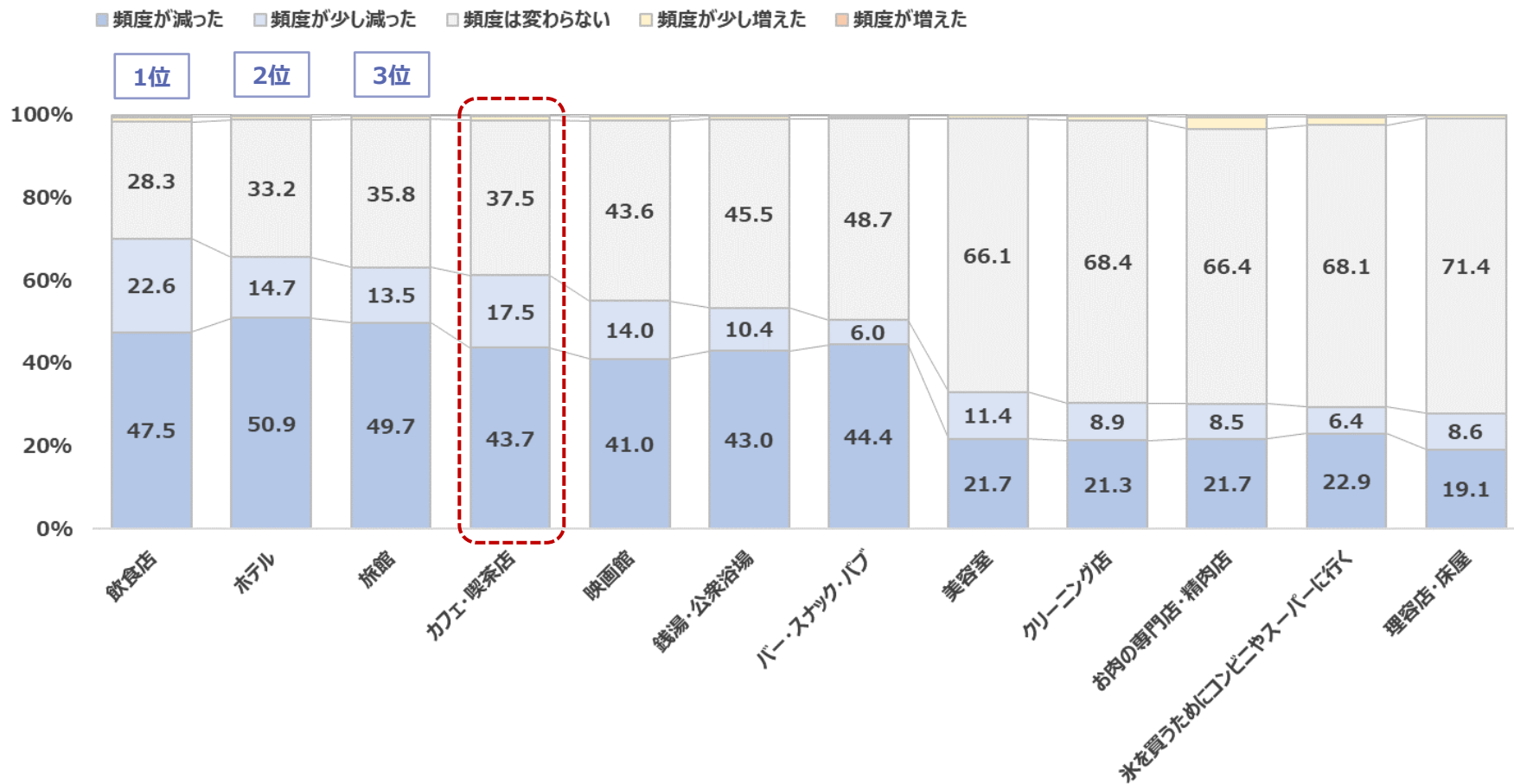
※次ページの全体ランキングは、消費者動向①「コロナ禍における消費者意識・行動」 P12の再掲

コロナ禍における店舗利用頻度の変化：全体ランキング

Point

- ・ 飲食業、宿泊業、映画、公衆浴場業、社交業の利用頻度の低下が大きい。
- ・ 「カフェ・喫茶店」は61.1%が「減少した（減った+少し減った）」と回答している。

【設問文】コロナ禍により、以下のお店・サービスの利用頻度はどのように変化しましたか。（単一回答）



コロナ禍における店舗利用頻度の変化

Point

- 性年代別で見ると、男性に比べ女性の利用頻度が減少している。

【設問文】コロナ禍により、以下のお店・サービスの利用頻度はどのように変化しましたか。（単一回答）

カフェ・喫茶店

