

# 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 消費行動調査～

(公財)日本豆類協会

先般の食品表示基準の改正・施行に伴い、令和4年4月からは全ての加工食品に「原料原産地表示制度」が義務付けられることになりました。当協会では、こうした状況に対して関係業界が取るべき対策の参考となるように、「雑豆製品に係る原料原産地表示動向調査（平成30年～令和元年）」を実施したところです。この調査のうち「テーマ1：雑豆製品表示実態把握調査」及び「テーマ2：アンケート調査（雑豆製品関連業界における原料原産地表示意向）」については既にその調査結果概要を、豆類時報101号及び102号に掲載いたしましたので、今回は「テーマ2：アンケート調査（消費行動調査）」についての概要を報告させていただきます（調査期間：2018年12月、回答者数：1,000人）。

なお、今回の消費者行動調査は、消費者が雑豆製品（和菓子、あんぱん、豆惣菜等）を購入する際、どのくらい表示を見て商品を購入しているか、その際に重視しているポイントは何か等について調査したものです。

### 1. 事前調査

#### (1) 事前調査－1（自身で購入するか否か）

雑豆製品を、自身で購入する人（よく購入する＋購入することがある）は全体で48.8%であった。なお、この設問で「よく購入する」「購入することがある」と回答した人が事前調査－2に進んだ。

#### (2) 事前調査－2（原料原産地表示の確認状況）

##### a. パッケージ表面での確認状況

雑豆製品を購入する際に、パッケージ表面で確認する人の比率（確認している＋確認することが多い）は全体で61.2%だった。

##### b. パッケージ裏面一括表示での確認状況

雑豆製品を購入する際に、パッケージ裏面の一括表示で確認する人の比率（確認している＋確認することが多い）は全体で56.4%だった。

### (3) 本調査実施対象者

上記の事前調査-2のaとbのどちらかで原料原産地表示を「確認している」又は「確認することが多い」と回答した人が本調査に進んだ。

## 2. 本調査

### (1) 和菓子、あんぱん、豆総菜の購入先

- 和菓子、あんぱん、豆総菜の全食品で、購入先の1位は「スーパーやコンビニエンスストア」で、和菓子とあんぱんでは9割弱、豆総菜では8割弱と、全ての製品で、2位の「百貨店やショッピングセンターの専門店街」とは大差であった。
- 3位と4位をみても、和菓子では、「観光地の土産店」が3位、「路面店・個人店」が僅差で4位、あんぱんと豆総菜では、ともに3位が「路面店・個人店」、4位が「観光地の土産店」であった。

豆類を使った食品の購入チャネル

※和菓子の回答率順でソート

(単位：%)

(n)	和菓子		あんぱん		惣菜豆	
	順位	(1000)	順位	(1000)	順位	(1000)
スーパーやコンビニエンスストア	1	86.5	1	87.2	1	76.7
百貨店やショッピングセンターの専門店街	2	47.0	2	25.6	2	21.4
観光地の土産店	3	33.3	4	8.9	4	9.4
路面店・個人店	4	30.0	3	20.0	3	10.2
その他		5.8		4.7		4.2
この商品は自分では買わない		0.5		5.5		14.3

### (2) 和菓子、あんぱん、豆総菜をそれぞれ購入する際に重視するポイント

- 購入時の重視ポイントの順番は、和菓子、あんぱん、豆総菜ともに同じであり、いずれも1位は「原料豆の産地」(7割以上)、2位は「味、おいしさ」(7割～6割)、3位は「価格」(6割～5割)、4位は「原料餡の製造地」(約4.6割)、5位は「商品の製造場所」(約3.7割)となった。
- なお、和菓子では、あんぱんや豆総菜よりも「原料豆の産地」が重視される傾向がみられた。
- 一方、「原料餡の製造地」は、和菓子とあんぱんの間に大きな差はなかった。

### 豆類を使った食品の購入時の重視ポイント

※和菓子の回答率順でソート

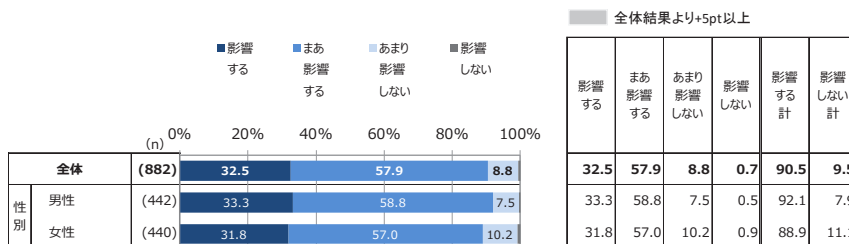
(単位：%)

(n)	和菓子 (995)		あんぱん (945)		惣菜豆 (857)	
	順位		順位		順位	
小豆など、原料豆の産地 (例：国産の小豆を使用しているか、等)	1	78.1	1	71.5	1	71.1
味、おいしさ	2	69.9	2	67.8	2	59.4
価格	3	58.5	3	56.8	3	54.6
原料餡の製造地 (例：国内製造の餡を使用しているか、等)	4	46.2	4	46.0		
商品の製造場所	5	38.6	5	36.4	4	37.6
商品の見た目	6	37.2	6	30.5	5	27.1
ボリューム感、個数が多いこと	7	23.8	7	25.1	6	20.5
販売者の知名度	8	19.7	8	18.7	7	18.6
その他		0.7		0.5		0.6
特に重視するポイントはない		1.4		1.4		2.2

### (3) パッケージ表面の産地表示が購入に与える影響

- パッケージ表面の強調表示を確認して購入する人のうち、それが購入に影響する人（影響する+まあ影響する）は、全体で約9割であった。性別では、男性の方が「パッケージの産地表示が購入に影響する」と回答した人が多かった。

#### パッケージ産地表示の購入への影響



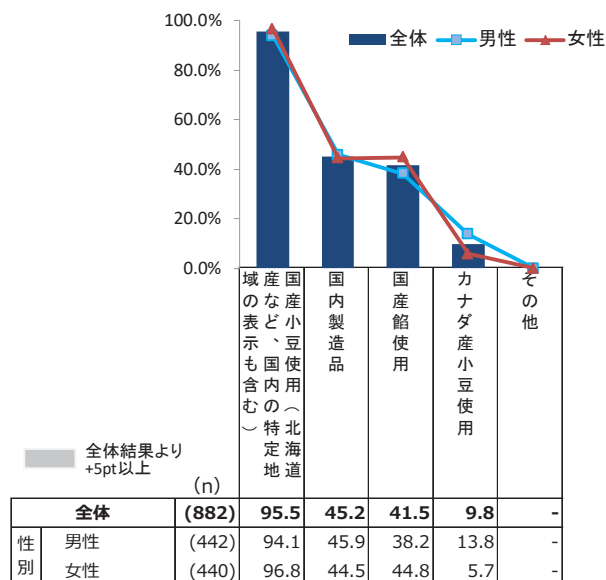
### (4) パッケージ表面に記載されている産地表示で購入したいと思う表示

- パッケージ表面の強調表示が購入に影響すると回答した人に、「購入したい」と思う具体的な表示をたずねたところ、全体では、「国産小豆使用」が95.5%で最も高く、続いて「国内製造品」が45.2%、「国産餡使用」が

41.5%、「カナダ産小豆使用」が9.8%となった。なお、「国内製造品」と「国産餡使用」の比率差はあまり大きくないことから、どちらを強調表示しても消費マインドに与える影響は大きく変わらないと予想される。

- 「国産小豆使用」や「国内製造品」は、男女差による違いはあまりなかったが、「国産餡使用」はやや女性の方が、「カナダ産小豆使用」は男性の方がそれぞれ比率が高くなった。

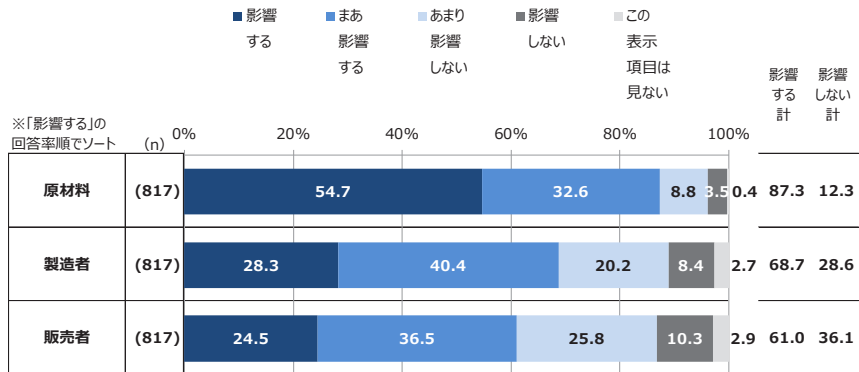
購入したいと思う産地表示(パッケージ表面)



#### (5) パッケージ裏面の一括表示内容が、商品の購買に与える影響

- 一括表示を確認する人に対して、原材料、製造者、販売者に関する情報が購買に影響するかどうかたずねたところ、影響するとした人の比率（影響する+まあ影響する）は、「原材料」が87.3%、「製造者」が68.7%、「販売者」が61.0%となった。
- なお、「製造者」と「販売者」で比較すると、製造者表記の方が購買に与える影響が大きいことがみて取れる。

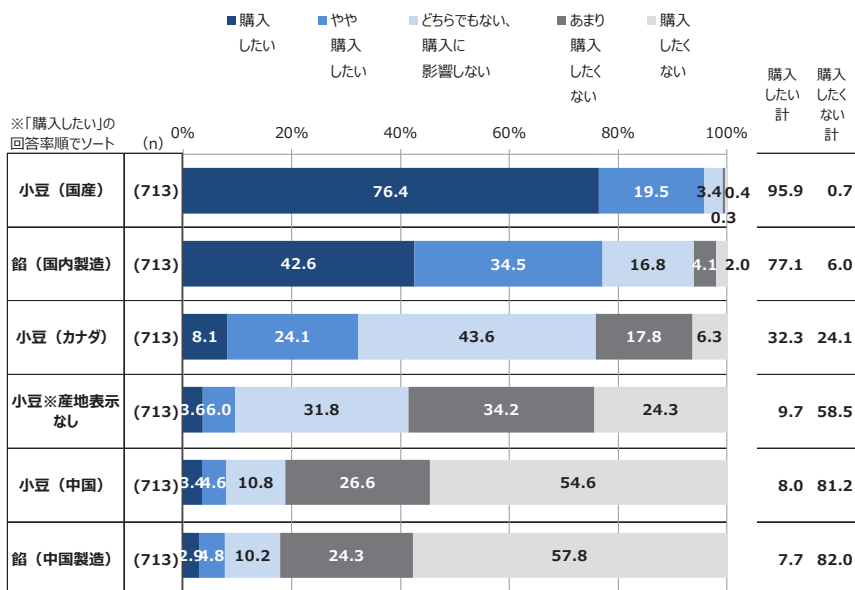
### 裏面一括表示の商品購入への影響



#### (6) 和菓子商品の一括表示欄における小豆の原材料表示内容が、商品の購買に与える影響

- 表示の内容により「購入したい」とした比率（購入したい+やや購入したい）が最も高くなったものは、「小豆（国産）」の95.9%であり、次いで「餡（国内製造）」の77.1%である。
- 「小豆（カナダ）」を購入したい人の比率は32.3%と、国産より大幅に低く、「どちらでもない、購入に影響しない」の比率は43.6%となっている。
- 「小豆（中国）」と「餡（中国製造）」は、購入したい人の比率が8%前後で、ほぼ同数で、この比率は、産地表示なしの「小豆」ともほぼ同率であった。
- 一方、産地表示なしの「小豆」は「どちらでもない、購入に影響しない」の比率が31.8%であるが、「小豆（中国）」と「餡（中国製造）」は購入したくない人の比率が5～6割となっており、根強いチャイナフリー志向がうかがえる。

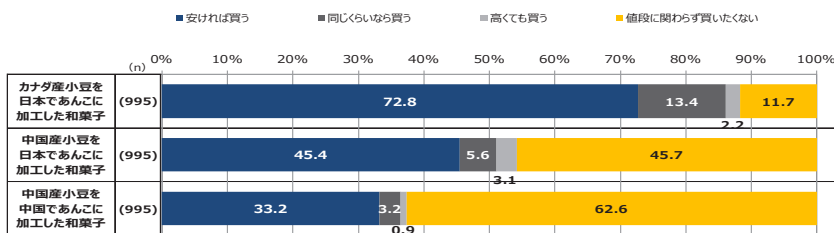
## 原材料表示が和菓子購入意向に与える影響(裏面一括表示)



## (7) 原料原産地表示と購入価格との関連(和菓子)

- 和菓子の原料豆について、国産以外の原産地表示がなされている場合は、「値段に関わらず買いたくない」と回答した人が一定数おり、なかでも「中国産小豆を中国で加工した和菓子」とした割合が最も高くなった。

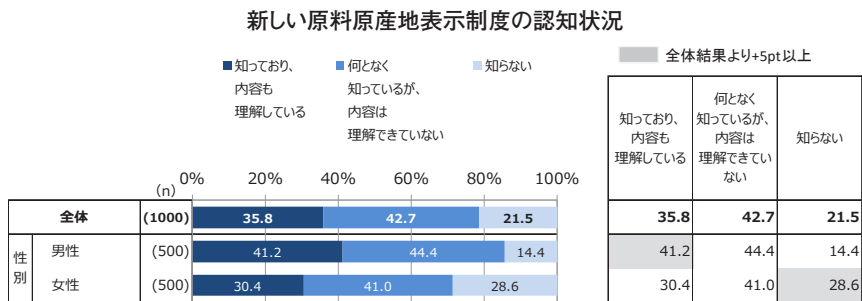
## 和菓子の購入意向価格



## (8) 新しい原料原産地表示制度についての認知状況

- 新しい原料原産地表示制度についての認知状況については、全体の42.7%が「何となく知っているが、内容は理解できていない」と回答しており、「知っており、内容も理解している」は35.8%、「知らない」は21.5%であった。

- 性別でみると、全体的に男性の認知度の方が高いと見られる。「内容も理解している」人の比率は男性の比率が全体より5ポイント以上高く、「内容までは理解していないが何となく知っている」人の比率も男性の方が高かった。



### 3. まとめ

今後は新しい原料原産地表示制度が浸透して、和菓子等雑豆製品に関しても原料豆の原産地が表示される機会が増えてくると考えられる。

そこで、今回のアンケート結果からも明らかになった消費者の国産原料豆指向の高さ等を踏まえた市場戦略を立てていくことが、これからの関連業界にとっては有効と思われる。