

小豆の製品市場 2 極化と流通・加工業の企業行動

野 島 直 人

小豆では、食文化に根ざした赤飯、和菓子など幅広い用途で加工製品市場が形成される。小豆は、関税割当制度により政府に輸入規制される。この市場環境が変化している。近年の市場行動では、原材料（原料小豆、小豆の餡）による製品差別化が具体的な企業行動として顕著な傾向を示す。小豆の加工製品の市場規模は大きく、北海道産（十勝産）など原料産地へのブランド認知が産業界、消費者に広く浸透し、国産小豆による差別化は製品全般に及んでいる。そのため、国産小豆製品の市場は、特定地域の中小企業製品に偏在化しにくい。同じ嗜好品の国産落花生が希少性で地域ブランド化したのとは異なった市場構造を形成する。しかし、餡の品質と価格をめぐる製品差別化が激しくなり、小豆の餡を原材料とする和菓子などでは製品市場の 2 極化が強まっている。輸入規制しても国内と同品種の海外生産量が増加すれば、国産による輸入小豆への品質差異が強調しにくい。国内小豆産地では、加工製品市場の高いブランド認知を維持するため製品差別化の再検討が必要になると考えられる。

keywords：小豆、関税割当制度、調製品輸入、餡製造業、和菓子製造業

目 次

1. 研究の目的と対象
 2. 小豆の商品特性と製品
 - (1) 小豆の概要
 - (2) 小豆の用途と製品
 3. 小豆の需給構造
 - (1) 原料小豆の需給
 - (2) 原料小豆の輸入制度
 - (3) 調製品輸入の拡大
 - (4) 原料小豆および製品の流通と変化
 4. 小豆の加工製品市場の構造
 - (1) 加工製品市場の 2 極化
 - (2) 流通、加工業の企業行動
 5. 考察
- 引用参考資料

1. 研究の目的と対象

(1) 研究の目的と対象

小豆は、日本では赤飯や和菓子等の原材料に広く使われ、英語で azuki bean とも表記されるように食文化に深く根ざした食品である。日本は、中国、韓国、台湾などと並び小豆の食習慣を持つ数少ない地域であり、主要な需要国である。現在では、国内生産で需要を充足できず、海外産の輸入で需給を調整している。

小豆は、豆類の生産流通上では、雑豆（小豆、

いんげん豆、えん豆、そら豆、虎豆、ひら豆、ひよこ豆など）として大豆、落花生と区分される。中国でも雑糧として大豆等と区分されている。雑豆類貿易は、総輸入量が雑豆類全体の枠内で決められ小豆はその中の 1 品目として位置づけられる。小豆を含む雑豆類は落花生とともに国家による国産保護政策の下におかれ、ウルグアイ・ラウンド合意後の 1995 年以降の現在も関税割当制度の対象品目になっている。そのため、1961 年に輸入自由化した大豆とは流通が異なっている。

豆類（大豆、雑豆類、落花生）の製品市場の中でも、小豆の加工製品（注 1）は需要に安定性があり、また海外産に対する国産小豆の優位による製品差別化傾向が指摘されてきた。しかし、この 10 年以内では、小豆の国際需給関係に変化が生じている。また加工製品流通では、1990 年代以降市場環境が変化し、高級品と流通商品の 2 極化が顕著になる中で、国産原料による差別化が強まる傾向が指摘される。国内生産保護を目的に輸入規制が行われる品目の中で、小豆は、国産品が希少性によって地域ブランド化し輸入品と住み分ける落花生産業とは異なった製品市場の構造形成、異なった市場行動が見られる。今後、輸入自由化の可能性が指摘される。小豆の加工製品市場でも産

業・企業の分析が必要になっている。

(2) 先行研究と本研究の構成

小豆に関する経営経済研究では、最近、国産小豆における地域ブランド戦略についての研究(1)や、中国の雑豆研究報告(2)(3)では中国小豆の生産、消費および対日輸出に関する興味深い成果が見られている。しかし、小豆に関する経営経済研究では、行政機関による国産小豆の生産振興面に重点がおかれ、関連する製品市場の動向を多少加えた内容が多くなっている。加工製品の流通と市場を対象に広げた研究は少ない。そこで、本稿では、先行研究(1)(2)(3)の成果を参考に、次のように小豆の加工製品市場の構造と経済環境の変化に応じた市場行動を検討することとした。

近年の小豆加工製品の市場行動では、取り巻く環境変化への具体的な企業行動として、原材料(原料小豆と餡)による差別化が強まる傾向が指摘される。市場の2極化における原料小豆の選択、餡の品質をめぐる製品差別化を中心に企業行動分析を行う。

小豆の加工製品市場では、原料小豆の流通段階からの検討が必要になることから、論文の構成は次のように行った。2章で小豆の商品特性と製品種類について整理した後、3章で原料小豆の需給構造を統計的に把握し輸入制度と流通変化について検討する。次に4章では、近年の小豆加工製品市場における製品差別化について、原料豆および餡の価格・品質をめぐる流通業、加工業の企業行動の実態分析から検討する。

2. 小豆の商品特性と製品

(1) 小豆の概要

小豆は豆類の中でマメ科ササゲ属アズキ種に分類される。市場での代表的流通銘柄は、小豆(普通小豆)、大納言、白小豆などである。関東地方で赤飯に使用されるささげはササゲ種に属しアズキ種とは亜種の関係になる。あずきの原産地、栽培の起源は、東アジアと考えられていたが現在は異なった説が提唱されている。

東アジアの中国、日本、韓国等が古くからの小豆の生産地域であるが、近年、対日向け輸出等を

目的にしたカナダの生産のほか、アメリカ、タイ、アルゼンチン、オーストラリアなどでわずかに栽培が行われている。生産量統計の整備が不十分のため世界全体の生産量は把握できない。

日本への渡来は中国、朝鮮半島経由説が有力とされ、平安中期に特産地として播磨、美作などで生産地の記録がある。現在の国内生産体系は、北海道と本州の丹波産、備中産で3大産地を形成している。北海道は、20世紀に入り北海道開拓とともに本州への移出用産品化が進み、国内シェアの大半を占める主産地として確立している。他方、本州は自家消費用の生産が中心となり、気候・土壌条件の適した北海道が主産地となっている(4)(注2)。

(2) 小豆の用途と製品

小豆は、次のように中国、韓国、台湾、日本など東アジア中心に食習慣がある。世界最大の生産国の中国では、2000年代で年間25~30万トンという国内消費量を見る限り、最も大きな需要国は中国である。中国では、直接食用の割合は全体の5割強、小豆餡、小豆粥、羊羹などの食品工業用が4割以上である。家庭では、主食となる饅頭の餡のほか緑豆と同じ料理方法(豆飯、豆粥、汁など)で消費されている(3)。

韓国では、小豆粥、餅、菓子等、台湾では羊羹等菓子用の製餡原料のほかもち、甘納豆、アイスクリームなどに利用されている(5)。

日本では、小豆は大部分が餡と和菓子類、甘納豆、冷菓、ゆであずき、汁粉などの原材料に用いられるが、乾燥豆は家庭で赤飯など季節製品、祝い時に使われる伝統的食品である。同じ主要需要国でも日本の小豆は季節に応じた乾燥豆、加工製品の食習慣がある一方、中国では季節との関連性が希薄な点に日本との相違が指摘される(3)。

3. 小豆の需給構造

(1) 原料小豆の需給

原料小豆の国内需給を2012年統計で見ると、総供給量は期初繰り越し在庫28,800トン、国産生産出回り量57,200トンおよび輸入量25,600トンの計であり、111,600トンの需要量が充足されている。

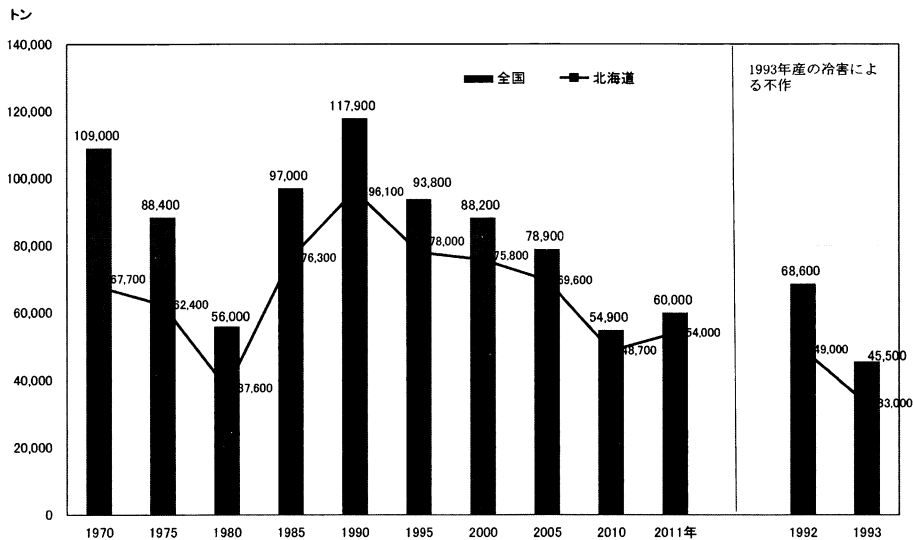
表 1 小豆の需給関係

単位：トン

	1970	1980	1990	2000	2010	2012年
期初在庫	18,600	34,300	27,100	20,300	43,800	28,800
国産出回り量	68,600	64,700	93,100	71,600	49,500	57,200
輸入量	20,600	25,400	22,100	33,000	19,100	25,600
供給計	107,800	124,400	142,300	124,900	112,400	111,600
消費量	103,800	98,200	111,600	99,800	80,500	80,800
期末在庫	4,000	26,200	30,700	25,100	31,900	30,800
需要量計	107,800	124,400	142,300	124,900	112,400	111,600

資料：農林水産省生産流通振興課調べ 平成24年3月

備考：輸出量は1960年の283トンが最大、2011年は8トン
年表示は豆年度（前年10月～9月）



資料：日本豆類基金協会「雑豆に関する資料」平成24年12月
豆年度：前年9月～翌年10月

図 1 小豆の国内生産量の推移

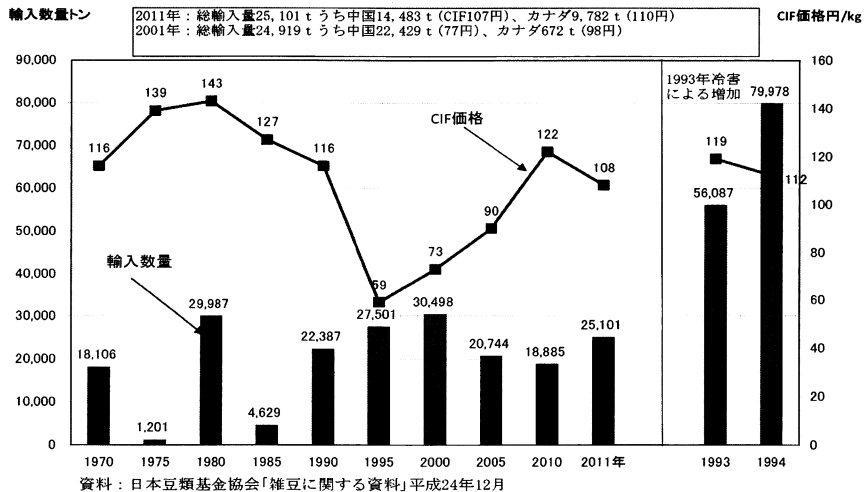
日本の原料小豆の需給は、国内生産で充足出来ない需要部分を輸入で賄う方法が取られてきた。原料小豆は、国内生産の保護を目的とし輸入規制された市場が形成されている。

国内の原料小豆の需要量は、1990年前後の豊作による国内供給量の増加時期（14～16万トン）を除けば、1960年以降11～13万トンと堅調な水準で推移している。しかし、近年2010年前後では11万トン台が続き減少基調が見られる（表1）（注3）。ここで原料小豆の供給を国産・輸入別に見ると

(7)、

- ①（国産小豆）国内生産は豊作期と不作期による年次変動が大きく需要に対し、供給は不安定になっている。1990年前後の豊作から一転して、1993年では冷害による深刻な不足による価格上昇をもたらせている。主産地北海道産の豊凶変動が価格変動を起こしている（図1）。
- ②（輸入小豆）政府は国内生産と需要状況を判断し、不足分を輸入で充足する輸入制度（次項(2)で説明）が取られている。

図2 小豆の輸入量と価格の推移
(中国産中心からカナダ産の増加)



そのため輸入量は図2で示したように、国内生産の不作期に増加し、豊作期に減少するため一定していない。原料小豆の輸入先は、世界最大の生産国中国からの輸入で賄われてきたが、近年、輸入小豆の貿易が中国一辺倒からカナダ産へのシフトが進んでいる。2001年の総輸入量24,919トンのうち22,429トンが中国、カナダが672トン、アメリカなど他の諸国が少量であったのに対し、わずか10年後の2011年では、総輸入量25,101トンのうち14,483トンが中国、カナダが9,782トンとカナダへのシェアが高まっていることがわかる。中国小豆の対日輸出の変化は、日本の原料小豆の流通を変化させている。中国、カナダの生産と貿易の変化は次のようである。

・中国の小豆生産と貿易の変化(3)(注4)

小豆は雑糧に属す雑豆類に区分される。小豆の2000年代の生産を見ると、2007年まで30万トン台ではほぼ推移し2009～2011年では22～25万に低下している。黒竜江省をはじめ吉林省、江蘇省、内モンゴ、雲南省が主産地であるが、作付面積は2000年の25万haから2011年の16万haと減少している。中国国内では、小豆餡等の食品加工用が4～5割で他は緑豆と同様直接の食用として消費される。小豆は輸出品であり2000年代は1万7,000トン～2万6,000トンが日本と韓国のほかマレーシア、ア

メリカ等に輸出されている。原料豆の輸出は、金額ベースで韓国が最大の輸出先が変わり、対日輸出は加糖調製品の豆餡に重点変化している。原料小豆は主に春と秋に広州交易会で輸入の取り決めが行われている。小豆餡の輸出拠点は青島と天津である。

・カナダの小豆生産と貿易の変化(図2)

カナダは、気候が雑豆生産に適し最新農業技術の導入を進め穀物と雑豆類の輪作体系化が進んだことから、インドに次ぐ世界2位の生産国となっている。2000年代では価格競争力で優位を獲得し世界第一の輸出国となり世界140カ国に雑豆を輸出する。雑豆のうち小豆は対日輸出向けに契約栽培(オンタリオ州で北海道産と同様の品種栽培とされる)が行われている(注5)。

(2) 原料小豆の輸入制度(表2)(9)

小豆は雑豆の中に含まれ、関税割当制度により政府に輸入規制される豆である。1995年のウルグアイ・ラウンド交渉合意後の関税化を踏まえた国内産地保護政策が取られている。一定数量の枠内に限り、無税か10%の低い1次税率によって輸入小豆が調達できる一方、1次税率の数量枠内を超えた場合は高税率(2次税率、2000年以降354円/kg)が適用される。農林水産省が毎年春と秋

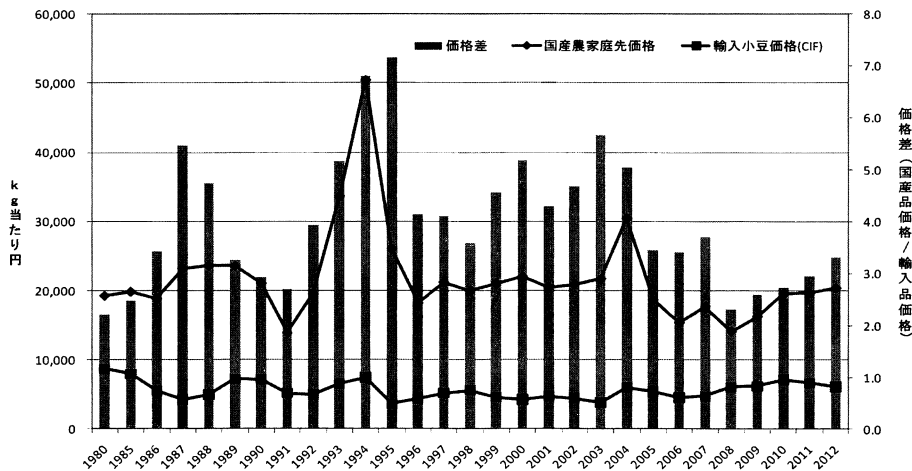
表2 小豆の輸入制度と輸入関税率

		品目番号 (HS)	税率	輸入制度
1. 小豆	限度数量以内	0713.32-010	無税 一次税率10%	UR合意により輸入割当制度を廃止、1995年7月以降輸入小豆のカレントアクセス数量（雑豆全体で12万トン）、関税割当制度を設定。 小豆の輸入数量は国内生産で充足できない数量で輸入数量枠を決定。各年度の割当数量は上期、下期に分けて政令で定める。
	限度数量以外	0713.32-090	354円/kg	左記税率は2000年以降に設定 一次税率の数量枠を超える輸入数量に適用。
2. 小豆の調製品				
加糖調製品		2005.51.190	28%	
冷凍品		2004.90-212	20%	

原資料：財務省「貿易統計」

資料：日本豆類基金協会「雑豆に関する資料」平成24年12月

備考：雑豆とは小豆、いんげん豆、虎豆、えん豆、そら豆、竹小豆、ひよこ豆、ひら豆など大豆以外の豆類



資料：日本豆類基金協会「雑豆に関する資料」平成24年12月

図3 国産小豆と輸入小豆の価格推移

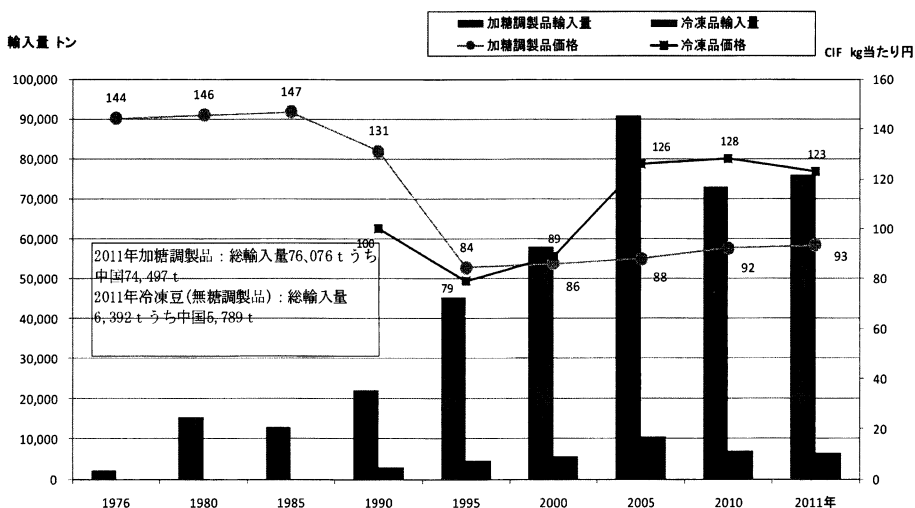
に国内生産状況から輸入割当数量を決め、指定業者別に割当て数量を決定している。輸入数量枠は雑豆全体で12万トンのカレントアクセス数量が設定され、このうち小豆など品目の調整が行われている。

原料小豆の価格について、国産小豆（60kg換算）を1980年以降の農家庭先価格を見ると、2008年の1万4千円台から冷害の翌年の5万円台まで生産変動で価格が大きく変動する。他方、中国、カナ

ダ産の輸入小豆（60kg換算）は2003年の3,800円～7,000円台で推移するが変動幅が小さい。輸入価格に対する国産価格の倍率で見ると2.2～7倍の価格差で変動する。内外価格差も国産価格の変動が主因で大きく変動する（図3）。

(3) 調製品輸入の拡大（図4）

小豆の加工製品市場では、輸入餡製品（調製品、製品）、冷凍品の需要を高めている。



資料：日本豆類基金協会「雑豆に関する資料」平成24年12月
備考：乾燥豆類の換算値：加糖調製品2分の1、冷凍品3分の1で推計される。

図4 小豆の加糖調製品、冷凍品輸入量の推移（中国産の優位）

小豆の主な加工品輸入は、加糖調製品（餡）と冷凍豆（無糖調製品）がある。調製品に輸入規制はなく、関税も一般関税（表2：加糖調製品が28%、冷凍豆20%）で行なわれる。

加糖調製品は糖度50%前後の餡（小豆40～50%、砂糖50%前後）である。輸入品は1970年代に開発輸入によって始まり、その後1990年代後半以降から増加し2005年に9万トンを超え、2011年には7万6千トンになっている。

また冷凍品は、1990年に日本企業の開発輸入によって始まりその後増加し2011年は6,400トンになっている。最近の原料小豆の需要量減少は、加糖調製品（餡）、冷凍品輸入による代替が一因となっている。

（4）原料小豆、加工製品の流通と変化

小豆製品の流通消費は、原料小豆の流通から、関連加工業で製品化され外食、家庭に至る小豆の加工製品の流通消費からなる。

原料小豆の流通から加工製品の流通消費に至る過程を、国産小豆、輸入小豆の区分で筆者らが行った流通経路の実態調査結果（10）で見ると、次のようである。

①国産小豆（普通小豆、大納言小豆）（図5）

原料小豆の流通段階では、流通の中心である主産地北海道産が農協からホクレンを通して全国の消費地の穀類、豆類問屋（さらに各地域の2次問屋）を通して加工業等へ供給されるルート。また主産地北海道産では、産地の卸売業者（仲立業）で集荷選別され全国の消費地の穀類、豆類問屋（さらに各地域の2次問屋）を通して加工業等へ供給されるルートがある。本州の丹波産等は産地から消費地の穀類、豆類問屋で流通する。

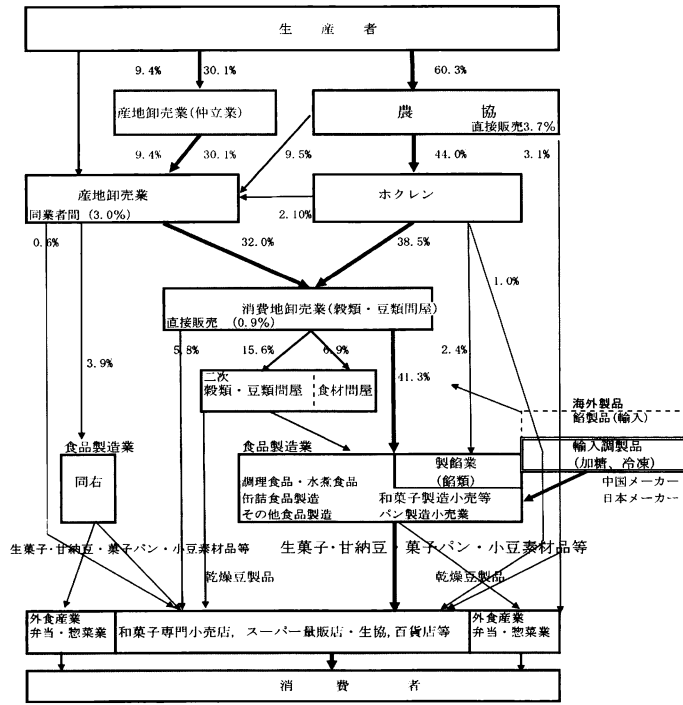
加工製品の流通段階では、乾燥豆製品が産地の農協・卸売業、消費地卸売業等で製品化され流通し、他の加工製品類は餡、菓子、パン等加工業で原材料として使用され、各製品化され流通している。

②輸入小豆（図6）

原料小豆の流通段階では、中国、カナダ産の輸入小豆を政府の輸入割当に従い商社、卸売業者等が自社か消費地の穀類、豆類問屋を通してほぼ全て加工業へ供給される。

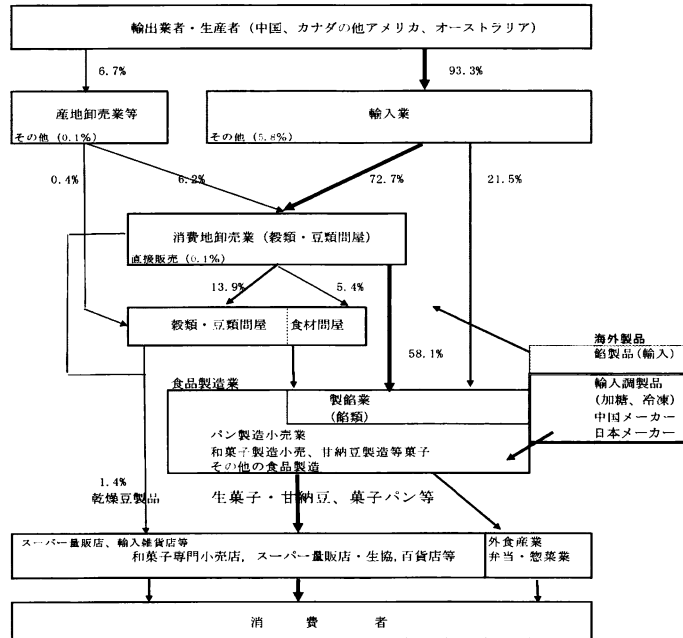
加工製品の流通段階では、需要先の違いが見られる。

原料小豆の流通には、従来から国産小豆は直接の和菓子等生菓子、素材、乾燥製品需要向け、輸



資料：全国豆類振興会「雑豆の流通実態調査報告」平成17年3月から最新の調査結果を踏まえ筆者加筆作成
備考：平成14年10月～15年9月の国産小豆(乾燥豆)出回り総量56,800tのうち37,701tの流通経路を追跡した結果。

図5 国産小豆（普通小豆、大納言小豆）の流通経路



資料：全国豆類振興会「雑豆の流通実態調査報告」平成17年3月から最新の調査結果を踏まえ筆者加筆作成
備考：平成14年10月～15年9月の輸入小豆(乾燥豆)出回り総量31,100tのうち11,480tの流通経路を追跡した結果。

図6 輸入乾燥品（小豆類）の流通経路

表3 小豆、雑豆類の主要用途別消費状況単位: %

種類 \ 用途	餡	菓子 (甘納豆含む)	煮豆	乾燥豆・煎豆 素材製品などその他	計
小豆計	68.9	12.8	2.4	15.9	100
雑豆 (輸入品計)	71	6	8	15	100
雑豆 (国内産計)	29	41	8	18	100

資料: (財) 日本豆類基金協会「H13.9雑豆に関する資料」から作成

原資料: 農林水産省農産振興課推定

注: 雑豆は小豆、いんげん豆、虎豆、ひら豆、ひよこ豆等大豆・落花生以外の豆類の総称

入小豆は餡製造業向けの流れで使い分けが見られてきた。

しかし、小豆の流通は、輸入小豆で中国小豆中心からカナダ産へ重点が変化し、中国小豆では原料小豆輸入から加工製品輸入へ転換している。

この中国小豆の加工製品輸入へのシフトは、加工製品市場における需要変化によっている。

4. 小豆の加工製品市場の構造

(1) 加工製品市場の2極化

1) 小豆の加工食品別需要と製造業種

小豆の需要は、餡製品、和菓子、甘納豆、洋菓子等の菓子類、菓子パン類、アイスクリーム等の加工食品の原材料需要が主であり、乾燥製品では赤飯用などの家庭用、業務加工用需要がある。近年は乾燥製品の利用を簡便化した小豆水煮などの素材製品、小豆の成分特性に着目した機能性飲料等の需要が広がっている(注6)。

原料小豆の加工品別の需要を農林水産省の推計(表3)で見ると、餡が68.9%、菓子原料(和菓子等生菓子、甘納豆、冷菓、ゆであずき、汁粉など)に12.8%、煮豆2.4%、乾燥豆製品などに15.9%である。餡はさらに菓子、パン等の原材料として需要される。

小豆加工製品の製造業種は、餡類を製造する餡製造業とそれらを使用する和菓子製造業、洋菓子製造業、パン製造業、アイスクリーム製造業、缶詰製造業等からなる。原料小豆の主要供給先である餡製造業は、和菓子製造業の製菓用、パン製造業の製パン(あんパン等)用、アイスクリーム用、外食等業務用の原材料の餡(生餡、練餡等)専門メーカーである(注7)。

その他あずき水煮製品、乾燥製品の製造業がある。小豆加工製品の産業組織は、上記の関連製造業に広くまたがることになるが、餡製造業、和菓子製造業のほかパン製造業が中心業種になる。産業組織の中心である餡製造業と和菓子製造業の構造を2010年の工業統計で概観する(表4)。

餡製造業の339事業所の全てが従業員300人未満の中小企業であり、全国の菓子店需要を対象に各地にほぼ均等に分布している。従業員100人以上の規模でも11事業所のみである。和菓子製造業は2,733事業所と地域産業として重要な位置付けになっている。中小企業業種であるが従業員300人以上の大手企業が存立する。餡製造業、和菓子製造業とも零細層の減少が大きく、規模の大きい層の市場シェアが上昇している。

餡製造業の工場出荷額が725億円、和菓子の出荷額は5,568億円である。1985年と比較すると和菓子で増加し、餡製造業は減少している。和菓子の業種別出荷額をみると、和菓子製造業4に対しパン製造業が1と後者の比率が5分の1程度まで上昇している。和菓子の産業組織は従来の和菓子製造小売業中心から業種内部の構成が変化している。

2) 加工製品市場の環境変化

小豆の加工製品の流通段階では、以下の餡製造企業の事例(11)から、製品価格の低下、流通業、外食産業からの需要変化、輸入製品との競合化等の市場環境変化が把握される。

・事例① 餡製造A社(製菓用70%(和菓子40%、洋菓子30%)、製パン用30%)

販売先加工メーカーの需要では、メーカー自社直営店のほかスーパーマーケット、コンビニ

表 4 餡類および和菓子製造業の従業員規模別の事業所数と出荷額

単位：百万円、%

従業員規模別の事業所数		総事業所数	4～9人	10～19人	20～99人	100人以上
餡類製造業	2010年	339 (100)	206 (60.8)	70 (20.6)	52 (15.3)	11 (3.2)
	1985年	584 (100)	440 (75.3)	78 (18.4)	61 (16.4)	5 (0.9)
和菓子類	2010年	2,733 (100)	1,226 (45.9)	638 (23.3)	673 (24.6)	196 (7.2)
	1985年	4,466 (100)	2,653 (59.4)	741 (16.6)	861 (19.2)	211 (4.8)
出荷額		総事業所計	4～9人	10～19人	20～99人	100人以上
餡類製造業	2010年	72,480 (147)	12,809 (38)	9,620 (113)	32,686 (556)	18,365 (1,312)
	1985年	76,531 (131)	25,882 (59)	13,873 (179)	32,055 (525)	4,721 (944)
和菓子類	2010年	556,766 (159)	28,756 (15)	45,683 (75)	181,276 (255)	300,051 (1,539)
	1985年	544,060 (122)	63,773 (24)	56,705 (77)	215,053 (250)	208,529 (988)

資料：経済産業省「工業統計表」

注：出荷額の（ ）内数値は1事業所当たり

注：2010年和洋生菓子製造業計で従業員300人以上の事業所数33（1985年18）

エンスストア、生協、デパート、外食産業向け製品需要の多様化が進む。小売・外食需要に対応した加工度の高い製品開発を行う協力関係の強化が必要になっている。

- ・事例②餡製造B社（加工業務用（洋菓子40%・製パン用60%）、小売用汁粉・ぜんざいカップ製品）1990年代以降、デザート、洋菓子需要など小売業・外食需要の多様化、企画商品（期間限定、用途限定等）の需要増加、価格競争による製品価格の低下が進む。他方、自社独自の高付加価値製品開発が必要になっている。

- ・事例③餡製造C社（製菓用70%、製パン用30%）

餡製品だけでなく素材製品（水煮、ゆで小豆製品、赤飯用小豆缶）、小豆の機能性飲料、デザート製品開発による多角化。量販店需要等では低価格志向が強く、輸入餡製品の需要拡大から餡製品市場が狭まっている。

- ・事例④餡製造D社

低価格大量消費型と高価格高品質型に餡製品需要は2局化している。大手菓子メーカー等の需要では低価格と高品質を並行して追求する。

製菓、製パン等の加工業では、独自製品の商品化と価格訴求型の製品開発に企業行動の2局化が強まる傾向にある。

（2）流通業、加工業の企業行動

市場環境変化に対する流通業、加工業の個別企業の行動は、市場への対応によってさまざまに取られている。菓子製造業、パン製造業、流通業等の関連フードビジネスでは、例えば、中堅和菓子製造小売業における「新製品開発、商品のこだわり部分をアピールしCVS需要への営業活動を展開する。」「問屋ブランド、ストアブランドのPB商品の共同開発要請に応える。」(11)のように市場変化に対応した企業行動が取られる。

この中で、小豆の加工製品では、原料小豆による製品差別化、餡をめぐる製品差別化では流通業、加工業の企業行動に特徴的な傾向が見られる。

その点を検証するため、次の1)で原料小豆の国産品による製品差別化について、2)で餡をめぐる製品差別化について、各々企業の実態調査結果から検討する。

1) 原料小豆の国産品による製品差別化の実態

国産原料小豆の製品差別化について、餡製造業と和菓子製造業における原料豆の産地別・種類別の利用実態 (11)(注8) から検証すると、次のようであった。

餡製造業56社の国産輸入別の使用割合は、国産が47.5%に対し輸入品は52.5%であった。豆の種類別に見ると、いんげん類等は外国産が主であるが、

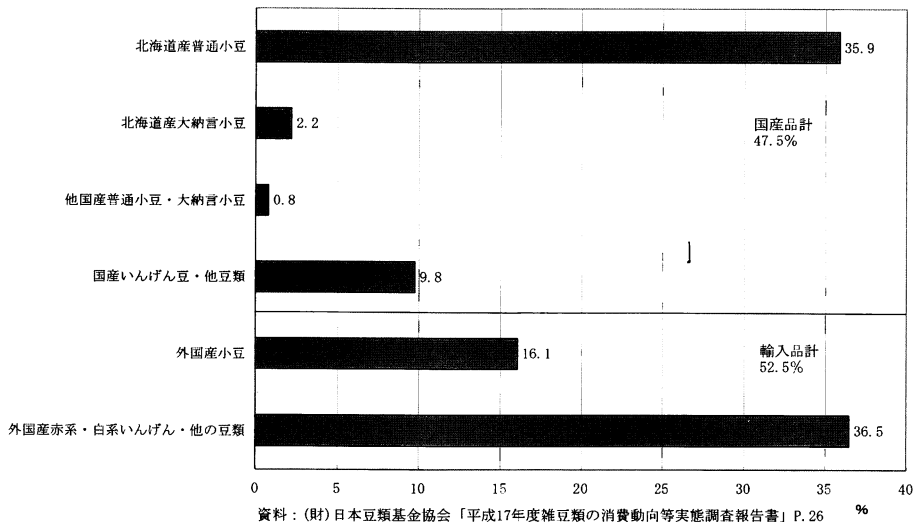


図7 餡製造業の産地別・種類別の原料豆の使用割合

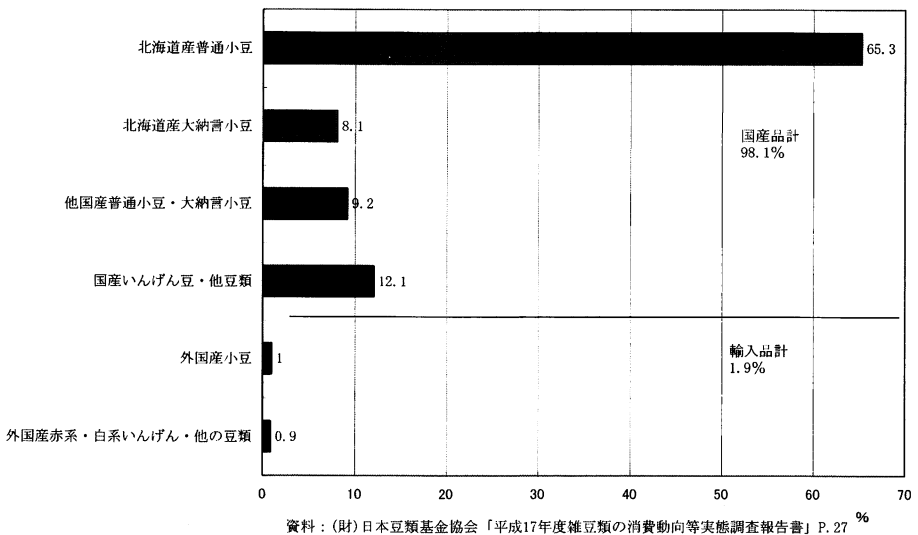


図8 和菓子の産地別・種類別の原料豆の使用割合

小豆は北海道産普通小豆が35.9%、北海道産大納言小豆が2.2%に対し、外国産小豆は16.1%にとどまっている。(図7)。和菓子製造業112社の国産輸入別の使用割合は、国産が98.1%に対し輸入品が1.9%であった。豆の種類別に見ると、北海道産普通小豆が65.3%、北海道産大納言小豆が8.1%に対し、外国産小豆はわずか1%にすぎなかった。(図8)

この実態調査結果では、高い国産原料の利用が

把握され、国産小豆による強い差別化傾向が見られている。また餡、和菓子以外の乾燥製品、水煮製品等の素材に近い製品では国産小豆による差別化が非常に強くなっている。同時に行った加工メーカーの製造担当者へのヒアリングでも、多くは北海道産小豆に対し、その土壌と気候風土の生育環境から得られる品質の高さを指摘する。

表 5 雑豆加工製品の主要原材料名表示項目（一括表示部分）における特定産地の原料豆類表示件数

調査地域	商品数 計	国内産の原産地				海外原料			
		北海道	十勝	他の道内	他府県地域	中国	アメリカ	カナダ	他の地域
餡製品	179	50	27	3	5	1	1	—	—
和菓子	348	44	—	—	17	—	—	—	—
土産用饅頭	138	5	4	—	—	—	—	—	—
あんぱん類	176	20	11	2	3	—	—	—	—
甘納豆	165	10	9	—	1	1	—	—	1
煮豆	263	42	6	7	1	16	—	—	1
豆類素材製品類	138	36	6	3	1	5	3	6	4
ゆであずき	56	14	6	2	2	1	—	—	1
計	1,463	221	69	17	30	24	4	6	7

資料：日本豆類基金協会「雑豆製品の表示等実態調査」第43事業年度 2007年3月から作成

備考：本調査は全国8主要都市のスーパーマーケット、デパートで販売された豆加工品1,463商品の表示を調査した。

(注1) 主要原材料名称は小豆、いんげん等の豆の種類で記載がされるが、和菓子は小豆等が237、他は餡の名称で記載。

(注2) 原産国表示は製品輸入が対象。他諸国：アメリカ、カナダ、メキシコ等。

(注3) 北海道：北海道、十勝、他は音更、富良野、旭川、名寄。他府県：丹波、篠山、備中、岩手、岡山

(注4) 豆類素材品ではあずき水煮が33商品でほぼ全商品で北海道産の原材料表示。

①小豆の加工製品における原料原産地表示と製品差別化

次に、雑豆加工製品における製品表示に関する実態調査(12)(注9)を用い、小豆の原産地表示による製品差別化を検証すると次のようであった。主要原材料名称の記載状態を見ると、雑豆の加工食品、小豆加工製品の原料原産地による製品差別化の傾向が推測できる。

ア. 主原料名の一括表示内容(総商品数1,463)(表5)では、餡か原料豆の表示に別れる。原料豆による表示では北海道産、十勝産、富良野など他の北海道内産地、丹波産など国内産地表示が337件で行われている。パン、菓子等の製品では、大手企業製品、中小企業製品の間に表示の程度の差は観察されなかった。和菓子の主原料名表示では、348商品のうち豆の原産地による表示は61商品と少なくなっているが、これは業界では北海道産等の国産小豆使用が前提となっており原料豆で表示が少ないためであった。

・強調表示(総商品数1,463に対し強調表示の件数は957)(表6)では、製造方法の特徴、革新性などの強調表示が主であるが、原料豆

の特定の原料産地、特別な栽培方法、その他に関する強調表示が329件あった。このうち特定原料産地の強調表示は193件あったが、その大半が北海道産、十勝産であった。和菓子では、北海道産小豆の使用が前提となっており、強調表示はごく一部の製品に限られていた。

近年の製品市場の変化の中にあっても、小豆においては原料小豆の産地、北海道産(十勝産)、丹波産などに対するブランドとしての認知、特に北海道産小豆へのブランド認知は生産・加工・流通・消費に至る広い範囲での浸透が観察される。

2) 餡による製品差別化と企業行動

餡を原材料とする製造業では、原料餡の価格が製造費を左右する一方で、和菓子の商品価値は餡の品質が決めると業界が考えるように品質をめぐる製品差別化が展開される。

①餡製造業における餡の商品政策(10)

餡製造業の企業行動は、販売先である製菓、製パン等の主要ユーザーの需要によって企業行動は左右される。原料小豆の選択も販売先の要請によって多くは使い分けられる。餡製造業では、需要先の要望に従い餡製品の多様化、加工度の上昇や、製品輸入による需要への対応、自社開発製品

表6 雑豆製品の強調表示における特定産地、特別な栽培方法、その他原料豆の品質に関する表示内容

	商品数計	強調表示のある商品数	①②③計	①原産地名の表示	②特別な栽培法	③その他豆の品質	①の特定原産地の表示内容
餡製品	179	166	70	37	27	6	37商品の大半が北海道産、十勝産の強調表示
和菓子	348	85	9	3	1	6	3商品は北海道産、和菓子では北海道産が前提のため強調表示が希である。
土産用饅頭	138	51	4	2	—	2	2商品は北海道産
あんぱん類	176	121	34	23	2	9	23商品は北海道産、十勝産が主
甘納豆	165	135	29	19	—	10	19商品は北海道産、十勝産が主
煮豆	263	210	105	63	7	35	国内産は北海道産・十勝産が主、他の道内産、他府県産、海外産8商品は中国産の選りすぐり商品の強調表示
豆類素材製品類	138	136	53	31	17	6	あずき水煮製品は全て国内産で北海道産、十勝産、富良野産の強調表示
ゆであずき	56	53	25	15	7	3	15商品は北海道産・十勝産が主他の道内産、他府県産の強調表示
計	1,463	957	329	193	59	77	

資料：日本豆類基金協会「雑豆製品の表示等実態調査」第43事業年度 2007年3月から作成

備考：本調査は全国8主要都市のスーパーマーケット、デパートで販売された豆加工品1463商品の表示を調査した。

(注) 北海道の他の道内産は富良野、旭川、名寄。他府県は丹波、篠山、備中、岩手、岡山

による差別化などのさまざまな企業行動がみられる。

餡の輸入製品を通して、餡価格の低下による製品差別化が展開する。餡の輸入製品では、餡製造業のほか菓子等の食品分野からの参入、さらに流通業を加えて中国での開発輸入が展開されている(事例アイウ)。近年では中国資本の製品開発による日本、韓国への輸出品が増加し、日本市場では国内製品と競合化している。加糖調製品(餡)は、1970年代に開発輸入が行われた頃の低価格品需要(製パン用等)から、品質向上が進みアイスクリーム、たい焼き、大判焼き、大福、おはぎなど幅広い用途で市場が広がっている。

ア. 餡製造業による開発輸入事例

(A社) 1970年代に台湾製、1990年から中国製餡製品の輸入卸売、2000年に中国現地工場を建設し餡、和菓子を対日輸出する。

(B社) 1970年代に中国で冷凍小豆の開発輸入を開始、1990年代から中国工場で餡を生産し対日輸出する。

イ. 他の食品業種による開発輸入事例

(C社) 1990年以降中国工場で餡の生産開始し、大手メーカー向け対日輸出を展開。

ウ. 流通業の餡の開発と製品輸入

(食品商社A社) 中国で小豆の契約栽培し中国資本の工場に餡の製造委託。

(食品卸売B社) 中国資本工場による加糖調製品の輸入販売。

②和菓子製造業における餡の品質をめぐる製品差別化

和菓子製造業は、伝統的な和菓子製造小売店中心から業種構成は多様化している。和菓子製造業(老舗を含む伝統性のある70社)における餡の製造と仕入状況に関する調査結果(11)を見ると、

表7 和菓子製造小売業における餡の自家製造状況

餡の種類	単位%		
	自家製造	業者からの仕入れ	合計
小豆 粒餡	90.4	9.6	100
小豆 練餡	53.3	46.7	100
白餡	36.3	63.7	100
かこの餡	42.4	57.6	100
その他の餡	43.2	56.8	100
企業数(社数)	70	36	106

資料：(財)日本豆類基金協会「平成17年度雑豆類の消費動向等実態調査報告書」P.86.88

注：和菓子製造業の調査結果は餡の自家製造費比率は高くさらに増加傾向を示す。

自家製造費率の増加理由：品質保持、高品質の維持、小豆粒餡は自家製造化など
業者からの仕入れを重視する理由：専門家への依頼、省力化、設備・人手不足など

次のようであった。小豆餡では粒餡では9割、練餡で5割が自社で餡を製造し、専門性を要する他の白餡、かこの餡では3～4割が自社で餡を製造している。小豆粒餡では9割が自社で餡を製造することで、餡の品質を保持向上させ製品差別化を強める行動が見られる。和菓子製造小売業では、餡の原料小豆では北海道産、十勝産等国産を前提としているがさらに国産使用を強める企業行動が見られた。

伝統のある和菓子製造業では、大手製パンメーカー等の和菓子製品、スーパー量販店、コンビニエンスストア向け商品に対し、北海道産小豆による餡の自家製造の強化による原料面と技術面からの差別化を強めている(表7)。

この国産小豆の自家製造による餡の製品差別化は、伝統的な和菓子小売業だけに見られる傾向ではなく、大手アイスクリームメーカーの和菓子製造等にも見られる行動である。

この傾向に対し、和菓子製造担当者は「和菓子は製造技術で製品特徴が出せる製品であり、品質向上には国産小豆への過度なこだわりより技術向上が重要である。」(11)と国産小豆を評価する一方過剰評価には異論を加えている。

5. 考 察

本稿では、小豆の加工製品市場の構造と経済環境の変化に応じた市場行動を中心に検討した。第一に原料小豆の流通段階の検討では、国産小豆の

生産保護を目的に政府の輸入規制が行われる中で、原料輸入は、中国小豆中心からカナダ産小豆への重点シフト、中国小豆では原料小豆の輸入から加工製品輸入へ転換が進んでいる。

次に小豆加工製品の流通段階では、実態調査結果に基づき、次のような結果が把握された。

近年の小豆加工製品市場では、餡製造業とユーザーとの取引関係から製品価格の低下、流通業、外食産業の需要変化、輸入製品との競合激化等の環境変化と高価格商品と低価格商品需要の2極化が把握された。この環境変化に対する市場行動では、2極化傾向に対する流通業、加工業の特徴的企業行動として原材料(原料小豆と餡)による製品差別化について検討した。

まず国産小豆による製品差別化の実態では、餡製造業、和菓子製造業の国産小豆の利用比率の高さ、また小豆の加工製品全般の原産地表示の分析から、北海道産(十勝産)など小豆産地に対するブランド認知が生産・加工・流通の担い手、消費者に至る広い範囲の浸透が観察される。同時に筆者が行った和菓子メーカー、甘納豆メーカー、素材・缶詰製造業等の製造担当者へのヒアリング調査では、国産小豆への過剰評価に批判があるものの、小豆加工製品における北海道産小豆への評価の高さが把握された。

次に餡の価格、品質をめぐる製品差別化の実態では、餡を原材料とする製造業では餡の価格が製造費を左右する一方で、和菓子の商品価値は餡の

品質が決めると業界が考えるように餡の品質をめぐる製品差別化が展開されている。

餡製造業では、餡製品の多様化、加工度の上昇や、輸入加工製品による需要対応、自社製品開発の強化による製品差別化などの種々の企業行動が見られる。品質向上は原料選択のほか製造技術の向上等によって得られることから、餡等加工製品の差別化では企業戦略によって異なった行動になるためである。輸入加工製品による需要対応では、餡製造業のほか他の食品分野からの参入企業、流通業等を加えて中国で開発輸入が展開している。他方、和菓子製造業界では、和菓子の商品価値は餡の品質が決めると考え、大手メーカーのスーパー量販店、コンビニエンスストア向け流通商品との製品差別化を強め、北海道産小豆を使用し餡の自社製造化を強める企業行動が顕著にとらわれている。

小豆では、食文化に根ざした赤飯、和菓子等幅広い用途で加工製品市場が形成される。

近年の市場環境の変化に対する市場行動では、原材料（原料小豆、餡）による製品差別化が具体的な企業行動として特徴的な傾向を示す。小豆における加工製品市場の規模は大きく、北海道産（十勝産）など原料産地へのブランド認知が産業界、消費者に広く浸透し、国産小豆による差別化は製品全般に及んでいる。そのため、国産小豆製品が、特定地域の中小企業製品に偏在化しにくい構造を形成する。同じ嗜好品の国産落花生のように希少性による地域ブランド化とは異なった市場構造を形成する。しかし、餡の品質と価格をめぐる製品差別化が展開され、小豆の餡を原材料とする各製造業では市場の2極化対応を強めている。また、国内同品種の海外生産量が増加する等で国産による輸入小豆への品質差異が強調しにくくなると、市場の偏在化が進み、国内小豆産地では製品差別化策の再検討が必要になると考えられる。

(注1) 小豆を主な原材料に用いた加工製品類（餡、生菓子類、水煮、乾燥製品等）を小豆の加工製品、小豆加工製品と呼称する。

(注2) 「北海道では、赤小豆である普通小豆のエリモシヨウズが栽培の90%を占め、十勝小豆の名称で広く知ら

れるブランドとなっている。京都府や兵庫県などでは丹波大納言、石川県では能登大納言があり、北海道栽培のアカネ大納言小豆よりも品質が高く評価されている。」(4)に筆者一部加筆

(注3) 最近の需要量が減少基調にもかかわらず、堅調な需要が持続しているとする理由の一つが、小豆の輸入調製品の増加にありその原料換算数量（2007年推定3万6千トン）を加えると、むしろ需要の安定性が指摘される。(6)

(注4) 中国では、1950年代以降主食作物を食糧作物（糧食）とし食糧統制下においたが、1985年以降緩和化が進み2004年に食糧流通は自由化されている。米、トウモロコシ、小麦、大豆の4大食糧作物は現在も食糧政策の対象になっているが、雑豆は雑糧に含まれ市場経済下で需給調整されている(3)。

(注5) カナダ豆類協会（pulse Canada）が1997年設立される。1980～2001年に作付面積が3500%増となり輸出市場開拓を展開。雑豆の国内消費も高まっている(8)。

(注6) 小豆は、炭水化物を豊富に含み（デンプン35%）、タンパク質や脂質は少ない成分組成を持つ。ショ糖、デキストリン、ガラクトサン、パントザンなどを含み食物繊維、サボニンが含有されることから栄養成分が目される。

(注7) 餡製造業の練餡の販売先を見ると、和菓子用60%、製パン用23%、小売用餡製品14%、レストラン等業務用ほか3%であった。(11)。餡製造業は豆類を原料とした餡の他栗・芋などの餡も製造する。和菓子ほか製造業では自社で餡を製造するほか餡製造業からも仕入れる。

(注8) 農林水産省の推計値（表3）より高い国産原料の利用率を示す。これは調査対象企業が、餡製造業は国内中核企業であり、和菓子では老舗を含めた伝統ある各地域の製造小売業が多く含まれているためと考えられる。

(注9) (雑豆の加工食品の表示実態調査)(12) 雑豆の加工食品1,463商品（餡179、和菓子・土産用饅頭486、あんパン類176、甘納豆165、煮豆263、素材製品138製品、ゆであずき56商品）の表示調査結果。雑豆製品の原材料は小豆、いんげん類など多様な豆類種であるが、上記製品の主原料は小豆である。

引用参考資料

- (1) 石塚哉史（弘前大学）・神代英昭（宇都宮大学）「小豆における地域ブランド戦略と現段階に関する実証的研究」(公財)豆類協会助成研究 2011年
- (2) 田島俊雄「1章 国民経済・農業発展の現状と中国の雑豆生産」東京大学社会科学研究所「現代中国研究拠点 研究シリーズNo.12『中国雑豆研究報告：全国・東北篇』2013年3年

- (3) 張馨元「雑 2 章. 豆の地域別生産・流通構造と貿易」『中国雑豆研究報告：全国・東北篇』前掲（2）
- (4) (公財) 豆類協会ホームページ「豆の種類」
<http://www.mame.or.jp>
- (5) 台湾省高雄区農業改良場 除錦泉「台湾における最近の小豆事情」(公財) 豆類協会 豆類時報 No. 1 1995年12月
- (6) 農林水産省大西正晃「小豆需給安定懇談会報告の具体化に向けて」(公財) 豆類協会 豆類時報 No.50 2008年 3月
- (7) (公財) 豆類協会「雑豆に関する資料」2013年
- (8) 「カナダ豆類事情調査団の派遣について」(財) 日本豆類基協会 豆類時報 No.27 (2002年 6月)、No.55 (2009年 6月)
- (9) 東野昭浩「特集雑豆：雑豆をめぐる事情について」日本特産農作物種苗協会2009年
- (10) 全国豆類振興会「雑豆の流通実態調査報告書」2006年
- (11) (公財) 豆類協会「平成17年度雑豆類の消費動向等実態調査報告書」2007年
- (12) (公財) 豆類協会「平成18年度雑豆製品の表示等実態調査報告書」2008年