

外食業態で炭酸飲料の杯数が2年連続増加、
2025年7月～2026年6月計は5.3%増
＜外食・中食 調査レポート＞

2026年10月7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)

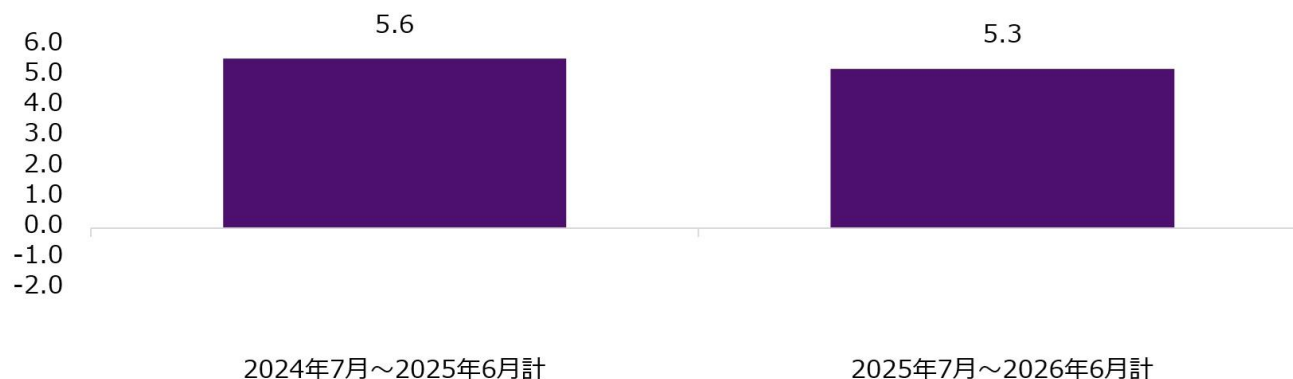
外食・中食市場情報サービス『CREST®^{*1}』を提供するサカーナ・ジャパン株式会社（エヌピーディー・ジャパン株式会社より社名変更、東京都港区、ケビン・ソー代表）は、外食業態における炭酸飲料に関するレポートを2026年10月7日に公表します。

本分析レポートでは、外食業態における2025年7月～2026年6月計の炭酸飲料の杯数が前年同期比5.3%増となり、2年連続で大幅に増加したことが分かりました。

外食業態における炭酸飲料の杯数、前年同期比5.3%増

外食業態における2025年7月～2026年6月計の炭酸飲料の杯数は、前年同期比で5.3%増加しました（図表1）。前年の2024年7月～2025年6月計も同5.6%増で、2年連続の大幅な増加となりました。

＜図表1＞外食業態における炭酸飲料*杯数の前年同期比（%）



*コーラ、透明の炭酸飲料（サイダーなど）、フルーツ味の炭酸飲料（ファンタなど）、その他炭酸飲料の合計

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の矢部 忠継（やべ ただつぐ）は、次のように話します。「外食業態における炭酸飲料の杯数は2年連続で増加している好調なカテゴリーです。クラフトコーラや自家製レモネード炭酸、クラフトジンジャーエールなどが流行し、ここ数年、外食

チェーンでは、フルーツ味・フルーツ入りの炭酸飲料やティー炭酸飲料などの新商品、期間限定商品が発売され、注目されています。

小売商品においても、飲料メーカーが様々なフレーバーの展開や、機能性をうたった健康軸のものや、甘さを強調したギルティーなコンセプトの炭酸飲料などが消費者を惹きつけています。このような活況な炭酸飲料カテゴリーが、外食業態においても消費者の心をつかむ重要なカテゴリーとなっています。炭酸飲料の増加は、男性 40～50 代での増加が特に寄与しています。ターゲットとする性年代、どのような食機会で飲まれているかを特定し、より効果的な施策を打つことで、成長する炭酸飲料カテゴリーでさらに集客が見込めると考えられます。」

***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