

シェイクの外食業態での食機会数が 8.7%増加、 牛丼系ファストフードのシェアが高まる

<外食・中食 調査レポート>

2026 年 9 月 2 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、外食・中食市場レポートを 2026 年 9 月 2 日に公表します。

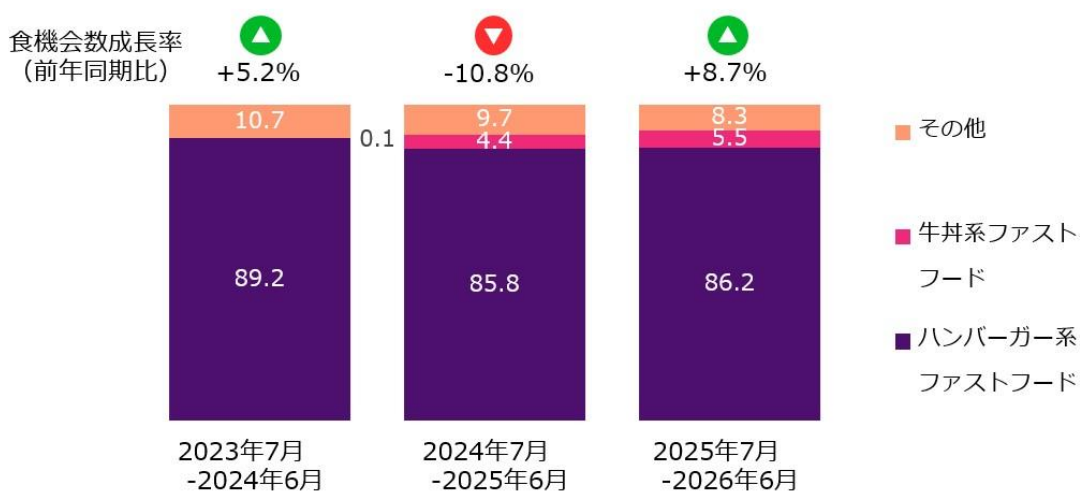
本分析レポートでは、外食業態におけるシェイクの直近 1 年間の食機会数は前年同期比 8.7%増となりました。業態シェアではハンバーガー系ファストフードが首位を維持する一方、2 位の牛丼系ファストフードのシェアは年々拡大しています。

外食業態でシェイクの食機会数が 8.7%増。牛丼系ファストフードのシェアが拡大

外食業態における 2025 年 7 月-2026 年 6 月のシェイク（フラッペ、スムージーをのぞく）の食機会数は前年同期比 8.7%増でした。その内訳を業態シェアで見ると、牛丼系ファストフードのシェアは 2 年前の 0.1%から拡大し、2025 年 7 月-2026 年 6 月には 5.5%となりました。

外食業態におけるシェイクの食機会数の成長率と業態シェア(%)

*フラッペ、スムージーをのぞく



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、矢部 忠継（やべ ただつぐ）は、次のように話します。「毎年続く猛暑に加えて、夏の期間も近年長期化し、シェイクの販売を強化するチェーンが増えています。業態別の食機会数で9割近いシェアを占めるハンバーガー系ファストフードは、旬の果実や、有名メーカーのお菓子とコラボしたフレーバーを期間限定シェイクとして頻繁に展開し、消費者を飽きさせずに惹きつけています。さらに、まだシェアは低いですが近年急激にシェイクを伸ばしているのが牛丼系ファストフードです。牛丼チェーンは、客層では男性がメイン、時間帯ではランチとディナータイムが主戦場でした。

そこでシェイクを活用し、これまで十分にリーチできていなかった女性や子どもを含むファミリー層、さらにはアイドルタイムの喫茶需要を取り込むことで、客層や利用動機の幅を広げようとする戦略が見てとれます。

また『スラリー』と呼ばれる液体と固体の中間のシャーベット状の飲料を、猛暑や熱中症対策商品として売り出すメーカーも増えています。猛暑は命にも関わる深刻な問題です。今後ますます、業態や業種を問わず、シェイクなどの猛暑対策商品、メニューの強化が続くと考えられます。」

*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 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