

～10月1日はコーヒーの日～ 〈コーヒーの飲用調査 2024年度版〉

自宅で一杯にかけるコーヒーの金額はこの3年で最高額に

～『競技団体登録選手』1,000人の競技別コーヒー飲用実態調査～

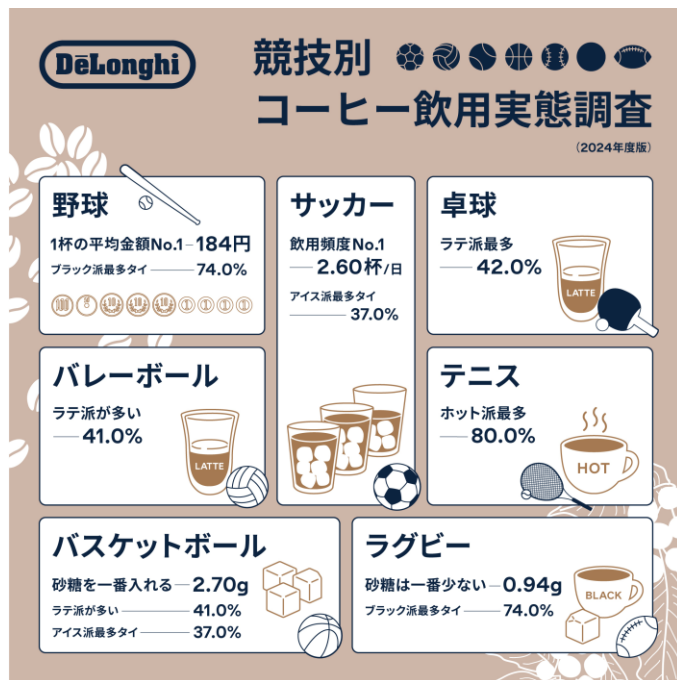
**アスリートのコーヒー飲用量は一般生活者の約1.3倍**

**最も1日あたりの飲用量が多いのは「サッカー」2.60杯/日**  
**プロ野球 川崎宗則選手も「試合前には必ず『コーヒーナップ』を取る」**

デロンギ・ジャパン株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：甲斐ラース）は、10月1日の「コーヒーの日」に合わせ、20～60代の男女200人ずつ、計400人の「自宅で週に1回以上コーヒーを飲む人」を対象に、「コーヒーの飲用調査 2024年度版」を行い、さまざまな視点で飲用実態を明らかにしました。

また、調査開始以来5年目となる今年度はスポーツとコーヒーの関係性に着目し、アスリートがどのようにコーヒーを取り入れ、どのような効果を期待しているかなど、その飲用実態に迫りました。その結果、出場大会のレベルが高いアスリートほど1日あたりのコーヒーの飲用量が多いことや、競技ごとの特徴が明らかになりました。

主な調査結果は以下の通りです。



- 一般調査では、20代でラテ派が増加！若年層では「コーヒーを趣味として楽しむ」人も多い
- アスリート向け調査では、出場大会のレベルが上がるほど1日あたりのコーヒー飲用量が多いことが明らかに。コーヒーの「リラックス」効果を実感しているアスリートが多い
- 7競技の飲用傾向を比較。コーヒーの1日あたりの飲用量が最も多い競技は「サッカー」！

<調査概要> ●調査時期：2024年8月6日(火)～8月7日(水)

●調査手法：インターネット調査

●デロンギ・ジャパン株式会社調べ【実務委託先：楽天インサイト(2024年8月)】

●調査対象：①「自宅で週に1回以上コーヒーを飲む」20～60代男女200人、計400人 性年代均等割付

②「自宅で週に1回以上コーヒーを飲む」人で、月1回以上競技を実施しているアスリート1000人\*

\*本調査における「アスリート」の定義：自身もしくは所属チームが競技団体（例：日本サッカー協会、日本バスケットボール協会など）に登録をしている人  
 ※本調査では、小数第2位を四捨五入しています。そのため、数字の合計が100%とならない場合があります。

- プロ野球 川崎宗則 選手 インタビュー プロ野球選手やメジャーリーガーにも愛されるコーヒー
- スポーツトレーナー 斎藤岳さんに聞く【アスリートがコーヒーに期待する「リラックス」効果】

製品のお問い合わせ先

デロンギ・ジャパン株式会社 マーケティング部 広報担当

Email: delonghi-pr.japan@delonghigroup.com

I. 2024年度版 コーヒー飲用実態

ブラック人気が強まる中、20代ではラテ派も増加中！

調査対象：①「自宅で週に1回以上コーヒーを飲む」20～60代男女200人、計400人

■ 一番人気のコーヒーマニューは「ドリップコーヒー」！「ブラック派」が昨年度より増加

自宅で週に1回以上コーヒーを飲む人に「最も好きなコーヒー」のメニューを聞き、昨年度と比較しました。1位は昨年度から引き続き「ドリップコーヒー」(45.8%)で、3.5ポイント増加と、人気が高まっています。上位4項目には大きな違いはないものの、「ソイラテなど植物性ミルクを使用したラテ」(3.5%)が昨年度9位からランクアップし5位という結果になりました。

ドリップコーヒーやエスプレッソなどの「ブラックメニュー」の合計と、ミルクを入れるカフェオレやカフェラテなどの「ラテメニュー」の合計で分けると、昨年度より「ブラックメニュー派」が3.3ポイント増加して54.5%、「ラテメニュー派」は43.3%となりました。「ブラックメニュー派」が半数以上となりましたが、「ラテメニュー派」も4割を超えており、その人気は拮抗（きっこう）しているようです〔表1、2〕。

〔表1〕 (単一回答) 全体(n=4700)

【2023年】最も好きなコーヒー		
1位	ドリップコーヒー	42.2%
2位	カフェオレ	25.3%
3位	カフェラテ	11.3%
4位	エスプレッソ	5.2%
5位	コールドブリュー・水出しコーヒー	3.8%
6位	カプチーノ	2.8%
7位	デカフェ	2.7%
8位	カフェモカ	2.2%
ブラックメニュー計		51.2%
ラテメニュー計		45.6%

〔表2〕 (単一回答) 全体(n=400)

【2024年】最も好きなコーヒー			2023年との差
1位	ドリップコーヒー	45.8%	+3.5pt
2位	カフェオレ	25.0%	-0.3pt
3位	カフェラテ	9.5%	-1.8pt
4位	エスプレッソ	5.5%	+0.3pt
5位	ソイラテなど植物性ミルクを使用したラテ	3.5%	+1.3pt
6位	コールドブリュー・水出しコーヒー	3.3%	-0.5pt
7位	カフェモカ	2.5%	+0.3pt
8位	カプチーノ	1.8%	-1.1pt
ブラックメニュー計		54.5%	+3.3pt
ラテメニュー計		43.3%	-2.4pt

※年度ごとの調査対象者はリリース最終ページに記載しております。以降同様。

※本調査で取り扱っているコーヒーマニューについての詳細は、リリース最終ページに記載しております。

また「コールドブリュー・水出しコーヒー」「ラテメニュー計」について年代別および性年代別に見ると、「コールドブリュー・水出しコーヒー」は「最も好きなコーヒー」として挙げる40代男性が増加しており、働き盛りの男性からの注目が集まっている様子が見えつつあります。また「今後飲みたいコーヒー」と答えた40代男性と20・30代女性も増えています〔表3A〕。

「ラテメニュー計」については、20代で「最も好きなコーヒー」の割合が増加しています。加えて「今後飲みたいコーヒー」として答えた40代男性と50・60代女性が増えています〔表3B〕。

〔表3A〕 コールドブリュー・水出しコーヒー (年代別・性年代別)

		2023年	2024年	2023年との差
最も好きなコーヒー	40代男性	6.0%	10.0%	+4.0pt
	今後飲みたいコーヒー	40代男性	28.5%	40.0%
	30代女性	35.7%	45.0%	+9.3pt
	20代女性	38.7%	47.5%	+8.8pt

〔表3B〕 ラテメニュー計 (年代別・性年代別)

		2023年	2024年	2023年との差
最も好きなコーヒー	20代	46.0%	50.0%	+4.0pt
	今後飲みたいコーヒー	40代男性	59.1%	72.5%
60代女性		73.8%	82.5%	+8.7pt
50代女性		74.5%	80.0%	+5.5pt

(年代別は2023年度n=940、2024年度n=80、性年代別はそれぞれ2023年度n=470、2024年度n=40)

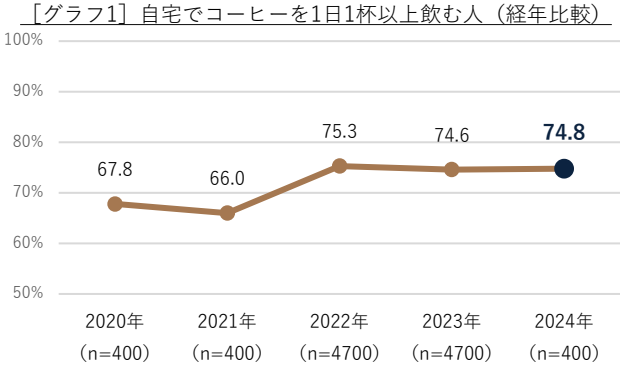
I. 2024年度版 コーヒー飲用実態

**約4人に3人が自宅でコーヒーを「1日1杯以上飲む」 「おうちコーヒー」平均金額は112円！ 「カフェ・喫茶店でコーヒー」人気も復活**

■ 約4人に3人が自宅でコーヒーを「1日1杯以上飲む」

（調査対象者のうち）自宅でコーヒーを「1日1杯以上飲む」と回答した人の割合は、今年は74.8%で、昨年(74.6%)と同水準となりました。

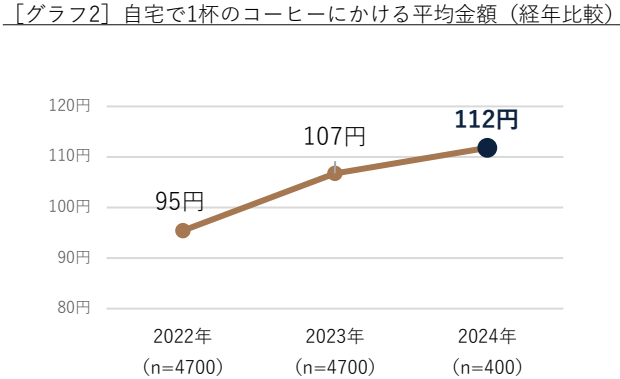
コロナ禍において実施された2020年・2021年の調査では6割でしたが、リモートワークの定着や行動制限の緩和なども見られるようになった2022年以降からは、7割以上の人にとって自宅で毎日コーヒーを飲むことが習慣になっている様子がうかがえます [グラフ1]。



■ 自宅で飲む「おうちコーヒー」にかかる平均金額は2年連続で上昇

自宅で1杯のコーヒーにかかる金額が平均何円くらいかを聞いたところ、全体の平均金額は「112円」でした。同項目を聴取している3年間での経年変化を見ると上昇傾向であることが分かり、2022年度の95円からは17円も上昇しています。

近年、気候変動による収穫高の減少や円安などの影響を受け、コーヒー豆の価格も高騰していますが、「おうちコーヒー」はしっかりと飲みたい人が多いということがうかがえます [グラフ2]。

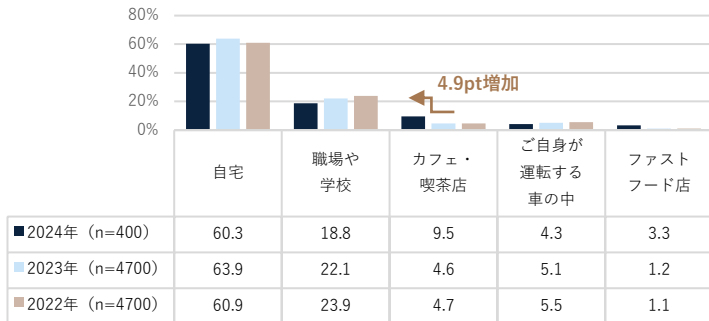


■ 最も多くコーヒーを飲む場所は「自宅」の人が6割！ 「カフェ・喫茶店」も増加

一番多くコーヒーを飲んでいる場所を聞いたところ、圧倒的に多いのは「自宅」(60.3%)で、3年間同水準となりました。「おうちコーヒー」が最も好まれていることが分かりました。2位の「職場や学校」(18.8%)は微減していますが、約2割が回答し、仕事や勉強のパートナーとしてもコーヒーが選ばれている様子がうかがえます。

2022・2023年度は4位だった「カフェ・喫茶店」(9.5%)は、昨年度から4.9ポイント増加して3位にランクアップ。長きにわたったコロナ禍から日常を取り戻し、カフェなど店舗ならではのコーヒー体験を楽しむ人が増えていることが考えられます [グラフ3]。

[グラフ3] 現在、コーヒーを飲む場所について一番多い場所（経年比較）  
(単一回答)



# I. 2024年度版 コーヒー飲用実態

## 若年層では「コーヒーを趣味として楽しむ」人も多い

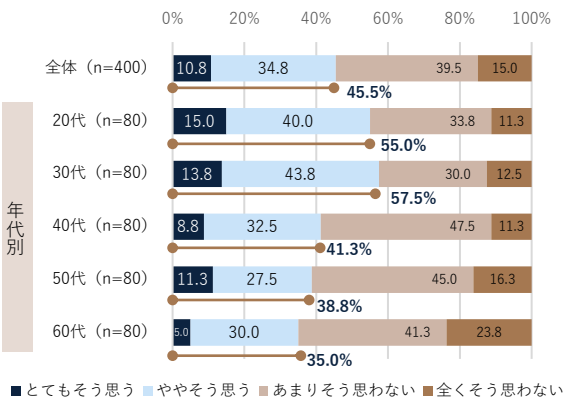
### ■ 20・30代は半数以上が「コーヒーを趣味として楽しむ」！美味しさや淹れる過程をより楽しむ

「コーヒーを趣味として楽しんでいる」人の割合は全体では45.5%で、特に20代(55.0%)、30代(57.5%)で多いことが分かりました。若い世代では半数以上がコーヒーを趣味として捉えています[グラフ4]。

そのメリットについて聞くと、「美味しいコーヒーが飲める」(65.9%)、「自分に合ったコーヒーが飲める」(44.5%)、「コーヒーを淹れる過程を楽しめる」(31.9%)がトップ3項目となり、自分好みのおいしさを求めて趣味としても楽しんでいる様子が見えがええます。4位の「家族や友人にコーヒーを振る舞える」からは、親しい人とコーヒー時間を共有することを楽しむ様子も伝わってきます[グラフ5]。

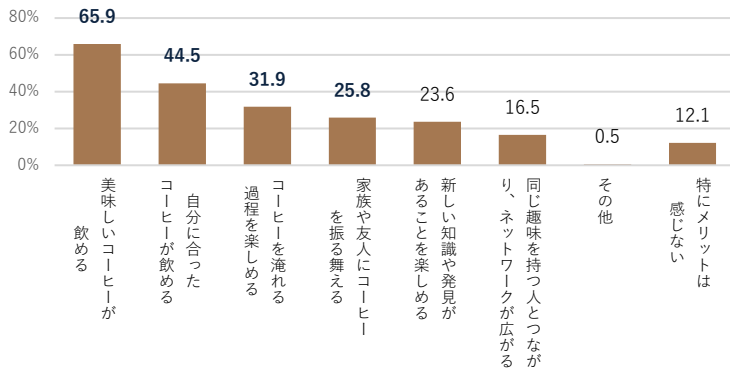
[グラフ4] コーヒーを趣味として楽しんでいる割合

(単一回答)



[グラフ5] コーヒーを趣味として楽しむことを感じるメリット

(複数回答) コーヒーを趣味として楽しんでいる人 (n=182)



## II. アスリートのコーヒー飲用実態

### <アスリートとコーヒー> 運動にあたって取り入れるコーヒーとその効果

調査対象：②「自宅で週に1回以上コーヒーを飲む」人で、月1回以上競技を実施しているアスリート1,000人\*

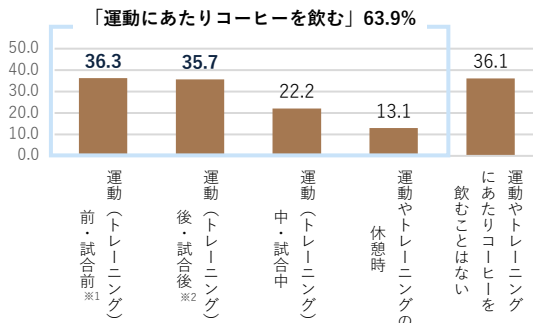
\*本調査における「アスリート」の定義：自身もしくは所属チームが競技団体（例：日本サッカー協会、日本バスケットボール協会など）に登録をしている人

### ■ 「運動（トレーニングや試合）にあたってコーヒーを飲む」アスリートは63.9%！

自宅で週に1回以上コーヒーを飲み、かつ月1回以上競技を実施している競技団体登録選手1,000人に、トレーニングや試合など、運動にあたってコーヒーを飲むことがあるかを尋ねると、63.9%のアスリートが「飲むことがある」と回答しました。

飲む場面としては「運動（トレーニング）前、試合前」(36.3%)、「運動（トレーニング）後、試合後」(35.7%)が多く、3人に1人以上が回答しています。「運動（トレーニング）中・試合中」に飲む人も22.2%で2割以上となっています[グラフ6]。

[グラフ6] 運動やトレーニングにあたり、コーヒーを飲むことがあるか/飲む場面 (複数回答) 全体 (n=1000)



※1 運動・試合に向けて1時間前にコーヒーを飲むなどの場合なども含む  
 ※2 運動後・試合後のリフレッシュのためにコーヒーを飲む場合なども含む

## II. アスリートのコーヒー飲用実態

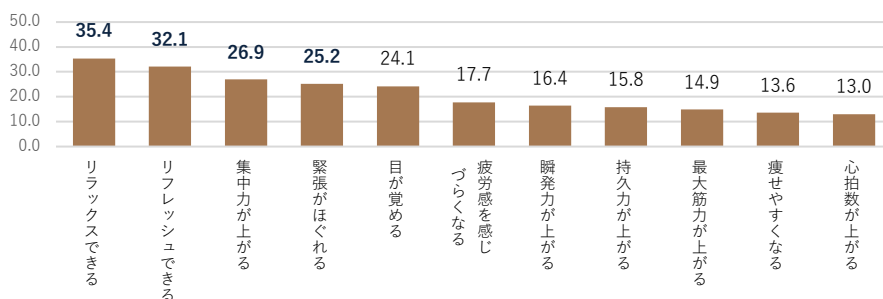
## &lt;アスリートとコーヒー&gt; 運動にあたって取り入れるコーヒーとその効果

## ■ コーヒーによる運動への効果は「リラックス」と「リフレッシュ」

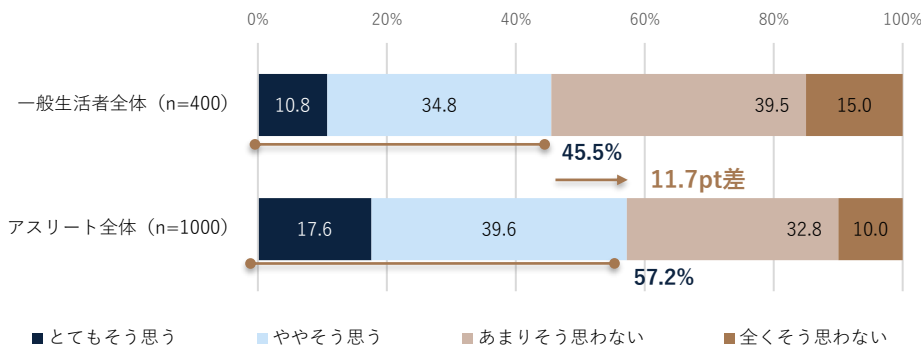
運動にあたってコーヒーを飲むアスリートに、どのような効果を感じているかを聞いたところ、1位は「リラックスできる」(35.4%)、2位「リフレッシュできる」(32.1%)と、気持ちの切り替え効果を感じているアスリートが多いことが分かりました。3位「集中力が上がる」(26.9%)、4位「緊張がほぐれる」(25.2%)と、トレーニングや試合に臨む状態への影響もあるようです[グラフ7]。

また、「コーヒーを趣味として楽しんでいる」と回答したアスリートも57.2%と、一般生活者(45.5%)よりも高く、コーヒーを飲むこと自体を楽しんでいる様子もうかがえました[グラフ8]。

[グラフ7] 運動やトレーニングにあたってコーヒーを飲むことによる効果として感じていること  
(複数回答) 運動にあたりコーヒーを飲むことがあるアスリート(n=639)



[グラフ8] コーヒーを趣味として楽しんでいる割合(単一回答)



## ■ アスリートは「低脂肪乳」「無脂肪乳」「豆乳」など、選ぶミルクへのこだわりも強い

アスリートが自宅で飲むコーヒーのラテメニューに使用するミルクの種類を一般生活者と比較すると、「牛乳」は3.6ポイント低く、「豆乳」は5.6ポイント、「低脂肪乳」は9.5ポイント、「無脂肪乳」は7.0ポイント、「アーモンドミルク」は5.6ポイントそれぞれ高くなっており、脂肪分が少ないものや植物性のミルクを使用している人が多いことが分かりました[表4]。

[表4] 自宅で飲むミルクメニューに使用するミルク(複数回答)

	アスリート (n=1,000)	一般生活者 (n=400)	差
牛乳	48.2%	51.8%	-3.6
豆乳	19.6%	14.0%	+5.6
低脂肪乳	18.7%	9.3%	+9.5
無脂肪乳	15.5%	8.5%	+7.0
アーモンドミルク	14.1%	8.5%	+5.6

## II. アスリートのコーヒー飲用実態

# <アスリートとコーヒー> 過去1カ月以内の出場大会レベル別比較

- アスリートの方が一般生活者よりも1日あたりの飲む量が多く、平均金額も高い
- 出場大会のレベルが上がるほど、飲用量、平均金額ともに高くなる傾向も明らかに

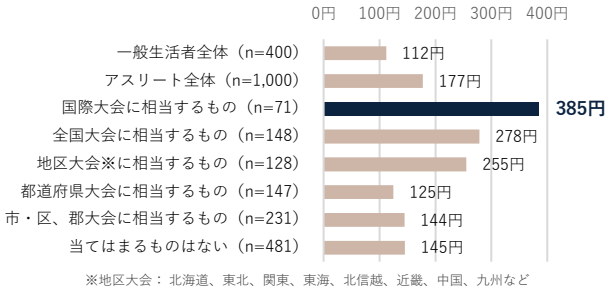
1日あたりのコーヒーの飲用量を尋ねると、アスリートは平均「2.52杯」で、一般生活者(1.95杯)の1.29倍多く、より頻繁にコーヒーを飲んでいることが明らかになりました。

過去1カ月以内の出場大会のレベル別に見てみると、「国際大会相当」出場者は3.64杯（一般生活者の1.87倍）で特に高い割合となり、「全国大会相当」出場者では2.97杯、「地区大会相当」出場者では2.83杯と、出場する大会のレベルが上がるほど、1日あたりに飲むコーヒーの量が多くなることが分かりました。



また自宅で飲むコーヒーにかかる平均金額を聞いたところ、アスリート全体では177円で、一般生活者の112円より65円高いことが分かりました。出場大会のレベル別に見ると、「国際大会相当」出場者の385円が最も高くなっており、活躍する舞台が大きいほど1杯あたりに高い金額を払っているアスリートが多い傾向がうかがえます[グラフ9]。

[グラフ9] 自宅で1杯のコーヒーにかかる平均金額  
過去1カ月以内の出場大会レベル別

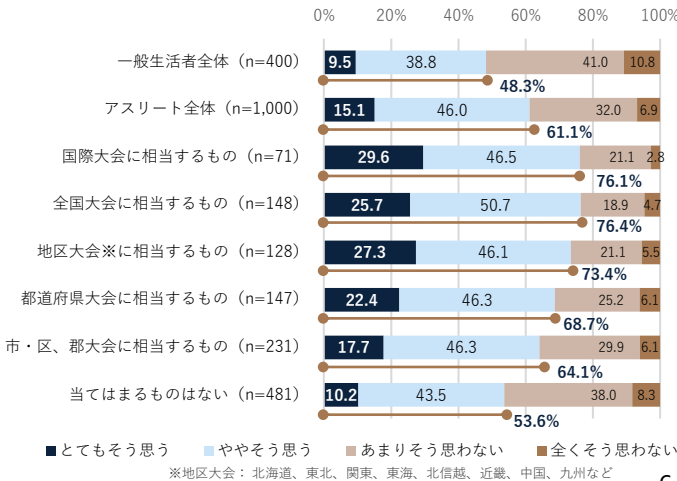


## ■健康のためにコーヒーを飲むアスリートは61.1%

「健康のためにコーヒーを飲みたい」かを聞くと、アスリート全体では61.1%と一般生活者(48.3%)より12.8ポイント高く、健康のためにコーヒーを取り入れる意向が高いことが分かりました。

過去1カ月以内の出場大会のレベル別に見てみると、「国際大会相当」出場者は76.1%、「全国大会相当」出場者では76.4%で特に高い割合となり、出場する大会のレベルが上がるほど、「健康のためにコーヒーを飲みたい」と考えるアスリートの割合が高くなる傾向があることが分かりました[グラフ10]。

[グラフ10] 「健康のためにコーヒーを飲みたい」  
(単一回答) 過去1カ月以内の出場大会レベル別



II. アスリートのコーヒー飲用実態

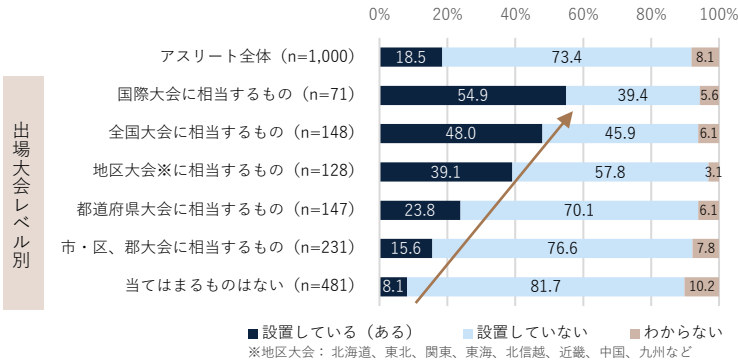
<アスリートとコーヒー> 過去1カ月以内の出場大会レベル別比較

■ 「国際大会相当」出場のアスリートの半数以上は、トレーニング環境にコーヒーメーカーあり！

更衣室やロッカールーム、トレーニング施設などでのコーヒーメーカーの設置率については、アスリート全体では18.5%で、約2割となりました。

一方で、コーヒーメーカーの設置率も出場大会のレベルと比例して高くなっており、特に「国際大会相当」出場者では54.9%と半数以上がトレーニング環境にコーヒーメーカーが設置されていることが分かりました[グラフ11]。

[グラフ11] 更衣室/ロッカールームやトレーニング施設でのコーヒーメーカー設置率(単一回答)過去1カ月以内の出場大会レベル別



<アスリートとコーヒー> 7競技別のコーヒー飲用実態

■ コーヒー飲用量が多いアスリート。最もよく飲むのは「サッカー」選手で1日平均2.60杯

1日あたりのコーヒーの飲用量を7競技別に見ると、トップ3は「サッカー」(2.60杯)、「ラグビー」(2.43杯)、「野球」(2.37杯)となりました[表4]。

[表5] (単一回答) 7競技別、各競技(n=100)

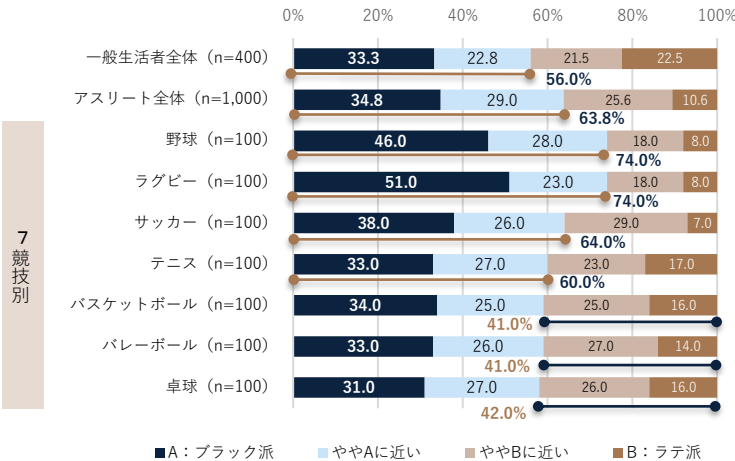
1日あたりのコーヒーの飲用量(平均)		
1位	サッカー	2.60杯
2位	ラグビー	2.43杯
3位	野球	2.37杯
4位	卓球	2.36杯
5位	バスケットボール	2.32杯
6位	バレーボール	2.13杯
7位	テニス	2.11杯
一般生活者全体 (n=400)		1.95杯

■ 「野球」「ラグビー」は「ブラック派」！ 「卓球」「バレー」「バスケ」は「ラテ派」も多い！

コーヒーの好みについて、「ブラック派」かミルクを入れる「ラテ派」かを聞いたところ、アスリート全体では63.8%と6割以上が「ブラック派」でした。

「ブラック派」が特に多いのは「野球」と「ラグビー」で、それぞれ74.0%となり、約4人に3人の割合となりました。他競技に比べて「ラテ派」が多いのは「卓球」(42.0%)と「バレーボール」「バスケットボール」(いずれも41.0%)でした[グラフ12]。

[グラフ12] コーヒーは「ブラック派」orミルクを入れる「ラテ派」?(単一回答)



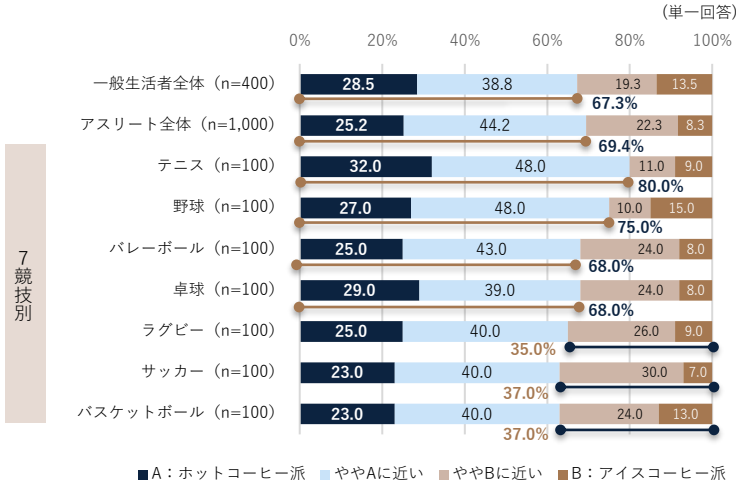
## II. アスリートのコーヒー飲用実態

### <アスリートとコーヒー> 7競技別のコーヒー飲用実態

#### ■ 「テニス」を筆頭にアスリートの約7割が「ホット派」！ 「アイス派」も多いのは「バスケ」「サッカー」

気候条件を問わない場合、コーヒーはホットとアイスどちらを好むかを聞いたところ、アスリート全体では69.4%と約7割が「ホット派」であることが分かりました。競技別に見ると、「ホット派」は「テニス」(80.0%)、「野球」(75.0%)で特に多いようです。「アイス派」の割合も多いのは「バスケットボール」と「サッカー」(いずれも37.0%)となりました[グラフ13]。

[グラフ13] 気候条件を問わない場合、コーヒーは「ホット派」or「アイス派」？



#### ■ 自宅で飲むコーヒーの平均金額が高いのは「野球」選手

自宅で飲む1杯のコーヒーにかかる金額で、平均金額が最も高いのは「野球」の184円で、2位に21円の差をつける結果となりました。2位は飲用量が最も多いことが分かった「サッカー」で163円でした。

コーヒーにかかる平均金額が低い「節約派」なのは「テニス」(108円)、「バレーボール」(110円)でした[表6]。

[表6] 7競技別、各競技(n=100)

自宅で1杯のコーヒーにかける平均金額 ランキング		
1位	野球	184円
2位	サッカー	163円
3位	卓球	143円
4位	バスケットボール	129円
5位	ラグビー	124円
6位	バレーボール	110円
7位	テニス	108円
一般生活者全体 (n=400)		112円

#### ■ 甘党が多い「バスケ」、スッカリ派が多い「ラグビー」

コーヒーに入れる砂糖の量\*の平均が最も高かったのは「バスケットボール」(2.70g)、2位は「卓球」(2.52g)で、いずれも「ラテ派」が多かった競技[グラフ12]となり、甘さやミルクのコクを求めるアスリートが多いようです。最も少ないのは「ラグビー」(0.94g)で「ブラック派」も最も多い競技であったことから、スッカリとした味わいを求める傾向があるようです[表7]。

\*目安：一般的なティースプーンに山盛り1杯も、スティックシュガー1本も「3g」

[表7] 7競技別、各競技(n=100)

コーヒーに砂糖を入れる量ランキング		
1位	バスケットボール	2.70g
2位	卓球	2.52g
3位	テニス	2.05g
4位	サッカー	2.02g
5位	バレーボール	1.80g
6位	野球	1.77g
7位	ラグビー	0.94g
一般生活者全体 (n=400)		1.53g



## 《川崎 宗則 選手 スペシャルインタビュー》

## 海外アスリートもコーヒーが大好き！ムネリンが実践する「コーヒーナップ」の方法も

ムネリンの愛称でメジャーリーグやWBCの大舞台上で活躍し、今も現役選手としてプレーする傍ら解説者としても人々を魅了し続ける川崎宗則選手に、「コーヒー」の飲み方や「コーヒー」にまつわるエピソードについて聞きました。現役のアスリートとしてのこだわりの飲み方から、周囲とのコミュニケーションの場でも活用されてきた体験、またアスリート以外の方へ向けたメッセージまで、世界で愛され続ける川崎さんならではの言葉をいただきました。

## 野球選手は昔からコーヒー好きが多い

野球選手がよくコーヒー飲むというのは納得ですね。ぼくが25年前にプロの世界に入ったときでも、先輩たちがよくコーヒーを飲んでいて、作ってこいと言われて作っていたんですよ。なぜかという野球は一試合が4～5時間にもなることがあって、長いんです。その間にずっと集中し続けることは不可能なので、ちょっとリラックスしたい、気持ちを切り替えたいというときにコーヒーを飲むという人が多いのだと思います。僕も試合中に飲むこともありますよ。

海外でプレーしていた期間もありましたが、海外でもコーヒー文化はすごく根付いている気がしますね。メジャーリーグの施設にもコーヒーマシンはすごいのがあって、必ず朝みんなで作って飲んでました。ちなみに僕は、暑くても寒くてもコーヒーは「ホット」が好きです。香りがより楽しめるので。

## 川崎 宗則 Kawasaki Munenori



2000年、ドラフト4位で福岡ダイエーホークス（現福岡ソフトバンクホークス）に入団。WBC日本代表やMLB、台湾プロ野球でも活躍。現在は独立リーグに所属する栃木ゴールデンブレーブスで活躍中！

<https://www.munenori-kawasaki.com/>

## 試合前には必ず「コーヒーナップ」を取る

最近ではコーヒーを飲んでから昼寝をする「コーヒーナップ（Coffee Nap）」を毎試合前にやっています。コーヒーを飲んでから20～30分寝て起きると、ちょうど起きるタイミングでカフェインの効果が表れてすごくスッキリと目覚めてよく動ける。30代後半でトレーナーに教わった方法ですが、元々コーヒー好きなのもあって自分にはすごく合っています。これは本当にみんなに勧めたいですね。

## ミーティングも学びも「リラックス」が大事。そういう環境をつくれるのが「コーヒー」

チームメイトとは喫茶店でもよくコーヒーを飲みます。ミーティングも学びも「リラックス」が大事。アメリカに行った当初は通訳をつけていなかったのですが、英語が全然分からなかったけど、机に向かう勉強より、チームメイトと一緒に練習場やカフェでコーヒーを飲みながらコミュニケーションをとるような時間が一番勉強になりましたね。

「リラックス」した状態が一番脳に入ってくる。ミーティングもミーティングしようじゃ無理なんだなと。そういうリラックスした環境をみんなで作れるかが大事なのだと思います。これから日本でも注目されなくてはいけないのは「上げる」ことよりも「下げる・リラックスする」ことだと思いますね。



## パーソナルトレーナーに聞く、「コーヒーとアスリート」

## トレーナーとして選手と深く関わる斎藤岳さん。コーヒーの効果や理想的な飲み方を紹介！

Jリーガーをはじめ多くのアスリートのトレーニングサポート実績があり、ジュニア世代からプロまで多くのアスリートの信頼を集める斎藤岳さんに、コーヒーとスポーツの関係性について伺いました。

**斎藤 岳** Saito Gaku

サッカー専門のパーソナルトレーナーとしてプロ選手を指導。クライアントには元日本代表の久保裕也選手など国内外で活躍する10名のプロ選手がいる。同時にSNS活動も精力的に行い、プロを志す選手やサッカー愛好家のために身体に関する情報を日々配信中。  
『ガクトレ』主宰 (<https://beu.co.jp/soccer/>)

**カフェインによる運動能力向上に加えて、コーヒーに期待される「リラックス」効果**

スポーツパフォーマンスに影響を及ぼす栄養素のことを「エルゴジェニックエイド」と言いますが、コーヒーに含まれる「カフェイン」はその一つとして知られ、筋力や持久力、集中力、反応速度を一時的に高めるといわれています。

一方、今回の調査で「アスリートが感じているコーヒーによる効果」として「リラックス」が最も多かったことから、カフェインによる筋力向上などの効果だけでなく、コーヒーの香りや味などによるリラックス効果や気持ちの切り替え効果を期待しているアスリートも多いと感じます。出場大会レベルが高いほど飲用量が多いというのも、常に極限のストレスの中でプレーしているからこそ、リラックスする時間を自ら設けているということが考えられますね。

そういった理由から、リラックスする時間をとても大切にしているアスリートは多いので、趣味としてもコーヒーはアスリートと相性がいいと思いますね。練習後にカフェ巡りをしたり、自宅でコーヒーを淹れる時間が好きだという選手も多くいる印象があります。

**瞬間的に大きな力を発揮をする競技や、集中力の求められる競技との相性は良さそう**

「サッカー選手が最もよくコーヒーを飲む」という調査結果は、僕自身の体感としても納得感があります。みんな大体ブラックだな、というのも周りを見ていて感じますね。カフェインは一時的な筋力向上効果があるとされているので、瞬間的に大きな力を発揮しなければいけないウエイトリフティングのような競技はコーヒーと相性はいいのかと思います。今回の調査ではラグビーが1日あたりの飲用量で2位に入っていますね。

また卓球のように集中力が求められるスポーツとも相性は良さそうです。スポーツ現場では、運動中に糖質をどうやって取るかというところがよくフォーカスされるのですが、卓球のように比較的大きな筋発揮を行う機会が少ないスポーツでは、試合中にコーヒーを飲むのも良いと思います。

**リカバリー効果を高めるおすすめの飲み方は「コーヒー×ミルク×はちみつ」**

アスリートにとって運動後のリカバリーは重要です。コーヒーは筋グリコーゲン（運動により失われる筋肉の中の糖質）を回復させるのに有効だといわれますが、さらに牛乳と糖分を加えると効果が高まるという研究\*もあります。僕のおすすめは「コーヒー×ミルク×はちみつ」。ホット・アイスはどちらでもOKですが、「体温を正常に戻す」という観点で、季節や環境によって選ぶのが良いと思います。

ただ、コーヒーに限らず、トレーニング方法や栄養摂取など全てに言えることですが、効果の出方は人それぞれですので、まずは試してみて自分に合うと感じたものを取り入れてほしいと思います。

\*Lais Monteiro Rodrigues Loureiro, Eugênio dos Santos Neto, Guilherme Eckhardt Molina, Angélica Amorim Amato, Sandra Fernandes Arruda, Caio Eduardo Gonçalves Reis, Teresa Helena Macedo da Costa (2021) "Coffee Increases Post-Exercise Muscle Glycogen Recovery in Endurance Athletes: A Randomized Clinical Trial", *Nutrients*, 2021, No. 10, p.3335

コーヒーの世界をさらに探求（エクスプロア）したい方へ  
 ホットやアイス、そしてコールドブリューもご堪能いただける最新上位機種

■ 『デロンギ エレッタ エクスプロア Wi-Fiモデル全自動コーヒーマシン（ECAM45086T）』  
 （2024年9月3日発売）



デロンギ製品史上初となるコールドブリュー（水出しコーヒー）機能を搭載

エスプレッソのような9気圧の圧力をかけて抽出せず、ポンプで水を少しずつ注ぎ連続して徐々にコーヒーを抽出する「コールド エクストラクション テクノロジー」を搭載。通常なら12時間ほどかかるコールドブリューを、わずか5分で抽出。苦みや酸味の少ない、爽やかで甘みのある味わいのコールドブリューを手軽にご自宅でお楽しみいただけます。



エスプレッソ専用アプリや自動ミルク泡立て技術も！多彩なメニューバリエーションを実現

エスプレッソやコールドブリューなどのコーヒーメニューから、カプチーノ、ラテマキアートなどのミルクメニュー、さらにお茶に合わせた給湯メニューまで搭載し、ホットからアイスまで、多彩で圧倒的なメニューバリエーションを実現。

自分好みの味わいのエスプレッソを楽しみたい方のために「ビーン アダプト テクノロジー」を新搭載し、専用アプリとマシンをペアリングして操作することで、豆の特性（豆の種類・焙煎度、粒度）によって、抽出の最適化が可能になります。また、デロンギ独自の自動ミルク泡立て技術「ラテクレマ™」も搭載しています。さらに、外出時やテレワーク時にタンブラーに入れてさっと持ち出すことができる便利な機能として、To Go（テイクアウト）メニューまで充実。タンブラーも本製品に付属しています。



[商品サイトはこちら](#)

### 本調査で聞いたコーヒーメニューについて

- ・ドリップコーヒー（コーヒー豆・粉にお湯を注ぎ、滴り落ちるようにして抽出したもの）
- ・カフェオレ（ドリップコーヒー+ミルク）
- ・カフェラテ（無脂肪低脂肪含む）（エスプレッソ+スチームミルク、1:4）
- ・エスプレッソ（コーヒー豆・粉に圧力をかけ短時間で抽出したもの）
- ・コールドブリュー・水出しコーヒー（冷水や常温の水でコーヒーを抽出したもの）
- ・カプチーノ（エスプレッソ+スチームミルク+フォームミルク、1:1:1）
- ・カフェモカ（エスプレッソ+チョコレートシロップ+スチームミルク）
- ・ソイラテなど植物性ミルクを使用したラテ（エスプレッソ+豆乳など）
- ・デカフェ（カフェインが入っていないコーヒー）
- ・マキアート（エスプレッソにフォームミルク少量）
- ・フラットホワイト（エスプレッソとスチームミルクを1:2でフォームミルク少量）
- ・コルタード（エスプレッソ+スチームミルク、1:2）

### <過去調査対象者>

-2023年度および2022年度-

●調査対象：20~69歳の週1回以上自宅でコーヒーを飲んでいる男女4,700人（各都道府県男女均等割付）

-2021年度および2020年度-

●調査対象：20~69歳の週1回以上自宅でコーヒーを飲んでいる男女400人（性年代別均等割付）

## デロンギ — 進化し続けるブランド —

デロンギ(De'Longhi)は、20世紀前半より、イタリア北部の街トレヴィーゾでクラフトマンワークショップ（職人の作業場）としてスタートしたイタリアの家電ブランドです。1974年に、最初の電気機器であるオイルヒーターを製造し、工房から工場へと飛躍的に発展を遂げました。1990年代には、暖房器具の製造で使われる技術を用いて、コーヒーマシンの開発・製造にも参入。コーヒー市場に積極的に新しい製品を投入し続け、現在、全自動コーヒーマシンをはじめとするコーヒーマシン市場において世界的トップシェアを誇ります。

## ブランドスローガン「Better Everyday」について

「Better Everyday」は、2011年から続くデロンギのブランドスローガンです。消費者のニーズや時代に合わせて製品は少しずつ変化しながらも、根底にあるこの想いは変わらず守り続けています。

「Better Everyday」は、デロンギがお客様へ提供したい「家で過ごす時間をより愉しく、心地よいひとときに変える」というブランド・コンセプトを体現しています。人々の日常に寄り添うというコンセプトと、より豊かな時間をもたらすという想いがこめられており、製品設計の際にもこの考えを大切にしています。デロンギ製品を使うお客様が、毎日、より心地よく、より充実した、より愉しめる暮らしへ。まさに、「より良い毎日へ」というコンセプトです。

## ■デロンギ・ジャパンについて

デロンギ・グループの日本法人の「デロンギ・ジャパン株式会社」は1995年に設立。主な事業は、日本市場向け家庭用・業務用電気製品の輸入販売となり、以下分野の商品・付帯サービスを取り扱っています。

1. オイルヒーター、マルチダイナミックヒーター、パネルヒーター、ファンヒーター等の暖房機器および空気清浄機能付きファン。
2. 全自動コーヒーマシン、エスプレッソ・カプチーノメーカー、ドリップコーヒーマーカー等のコーヒー機器。
3. ハンドブレンダー、フードプロセッサー、コンベクションオーブン、電気ケトル等の小型調理家電製品。

主力商品であるオイルヒーターは、2004年以来19年間、日本市場において販売台数・売上No.1※1の地位にあり、多くのお客様から支持され続けています。コーヒー機器分野でも、日本だけでなく世界各国でコーヒーマーカー売上No.1※2を獲得しており、優れた機能だけでなく、洗練された美しいデザイン性を備えたデロンギ製品は、世界の国と地域で愛されています。

※1 独立調査機関調べ 2004年1月～2023年12月 日本国内数量・金額シェア

※2 独立調査機関調べ 2023年1月～12月