情勢

家計調査からみるノリへの支出額の動向

主任研究員　田口さつき

はじめに

ノリは、日本の養殖業のなかでも生産量では３割、産出額では１割を占める重要な養殖品目である（注１）。また、干しのりは良質なたんぱく質やミネラルといった栄養を含む（大房（2007））。ノリが全国で食べられるようになったのは大正末期（宮下（1970））で、高度経済成長期には高級な嗜好品として贈答に用いられてきた。一方、2000年代以降、おにぎりなどの中食でノリが消費されてきている。

そこで、本稿では、総務省「家計調査」からノリに関連する品目の動向をみることにより、消費者のノリの購買行動を探ることとした。

分析から、干しのりは中食のおにぎりなどが伸びるなかでも、安定的に推移していることがわかった。また、干しのりは幅広い年齢層で購入されている一方、「すし（弁当）」は高齢者世帯、「おにぎり・その他」は世帯主の年齢が30～50歳の世帯が中心的な購買層と考えられた。

（注１）農林水産省「令和５年漁業・養殖業生産統計」においてのり類が全収獲量に占める割合は27.4%、同省「令和４年漁業産出額」のくろのりの産出額が海面養殖業産出額全体に占める割合は14.9%である。

１　ノリの消費の概況

(1)　ノリをめぐる議論

これまでのノリ消費に関する研究を振り返ると、干しのりの家計支出額について、多屋（1991）は家計消費年報（1989年）の月別ノリ消費金額から７月、８月と12月に支出が多いのは、中元および歳暮のためとしている。さらに、多屋は、家計消費年報（1984年）の干しのりの世代別・性別消費金額から、55歳から60歳にかけて支出額が最も多くなるのは、贈答用の購入がこの世代に多いためと説明している。

ところで、近年、ノリの仕向先は業務用が７割、家庭用が２割強、残り１割弱が贈答用であり（みなと新聞2019年５月11日付）、なかでもコンビニエンスストアのおにぎり用のノリは「海苔消費の３割を占める」とされる（食品新聞2023年２月27日付）。

業務用、なかでも中食についてのこれまでの研究からは、ノリ消費におけるおにぎりの存在感の大きさが示唆される。例えば、折間ほか（2008）は、東京都の６つの区に在住または通勤通学している16歳以上の一般消費者（回答者280人）を対象に、コ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

ンビニエンスストアの利用状況、頻度などを調べた。その結果、コンビニエンスストアの弁当・おにぎり類の購入回数は「週に１～２回程度」が最も多く、回答者の34.6％を占め、よく購入するものとしては、「鮭おにぎり」が最も高く56.4％で、弁当類よりおにぎり類の人気度が高い傾向にあった。日隈（2023）による名古屋経済大学の学生（回答者350人）を対象にしたアンケート調査でも、ノリの食べ方として、「おにぎり（コンビニエンスストア・スーパーなどの中食）」33.3％が最も多く、回答者の半数以上が中食や外食を経由してノリを食べていた。

このようにノリの消費といっても、現在、干しのりだけでなく、中食などの形態をとっている。そこで、本稿は、総務省「家計調査」のノリに関する品目から家計（二人以上の世帯）のノリへの支出額の動向を把握する。

(2)　「家計調査」にみるノリ関連品

近年のノリ仕向先の変化などを踏まえ、ノリの消費として、家計調査の「干しのり」、「すし（弁当）」、「おにぎり・その他」（注２）（以下、まとめてノリ関連品と呼ぶ）への支出額それぞれの動きを確認する。購入後は、「干しのり」は保存がきくが、「すし（弁当）」「おにぎり・その他」は日持ちせず、短時間で消費されるという特徴がある。注意点としては、家計調査のノリ関連品は消費用と贈答用を含んでおり、区別できないこと、また、小売店などが「すし（弁当）」「おにぎり・その他」を廃棄する部分は捕捉できないことがあげられる。

以下では、まず、家計調査において、詳細なデータが利用できる二人以上の世帯のノリ関連品への支出額について、2000年から23年までの長期的な推移を、次に23年の同調査から世帯の属性との関連を把握する。最後に日別支出（二人以上の世帯のみ利用可能）により、曜日や特定の日との関連を確認する。単身世帯については、詳細なデータがなく、分析できなかった。

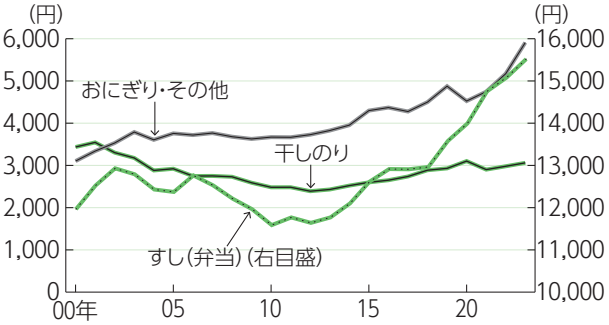
（注２）「すし（弁当）」は、巻き寿司だけでないものの、これ以上、細かい分類はないため、ノリ関連品として採用する。

2　ノリ関連品の消費動向

(1)　長期的な推移

2000年から23年までのノリ関連品への支出額の長期的な推移をみると、まず、「干しのり」の支出額は13年以降、非常に緩やかではあるが、増加傾向にある（第１図）。「すし（弁当）」も13年以降、支出が増加傾向にある。また、「おにぎり・その他」も12年以降、17年およびコロナウィルス蔓延時の20

第1図　ノリ関連品への支出額



資料　総務省統計局「家計調査」から筆者作成

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

年に一時的に減少したものの、増加傾向にある。

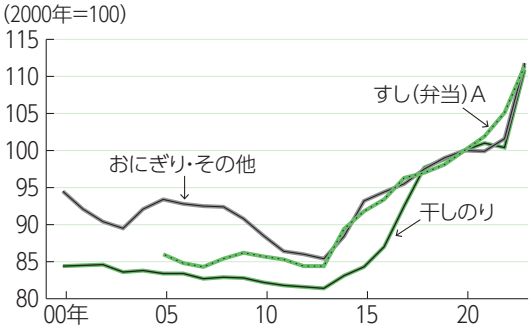
このような増加傾向は、これらの価格が13年を底に上昇傾向にあることが一因である（第２図）。ただし、価格要因のほか、購入頻度、購入世帯数も増えている（第３図から第５図）。

例えば、「干しのり」の購入世帯数は2000年代から3,500世帯近辺で推移していたが、10年代後半から増加し、近年は4,000世帯に接近した（第３図）。ノリ業界の需要喚起策（秋谷（2006））や10年代半ばからは「おにぎらず」という簡便で仕上がりの見栄えもよい調理法が普及したことが追い風になったと思われる。

ノリ関連品のなかで購入世帯数が最も多いのは「すし（弁当）」であり、コロナ禍の20年に一時減少したが、再び、増加基調にある（第４図）。また、「おにぎり・その他」の購入世帯数は、2000年の3,666世帯から23年には5,449世帯となった（第５図）。「おにぎり・その他」の購入頻度は「すし（弁当）」に迫る勢いで増加し、23年は2,648回と「すし（弁当）」の2,441回を上回った。

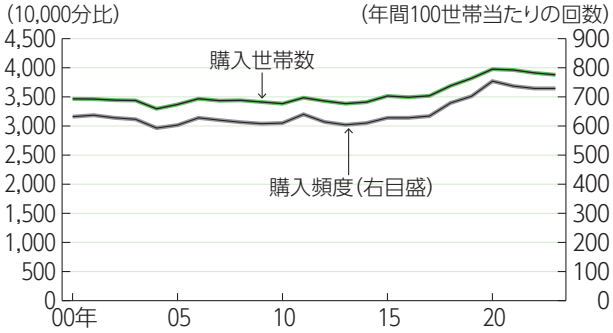
「市販おにぎり支出の伸びによって、家庭内での「干しのり」支出の減退が加速されるという側面を持つと考えられる」（秋谷（前掲論文））という意見があったが、「すし

第2図　ノリ関連品の価格推移



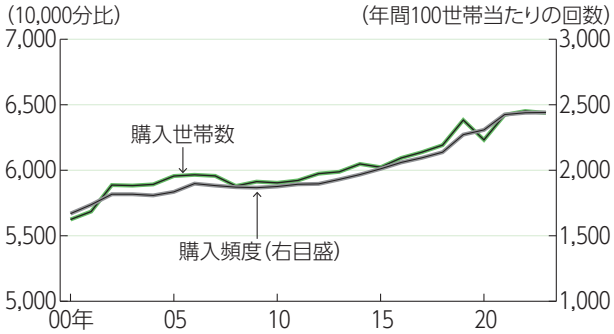
資料　総務省統計局「2020年基準消費者物価指数」から筆者作成
（注）　すし(弁当)Aは、主として消費者が居住地区近辺で購入する品目で、地区間で価格差がみられる品目とされる。

第3図　干しのりの購入状況



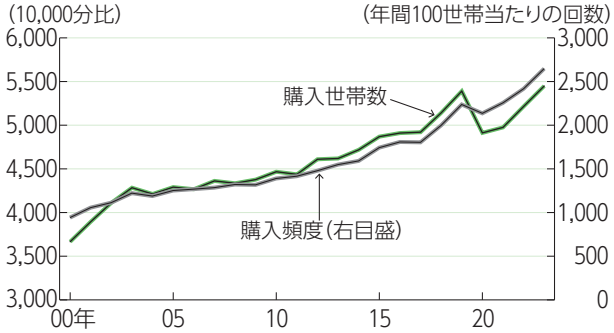
資料　第1図に同じ

第4図　すし(弁当)の購入状況



資料　第1図に同じ

第5図　おにぎり・その他の購入状況



資料　第1図に同じ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

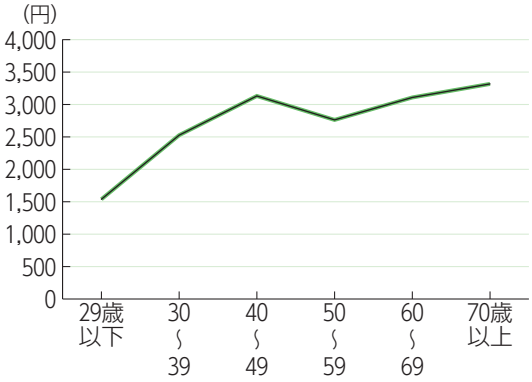
（弁当）」、「おにぎり・その他」が購入世帯数、購入回数ともに増加するなかで、「干しのり」の購入世帯、購入回数が減少することなく、緩やかに増加したことは注目される。

(2) 世帯の属性による分析

最新の家計調査（2023年）に基づき、ノリ関連品への支出額の現状を世帯の属性から確認する。まず、世帯主の年齢階級別にノリ関連品への支出額をみると、年齢層による特徴が浮かび上がる。

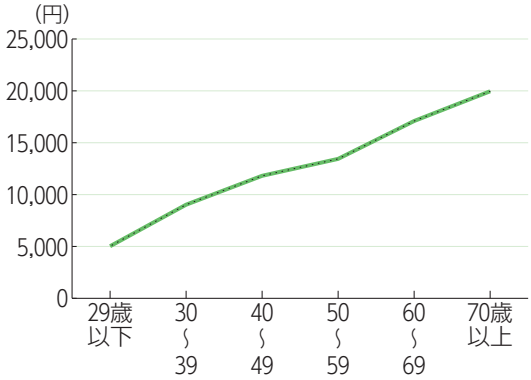
「干しのり」への支出額は、多屋（前掲書）が分析した84年では55～60歳層が最も多かったが、23年は、そのような傾向が薄まり、40～49歳層から70歳以上までは年間3,000円前後の支出額となっている（第６図）。また、「すし（弁当）」は、年齢とともに支出額が増える（第７図）。一方、同じ中食である「おにぎり・その他」は「40～49歳層」を起点として逆Ｖ字型を描いている（第８図）。

第6図　世帯主の年齢階級別 干しのりへの支出額



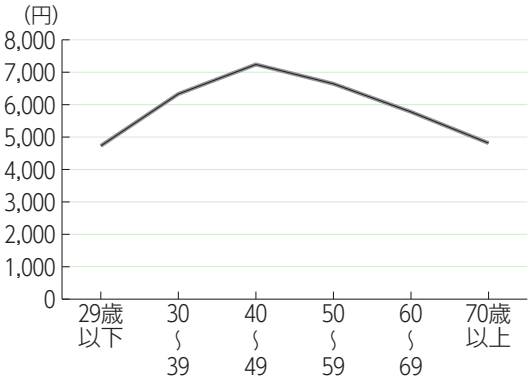
資料　総務省「家計調査」(2023年)より筆者作成

第7図　世帯主の年齢階級別 すし（弁当）への支出額



資料　第6図に同じ

第8図　世帯主の年齢階級別 おにぎり・その他への支出額

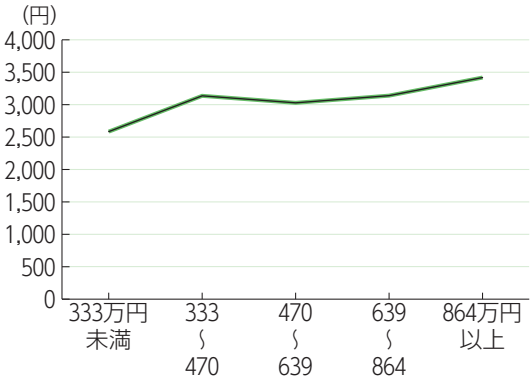


資料　第6図に同じ

世帯の年間収入階級別でみると、「干しのり」への支出額と年間収入額との関連性は薄い（第９図）。むしろ、年間収入が333万円未満の世帯を除き、安定して3,000円台の支出額となっている。「すし（弁当）」は、年間収入額の低い世帯のほうが支出額は多い（第10図）。第７図と照らし合わせると、年間収入額の低い世帯の「すし（弁当）」への支出額は、高齢者世帯のそれを反映したものと考えられる。「おにぎり・その他」は、年間収入額の多い層ほど、支出額も増える（第11図）。

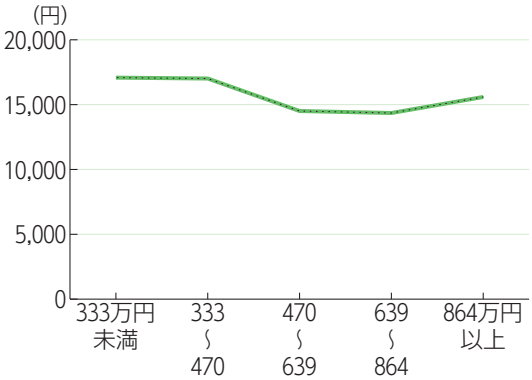
農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第9図　世帯主の年間収入階級別干しのりへの支出額



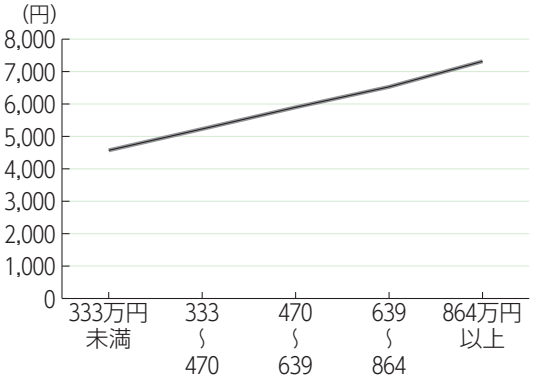
資料　第6図に同じ

第10図　世帯主の年間収入階級別すし(弁当)への支出額



資料　第6図に同じ

第11図　世帯主の年間収入階級別おにぎり・その他への支出額



資料　第6図に同じ

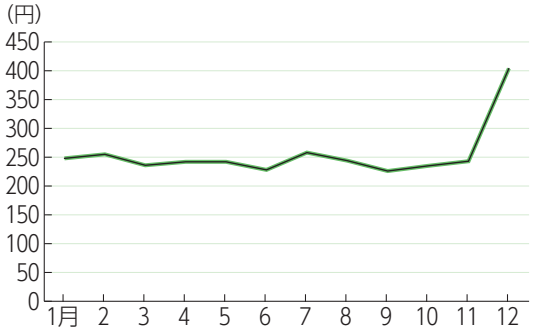
現状、「干しのり」への支出額は、幅広い年齢層かつ所得層で、同程度となっており、非常に安定している。「すし（弁当）」は退職した高齢者世帯、「おにぎり・その他」は活動的な現役世代の世帯が中心的な購買層となっていると考えられる。

(3) 月別の分析

次に、季節的な需要変動を確認するために、ノリ関連品への支出額を月別にみると、「干しのり」への支出額は12月を除き、240円前後となっており、概して月々の支出額の差はあまりないことがわかる（第12図）。12月は、404円と最も支出額が多い月である。ただ、12月の支出額が年間支出額に占める割合は、2000年代前半は20％台だったが、23年は13.2％と小さくなっており、贈答品としてのノリの位置づけが低くなった時期と重なる（第13図）。「干しのり」への支出額が少ない月は、６月と９～11月である。

「すし（弁当）」は、２月、12月の支出額が他の月を大きく引き離していた（第14図）。８月も支出額が多い。一方、６、10、11月は支出額が少ない。「おにぎり・その他」は、８月が最も支出額が多い月であるのに対し、１、２月は少ない（第15図）。こ

第12図　月別干しのりへの支出額

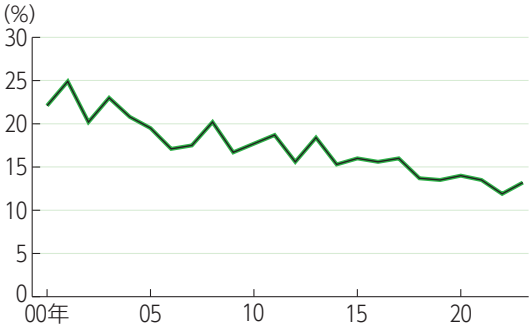


資料　第6図に同じ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

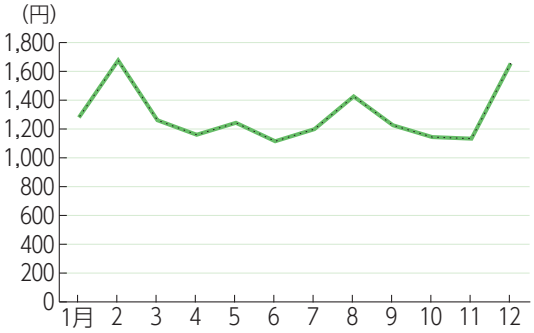
のようにノリ関連品とはいっても、月別の支出額の動きは異なる。

第13図　干しのりへの支出額12月分の割合



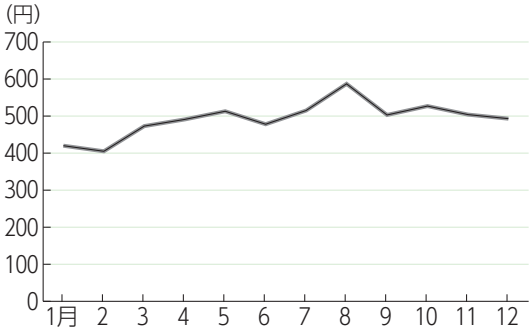
資料　第1図に同じ
(注)　12月分が年間支出額に占める割合。

第14図　月別すし(弁当)への支出額



資料　第6図に同じ

第15図　月別おにぎり・その他への支出額



資料　第6図に同じ

3　日別支出額による分析

(1) 対象と方法

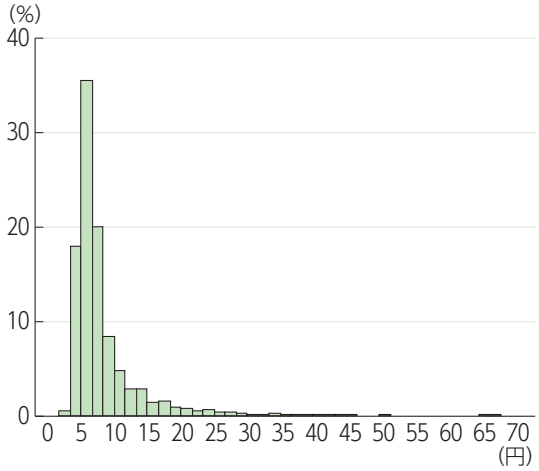
さらに、ノリ関連品への支出額の動きを季節や特定の日（以下、特定日）とあわせて確認することにより、何が購買行動のきっかけになっているか確認する。

使用するのは家計調査の品目分類による日別支出額の数値である。日別支出額は、ある日にある品目に支出した世帯の合計額を調査世帯数で割ったものである。日別支出額から、何らかの出来事が起こった日の前後の消費行動の変化（例えば、西郷(2023)）を捉えることができる。また、特定日の支出額の把握（総務省統計局(2017)）を目的とした調査が行われており、特に節分については、「すし（弁当）」への支出額が顕著であることから、総務省統計局（2008、2015）などで取り上げられている。

ここでは、消費者物価指数の「干しのり」などノリ関連品の価格が下落傾向にあった2000～2013年（下落期）と上昇傾向にあった2014～2023年（上昇期）に分けて、分析を行う。これら２期のノリ関連品の日別支出額の度数分布図（第16図から第21図）をみると、すべての期および品目で非正規の分布となっている。中央値は、「干しのり」で下落期が6.28円、上昇期が7.08円、「すし（弁当）」で下落期が27.35円、上昇期が29.83円、「おにぎり・その他」で下落期が9.10円、上昇期が12.28円だった（第１表）。下落期

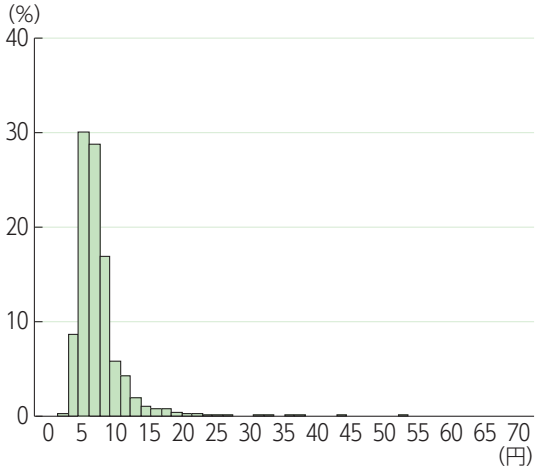
農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第16図　干しのりへの日別支出額の度数分布図（2000～2013年）



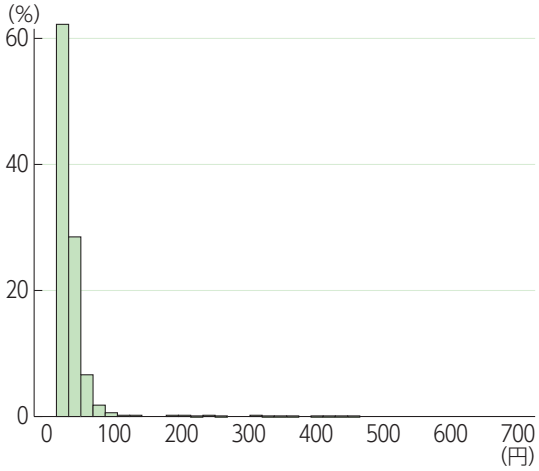
資料　総務省「家計調査」より筆者作成

第17図　干しのりへの日別支出額の度数分布図（2014～2023年）



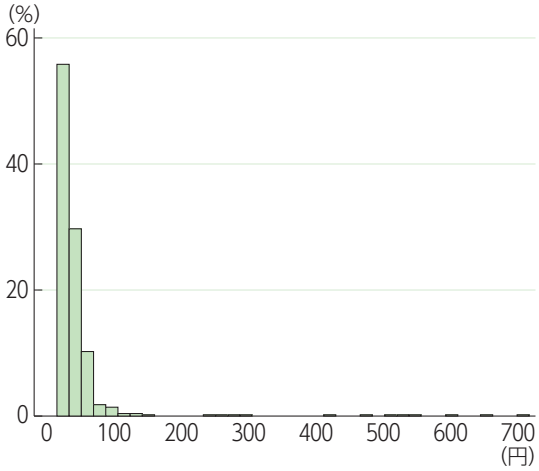
資料　第16図に同じ

第18図　すし（弁当）への日別支出額の度数分布図（2000～2013年）



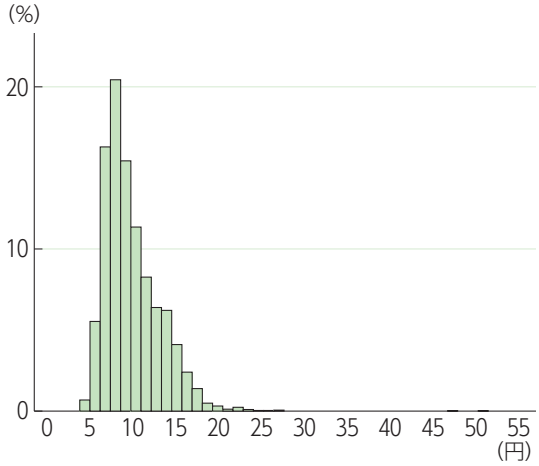
資料　第16図に同じ

第19図　すし（弁当）への日別支出額の度数分布図（2014～2023年）



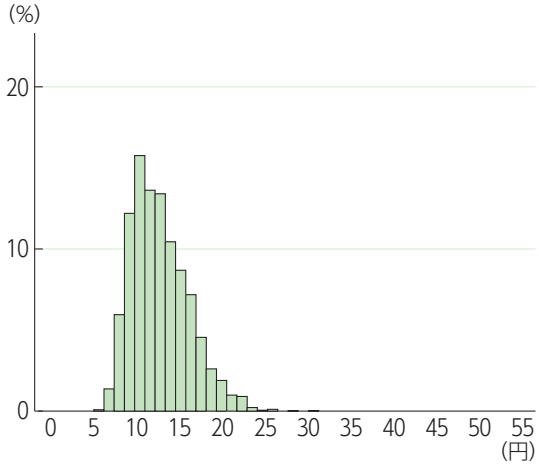
資料　第16図に同じ

第20図　おにぎり・その他への日別支出額の度数分布図（2000～2013年）



資料　第16図に同じ

第21図　おにぎり・その他への日別支出額の度数分布図（2014～2023年）



資料　第16図に同じ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第1表　ノリ関連品の日別支出額の推移

(n)	下落期(2000～2013年) (5,114) 中央値(注)1	上昇期(2014～2023年) (3,652) 中央値	p値 (注)2
干しのり	6.28(5.14-8.27)	7.08(5.80-8.66)	**
すし(弁当)	27.35(23.14-40.44)	29.83(24.98-43.01)	**
おにぎり･その他	9.10(7.58-11.72)	12.28(10.18-14.88)	**

資料　第16図に同じ
(注) 1　(　)内の数値は、(25パーセンタイル-75パーセンタイル)。
(注) 2　Mann-Whitney検定で**p<0.01。

と上昇期の支出額については、ノリ関連品のすべての品目でMann-Whitney（マン・ホイットニー）のＵ検定（以下、Mann-Whitney検定）（注３）において有意な差が確認できた。

また、曜日ごとの支出額の比較のため平日と土日祝日の支出額についてMann-Whitney検定を用いて検討した。なお、祝日は「国民の祝日に関する法律」により制定された日を用いた。最後に、ノリ関連品の支出額について行事や季節などとの関連を把握するために、百分位で95パーセンタイル超を「多い日」、５パーセンタイルを「少ない日」として特定日を抽出した。

(注３) Mann-Whitney（マン・ホイットニー）のＵ検定は、２つの集団の平均に差があるかを確かめるために用いられる統計的手法。特に比較する２つの集団が非正規分布と想定される場合に用いられる。

(2) 曜日との関連

ノリ関連品の支出額を曜日（含む祝日）ごとにみた場合（第２表から第７表）、平日に比べ、「すし（弁当）」、「おにぎり・その他」は土日祝日の支出額が多いことが明らかである（第４表から第７表）。ただ、「干しのり」は判断が難しいため（第２表、第３表）、Mann-Whitney検定を用いたところ、下落期、上昇期とも

第2表　干しのりへの支出(2000～2013年)

(単位　円、日)

	平均	該当日
月曜日	7.3	639
火曜日	7.8	708
水曜日	7.7	711
木曜日	7.4	707
金曜日	7.8	704
土曜日	8.3	704
日曜日	8.3	708
祝日	7.7	233
全体	7.8	5,114

資料　第16図に同じ

第3表　干しのりへの支出(2014～2023年)

(単位　円、日)

	平均	該当日
月曜日	7.5	458
火曜日	7.4	500
水曜日	7.5	502
木曜日	7.5	500
金曜日	7.6	502
土曜日	8.3	506
日曜日	8.5	506
祝日	7.7	178
全体	7.8	3,652

資料　第16図に同じ

第4表　すし(弁当)への支出(2000～2013年)

(単位　円、日)

	平均	該当日
月曜日	24.6	639
火曜日	26.9	708
水曜日	26.7	711
木曜日	27.3	707
金曜日	30.0	704
土曜日	43.9	704
日曜日	49.4	708
祝日	48.2	233
全体	33.5	5,114

資料　第16図に同じ

第5表　すし(弁当)への支出(2014～2023年)

(単位　円、日)

	平均	該当日
月曜日	27.9	458
火曜日	30.8	500
水曜日	29.4	502
木曜日	30.7	500
金曜日	34.4	502
土曜日	49.2	506
日曜日	52.7	506
祝日	52.3	178
全体	37.4	3,652

資料　第16図に同じ

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第6表　おにぎり・その他への支出（2000～2013年）

（単位　円、日）

	平均	該当日
月曜日	8.2	639
火曜日	8.3	708
水曜日	8.3	711
木曜日	8.3	707
金曜日	9.2	704
土曜日	12.6	704
日曜日	13.3	708
祝日	13.6	233
全体	9.9	5,114

資料　第16図に同じ

第7表　おにぎり・その他への支出（2014～2023年）

（単位　円、日）

	平均	該当日
月曜日	11.0	458
火曜日	11.2	500
水曜日	11.2	502
木曜日	11.3	500
金曜日	12.1	502
土曜日	15.7	506
日曜日	15.5	506
祝日	15.9	178
全体	12.8	3,652

資料　第16図に同じ

に土日祝日の支出額が平日の支出額より有意に多かった（第８表）。

(3) 特定日の抽出

23年の日別支出から特定日を抽出すると、まず、「干しのり」は、12月に支出額が「多い日」の数は12日もあり、平日も多く含まれた（第９表）。また、節分とその前日も「多い日」となった（注４）。一方、「少ない日」は初摘みの干しのりが出回る前の９～11月の平日などだった。５月の平日も「少ない日」の数は３日もあった。12月に支出額が多いのは、依然として贈答用の需要があるだけでなく、「初摘み」による需要喚起などがあると思われる。

「すし（弁当）」の「多い日」は、年末年始、雛祭り、５月の連休、盆の時期であった（第10表）。そして、節分の支出額が圧倒的に多い。季節の催しや親類が集う際に「すし（弁当）」が選ばれているようである。一方、「少ない日」は、１月、２月、５月の平日で、同じ月の「多い日」の後、あるいは12月前半の平日であり、「すし（弁当）」に支出した後（あるいは、後日支出する予定がある場合）はしばらく買い控える様子がうかがえる。６月、11月の平日も「少ない日」となった。

最後に、「おにぎり・その他」は、５月の連休、６～11月の土日祝日（盆の付近を含む）が「多い日」となった（第11表）。行楽などの移動の際に支出されているとみられる。一方、「少ない日」は１月の元旦と２日、１～３月の平日などだった。

以上より、ノリ関連品の支出額の変動に

第8表　平日と土日祝日のノリ関連品日別支出額の違い

		平日 中央値（注）1	土日祝日 中央値	p値 （注）2
干しのり	下落期（2000～2013年）	6.08（4.99-8.08）	6.58（5.48-8.74）	**
	上昇期（2014～2023年）	6.76（5.59-8.29）	7.82（6.42-9.29）	**
すし（弁当）	下落期（2000～2013年）	24.46（21.90-27.56）	43.83（39.56-48.89）	**
	上昇期（2014～2023年）	26.43（23.69-30.07）	46.63（41.46-52.84）	**
おにぎり・その他	下落期（2000～2013年）	8.15（7.14-9.36）	12.98（11.10-14.71）	**
	上昇期（2014～2023年）	11.04（9.61-12.81）	15.52（13.56-17.38）	**

資料　第16図に同じ
（注）1　（　）内の数値は、（25パーセンタイル-75パーセンタイル）。
（注）2　Mann-Whitney検定で**p<0.01。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

第9表　干しのりへの支出額が多い日、少ない日（2023年）

（単位　円）

多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
2/2	木曜日	20.1	1/1	祝日	2.6
2/3	金曜日	19.1	1/25	水曜日	4.6
2/23	祝日	17.4	2/13	月曜日	4.7
7/3	月曜日	13.4	3/8	水曜日	4.1
7/26	水曜日	13.5	3/13	月曜日	4.6
10/11	水曜日	13.9	4/21	金曜日	4.9
12/2	土曜日	16.6	5/18	木曜日	4.8
12/3	日曜日	14.6	5/19	金曜日	5.1
12/4	月曜日	15.3	5/22	月曜日	5.2
12/11	月曜日	23.3	6/2	金曜日	3.7
12/16	土曜日	24.2	7/25	火曜日	5.1
12/18	月曜日	15.2	8/31	木曜日	4.7
12/20	水曜日	15.5	9/8	金曜日	4.6
12/23	土曜日	19.4	9/22	金曜日	4.6
12/25	月曜日	14.7	10/19	木曜日	4.2
12/29	金曜日	14.8	10/20	金曜日	5.1
12/30	土曜日	18.2	11/17	金曜日	4.2
12/31	日曜日	19.5			

資料　総務省「家計調査」（2023）より筆者作成

第10表　すし（弁当）への支出額が多い日、少ない日（2023年）

（単位　円）

多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
1/1	祝日	100.9	1/16	月曜日	21.3
1/2	祝日	143.0	1/19	木曜日	23.5
1/3	火曜日	71.5	1/25	水曜日	20.1
2/3	金曜日	717.7	2/7	火曜日	22.5
3/3	金曜日	117.4	2/13	月曜日	20.2
5/5	祝日	92.1	3/2	木曜日	24.0
5/14	日曜日	88.1	5/15	月曜日	23.7
6/18	日曜日	104.3	5/29	月曜日	19.9
8/12	土曜日	89.6	6/2	金曜日	24.0
8/13	日曜日	139.6	6/6	火曜日	21.3
8/14	月曜日	81.0	6/19	月曜日	20.0
8/15	火曜日	70.7	7/6	木曜日	24.3
9/10	日曜日	68.8	9/6	水曜日	24.1
12/23	土曜日	89.3	10/23	月曜日	22.5
12/24	日曜日	128.4	11/13	月曜日	21.4
12/29	金曜日	71.3	11/14	火曜日	24.2
12/30	土曜日	92.4	12/6	水曜日	24.1
12/31	日曜日	294.7	12/11	月曜日	22.3
			12/13	水曜日	23.3

資料　第9表に同じ

第11表　おにぎり・その他への支出額が多い日、少ない日（2023年）

（単位　円）

多い日	曜日	支出額	少ない日	曜日	支出額
4/22	土曜日	24.0	1/1	祝日	9.9
5/3	祝日	27.7	1/2	祝日	11.2
5/4	祝日	30.6	1/11	水曜日	11.5
5/5	祝日	24.5	1/13	金曜日	11.4
6/17	土曜日	26.4	1/25	水曜日	8.4
6/18	日曜日	23.1	1/27	金曜日	11.4
7/16	日曜日	25.4	2/10	金曜日	10.0
7/22	土曜日	22.5	2/13	月曜日	11.5
8/6	日曜日	23.9	2/14	火曜日	11.3
8/11	祝日	24.8	2/27	月曜日	10.6
8/12	土曜日	26.3	3/1	水曜日	11.0
8/13	日曜日	22.8	3/9	木曜日	11.6
9/17	日曜日	22.6	3/10	金曜日	11.2
9/23	祝日	23.6	4/24	月曜日	11.7
10/8	日曜日	23.4	5/15	月曜日	11.2
10/21	土曜日	22.7	6/2	金曜日	11.4
11/5	日曜日	22.6	7/3	月曜日	11.0
			7/10	月曜日	11.2
			12/11	月曜日	11.5

資料　第9表に同じ

は、平日、土日祝日の別、季節の催しなど、様々な要因が浮かび上がった。現在、海水温が上昇していることにより、12月に出荷されるノリの量が減少しているなか、「干しのり」への支出額の大きい12月や巻き寿司への関心が高まる節分の日までにノリの出荷量を確保することが難しくなっていることが懸念される。

（注４） 各年の「干しのり」への日別支出額を百分位で95パーセンタイル超を「多い日」、５パーセンタイルを「少ない日」として抽出したところ、2000～2023年において節分が「多い日」として現れたのは、08年、12年、16～23年である。一方、「すし（弁当）」は、2000年から節分が「多い日」となっており、その額は2000年２月３日の181.3円であったものが、23年は717.7円となった。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

おわりに

本稿では、総務省「家計調査」（二人以上の世帯）からノリ関連品への支出額を把握した。支出額や購入状況の長期的推移をみると、「すし（弁当）」、「おにぎり・その他」への支出額の増加や購入頻度の増加が明らかだった。「干しのり」については、過去に比べれば贈答用の支出額は減っているものの、「すし（弁当）」や「おにぎり・その他」といった中食が伸びているなかで、近年、緩やかな増加傾向にあった。世帯の属性からは、「すし（弁当）」が高齢者世帯、「おにぎり・その他」が40歳層かつ高所得階層で支出額が多い傾向にあるのに対し、「干しのり」への支出額は年齢や所得にあまり関係がなく、安定していた。

日別支出額からは、ノリ関連品の支出額は平日より土日祝日に多いことがわかった。また、特定日を抽出してみると、「干しのり」は依然として、12月に支出額が多い。節分の恵方巻を買って食べる場合は、「すし（弁当）」として、消費者が作る場合は「干しのり」として、家計調査に現れていた。「すし（弁当）」は、季節の催しや親族が集う際の食として、「おにぎり・その他」は行楽などの移動の際の食として選ばれていることがうかがえた。このように、二人以上の世帯においてノリ関連品への支出額は底堅いことがわかる。

他方、ノリ消費の先行きについては、価格の高止まりによる影響が懸念される。その要因の一つとして考えられるのがノリの生産量の減少（注５）である。消費者の国産のノリへの購買意欲は依然高いものの（みなと新聞2019年５月11日付、農林水産省（2006））、最近では業務用を中心に韓国産に置き換わるという動きや、ノリを使わないおにぎり商品の増加もある。そのため国産のノリの価格が高止まりすることになると、輸入品への代替やノリそのものを使用しないという動きも加速することが考えられ、注意が必要だ。

（注５） ノリの生産量の減少の背景には、栄養塩不足や海水温の上昇などがあげられている（水産庁（2024））。これらに加え、干潟の消失や冬場の降水量の減少など、複合的な要因がもたらしたものという指摘がある(例えば、中山（2023））。ノリの生産が今後も国内で行われるために、漁場環境の悪化への根本的な対策が求められる。

＜参考文献＞

・秋谷重男（2006）「最近の海苔消費・流通の動向と共販を巡る諸変化」公益財団法人 水産物安定供給推進機構、24年８月22日アクセスhttps://www.fishfund.or.jp/img/H17norireport2.pdf
・大房剛（2007）『海藻の栄養学──若さと健康の素──』成山堂書店
・折間桂子・青木智子・津久井亜紀夫（2008）「コンビニエンスストア市販弁当・おにぎり類の利用実態と食品成分表示について」『日本食生活学会誌』Vol.19 No.２、178～184頁
・西郷 浩（2023）「家計調査の日別支出による消費税率引き上げの影響に関する分析」『経済統計研究』51（３）、21-32頁
・食品新聞（2023）「海苔 異次元の規格と価格に 相場高騰反映した店頭売価」２月27日付、24年８月22日アクセス https://shokuhin.net/70568/2023/02/27/topnews/
・水産庁（2024）「ノリ養殖をめぐる情勢について」24年８月22日アクセスhttps://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/attach/pdf/norimeguji-2.pdf
・総務省統計局(2008)「節分に関連する支出」24年８月22日アクセスhttps://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/20_2.pdf
・総務省統計局（2015）「恵方巻※１への支出」24年

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

８月22日アクセスhttps://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/27_2.pdf
・総務省統計局（2017）「年末の消費支出──家計調査結果より──」24年８月22日アクセス https://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/29_12.pdf
・多屋勝雄（1991）『国際化時代の水産物市場──水産物需給と価格形成──』北斗書房
・中山 眞理子（2023）「有明海(佐賀県・長崎県)の漁業被害と諫早湾干拓事業」『環境と公害』53（２）、55～60頁
・農林水産省消費・安全局消費・安全政策課(2006)「のりの消費動向について」24年８月22日アクセス https://www.maff.go.jp/j/heya/h_moniter/pdf/h1802.pdf
・日隈美朱（2023）「コロナ禍におけるZ世代の海苔の晴好性に関する考察：2021年度学生アンケート結果より」『人文科学論集 = The Journal of Science of Culture and Humanities』102、1～22頁
・みなと新聞（2019）「『焦点』ノリ記録的不作　白子など大手値上げ続出　コンビニおにぎりにも影響か」５月11日付、24年８月22日アクセス https://www.minato-yamaguchi.co.jp/minato/e-minato/articles/90863
・宮下章（1970）『海苔の歴史』全国海苔問屋協同組合連合会

（たぐち　さつき）

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/