

食料消費の変化とフードシステムの構造変動

荏開津 典生・生源寺 真一*・中嶋 康博*

(千葉経済大学, 東京大学*)

1. はじめに

わが国の食生活は戦後急速な変化をみせた。それは食の外部化である。高度経済成長の時代を経て現在では、家庭での調理時間を短縮する食品や家庭では味わえない食事を求めることが多くなった。人々は身近なところで手に入るものでは飽き足らず、より新鮮な食材や目新しい広く食品を積極的に追い求めるようになったのである。

本稿ではまずこの四半世紀の間に起こった食の外部化の現象を検討する。次に食品産業の市場構造と市場成果の変化を確認しながら、食の外部化が食品産業に与えた影響を明らかにする。

2. 家計食料消費の変容

2.1 変化の概要

実質消費の変化 1970年から1995年まで25年間に穀類、野菜類の消費が減少し、調理食品や外食の消費が増加している。図1は家計における世帯員一人当たり実質消費の変化をみたものである。食料消費平均1.14倍、年率でみると0.5%とわずかながら、依然として伸びている。もっとも伸びているのは調理食品で2.46倍、次いで外食1.60倍、飲料1.50倍、肉類1.46倍と続く。一方で穀類0.74倍、魚介類0.89倍、野菜・海藻類0.93倍、果物0.92倍と伝統的な食生活を象徴する品目が減少している。

家庭の食生活に構造的変化が起きている。この現象を食事の西洋化と解釈する考え方もある。しかし非伝統的な食品群で著しく増加したのは肉類

だけで、乳卵類は1.12倍、油脂・調味料は1.21倍にすぎない。最近の外食産業の動向をみても、和食のファミリーレストランや寿司などの売り上げが伸びており、料理の食材としてみると必ずしも伝統的な食品群が敬遠されているわけではない。

食料消費の構成比の推移から確認できるのだが、家庭消費は調理を外部化した食品を選択する傾向にある。図2は1965年以降の家庭の食料消費の割合を示したものである。ここでの分類は穀物、生鮮食品、加工食品、飲料・酒、外食の5分類である。生鮮食品は生鮮魚介、生鮮肉、牛乳、卵、生鮮野菜、生鮮果物を集計したものである。穀物と生鮮食品は割合が低下、加工食品と外食は割合が上昇、飲料・酒は割合が一定である。70年代以降の変化は外食を除くとややゆっくりとしたペースであった。実質消費と比べると変化が大きくないのは、価格の動きが影響している。消費量変化の

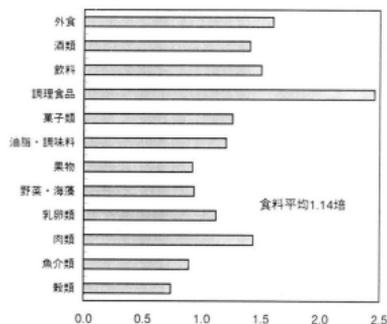


図1 25年間の実質消費の伸び

資料：総務庁『家計調査年報』『消費者物価指数年報』

注：世帯員一人当たり実質支出額(全世帯・中分類)の1970年と95年の比率

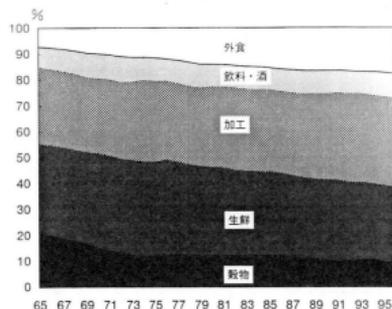


図2 食料支出構成比の推移

資料：総務庁『家計調査年報』

注：穀物は即席めんを除く。生鮮には牛乳、卵を含む。

方向と価格変化の方向が反対なため互いに相殺されてしまった。

伝統的な食品群はこの25年間で相対的に割高な商品になった一方、非伝統的食品群は割安になった。消費者物価指数のデータから、食料品平均の価格変化を基準にして各食品の1970年から1995年の25年間の価格の相対的な動きを調べた。この値が1ならば25年間の平均の伸び率と一致する。伝統的な食品群では、穀類1.01、魚介類1.22、野菜・海藻1.14と食料品平均の上昇率を超えている。非伝統的食品群では、肉類0.71、乳卵類0.63、果物0.89、油脂・調味料0.76、飲料0.75、酒類0.80と食料品平均の上昇率を下回っている。ところが外部化の象徴である調理食品は1.19、外食は1.24と平均を上回る大きな上昇率を記録している。ほとんどの食品において、実質消費の変化と相対価格の変化との間で逆相関の対応関係が観察される。一方、調理食品や外食の価格は大きく上昇しているにも関わらず消費量が伸びている。価格要因以外の影響が特に大きいことが予想される。

消費変化の分類 荏開津・時子山 [1994] の分析に従えば、家庭における食料消費の構造変動は次の4つの現象に分類できる。

a) 高級化 所得の上昇によってより単価の高

い食品へ消費が変化している。3つの単価の次元が考えられる。1) カロリー単価の低い食品群からカロリー単価の高い食品群へシフト、2) 同種の食品群のなかでより単価の高いものへシフト、3) 同一食品のなかでより単価の高いものへシフト。

b) 簡便化 調理の外部化によって加工度の高い食品へ消費が変化している。半加工品から完全な加工品まで間接、直接さまざまであるが、家庭内の調理労働の代替が目的である。

c) 多様化 嗜好の成熟化によってこれまでより多種の食品を消費している。3つの側面がある。1) 同種の食品の少品目大量消費から多品目少量消費へ移行、2) これまで存在しなかった新商品の開発や輸入、3) 従来食品における製品差別化の進展

d) 健康・安全性 人口動態が変化し社会が成熟するにつれ新たな食生活の要素が求められるようになった。大きくわけて次の3つのカテゴリーからなる。1) 栄養素バランスへの配慮、2) 自然・有機食品志向、3) 安全性次元の多様化。

これらは相互に関連している。消費者はこれまでより異なった食品を求めるようになった。それが高級なものであったり、差別化されたものであったり、安全性の高いものであったりする。消費者はそれに対して今まで以上の金額を支払う用意ができていた。経済成長による実質所得がそれを支えてきた。人々が様々な食事の体験を積んできたことで、新しいものを求めるようになったことも見逃せない。

安全性の問題は食料消費にとって古くて新しい課題である。かつての関心事は微生物汚染の回避と食品添加物の採用の問題に絞られていたのだが、現在の関心事は放射線照射、残留農薬、遺伝子組み替え食品にまで広がっている。新時代の問題が

次々に現れる中、O157やサルモネラ菌による微生物汚染事件が再び大規模に発生して、安全性は食品消費にとって重大な事項であると改めて社会的な関心が高まっている。より高い安全性のために食品に対して特別な加工処理が用いられることも多くなった。

所得格差 食品群のなかで所得が消費に最も影響しているのは外食である。図3は1970年から1995年の間について食費支出割合の5年ごとの推移を示したものである。○は世帯平均の値、■は5段階の中で最高位の所得階層に分類される世帯の値、◆は最低位の所得階層に分類される世帯の値である。■と◆の格差が大きいほど所得の影響が強いと判断される。このデータは支出割合であるので、一般の需要分析での所得効果をダイレク

トに把握することはできない。商品単価が所得階層ごとに变化する場合にその分支出割合が高まってしまうからである。ただ高級化の傾向を検討するにはこのアプローチの方が優れている。

外食の支出割合には著しい所得階層間格差がある。所得が高いほど外食の支出割合が高くなっている。1980年に一時的に格差が縮まるのだが、その後、再び拡大する傾向にある。

穀物は低所得層ほど支出割合が高い。その差はそれほど大きなものではないにしても、25年間一貫して観察される。支出割合の時系列的動きも加えて考えると、穀物は所得が高いと需要量が少なくなる劣等財としての性格をもっていると判断される。

生鮮食品は時系列的にみると支出割合が低下するのだが、所得階層間でみると所得と支出割合の関係は不安定である。1970年は高所得階層の割合が高いが、1975年は低所得階層の割合の方が高い。また1990年と1995年では、平均世帯の支出割合は低所得、高所得世帯それぞれの割合を下回っている。低所得層と高所得層での支出割合が比較的高く、中間階層の世帯の支出割合が低いというU字型の支出比率になっている。

加工食品は実質所得が高くなるにつれて時系列的にその割合を高めているのだが、所得階層間でみると逆にわずかながら所得が低い階層で支出割合が高くなっている。この階層間格差は商品単価の差から生まれているようである。

加工食品 加工食品の中で魚の干物や野菜の乾物など伝統的加工食品の割合は低下し、レトルトや惣菜などの調理を外部化した加工食品の割合は高まっている(注1)。表1に示したように1960年代後半以降30年の間に10%以上の変化があった。主婦が家庭外で働く比率が高まるにつれ、家事労働の機会費用が強く意識されるようになった。残業や塾などの理由で世帯員それぞれの行動時間も

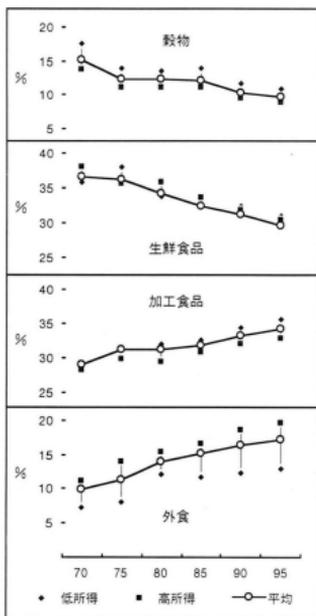


図3 所得階層別にみた食料支出構成比

資料：総務庁『家計調査年報』

注：低所得は5分位所得階級の最低位階級、高所得は同最高位階級食料費支出に対する割合

表1 加工食品消費の変容

期間	(%)		
	伝統的 加工品	調理の外部化 加工品	加工品計
1965～69	86.7	13.3	100.0
1970～74	84.9	15.1	100.0
1975～79	82.8	17.2	100.0
1980～84	79.3	20.7	100.0
1985～89	77.2	22.8	100.0
1990～94	74.4	25.6	100.0

資料：総務庁『家計調査年報』

バラバラとなり、これまでの調理・食事形態を維持するにはますます手間がかかるようになった。このため調理時間を大幅に短縮できる冷凍食品や惣菜などを利用する機会が高くなったのである。同じ加工品でも食べるまでにさらに手を加える必要があるものは、調理時間の観点からすると生鮮食品と同じである（注2）。

同じ年であれば、異なった所得階層間でも伝統的加工食品と調理を外部化した加工食品の支出比率に1%の違いもない。この事実は加工食品需要が時間の機会費用に強く影響を受けるという考え方に矛盾しない。個人ごとの時間の評価は様々である。しかし家計として人々をグルーピングしてしまうと、たとえ所得階層が異なっても同一時点であれば彼らの時間評価にはそれほど大きな格差は存在しないと思われる。このために加工食品の消費に大きな階層間格差が現れないのである。

2.2 世代要因の析出

食料消費内容に個別格差を生む要因はいくつか考えられるが、その中で年齢要因は非常に大きな影響を与える。通常の商品の場合に年齢はライフステージ別の消費パターンの差を作り出す。单身、夫婦、子供、高齢者など世帯員の構成内容が重要な要素である。食料消費の場合に年齢は世代要因としても効いてくる。過去の食体験や世代として一般に支持される食事パターンなどが、嗜好を大きく左右するからである。

図4は1980年の世帯主年齢別にみた食料消費の

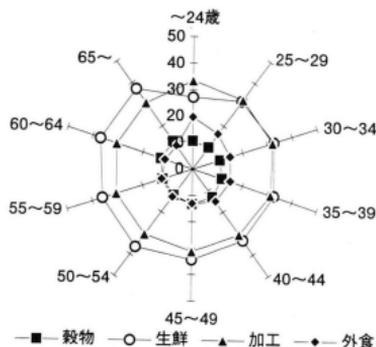


図4 世帯主年齢別食費構成比（1980年）

資料：総務庁『家計調査年報』

支出割合を示した。図5は同じく1996年の支出割合を示している。世帯には様々な年代の家族が同居するのだが、世帯主の嗜好が世帯の食事内容に比較的影響を与えやすいことから、世帯主年齢をそのまま世帯の年齢と読み替えることにする。

穀物と加工食品に年齢間格差はほとんど存在していない。図でみると支出割合はほぼ真円を描いている。一方、生鮮食品と外食については著しい年齢格差がみられる。生鮮食品の支出割合は、若年齢層ほど低く高年齢層ほど高くなっている。外食の支出割合は、逆に若年齢層ほど高く高年齢層ほど低くなっている。その格差は年齢とともに傾

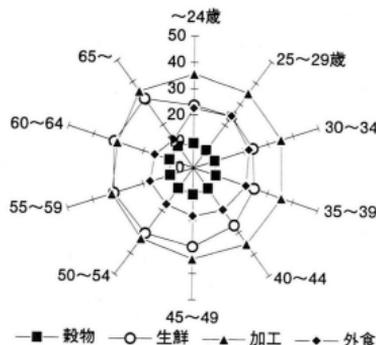


図5 世帯主年齢別食費構成比（1996年）

資料：総務庁『家計調査年報』

向的に進行している。

これは年齢の違いによるのではなく、実は世代の違いが生み出したものである。この点を生鮮食品について確認したのが図6、外食について確認したのが図7である。世帯主の年齢階層は5歳きざみで把握されているので、5年おきのデータを比較するコーホート分析をすれば、同じ5年間に生まれた同一世代の人々がどのように消費を変化させたのか追跡できる。図は反時計回りに世代を配置したレーダーチャートになっている。

生鮮食品についてみると1930年代生まれの世代から徐々に支出割合が小さくなっていく。グラフ

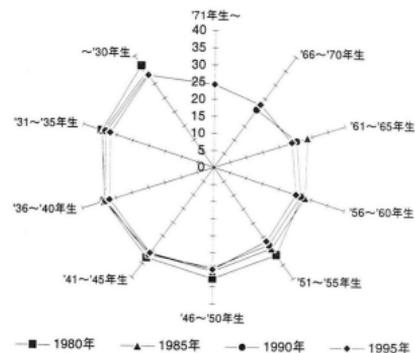


図6 食費構成比のコーホート分析(生鮮)
資料：総務庁『家計調査年報』

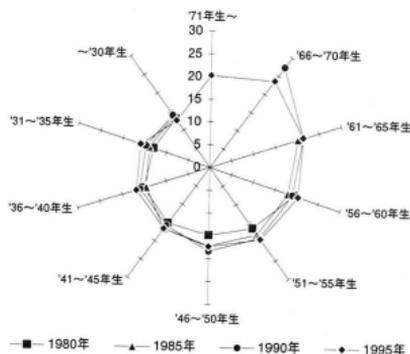


図7 食費構成比のコーホート分析(外食)
資料：総務庁『家計調査年報』

は世代を追うごとに巻く込むような形状をしている。戦前生まれの世代では、調査年次が違っていても、その支出割合がほとんど変化していない。異なる年次間でも消費パターンが固定されているということは、消費理論で指摘されることの多い習慣形成効果がほとんど現われていないということの意味する。少なくとも生鮮食品の消費については、戦前生まれ世代は習慣形成仮説が成立しない。

外食では世代を追うごとに支出割合が大きくなり、グラフは拡がるような形状をとっている。戦前世代であっても徐々に割合が高まってきているのが、生鮮食品と異なる特徴で、相対的に強い習慣形成効果が認められる。

2.3 地域格差の縮小

食料消費のパターンが地域間で平準化していることも戦後に観察された変化の大きな特徴である。地域平準化は食生活のナショナル・スタンダードの確立を意味する。地方独自の食事、食材は地域の伝統文化の一部を形成しており、このことが地域文化を侵食する側面があることは否定できない事実である。しかしそれを補ってあまりある栄養水準の向上、消費機会の公平さの進展など食生活が進歩する面を忘れるわけにはいかない。

伝統的食材や独特な料理といった点にまで踏み込むまでもなく、品目別の支出構成についても地域間に相当な格差が存在した。

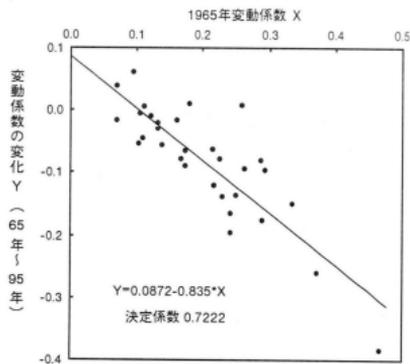
表2は1965年の地域別の支出割合の格差を変動係数で把握したものである。地域間で最もバラツキが大きい加工肉と最も小さいコメの間には、6.6倍の差がある。コメの変動係数が最も小さいことは、当時すでにある種のナショナル・スタンダードが作り上げられていたことを意味する。変動係数からすると次いで味噌、醤油などの調味料、酒などが全国的に広く消費されていたことがわかる。表上部のバラツキの大きい部類に非伝統的な

表2 地域別消費格差—1965年の変動係数

	1965
1.3.2 加工肉	0.469
1.5.1 生鮮野菜	0.373
1.10.2 コーヒー・ココア	0.336
1.10.1 茶類	0.295
1.12.1 一般外食	0.291
1.2.4 他の魚介加工品	0.289
1.3.1 生鮮肉	0.263
1.2.2 塩干魚介	0.259
1.9 調理食品	0.250
1.4.1 牛乳	0.242
1.10.3 他の飲料	0.242
132 即席めん	0.230
1.2.3 魚肉練製品	0.226
1.4.2 乳製品	0.218
1.1.2 パン	0.216
1.5.4 他の野菜・海藻加工品	0.181
1.8 菓子類	0.174
1.1.4 他の穀類	0.174
1.6.2 果物加工品	0.169
1.9.1 主食的調理食品	0.161
1.1.3 めん類	0.139
1.12.2 学校給食	0.132
1.7.1 油脂	0.132
1.6.1 生鮮果物	0.122
1.2.1 生鮮魚介	0.112
1.5.2 乾物・海藻	0.110
1.5.3 大豆加工品	0.106
1.4.3 卵	0.104
1.11 酒類	0.096
1.7.2 調味料	0.071
1.1.1 米類	0.071

資料：総務庁『家計調査年報』

注：地域別の各商品項目の支出割合について変動係数を計算した。品目名の頭の数字は分類番号である。

図8 消費の地域間平準化
資料：総務庁『家計調査年報』

3. 食品産業の変化

3.1 食料関連産業の付加価値額

食品産業が農林水産業とあわせて食料供給の車の両輪と言われるようになってから久しい。人々は食品産業の活動に対して年々多くの対価を支払うようになってきた。産業連関表によると1990年になると最終消費者支払額64兆1,200億円（100%）に対して、国内農水産業の生産部門の付加価値額は13兆5,280億円（21.1%）、輸入農産物・加工品が4兆8,120億円（7.5%）、食品加工部門の付加価値が15兆6,070億円（24.3%）、流通部門の付加価値が17兆5,970億円（27.4%）、飲食店部門の付加価値が12兆5,750億円（19.6%）であった。1970年について同じ項目の構成比を確認してみると、国内農水産業の生産部門の付加価値額は30.6%、輸入農産物・加工品は5.3%、食品加工部門の付加価値は28.3%、流通部門の付加価値は26.4%、飲食店部門の付加価値は9.4%であった。このように国内農水産業が生み出す付加価値額の割合はこの25年間で9.5%も低下してしている。このことは必ずしも国内生産が不要になったことを意味するわけではないが、豊かな食生活は農林水

食品がいくつか目につくけれども、しかしながらすべての非伝統的商品のバラツキが大きいわではない。

この地域間の消費パターンの違いは徐々に平準化されていく。1965年の変動係数と1995年の変動係数を比べると、その30年間に低下している食品が多い。図8に示すように1965年当時の変動係数の大きさと30年間の変動係数の減少幅との間には、比較的統計的有意性が高い負の相関が観察される。地域間でバラツキが大きかったほどその低下幅が大きかった。

産業だけでは実現しないのである。

前節で詳しく検討したように現代の豊かな食生活とは、高級化、簡便化、多様化、健康・安全性の向上によって実現される。これらの要素を現実のものにするためには食品に加工を施したり、サービスを加えたりする作業が欠かせない。それに対する支払いが加工、流通、飲食店の食品産業諸部門の付加価値額として把握されている。この付加価値は農業生産から消費者の食卓に至るまで食品が手渡される過程の中で連続的に付け加えられるものであって、各部門それぞれの活動がバラバラであっては、社会的に高い満足度を得ることはできない。これら一連の活動は必ずしも単一の組織として統合されている必要はないが、もしそれぞれ独立した組織が担うならば互いの活動を円滑に結び付けて各部門で適切な資源配分が行われるように、情報の伝達、危険分担などについてのルールを確立しておく必要がある。

近年これらの活動のコーディネーションはフードシステムとして概念化されつつある。フードシステムの究極の姿として食品産業のインテグレーションも考えられなくはない。しかしそれよりも分権的なシステムを維持しながら食料供給について高い経済効率を達成することが、フードシステムに求められている課題である。

3.2 食品製造業の市場構造と市場成果

食品供給は主として国内の産業によってまかなわれている。前節で示したように輸入原料と輸入加工品の両方合わせても最終消費額のわずか7.5%にすぎない。流通サービスや外食産業などは非貿易財であり、今後もそれらの部門の付加価値額は国内で発生し続けるであろう。加工品についても、現在のところ、89%は国内の食品製造業によって生産されている。鮮度訴求など消費者高品質志向が海外からの最終商品での輸入拡大を阻んできたからであろう。したがって国内消費の動向は

ダイレクトに国内の食品製造業の構造と成果を左右してきた。

従来からいわれるように食品製造業には中小規模の企業が多い。表3は食品製造業として分類される各産業について、30年間の市場構造と市場成果を調べた結果である。これによると一事業所当たりの平均従業員数は、最小が精米業の20.4人、最大でも水産缶詰・瓶詰製造業の89.8人である。その一方で近代化された大規模な工場でナショナルブランドの製品を生産する食品企業もあり、このような二極構造は食品製造業の特徴である。

市場規模に比べると企業数が多いのだが、依然として参入が続く業種もある。事業所数が増えているのは、伸び率の高い順に、冷凍調理食品製造業、精米業、肉製品製造業、惣菜製造業、コーヒー製造業である。精米業の伸びは制度の規制緩和の影響であろうが、それ以外は消費需要が伸びている部門である。一方で退出も起こっている。相対的に減少率が大きいの、酒類製造業、清涼飲料製造業、パン製造業、調味料製造業、乳製品製造業である。これまで事業所数が多すぎた部門で退出が進行している。

規模が小さく労働集約的で裏返すと労働生産性の低いことが食品製造業の特徴である。パン製造業、めん類製造業、水産缶詰・瓶詰製造業、豆腐・油揚げ製造業、惣菜製造業は一人当たりの付加価値額が500万円台にすぎない。これらの業種のほとんどは労働分配率が50%程度である。30年間平均の労働生産性の年伸び率は、生産工程が例外的に装置型になっている動植物油脂製造業、コーヒー製造業、清涼飲料製造業で12%を記録しているが、他は4~6%程度がほとんどである。野菜漬物製造業や惣菜製造業は1%を下回っている。惣菜部門は需要が伸びて参入企業も多いのだが、商品特性として製造工程の合理化・近代化は容易に進んでいない。

表3 食品製造業の市場構造と市場成果 (1966~95年平均)

	事業所総数 (ヶ所)	従業員総数 (人)	事業所当り 従業員数 (人/ヶ所)	事業所数 対前年伸び率 (%)	売上高利益率 (%)	労働分配率 (%)	労働生産性 (百万円/人)	労働生産性 対前年伸び率 (%)
糯米業	169	3,477	20.4	5.45	8.54	21.27	13.5	6.55
パン製造業	1,282	91,776	73.4	-2.05	22.99	50.85	5.2	4.28
めん類製造業	1,276	38,179	29.9	0.97	20.72	40.30	5.9	4.42
小麦粉製造業	130	8,415	64.5	-1.28	16.75	24.76	15.3	6.11
水産練製品製造業	745	27,889	37.7	-0.71	22.32	41.27	6.2	3.45
水産缶詰・瓶詰製造業	140	12,970	89.8	-0.81	14.77	38.93	5.2	5.71
肉製品製造業	552	41,888	82.0	4.51	14.93	33.15	6.9	4.49
乳製品製造業	793	49,303	62.9	-1.12	18.01	32.05	10.0	6.47
海産加工業	411	13,887	33.8	1.72	22.19	31.50	n.a.	n.a.
豆腐・油揚げ製造業	762	20,299	26.3	3.05	28.20	48.17	5.4	2.42
野菜漬物製造業	863	25,914	29.9	2.10	23.97	39.14	6.2	0.68
動物油油脂製造業	164	10,398	63.2	-0.44	19.83	20.12	19.2	12.68
調味料製造業	938	45,345	48.7	-1.32	32.16	26.98	12.4	5.31
菓子製造業	3,142	144,584	46.1	-0.32	30.61	33.59	8.0	2.20
惣菜製造業	764	30,998	40.3	4.41	22.20	45.15	5.7	0.23
冷凍調理食品製造業	396	25,244	64.1	8.13	19.14	41.63	5.3	4.60
製茶業	262	5,685	21.6	2.17	17.98	29.09	7.7	6.35
コーヒー製造業	63	2,900	47.9	4.17	12.16	40.32	10.8	12.34
清涼飲料製造業	410	23,815	60.8	-2.69	30.44	20.24	16.8	11.89
酒類製造業	1,869	68,811	37.5	-3.04	20.39	20.77	15.7	7.04

資料：通産省『工業統計表』

注：労働生産性は1995年価格基準従業員一人当り実質付加価値額

売上高利益率(粗利益)は20~30%程度である。

利益率が高く参入が起こっているのは豆腐・油揚げ製造業、野菜漬物製造業、惣菜製造業ぐらいで、逆に利益率が比較的低いにもかかわらず参入が起こっている業種は肉製品製造業、冷凍食品製造業、製茶業、コーヒー製造業である。利益率が高いのに退出が起こっているのは調味料製造業、菓子製造業、清涼飲料製造業、酒類製造業で、この退出行動はすでに述べた通り過当競争の調整過程と解釈すべきものである。

3.3 食品産業の地域構造

食品産業は国内供給および国内需要の両方と密接に結びついている。食品産業は遠隔地に立地してその地域の主要産業になっている例が多い。しかし企業の立地は原料供給または消費需要に規定されるこれまでのローカル・スペシフィックな構造から徐々に変化してきている。まず第一に生産技術と流通技術の進歩により今まで以上の規模の経済性が期待できるようになり、これまでのような域内市場の小ささが制約にならなくなった。第二に食生活の地域間平準化によって地方でも様々な食品が消費されるようになり域内市場規模その

ものが拡大している。

表4は県別の食品製造業の企業立地分布の状況を調べたものである。この集中度指標が大きいほど特定の県に立地が集中していることになる。1970年と1995年を比べると人口の集中度はほとんど変化していない。したがって人々の食料消費パターンが地域間で平準化すれば、これまで特定の

表4 食品産業の地方拡散

	1970年	1995年
人口	389.0	389.1
食品・飲料等製造業 事業所数	300.4	288.8
食品・飲料等製造業 出荷額	504.8	347.6
農畜産物卸売業 商店数	634.4	405.1
農畜産物卸売業 販売額	703.0	671.8
食料品卸売業 商店数	471.0	383.2
食料品卸売業 販売額	927.4	723.3

資料：『国勢調査』、『工業統計表』、『商業統計表』

注：全国合計に対する県別の百分比を2乗して合計した値で、一種のハーフィンダール指数である。もし47県で均等分布していたら212.8となる。

地域に偏って消費されていた品目の需要は全国的に拡がっていくことになる。

推測される需要の拡散に対応するかのようには、食品製造業や卸売業の県別集中度は低下していく。製造業では出荷額ベースでみた集中度の低下が著しい。一方、生鮮農畜産物の流通を扱う卸売業は逆に商店数ベースでみた集中度の低下が大きい。食料品卸売業は商店数ベースと出荷額ベースの集中度の低下比率はほぼ同じである。

食品製造業と農畜産物卸売業について事業所数と出荷額のそれぞれの集中度の変化が大きく異なるということは、その間に地域的な市場構造が大きく変化したと予想される。食品製造業の事業所数はこの25年間で54,570から47,577へと減少している。その過程で特定の県に偏っていた数の事業所が整理されていったが、その時に比較的規模の大きい事業所が残り、規模の小さい事業者が閉鎖されていったのだと考えられる。一方、農畜産物卸売業は25年間で18,234から42,537へと大幅に店舗数を増やしている。新規に出店した結果、県別に店舗は拡散していったのだが、参入した企業の規模は必ずしも大きくなかったために販売額の県別の格差は十分に埋まらなかったであろう。食料品卸売業の集中度の低下は商店数でみても販売額でみてもほぼ同程度であった。商店数は26,296から53,687へと倍増し、その参入は全国的に平均していた。しかし1970年時点の販売額の県別集中度は非常に高かったために、今も地域的に偏った分布構造が残っている。

4. おわりに

本稿では食料消費構造の変化と食品産業の構造と成果について統一的な考察を行った。消費パターンの変化の特徴は加工食品と外食が大きく増加したことである。この2部門の拡大は次の要因を背景にしている。

- a) これまで伝統的、地域的に限られていた食嗜好が戦後の高度成長によって解き放たれ、人々が様々な種類の食品を求めるようになった
- b) 家庭では不可能な加工や処理を事前に施した食材を志向するようになった
- c) 家庭内での調理作業が外部化された

以上の要因を現実のものとしていく過程で食品産業で発生する付加価値が増えていった。一つは新商品の開発、広域流通の実現による新しい価値の創造であり、もう一つはGDPの裏側に隠れていた主婦労働の再評価である。

食品産業で生み出される付加価値は確実に高まったのだが、しかし中小規模の企業が多く労働集約的な生産形態という構造を大きく変えるまでには至らなかった。これは食料消費はそれほどドラスティックには変化するものではないという性格が影響していると思われる。

今後も食品構成は緩やかにしか変化しないだろうが、それを供給する食品産業内のサブセクター、農業、食品製造業、流通業、外食産業の間の関係は大きく変わりつつある。これらのサブセクターの相互関係、すなわちこれらの組織間のコーディネーションを意味するフードシステムのあり方が、これからの食料経済を大きく左右していくであろう。相互関係の形態は、売り手（買い手）、売り場所（買い場所）、売り方（買い方）の設定のされ方によって様々なものになりうる。国内企業にとらわれないフードシステムの形成も今後進んでいくだろう。今回、分析対象にできなかった外食産業の中には、すでに海外から強い影響を受けたフードシステムの先駆的事例が多くみられる。

注1) 「伝統的加工食品」に分類したのは、『家計調査年報』における食品分類のうち、塩干魚介、魚肉練製品、他の魚介加工品、加工肉、乳製品、乾物・海藻、大豆加工品、

他の野菜・海藻加工品、果物加工品、油脂、調味料である。また「調理を外部化した加工食品」に分類したのは、即席メン、主食的調理食品（弁当類、調理パン、他の主食的調理食品など）、他の調理食品（調理食品の缶詰、冷凍調理食品、そうざい材料セットなど）である。

注2) 調理時間の機会費用と加工食品需要との関係を分析した例はまだない。岩淵 [1994] は主婦の時間機会費用と外食利用の関係をアンケート調査に基づき分析した。草薙 [1997] は調理の機会費用とコマ消費の関係を計量経済学的に分析している。

文 献

- 1) 岩淵道夫 (1994) 「主婦の時間配分行動と外食需要の実証分析」『農林業問題研究』第30巻第2号
- 2) 草薙仁 (1997) 『家計』の変容とコマ消費』『米の流通・消費の変貌—小売と消費者を中心に— (農業総合研究所秋季特別研究会)』
- 3) Tokoyama H. and Egaitsu F. (1994) "Major Categories of Changes in Food Consumption Patterns: Japan 1963-91," Oxford Agrarian Studies, vol.22 no.2

A Change in Food Consumption and Its Influence on the Structure of Food System

Fumio Egaitsu, Shin-ichi Shogenji* and Yasuhiro Nakashima*

(Chiba Keizai University and University of Tokyo*)

We analyzed a change in pattern of food consumption and its influence on market structure and performance of the Japanese food industry. Our emphasis is placed on significant increase in processed products and home-away eating. These changes resulted from the following factors.

- a) Changing food preference of consumers toward new foods beyond their local tradition and taste
- b) Further preparatory process for high hygiene control and development of new materials
- c) More commercial precooking for convenience and reduction in home cooking time

Increment in value-added of the food industries stemmed from actual progress of supplying the above services; development of brand-new products, establishment of national wide distribution system, and substitution for implicit valuable work of housewives.

Food industries are still traditional and labor intensive sectors and contain a lot of small-medium size firms. Although their structural evolution is stagnant, we confront dramatic change in contractual relations among food industries including processing sectors, distributing sectors, and food services. An economic performance of food industry should definitely depend upon a design of food system as mutual relation or coordination among subsectors associated with food supply.