

報道関係各位

2026年3月25日
株式会社クロス・マーケティング

朝食をほぼ毎日摂る人は6割 モーニングサービスの魅力は「プチ贅沢」気分が味わえること

－ 朝食に関する調査（2026年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「朝食に関する調査（2026年）」を実施しました。一日の活力の源となる朝食は、忙しい朝に手軽に済ませる人がいる一方で、朝活やプチ贅沢として外でモーニングサービスを楽しむなど、そのスタイルは多様化しています。今回は、自宅での朝食の摂取状況や主に食べているもの、朝食に関する意識に加え、モーニングサービスにかかる予算の上限やその魅力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/20260325breakfast>

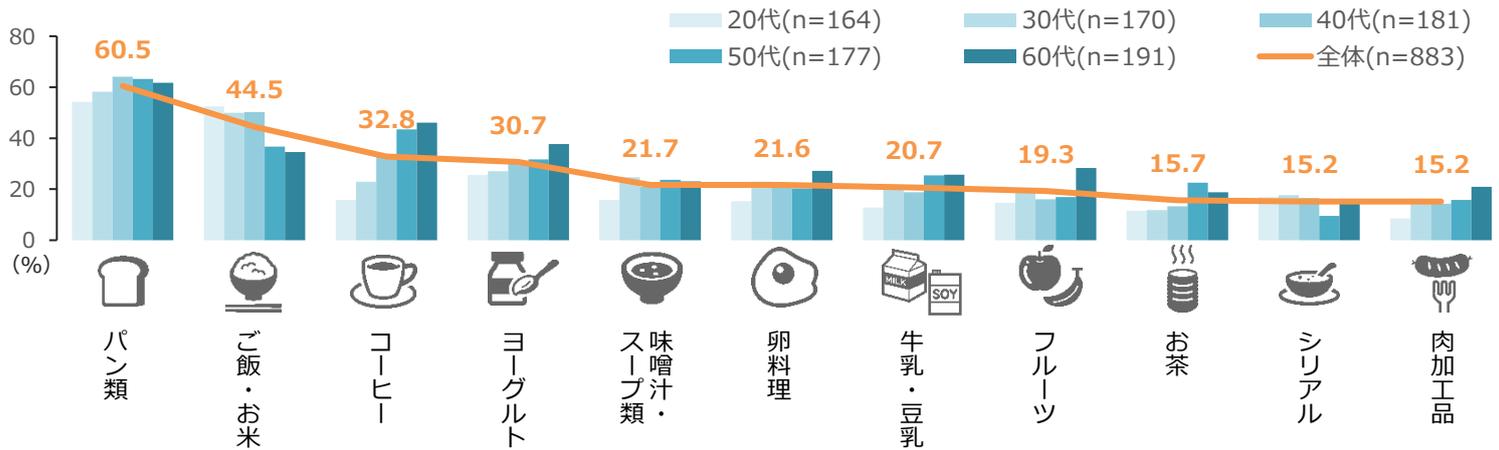
■ 調査結果

- ✓ **全体の6割以上が「ほとんど毎日」朝食を摂る習慣があるが、2割は「摂っていない」と回答。**
年代が上がるにつれて毎日朝食を摂る割合が高く、60代では76.8%に対し、20代は49.1%にとどまる。〈図1〉
- ✓ **朝食の主食は、「パン類」は60.5%と最も多く、「ご飯・お米」は44.5%。**
40～60代は「パン類」が6割を超える。20代は「パン類」と「ご飯・お米」の割合がほぼ同率。〈図2〉
- ✓ **朝食の実態・意識は、「毎日決まったメニューを食べている」が45.5%。「手軽にすぐ食べられる簡単なものを選んで」「気に入るとずっと食べ続けるメニューがある」が2割前後で続く。**
50～60代は「毎日決まったメニュー」「1日ののはじまりのルーティーンとなっている」といったメニューの固定化に関する項目が高い。〈図3〉
- ✓ **モーニングサービスの予算上限は、「300円未満」が29.5%、「300円以上～500円未満」が30.9%と、「500円未満」が6割を占める。**
年代が上がるほど、「500円未満」の割合も高くなる。20代は「1,000円以上」が23.2%と、モーニングサービスにお金をかける人も一定数存在する。〈図4〉
- ✓ **モーニングサービスの魅力は、「プチ贅沢気分が味わえる」がTOP。**
次いで「モーニング限定のメニューがある」「自分では用意しにくいメニューを楽しめる」「非日常的な気分になれる、気分転換」が上位。女性は男性と比べて高い項目が多く、モーニングサービスに魅力を感じている。〈図5〉

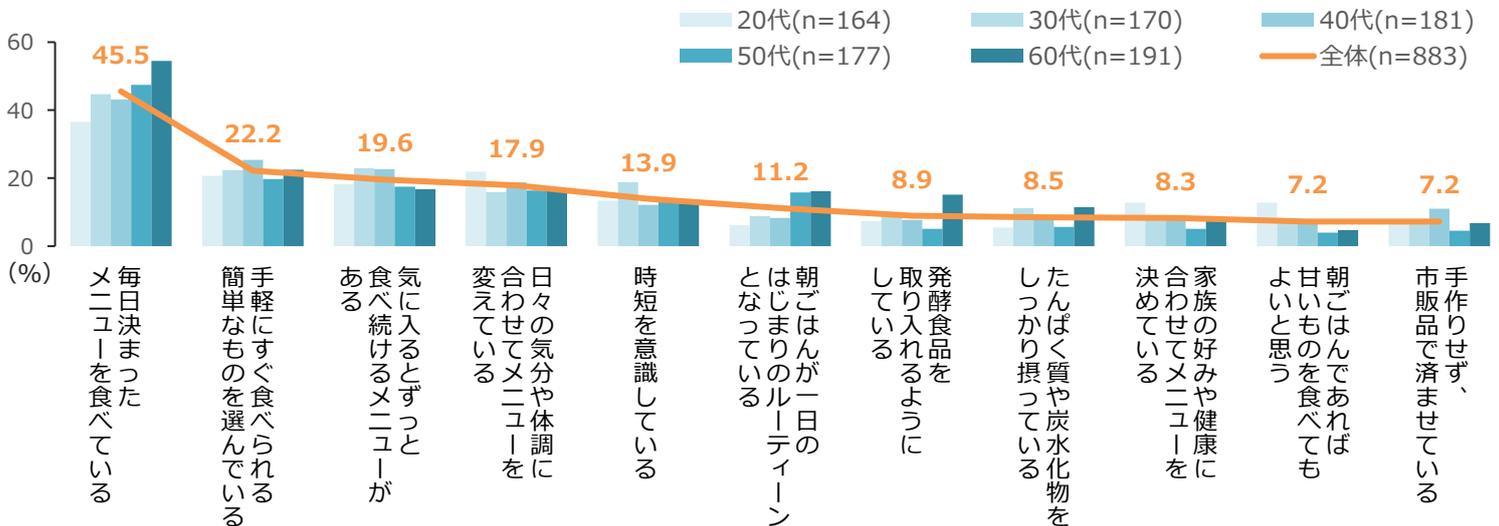
〈図1〉 自宅での朝食の摂取状況（単一回答）

n=	朝食の摂取状況				
	ほとんど毎日摂っている	平日は摂っているが、 休日は摂らない ことが多い	休日は摂っているが、 平日は摂らない ことが多い	朝食を摂るかどうかは 不定期で決まっていない	摂っていない
全体 (1,100)	62.8			6.4 3.7 7.4	19.7
20代 (220)	49.1	10.5	6.4	8.6	25.5
30代 (220)	57.3		7.7	4.1 8.2	22.7
40代 (220)	65.0		6.4	2.3 8.6	17.7
50代 (220)	65.9		3.6	4.5 6.4	19.5
60代 (220)	76.8		3.6	1.4 5.0	13.2

<図2> 自宅で摂っている朝食の内容 TOP10 (複数回答) ※朝食を摂っている人ベース

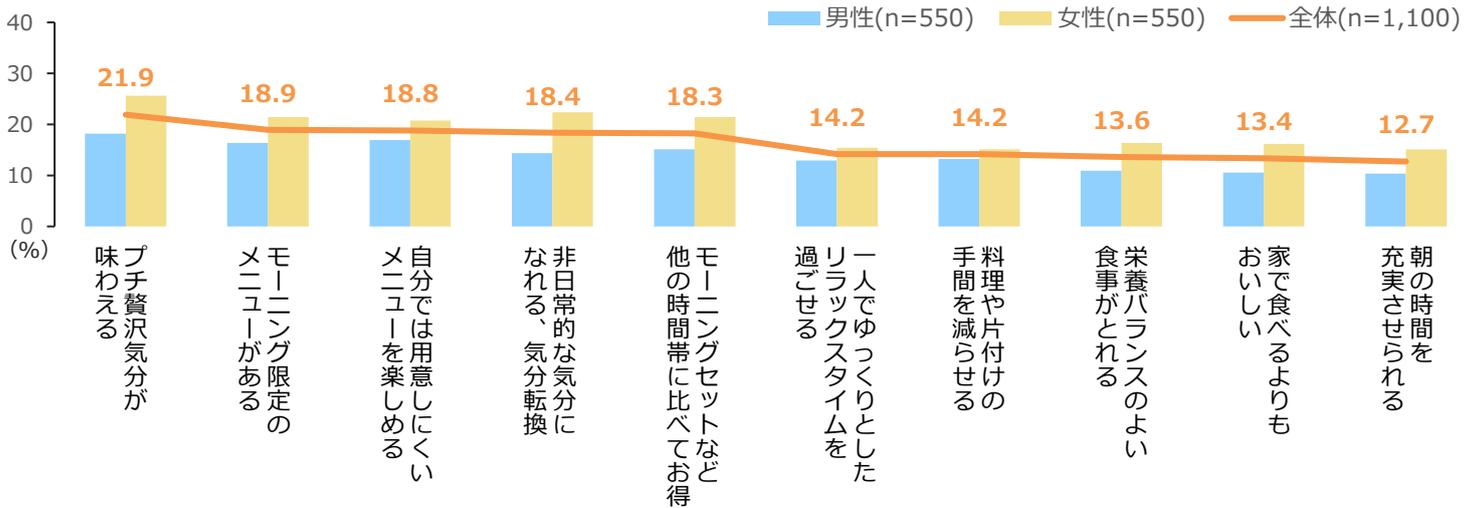


<図3> 朝食に関する実態・意識 TOP10 (複数回答) ※朝食を摂っている人ベース



<図4> モーニングサービスの予算上限 (単一回答)

n=	予算上限				500円未満
	300円未満	300円以上～500円未満	500円以上～1,000円未満	1,000円以上	
全体 (1,100)	29.5	30.9	29.5	10.2	60.4
20代 (220)	22.7	26.8	27.3	23.2	49.5
30代 (220)	33.2	26.4	29.1	11.4	59.6
40代 (220)	27.7	33.6	29.5	9.1	61.3
50代 (220)	36.4	32.3	28.2	3.2	68.7
60代 (220)	27.3	35.5	33.2	4.1	62.8 (%)

<図5> モーニングサービスの魅力 TOP10 (複数回答)

■ 調査項目

- 属性設問
- 自宅での朝食実態
- 自宅で作っている朝食の内容
- 朝食に関する実態・意識
- モーニングサービスの予算上限
- モーニングサービスの魅力

◆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/20260325breakfast>

■ 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 : 2026年3月20日 (金)
 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・・・」