



JMAR生活者調査レポートシリーズ パンに関する実態調査2026

幅広い年代で食され多様化する、パンの嗜好と食・購買実態



10代~70代の男女のパンに関する
嗜好・喫食・購買実態を網羅



Feature

パンに関する実態調査2026 レポートの特徴



01 対象は、全国に居住する 15~79歳男女

全国に居住している15~79歳の男女を対象として、パンに関する嗜好・喫食・購買の実態を幅広く捉えます。また2020年調査・2023年調査と時系列比較も実施いたします。

02 パンの嗜好・喫食・購入実態 を幅広く網羅

パンに特化した調査で、7ジャンル90を超えるパンの中から好きなパンを聴取。嗜好に加えて喫食の実態や、ベーカリーチェーンや専門店といった多様な購入チャネルの実態を捉えます。

03 購入チャネル×パンの種類 ×購入シーンの実態

パンの購入チャネル別に、それぞれのチャネルで最も購入するパンの種類を確認し、あてはまる“買う方”・“買うシーン”・“買う理由”・“購入するときにチェックすること”を分析します。

04 魅力のあるパンのキーワード・食感イメージ・栄養素

魅力的なパンのイメージを多角的に捉えます。「焼きたて」等のキーワードから、「サクサク・サクッと」等のイメージワード、含まれていたら買いたくなる栄養素等、魅力的なパンの要素を捉えます。

05 背景にあるパンについての 意識・行動・習慣とは

パンに特化した意識・行動・習慣を押さえます。例えば、「パンに対するこだわりは強いほうだ」といった意識に加え、「家にはいつもパンの買い置きがある」といった習慣まで確認できます。



レポートの 活用シーン <<<

Case

1 商品開発担当者様
社内で仮説を通す
説得材料として活用
▶ 開発プロセスを効率化!

2 営業企画担当者様
消費者ニーズの
裏付けデータとして
▶ プレゼン時の説得力UP!

3 ブランドマネージャー様
各部門で消費者を理解する
ナレッジ共有に
▶ ニーズを踏まえたブランド管理を実現

4 調査担当者様
汎用性の高い
お助けデータとして重宝
▶ コスト・労力を大幅削減!





パンに関する実態調査2026 調査項目

Survey item

1. パンの嗜好実態

- ◇パンの好意度
- ◇好きなパン
- (1)食パン
 - 食パン/生食パン/イギリス食パン/全粒粉食パン/胚芽食パン/ライ麦食パン...etc
- (2)食卓・食事パン
 - バターロール/レーズンロール/イングリッシュマフィン/フォカッチャ/ベーグル...etc
- (3)ハード系パン類
 - バゲット/カンパーニュ/プレッツェル...etc
- (4)クロワッサン・デニッシュ類
 - クロワッサン/フルーツデニッシュ/アップルパイ/クロッカン/クイニアマン...etc
- (5)菓子パン
 - あんぱん/クリームパン/メロンパン/蒸しパン/スコーン/マフィン/ベニエ...etc
- (6)惣菜パン
 - カレーパン/焼きそばパン/パニーニ...etc
- (7)サンドイッチ・バーガー類
 - ハムサンド/卵サンド/フルーツサンド...etc

2. パンの購入・喫食実態

- ◇パンの食事シーン
 - 食べる頻度/食べるパンの種類
- ◇パンの購入チャネル
 - 購入頻度/購入するパンの種類
 - (スーパー/コンビニエンスストア/インスタベーカリー/ベーカリーチェーン/パン屋・ベーカリーストア/コーヒーショップ/専門店/インターネット販売)
- ◇パンと一緒によく飲むもの
 - (コーヒー・コーヒー飲料/牛乳/紅茶・紅茶飲料/日本茶/中国茶/ブレンド茶・ハーブティー/野菜ジュース/果汁ジュース...etc)
- ◇パンに塗るもの・つけるもの
 - (ジャム/マーガリン/バター有塩/バター無塩/はちみつ/メープルシロップ/スライスチーズ/マヨネーズ/ピーナッツクリーム等...etc)
- ◇食パンの食べ方
 - (トースト/そのままトーストしない/チーズ・ピザトースト/サンドイッチ...etc)

3. パンの魅力

- ◇食べたくなるパンの味・具材
 - (メープル/はちみつ/生クリーム/カスタードクリーム/ホイップクリーム/シナモン/ラム酒(洋酒)/あずき(あんこ)/さくら/よもぎ/チェダーチーズ/ソーセージ・ウインナー/卵/ツナ/コーン...etc)
- ◇パンを買う際に魅力的だと思う言葉
 - (国産・国内産/北海道産/フランス産/イギリス/ドイツ/全粒粉/米粉/天然酵母/オーガニック/石窯・窯焼き/低糖質/無添加/乳化剤不使用/イーストフード不使用/季節限定...etc)
- ◇パンを買う際に魅力的だと思うイメージ
 - (新食感/サクサク・サクッと/ザクザク・ザクッと/サクフワ/カリカリ/クリスピー/ジューシー/じゅわっと/しっとり/やわらか...etc)
- ◇パンに含まれていたら買いたくなる栄養素
 - (カルシウム/食物繊維/ビタミンA/ビタミンB/ビタミンC/鉄/コラーゲン...etc)
- ◇パンに含まれている成分で減らしたい成分
 - (熱量・カロリー/炭水化物/糖質/脂質...etc)

4. パンに関する調理器具/行動・習慣

- ◇パンに関するアイテムで使うことがあるもの
- ◇パンに関するアイテムで今後買いたいもの
 - (ポップアップ型トースター/オーブントースター/スチームトースター(給水口から水を入れる機能あり)/ホームベーカリー・自動製パン機/ブレッドナイフ・パン切包丁(柄(持ち手)が木製)/トーストプレート(パン皿)/パンウォーマー...etc)
- ◇パンについての考え・行動・習慣
 - お米よりもパンが好き/パンに対するこだわりは強いほう/パンを購入する時に栄養価の高さを期待する/家にはいつもパンの買い置きがある/食パンは常温保存している/食パンは冷蔵保存している/食パンは冷凍保存している/食パンはトーストせず生で食べることが多い/パンを買う時は原材料表示を見て買う/大手パンメーカーのパンをよく買う/プライベートブランド(PB)など安いパンを買う/新製品・期間限定品などの新しいパンをよく買う/買うパンはいつも大体同じ/インターネットで冷凍パン・冷凍パン生地を買う...etc





調査概要・ご案内



Overview

■調査概要

- ・調査対象：全国に居住する15～79歳の男女
- ・調査方法：「モニターリサーチ・システム」を活用した郵送調査
- ・サンプル数：1,500サンプル(予定) (性年代の母集団人口構成比に準拠して回収)
- ・調査期間：2026年7月上旬予定

■調査のアウトプット

- ・調査報告書：PDFデータ(2026年9～10月完成予定)
 - ・集計データ：Excelデータ
(性年代別/未婚婚別/世帯年収別/家族構成別/職業別/子供同居別など)
- ※納品するアウトプットは、全て電子データにてご提供します。「調査報告書」の紙媒体での納品は別途費用にてお承り致します。

■調査購入のご案内

「パンに関する実態調査2026」 定価360,000円(税別) / MDBメンバー価格340,000円(税別)

3調査セット価格：『パンに関する実態調査2026』『おやつ・間食に関する実態調査2026』『フレーバー調査2026』
定価990,000円(税別) / MDBメンバー価格950,000円(税別)

◆集計表にないクロス集計をご希望の際は、オーダーメイド集計にてお承りいたします。
(都度お見積りさせていただきますのでお問い合わせください。)

- ※MDBメンバー価格の適用は、当社の会員制情報提供サービス「マーケティング・データ・バンク」にご登録いただいている事業所に限ります。
- ※本調査の成果物の著作権は、株式会社日本能率協会総合研究所が保有します。
- ※本調査をご購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。
- ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。
- ※本調査の成果物のご利用は、ご購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

MDBメンバーの方は、ポイントでの購入も可能です

ご案内

6月30日(火)までのお申込み限定！ 予約特価320,000円(税別)

◆『おやつ・間食に関する実態調査2026』『フレーバー調査2026』との3調査セット価格
予約特価890,000円(税別)

調査の説明を聞きたい・調査票を確認したいなどございましたら、お気軽に下記の連絡先までお問い合わせください。

アウトプットのパッケージ例

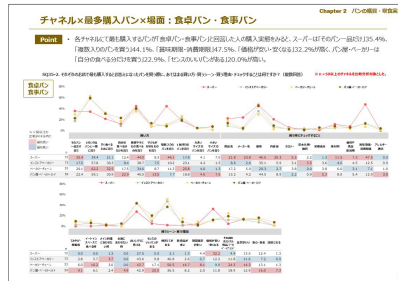
Output

婚姻状況・同居家族・同居家族人数・ペット飼育
性・年代別

Point

- 女性は、70%後半が配偶者(別居)している割合が最も高く、子ども世帯が同居率も5割以上と高まる。
- 同居家族人数は、70%後半が同居する割合が最も高くなる。
- 男女ともに2人前後が同居する割合が高い。

性	年代	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数	同居家族人数
男	15-19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	20-24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	25-29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	30-34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	35-39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	40-44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	45-49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	50-54	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	55-59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	60-64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	65-69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	70-74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	75-79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	15-19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	20-24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	25-29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	30-34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	35-39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	40-44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	45-49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	50-54	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	55-59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	60-64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	65-69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	70-74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	75-79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00



生活価値観：食性・年代別

Point

- 食卓パンは、70%後半が最も購入するパンの種類(食卓パン)であり、食卓パンの購入金額も最も高くなる。スナックは、70%後半が最も購入するパンの種類(スナック)であり、スナックの購入金額も最も高くなる。
- 食卓パンの購入金額は、70%後半が最も高くなる。スナックの購入金額は、70%後半が最も高くなる。
- 食卓パンの購入金額は、70%後半が最も高くなる。スナックの購入金額は、70%後半が最も高くなる。

性	年代	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン	食卓パン
男	15-19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	20-24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	25-29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	30-34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	35-39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	40-44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	45-49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	50-54	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	55-59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	60-64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	65-69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	70-74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
男	75-79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	15-19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	20-24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	25-29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	30-34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	35-39	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	40-44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	45-49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	50-54	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	55-59	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	60-64	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	65-69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	70-74	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
女	75-79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00



連絡先

株式会社 日本能率協会総合研究所
 経営・マーケティング研究部 (担当：山口・荒木)
 〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22

TEL. 03-3578-7607

e-mail. info_mlmc@jmar.co.jp