

コンビニでのイートイン、 食機会数が 5%減、2025 年見込み

<外食・中食 調査レポート>

2025 年 11 月 5 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)

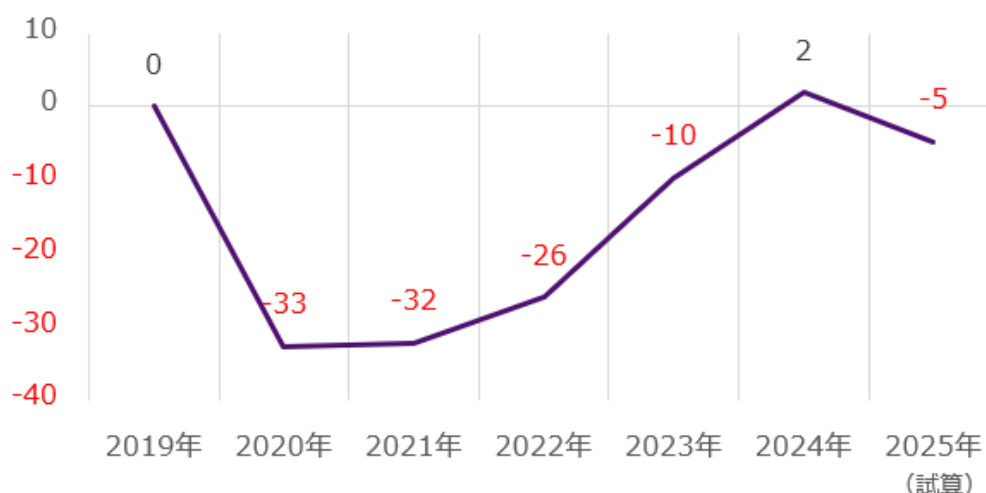
外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、コンビニの店内飲食に関する分析レポートを 2025 年 11 月 5 日に公表します。

本分析レポートでは、大きく以下のことが分かります。コンビニの店内飲食（イートインスペースでの食事）の食機会数をコロナ前の 2019 年と比較すると、2024 年には 2%増まで伸長しましたが、2025 年は、5%減が見込まれています。

コンビニイートインの食機会数、2025 年は 5%減の見込み

コンビニでの店内飲食（イートインスペースでの食事）の食機会数をコロナ前の 2019 年と比較すると（図表 1）、コロナ禍では 3 割前後の減少となったものの、2024 年には 2%増まで回復しました。しかし、2025 年は再びマイナスに転じ、2019 年比 5%減が見込まれています。

<図表1> コンビニにおける店内飲食（イートインスペースでの食事） 食機会数2019年比（%）



※2025年の値は、1-8月度の実績を基に12か月換算したもの。

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、藤井真理子（ふじい・まりこ）は、次のように話します。「コンビニの店内飲食（イートインスペースでの食事）は、コロナ禍で利用が制限されていた時期の大幅減を経て、順調に回復してきましたが、2024 年秋以降一部チェーンでイートインスペースを廃止する動きがあり、2025 年の試算では 5%減と再びコロナ前の水準を下回る見込みとなっています。コンビニの食機全体に占める店内飲食の比率は数%に留まりますが、特に間食の時間帯で比率が高まる傾向が見られ、食事に加え、軽食や飲料等とのちょっとした休憩の場として利用されていることがわかります。コンビニのイートインスペースが売り場面積の拡大の動きの中で今後どのように推移していくのか注目されます。」

***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>

■ 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

■ 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