



## アフタヌーンティーブーム“ヌン活”の次に来ると予想！ この冬来そうな「クリームティー」に関する調査

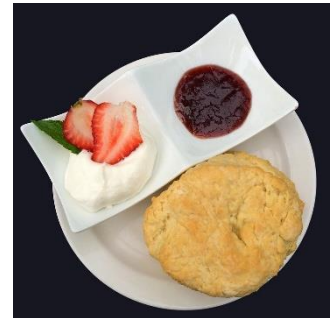
「ホットペッパーグルメ外食総研」が開催する「トレンド座談会」レポート

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」は、外食のプロフェッショナルを集め、外食トレンドを発表するための「トレンド座談会」を開催しています。今回は「クリームティー」について20代～60代の男女1,034名にアンケート調査を実施し、そのうち20代～40代女性の回答にフォーカスした結果をレポートします。

### ■アフタヌーンティーを楽しむ“ヌン活”に続く？

#### 2022年、人気に火がつきそうな「クリームティー」とは

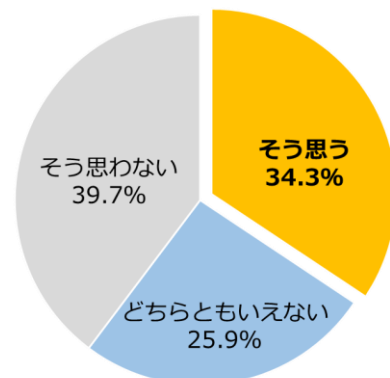
クリームティーとは、スコーンに生クリームを煮て脂肪分を集めた「クロテッドクリーム」を添えた簡単なお茶菓子と紅茶を楽しむイギリスの文化だと言われています。3段のケーキスタンドで提供されるアフタヌーンティーと比較すると簡素ですが、その分気軽に楽しむことができます。



### ■20～40代女性の約3人に1人は「クリームティーを体験しに行きたい」

アフタヌーンティーとクリームティーについて、全国の20代～40代の女性297名にアンケート調査を実施したところ、34.3%が「クリームティーに行ってみたい／また行きたいと思う」と回答。また、アフタヌーンティーに対して良いと思うところについては、1位「プチ贅沢気分が味わえる」73.4%、2位「ゆったりした時間を過ごせる」60.3%だった一方、改善してほしいところは1位「料金が安い」62.3%、2位「1人で行きづらい」44.4%、3位「カロリーが高すぎる」16.8%でした（詳細は次ページ）。

Q. あなたはクリームティーに行ってみたいと思う／また行きたいと思いますか？(N=20代～40代の女性297名、単一回答)



### ■「ホットペッパーグルメ外食総研」研究員からの解説

#### “ヌン活”人気に続き、「手軽」で「プチ贅沢」なクリームティーブーム到来の予感



「ホットペッパーグルメ外食総研」  
上席研究員 有木 真理

アフタヌーンティー人気はSNSの浸透とともに年々高まってきていましたが、近年は“ヌン活”とも呼ばれ、今回の調査でも「アフタヌーンティーに行ってみたい／また行きたいと思う」が60%を超える（詳細は次ページ）など、20代～40代女性の間で支持が広がっています。「プチ贅沢気分が味わえる」「ゆったりした時間を過ごせる」といった点はその背景にある一方、「料金が安い」「1人でいきづらい」「カロリーが高い」といった点は敬遠される理由にもなっています。アフタヌーンティーの良いところはそのままに、料金の観点からは「手軽に」、そしてカロリーや量の観点からも「ちょうどいい」のがクリームティー。20～40代女性の3人に1人超が「行きたい」と回答しており、ネクスト・アフタヌーンティーとして2022年、注目です。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年 12月 17日

【アンケート調査概要】

- 調査時期：2021年11月26日～2021年11月28日
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査対象：全国20～60代男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- 有効回答数：1,034件（男性517件、女性517件）のうち20代～40代女性を抽出して集計した297件

■アンケート調査結果

- ・アフタヌーンティーの良いと思うところ1位は「プチ贅沢気分が味わえる」  
改善してほしいところ1位は「料金が高い」

Q. アフタヌーンティーのイメージについて、いいと思うところはどこですか？  
(対象：N=20代～40代の女性297名、複数回答)

アフタヌーンティーのいいと思うところ		
順位	ポイント	%
1	プチ贅沢気分が味わえる	73.4
2	ゆったりした時間を過ごせる	60.3
3	たくさんの種類のお菓子が食べられる	42.1

●選択肢

プチ贅沢気分が味わえる、ゆったりした時間を過ごせる、非日常体験ができる、プライベート空間にいるような感覚になれる、たくさんの種類のお菓子が食べられる、たくさんの種類の飲み物を味わえる、ごはんのかわりになる、写真映える、その他、特にない

Q. アフタヌーンティーのイメージについて、改善してほしいと思うところはどこですか？  
(対象：N=20代～40代の女性297名、複数回答)

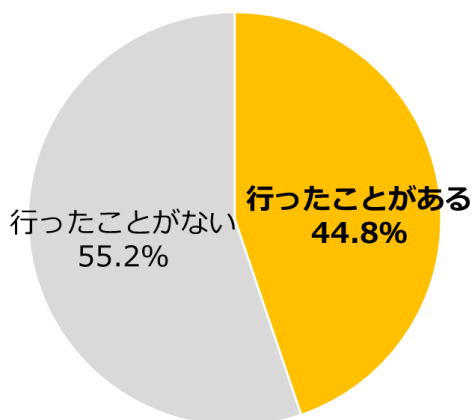
アフタヌーンティーの改善してほしいと思うところ		
順位	ポイント	%
1	料金が低い	62.3
2	一人で行きづらい	44.4
3	カロリーが高すぎる	16.8

●選択肢

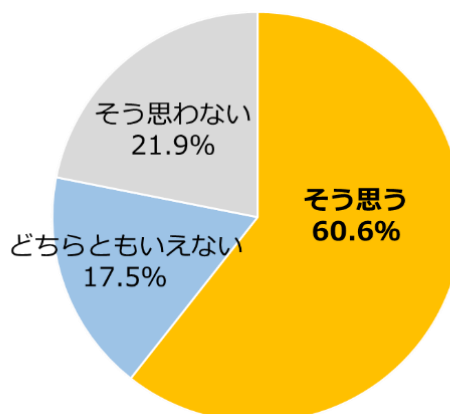
料金が低い、量が多すぎる、カロリーが高すぎる、予約が取りづらい、一人で行きづらい、午後だけでなく終日提供にしてほしい、コーヒーや日本茶などの飲み物と食べ物というパッケージもやってほしい、その他、特にない  
※「特にない」(18.9%)は順位から除外している

- ・20～40代女性 アフタヌーンティーに「行ったことがある」44.8%、「行きたいと思う」60.6%

Q. アフタヌーンティーに行ったことがありますか？  
(対象：N=20代～40代の女性297名、単一回答)



Q. アフタヌーンティーに行ってみたいと思う/また行きたいと思いますか？  
(対象：N=20代～40代の女性297名、単一回答)



2021年 12月 17日

## ■ 「ホットペッパーグルメ外食総研」トレンド座談会とは

シーズンごとに“今”はやりの外食トレンドを発表する、リクルートの外食のプロフェッショナル集団による座談会。アンケート

調査や、レストランの現場から“生の声”を聞き、「外食のリアル」を語ります。メンバーは、飲食トレンドの数値化・可視化を行う「ホットペッパーグルメ外食総研」の研究員をはじめ、女子トレンド、高級店トレンドなど、さまざまな分野のスペシャリストで構成されます。

### リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、約4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は23,994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ:<https://recruit-holdings.co.jp/ja/>

リクルート: <https://www.recruit.co.jp/>