

2026 年 10 月 9 日（金）

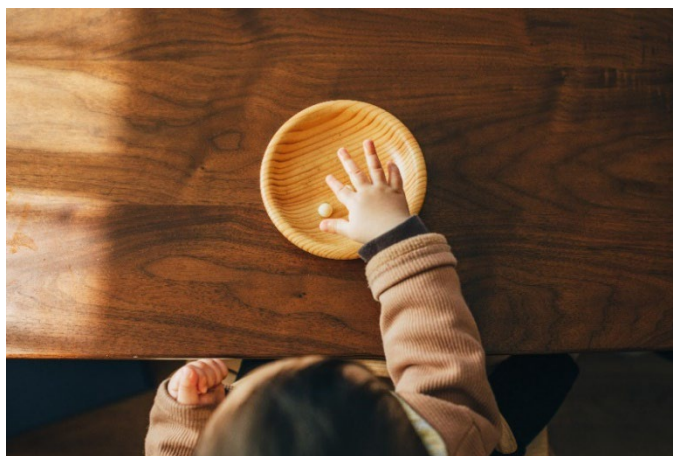
報道関係者各位



<https://www.hakubaku.co.jp/>

【即ご掲載可能】豊富な宣材画像をご用意しております / 【取材申込受付中】社長への取材可能！

【こどものおやつ意識調査】 ベビーおやつは「間食」用途だけじゃない！ ママのピンチを救う“お助けアイテム”だった ～親の罪悪感を減らす「安心感」と現場での「使い勝手」～



『主食改革』を提唱する穀物のリーディングカンパニー株式会社はくばく（本社：山梨県中央市、代表取締役社長：長澤 重俊）はこの度、未就学児をもつ親を対象に、「こどもの食に関するアンケート調査」を実施いたしました。

これまでこどもの「おやつ」といえば、「食事の間の気分転換」や「足りない栄養補給」として見られがちでした。しかし今回の調査から見えてきたのは、外出先での突然のぐずりや、夕食準備中のお腹すいたコールといった“育児のピンチ”を乗り切る「頼れるお助けアイテム」としての切実な役割です。一方で、頼りにするがゆえの「お菓子をあげてしまった」という親の自責の念も浮き彫りになり、それを和らげる「控えめな味付け・素材感」と現場で助かる「持ち運びやすさ・汚れにくさ」の両立が強く求められていることがわかりました。

大麦をはじめとする、穀物を通じて人々の健康と豊かな食生活の実現を目指すはくばくは、この親の罪悪感を穀物や自然素材の力で解決できると考えています。日々の食卓だけでなく、不規則な育児のピンチにおいても、親が「これなら安心してあげられる」と笑顔になれる選択肢をお届けするため、本調査結果を通じて現代のおやつ事情の実態をご報告します。

●調査結果のポイント

1. ベビーおやつは「間食」用途だけじゃない！ママのピンチを救う“お助けアイテム”

おやつを与える場面は「午後の間食（36.7%）」以上に、「外出先での間食（35.0%）」「食事前のつなぎ（26.5%）」「機嫌が悪い時（25.3%）」など、ママたちのピンチの場面で頼りにされています。

2. 全ベビーフード中 肯定感 No.1！その反面に残る「お菓子でごまかしてしまった」という葛藤

ベビーおやつの肯定派（使うのが当たり前・積極的に使ってよい）は52.2%にのぼり、全10種類*のベビーフード中で最高値を記録。育児を助けてくれる必須アイテムである一方、「市販のお菓子でごまかしてしまった」と後ろめたさを感じるママも散見されます。

3. 求められるおやつの2大条件：罪悪感を減らす「安心感」×ピンチで助かる「使い勝手」

親が購入時に気にする条件は、心理的負担（罪悪感）を消す「甘すぎない（26.8%）」「塩分控えめ（24.7%）」といった味・素材への配慮。そして現場のトラブルを防ぐ「持ち運びやすさ（29.2%）」「個包装（24.0%）」「手や口が汚れにくい（21.2%）」という2つの軸に整理されます。

*…全 10 種類(ベビー向けおやつ・レトルトおかず系・レトルトごはん系・ベビー乾麺・ベビー向け飲料・レトルトの 1 種類食材・冷凍タイプ・瓶詰タイプ・カップタイプ・バー形状の軽食)

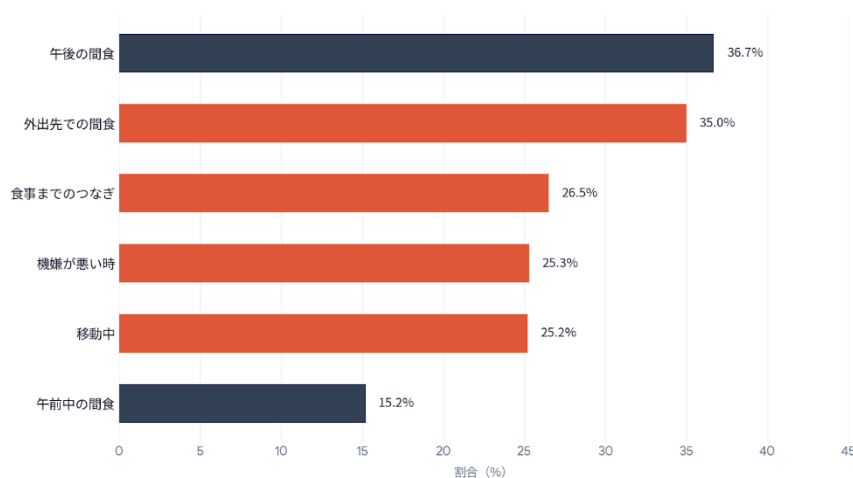
●調査概要

- ・調査タイトル ①ベビーフードに関する調査(定量)/②こどもの食に関するアンケート(定性)
- ・調査期間 ①2026 年 5 月 29 日～6 月 3 日/②2026 年 4 月
- ・調査対象者：①0～6 歳児(未就学児)のいるママ 600 人
②SC 調査 0～5 歳の子供を持つ親 2,147 人 本調査 5 か月～2 歳の子供を持つ親 1,009 人
- ・調査方法：インターネット
- ・エリア：全国

1. ベビーおやつは「間食」用途だけじゃない！ママのピンチを救う“お助けアイテム”

こどもにおやつをあげる具体的なシーンを調査したところ、定期的な「午後の間食（36.7%）」と肩を並べるように、「外出先での間食（35.0%）」「夕食までのつなぎ（26.5%）」「機嫌が悪い時（25.3%）」「移動中（25.2%）」といった不規則なタイミングが上位に顔を揃えています。

子どもにおやつを与える場面（複数回答 / n=600）



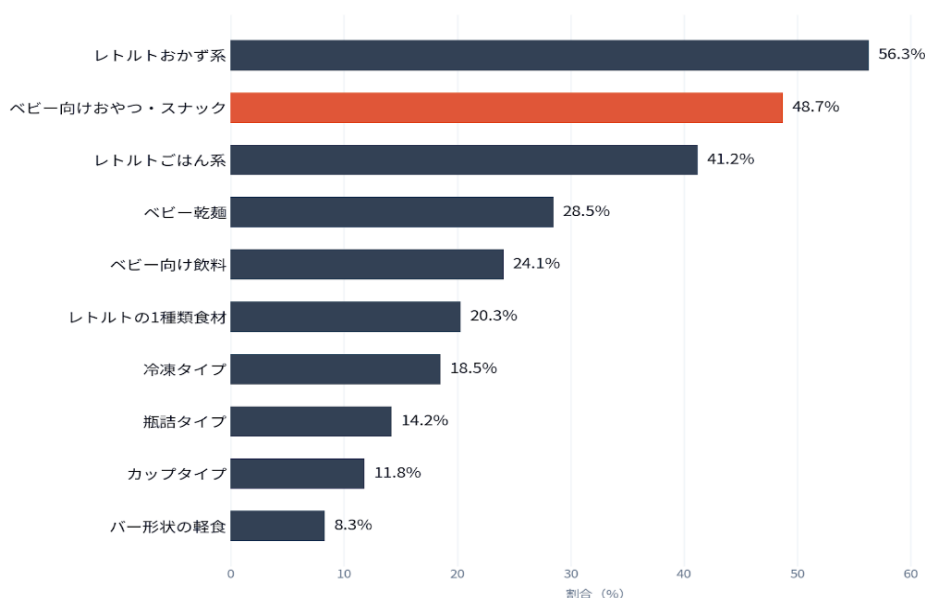
※ママのピンチを救う非定時シーンが上位を占める

また、あげる目的についても「お腹を満たすため（45.2%）」という目的に加え、「外出先で静かに過ごしてもらうため（35.3%）」「手軽に与えられるため（34.9%）」が高く挙がりました。

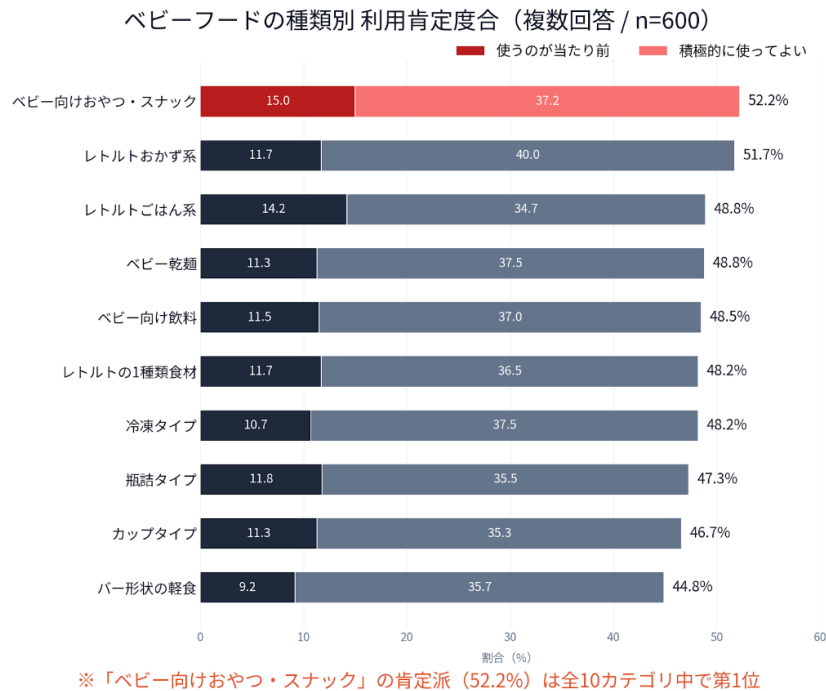
こどもがお腹をすかせた時だけでなく、大人が「食事を与える役」を一度休んで一息ついたり、急なトラブルを回避したりするための“頼れるレスキューツール”として、おやつが重宝されている様子が分かります。

2.全ベビーフード中 肯定感 No.1！その反面に残る「お菓子でごまかしてしまった」という葛藤

よく利用するベビーフードのカテゴリ（複数回答 / n=600）



※全10種類の中で「ベビー向けおやつ・スナック」は第2位（48.7%）の利用率



普段ベビーフードを活用しているママに利用アイテムを尋ねたところ、「ベビー向けおやつ・スナック（48.7%）」はレトルトおかず系に次ぐ第2位の利用率となり、利用者の約8割にあたる78.0%が「週1日以上」生活に取り入れています。さらに、各種ベビーフードへの考えを聞いた調査では、「使うのが当たり前（15.0%）」「積極的に使ってよい（37.2%）」を合わせた肯定派が52.2%に達し、全10カテゴリの中でトップの支持を得ました。

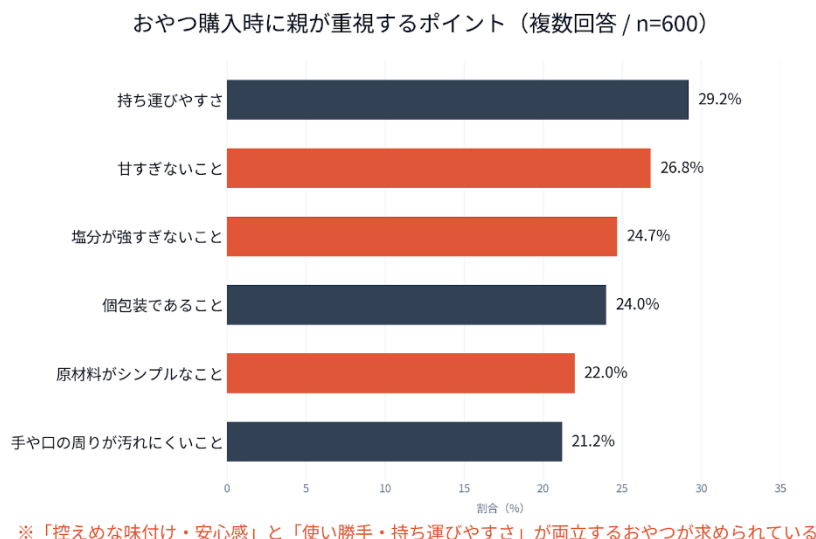
しかし、日々のピンチを救ってくれる一方で、ママたちの胸の内には「ご飯の直前にお菓子をあげてしまった」「またお菓子でなだめてしまった」という小さな自責の念（罪悪感）が付きまとっているのもリアルな実情です。

【ママたちのリアルな葛藤の声(定性調査より)】

- ・「ご飯を食べる前にお菓子を食べてしまうと、ご飯が入らずに栄養が偏るから抵抗を感じている。だが、それを食べている間、家事や上の子の面倒が見れる。」
- ・「食べすぎは良くないから抵抗を感じるけど、機嫌が良くなるから使ってしまう。」
- ・「甘みもあるおやつは身体に悪いのではと思いつつ、子供が好んで食べるため、仕方なくあげる。」
- ・「甘いものを最初の一口にするのは本当は避けたいが、とにかく一口でも食べてくれればその後の機嫌や体力が安定するのであげてしまう。」

このように、おやつは育児に不可欠な「お助けアイテム」とすると同時に、親にとっては「ご飯前など与えるタイミングへの葛藤」や「甘すぎ・食べすぎといった成分や栄養面への不安」を生む要因にもなっています。だからこそ、「どんなおやつを選ぶか」が親の心理的負担を左右する重要なポイントになっています。

3.おやつ購入時に求めている2つの条件：「罪悪感を消す安心感」×「ピンチで助かる使い勝手」



購入時に重視するポイントを紐解くと、心理的負担（罪悪感）を消す「安心・品質」の軸と、現場のピンチをスムーズに切り抜ける「使い勝手」の軸の2つが存在することが分かりました。

心理面では、「甘すぎないこと（26.8%）」「塩分が強すぎないこと（24.7%）」「原材料がシンプルなこと（22.0%）」といった素材本来の味わいが親の後ろめたさを消し、安心感を与える要素となっています。

一方の実用面では、移動中や外出先でサッと与えられる「持ち運びしやすさ（29.2%）」「個包装（24.0%）」に加え、与えた後にベタついて困らない「手や口の周りが汚れにくいこと（21.2%）」など、後片付けのストレスを増やさない仕様が強く支持されています。

4. 穀物・自然素材の美味しさで、「これでいい」と思える毎日を。

育児の現場において「おやつ」は、単なる間食にとどまらず、思い通りにいかない日常のピンチを切り抜け、親の心にゆとりを取り戻してくれる大切なパートナーです。けれどその裏側で、「栄養は偏らないか」「甘いものを食べさせすぎていないか」と子どもの体を想うからこそ、ご自身を責めてしまうママの声も少なくありません。

穀物のリーディングカンパニーであるはくばくでは、自然素材が持つ本来の美味しさや栄養をそのまま活かし、**油や食塩・砂糖を使わない素朴な味わいと、手や口が汚れにくく、持ち運びにも便利な設計**にこだわった「ベビーすなっく」シリーズを展開しています。慌ただしい日々のふとしたピンチでも、ママやパパが「これなら安心してあげられる」と心置きなく頼ることができ、肩の力を抜いて子どもと一緒に笑顔になれるような食卓・食品を、これからも提案してまいります。

【商品紹介】



商品名：(左①)ベビーすなっく

(右②)ベビーすなっく自然由来のたんぱく質

原材料名：①→挽割とうもろこし(国内製造)、大麦粉

②→挽割とうもろこし(国内製造)、
大麦粉、えんどう豆たんぱく

内容量：15g

希望小売価格(税込)：237円

賞味期限：540日

ノンフライで食塩・砂糖不使用。
口どけが良く、食べやすい柔らかさで
赤ちゃんの手づかみ練習になる形状。
チャック付きでおでかけにも便利。

■はくばくについて



The Kokumotsu Company として

当社の社名「はくばく」は白い大麦という意味です。創業社長である祖父が「もっと麦ご飯を喜んで食べてもらいたい。」という思いから、大麦を一粒一粒半分に割って黒い筋を目立たなくした製品を開発しました。以来、我々ははくばくは穀物とともに歩み、精麦の他、雑穀、和麺、麦茶、穀粉、米を事業として手がけるようになりました。

人類を太古から支えてきた大切な「穀物」を、現代の食卓へもっと多く登場させ、もっと楽しんで食べてもらうこと。それは家族の笑顔が増えること。またそれは家族が健康になることだと考えています。これを実現するために、我々ははくばくは主食であるごはんの「質」を見直す「主食改革」を、社員一丸となって本気で目指して参ります。

株式会社はくばく

代表取締役社長 長澤 重俊

社 名：株式会社はくばく
所 在 地：〒409-3843
山梨県中央市西花輪 4629
代 表：代表取締役社長 長澤 重俊
設 立：昭和 16 年 4 月 15 日
資 本 金：98,000,000 円
事 業 内 容：食品製造および販売
U R L：<https://www.hakubaku.co.jp/>

本件に関する問い合わせ先（東京オフィス）

株式会社はくばく 広報担当：手塚 俊彦 携帯：080-1005-2988 E-mail：pr@hakubaku.co.jp