

## 設問1.

## (解答例1)

食料支出額の推移を見れば、1990年に100万円台に達した後、2000年から100万円台を下回ってほぼ下落傾向が続き、2009年以降は80万円台になっている。このような変化は1990年代以降の消費の減退を反映している。この間、消費者物価はほぼ横ばいであったが、バブル経済崩壊後の長い不況の中で家計所得は低迷したため消費が抑制されたのである。

食費のうちで外食費は節約の対象になりやすく、金額では1997年をピークに低下している。他方で、多忙な生活の中で外食への依存度が高まっているため、外食の割合はわずかに上昇している。また、調理食品や飲料は、割合、金額ともに微増しており、食生活での利便性がより求められるようになっている。さらに、嗜好性の強い酒類は節約の対象になりやすく、支出の割合がわずかに低下し、金額も2000年以降4万円台へと低下している。加えて、菓子類の割合は漸増している。

## (解答例2)

2人以上世帯の1世帯あたり年平均食料支出は、1985年(約95.8万円)から増え92年(約108.1万円)をピークに2013年(約89.7万円)まで減っている。内訳としては、外食の金額は増えたが(同期間に約14.4万円から約16.6万円)、割合は90年代半ばまで上昇した(約15%から18%前後に)後は横ばいである。また、調理食品は金額(約6.0万円から約10.5万円)・割合(6.3%から11.7%に)ともに漸増傾向にある。さらに、酒類は90年代後半から減ったが、飲料は金額・割合とも伸び、菓子類は金額こそ横ばいだが割合は伸びている。

食料支出が減少に転じた背景には、バブル経済崩壊後の景気低迷による勤労所得の減少、人口動態等による世帯人数の減少等がある。また、外食が頭打ちとなり調理食品が伸びた背景には、所得減少や加工技術の進歩等による“中食”志向の広がりがあり、酒類の減少は若者のアルコール離れや健康志向によるものといえよう。

## 設問2.

## (解答例1)

1976年からの33年間で、家族そろって一緒に夕食をとる日数は「毎日」および「4日以上」が減少傾向にあり、「2～3日」が増加している。また、「1日だけ」、「ほとんどない」は横ばいである(資料2)。2009年での子供の会話時間の割合は、父とでは0～4時間が28.7%と最も高い。0～4時間はどの日数でも高く、「1日だけ」、「ほとんどない」では50%近い。母とでは20～29時間が最も高く、10～14時間が続く。この両者は「ほとんどない」を除き上位を占める(資料3)。つまり、一家団らんでの夕食の機会が減る中で、子供と父母との会話時間はそれほど長くなく、とくに父とでは短い。

この背景には、子供は塾通いなどで、親は仕事で忙しいために一家団らんの機会が減っていることに加え、家族との交流よりも一人での時間を大切にするという家での過ごし方の個別化があると考えられる。

## (解答例2)

1週間のうち家族そろって夕食をとる日数は、1976年には毎日と4日以上が合わせて6割弱に及んだが、2004年には2～3日が最多となり、毎日ないし4日以上は4割台半ばまで低下し、09年には横ばいに推移している。

子供との会話時間は、家族一緒に夕食日数が少ないほど父は短く、母はむしろ長くなる(1週間で15時間未満しか会話しなない父は、毎日では約42.9%、2～3日では約62.9%、そうした母はそれぞれ約38.4%と約35.3%)。家族との共食が減った背景には家族の個別化がある。高度成長期には夫はサラリーマン、妻は専業主婦という世帯が主流で、家族団らんをもてたが、バブル崩壊後、サービス残業や非正規雇用拡大で労働が不規則化し、妻は家計補助のためパートを増やす。加えて子供の塾・習い事通い、コンビニ・調理食品の普及、居住空間の個別化が個食化を助長する。性別役割分業は根強いので、父子は一層疎遠になっても母子密着は強まる傾向にある。

## 設問3.

## (解答例1)

資料4の購入量では、全年齢層で米が減少し、パンが増加しており、「コメ離れ」が進んでいる。また、鮮魚も全年齢層で減少しており、「魚離れ」が見られる。牛肉やレタスは若中年層で減少しているが、高齢層では微増している。酒類では、清酒が全年齢層で減少しており「日本酒離れ」が観察される。全体的なウイスキーの減少とワインの増加から嗜好の変化が見られる。資料5の金額では、牛肉は購入量と同様の動向を示す。つゆ・たれとアイスクリーム等はほとんどの年齢層で増加しており、食の多様化を表している。調理食品・弁当・外食の変化は食の外部化に関わるが一般的な傾向は観察できない。

「29歳以下」は、世帯人員数が少なく、所得水準も低いことを反映して、他の年齢層に比べ、一般的に購入量・金額が少ない。また、酒離れが顕著である。外食の減少と弁当や調理食品の微減から食の外部化の進展は見られない。幼い子を持つ世帯が多い「30～39歳」の一般的な傾向は「29歳以下」と大きな相違はないが、購入量・金額とも「29歳以下」よりも多い。「40～49歳」では、さらに多くの品目で購入量・金額が「30～39歳」よりも増えており、子が食べ盛りの年代にあると考えられる。「50～59歳」もより若い世代に比べて購入量・金額が増えており、成人した子との同居で「40～49歳」に近い食生活の特徴を示している。ところが、60歳以上の高齢層では特徴的な変化が見られる。コメ離れは観察できるが購入量は若中年層よりもかなり多い。同様のことが鮮魚でも確認できる。牛肉は購入量・金額ともに増加している。また、若中年層とは違い外食が増加し、食の外部化が観察できる。つまり、健康を気づかって野菜をより多く食べ、和食、洋食ともに楽しみ、外食の機会も多い相対的に豊かな食生活が見られる。これは牛肉のグラム当たり金額を算出すると高齢世帯の方が高い点からも傍証できる。

## (解答例2)

まず、世帯主が59歳以下世帯の購入量を見ると、2001年から13年にかけて、概ね、主食では米が減りパンが増え、副食では鮮魚、牛肉、レタスが減り、酒類では清酒が減りワインが増えている(ウイスキーは年齢でばらつきがある)。購入金額を見ると、つゆ・たれ、アイスクリーム類、弁当が増え、外食、調理食品が減っている。

また、世帯主が60歳以上世帯が59歳以下世帯と異なるのは、購入量ではパン、牛肉、レタスが増え(とくに70歳以上ではそれぞれ約31%、7%、28%増)、清酒の減少がやや小幅で(約28%減)、ワインの増加が著しい(約88%増)ことだ。また、購入金額では牛肉、つゆ・たれ、アイスクリーム類、弁当の増加が顕著で(70歳以上でそれぞれ約13%、25%、23%、37%増)、外食、調理食品も増えた(70歳以上でそれぞれ約10%、11%増)。

以上から、まず、若年層・壮年層では、パンなどを除き軒並み購入が減っている。これは嫌消費で知られる80年代前半生まれ世代の経済性・簡便化志向を裏付ける。昨今の外食離れやアルコール離れ、家飲みブームにも見られる現象だ。ただ、その後の90年代以降生まれの男性はエネルギー摂取量が大きいとされ、経済性を優先して牛肉より低価格の蛋白や脂肪を大量摂取するなど、他のデータにそのコーホート効果が露顕する可能性もある。

また、高齢者では、エネルギー摂取量が減少する加齢効果もあるが、多品目で購入が増えている。牛肉(単価も上昇)の増加には、健康・安全等の品質にこだわるコーホート効果が見て取れる。他方、パン食の激増には、高齢者のみ世帯になると煮炊きの手間やコストを省きたいという要請や、年金から税等を控除した可処分所得や貯金取崩しの限度に照らし食料支出を抑えたいという要請による時代効果が現れる。より詳細が分かれば、外食や調理食品等の食の外部化からも、高齢者の間の所得格差が栄養格差をもたらす現実が垣間見えてくるだろう。