

盛衰のクロス — 長期間グラフから読み取れる食生活の変容 — 統計の深読みで知ったこと 6

立山千草 本間伸夫

長期間・短間隔折れ線グラフを、時代背景と連動して読み解いていくと、興味深い事柄に出会うことが多い⁽¹⁾。

同じグループに属し、用途や需要が似ている食品同士、すなわちライバル同士の値が、時間経過とともに上下に盛衰することによって生じるクロス事象にはハッとさせられるものが多い。

クロスはかなり劇的な事象であるので、そこに至るまでの背景、その後の状態、さらには将来の食生活に対する影響はかなり強いものと考えられる。

本報では、クロス現象に的を絞ってデータを深読みすることで、それを生み出した時代背景、と現状を解析し、未来予測を試みた。以下、インパクトがあると思われる事例を取り上げる。

1. データと分析方法

分析に供したデータは、1967（昭和42）年～2015（平成27）年、ほぼ半世紀にわたる家計調査・食料部門、品目別・年間・二人以上世帯当たりの支出金額および購入数量の全国平均値である⁽²⁾。

調査項目名には、支出金額ではk、購入数量ではsを付し、紛らわしい場合には「」で囲んだ。

統計計算ソフトSPSS・21を用いた。

2. 主食の中食化—主食的調理食品のクローズアップ

図1に「米」k、「パン」k、「麺類」kと「主食的調理食品」kへの支出傾向を示した。特に目につくのは主食的調理食品の台頭である。

主食的調理食品には、弁当、すし（弁当）、お握り・その他、調理パン、その他の主食的調理食品（中華まんじゅう類、お好み焼き、五目飯などのレトルト食品）などが含まれる⁽³⁾。

米kは2010年ごろにパンkとクロスしている。パン類

はほとんど停滞状態にあるにもかかわらず、米の著しい減少によりクロスが生まれている。

この図から、主食的調理食品kは穀類三者をすべてクロスした上、その勢いが衰えていないことが読み取れる。ここで注目されるのは、中食化が主食にまで及んでいることである。

全体として家庭内食の外部依存傾向が著しく進んでいる中で、主食も例外ではなくその増加傾向は止まるところを知らない。

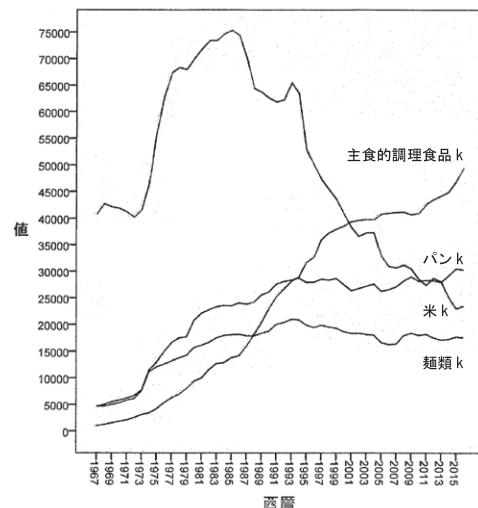


図1 穀類と主食的調理食品、消費金額の推移

3. 人為：自然—鮭の躍進

前報⁽¹⁾に示した食品群の経時的消費傾向図によれば、近年、魚介類全体の著しい消費減が認められる。個々の主要鮮魚については図2の如くであり、やはりほとんどの魚種において減少傾向にある。

そうした中で「さけ」k（大形の鮭鱒類）のみが増加傾向にあり、他の魚種との間に幾つかのクロスが認められ、トップの「まぐろ」kをも凌駕する勢いである。繁殖に養殖などの人工が加わることによる、安定した価格や供給量がこの躍進をもたらしたものである。

世界的人口増の中で、自然繁殖の魚種に、どのような未来が待ち受けているのであろうか。

ほんま のぶお

〒950-0813 新潟市東区大形本町2-3-28（自宅）

たてやま ちぐさ

〒950-0813 新潟市東区海老ヶ瀬471 新潟県立大学

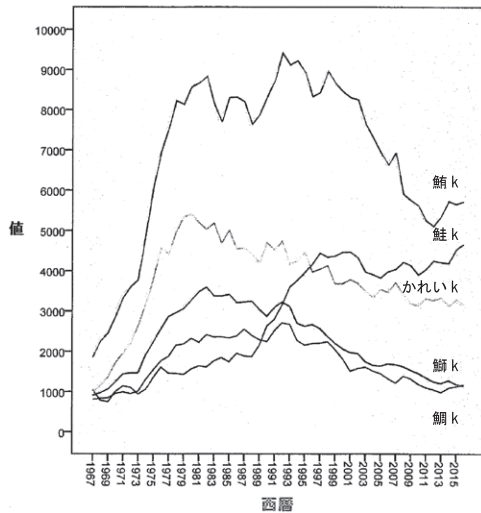


図2 主要鮮魚、消費金額の推移

4. 牛肉対豚肉、逐鹿の争い—生鮮肉

「牛肉」k対「豚肉」kの中原逐鹿（ちゅうげんちくろく）のありさまとはおおげさであるが、図3に見るように2度のクロスを伴いながらトップ争いをしているのだ、その表現もうなづける。

「鶏肉」kを加えた三つの生鮮肉のいずれも景気の善し悪しに消費が影響されている。牛肉と豚肉の消費は反対の傾向を示し、高価な牛肉は好景気時に多く、豚肉はその逆である。鶏肉の消費は比較的安定しているのは安価のためである。

今後、食肉三者の消費は若干の増減を伴いながら鼎立し、全体として確実に増加していくものと予測される。

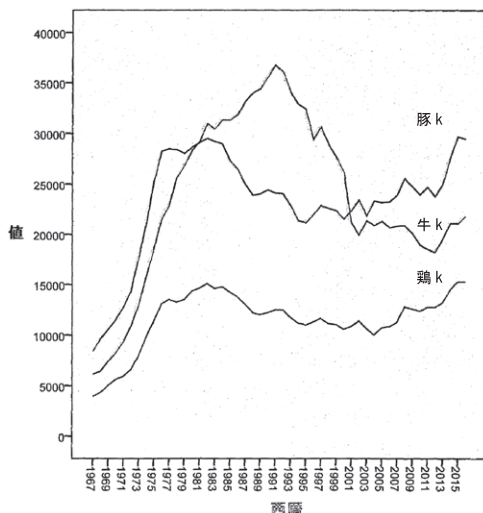


図3 生鮮肉、消費金額の推移

5. ハム：ソーセージ、価格の争い—食肉加工品

図4は代表的な食肉加工品3種の消費量の推移を示している。下降する「ハム」sに対して1985年にクロスした「ソーセージ」sはほぼ一方的に上昇している。図示していないが、金額の場合も似た傾向で2000年にクロスしている。生鮮肉の場合と同様、景気の影響を受けている。

本来、ハムは豚もも肉を、ベーコンは豚ばら肉、ソーセージは各種の挽き肉に加えて多様の副原料で作るものであるため、価格がハム>ベーコン>ソーセージであるのは必然である。

安価で多彩な風味を有するソーセージは、今後、幅広く支持されて伸びていくものと予想される。

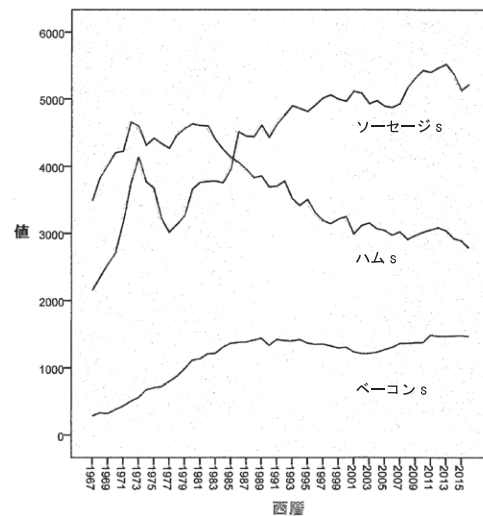


図4 食肉加工品、消費量の推移

6. チーズへの志向、粉ミルクの消費減—酪農製品

図5は酪農製品の消費傾向を示している。「チーズ」kの飛躍的増加が目につく。今日の店頭には、プロセスチーズ一辺倒から脱却して、各種のナチュラルチーズが顔を揃えている。

日本人はチーズ独特のフレーバーを克服し、食生活に積極的に取り入れつつあることを示している。

「粉ミルク」kにはスキムミルクも含まれているので単純ではないが、主な内容が育児用ドライミルクであるとすると、その減少には日本の人口減と少子化と連動していると考えられる。思いの外、重要な事柄を秘めている折れ線である。

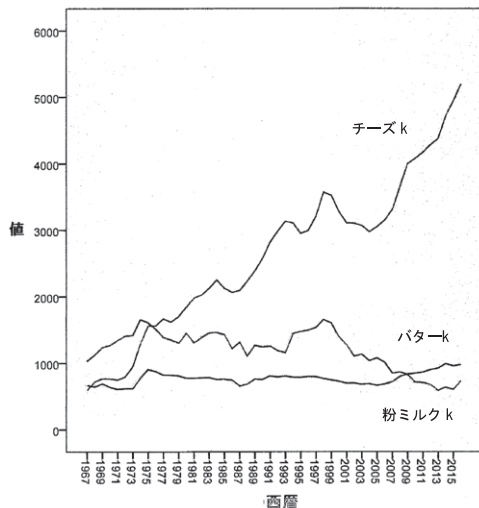


図5 酪農製品、消費金額の推移

7. カタカナが優勢—葉菜類

図6は「白菜」と「キャベツ」が過去現在ともに主要葉菜であることを示しているが、ともに減少傾向にある。その消費減は白菜sがキャベツsよりも大きく、早々と1975年にクロスしている。

白菜の減少がより著しいのは、漬物が自家製から既製品に移ったことが大きい。キャベツは白菜よりも洋風料理に用いられることが多いことなど、用途に幅があることが減少を低く抑えている。

「ほうれん草」sは1997年に「レタス」sに、2000年に「ブロッコリー」s追い越されている。かつて年間を通じての定番的な野菜であったほうれん草はその座をレタスなどに譲ろうとしている。

お浸しという料理が衰退して、サラダが取って替りつつあるように思われる。

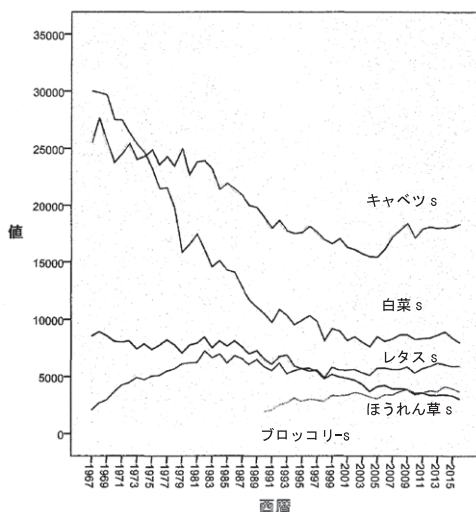


図6 主要葉菜類、消費量の推移

8. トマトと南瓜の頑張り—果菜類

図7で注目されるのは、「きゅうり」sと「なす」sの著しい減少であり、「トマト」sと「南瓜」sの健闘である。

きゅうりとなすの減少は、漬物が自家製から既成への移り変わりの影響が大きい。トマトと南瓜は洋風料理に適し用途が拡大しているためと考えられる。

果菜類の消費には洋風化の傾向が顕著に表れている。

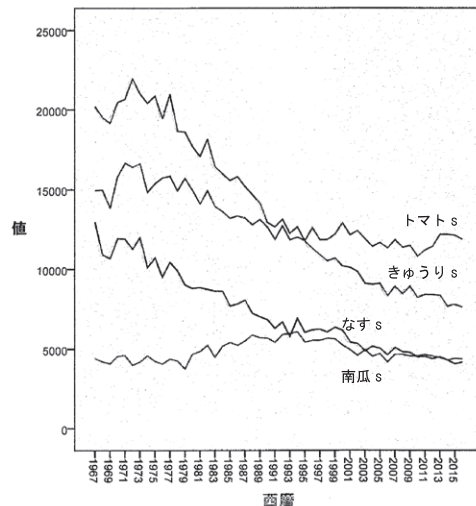


図7 主要果菜類、消費量の推移

9. つゆたれ、風味調味料の誕生—調味料の複合化

図8に「しょうゆ」k、「みそ」kおよび主に和風の調味料の消費推移を示した。

全体として伝統的のものが減少に転じている中で、1987年に加わった新顔の「つゆ・たれ」kと「風味調味料」kの増加傾向は注目に値する。「煮干し」kは極端に減少したため2014年を最後に調査項目から姿を消している。

つゆ・たれはしょうゆをベースにして更に各種食材で調味したもので、多くのしょうゆメーカーにおいて製造されている。しょうゆの変身ということになるが、そのしょうゆをクロスし凌駕している。

風味調味料は鰹だし、いりこだし、肉エキスなどを濃縮し更に調味したものである⁽³⁾。この調味料も増加が著しく、図8において、仮に遡及することができれば「鰹節削り節」kなどとクロスするに違いない。

この図から知ることができるのは、伝統的な調味料が、1980頃から減少の方向に転じ、それと機を一にして新顔の複合調味料が“だし”の領域に加わり、主要な地位を占めるようになったことである。

簡便さが、何ごとにも勝る時代になったのであり、その傾向は衰えそうもない。

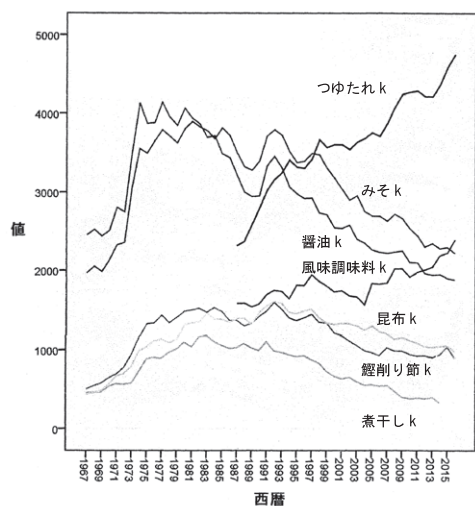


図8 しょうゆ、みそ、各種調味料、消費金額の推移

10. チョコレートの独り勝ち—干菓子類

和洋の生菓子類以外の菓子を干菓子とし、その主なものの消費傾向を図9に示した。目に付くのは「チョコレート」kの躍進である。停滞する他の干菓子類とクロスしながら増加し、2016年には僅かであるが「せんべい」kをも凌駕している。

チョコレートには「チョコレート菓子」kという仲間があり、それも増加傾向にある。将にチョコレートの独り勝ちといえる。

年齢、性、人種を超えて、チョコレートは人類が最も愛する嗜好品であり続けるように思われる。

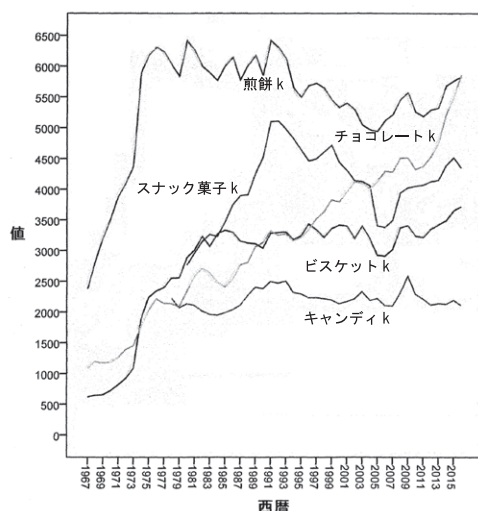


図9 主な干菓子類、消費金額の推移

11. サラダの躍進—カタカナ名のおかず

持ち帰りのおかずにはカタカナ名のものが多い。その中で、停滞の傾向を見せることなく急速に伸びているのが図10の「サラダ」kである。

サラダは米や麺よりもパンに合うとされている。図1のパン消費の堅調な推移および図10の「調理パン」kの躍進とがサラダの著しい消費増を促しているものと考えられる。今や日本人の定番的なおかずとして定着しつつある。

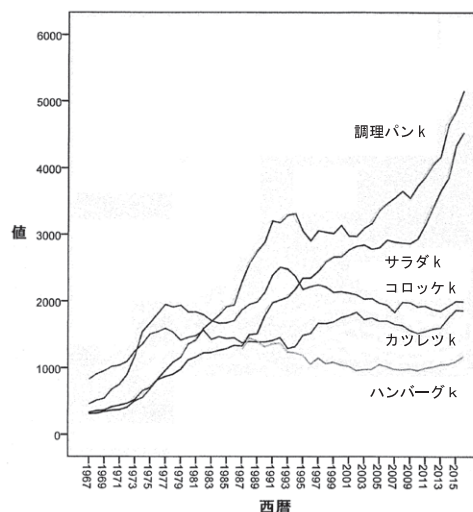


図10 主なおかず的調理食品と調理パン、消費金額の推移

12. コーヒーブーム—嗜好性ソフトドリンク類と喫茶

図11の「コーヒー・ココア」kは豆・顆粒・インスタント・液体・ミルク入りなどすべてを含んでいる食群であり⁽³⁾、1967年まで遡ることのできる唯一のコーヒー関連データである。ココアは僅かであって、例えば2015年の場合ココア・ココア飲料はコーヒー・ココア全体の3.4%⁽⁴⁾を占めるに過ぎない。

コーヒーの消費増は家庭内でのコーヒー嗜好の高まりによるものであり、ここにも中食化が認められる。また、好景気の頃にピークがある「喫茶代」kはその後減少したが、近年盛り返しの傾向にある。喫茶代の主役はコーヒーであるので、外食にもコーヒーブームが到来しているに違いない。

かつて、トップにあった「緑茶」kの減少は著しく、コーヒー・ココアkとは1980年前後においてクロスしている。

コーヒーが日本人の生活に定着しつつあるのに対して、紅茶は「紅茶」kの趨勢からみて日本人の食生活に定着しきれないようである。

緑茶はフレーバーの独自性、伝統文化、砂糖不要などから、今後コーヒーと並立していくものと予想される。

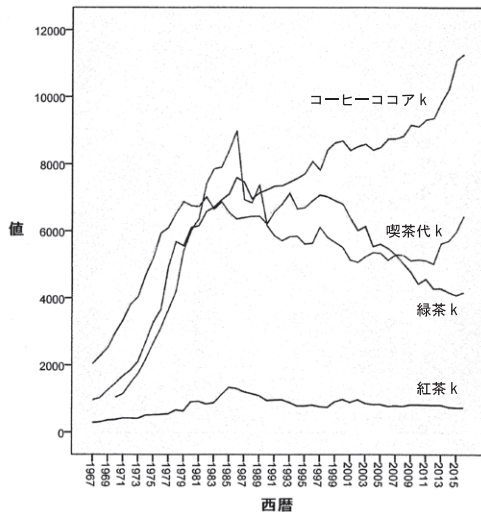


図11 主な嗜好飲料の消費支出と喫茶代の推移

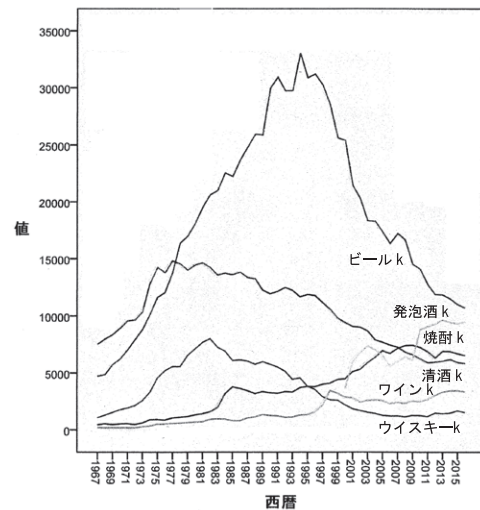


図12 主な酒類、消費金額の推移

13. 清酒の衰退 — 酒類の細分化

かつて、トップの座にあった「清酒」kは、図12によれば1975年に「ビール」kに、2007年に「焼酎」kに追い越されるという二つのクロスを背負っている。

ビールkは現在トップであるものの、ビール類似の「発泡酒・ビール風アルコール飲料」kにかなり追い上げられている。現に、数量において2011年に追い越されている。

焼酎kといえども安閑としてはられない。頭打ちの傾向が見える上に、すでに発泡酒・ビール風アルコール飲料kに追い越されている。

焼酎やウイスキー由来の「チューハイ・カクテル」kが2015年から新項目として登場しており、全体として多様化と細分化が進んでいるように見受けられる。

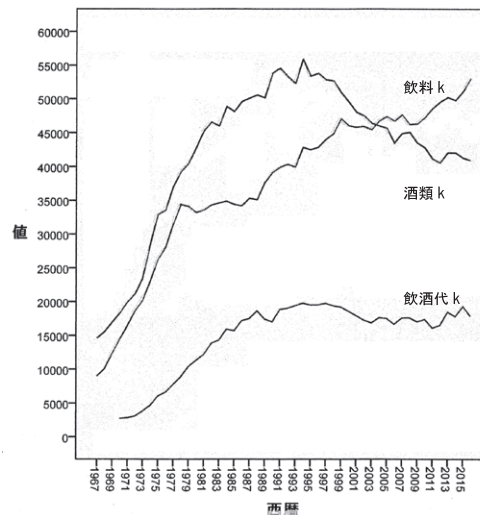


図13 飲料、酒類、飲酒代への消費支出の推移

14. ソフト飲料対アルコール飲料 — アルコール離れか？

図13によれば、酒類全体を合計した「酒類」kは1994年をピークにして以降減少しているのに対して、ソフト飲料をまとめた「飲料」kは一貫して増加し、両者は2008年にクロスしている。外食の「飲酒代」kもずっと停滞ぎみでもある。

大きな流れとして、減アルコールの方向にあるのではなかろうか。社会は、何事もソフトを好む方向にあるように思われる。

参考文献

- (1)立山千草、本間伸夫：「山・坂・谷の陰には何かがある 長期間・短間隔折れ線グラフが教えてくれるもの— 一統計の深読みで知ったこと5—」新潟の生活文化、No.24、p6-9 (2018)、新潟県生活文化研究会
- (2)総務庁統計局、総務省統計局：「家計調査年報」、昭和42年(1967)～平成28年(2016)、日本統計協会
- (3)総務省統計局：「家計調査年報」平成28年、p437-447 (2016)、日本統計協会
- (4)総務省統計局：「家計調査年報」平成27年(2015)、日本統計協会