

### 喫茶店・カフェの利用に関する消費意識調査

#### 調査結果の概要

- 喫茶店・カフェへ「よく行く人」は岐阜県、愛知県、全国のいずれの地域も約4割。岐阜県と愛知県を合わせた当地域では、よく行く人の割合が高いのは20代、低いのは50代であり、その差は約2倍から3倍に上る。
- 岐阜県と愛知県は「喫茶店チェーン」「個人経営の喫茶店・カフェ」へよく行く人の割合が、全国よりも高い。
- 主な利用目的を「モーニングサービス」と回答した割合は、岐阜県12.4%、愛知県13.7%で、いずれも全国(5.5%)の2倍超。
- 当地域の60代以上の「よく行く人」の4人に1人は、「モーニングサービス」が主な目的。
- モーニングサービスへの平均支払金額は、岐阜県、愛知県ともに全国を上回った。

#### 調査要領

1. 調査方法 インターネットによるアンケート調査
2. 調査内容 喫茶店・カフェの利用に関する消費意識調査
3. 調査期間 2023年8月8日～10日
4. 回答状況 有効回答1,260名

#### 回答者の内訳

地域別 (人、%)

	男性	女性	計	構成比
岐阜県	210	210	420	33.3%
愛知県	210	210	420	33.3%
全国	210	210	420	33.3%
合計	630	630	1,260	100.0%

年齢別・地域別

(人、%)

	岐阜県				愛知県				全国			
	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比
20歳代	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%
30歳代	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%
40歳代	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%
50歳代	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%
60歳以上	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%	42	42	84	20.0%
合計	210	210	420	100.0%	210	210	420	100.0%	210	210	420	100.0%

(注1) 端数を四捨五入しているため、内訳の合計等が合致しない場合がある。

ご照会先  
十六総合研究所 リサーチ部  
研究員 萩原 綾子  
岐阜県岐阜市神田町 7-12  
TEL 080-4333-0755

## 1. 調査の目的

総務省が今年2月に公表した家計調査によれば、1世帯当たりの喫茶代支出額において岐阜市は3年連続で全国1位となった。また、2位は名古屋市であった。岐阜・愛知で特に

盛んであると言われる、喫茶店・カフェの利用状況について、岐阜県、愛知県、全国の3地域を対象として調査・分析を行った。

## 2. 利用頻度

営業形態によって、喫茶店・カフェを、「A.喫茶店チェーン(以下Aと表記)」、「B.洋風カフェチェーン(以下Bと表記)」、「C.ファミリーレストランやファストフード店(以下Cと表記)」、「D.個人経営の喫茶店・カフェ(以下Dと表記)」の

4種類に分類し【図表1】、利用頻度を尋ねた。以下では、喫茶店・カフェの利用頻度について「ほぼ毎日」「週に数回」「月に数回」と回答した人を合計して、「よく行く人」と定義して分析を進める。

【図表1】

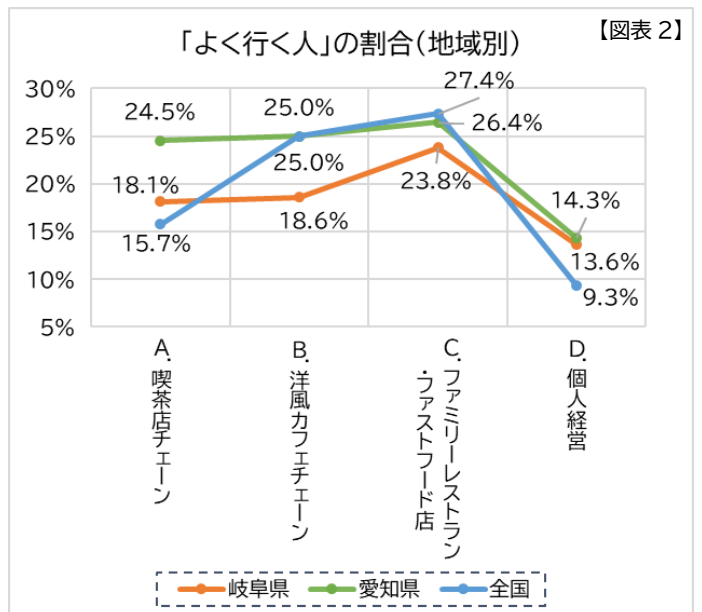
営業形態による分類	特徴	例
A 喫茶店チェーン	店員が座席まで注文を聞きにきたり商品を運んだりするフルサービスがメインのチェーン店	コマダ珈琲、星乃珈琲店、むさしの森珈琲など
B 洋風カフェチェーン	商品の注文・受取りをカウンターで行い、客が自分で座席まで運ぶセルフサービスがメインのチェーン店	スターバックス、ドトール、タリーズ、カフェドクリエなど
C ファミリーレストランやファストフード店 <sup>(注2)</sup>	—	マックカフェなど
D 個人経営の喫茶店・カフェ	—	—

利用頻度の選択肢	
1	ほぼ毎日
2	週に数回
3	月に数回
4	年に数回
5	ほとんど利用しない

⇒ 1+2+3 = 「よく行く人」

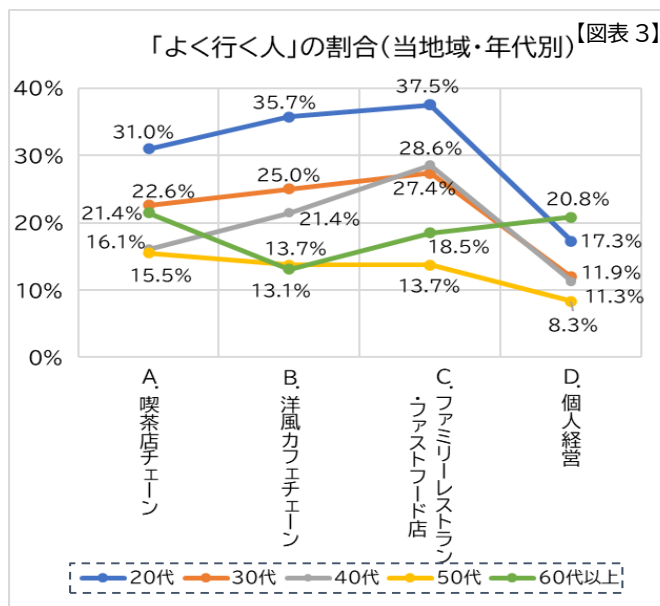
(注2)Cについては、喫茶店やカフェのように利用する場合について回答してもらった。

営業形態ごとにみると、Aへよく行く人の割合が高かったのは愛知県(24.5%)、Bは愛知県と全国(ともに25.0%)であった【図表2】。いずれの地域でもCへよく行く人の割合が比較的高く、Dは低かった。Aへよく行く人およびDへよく行く人の割合は、岐阜県、愛知県ともに全国を上回った。A~Dを総合すると、いずれか1つ以上へ「よく行く」と回答した割合は、いずれの地域でも約4割であった。



当地域の年代別では、20代～50代と60代以上で異なる傾向がみられた(注3)。20代～50代は、各年代ともA～Cへよく行く人の割合が比較的高く、Dは低い【図表3】。一方で、60代以上はDの割合が高かった。全体として喫茶店・カフェへよく行く人の割合が高いのは20代、反対に低いのは50代で、その差は約2倍から3倍であった。

なお、男女別では、Aへよく行く人の割合は男性24.3%、女性18.3%と差があったが、B～Dではあまり差がみられなかった。

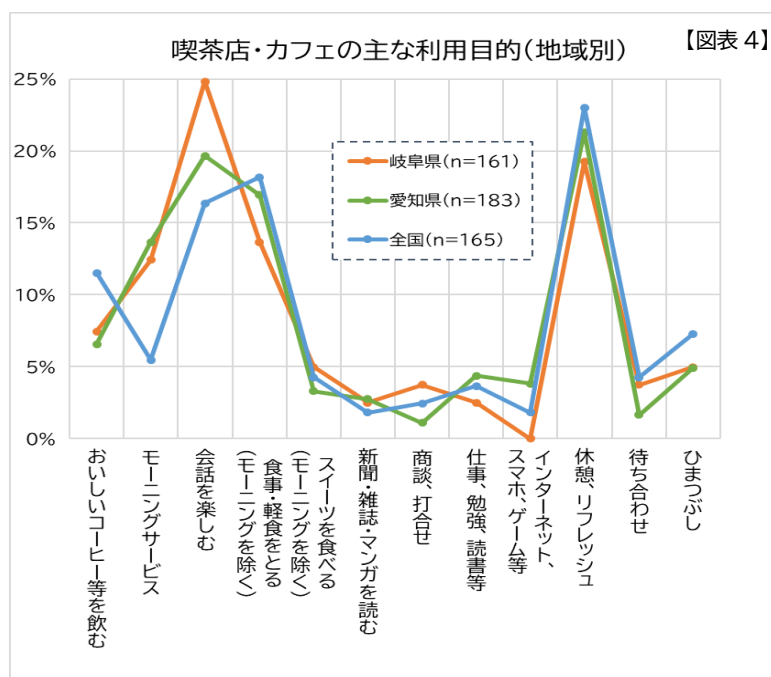


### 3. 利用目的

喫茶店・カフェへ「よく行く人」を対象に主な利用目的を尋ね、1つだけ選択してもらった。

岐阜県の1位は「会話を楽しむ」で24.8%、愛知県と全国の1位は「休憩、リフレッシュ」でそれぞれ21.3%、23.0%であった【図表4】。

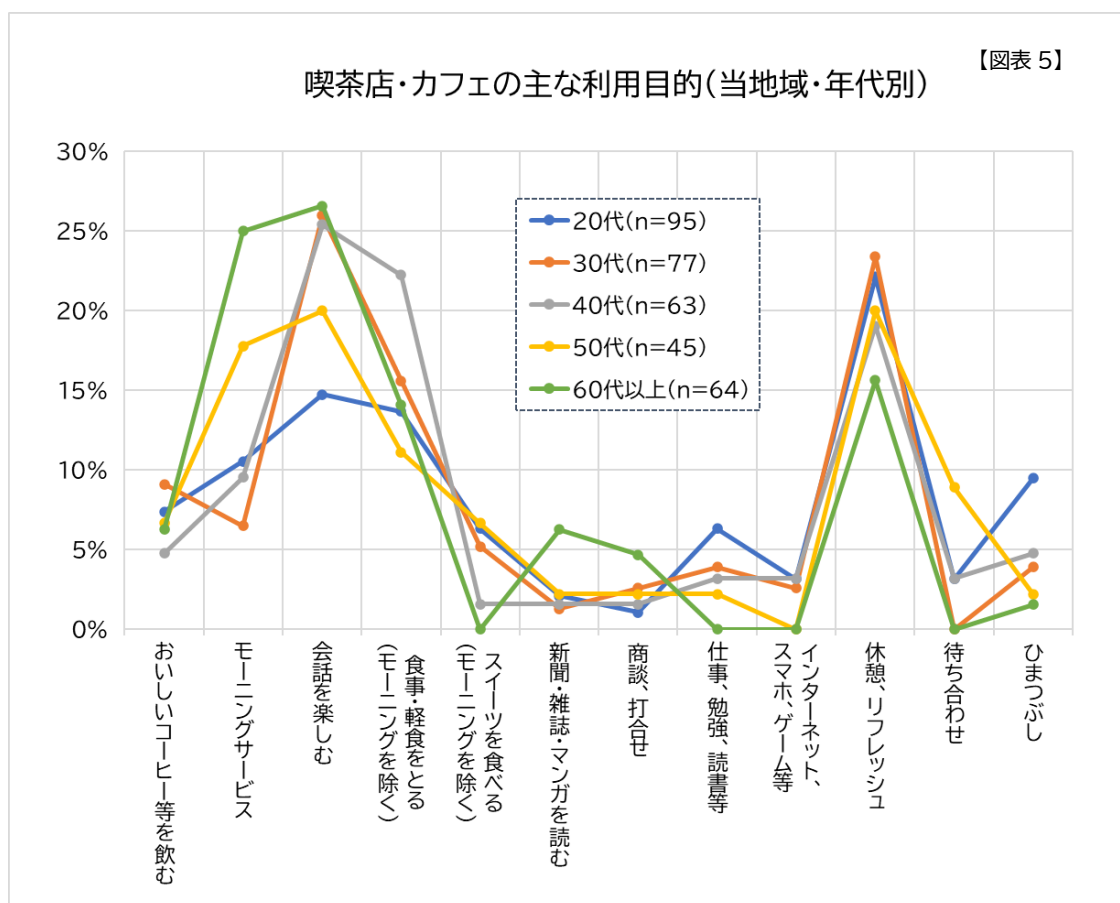
当地域と全国とで特に異なる傾向がみられたのは、「おいしいコーヒー等を飲む」「モーニングサービス」の2項目で、前者は岐阜県が7.5%、愛知県が6.6%であったのに対して、全国が11.5%と高かった。後者は岐阜県が12.4%、愛知県が13.7%と、どちらも全国(5.5%)の倍以上であった。



	おいしいコーヒー等を飲む	モーニングサービス	会話を楽しむ	食事・軽食をとる(モーニングを除く)	スイーツを食べる(モーニングを除く)	新聞・雑誌・マンガを読む	商談、打合せ	仕事、勉強、読書等	インターネット、スマホ、ゲーム等	休憩、リフレッシュ	待ち合わせ	ひまつぶし
岐阜県(n=161)	7.5%	12.4%	24.8%	13.7%	5.0%	2.5%	3.7%	2.5%	0.0%	19.3%	3.7%	5.0%
愛知県(n=183)	6.6%	13.7%	19.7%	16.9%	3.3%	2.7%	1.1%	4.4%	3.8%	21.3%	1.6%	4.9%
全国(n=165)	11.5%	5.5%	16.4%	18.2%	4.2%	1.8%	2.4%	3.6%	1.8%	23.0%	4.2%	7.3%

年代別にみると、20代の1位は「休憩、リフレッシュ」で22.1%、30代、40代および60代以上の1位は「会話を楽しむ」でそれぞれ26.0%、25.4%、26.6%であった【図表5】。50代は「会話を楽しむ」と「休憩、リフレッシュ」が

20.0%で同率1位であった。また、60代以上では「モーニングサービス」と回答した割合が高く、4人に1人がモーニングサービスを主目的として喫茶店・カフェを利用している。



	おいしいコーヒー等を飲む	モーニングサービス	会話を楽しむ	食事・軽食をとる(モーニングを除く)	スイーツを食べる(モーニングを除く)	新聞・雑誌・マンガを読む	商談、打合せ	仕事、勉強、読書等	インターネット、スマホ、ゲーム等	休憩、リフレッシュ	待ち合わせ	ひまつぶし
20代(n=95)	7.4%	10.5%	14.7%	13.7%	6.3%	2.1%	1.1%	6.3%	3.2%	22.1%	3.2%	9.5%
30代(n=77)	9.1%	6.5%	26.0%	15.6%	5.2%	1.3%	2.6%	3.9%	2.6%	23.4%	0.0%	3.9%
40代(n=63)	4.8%	9.5%	25.4%	22.2%	1.6%	1.6%	1.6%	3.2%	3.2%	19.0%	3.2%	4.8%
50代(n=45)	6.7%	17.8%	20.0%	11.1%	6.7%	2.2%	2.2%	2.2%	0.0%	20.0%	8.9%	2.2%
60代以上(n=64)	6.3%	25.0%	26.6%	14.1%	0.0%	6.3%	4.7%	0.0%	0.0%	15.6%	0.0%	1.6%

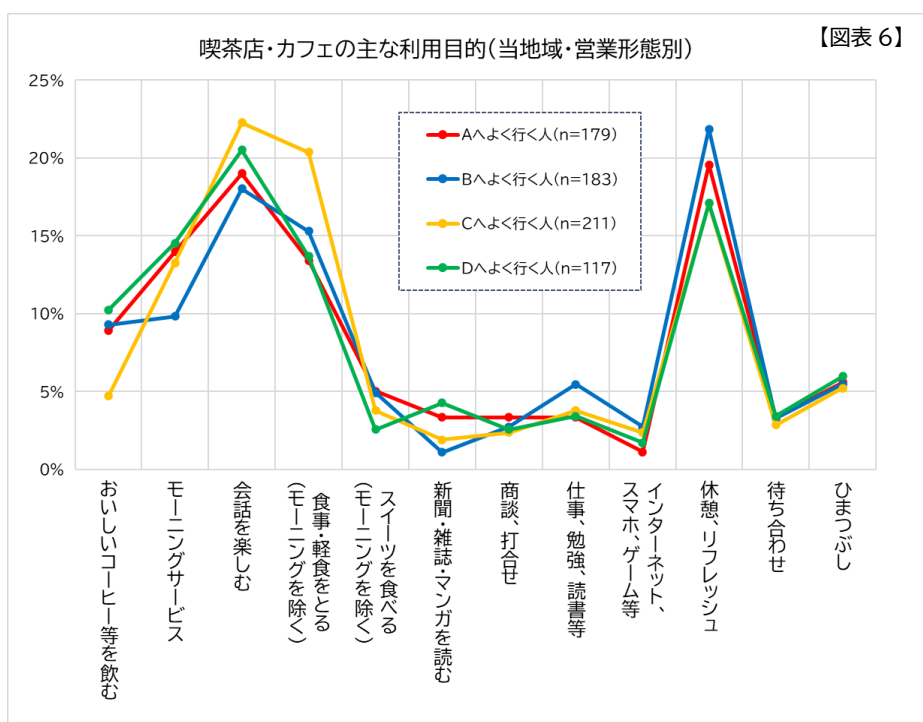
当地域の「よく行く人」について、A～D の営業形態ごとにみると、いずれも「会話を楽しむ」「休憩・リフレッシュ」の割合が高かったが、一部で特徴的な傾向もみられた【図表 6】。

B へよく行く人は、他の営業形態と比較して「モーニングサービス」の割合が低く、「仕事、勉強、読書」の割合が高いという特徴がみられた。カウンターで注文と商品の受け取りを終えて、席までセルフサービスで運ぶ仕組みは、店のスタッフに注文などのために声を掛けられることが少なく、一人の世界に浸るのに適した環境だろう。

C へよく行く人は「おいしいコーヒー等を飲

む」の割合が低く、「会話を楽しむ」「食事・軽食をとる」の割合が他よりも高かった。C のうち、ファミリーレストランは食事メニューが充実しているほか、ドリンクバーを設けているところが多いため、長居しやすく会話が弾みやすいのではないだろうか。

「モーニングサービス」と回答した割合は 4 つの営業形態の中で D が最も高かった。チェーン系の店ではメニューが画一化されるが、個人経営の店舗では個性豊かなモーニングサービスメニューが多く、魅力になっていると考えられる。



	おいしいコーヒー等を飲む	モーニングサービス	会話を楽しむ	食事・軽食をとる (モーニングを除く)	スイーツを食べる (モーニングを除く)	新聞・雑誌・マンガを読む	商談、打合せ	仕事、勉強、読書等	インターネット、スマホ、ゲーム等	休憩、リフレッシュ	待ち合わせ	ひまつぶし
Aへよく行く人 (n=179)	8.9%	14.0%	19.0%	13.4%	5.0%	3.4%	3.4%	3.4%	1.1%	19.6%	3.4%	5.6%
Bへよく行く人 (n=183)	9.3%	9.8%	18.0%	15.3%	4.9%	1.1%	2.7%	5.5%	2.7%	21.9%	3.3%	5.5%
Cへよく行く人 (n=211)	4.7%	13.3%	22.3%	20.4%	3.8%	1.9%	2.4%	3.8%	2.4%	17.1%	2.8%	5.2%
Dへよく行く人 (n=117)	10.3%	14.5%	20.5%	13.7%	2.6%	4.3%	2.6%	3.4%	1.7%	17.1%	3.4%	6.0%

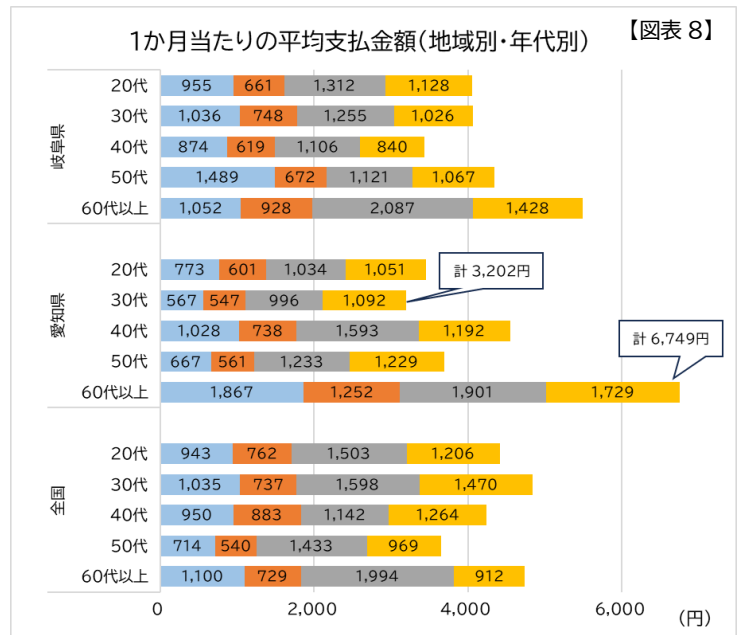
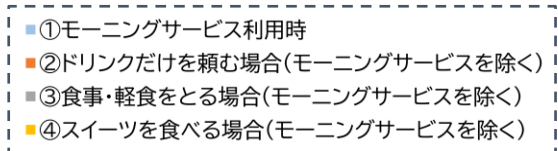
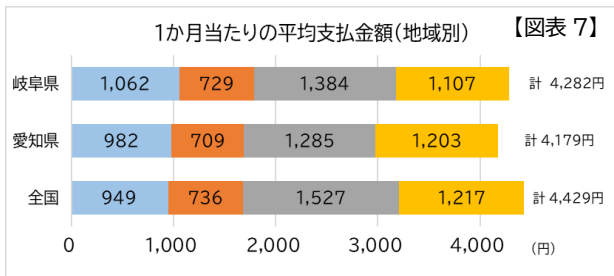
## 4. 支払う飲食費

喫茶店・カフェで飲食をする際、何に対してどの程度お金をかけているのかを調査するため、喫茶店・カフェへ「よく行く人」に対して、利用時に支払う1か月あたりの平均金額を「①モーニングサービス利用時」「②ドリンクだけを頼む場合(①を除く)」「③食事・軽食をとる場合(①を除く)」「④ケーキ等のスイーツを食べる場合(①を除く)」の4つのケースに分けて尋ねた。

地域別にみると、①～④の合計金額は全国(4,429円)が最も高く、次いで岐阜県(4,282円)、愛知県(4,179円)の順であった【図表7】。また、①への支払金額をみると、岐阜県が1,062円、愛知県が982円、全国が949円で

あった。モーニングサービスの文化が根付いている岐阜県、愛知県は全国と比較して①の平均支払金額が高かった。

各地域の年代別にみると、①～④を合計した喫茶店・カフェへの支払金額が最も高かったのは愛知県の60代以上で、6,749円であった【図表8】。①～④のいずれの金額も他の地域・年代と比較して高かったが、特にモーニングサービス利用時に支払う金額が1,867円と際だって高かった。これは、最も少なかった愛知県の30代の567円と比較すると3倍超である。愛知県の30代は①～④の合計が最も低く、3,202円であった。



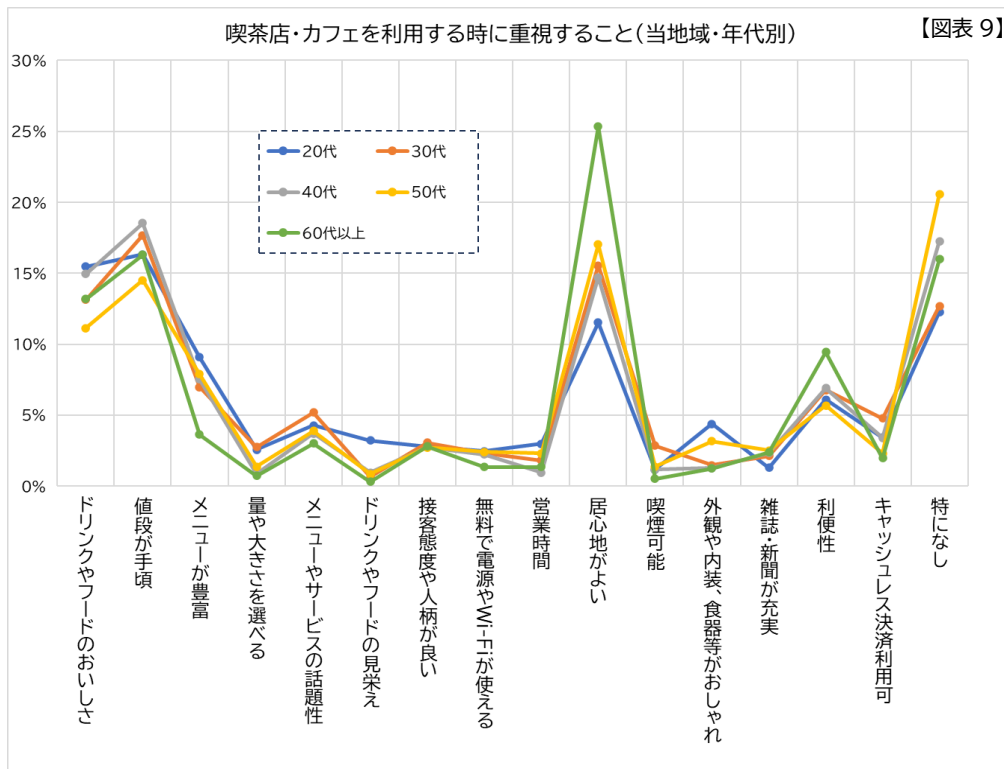
## 5. 利用時に重視すること

喫茶店・カフェを利用する時に重視することを尋ねた。1位～3位まで順位を付けて回答してもらい、1位を3点、2位を2点、3位を1点としてウエイト付けして集計し、項目別の点数の割合を算出した。表のパーセンテージは、当該項目の得点が各年代の得点の合計に占める割合を示している。

上位には、各地域とも「ドリンクやフードのおいしさ」、「値段が手頃」、「メニューが豊富」、「居心地がよい」、「利便性」があがっていて、

地域による差はあまりみられなかった。

年代別にみても、いずれの年代も同様の項目が上位を占めていたが、20代から40代までは「値段が手頃」が1位であったのに対して、50代と60代以上では「居心地がよい」が1位であった【図表9】。20代は、他の年代と比較して「外観や内装、食器等がおしゃれ」、「ドリンクやフードの見栄え（「映える」写真や動画が撮れる）」といった、外見を重視する傾向が強いようだ。



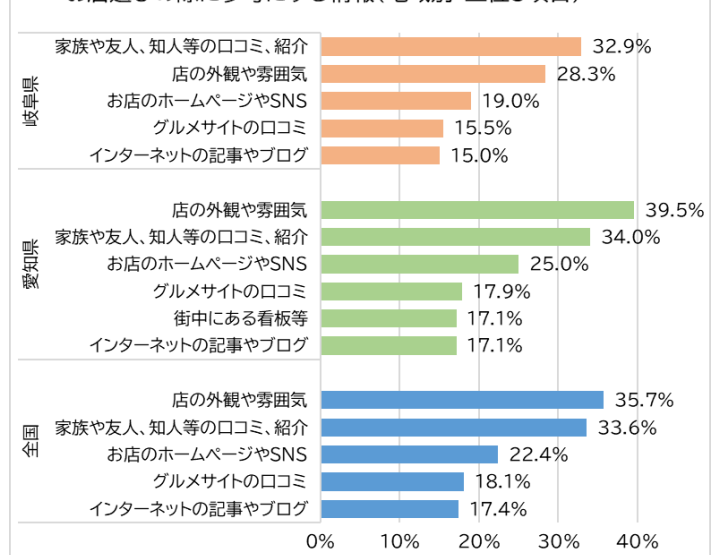
	ドリンクやフードのおいしさ	値段が手頃	メニューが豊富	量や大きさを選べる	メニューやサービスの話題性	ドリンクやフードの見栄え	接客態度や人柄が良い	無料で電源やWi-Fiが使える	営業時間	居心地がよい	喫煙可能	外観や内装、食器等がおしゃれ	雑誌・新聞が充実	利便性	キャッシュレス決済利用可	特になし
20代	15.5%	16.3%	9.1%	2.6%	4.3%	3.2%	2.8%	2.5%	3.0%	11.5%	1.2%	4.4%	1.3%	6.1%	3.4%	12.3%
30代	13.1%	17.7%	7.0%	2.8%	5.2%	0.6%	3.1%	2.3%	1.8%	15.6%	2.9%	1.5%	2.1%	6.8%	4.8%	12.7%
40代	14.9%	18.5%	7.5%	0.8%	3.7%	1.0%	2.8%	2.2%	1.0%	14.7%	1.2%	1.3%	2.3%	6.9%	3.4%	17.3%
50代	11.1%	14.5%	7.9%	1.4%	3.9%	0.8%	2.7%	2.4%	2.3%	17.0%	1.4%	3.2%	2.5%	5.7%	2.3%	20.6%
60代以上	13.2%	16.3%	3.6%	0.7%	3.0%	0.3%	2.8%	1.3%	1.3%	25.3%	0.5%	1.2%	2.4%	9.4%	2.0%	16.0%

## 6. お店選びの際に参考にする情報

利用する喫茶店・カフェを選ぶ際に参考にする情報を複数選択で尋ねた。

いずれの地域でも、「家族や友人、知人等の口コミ、紹介」、「店の外観や雰囲気」と回答した割合が高く、3割～4割程度を占めた【図表 10】。ホームページや SNS、グルメサイト等インターネットを利用して得られる情報が上位を占めるのではないかと予想していたが、口コミや実際に店舗を見るなど、リアルでの情報収集の割合が高かった。フリーペーパーやタウン誌、雑誌、ガイドブックといった選択肢もあったが、回答割合が1割に満たない項目が多く、紙媒体の情報を参考にするという意見は少数派であった。

お店選びの際に参考にする情報(地域別・上位5項目)【図表 10】



## 7. おわりに

本調査実施前には、喫茶店・カフェを利用する際の支払金額や利用頻度について、全国と比較して当地域が高いという結果が出るのではないかと推測していた。

しかし、喫茶店・カフェを利用する際に支払う金額は、当地域が全国と比較して特に高いという結果はみられず、むしろ1か月あたりの平均支払金額の合計が最も高いのは全国であった。冒頭の1.調査の目的で触れた総務省の家計調査では、喫茶代が「岐阜市1位」「名古屋市2位」という全国的に突出した結果であったことを踏まえると予想外にも思えたが、家計調査は、都道府県庁所在地と政令指定都市を対象として実施されているのに対して、本調査は岐阜・愛知両県(と全国)を対象としているため、他の市町村が調査対象に加わることで、特定の都市の突出した結果が薄まっていると考えられる。また、全国の区分に、物価が高い東京や大阪

などの大都市圏およびその周辺の地域が含まれていることも一因ではないだろうか。

喫茶店・カフェの利用頻度も同様に、全国と比較して当地域が際だって高いわけではなかった。営業形態の違いによって地域ごとに特徴がみられ、当地域では喫茶店チェーンおよび個人経営の喫茶店・カフェの利用頻度が高かった。なお、喫茶店・カフェへ「よく行く人」の割合は岐阜県よりも愛知県の方が高い。これは、名古屋市だけではなく、モーニングサービスによる地域振興に特に力を入れている一宮市など、他の愛知県内の市町村にも広く喫茶文化が根付いているためではないだろうか。

当地域の“名物”ともいえるモーニングサービスを目当てに来店するのは60代以上の人が多かった。また、年代が高い方が、モーニングサービス利用時の支払金額も高い傾向がみられ



た。朝、喫茶店やカフェへ足を運び、ゆっくりできる、時間的な余裕のある層が多く利用していると考えたと納得の結果であった。

当研究所が所在する岐阜市では、市内の喫茶文化のさらなる振興を目的に、2023年11月から、市内の喫茶店で二次元バーコードを用

いたキャッシュレス決済をした顧客を対象に、ポイント還元キャンペーンが実施される。当該キャンペーンをきっかけに、普段あまり喫茶店やカフェを利用しない人が店舗へ足を運んだり、いつもと違う店を利用したりするなど、喫茶文化の裾野がさらに広がることが期待される。

(研究員 萩原 綾子)