

高齢者の食料消費行動の特徴

—— 食の外部化の現状と高い安全志向 ——

〔 要 旨 〕

1. 近年、農産物の輸入量が急増している。一方、需要面では中食や外食の市場が拡大している。中食や外食で使用される冷凍野菜の9割が輸入といわれ、食の外部化の進行が輸入増加の一つの要因となっている。この結果、2000年の農産物生産者価格は95年比12.6%低下した。国産農産物の競争力を強化するには、消費者のニーズに合わせた商品を提供することも有効であろう。
2. 全国消費実態調査によると、高齢層の食料消費内訳は、若中年層のそれに比して、主食、副食、嗜好品のシェアが高く、調理食品や外食のシェアは低い。総じて、高齢層における食の外部化の程度は相対的に低い。
3. 消費者アンケート調査から、調理済み冷凍食品、テイクアウト食品、外食についてみると、高齢層の利用比率は、いずれも相対的に低いものであった。ただし、テイクアウト食品や外食の利用者に限ると、その利用頻度や支出金額は必ずしも低くない。高齢層の中でもとくに単身世帯においてテイクアウト食品や外食の利用頻度が著しく多い。
4. さらにアンケート調査から、食品の品質や価格に対する意識をみると、高齢層の約5割が品質を重視している。しかし、実際に有機減農薬食品をよく購入している回答の比率は高齢層の3割程度にとどまっている。このような意識と行動の相違には、高齢層において、有機減農薬食品の安全性に対する評価が低いことが影響していると思われる。また、国産食品を購入する理由として、安全性をあげる回答者が最も多かった。
5. 国産農産物の消費を拡大するためには、消費者が最も重視する安全性を向上させることに加えて、安全性の高い有機減農薬農産物やそれを使用した加工食品を容易に購入できるような環境整備を進めることが求められよう。

目 次

はじめに

1．高齢者の食料支出の特徴

(1) 総世帯

(2) 単身世帯

2．消費者アンケート調査の概要

(1) 回答者のプロフィール

(2) 高齢層の特徴

3．食の外部化

(1) 調理済み冷凍食品・テイクアウト食品・ 外食の利用状況

(2) テイクアウト食品と外食の利用頻度・ 支出

(3) 調理済み冷凍食品・テイクアウト食 品・外食を利用する理由

4．国産食品購入理由と有機減農薬食品の利 用状況

(1) 食品の品質と価格に対する意識

(2) 国産食品を購入する理由

(3) 有機減農薬食品の利用状況

(4) 有機減農薬食品に対する評価

おわりに

はじめに

近年、農産物の輸入量の増加が著しい。とくに野菜の増加は著しく、1999年における野菜の輸入量は292万トンにのぼり、これが国内消費仕向量に占める比率は17.4%まで高まっている^(注1)。国産農産物は、概して安価である輸入農産物との競争で苦戦を強いられ、その結果、2000年の国内の農産物生産者価格は95年に比して12.6%減価を余儀なくされている^(注2)。この間の国内卸売物価指数総平均の低下は3.9%にとどまっていることから、農産物の価格下落がいかに大きいものであるかが理解できる。

一方、需要面では、外食に加えて、冷凍食品、惣菜、ファーストフードといった中食の利用が増加している。これらの原材料として使用される冷凍野菜の約9割が輸入とみられ、食の外部化の進行が農産物輸入

を促進しているという側面もある^(注3)。

国産農産物の競争力を強化する手段として、川上でのコスト削減の努力に加えて、川下における消費者ニーズにあわせた商品の提供も有効な手段であろう。多様な消費者のニーズを把握するための一つのアプローチとして、本稿では、高齢者の消費行動に注目することにしたい。なぜなら、65歳以上の老年人口が総人口に占める比率は、2000年の17.2%から、2006年には2割を超えて20.2%に、2015年には25.2%に達するものと予想され^(注4)、高齢者の消費行動が食料ニーズ全体の動向に与える影響が高まると考えたからである。

このような背景を踏まえて、本稿では農林水産省が行った「平成12年度食料需給調査予測分析事業」の「消費者アンケート調査」を中心に、高齢者の消費行動について基礎的な分析を試みることにしたい。ここでは、消費行動に影響を与える諸要因のう

ち，所得水準，家事担当者の就業形態，家族形態の3つの側面に注目してこの問題を見てみよう。所得水準は消費可能な範囲を決定し，家事担当者が有業の場合には，多忙から中食や外食の使用が増加するものと考えられる。また，家族形態については，例えば，単身世帯では調理の手間を省くために外食の利用が多いなど，消費行動は世帯人員の構成によって異なるものと考えられるからである。

本稿の構成は次の通りである。まず総務省の「全国消費実態調査」から，高齢者の食料支出の特徴を概観する。次いで，アンケート調査結果から，中食，外食，および有機減農薬食品の利用状況やその理由，および国産食品の購入理由等について高齢者の消費行動をみることにしたい。

（注1）農林水産省「食料需給表」参照。

（注2）農林水産省「農村物価指数」参照。

（注3）藤島廣二「食品流通構造の変化と流通政策」食料・農業政策研究センター『食料政策研究』2001 - No.107, 6～44頁参照。

（注4）国立社会保障人口問題研究所による推計の中位推計結果。

1．高齢者の食料支出の特徴

はじめに，「平成11年全国消費実態調査」によって，世帯主の年齢層による食料支出の違いについて見てみよう。全国消費実態調査は，総務庁が5年に1回実施し，最近では1999年に行われた。サンプル数は54,203世帯である。

第1表は，世帯主の年齢層を，60歳以上層（高齢層），50歳代層（壮年層），50歳未満

層（若中年層）に区分して，世帯人員一人当たりの食料支出とその内訳を示したものである。また，世帯の形態としては，総世帯（単身世帯と二人以上世帯からなる）と単身世帯についてそれぞれ示している。

（1）総世帯

まず，総世帯の中で高齢者世帯の特徴を概観する。

60歳以上層の一人当たり月収は最も少ない43万円であり，平均54万円，50歳代層73万円，50歳未満層56万円となっている。一方，月収に占める食料支出の比率は，60歳以上層が最も高く14.5%であり，平均12.9%，50歳代層11.0%，50歳未満層13.2%となっている。

食料支出の内訳を年齢層別に比較すると，60歳以上層の特徴は，主食，副食，嗜好品のシェアが60歳未満の層に比して高く，反対に調理食品と外食のシェアは低くなっていることである。これは，60歳以上層では，退職に伴って昼食あるいは夕食用の外食やテイクアウト食品の利用が少なくなり，家庭内で調理したものを家庭内で食する，いわゆる内食が増えることが一つの要因であると考えられる。

（2）単身世帯

総世帯においては，世帯主が60歳以上である世帯の世帯人員には60歳未満の人員も含まれているために，それらの行動も60歳以上層の支出構成に反映されている。そこで，高齢者のみの特徴について，単身世帯

第1表 世帯主の年齢層別世帯員一人当たり食料支出（1999年・総世帯）

	総世帯				単身世帯						二人以上世帯
	平均	50歳未満	50歳代	60歳以上	平均	50歳未満	50歳代	60歳以上	男性	女性	60歳以上
世帯人員（人）	2.7	3.2	2.9	2.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.6
18歳未満人員（人）	0.6	1.1	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-	0.1
65歳以上人員（人）	0.5	0.2	0.2	1.0	...	...	...	...	...	...	1.1
1か月当たり収入（円）	541,167	564,175	728,117	430,954	302,417	329,655	373,858	198,102	241,658	189,736	525,778
食料支出／月収（％）	12.9	13.2	11.0	14.5	14.4	14.3	11.8	17.3	17.0	17.3	14.1
エンゲル係数（％）	23.8	24.7	21.8	24.3	23.1	24.2	20.5	21.0	24.3	20.4	25.0
1か月当たり消費支出（円）	294,628	301,209	365,969	257,871	188,423	194,635	214,557	162,590	168,852	161,387	295,230
食料支出（円）	69,989	74,406	79,903	62,555	43,437	47,163	43,975	34,196	40,988	32,892	73,939
主食	6,943	6,816	8,313	6,929	2,808	2,169	3,149	3,408	3,794	3,334	8,407
うち米	3,485	2,825	4,528	4,094	1,091	395	1,322	1,818	2,089	1,766	5,061
副食	28,387	27,068	34,846	29,020	10,244	5,585	13,520	15,191	13,836	15,451	34,889
うち野菜・海草	8,723	7,653	10,669	9,783	3,496	1,619	4,704	5,600	4,747	5,764	11,582
魚介類	7,765	6,489	10,153	8,805	2,763	1,118	3,930	4,385	4,187	4,423	10,672
肉類	5,878	6,546	7,347	4,753	1,548	1,061	2,151	1,982	1,849	2,008	5,903
嗜好品	14,083	14,689	15,785	13,235	8,400	8,507	8,720	7,418	8,523	7,206	15,591
調理食品	6,553	7,555	6,894	5,271	5,090	6,274	4,414	3,335	4,514	3,109	6,030
主食的調理食品	3,027	3,613	3,050	2,171	3,306	4,797	2,469	1,440	2,010	1,331	2,443
他の調理食品	3,526	3,942	3,844	3,100	1,784	1,477	1,944	1,895	2,504	1,778	3,587
外食	13,796	17,944	13,984	8,097	16,041	22,853	13,857	4,837	10,286	3,790	9,022
その他	227	334	81	3	854	1,775	315	6	35	1	-
食料支出割合（％）	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
主食	9.9	9.2	10.4	11.1	6.5	4.6	7.2	10.0	9.3	10.1	11.4
うち米	5.0	3.8	5.7	6.5	2.5	0.8	3.0	5.3	5.1	5.4	6.8
副食	40.6	36.4	43.6	46.4	23.6	11.8	30.7	44.4	33.8	47.0	47.2
うち野菜・海草	12.5	10.3	13.4	15.6	8.0	3.4	10.7	16.4	11.6	17.5	15.7
魚介類	11.1	8.7	12.7	14.1	6.4	2.4	8.9	12.8	10.2	13.4	14.4
肉類	8.4	8.8	9.2	7.6	3.6	2.3	4.9	5.8	4.5	6.1	8.0
嗜好品	20.1	19.7	19.8	21.2	19.3	18.0	19.8	21.7	20.8	21.9	21.1
調理食品	9.4	10.2	8.6	8.4	11.7	13.3	10.0	9.8	11.0	9.5	8.2
主食的調理食品	4.3	4.9	3.8	3.5	7.6	10.2	5.6	4.2	4.9	4.0	3.3
他の調理食品	5.0	5.3	4.8	5.0	4.1	3.1	4.4	5.5	6.1	5.4	4.9
外食	19.7	24.1	17.5	12.9	36.9	48.5	31.5	14.1	25.1	11.5	12.2
その他	0.3	0.4	0.1	0.0	2.0	3.8	0.7	0.0	0.1	0.0	-

資料 総務庁「全国消費実態調査」

（注）1. 公表データの年齢はより細かく区分されているが、ここでは、便宜上、加重平均して3区分とした。

2. ここでの分類は「主食」＝穀類、「副食」＝魚介類＋肉類＋乳卵類＋野菜・海草＋油脂・調味料、「調理食品」＝調理食品、「嗜好品」＝果物＋菓子類＋飲料＋酒類、「外食」＝外食、とした。

の食料支出の金額と構成をみると、上記の特徴がより明確にみてとれる。

まず、世帯人員一人当たり月収は、60歳以上層は最も少ない20万円で、平均30万円、50歳代37万円、50歳未満33万円となり、また、月収に占める食料支出の比率は、60歳以上層において17.3%と最も高く、平均14.4%、50歳代11.8%、50歳未満14.3%となっている。

次に食料支出構成を年齢層別にみると、主食のシェアは高齢層ほど高く、60歳以上層10.0%、50歳代層7.2%、50歳未満層4.6%となっている。この中で米に注目すると、60歳以上層のシェア(5.3%)は、50歳未満層(0.8%)の約7倍、また60歳以上層の支出金額(1,818円)は、50歳未満層(395円)の約5倍の水準にある。

また副食のシェアは、60歳以上層において44.4%で最も高く、50歳代層30.7%、50歳未満層11.8%となり、60歳以上層は50歳未満層の約4倍になっている。副食の主要な品目の支出金額を比較してみると、60歳以上層の野菜・海草の支出金額は5,600円で、50歳未満層の1,619円の3倍、60歳以上層の魚介類支出金額は4,385円で、50歳未満層の1,118円の約4倍、また60歳以上の肉類支出は1,982円で、50歳未満層1,061円の約2倍となっている。

一方、調理食品のシェアは、60歳以上層では9.8%と低く、50歳未満層において13.3%と高くなっている。このうち、主食的調理食品(弁当、おにぎり、ハンバーガー等)のシェアは、60歳以上層4.2%、50歳代層5.6

%、50歳未満層10.2%となっており、60歳以上層のシェアは50歳未満層に比して6.0ポイント低い。一方、他の調理食品(惣菜等)のシェアでは、反対に60歳以上層の方が5.5%と高く、50歳代層4.4%、50歳未満層3.1%となっている。

さらに、外食のシェアは60歳以上層で14.1%と最も低く、50歳代層31.5%、50歳未満層48.5%、と若中年層で高くなっている。また60歳以上層の外食支出(4,837円)は50歳未満層(22,853円)の約5分の1にすぎない。60歳以上層を男性と女性に分けると、男性では外食のシェアが25.1%と女性(11.5%)の2倍以上になっている。

主食的調理食品、他の調理食品および外食のシェアについて、60歳以上層のシェアから50歳未満層のそれを差し引いた値をみると、外食が34.4ポイントと差が最も大きく、主食的調理食品で6.0ポイントとなっているが、一方、他の調理食品では2.4ポイントと60歳以上層の方が高くなっている。若中年層においては外食が食生活の中心になっているのに対して、高齢層では内食を基本としてそれを補う形で中食が利用されていることがうかがえる。

2. 消費者アンケート 調査の概要

次に消費者アンケート調査結果から高齢者の消費行動をより詳細にみてみよう。ここでの分析に使用する調査結果は、農林水産省総合食料局が2000年11月に当総研に委

託して行ったアンケート調査を、同省の許可を得て再分析したものである。^(注5) 社団法人全国農協観光協会の「ふるさと倶楽部」会員のうち、関東圏・近畿圏・名古屋圏の居住者から無作為に抽出した2,000人を対象とした。このうち有効回答数は1,080サンプルである(集計率54.0%)。なお、このアンケート調査は、家事担当者が回答することが想定されている。

今回の消費者アンケート調査を、全国消費実態調査と比較すると、対象地域が大都市圏に限られていること、対象者が都市と農村との交流に関心を有していること、また、世帯主の年齢ではなく、回答者の年齢で比較していること、に注意が必要である。

(1) 回答者のプロフィール

最初に、回答者のプロフィールを確認しておこう。回答者の性別は「男性」8.6%、「女性」91.4%、と女性の比率が高いが、これは家事担当者が回答するように依頼したためである。回答者の年齢は、「60歳以上」31.3%、「50歳代」33.0%、「50歳未満」35.8%となっている。また、回答者の世帯年収と世帯人員数から算出した世帯人員一人当たり年収(1999年、以下「一人当たり年収」)は、「200万円未満」39.3%、「200～400万円未満」42.7%、「400万円以上」18.0%となっている。

回答者の就業形態は、「フルタイム雇用者」15.2%、「パートタイム雇用者」22.5%、「自営業・家事従事者」9.5%、「専業主婦」

47.2%、「その他」5.6%である。「その他」の中には年金生活者が多く含まれる。

家族形態は、「単身世帯」5.5%、「夫婦のみの世帯」26.1%、「夫婦とその親からなる世帯」2.7%、「夫婦と子供からなる世帯」52.5%、「三世代家族」10.3%、「その他の世帯」2.9%となっている。

世帯人員数は、「1人」5.2%、「2人」29.8%、「3人」23.0%、「4人」25.6%、「5人以上」16.4%となっている。

(2) 高齢層の特徴

続いて、60歳以上層について、年収、就業形態、家族形態、世帯人員数の特徴を確認しておこう(第2表)。一人当たり年収の中央値をみると、全体では275万円で、60歳以上はこれよりやや低い266万円であり、50歳代303万円、50歳未満252万円となっている。

また回答者の就業形態をみると、有業者(フルタイム雇用者、パートタイム雇用者、自営業家事従事者の合計)比率は、50歳未満59.7%、50歳代52.5%であるのに対して、60歳以上層では27.5%に過ぎない。代わって60歳以上では専業主婦の比率が61.3%と高くなっている。

家族形態別にみると、50歳未満では「夫婦と子供からなる世帯」や「三世代家族」の比率が高く、60歳以上では「夫婦のみの世帯」の比率が45.8%と半分に近い。次いで「夫婦と子供からなる世帯」の比率が33.0%となっている。

(注5) 本調査の結果は、農林水産省総合食料局『平成12年度食料需給予測調査分析事業報告書』2001

第2表 高齢者のプロフィール

(単位 %)

		サンプル数	200万円未満	200～400	400以上			
世帯年収 1人当たり	全体	1,038	39.3	42.7	18.0			
	50歳未満	373	44.5	39.7	15.8			
	50歳代	345	32.2	45.2	22.6			
	60歳以上	320	40.9	43.4	15.6			
就業形態 回答者の割合		サンプル数	フルタイム雇用者	パートタイム雇用者	自営業・家事従事者	専業主婦	その他	
	全体	1,069	15.2	22.5	9.5	47.2	5.6	
	50歳未満	384	21.4	28.1	10.2	38.3	2.1	
	50歳代	354	18.4	25.1	9.0	43.8	3.7	
	60歳以上	331	4.8	13.3	9.4	61.3	11.2	
家族形態		サンプル数	単身世帯	夫婦のみ世帯	夫婦とその親からなる世帯	夫婦と子供からなる世帯	三世代家族	その他の世帯
	全体	1,042	5.5	26.1	2.7	52.5	10.3	2.9
	50歳未満	377	4.0	9.0	1.6	67.1	15.6	2.7
	50歳代	344	3.5	26.5	3.2	54.7	9.0	3.2
	60歳以上	321	9.7	45.8	3.4	33.0	5.3	2.8
世帯人員数		サンプル数	1人	2人	3人	4人	5人以上	
	全体	1,060	5.2	29.8	23.0	25.6	16.4	
	50歳未満	379	4.2	12.4	16.4	39.3	27.7	
	50歳代	352	3.4	29.5	27.3	26.7	13.0	
	60歳以上	329	8.2	50.2	26.1	8.5	6.9	

資料 農林水産省総合食料局

(注) 1. 不明・無効回答を除く。以下同じ。

2. は全体(太字)に比して5ポイント以上高い層を は同5ポイント以上低い層を示す。

年, 農林統計協会『食料政策と情報』2001年5月号25～29頁, に公表されている。

3. 食の外部化

高齢者における食の外部化の状況を把握するために, アンケート調査結果のうち, 調理済み冷凍食品, テイクアウト食品(弁当, おにぎりやハンバーガー等, 店頭で購入して, 店内あるいは店外で食する食品を指す), 外食という外部化の3形態について利用状

況をみてみよう。

(1) 調理済み冷凍食品・テイクアウト食品・外食の利用状況

a. 概況

第3表は, 調理済み冷凍食品, テイクアウト食品, 外食について, よく, あるいはときどき利用しているという回答比率を属性別に示したものである。

回答者の年齢層別(以下「年齢層別」)に利用状況を見ると, いずれの食品について

第3表 調理済み冷凍食品・テイクアウト食品・外食の属性別利用状況
—よく、あるいはときどき利用している回答者の比率—

(単位 %)

		サンプル数	計	世帯人員一人当たり年収			回答者の就業形態						家族形態					
				200万円未満	200～400	400以上	フルタイム雇用者	パートタイム雇用者	自営業・家事従事者	専業主婦	その他	単身	夫婦のみ	夫婦と親	夫婦と子供	三世帯	その他	
調理済み冷凍食品	全体	993	65.5	71.8	65.2	55.3	67.9	70.5	60.2	63.8	63.2	64.8	55.5	60.8	71.2	69.2	66.7	
	50歳未満	384	73.9	78.5	74.0	64.4	70.7	83.8	68.4	69.2	87.5	64.3	57.6	83.3	78.0	72.9	50.0	
	50歳代	427	63.0	65.8	68.0	51.3	69.8	61.8	50.0	63.6	61.5	75.0	56.2	45.5	64.0	73.3	72.7	
	60歳以上	182	58.3	68.3	51.9	48.9	42.9	55.0	60.0	59.7	55.9	60.7	54.3	63.7	66.7	47.1	77.8	
テイクアウト食品	全体	1,023	45.1	48.8	42.1	45.1	54.0	46.6	43.0	42.5	36.8	47.4	32.3	42.9	51.0	48.6	43.3	
	50歳未満	402	57.4	60.2	56.6	55.2	65.9	54.6	52.6	56.3	50.0	73.3	39.4	50.0	59.2	59.3	50.0	
	50歳代	437	41.7	48.8	42.1	45.1	54.0	46.6	43.0	42.5	36.8	41.7	37.8	36.4	44.6	45.2	36.4	
	60歳以上	184	34.5	38.9	29.9	31.3	26.7	27.3	36.7	34.5	40.0	36.7	26.6	45.5	43.7	18.8	44.4	
外食	全体	1,029	59.5	55.3	61.0	65.9	60.1	57.7	51.0	62.2	52.5	44.8	65.2	64.3	59.5	53.3	53.3	
	50歳未満	403	65.4	61.4	67.8	74.1	65.9	63.0	50.0	72.4	37.5	66.7	69.7	83.3	65.7	54.2	70.0	
	50歳代	441	57.4	50.5	60.9	63.6	55.4	57.5	50.0	60.4	50.0	41.7	67.0	63.6	56.8	45.2	54.5	
	60歳以上	185	54.8	52.0	53.6	61.2	50.0	45.5	51.6	56.4	59.5	35.5	63.4	54.5	50.5	68.8	33.3	

資料 第2表に同じ

(注) 1. 不明・無効回答を除く。

2. は回答者全体の割合(太字)に比して5ポイント以上高い層を は同5ポイント以上低い層を示す。

も、60歳以上層の利用割合は相対的に低く、50歳未満層の利用割合が高くなっている。

60歳以上層で3形態の利用割合を比較すると、調理済み冷凍食品(58.3%)、外食(54.8%)で利用割合が比較的高いことがわかる。一方、テイクアウト食品は34.5%と低くなっている。

また一人当たり年収別には、調理済み冷凍食品とテイクアウト食品では、年収の低い層においてその利用割合は高く、反対に外食では一人当たり年収の高い層ほど利用割合が高い。

回答者の就業形態別には、調理済み冷凍食品はパートタイム雇用者、テイクアウト

食品はフルタイム雇用者、外食は専業主婦の利用割合が高い。

家族形態では、調理済み冷凍食品とテイクアウト食品は「夫婦と子供からなる世帯」、外食は「夫婦のみの世帯」において利用割合が高い。

b. 調理済み冷凍食品

調理済み冷凍食品は、全体で65.5%が利用している。

年齢層別にみると、60歳以上層では58.3%と低く、50歳代層63.0%、50歳未満層73.9%となっている。

一人当たり年収別にみると、200万円未満

層71.8% ,200～400万円未満層65.2% ,400万円以上層55.3%と、一人当たり年収の低い層において利用割合が高い。一人当たり年収と年齢層との関係で利用割合をみると、若年層の一人当たり年収の低い層ほど利用割合が高くなっており、反対に高齢で年収の高い層では利用する割合は低くなっている。

回答者の就業形態別に利用割合をみると、パートタイム雇用者において利用割合が70.5%と最も高く、次いでフルタイム雇用者67.9%、専業主婦63.8%、その他63.2%、自営・家事従事者60.2%の順になっている。これを年齢層との関係でみると、60歳以上層では自営業・家事従事者の利用割合が、一方、50歳未満層ではパートタイム雇用者が、50歳代層ではフルタイム雇用者が最も高かった。

さらに家族形態別にみると、「夫婦と子供からなる世帯」の利用割合が71.2%と最も高く、「三世代家族」69.2%、「単身世帯」は64.8%であった。これを年齢層との関係でみると、60歳以上層では、「その他の家族」が77.8%で最も高く、次いで「夫婦と子供からなる家族」において66.7%となっている。

c . テイクアウト食品

次にテイクアウト食品についてみると、全体の45.1%が利用している。

年齢層別にみると、60歳以上層34.5%、50歳代層41.7%、50歳未満層57.4%と調理済み冷凍食品の結果と同様に、高齢層の利

用割合は低く、若中年層において利用割合が高くなっている。

一人当たり年収別にみると、200万円未満層の利用が48.8%で最も高く、200～400万円未満層42.1%、400万円以上層でも45.1%と、一人当たり年収の低い層において利用割合が高いものの、調理済み冷凍食品ほどはっきりとした傾向はみられなかった。これを年齢層との関係でみると、いずれの年齢層においても、一人当たり年収の低い層の利用割合が最も高かった。

回答者の就業形態別にみると、フルタイム雇用者が54.0%と最も高く、次いでパートタイム雇用者46.6%となっている。これを年齢層との関係でみると、60歳以上層においては、自営業・家事従事者や専業主婦において高くなっている。50歳未満層や50歳代層では、フルタイム雇用者やパートタイム雇用者において利用割合が高く、就業による忙しさから利用が増えていることがうかがえる。

このように、60歳以上層における利用割合の高い就業形態が、他の年齢層とは異なっている。これは、60歳以上層のテイクアウト食品の利用には、家事従事者の就業や専業主婦の家事による忙しさに加えて、後述するように価格要因などが働いているためと考えられる。

d . 外食

外食についてみると、全体では59.5%が利用している。

年齢層別にみると、60歳以上層では、利用

割合が54.8%と最も低く、50歳代57.4%、50歳未満65.4%となっている。

一人当たり年収別にみると、調理済み冷凍食品やテイクアウト食品とは反対に、一人当たり年収の高い層ほど利用割合が高くなっている。

回答者の就業形態別にみると、専業主婦において62.2%と利用割合が最も高い。これも調理済み冷凍食品やテイクアウト食品とは異なる傾向である。

さらに家族形態別にみると、「夫婦のみの

家族」や「夫婦とその親からなる家族」の利用割合が高くなっている。

(2) テイクアウト食品と外食の利用

頻度・支出

a. 概況

前述のとおり、高齢層ではテイクアウト食品および外食の利用割合は他の年齢層に比べて低いですが、それらを利用している人に限定して、高齢層の利用頻度と支出金額をみると、必ずしも低くはない。

第4表 テイクアウト食品と外食における利用者の利用頻度と支出金額

(単位 回、円)

		テイクアウト食品			外食		
		1か月当たり回数	1回当たり支出	1か月当たり支出	1か月当たり回数	1回当たり支出	1か月当たり支出
全 体		2.5	659	1,657	3.0	2,018	6,154
年 齢 層	50歳未満	2.7	576	1,527	3.4	1,884	6,334
	50歳代	1.9	562	1,096	2.8	2,120	5,841
	60歳以上	3.0	697	2,106	2.9	2,099	6,121
世一 帯人 年 当 収 入 者 た ら し	200万円未満	2.2	730	1,595	2.9	1,759	5,038
	200～400	2.7	602	1,633	2.7	2,018	5,503
	400以上	2.7	625	1,706	4.2	2,357	9,899
家 族 形 態	単身	11.0	772	8,494	7.9	1,721	13,610
	夫婦のみ	2.6	673	1,731	3.1	2,302	7,075
	夫婦と親	1.5	668	1,002	3.1	1,772	5,525
	夫婦と子供	2.4	567	1,356	2.7	1,927	5,183
	三世代	2.6	538	1,392	2.8	1,992	5,651
	その他	1.7	763	1,271	4.4	2,067	9,042
60 歳 以 上 層 の 家 族 形 態	単身	15.0	1,095	16,432	6.5	1,944	12,639
	夫婦のみ	3.8	676	2,599	2.8	2,153	6,133
	夫婦とその親	1.5	700	1,050	2.4	1,733	4,160
	夫婦と子供	1.7	655	1,092	2.6	2,240	5,714
	三世代家族	1.0	400	400	2.5	1,709	4,273
	その他	1.8	650	1,138	4.0	1,350	5,400

資料 第2表に同じ

(注) 1. 不明・無効回答は除く。

2. は全体(太字)よりも高い層を示す。

テイクアウト食品の利用頻度は高齢層で最も高く、1回当たりの支出も最も多い。外食についても、利用頻度や支出金額はほぼ平均に近い水準となっている。

また高齢層のうち単身世帯でのテイクアウト食品と外食の利用頻度が著しく高い。

b. テイクアウト食品

テイクアウト食品の利用者について、その頻度と支出をみてみよう(第4表)。全体では、1か月当たり2.5回(12日に1回)利用され、1回当たりの支出は659円、1か月当たり1,657円が支出されている。

年齢層別にみると、60歳以上層は、各々、3.0回/月(10日に1回)、697円/回、2,106円/月、50歳代は、各々、1.9回(15日に1回)、562円/回、1,096円/月、50歳未満層では、各々、2.7回/月(11日に1回)、576円/回、1,527円/月となっている。利用する比率は若中年層ほど高いという傾向にあったが、利用頻度や支出金額は、高齢層において高いものであった。

これを家族形態別にみると、単身世帯において、1か月当たり11.0回(3日に1回)、1回当たり支出772円、1か月当たり支出8,494円と利用が著しく多くなっている。

60歳以上層について家族形態別にみると、単身世帯において15.0回(2日に1回)、1,095円/回、16,432円/月と利用がかなり多く、また夫婦のみの世帯でも、各々、3.8回/月(12日に1回)、676円/回、2,599円/月と平均よりも多く利用されている。

c. 外食

外食については全体では、月に3.0回(10日に1回)利用しており、1回当たり支出は2,018円、1か月当たりの支出は6,154円となっている(同第4表)。

年齢層別にみると、60歳以上層では、各々、2.9回/月(10日に1回)、2,099円/回、6,121円/月、50歳代層では、各々、2.8回(11日に1回)、2,120円/回、5,841円/月、50歳未満層では、各々、3.4回/月(9日に1回)、1,884円/回、6,334円/月となっている。50歳未満層では回数が平均より多く、60歳以上層と50歳代層では1回当たり支出が平均より高いものとなっているのが特徴である。

年収別にみると、一人当たり年収が高いほど、1回当たりの支出金額が多い。

家族形態別にみると、テイクアウト食品と同様に、単身世帯の利用が多く、各々7.9回/月(4日に1回)、1,721円/回、13,610円/月となっている。

60歳以上層について家族形態別にみると、単身世帯において、6.5回/月(5日に1回)、1,944円/回、12,639円/月とテイクアウト食品ほどではないものの、かなり頻繁に利用されている。

(3) 調理済み冷凍食品・テイクアウト食品・外食を利用する理由

a. 概況

調理済み冷凍食品、テイクアウト食品、外食について、それらを利用する理由の上位5位まで示したものが第5表である(複

第5表 調理済み冷凍食品・テイクアウト食品・外食を利用する理由（複数回答）

（単位：%）

	調理済み冷凍食品					テイクアウト食品					外食				
	時間が節約でき	保存がきくから	調りの手間が省	お弁当に便利だ	少しずつ使える	調りの手間が省	時間が節約でき	家族が好きだから	おいしいから	割安だから	調りの手間が省	おいしいから	雰囲気がい	時間が節約でき	友人と食事をするので
全体	45.8	39.6	29.1	26.8	17.9	60.3	52.5	27.9	21.9	14.6	52.1	43.4	25.0	21.2	20.7
50歳未満	47.1	32.3	29.3	43.3	19.4	61.9	51.9	35.7	25.2	11.4	62.7	46.7	20.5	21.7	11.1
50歳代	48.2	44.6	24.1	20.0	17.4	57.4	58.8	22.8	19.9	16.2	44.6	42.0	32.1	21.2	24.4
60歳以上	40.5	45.6	34.8	7.6	15.8	60.9	44.6	17.4	17.4	19.6	45.6	40.4	23.4	20.5	30.4
フルタイム雇用者	52.5	41.4	25.3	29.3	18.2	56.6	59.0	18.1	25.3	20.5	54.2	45.8	16.7	29.2	17.7
パートタイム雇用者	46.2	33.6	29.4	38.5	18.2	51.0	61.5	29.8	21.2	18.3	59.0	41.0	27.6	24.6	14.9
自営業・家事従事者	42.9	41.1	32.1	17.9	12.5	59.5	52.4	28.6	16.7	14.3	50.0	45.5	15.9	25.0	22.7
専業主婦	43.9	39.4	29.8	24.2	20.1	66.5	46.1	32.5	20.9	9.9	49.8	45.8	28.6	16.6	21.6
その他	46.2	61.5	30.8	3.8	3.8	66.7	44.4	11.1	27.8	16.7	44.8	24.1	13.8	24.1	41.4

資料 第2表と同じ

（注）1. 不明・無効回答は除く。

2. 複数回答であり、回答比率の分母を回答者数としているため、合計は100%を超えている。

3. は全体（太字）に比して5ポイント以上高い層を は同5ポイント以上低い層を示す。

数回答）

3形態に共通する理由は、「時間の節約」と「手間が省ける」である。

一方、それぞれの形態に固有の理由としては、調理済み冷凍食品では、「保存がきく」「お弁当に便利」「少しずつ使える」があげられており、テイクアウト食品では「家族が好きだから」「おいしいから」「割安だから」、外食では「おいしいから」「雰囲気がよい」「友人と食事する」があげられている。言い換えれば、調理済み冷凍食品では「保存性」＋「利便性」、テイクアウト食品では「おいしさ」＋「割安感」、外食では「おいしさ」＋「外食の機会を楽しむこと」が重視されているといえるだろう。

また、高齢層の利用理由の特徴は、「時間の節約」の回答割合が3形態とも低いこと、「おいしいから」という回答割合がテイクアウト食品と外食ともに低いこと、調理済み冷凍食品では「保存がきく」と「手間が省ける」の割合が比較的高いこと、テイクアウト食品では「割安だから」の割合が比較的高いこと、外食では「友人と食事」の割合が比較的高いこと、である。

b. 調理済み冷凍食品

調理済み冷凍食品を利用する理由は、全体では、「時間の節約」が45.8%で最も高く、次いで「保存がきく」39.6%、「手間が省ける」29.1%、「お弁当に便利」26.8%、

「少しずつ使える」17.9%があげられている。

年齢層別にみると、利用している比率が最も高かった50歳未満層では「時間の節約」に次いで「お弁当に便利」が多くなっている。これに対して、60歳以上層においては、これらの理由は他の年齢層に比して低く、「保存がきく」や「手間が省ける」の理由の割合が高くなっている。

さらに回答者の就業形態別にみると、利用している割合が最も高かったパートタイム雇用者においては、「時間の節約」や「お弁当に便利」といった理由の回答比率が比較的高く、「保存がきく」は比較的低い。

c. テイクアウト食品

テイクアウト食品について全体では、「手間が省ける」が60.3%で最も高く、「時間の節約」52.5%、「家族が好き」27.9%、「おいしい」21.9%、「割安だから」14.6%という理由が上位を占めた。

年齢層別にみると、いずれの層においても「手間が省ける」や「時間の節約」の理由が多かった。

回答者の就業形態別にみると、利用回答の最も高かったフルタイム雇用者においては、「時間の節約」が59.0%で最も高く、次いで「手間が省ける」56.6%となっている。

d. 外食

一方、外食についてみると、全体では、「手間がいらな

い」が52.1%で最も高く、次いで「おいしいから」43.4%、「雰囲気がよい」25.0%、「時間の節約」21.2%、「友人と食事」20.7%となっている。

これを年齢層別にみると、60歳以上においては、「手間がいらな」や「おいしいから」に加えて、「友人と食事をする」という理由が30.4%と多かった。また、利用の最も多かった50歳未満層においては、「手間がいらな」62.7%、「おいしいから」46.7%、「時間の節約」21.7%という理由が多い。

4. 国産食品購入理由と有機減農薬食品の利用状況

(1) 食品の品質と価格に対する意識

食料消費行動は、個人の食に対する意識によっても左右されよう。そこで、第6表に、食品の品質と価格に対する意識を示した。全体についてみると、「品質がよければ多少高くてもよい」が46.2%で最も高く、「品質・価格ともほどほどでよい」40.9%、「安ければ安いほどよい」6.1%、「高くても

第6表 食品の品質と価格に対する意識

(単位 %)

	サンプル数	安ければ安いほどよい	品質・価格ともほどほどでよい	品質がよければ多少高くてもよい	高くても高品質のものがよい	その他
サンプル数	1,058	65	433	489	32	42
全体	1,058	6.1	40.9	46.2	3.0	4.0
50歳未満	380	5.3	43.9	44.2	2.1	4.5
50歳代	349	6.6	39.3	47.9	2.0	4.9
60歳以上	329	6.7	39.2	46.8	5.2	2.4

資料 第2表に同じ
(注) 不明・無効回答は除く。

高品質のものがよい」3.0%となっている。

また、年齢層別には顕著な特徴はみえていないが、60歳以上層では、「高くても高品質のものがよい」5.2%、「品質がよければ多少高くてもよい」46.8%、「品質・価格ともほどほどでよい」39.2%、「安ければ安いほどよい」6.7%であり、価格よりも品質を重視する「高くても高品質」と「品質がよければ多少高くてもよい」の合計が5割を超えている。

（2）国産食品を購入する理由

次に、消費者が国産食品に何を求めているかをみてみよう。国産食品を購入する理由をみると、全体としては、「安全だから」が45.4%で最も高かった。これは従来からの農薬に対する関心に加えて、近年、遺伝子組換え農産物や狂牛病の影響などが、輸入農産物への不安を高めた結果といえよう。自由意見においても、遺伝子組換え食品に対する不安感を表明する意見が数多く寄せられた。

年齢層別に「安全だから」の回答比率をみると、60歳以上43.3%、50歳代46.1%、50歳未満46.7%と、子育て期に当たる若中年層においてやや高い。

前述した食品の品質と価格に対する意識との関係でみると、「安全だから」の比率は、高品質を重視する「高くても高品質」(58.1%)、および「品質がよければ多少高くてもよい」(46.8%)において高い(第7表)。

第7表 国産食品を購入する理由のうち
「安全だから」の回答比率

(単位 %)

		安全だから
全 体		45.4
年 齢 層	50歳未満	46.7
	50歳代	46.1
	60歳以上	43.3
食とす 品価 の格 意 品に 識 質対	安ければ安いほどよい	37.1
	品質価格ともほどほどでよい	43.4
	品質がよければ多少高くてもよい	46.8
	高くても高品質のものがよい	58.1
	その他	58.5

資料 第2表に同じ
(注) 不明・無効回答は除く。

（3）有機減農薬食品の利用状況

次に有機減農薬食品の利用状況をみてみよう。「よく購入している」の回答比率は、全体で31.6%となっている。これを年齢層別にみると、60歳以上では平均よりやや高い32.8%であり、50歳代層35.2%、50歳未満層27.2%となっている(第8表)。

また表には示していないが、これを食品の品質と価格に対する意識との関係でみると、「高くても高品質のものがよい」、および「品質がよければ多少高くてもよい」において、各々、59.4%、45.1%と購入している人の割合は高い。

（4）有機減農薬食品に対する評価

高齢層において、回答者の約5割が食品の価格よりも品質を重視しているにもかかわらず、有機減農薬食品を購入している比率は約3割にとどまっている。このような意識と実際の行動の差異は何に起因するのだろうか。その要因の一つとして、有機減農薬食品に対する評価に注目することにした。同第8表は、有機減農薬食品の購入

第8表 有機減農薬食品の購入比率とそれに対する評価
(単位 %)

	よく購入	全回答者の有機食品に対する評価			
		価格の割には安全性に信頼がもてない	安全なので価格が高くてもよい	おいしいので価格が高くてもよい	価格の割にはおいしくない
全 体	31.6	41.1	40.3	10.1	9.1
50歳未満	27.2	36.4	45.2	10.3	8.8
50歳代	35.2	43.1	36.4	9.8	11.1
60歳以上	32.8	44.7	38.7	10.3	7.4
うち、有機減農薬食品を「あまり購入しない」回答者	全体	-	67.7	15.0	4.1
	60歳以上	-	75.8	6.1	3.0

資料 第2表に同じ
(注) 不明・無効回答は除く。

以上から、高齢層では有機減農薬食品の安全性に対する信頼度が低く、これが実際の有機減農薬食品の購入率を低いものに行っていると思われる。

比率、および、「よく購入している」以外を含めた全回答者のこの食品に対する評価を示している。

全体では、「価格の割には安全性に信頼がもてない」(41.1%)と「安全なので価格が高くてもよい」(40.3%)の回答比率が高かった。

年齢層別にみると、50歳未満層では「安全なので高くてもよい」が「価格の割には安全性に信頼がもてない」を上回っているものの、50歳代層や60歳以上層では、後者が前者を上回っている。ことに、60歳以上層では「安全性に信頼がもてない」が44.7%と否定的な意見が強くなっている。

また、同表で有機減農薬食品を「あまり購入しない」と回答した人の評価をみると、「安全性に信頼がもてない」の回答割合が、全体では67.7%であるのに対して、60歳以上層ではより高い75.8%となっている。反対に、「安全なので価格が高くてもよい」との回答割合は、全体の15.0%に比べて、60歳以上層では6.1%と低い。

おわりに

これまで、高齢者の食料消費行動とその意識がどのようなものであるかについて、消費者アンケート調査結果を中心に概観してきた。ここで、60歳以上について分析結果を簡単にまとめてみよう。

全国消費実態調査によれば、60歳以上層では、他の年齢の単身世帯層に比べて、食料支出に占める中食や外食のシェアは約2割と低く、一方、主食・副食・嗜好品のシェアが約8割と高い。

消費者アンケート調査でも、60歳以上層における中食や外食の利用率は他の年齢層より低かった。ただし、調理済み冷凍食品と外食の利用率は5割を超える水準にある。また高齢者においても単身者を中心に、テイクアウト食品や外食を利用している人はかなり頻繁にそれらを利用していることが明らかとなった。

このように高齢層における中食や外食利

用の現状は、若中年層に比べて多くはないが、今後高齢者数の増加が、中食や外食の利用低下につながるとは、必ずしもいえないであろう。例えば、外食総研の調査では、高齢者において中食利用金額の増加が顕著であることが指摘されている^(注6)。また、さらなる高齢化に伴って、要介護高齢者数が増加すれば、配食サービス等の需要が拡大する可能性が高いことも考慮する必要があるであろう。

一方、国産食品の購入の理由をみると、他の年齢層よりも低いとはいえ、高齢層においても回答比率の最も高い理由は安全性であった。

また、高齢層においては、食品の価格よりも品質を重視している人が5割を超えているにもかかわらず、有機減農薬食品をよく購入している人は3割程度にとどまって

いる。この背景には、有機減農薬食品に対する厳しい評価があるとみられる。

今後、国産農産物の消費を拡大するためには、消費者が最も重視する安全性の向上に加えて、安全性の高い有機食品等を容易に購入できるような環境整備を進めることが求められよう。

(注6) 財団法人外食産業総合調査研究センター『新世紀の消費者中食行動』2000年参照。

参考文献

- ・時子山ひろみ『フードシステムの経済分析』日本評論社、1999年
- ・日本生活協同組合連合会くらしと商品研究所『どんなふうに考える？食品の「国産」「国内産」表示』、2000年
- ・財団法人食品産業センター『拡大するシニア市場への食品戦略』、2001年

(尾高恵美・おだかめぐみ)