

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」アイスコーヒーに関する飲用調査
夏に週1杯以上飲むドリンク1位は「アイスコーヒー」(86.2%)!
アイスコーヒーはホットコーヒーより満足度が低く選択肢が少ない?
20代を中心に高まるアレンジ需要
特に注目は“ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー”

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/1億円、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、アイスコーヒーが最も楽しめる夏の到来を前に、アイスコーヒーの楽しみ方の需要や傾向を明らかにするため、週1回以上コーヒーを飲む全国の20代～50代の男女に「アイスコーヒーに関する飲用調査」を実施しました。



■夏場の定番ドリンク「アイスコーヒー」は飲み方や味わいの選択肢が限られている？

調査の結果、アイスコーヒーを週1杯以上飲用すると答えた人が86.2%と夏場に飲用されるドリンクとして支持されており、ペットボトル飲料など手軽な方法で楽しまれていることがわかりました。一方でアイスコーヒーの飲み方（アレンジ）のバリエーションでは、ブラックやカフェオレ等がほとんどである現状や、ホットコーヒーと比べ、香りやコーヒー豆の種類・味わいの選択肢において満足度が低く、本格的なアイスコーヒーを手軽に楽しむことが難しい、選択肢が限定的であるという課題が明らか



Every coffee, every moment

になりました。この課題に対し、調査の結果、アイスコーヒーの新しいアレンジに挑戦したいという需要も明らかになりました。特に若年層を中心に「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」を試したいという回答が多かったことから、アイスコーヒーを単なる飲料としてだけでなく、ヨーグルトやフルーツと組み合わせた「食感や個性を楽しむデザート」として捉える、新しいトレンドの予兆が感じられます。

■ 調査結果を受けて

今回の調査結果から、アイスコーヒーは夏場に飲用されるドリンクとして高い支持を得て、手軽に楽しまれています。ホットコーヒーに比べて香りやコーヒー豆の産地や種類、焙煎度や味わいのバリエーションなどコーヒーのおいしさを楽しむ選択肢の幅が限定的である実態が明らかになりました。飲用者はアイスコーヒーを日常的に愛飲しながらも、実は「より自分好みの、個性豊かな一杯を選びたい」という潜在的な欲求を抱えていることが推察されます。

こうした「多様な味わいを選ぶ体験」への関心の高まりを受け、ドリップポッドはアイスコーヒーの選択肢を広げるべく、2026年は「夏のコーヒーにも、おいしい個性。」をテーマに、アイスコーヒーの新たな魅力を提案する様々な企画を実施してまいります。今年で4年目となる夏限定のポップアップイベント#バリスタのいないアイスコーヒー専門店「ひみつのドリップ」の開催をはじめ、全国各地の有名店舗とコラボレーションし、ドリップポッドを用いたオリジナルメニュー展開や、初心者からコーヒーを仕事にしたい人まで体系的に学べるコーヒー専門の教育機関「UCC コーヒーアカデミー」との共同企画を通じて、イベント体験からご家庭での飲用まで幅広い夏のコーヒーシーンに、新しいアイスコーヒーの選択肢をお届けしてまいります。

□ アイスコーヒーに関する飲用調査結果の詳細について

調査結果ポイント

1. 夏場、「アイスコーヒー」を週1杯以上飲むと回答したのは全体の86.2%で1位に
2. 自宅でアイスコーヒーを飲む際は手軽で簡易的な方法で飲まれる傾向
飲み方（アレンジ）は「ブラック」、「ミルクを入れる」、「砂糖やシロップを入れる」が84%
3. アイスコーヒーはホットコーヒーに比べると満足度が低いという結果に。アイスコーヒーはホットコーヒーよりも本格的な味わいを手軽に楽しむことができず、アレンジやコーヒーの種類も少ない
4. 20代がアレンジへの関心度が高い傾向に。20代の選ぶアイスコーヒーアレンジ1位は「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」

調査名 : アイスコーヒーに関する飲用調査

日時 : 2026年4月14日～2026年4月15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）

調査対象 : 週1回以上コーヒーを飲む全国の20代～50代の男女800名

集計方法 : 性年代別人口構成比でウェイトバックを実施



Every coffee, every moment

※引用、転載の際は出典元として『UCC ドリップポッド調査』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。

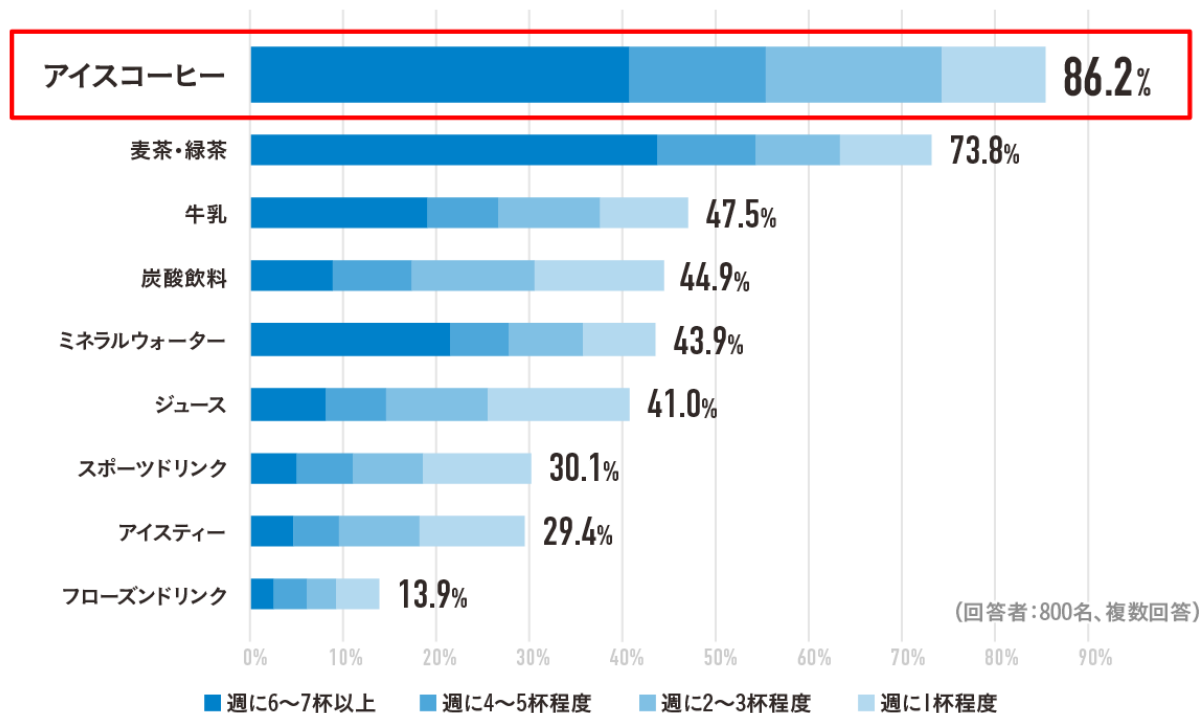
■ 調査結果

Point 1

夏場、「アイスコーヒー」を週1杯以上飲むと回答したのは全体の86.2%で1位に

夏場（6～9月）に飲む飲料の種類別の頻度を聞いたところ、全体の86.2%が夏場に週1杯以上「アイスコーヒー」を飲むと答え、「麦茶・緑茶」の73.8%を抑えて1番多い結果となりました。さらに、週6～7杯以上飲むドリンクとして「麦茶・緑茶」の44.2%に次いで、「アイスコーヒー」は41.2%という結果になりました。

Q 夏場(6月～9月)に飲む飲料の種類別の頻度を教えてください



週1以上アイスコーヒーを飲むと答えた人が86.2%

Point 2

**自宅でアイスコーヒーを飲む際は手軽で簡易的な方法で飲まれる傾向
飲み方（アレンジ）は「ブラック」、「ミルクを入れる」、「砂糖やシロップを入れる」が 84%**

自宅でコーヒーを飲む際によく実施する方法について聞いたところ、アイスコーヒーで最も多かったのは「市販のペットボトルや缶コーヒーを購入する」が過半数となり、アイスコーヒーにおいてはホットコーヒーより手軽で簡易的な方法で飲用していることが明らかになりました。また、自宅でのアイスコーヒーの飲み方についても聞いたところ、上位3つが「ブラック（63%）」、「ミルクを入れる（61.8%）」、「砂糖やシロップを入れる（48.5%）」で、この3つの飲み方を選択した方が84%という結果になりました。

Q 自宅でアイスコーヒー/ホットコーヒーを飲む際によく実施する方法を選んでください



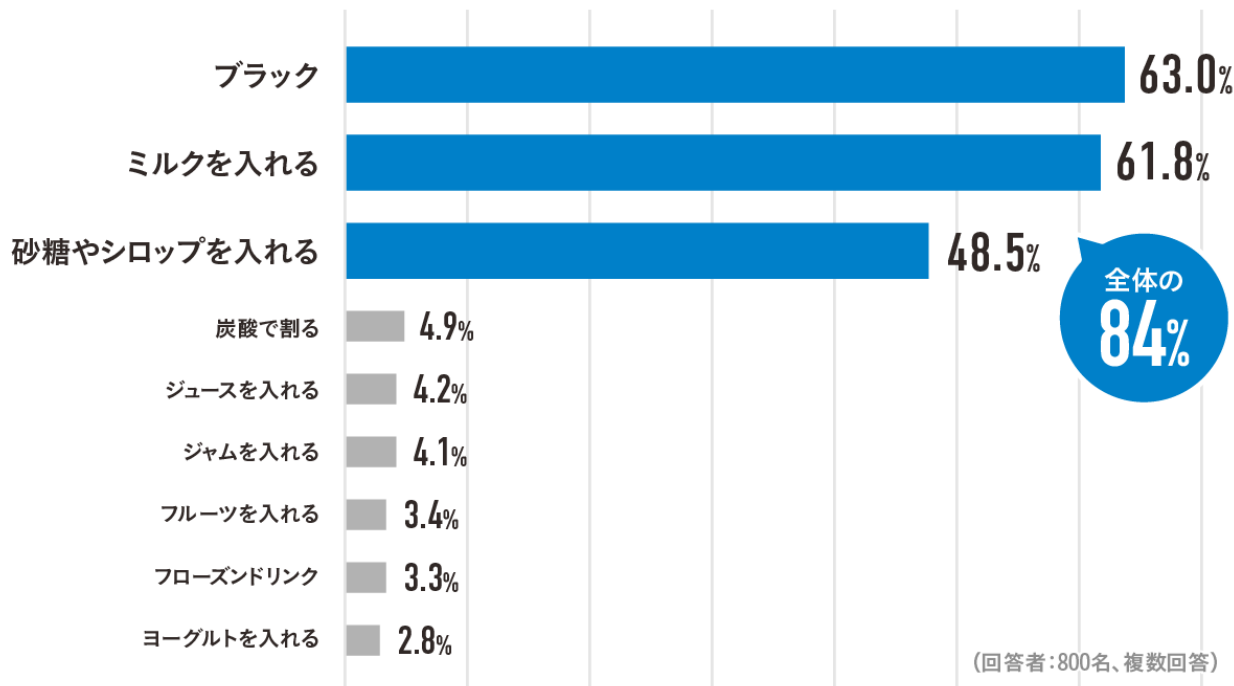
アイスコーヒー		ホットコーヒー	
1位	市販のペットボトルや缶コーヒーを購入 51.6%	1位	インスタントコーヒーを溶かす 60.1%
2位	インスタントコーヒーを溶かす 44.2%	2位	ハンドドリップして淹れる 30.4%
3位	コンビニコーヒーを購入 24.5%	3位	市販のペットボトルや缶コーヒーを購入 25.2%
4位	カフェやコーヒースタンドなどでコーヒーを購入 19.1%	4位	コーヒーメーカーを使う 23.5%
5位	紙パック(希釈するタイプ)のコーヒーを購入 18.3%	5位	コンビニコーヒーを購入 22.7%

(回答者:800名)

(回答者:716名)

アイスコーヒーはホットコーヒーより手軽で簡易的な方法で飲まれている

Q 自宅でアイスコーヒーを飲む際の飲み方(アレンジ)を選んでください



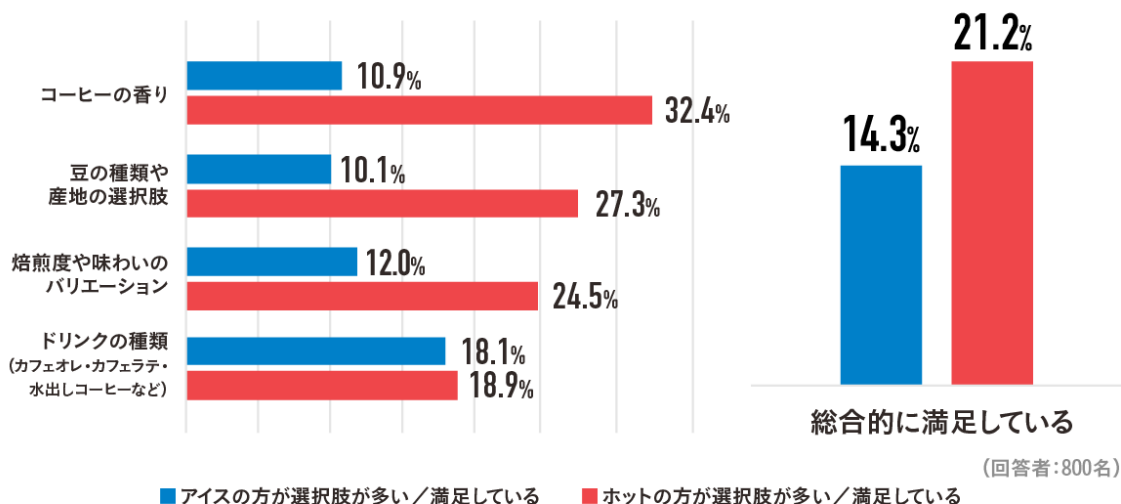
ブラック、ミルクを入れる、砂糖やシロップを入れる 以外の飲み方提案の余地あり

Point3

アイスコーヒーはホットコーヒーに比べると満足度が低いという結果に。アイスコーヒーはホットコーヒーよりも本格的な味わいを手軽に楽しむことができず、アレンジやコーヒーの種類を選択肢も少ない

自宅で飲むホットコーヒーとアイスコーヒーの印象について聞いたところ、「総合的に満足している」と回答した人はホットコーヒーが 21.1%、アイスコーヒーが 14.3%とアイスコーヒーの満足度が低い結果となりました。具体的には「コーヒーの香り」や「豆の種類や産地の選択肢」、「焙煎度や味わいのバリエーション」で大きな差があり、2 倍以上の差が出る結果となりました。さらに「ホットの方が総合的に満足している」と答えた人にその理由を聞いてみると、アイスコーヒーは「コーヒー本来の香りを感じにくいから」と答えた人が 56.4%、次いで「氷を入れたりする手間がかかるから」が 35.5%、3 番目には「ホットは様々なフレーバーの種類や飲み方があるが、アイスではそのアレンジの仕方を知らないから」と答えた人が 34.6%と、選択肢の幅が狭いことはアイスコーヒーへの満足度にも影響していることが分かりました。

Q ご自宅で飲むホットコーヒーとアイスコーヒーを比べたときの印象として最も近いものをお選びください



アイスコーヒーの方がホットコーヒーよりも満足度が低く、香りや豆の種類、産地の選択肢、焙煎度や味わいのバリエーションで大きな差が

Q アイスコーヒーがホットコーヒーより総合的な満足度が低い理由としてあてはまるものを選んでください。



コーヒー本来の香りを感じにくいから	56.4%
氷を入れたりする手間がかかるから	35.5%
ホットは様々なフレーバーの種類や飲み方があるけれど、アイスではそのアレンジの仕方を知らないから	34.6%
ブラックやカフェオレなどいつも同じ味になってしまうから	24.1%
豆や種類を選べないから	23.3%
作るのに時間がかかってしまうから	23.1%

(回答者: ホットコーヒーの方が総合的に満足していると回答した169名、複数回答)

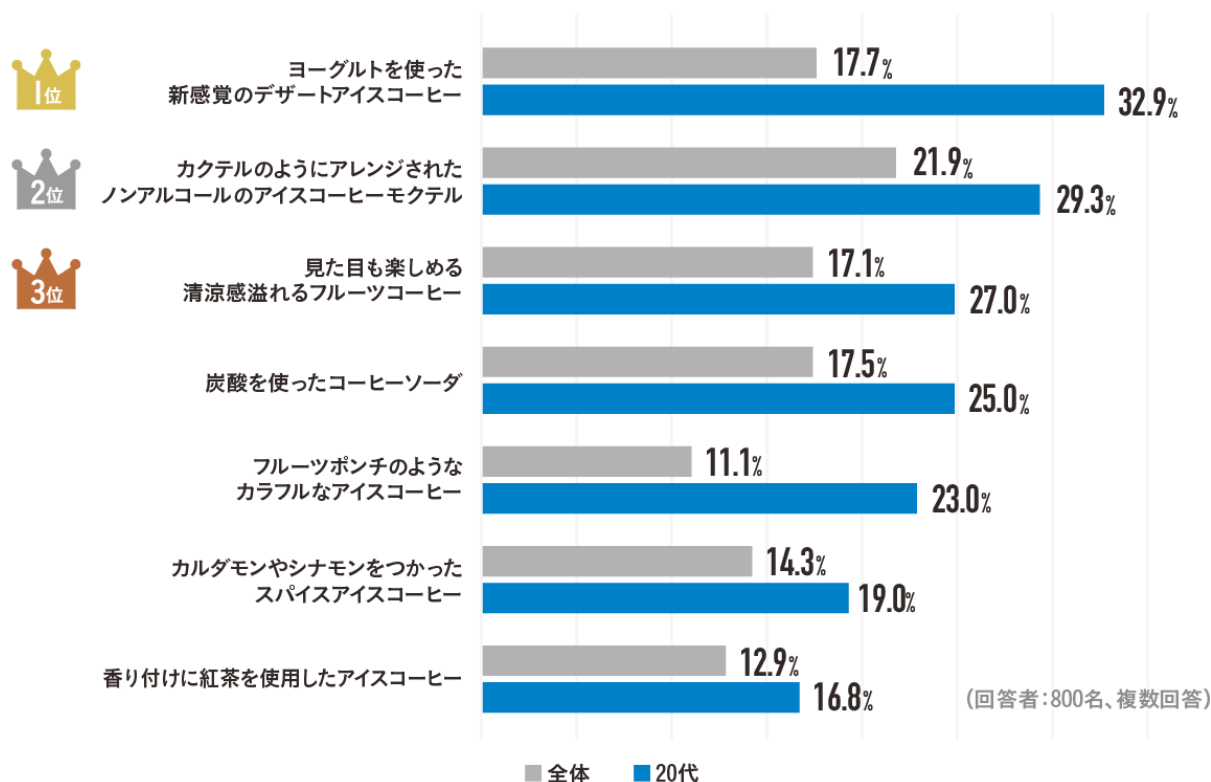
アイスコーヒーはホットコーヒーよりも本格的な味わいを手軽に楽しむことができず、アレンジやコーヒーの種類を選択肢も少ない

Point4

20代がアレンジへの関心度が高い傾向に。20代の選ぶアイスコーヒーアレンジ1位は「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」

アイスコーヒーのアレンジとして試してみたいものがあるか聞いたところ、全年代では「カクテルのようにアレンジされたノンアルコールのアイスコーヒーモクテル」(21.9%)、「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」(17.7%)、「炭酸を使ったコーヒーソーダ」(17.5%)、「見た目も楽しめる清涼感溢れるフルーツコーヒー」(17.1%)が上位にランクインしました。さらに年代別にみると、20代においてアレンジへの関心が高い傾向にあり、20代の「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」に対する関心度は32.9%に達し、全年代・全選択肢の中で唯一3割を超える結果となりました。

Q アイスコーヒーのアレンジとして試してみたいものはありますか



20代がアイスコーヒーへのアレンジ関心度が高いなかでも「ヨーグルトを使った新感覚のデザートアイスコーヒー」が1位に

UCC のカプセル式コーヒーシステム「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ドロッパーの形】をカプセルとマシンで再現しています。

さらに 2023 年 9 月に発売した最新モデル「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ア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。



- ・UCC DRIP POD YOUBI : <https://drip-pod.jp/Lp/youbi.aspx>
- ・UCC 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 公式インスタグラム : https://www.instagram.com/ucc_drippod/

【UCC グループについて】

UCC グループは 1933 年の創業以来、生産国での栽培から、原料調達、研究開発、焙煎加工、販売、品質保証、そして、文化、教育に至るまでを一貫して手がける独自の事業モデルを構築してきました。2024 年 12 月期の売上高は 3,979 億円にのぼり、日本、アジア、欧州、オセアニア、北米を含むグローバルなネットワークで事業を推進しています。

「より良い世界のために、コーヒーの力を解き放つ。」というパーパスのもと、2040 年までのカーボンニュートラル実現やサステナブルなコーヒー調達の推進を掲げ、持続可能な社会の実現と事業成長を両立させる活動を加速させています。また、世界初の缶コーヒーの開発、教育機関「UCC コーヒーアカデミー」やコーヒーの知を継承・創造する「UCC コーヒー博物館」の運営、さらにコーヒーを“飲む”から“食べる”へ進化させた『YOINED』、世界初となる「水素焙煎コーヒー」の量産開始など、既存の枠にとらわれない独自の価値創造に挑戦し続けています。



コーポレートメッセージ「Every coffee, every moment」は、
コーヒーがもたらす最高の瞬間のために、コーヒーの全てを追い求める、という
私たち UCC グループからのメッセージが込められています。