



JMAR生活者調査レポートシリーズ おやつ・間食に関する実態調査2026

菓子・スイーツ・軽食の飲食実態・購買行動データベース



10代～70代の男女および小学生・中学生の
おやつ実態を網羅



Feature

おやつ・間食に関する実態調査2026 レポートの特徴

01 対象は、15～79歳男女と同居している小・中学生の子

全国に居住している15～79歳の男女に加えて、〔子ども調査〕として同居している小・中学生の子を対象に調査を実施。おやつ・間食の飲食・購買実態を把握します。

02 菓子・スイーツ・軽食類の飲食実態・購買行動の把握

喫食頻度や購入頻度、購入チャネルなどの行動実態から、買い方や買うときの気分や買う理由、商品購入時のチェックすること等、幅広く行動と意識を捉えることができます。

03 20ジャンル100種類以上のおやつ・軽食を網羅

チョコレートの場合だと、ナッツ入りチョコ・高カカオチョコ・生チョコと、細分化した種類を選択肢化。全部で20ジャンル100種類以上のおやつを網羅しています。

04 おやつジャンルの間比較を実施

おやつについて、ジャンル間で食べるシーン・買うシーンの比較を行います。食べるシーンでは、一緒に飲食するものや気分・体調、食べる時間帯・目的を総比較。

05 時系列比較からみる注目の「増加傾向」おやつジャンル

本調査は3年に1回実施している調査となりますので、時系列データの比較が可能です。時系列比較することで、現在増加傾向にあるおやつジャンルや意識の変化を確認できます。



レポートの活用シーン <<<

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！



Case



おやつ・間食に関する実態調査2026 調査項目

Survey item

1. おやつについての意識と実態

- ◇おやつの習慣
 - ・食後にお茶やコーヒーを飲む
 - ・食後に甘いものを食べる習慣がある…etc
- ◇おやつの買い方・選び方
 - ・高級な菓子やデザートをよく買う
 - ・どうせなら、一番食べたいものを選ぶ
 - ・家族や子供と一緒に食べられるものを選ぶ…etc
- ◇おやつについて感じる変化
 - ・おいしい菓子やデザートが増えた
 - ・コンビニで手作り風デザートを買うことが増えた
 - ・和風の菓子やデザートを食べることが増えた…etc

2. よく食べるおやつ

- ◇よく食べるおやつ・デザート ※20ジャンル・136種類
 - (1) チョコレート (2) クッキー・ビスケット・クラッカー
 - (3) スナック菓子 (4) せんべい・あられ・おかき
 - (5) あめ・キャラメル・グミ (6) ガム (7) 素材菓子・つまみ
 - (8) プリン・ゼリー (9) ヨーグルト
 - (10) アイスクリューム・シャーベット
 - (11) ケーキ・洋生菓子 (12) その他デザート (13) 和生菓子
 - (14) デザート系飲料 (15) チーズ (16) くだもの
 - (17) パン類 (18) カップめん・インスタント食品
 - (19) 栄養補助食品 (20) その他軽食

3. おやつジャンル別喫食・購入実態

- ◇食べるシーン
 - 喫食頻度／時間帯(朝食前・朝食時…etc)／
 - 目的(おやつ・つまみ・食後のデザート…etc)／
 - 一緒に飲むもの(日本茶・紅茶・コーヒー…etc)／
 - 飲みものの甘さ／一緒に食べるもの／
 - 気分・体調(ちょっとお腹がすいた時・楽しい時…etc)／
 - 場面(1人の時・お風呂上りに・お酒を飲んだあと…etc)
- ◇買うシーン
 - 購入頻度／購入チャネル／買い方／買う気分／
 - 買う理由／買うときにチェックすること

4. おやつジャンル別喫食・購入比較

- ◇食べる頻度
- ◇よく食べるジャンル
- ◇喫食シーンのジャンル比較
- ◇購入シーンのジャンル比較

5. 子どものおやつについて

- ◇子どものおやつ実態
 - (1) 子どもの好きなおやつ
 - (2) 家でよく食べるおやつ
 - (3) 自分で買うおやつ
 - (4) 自分で買う際の金額
- ◇子どものおやつ習慣や嗜好
 - ・よくおやつを食べる
 - ・食事の後にはよく甘いものを食べる
 - ・家にはいつもお菓子やデザートが買っている
 - ・手作り(お母さんなど)のお菓子やデザートが多い…etc

6. 手作りするおやつ

- ◇お菓子やデザートの手作り実態
 - (1) 手作りする頻度
 - (2) 手作りする品目
 - (クッキー・ビスケットなど／ケーキ・タルト・パイなど
 - ／マフィン・スコーン・カップケーキなど／
 - パンケーキ・ホットケーキ・ワッフルなど…etc)
 - (3) 使うことのある市販品や使い方
 - (ホットケーキ粉／冷凍パイ生地…etc)
 - (4) 使う道具
 - (オーブン／電子レンジ／炊飯器／クッキー型…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＋〔子ども調査〕同居している小・中学生
- ・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)＋〔子ども調査〕200人(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月完成予定)
 - ・集計データ：Excelデータ
(性年代別／未婚別／世帯年収別／こづかい額別／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」の紙媒体でのご納品は別途費用にてお承り致します。)

■調査購入のご案内

「おやつ・間食に関する実態調査2026」 定価440,000円(税別) / MDBメンバー価格420,000円(税別)

3調査セット価格：『おやつ・間食に関する実態調査2026』『パンに関する実態調査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。

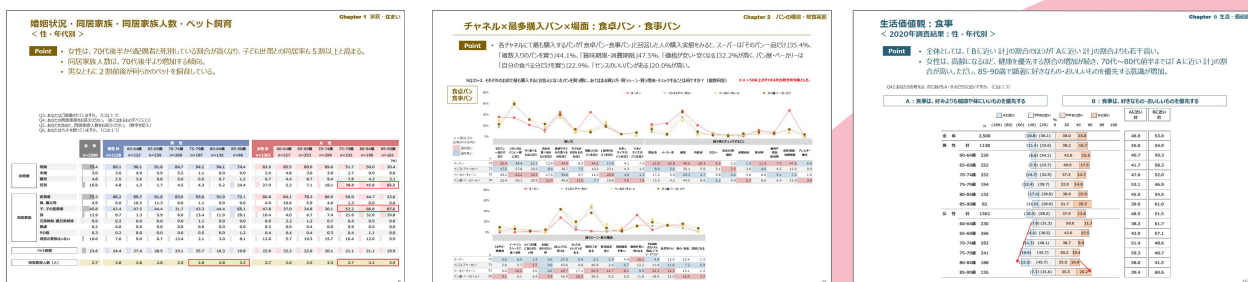
MDBメンバーの方は、
ポイントでの購入も可能です

ご案内

『おやつ・感触に関する実態調査2026』『パンに関する実態調査2026』 『フレーバー調査2026』との3調査セット価格 990,000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



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