

# 雑豆製品に係る原料原産地表示 動向調査について

～テーマ2 雑豆製品関連業界における原産地表示意向～  
(公財)日本豆類協会

前回の豆類時報で紹介した「雑豆製品に係る原料原産地表示動向調査」の「テーマ1 雑豆製品表示実態把握調査」に引き続き、今回は「テーマ2 雑豆製品関連業界における原産地表示意向」として実施した「原料原産地表示制度」の義務化に伴った関係業界の意向について、以下の通り報告させていただきます。

## 1. 調査方法

本調査は、全国の和菓子事業者、煮豆事業者、製パン事業者、甘納豆事業者など356社に対して、紙面アンケート（郵送、メール）により、小豆等の豆類に関する原産地表示の考え方と、新制度下での表示に対する考え方についてアンケート調査を実施したものです。

調査期間は2018年11月～2019年6月で、アンケートに対して回答があったのは179社（回答協力率53.1%）でした。

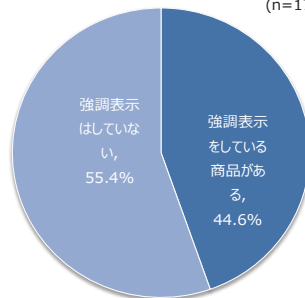
## 2. 調査結果

### (1) パッケージ表面での強調表示の有無

パッケージ表面で原料豆の産地などの強調表示の有無については、約4割が「強調表示している商品がある」と回答しました（一部商品のみ強調表示している場合もこちらに含む）。

一方、「強調表示はしていない」と回答したものは、約6割でした。

〈パッケージ表面での強調表示の有無〉  
(n=177)



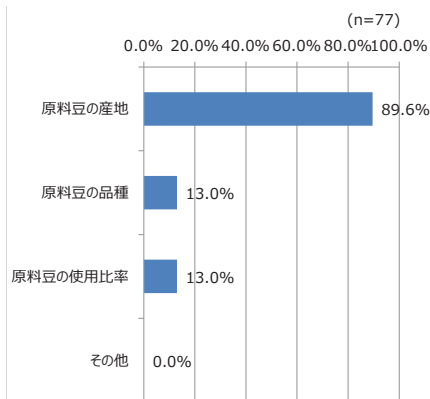
### (2) パッケージ表面の具体的な強調表示の内容

前述の問いで「パッケージ表面で強調表示をしている」と回答した事業者に対して、その具体的な表示内容をたずねたところ、結果は以下のとおりでした。

“北海道産小豆使用”や“国産小豆使用”といった「原料豆の産地」としたものが最も多く約9割になりました。

一方、「北海道産エリモショウズ使用」などの原料豆の品種の表示」と「北海道十勝産小豆100%使用」などの原料豆の使用比率の表示」については、共に約1割にとどまっています。その理由としては、「詳細な情報をパッケージに表示すると、原材料の調達状況によって変更することができなくなるため、敢えて表示をしなかった」といったことが挙げられています。

〈パッケージ表面での具体的な強調表示内容〉



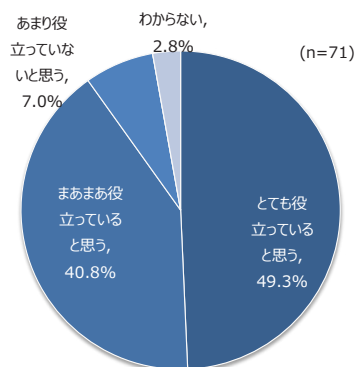
### (3) 強調表示の商品販売促進への寄与

前述の問いで「強調表示をしている」と回答した事業者に対して、「現在の強調表示が商品の販売促進に寄与しているか」とたずねた結果は以下のとおりでした。

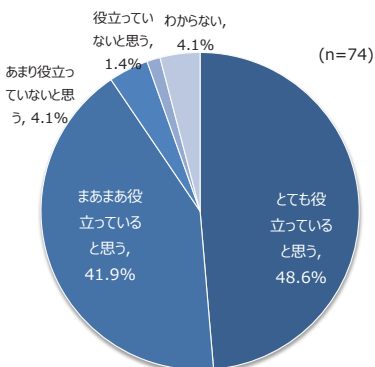
得意先に対しては、「とても役立っていると思う」が約5割、「まあまあ役立っていると思う」が約4割で、これらを合計すると約9割の事業者が、「強調表示が得意先との取引上、役に立っている」との回答でした。

一方、一般消費者に対しても、「とても役立っていると思う」が約5割、「まあまあ役立っていると思う」が約4割で、これらを合計すると約9割の事業者が「販売に役立っている」との回答でした。

〈強調表示の販売寄与(対 得意先)〉



〈強調表示の販売寄与(対 一般消費者)〉



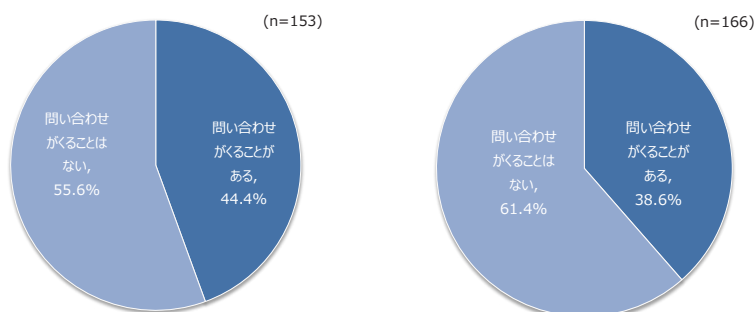
#### (4) 原料豆の産地に関する問い合わせ

得意先から原料豆に関する問い合わせがくるかどうかについては、4割強が「問い合わせがくることがある」と回答しています。一方、6割弱は「問い合わせはこない」との回答でした。

一般消費者からの問合せに関しては、4割弱が「問い合わせがくることがある」、6割強が「問い合わせはこない」との回答でした。

得意先、一般消費者ともに、原料豆に関する問い合わせの有無は、約4割が「問い合わせ有り」、約6割が「問い合わせなし」となっています。

〈原料豆に関する問い合わせ(得意先から)〉 〈原料豆に関する問い合わせ(一般消費者から)〉



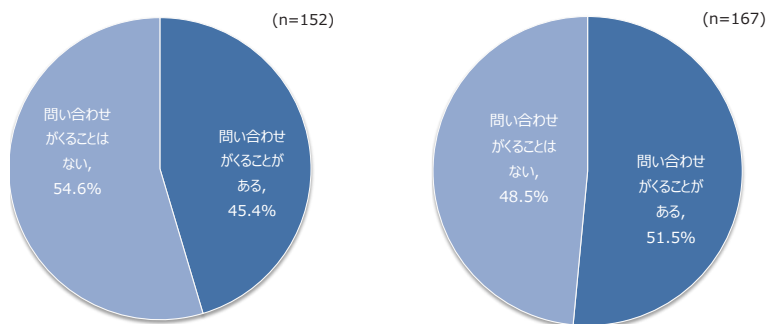
#### (5) 豆以外の原材料の産地に関する問い合わせ有無

豆以外の原材料の産地に関する問い合わせがくるかどうかについてたずねたところ、得意先からは4割強が「問い合わせがくる」との回答で、6割弱については「問い合わせはこない」との回答でした。

この結果からすると、豆及び豆以外の産地に対する問い合わせの有無には大差が見られなかったことになり、原材料全般の産地確認をする一環で、豆についても問い合わせがくる場合が多いことが推察されます。

〈豆以外の原材料に関する問い合わせ(得意先から)〉

〈豆以外の原材料に関する問い合わせ(一般消費者から)〉



## (6) 新制度下での対応に関する考え方

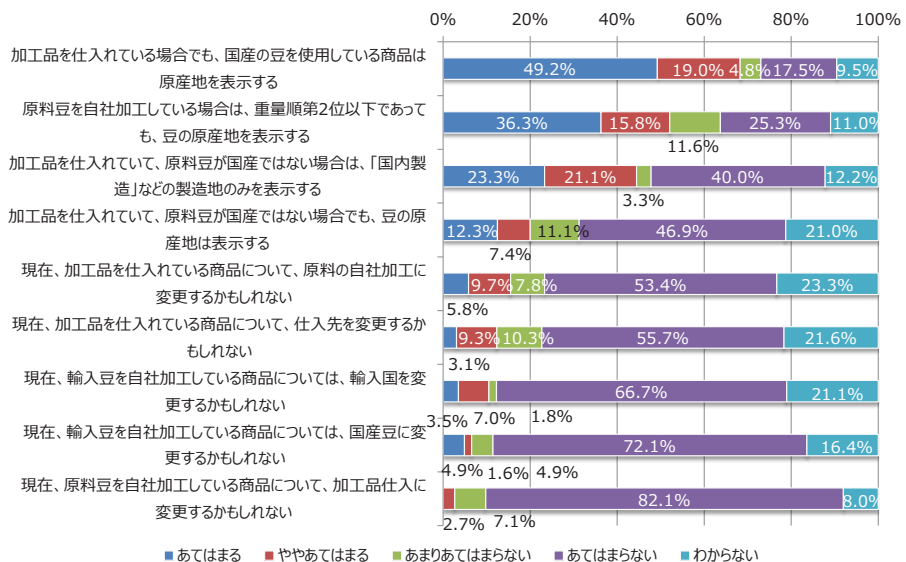
### <新制度の概要>

新制度では、重量順第1位の原材料について、原産地を表示することが義務付けられています。但し、重量順第1位の原材料が加工品の場合は、当該加工品の加工地を表示すればよいことになっています。

和菓子などの餡製品の場合、自家製餡であれば、重量順第1位の原材料が砂糖になる可能性が高いのですが、仕入餡を使用している場合は、餡それ自体が原材料として重量順第1位になる可能性が高くなります（その場合は“国内製造”や“中国製造”などと仕入れ餡の加工地を表示することが必要です。）。

新制度下で想定される対応として、「あてはまる」や「ややあてはまる」と回答した事業者の比率が最も多かったのは、「加工品を仕入れている場合でも、国産の豆を使用している商品は原産地を表示する」で、約7割でした。また、2番目に多かったのは、「原料豆を自社加工している商品は、重量順第2位以下であっても、豆の原産地を表示する」で、約5割でした。

### <新制度下での対応に関する考え方>

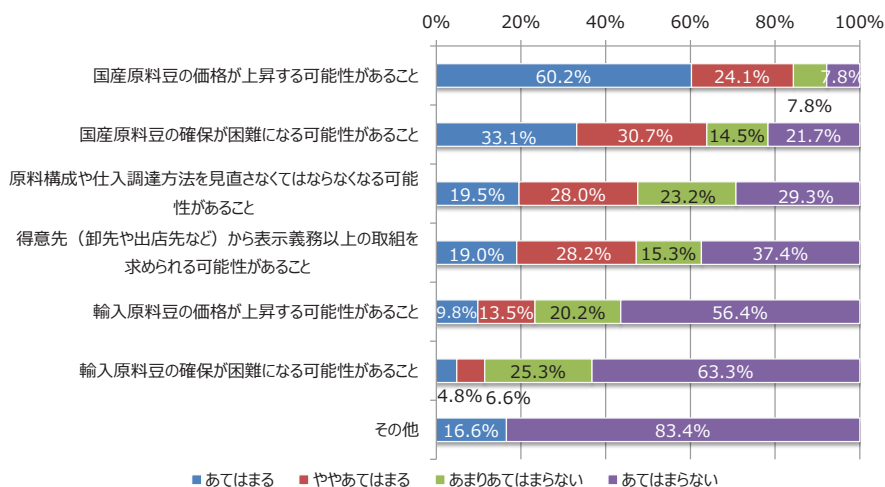


## (7) 新制度に対する懸念事項・課題

新制度に対する懸念事項・課題については、「国産原料豆の価格が上昇する可能性がある」が最も多く、8割を超えていました。続いて「国産原料豆の確保が困難になる可能性がある」で約6割となりました。

3番目は「原料構成や仕入調達方法を見直さなくてはならなくなる可能性がある」で5割弱でした。4番目は、ほぼ同率で「得意先（卸先や出店先など）から表示義務以上の取組を求められる可能性がある」となりました。新制度では、重量順第1位が餡などの加工品の場合、「国内製造」の表示で良く、自社製餡など原料豆を自社加工している場合も多くは「砂糖」が重量順第1位となり、「砂糖（国内製造）」との表示で良いこととなりますが、小売店や卸などの取引先からより詳細な原産地表示を求められる可能性を懸念する事業者がいるようです。

〈新制度に対する懸念事項・課題〉



### ●「その他」の内容について

その他としては、「原料原産地表示制度が複雑でわかりにくい」、「原産地を秘匿する方法は無限にあるので、こうした制度の存在意義に疑問を感じる」といった声も聞かれました。

また、表示内容に関することでは、「一部の商品のみ〔北海道産小豆使用〕などの表示をすると、それ以外の商品の購買意欲がそがれる」といった意見もありました。