

報道関係各位

2025年3月26日
株式会社クロス・マーケティング

普段、グミを食べる人は54% グミを食べると「ちょっとした気分転換」に

－グミに関する調査（2025年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「グミに関する調査（2025年）」を実施しました。近年、店頭に並ぶグミの種類が増え、注目が集まっています。今回は、「グミを食べる頻度」「好きなグミのタイプ」「グミを食べるシーン」「グミを食べる理由」「グミについて思うこと」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250326gummy>

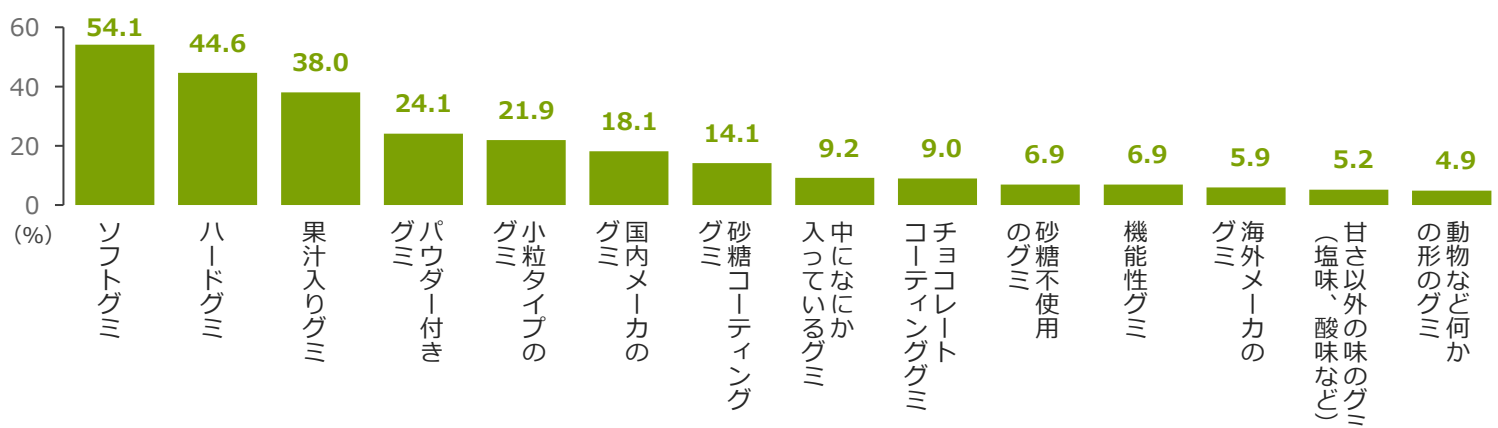
■調査結果

- ✓ 普段、グミを食べる人は54.3%と過半数を占め、そのうち「よく食べる」は7.7%。
20代・30代が食べる割合が高く、「よく食べる」は12%前後と、年代別でグミを食べる頻度に差がみられた。＜図1＞
- ✓ 好きなタイプは「ソフトグミ」が54.1%と最も支持されている。続いて「ハードグミ」が44.6%、「果汁が入っているグミ」が38.0%と高評価。
「国内メーカー」は「海外メーカー」と比べ、12.2ptと高く、「国内メーカー」の評価の高さがうかがえる。＜図2＞
- ✓ 食べるシーンは、「口寂しいとき」「小腹が空いたとき」が4割台。＜図3＞
- ✓ 「グミそのものが好きで食べている」が7割、「他の食品の代わりとして、グミを選んでいる」が3割程度と、普段、グミを食べている人はグミ好きが多数派。＜図4＞
- ✓ グミについて思うことは、「気分転換にちょうどいい」「噛むことで「食べた感」が得られる」が上位にあがる。＜図5＞

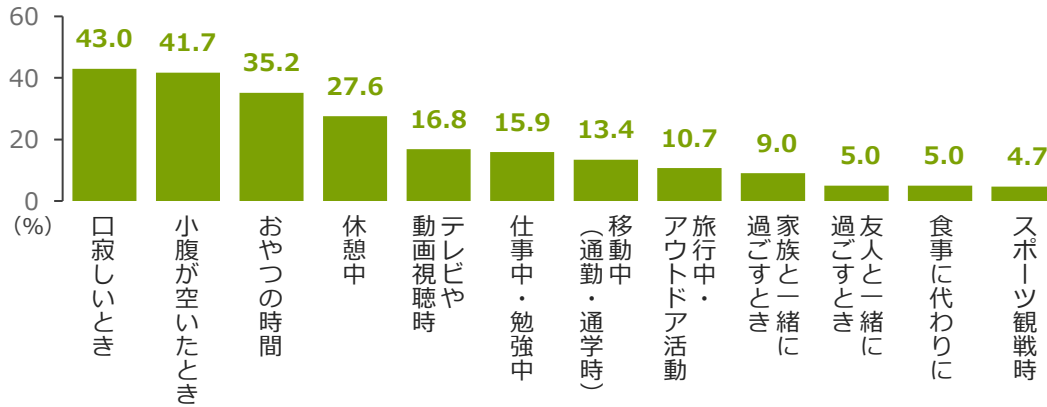
＜図1＞ グミを食べる頻度（単一回答）

	n=	よく食べる	ときどき食べる	たまに食べる	全く食べない	食べる計
全体	(1,100)	7.7	15.2	31.4	45.7	54.3
男性	(550)	8.2	13.3	30.5	48.0	52.0
女性	(550)	7.3	17.1	32.2	43.5	56.5
20代	(220)	12.7	21.8	28.6	36.8	63.2
30代	(220)	12.3	18.2	31.8	37.7	62.3
40代	(220)	6.8	17.3	30.5	45.5	54.5
50代	(220)	3.2	11.4	31.4	54.1	45.9
60代	(220)	3.6	7.3	34.5	54.5	45.5 (%)

＜図2＞ 好きなグミのタイプ（複数回答：n=597）※グミを食べる人ベース

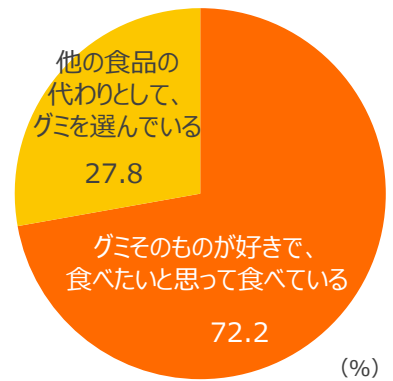


＜図3＞ グミを食べるシーン（複数回答：n=597）※グミを食べる人ベース

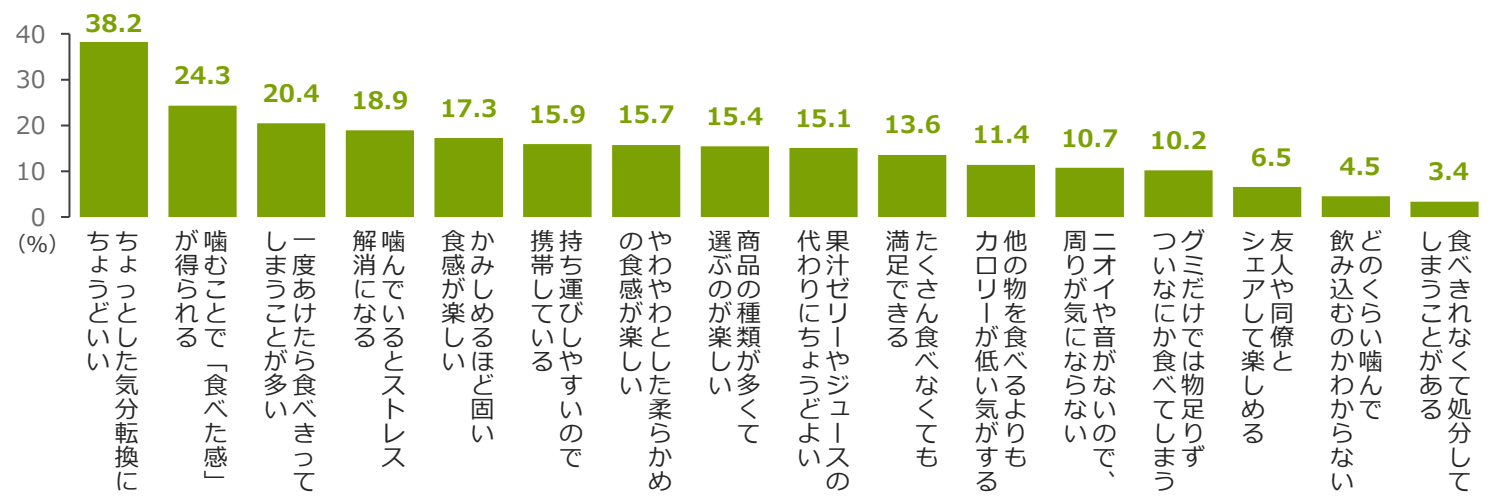


＜図4＞ グミを食べる理由

（単一回答：n=597）
※グミを食べる人ベース



＜図5＞ グミについて思うこと（複数回答：n=597）※グミを食べる人ベース



■調査項目

- ☐ 属性設問
- ☐ グミを食べるシーン
- ☐ グミを食べる頻度
- ☐ グミを食べる理由
- ☐ 好きなグミのタイプ
- ☐ グミについて思うこと

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250326gummy>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
調査地域：全国47都道府県
調査対象：20～69歳の男女
調査期間：2025年3月21日（金）～3月23日（日）
有効回答数：本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立：2003年4月1日
代表者：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容：マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
E-mail：pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」