

豆類業界における新型コロナウイルスの影響と持続化への取組

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
主任研究員 大籠 麻奈

1. 調査要綱

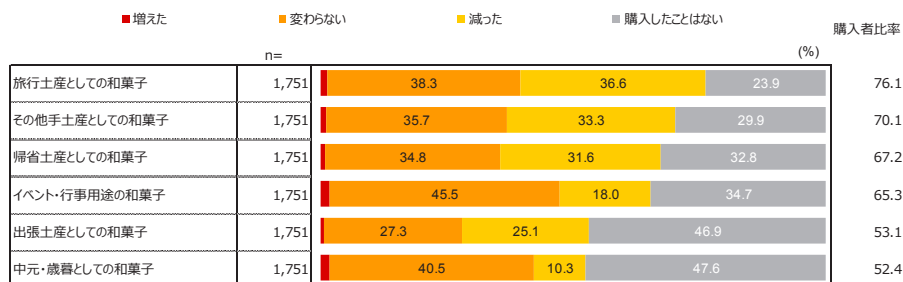
本調査は、新型コロナウイルス感染拡大が豆類業界にどのような影響を与えたかを把握することを目的として、2020年12月にインターネット消費者調査を実施した。調査対象は、全国に居住する20～79歳の男女を対象とし、1,751人から回答を得た。調査結果内にある大都市とは、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県とし、地方都市はそれ以外とした。

2. 新型コロナによる豆類食品の消費への影響（消費者調査の結果から）

（1）贈答・土産和菓子の苦戦

コロナ禍では、人が参集したり、長距離移動を伴う旅行や出張などが困難になっていることから、豆類業界では和菓子のギフト・土産需要が最も大きな影響を受けた。消費者調査の結果によると、概ね4分の1以上が、旅行土産をはじめとした土産用和菓子の購入頻度が減少したと回答した。但し、この消費者調査は20歳以上の日本居住者を対象としており、修学旅行生の減少や外国人の減少を加味すると、減少幅はさらに大きいことが予想される。土産用和菓子の需要は、Go Toキャンペーンで一時的に回復傾向がみられたが、キャンペーンの一時停止により、再びダメージを受けており、当面の乗り切りには、家庭用消費の喚起が急務であると考えられる。

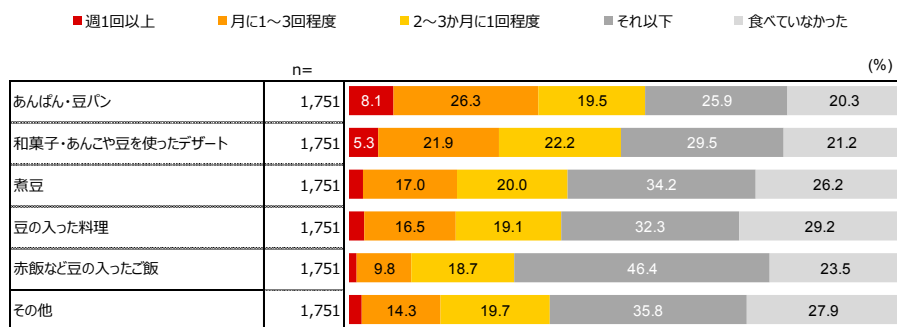
Q) 新型コロナ流行前と比較して、他者に差し上げるギフト・土産用途などの和菓子の購入頻度はどのように変化しましたか。



(2) 豆類食品の喫食者層は和菓子やあんぱんで幅広いが、喫食層拡大に課題

豆類食品の中では、あんぱん・豆パンなどのパン類や、和菓子、あんこを使ったデザートが、相対的に幅広い層に食されていることがわかる。属性別では、カテゴリにより女性35～49歳も喫食しているが、全体的には豆類食品の主な喫食層は50歳以上となっている。そして、新型コロナ流行前後での喫食頻度変化については、概ね半数が「変わらない」と回答している。また、「減った」人が1割程度いる一方、「増えた」と回答した人は、コロナ前に月1回以上食べていた人に多く、コロナ前によく食べていた人が、コロナ後も変わらず食べており、食べる層は大きく拡大していないことがわかる。

Q) 新型コロナ流行前、以下の豆料理・和菓子などを、どのくらいの頻度で食べていましたか(外食、惣菜なども含む)。



〈豆類食品の喫食者率比較〉

	赤飯などの豆ご飯	煮豆	豆の入った料理	和菓子やあんこを使ったデザート	あんぱん・豆パン
全体	76.5	73.8	70.8	78.8	79.7
大都市×男性20-34歳	55.6	61.1	62.2	70.0	74.4
大都市×男性35-49歳	79.2	73.6	74.4	76.0	79.2
大都市×男性50-79歳	80.5	78.9	80.9	81.7	83.7
大都市×女性20-34歳	65.1	54.7	59.3	66.3	67.4
大都市×女性35-49歳	76.9	72.7	70.2	84.3	76.9
大都市×女性50-79歳	86.5	86.1	74.7	88.2	85.4
地方都市×男性20-34歳	53.3	49.3	49.3	58.7	64.0
地方都市×男性35-49歳	69.2	60.6	61.5	68.3	70.2
地方都市×男性50-79歳	80.9	82.4	77.5	78.4	85.3
地方都市×女性20-34歳	54.2	40.3	55.6	59.7	65.3
地方都市×女性35-49歳	78.2	70.3	67.3	77.2	76.2
地方都市×女性50-79歳	83.3	84.1	72.4	88.7	87.0

*塗りつぶしセルは、全体より5ポイント以上高い属性。

〈豆類食品の喫食頻度比較(コロナ前・コロナ後)〉

赤飯などの豆ご飯		コロナ前における豆料理・和菓子の喫食頻度						
		合計	週1回以上	月に1~3回程度	2~3か月に1回程度	それ以下	食べていなかった	加重平均
コロナ後	合計	1,751	1.5	9.8	18.7	46.4	23.5	0.6
	増えた	43	23.3	46.5	20.9	9.3	0.0	2.0
	変わらない	961	1.4	13.8	28.1	56.7	0.0	0.5
	減った	166	1.8	6.6	19.9	62.7	9.0	0.4
	食べていない	581	0.2	1.2	2.8	27.5	68.3	0.3

煮豆		コロナ前における豆料理・和菓子の喫食頻度						
		合計	週1回以上	月に1~3回程度	2~3か月に1回程度	それ以下	食べていなかった	加重平均
コロナ後	合計	1,751	2.6	17.0	20.0	34.2	26.2	0.8
	増えた	45	13.3	46.7	24.4	8.9	6.7	1.7
	変わらない	952	3.8	27.3	30.6	38.3	0.0	0.9
	減った	162	2.5	5.6	20.4	59.3	12.3	0.5
	食べていない	592	0.0	1.2	2.7	22.6	73.5	0.2

豆の入った料理		コロナ前における豆料理・和菓子の喫食頻度						
		合計	週1回以上	月に1~3回程度	2~3か月に1回程度	それ以下	食べていなかった	加重平均
コロナ後	合計	1,751	2.8	16.5	19.1	32.3	29.2	0.8
	増えた	52	28.8	36.5	21.2	13.5	0.0	2.2
	変わらない	894	3.4	27.4	30.8	38.5	0.0	0.9
	減った	151	2.0	12.6	19.2	55.0	11.3	0.5
	食べていない	654	0.2	0.9	3.1	20.2	75.7	0.2

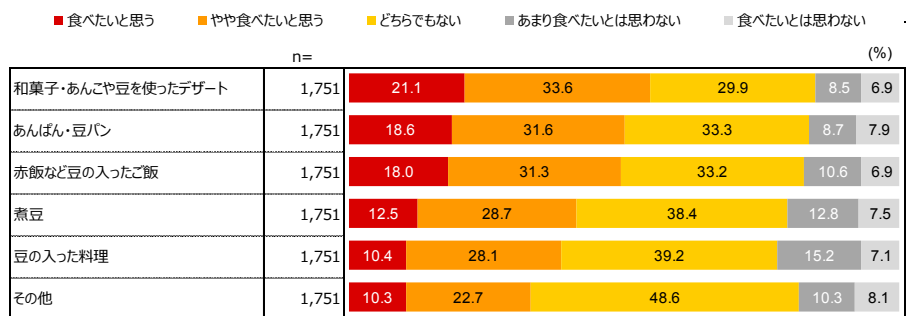
和菓子・あんこを使ったデザート		コロナ前における豆料理・和菓子の喫食頻度						
		合計	週1回以上	月に1~3回程度	2~3か月に1回程度	それ以下	食べていなかった	加重平均
コロナ後	合計	1,751	5.3	21.9	22.2	29.5	21.2	1.1
	増えた	116	34.5	42.2	16.4	6.0	0.9	2.5
	変わらない	972	5.1	30.5	31.3	33.1	0.0	1.0
	減った	195	1.0	16.9	25.1	49.2	7.7	0.6
	食べていない	468	0.0	1.1	3.4	19.7	75.9	0.1

あんぱん・豆パン		コロナ前における豆料理・和菓子の喫食頻度						
		合計	週1回以上	月に1~3回程度	2~3か月に1回程度	それ以下	食べていなかった	加重平均
コロナ後	合計	1,751	8.1	26.3	19.5	25.9	20.3	1.3
	増えた	86	45.3	38.4	9.3	5.8	1.2	2.8
	変わらない	1,022	9.5	38.1	27.3	25.1	0.0	1.3
	減った	184	2.7	18.5	23.4	52.2	3.3	0.8
	食べていない	459	0.0	0.9	2.6	20.7	75.8	0.2

(3) 今後の豆類食品の消費意向

今後の消費意向については、いずれのカテゴリも「食べたいと思う」「やや食べたいと思う」を合計した消費意欲がある人が、3～5割を占めている。中でも、和菓子やあんぱんなどのあん製品は、喫食意向がある人の比率が上位となっている。また、赤飯などの豆ごはんも3位となっており、デザートや主食のように、製品ひとつで完結するカテゴリが上位にくる傾向がみられている。

属性別にみると、現在の主な喫食層である50歳以上の女性のほか、赤飯などの豆ごはん、和菓子、あんぱんでは、35～49歳の喫食意向も高くなる傾向がみられるほか、大都市に関しては女性20～34歳においても、喫食意向が高くなっている。



〈豆類食品の喫食意向者比率の比較〉

	赤飯などの豆ごはん	煮豆	豆の入った料理	和菓子やあんこを使ったデザート	あんぱん・豆パン
全体	49.3	41.2	38.5	54.7	50.2
大都市×男性20-34歳	30.0	28.9	34.5	45.5	46.7
大都市×男性35-49歳	40.0	32.8	32.8	37.6	40.0
大都市×男性50-79歳	43.1	32.9	35.4	44.7	46.3
大都市×女性20-34歳	51.1	34.9	39.5	61.7	58.1
大都市×女性35-49歳	57.0	46.2	42.2	65.3	55.4
大都市×女性50-79歳	64.6	61.1	48.6	68.1	59.0
地方都市×男性20-34歳	21.3	25.3	25.3	40.0	38.6
地方都市×男性35-49歳	26.9	25.0	19.3	37.5	37.5
地方都市×男性50-79歳	46.1	36.2	34.8	53.9	52.5
地方都市×女性20-34歳	43.1	23.6	33.3	44.4	40.3
地方都市×女性35-49歳	57.5	42.6	39.7	62.4	49.5
地方都市×女性50-79歳	64.4	55.7	48.6	66.1	54.8

*塗りつぶしセルは、全体より5ポイント以上高い属性。

3. 豆類業界の持続的発展のために必要なこと

コロナ禍におけるギフト・土産用和菓子の需要激減は、消費現場である和菓子業界だけではなく、原材料供給者である、製餡、流通、輸入、生産などにも波及し、サプライチェーン全体に大きな影響が生じている。また、豆類業界には、コロナ以前から抱えている基本的な課題もある。例えば、消費現場においては、豆類食品の主な喫食層は中高年層であり、若年層の需要を取り込むことができていないことは以前から課題視されている。また、産地においては、気候変動による産地事情の変化、産地の高齢化、労働力不足などが挙げられる。課題解決に向けて、研究開発分野では、品種改良に取り組んでいるものの、研究課題が増える一方で、研究施設の老朽化、リソース不足の顕在化など、研究開発分野にも課題がある。つまり、豆類業界が抱えている様々な課題は、それぞれが関連しており、業界全体で認識を同じくし、業界全体で迅速に対応することが必要となっている。

コロナ前から抱えていた課題	新型コロナにより生じた課題
<input type="checkbox"/> 中期的な豆類需要の漸減 <input type="checkbox"/> 事業者数の減少、高齢化、労働力不足、後継者難 <input type="checkbox"/> 気候変動による生産事情の変化、産地の高齢化、労働力不足 <input type="checkbox"/> 研究課題の増加、研究リソースの不足	<input type="checkbox"/> 土産物、ギフト用途等の和菓子需要の激減 <input type="checkbox"/> 原料の餡、小豆の需要の減少 <input type="checkbox"/> 小豆等の在庫増加と価格の下落 <input type="checkbox"/> 生産、流通業者への影響
など	など

具体的な取組としては、大別して、①早期需要回復対策、②基本的な対策、がある。

①早期需要回復対策

コロナ禍によって急激に落ち込んだ豆類需要を早急に回復するためには、現在の豆類食品喫食層に、従来以上に多く食べてもらう、これまでと違う食べ方をしてもらうこと（例：既製品を買うだけではなく、自分で調理することを提案する）などにより、食卓の登場頻度を高めることが必要である。消費者調査にあるように、豆類の主な喫食層は50歳以上の男女であることから、これらの世代にはこうしたPRの強化が有効であると考えられる。

同時に、現在豆類食品を食べていない人の喫食機会を創出するためには、比較的幅広い層から食されている、和菓子やあんぱんなどの餡製品を中心に、

35～49歳のミドル層をターゲットとして、食卓に一度でものぼるようにすることが必要である。その際、プロモーションツールとしてSNSは必須であり、Twitter,Instagram,Facebook,YouTubeなど、幅広いSNSを用いて、消費者コミュニケーションを強化することが有効である。これは、足元の需要回復だけでなく、中長期的な需要減少への対策にも繋がる。

②基本的な対策

主に右に示した3点があげられる。まず、中長期的な需要漸減への対応については、既述の「早期需要回復対策」からの延長で、現在の主な喫食層である50歳以上の次世代である35～49歳を中心

■基本的な対策

- 1) 中長期的な需要漸減への対応
- 2) 豆類の需給と価格の安定化
- 3) 研究開発施設の刷新などリソース強化

に、喫食層の拡大を図ることが必要である。また、従来の豆類食品では取り込めなかった世代の需要開拓に向けて、海外でポピュラーな豆料理を紹介したり、昨今注目されているプラントベースフードというアプローチもある。

次に、豆類の需給と価格の安定化については、すでに取り組んでいることも含めて、産地と実需者の情報交換を促進すること、契約栽培等の推進により、価格の安定化を図ることも有効な取組のひとつであると考えられる。

そして、産地課題を解決するための品種改良と、それを実現するためのリソースの強化があげられる。実需者のニーズに合う品種や、産地課題である高齢化に伴う労働力不足や気候変動に対応した品種を早急に開発するため、老朽化している研究施設を刷新することで、品種開発期間の短縮につなげることが必要であると考えられる。

● 4. おわりに

豆類業界には、コロナ前から中長期的に解決しなければならない基本的な課題があり、従来であれば、10～20年というスパンで対応を検討していくことでも間に合ったかもしれない。しかし、2020年に突如訪れた新型コロナウイルス感染拡大で、時計の進み方が早まったことにより、基本的な課題はより身近な課題となったのではないかと考える。コロナによって生じた目の前の課題と、コロナ前から抱えている基本的な課題に、同時に取り組むためには、豆類業界を形成するサプライチェーン全体が、業界がひとつになって取り組んでいくことが重要なのではないかと考えている。