

## 大学生におけるカフェブームから 低価格コーヒーの利用

岩田 建（家政保健学科）

### The Café Boom May Have Led to College Students Drinking Low Price Coffee

Ken Iwata

Department of Home and Health Sciences, Kamakura Women's University

#### Abstract

A review of college students' use of coffee shops and cafés revealed that since Seattle-style cafés came to Japan in 1996, cafés have been used as places of relaxation and communication, and students have consumed coffee. However, since around 2010, convenience store coffee has become popular and the percentage of students who prefer coffee has increased, and it is thought that the students who prefer coffee can be divided into two groups: those who use cafés and those who drink low-priced coffee.

Key words: Seattle-style café, convenience store coffee, coffee boom

キーワード：シアトルコーヒー、コンビニコーヒー、コーヒーブーム

#### 喫茶店の歴史

エチオピアが原産とされるコーヒーの飲用は、14世紀頃にアラビア半島南端のイエメンで普及し、1500年代には、コーヒーの飲用に加え情報交換ができる場としてのコーヒーハウスがアラビア半島全域から周辺に広がった。1600年代には、このコーヒーハウスがヨーロッパへと広がり、1800年代の産業革命以降、コーヒーの飲用がヨーロッパの労働者へも普及していった<sup>1-4)</sup>。

江戸時代の初めにオランダから日本に持ち込まれたコーヒーは、幕末の1858年に正式に輸入が始

まっている。明治の文明開化で洋食屋が誕生し、コーヒーがメニューに加えられ、コーヒーが認知されるようになった。1888年（明治21年）には、日本初の喫茶店「可否茶館<sup>こーひーさかん</sup>」が東京の銀座に開業している。この「可否茶館」は、コーヒーを飲むだけの喫茶店ではなく、ビリヤードや本を読む部屋などが併設された社交場のような場所であった。現在の「珈琲」という表記は、江戸末期に宇田川榕菴がオランダ語の翻訳の際に考案し、昭和の初期には「珈琲」の表記で統一されていたようである<sup>3, 5-10)</sup>。

1911年（明治44年）には、「カフェー」という

名称を用いた「カフェ・プランタン」「カフェ・ライオン」が東京の銀座に開業し、サロンのような色合いの濃いカフェ文化が花開いていく。とりわけ庶民にまでカフェの利用を広めたのは、同年の暮れに開業した「カフェ・パウリスタ」と言われている。カフェ・パウリスタは、1908年から開始されたブラジルのコーヒー農園への労働者としての移民活動に対して、ブラジル政府から提供されたコーヒーを日本で広めることを目的に、他店より安価にコーヒーを提供していた。カフェは、大正時代には既に当時の大学生のたまり場にもなっていたようであり、大学生もコーヒーの普及に大きく関与していたようである。これらのカフェの全国への支店展開とともに全国にコーヒーが普及していった<sup>6-8, 11-14)</sup>。

「喫茶店」という語は、大正末期から昭和初期に用いられ始めたようであり、当時から、カフェとは営業内容が異なるものとして認識されていた。喫茶店は、サロンのような店舗ではなく、コーヒーを中心とするソフト・ドリンクと軽食を提供する個人の飲食行為を目的とした店舗とされ、ほぼ現在の分類と変わらない内容となっていた<sup>6, 12, 15)</sup>。

太平洋戦争で途絶えたコーヒーの輸入であるが、1950年にコーヒー豆（炒った豆）の輸入が再開。1956年にインスタントコーヒーが輸入されるようになり、1960年にはコーヒー生豆の輸入が可能となり、コーヒーの飲用が拡大していった<sup>7, 16)</sup>。

このように明治から昭和初期にかけてのカフェの変遷や学生のカフェの利用状況については学術論文がいくつかまとめられているが<sup>6, 8, 9, 12)</sup>、近年のコーヒーの飲用状況についてまとめられた文献は確認できなかった。そこで、特に女子大学生を中心に、近年のカフェの利用状況やコーヒーの飲用状況の変化についてまとめることを試みた。

#### 戦後のコーヒーブーム

1950年以降、店頭での淹れたてコーヒーの飲用は4回のブームにより拡大していったと考えられている。第一のブームは1970年代後半で、フルサービスの純喫茶ブームが起こり、オーナー店主がコー

ヒーを丁寧に淹れるこだわりの喫茶店が次々とオープンした時期である。第二のブームは1980年代後半に、ドトールコーヒーショップなど、より安価で手軽にコーヒーが飲めるスタンドコーヒーが全国へと勢力を拡大していった時期であり、第三のブームは1990年代後半に、カフェと呼ばれる、スターバックスコーヒーを代表とするシアトル系のコーヒーチェーン店が日本に進出し、短期間で全国に普及していった時期である。そして第四のブームは2010年頃からのコンビニコーヒーの台頭であるとされている<sup>17)</sup>。全日本コーヒー協会のまとめた生豆換算した日本のコーヒー輸入量の推移を図1に示した。1950年から2000年までは5年ごとの輸入量、2000年以降は毎年の輸入量が示されている。1950年にコーヒー豆の輸入が再開され、1965年頃から輸入量が急増し、1990年から1995年間で少し停滞するものの、2000年頃まで再度、急増している。1965年頃から1990年ごろまでを第一のブーム、1996年頃から2000年頃までを第二のブームとしている場合もあり、2000年以降が第三のブームとされている<sup>18, 19)</sup>。この時期、上下の変動が大きくなるものの、おおむね輸入量の増加傾向がみられている<sup>20)</sup>。

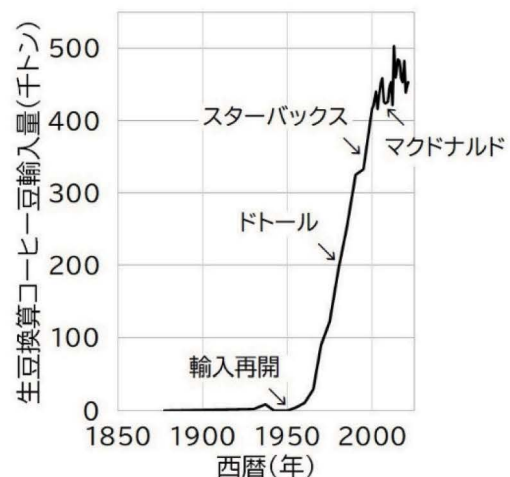


図1 生豆換算したコーヒー輸入量の推移

全日本コーヒー協会のまとめた生豆換算した日本のコーヒー輸入量の推移に掲載されていた数値<sup>20)</sup>から図を作成した。

この間、コーヒーの品質や焙煎・粉碎・抽出の技術が大きく向上し、1970年代にはコーヒー豆の品種・銘柄の違いが着目されるようになり、2000年ごろからは、スペシャルティコーヒーとして生産国や産地の違いが着目されるようになっている<sup>19, 21, 22)</sup>。

戦後、コーヒー豆などの入手が困難であったことから細々と経営されていた喫茶店であるが、コーヒー豆の輸入が再開されると店舗数が増加していく<sup>18, 23)</sup>。全日本コーヒー協会が総務省の経済センサスなどからまとめた統計資料によると、1966年に27,026店舗であった全国の喫茶店の店舗数が、ピーク時の1981年には154,630店舗にまで増加している<sup>24)</sup>。ここでいう喫茶店とは、喫茶店、フルーツパーラー、コーヒーショップ、カフェなど、「主としてコーヒー、紅茶、清涼飲料などの飲料や簡易な食事などをその場所で飲食させる事業所」である<sup>15)</sup>。喫茶店数の推移と、総務省の各年度の喫茶店数と喫茶店営業許可施設数の統計から抽出した喫茶店営業許可施設数の推移を図2にまとめ

て示した<sup>25-51)</sup>。

1970年に開業したファミリーレストランが、1970年代に全国へと広がり、喫茶店以外でも手軽にコーヒーが飲めるようになっていく<sup>52, 53)</sup>。ファミリーレストランの先駆けとなった“すかいらーく”は、当時、米国で普及していた朝・昼・夜の食事ができ、コーヒーやデザートが飲食できるレストランの営業形態（アメリカのドライブインを模倣しコーヒーショップとして創業、のちにファミリーレストランとなる）を日本に持ち込んだことになる<sup>54, 55)</sup>。さらに、1980年にはドトールコーヒーショップがスタートし、店内カウンターでの立ち飲みを中心とした安価なスタンドコーヒーが全国に拡大していく<sup>56, 57)</sup>。その後、1996年にはサードプレイス（生活の拠点として息抜きやリフレッシュができる空間）を標榜したスターバックスコーヒーが開業し、これをきっかけとして、女性を中心に「カフェ巡り」などの喫茶店ブームが起こっている<sup>58)</sup>。

#### ドトールとスターバックス

ドトールコーヒーショップが、手軽に飲める低価格コーヒーで市場に参入した1980年当時、喫茶店でのコーヒー1杯の価格は、総務省統計局の調査では平均247円であった<sup>59)</sup>。ドトールは、喫茶店で提供されていたコーヒーと同等の品質のドリップコーヒーを1杯150円で提供した。ドトールは、コーヒーを飲んでもらうことに特化し、立ち飲みを中心として、喫茶店としての空間でくつろいでもらう部分を省略して価格を下げたことになる<sup>18, 56, 57, 60, 61)</sup>。これに対し、1996年に開業したスターバックスコーヒーは、サードプレイスをうたい、空間を提供することで、ドリップコーヒーを1杯260円、主力のラテを290円で販売した<sup>62, 63)</sup>。この時、喫茶店のコーヒーは1杯400円<sup>59)</sup>、ドトールのコーヒーは1杯180円<sup>57)</sup>で、ドトールのコーヒーは150mL、スターバックスのコーヒーは250mLで、mLあたりの単価は、それぞれ1.20円と1.08円と計算される。一方、喫茶店のコーヒーは標準的な140mLとしてmLあたり2.86円となる<sup>64)</sup>。

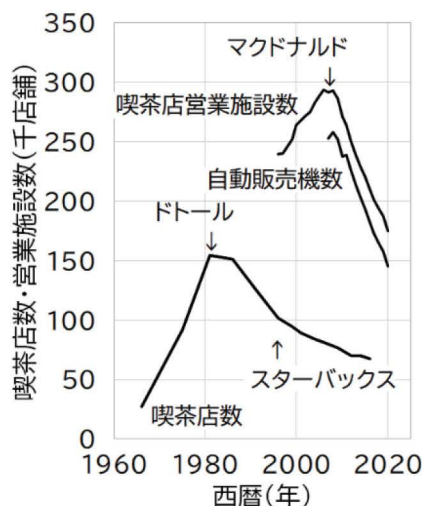


図2 喫茶店数・喫茶店営業許可施設数の推移  
全日本コーヒー協会が総務省の経済センサスなどからまとめた統計資料に掲載されていた数値<sup>24)</sup>と、総務省の各年度の喫茶店数と喫茶店営業許可施設数の統計から抽出した喫茶店営業許可施設数の数値<sup>27-51)</sup>から図を作成した。



スターバックスは、喫茶店に対しては安価なコーヒーを提供し、ドトールに対しては、大きいサイズを販売し、客単価を上げる代わりに空間を提供したことになる。結果、手軽さのドトールか、生活拠点のスターバックスかの選択になったのではないかと考えられる<sup>65-67)</sup>。マックス JP の2015年の調査によると、ドトールを最も利用した145名の店舗での滞在時間は、15分以内が6%、15~30分が50%、31~45分が19%、45~60分が20%で、平均滞在時間は35.8分。スターバックスを最も利用した235名の店舗での滞在時間は、15分以内が9%、15~30分が40%、31~45分が28%、45~60分が15%で、平均滞在時間は36.2分であり、両社での平均滞在時間には大きな違いは確認されていないことが報告されている<sup>68)</sup>。

### コンビニコーヒーの台頭

カフェブームが一段落した2008年にマクドナルドが100円コーヒーの販売を開始し、これに追随して、コンビニエンスストアなどを中心に低価格のカウンターコーヒーの提供が拡大していった。2013年9月にはセブン-イレブンがコーヒーの提供を全国の店舗に拡大し、大ヒット商品となっている<sup>69-73)</sup>。マクドナルドやコンビニエンスストアなどの低価格コーヒーをコンビニコーヒーとしてまとめられているが<sup>69)</sup>、上述のドトールとスターバックスの対比を当てはめると、コンビニコーヒーは、ドトールのコーヒーに対して、さらに手軽さを強めて単価を下げたコーヒー（イトインスペースかテイクアウトで mL あたりの単価が0.67円）に位置づけられると考えられる。

このように、ファミリーレストラン、ファストフード店やコンビニエンスストアなど、コーヒーを飲用できる環境が多様化したことにより、喫茶店の店舗数は減少していった。喫茶店の店舗数は1986年から1996年の10年間で、151,054店舗から約3分の2の101,945店舗にまで減少し、1996年から減少は鈍化したものの1996年から2016年の20年間で、さらに3分の2の67,198店舗にまで減少している<sup>24, 74, 75)</sup>。スターバックスとの対比で考え

ると、喫茶店が提供する空間としての価値が、提供するコーヒーの価格に見合わなくなった可能性も考えられる<sup>76)</sup>。

厚生労働省の衛生行政報告例によると、喫茶店営業施設数は、2006年から2008年頃（2006年293,402施設、2007年291,587施設、2008年292,889施設）をピークとして、年々減少し、2020年では2006年の60%の174,598施設となっている（図2参照）。喫茶店営業施設とは、酒類以外の飲み物又は茶菓（トースト・小分け販売を含む、調理・製造行為は含まれない）を飲食させる営業施設で、コップ式の自動販売機でのコーヒーやジュース類の販売も含まれる。2007年から、喫茶店営業施設数のうち、自動販売機数も掲載されるようになった。自動販売機は2008年の257,907施設をピークに、年々減少し2020年では2007年の56%の145,313施設となっている。一方、自動販売機を除く喫茶店営業施設は、2007年の38,896施設に対し、年々減少しているものの、2020年では2007年の75%の29,285施設となっている<sup>27-51, 77-80)</sup>。コンビニエンスストアなどのコーヒーマシンでのコーヒーの提供は、主にコンビニエンスストアが取得している飲食店営業許可によっており、自動販売機として取り扱われておらず、喫茶店営業施設数における自動販売機数は、主に街頭などのいわゆる自動販売機の設置数を示している<sup>79, 80, 84)</sup>。また、喫茶店を経営する店舗が自家製のサンドイッチなどの調理品を販売する場合、喫茶店営業施設ではなく飲食店営業施設となる<sup>77, 78)</sup>。

厚生労働省が示している2018年の調査では、直近の3年間でコンビニコーヒーの利用が増加した人が約22%になり<sup>25)</sup>、2019年には、コンビニコーヒーはコーヒー市場の2割を占めるに至っている<sup>81)</sup>。2021年の時点では、セブン-イレブンのコーヒーの販売量が最も多くなっている<sup>82, 83)</sup>。厚生労働省などの分析では、コンビニコーヒーの拡大が、直接、喫茶店の減少に影響しているわけではなく、コンビニコーヒーの利用は、これまで喫茶店をあまり利用していなかった主婦層や20~30代の利用の開拓によるものとされている<sup>21, 25, 52, 81, 83, 85, 86)</sup>。これに加え、コンビニエンスストアのコーヒーの市

場シェアが上述の通り 2 割として、生豆換算でのコーヒー輸入量は、マクドナルドがコーヒー販売を開始した2008年以降の最低量である2008年の423.7千トンに対し、ピークの2019年で114%の482.6千トン、2021年では107%の453.4千トンに留まっており（図 1 参照）、新規開拓による増加分に満たっておらず、コンビニエンスストアが自動販売機のシェアを一部取り込んでいるため、自動販売機数の減少が加速しているものと考えられている<sup>87-89)</sup>。

### 大学生のコーヒー利用

明治時代に日本にカフェが開設されて以来、コーヒーのブームには大学生が少なからず関与してきたものと考えられており、大正時代には既に当時の大学生のたまり場にもなっていた<sup>8, 9, 12)</sup>。1996年のスターバックス上陸以降、特に女性の間でコーヒーがブームとなっている<sup>58)</sup>。

2002年のマクロミルの10代～20代の女性519名への調査では、45%が週に 1 回以上カフェを利用し、カフェをくつろぎの場と認識している人が67%、会話の場として認識している人が18%、カフェを選ぶときに重視するものとしてドリンクの充実が 73%、価格が68%、今後、カフェに求めるものとして60%が価格の低下、ドリンクの充実が49%となっていた。また、大手のチェーン店派が56%（ほとんど大手チェーン店しか利用しない13%、大手チェーンを利用する方が多い43%）、どちらも同じくらい利用するが36%、個人経営店派が8%（ほとんど個人経営店しか利用しない2%、個人経営店を利用する方が多い6%）であることが示されている<sup>90)</sup>。2002年の時点で、カフェの利用は、大手コーヒーチェーン店が主流となっていたが、価格が高く感じられているものと考えられていた。

2004年の信時の、短大生を含む女子大学生101名、女子高生437名への調査では、日常的にコーヒーを飲む者の割合は大学生・短大生で41.3%、女子高生で36.8%、日常的に喫茶店に行く者の割合は女子高生で39.1%であることが示されてい

る<sup>91)</sup>。これらの調査結果から、2002年～2004年には、女子大学生では40%程度が日常的にカフェを利用していたものと考えられた。

その後、セブン-イレブンが2013年に店頭販売カフェラテの販売を開始し、2015年にはアイスカフェラテが追加され、コンビニエンスストアでのカフェラテの販売が本格化していく<sup>92, 93)</sup>。

2015年のマークス JP の調査では、20代の女性53名では、過去 1 年間に喫茶店として利用したお店は、複数回答で、チェーン店のカフェ・喫茶店が62.7%、マクドナルドなどのファストフード店が42.4%、コンビニの飲食スペースが18.6%、利用したことがないが13.8%、過去 1 年間にテイクアウトとして利用したお店は、複数回答でチェーン店のカフェ・喫茶店が44.6%、マクドナルドなどのファストフード店が43.1%、コンビニが26.2%、利用したことがないが29.2%。また、コーヒーの飲み方では、店内派が79%、テイクアウト派が9%（店内でしかコーヒーを飲まない17.0%、店内でコーヒーを飲むことが多い62.3%、店内とテイクアウトが半々11.3%、テイクアウトでコーヒーを飲むことが多い7.5%、テイクアウトでしかコーヒーを飲まない1.9%）であることが示されている。80%以上の人が喫茶店を利用しており、マクドナルドなど安価な店舗を利用する割合が30%程度、10%近くの人がテイクアウト中心の利用となっている<sup>68, 94)</sup>。この2015年の時点で、20代の女性においても、マクドナルドやコンビニエンスストアなどの安価なコーヒーの割合がかなり大きなものになっていたものと考えられる。

MyVoice のインターネットでの10代以上への調査においても、コンビニコーヒーを月に 1 回以上利用している人の割合は、2014年1月の10代以上10,521名への調査では30.0%であったものが、2015年1月の11,256名への調査で41.2%に上昇し、以降、2016年11,045名の39.5%、2017年11,317名の43.1%、2018年10,955名の40.5%、2019年10,611名の41.7%、2020年10,314名の40.7%、2022年10,145名の39.7%と、おおよそ40%前後で推移していることが示され<sup>95)</sup>、2015年頃からコンビニエンスストアなどの安価なコーヒーが選択肢の一つ



として定着したものと考えられる。

2016年のマイナビ学生の窓口の調査では、現役大学生401人の「コーヒー 1 杯」に出せる金額は、100円が14.6%、150円が19.1%、200円が12.4%、300円が11.7%、400円が6.9%であるが、「スタバなら」というものさしも頻繁に上げられ、スターバックスなどのコーヒー店なら高価でも利用される場合もあることが示されている<sup>96)</sup>。このように、大学生においては特に低価格コーヒーの利用が意識され、低価格コーヒーかカフェかという 2 極化が進んでいることが考えられた。

2015年の FoodNavigation の記事によると、スターバックスでは女性の74%がカフェラテを注文することが示され<sup>97)</sup>、2017年の甲南女子大学の女子大学生64名への調査でも、約70%がコーヒーよりもカフェラテを好むことが示されている<sup>98)</sup>。2018年のセブン-イレブンのプレスリリースによると、カフェラテの利用は、コーヒー専門店で約30%、セブン-イレブンで17%程度とされており、カフェラテの販売を強化するために2018年にカフェラテを一新している<sup>99)</sup>。特に女性では、カフェラテが好まれる比率がかなり高く、コンビニエンスストアがカフェラテの販売を本格化したことにより、コンビニコーヒーの利用が増加した可能性も考えられる。

2020年の TesTee Lab の10代480名、20代558名への調査によると、コーヒーを飲まない人の割合は10代で33.8%、20代で27.8%であり、普段飲んでいるコーヒーでは、複数回答で、コンビニコーヒーが10代で27.4%、20代で33.5%、カフェ・喫茶店が10代で36.2%、20代で37.2%、好きなコーヒーの種類では複数回答で全回答中、コーヒーが10代で25.9%、20代で31.5%、カフェラテ（カフェオレなども含む）が10代で71.1%、20代で66.2%。コーヒーを購入するときに重視する点については、価格が最も多く10代で58.8%、20代で54.8%であり、コーヒーを飲むタイミングでは、休憩時間が10代で54.3%、20代で59.7%であることが示されている<sup>100)</sup>。このように2020年の時点で、10代・20代の30%程度がコンビニコーヒーを利用し、カフェラテの利用が70%程度で、半数以上が安価なコー

ヒーを求めていることが知られた。

## まとめ

1996年にシアトル系カフェが日本に上陸して以来、女子大学生を含む大学生の間でもカフェが利用され、カフェラテが飲まれるようになった。2000年頃の調査（2002年と2004年）では、おおよそ40%が、大手チェーン店のカフェを利用して日常的にコーヒーを飲用していたが、2015年頃にはコンビニコーヒーの利用が一般的になり、2020年頃の調査では、カフェラテを含むコーヒーを日常的に飲む割合がおおよそ3分の2に増加し、カフェの利用とコンビニコーヒーの利用がおおよそ同じ程度と、2 極化していると考えられた（図3に概要をまとめた）。

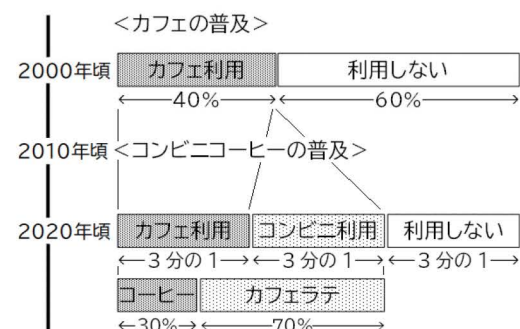


図3 カフェなどの利用の変遷

2000年頃のくつろぎの場としてのカフェの利用から、低価格コーヒーの普及により、コーヒーやカフェラテそのものを嗜好して飲用する割合が増加した可能性が考えられる。

## 終わりに

本研究を実施するにあたり、調査に尽力いただきました、木口美佐紀さん、佐藤結花さん、槻橋萌子さん、西澤夏美さん、望月詩織さん、佐藤美玖瑠さん、千葉麻友奈さん、三廻部瑞希さんに深く感謝の意を表します。

## 引用文献

- 1) H. WILLIAM and M.A. UKERS (1922), “Chapter III EARLY HISTORY OF COFFEE DRINKING”, ALL ABOUT COFFEE, THE TEA AND COFFEE TRADE JOURNAL COMPANY, NEW YORK.
- 2) H. WILLIAM and M.A. UKERS (1922), “Chapter IV INTRODUCTION OF COFFEE INTO WESTERN EUROPE”, ALL ABOUT COFFEE, THE TEA AND COFFEE TRADE JOURNAL COMPANY, NEW YORK.
- 3) 三島圭 (2018), “【コーヒーの歴史】珈琲の誕生からサードウェーブまで『コーヒー史大全』”, Cafend magazine, “<https://cafend.net/coffee-history/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 4) D.Jovana (2019), “History Of Coffee: Where Did Coffee Originate And How Was It Discovered?”, HOMEGROUNDS, “<https://www.homegrounds.co/history-of-coffee/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 5) 可否茶館 (1888), “可否茶館廣告”, 国立国会図書館デジタルコレクション.
- 6) 中村啓佑 (1999), “日仏文化比較試論 (2) —カフェと喫茶店—”, 追手門学院大学文学部紀要, 35, 105-122.
- 7) 全日本コーヒー協会 (1999), “コーヒー歴史年表 1800年～1899年”, “<https://cafend.net/coffee-history/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 8) 坂井素思 (2008), “コーヒー消費と日本人の嗜好趣味”, 放送大学研究年報, 25, 33-40.
- 9) 荒木詳二 (2009), “カフェ変容史—文学の中のカフェ”, 群馬大学社会情報学部研究論集, 16, 105-126.
- 10) 津山洋学資料館 (2012), “榕菴のコーヒー研究”, 洋学博覧漫筆 Vol.19, “<http://www.tsuyama-yougaku.jp/Vol19.html>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 11) 細川周平 (2009), “日系ブラジル移民の文化的意義”, 日本・ブラジル文化交流, 国際日本文化研究センター, ブラジル・シンポジウム 2008, 21-29.
- 12) 山中雅大 (2015), “喫茶店の大衆化過程における学生の利用状況：昭和初期の学生に関する記述を手掛かりに”, コミュニケーション科学, 東京経済大学コミュニケーション学会, 42, 27-55.
- 13) 横浜市中央図書館 (2018), “質問：日本で最初の喫茶店について書かれた資料を探している。”, レファレンス事例詳細, “[https://crd.ndl.go.jp/reference/detail?page=ref\\_view&id=1000295357](https://crd.ndl.go.jp/reference/detail?page=ref_view&id=1000295357)”, 閲覧日2022年9月11日.
- 14) 中村英里 (2021), “「鬼の如く黒く、恋の如く甘く、地獄の如く熱きコーヒー」文豪にも愛された現存最古の喫茶店、カフェ・パウリスタ”, 和楽 web 日本文化の入り口マガジン, “<https://intojapanwaraku.com/culture/153935/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 15) 総務省統計局 (2021), “活動調査 産業分類一覧 産業分類 分類項目名、説明及び内容例示 大分類 M—宿泊業、飲食サービス業”, 令和3年経済センサス.
- 16) UCC 上島珈琲 (2021), “コーヒーの歴史”, コーヒー百科, “<https://www.ucc.co.jp/enjoy/encyclopedia/history/index.html>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 17) 安部徹也 (2019), “コーヒー業界の変遷！多様化する市場の勝者は？”, All About, “<https://allabout.co.jp/gm/gc/448141/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 18) 珈琲タイム (2017), “コーヒーの歴史「セルフサービス式」とセカンドウェーブ”, “<https://coffee-effect.com/a01-02-004japanesehistory4.html>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 19) 廣瀬幸雄 (2018), “【琥珀色のトーク】コーヒーの「第4の波」”, 産経新聞 大阪版朝刊, 2018年12月5日.
- 20) 全日本コーヒー協会 (2021), “日本のコーヒーの輸入量の推移“, コーヒーに関する各種データ 調査データ, “<https://ajca.or.jp/pdf/data-yunyu-suii2021.pdf>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 21) 高井尚之 (2017), “2018年に来る「コーヒー第4の波」の正体”, プレジデントオンライン,



- “<https://president.jp/articles/-/24076>”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 22) 高井尚之 (2019), “コンビニコーヒーが100円でもうまい理由”, プレジデントオンライン, “<https://president.jp/articles/-/27605>”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 23) 珈琲タイム (2017), “コーヒーの歴史 戦後の喫茶店文化”, “<https://coffee-effect.com/a01-02-003japanesehistory3.html>”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 24) 全日本コーヒー協会 (2016), “喫茶店の事業所数及び従業員数”, コーヒーに関する各種データ 調査データ, “[https://ajca.or.jp/pdf/data06\\_2016.pdf](https://ajca.or.jp/pdf/data06_2016.pdf)”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 25) 厚生労働省 (2016), “喫茶店営業の実態と経営改善の方策”, “<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-10900000-Kenkoukyoku/0000171261.pdf>”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 26) 厚生労働省 (2021), “喫茶店営業のみなさまへ 今日から実践! 収益力の向上に向けた取り組みのヒント”, “<https://www.mhlw.go.jp/content/000841306.pdf>”, 閲覧日 2022年9月11日.
- 27) 厚生省 (1996), “平成8年度 厚生省報告例 (衛生関係) 第31表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 28) 厚生省 (1997), “平成9年度 厚生省報告例 (衛生関係) 第27表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 29) 厚生省 (1998), “平成10年度 厚生省報告例 (衛生関係) 第26表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 30) 厚生省 (1999), “平成11年度 厚生省報告例 (衛生関係) 第25表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 31) 厚生省 (2000), “平成12年度 厚生省報告例 (衛生関係) 第25表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 32) 厚生労働省 (2001), “平成13年度 衛生行政報告例 第26表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数, 営業の種類別”.
- 33) 厚生労働省 (2002), “平成14年度 衛生行政報告例 第26表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 34) 厚生労働省 (2003), “平成15年度 衛生行政報告例 第28表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 35) 厚生労働省 (2004), “平成16年度 衛生行政報告例 第28表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 36) 厚生労働省 (2005), “平成17年度 衛生行政報告例 第28表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 37) 厚生労働省 (2006), “平成18年度 衛生行政報告例 第27表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 38) 厚生労働省 (2007), “平成19年度 衛生行政報告例 第29表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 39) 厚生労働省 (2008), “平成20年度 衛生行政報告例 第29表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 40) 厚生労働省 (2009), “平成21年度 衛生行政報告例 第29表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 41) 厚生労働省 (2010), “平成22年度 衛生行政報告例 第29表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.



- 42) 厚生労働省 (2011), “平成23年度 衛生行政報告例 第29表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 43) 厚生労働省 (2012), “平成24年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 44) 厚生労働省 (2013), “平成25年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 45) 厚生労働省 (2014), “平成26年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 46) 厚生労働省 (2015), “平成27年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 47) 厚生労働省 (2016), “平成28年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 48) 厚生労働省 (2017), “平成29年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 49) 厚生労働省 (2018), “平成30年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 50) 厚生労働省 (2019), “令和元年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 51) 厚生労働省 (2020), “令和2年度 衛生行政報告例【食品衛生】第1表 許可を要する食品関係営業施設数・許可・廃業施設数・処分・告発件数・調査・監視指導施設数, 営業の種類別”.
- 52) 日沖健 (2019), “「街の喫茶店」の減少を、なぜ大手チェーンのせいにはしていないのか?”, アーバン ライフ メトロ, “<https://urbanlife.tokyo/post/20887/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 53) 結木千尋 (2021), “2つのチェーンがファミレス史に残した功績。不況を超えて新たな時代へ【ファミレス史】”, ショーケース・ギグ, “<https://www.showcase-gig.com/dig-in/familyrestaurant/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 54) 飲食店ドットコム編集部 (2018), “食の仕事人 インタビュー【連載 第3回】ことぶき食品の危機、米国視察で見えてきた「すかいらくく1号店」の原型”, Foodist Media 食の世界をつなぐ Web マガジン, “<https://www.inshokuten.com/foodist/article/4776/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 55) 飲食店ドットコム編集部 (2018), “食の仕事人 インタビュー【連載 第4回】開業の鍵を握った必死のプレゼン。すかいらくく、府中市の麦畑からついに羽ばたく”, Foodist Media 食の世界をつなぐ Web マガジン, “<https://www.inshokuten.com/foodist/article/4788/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 56) 鳥羽博道 (2009), “なぜドトールはセルフサービスの立ち飲みに気づいたか”, プレジデントオンライン, “<https://president.jp/articles/-/1704>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 57) ドトールコーヒーショップ (2020), “ドトールコーヒーショップ 40年の歩み”, ドトールコーヒー・ホームページ, “<https://www.doutor.co.jp/dcs/40th/>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 58) 織田哲平 (2021), “データで見る純喫茶の移り変わり: 昭和レトロを代表する純喫茶はどのようにして生き残るべきか?”, データのじかん, “<https://data.wingarc.com/classic-cafe-by-data-30514>”, 閲覧日2022年9月11日.
- 59) 総務省統計局 (2011), “主要品目の東京都区部小売価格: 昭和25年(1950年)～平成22年(2010年)”.
- 60) EnjoyCafe! 編集部 (2017), “ドトールコーヒー誕生秘話! 最初は立ち飲みだった! 今はど

- こに存在する？”，<https://www.ftcompany.site/entry/2017/10/03/221244>”，閲覧日2022年9月11日。
- 61) 上阪徹 (2017), “ドトールのコーヒーが根強く愛される理由”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/159718>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 62) スターバックス・コーヒー・ジャパン (2006), “ビバレッジ商品の価格改定について”, プレスリリース2006年10月24日。
- 63) 武田三範 (2016), “進化するサードプレイス”, インタビュー, *MarketingResearcher*, No.131, 2-7.
- 64) UCC 上島珈琲 (2021), “コーヒーを淹れる”, “おいしいコーヒーの淹れ方”, “<https://www.ucc.co.jp/enjoy/brew/drip.html>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 65) 乙幡満男 (2020), “「スタバのコーヒー」少し割高でも売れまくる訳”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/362877>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 66) 高井尚之 (2017), “スタバがドトールに負けた3つの理由”, プレジデントオンライン, “<https://president.jp/articles/-/21299>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 67) 鈴木貴博 (2019), “スタバと大量閉店「黒船チェーン」の決定的な差”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/286377>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 68) マークス JP (2015), “喫茶店・カフェ・コーヒーショップの滞在時間、利用評価（満足度）、今後利用増減見込み”, “[www.markth.jp/omni/17omni/1509cafe02.htm#01](http://www.markth.jp/omni/17omni/1509cafe02.htm#01)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 69) 松浦大 (2012), “マクドナルドに続け！熱いコーヒー戦争の行方”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/8789>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 70) セブン-イレブン・ジャパン (2013), “『SEVEN CAFÉ』全店導入完了～9月末に累計販売数2億杯を突破予定～”, NEWS RELEASE 2013年9月20日。
- 71) 富貴島明 (2014), “コンビニコーヒー戦争の分析”, 城西大学経済経営紀要, 32, 55-76.
- 72) 章胤杰 (2017), “コンビニエンスストアの成長にとってのカウンターコーヒーの意義”, 研究年報『経済学』（東北大学）, 76, 271-285.
- 73) わかること！編集部 (2018). “コンビニコーヒーはいつから？コーヒー戦争にまで行き着いた背景”, わかること！マーケティング支援メディア, “<https://wakarukoto.com/?p=2260>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 74) 全国生活衛生営業指導センター (2005), “喫茶店-2005年”, 経営アドバイス・融資情報 業界動向, “<https://www.seiei.or.jp/advice/doukou2005/013.html>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 75) 全国生活衛生営業指導センター (2008), “喫茶店-2008年”, 経営アドバイス・融資情報 業界動向, “<https://www.seiei.or.jp/advice/doukou/013.html>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 76) 高井尚之 (2019), “スタバ開業にコンビニコーヒー…コーヒー消費量激増と「平成」、「レトロ」だけの店は潰れる”, *Business Journal*, “[https://biz-journal.jp/2019/03/post\\_27292.html](https://biz-journal.jp/2019/03/post_27292.html)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 77) 食品営業許可安心取得センター (2020), “飲食店営業許可について”, 食品製造業や処理業、販売業許可 食品調理業, “<https://shokuhin-k.net/cooking/restaurant/>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 78) 食品営業許可安心取得センター (2020), “喫茶店営業許可について”, 食品製造業や処理業、販売業許可 食品調理業, “<https://shokuhin-k.net/cooking/coffee-shop/>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 79) 自動販売機設置のトリセツ (2019), “カップ式自動販売機に必要な喫茶店営業の許可について”, “<http://jidouhanbaiki.net/qanda/cupvendingkissateneigyokyoka>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 80) 日本自動販売協会 (2022), “カップ式自動販売機：営業許可制度・営業届出制度（説明資料）《厚生労働省：食品衛生法等の一部を改正する



法律及び改正政省令》”。

- 81) 高井尚之 (2019), “平成のカフェ「コンビニが2割」に台頭した事情”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/272628>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 82) 笹木理恵 (2018), ““第二次コンビニコーヒー戦争” 勃発!? 各社の最新動向をチェック”, All About, “<https://news.allabout.co.jp/articles/o/25335/>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 83) 鈴木敏文 (2022), “『鈴木敏文のCX (顧客体験) 入門』 あっという間に「コーヒー販売数で日本一」に…セブンの「100円コーヒー」が大ヒットした本当の理由”, プレジデントオンライン, “[https://president.jp/articles/-/58521?cx\\_testId=7&cx\\_testVariant=cx\\_1&cx\\_artPos=11#cxrecs\\_s](https://president.jp/articles/-/58521?cx_testId=7&cx_testVariant=cx_1&cx_artPos=11#cxrecs_s)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 84) 行政書士浅井事務所 (2010), “コンビニの営業許可”, 許認可取得の支援・サポートをしている後楽園の行政書士のブログ, “[j-asai.jugem.jp/?eid=116](http://j-asai.jugem.jp/?eid=116)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 85) 経済産業省 (2015), “喫茶店の動向とコーヒー・茶系飲料の嗜好の変化—その他の研究・分析レポート”, お役立ちミニ経済解説 (by.経済解析室) 経済解析室ひと言解説集, “[https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto\\_kako/20151127hitokoto.html](https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaisetsu/hitokoto_kako/20151127hitokoto.html)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 86) 梅澤聡 (2020), “コンビニコーヒー飲む人が超激増した根本原因”, 東洋経済オンライン, “<https://toyokeizai.net/articles/-/331280>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 87) 野澤正毅 (2010), “なぜ街中の自動販売機が減っているのか”, プレジデントオンライン, “<https://president.jp/articles/-/6496>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 88) ニッポンドットコム (2018), “自販機が減っていく: コンビニのサービスに勝てない?”, “<https://www.nippon.com/ja/features/h00258/>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 89) 窪田順生 (2021), “外国人にも人気の「缶コーヒー」が、なぜ2017年から低迷しているのか”, ITmedia ビジネスオンライン, “<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2105/25/news054.html>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 90) マクロミル (2002), “カフェに関する調査”, “[https://www.macromill.com/r\\_data/20020822cafe/](https://www.macromill.com/r_data/20020822cafe/)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 91) 信時哲郎 (2004), “神戸の女子高、短大、大学におけるコーヒーに対する意識調査”, 神戸山手大学紀要, 6, 89-100。
- 92) セブン-イレブン・ジャパン (2015), “セブンカフェ “初” の新メニュー『セブンカフェアイスカフェラテ』 新発売!”, NEWS RELEASE 2015年6月19日, “<https://www.sej.co.jp/library/material/localhost/pdf/2011/icecafelatte.pdf>”, 閲覧日2022年10月25日。
- 93) Omochi (2022), “どうして「セブンカフェ」は日本一のコーヒー店になったのか〜ブランド成長を支える知財のヒミツ”, Toreru Media 2022年4月17日, “<https://toreru.jp/media/trademark/4436/>”, 閲覧日2022年10月25日。
- 94) マークス JP (2015), “喫茶店・カフェ・コーヒーショップの利用実態、店舗別によく飲まれるドリンク、コーヒーの飲み方、店舗を選んだ理由”, 自主調査, “[www.markth.jp/omni/17omni/1509cafe01.htm#01](http://www.markth.jp/omni/17omni/1509cafe01.htm#01)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 95) マイボイスコム (2022), “[28207] コンビニコーヒーに関するアンケート調査 (第8回)”, 「MyVoice」のアンケート, “[https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product\\_id=28207](https://myel.myvoice.jp/products/detail.php?product_id=28207)”, 閲覧日2022年9月11日。
- 96) 学生の窓口編集部 (2016), “「コーヒー1杯」に出せる金額はいくらまで? 現役大学生に聞いてみた!”, マイナビ 学生の窓口, “<https://gakumado.mynavi.jp/gmd/articles/36367>”, 閲覧日2022年9月11日。
- 97) FoodNavigation (2015), “「セブンカフェ アイスカフェラテ」発売〜濃厚ミルクをビーズ状アイスで〜”, FNJ2015 2015年6月22日, “<https://www.foodnavigation.com/wp-content/uploads/2015/06/fn20150622.pdf>”, 閲覧日2022年10月25日。



- 98) 濱口郁枝, 吉田有里, 森由紀, 大森敏江, 中野加都子, 松村俊和, 山本存, 藤堂俊宏, 宮田倫好, 上島一泰 (2017), “女子大学生に好まれるコーヒーの開発”, 日本家政学会研究発表要旨集, 69, 143.
- 99) セブン-イレブン・ジャパン (2018), “よりなめらかでクリーミーな味わいに！！「SEVEN CAFÉ (セブンカフェ)」『カフェラテ』を発売～11月1日(木)より全国一斉リニューアル～”, Press Release 2018年10月29日, “<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000032188.html>”, 閲覧日2022年10月25日.
- 100) テスティー (2020), “コーヒーに関する調査【10～40代対象】”, “[https://lab.testee.co/coffee\\_2020](https://lab.testee.co/coffee_2020)”, 閲覧日2022年9月11日.

## 要旨

学生の喫茶店・カフェの利用状況を調査した。1996年にシアトル系カフェが日本に上陸して以降、くつろげる場所やコミュニケーションの場所としてカフェが利用され、コーヒーが飲用されてきた。しかし、2010年以降、コンビニコーヒーが普及し、カフェラテを含むコーヒーそのものを嗜好する割合が増加し、カフェの利用と低価格コーヒーの利用と2極化していったものと考えられる。

(2022年9月12日受稿)