

福島県産大豆の需要拡大業務委託のテーマ等について

1 令和7年度の畑作物需要拡大プロジェクトのテーマ

本事業は、令和5年～7年の3ヶ年の事業であり、令和5年は大豆、令和6年は麦をテーマとした。最終年度である令和7年度は、以下の理由から大豆としたい。また、その分析は以下のとおり。

2 大豆をテーマとした理由

県内各地に生産者があり、令和7年は郡山市において、全国納豆鑑評会が開催されるほか、県産大豆を使用する豆腐店も多い一方で、ラベルの表記は「国産」となっていることから、県産が使用されている実態が伝わっておらず、県産品を指向する消費者の購入機会を逃している。

3 現状

(1) 大豆の需要量：国産大豆の需要は堅調

ア 大豆の需要量

令和5年度：約356万t（食品用：約103万t、国産約25万t）自給率7%

(ア) 食用大豆の需要見込み

令和5年度：約103万t（国産：約25万t）→ 令和6年度：約107万t（国産：約27万t）

(イ) 国産大豆についても、価格、供給量、品質の安定が前提になるものの、消費者ニーズへの対応や高付加価値化に向け、需要が堅調となる見込み。

（農林水産省作成「大豆をめぐる事情」より引用）

イ 大豆の用途別需要動向

豆腐：44万t（国産13万t）、納豆：17万t（国産4.2万t）、味噌：12.3万t（国産1.5万t）、豆乳：6.8万t（国産1.3万t）（農林水産省作成「国産大豆の需要動向について」より引用）

(2) 国産及び福島県産大豆の現状：県産大豆で作付けが多いのは「里のほほえみ」

ア 国産大豆は、実需者から味の良さ等の品質面が評価され、ほぼ全量が豆腐、煮豆、納豆等の食品向けに用いられる。（農林水産省作成「大豆をめぐる事情」より引用）

イ 大豆の自給率が低い（2022年度の自給率は6%）理由としては、大豆の消費量が増えて、国内生産だけではまかなえなくなったことがあげられる。（農林水産省 HP 消費者の部屋より引用）

ウ 福島県では、莢の着く位置が高くコンバイン収穫に適し、外観品質が良い品種である「タチナガハ」や「里のほほえみ」等を奨励品種としており、令和5年産の県合計作付面積1,520haである。

5年産 作付 面積	同 左 品 種 別 面 積							奨励品	10 a 当
	奨 励 品 種						その他	種作付	たり収
	タチナガハ	ふくいぶき	おおすず	あやこがね	里のほほえみ	計		率	量
(ha)	(ha)	(ha)	(ha)	(ha)	(ha)	(ha)	(ha)	(%)	(kg)
1, 520	307	17	2	233	769	1, 327	193	87	96

（福島県 令和5年産水稻・大豆・麦・そばの生産に関する資料及び麦・大豆生産性向上計画より引用）

(3) 用途別に求められる大豆の品質

	豆腐	納豆	煮豆	味噌
求められる特性	・タンパク質含有量が多い ・炭水化物含有量が多い	・粒揃いがよい ・裂皮が少ない	・外観がよく大粒 ・蒸した際に旨味を逃がさない	・蒸煮した際の色調がよい
代表的な品種銘柄	とよまさり、フクユタカ、里のほほえみ	とよまさり、ユキシズカ、フクユタカ	とよまさり、光黒、丹波黒	とよまさり、フクユタカ、リュウホウ

(農林水産省作成「大豆をめぐる事情」より引用)

(4) 大豆の消費

ア 現在の食生活

厚生労働省による令和5年国民健康・栄養調査によると、豆類の摂取量を年齢階級別に見ると、概ね年齢階級が上がるほど多くなる傾向が見られる。1人1日当たり平均値は男性54.8g、女性56gで大差はない。

イ 加工品に対する国産意識

農林水産省による令和5年度食生活・ライフスタイル調査によると、加工品の国産意識は男女とも65～74歳で最も高く（男性23.8%、女性29.3%）、いずれの年代でも女性の方が男性より意識が高い傾向が見られる。

→消費者は少なからず産地をきちんと意識して選択していることが分かる。

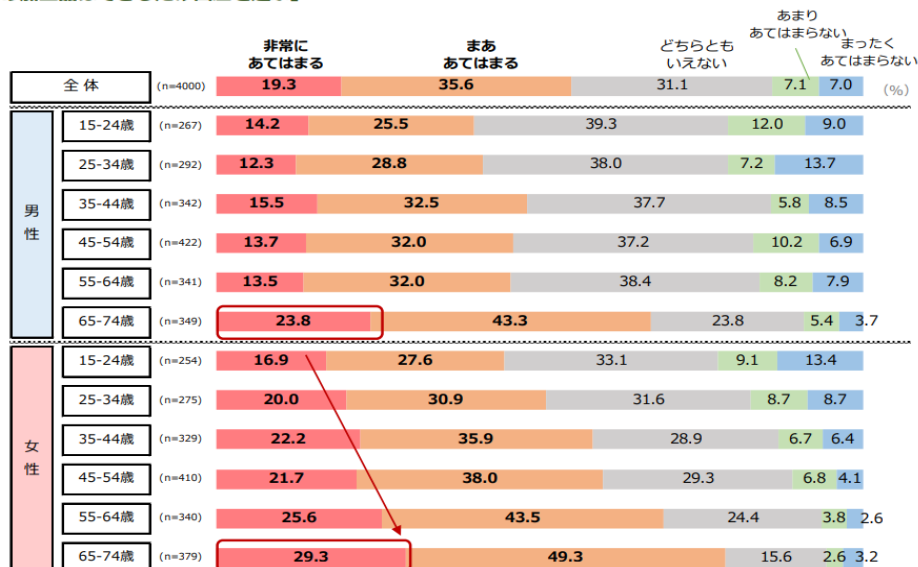
また、食に関して重視していることでは、「同じ商品であればできるだけ価格が安いこと」が2023年度で最も高い結果となった。次に「できるだけ日本産の商品であること」が高い。ふだんの買い物で重視する点と比較すると大きな違いはないが、「できるだけ日本産の商品であること」は2021年度、2022年度、2023年度ともに「食」に関する意識の方がやや高い。

→口にするものは、「安全・安心」へ繋がる日本産であることを、重要視しているためと考えられる。

(独立行政法人 農畜産業振興機構より引用)

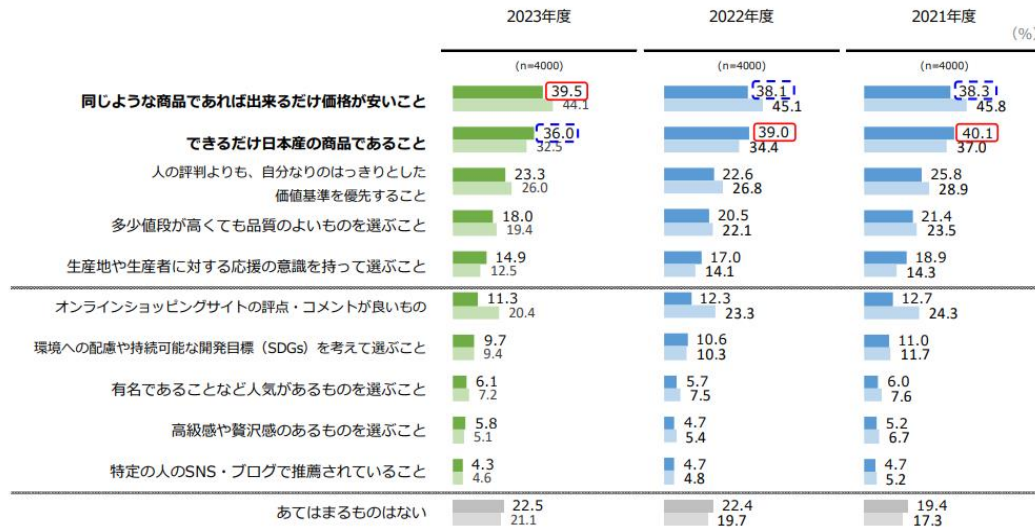
Q13-2. 以下のそれぞれの食品や食材を実際を選ぶ際について、あなたの気持ちに最も近いと思うものをお答えください。(SA)

「生鮮品以外の加工品はできるだけ国産を選ぶ」



Q11. あなたが食に関して重視していること（食品の購入や外食をする際に重視していること）はどのようなことですか。（MA）

グラフ上段：【食に関して重視していること（Q11）】
 グラフ下段：【ふだんの買物で重視していること（Q10）】



ウ 食や農に対する意識

（ア）家族の中で、農林漁業体験に参加した人が「いない」と回答した人の参加しない理由として、「体験に参加する方法が分からないから」を挙げた人の割合が最も高く、どのような工夫があれば参加したいかという質問では、「親子や友人など、いろいろな参加の仕方ができること」を挙げた人の割合が最も高い。

→きっかけ作りとなる体験活動が求められる。

（イ）産地や生産者を意識した農林水産物・食品を「選んでいる」人の割合は67.5%。選ぶようになったきっかけとして、「地元産（国産）や、知り合いの生産者が作った農林水産物・食品の方が安全・安心だから」を挙げた人の割合が最も高い。

→地元の生産者等と消費者が交流を持てる機会を作ることが必要となる。

（農林水産省 R6.3 食育に関する意識調査より引用）

4 大豆の魅力

平成25年12月には、「日本人の伝統的な食文化」が、ユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、大豆加工品を含めた和食文化が、世界的にも注目を浴びている。

（1）栄養

- ・タンパク質に富み、人間にとって必要なアミノ酸20種類全てが含まれている。
- ・米に不足しているリジンが多く含まれ、米と一緒に食べることにより、栄養価の向上が期待される。

（2）手軽さ

大豆は、豆腐、納豆、味噌、醤油、煮豆等、日本の食卓に欠かせない食事や調味料に加工されるなど、古くから利用されてきた。

（農林水産省作成「大豆をめぐる事情」より引用）

5 本イベントのターゲット（案）

上記を踏まえて、食卓に欠かせない大豆食品として、県産品を選択する機会を創出するため、下記のとおり提案したい。

（案１）福島県産大豆を使用した大豆製品と活用方法提案

（１） ターゲット：全世代女性

（２） 想定される事業効果

- ・豆腐をはじめとする大豆製品は、健康や美容に良いとされることから、女性は健康・美容志向が高く、継続的な消費が期待できる。
- ・大豆製品を使った料理のレパートリーが増え、興味がある方には取り入れてもらいやすい。
- ・米に合う大豆製品の料理は、男性にも取り入れやすく、大豆摂取量の向上も期待できる。
- ・様々な種類に加工され、誰でも手軽に食べることができる。
- ・食材へのこだわりを理由に、地元産、福島県産の大豆の魅力を伝えることができる。
- ・加工業者と消費者の交流が持て、安心して大豆製品を購入できる。

（案２）福島県産大豆を使用したワークショップと大豆製品の提案

（１） ターゲット：家族向け、全世代男女

（２） 想定される事業効果

- ・子どもから大人まで、味噌づくりや豆腐づくり等のワークショップを通して大豆への興味をさらに深められ、食育へも繋げられる。
- ・年齢層に関わらず、味噌づくりや豆腐づくり等ワークショップを通して、大豆への関心を引き出せられる。
- ・国産大豆を使用した大豆製品の良さを知ること、男性への国産意識を高められる。
- ・大豆から作られる加工品について知識を増やせられ、大豆の魅力を伝えられる。
- ・様々な食材と合わせやすく、味のバリエーションが豊富であるメリットを生かせる。
- ・身近な食材であり、おいしさと手軽さを兼ねた食事として取り入れやすい。
- ・消化吸收も良く肉や魚に負けないほどのタンパク質が豊富で、男性も食事に取り入れやすい。