令和 7 年度豆類振興事業調査研究（雑豆需要促進研究）成果概要

1　課題名

若年層・中年層消費者の和菓子の購入基準に関する実証分析

2　研究者

代表者：横浜国立大学国際社会科学研究院　教授　張馨元

3　成果概要

（1） 研究目的

本研究は、近年、若年層および中年層における和菓子の消費額が減少していることを背景に、国内の 20 代から 40 代の消費者を対象として、和菓子を購入する際に重視している基準を明らかにすることを目的とする。

（2）研究方法及び手法

本研究では、食品の開発およびマーケティング分野において広く用いられている「フードバリュー（food value）」の概念に基づき、若年層および中年層消費者の和菓子に対するイメージおよび購入基準を分析した。

本研究の実施にあたり、2025 年 12 月にオンラインアンケート調査を実施し、分析用データを収集した。調査対象は、過去 3 年間に和菓子を喫食した経験のある東京圏および大阪圏在住の 20〜49 歳の男女であり、計 1,200 名から回答を得た。

収集したデータをクリーニングしたうえで、以下の 2 つの手法により分析を行った。第 1 に、アンケート調査から得られた選択式回答および自由記述回答を用い、テキストマイニングの手法を通じて、若年層および中年層消費者における和菓子の認知構造を分析した。第 2 に、テキストマイニングの結果から和菓子を代表する品目として認識されていた大福および小豆羊羹を対象に、ベスト・ワースト・スケーリングを用いて購入基準をフードバリューの枠組みに基づいて分析した[1]。

（3）研究成果

以上の分析により、本研究の主なる成果として、以下の 3 点があげられる。

第 1 に、若年層および中年層消費者においては、和菓子は贈答品よりも日常的な嗜好品として消費される傾向が確認された。購入目的は「自分で楽しむため」（50.0%）、「家族や友人と一緒に食べるため」（28.8%）が上位であり、「贈答や手土産のため」（17.0%）を上回った。

[1] ベスト・ワースト・スケーリング（best worst scaling, BWS）とは、回答者の各項目に対する相対的な選好を把握するために用いられる測定手法の一つである。

表１　和菓子に関する頻出語上位15位

順位	言葉	回答数	回答率（%）
1	饅頭	523	43.6
2	羊羹	509	42.4
3	団子	475	39.6
4	どら焼き	472	39.3
5	大福	452	37.7
6	あんこ	264	22
7	おはぎ	239	19.9
8	最中	234	19.5
9	みたらし団子	213	17.8
10	せんべい	163	13.6
11	わらび餅	138	11.5
12	餅	97	8.1
13	たい焼き	82	6.8
14	桜餅	81	6.8
15	練り切り	72	6.0

出所）分析結果に基づき、筆者作成。

表2　大福と羊羹における購入基準の重要度（ Mean BW）

（ １）大福（ N=600）

項目	Mean BW
価格が手ごろ	2.335
あずきの風味	1.998
見た目が美しい	0.482
知名度が高い店	0.092
甘さ控えめ	0.013
原材料の産地	-0.003
和食の伝統	-0.093
食べたことがある	-0.382
手作りのもの	-0.685
栄養バランス	-1.718
環境にやさしい	-2.038

（ ２）羊羹（ N=600）

項目	Mean BW
あずきの風味	2.163
価格が手ごろ	1.923
原材料の産地	0.293
和食の伝統	0.175
甘さ控えめ	0.172
知名度が高い店	0.155
見た目が美しい	-0.053
食べたことがある	-0.598
手作りのもの	-0.778
栄養バランス	-1.540
環境にやさしい	-1.912

出所）分析結果に基づき、筆者作成。

注）Mean BWは各属性について「 最も重要」と選ばれた回数から「 最も重要でない」と選ばれた回数を差し引いた値の平均。

第２に、若年層および中年層消費者が認識する和菓子のイメージを確認した（表1）。「和菓子」と聞いて思い浮かべる言葉では、饅頭（43.6%）、羊羹（42.4%）、団子（39.6%）、どら焼き（39.3%）、大福（37.7%）が上位を占めた。また、「あんこ」（22.0%）も多く挙げられ、餡という素材が和菓子の中核的要素として認識されていることが分かった。

第 3 に、大福と小豆羊羹を対象として、若年層および中年層消費者の和菓子購入基準を考察した（表2）。大福の購入に関しては、「価格が手ごろ」と「あずきの風味」の重要度が特に高く、次いで「見た目が美しい」が相対的に重視される項目であった。一方、「栄養バランス」や「環境にやさしい」は相対的重要度が低く、購入判断における優先度は高くないことが分かった。小豆羊羹に関しては、「あずきの風味」と「価格が手ごろ」が最も重視され、さらに「原材料の産地」や「和食の伝統」も比較的重視された。大福と小豆羊羹の分析結果を比較すると、味覚要因と価格要因が主要な購入基準である点は共通している一方で、小豆羊羹の購入に関しては、大福に比べて素材性と伝統性が相対的に重視される傾向がみられた。

（４）今後の課題及び対応

今後の課題として、第 1 に対象地域や年齢層を拡大し、和菓子の購入基準が地域や世代によってどのように異なるのかを検討する必要がある。第 2 に、和菓子を日常的な嗜好品として位置づけながら、味覚、価格、素材性のバランスに優れた商品開発や販売戦略のあり方を検討する必要がある。これらの課題に対し、本研究の成果を踏まえ、実需者との連携を通じて検討を深めることで小豆を使用した和菓子の国内外における需要拡大に貢献したい。