

【子どもの和食嫌いについて 1000 人にアンケート】

子どもを持つ人の半数近くが「和食を出すと残しがち」と感じている

一方「子どもに和食を積極的に食べてほしい」と思っている人は 8 割以上いることが判明

カンロ飴やピュレグミなどでおなじみのカンロ株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長 村田 哲也、以下カンロ）は、3～12 歳のお子様と一緒に暮らす 20 代～40 代男女 1000 名を対象に、「和食に関する調査」を実施しました。世界から注目を集めている「和食」ですが、日本では外食の増加や食生活の欧米化により、「和食」に関する認識が変化しているとも言われています。今回の調査により、その実態が明らかになりました。

【TOPICS】

- ◆ 自宅での食事やお弁当で和食を作ることがある人は 8 割以上！週 1～3 日の頻度で作る人が最多。
- ◆ 栄養や健康面を考え、意識的に和食を作って出している人は全体の 6 割以上。
一方、作らない理由の 1 位は「手間がかかり作るのが面倒だから」。理由なく和食を作らない人も多い。
- ◆ 「簡単に作ることができればもっと和食を作りたい」と思っている人は 7 割以上。
- ◆ 半数近くが「和食を出す（お弁当に入れる）と子どもが食事を残しがち」と感じている。
さらに、「和食を出す（お弁当に入れる）と子どもが嫌がる」と回答した人は 3 割を超える結果に。
- ◆ 子どもが特に嫌がる和食メニュー第 1 位は「和え物」。
次いで「おひたし」「きんぴらごぼう」となり、定番和食が子どもには敬遠されていることが判明。
- ◆ 「子どもに和食を積極的に食べてほしい」と思っている人は 8 割以上！
食べてほしい理由としてダントツに多いのは「栄養バランスを良くするため」。
次いで「魚や野菜を食べる機会になるから」「季節の食材を食べられるから」。
- ◆ 子どもとの外食で和食店や日本料理店を「あまり選ばない」「まったく選ばない」と答えた人は 4 割超え。
選ばない理由は「値段が高いから」「お子様連れだと店に入りづらいから」に次いで
「子どもが和食を嫌いだから」が多い。

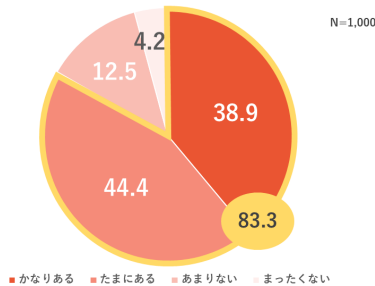
【調査概要】

- ・エリア：全国
- ・調査対象：3～12 歳のお子様と一緒に住んでいる 20 歳～49 歳 男女 計 1000 人
- ・調査期間：2024 年 9 月 13 日～9 月 17 日
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査会社：楽天インサイト株式会社

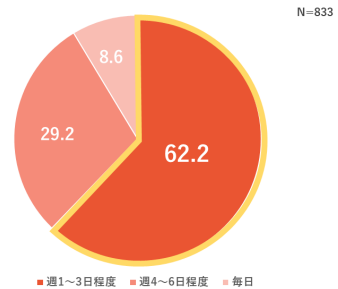
自宅での食事やお弁当で和食を作ることがある人は 8 割以上！ 週 1～3 日の頻度で作る人が最多。

まず、自宅での食事やお弁当作りで和食を作ることがあるかを聞いたところ、「かなりある」「たまにある」を合わせると 83.3%となり、家庭で和食を出す機会が多いことがわかりました。和食を出す頻度は週 1～3 日程度が最も多く、洋食やその他のジャンルの料理とバランスを取りながら和食を出している家庭が多いようです。

自宅での食事やお弁当で
和食を作りますか？（単一回答）



自宅での食事やお弁当で和食を作る頻度は
週に何日ありますか？（単一回答）

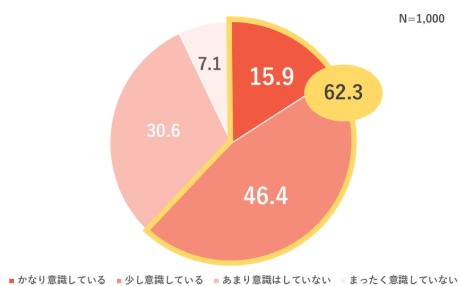


栄養や健康面を考え、意識的に和食を作って出している人は全体の 6 割以上。 一方、作らない理由の 1 位は「手間がかかり作るのが面倒だから」。理由なく和食を作らない人も多い。

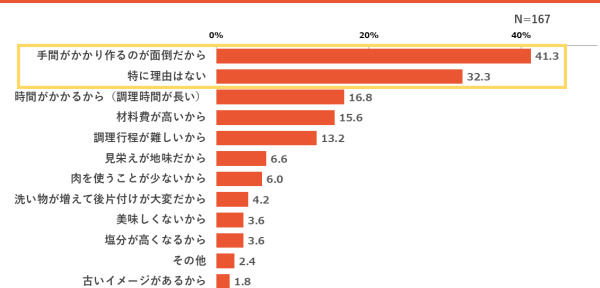
次に、栄養や健康面を考えて意識的に和食を作って出す（お弁当に入れる）ようにしているかを聞いたところ、「かなり意識している」「少し意識している」を合わせると 62.3%となり、和食は栄養面においても日々の食事に取り入れたいと考えている人が多いことがわかります。

一方で、自宅での食事やお弁当作りで和食を作ることが「あまりない」「まったくない」を選んだ人を対象に、和食を作らない理由を聞いたところ、「手間がかかり作るのが面倒だから」（41.3%）がトップに。また、特に理由なく和食を作らないことを避けている人も 32.3%となり、和食＝面倒な料理というイメージができていく可能性が感じられる結果となりました。

栄養や健康面を考え、意識的に和食を作って出す
（お弁当に入れる）ようにしていますか？（単一回答）



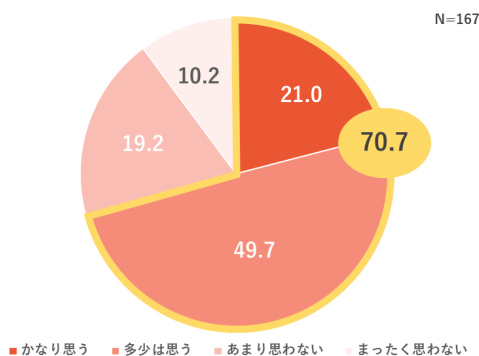
和食を作らない理由を教えてください（複数回答）



「簡単に作ることができればもっと和食を作りたい」と思っている人は 7 割以上。

簡単に作ることができればもっと和食を作りたいかを聞いたところ、「かなり思う」「多少は思う」を合わせると 70.7%となりました。前述の結果と合わせても、和食は「簡単ではない」「手間がかかる」というイメージがあり、家庭で作ること自体にもハードルがあることがうかがえます。

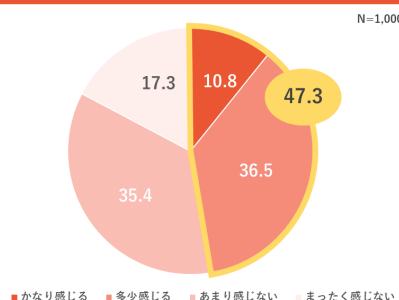
簡単に作ることができれば
もっと和食を作りたいと思いますか？（単一回答）



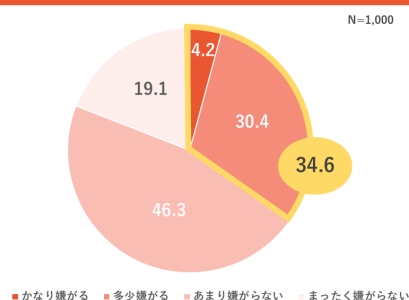
**半数近くが「和食を出す（お弁当に入れる）と子どもが食事を残しがち」と感じている。
さらに、「和食を出す（お弁当に入れる）と子どもが嫌がる」と回答した人は 3 割を超える結果に。**

子どもに和食を出す（お弁当に入れる）と残しがちと感じることはあるかを聞いたところ、「かなり感じる」「多少感じる」を合わせると 47.3%となり、半数近くの子どもが和食を避ける傾向に。さらに、和食を出す（お弁当に入れる）と子どもが嫌がる可能性があるかを聞いたところ、「かなり嫌がる」「多少嫌がる」を合わせると 34.6%となり、全体の 3 分の 1 の子どもが和食を嫌がっていることがわかる結果となりました。

子どもに和食を出す（お弁当に入れる）と
残しがちと感じることはありますか？（単一回答）

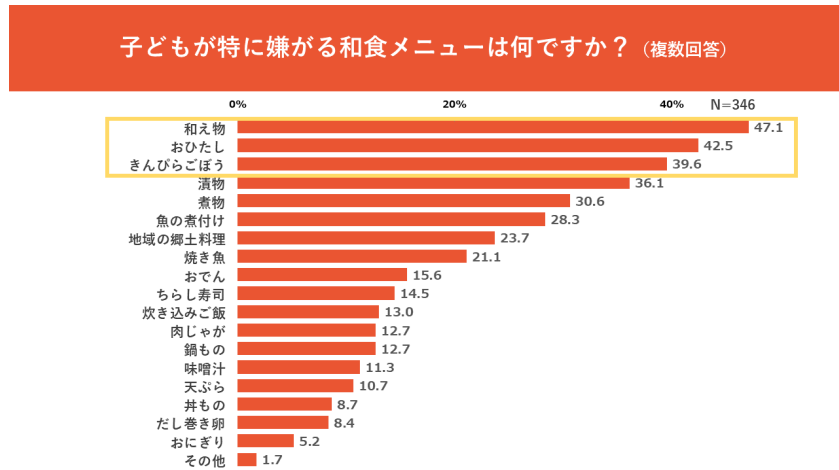


子どもに和食を出す（お弁当に入れる）と
嫌がることはありますか？（単一回答）



子どもが特に嫌がる和食メニュー第 1 位は「和え物」。
次いで「おひたし」「きんぴらごぼう」となり、定番和食が子どもには敬遠されていることが判明。

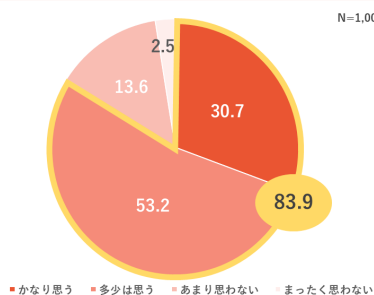
子どもが特に嫌がる和食メニューを聞いたところ、ワースト 1 位は「和え物」（47.1%）という結果に。次いで「おひたし」（42.5%）、「きんぴらごぼう」（39.6%）となり、和食の定番である副菜は子どもに敬遠されていることが判明しました。



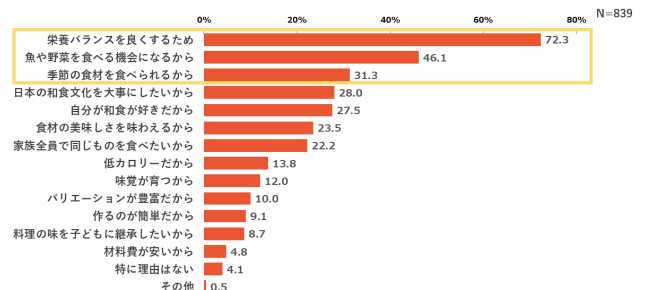
「子どもに和食を積極的に食べてほしい」と思っている人は 8 割以上！
食べてほしい理由としてダントツに多いのは「栄養バランスを良くするため」。
次いで「魚や野菜を食べる機会になるから」「季節の食材を食べられるから」。

子どもに和食を積極的に食べてほしいと思うかを聞いたところ、「かなり思う」「多少は思う」を合わせると 83.9%となり、和食を嫌がる子どもが多い中、作る側としては和食を食べてほしい気持ちがあることがわかる結果となりました。また、和食を食べてほしい理由を聞いたところ、「栄養バランスを良くするため」が 72.3%となりダントツ 1 位に。次いで「魚や野菜を食べる機会になるから」（46.1%）、「季節の食材を食べられるから」（31.3%）という結果となり、身体のことを考えた食材を摂るためにも和食を食べてほしいと思っている人が多いことがわかります。

子どもに和食を積極的に食べてほしいと思いますか？（単一回答）



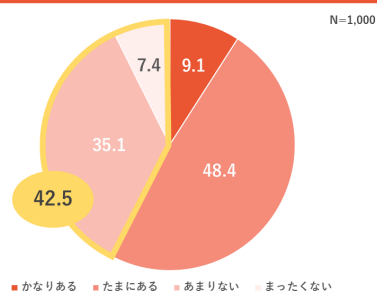
子どもに和食を食べてほしいと思う理由は何ですか？（複数回答）



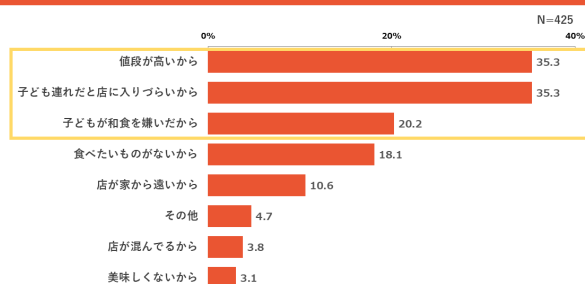
子どもとの外食で和食店や日本料理店を「あまり選ばない」「まったく選ばない」と答えた人は 4 割超え。選ばない理由は「値段が高いから」「お子様連れだと店に入りづらいから」に次いで「子どもが和食を嫌いだから」が多い。

子どもと外食をする際、和食店や日本料理店を選ぶことがあるかを聞いたところ、「かなりある」「たまにある」を選んだ人を合わせると 57.5%という結果に。一方で「あまりない」「まったくない」を合わせると 42.5%となりました。和食店や日本料理店を選ぶことが「あまりない」「まったくない」という人を対象に、選ばない理由を聞いたところ「値段が高いから」「子ども連れだと店に入りづらいから」が 35.3%の同率という結果となる中、次いで「子どもが和食を嫌いだから」が 20.2%と多い結果に。子どもの和食嫌いが外食でのお店選びにも大きく影響していることがわかりました。

子どもと外食をする際、和食店や日本料理店を選ぶことはありますか？（複数回答）



和食店や日本料理店を選ばない理由は何ですか？（複数回答）



《和食を嫌がる子どもには楽しみながら和食に触れ合う機会を！》

今回の調査により、家庭で和食を出す機会は定期的にある中、和食を出すと子どもがご飯を残しがちだと感じている人が多いことがわかりました。残すだけでなく、子どもが和食を嫌がるという家庭も全体の 3 分の 1 にのぼり、子どもの和食離れが浮き彫りになる結果となりました。

一方で、毎日の食事を作る側は意識的に和食を作っている場合が多く、「子どもに和食を積極的に食べてほしい」と考えている人が調査対象の大多数であるということが判明しました。栄養面を考え、子どもに和食を食べてもらうためにも楽しみながら和食に触れ合う工夫が必要です。

来年発売 70 周年を迎えるカンロ飴が賛否両論店主・笠原氏と和食の魅力を発信
「カンロ飴」×人気日本料理店「賛否両論」初のコラボレシピを公開
～カンロ飴を入れるだけ！家庭で本格的な和食が楽しめるカンロ飴レシピ～

キャンディ市場の中でトップシェアを誇るカンロ※1 の中でも、1955 年に発売し 2025 年に 70 周年を迎えるロングセラーブランドが「カンロ飴」です。カンロ飴は、砂糖・水飴・しょうゆ・食塩というシンプルな原材料で作られており、素材そのものの持つ風味を最大限に活かす技術や製法を駆使したおいしさが特徴です。このカンロ飴を料理に使うことでいつもの料理が一段と美味しくなることが、カンロ飴の新たな魅力として SNS でも話題になっています。

2020 年にオープンした WEB サイト「カンロ飴食堂」では、カンロ飴を使ったさまざまなレシピを公開。飴を料理に使う意外性から SNS などで話題となり、2021 年 6 月にはカンロ飴を使った全 78 種類のレシピをまとめた書籍「カンロ飴食堂へようこそ」（小学館刊）を発売。2023 年 4 月からはカンロ飴食堂公式 Instagram アカウント (@kanroameshokudo) も開設し、さまざまなレシピを紹介しています。



伝統的な味を守りながらも時代に合わせた新しい楽しみ方を提案してきたカンロは、カンロ飴の甘じょっぱい味わいやコクなどの風味を生かし、和食の伝統的な手法と笠原氏ならではの創意工夫が光る人気日本料理店「賛否両論」と初めてタッグを組みました。今回、カンロ飴食堂に「賛否両論」店主の笠原氏が新たに考案したオリジナルレシピ 3 品が初登場。本格的な和食をお子様と一緒に自宅でも簡単に作っていただけます。

カンロでは、カンロ飴を通じて、和食の新たな楽しみ方を発信していきます

※1 株式会社インテージ SRI+ キャンディ市場 2023 年 1 月～2023 年 12 月累計販売金額

<「カンロ飴食堂」公式サイト> <https://www.kanro.jp/kanroame/kanroameshokudo/>

<「カンロ飴食堂」公式 Instagram> <https://www.instagram.com/kanroameshokudo>

■簡単に本格和食を作れる！「カンロ飴」×「賛否両論」コラボレシピ公開中



鶏とレンコンとしめじの甘ダレがらめ

<https://sweeten.kanro.jp/kanroameshokudo/detail/id=1762>



たたきごぼうとえのきの甘酢漬け

<https://sweeten.kanro.jp/kanroameshokudo/detail/id=1761>



鶏そぼろ三色丼

<https://sweeten.kanro.jp/kanroameshokudo/detail/id=1763>

■賛否両論店主・笠原将弘氏の公式 YouTube でもレシピ動画を公開

賛否両論店主・笠原将弘氏の公式 YouTube【賛否両論】笠原将弘の料理のほそ道 (<https://www.youtube.com/@sanpiryoron>)でも、カンロ飴とのコラボレシピ「鶏とレンコンとしめじの甘ダレがらめ」と「たたきごぼうとえのきの甘酢漬け」の2品のレシピ動画を公開しています。ぜひご覧ください。

【「賛否両論」店主プロフィール】

笠原 将弘（かさはら まさひろ）



1972 年 東京生まれ。

焼鳥店を営む両親の背中を見て育ち、幼少期からさまざまなセンス、技、味覚を鍛えられる。

高校卒業後、「正月屋吉兆」で9年間修業後、実家の焼鳥店を継ぐ。

2004 年 9 月、恵比寿に自身の店【賛否両論】を開店。独創的な感性で作り上げる笠原の料理が、訪れた者の心を掴み、たちまち予約の取れない人気店となる。2013 年、満を持して名古屋に【賛否両論名古屋】、2019 年金沢に【賛否両論金沢】を開店。

『腕・舌・遊び心』をモットーに、父親譲りのセンスと一流料亭で磨いた確かな技術で今日も腕を振るう。「日本で一番、日本人の役に立ち、喜ばれた和食屋だった」と、後世に名を残せることを目標に日々邁進中。

■カンロ飴とは

60 年以上前から続くロングセラーブランド、カンロ飴。やさしい味わいで日本中の皆さんから愛されてきましたが、2018 年秋にリニューアル。レシピを刷新し、調味料（アミノ酸）を添加せずに更なる美味しさを実現しました。

塩カンロ飴など、素材の良さを活かす「カンロ飴」ブランドの志を引き継いだラインナップも展開。醤油の甘じょっぱい味わいやコクを活かした美味しいバリエーションが広がりました。

<カンロ飴ブランドサイト> <https://www.kanro.jp/kanroame/>



<カンロ展開ブランド>



■「カンロ」会社概要

社名 : カンロ株式会社
 代表 : 代表取締役社長 村田 哲也
 所在地 : 東京都新宿区西新宿 3 丁目 20 番 2 号 東京オペラシティビル 37 階
 創業 : 1912 年(大正元年)11 月 10 日
 事業内容 : 菓子、食品の製造および販売
 上場市場 : 東証スタンダード市場 (証券コード 2216)
 URL : コーポレートサイト <https://www.kanro.co.jp/>
 KanroPOCKeT <https://kanro.jp/>

当社は 1912 年の創業以来、社名になっている「カンロ飴」を始め、菓子食品業界で初ののど飴となる「健康のど飴」、ミルクフレーバーキャンディ市場売上 No.1 ブランド※3「金のミルク」、大人向けグミの先駆けでありグミの売上トップブランド※4である「ピュレグミ」など、生活者の皆さまから愛される商品を創り続け、成長してまいりました。直営店「ヒトツブカンロ」では、「ヒトからヒトへ つながる ヒトツブ」をコンセプトにキャンディの魅力を発信しております。

昨今は、中期経営計画 2024 で目指す姿として掲げる「人と社会の持続可能な未来に貢献する パーパスドリブン企業」の実現を目指し、戦略の中核に据えている「人財」への取り組みも強化しています。2024 年 3 月には健康経営への取り組みが評価され、経済産業省が推奨する「健康経営優良法人 2024」、5 月には高水準の子育てサポート企業として「プラチナくるみん」認定を受けました。

※3 株式会社インテージ SRI+ ミルクフレーバーキャンディ市場 2022 年 4 月～2023 年 3 月累計販売金額ブランドランキング

※4 株式会社インテージ SRI+ グミ市場 2022 年 10 月～2023 年 9 月累計販売金額ブランドランキング

■パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」



カンロは、2022 年、企業パーパス「Sweeten the Future ～心がひとつぶ、大きくなる。～」を定めました。変化が激しく、先行きが不透明・不確実な時代の中、カンロがこれまで歩んできた道程を確認の上、自分たちの未来への想いを言語化したものです。糖から未来をつくり、糖の力を引き出す事に挑み続けてきたカンロが企業活動の中で培った技術をさらに進化させることで、「心がひとつぶ、大きくなる。」瞬間を積み重ねて人と社会の持続可能な未来に貢献してまいります。