紅茶とのペアリング、ホットはケーキと、アイスはハンバーガーとがトップ、2025 年計の外食業態、温度で異なる飲料シーン

＜外食・中食 調査レポート＞

2026 年 6 月 3 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）

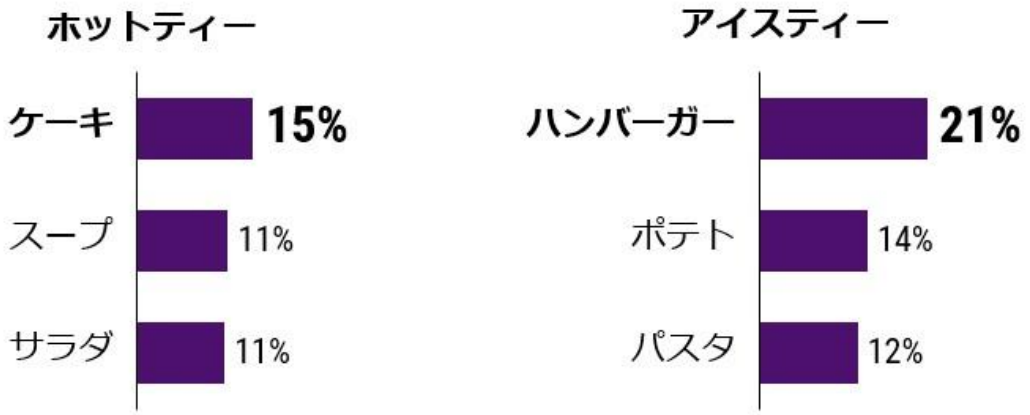
外食・中食市場情報サービス『CREST®[*1]』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、2025 年年計の外食業態の紅茶に関するレポートを 2026 年 6 月 3 日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。2025 年計の外食業態における紅茶とのペアリングでは、ホットティーはケーキが 1 位、アイスティーはハンバーガーが 1 位でした。

外食業態で、ホットティー＆ケーキ、アイスティー＆ハンバーガーが 1 位

2025 年（1-12 月）計の外食業態で、紅茶とどんなフードと一緒に食べているのかを見ると（図表 1）、ホットティー飲用機会においては、ケーキが出現率 15%でトップでした。 2 位はスープ 11%、 3 位はサラダ 11%でした。アイスティー飲用機会では、ハンバーガーが出現率 21%で 1 位でした。 2 位はポテト料理 14%、 3 位はパスタ 12%でした。

＜図表1＞外食業態における紅茶との食べ合わせ
出現率(%)トップ3メニュー　2025年計（1-12月）



※外食業態とは、小売店、弁当・総菜店、自動販売機、学食・社食を除くレストラン業態で、クイックサービスレストラン（ファストフード、カフェ、ベーカリーなど）、フルサービスレストラン（ファミリーレストラン、居酒屋、和食レストラン、寿司店、洋風レストラン、ラーメン店、中華レストランなど）含む飲食店全体。

出典：Circana, CREST®

サカーナ・ジャパン フードサービスシニアマネージャーである、石川麗（いしかわ・れい）は、次のように話します。「ホットティーは、ティータイムのリラックス時間やご褒美ケーキを楽しむ贅沢時間に飲まれていて、体験重視の飲み物と考えられます。一方、アイスティーは、ハンバーガーの塩気や脂っこさをリフレッシュして、食事を食べ進めるための機能重視の飲み物として選ばれていることが多いと考えられます。同じ紅茶でも温度の違いにより、消費者には別の目的で選ばれていることが分かります。飲用シーンを把握し、マーケティング戦略を練ることが売上を伸ばすチャンスにつながります。メニュー＆業態選択型主要指標レポート[*2]では、業態・主要メニュー別に、喫食者の性年代の変化を把握することができます。変化とチャンスを逃さないために有効活用できるでしょう。」

[*1] **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

[*2] **メニュー&業態選択型主要指標レポート**

関心のある業態のメニューについて、性年代、職業、喫食グループ、イートイン／テイクアウト、朝食・昼食・夕食・間食の食機会数と構成比を提供し、利用者や利用シーンの変化、比率の高いセグメントや成長セグメントを把握することができます。

メニュー&選択型主要指標レポートご案内

メニュー&業態選択型主要指標レポートサンプル

■本件に関するお問い合せ先
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

■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　3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