

豆類の消費啓発に資するための基礎データ収集調査
～調査結果分析編～
(令和六年度)

公益財団法人日本豆類協会委託調査報告書

令和7年2月

株式会社矢野経済研究所

調査実施要綱

■調査目的

公益財団法人日本豆類協会では、豆類の消費拡大に向けた普及啓発活動として、普及イベントの開催、全国各地における講演活動、マスメディアへの露出、料理雑誌やレシピメディアとのタイアップ、学校むけの食育イベントや教材配布等を継続して実施している。

様々な普及啓発事業を展開する一方で、豆類の消費拡大の実態を把握するための基礎データ（種類別認知度、消費実態等）を継続的に調査していなかったことから、普及啓発事業の効果や、それを受けた施策決定を実施できていない状況にあった。

そこで、2024 年度を初年度とし、豆類の種類別認知率や喫食状況、嗜好性、課題などの基礎データ収集（消費者調査）を定期的かつ継続的に実施し、豆類の認知率や喫食率の変化や消費実態を定点観察し、その後の消費啓発事業の施策決定の参考資料として蓄積していくこととした。定点観察のため、設問項目は基本的に維持することを想定しているが、各年の社会背景に鑑みて、必要と判断される場合は一部内容を修正する可能性もある。また、調査実施の頻度としては 1 年間で大きく変動する可能性は低いと考えられることから、3 年に一度の頻度で実施することを想定している。

■調査の構成

本調査は一次調査と二次調査の二部構成とした。

一次調査は全ての回答者に対し、各豆類（あずき、大納言あずき、ささげ、緑豆、赤いんげん豆、うづら豆・とら豆、白いんげん豆、花豆、えんどう、そら豆、ひよこ豆、レンズ豆）の認知状況や直近 6 カ月以内の喫食状況などを調査した。なお、比較対象とすることを目的に、一部調査設問については大豆、落花生を選択肢に含めた。

二次調査は、あずきなど餡製品として喫食する豆類と食事系メニューで喫食する豆類の喫食実態をバランスよく把握するため、一次調査であずき、大納言あずき、ささげから 1 種類以上、それ以外の豆類から 1 種類以上を「直近 6 カ月以内に喫食した」と回答した人を対象に、その喫食実態について、より深堀調査を実施した。

■報告書の構成

本報告書は調査結果分析編とデータ編の二部構成とした。

調査結果分析編のうち、一次調査は性年代別や地域別のクロス集計を行い、二次調査は回答者全体分析のみとした。また調査結果分析編の最終部に考察を実施した。

データ編は、一次調査および二次調査の全数表・グラフを収録した。調査結果分析編のクロス集計表は代表的な豆類としてあずき、赤いんげん豆のみを取り上げたことから、その他の豆類の調査結果はデータ編を参考されたい。

■調査方法

インターネット消費者調査

■調査期間

2024年5月～2025年2月

■調査実施主体

株式会社矢野経済研究所 フードサイエンスユニット フードグループ

目次

調査結果サマリー.....	1
I. 一次調査.....	3
■回答者の属性.....	3
■集計方法.....	4
1. 豆類の認知状況、直近6か月以内の喫食状況.....	5
1-1. 全体動向.....	5
1-2. 属性別動向.....	6
2. 豆類の喫食メニュー（回答者ベース：直近6か月の喫食者）.....	7
2-1. 全体動向.....	7
2-2. 属性別動向.....	9
3. 各豆類の嗜好程度.....	11
3-1. 全体動向.....	11
3-2. 属性別動向.....	13
4. 各豆類を好きな理由.....	16
4-1. 全体動向.....	16
4-2. 属性別動向.....	17
5. 各豆類を嫌いな理由.....	19
5-1. 全体動向.....	19
5-2. 属性別動向.....	19
6. 今後の喫食意向.....	22
6-1. これまでの喫食経験がない人.....	22
6-1-1. 全体動向.....	22
6-1-2. 属性別動向.....	23
6-2. 喫食経験がある人.....	26
6-2-1. 全体動向.....	26
6-2-2. 属性別動向.....	27
7. 豆類に対するイメージ.....	29
7-1. 全体動向.....	29
7-2. 属性別動向.....	30
II. 二次調査.....	31
■対象者の定義.....	31
1. 直近6か月以内に食べた豆類.....	32
2. 各豆類の食べ方・食シーン.....	33
3. 各豆類の喫食頻度.....	34
4. 各豆類の喫食形態.....	35

5.	調理するために購入した製品.....	37
6.	乾燥豆や加工食品、惣菜を購入したチャンネル.....	38
7.	豆類を消費する上で障害（ネック）となること.....	38
8.	調理するための情報入手先.....	39
III.	考察.....	42
1.	豆類の認知率・喫食率について.....	42
2.	認知率と喫食率の乖離について.....	45
3.	喫食メニューについて.....	46
4.	嗜好程度について.....	47
5.	喫食層の拡大と喫食頻度向上の視点による課題整理.....	49
6.	喫食頻度と喫食方法の関連性.....	50
7.	家庭で調理したものを食べる人が利用する商品形態、併用状況や喫食頻度との関係性.....	51
7-1.	利用する商品形態.....	51
7-2.	利用する商品形態の併用状況.....	53
7-3.	利用する商品形態と喫食頻度との関連性.....	54
8.	今後の普及啓発事業方向性について.....	55
8-1.	全体的な方向性.....	55
8-2.	認知率向上に向けた取組の方向性.....	56
8-3.	喫食率向上に向けた取組の方向性.....	57
	参考：認知から購買までの意思決定プロセス.....	60

調査結果サマリー

I. 一次調査

1. 豆類の認知喫食状況

- ・ 認知率はあずき、そら豆、えんどうに続き、大納言あずき、ひよこ豆、白いんげん豆、赤いんげん豆の順で高かった。そら豆、えんどうは野菜も流通しているため認知率にはその点も寄与している可能性がある。
- ・ 喫食率は最も高いあずきで 80%を上回っており、えんどうとそら豆も 70%を上回った。一方、白いんげん豆や赤いんげん豆などやひよこ豆は 50%を下回り、相対的に低かった。喫食率が低い豆類の中には、ひよこ豆やレンズ豆など、名前を知っているが食べたことはない人の比率が高いものもあり、消費量維持拡大にはこれを減らす取組が必要である。

2. 豆類の喫食メニュー

- ・ 豆類は、餡製品として食されているものと、食事系メニューで食されているものの 2 種類に大別される（白いんげん豆についてはその両方で食されている）。ひよこ豆、レンズ豆はサラダとして食されると同時に洋風煮込み料理で喫食されることが多い点特徴的であった。他方、赤いんげん豆、うずら豆・とら豆、花豆などはほぼ煮豆に特化していた。
- ・ 「そら豆」や「えんどう」は、煮豆のほかにサラダや和風煮込み料理の比率も高かったが、野菜と混同している可能性もあるため、乾燥豆の消費量拡大においては野菜との差別化が必要である。

3. 各豆類の嗜好程度や好きな理由

- ・ 喫食経験者における嗜好程度は、全体的に「普通」が 3~6 割と高かった中で、あずきと大納言あずきは「好き」と回答した人の割合が 6 割前後と高かった。いずれの豆類も「嫌い」と回答した人の割合は 1 割程度であったが、回答者全体に広げると、豆類によっては「食べたことがないので分からない」の比率が高い（特にレンズ豆やささげは 5 割以上）ため、喫食経験がない人を減らすための取組が必要である。
- ・ 全体的に「味」が好きな理由の 1 位であり、「栄養価が高い、健康価値」、「食感」が 2~3 位となる豆が多かった。ささげ、赤いんげん豆、緑豆などの食事系メニューで喫食されることが多い豆は、「料理のアクセントになる」や「彩りがきれい」など外観を評価する人の割合も高かった。

4. 今後の喫食意向

- ・ 喫食経験がない人における今後の喫食意向は、豆類の種類を問わず概ね 30~40%であり、中でも大納言あずき、あずき、緑豆、レンズ豆が上位だった。他方、喫食経験がある人においては、豆の種類を問わず、概ね 70~80%の人が「今後も食べる頻度を維持する」と回答した。

5. 豆類に対するイメージ

- ・ 「栄養価が高い」、「健康的」、「自然な食品」、「美味しい」など、全体的にポジティブなイメージが上位となった。ネガティブなイメージでは、「調理の手間がかかる」が 9 位で上位となった。

II. 二次調査

二次調査は、一次調査の喫食状況に関する設問で、「あずき」「大納言あずき」「ささげ」で1つ以上、その他の豆で1つ以上を直近6か月以内に喫食した人を対象に、具体的な喫食状況を調査した。

1. 各豆類の食べ方・食シーン

- ・ あずきと大納言あずきは「デザート・お菓子として食べる」が1位となったが、他の豆類は全て「副菜として食べる」が1位となった。白いんげん豆は「副菜として食べる」(50.9%)とともに「デザート・お菓子として食べる」(37.4%)の比率も高くなったが、その他の豆類は副菜または和菓子に特化している結果となった。

2. 喫食頻度

- ・ 月1回以上の比率が最も高かったのはあずきで、7割を上回った。多くの豆類で「1カ月に1回程度」がボリュームゾーンだったが、赤いんげん豆や白いんげん豆、花豆、えんどう、ひよこ豆、そら豆は「2~3カ月に1回程度」と拮抗したり、逆転する豆もあった。

3. 喫食形態、自宅で調理する際に購入した製品

- ・ ささげ、緑豆、えんどう、そら豆、ひよこ豆、レンズ豆は内食（自宅で調理して食べる）で食されることが多く、あずき、大納言あずき、赤いんげん豆、白いんげん豆、花豆、うずら豆・とら豆は中食（調理済食品を購入して食べる）として食されることが最も多い結果となった。いずれの豆も喫食方法は概ね1種類で、内食と中食を併用している人は少ない結果となった。
- ・ 自宅で調理する際に購入した製品については、あずき、大納言あずき、ささげ、花豆は乾燥豆が1位だったが、その他の豆類は「水煮豆・蒸し豆などの半調理品」が1位となった。

4. 豆類を消費する上で障害（ネック）となること

- ・ 「調理の手間がかかる」、「調理方法がわからない」、「価格が高い」が上位3位だった。自分で調理をする人は、調理の手間がかかることや価格面がネックとなる傾向がみられた。また、「調理方法がわからない」や「豆の具体的な健康効果がよくわからない」などの知識不足に起因した課題は、外食で喫食している人に多い傾向がみられた。

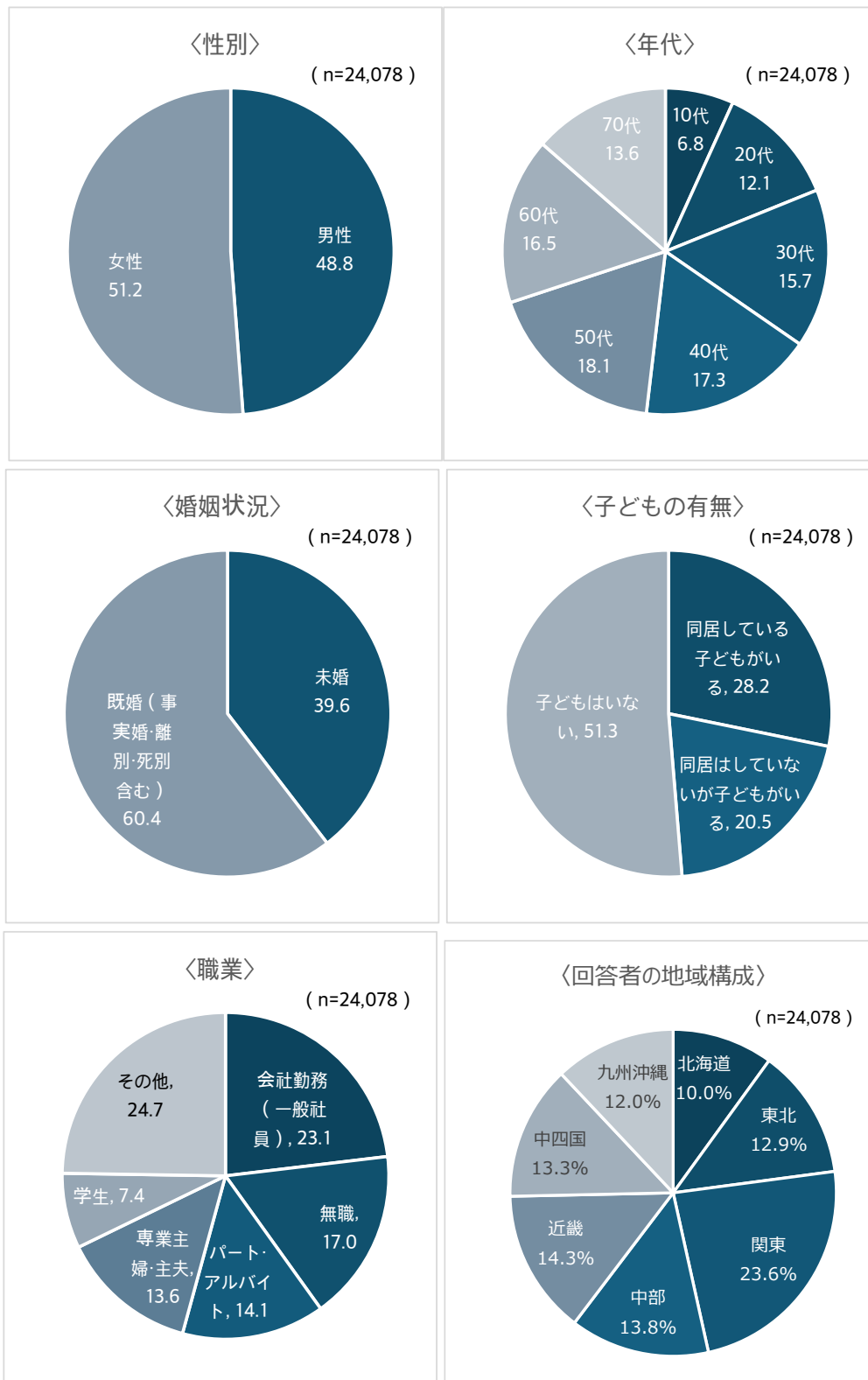
5. 調理するための情報入手先

- ・ 全体では、「家族から教えてもらう」、「WEBのレシピサイト」、「レシピアプリ」、「料理レシピ本」、「テレビの料理番組」が上位5位となった。また属性別では、10~20代の若年層は「家族から教えてもらう」が1位で、30~60代は「WEBのレシピサイト」が1位（なお60代はレシピアプリも同率1位）、70代は「料理レシピ本」が1位となったことから、「WEBのレシピサイト」、「レシピアプリ」、「料理レシピ本」などにバランスよく出稿しつつ、家庭内で親から子への伝達促進が重要という結果になった。

I. 一次調査

■回答者の属性

回収数（n=24,078）の内訳は以下のとおり。



*その他の職業：派遣社員・契約社員、公務員・教職員・非営利団体職員、会社勤務（管理職）、専門職（弁護士・税理士等・医療関連）、個人事業主・フリーランス、自営業（商工サービス）、会社経営（経営者・役員）、農林漁業他

■集計方法

- 一次調査における回収数は上表、ウェイトバック値を乗じて算出した補正後の集計値は下表。
- 「人口推計」（総務省/2023年10月1日時点）に基づきウェイトバック集計を実施。各属性のウェイトバック値は、0.31～2.07であった。
- 一次調査の結果は、ウェイトバック後の数字をベースに集計した。

補正前

		該当数	北海道	東北	関東	中部	近畿	中四国	九州沖縄
全体		24,078	2,408	3,106	5,688	3,329	3,446	3,204	2,897
性年代別	男性10代	585	35	45	162	103	108	67	65
	男性20代	1,293	118	127	360	206	209	133	140
	男性30代	1,937	181	263	419	301	280	275	218
	男性40代	2,068	215	308	516	291	256	254	228
	男性50代	2,150	217	267	575	275	278	290	248
	男性60代	2,001	224	255	415	276	290	290	251
	男性70代	1,715	187	251	344	225	230	233	245
	女性10代	1,046	82	124	200	159	164	167	150
	女性20代	1,622	150	239	389	202	240	229	173
	女性30代	1,850	184	247	414	232	267	285	221
	女性40代	2,089	206	281	513	290	280	283	236
	女性50代	2,199	234	282	538	300	314	268	263
	女性60代	1,970	219	278	418	262	287	251	255
	女性70代	1,553	156	139	425	207	243	179	204

補正後

		該当数	北海道	東北	関東	中部	近畿	中四国	九州沖縄
全体		24,078	1,004	1,632	9,716	3,093	3,910	2,039	2,684
性年代別	男性10代	701	27	47	270	95	116	62	84
	男性20代	1,521	57	89	661	195	249	116	155
	男性30代	1,648	63	105	706	213	255	129	176
	男性40代	2,126	84	141	892	277	329	175	228
	男性50代	2,258	88	143	961	296	368	180	222
	男性60代	1,833	82	148	706	236	278	163	221
	男性70代	1,902	85	144	714	250	305	183	220
	女性10代	666	26	44	257	90	111	58	81
	女性20代	1,455	53	80	632	177	253	107	153
	女性30代	1,585	62	99	664	195	258	125	181
	女性40代	2,055	85	134	836	258	338	171	232
	女性50代	2,219	94	140	903	283	382	183	234
	女性60代	1,893	90	153	696	242	299	174	239
	女性70代	2,216	107	164	818	287	369	214	257

1. 豆類の認知状況、直近6か月以内の喫食状況

1-1. 全体動向

- ・ 認知率については、「あずき」「そら豆」「えんどう」が90%を超えて高く、その他では「ひよこ豆」と「白いんげん豆」が約70%、「赤いんげん豆」は約60%となった。
- ・ 喫食率（喫食時期は問わない）は、「あずき」は80%を上回り豆類の中では最も高く、「えんどう」と「そら豆」も70%を上回った。一方、「白いんげん豆」や「赤いんげん豆」などのいんげん属や「ひよこ豆」は50%を下回り、相対的に低かった。
- ・ あずきは「名前は知っているが食べたことはない」の比率が低いが、「ひよこ豆」などはこの比率が高いなど、豆の種類によって認知率と喫食率の差に相違があった。
- ・ なお、「そら豆」「えんどう」「ささげ」については、野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。

(単位: %)

	(n)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <ul style="list-style-type: none"> ■ 全く知らない ■ 名前は知っているが食べたことはない ■ 名前を知っていて、直近6か月以内に食べた ■ 名前を知っていて、直近6か月以内ではないが食べたことはある </div>				知っている計	喫食経験あり計
		全く知らない	名前は知っているが食べたことはない	名前を知っていて、直近6か月以内に食べた	名前を知っていて、直近6か月以内ではないが食べたことはある		
あずき	24,078	6.5	9.9	47.0	36.6	93.5	83.6
そら豆	24,078	9.0	18.2	23.1	49.8	91.0	72.8
えんどう	24,078	9.0	14.7	30.8	45.6	91.0	76.3
大納言あずき	24,078	21.3	21.2	21.8	35.7	78.7	57.5
ひよこ豆(ガルバンゾー)	24,078	29.9	27.1	11.9	31.1	70.1	43.0
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	24,078	32.2	21.1	13.3	33.4	67.8	46.7
うずら豆、とら豆	24,078	33.8	23.7	10.7	31.8	66.2	42.5
緑豆	24,078	36.2	23.7	13.0	27.1	63.8	40.1
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	24,078	39.6	16.9	14.1	29.4	60.4	43.5
レンズ豆	24,078	46.2	25.6	6.5	21.6	53.8	28.1
花豆(白花豆、紫花豆)	24,078	47.6	17.5	9.3	25.6	52.4	34.9
ささげ	24,078	52.2	14.1	9.7	24.0	47.8	33.7
大豆	24,078	6.5	9.0	50.7	33.8	93.5	84.5
落花生、ピーナッツ	24,078	6.5	8.9	44.9	39.8	93.5	84.6

1-2. 属性別動向

- 代表的な豆類として、あずきの属性別認知率と喫食率を下図に示した。
- 認知率・喫食率ともに年代による差がみられるが、認知率は全年代で 90%前後と高い。他方、喫食率は 60～70 代で 90%を上回っているのに対し、10～20 代では 70%前後であるなど年代による差がみられた。性年代別でも同様の傾向であるが、男性の方が 60～70 代に喫食層が偏っており、女性は 50 代以上の喫食率が高いなど男性よりやや広い。地域別の大きな相違はみられなかった。この傾向は、豆の種類による比率差はあるものの、全体的な傾向は共通していた。
- その他の豆類はデータ編を参照。

SC8_1 豆類の認知状況、直近6カ月の喫食状況／あずき(SA)

(単位:%)

		該当数 (n)	全く知らない	名前を知っているが食べたことはない	名前を知っているが食べた直近6ヶ月以内	名前を知っているが食べた直近6ヶ月以内ではない	知っている計	喫食経験あり計
全体		24,078	6.5	9.9	47.0	36.6	93.5	83.6
性別	男性	11,749	7.9	11.3	43.5	37.4	92.1	80.8
	女性	12,329	5.2	8.5	50.4	36.0	94.8	86.3
年代	10代	1,631	12.9	16.6	35.7	34.8	87.1	70.5
	20代	2,915	13.1	17.1	32.5	37.3	86.9	69.8
	30代	3,787	9.8	13.0	39.7	37.4	90.2	77.2
	40代	4,157	6.2	10.1	44.5	39.3	93.8	83.7
	50代	4,349	4.1	7.8	48.4	39.6	95.9	88.1
	60代	3,971	2.8	6.2	54.9	36.1	97.2	91.0
	70代	3,268	1.7	3.2	65.8	29.4	98.3	95.2
性年代別	男性10代	585	15.7	19.0	32.5	32.8	84.3	65.3
	男性20代	1,293	14.4	19.3	31.2	35.2	85.6	66.4
	男性30代	1,937	12.8	15.0	36.0	36.3	87.2	72.3
	男性40代	2,068	8.2	11.8	40.0	40.0	91.8	80.0
	男性50代	2,150	5.8	9.4	42.0	42.7	94.2	84.8
	男性60代	2,001	3.6	8.0	49.6	38.7	96.4	88.4
	男性70代	1,715	2.0	3.9	63.8	30.3	98.0	94.1
	女性10代	1,046	11.3	15.3	37.5	35.9	88.7	73.4
	女性20代	1,622	12.1	15.4	33.5	39.0	87.9	72.5
	女性30代	1,850	6.7	11.0	43.6	38.6	93.3	82.3
	女性40代	2,089	4.2	8.4	48.9	38.5	95.8	87.4
	女性50代	2,199	2.5	6.2	54.7	36.6	97.5	91.3
	女性60代	1,970	2.0	4.4	60.3	33.4	98.0	93.7
	女性70代	1,553	1.2	2.3	67.9	28.5	98.8	96.5
地域区分	北海道	2,408	6.6	8.8	47.1	37.4	93.4	84.5
	東北	3,106	7.0	10.3	46.2	36.5	93.0	82.6
	関東	5,688	6.9	10.0	46.6	36.4	93.1	83.1
	中部	3,329	5.4	10.0	49.7	34.9	94.6	84.6
	近畿	3,446	7.2	10.0	46.7	36.1	92.8	82.8
	中四国	3,204	5.8	9.1	47.1	38.0	94.2	85.1
	九州沖縄	2,897	6.1	10.5	45.6	37.8	93.9	83.4

2. 豆類の喫食メニュー（回答者ベース：直近6か月の喫食者）

2-1. 全体動向

- ・ 「あずき」「大納言あずき」は、和菓子やあんぱんなどの餡製品としての喫食が中心である。
- ・ 「緑豆」「えんどう」「ひよこ豆」「レンズ豆」は、サラダとして喫食されることが多かった。また、「ひよこ豆」と「レンズ豆」は、洋風煮込み料理として喫食されることも多い点の特徴であった。
- ・ 「赤いんげん豆」「うずら豆、とら豆」「花豆」など、煮豆として食べられていることが多い豆は、喫食メニューが煮豆に集中する傾向で、2位以下のメニューとの比率差が大きかった。
- ・ 「白いんげん豆」は煮豆と同時に和菓子の比率も高かった。
- ・ 「そら豆」や「えんどう」は、煮豆のほかにサラダや和風煮込み料理の比率も高かったが、野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。

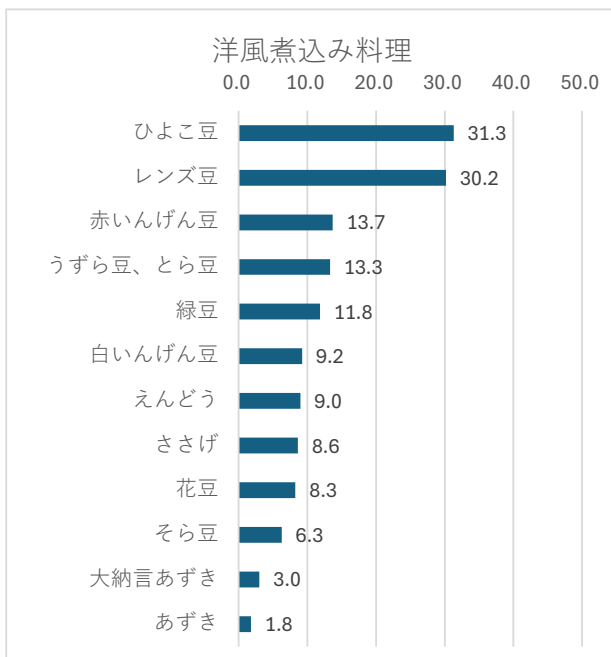
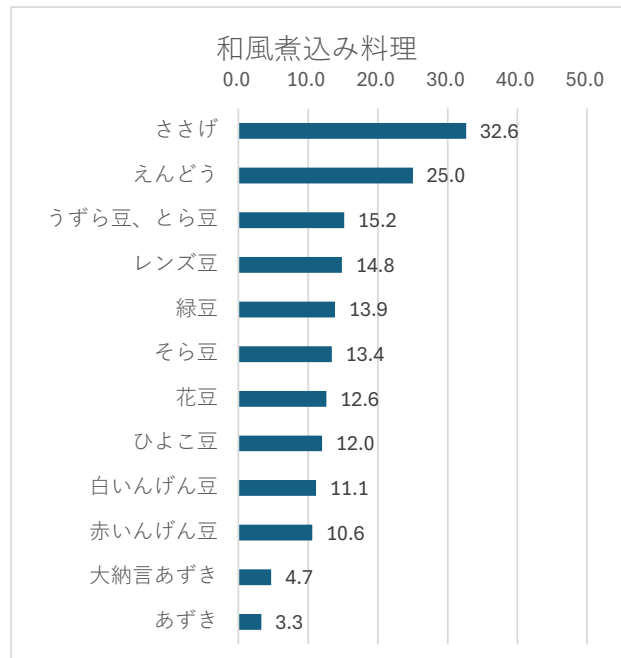
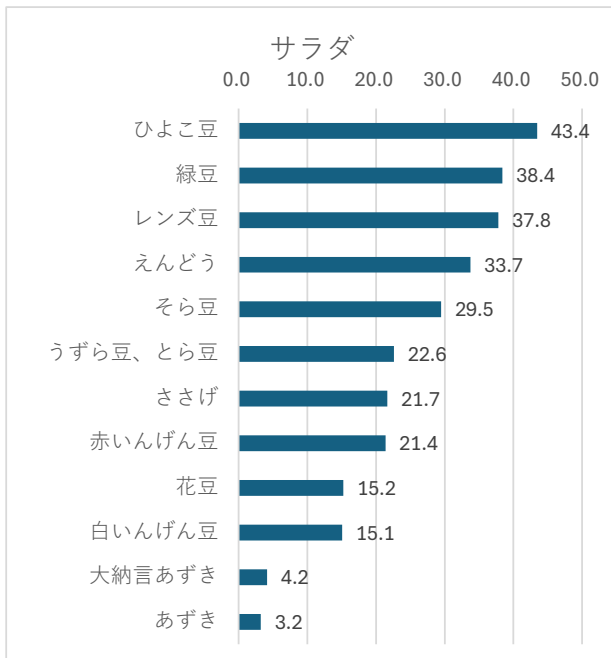
（単位：%）

	あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆
(n)	11,317	5,253	2,340	3,133	3,396	2,587
サラダ	3.2	4.2	21.7	38.4	21.4	22.6
煮豆	10.9	12.3	20.6	21.6	45.3	42.9
和風煮込み料理	3.3	4.7	32.6	13.9	10.6	15.2
洋風煮込み料理	1.8	3.0	8.6	11.8	13.7	13.3
赤飯・豆ごはん	26.7	11.8	19.1	7.4	6.7	4.9
和菓子	57.4	55.1	5.5	6.7	10.1	7.8
あんぱん・豆ぱん	47.0	31.7	4.0	5.4	8.0	5.7
あんこなど豆を使った洋菓子	27.5	22.4	2.9	2.8	3.9	3.2
豆菓子、煎り豆、フライビーンズ	3.9	4.6	3.2	7.7	3.8	6.3
スプレッド・ペースト	1.7	1.5	1.6	1.9	1.4	1.5
プラントベースフード	0.4	0.8	1.2	1.5	1.0	1.2
その他	1.1	0.9	3.7	4.0	0.6	0.9

	白いんげん豆	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆
(n)	3,214	2,238	7,409	5,555	2,875	1,563
サラダ	15.1	15.2	33.7	29.5	43.4	37.8
煮豆	34.0	49.6	24.0	34.1	18.2	20.5
和風煮込み料理	11.1	12.6	25.0	13.4	12.0	14.8
洋風煮込み料理	9.2	8.3	9.0	6.3	31.3	30.2
赤飯・豆ごはん	3.5	4.4	13.2	5.4	3.6	5.4
和菓子	28.6	13.5	4.3	3.5	3.9	6.7
あんぱん・豆ぱん	12.9	6.4	2.8	2.5	3.1	5.1
あんこなど豆を使った洋菓子	8.5	6.1	1.7	1.5	2.2	4.3
豆菓子、煎り豆、フライビーンズ	5.7	6.7	6.2	12.3	4.8	5.3
スプレッド・ペースト	1.4	1.4	0.9	1.3	2.0	2.9
プラントベースフード	1.2	1.5	0.6	0.8	1.2	2.2
その他	0.3	0.4	2.9	8.5	0.7	0.3

- 各豆類の喫食メニューについて、メニュー毎に比率の高い豆を降順にし、代表的な料理系メニューであるサラダ、和風煮込み料理、洋風煮込み料理を抽出し、比較した。
- サラダや洋風煮込み料理ではひよこ豆やレンズ豆など、海外で多く食されている豆が上位に来る傾向がみられた。一方、和風煮込み料理では、ささげ、えんどう、うずら豆・とら豆など、日本で伝統的に食べられてきた豆が上位に来る傾向がみられた。
- なお、えんどう、そら豆、ささげについては野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。

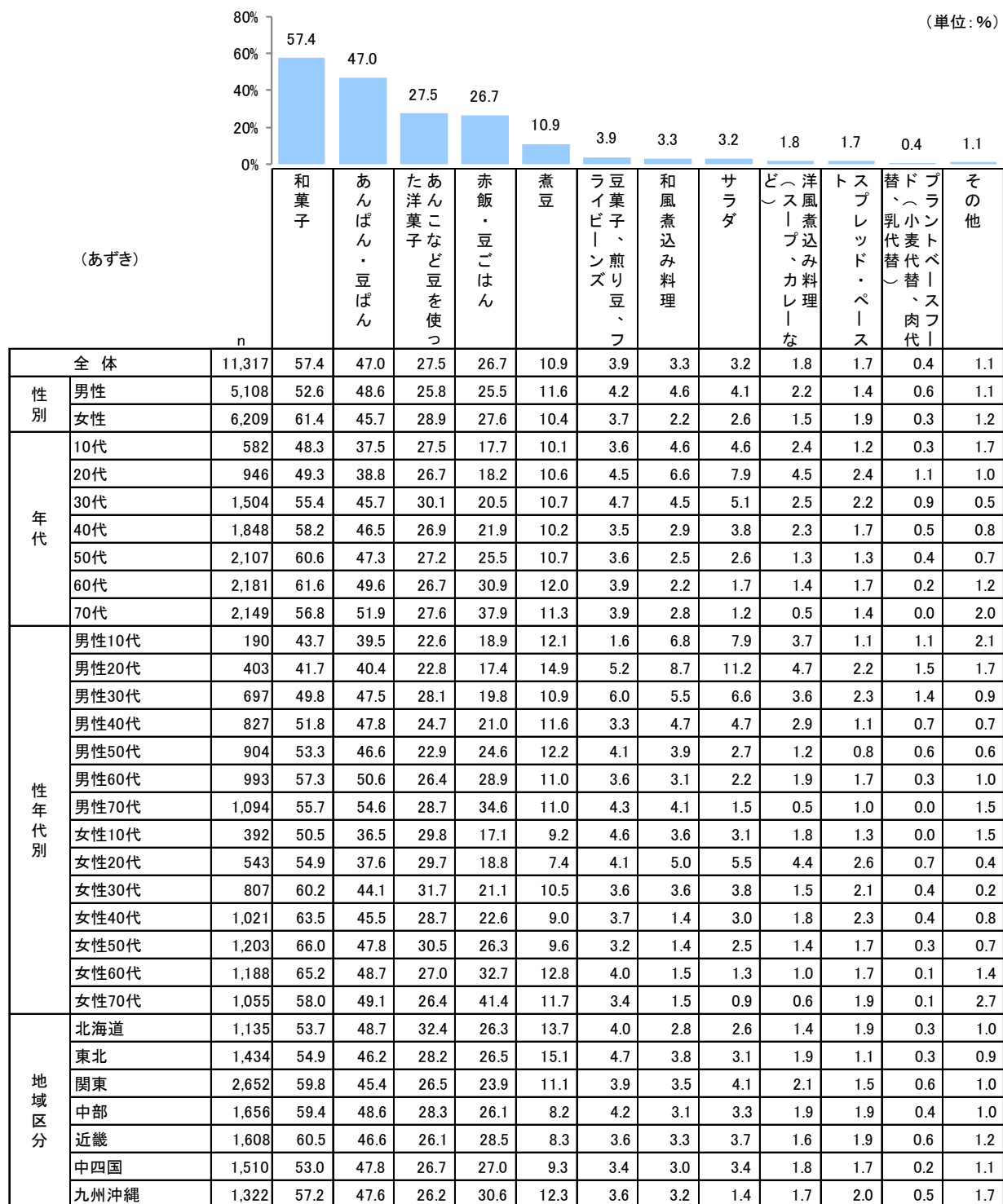
(単位：%)

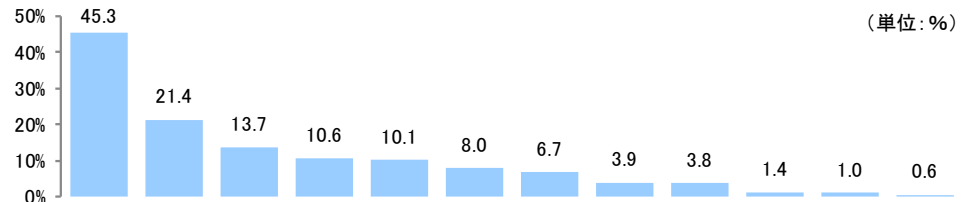


各豆類のn数	
ひよこ豆	2,875
緑豆	3,133
レンズ豆	1,563
えんどう	7,409
そら豆	5,555
うずら豆、とら豆	2,587
ささげ	2,340
赤いんげん豆	3,396
花豆	2,238
白いんげん豆	3,214
大納言あずき	5,253
あずき	11,317

2-2. 属性別動向

- 代表的な豆類として、甘味としての喫食が多いあずきと食事としての喫食が多い赤いんげん豆の属性別認知率と喫食率を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- あずきは、「和菓子」や「あんぱん・豆ぱん」などの餡製品が上位3位に来る傾向は各属性でも共通していた。特徴的な点としては、男女とも70代において「赤飯・豆ごはん」の比率が高かった。
- 赤いんげん豆は、「煮豆」の比率が高いことは共通しているが、20～50代では「サラダ」の比率が全体より高くなる傾向がみられた。





(赤いんげん豆)

		n	煮豆	サラダ	ど(スー)	洋風煮込み料理	和風煮込み料理	和菓子	あんぱん・豆ぱん	赤飯・豆ごはん	たんこなど豆を使つた洋菓子	あんこなど豆を使つた洋菓子	ライオンズ	豆菓子、煎り豆、フライビーンズ	トスプレッド・ペースト	替(乳代替)	ド(小麦代替、肉代)	プラントベースフ	その他
全体		3,396	45.3	21.4	13.7	10.6	10.1	8.0	6.7	3.9	3.8	1.4	1.0	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
性別	男性	1,273	39.8	17.4	12.3	14.7	13.0	10.4	8.6	4.9	4.8	2.4	1.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
	女性	2,123	48.6	23.8	14.6	8.1	8.3	6.5	5.6	3.2	3.2	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
年代	10代	130	32.3	21.5	21.5	11.5	9.2	5.4	8.5	3.8	3.1	0.8	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20代	321	33.3	26.5	15.6	19.0	11.2	9.0	8.7	6.5	5.0	2.8	1.9	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
	30代	417	32.9	30.7	16.5	12.9	13.9	8.4	7.7	7.7	6.2	4.1	2.2	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
	40代	530	37.4	25.8	15.8	10.9	11.7	8.3	7.9	2.8	4.3	1.7	1.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	50代	572	42.7	27.1	17.5	7.5	7.5	6.8	5.2	2.6	3.5	0.9	0.7	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
	60代	683	52.3	17.4	11.6	9.5	7.9	8.8	5.3	2.9	2.8	0.1	0.3	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
	70代	743	61.1	10.0	7.4	8.5	10.4	7.5	6.7	3.1	2.7	0.5	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
性年代別	男性10代	46	34.8	21.7	15.2	13.0	10.9	6.5	8.7	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性20代	155	34.8	25.2	16.8	18.1	12.3	7.1	8.4	5.8	5.2	2.6	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性30代	187	27.3	29.9	18.2	17.6	16.6	12.3	10.2	10.2	8.6	7.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性40代	194	36.1	17.0	14.4	19.1	13.9	11.9	9.3	4.1	5.2	2.6	2.6	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	男性50代	184	37.5	20.1	16.3	13.0	8.2	9.2	8.2	3.3	2.7	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性60代	225	44.9	13.8	8.9	15.1	12.0	10.2	5.8	2.7	4.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
	男性70代	282	51.8	5.3	3.9	8.9	14.9	11.7	9.9	4.6	3.5	1.4	0.0	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
	女性10代	84	31.0	21.4	25.0	10.7	8.3	4.8	8.3	3.6	2.4	1.2	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性20代	166	31.9	27.7	14.5	19.9	10.2	10.8	9.0	7.2	4.8	3.0	1.8	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	女性30代	230	37.4	31.3	15.2	9.1	11.7	5.2	5.7	5.7	4.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
	女性40代	336	38.1	31.0	16.7	6.3	10.4	6.3	7.1	2.1	3.9	1.2	1.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
	女性50代	388	45.1	30.4	18.0	4.9	7.2	5.7	3.9	2.3	3.9	0.8	0.5	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
	女性60代	458	55.9	19.2	12.9	6.8	5.9	8.1	5.0	3.1	2.0	0.0	0.2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
女性70代	461	66.8	12.8	9.5	8.2	7.6	5.0	4.8	2.2	2.2	0.0	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
地域区分	北海道	333	45.6	19.5	9.3	8.4	8.4	10.8	11.1	2.7	3.0	0.3	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	東北	430	41.4	19.3	11.9	13.0	13.7	10.2	9.1	2.6	3.7	1.6	1.2	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
	関東	878	43.3	23.7	18.0	9.5	9.9	7.6	5.2	4.3	5.1	1.9	1.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
	中部	449	45.0	21.4	14.3	13.6	9.8	6.5	8.0	4.5	3.6	1.1	1.1	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
	近畿	500	50.8	19.2	12.4	10.0	10.6	7.4	5.6	2.6	3.2	1.2	1.0	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
	中四国	411	49.1	21.9	12.4	8.0	8.5	7.5	6.1	4.4	2.9	0.5	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
	九州沖縄	395	43.3	22.3	12.2	12.2	9.1	6.6	4.6	5.6	3.3	2.0	0.8	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0

3. 各豆類の嗜好程度

3-1. 全体動向

■全回答者

- ・ 好き計（「好き」と「どちらかという好き」の合計）の比率が最も高かったのは「あずき」で56.7%となり、「落花生、ピーナッツ」や「大豆」を除いた豆類で50%を超えたのはあずきのみであった。続いて「大納言あずき」が42.7%、「えんどう」が38.3%、「そら豆」が36.4%となった。
- ・ 「レンズ豆」など、その他の豆類は、「食べたことがないので分からない」の比率が半数を占めているため、これを除いた人を母数とした場合の嗜好程度を次ページに掲載している。
- ・ 「花豆」、「ささげ」、「レンズ豆」は、「食べたことがないので分からない」が半数以上であった。

(単位:%)

	(n)	嗜好程度						好き計	嫌い計
		好き	どちらかという好き	普通	どちらかという嫌い	嫌い	食べたことがないので分からない		
あずき	24,078	33.7	23.0	29.0	4.3	2.8	7.3	56.7	7.1
大納言あずき	24,078	24.9	17.8	26.3	3.5	2.1	25.4	42.7	5.6
えんどう	24,078	18.5	19.8	42.1	5.7	3.0	10.9	38.3	8.7
そら豆	24,078	18.1	18.3	40.0	7.6	4.0	12.0	36.4	11.7
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	24,078	11.6	12.5	31.9	4.8	2.0	37.3	24.1	6.8
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	24,078	11.1	11.4	28.1	3.9	1.8	43.7	22.5	5.7
うずら豆、とら豆	24,078	9.7	10.7	32.9	4.4	2.0	40.4	20.4	6.4
ひよこ豆(ガルバンゾー)	24,078	9.2	10.4	33.4	5.2	2.7	39.1	19.6	7.9
花豆(白花豆、紫花豆)	24,078	9.7	9.6	23.7	3.5	1.5	51.9	19.3	5.0
緑豆	24,078	8.6	9.7	32.8	4.0	1.8	43.1	18.3	5.9
ささげ	24,078	8.5	9.0	22.0	3.1	1.4	56.0	17.5	4.5
レンズ豆	24,078	6.4	7.1	26.0	3.8	1.7	55.1	13.5	5.5
大豆	24,078	25.1	23.2	38.6	3.8	2.0	7.3	48.4	5.7
落花生、ピーナッツ	24,078	30.1	24.6	31.8	4.3	2.2	7.1	54.6	6.5

*全回答者ベース

■ 「食べたことがないのでわからない」を除いた回答者

- ・ 「食べたことがないのでわからない」を除いた人を母数とした場合の、各豆類の好き・嫌いはいつようになった。
- ・ 「あずき」と「大納言あずき」の好き計の比率は6割前後と、他の豆類と比較して突出していた。
- ・ 喫食経験がある人を母数とした場合の嗜好程度を見ると、嫌い計の比率は概ね1割程度で、豆の種類による大きな開きはみられなかった。

(単位:%)

	(n)	嗜好度					好き計	嫌い計
		好き	どちらかという好き	普通	どちらかという嫌い	嫌い		
あずき	22,326	36.3	24.8	31.2	4.6	3.0	61.1	7.6
大納言あずき	17,951	33.4	23.9	35.3	4.6	2.8	57.3	7.5
えんどう	21,443	20.8	22.2	47.3	6.4	3.3	43.0	9.7
そら豆	21,199	20.5	20.8	45.4	8.6	4.6	41.4	13.2
花豆(白花豆、紫花豆)	11,572	20.2	20.0	49.4	7.4	3.1	40.2	10.4
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	13,560	19.7	20.3	49.9	7.0	3.2	40.0	10.2
ささげ	10,594	19.2	20.6	50.0	7.0	3.2	39.8	10.2
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	15,104	18.5	19.9	50.8	7.6	3.2	38.4	10.8
うずら豆、とら豆	14,351	16.2	18.0	55.1	7.4	3.3	34.2	10.7
ひよこ豆(ガルバンゾー)	14,674	15.1	17.1	54.8	8.6	4.4	32.2	13.0
緑豆	13,712	15.0	17.1	57.5	7.1	3.2	32.1	10.3
レンズ豆	10,818	14.2	15.7	57.9	8.4	3.8	30.0	12.2
大豆	22,330	27.1	25.1	41.7	4.2	1.1	52.2	6.2
落花生、ピーナッツ	22,365	32.4	26.4	34.2	4.6	2.4	58.8	7.0

*「食べたことがないのでわからない」を除く

3-2. 属性別動向

- ・ 代表的な豆類として、あずきと、嗜好程度が他の豆類の傾向とやや異なるひよこ豆の属性別認知率と喫食率を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- ・ あずきの嗜好程度は年代による差がみられた。好き計の比率は、全体の 61.1%に対し、10～40代は約 50%、50代は約 60%で平均的、60代は約 70%、70代は約 80%となった。また、嫌い計（「嫌い」と「どちらかという嫌い」の合計）の比率は全体の 10%弱に対して、10代は約 20%、20代は約 15%と高く、特に女性でこの傾向が強かった。50代を境界に嗜好程度が変化するという傾向は、豆の種類による比率の違いはあるものの、他の豆類にも概ね同様の傾向がみられた。
- ・ ひよこ豆の嗜好程度は、好き計の比率がいずれの属性も 30～40%程度で大きな差がみられなかった。他方、嫌い計の比率は男女とも 10～20代で全体より高くなった（全体 13.0%に対し男性 10代 23.2%、女性 10代 29.7%、女性 20代 26.5%など）。この傾向は、レンズ豆も類似していた。

(単位:%)

あずき		該当数	好き	どちらか 好き	普通	どちらか 嫌い	嫌い	好き計	嫌い計	好き計と 嫌い計の 差 pt
全体		22,326	36.3	24.8	31.2	4.6	3.0	61.1	7.6	53.5
性別	男性	10,734	31.8	25.6	36.0	4.2	2.4	57.4	6.6	50.8
	女性	11,592	40.5	24.1	26.8	5.0	3.6	64.6	8.6	56.0
年代	10代	1,376	31.3	20.3	28.8	10.8	8.9	51.6	19.6	32.0
	20代	2,492	25.6	20.4	39.8	7.8	6.4	46.0	14.2	31.8
	30代	3,381	28.4	22.8	38.8	5.6	4.4	51.2	10.0	41.2
	40代	3,876	31.5	23.4	36.7	5.2	3.2	54.9	8.4	46.5
	50代	4,137	37.1	23.9	33.1	4.0	1.8	61.0	5.9	55.1
	60代	3,855	42.6	28.8	25.4	2.3	0.9	71.3	3.3	68.1
	70代	3,209	52.4	30.5	15.7	1.1	0.3	82.9	1.4	81.5
性年代別	男性10代	475	32.0	19.8	32.6	8.8	6.7	51.8	15.6	36.2
	男性20代	1,093	24.3	20.9	43.4	7.0	4.5	45.2	11.4	33.8
	男性30代	1,674	24.4	23.2	43.4	5.1	3.9	47.6	9.1	38.5
	男性40代	1,886	25.7	22.3	43.8	5.0	3.2	48.0	8.2	39.8
	男性50代	2,005	28.7	24.5	41.1	4.2	1.4	53.3	5.6	47.6
	男性60代	1,925	35.9	30.5	30.1	2.6	0.9	66.4	3.5	62.9
	男性70代	1,676	49.7	32.2	16.6	1.2	0.2	81.9	1.4	80.5
	女性10代	901	31.0	20.5	26.7	11.8	10.0	51.5	21.8	29.7
	女性20代	1,399	26.6	20.0	37.0	8.5	7.9	46.6	16.4	30.2
	女性30代	1,707	32.3	22.4	34.3	6.1	4.8	54.8	10.9	43.9
	女性40代	1,990	37.0	24.4	29.9	5.4	3.2	61.5	8.6	52.8
	女性50代	2,132	44.9	23.4	25.7	3.9	2.2	68.2	6.1	62.1
	女性60代	1,930	49.2	27.0	20.7	2.1	1.0	76.3	3.1	73.2
	女性70代	1,533	55.4	28.6	14.7	1.0	0.3	84.0	1.4	82.6
地域区分	北海道	2,225	36.4	24.7	32.3	4.0	2.7	61.1	6.6	54.5
	東北	2,870	34.4	24.9	33.5	4.5	2.8	59.3	7.2	52.0
	関東	5,248	36.0	25.1	31.1	4.9	3.0	61.0	7.9	53.1
	中部	3,123	35.4	25.5	30.0	5.4	3.7	60.9	9.1	51.8
	近畿	3,176	38.3	24.4	29.8	4.2	3.4	62.7	7.6	55.1
	中四国	2,986	35.5	25.0	32.0	5.0	2.5	60.5	7.5	53.0
	九州沖縄	2,698	38.7	23.9	30.6	3.8	3.1	62.5	6.9	55.7

*塗りつぶしセルは「好き計」-「嫌い計」のポイント(pt)差が全体より5pt以上高い属性を指す。

(単位:%)

ひよこ豆		該当数	好き	どちらか 好き	普通	どちらか 嫌い	嫌い	好き 計	嫌い 計	好き計と嫌 計の差 pt
全体		14,674	15.1	17.1	54.8	8.6	4.4	32.2	13.0	19.2
性別	男性	6,157	12.1	16.6	60.9	7.2	3.2	28.7	10.4	18.3
	女性	8,517	17.3	17.4	50.5	9.6	5.3	34.7	14.8	19.8
年代	10代	878	11.7	14.8	46.0	14.9	12.5	26.5	27.4	-0.9
	20代	1,744	12.7	14.6	51.1	11.6	9.9	27.3	21.6	5.7
	30代	2,246	13.9	16.0	55.7	9.8	4.6	29.9	14.4	15.5
	40代	2,572	14.9	15.8	57.0	8.4	4.0	30.6	12.4	18.2
	50代	2,740	17.6	17.3	55.0	7.2	2.9	34.9	10.1	24.8
	60代	2,522	15.9	18.0	57.6	6.9	1.6	33.9	8.5	25.3
	70代	1,972	15.8	21.9	54.5	5.9	1.9	37.7	7.8	29.9
性年代別	男性10代	302	10.9	16.6	49.3	14.2	8.9	27.5	23.2	4.3
	男性20代	716	13.8	16.1	55.6	8.4	6.1	29.9	14.5	15.4
	男性30代	974	12.0	15.3	61.5	7.8	3.4	27.3	11.2	16.1
	男性40代	1,055	11.6	14.5	64.5	5.9	3.5	26.1	9.4	16.7
	男性50代	1,115	13.0	14.8	63.9	5.8	2.5	27.8	8.3	19.5
	男性60代	1,093	11.6	17.7	61.5	8.0	1.2	29.4	9.1	20.2
	男性70代	902	11.2	22.1	59.4	5.5	1.8	33.3	7.3	25.9
	女性10代	576	12.2	13.9	44.3	15.3	14.4	26.0	29.7	-3.6
	女性20代	1,028	12.0	13.5	48.1	13.9	12.5	25.5	26.5	-1.0
	女性30代	1,272	15.4	16.5	51.3	11.2	5.6	31.9	16.8	15.1
	女性40代	1,517	17.1	16.7	51.7	10.1	4.4	33.8	14.5	19.3
	女性50代	1,625	20.8	19.0	48.9	8.2	3.1	39.8	11.3	28.4
	女性60代	1,429	19.1	18.2	54.7	6.2	1.9	37.3	8.0	29.3
	女性70代	1,070	19.6	21.8	50.4	6.2	2.1	41.4	8.2	33.2
地域区分	北海道	1,422	14.3	16.9	56.5	8.1	4.1	31.2	12.2	19.0
	東北	1,899	15.0	16.5	55.1	8.6	4.8	31.5	13.4	18.1
	関東	3,778	17.4	18.6	51.1	8.3	4.6	36.0	12.9	23.1
	中部	1,993	14.4	16.5	55.5	9.8	3.9	30.9	13.6	17.2
	近畿	1,983	13.4	17.0	56.3	8.9	4.4	30.5	13.3	17.2
	中四国	1,877	12.8	14.9	59.9	8.4	4.0	27.7	12.5	15.2
	九州沖縄	1,722	16.0	17.8	53.5	7.8	4.8	33.8	12.7	21.1

*塗りつぶしセルは「好き計」-「嫌い計」のポイント(pt)差が全体より5pt以上高い属性を指す。

4. 各豆類を好きな理由

4-1. 全体動向

- 豆の種類を問わず、全体的に「味」が好きな理由の1位であり、「栄養価が高い、健康価値」、「食感」が2～3位となる豆が多かった。僅差だが、緑豆、赤いんげん豆、うずら豆・とら豆、花豆、レンズ豆といった食事メニューの喫食が多い豆類では「植物性のタンパク源である」が3位になった。
- 植物性タンパクとしての商品化が進んでいる大豆とえんどうで比較すると、大豆は「植物性のタンパク源である」の比率が30.2%で3位であるのに対し、えんどうは15.5%で5位にとどまった。豆類の中で「植物性のタンパク源である」の比率が比較的高かったのは、レンズ豆（20.5%）とひよこ豆（19.8%）だった。
- 食事系メニューで喫食されることが多い豆は、「料理のアクセントになる」や「彩りがきれい」など外観に関する項目の回答比率があずきと比べて高くなる傾向がみられた。一例として、「料理のアクセントになる」は、ささげ、赤いんげん豆、えんどう、ひよこ豆、レンズ豆で10%を上回った。また、「彩りがきれい」は、ささげ、緑豆、赤いんげん豆、花豆、えんどう、そら豆で10%を上回った。

(単位:%)

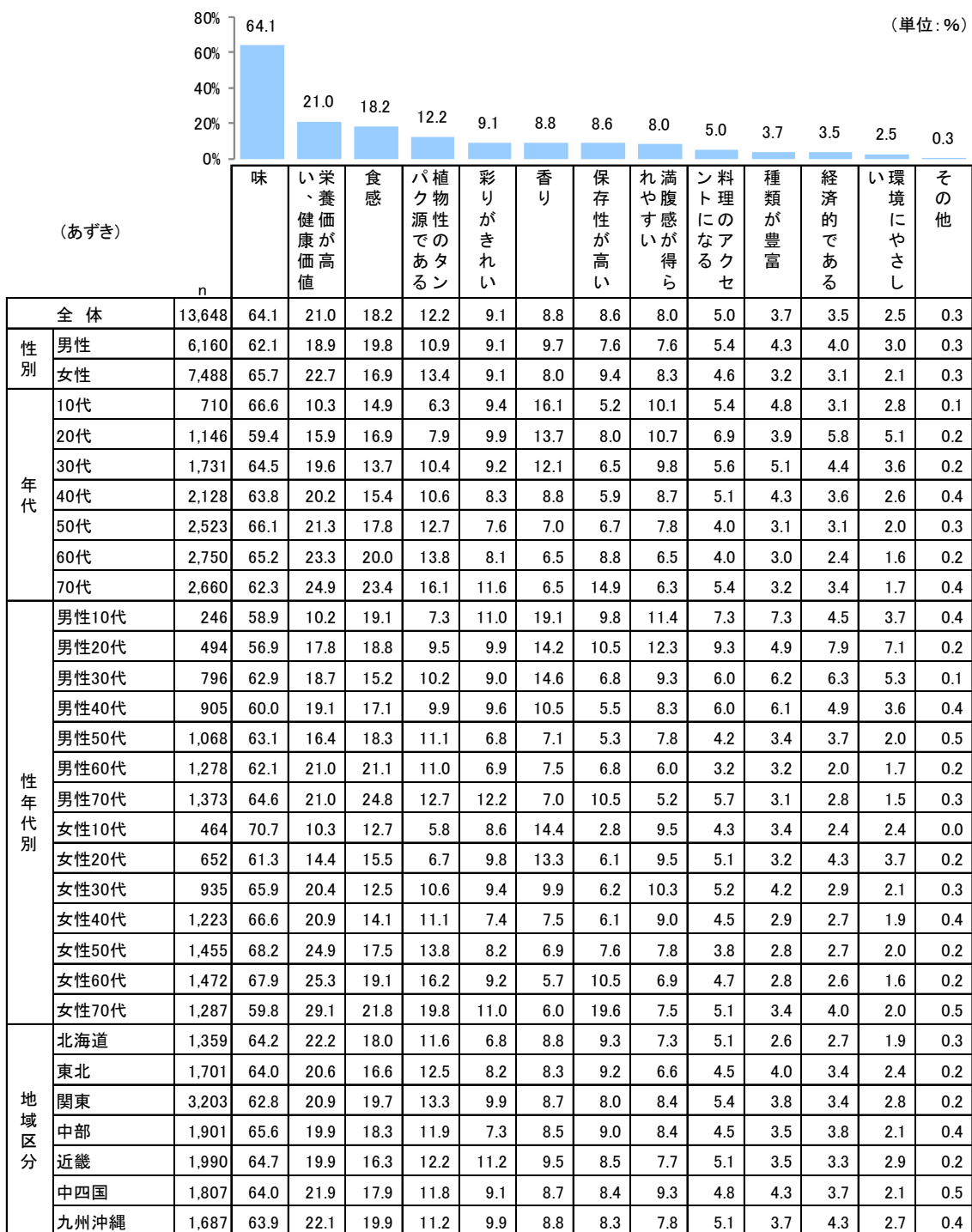
	あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆	白いんげん豆
(n)	13,648	10,282	4,216	4,407	5,420	4,906	5,797
1 味	64.1	63.3	46.2	40.9	50.4	45.0	51.0
2 栄養価が高い、健康価値	21.0	20.0	21.3	26.2	23.7	23.6	22.5
3 食感	18.2	18.2	20.7	17.4	18.1	18.4	18.4
4 植物性のタンパク源である	12.2	13.0	16.6	18.8	18.5	18.9	18.1
5 彩りがきれい	9.1	8.7	14.5	13.9	15.6	9.3	9.1
6 香り	8.8	8.5	6.5	6.5	5.5	5.0	5.4
7 保存性が高い	8.6	7.2	7.5	7.5	8.1	8.4	7.2
8 満腹感が得られやすい	8.0	8.0	5.1	6.9	7.5	7.3	8.5
9 料理のアクセントになる	5.0	4.7	12.6	9.9	10.0	9.1	7.7
10 種類が豊富	3.7	2.9	3.8	4.7	4.0	3.9	3.5
11 経済的である	3.5	2.6	4.9	6.3	3.8	4.4	3.5
12 環境にやさしい	2.5	2.5	3.6	4.4	3.2	3.5	3.2
13 その他	0.3	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.2

	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆	大豆	落花生、ピーナッツ
(n)	4,650	9,214	8,768	4,722	3,243	11,646	13,156
1 味	49.1	48.4	52.6	42.5	39.5	47.9	59.1
2 栄養価が高い、健康価値	22.6	22.8	22.1	24.9	24.9	39.0	25.3
3 食感	18.2	22.2	23.1	22.7	18.1	17.0	30.2
4 植物性のタンパク源である	18.4	15.5	16.4	19.8	20.5	30.2	13.7
5 彩りがきれい	11.8	19.2	13.4	8.0	9.3	4.0	2.8
6 香り	5.7	7.4	8.3	5.4	5.6	5.9	10.9
7 保存性が高い	8.0	4.6	4.7	8.0	8.4	9.5	10.7
8 満腹感が得られやすい	9.0	5.3	7.7	8.5	7.7	10.2	9.2
9 料理のアクセントになる	8.3	13.6	8.5	12.6	11.3	6.0	4.8
10 種類が豊富	3.9	3.5	3.0	3.6	4.2	5.6	3.5
11 経済的である	3.7	4.5	3.6	5.0	5.3	9.5	4.6
12 環境にやさしい	3.4	3.0	2.9	3.7	3.9	3.4	2.1
13 その他	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2

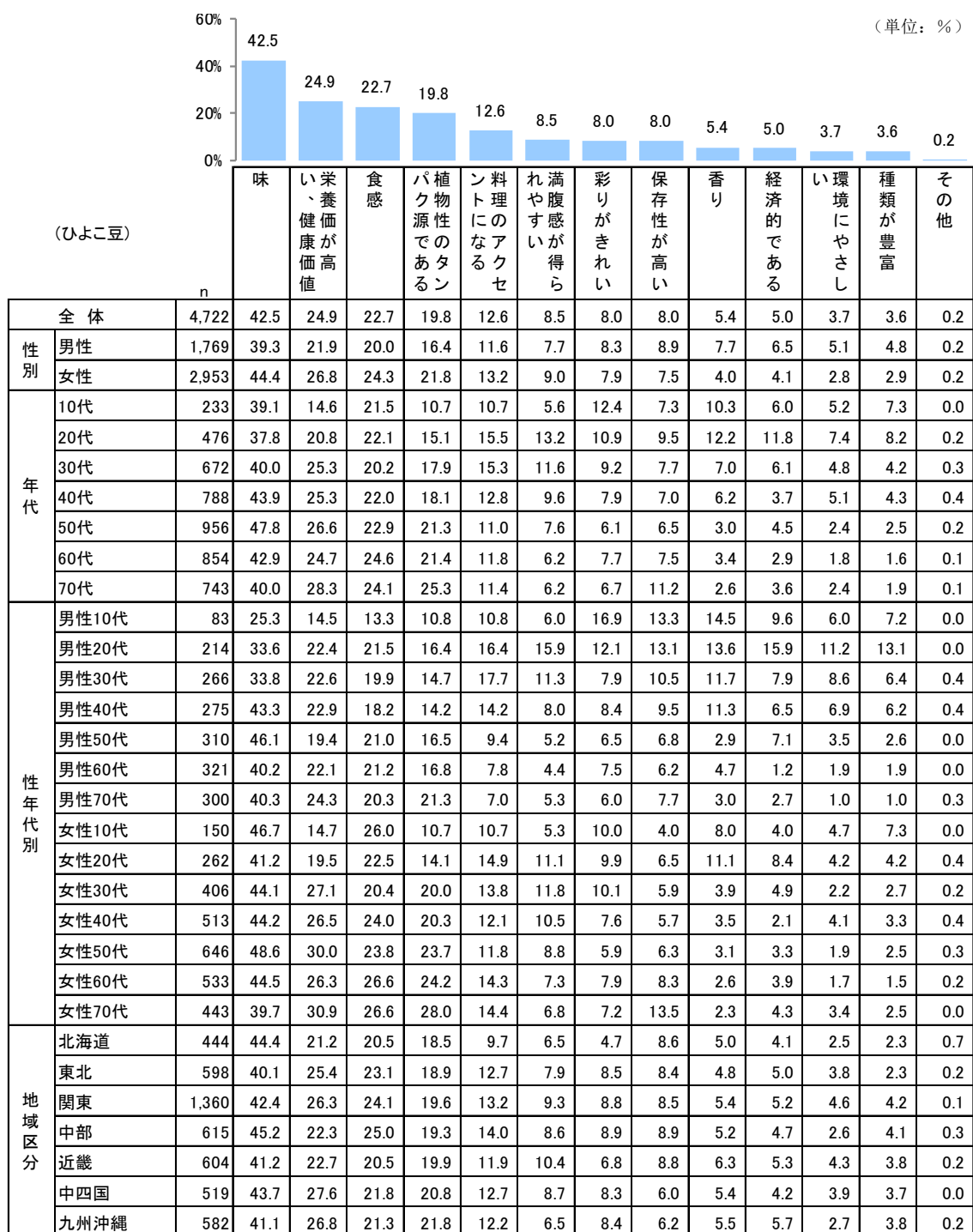
*「あずき」の降順

4-2. 属性別動向

- 代表的な豆類として、あずきと、「植物性のタンパク源である」の比率が高い傾向にあったひよこ豆の属性別認知率と喫食率を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- あずきについては、全ての属性で1位は「味」であった。特徴的な点では、女性70代では「栄養価が高い、健康価値」の比率が29.1%で全体（21.0%）より高かったが、同じ70代でも男性は21.0%にとどまり、「食感」の比率が24.8%と全体より高くなった。
- 10～30代では「香り」の比率が全体より高く、特に男性10代は19.1%と全属性で最も高かった。



- ひよこ豆は、他の豆類と比較して「植物性のタンパク源である」の比率が19.8%で高かった。属性別で特に高かったのは女性70代で28.0%だった。この傾向は、レンズ豆も類似していた。



5. 各豆類を嫌いな理由

5-1. 全体動向

- ・ 豆の種類を問わず、全体的に「味」が嫌いな理由の1位であり、「食感」が2位となった。
- ・ 3位は「香り」が多かったが、それ以外では、赤いんげん豆、うずら豆・とら豆、白いんげん豆、花豆、ひよこ豆、レンズ豆では「馴染みがない」が3位となった。
- ・ 「そら豆」は香りを嫌いな理由に挙げる人の比率が高かったが、野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。
- ・ 「特に理由はないが、なんとなく嫌い」と回答したが全体的に約20%存在した。

(単位:%)

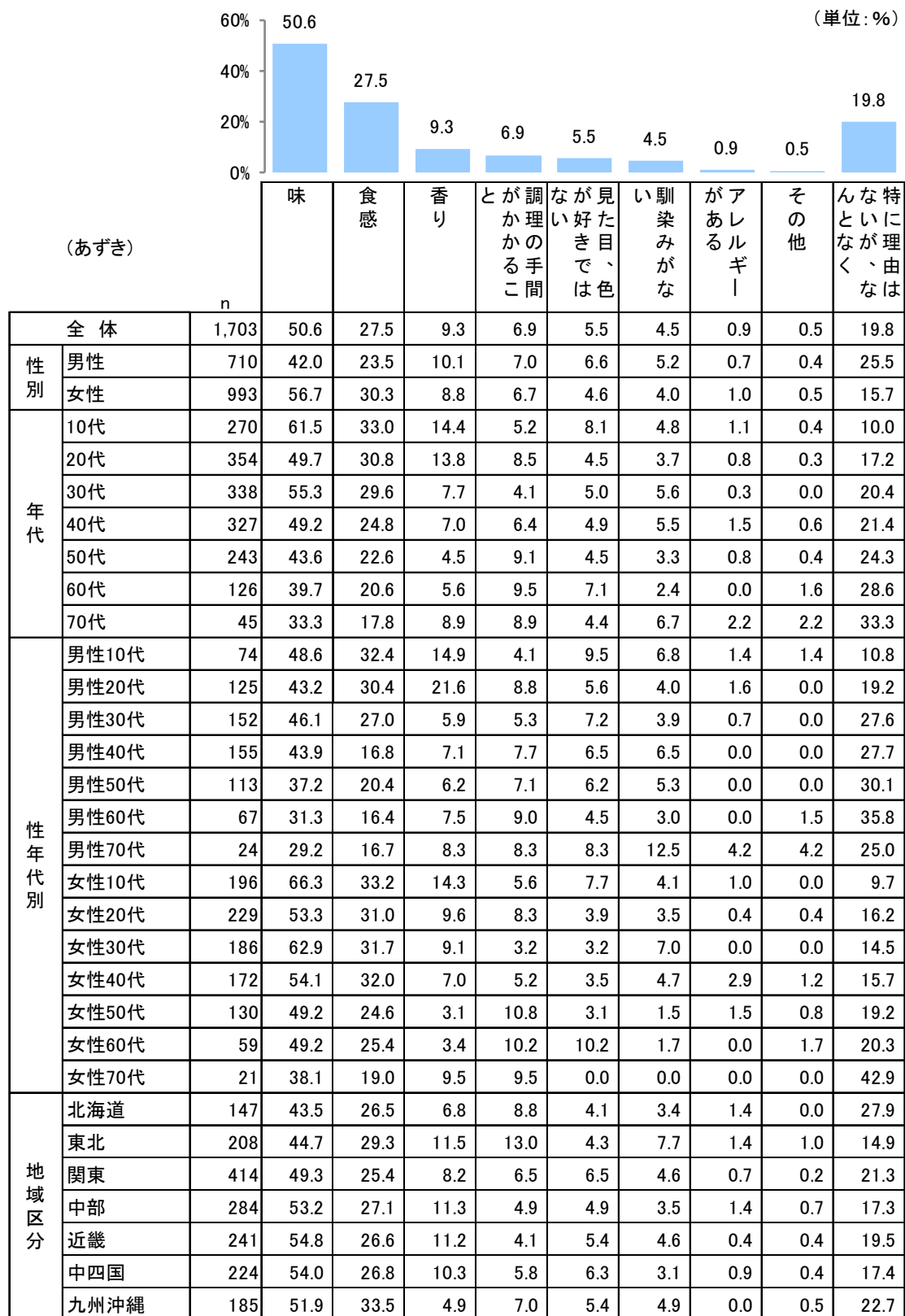
	あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆	白いんげん豆
(n)	1,703	1,341	1,076	1,417	1,378	1,534	1,631
1 味	50.6	46.5	36.2	39.1	40.9	39.0	41.6
2 食感	27.5	26.0	25.7	19.9	25.3	21.8	24.8
3 香り	9.3	9.5	10.9	12.9	8.6	9.6	9.3
4 調理の手間がかかること	6.9	6.7	7.1	5.9	6.7	5.8	6.2
5 見た目、色が好きではない	5.5	6.1	7.7	6.8	7.9	7.4	7.8
6 馴染みがない	4.5	6.9	10.1	12.3	10.5	12.2	11.2
7 アレルギーがある	0.9	1.3	1.0	1.1	0.9	0.8	0.7
8 その他	0.5	0.5	0.4	0.2	0.2	0.1	0.1
9 特に理由はないが、なんとなく	19.8	19.6	23.7	23.4	21.8	23.6	21.9

	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆	大豆	落花生、ピーナッツ
(n)	1,209	2,086	2,806	1,905	1,316	1,382	1,562
1 味	38.0	50.9	50.7	44.3	35.6	42.6	43.4
2 食感	25.1	24.0	24.3	30.4	23.5	23.1	28.3
3 香り	9.8	12.8	21.2	7.9	9.5	11.4	13.1
4 調理の手間がかかること	8.7	4.8	6.5	5.9	7.0	6.9	6.5
5 見た目、色が好きではない	8.0	5.5	5.5	5.7	7.2	5.6	5.8
6 馴染みがない	11.5	7.1	7.4	12.1	14.3	5.2	5.2
7 アレルギーがある	0.8	0.6	0.6	0.8	1.1	1.6	4.2
8 その他	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.4	1.5
9 特に理由はないが、なんとなく	20.3	19.7	17.7	20.2	23.5	24.2	20.0

*「あずき」の降順

5-2. 属性別動向

- ・ 代表的な豆類として、あずきと、「馴染みがない」の比率が最も高かったレンズ豆の属性別結果を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- ・ あずきについては、男性は「特に理由はないがなんとなく」の比率が全体より高くなる傾向がみられた一方、女性は特に10代と30代で「味」の比率が60%を上回った。また、年齢別でみると10代は「味」「食感」「香り」のすべての項目で全体比率を上回る結果となった。
- ・ このように、男性の幅広い年代で「特に理由はないがなんとなく」の比率が高くなり、女性は若年層において「味」「食感」「香り」などの比率が高くなる傾向は、豆の種類を問わず全体に共通した傾向であった（具体的な豆の種類によって10～30代の場合、10～40代の場合などの変動はある）。
- ・ レンズ豆も上記傾向は共通していたが、「馴染みがない」の比率は男女とも60～70代が高く、これはひよこ豆にも共通する傾向だった。





6. 今後の喫食意向

6-1. これまでの喫食経験がない人

6-1-1. 全体動向

- ・ 現在食べていない人における今後の喫食意向がある人の比率は、豆類の種類を問わず概ね 30～40%であった。その中で最も高かったのは「大納言あずき」で、42.8%が「今後は食べたい」と回答した。続いて、「あずき」が38.3%、「緑豆」が36.6%、「レンズ豆」が35.9%となった。
- ・ 「今後は食べたい」の比率が「今後も食べない」を上回った豆はなかった。

		(n)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> ■現在は食べていないが今後は食べたい ■現在食べておらず、今後も食べない </div>		(単位:%)	P t 差
SC13.2	大納言あずき	10,230	42.8	57.2		-14.5
SC13.1	あずき	3,937	38.3	61.7		-23.4
SC13.4	緑豆	14,423	36.6	63.4		-26.8
SC13.12	レンズ豆	17,306	35.9	64.1		-28.2
SC13.9	えんどう	5,699	35.3	64.7		-29.4
SC13.3	ささげ	15,967	35.2	64.8		-29.5
SC13.8	花豆(白花豆、紫花豆)	15,677	35.2	64.8		-29.6
SC13.6	うずら豆、とら豆	13,836	35.1	64.9		-29.8
SC13.11	ひよこ豆(ガルバンゾー)	13,725	34.1	65.9		-31.8
SC13.10	そら豆	6,544	33.8	66.2		-32.3
SC13.5	赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	13,614	33.7	66.3		-32.6
SC13.7	白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	12,829	33.5	66.5		-33.1
SC13.13	大豆	3,741	40.4	59.6		-19.1
SC13.14	落花生、ピーナッツ	3,702	39.1	60.9		-21.7

6-1-2. 属性別動向

- 代表的な豆類として、甘味としての喫食が多いあずきと食事としての喫食が多い赤いんげん豆、外来系豆で今後の喫食意向ありの比率が比較的高かったレンズ豆の属性別結果を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- あずきについては、男女とも 60～70 代において「現在は食べていないが今後は食べたい」の比率が高くなった。この傾向は食事としての喫食が多い赤いんげん豆や、外来系の豆であるレンズ豆、ひよこ豆も含め、全体的に同様の傾向がみられた。

(単位:%)

あずき		該当数	はい現在食べていないが今後は	食ら現在食べていない今後は	pt差
全体		3937	38.3	61.7	-23.4
性別	男性	2250	40.3	59.7	-19.5
	女性	1687	35.6	64.4	-28.7
年代	10代	481	33.3	66.7	-33.5
	20代	881	31.4	68.6	-37.1
	30代	865	32.9	67.1	-34.1
	40代	677	41.2	58.8	-17.6
	50代	518	43.2	56.8	-13.5
	60代	358	51.1	48.9	2.2
	70代	157	63.1	36.9	26.1
性年代別	男性10代	203	38.9	61.1	-22.2
	男性20代	435	33.3	66.7	-33.3
	男性30代	537	34.6	65.4	-30.7
	男性40代	413	41.2	58.8	-17.7
	男性50代	327	43.1	56.9	-13.8
	男性60代	233	51.5	48.5	3.0
	男性70代	102	63.7	36.3	27.5
	女性10代	278	29.1	70.9	-41.7
	女性20代	446	29.6	70.4	-40.8
	女性30代	328	30.2	69.8	-39.6
	女性40代	264	41.3	58.7	-17.4
	女性50代	191	43.5	56.5	-13.1
	女性60代	125	50.4	49.6	0.8
	女性70代	55	61.8	38.2	23.6
地域区分	北海道	373	35.7	64.3	-28.7
	東北	539	39.7	60.3	-20.6
	関東	963	38.8	61.2	-22.3
	中部	512	39.1	60.9	-21.9
	近畿	594	35.2	64.8	-29.6
	中四国	476	37.4	62.6	-25.2
	九州沖縄	480	41.5	58.5	-17.1

(単位:%)

赤いんげん豆		該当数	はい現在食べたいが食べて後	食ら現在食べない今後もお	pt差
全体		13614	33.7	66.3	-32.6
性別	男性	7623	34.5	65.5	-31.1
	女性	5991	32.7	67.3	-34.5
年代	10代	1173	24.0	76.0	-52.1
	20代	2028	25.0	75.0	-50.0
	30代	2487	30.4	69.6	-39.1
	40代	2417	35.7	64.3	-28.7
	50代	2351	37.7	62.3	-24.6
	60代	1923	39.0	61.0	-22.0
	70代	1235	44.2	55.8	-11.6
性年代別	男性10代	433	25.4	74.6	-49.2
	男性20代	898	27.7	72.3	-44.5
	男性30代	1420	29.9	70.1	-40.3
	男性40代	1413	36.6	63.4	-26.8
	男性50代	1428	36.7	63.3	-26.6
	男性60代	1199	36.9	63.1	-26.1
	男性70代	832	43.3	56.7	-13.5
	女性10代	740	23.1	76.9	-53.8
	女性20代	1130	22.8	77.2	-54.3
	女性30代	1067	31.2	68.8	-37.6
	女性40代	1004	34.4	65.6	-31.3
	女性50代	923	39.2	60.8	-21.6
	女性60代	724	42.4	57.6	-15.2
	女性70代	403	46.2	53.8	-7.7
地域区分	北海道	1299	35.5	64.5	-29.0
	東北	1741	35.1	64.9	-29.8
	関東	3094	35.0	65.0	-30.0
	中部	1918	31.8	68.2	-36.4
	近畿	1938	32.1	67.9	-35.7
	中四国	1914	33.0	67.0	-34.0
	九州沖縄	1710	33.3	66.7	-33.5

(単位:%)

レンズ豆		該当数	はい現在食 べないが食 べたい今後	食ら現在 べない、食 べない今後 もお	pt差
全体		17306	35.9	64.1	-28.2
性別	男性	8876	35.5	64.5	-29.1
	女性	8430	36.4	63.6	-27.2
年代	10代	1348	25.0	75.0	-50.0
	20代	2274	27.2	72.8	-45.6
	30代	2816	31.3	68.7	-37.4
	40代	2920	38.0	62.0	-24.0
	50代	2926	39.2	60.8	-21.7
	60代	2719	40.9	59.1	-18.1
	70代	2303	43.9	56.1	-12.2
性年代別	男性10代	466	27.3	72.7	-45.5
	男性20代	978	30.1	69.9	-39.9
	男性30代	1519	30.7	69.3	-38.5
	男性40代	1602	38.5	61.5	-23.0
	男性50代	1581	36.7	63.3	-26.6
	男性60代	1458	36.6	63.4	-26.7
	男性70代	1272	41.6	58.4	-16.8
	女性10代	882	23.8	76.2	-52.4
	女性20代	1296	25.0	75.0	-50.0
	女性30代	1297	32.0	68.0	-36.0
	女性40代	1318	37.3	62.7	-25.3
	女性50代	1345	42.1	57.9	-15.8
	女性60代	1261	45.9	54.1	-8.2
	女性70代	1031	46.8	53.2	-6.5
地域区分	北海道	1795	38.7	61.3	-22.6
	東北	2236	38.4	61.6	-23.3
	関東	3723	36.4	63.6	-27.2
	中部	2451	34.0	66.0	-31.9
	近畿	2522	33.5	66.5	-33.0
	中四国	2427	35.3	64.7	-29.4
	九州沖縄	2152	35.8	64.2	-28.3

6-2. 喫食経験がある人

6-2-1. 全体動向

- これまで喫食経験がある人においては、豆の種類を問わず、概ね 70～80%の人が「今後も食べる頻度を維持する」と回答した。
- 「今後は食べる頻度を増やす」と「食べる頻度を減らす」のポイント差をみると、甘味として食べられることが多いあずきと大納言あずきは「食べる頻度を増やす」の比率が「食べる頻度を減らす」を上回ったが（点線枠内）、その他の豆類は下回った。現在食べている人の約 8 割は「食べる頻度を維持する」と回答したものの、他の 2 割では「食べる頻度を減らす」と回答した人がやや多い結果となった。

	(n)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> ■ 現在食べており、今後は食べる頻度を増やす ■ 現在食べており、今後も食べる頻度を維持する ■ 現在食べているが、今後食べる頻度を減らす </div>			P t 差
		増やす	維持する	減らす	
あずき	20,141	12.0	78.9	9.1	2.9
大納言あずき	13,848	11.4	79.4	9.2	2.2
ささげ	8,111	9.9	77.1	13.0	-3.1
えんどう	18,379	9.4	78.8	11.8	-2.3
そら豆	17,534	9.3	76.9	13.8	-4.5
緑豆	9,655	9.2	76.4	14.4	-5.2
ひよこ豆(ガルバンゾー)	10,353	9.1	75.5	15.5	-6.4
レンズ豆	6,772	9.0	75.9	15.1	-6.1
花豆(白花生、紫花生)	8,401	8.7	77.7	13.6	-4.9
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	10,464	8.1	79.2	12.6	-4.5
うずら豆、とら豆	10,242	8.0	77.3	14.7	-6.7
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	11,249	8.0	78.5	13.5	-5.5
大豆	20,337	15.3	76.6	8.0	7.3
落花生、ピーナッツ	20,376	10.6	78.2	11.2	-0.6

6-2-2. 属性別動向

- 代表的な豆類として、あずきの属性別動向を下図に示した（その他の豆類はデータ編を参照）。
- 全体では「食べる頻度を増やす」の比率が12.0%、「食べる頻度を維持する」が78.9%、「食べる頻度を減らす」が9.1%であったのに対し、「食べる頻度を増やす」の比率は10～20代でも僅かながら全体を上回った。ただ、10～20代は同時に「食べる頻度を減らす」の比率も全体を上回っており、「食べる頻度を増やす」と「食べる頻度を減らす」のポイント差はマイナスとなった（点線枠内）。他方70代は「食べる頻度を増やす」の比率が「食べる頻度を減らす」を大きく上回り、ポイント差は12.1となった。このことから70代などの高齢層の方が喫食意向が高いことがわかる。

(単位: %)

あずき		該当数	度はお現在を食り増やす頻度	を食お現在維持する頻度	度後い現在食べる頻度	pt差
		20,141	12.0	78.9	9.1	2.9
性別	男性	9,499	11.2	80.0	8.8	2.4
	女性	10,642	12.7	77.9	9.5	3.2
年代	10代	1,150	15.5	66.8	17.7	-2.3
	20代	2,034	12.2	71.3	16.4	-4.2
	30代	2,922	11.4	77.2	11.5	-0.1
	40代	3,480	10.1	80.3	9.6	0.6
	50代	3,831	10.0	82.2	7.8	2.3
	60代	3,613	11.7	82.4	5.9	5.8
	70代	3,111	15.9	80.2	3.9	12.1
性年代別	男性10代	382	17.0	68.1	14.9	2.1
	男性20代	858	13.9	71.8	14.3	-0.5
	男性30代	1,400	10.6	79.1	10.4	0.2
	男性40代	1,655	9.4	80.7	10.0	-0.6
	男性50代	1,823	8.3	83.0	8.6	-0.3
	男性60代	1,768	10.1	83.3	6.6	3.5
	男性70代	1,613	15.3	80.5	4.2	11.0
	女性10代	768	14.7	66.1	19.1	-4.4
	女性20代	1,176	11.1	71.0	17.9	-6.9
	女性30代	1,522	12.1	75.4	12.5	-0.4
	女性40代	1,825	10.8	79.9	9.2	1.6
	女性50代	2,008	11.6	81.4	7.0	4.6
	女性60代	1,845	13.2	81.6	5.2	8.0
	女性70代	1,498	16.7	79.8	3.5	13.2
地域区分	北海道	2,035	11.2	80.0	8.7	2.5
	東北	2,567	12.4	79.0	8.6	3.8
	関東	4,725	12.2	78.2	9.6	2.6
	中部	2,817	12.1	79.2	8.7	3.3
	近畿	2,852	11.8	79.3	8.9	2.8
	中四国	2,728	11.4	79.1	9.5	1.9
	九州沖縄	2,417	12.6	78.0	9.4	3.3

- あずき以外の豆類については、「6-2-1.全体動向」で述べたとおり、「今後は食べる頻度を増やす」の比率が「食べる頻度を減らす」を下回っており、属性別でも同様の傾向だった。その中で年代別に強弱があり、10代では「食べる頻度を減らす」の比率が「食べる頻度を増やす」を10pt前後上回るなど、若年層における喫食意向が弱いことがうかがえる結果となった。一例として、食事としての喫食が多い赤いんげん豆の動向を下図に示す。

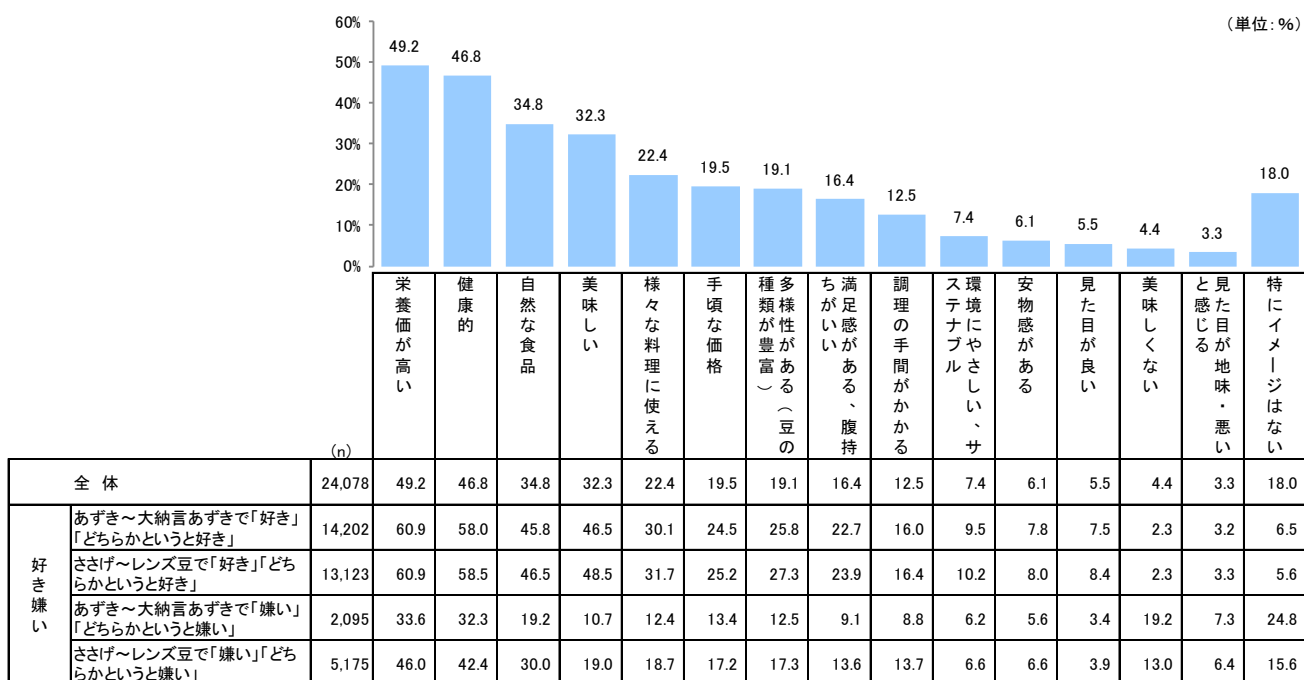
(単位: %)

赤いんげん豆		該当数	度はお現在 を食り在 増べ、食 やる今べ す頻後て	を食お現 維べり在 持る今食 す頻後べ る度もて	度後い現 を食る在 減べが食 らす、べ す頻今て	pt差
		10,464	8.1	79.2	12.6	-4.5
性別	男性	4,126	7.7	80.3	12.0	-4.3
	女性	6,338	8.4	78.5	13.1	-4.7
年代	10代	458	11.4	64.4	24.2	-12.9
	20代	887	13.8	67.5	18.7	-5.0
	30代	1,300	9.8	75.6	14.6	-4.8
	40代	1,740	7.8	80.0	12.2	-4.5
	50代	1,998	6.8	82.3	10.9	-4.1
	60代	2,048	6.7	83.5	9.8	-3.1
	70代	2,033	7.0	81.9	11.1	-4.1
性年代別	男性10代	152	13.8	65.1	21.1	-7.2
	男性20代	395	15.4	67.3	17.2	-1.8
	男性30代	517	10.4	75.8	13.7	-3.3
	男性40代	655	7.3	81.5	11.1	-3.8
	男性50代	722	5.1	85.3	9.6	-4.4
	男性60代	802	6.1	83.8	10.1	-4.0
	男性70代	883	5.4	83.2	11.3	-5.9
	女性10代	306	10.1	64.1	25.8	-15.7
	女性20代	492	12.4	67.7	19.9	-7.5
	女性30代	783	9.3	75.5	15.2	-5.9
	女性40代	1,085	8.0	79.1	12.9	-4.9
	女性50代	1,276	7.8	80.6	11.6	-3.8
	女性60代	1,246	7.1	83.4	9.6	-2.5
	女性70代	1,150	8.2	81.0	10.9	-2.7
地域区分	北海道	1,109	6.6	81.3	12.1	-5.5
	東北	1,365	8.4	78.6	13.0	-4.7
	関東	2,594	9.3	79.3	11.4	-2.2
	中部	1,411	8.9	77.4	13.7	-4.7
	近畿	1,508	6.8	80.0	13.1	-6.3
	中四国	1,290	8.5	77.1	14.4	-5.9
	九州沖縄	1,187	7.2	81.3	11.5	-4.4

7. 豆類に対するイメージ

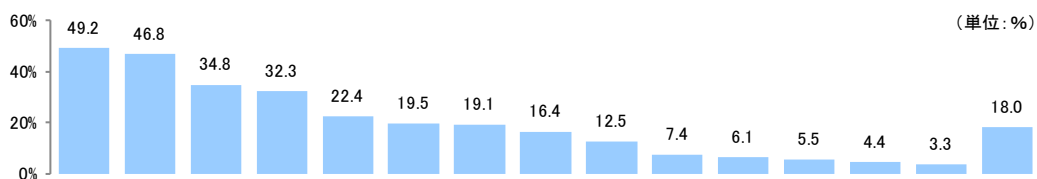
7-1. 全体動向

- 豆類全般に対するイメージについて、全体では「栄養価が高い」が49.2%で最も多く、続いて「健康的」が46.8%、「自然な食品」が34.8%、「美味しい」が32.3%となった。全体的にポジティブなイメージが上位であり、ネガティブなイメージでは「調理の手間がかかる」(12.5%)が9位であった。
- 豆類の好き嫌いの回答結果とクロス集計した。なお、集計軸は甘味として食べることが多いあずき・大納言あずきと、それ以外の豆の嗜好程度とした。甘味系の豆、食事系の豆のいずれにおいても、「好き」または「どちらかというが好き」と回答した人は豆類全般に対してポジティブなイメージを持つ傾向となった。一方、「嫌い」または「どちらかという嫌い」と回答した人は、豆類に対して「美味しくない」というイメージを持っている人が多く、これは甘味系の豆、食事系の豆に共通していた。ただ、嫌いな人でも30~40%の人が「栄養価が高い」や「健康的」というイメージを持っていた。



7-2. 属性別動向

- 全体動向で上位の項目（栄養価が高い、健康的、自然な食品、美味しい、様々な料理に使えるなど）は60～70代の比率が全体より高かった。女性については、60～70代に加えて50代でも全体の比率より高くなった。
- 若年層をみると、10代は「美味しくない」の比率が12.0%で全体の4.4%より高く、特に女性10代は14.2%と高かった。また、20～30代については「特にイメージはない」の比率が25～30%程度あり、全ての選択肢の中で3位であった。
- 「環境にやさしい、サステナブル」の比率は、全体で7.4%、最も高い属性の男性10代でも12.5%と低かった。



		n	栄養価が高い	健康的	自然な食品	美味しい	様々な料理に使える	手頃な価格	豊富(豆の種類)	多様な種類がある	いる、腹持ちがある	満ち足感がある	かかる手間が	調理の手間が	プール、環境にやさし	安物感がある	見た目が良い	美味しくない	見た目悪いが地感	特にイメージ
性別	全体	24,078	49.2	46.8	34.8	32.3	22.4	19.5	19.1	16.4	12.5	7.4	6.1	5.5	4.4	3.3	18.0			
性別	男性	11,749	45.7	41.1	32.4	30.2	20.2	20.6	16.6	13.1	8.1	6.8	6.5	5.6	3.3	3.1	21.8			
	女性	12,329	52.5	52.2	37.2	34.3	24.4	18.4	21.5	19.6	16.8	7.9	5.8	5.3	5.5	3.6	14.3			
年代	10代	1,631	40.6	41.8	26.2	23.4	26.0	20.2	21.1	16.4	6.3	11.6	8.5	8.0	12.0	6.7	19.3			
	20代	2,915	34.4	31.9	20.6	19.8	16.5	16.3	13.3	13.3	8.2	7.7	6.4	5.8	7.5	5.2	27.0			
	30代	3,787	41.7	39.1	24.1	21.7	18.8	18.0	15.8	14.2	8.9	7.2	6.6	6.2	6.4	4.5	24.5			
	40代	4,157	47.1	45.0	29.0	26.8	18.5	17.9	15.6	16.2	11.7	6.1	5.9	4.7	4.2	3.4	20.3			
	50代	4,349	53.4	47.6	34.8	33.3	20.7	17.8	16.9	16.6	14.0	5.6	5.5	4.1	2.8	2.5	16.7			
	60代	3,971	55.7	53.9	45.3	42.1	24.4	21.2	21.0	17.6	17.4	7.3	5.3	4.4	2.0	1.8	12.4			
	70代	3,268	64.4	64.3	59.1	53.9	34.7	26.0	32.0	20.5	16.9	9.2	6.4	7.2	0.9	1.5	7.1			
性年代別	男性10代	585	39.5	37.6	29.4	25.8	25.3	21.9	18.5	16.9	6.2	12.5	9.9	9.6	7.9	7.4	22.1			
	男性20代	1,293	31.8	28.9	20.1	20.3	16.9	17.6	13.2	12.1	8.3	9.2	8.0	8.0	4.9	6.0	30.0			
	男性30代	1,937	37.8	33.7	22.2	19.6	16.3	17.9	14.1	11.4	6.3	7.7	6.6	6.7	5.1	4.7	29.6			
	男性40代	2,068	43.3	38.1	25.5	22.6	16.4	19.4	13.3	12.7	7.3	5.7	6.8	4.8	3.4	2.9	26.1			
	男性50代	2,150	47.9	39.4	29.3	28.4	15.9	18.6	12.0	10.6	7.9	4.6	5.4	3.3	2.6	2.3	21.6			
	男性60代	2,001	50.8	47.1	40.2	38.0	21.3	21.6	16.6	14.0	9.9	5.6	5.2	3.9	1.8	1.3	16.4			
	男性70代	1,715	61.2	58.8	57.3	53.4	34.3	28.0	30.7	17.1	9.6	7.6	6.6	7.1	1.2	0.9	8.2			
	女性10代	1,046	41.2	44.2	24.4	22.0	26.4	19.3	22.6	16.1	6.3	11.1	7.6	7.1	14.2	6.4	17.7			
	女性20代	1,622	36.6	34.3	21.0	19.4	16.2	15.2	13.4	14.3	8.1	6.5	5.2	4.1	9.7	4.6	24.7			
	女性30代	1,850	45.9	44.7	26.2	23.8	21.4	18.2	17.5	17.1	11.7	6.6	6.6	5.7	7.7	4.3	19.1			
	女性40代	2,089	51.0	51.9	32.5	31.1	20.7	16.3	17.9	19.7	16.1	6.6	5.0	4.5	4.9	3.9	14.6			
	女性50代	2,199	58.8	55.6	40.2	38.2	25.3	17.0	21.6	22.4	19.9	6.5	5.6	4.8	3.0	2.7	11.9			
	女性60代	1,970	60.6	60.8	50.5	46.3	27.6	20.7	25.5	21.3	25.0	8.9	5.4	5.0	2.2	2.2	8.4			
	女性70代	1,553	67.8	70.3	61.1	54.4	35.1	23.8	33.5	24.2	24.9	10.9	6.1	7.2	0.7	2.1	5.9			
地域区分	北海道	2,408	49.8	45.7	35.1	33.0	22.1	17.8	18.7	15.2	14.6	7.4	6.2	5.2	3.7	3.5	18.0			
	東北	3,106	48.6	46.8	36.3	31.5	23.1	19.5	19.3	15.8	12.4	7.0	5.9	5.6	4.3	3.3	17.5			
	関東	5,688	47.8	46.2	35.0	32.7	21.5	18.8	19.5	17.6	13.2	7.9	6.1	5.6	4.6	3.2	18.3			
	中部	3,329	50.7	47.2	33.2	30.5	23.4	19.9	18.8	15.7	11.8	7.8	6.2	5.6	4.3	3.7	18.0			
	近畿	3,446	50.0	46.9	33.6	31.9	21.4	19.9	18.5	15.3	11.6	6.9	5.5	5.4	4.1	3.0	18.0			
	中四国	3,204	49.1	47.1	35.1	33.4	22.8	20.5	18.4	16.9	11.6	6.3	6.9	5.4	4.6	3.3	17.8			
九州沖縄	2,897	49.4	48.3	35.8	33.2	22.9	20.0	20.2	17.4	12.5	7.7	6.2	5.5	4.9	3.5	17.9				

II. 二次調査

■対象者の定義

二次調査は、一次調査の喫食状況に関する設問で、「あずき」「大納言あずき」「ささげ」で1つ以上、その他の豆で1つ以上を直近6か月以内に喫食した人を対象とした。

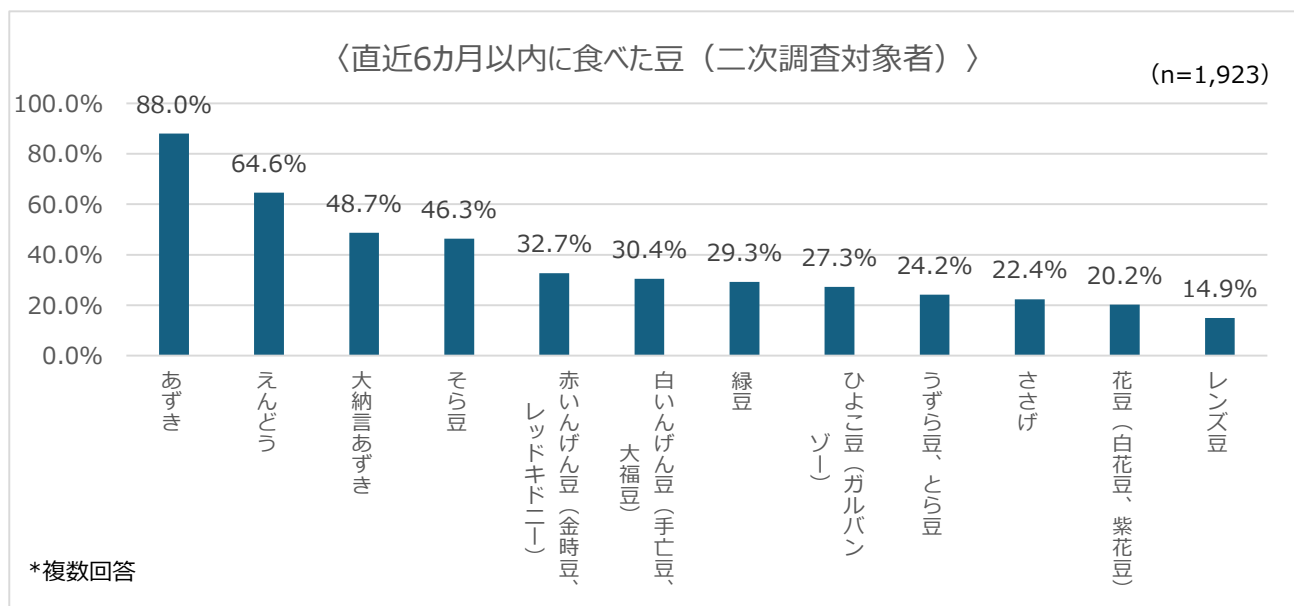
二次調査は、各セル20ss、計1,960ssを回収目標に設定したが、一部地域の10～20代については母数集団が少ないことから、200ssを下回ったため、近接する属性で補完した。

二次調査 回収サンプル数

		該当数	北海道	東北	関東	中部	近畿	中四国	九州沖縄
全体		1,923	264	273	280	278	278	275	275
性年代別	男性10代	112	7	14	20	20	18	17	16
	男性20代	137	20	20	20	19	20	18	20
	男性30代	139	19	20	20	20	20	20	20
	男性40代	140	20	20	20	20	20	20	20
	男性50代	139	20	20	20	20	20	20	19
	男性60代	140	20	20	20	20	20	20	20
	男性70代	140	20	20	20	20	20	20	20
	女性10代	137	18	19	20	20	20	20	20
	女性20代	140	20	20	20	20	20	20	20
	女性30代	139	20	20	20	19	20	20	20
	女性40代	140	20	20	20	20	20	20	20
	女性50代	140	20	20	20	20	20	20	20
	女性60代	140	20	20	20	20	20	20	20
	女性70代	140	20	20	20	20	20	20	20

1. 直近6か月以内に食べた豆類

- 二次調査対象者（n=1,923）における直近6か月以内の各豆類の喫食状況について、多い順に並べた。最も多かったのは「あずき」で88.0%、続いて「えんどう」が64.6%、「大納言あずき」が48.7%、「そら豆」が46.3%となった。なお、えんどう、そら豆、ささげについては、野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。
- それぞれの回答数が次項以降の二次調査の母数となっている。



二次調査の対象者の「直近半年以内に食べた豆」回答者数

あずき	1,692	88.0%
えんどう	1,242	64.6%
大納言あずき	937	48.7%
そら豆	891	46.3%
赤いんげん豆 (金時豆、レッドキドニー)	628	32.7%
白いんげん豆 (手亡豆、大福豆)	585	30.4%
緑豆	563	29.3%
ひよこ豆 (ガルバンゾー)	525	27.3%
うずら豆、とら豆	465	24.2%
ささげ	430	22.4%
花豆 (白花豆、紫花豆)	388	20.2%
レンズ豆	286	14.9%
	1,923	100.0%

*複数回答

2. 各豆類の食べ方・食シーン

- 豆類の食べ方については、「あずき」と「大納言あずき」については「デザート・お菓子として食べる」が1位であるが、他の豆は全て「副菜として食べる」が1位となった。
- 和菓子として食べられることが多いあずきと白いんげん豆で比較すると、あずきは「デザート・お菓子として食べる」が68.0%で突出しており、2位と40pt以上の開きがあるが、白いんげん豆は1位の「副菜として食べる」が50.9%、「デザート・お菓子として食べる」が37.4%となり、1位と2位のポイント差があずきより小さかった。白いんげん豆は、副菜と和菓子という2種類の食べ方がある程度定着しているのに対し、あずきは認知と喫食経験が高い割には食べ方が和菓子に偏っていることがうかがえる結果となった。

(単位:%)

		あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆
(n)		1,692	937	430	563	628	465
1	デザート・お菓子として食べる	68.0	66.7	10.0	12.1	20.5	15.1
2	主食として食べる(赤飯、豆ごはんなど)	24.3	15.5	15.8	9.4	9.2	7.7
3	副菜として食べる	21.2	22.4	64.2	68.6	66.7	69.2
4	主菜(メインのおかず)として食べる	7.0	10.6	20.0	19.9	16.7	18.5
5	その他	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0

		白いんげん豆	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆
(n)		585	388	1,242	891	525	286
1	デザート・お菓子として食べる	37.4	27.8	9.0	12.0	8.6	8.4
2	主食として食べる(赤飯、豆ごはんなど)	6.2	7.7	13.3	7.4	9.0	9.4
3	副菜として食べる	50.9	60.6	72.4	73.4	67.6	60.8
4	主菜(メインのおかず)として食べる	15.2	17.8	16.4	16.7	25.7	33.9
5	その他	0.2	0.0	0.0	0.8	0.4	0.0

*「あずき」の降順

3. 各豆類の喫食頻度

- ・ 月1回以上の比率が最も高かったのは「あずき」で70%を上回った。続いて、レンズ豆、大納言あずき、ささげ、緑豆は60%を上回った。ただ、豆の種類によって回答者数が異なり、あずきのサンプル数は1,692ss、レンズ豆のサンプル数は286ssなど差があることに留意が必要である。
- ・ 多くの豆類で「1カ月に1回程度」がボリュームゾーンとなったが、赤いんげん豆以下（点線枠内）の豆類については、「2～3カ月に1回程度」と拮抗したり、比率が逆転している豆もあった。

(単位: %)

	(n)	喫食頻度								月1回以上
		■ 週1回以上	■ 2週に1回程度	■ 3週に1回程度	■ 1か月に1回程度	■ 2～3か月に1回程度	■ 6か月に1回程度	■ 1年に1回程度	■ 7か月に1回程度	
あずき	(1692)	12.1	17.9	12.0	28.4	18.7	7.4	3.5		70.3
レンズ豆	(286)	8.0	15.7	17.8	21.7	19.2	10.8	6.6		63.3
大納言あずき	(937)	7.3	14.4	14.2	26.4	22.1	10.2	5.4		62.2
ささげ	(430)	6.7	14.2	13.3	27.0	19.1	12.6	7.2		61.2
緑豆	(563)	6.2	11.4	17.1	25.4	17.6	12.3	10.1		60.0
うずら豆、とら豆	(465)	5.6	13.1	15.7	24.9	18.7	12.5	9.5		59.4
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	(628)	6.1	11.5	14.0	25.8	24.5	11.9	6.2		57.3
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	(585)	4.1	13.5	14.2	25.1	23.9	12.3	6.8		56.9
花豆(白花豆、紫花豆)	(388)	6.4	13.7	13.4	22.9	21.1	13.7	8.8		56.4
えんどう	(1242)	6.7	10.1	14.0	24.2	22.9	14.3	7.7		55.1
ひよこ豆(ガルバンゾー)	(525)	5.9	11.6	13.3	23.6	25.1	11.4	9.0		54.5
そら豆	(891)	3.8	8.8	12.7	23.0	22.3	17.2	12.2		48.3

*「月1回以上」の比率で降順

4. 各豆類の喫食形態

- ・ 全体的に「加工食品や惣菜を買って食べた」の比率が最も高くなる傾向がみられ、あずきでは64.8%であった。
- ・ 傾向が異なったのは、ささげ、えんどう、そら豆で、「同居する家族が調理したものを食べた」や「自分で調理して食べた」の比率が「加工食品や惣菜を買って食べた」と同等か上回るケースもみられた。なお、ささげ、えんどう、そら豆については、野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。
- ・ 「自分で調理して食べた」または「同居する家族が調理したものを食べた」を選択した人の比率を内食、「加工食品や惣菜を買って食べた」を中食とすると、ささげ、緑豆、えんどう、そら豆、ひよこ豆、レンズ豆では内食の比率が中食を上回った。うずら豆・とら豆も内食と中食が拮抗した。あずき、大納言あずき、赤いんげん豆、白いんげん豆、花豆は和菓子や煮豆での商品化が多いことを反映し、中食の比率が高かった。
- ・ 平均回答個数はいずれの豆でも概ね 1.0 強であり、回答者 1 人あたりの喫食方法は多様化していない結果となった。

(単位:%)

		あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆
(n)		1,692	937	430	563	628	465
1	加工食品や惣菜を買って食べた	64.8	63.4	31.2	41.2	54.6	48.4
2	同居する家族が調理したものを食べた	23.6	21.5	34.9	31.6	24.4	30.1
3	自分で調理して食べた	17.4	17.3	35.6	25.6	22.5	19.8
4	外食で食べた	11.4	11.1	9.1	11.7	8.8	12.7
5	その他	0.7	0.4	0.0	0.0	0.8	0.0
平均回答個数		1.17	1.13	1.11	1.10	1.10	1.11

		白いんげん豆	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆
(n)		585	388	1,242	891	525	286
1	加工食品や惣菜を買って食べた	63.4	62.4	30.0	30.9	40.0	38.8
2	同居する家族が調理したものを食べた	21.5	21.1	41.6	39.1	29.1	30.8
3	自分で調理して食べた	14.2	18.3	29.1	29.0	27.6	28.7
4	外食で食べた	9.6	9.8	9.4	11.7	17.5	18.5
5	その他	0.7	0.8	0.2	0.3	0.6	0.0
平均回答個数		1.09	1.12	1.10	1.11	1.14	1.17

*「あずき」の降順

*平均回答個数: 同時に選んだ選択肢の数の平均値

(単位:%)

		あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆
(n)		1,692	937	430	563	628	465
1	中食	64.8	63.4	31.2	41.2	54.6	48.4
2	内食	39.5	37.4	66.5	55.1	45.1	47.7
4	外食	11.4	11.1	9.1	11.7	8.8	12.7
5	その他	0.7	0.4	0.0	0.0	0.8	0.0

		白いんげん豆	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆
(n)		585	388	1,242	891	525	286
1	中食	63.4	62.4	30.0	30.9	40.0	38.8
2	内食	34.5	35.8	68.8	65.2	53.7	55.2
4	外食	9.6	9.8	9.4	11.7	17.5	18.5
5	その他	0.7	0.8	0.2	0.3	0.6	0.0

*「あずき」の降順

*内食: 自分で調理して食べたor同居する家族が調理したものを食べたと回答した人の比率

*中食: 加工食品や惣菜を買って食べた

■喫食形態の併用状況

- 代表的な豆であるあずき、食事としての喫食が多い赤いんげん豆、外来系の豆であるひよこ豆について、喫食形態の併用状況を分析した（他の豆類はデータ編を参照）。表の見方としては「自分で調理して食べた」（表側）等と回答した人の何%が「同居する家族が調理したものを食べた」（表頭）等と回答したかを示す。
- あずきは「加工食品や惣菜を買って食べた」と回答した人のうち、他の選択肢も同時に選んだ人の比率は10%未満であり、1つの食べ方に集中していることがうかがえる結果となった。赤いんげん豆も同様の傾向だった。
- ひよこ豆は「加工食品や惣菜を買って食べた」と回答した人のうち、「自分で調理して食べた」や「外食で食べた」を同時に選択した人は10%程度で高くなかったが、「加工食品や惣菜を買って食べた」が40.0%、「同居する家族が調理したものを食べた」が29.1%、「自分で調理して食べた」が27.6%、「外食で食べた」が17.5%など、全体の回答比率が分散する傾向がみられた。

あずき (単位:%)

		該当数	自分で調理した	同居する家族が調理した	加工食品や惣菜を買って食べた	外食で食べた	その他
全体		1,692	17.4	23.6	64.8	11.4	0.7
Q3-1	自分で調理して食べた	295	100.0	8.8	25.4	8.8	0.7
	同居する家族が調理したものを食べた	400	6.5	100.0	26.3	9.8	0.0
	加工食品や惣菜を買って食べた	1,096	6.8	9.6	100.0	7.8	0.2
	外食で食べた	193	13.5	20.2	44.0	100.0	0.0
	その他	11	18.2	0.0	18.2	0.0	100.0

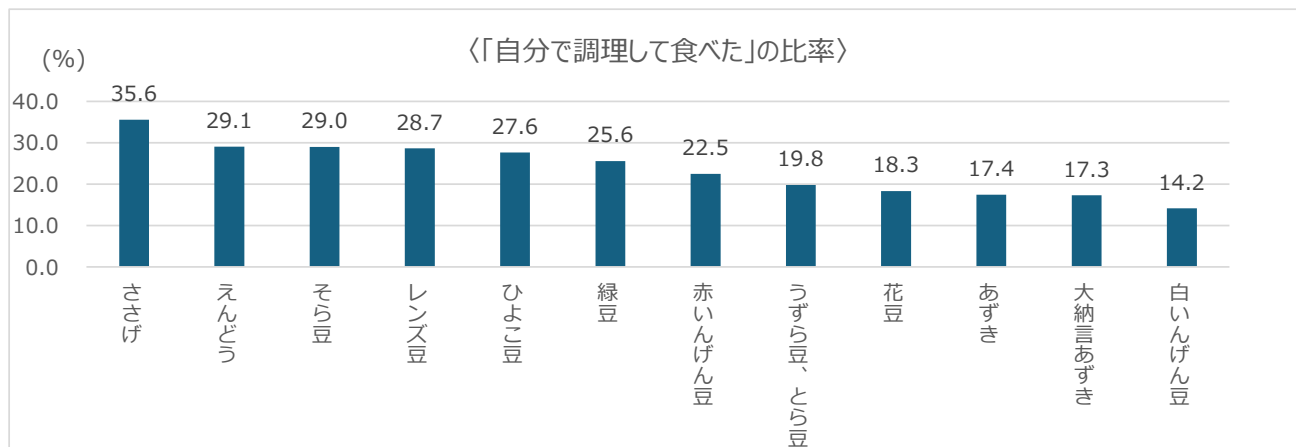
赤いんげん豆 (単位:%)

		該当数	自分で調理した	同居する家族が調理した	加工食品や惣菜を買って食べた	外食で食べた	その他
全体		628	22.5	24.4	54.6	8.8	0.8
Q3-5	自分で調理して食べた	141	100.0	7.8	15.6	6.4	0.0
	同居する家族が調理したものを食べた	153	7.2	100.0	15.0	3.9	0.0
	加工食品や惣菜を買って食べた	343	6.4	6.7	100.0	4.7	0.0
	外食で食べた	55	16.4	10.9	29.1	100.0	0.0
	その他	5	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

ひよこ豆 (単位:%)

		該当数	自分で調理した	同居する家族が調理した	加工食品や惣菜を買って食べた	外食で食べた	その他
全体		525	27.6	29.1	40.0	17.5	0.6
Q3-11	自分で調理して食べた	145	100.0	11.0	14.5	9.7	0.0
	同居する家族が調理したものを食べた	153	10.5	100.0	10.5	7.2	0.0
	加工食品や惣菜を買って食べた	210	10.0	7.6	100.0	10.5	0.0
	外食で食べた	92	15.2	12.0	23.9	100.0	0.0
	その他	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

- 「自分で調理して食べた」の比率が高かった豆は、ささげ、えんどう、そら豆、レンズ豆、ひよこ豆の順となった。なお、ささげ、えんどう、そら豆については野菜と混同している可能性がある点に留意が必要である。



5. 調理するために購入した製品

- 前問で「自分で調理して食べた」または「同居する家族が調理したものを食べた」を選択した人に対し、調理のために購入した商品をたずねた。
- あずき、大納言あずき、ささげ、花豆については、「乾燥豆」が1位だったが、それ以外の豆については、「水煮豆・蒸し豆などの半調理品」が1位となった。
- 平均回答個数をみると、いずれの豆も概ね 1.0 前後であったが、あずきと大納言あずきはやや値が高かった。これは例えば乾燥豆と調味食品を同時に選択している人が散見されるなど、その他とわからないを除いた選択肢から複数を選択している人が相対的に多いことを意味している。ささげのように 1.0 を下回っている場合は、その他やわからないを選択している人が多いことを意味している。

(単位: %)

	あずき	大納言あずき	ささげ	緑豆	赤いんげん豆	うずら豆、とら豆
(n)	669	350	286	310	283	222
1 乾燥豆	47.2	44.6	39.5	36.5	35.3	37.4
2 調味食品(あんこなど調味してあるもの)	41.7	34.0	10.5	12.9	14.1	12.6
3 水煮豆・蒸し豆など半調理してあるもの	25.9	33.7	36.4	46.1	54.8	53.6
4 その他	0.7	0.6	15.0	3.5	1.1	0.0
5 わからない	8.7	5.7	10.1	10.6	7.4	9.9
平均回答個数	1.15	1.12	0.86	0.95	1.04	1.04

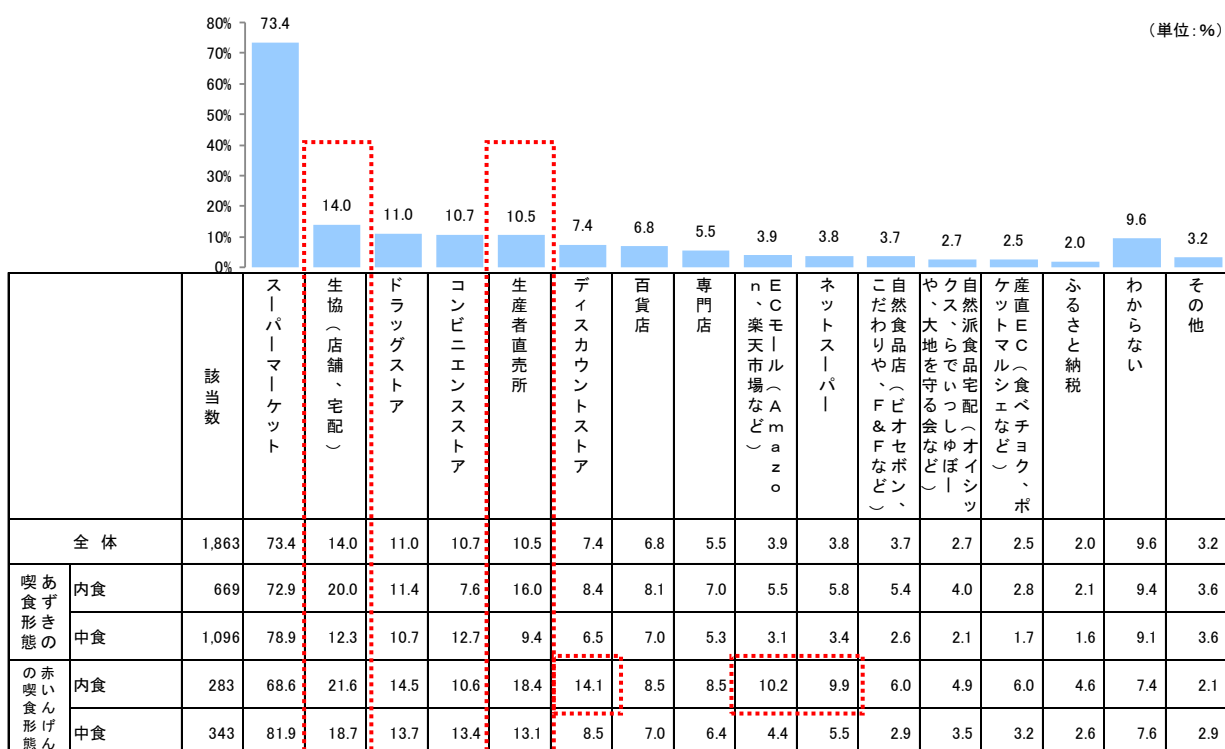
	白いんげん豆	花豆	えんどう	そら豆	ひよこ豆	レンズ豆
(n)	202	139	855	581	282	158
1 乾燥豆	32.2	51.1	27.5	28.1	29.1	34.2
2 調味食品(あんこなど調味してあるもの)	22.3	22.3	8.4	7.9	10.6	13.3
3 水煮豆・蒸し豆など半調理してあるもの	46.0	36.7	40.7	42.5	66.0	59.5
4 その他	0.5	0.0	16.3	16.9	0.0	0.0
5 わからない	9.9	5.8	13.9	12.2	5.7	6.3
平均回答個数	1.00	1.10	0.77	0.78	1.06	1.07

*「あずき」の降順

*平均回答個数: 同時に選んだ選択肢の数の平均値(その他とわからないを除く)

6. 乾燥豆や加工食品、惣菜を購入したチャネル

- 「自分で調理して食べた」、「同居する家族が調理したものを食べた」、「または惣菜などを買ってきて食べた」と回答した人を対象に、それぞれの製品をどこで購入したかをたずねた。
- 最も多かったのは「スーパーマーケット」で 73.4%と突出していた。2 位は「生協」で 14.0%、3 位は「ドラッグストア」で 11.0%であった。
- あずきと赤いんげん豆の喫食形態（自分で調理した、購入して食べたなど）別にクロス集計すると、内食（自分で調理して食べた、同居する家族が調理したものを食べた）で喫食している人は生協、生産者直売所などの比率が高くなる傾向がみられた。また、食事利用が多い赤いんげん豆の場合はそれに加えてディスカウントストア、EC モール、ネットスーパーなどの比率もやや高くなる傾向がみられた。

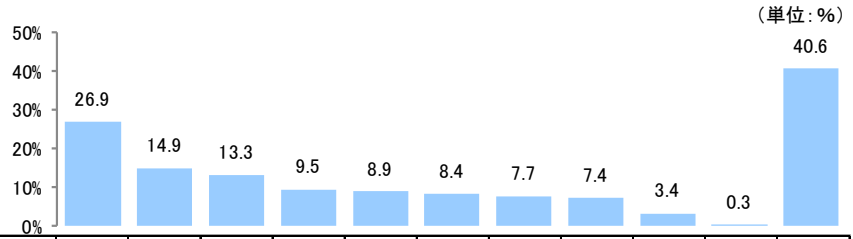


7. 豆類を消費する上で障害 (ネック) となること

- 「その他」や「あてはまるものはない」を除くと、最も多かったのは「調理の手間がかかる」で 26.9%であった。続いて「調理方法がわからない」が 14.9%、「価格が高い」が 13.3%となった。
- 「あてはまるものはない」が 40.6%と最も多かった点については、「特になし」という選択肢がないため、一部はこれが含まれている可能性がある。
- 代表的な豆類として、あずきと赤いんげん豆を対象に喫食形態別にクロス集計をした。あずき、赤いんげん豆ともに、自分で調理する人にとっては調理の手間がかかることや価格面がネックとなっている。また赤いんげん豆を自分で調理する人は、他の豆も喫食しているとみられ、普段利用しているスーパー等に欲しい豆がないことも課題となっている（「6.乾燥豆や加工食品、惣菜を購入したチャネル」で赤いんげん豆を内食で食べている人は EC での購入比率が全体より高かった）。
- あずきや赤いんげん豆を内食で喫食している人は「食べすぎるとガスがたまりやすい」ことを認知している人が多く、全体より比率が高くなる傾向がみられた。なお、参考として示したとおり、喫

食頻度が高い人でも同様の傾向がみられた。

- 「調理方法がわからない」や「豆の具体的な健康効果がよくわからない」などの知識不足に起因した課題は、外食で喫食している人に多い傾向がみられた。



		該当数	調理の手間がかかる	調理方法がわからない	価格が高い	が欲しい豆等がない	普段利用している	費しきれなく、消費	内容量が多い	好まない家族がいる	同居の家族に豆を	が食べすぎるとガス	食たまりやすい	ないが具体的な健康	効果がよいかわから	豆の具体的な健康	る懸念がある	アレルギーに対する	その他	あてはまるものは
全体		1,923	26.9	14.9	13.3	9.5	8.9	8.4	7.7	7.4	3.4	0.3	40.6							
あずきの喫食形態	自分で調理して食べた	295	38.3	6.8	19.7	11.9	8.5	7.1	11.2	6.1	4.7	0.3	35.6							
	同居する家族が調理したものを食べた	400	25.5	14.5	12.5	10.3	9.8	7.3	8.3	8.0	5.0	0.3	44.3							
	加工食品や惣菜を買って食べた	1,096	28.1	15.3	12.9	8.1	9.4	8.2	7.2	7.5	2.4	0.5	40.9							
	外食で食べた	193	29.0	21.2	11.4	9.3	14.0	10.9	6.7	6.7	2.1	0.0	37.3							
	その他	11	36.4	45.5	18.2	18.2	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	18.2							
赤いんげん豆の喫食形態	自分で調理して食べた	141	36.2	9.9	23.4	16.3	7.8	9.9	12.8	11.3	7.8	0.7	34.8							
	同居する家族が調理したものを食べた	153	25.5	18.3	15.0	14.4	13.7	7.8	14.4	6.5	7.8	0.0	37.3							
	加工食品や惣菜を買って食べた	343	34.1	13.4	15.2	10.5	10.8	6.4	9.6	6.1	3.5	0.3	37.6							
	外食で食べた	55	36.4	25.5	20.0	16.4	14.5	9.1	21.8	18.2	10.9	0.0	27.3							
	その他	5	60.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0						

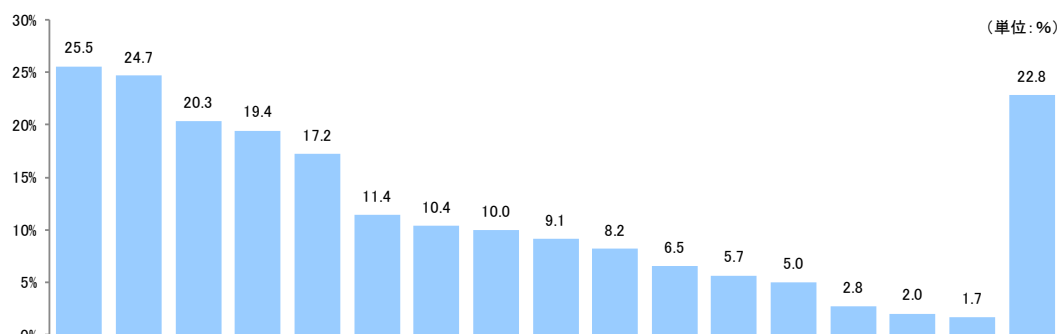
参考: 赤いんげん豆の喫食頻度

月1回以上	360	31.4	12.8	12.8	12.2	9.7	8.3	13.3	7.5	5.3	0.6	36.4
-------	-----	------	------	------	------	-----	-----	------	-----	-----	-----	------

8. 調理するための情報入手先

- 全体では「家族から教えてもらう」が 25.5%で最も多く、続いて「WEB のレシピサイト」が 24.7%、「レシピアプリ」が 20.3%、「料理レシピ本」が 19.4%、「テレビの料理番組」が 17.2%となった。
- あずきと赤いんげん豆の喫食形態として、自分で調理して食べた人に限定すると、あずきについては 1 位が「WEB のレシピサイト」、2 位が「家族から教えてもらう」、3 位が「料理レシピ本」となった。また赤いんげん豆についても 1 位は「WEB のレシピサイト」で、2 位が「料理レシピ本」、3 位が「レシピアプリ」となった。
- 性年代別（女性に限定）で分析すると、10～20 代の若年層は「家族から教えてもらう」が 1 位で、30～60 代は「WEB のレシピサイト」が 1 位（なお 60 代はレシピアプリも同率 1 位）、70 代は「料理レシピ本」が 1 位となるなど、年代による差が表れた。
- 「テレビの料理番組」も年代差が明確にみられており、70 代は 30.4%で 2 位、60 代は 21.0%で 4

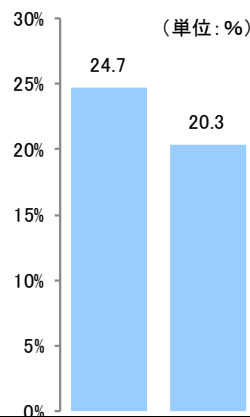
位だったが、他の年代は全体の比率を下回った。



		該当数	家族から教えてもらう	WEBのレシピサイト (パソコン/スマートフォンで閲覧)	テレビの料理番組	料理レシピ本	料理雑誌	食品メーカーのホームページ	スーパーストアのレジに置かれている	友人から教えてもらう	Instagram	(Twitter)	クチコミ	ブログ	料理教室	Facebook	その他	わからない	
全体		1,378	25.5	24.7	20.3	19.4	17.2	11.4	10.4	10.0	9.1	8.2	6.5	5.7	5.0	2.8	2.0	1.7	22.8
喫食形態	自分で調理して食べた(あずき)	295	29.8	31.5	24.1	28.5	24.4	16.3	12.5	11.2	12.5	9.2	8.5	6.1	5.8	4.1	4.1	3.4	10.8
	自分で調理して食べた(赤いんげん豆)	141	26.2	38.3	32.6	34.8	24.1	17.7	22.0	14.9	14.2	11.3	13.5	7.1	9.9	8.5	5.7	1.4	9.2
年代別	女性10代	112	34.8	23.2	29.5	17.9	10.7	5.4	5.4	4.5	11.6	19.6	9.8	7.1	6.3	0.9	2.7	3.6	22.3
	女性20代	91	30.8	26.4	23.1	17.6	16.5	11.0	17.6	9.9	9.9	18.7	13.2	9.9	6.6	5.5	3.3	0.0	18.7
	女性30代	92	23.9	32.6	30.4	17.4	17.4	16.3	17.4	15.2	5.4	12.0	10.9	4.3	3.3	3.3	2.2	2.2	13.0
	女性40代	86	24.4	36.0	19.8	19.8	15.1	10.5	11.6	8.1	8.1	11.6	3.5	7.0	5.8	1.2	3.5	2.3	17.4
	女性50代	97	28.9	36.1	19.6	17.5	14.4	7.2	11.3	10.3	8.2	7.2	2.1	0.0	5.2	0.0	0.0	3.1	19.6
	女性60代	105	23.8	28.6	28.6	26.7	21.0	13.3	7.6	10.5	16.2	3.8	0.0	1.0	3.8	1.9	0.0	4.8	5.7
	女性70代	115	29.6	27.0	19.1	33.9	30.4	17.4	9.6	9.6	16.5	3.5	1.7	5.2	2.6	2.6	1.7	3.5	7.8

■WEB のレシピサイトとレシピアプリの利用差

- WEB のレシピサイトとレシピアプリの利用状況について、豆類の喫食形態や属性による違いがみられるかを分析した。下図でポイント差がプラスの場合は WEB のレシピサイトの比率が高い属性である。
- 全体では WEB のレシピサイトの比率がレシピアプリの比率を 4.4pt 上回った。これは、あずきと赤いんげん豆を自分で調理して食べた人においても、概ね同様の傾向がみられた。
- 性年代別（女性に限定）でみると、10代はレシピアプリの比率が 6.3pt 上回った。20～30代は WEB のレシピサイトとレシピアプリの比率がほぼ拮抗したが、40～50代については WEB のレシピサイトの比率が 10pt 以上高くなった。60代は同率、70代は WEB のレシピサイトの比率が 7pt 程度高かった。



		該当数	フヘW オパE ンソB でコ 関覧レ シ スマ サイト	でトレ 関覧フ シ オン 、ブ タリ プヘ レス スマ ット	ポ イ ン ト 差
全 体		1,378	24.7	20.3	4.4
喫食形態	自分で調理して食べた	295	31.5	24.1	7.5
	自分で調理して食べた	141	38.3	32.6	5.7
性年代別	女性10代	112	23.2	29.5	-6.3
	女性20代	91	26.4	23.1	3.3
	女性30代	92	32.6	30.4	2.2
	女性40代	86	36.0	19.8	16.3
	女性50代	97	36.1	19.6	16.5
	女性60代	105	28.6	28.6	0.0
	女性70代	115	27.0	19.1	7.8

III. 考察

1. 豆類の認知率・喫食率について

各豆類の認知率と喫食率の傾向を分析するため、縦軸に認知率、横軸に喫食率をとり、交点はいずれも 50%としてポジショニングマップを作成した（図は次ページ）。

全体的な傾向として、認知率と喫食率のポジショニングマップから、あずき、大納言あずき、白いんげん豆など、餡製品として喫食されている豆類は認知率・喫食率ともに高くなった。あずき、大納言あずき、白いんげん豆を使用した和菓子等の餡製品は、商品化実績が豊富であること、また煮豆は中高年層に喫食層が限定されているのに対し、和菓子等の餡製品は煮豆と比べると比較的幅広い層から喫食されているためと推察される。

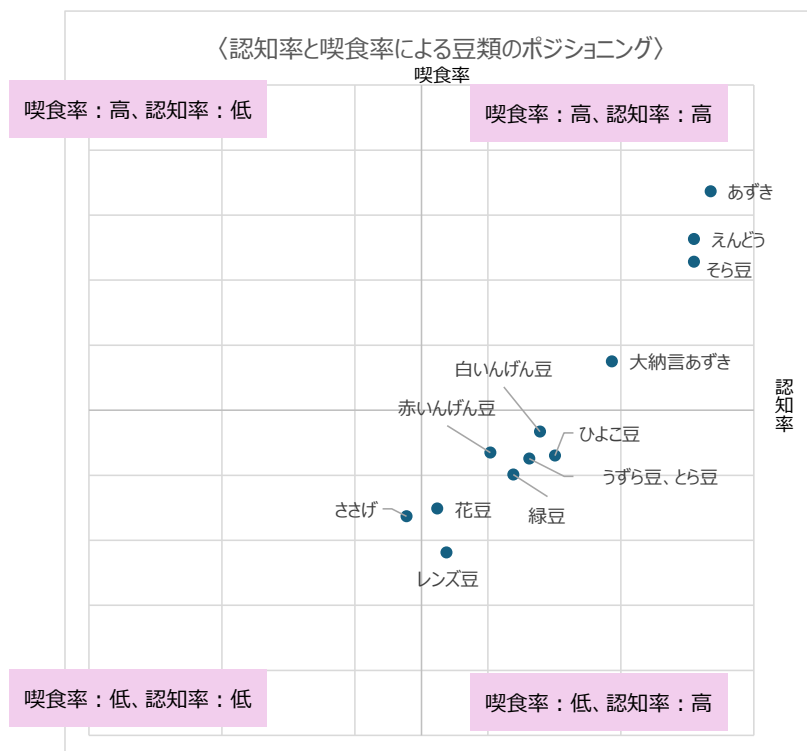
えんどう、そら豆も、あずき、大納言あずきと同様に認知率・喫食率ともに 50%以上のセグメントとなったが、野菜と混同している可能性も考えられる。

ひよこ豆、うずら豆・とら豆、赤いんげん豆、緑豆、花豆、レンズ豆の認知率は比較的高かったものの喫食率が低く、“認知しているが食べたことがない”という人が多いことが課題である。ただし、ひよこ豆やレンズ豆は海外で食経験が豊富な豆類で、赤いんげん豆等と比べて日本での食経験が浅いといえる。それにも関わらず、特にひよこ豆は、赤いんげん豆やうずら豆・とら豆等と同程度の認知率・喫食率となっており、短期間で認知率・喫食率が向上した豆類だとみることができる。

ひよこ豆がどのようなメニューで日本の食シーンに浸透してきたかについては、サラダ、洋風煮込み料理での喫食が多い点が特徴的であった。赤いんげん豆などの伝統的な豆類は、煮豆での喫食が多く、食の洋風化が広がる中で煮豆の喫食層が限定され、市場縮小に繋がっているため、短期間で認知率・喫食率が向上したひよこ豆をモデルケースとして、赤いんげん豆などの伝統的な豆類の喫食メニュー多様化に取り組み、需要縮小に歯止めをかけることが必要だと考えられる。

ささげについては、野菜としての認知率によって底上げされている可能性を加味しても、認知率・喫食率ともに 50%を下回り、これは今回調査対象とした豆類の中で最も低かった。認知率・喫食率がともに低いことが課題であるが、まずは認知率を高める取組が必要だと考えられる。

なお、野菜との混同の可能性が考えられるえんどう、そら豆、ささげについては、今回の調査における認知率・喫食率と、乾燥豆としての消費実態とは、乖離がある可能性がある。



〈豆類の認知率・喫食率の課題整理と消費維持拡大に向けた視点〉

豆の種類	認知率・喫食率の課題、消費維持拡大のための視点
あずき	今回の調査対象の豆類の中で、認知率・喫食率ともに最も高い豆類。これは餡製品を中心に広く商品化され、消費者との接点が多い為と考えられる。今後の消費維持拡大に向けては、引き続き餡製品の積極的な商品化を業界に呼びかけ、消費者に対しては幅広い年代に対する餡製品の喫食機会拡大・喫食頻度拡大を呼びかけることで安定した消費を維持していくことが期待される。
大納言あずき	一般的なあずきと比較すると、喫食率が低い、認知率は同等に高い。喫食率が低いのは生産量が少なく、価格も高いため、商品数が少ないことに起因していると思われる。今後の消費維持拡大に向けては、高級和菓子店からの一定の需要は底堅いとみられるため（大納言を使用している場合、そのことを標榜する商品が多い）、その需要を満たせる数量の生産維持が重要であると考えられる。
えんどう そら豆	認知や喫食のされ方から、豆類におけるポジションが類似している豆類だとみることができる。認知率・喫食率ともに比較的高いが、乾燥豆の消費量は伸び悩んでいる。野菜としての流通量が多いため、野菜を喫食し「えんどうやそら豆を日常的に喫食している」と考えている消費者が多いのではないかと考えられる。今後、乾燥豆の消費量を伸ばしていくためには、野菜のえんどうやそら豆と、乾燥豆の相違点（栄養的な相違点、食味、料理の幅など）を訴求することが必要ではないかと考えられる。
白いんげん豆	認知率・喫食率ともに、全豆類における相対評価としては中間的なポジショニ

豆の種類	認知率・喫食率の課題、消費維持拡大のための視点
	<p>ングであるが、50%を基準にした絶対評価では喫食率がやや低い。他の豆類と異なり、白いんげん豆は菓子と食事系メニューの両方で消費される豆類であり、今後の消費維持拡大においては、それぞれを消費拡大することが求められる。ただ、煮豆・和菓子ともに食の洋風化の中で緩やかなダウントレンドであるため、その他の領域開拓も必要である。この点について、煮豆、和菓子に続く喫食メニューは「サラダ」であることから、サラダでの食べ方提案を強化することが有用であると推察される。</p>
赤いんげん豆	<p>煮豆で長い喫食経験があり、国内でも生産されている豆類としては認知率が低いことが課題とみられる。例えばひよこ豆との比較では喫食率は同程度であるのに対して、認知率は10pt程度低い。“大正金時”や“レッドキドニー”は商品名やサラダ豆に含まれる豆としてパッケージに表示されていることが多いため、喫食層の拡大が課題ではないかと推察される。</p>
うずら豆、とら豆 花豆	<p>高級菜豆の国内生産は極めて少なくなっており、輸入品が中心となっていること、また商品化事例もほとんど煮豆に限定され、煮豆のラインナップの中でも二番手、三番手となっているため、今後の消費維持拡大には煮豆以外での商品化拡大が必要であると考えられる。</p> <p>花豆は甘納豆としての商品化事例もあるが、甘納豆の市場が縮小しているため、認知率・喫食率の拡大にはプラス影響は与えていないとみられる。</p>
ひよこ豆	<p>認知率・喫食率は赤いんげん豆や白いんげん豆などと同等であるが、日本での喫食経験や国内生産がほぼ行われていないことを考えると、短期間で認知度は高まった豆類であると考えられる。サラダ、洋風煮込み料理で認知・喫食を獲得しているとみられる。</p>
緑豆	<p>緑豆は、日本では豆としての消費より、もやしやはるさめなどの加工用原料として使用されるケースが多いとみられる。これらの加工品に「緑豆もやし」「緑豆はるさめ」などと表示されていることが認知度に繋がっているとみられるが、豆として消費されていないため、喫食率は低くなっていると推察される。</p>
ささげ	<p>調査対象の豆類の中で認知率・喫食率がともに低く、いずれも課題とみられる。関東では赤飯にささげを使用するが、関西ではあずきを使用するなど、地域性がある点も関係しているとみられる。また、ささげも野菜として食されることがあるため、その混同がみられる点に留意が必要である。</p>
レンズ豆	<p>海外で食経験が豊富な豆という点では、ひよこ豆とポジションに近いが、認知率や喫食率はひよこ豆より低い。レンズ豆の特徴として海外で洋風煮込み料理の食材として使用されることが多いため、日本でも海外の料理メニューや外食産業と連携した情報発信によって、認知・喫食率の拡大に取り組むことが有用であると推察される。</p>

(調査結果から矢野経済研究所による分析)

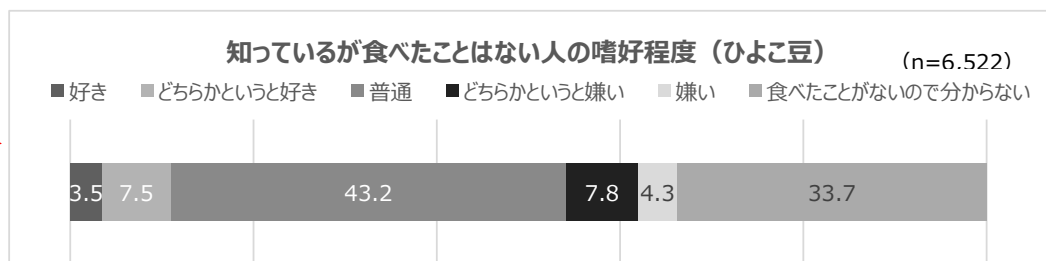
2. 認知率と喫食率の乖離について

豆類の認知喫食状況において、「知っているが食べたことがない」と回答した人の比率はいずれの豆類も 1~3 割存在した。最も高かったのはひよこ豆で、年代別の構成は回答者全体の年代構成と大きく変わらなかった。また、嗜好程度とクロス集計すると、「どちらかという嫌い」+「嫌い」の比率は 12.1%にとどまり、「普通」(43.2%) や「食べたことがないので分からない」(33.7%) が高かったことから、手に取るきっかけがあれば、喫食層に引き上げることも可能なのではないかと推察される。年「知っているが食べたことがない」の回答者に年代的な偏りもあまり見られないため、特定の年代をターゲットにするより、幅広い年代に向けたトライアル獲得に繋がる取組が必要だと考えられる。

また、赤いんげん豆、白いんげん豆も回答者全体の年代構成と大きく変わらないことから、ひよこ豆と同様に幅広い年代に向けたトライアル獲得に繋がる取組を推進することが必要だと考えられる。あずきについては、10~30 代の比率が回答者全体の年代構成より高かった。この年代を意識し、和菓子など餡製品をきっかけにし、一度も食べたことがない人を 1 人でも減らすための取組が必要である。

「知っているが食べたことがない」人の年代別内訳

	(n)	(%)	年代別 (%)						
			10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
回答者全体	24,078	100.0	6.8	12.1	15.7	17.3	18.1	16.5	13.6
ひよこ豆(ガルバンゾー)	6,522	27.1	6.1	12.3	16.3	17.2	17.8	16.7	13.6
レンズ豆	6,174	25.6	4.8	10.4	15.3	18.1	18.6	18.1	14.7
緑豆	5,717	23.7	5.7	11.3	16.0	17.2	18.6	17.3	14.0
うずら豆、とら豆	5,706	23.7	6.6	12.8	16.5	18.3	18.7	16.0	11.1
大納言あずき	5,093	21.2	9.9	15.4	17.7	18.4	16.7	13.2	8.8
白いんげん豆(手亡豆、大福豆)	5,087	21.1	7.2	13.8	16.3	18.4	18.6	15.1	10.6
そら豆	4,375	18.2	9.2	18.2	20.0	18.8	15.7	11.6	6.4
花豆(白花豆、紫花豆)	4,208	17.5	6.5	13.3	16.6	17.6	18.0	16.1	11.8
赤いんげん豆(金時豆、レッドキドニー)	4,073	16.9	7.9	13.4	16.8	17.3	18.2	15.3	11.0
えんどう	3,529	14.7	9.2	18.3	21.0	18.8	14.8	11.8	6.0
ささげ	3,387	14.1	6.3	12.6	17.3	18.5	18.0	15.4	11.8
あずき	2,373	9.9	11.4	21.0	20.8	17.7	14.3	10.4	4.3



3. 喫食メニューについて

あずきをはじめ、菓子として食されることが多い豆類は、引き続き和菓子やあんぱんなどの餡製品をきっかけとして、従来以上に幅広い消費者層に食べてもらうための施策を実行することが消費拡大に繋がると考えられる。純粋な和菓子としての消費に加えて、ここ数年、あんバターの人気が継続していることに鑑みると、バターやクリームなどと組合せた和洋折衷の商品も消費拡大に貢献すると考えられる。

赤いんげん豆、うずら豆・とら豆、花豆など、煮豆としての喫食が多い伝統的な豆類は、喫食メニューが煮豆に集中する傾向がみられた。このことが消費層の限定、消費量の減少に繋がっていると考えられるため、今後は煮豆以外への喫食メニューの拡大が必要だと考えられる。

この点について、「(1) 豆類の認知率・喫食率について」でも述べたように、ひよこ豆の事例を参考にし、喫食メニューの多様化に向けた取組を進めていくことが考えられる。ひよこ豆は、赤いんげん豆などの伝統的な豆類と比べて、日本での食経験が浅いにもかかわらず、同程度の認知率・喫食率となっており、その喫食メニューは、サラダが43.4%で1位、洋風煮込み料理が31.3%で2位となった。赤いんげん豆も、煮豆に続いて比率が高かったのはサラダ(21.4%)で、これはレッドキドニーがミックスビーンズ(サラダ豆と表されることもある)でよく採用されていることを反映しているとみられる。サラダとしての喫食拡大は、“食の洋風化”、“健康志向”、“調理の簡便化”という日本の食トレンドともマッチしており、特に若年層における消費拡大を狙う上では、必要な切り口であると考えられる。

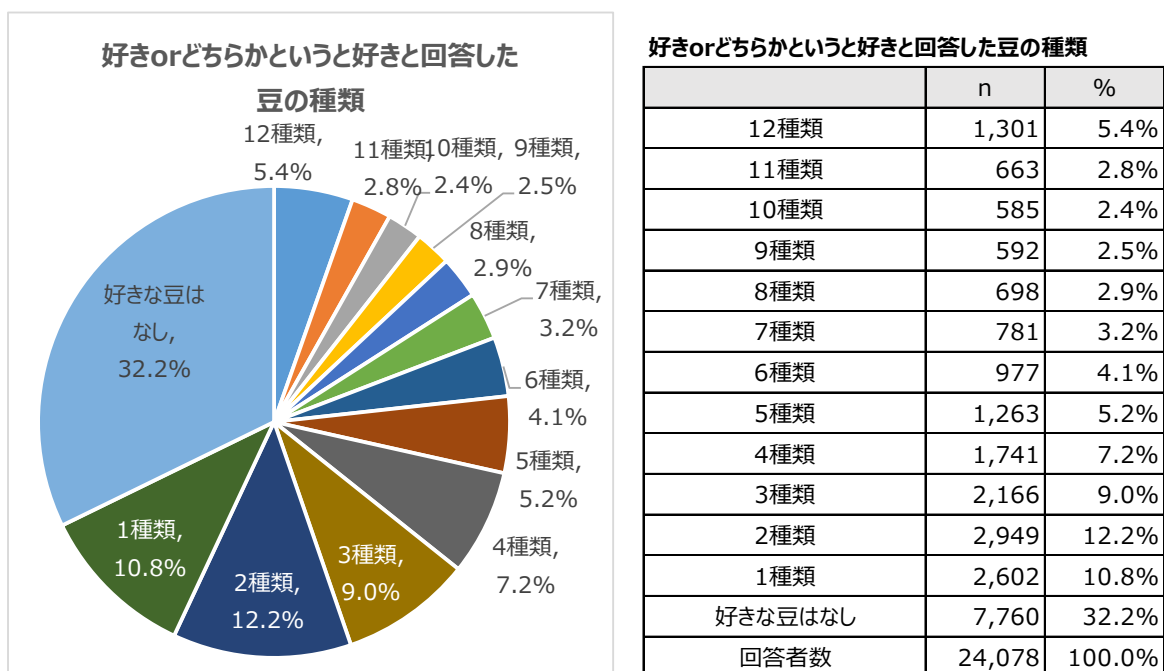
白いんげん豆については、主な喫食メニューとして、和菓子と煮豆などの食事系メニューの2つに分かれる。和菓子としての消費量拡大は、あずきと同様に、白いんげん豆を使用した和菓子をより幅広い層に食べてもらうための施策を展開し、消費量の維持拡大に繋げていくことが望ましい。一方、食事系メニューは、現状では煮豆に限定されており、このことが喫食層の限定、消費量の減少に繋がっていると考えられることから、今後は煮豆以外への喫食方法の多様化が必要だと考えられる。この点について、煮豆(34.0%)に続いて比率が高かった喫食メニューは、サラダ(15.1%)、和風煮込み料理(11.1%)、洋風煮込み料理(9.2%)で、サラダの比率が高かった点に着目し、赤いんげん豆とともにサラダとしての喫食拡大提案を強化することで、若年層の認知率・喫食率向上に繋げていくことが適切ではないかと考える。

4. 嗜好程度について

あずきなどの 12 種類の豆類を対象に、「好き」「どちらかという好き」「普通」「どちらかという嫌い」「嫌い」「食べたことがないので分からない」の中から選択させた嗜好程度の調査結果について、回答者 1 人当たり何種類の豆類に対して「好き」または「どちらかという好き」と回答したかを分析した。

回答者 24,078 人のうち、1 つも「好き」「どちらかという好き」と回答しなかった人（全て「普通」と回答した人も含む）は全体の 32.2% だった。言い方を変えれば、約 7 割の消費者は、1 種類以上の豆に対して「好き」または「どちらかという好き」と回答している結果となった。

同時に選択している豆の種類は、1~4 種類が 10% 前後で並び、平均値は 3.29 種類だった。このことから、1 人当たり概ね 3 種類程度、好きな豆類があることがうかがえる。



1人あたり平均3.29種類の豆類を「好き」または「どちらかという好き」と回答したという結果に関して、性別、年代、地域による特徴有無を分析した。

性別では、女性の方が様々な豆を幅広く好む傾向がみられた。1人あたりの「好き」または「どちらかという好き」と回答した豆の種類の平均値（以下、1人あたり平均値）は男性2.80種類に対して女性3.76種類となった。

年代別では、50～70代が様々な豆を幅広く好む傾向がみられ、1人あたり平均値は50代が3.43種類、60代が4.09種類、70代が5.16種類となり、全体より高かった。一方、10～40代は約4割が0種類（全ての豆類に対して「普通」「どちらかという嫌い」「嫌い」「食べたことがないので分からない」のいずれかを選択）と回答している点は課題である。また、1種類の豆類を「好き」または「どちらかという好き」と回答した10～40代（n=1,494）のうち、あずきを選択した人は799人（53.5%）で圧倒的に多かった。将来的な消費層育成に向けて、10～30代に対してはあずきをきっかけに豆を食べてもらおう取組が必要だと考えられる。

地域別では、北海道、東北、関東といった東日本において、1人あたり平均値が全体を上回っており、様々な豆類を幅広く好む傾向がみられたが、性別や年代別と比べると差異は小さいため、明らかな偏りはないのではないかと考えられる。

「好き」または「どちらかという好き」と回答した豆の種類と1人あたりの平均値

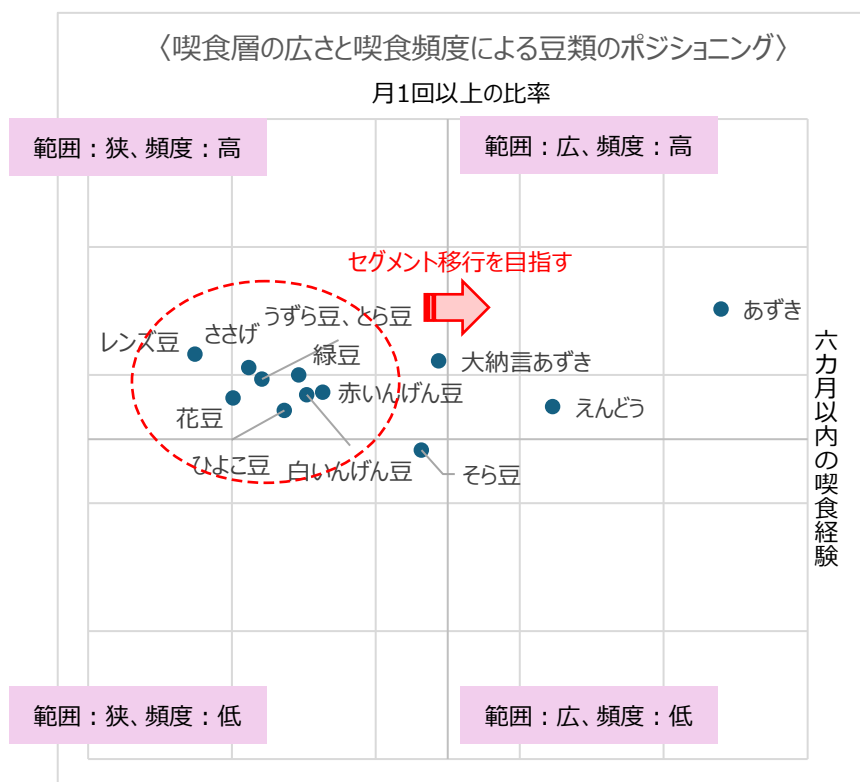
		0種類	1種類	2種類	3種類	4種類	5種類	6種類	7種類	8種類	9種類	10種類	11種類	12種類	平均値
全体		32.2%	10.8%	12.2%	9.0%	7.2%	5.2%	4.1%	3.2%	2.9%	2.5%	2.4%	2.8%	5.4%	3.29
性別	男性	36.5%	11.6%	12.7%	8.9%	7.4%	4.8%	3.6%	2.5%	2.2%	1.8%	1.8%	1.9%	4.2%	2.80
	女性	28.2%	10.1%	11.8%	9.1%	7.0%	5.7%	4.5%	3.9%	3.5%	3.1%	3.0%	3.5%	6.6%	3.76
年代別	10代	41.3%	15.8%	13.7%	8.2%	6.6%	3.1%	2.6%	1.3%	1.7%	1.4%	0.9%	0.9%	2.5%	2.10
	20代	46.3%	12.0%	11.5%	7.4%	5.6%	3.4%	3.1%	1.6%	1.5%	1.1%	1.5%	1.6%	3.3%	2.21
	30代	43.0%	11.7%	12.8%	7.1%	5.5%	4.0%	2.1%	2.0%	1.7%	1.6%	2.0%	1.8%	4.7%	2.51
	40代	37.6%	10.7%	13.4%	8.5%	6.6%	4.2%	3.3%	2.4%	2.0%	2.0%	1.8%	2.6%	4.9%	2.86
	50代	31.0%	10.9%	12.1%	9.8%	6.7%	5.1%	4.3%	3.0%	2.9%	2.3%	2.7%	2.8%	6.5%	3.43
	60代	20.9%	10.1%	12.6%	10.8%	8.8%	6.6%	5.2%	4.7%	4.0%	2.8%	3.2%	3.6%	6.6%	4.09
	70代	11.2%	7.2%	9.9%	10.4%	10.5%	9.3%	7.3%	6.7%	5.9%	5.5%	4.1%	5.0%	7.3%	5.16
地域別	北海道	33.0%	11.0%	10.4%	8.1%	6.6%	5.1%	3.8%	3.7%	3.7%	2.5%	2.2%	3.4%	6.5%	3.46
	東北	32.9%	11.2%	12.2%	8.6%	7.0%	4.5%	3.9%	3.1%	2.5%	2.5%	2.2%	2.7%	6.7%	3.31
	関東	31.9%	10.0%	11.8%	8.1%	6.7%	4.8%	4.0%	3.2%	2.8%	2.4%	3.1%	3.2%	7.9%	3.60
	中部	31.7%	11.0%	13.9%	9.2%	7.9%	5.6%	3.9%	2.9%	2.9%	2.5%	2.2%	2.3%	4.1%	3.11
	近畿	32.0%	10.2%	12.4%	10.7%	7.9%	6.1%	4.1%	3.2%	2.7%	2.1%	2.1%	2.6%	4.0%	3.14
	中四国	32.6%	12.4%	12.9%	9.7%	7.3%	5.2%	4.1%	3.7%	2.7%	2.3%	2.0%	2.0%	3.2%	2.95
	九州沖縄	31.9%	10.5%	12.0%	8.8%	7.5%	5.7%	4.7%	3.1%	3.3%	2.9%	2.8%	2.9%	3.9%	3.28

5. 喫食層の拡大と喫食頻度向上の視点による課題整理

各豆類の直近6カ月以内の喫食経験有の比率と、月1回以上喫食している人の比率から、喫食層の広さと喫食頻度の高さに関するポジショニングマップを作成した。縦軸は月1回以上喫食していると回答した人の比率、横軸は直近6カ月以内に喫食経験があると回答した人の比率で、交点はいずれも50%とした。

喫食層が広く、喫食頻度も高い傾向にあるのは、あずきとえんどうで、大納言あずきやそら豆もそれに近かった（ただし、そら豆やえんどうは野菜が含まれる可能性がある）。一方、その他の多くの豆類は、喫食層が狭く、喫食頻度は高いセグメントとなったことから、喫食層を拡大することで、右上セグメントを目指すことが消費の維持拡大に繋がるものと推察される。

ただし、ここにおける“喫食頻度が高い”の基準は、上で述べたとおり月1回以上喫食している人の比率が50%を上回っているかで判断しているため、縦軸の下限値の設定により点線枠内の豆類や大納言あずきは喫食層狭・喫食頻度低のセグメントに属する可能性もある。そのため、喫食層の拡大・喫食頻度の向上の両方をバランス良く展開していく必要があると考えられる。



(矢野経済研究所作成)

6. 喫食頻度と喫食方法の関連性

代表的な豆類であるあずきと赤いんげん豆について、喫食頻度と喫食方法の関係性を分析した。あずきと赤いんげん豆に共通する傾向は、喫食頻度の高い人(週1回以上等)は自分で調理する比率が高いことと、1年に1回程度しか食べない人は外食で食べている比率が高いことであった。その上で、あずきの喫食頻度が高い人は、自分で調理して食べると同時に加工食品や惣菜購入も併用する傾向がみられた。他方、赤いんげん豆の喫食頻度が高い人は、自分で調理または同居人が調理したものを食べる人に多く、加工食品や惣菜を購入する人は、喫食頻度が2~3ヵ月に一度などやや低い人に多かった。このことから、ライトユーザーの獲得には中食・外食分野を通じた消費拡大が必要だと考えられる。

喫食頻度と喫食方法の関係性(あずき)

		喫食方法					
		該当数	自分で調理して食べた	同居したものを家族が食べた	加工食品や惣菜を買った	外食で食べた	その他
全体		1,692	17.4	23.6	64.8	11.4	0.7
喫食頻度	週1回以上	204	28.4	17.6	73.0	12.7	1.5
	2週に1回程度	303	19.1	19.5	71.3	10.2	0.7
	3週に1回程度	203	16.3	21.2	70.0	10.3	0.5
	1か月に1回程度	480	14.4	25.6	65.8	10.2	0.2
	2~3か月に1回程度	316	14.6	26.6	61.7	9.5	0.9
	6か月に1回程度	126	18.3	34.1	45.2	11.9	0.0
	1年に1回程度	60	13.3	20.0	35.0	35.0	1.7
	月1回以上	1,190	18.3	21.9	69.2	10.7	0.6

喫食頻度と喫食方法の関係性(赤いんげん豆)

		喫食方法					
		該当数	自分で調理して食べた	同居したものを家族が食べた	加工食品や惣菜を買った	外食で食べた	その他
全体		628	22.5	24.4	54.6	8.8	0.8
喫食頻度	週1回以上	38	50.0	28.9	50.0	13.2	2.6
	2週に1回程度	72	26.4	34.7	44.4	2.8	0.0
	3週に1回程度	88	23.9	27.3	54.5	4.5	1.1
	1か月に1回程度	162	21.6	23.5	56.2	9.3	0.0
	2~3か月に1回程度	154	21.4	15.6	61.7	8.4	0.0
	6か月に1回程度	75	13.3	28.0	56.0	9.3	4.0
	1年に1回程度	39	10.3	25.6	41.0	23.1	0.0
	月1回以上	360	26.1	27.2	52.8	7.2	0.6

7. 家庭で調理したものを食べる人¹が利用する商品形態、併用状況や喫食頻度との関係性

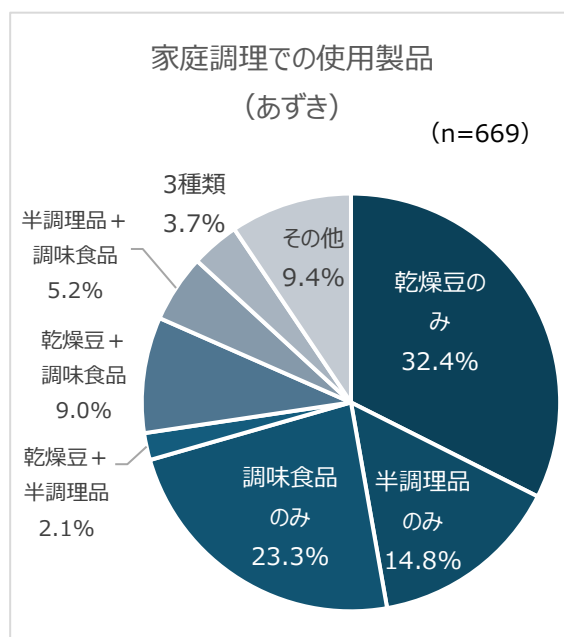
7-1. 利用する商品形態

■あずき

あずきについては、家庭で調理したものを食べる人 669 人のうち、利用する商品形態が 1 種類の人は 532 人 (79.5%)、2 種類が 112 人 (16.7%)、3 種類が 25 人 (3.7%) だったことから、何かしらを併用している人が約 2 割存在すると推察される。

1 種類の商品形態を利用している 532 人のうち、乾燥豆を使用しているのは 217 人 (40.8%)、半調理品 (水煮など) は 99 人 (18.6%)、調味食品 (餡など) は 156 人 (29.3%) となった。つまり 4 割は乾燥豆のみを使用しているが、餡のみを使用している人も 3 割程度おり、餡製品の展開によって異なる需要を獲得しているとみることができる。つまり、手軽に調理できる餡を使ったレシピ提案などを行うことで、乾燥豆のユーザーとは異なる層の需要を取り込むことができているのではないかと考えられる。

なお、2 種類を併用している 112 人のうち、60 人 (53.6%) は乾燥豆と餡を併用していた。乾燥豆と半調理品の併用は 14 人 (12.5%)、半調理品と餡の併用は 35 人 (31.3%) だった。

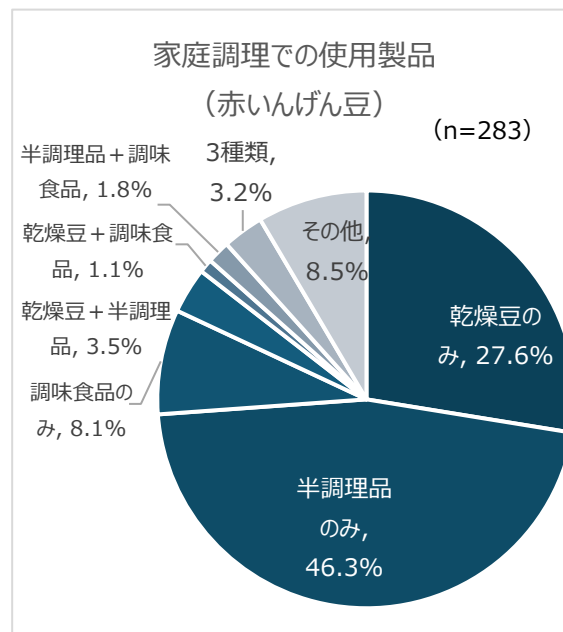


¹ 自分で調理する人+同居する家族が調理したものを食べる人

■赤いんげん豆

赤いんげん豆については、家庭で調理したものを食べる人 283 人のうち、利用する商品形態が 1 種類の方は 232 人 (82.0%)、2 種類が 18 人 (6.4%)、3 種類が 9 人 (3.2%) だったことから、何かしらを併用している人が約 2 割存在すると推察される。

1 種類の商品形態を利用している 232 人のうち、乾燥豆を使用しているのは 78 人 (33.6%)、半調理品 (水煮豆など) は 131 人 (56.5%)、調味食品は 23 人 (9.9%) となった。5 割以上が水煮豆などの半調理品のみを使用しており、乾燥豆のみを使用している人の比率を大きく上回っている。元々、乾燥豆を使用していた人が、半調理品の出現によってそちらに移行したのか、あるいは手軽な半調理品の出現によって乾燥豆では獲得できていなかった需要を取り込むことができているかは判然としないが、現状は手軽な半調理品があることで、家庭での調理需要を取り込むことができていることがわかる。また、2 種類以上を併用している人は全体の 1 割未満と少なく、あずきと比べても利便性が重視される傾向がうかがえる。



7-2. 利用する商品形態の併用状況

代表的な豆類であるあずきと赤いんげん豆について、自分で調理する人が乾燥豆や水煮豆をどの程度併用しているかを分析した。

あずきについては、自分で調理して食べる 669 人のうち、316 人 (47.2%) が乾燥豆を使用していた。そのうち、あんこなどの調味食品も使用している人は 26.9%、水煮豆などの半調理品も使用している人は 12.3%であり、一部併用する人結果となった。

赤いんげん豆については、自分で調理して食べる 283 人のうち、155 人 (54.8%) は水煮豆などの半調理品を使用しており、乾燥豆の比率より高かった。そのうち、10%前後が乾燥豆や調味食品を併用していることが明らかとなった。

あずき (単位: %)

	該当数	乾燥豆	あな るど も半 豆の 調・ 理蒸 して 豆	あこ るも の調 味(蒸 しあ てん)	調味 食品 (あん こ)	その他	わ か ら な い
全体	669	47.2	25.9	41.7	0.7	8.7	
Q 4 - 1	乾燥豆	316	100.0	12.3	26.9	0.0	0.0
	水煮豆・蒸し豆など半調理してあるもの	173	22.5	100.0	34.7	0.0	0.0
	調味食品(あんこなど調味してあるもの)	279	30.5	21.5	100.0	1.1	0.0
	その他	5	0.0	0.0	60.0	100.0	0.0
	わからない	58	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

赤いんげん豆 (単位: %)

	該当数	乾燥豆	あな るど も半 豆の 調・ 理蒸 して 豆	あこ るも の調 味(蒸 しあ てん)	調味 食品 (あん こ)	その他	わ か ら な い
全体	283	35.3	54.8	14.1	1.1	7.4	
Q 4 - 5	乾燥豆	100	100.0	19.0	12.0	0.0	0.0
	水煮豆・蒸し豆など半調理してあるもの	155	12.3	100.0	9.0	0.0	0.0
	調味食品(あんこなど調味してあるもの)	40	30.0	35.0	100.0	0.0	0.0
	その他	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	わからない	21	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

7-3. 利用する商品形態と喫食頻度との関連性

代表的な豆類であるあずきと赤いんげん豆について、乾燥豆や半調理品、調味食品の利用状況と喫食頻度の関連性を分析した。

あずきについては、喫食頻度を問わず、家庭で調理したものを食べる人の60～70%は乾燥豆を調理していることが明らかとなった。それと同時に一定数があんこなどの調味食品を併用しており、週1回以上など喫食頻度が高い人ほどその傾向が強いことが分かった。他方、喫食頻度が低い人（2～3か月に1回程度やそれ以下など）は、調味食品を購入している人の比率も低い結果となった。

赤いんげん豆については、月1回以上喫食している人は、水煮豆などの半製品を購入している人が60.6%、乾燥豆が46.8%、調味食品が18.1%となり、喫食頻度が高い人でも乾燥豆より水煮豆などの半調理品を使用する人が多いことが明らかとなった。

		該当数	乾燥豆	水煮豆・蒸してあるもの半調理品	調味食品（あんこなど）	その他	わからない
全体		295	68.8	22.0	36.6	0.7	2.4
あずきの喫食頻度	週1回以上	58	74.1	24.1	55.2	0.0	0.0
	2週に1回程度	58	67.2	22.4	41.4	0.0	0.0
	3週に1回程度	33	63.6	21.2	36.4	3.0	0.0
	1か月に1回程度	69	68.1	26.1	33.3	1.4	1.4
	2～3か月に1回程度	46	73.9	17.4	19.6	0.0	6.5
	6か月に1回程度	23	60.9	21.7	30.4	0.0	4.3
	1年に1回程度	8	62.5	0.0	12.5	0.0	25.0
月1回以上		218	68.8	23.9	41.7	0.9	0.5

		該当数	乾燥豆	水煮豆・蒸してあるもの半調理品	調味食品（あんこなど）	その他	わからない
全体		141	48.2	54.6	14.2	0.7	2.8
赤いんげん豆の喫食頻度	週1回以上	19	57.9	73.7	36.8	0.0	0.0
	2週に1回程度	19	47.4	52.6	10.5	0.0	0.0
	3週に1回程度	21	47.6	52.4	9.5	0.0	0.0
	1か月に1回程度	35	40.0	62.9	17.1	0.0	5.7
	2～3か月に1回程度	33	51.5	45.5	6.1	3.0	0.0
	6か月に1回程度	10	50.0	50.0	10.0	0.0	0.0
	1年に1回程度	4	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
月1回以上		94	46.8	60.6	18.1	0.0	2.1

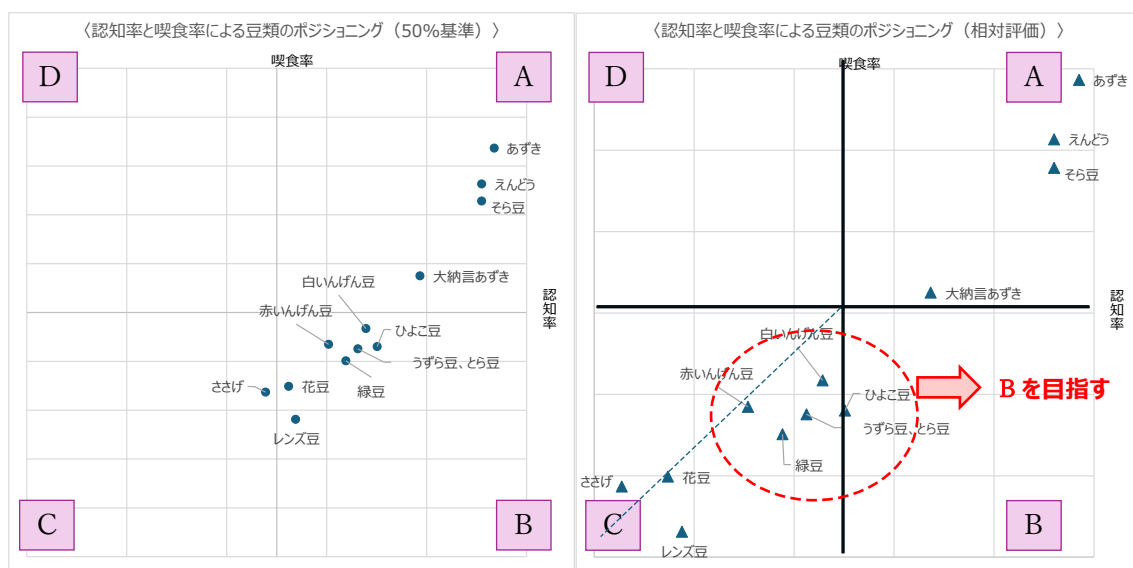
8. 今後の普及啓発事業方向性について

8-1. 全体的な方向性

考察の「1.豆類の認知率・喫食率について」で述べた認知率と喫食率による豆類のポジショニングマップは、50%を基準に高低判断をしており（下図左）、これによれば、認知率が50%を下回っている豆類はささげのみだった。しかし、認知率が最も高いあずきと、最も低いささげをそれぞれ最大値・最小値にとって各豆類の認知度を相対的に評価すると、下図右のようになり、あずき、えんどう、そら豆、大納言あずきは認知率が高く、ひよこ豆は中間、それ以外の豆類は認知度が低いセグメントとなった（セグメントC）。

セグメントCに属する豆類は、認知率向上や喫食率向上に取り組みながら、BまたはDセグメントを目指していくことが必要である。セグメントC点線より右側の豆類（白いんげん豆、ひよこ豆、うずら豆・とら豆、緑豆）については、セグメントBを目指す方が早期実現可能性は高いと考えられるため、認知率向上に優先的に取り組み、それによる喫食率の自然増を期待することがよいのではないかと考えられる。

その他の豆類（花豆、レンズ豆、ささげ）は、認知率・喫食率ともに低いのが現状であるため、認知率・喫食率ともに1人でも増やすことが必要である。



*グラフ左の交点：認知率・喫食率ともに50% グラフ右の交点：認知率（横）70%、喫食率（縦）55%

8-2. 認知率向上に向けた取組の方向性

今回の調査では、各豆類の認知率について、“名前を知っていること”を基準に調査したが、その中には“名前を知っており、栄養的特長まで理解をしている人”と、“名前は知っているが、栄養的特長までは理解していない人”が含まれており、これらは各豆類に対する理解度が異なっている。各豆類を認知している人のうち、理解度がどの程度であるかは今回の調査結果からはわからないが、あずきだけではなく、様々な豆類の消費量を維持拡大していく上では、豆の名称を知っている人を増やすだけではなく、あずきや赤いんげん豆など、それぞれの豆にどのような特長や違いがあるかといった点や、大豆など他の豆類との違い、そら豆、えんどう、ささげなどについては野菜との違いなど、各豆類に対する詳細な“理解度”を高めていく必要があると考えられる。このことについて正しい理解が得られないと、大豆や野菜の豆類を喫食することで、消費者は十分に豆類を摂取していると満足してしまい、あずきやいんげん豆などの豆類の消費量維持拡大には繋がらないのではないかと考えられる。

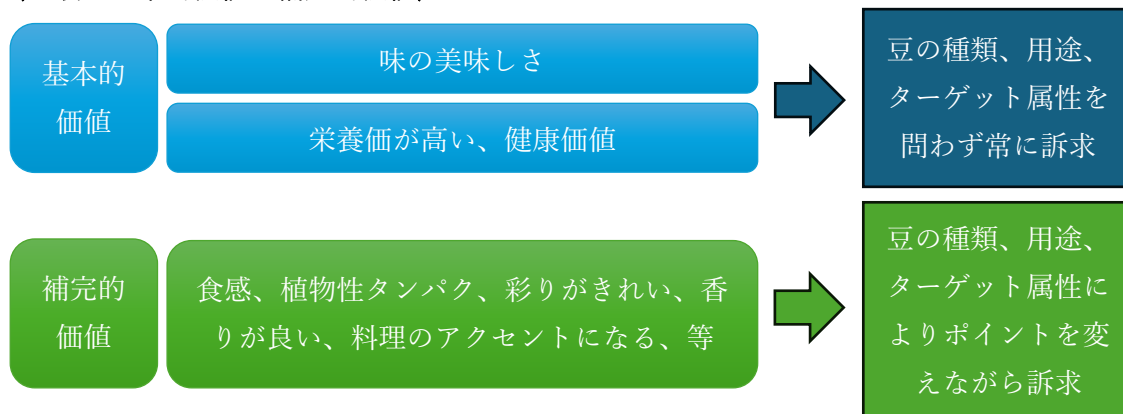
その上で、価値訴求の際、どこに重点を置いて訴求すべきかについて、各豆類を好きな理由について調査した結果²によると、全体的に「味」が好きな理由の1位であり、「栄養価が高い、健康価値」、「食感」が2~3位となる豆が多かった。この傾向は、豆の種類を問わず概ね共通していたため、味の美味しさや栄養価は豆類の“基本的価値”であると理解できる。その他の「香り」、「食感」、「料理のアクセントになる」、「彩りがきれい」などは、回答者の属性や豆の種類によって順位変動がみられたことから、“補完的価値”と理解することができる。

したがって、今後の普及啓発事業において、幅広い消費者に対して豆類の名称や特長を訴求する際には、味の美味しさや栄養価といった基本的価値を前面に出すことを意識し、更なる情報発信が可能な媒体では、各豆類にどのような違い・特長があるのかを発信し、豆類の名称認知だけではなく理解度を向上する取組が必要であると考えられる。

他方、各豆類の用途（料理に使用する豆か、餡製品として食べる豆か）や種類の特徴（赤や緑といった鮮やかな豆、あずきのように風味が豊かな豆等）、またはターゲットとする消費者の年代等により、興味関心を引くポイントが異なることも想定される。例えば、あずきの場合、10~20代では「香り」や「食感」の比率が「栄養価が高い、健康価値」より高くなったことから、この層の興味関心を引くためには“健康に良い”と訴求するより、美味しい、香りがよい、食感がよいなど嗜好的特徴を前面に出した方が訴求力を持つと考えられる。このような場合は、基本的価値や補完的価値の訴求ポイントを適宜変えながら普及啓発に取り組むことがよいと考えられる。

² 各豆類を「好き」または「どちらかというが好き」と回答した人を対象に、豆類を好きな理由をたずねた。

〈豆類の基本的価値と補完的価値〉



(矢野経済研究所作成)

8-3. 喫食率向上に向けた取組の方向性

豆類の喫食率向上に向けた取組検討においては、大きく分けて 2 つの軸がある。ひとつは知っているが食べたことがない人を減らすこと、もうひとつは現在の喫食層における喫食頻度向上を目指すことである。

考察の「2.認知率と喫食率の乖離について」でも触れたように、いずれの豆類でも「知っているが食べたことがない」人の比率が 1~3 割程度、存在したことから（最も少ないあずきで 9.9%、最も多いひよこ豆で 27.1%）、今後の喫食率向上に向けて、トライアルユーザーを獲得し、この比率を引き下げていくための取組が必要である。今回の調査では、これまでに喫食経験がない人の喫食機会を創出するための具体的な有効手段は調査していないが、一般的には啓発イベントの開催、試食・サンプリングの強化、価格ハードルを下げる、購入促進型プロモーション（例：SNS フォローやクチコミ投稿でサンプルプレゼント等）などが挙げられる。こうした取組を通じて、単に食べてもらうだけではなく、各豆類を摂取することによる具体的な利点（豆ごとの味の違い、栄養価の違い、大豆との違い、野菜との違いなど）を訴求し、理解促進を図ることで、普及啓発事業以降の継続購入に繋げることが重要である。

また、現在の喫食層における喫食頻度向上については、喫食方法や利用している商品形態、豆類との接触深度（コアユーザーか、ライトユーザーか等）などを考慮し、豆類の喫食頻度を増やすための課題と今後の方向性について、主に喫食方法で類型化し整理した。

まず、今回の調査結果から、自分で調理して食べている人（＝コアユーザー）においても調理の手間がかかることがネックとなっていることが明らかになった。そのため、今後の普及啓発事業では、乾燥豆の調理を前提としたレシピ提案に加えて、半調理品や調味食品を使った手軽な料理レシピの発信、さらに自分で調理するだけではなく、時には加工食品も併用することで、日常的に豆類の喫食頻度を高めてもらえるような訴求が必要だと考えられる。また、共働き世帯が増加する中で、時短調理ニーズは今後益々増加することが予想されるため、“時短調理”を重視したレシピの訴求や、時短調理可能な調理器具（電気無水鍋、水なし自動調理鍋等）とのタイアップなども視野に入れていくことで、さらに幅が広がると考えられる。

加工食品を購入して食べている人は、調理の手間がかかる、調理方法がわからないなどの課題を挙げ

る人は存在したが、全体の傾向と大きな差異はなく、加工食品を購入して食べることによって生まれる特段の課題は見当たらなかった。これは、加工食品を選択することで調理の手間を省くという課題解決を既に行っているためと考えられる。ただ、あずきの場合は喫食頻度が月 1 回以上など高い人が加工食品も購入して食べているが、赤いんげん豆は喫食頻度が 2~3 ヶ月に一度という人が多いため、喫食頻度を高めることが課題である。この点に対する今後の方向性としては、“利便性”を重視する層に向けて、手軽に副菜を一つ増やせることや、手軽に健康的な食生活を送ることができるといった利点を訴求することで喫食頻度向上に繋げることが必要である。同時に、喫食頻度が高まることによる飽き防止として、バリエーションの多様化が必要だと考えられる。

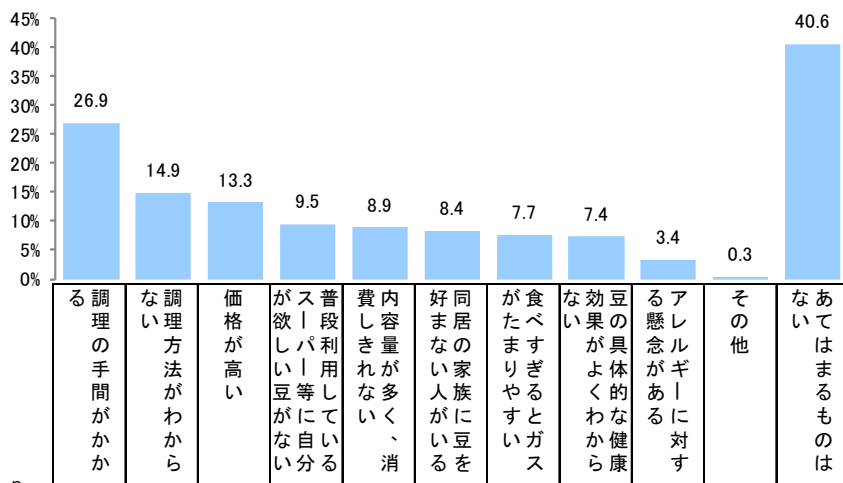
外食で食べる人は、理方法がわからない、豆の具体的な健康効果がわからないなどを課題として挙げる人が多かった。こうしたライトユーザーの喫食頻度向上に向けては、「②認知率向上に向けた取組の方向性」で述べたように、豆ごとの理解度を高め、それによりまずは自然に喫食頻度を高めることが必要である。その上で、調理の省力化ニーズに合致した加工食品の利用や、時短調理の実践へ移行していくような流れが適当であると考えられる。

喫食方法	課題	今後の方向性（案）
自分で調理して食べている	自分で調理して食べている豆のコアユーザーでも調理の手間がかかることがネックとなっている	<ul style="list-style-type: none"> ・半調理品や調味食品など手軽に使用できる加工食品の訴求 ・時短調理方法の訴求、調理器具とのコラボ等
加工食品を購入して食べている	利便性を重視して加工食品を購入しているため、喫食方法が加工食品であることによる特段の課題はない ただし赤いんげん豆は加工食品購入者の喫食頻度も 2~3 ヶ月に一度などあずきより低い	<ul style="list-style-type: none"> ・手軽に副菜を一つ増やせる、健康的な食生活に貢献できるなど、“手軽に健康”を訴求し、喫食頻度を増やす取組を強化 ・飽き防止のため、加工食品のバリエーション多様化
外食で食べている	調理方法がわからない、豆の具体的な健康効果がわからない等、豆のライトユーザーとみられる	<ul style="list-style-type: none"> ・各豆の栄養的な特徴や違いを訴求し、それぞれの理解度を上げる ・調理の省力化ニーズに合わせ加工食品や時短調理方法を訴求

*同居する家族が調理したものを食べている人は、自らの意思で商品選択をしていない可能性があるため、ここでは除外した。

(矢野経済研究所作成)

豆類を消費する上での障害(ネック)となること



		n	調理の手間がかかる	調理方法がわからない	価格が高い	が欲しい豆がない	普段利用している豆	費しきれない、消費量が多い	内容が家族に合わない	同居の家族が豆を好まない	が食べるとガスが出すぎる	効果がよくない	豆の具体的な健康懸念がある	アレルギーに対する懸念がある	その他	あてはまるものは
全体		1,923	26.9	14.9	13.3	9.5	8.9	8.4	7.7	7.4	7.4	3.4	0.3	0.3	40.6	
あずき	自分で調理して食べた	295	38.3	6.8	19.7	11.9	8.5	7.1	11.2	6.1	4.7	0.3	35.6			
	同居する家族が調理したものを食べた	400	25.5	14.5	12.5	10.3	9.8	7.3	8.3	8.0	5.0	0.3	44.3			
	加工食品や惣菜を買って食べた	1,096	28.1	15.3	12.9	8.1	9.4	8.2	7.2	7.5	2.4	0.5	40.9			
	外食で食べた	193	29.0	21.2	11.4	9.3	14.0	10.9	6.7	6.7	2.1	0.0	37.3			
	その他	11	36.4	45.5	18.2	18.2	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	18.2			
赤いんげん豆	自分で調理して食べた	141	36.2	9.9	23.4	16.3	7.8	9.9	12.8	11.3	7.8	0.7	34.8			
	同居する家族が調理したものを食べた	153	25.5	18.3	15.0	14.4	13.7	7.8	14.4	6.5	7.8	0.0	37.3			
	加工食品や惣菜を買って食べた	343	34.1	13.4	15.2	10.5	10.8	6.4	9.6	6.1	3.5	0.3	37.6			
	外食で食べた	55	36.4	25.5	20.0	16.4	14.5	9.1	21.8	18.2	10.9	0.0	27.3			
	その他	5	60.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0			

参考：認知から購買までの意思決定プロセス

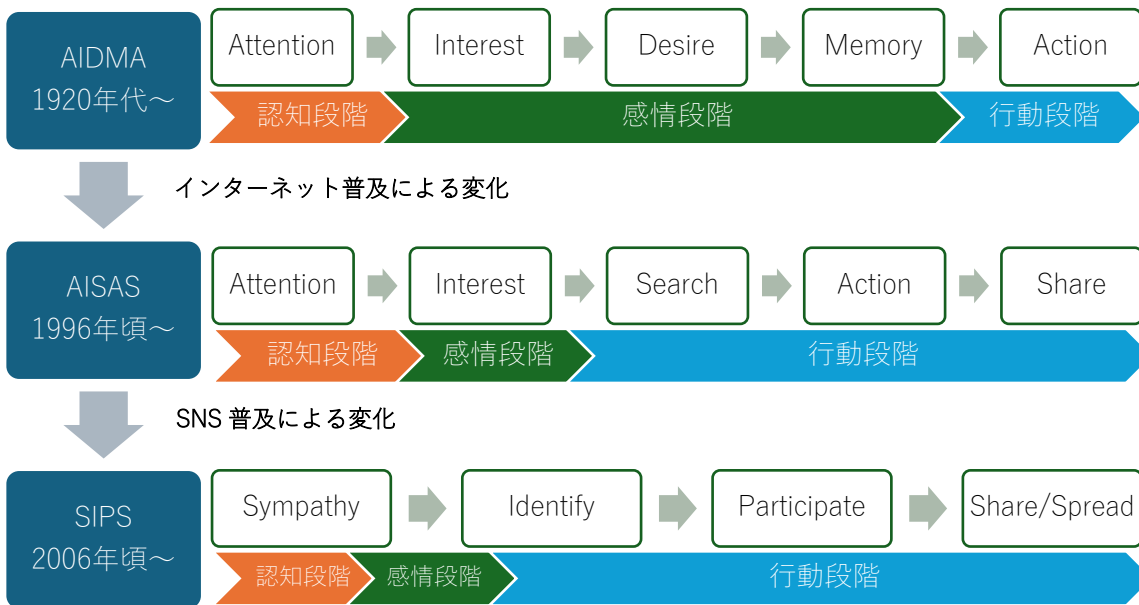
消費者が商品を認知してから購入に至るまでのプロセスを表した概念として、一般に AIDMA（アイドマ）の法則が知られている。しかし、この消費者の購買意思決定プロセスは、インターネットや SNS の普及に伴い変化している。

1990 年代中盤からインターネットが普及したことにより、商品購入の前に検索し（Search）、購入した後はクチコミを WEB サイトや SNS に投稿するといった共有（Share）という要素が加わり、この購買意思決定プロセスは“AISAS（アイサス）の法則”と言われるようになった。

2000 年代中盤から SNS の普及とともに消費者の購買意思決定プロセスは更に変化し、SIPS、AISAS に比較（Comparison）、検討（Examination）を加えた AICEAS、顧客とのエンゲージメントを重視した AIEAS、購入後の満足までを含めた AIDCAS などが提唱されてきた。さらに近年は企業による情報発信やインフルエンサーによる PR コンテンツが寧ろ敬遠され、一般消費者によって投稿された純粋なユーザー体験（UGC/User Generated Contents）が購買の意思決定に直接関与する傾向がみられるようになっており、これは ULSSAS（ウルサス）の法則と言われている。

豆類について、認知率と喫食率（購買率）に乖離がある場合は、認知してから購入に至るまでのいずれかのプロセスで消費者の行動が途切れてしまっている可能性が考えられることから、それを繋げる取組が有用であると考えられる。

〈消費者の購買意思決定プロセスの変化〉



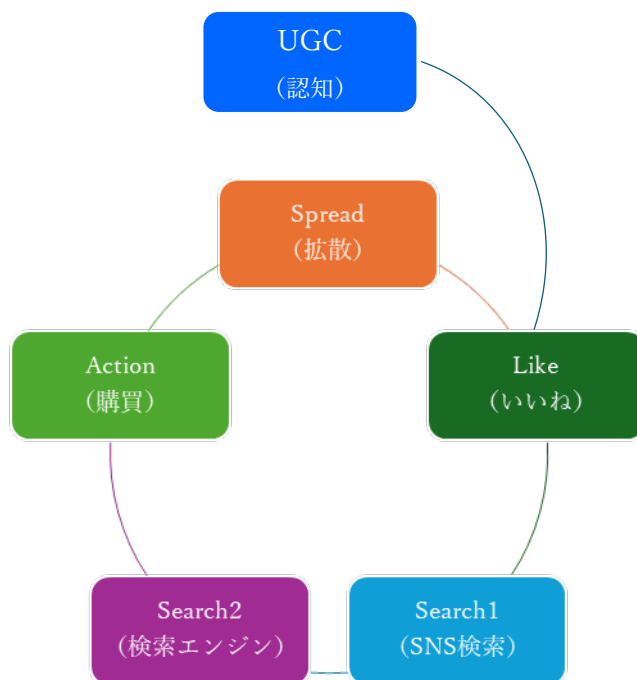
(矢野経済研究所作成)

〈ULSSAS（ウルサス）の法則〉

近年、SNS の普及により、企業の広告・販促活用に SNS が多用されるようになってきている。企業が自社商品の情報発信に利用するだけでなく、拡散力を持つインフルエンサーに PR を依頼し、その投稿を見たフォロワーが商品を認知し購買に至るという意思決定プロセスも一般化している。一方、企業による投稿や PR 投稿はメリットが強調され、客観的な感想とは異なるため一般消費者はかえって信頼できなくなる場合がある。企業による投稿や PR 投稿が増加したこともあり、最近では消費者が自らの意思で投稿したコンテンツ（UGC/User Generated Contents）が SNS における認知拡大において重要視される傾向が強まっており、それを起点とした購買意思決定プロセスは ULSSAS の法則と呼ばれている。

SNS により具体的機能や表示アルゴリズムは異なるが、一例としては消費者が自発的に商品の感想を SNS に投稿すると（UGC）、その投稿に興味関心のある別のユーザー“いいね！”を押し、SNS 内でのハッシュタグ検索や公式アカウント検索、また Google や Yahoo! など検索エンジンでの検索を経て、具体的な購買行動に移行する。その感想を消費者が SNS に投稿することで、さらに別のユーザーへ拡散していくという流れである。

〈UGC を起点とした消費者の購買意思決定プロセス〉



(矢野経済研究所作成)