



Every coffee, every moment

2024年9月24日

10月10日は「UCC カプセルコーヒーの日」

コーヒーおよびカプセルコーヒーに対する意識調査を実施

週に6杯以上コーヒーを飲むコーヒー好きの2人に1人が“マンネリ”化？コーヒーの飲用事情を調査
「いろんなコーヒーの味わいを試してみたい」7割、一方で「新しい味を試すのは不安」とホンネが明らかに

UCC 上島珈琲株式会社

UCC 上島珈琲株式会社（本社／兵庫県神戸市、資本金／10 億円、社長／朝田文彦、以下 UCC）は、「カプセルコーヒー」の魅力について広く知ってもらうために、一般社団法人日本記念日協会の認定を受け、10月10日を「UCC カプセルコーヒーの日」に制定しました。

また、記念日の制定を機に、カプセル式ドリップコーヒーシステム「ドリップポッド」は、コーヒーの飲用習慣やカプセルコーヒーに対する意識調査を実施しましたので、その結果を公開します。



Every coffee, every moment

10.10
CAPSULE
COFFEE DAY

カプセルコーヒーの日

10月1日の「国際コーヒーの日」に、
カプセルの○を加えて、
10月10日は「カプセルコーヒーの日」。



□日本記念日協会認定「UCC カプセルコーヒーの日」について

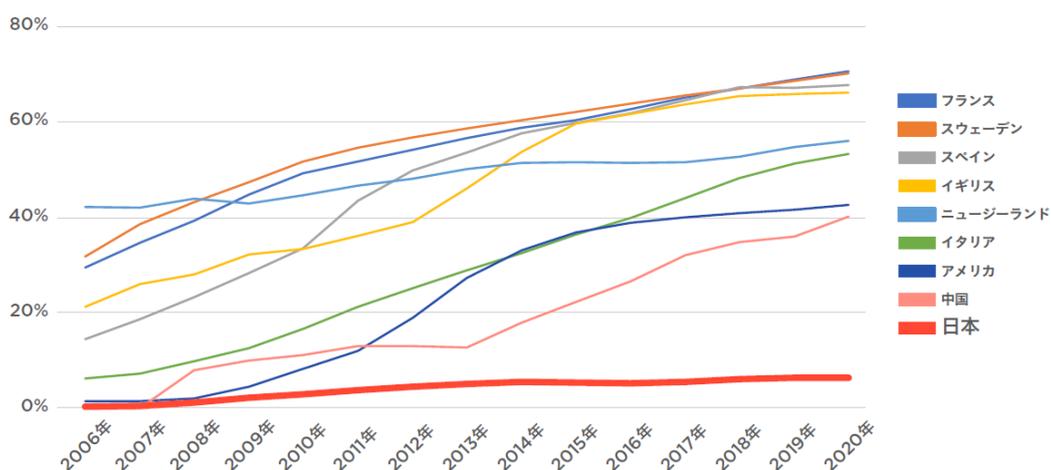
UCC は、マシンとカプセル両方を独自に開発した、カプセル式コーヒーシステム「ドリップポッド」を 2015 年より発売。プロのハンドドリップの技を再現したマシンとカプセルで、UCC が届けたい「最高の一杯」を1人でも多くの人に届けることを目指してきました。欧米諸国では、レギュラーコーヒーの消費量の増加（※1）とともにカプセルコーヒーの市場も拡大しており、近年の調査ではレギュラーコーヒー消費量の7割（※2）をカプセルコーヒーが占める国もあるほど、主流な飲用方法となっています。



Every coffee, every moment

日本でもレギュラーコーヒー豆の販売が伸びている（※3）ことから、今後、カプセルコーヒー市場がさらに伸長するのではないかと予測しています。

コーヒー文化先進国である欧米では カプセル式コーヒーが直近10年で急激に拡大 レギュラーコーヒー消費量の7割をカプセル式が占める国も



※出典：Euromonitor Market Size Data(2020年) Fresh Coffeeに占めるFresh Ground Coffee Podsの割合

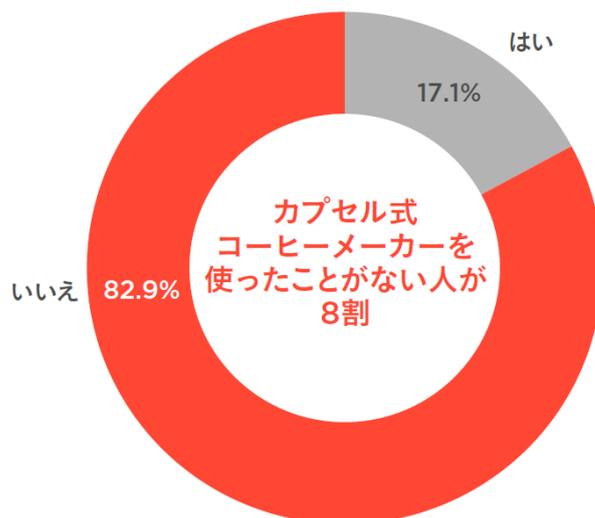
※1 出典：全日本コーヒー協会 1 2 世界の国別消費量 より <https://coffee.ajca.or.jp/pdf/data-sekai-shohi202312.pdf>

※2 出典：Euromonitor Market Size Data（2020年） Fresh Coffee に占める Fresh Ground Coffee Pods の割合

※3 出典：年間のレギュラーコーヒー（豆カテゴリー）とインスタントコーヒーの推計販売金額の推移（インテージ SRI+より）

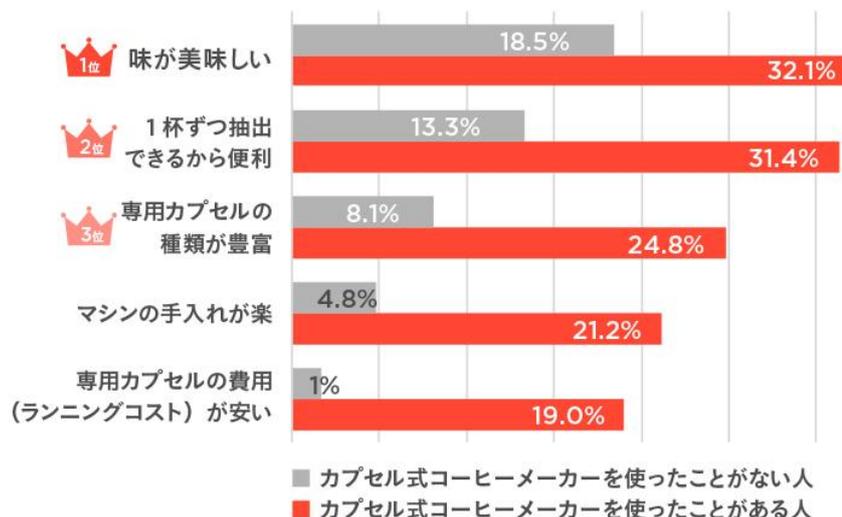
しかし、今回調査を実施したところ、「カプセル式コーヒーメーカーを持っている、あるいは使ったことがある人」と回答した人は17.1%と2割以下で、8割以上（82.9%）が利用したことがないという結果になりました。さらに、カプセルコーヒーに対して抱いている印象について聞いたところ、「カプセル式コーヒーメーカーを使ったことがある」と回答した人の多くは「味が美味しい」（32.1%）「1杯ずつ抽出できるから便利」（31.4%）「専用カプセルの種類が豊富」（24.8%）といった回答が多いのに対し、「カプセル式コーヒーメーカーを使ったことがない」と回答した人はこれらの選択肢の回答が少なく、カプセル式コーヒーメーカーの使用経験の有無によってイメージが大きく異なることが分かりました。これらの結果をカプセルコーヒーに対する誤解を解くチャンスと捉え、発信機会を増やし、カプセルコーヒーのメリットをより体験してもらう必要があると考えます。

Q あなたはカプセル式コーヒーメーカーを持っている、または使用したことがありますか？



回答者：800名

Q カプセル式コーヒーメーカーのイメージを教えてください



回答者：619名、複数回答、カプセル式コーヒーメーカーに対するイメージの差が特に大きい上位5位

そこで、カプセルコーヒーの品質の高さや種類の豊富さ、利便性を知ってもらい、カプセルコーヒーの魅力とおいしさをより多くの人に知ってもらうことを目的とし、記念日を制定しました。日付は1983年に全日本コーヒー協会が制定した10月1日の「コーヒーの日(※4)」にちなんで、カプセルコーヒーにセットする丸いカプセルに見立てた0を足して10月10日を記念



Every coffee, every moment

日としました。また、「カプセルコーヒーの日」の制定を記念した一般体験イベントも今後開催を予定しています。詳細は後日お知らせします。

※4 国際協定によって、コーヒーの新年度が始まるのが 10 月で、この日がコーヒーの年度始めとなります。さらに、日本では、秋冬期にコーヒーの需要が高くなることから、1983 年に、全日本コーヒー協会によって、10 月 1 日が「コーヒーの日」と定められ、2015 年から国際コーヒー機関（ICO）により「国際コーヒーの日」とすることとされました。（出典：全日本コーヒー協会より）

□調査サマリー

普段コーヒーの飲用習慣のある 20 代から 50 代にアンケート調査を行いました。調査の結果、普段飲んでいるコーヒーに大変満足している人は 3 割以下にとどまり、「もっと好みに合うものがあれば変える」「物足りない」と感じている人が多いことが分かりました。最も多い理由は「マンネリ化」で、特に週に 6～7 杯以上飲む「コーヒー好き」は、2 人に 1 人がマンネリを感じていました。実際、「いろんなコーヒーの味わいを試してみたい」人は大半以上であるものの、「味で失敗したくない」という不安や、「産地はなんとなく選んでいる」「味の違いは分からない、好み・こだわりがない」といった背景があるために、新しい味わいを選べない人が多いことも分かりました。

カプセルコーヒーは、特徴として「様々な産地・種類のコーヒーを」「密閉されたカプセルだからこそ鮮度を保ち」「ボタンひとつで 1 杯ずつ淹れられる」ことが挙げられ、ドリップポッドでも常時 12 種類のコーヒーカプセルを展開しています。また、ドリップポッドは、プロのハンドドリップの抽出メカニズムを搭載しているため、ボタンひとつで安定した味わいのコーヒーを淹れることができ、自宅でも新しいコーヒーの味わいに挑戦しやすいと考えます。

こうしたカプセルコーヒーのメリットによって新しいコーヒーの味わいに挑戦するハードルを低くし、ドリップポッドのコーヒー豆本来の特徴を引き出した「最高の一杯」が、新たなコーヒーの楽しみ方になることを願っております。

調査結果ポイント

1. 週に 6～7 杯以上コーヒーを飲む人が 6 割。普段飲むコーヒーの味に大変満足している人は 3 割。「もっと好みに合うものがあれば変える」「物足りない」と感じている人が 7 割。
2. 理由は「マンネリ化」？ 3 人に 1 人がマンネリを感じている。特に週に 6～7 杯以上コーヒーを飲む「コーヒー好き」は、2 人に 1 人がマンネリを実感。
3. 7 割以上が「いろんなコーヒーの味わいを試してみたい」と回答。一方で過半数が「新しいコーヒーの味には挑戦しない」。理由は「好みに合うか不安」「好みの味が分からない」
4. 【コーヒーの選び方】週に 6～7 杯以上コーヒーを飲む「コーヒー好き」でも、約 8 割が産地を「なんとなく選んでいる」。実は約半数が味の違いは分からない、または好み・こだわりがない。



Every coffee, every moment

■ 調査概要

調査名 : コーヒーおよびカプセルコーヒーに対する意識調査

日時 : 2024年9月2日~2024年9月3日

調査手法 : インターネット調査

調査実施企業 : ネオマーケティング

調査対象 : 週1回以上コーヒーを飲む全国の20代~50代の男女800名

※引用、転載の際は出典元として『UCC ドリップポッド調査』の明記をお願いします。

※本文中のグラフの構成比は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、必ずしも合計が100%にならない場合があります。

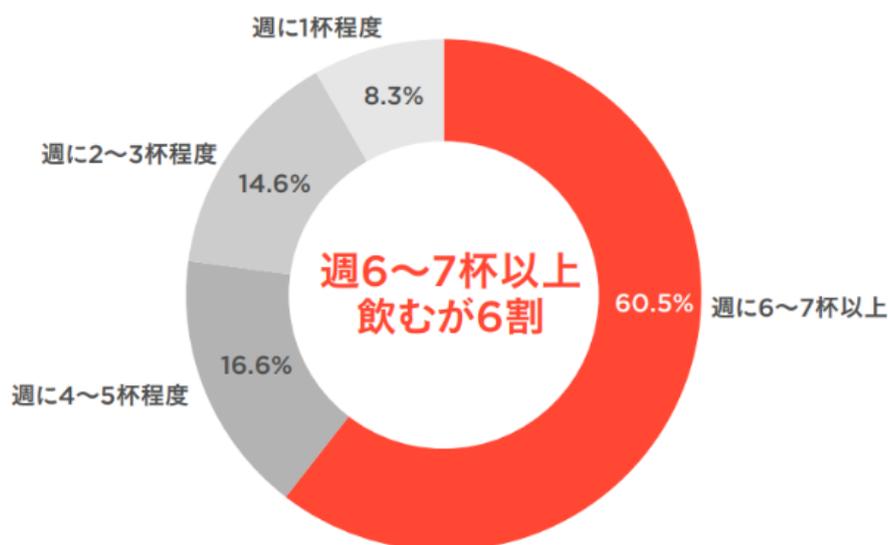
■ 調査詳細

Point 1

週に6~7杯以上コーヒーを飲む人が6割。普段飲むコーヒーの味に大変満足している人は約3割。「もっと好みに合うものがあれば変える」「物足りない」と感じている人が7割。

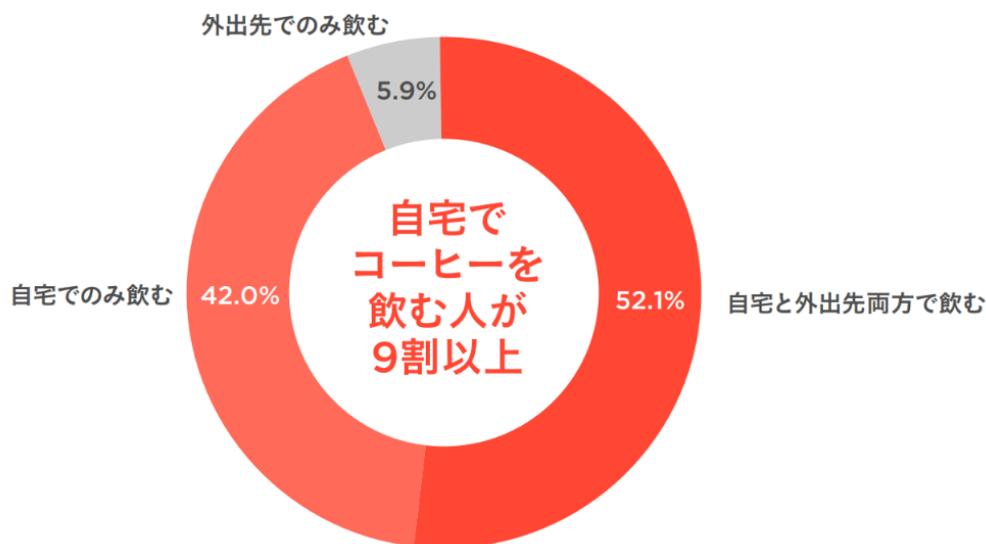
コーヒーの飲用頻度について聞いたところ、全体の6割(60.5%)がコーヒーを週に6~7杯以上飲んでおり、9割以上(94.1%)が自宅でコーヒーを飲むと回答しました。一方で、普段飲んでいるコーヒーに満足しているかどうか聞いたところ、「大変満足している」と答えた人は約3割(29.1%)にとどまり、「もっと好みに合うものがあれば変える」「物足りない」と感じている人が約7割(70.9%)いることが分かりました。

Q あなたは、どのくらいの頻度でコーヒーを飲みますか？



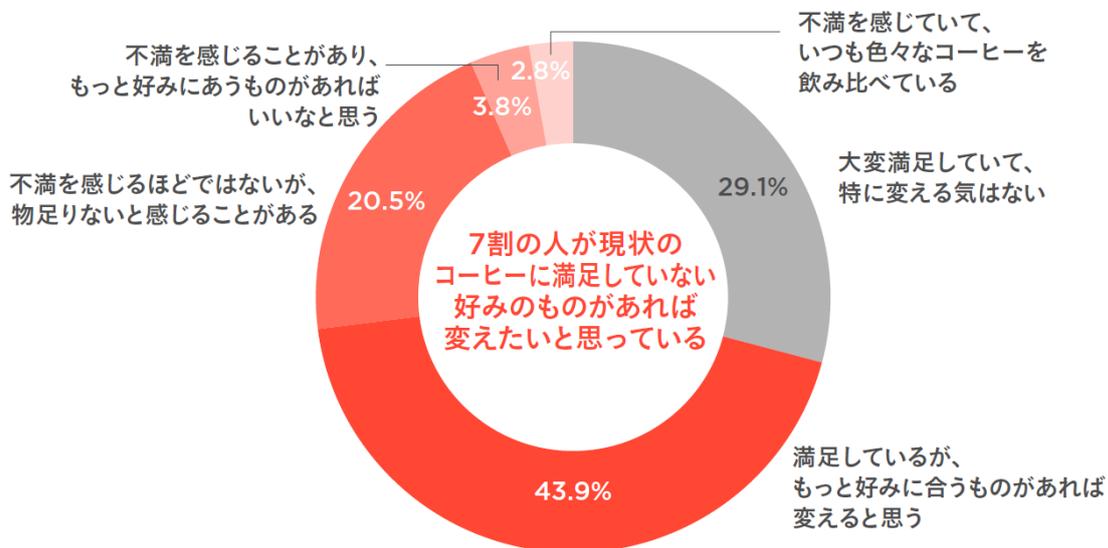
回答者: 800名

Q 普段、コーヒーはどこで飲みますか？



回答者:800名

Q あなたは普段飲んでいるコーヒーに満足していますか
満足度に最もあてはまるものを教えてください



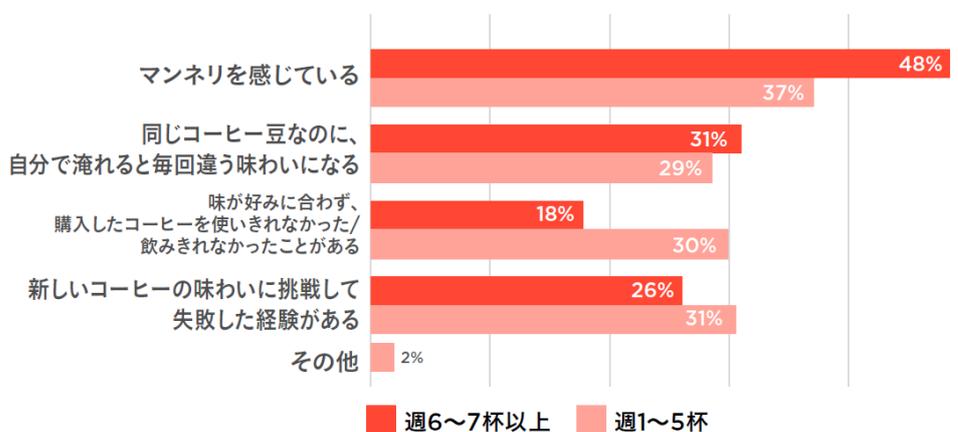
回答者:800名

Point 2

満足していない理由は「マンネリ化」？ 3人に1人がマンネリを感じている。
特に週に6〜7杯以上飲む「コーヒー好き」は、2人に1人がマンネリを実感。

普段飲んでいるコーヒーに感じる、よくある不満や悩みについて聞いたところ3人に1人以上が「マンネリを感じている」と答え、最も多い回答となりました。飲用頻度別に比較すると、週に6〜7杯以上飲む「コーヒー好き」が「マンネリを感じている」と選択した割合が特に多く、2人に1人がマンネリを実感していることが明らかになりました。

Q あなたが普段飲んでいるコーヒーについて、
感じたこと、経験したことを教えてください



週に6〜7杯以上飲む「コーヒー好き」は、2人に1人がマンネリを感じている

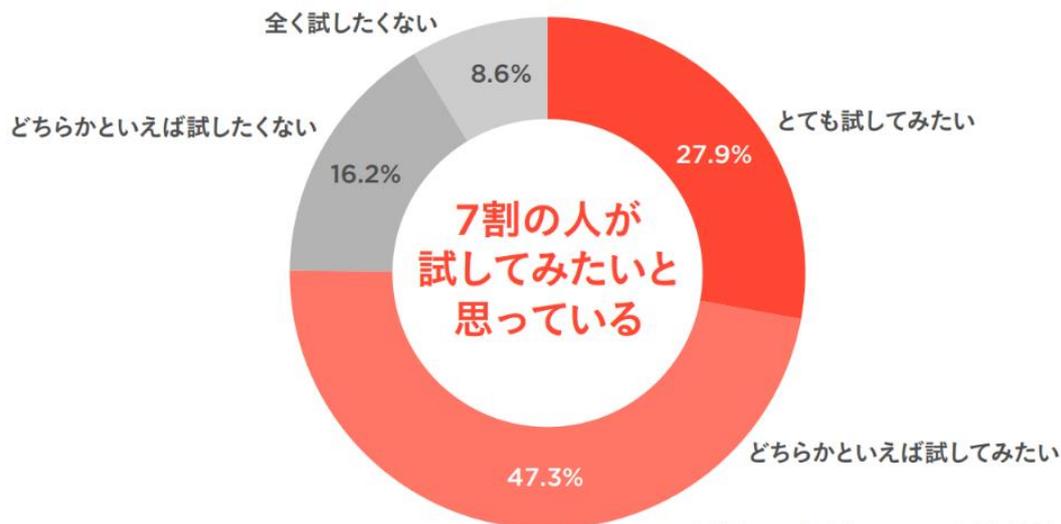
回答者数：412名、複数回答、特にないと回答した人を除く

Point 3

7割以上が「いろんなコーヒーの味わいを試してみたい」と回答。一方で過半数が「選ぶコーヒーを変えない」。理由は「好みに合わないかもしれないと不安」「好みの味が分からない」

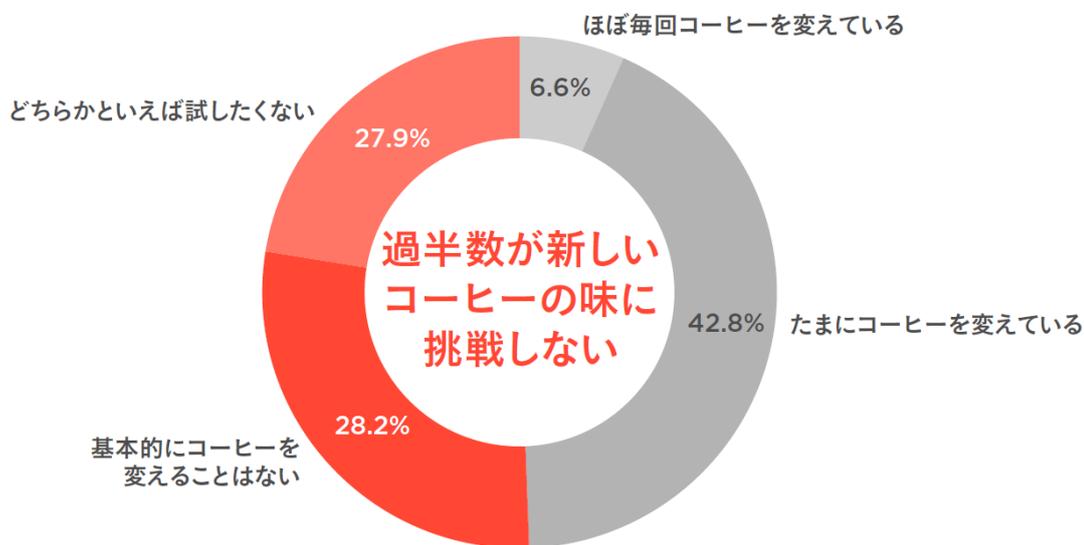
Point2の結果とは対照的に、いろんなコーヒーの味わいを「試してみたい」と答えた人は7割以上（75.2%）という結果に。一方で、新たなコーヒーを試す頻度を聞いたところ、「基本的にコーヒーを変えることはない」「全く試したことがない」と回答した人が約6割（56.1%）にのぼり、新しいコーヒーの味に挑戦していない、変えないことが分かりました。

Q ご家庭でコーヒーを飲む場合、
いろんなコーヒーの味を試してみたいと思いますか？



回答者：753名、自宅でコーヒーを飲むと回答した人を対象

Q ご家庭で飲むコーヒーを選ぶ場合、
いろんなコーヒーの味を試しますか？

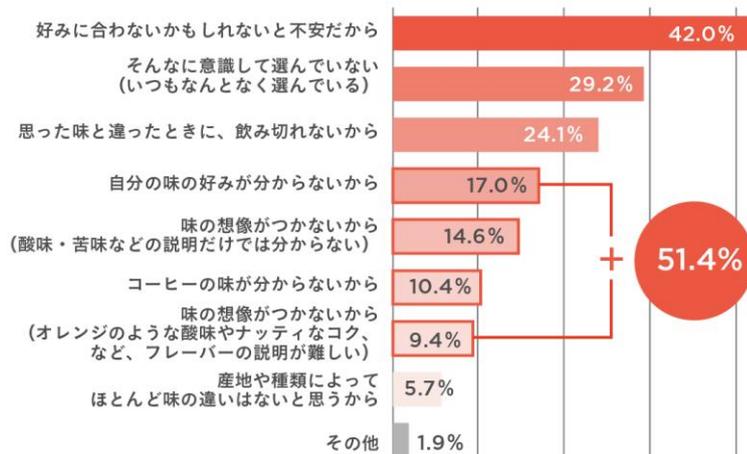


回答者：753名、自宅でコーヒーを飲むと回答した人を対象

上記の設問で「試したことはあるが、基本的にコーヒーを変えることはない」と回答した人に対し、コーヒーを変えない理由について調査したところ、「好みに合わないかもしれないと不安だから」（42.0%）が最も高い結果に。また「自分の味の好み分からないから」「味の想像がつかないから」「コーヒーの味が分からない」といった味わいに対する不安や、味わいが分からない、

といった回答を合計すると「好みに合わないかもしれない」を超え（51.4%）、非常に不安があるということが明らかになりました。

Q ご家庭で飲むコーヒーを選ぶときに、
 コーヒーを変えない理由を教えてください



「コーヒーの味が分からない、好みの味が分からない」が51.4%と
 「好みに合わないかもしれない」を超える

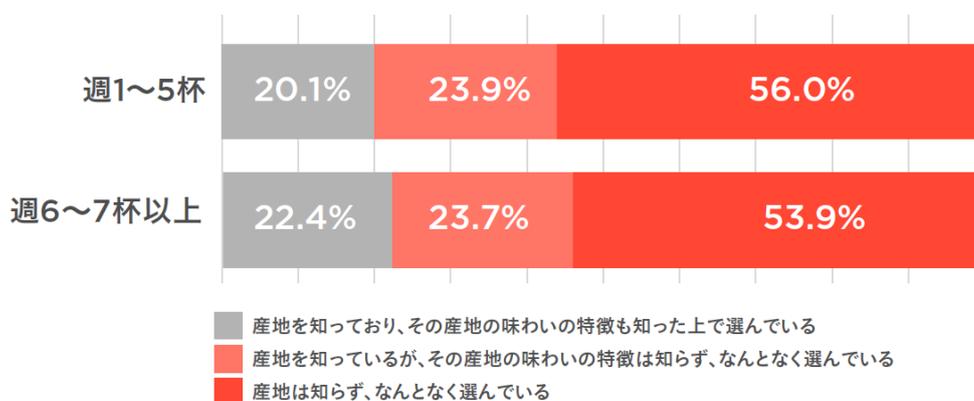
回答者：212名、基本的にコーヒーを変えることはないという回答した人、複数回答

Point4

【コーヒーの選び方】週に6~7杯以上飲む「コーヒー好き」でも、約8割が産地を「なんとなく選んでいる」。実は約半数が「味の違いは分からない」または「好み・こだわりのない」

Point3の結果を踏まえ、普段飲んでいるコーヒーの選び方について調査しました。コーヒーの選び方について、産地の理解度について聞いたところ、そのコーヒーの産地を知り、産地ごとの味わいの特徴まで理解して選んでいる人は、2割にとどまり、約8割が産地を「なんとなく選んでいる」と回答しました。

Q あなたは普段飲んでいるコーヒーの産地を知った上で選んでいますか

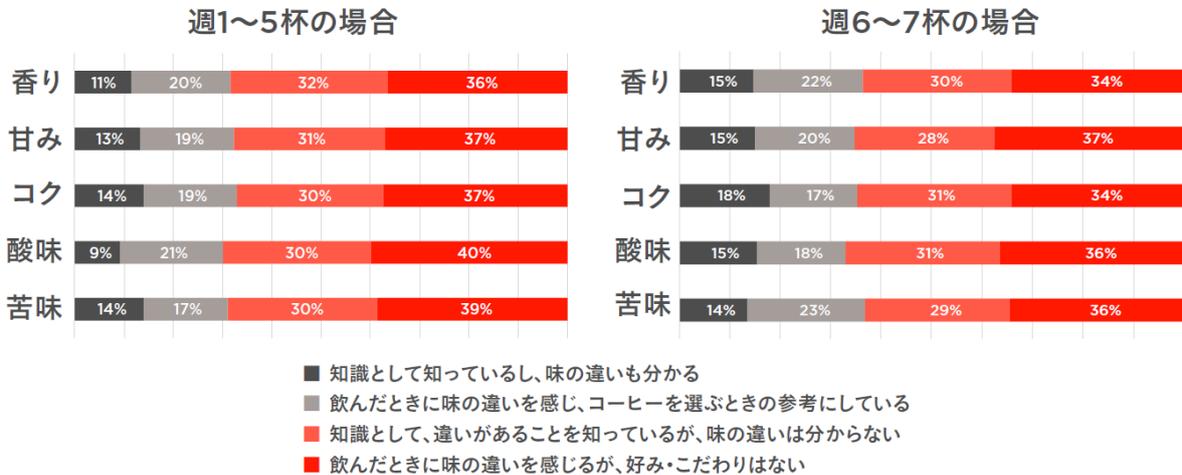


週に6~7杯以上飲む「コーヒー好き」でも、約8割が産地を「なんとなく選んでいる」

回答者：753名、自宅でコーヒーを飲む場合を対象

また、コーヒーの味わいについての理解度も調査しました。コーヒーの味わいには苦味や酸味、コク、甘み、フルーツやナッツのようなフレーバー（香り）など様々な表現がありますが、いずれの要素においても、「飲んだときに味の違いを感じるが、好み・こだわりはない」との回答者の割合が1番多く、「知識として、違いがあることを知っているが、味の違いは分からない」と合わせると、いずれの項目においても約半数の方が味の違いや好み、こだわりを重要視していないことが分かりました。

Q コーヒーについて以下の項目毎に最もあてはまるものを教えて下さい



実は半数以上が、味の違いはわからない/好み・こだわりがない

回答者:800名

Point3 と Point4 の結果から、普段コーヒーの味わいを表現する際に使用している産地の特徴や、苦みや酸味、コクなどの味覚の表現は、コーヒーの味わいとして理解しにくく、選ぶ際の基準として上手く活用されていないことが分かりました。

UCC のカプセル式コーヒーシステム「ドリップポッド」とは

ドリップポッドは、コーヒー豆本来の特徴を引き出した「最高の一杯」を、いつでもボタンひとつで味わえるカプセル式ドリップコーヒーシステムです。プロがハンドドリップする際に、おいしいコーヒーを淹れるために大切にしている 5 つのポイント【①豆の鮮度、②計量、③蒸らし、④抽出速度、⑤ドリッパーの形】をカプセルとマシンで再現しています。

さらに 2023 年 9 月に発売した最新モデル「DRIP POD YOUNI（ドリップポッド ヨウビ）」は、食とデザインを軸として、感性を大切にした良質なライフスタイル事業を手がける株式会社ウエルカムと共同開発。空間・プロダクトデザイナーの二俣公一氏がマシンデザインを手掛け、どこでも気軽に持ち運べるキャリーハンドルが特徴的なマシンです。また UCC 公式スマートフォンアプリ『COFFEE CREATION』と Bluetooth 連携することで、マシン機能で抽出できる抽出レシピに加え、日本や世界の抽出競技会で活躍する UCC グループのコーヒーのスペシャリストが作った抽出レシピ「プロレシピ」での抽出が可能になり、マシン機能のみで抽出できるレシピと合わせて 100 通り以上の飲み方が楽しめます。カプセルごとの味わいの楽しみ方をさらに広げ、お気に入りの味わいだけでなく新たなコーヒーのおいしさに出会い、自由なコーヒータイムを叶えます。





コーポレートメッセージ「Every coffee, every moment」は、
コーヒーがもたらす最高の瞬間のために、コーヒーの全てを追い求める、という
私たち UCC グループからのメッセージが込められています。