

コンビニの食機会数、2025 年にイートインが 4.0% 減、  
コンビニ全体の食機会数を押し下げ  
<外食・中食 調査レポート>

2026 年 2 月 18 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)

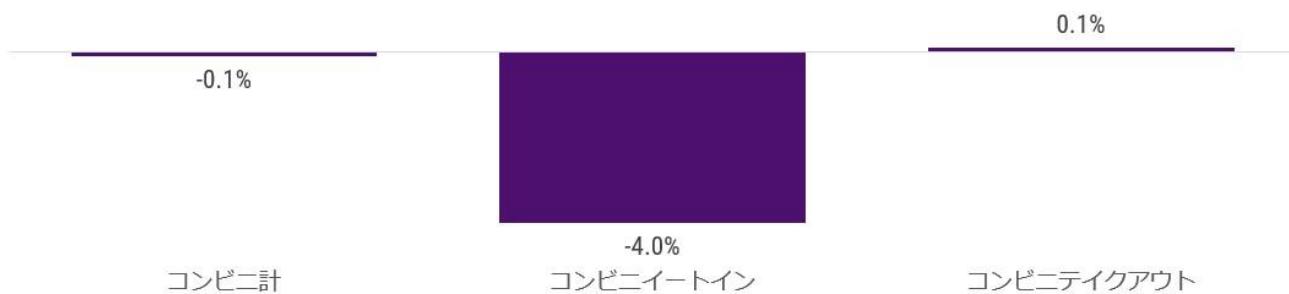
外食・中食市場情報サービス『CREST®<sup>\*1</sup>』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソーエン代表）は、コンビニイートインに関するレポートを 2026 年 2 月 18 日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。コンビニを利用した食事や間食の食機会数の前年同期比（図表 1）は、2025 年（2024 年 12 月-2025 年 11 月計）に 0.1% 減で、イートインの 4.0% 減がマイナスに影響しました。

### コンビニイートインの食機会数、2025 年は 4.0% 減

コンビニを利用した食事や間食の食機会数の前年同期比（図表 1）は、2025 年（2024 年 12 月-2025 年 11 月計）に 0.1% 減でした。利用形態別にみると、テイクアウトは 0.1% 増でしたが、イートインの食機会数が 4.0% 減で、コンビニ計の食機会数のマイナスへ引き下げました。

<図表1> コンビニの食機会数 前年同期比%  
2024年12月-2025年11月計



出典：サカーナ・ジャパン、CREST

サカーナ・ジャパン フードサービスディレクターの東さやか（あずま・さやか）は、次のように話します。「コンビニのイートインは、コンビニ全体の食機会数の約 4% 程度を占めています。比率は小さいですが、インフレの影響もありテイクアウトも伸び悩む中、全体を引き下げる程度のボリュームがあると言えます。昨今、イートインスペースを減らして、雑貨等の売り場に変換する店舗が増え

ており、イートインの食機会数が減少する一因となっているようです。コンビニ全体としては、単価の高い雑貨に売り場を割いたほうが売上が上がるを考えられますが、食事や間食の利用機会だけで考えると、全体の客数に影響を与える可能性があるということは考慮すべきでしょう。2026年2月17日から実施している外食・中食マーケットトレンドセミナーでは、コンビニイートインについて、さらに詳細や分析例をご紹介予定です。」

#### **外食・中食マーケットトレンドセミナー実施概要 :**

外食・中食市場の動向からインサイトを提供する無料オンデマンドウェブセミナーを2026年2月17日（火）から開催しています。本セミナーは、2月24日（火）まで9日間、いつでもお好きな時間に視聴できます。サカーナ・ジャパンの3人のフードサービスエキスパートが、外食・中食業界に携わる、さまざまな業種・職種の方に向けて、3つの視点からインサイトを提供します。

- ◎外食業態の年代別価格戦略
- ◎コンビニイートイン 直近の利用動向から考える今後
- ◎勝てる業態・地域を見極める！データで導く出店戦略

登録・申し込みURL :

<https://event.on24.com/wcc/r/5204274/AB46DA57133C1FF85C8AC5D44AFE89F9>

#### **\*<sup>1</sup> 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](mailto: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

