

2026 年 9 月 30 日（水）

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！

【主食意識調査】「健康のために我慢」はもう古い？ 雑穀ごはんは「食感とおいしさ」で“選ぶ”時代へ

～秋の食欲を満たす新定番！

雑穀と相性抜群の「カレー」で作る“穀うまカレー”のすすめ～

『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）はこの度大麦・玄米・雑穀などを混ぜて炊く「雑穀ごはん[※]」に対する生活者インサイトに関する大規模な定性調査（一部定量調査も含む）を実施しました。

これまで大麦や雑穀などの混米商品は「健康のために白米を我慢して置き換えるもの」と捉えられがちでした。しかし、約 5000 人の生活者を対象とした本調査の結果より、継続して食べている人の多くは「食感」や「おいしさ」を理由に選んでおり、その日の料理に合わせて主食の選択肢（バリエーション）を楽しんでいる実態が明らかになりました。

特に、国民食である「カレー」は雑穀との相性がとても良く、雑穀ごはんの入門メニューとしても最適であることがわかりました。はくばくでは本調査結果より、この秋より『十六穀ごはん』とカレーを組み合わせた「穀うまカレー」の魅力を伝える特設サイトを公開。より多くの生活者の皆さんに日々の食生活に雑穀を取り入れ、その食感とおいしさを感じていただける取り組みをまいります。

※雑穀ごはん：大麦・玄米・雑穀など白米に何かを混ぜて炊いたごはんの総称

●調査概要

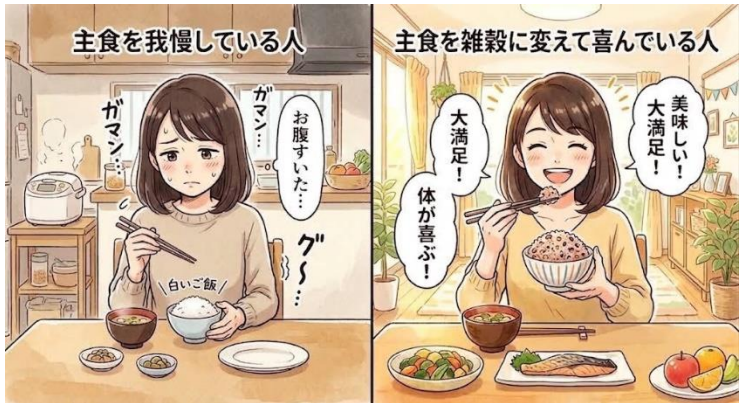
- ・調査タイトル 雑穀ごはんに対する生活者インサイト調査
- ・調査期間 2026 年 4 月 21 日～4 月 30 日
- ・調査対象者：スクリーニング調査 15～69 歳の男女 34,284 人
本調査 15～69 歳の男女 5064 人
- ・調査方法：インターネット
- ・エリア：全国

●調査結果のまとめ

1. 【本音】「ごはんをやめたいわけではない」主食への葛藤～主食は「削減」から「質で調整」へ
「好きなごはんを楽しみたいが健康にも配慮したい」という葛藤を、多くの生活者が抱えています。主食をただ我慢して減らすのではなく、その日の食事や気分に合わせて“質”で調整する選択肢が求められています。
2. 「健康にいいから」と我慢して食べる時代の終了：続ける理由は「健康」よりも「食感・おいしさ」
使い始めるきっかけは健康目的でも、継続理由は「食感・おいしさ（52%）」が「健康効果（25%）」を大きく上回ることが判明しました。食べた瞬間の五感の変化が「良い選択ができた」という実感につながり、無理のない継続を支えています。
3. 白米の敵ではなく味方！混米商品は「料理に合わせて選ぶ」主食のレパートリーへ
雑穀のおいしさは料理との組み合わせで引き出され、カレーや揚げ物など濃い味のおかずと抜群の相性を見せます。白米を無理に置き換えるのではなく、料理に合わせて主食を選び分ける新しいレパートリーへと変化しています。

1.【本音】「ごはんをやめたいわけではない」主食への葛藤～主食は「削減」から「質で調整」へ

糖質制限などが広がる昨今、主食は減らす・控える対象となることが増えています。一方で、生活者の本音としては、「主食であるご飯は本来好きなものでやめたいわけではない。」「健康のために控えることで食事の満足まで失いたくない。」という生活者心理があり、背景には、「健康に配慮したいけど、おいしい・好きなごはんを楽しみたい」という両立欲求を多くの生活者が抱えていることがわかりました。主食を我慢・削減するのではなく、自分に合った“質”へと調整する選択肢が求められています。



2. 「健康にいいから」と我慢して食べる時代の終了：続ける理由は「健康」よりも「食感・おいしさ」

雑穀を食べ始めるきっかけは「健康意識・疾病対策（27.3%）」が最多であるものの、定着した人が使い続ける理由は「食感・おいしさ（47%）」が「健康効果（29%）」を大きく上回ることが判明しました。これにより、生活者の多くは雑穀ごはんを健康目的で食べ始めるものの、続ける理由は「食感・おいしさ」と、**使い始めるきっかけと継続理由が入れ替わる**ことがわかりました。目に見えにくい数値上の健康効果よりも、**口に入れた瞬間の満足感や五感の変化が継続の力になっている**と考えられます。

また、これらの食べればすぐに感じられる“変化”が、健康効果を待たなくても「自分の体にとってよい選択ができた」という実感を積み重ねることができます。

表 1. 雑穀※を使うようになったきっかけ

順位	分類項目	件数	構成割合 (%)	主な回答内容
1	健康意識・疾患対策	92	27.3%	健康診断の結果/生活習慣病予防/糖質制限/歳を重ねて
2	外食・他者の影響・勧め	78	23.1%	カフェ・飲食店で食べた/友人・家族・医師の勧め/実家
3	美味しさ・食感への興味	41	12.2%	食感が好き/美味しそう/彩りが良い
4	栄養補給・便秘・腸活	35	10.4%	不足するビタミン,ミネラル,食物繊維補給/便秘解消
5	メディア・広告・店頭	22	6.5%	TV番組/CM/ネット/スーパーの売り場/チラシ
6	もらい物・サンプル	18	5.3%	試供品/家族・知人からのもらい物/株主優待
7	米の価格高騰・かさ増し	16	4.7%	白米の値上がり対策/かさ増し/節約
8	ダイエット・美容	15	4.5%	ダイエット/太りにくそう/罪悪感の軽減
-	その他・無回答	20	5.9%	特になし/覚えていない/不明など

※ 雑穀（大麦や玄米を含まない）のこと

表 2. 雑穀ごはん※の継続理由

定着期間	n	健康・効果	食感・おいしさ	手軽さ
最近～1カ月	134	25%	43%	10%
2～3カ月	120	27%	48%	14%
半年	182	25%	52%	16%
1年	299	35%	46%	16%
2～3年	563	35%	45%	21%
4年以上	1,236	32%	48%	22%

※雑穀ごはん:大麦・玄米・雑穀など白米に何かを混ぜて炊いたごはんの総称

3. 白米の敵ではなく味方！混米商品は「料理に合わせて選ぶ」主食のレパートリーへ

本調査の分析から、大麦・雑穀などの各穀物のおいしさは穀物単体の味ではなく、合わせる料理（メニュー）との関係性によって引き出されることが明らかとなりました。特に、雑穀はカレー（38.6%）・ハンバーグ（38.0%）・揚げ物（38.7%）など、おかずの存在感が強く味が濃い料理において相性率が極めて高く、香ばしさ・彩り・複数の食感が一膳に加わることで、料理全体の満足感をごちそう感へと引き上げます。

一方でもち麦は寿司・炊き込みご飯・丼など米そのものを味わう料理において相性が良く、料理の味を邪魔せずにもちもち・ぷちぷちなどの食感を足してくれる存在であることがわかりました。

これらの結果より、共通しているのは各穀物単体の味ではなく、白米や料理との組み合わせによって、おいしさが生まれているということでした。「白米を我慢して置き換える」のではなく「料理に合わせてごはんを変える」主食のレパートリーとして各穀物を選ぶことでより一層日々の食事の満足感を増してくれます。

品種	相性の効きどころ (定量)	顧客像 (ヘビー&コア)
もち麦	寿司・炊き込み・卵かけ・丼など、米そのものを味わう領域。 食べ込むほど守備範囲が広がる	女性寄り (約53%)
雑穀	カレー・揚げ物・ハンバーグ・煮物など、 おかずの存在感が強い領域	女性・家庭寄り (約52%)
玄米	焼き魚・納豆など和のあっさりした領域。 白米非食層でも比較的自立する	男性寄り (女性約47%)
大麦・押し麦	カレー・焼肉など濃い味の料理にわずかに寄るが、 明確な旗印はまだ弱い	男性寄り (女性約48%)



表 3. メニュー×品種の相性率

項目	もち麦	大麦・押し麦	雑穀	玄米
カレーライス	33.7%	26.3%	38.6%	36.7%
甘辛い肉の丼 (牛丼・豚丼)	34.7%	26.3%	34.2%	35.8%
卵とじの丼 (親子丼・カツ丼)	35.1%	25.1%	31.0%	35.5%
揚げ物のおかず (鶏の唐揚げ・とんかつ)	32.4%	25.6%	38.7%	37.6%
焼肉	33.8%	26.3%	36.1%	38.0%
生野菜焼き	33.3%	26.0%	37.2%	38.3%
ハンバーグ	33.7%	25.0%	38.0%	36.1%
クリームシチュー	34.0%	24.5%	31.9%	31.9%
麻婆豆腐	34.0%	25.6%	33.5%	36.0%
味の濃い中華炒め (回鍋肉など)	33.1%	25.9%	35.4%	37.3%
チャーハン	30.6%	25.1%	32.8%	36.5%
ピビンバ	33.4%	26.1%	36.2%	34.4%
炊き込みごはん	38.3%	24.3%	34.1%	34.0%
納豆ごはん	34.7%	25.8%	33.5%	38.9%
卵かけごはん	36.9%	24.9%	31.6%	37.1%
焼き魚	32.3%	24.8%	38.9%	41.2%
野菜の煮物	31.8%	24.9%	38.6%	37.8%
お茶漬け・だし茶漬け	33.0%	24.8%	34.8%	37.5%
刺身・海鮮丼など、生魚と合わせるご飯	33.3%	23.8%	31.3%	35.7%
寿司・ちらし寿司などの酢飯	36.3%	21.6%	26.4%	32.0%

4. 相性抜群の「カレー」×『十六穀ごはん』で作る“穀うまカレー”特設サイトの公開

本調査の結果より、雑穀はカレーとの相性率がトップクラスに高く、雑穀特有の香りやクセが目立ちにくいため「雑穀ごはんの最初の入門メニュー」として最適であることがわかりました。そこで、はくばくはこの秋より『十六穀ごはん』とカレーを組み合わせた“穀うまカレー”の魅力を伝える特設サイトを公開します。比較的カロリーが高いことから食べるときに罪悪感を感じやすく、具材が柔らかく食感が単調になりがちなカレーに雑穀の「彩り・香ばしさ・食感」が加わることで、満足度が高まると同時に「主食で調整できた」という納得感が残ります。



特設サイトでは料理家まるみキッチンさん(@marumi_kitchen)監修の爆速レシピ動画や AI 味覚センサー「レオ」による相性データ、手軽に試せる 3 ステップ解説を紹介しています。

特設サイト URL : <https://www.hakubaku.co.jp/brand/jurokkoku/curry/>

■はくばくについて



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/>



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

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