

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1 雑豆製品表示実態把握調査～

(公財) 日本豆類協会

加工食品の原料原産地表示については、現在、食品表示法に基づく「食品表示基準」において22食品群のうち4品目が表示を義務付けられています。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っています。

当協会では、平成18年度に「雑豆製品の表示等実態調査」(以下「前回調査」という。)として、小豆、いんげん豆等を原料に含む雑豆製品の表示等の実態を調査したことがあります。その結果をみてみますと、原料豆の原産地を強調する表示は、餡(加糖餡、乾燥餡等)、豆類素材製品では調査対象製品の約5割にみられましたが、他の製品(和菓子、土産用饅頭、あんぱん類、甘納豆、煮豆)では2割程度にしかみられません。こうした雑豆製品の原料豆の原産地表示は、主に国産(北海道、十勝等)原料豆を強調して差別化を図るのが主な目的と考えられます。

前回調査から10年以上を経た現在、総合スーパー、食品スーパー、コンビニなどの一般流通が一層拡大するとともに、消費者の消費行動もより健康志向、安全志向が高まるなど、雑豆製品の原産地表示に関するニーズが変化してまいりました。

こうした状況を踏まえ、当協会では新たな原料原産地表示制度の導入を直前に控えた現在の雑豆製品における原料原産地表示の実態を調査するとともに、雑豆製品の製造、流通等に関わる事業者、原料豆の輸入業者、生産者、さらに消費者の意向と対応方針の把握を目的として、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)を改めて実施いたしました。

今回はこの調査のうち、実際に販売されている雑豆製品における原料原産地表示が前回調査時点からどのように変化したかを明らかにしたテーマ1の調査結果の概要について、以下のとおり報告させていただきます。

1. 調査方法

本調査では、東京 23 区・名古屋市周辺・大阪市周辺を中心にして、デパート、スーパー、量販店、専門小売店等における商品買取、店頭観察調査、サンプル提供等の手法によりデータ収集を実施いたしました。

調査地域と調査店舗数、調査商品数は、以下の表の通りです。

	調査店舗数				
	計	デパート	スーパーマーケット	専門小売店	その他
東京都周辺	9	-	6	-	3
名古屋市周辺	6	-	5	1	-
大阪市周辺	7	-	7	-	-
その他	0	-	-	-	-
平成30年度 計	22	0	18	1	3
		0.0%	81.8%	4.5%	13.6%
平成18年度 計	81	15	62	1	3
		18.5%	76.5%	1.2%	3.7%

(注)

- ・専門小売店の商品については、本店所在地を調査地域とした。
- ・その他業態とは、100円均一ショップ、菓子専門小売店、アンテナショップなどを含んでいる。
- ・商品重複がないように調査している。

雑豆製品の調査商品数

	計	餡	和菓子 (専門)	和菓子 (流通)	土産用饅頭	あんぱん類	甘納豆	煮豆	素材製品	ゆであずき
東京都周辺	383	22	115	93	15	26	35	44	13	20
名古屋市周辺	147	21	38	5	14	25	8	9	16	11
大阪市周辺	159	19	94	6	2	9	1	5	10	13
その他	130	0	120	0	9	1	0	0	0	0
平成30年度 計	819	62	367	104	40	61	44	58	39	44
		7.6%	44.8%	12.7%	4.9%	7.4%	5.4%	7.1%	4.8%	5.4%

2. 調査結果(原料豆の「国産」表示割合等について)

本調査では、和菓子(専門小売店)、和菓子(一般流通)、餡、土産用饅頭、あんぱん、甘納豆、煮豆、豆類素材製品(水煮、蒸し豆等)、ゆであずきの9カテゴリーの雑豆製品の原料原産地表示の実態について、①パッケージ表面での強調表示と、②パッケージ裏面の一括表示欄での表示の二つの視点から別々に前回調査結果と比較しました。

なお、パッケージ表面での強調表示(以下「強調表示」とする。)及びパッケージ裏面の一括表示欄(以下「一括表示」とする。)とは、具体的には以下のようなものを指します。

パッケージ表面の強調表示



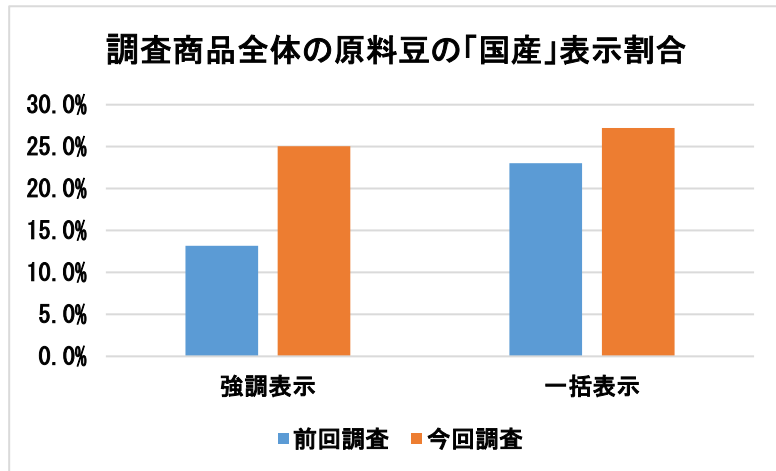
パッケージ裏面の一括表示欄

名称	和生菓子
品名	きんつば
原材料名	砂糖、大納言小豆、小麦粉、餅粉、卵、寒天、塩
内容量	3個
賞味期限	■■■■■■■■■■
保存方法	直射日光、高温多湿を避けください
製造者	■■■■■■■■■■

(1) 調査商品全体

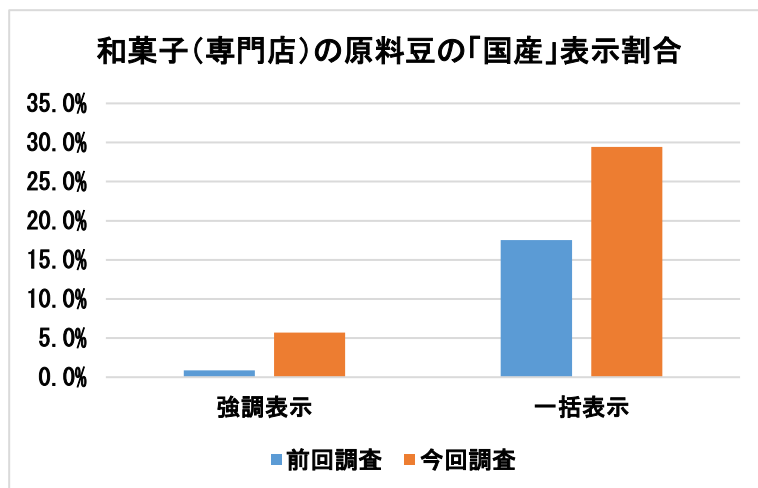
調査商品全体の調査結果を概観しますと、原料豆に対して「国産」表示をしている商品の割合は、パッケージ表面での強調表示が25%(前回13%)、一括表示が30%(前回26%)となり、前回調査から原料豆の「国産」表示の取組がかなり進んだことが分かります。

なお、今回調査をした商品については、ほとんどのカテゴリーで強調表示・一括表示ともに原料豆の「国産」表示割合が高まったものの、土産用饅頭では前回調査からあまり変化がみられず、あんぱん類の一括表示では減少するという結果になりました(今回調査で原料豆の「国産」表示が減少したのはこれだけです)。

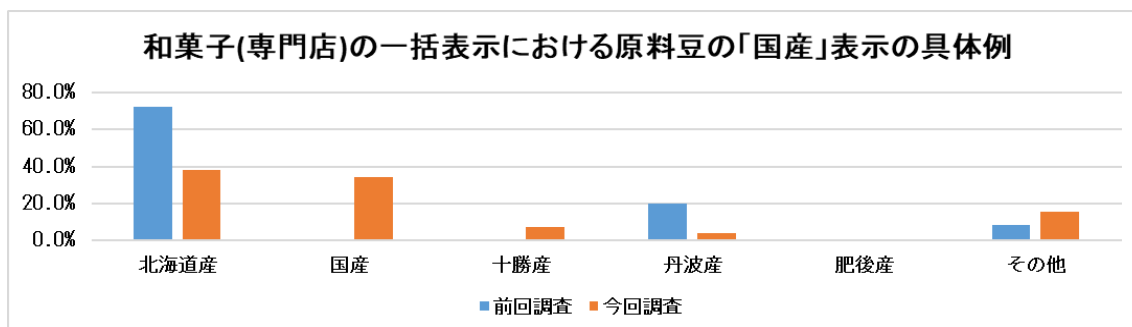


(2) 和菓子（専門小売店）

和菓子（専門小売店）では、一括表示で原料豆の「国産」表示をしているのは29%(前回18%)でしたが、パッケージ表面での強調表示については6%(前回1%)にとどまっています。これは、対面販売が主となる専門小売店では、店頭ディスプレイ、別添リーフレット、店員説明等を通じて国産原料豆の使用をアピールすることから、あえて強調表示はしない傾向があるためと考えられます。

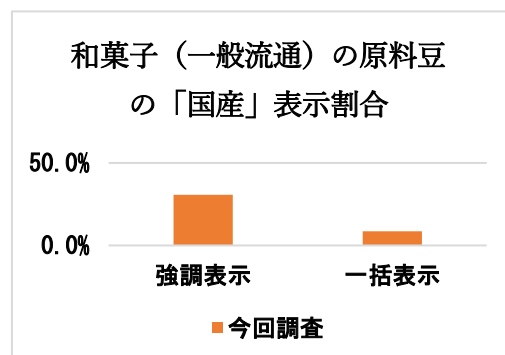


一方、原料豆の「国産」表示方法の内訳をみてみますと、「北海道産」が38%、「国産」が34%、「十勝産」が7%となりました。前回調査では、「北海道産」が72%で、「国産」、「十勝産」等の表示はなかったことを考えると、原料豆の「国産」表示が増える中で表示の内容も多様化してきたことが伺えます。



(3) 和菓子（一般流通）

スーパーやコンビニで販売される和菓子（一般流通）では、パッケージ表面の強調表示での原料豆の「国産」表示割合は31%ですが、裏面の一括表示では9%でした。これは、流通系の和菓子は専門店の和菓子と異なって、商品パッケージ表面で強調表示をして、競合商品に対する優位性をPRすることに重点をおいているためと思われる。

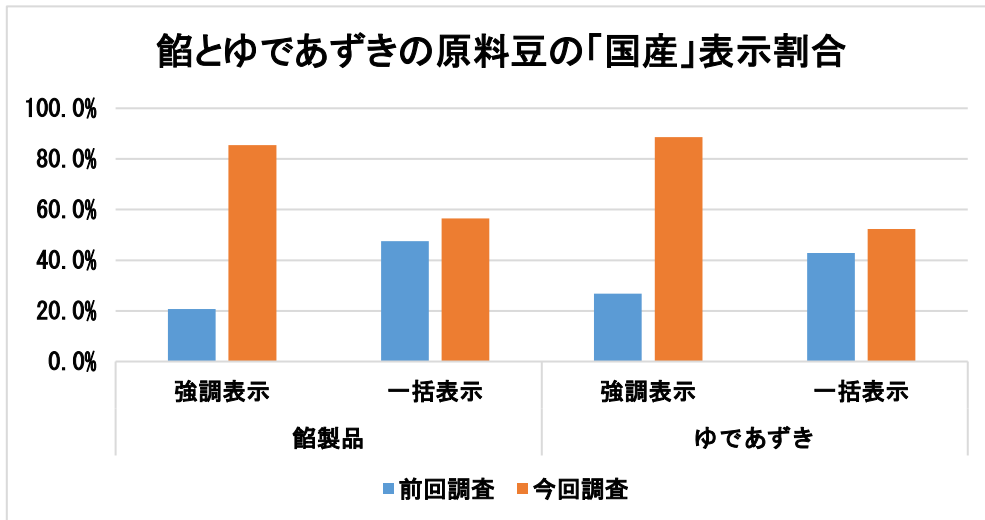


(4) 餡（加糖餡、生餡、乾燥餡）、ゆであずき

餡とゆであずきは両方とも、パッケージ表面の強調表示での原料豆の「国産」表示割合が、前回調査と比較して大幅に増加して8割以上となりました。

餡やあずきが素材に近い製品であり、商品購入者が素材品質の高さや味の美味しさをより重視する傾向があると考えられることから、こうした対応になっていると思われます。

一方、原料豆の「国産」表示方法の内訳をみてみますと、「北海道産」が6.5割～7割、「十勝産」が2.5割～3割となっています。

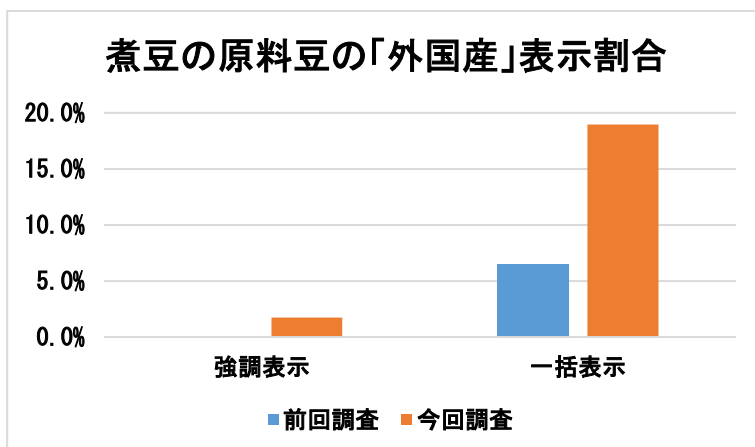
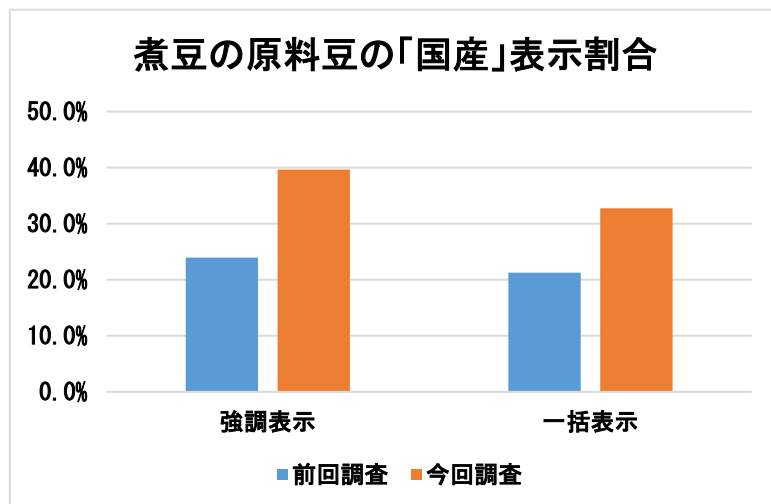


(5) 煮豆

煮豆では、一括表示で原料豆の「国産」表示割合は33%(前回 21%)でしたが、パッケージ表面での強調表示については40%(前回 24%)でした。また、前回調査から比較すると、どちらも10ポイント以上の増加がみられました。

なお、今回調査においては、煮豆については海外の原料豆についても一括表示での原産地表示が進んでる点が特徴として挙げられます。

このことは、10年以上前から、業界指針として原料豆の原産地表示を行うことを推奨し、各社が取り組んできたことの結果と

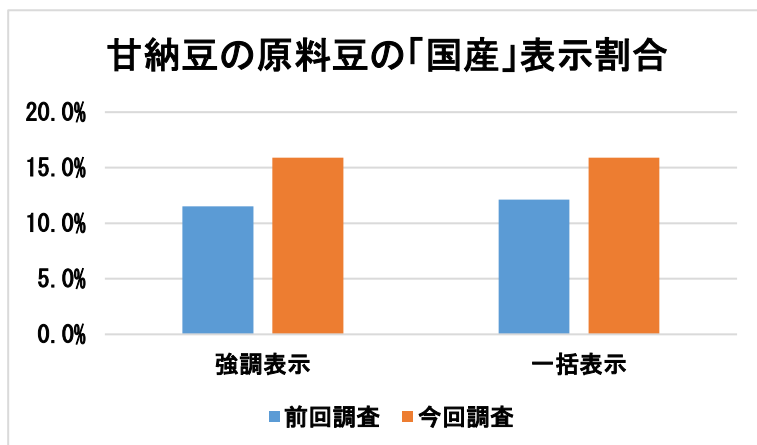


考えられます。こうしたことから、煮豆の原料原産地表示に関しては、新制度が本格導入された後も、現行の表示と大きく変わることはないと思われま

す。なお、今回の調査商品で原料豆が外国産であることを表示していた商品は、煮豆の他では水煮等の素材加工製品だけでした。

(6) 甘納豆

甘納豆の原料豆の「国産」表示割合は、一括表示でもパッケージ表面での強調表示と同じ16%となり、両方とも前回調査から増加していましたが、大きな変化はみられませんでした。



(7) 土産用饅頭、あんぱん類、豆類素材製品類（水煮等）

土産用饅頭、あんぱん類、豆類素材製品類では、原料豆の「国産」表示割合は、以下の通りです。土産用饅頭における「国産」表示割合は、今回の調査対象カテゴリーのなかでは最低でした。

