

報道関係者各位

2019年7月5日

出前総合研究所

2019年上半期に出前注文の伸びたメニューを調査  
**「タピオカミルクティー」の出数が前年同期比で 38 倍に**  
女性や 20 代を中心に注文数が急増

出前・デリバリーに関する調査研究と情報発信を行う『出前総研』は、日本最大級の宅配ポータルサイト『出前館』のオーダー情報を元に 2019 年上半期に伸びた出前メニューを調査致しましたので、その結果を報告いたします。

**<調査結果サマリ>**

**1. 2019 年に上半期に伸び率が高かった出前メニュー**

● **タピオカミルクティー**

「タピオカミルクティー」とは、大粒のタピオカパールをミルクティーに入れた台湾発祥の飲料です。

2018 年上半期と比較して商品出数の伸びは 3820%でした。

商品出数の伸びた要因としては、

- ① 外食におけるブーム
- ② 出前館でのタピオカドリンク提供店舗の増加
- ③ 長い行列に並ばずに入手できる出前の手軽さ

の 3 点が考えられます。

● **タピオカドリンク注文者属性**

注文者の半数以上は女性。

世代別で見ると、20 代の割合が 6 割を超えており、出前館全体の 20 代の割合より 20 ポイント以上も高いという結果でした。

タピオカドリンクを扱う店が増えたことで女性や 20 代の顧客を取り込み、食事以外の出前需要も獲得できていると考えられます。

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

出前総研 担当：大谷

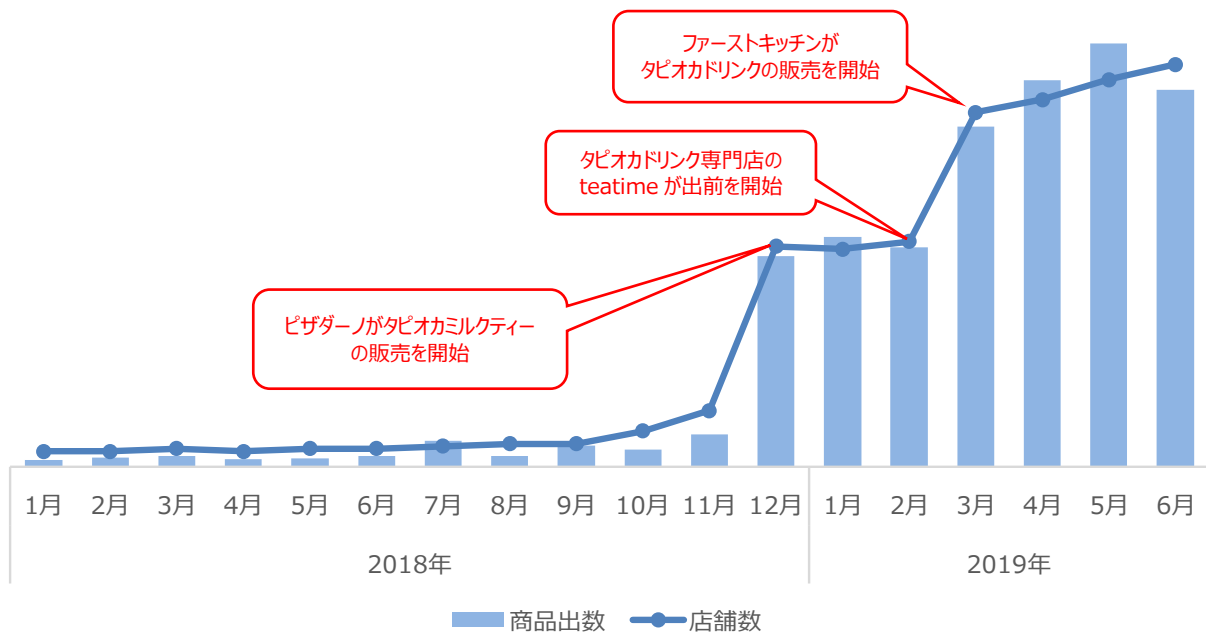
Tel: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

2019年上半期（1月～6月）の出前館における出前注文数を商品ごとに調べたところ、2019年上半期に最も商品出数の伸び率の高かったメニューは「タピオカミルクティー」で、伸び率は3820%でした。

「タピオカミルクティー」とは、大粒のタピオカパールをミルクティーに入れた台湾発祥の飲料です。タピオカミルクティーが本格的に日本に上陸したのは、2013年。台湾の「春水堂」の初出店がきっかけです。その後、「ゴンチャ」や「THE ALLEY」などのタピオカドリンクを扱う店舗が続々と日本でオープンし、インスタ映えする見かけと相まって若い女性を中心に一大ブームとなっています。Instagramで「#タピオカ」を検索すると130万件以上の投稿がありました。そういった外食市場でのブームを受けて、出前でもタピオカドリンク専門店が徐々に増えてきています。

出前館では、2018年11月頃まではタピオカドリンクを取り扱う店舗が10店舗もなく、「タピオカミルクティー」を含むタピオカドリンクの商品出数はほとんどありませんでした。12月にピザ宅配専門店の「ピザダーノ」が「タピオカティー」の販売を開始したことで、タピオカドリンクの商品出数が伸び始め、2019年2月にはタピオカドリンク専門店の「teatime」が出前を開始し、3月にはファーストキッチンでもタピオカドリンクの販売が始まり、さらに出数が大きく伸びました。先述の通り、タピオカドリンクは現在大きなブームになっている一方で、長い行列に並んで買わなくてははいけません。出前であれば、ネットで注文するだけで行列に並ばずに流行りのタピオカドリンクを買うことができます。このような手軽さもあって、出前での注文が伸びていることも考えられます。

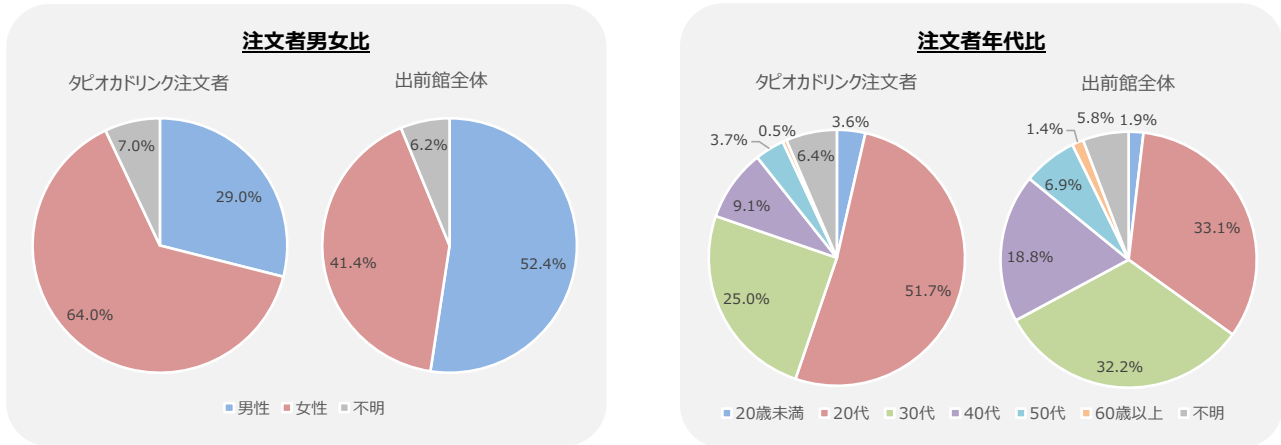
### 商品出数とタピオカミルクティー提供店舗数推移



【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】  
出前総研 担当：大谷  
Tel: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

次に、注文者属性について調べると2019年6月のタピオカドリンクの出前注文者は64.0%が女性で、同月の出前館全体の注文者の女性の割合と比べて20ポイント高いことがわかりました。また、年代も20代が51.7%と最も多く、こちらも出前館全体の20代の割合より20ポイント近く高いという結果でした。

タピオカミルクティーを扱う店が増えたことで女性や20代の顧客を取り込み、食事以外の出前需要も獲得できていると考えられます。



2019年上半期の店舗当たり商品出数が最も多かった「タピオカドリンク」メニューは、川口にあるタピオカドリンク専門店の「抖茶時光」の「タピオカミルクティーボバ」で、2位は台東区にあるタピオカドリンク専門店の「teatime」の「オリジナルミルクティー」でした。いずれの商品も甘さ、氷の量、トッピングなどをカフェで注文するのと同様に、自分の好みにカスタマイズすることができます。また、両店ともに紅茶のミルクティー以外にも抹茶ミルクティーや黒糖ラテなど様々なドリンクメニューを取り扱っていました。

以下では、出前で人気のタピオカドリンクを紹介します。

タピオカミルクティーボバ	オリジナルミルクティー	タピオカミルクティー	タピオカブラックミルクティー
			
520円	530円	530円	399円
抖茶時光	teatime	蘇茶	ピザダーノ

今後も『出前総研』では、最新の出前・デリバリーに関する調査研究と情報発信を行って参ります。

※本リリースに記載されている会社名および商品・サービス名は、各社の商標または登録商標です。  
 ※本リリースに記載されている価格はすべて税込価格です。また、価格は地域によって異なる場合があります。

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】  
 出前総研 担当：大谷  
 Tel: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail : dri@yumenomachi.co.jp

【調査概要および参考データ】

- 2019 年上半期に伸びた出前メニュー  
2018 年 1～6 月と 2019 年 1～6 月の出前館の商品出数を元に独自算出方法で集計
- 「タピオカドリンク」の商品出数推移  
商品名に「タピオカ」「バブル」「ティー」を含むメニューの 2018 年 1 月～2019 年 6 月の注文実績

【出前総研 概要】

これまでの『出前館』運営により蓄積してきた経験と知見を活かし、自ら情報を発信していくことにより、日本の出前・デリバリーを含めた中食産業、外食産業を中心とした「食」産業の活性化に貢献していくことを目的に開設された機関です。出前・デリバリーを含む中食に関する領域を総合的に調査・研究し、情報発信しております。また、日本最大級の宅配ポータルサイト『出前館』の運営によって得た様々なデータや、その経験を活かしたメニュー開発、プロモーションや配送等の出前・デリバリーに関連するコンサルティング活動も同時に行っております。

(『出前総研』: <https://dri.themedia.jp/>)

【運営会社：夢の街創造委員会株式会社 概要】

- 設立：1999 年 9 月 9 日
- 資本金：11 億 1,330 万円（2016 年 8 月末現在）
- 所在地：（大阪本社）〒541-0056 大阪市中央区久太郎町 3-6-8 御堂筋ダイワビル 8 階  
（東京本社）〒100-0005 東京都千代田区丸の内 1-8-1 丸の内トラストタワーN 館 11 階
- 代表者：代表取締役社長 中村 利江
- WEB サイト：<http://www.yumenomachi.co.jp/>
- 主な事業概要：日本最大級の宅配ポータルサイト『出前館』<https://demaecan.com/>の運営

【本リリースに関する報道関係者からのお問合せ先】

出前総研 担当：大谷

Tel: 03-4500-9380 FAX:03-4500-9390 Mail : dri@yumenomachi.co.jp