

【論 文】

品目別食品選択の変動要因

時子山ひろみ

荏開津 典生

1. はじめに

日本人の食生活は、戦後の必需需要をまかなう時代から高度成長を経た飽食の今日まで大きく変化した。特に最近20年の食生活の変化はその方向が見えにくくなり、さまざまな扱え方がされている。

本論文では「家計調査」のデータを用いて昭和38年から62年までの24年間に關し、12食品群147食品の1人当り消費量変化の方向を検討し、それが相対価格要因および価格以外の変化傾向要因によってどれだけ説明されるかを分析する。

変化の方向としては、いままでさまざまな指摘がなされているが、本論文では、高級化、簡便化、多様化および健康指向の4要因を考える。またそのような変化をひきおこす誘因としては所得、相対価格、新食品の参入、消費者選好の変化をあげることができる。¹⁾

まず食品の変化の4要因を簡単に述べておこう。

1) 高級化 高級化は基本的には、所得の上昇による予算線の上方シフトに対応する変化である。これには3種の類型が考えられ、QualityのQを使って、(Q-1)、(Q-2)、(Q-3)とすれば

(Q-1) 同一の食品についてより単価の高いものに移る。

うるち米の消費が徳用上米、標準価格米、銘柄米に移行するのがこの典型例である。

(Q-2) 同種の食品のなかでより単価の高いものに移る。

例えば生鮮魚介のイワシ、サバからブリへの移行がこれに属する。

(Q-3) エネルギー当り単価の低い食品群から高い食品群へ移る。

食料消費構造の国際比較において1人当りの所得の上昇に伴う穀類から畜産物への移行パターンがみられるが、これが(Q-3)にあたる。

2) 簡便化 これは家事労働の簡便化によって生じる食品変化で、その誘因は家事労働の機会費用の上昇である。機会費用の上昇によって調理費を含めた食品の相対価格が変化し、それに伴って予算線がシフトする結果としてもたらされる変化である。

この変化の2類型をConvenienceのCをとって(C-1)、(C-2)としよう。

(C-1) 食料消費にかかわる家事労働費用の大きい食品から小さい食品に移る。

生食できるサラダ用の野菜や刺身用の魚の増加が、この例である。

(C-2) 食料消費にかかわる家事労働の外部化。

各種の半製品や調理済食品に加え外食の増加はこの典型例である。

3) 多様化 これは所得の上昇や相対価格の変化による予算線のシフトによっても、消費者選好の変化によっても生じる。さらに個人の消費者選択の変化だけでなく、単身世帯の増加や高齢化などの世帯構成の多様化によっても生じる。

この変化も3つに分けられるがDiversificationのDをとって(D-1)、(D-2)、(D-3)としよう。

(D-1) 同種の食品に関する小品数大量消費から多品数小量消費への移行。

主食が米から各種のパン、各種の麺、パスタ、シリアル類へ移行したのが典型例である。

(D-2) 新食品の参入

国際化や食品産業の技術革新による新食品の参入である。新しい魚、果物、野菜、コーヒー食品などがその例である。

(D-3) 製品の差別化

ビール、即席めん、ハム・ソーセージなどの加工食品にいくらでもその例がみられる。

4) 健康指向 その他に近年特に注目される健康指向について指摘しておきたい。これは本来の変化の方向ではなく、変化の誘因であって、結果として食品選択の高級化や多様化をもたらすと考えられないこともない。しかし、以下の分析からも分かるように、成人病の増加や、人口の高齢化を背景に健康指向と直接むすびついた食品選択の変化がある。これを4番目の変化の方向と考え、HealthのHを用いて(H-1)、(H-2)の2類型に分けよう。

(H-1) 健康上問題となる食品群の増減。

塩分、糖分、油脂分の減少や日本型食生活の評価などがこれに当たる。

(H-2) 健康上問題となる特定の食品の増減。

梅干、わかめ、納豆の増加や骨粗鬆症との関連による牛乳の増加はその典型である。

2. 作業の方法

まず「家計調査」の「一世帯当たり年間の品目別支出金額、購入数量及び平均価格(全国全世帯)」により、昭和38年から61年までの24年間の品目別の世帯当たり購入数量と平均価格をもとめた。対象品目は穀類12品目、生鮮魚介類18品目、魚加工品16品目、肉および乳卵類12品目、野菜24品目、果物11品目、乾物・海藻類8品目、油脂調味料13品目、菓子類14品目、調理食品5品目、飲料6品目、酒類8品目、合計12種類147品目である。

対象期間の昭和38年から61年までの24年間を単純に6年ずつに区切り、第1期昭和38～43年、第2期44～49年、第3期50～55年、第4期56～61年の4期とした。²⁾

一世帯当り購入数量を毎年の平均世帯人員で割って、1人当り消費量を求め、さらにそれを昭和60年を100とする指数にした。これによって各期ごとに、品目別1人当り消費量の動向を検討し、減少傾向を示す品目、増加傾向を示す品目、はっきりした傾向変化のない品目（No Trend＝NT品目）に分類する。

品目別価格についてもまず60年を100とする指数を求め、それをそれぞれの品目の属する中分類費目の消費者物価指数でデフレートし、中分類平均価格に対する品目別の相対価格をもとめた。これを使って各期ごとに価格の低下傾向を示す品目、上昇傾向を示す品目、はっきりした傾向的变化のないNT品目に分類する。³⁾

価格について低下、NT、上昇、数量について減少、NT、増加を組合せると9つのマス目ができるが、どこに各期の各品目が入るかを示すため、12食品群について12枚の表を作成した。この表において、価格上昇・数量減少のマスおよび価格低下・数量増加のマスに入った品目は、その数量変化を価格効果によって説明することが可能である。しかし、その他のマスに入っている品目の数量変化は、相対価格効果以外の何らかの要因によって説明されなければならない。⁴⁾

以下では、各食品群ごとに各期の各品目の1人当り消費量の変化を、まず相対価格の変化で説明できるかどうか検討し、価格効果では説明できない場合は、先にみた高級化、簡便化、多様化および健康指向の4要因によってどれだけ説明できるかを検討する。

3. 品目別変化要因

1) 穀類（表1）

47ケース（4期・12品目、1ケース欠）中、消費量の増加したもの11、減少したもの20、NT16である。増加するものが第1、第2期に集中しているのに対し、減少は全期間まんべんなくみられる。この47ケースのうち価格の変化は、上昇したもの14、下落したもの12、NT21である。価格の変化と消費量変化の関係をみると、消費の増加が価格の下落で説明できるものは、食パン1（第1期の食パンを示す、以下同様）、即席めん1、菓子パン3の3ケースであり、価格の上昇で消費量の減少を説明できるものは、他のうるち米1、もち米2、ゆでめん2、標準価格米3・4の5ケースとなっている。それに対し、価格が上昇したにもかかわらず消費量の増えたもの5ケース、価格の下落にもかかわらず消費量の減少したものが6ケースある。これらは、価格以外の何らかの説明が必要である。

まず第1に目につくのは、米（米飯）の高級化である。麦・雑穀、徳用上米が減少し、

表1 穀類 (12品目、47ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	小麦粉1.4 徳用上米2 標準価格米2 食パン2 もち4 6	麦その他1.2.3.4 徳用上米1.3 もち米1 もち3 即席めん4 9	他のうるち米1 もち米2 ゆでめん2 標準価格米3.4 5	20
不 変	干めん1 即席めん3 もち米4 3	ゆでめん1.3 小麦粉3 食パン3 もち米3 他のうるち米3.4 徳用 上米4 菓子パン4 9	即席めん2 干めん3.4 ゆでめん4 4	16
増 加	食パン1 即席めん1 菓子パン3 3	標準価格米1 もち1 他のうるち米2 3	もち2 小麦粉2 干めん2 食パン2 菓子パン2 5	11
合 計	12	21	14	47

標準価格米を経てその他のうるち米（銘柄米）へ移行している。さらに米中心の主食に食パンが加わり、菓子パンがあらわれ、麺類も登場する。表には示していないが、他のパン、他の麺類の増加もみられる。つまり主食の多様化（D－1）である。即席めん（D－2）は第1期に、もちは第1期、第2期に増加したあと、その簡便性にもかかわらず、多様化のためその後は減少している。簡便指向から消費量が減少したものはもち米で、第1、第2期にすでに減少がはじまっている。

穀類の品目別消費量の変化の特徴をまとめれば、1)全体として高級化（Q－3）による減少、つまり所得の上昇に伴う穀類からタンパク質への移行がみられ、特に第4期には全品目が減少している。2)主食である米の高級化（Q－1）と、主食の多様化（D－1、D－2）がみられる。3)価格の変化があまり多くなく、又価格の変化が消費量変化に影響を与えることが少ない。

2) 生鮮魚介（表2）

71ケースのうち、消費量の増加したものの12、減少したものの20、NT39で、1人当り消費量の変化しないものが半数以上である。穀類同様、増加は第1期、第2期に多く、減少は第2、3期に多くなっている。価格の上昇したものの13、下落したものの28、NT30で、価格と数量の対応をみると、価格上昇と消費量の減少の組合せが6、価格下落と消費量の増加のケースが9であるのに対し、価格と数量の変化が矛盾するのは6ケースのみで、生鮮魚介類では価格効果が大きいことがわかる。

高級化は、ぶり1・2、えび・かに2の増加とさば1・2・3・4とたら2・4の減少

表2 生鮮魚介 (18品目、71ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	さば1.2 かれい2 たい2 たら2.4 6	あじ1 ひらめ2 たら3 さけ3 たこ3 さば3.4 かれい4 8	さんま1 あじ2.3 かれい3 ひらめ3 いか4 6	20
不 変	たら1 たい1 ひらめ1 さけ1.2 かき1.4 まぐろ2 いわし3 かつお3 ぶり3.4 あじ4 13	かれい1 かつお1 しじ み1.2 いか1.3 いわ し1.4 たこ2.4 かき2 たい3.4 まぐろ3.4 さんま3.4 あさり4 えびかに4 19	いか2 あさり2.3 えびかに3 しじみ3.4 ひらめ4 7	39
増 加	まぐろ1 あさり1 たこ1 さんま2 いわし2 かつお2.4 かき3 さけ4 9	ぶり1.2 えびかに2 3	0	12
合 計	28	30	13	71

にみられるが、高級魚と考えられるたいやかれいが、第2期に価格の低下にもかかわらず減少しているのは説明がむずかしい。

簡便性からくる魚ばなれということが良くいわれているが、確かに増加したものに比べ減少したものが多く、かつ増加が第1・2期に集中し、それ以後は減少傾向が強いというものの、71ケース中39ケースがNTで1人当り消費量に変化がない。生鮮魚介の消費は、これまでのところ非常に安定しているといえる。

3) 魚加工品 (表3)

消費量の増加したものの17、減少したものの25、NT20、価格が上昇したものの17、下落したものの18、NT27で、62ケースのうちどちらも半数以上が変化している。価格と数量の斉合的变化は21ケース、非斉合的变化は6ケースで、生鮮魚介類と同じく魚加工品についても、価格が数量変化にかなり影響を持つことが分かる。

又、他の食品群と違って、1・2期に増加が集中、3・4期に減少が集中するという時系列的特徴もない。

魚肉ソーセージ2・4の減少は高級化(Q-2)であり、かつぶし1・2・3、にぼし1・2・4の減少は簡便化(C-1)で説明できるが、たらこの2・4のように説明のつけにくい動きをするものもある。価格不変にもかかわらず、かまぼこ3・4、ちくわ3、さつまあげ2・4など魚ねり製品は減少するのに対し、干しあじ1・4、塩さけ1・4、しらす干4は増加する。前者は肉製品への代替(Q-2)、後者は生鮮魚介との代替

表3 魚加工品 (16品目、62ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	にぼし1 かつおぶし1 魚肉ソーセージ2 たらこ2 4	魚缶詰1 にぼし2 干いわし2 さつまあげ 2.4 かまぼこ3 ちくわ3 かつぶし3 魚肉ソーセージ4 9	するめ1.3.4 かつおぶ し2 干あじ2 いかの くんせい2.4 たらこ3 ちくわ4 かまぼこ4 にぼし4 干いわし4 12	25
不 変	魚肉ソーセージ1.3 さつまあげ1 かまぼこ2 にぼし3 5	干いわし1.3 しらす2 ちくわ2 魚缶詰2 魚塩から2.3 干あじ3 魚介の漬物3 塩さけ3 さつまあげ3 かつおぶし4 12	しらす2 魚介の漬物2 しらす3 3	20
増 加	ちくわ1 かまぼこ1 魚介の漬物1 たらこ 1 塩さけ2 いかの くんせい3 魚缶詰3. 4 魚塩から4 9	魚塩から1 塩さけ1.4 干あじ1.4 しらす4 6	たらこ4 魚介の漬物4 2	17
合 計	18	27	17	62

表4 肉および乳卵類 (12品目、48ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	バター2 1	肉缶詰1 バター3.4 3	牛肉1 牛乳2 粉ミルク3 肉缶詰4 ハム4 5	9
不 変	粉ミルク2 卵2.3.4 4	バター1 肉缶詰3 牛乳3.4 チーズ4 粉ミルク4 豚肉4 7	ベーコン1 ソーセージ3 2	13
増 加	卵1 チーズ1.2 豚肉1.2.3 とり肉1.2.3.4 10	ハム1 ソーセージ1.2 粉ミルク1 チーズ3 ベーコン2.3.4 牛肉4 9	牛乳1 牛肉2.3 ハム2.3 肉缶詰2 ソーセージ4 7	26
合 計	15	19	14	48

(C-1) であると考えられる。

4) 肉および乳卵類 (表4)

48ケースのうち増加したものが26で半数以上を占める。減少は9ケースだけであり、NTが13となっている。価格は上昇したもの14、低下したもの15、NT19で、価格と数量の変化が斉合するもの15、矛盾するもの8である。

肉及び乳卵類では、圧倒的な変化の方向は高級化（Q－3）で、合計12品目のうち、3分の2にあたる8品目で、第1期・2期に増加がみられる。これは、所得の増加に伴う動物性たん白質特に畜産品への移行である。バターの2・3・4の減少は健康指向（H－1）によるもので、後でみるマーガリンの増加の反面の動きである。

5) 生鮮野菜（表5）

生鮮野菜の特徴は、観察期間を通じて相対価格の変化が殆どなかったことである。個別品目の絶対価格には各期毎に変動が見られたが、それを消費者物価指数の「生鮮野菜平均」でデフレートした相対価格でみると、各期とも価格が安定している。つまり野菜の絶対価格の変動は同方向であり、相互に高い相関をもっている⁵⁾。

1人当り消費量の変動も、93ケースのうち増加したものは18、減少したものの19、NT66で、圧倒的にNTが多くなっている。4期のうち2期以上で増加し、その他の期で無変化のものを増加品目、反対に2期以上で減少しその他の期で無変化のものを減少品目、2期以上無変化のものをNT品目とすると、次のようになる。

減少品目 4 はくさい、ねぎ、かんしょ、ばれいしょ。

増加品目 6 レタス、カリフラワー、きゅうり、生しいたけ、にんじん、もやし。

NT品目 14 キャベツ、ほうれん草、さといも、大根、玉ねぎ、ごぼう、かぶ、れんこん、トマト、さやまめ、かぼちゃ、たけのこ、なす、ピーマン。

減少品目は和風料理材料であるはくさい、ねぎ（C－1）と芋類（Q－3）であり、増加は生食できるレタス、きゅうり（C－1）と、多様化によるカリフラワー、簡便で利用

表5 生鮮野菜（24品目、93ケース）

減 少	はくさい1.2.3.4 ねぎ1.2.3.4 かんしょ1.2.3.4 ばれいしょ1.3 ごぼう1 たけのこ2 なす3 ピーマン4	18
不 変	ほうれん草1.2.3.4 さといも1.2.3.4 だいこん1.2.3.4 玉ねぎ1.2.3. 4 かぶ1.2.3.4 トマト1.2.3.4 キャベツ2.3.4 れんこん1.3.4 さやまめ2.3.4 かぼちゃ2.3.4 カリフラワー3.4 たけのこ3.4 ばれいしょ2.4 にんじん1.4 なす2.4 きゅうり2.4 ピーマン2.3 生しいたけ4 レタス4 もやし4 ごぼう2.3.4	56
増 加	キャベツ1 ピーマン1 さやまめ1 かぼちゃ1 なす1 カリフラワー1.2 きゅうり1.4 レタス1.2.3 れんこん2 生しいたけ2.3 もやし2.3 にんじん3.4	19

範囲の広い生しいたけ、もやしと、健康指向から説明されるにんじんである。

6) 果 物 (表6)

42ケースのうち、消費量の変化しないもの24、価格の変化しないもの23で、両方とも過半数を占め、変化の少ない食品群である。消費量の増加するものが10で、減少するもの8を上回っているのも特徴で、増減の時期は前半に増加し、後半に減少するものが多い。

価格に対する反応では、9品目が齊合した動きを示し4品目で矛盾する動きをするが、果物中最大の消費量を持つりんごとみかんでは、第4期のみかんを除いて価格と消費量が

表6 果物 (11品目、42ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	バナナ3 1	みかん3 すいか4 果物缶詰4 3	りんご1.2 すいか3 みかん4 4	8
不 変	バナナ2 果物缶詰3 2	夏みかん1.2.3.4 果物缶詰2 かき1.3.4 りんご3.4 なし3.4 もも3.4 ぶどう3.4 いちご4 バナナ4 18	かき2 もも2 なし2 いちご2 4	24
増 加	もも1 みかん1.2 果物缶詰1 いちご3 5	なし1 すいか1 2	ぶどう1.2 すいか2 3	10
合 計	8	23	11	42

表7 乾物・海草類 (8品目、32ケース)

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	あずき4 1	あずき1.2.3 こんぶ1. 2 干しいたけ1.3 たくわん漬1.4 こんぶ佃煮1.4 11	0	12
不 変	とうふ3 1	梅干1 こんぶ佃煮2 とうふ2.4 たくわん漬 2.3 干しいたけ4 わかめ4 こんぶ3 9	0	10
増 加	わかめ2.3 こんぶ佃煮3 こんぶ4 4	とうふ1 わかめ1 干しいたけ2 梅干2 4	梅干3.4 2	10
合 計	6	24	2	32

きれいな相関を持って動いている。果物の場合は、供給量の変化が良く価格に反映されている。

増加要因は、所得増加による高級化（Q－3）で、第1期には11品目中6品目が増加している。減少品目はみかん、りんご、すいか、バナナといった多量に消費されている果物であり、多様化による他の果物への移行（D－1）と考えられるだろう。

7) 乾物・海草類（表7）

この食品群では価格変化が少なく、32ケース中、価格の上昇するもの2、下落するもの6で、残り24がNTとなっている。1人当り消費量の動きは増加するもの10、減少するもの12、NT10である。価格と数量の関係では、斉合するもの4、矛盾するもの3で、この食品群では価格はあまり消費量とは関係なく、消費量の変化は他の要因で説明されなければならない。

増加するもののうち、わかめや梅干しは健康指向（H－2）から説明できる。減少品目のあずきやこんぶ、干しいたけは簡便性（C－1）に欠けるためと思われるが、こんぶと干しいたけについては増加する時期もあるので、はっきりとは断定できない。たくわん、こんぶ佃煮の減少は主食の多様化による日本食の減少の他、様々な漬物や佃煮の出現による多様化（D－1）のマイナス傾向もあると考えられる。

8) 油脂・調味料（表8）

51ケースのうち、消費量の増加するもの20、減少するもの15、不変のもの16品目である。価格についても上昇するもの18、下落するもの20、不変のもの13で、動きの激しい食品群

表8 油脂・調味料（13品目、51ケース）

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合計
減 少	化学調味料2.4 さとう3.4 マーガリン4 しょうゆ4 ソース4 7	みそ4 ジャム4 2	しょうゆ1.3 みそ3 塩3.4 化学調味料3 6	15
不 変	塩2 ケチャップ4 カレー粉4 3	さとう2 ソース3 カレー粉3 食用油4 4	塩1 ソース1 す1.2.3 みそ1.2 しょうゆ2 ジャム2 9	16
増 加	化学調味料1 さとう1 ケチャップ1.2.3 マヨネーズ1.2 .3 食用油3 マーガリン3 10	食用油1.2 ジャム1.3 カレー粉2 マーガリン2 マヨネーズ4 7	マーガリン1 ソース2 す4 3	20
合 計	20	13	18	51

である。価格と数量の関係では斉合するもの16、矛盾するもの10となっており、かなり価格効果があるように見える。しかし増減品目を詳細に見てみると、増加は前半期の食用油、マーガリン、ケチャップ、マヨネーズであり、減少は、後半期の味噌、しょう油、塩、砂糖、化学調味料であって、価格の効果よりも、主食の多様化（D－1）、特に洋風化による効果、健康指向（H－1）による糖分・塩分の摂取制限効果、さらに簡便化（C－1、C－2）による家庭内調理の減少傾向に伴う調味料の減少と考える方が妥当であろう。⁶⁾

9) 菓子類（表9）

56ケース中、1人当り消費量の増加するもの17、減少するもの14、不変のもの25である。増減の時期をみると前半期に増加、後半期に減少という傾向がはっきり読みとれる。第1期には14品目中7品目が減少する。

消費量の変動が比較的大きいのに対し、価格の方は不変のものが30品目と過半数を占めている。価格と数量変化の関係では、斉合的なもの8に対し、矛盾するもの7で、菓子類の品目別消費は、価格に敏感でないといつてよい。ただ、「家計調査」で単一食品としてとられているものの多くが、非常に多くの差別化商品を含んでおり、これを区別した価格弾力性については、別途検討しなければならない。

表9 菓子類（14品目、56ケース）

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合 計
減 少	キャラメル1.3 チューインガム4 3	かりんとう2 クラッカ ー3 せんべい4 カス テラ4 キャラメル4 5	あめ2 ようかん3 せ んべい3 ビスケット4 かりんとう4 甘なっとう4 6	14
不 変	チューインガム1 チョコレート2.4 かりんとう3 4	アイスクリーム1 かりんとう1 キャラメル2 せんべい2 まんじゅう2 チューイ ンガム2 甘なっとう2. 3 落花生3.4 あめ3. 4 チョコレート3 クラッカー4 14	あめ1 クラッカー1 落花生1 まんじゅう3 ビスケット3 カステラ3 ようかん4 7	25
増 加	チョコレート1 チューインガム3 2	ビスケット1 甘なっ とう1 カステラ1.2 まんじゅう1.4 ようか ん2 落花生2 アイス クリーム2.3.4 11	ようかん1 せんべい1 ビスケット2 クラッカー2 4	17
合 計	9	30	17	56

表10 調理食品（5品目、19ケース）

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合 計
減 少	サラダ2 カツレツ3 2	カツレツ2 コロッケ4 2	0	4
不 変	0	天ぷら・フライ1 コロッケ1.3 カツレツ 1.4 かばやき2.4 7	天ぷら・フライ2.3 サラダ4 3	10
増 加	かばやき3 1	サラダ1 コロッケ2 天ぷら・フライ4 3	サラダ3 1	5
合 計	3	12	4	19

観察期間前半での増加は所得増による高級化（Q－3）であり、後半期の減少は菓子類の多様化（D－1）による個別食品の減少と健康指向（H－1）と関係した菓子ばなれが考えられる。増減品目に目立った特徴がなく、全体的に前半期で増加し、同じものが後半に減少するというのも、他の食品群にみられない点である。

10) 調理食品（表10）

食品消費構造の変化方向のうち、簡便性（C－1）、（C－2）による変化を代表する食品群である。その意味では全ての品目で増加がみれても不思議はないが、19ケースのうち増加5、減少4で不変が10となっている。対象品目をみると全て従来型の調理済食品で、小売店の店先で作られ売られる物ばかりである。最近増加の著しい各種の冷凍調理食品やレトルト食品等、食品工業において大量に生産されるものは、「家計調査」の品目分類では明示されていない。この食品群については、供給側の資料等による別途の分析が必要である。⁷⁾

11) 飲料（表11）

23ケースのうち、1人当りの消費量の増加するもの11、減少するもの5、不変のもの7であり、価格については、上昇するもの7、下落するもの12、不変のもの4である。価格も数量も期間中の変動の大きい食品群である。特に興味深いのは、他の食品群では価格と数量の増減、不変の9つの組合せのうち、価格・数量の両方が不変の組合せが最も多いのに、飲料ではそれがゼロとなっている点である。

価格変化もかなりその動きに特徴があり、全期間で緑茶が上昇しつづけるのに対し、ジュース、コーラ、乳酸飲料では殆どの期間を通じて下落しつづける。その結果この食品群では、消費量が価格の動きに斉合するもの9、矛盾するもの3となり、価格の効果が大き

表11 飲料（6品目、23ケース）

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合 計
減 少	コーラ4 1	乳酸飲料4 1	緑茶3.4 紅茶2 3	5
不 変	ジュース1 コーラ2.3 乳酸飲料2.3 5	0	緑茶2 紅茶3 2	7
増 加	乳酸飲料1 コーヒー ・ココア1.2 ジュ ース3.4 紅茶4 6	紅茶1 ジュース2 コーヒー・ココア4 3	緑茶1 コーヒー・ココア3 2	11
合 計	12	4	7	23

表12 酒類（8品目、32ケース）

価格 数量	低 下	不 変	上 昇	合 計
減 少	一級清酒4 1	ぶどう酒1 二級清酒3 特級清酒4 一級清酒3 4	二級清酒2 1	6
不 変	二級清酒4 二級ウイスキー2 ぶどう酒4 3	焼酎1 ぶどう酒3 特級清酒3 特級ウイスキー4 二級ウイスキー3.4 6	二級清酒1 ビール4 ぶどう酒2 焼酎2 4	13
増 加	ビール2 特級ウイスキー3 2	ビール1 特級ウイスキー1 特級清酒1.2 二級ウイスキー1 一級清酒1.2 焼酎3.4 9	特級ウイスキー2 ビール3 2	13
合 計	6	19	7	32

い。価格で説明できない消費量の変化のうち、第1期の紅茶・緑茶については所得上昇に伴う高級化（Q-2）で、コーヒー・ココアの第3・4期は多様化で（D-1）で説明される。また第4期のコーラと乳酸飲料の減少は最近年のソフト飲料の多様化によって説明される。

12) 酒 類（表12）

32ケースのうち増加13、減少6、NT13である。増加は、第1・2期に多く、減少は第1・2期が1品目ずつであったが、第3・4期では2品目ずつとなっている。1人当たり消費量が比較的変動したのに対し、相対価格の方は32ケース中19が不変のままである。

価格が動かなかつたことを反映して、価格と消費量の関係は弱く、斉合的な動きをするもの、矛盾する動きをするものそれぞれ3ケースずつである。

第1期には8品目中5品目が増加している。これは所得の上昇による高級化(Q-3)であつて、それ以後の増加は酒類の中のより高級な酒への移行(Q-2)と考えられる。ただし焼酎の増加は高級化ではなく多様化(D-1)で説明されよう。

減少品目については二級清酒の減少は高級化のマイナス効果であり、第3・4期の一級および特級清酒の減少は多様化のマイナス効果である。

ぶどう酒は高級化・多様化の両要因から増加しそうに思われるが、第1期に減少、以後4期まで不変のままで、これは予想と異なる動きである。

4. むすび

以上の検討によって得られた結果を簡単にまとめると次のようになる。⁸⁾

1) 1人当りの消費量を見ると、肉および乳卵類、飲料、油脂、調味料では変動が大きい、生鮮魚介、野菜、果物では非常に安定している。

2) 殆どの食品群で、前半期に消費量の増える品目が多く、後半に減少する食品が多くなる傾向がみられる。

3) この間の相対価格をみると、生鮮魚介類、肉および乳卵類、飲料、魚加工品で大きな変動が観察される一方、野菜では殆ど相対価格に変動がみられなかった。乾物・海草類、酒類でも変動は小さい。

4) 12食品群の中で消費量と価格とが連動しているのは、生鮮魚介、果物、飲料である。反対に殆ど価格が消費量に影響をもたないのが、穀類、菓子類である。肉および乳卵類、油脂・調味料でも価格と消費量の間に対応関係がみられるが、これらの食品群では、価格効果よりもむしろ高級化ないし多様化でよりうまく説明できる変動が主である。

5) 価格以外の要因による変動としては、まず観察期間の初期にみられる増加傾向は、所得の上昇による消費量の増加で、その多くは高級化(Q-3)に分類される。第1期には、147食品中減少したものはわずか28品目のみである。

6) その後の変化の中心要因は、高級化(Q-1、Q-2)と多様化である。特に主食の多様化(D-1)による米ばなれと結びついた和風料理から西洋料理への移行が、全体としての食品選択を大きく変化させている。魚から肉への移行、和風野菜の減少、和風調味料の減少と洋風調味料の増加等は、この顕著な例である。和風料理から洋風料理への移行は、簡便性という面からもその動きが強められる傾向がある。

7) 果物、飲料、菓子、酒類などの嗜好品では、多様化によって説明される変動が大き

い。

8) はっきり健康指向による増減を示す食品や食品群がある。

注

- 1) 本論文は、前稿「食生活の変化と食料消費構造」(加藤譲編『食品産業経済論』、農林統計協会、1990、所収)と対をなすものである。分析の理論的枠組については、前稿を参照して頂きたい。ただし本稿では品目別分析であるため、食品選択の変化要因として「健康指向」を付加した。
- 2) スタートを昭和38年としたのは、この年に「家計調査」が改正されて、それ以前と連続しないためである。
- 3) 数量の変化も価格の変化も、期間を通した「傾向」をとらえたものであって、年々の変化そのものではない。
- 4) 価格以外の食品選択要因については、黒田節子『食卓革命』(日本経済新聞社、1984)が面白い考察をしている。
- 5) これは、野菜相互間の需要の交叉弾力性が高いことを意味している。
- 6) 調味料については、山根勝次「調味料産業の展開過程」(『食品経済研究』第18号、1990年3月)を参照。
- 7) 安村碩之「戦後における食生活の変貌と諸問題」(日本大学農獣医学部食品経済学科編『現代の食品産業』、農林統計協会、1989、所収)に、若干の分析が示されている。
- 8) 本稿と同様「家計調査」による食品消費構造の分析として、土路利雄「最近の食料需要の特徴と傾向」(『食品経済研究』第15号、1987年3月)がある。ただし本稿の品目別分析と異なって、中分類費目別の分析である。