

UCC のカプセル式ドリップコーヒーシステム「ドリップポッド」
伸長する「カフェインレスコーヒー市場」の消費者実態を調査
背景に「カフェインマネジメント」？ 20 代の 2 人に 1 人が実践
20 代は美容、30 代以上の世代は健康予防に需要。おいしさ向上で拡大の兆し

UCC 上島珈琲株式会社

UCC 上島珈琲株式会社（本社／兵庫県神戸市、資本金／10 億円、社長／芝谷博司、以下 UCC）の展開するカプセル式ドリップコーヒーシステム「ドリップポッド」は、カフェインレスコーヒーのトレンドを明らかにするため、カフェインレスコーヒー飲用者の実態を調査し、結果を公表いたします。

カフェインレスコーヒー市場^{※1}は、2020～2024 年において年平均成長率 9.4%で伸長しており市場規模も約 1.5 倍となった成長市場です。一方で、日本においては妊産婦など、体質などの理由で「カフェインを避けたいときに仕方なく飲むもの」で「普通のコーヒーに比べ、物足りない味覚のもの」といった印象がまだまだ根強く残っているようです。実際にはどのようなシチュエーションでカフェインレスコーヒーが飲用されているのかを調査しました。

※1 インタージ SRI+データより 2020 年 1 月～2024 年 12 月 カフェインレスコーヒー市場（レギュラーコーヒー・インスタントコーヒー計）



ドリップポッドはこの秋、10 周年企画の第 4 弾として定番カプセルラインアップのリニューアルを実施いたします。その際に、既存のカフェインレスコーヒーカプセルは「カフェインレス ブラジル＆コロンビア」として名称も味覚も変更し、様々な産地をめぐるコーヒーの幅広さを感じられる「産地シリーズ」として生まれ変わります。さらに、それと対をなす製品として「カフェインレス モカ＆ブラジル」も新発売。カフェインの含有量だけでなく、“味わい”で選んでいただける新提案を行います。

※ドリップポット新製品発売・定番カプセルリニューアルに関するプレスリリース：<https://www.ucc.co.jp/company/news/2025/rel250903b.html> □

カフェインレスコーヒーに関する調査結果の詳細について

調査結果ポイント

1. 月 1 杯以上コーヒーを飲む人のうち、カフェインレスコーヒー飲用経験者は半数以下。
カフェインレスコーヒーへのイメージの差が飲用頻度にも影響している可能性あり。
2. 20 代を中心に広まりを見せるカフェインレスコーヒー。
20 代の 2 人に 1 人が実施する「カフェインマネジメント」が今後のトレンドに？
3. 「カフェインマネジメント」はコーヒーの量や時間帯で切り替え。その理由には健康・美容意識の高まり。広まりに SNS のインフルエンサーが一役。
4. 「カフェインマネジメント」を始めるハードルは価格や商品を見かける機会の少なさ、
味おいへのアプローチがカギか。

■調査概要

調査名 : カフェインレスコーヒーに関する意識調査

日時 : 2025 年 8 月 20 日～2025 年 8 月 21 日

調査手法 : インターネット調査

調査実施企業 : UCC 上島珈琲（実施委託先 : ネオマーケティング株式会社）

調査対象 : 月 1 杯以上コーヒーを飲んでいる全国の 20 代～50 代の男女 5438 名、ならびにそのうちカフェインレスコーヒーを飲んだことがある全国の 20 代～50 代の男女 800 名

※引用、転載の際は出典元として『UCC ドリップポット調査』の明記をお願いします。

※本文中のグラフの構成比は、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、必ずしも合計が 100%にならない場合があります。

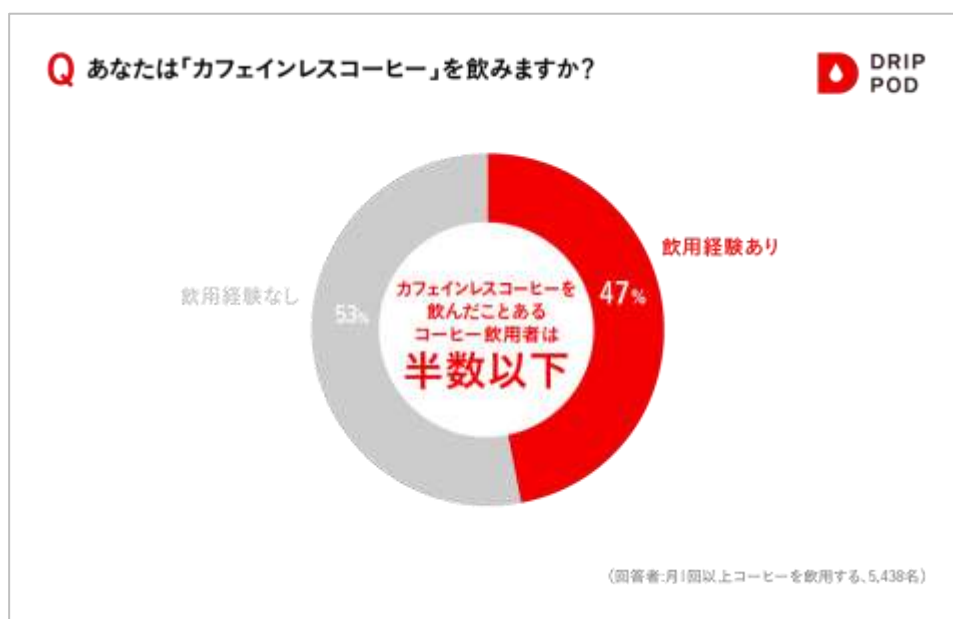
※今回の調査については、あくまで一般のコーヒー飲用者に対するイメージを聴取するもので、効果効能をお約束するものではありません。

■調査結果

Point 1

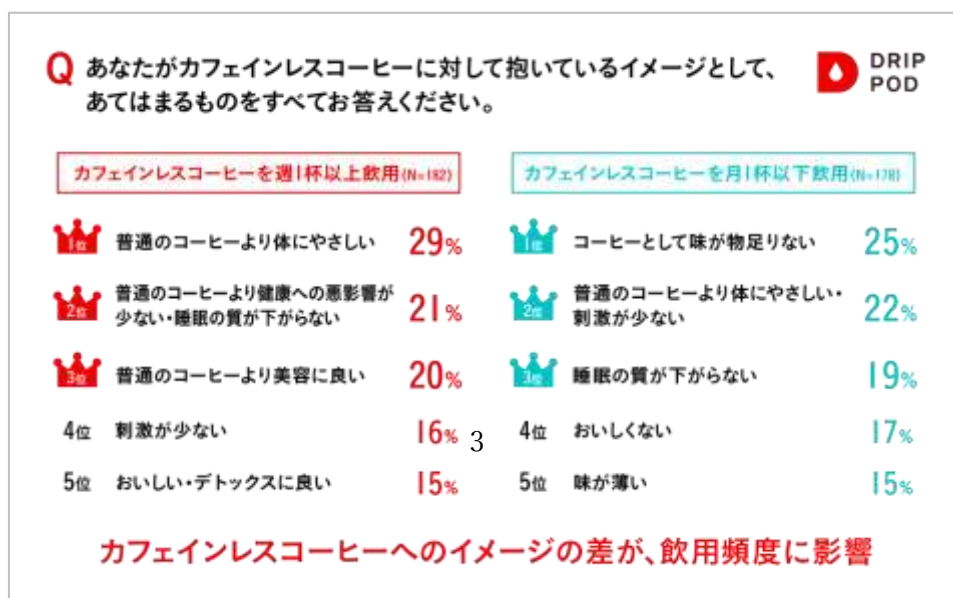
月 1 杯以上コーヒーを飲む人のうち、カフェインレスコーヒー飲用経験者は半数以下。
カフェインレスコーヒーへのイメージの差が飲用頻度にも影響している可能性あり。

カフェインレスコーヒーに関する調査のなかで、初めにカフェインレスコーヒーの飲用実態を聴取したところ、月 1 杯以上コーヒーを飲用する人のうち、カフェインレスコーヒーを飲んだことのある人は半数以下であるということがわかりました。



また、カフェインレスコーヒーに対するイメージを聴取したところ、その飲用頻度によりイメージに差があることがわかりました。カフェインレスコーヒーを週 1 杯以上飲用している層は健康や美容に対してポジティブなイメージを持っていることがうかがい知ることが出来た一方で、月 1 杯以下とあまりカフェインレスコーヒーを飲まない層では、「体にやさしい」などのイメージのほか、「味が物足りない」「おいしくない」「味が薄い」などといった味わいへのネガティブなイメージ項目が高いスコアとなりました。

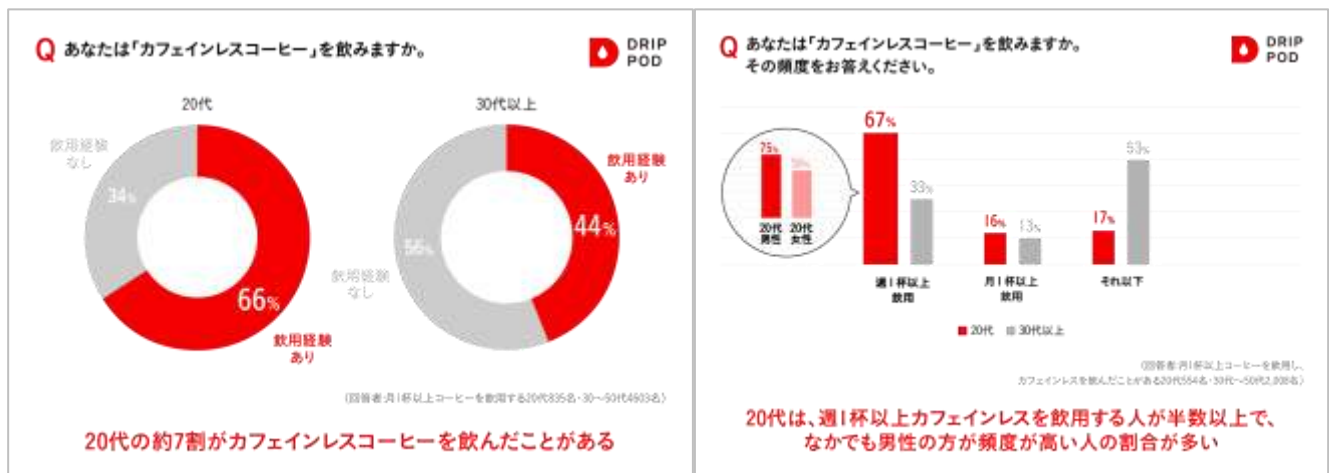
これらの結果より、カフェインレスコーヒーを日常的に取り入れるには、“味わい”そのものに満足できることも大切な要素となりそうです。



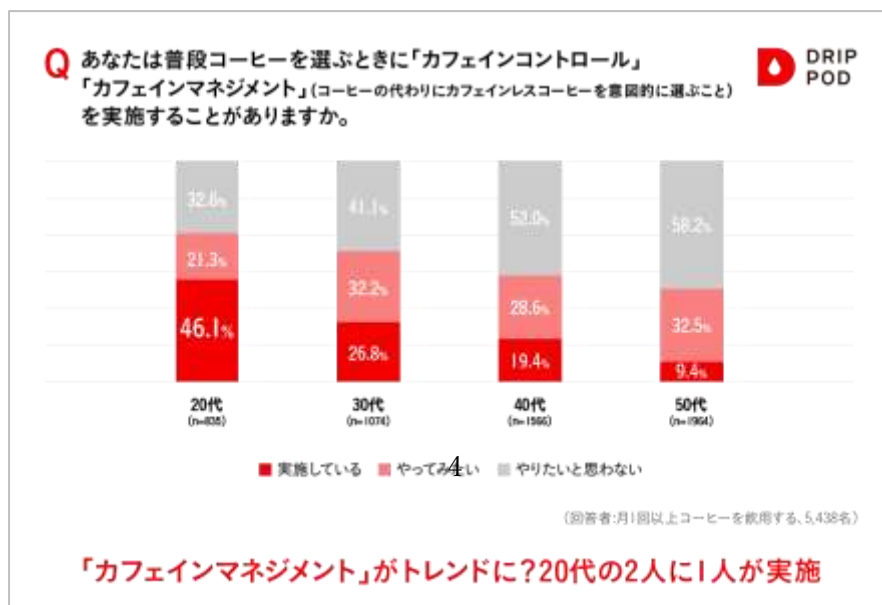
Point2

**20代を中心に広まりを見せるカフェインレスコーヒー。
「カフェインマネジメント」が今後のトレンドに？**

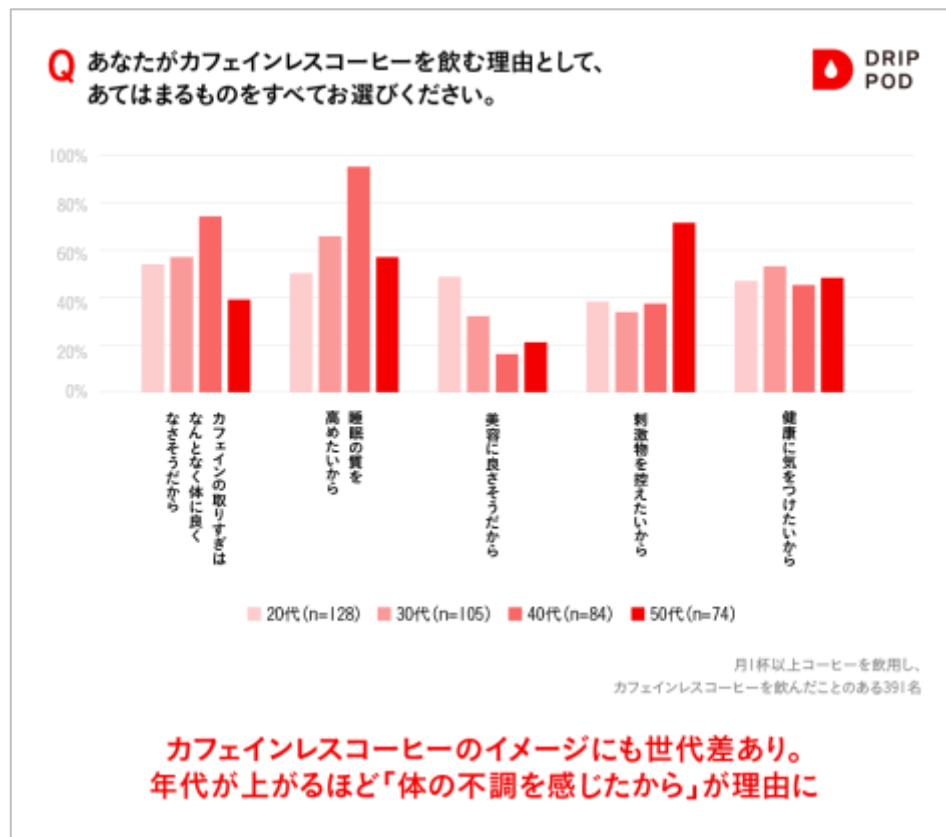
年代ごとにカフェインレスコーヒーの飲用経験をきくと、20代では約7割が飲用経験ありと回答。30代以上の4割と比べると高いスコアとなりました。また、飲用頻度も聴取したところ、20代においては週1杯以上飲用する人が約7割と高く、今までに飲用“したことがある”というだけでなく、実際に普段から手に入る機会も多いようです。また、男女で比較すると、男性の方が女性よりも週1杯以上飲用している人の割合が高いということが分かりました。20代にとっては「カフェインレスコーヒー」という選択肢はマイナーなものではないということを見て取ることができます。



そういった背景も踏まえ、20代には1日のなかでカフェイン摂取量を調整するスタイルが定着しつつあることも調査から明らかになりました。コーヒーの代わりにカフェインレスコーヒーを意図的に選ぶように、カフェインの摂取量を調整することを「カフェインコントロール」または「カフェインマネジメント」といいます。普段のコーヒーで「カフェインコントロール」「カフェインマネジメント」の実施有無を聞いたところ、20代の約半数が「実施している」と回答。さらに、「やってみたい」という意向も含めると、約7割の人がカフェイン摂取量の調整に対し高い興味があることがわかりました。20代は特に、カフェイン摂取量やそれらを1日のなかで調整することに対する関心の高さがうかがえる結果となりました。



また、カフェインレスコーヒー飲用経験者に対し、カフェインレスコーヒーを飲む理由を聞いたところ、「カフェインの取りすぎはなんとなく体に良くなさそうだから」「睡眠の質を高めたいから」「美容に良さそうだから」といったイメージによる項目があがりました。20代においては、「カフェインの取りすぎはなんとなく体に良くなさそうだから」という項目が1位だったことに対して、30～50代は「睡眠の質を高めたいから」という項目が1位になりました。年代があがるごとに、イメージによるカフェインレスの選択ではなく、実際に不調を感じてカフェインレスを手取る人が増えるのではと推察されます。



Point 3

「カフェインマネジメント」はコーヒーの量や時間帯で切り替え。

その理由には健康・美容意識の高まり。広まりに SNS のインフルエンサーが一役。

実際どのように「カフェインマネジメント」を取り入れているかを聴取したところ、時間帯や杯数など、ご自身のコーヒーの飲用スタイルで調整している人がすべてのコーヒーで実施している人よりも多いようでした。時間帯では夜だけ、というよりも、お昼をすぎたあたりから意識し始める人が多いようです。また、杯数で調整している人は2杯目から気にする人が多く、「1日1杯

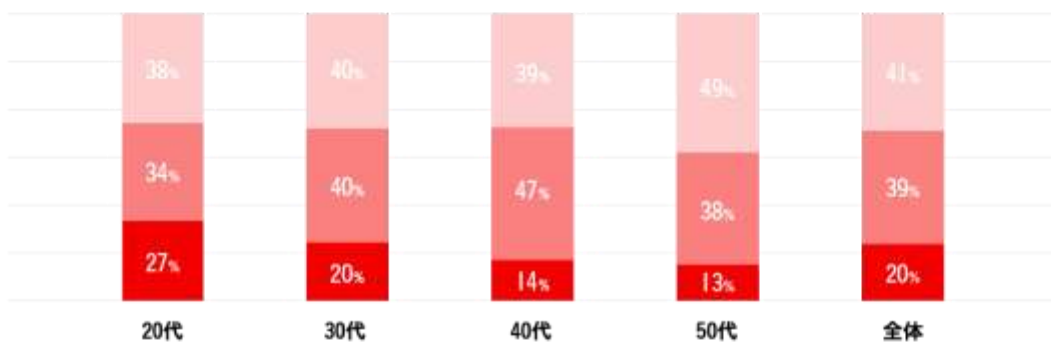
派」も半数ほど存在しているようです。

Q あなたは普段コーヒーを選ぶときに「カフェインコントロール」
「カフェインマネジメント」を実施することがありますか。



「カフェインマネジメント」の実施方法

年代別

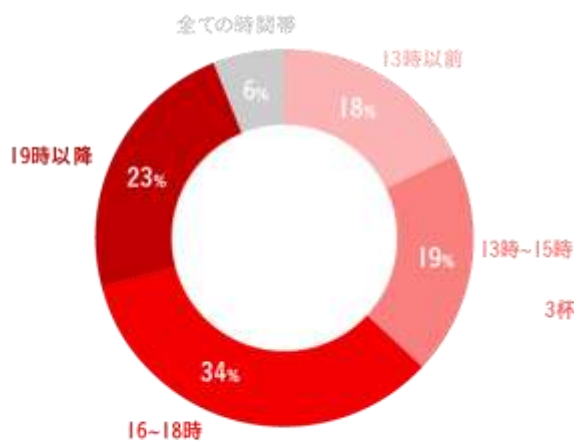


■ すべてのコーヒーで実施している ■ 一定の時間帯以降は実施している ■ 一定量以上飲むときは実施している

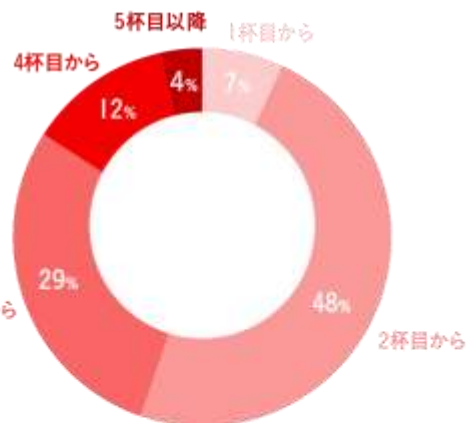
「カフェインコントロール」または「カフェインマネジメント」を実施していると回答した1212件
(「一定の時間帯以降は実施している」「一定量以上飲むときは実施している」の重複回答含む)

Q あなたは何時以降のコーヒーで、
カフェインコントロール・
カフェインマネジメントをしていますか。

Q あなたは1日あたり何杯目以降の
コーヒーで、カフェインコントロール・
カフェインマネジメントをしていますか。

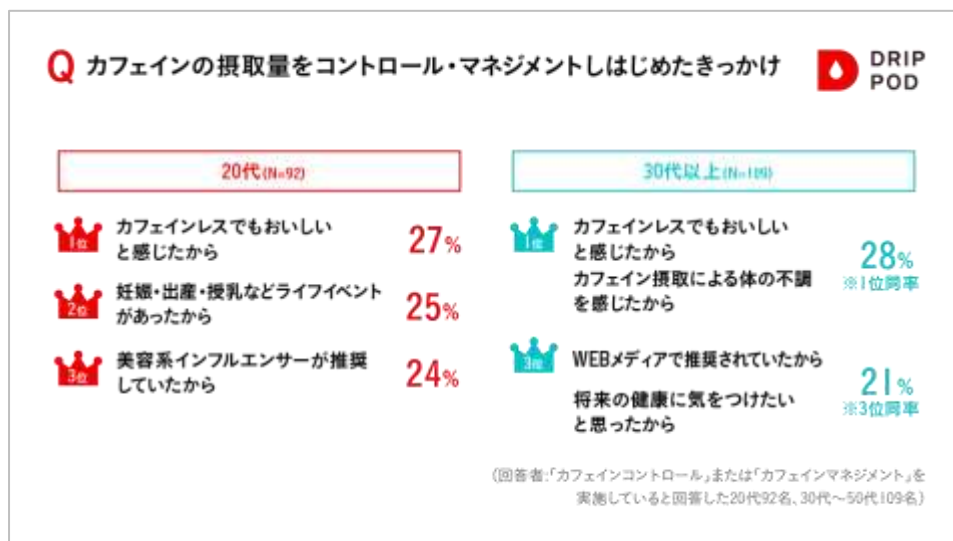


(回答者:月1杯以上コーヒーを飲用し、
「カフェインコントロール」「カフェインマネジメント」を
「一定の時間帯以降は実施している」と回答した100名)



(回答者:月1杯以上コーヒーを飲用し、
「カフェインコントロール」「カフェインマネジメント」を
「一定量以上を飲むときは実施している」と回答した83名)

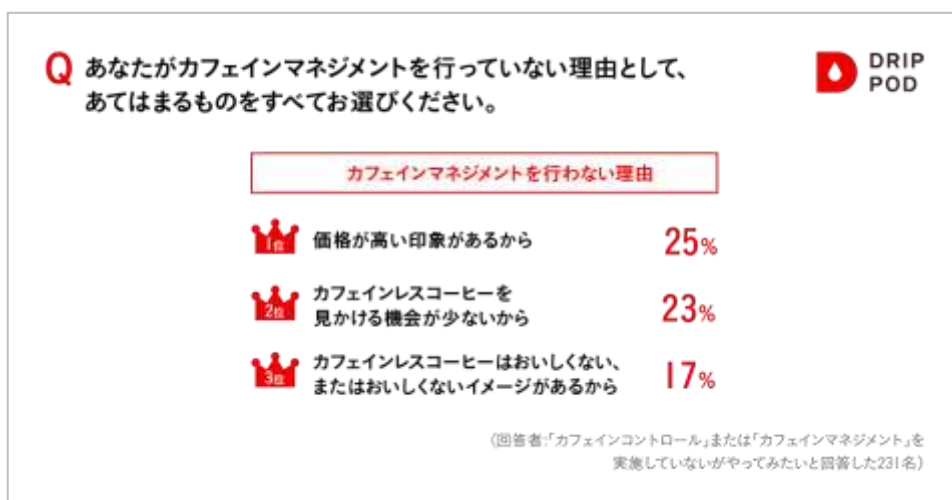
次に、「カフェインマネジメント」を始めたきっかけを聴取したところ、まず全年代において、第一に「カフェインレスでもおいしいと感じたから」と味わいに対するポジティブなイメージがあげられました。年代別で見ると、20代は妊娠などのライフイベントに次いで美容系インフルエンサーの推奨が上がり、SNSの影響の大きさをうかがい知れる結果となりました。一方で30代以上ではカフェイン摂取による体の不調や将来の健康に気をつけたいと思ったからといった項目があげられました。



Point 4

「カフェインマネジメント」を始めるハードルは価格や商品を見かける機会の少なさ、味わいへのアプローチがカギか。

「カフェインマネジメント」をやりたいと答えた人に対し、カフェインマネジメントを行っていない理由を聞いたところ、「価格が高い印象がある」「見かける機会が少ない」「カフェインレスコーヒーはおいしくない、またはおいしくないイメージがある」という回答が TOP3 にあがりました。



これらの調査結果より、カフェインレスコーヒーに対して、体にやさしいイメージがありながらも、味わいへの不安や、選択肢の少なさ、価格を懸念して飲用に至っていないケースがあることがわかりました。また一方で、1日のなかでカフェイン摂取量を調整する「カフェインマネジメント」といったスタイルが20代を中心に徐々に広がりつつあることも見て取れます。

カフェインレスコーヒーはおいしくない、妊娠などカフェイン摂取量に制限がある際にやむを得ず選択するもの、といったイメージを覆し、「賢い選択枝」として、1日のなかでカフェインレスをうまく取り入れていく「カフェインマネジメント」が今後のトレンドのひとつとなるかもしれません。

■ ドリップポッドが展開するカフェインレスコーヒーカプセルについて

ドリップポッドはこの秋11月5日に新製品となる「**カフェインレス モカ&ブラジル**」を発売いたします。それと同時に、既存のカフェインレスコーヒーカプセルもリニューアルし「**カフェインレス ブラジル&コロンビア**」として生まれ変わります。

これにより、ドリップポッドの定番カプセルにおいて、カフェインレスコーヒーが2種類となりラインアップは拡充されます。味わいの異なる2種類から選べるようになることで、カフェインの量だけでなく、味わいからもお選びいただける新たな楽しみ方をご提案いたします。

製品名	① カフェインレス モカ&ブラジル ★新製品	② カフェインレス ブラジル&コロンビア ★リニューアル
画像		
発売日	2025年11月5日発売	2025年11月5日発売
味わいの特徴	苦味：●●○○○ 酸味：●●●○○ コク：●●○○○ 【フレーバー】アブリコット、レモン	苦味：●●●○○ 酸味：●●○○○ コク：●●●○○ 【フレーバー】アーモンド、ミルクチョコレート ※現「カフェインレスコーヒー」のリニューアル品
味わいの説明	ピーチのような甘みと優しい酸味のある味わい。 モカの華やかな酸味とブラジルのまろやかさが調和した、 甘く優しい味わいのカフェインレス。	アーモンドのような香ばさとコクのある味わい。 ブラジルとコロンビアのブレンドにより香ばさとコクが調和した、 香り高く深みある味わいのカフェインレス。

UCC のカプセル式ドリップコーヒーシステム「ドリップポッド」とは

ドリップポッドは、コーヒー豆本来の特徴を引き出した「最高の一杯」を、いつでもボタンひとつで味わえるカプセル式ドリップコーヒーシステムです。プロがハンドドリップする際に、おいしいコーヒーを淹れるために大切にしている 5 つのポイント【①豆の鮮度、②計量、③蒸らし、④抽出速度、⑤ドリッパーの形】をカプセルとマシンで再現しています。

さらに 2023 年 9 月に発売したフラグシップモデル「DRIP POD YOUBI（ドリップポッド ヨウビ）」は、食とデザインを軸として、感性を大切にした良質なライフスタイル事業を手がける株式会社ウェルカムと共同開発。空間・プロダクトデザイナーの二俣公一氏がマシンデザインを手掛け、どこでも気軽に持ち運べるキャリーハンドルが特徴的なマシンです。また UCC 公式スマートフォンアプリ「COFFEE CREATION」と Bluetooth 連携することで、マシン機能で抽出できる抽出レシピに加え、日本や世界の抽出競技会で活躍する UCC グループのコーヒーのスペシャリストが作った抽出レシピ「プロレシピ」での抽出が可能になり、マシン機能のみで抽出できるレシピと合わせて 100 通り以上の飲み方が楽しめます。カプセルごとの味わいの楽しみ方をさらに広げ、お気に入りの味わいだけでなく新たなコーヒーのおいしさに出会い、自由なコーヒータイムを叶えます。



- ・ DRIP POD YOUBI : <https://drip-pod.jp/Lp/youbi.aspx>
- ・ DRIP POD YOUBI に関するプレスリリース :
<https://www.ucc.co.jp/company/news/2023/rel230914b.html>

- ・UCC ドリップポッド 公式ブランドサイト : <https://www.ucc.co.jp/drip-pod/>
- ・UCC ドリップポッド 公式オンラインストア : <https://drip-pod.jp/>
- ・UCC ドリップポッド 公式Instagram : https://www.instagram.com/ucc_drippod/