

第4章 国産品消費等の現状 ーアンケート結果よりー

- 1 課題と背景
- 2 食料関連事業者における国産品消費等の現状
 - (1) 食品製造業
 - (2) スーパーマーケット
 - (3) 外食
- 3 消費者における国産品消費等の現状

1 課題と背景

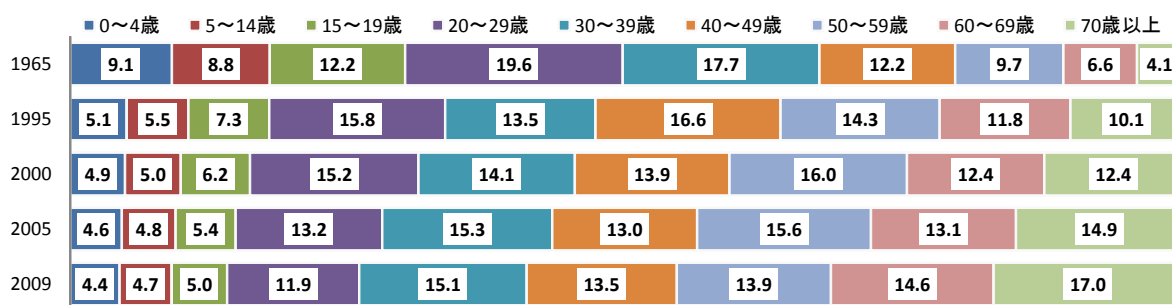
食料自給率の変動要因については、供給要因と需要要因に分けて分析（第2章、第3章参照）してきたが、特に需要要因については不明な点が多い。このため、需要者のうち、食品関連事業者（食品製造業、スーパーマーケット、外食）及び消費者を対象に国産品消費のアンケートを実施した。また、併せて、食料自給率の変動に影響を与える食品ロスについてもアンケートを行った。

食料品消費量（1人1日当たりの供給熱量及び摂取熱量）の減少について

1990年台半ば以降、1人1日当たり供給熱量が減少していることについては、消費者のダイエット志向や少子高齢化の影響などがその要因として考えられる。このことについて、年齢階層別の統計データを用いて検証してみる。年齢階層別人口の構成比の推移は図4-1の通りであり、少子高齢化が進行していることが確認される。

図4-1 年齢階層別人口の構成比（少子高齢化の進展）

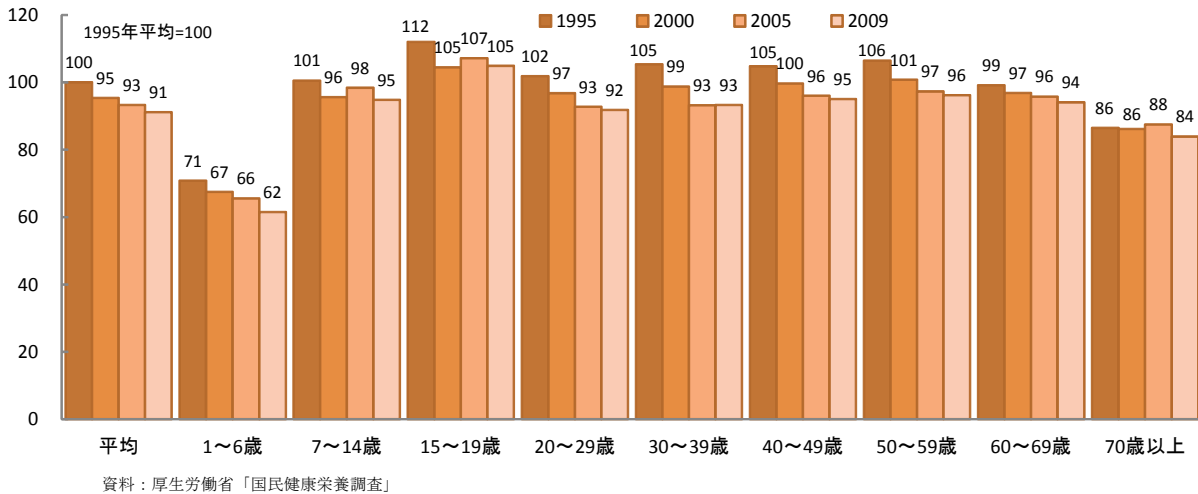
単位：％



資料：総務省「人口推計」より作成

一方、国民健康・栄養調査によれば、2000年、2005年、2009年の1人1日当たり摂取熱量（全年齢平均）は、1995年対比でそれぞれ▲4.8％、▲6.8％、▲9.1％であり、また、すべての年齢階層において減少傾向である（図4-2）。なお、国民健康・栄養調査の1人1日当たり摂取熱量は、食料需給表の1人1日当たり供給熱量とデータの性質及び調査の方法が異なることに留意されたい（2000年、2005年、2009年の1人1日当たり供給熱量は、1995年対比でそれぞれ▲0.4％、▲3.1％、▲8.1％である。）。

図4-2 国民1人1日当たり摂取熱量（年齢階層別）の変化



ここで、各年齢階層の1人1日当たり摂取熱量を1995年の値で固定して、年齢階層別人口の構成比を2000年、2005年、2009年と変化させた場合の1人1日当たり摂取熱量（全年齢平均）を求めると、1995年対比でそれぞれ、▲0.4%、▲0.8%、▲1.2%となった。実際の減少率（▲4.8%、▲6.8%、▲9.1%）に比べると減少率が小さいことから、1人1日当たり摂取熱量に及ぼす少子高齢化の影響は認められるもののそれほど大きくなく、各年齢階層における摂取熱量の減少の影響のほうが大きいといえる。

また、各年齢階層における摂取熱量の減少は、朝食欠食率の増加が関係している可能性がある。2005年、2009年の朝食欠食率をみると、男性は1995年対比で、それぞれ2.9ポイント、4.0ポイントの上昇、女性は同2.5ポイント、4.0ポイント上昇している。年齢階層別では男性20代・30代、女性では20代の欠食率が高い（図4-3）。このような朝食欠食率の上昇が摂取熱量の減少の一因とみられる。

図4-3 朝食欠食率の推移



食品のロスについて

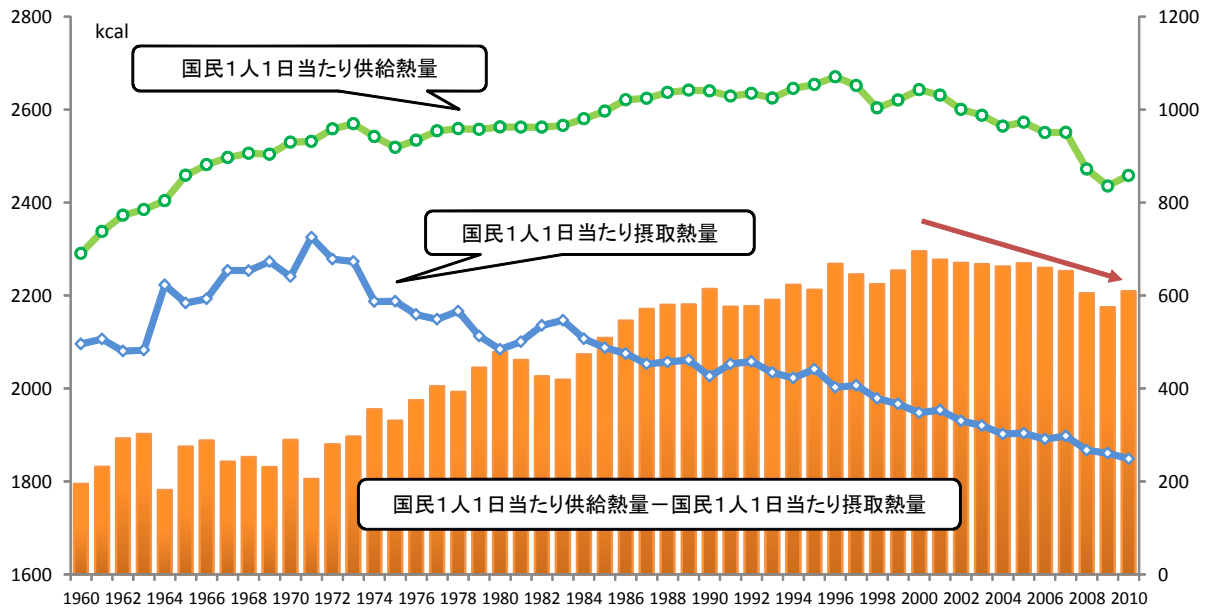
食品ロスは、生産流通段階では、食品製造業、外食・中食、小売業等における原料・食材の廃棄ロス、加工ロス、製品・商品の売れ残りロスなどであり、消費段階では食材廃棄、食べ残し廃棄などがある。

国民1人1日当たりの供給熱量と摂取熱量の差についてみると、特に2000年度以降、減少傾向が顕著となっていることに注目したい（図4-4）。品目別にみると、油脂においてその傾向が著しくなっていることが確認される（図4-5）。

この供給熱量と摂取熱量の差を食品ロスととらえることには、議論がある。吉田泰治（1995年）によればこの差は、家庭における食べ残しではなく、食品工業や外食におけるロスが原因であると指摘している（講談社「食料経済」）。

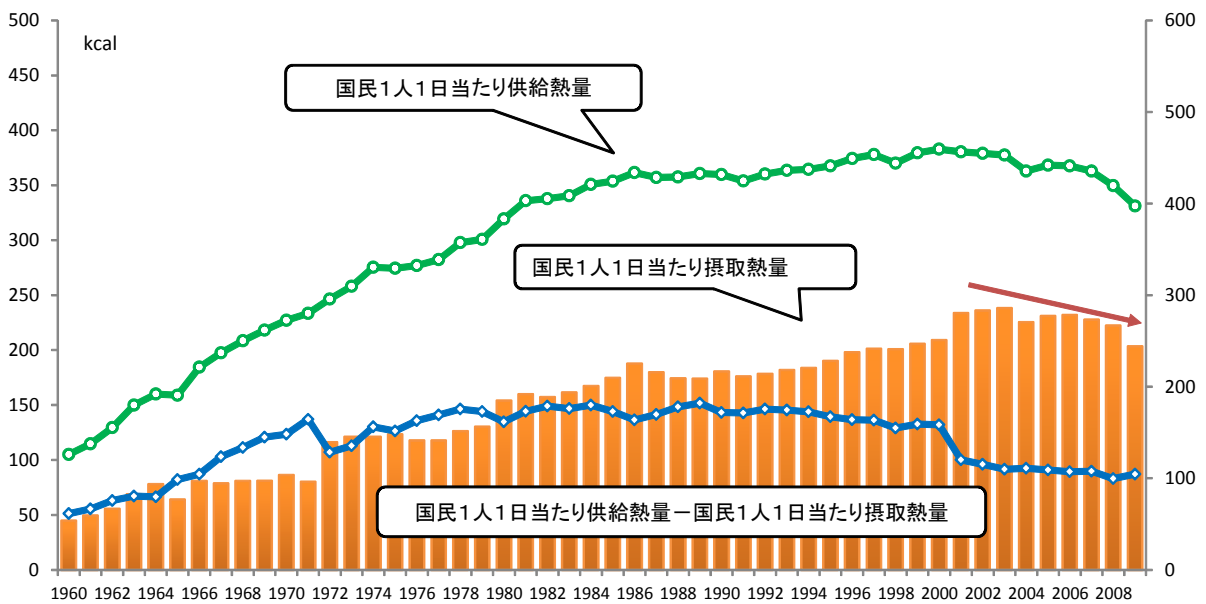
その後の調査についてみると、農林水産省「食品ロス統計」によれば、家庭における廃棄量・食べ残し量の割合は、平成16年度の4.2%から平成21年度には3.7%に減少している。また、外食における食べ残し割合は平成15年度の3.6%から平成21年度には3.2%に減少している。

図4-4 国民1人1日当たりの供給熱量と摂取熱量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」、厚生労働省「国民健康・栄養調査」

図4-5 国民1人1日当たりの油脂の供給熱量と摂取熱量の推移



資料：農林水産省「食料需給表」、厚生労働省「国民健康・栄養調査」

2 食料関連事業者における国産品消費等の現状

小 括

食料関連事業者の直近 10 年間における国産品消費量がわずかに減少傾向にあることが確認された。また、食品ロス（原料、製品・商品の廃棄等）量については、原料調達から販売に至る効率化の取組により、減少していることが確認された。

- ① 国産品使用量のわずかに減少（10 年前との比較）している。食品製造業や外食ではデフレ下において低価格競争の激化に伴い、購入単価や定時定量の安定供給の問題から、国産品の使用量がわずかに減少している。
- ② 国産品使用量減少の要因としてあげられている、価格、安定供給の改善がむずかしい現状にあること。
- ③ 食料関連事業者では原料調達から販売における効率的なオペレーションの取組により、原料の廃棄量が年々減少している。
- ④ 原料と同様に製品・商品の廃棄量も年々減少している。
- ⑤ 食料関連事業者における国産品の今後の利用拡大意向は、わずかに減少の見通しとなっている。

(1) 食品製造業

① 国産原料の利用実態

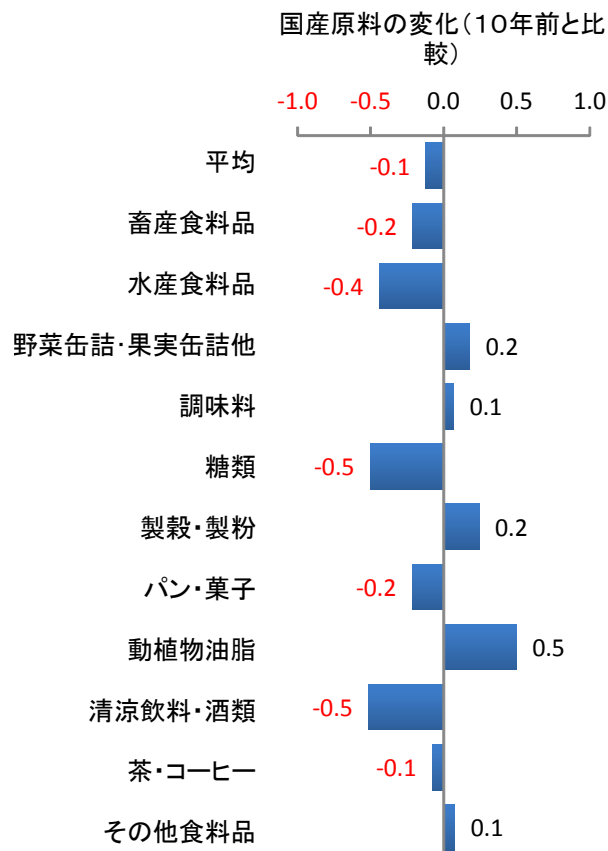
主要な国産原料の変化（10年前との比較）

食品製造業における国産原料の使用量は、10年前と比べて、わずかに減少している（図4-6）。減少している業種は、糖類、清涼飲料・酒類、水産食料品、畜産食料品、パン・菓子、茶・コーヒーとなっている。

増加している業種は、動植物油脂、野菜缶詰・果実缶詰他、製穀・製粉、調味料、その他食料品となっている。

国産原料の使用量減少は、近年、国内生産量の低迷、輸入品との価格差、供給ロットの問題があげられる。食品製造業は市場競争力から、M&Aによる再編統合が進展し、原料調達における仕入ロットが拡大していることに加え、デフレによる製品販売価格の下落も輸入原料の多用に寄与している。一方、プレミアム（高付加価値製品）市場では国産原料を使用し、品質価値や国内原料産地を訴求する取組も増加している。

図4-6 主要な国産原料の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

国産原料が減少した理由

国産原料が減少した理由についてみると、「価格が高いこと」、「需要の低迷」が上位 2 つになっている。これはスーパーマーケットでも同様の調査結果となっている（図 4-7）。

業態別では、野菜缶詰・果実缶詰他、製穀・製粉、清涼飲料・酒類、茶・コーヒーは「需要の低迷」が最も高い。

国産割合別では、国産割合が低い層ほど「価格が高いこと」、「定時定量仕入（通年安定供給）が困難」、「希望する規格・サイズの供給不安定」の割合が高くなる傾向がみられる。また、国産割合 80 %以上の国産を主体にしている層では「需要の低迷」を一番にあげている。

図4-7 主要な国産原料が減少した理由



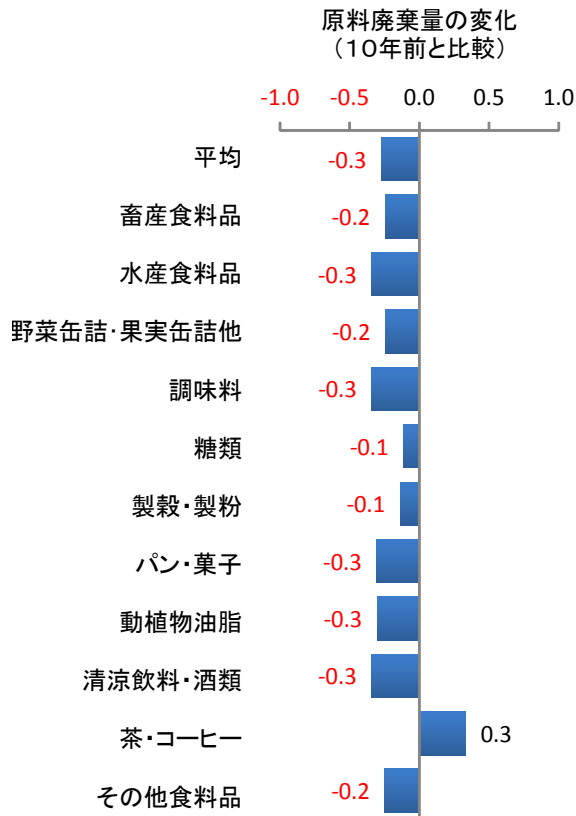
原料廃棄量の変化

食品製造業における原料廃棄量は、10年前と比べると、減少している（図 4-8）。

業種別では茶・コーヒーが増加となっているのを除いて、減少となっている。

近年、食品製造業では、原料調達から製品の出荷販売におけるオペレーションについて、コスト削減や効率化を図るために、技術革新に取り組んできた背景がある。その結果、原材料の廃棄量削減に寄与している。

図4-8 原料廃棄量の変化(10年前との比較)



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

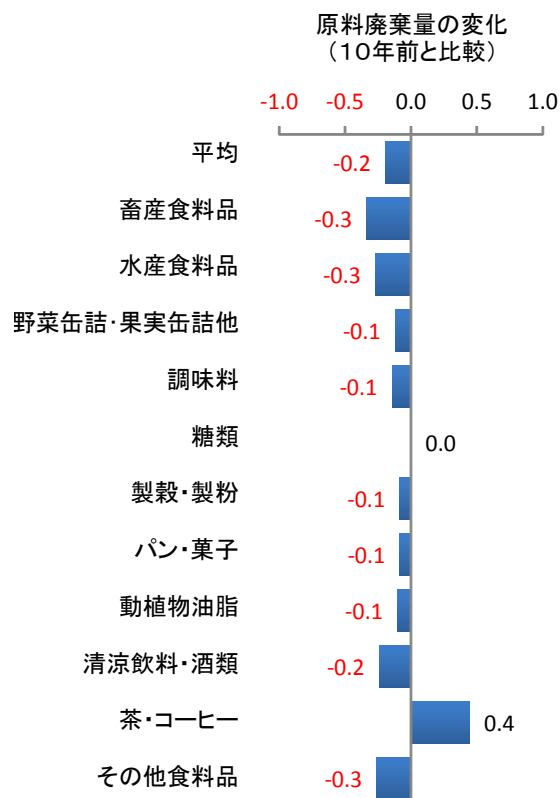
製品廃棄量の変化

食品製造業における製品廃棄量は、10年前と比べると、減少している（図4-9）。

業態別では茶・コーヒーが増加、糖類が横ばい、それ以外では減少となっている。

近年、食品製造業では、製品の製造及び在庫・出荷販売は、需要予測に基づき効率化なオペレーションを図るために、技術革新に取り組んできた背景がある。その結果、製品の廃棄量削減に寄与している。

図4-9 製品廃棄量の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

② 国産原料の利用拡大の課題

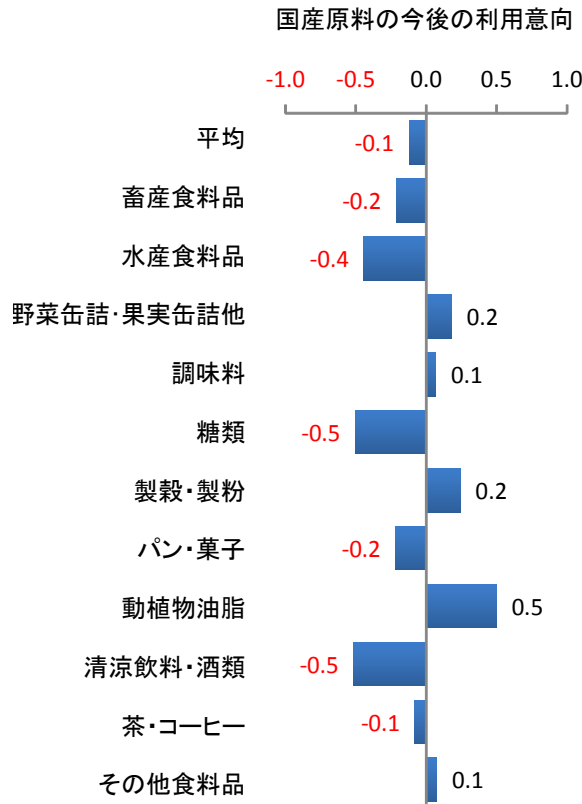
主要な国産原料の今後の利用意向

食品製造業における国産原料の今後の利用意向についてみると、わずかに減少で、業種によりばらつきがみられる。国産原料の減少要因である、輸入品との価格差及び価格変動、定時定量供給、国産品を活かした製品開発など、これら阻害要因を克服するためには、生産者や団体との連携の取組が重要となっている（図4-10）。

増加見通しの業種は、動植物油脂、野菜缶詰・果実缶詰他、製穀・製粉、調味料、その他食料品。

減少見通しの業種は、糖類、清涼飲料・酒類、水産食料品、畜産食料品、茶・コーヒーとなっている。

図4-10 主要な国産原料の今後の利用意向



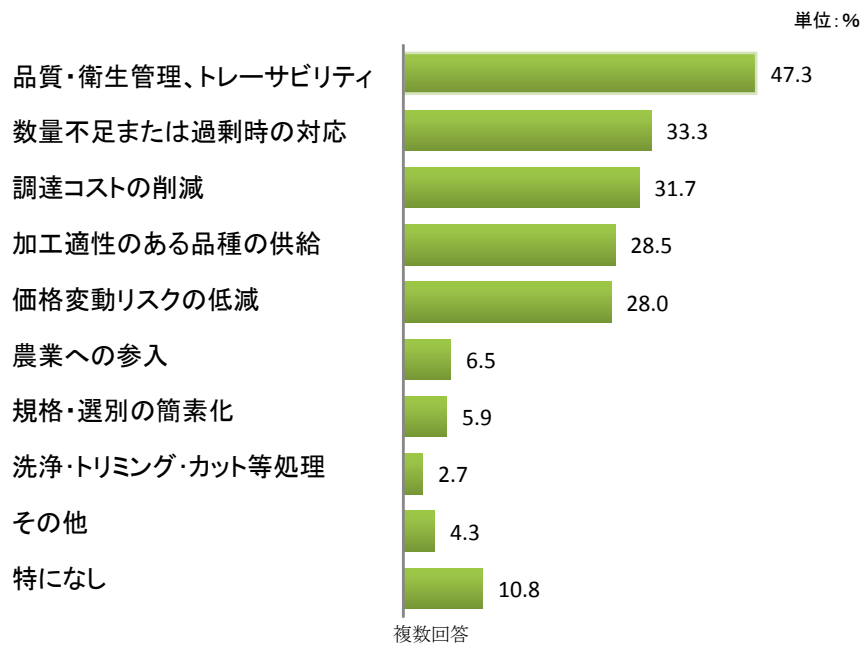
注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

国産原料の利用拡大における今後の取り組むべき課題

食品製造業における国産原料の利用拡大における今後の取り組むべき課題についてみると、「品質・衛生管理、トレーサビリティ」、「数量不足または過剰時の対応」、「調達コストの削減」が上位3つとなっている（図4-11）。

業種別では、水産食料品、糖類、動植物油脂が「数量不足または過剰時の対応」を第1に挙げている。

図4-11 国産原料の利用拡大における今後の取り組むべき課題

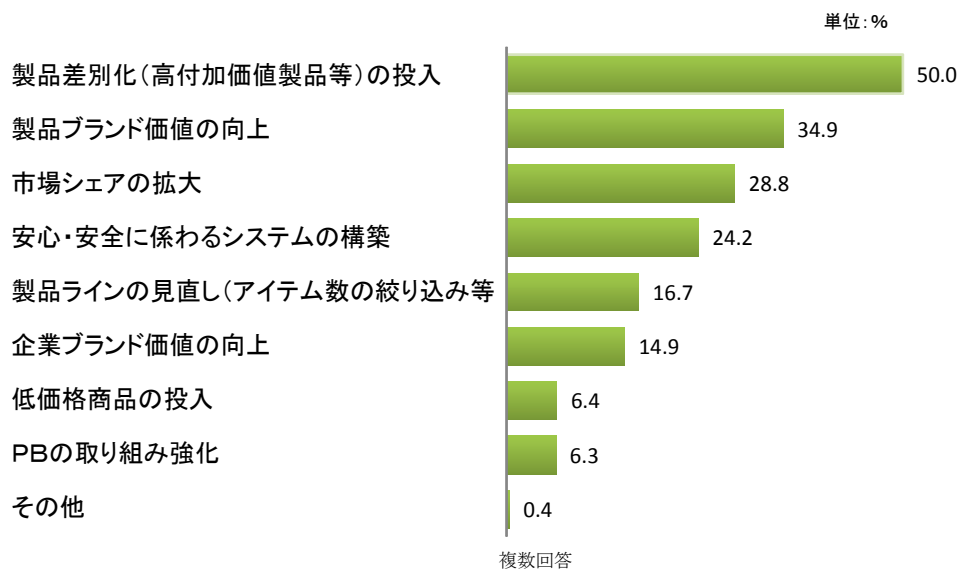


市場戦略で重視する取り組み

食品製造業における市場戦略で重視する取り組みについてみると、「製品差別化（高付加価値製品等）の投入」が過半となっている。次いで、「製品ブランド価値の向上」「市場シェアの拡大」が上位3つとなっている（図4-12）。製品差別化（高付加価値製品等）は、国産原料の活用が想定される。

業種別では、清涼飲料・酒類が「製品ブランド価値の向上」の割合が最も高い。

図4-12 市場戦略で重視する取り組み



(2) スーパーマーケット

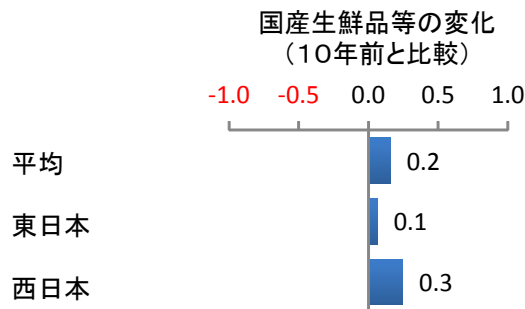
① 国産生鮮品等の仕入販売数量の変化

国産生鮮品等の販売数量の変化（10年前との比較）

スーパーマーケットにおける国産生鮮品等の販売数量は、10年前と比べると、増加している。地域別では、東日本及び西日本ともに増加となっている（図4-13）。

特に青果物及び食肉の家計消費向けは、輸入品も増加傾向にあるものの、国産品主体となり、生産者や卸売業者との連携による商品開発の取組も増加している。特に生産者や産地の情報を表示することで安心感を訴求している。

図4-13 国産生鮮品等の販売数量の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

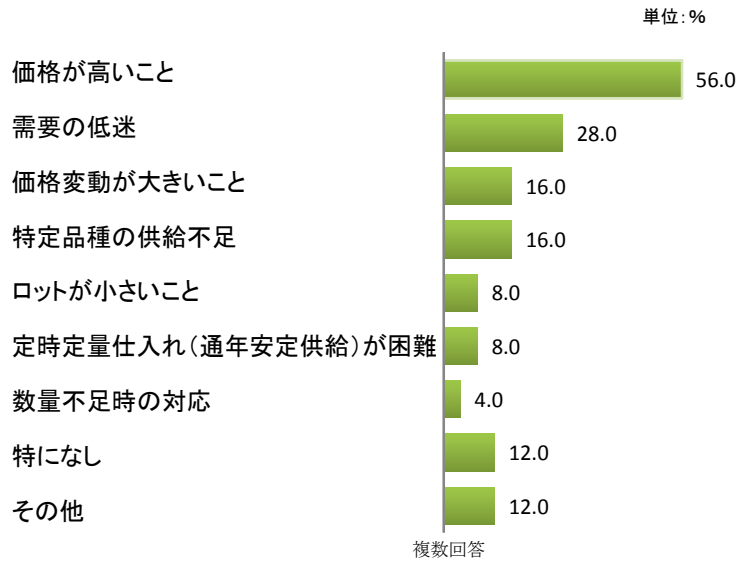
国産生鮮品等の販売数量が減少した理由

スーパーマーケットにおける国産生鮮品等の仕入量が減少した理由についてみると、「価格が高いこと」、「需要の低迷」が上位2つになっている（図4-14）。

売上高規模別では、大規模層ほど「価格が高いこと」の割合が高くなる傾向がみられる。

地域別では、西日本が「需要の低迷」の割合が比較的高い。

図4-14 国産生鮮品等の販売数量が減少した理由

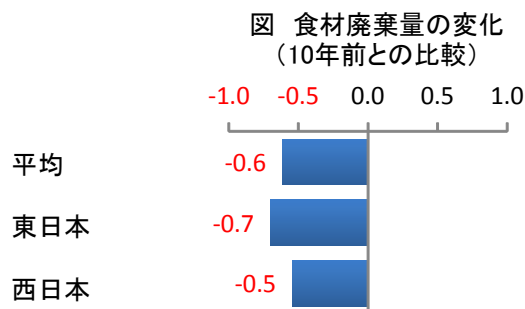


食材（惣菜弁当等）廃棄量の変化

スーパーマーケットにおける食材廃棄量は、10年前と比べると、減少している。スーパーマーケットでは、近年、惣菜弁当売場を拡充しており、その食材ロスが粗利益減少につながることから、食材管理の効率化を図っている（図4-15）。

地域別では東日本の減少割合が高くなっている。

図4-15 食材廃棄量の変化（10年前との比較）



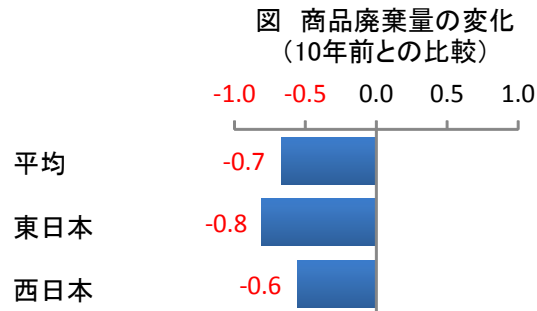
注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

商品廃棄量の変化

スーパーマーケットにおける商品廃棄量は、10年前と比べると、減少している。特に生鮮品、日配品、惣菜弁当など賞味期限の短い食品のロスは、粗利益の減少につながることから、効率化を図っている（図4-16）。

地域別では東日本の減少割合が高くなっている。

図4-16 商品廃棄量の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

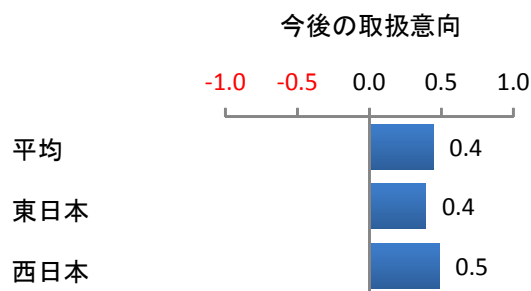
② 国産生鮮品等の利用拡大と課題

国産生鮮品等の今後の取扱意向

スーパーマーケットにおける国産生鮮品等の今後の利用意向についてみると、利用拡大の見通しとなっている（図4-17）。

地域別では、東日本と比べて西日本のほうが国産食材の利用拡大意向が高い。

図4-17 国産生鮮品等の今後の取扱意向



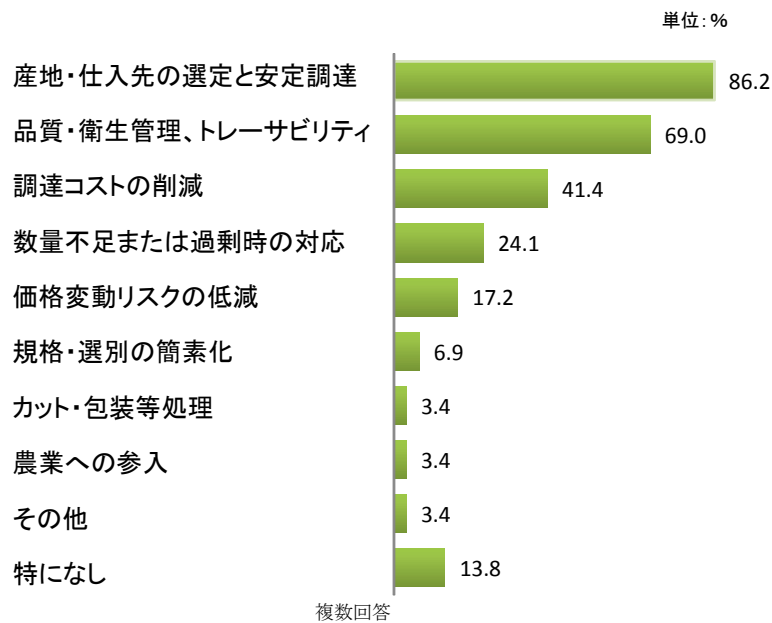
注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

国産生鮮品等の拡大における今後の取り組むべき課題

スーパーマーケットにおける国産生鮮品等の拡大における今後の取り組むべき課題についてみると、「産地・仕入先の選定と安定調達」、「品質・衛生管理、トレーサビリティ」が上位2つとなっている（図4-18）。

地域別では、東日本が「調達コストの削減」の割合が高くなっている。

図4-18 国産生鮮品等の拡大における今後の取り組むべき課題

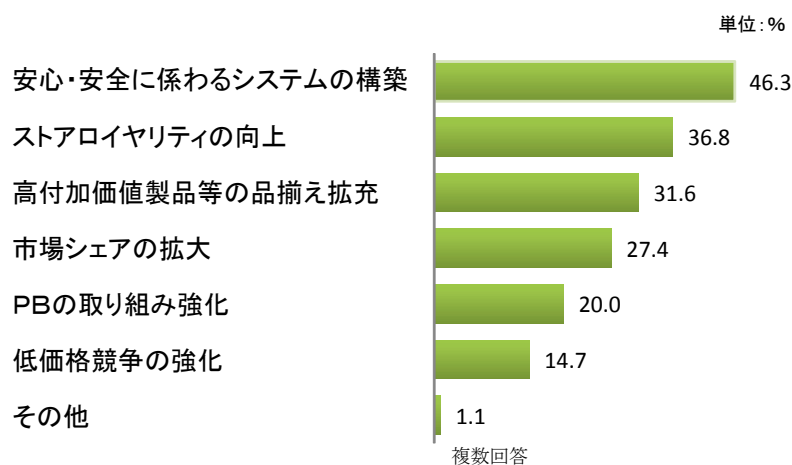


市場戦略で重視する取り組み

スーパーマーケットにおける市場戦略で重視する取り組みについてみると、「安心・安全に係わる管理の徹底」、「ストアロイヤリティの向上」、「高付加価値製品等の品揃え拡充」が上位3つとなっている。このように、安心安全及び高付加価値の重視は、国産品の利用拡大につながる可能性がある（図4-19）。

売上高規模別では、大規模層の3000億円以上が「安心・安全に係わる管理の徹底」「PBの取り組み強化」で比較的高くなっている。

図4-19 市場戦略で重視する取り組み



(3) 外食

① 国産食材仕入量の変化

国産食材の仕入量の変化（10年前との比較）

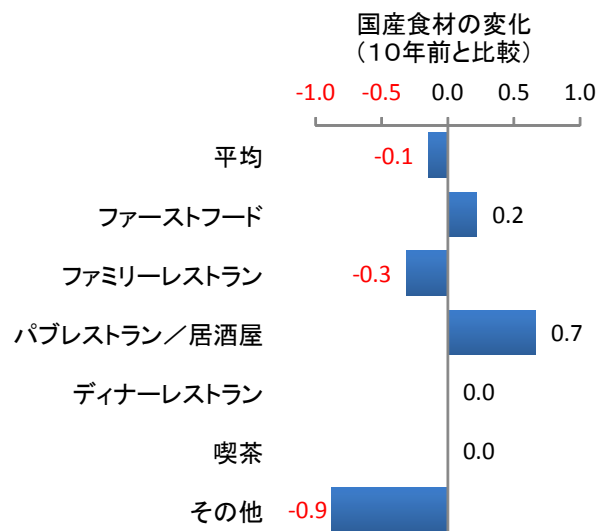
外食における国産食材仕入量は、10年前と比べると、全体ではわずかに減少となっているものの、業態によってばらつきがみられる。近年、国産品では生産者や産地の情報を表示することで安心感を訴求する取組もみられる（図4-20）。

増加している業態はパブレストラン／居酒屋、ファーストフード。

減少している業態はその他、ファミリーレストラン。

横ばいがディナーレストラン、喫茶となっている。

図4-20 国産食材の仕入量の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

国産食材の仕入量が減少した理由

外食における国産食材の仕入量が減少した理由についてみると、「価格が高いこと」、「需要の低迷」が上位2つになっている（図4-21）。

国産割合別では、50%以上層が「需要の低迷」、「定時定量仕入（通年安定供給）が困難」の割合が比較的高い。

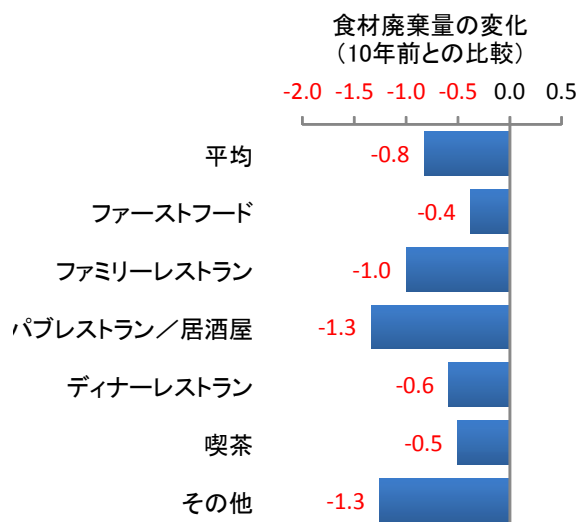
図4-21 国産食材の仕入量が減少した理由



食材廃棄量の変化

外食における食材廃棄量は、10年前と比べると、全業態で減少となっている(図4-22)。なかでも、パブレストラン/居酒屋、その他、ファミリーレストランは減少が顕著となっている。

図4-22 食材廃棄量の変化(10年前との比較)



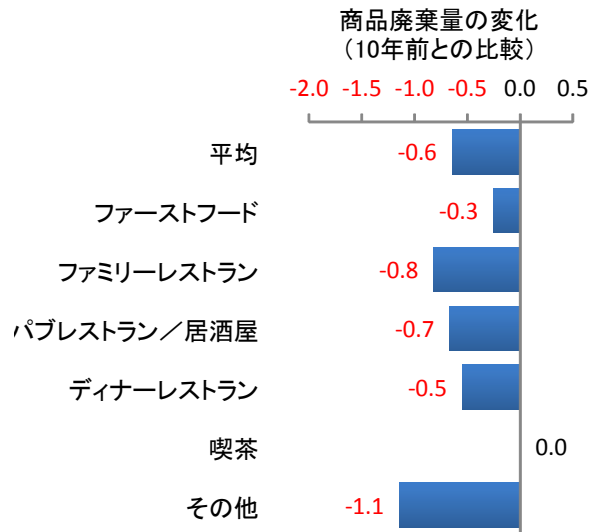
注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

食べ残し廃棄量の変化

外食における食べ残し廃棄量は、10年前と比べると、食材廃棄量と同様に全業態で減少している(図4-23)。消費者の食べ残しを節減する意識が高まっていることを示している。

農林水産省「食品ロス統計」によれば、外食における食べ残し割合は平成15年度の3.6%から平成21年度には3.2%に減少している。

図4-23 外食における食べ残し廃棄量の変化（10年前との比較）



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

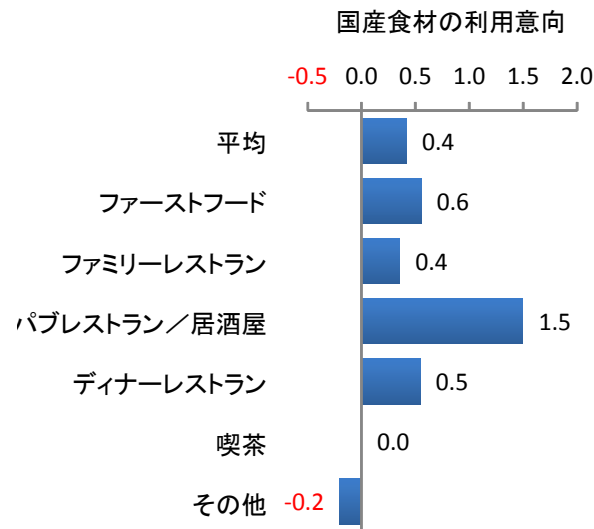
② 国産食材の利用拡大と課題

国産食材の今後の利用意向

外食における国産食材の今後の利用意向についてみると、その他を除いた業態で利用拡大の見通しとなっている。なかでも、パブレストラン/居酒屋は国産食材の利用拡大見通しが顕著となっている（図4-24）。

地域別では、西日本と比べて東日本のほうが国産食材の利用拡大意向が高い。

図4-24 国産食材の今後の利用意向

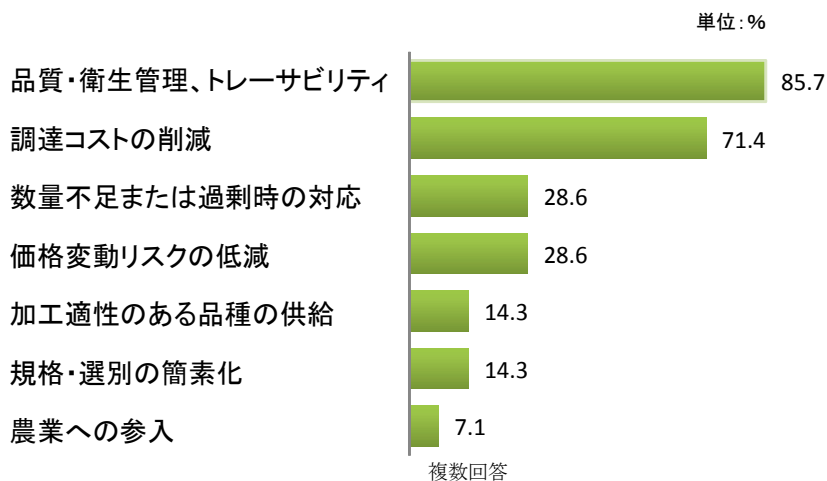


注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

国産食材の利用拡大における今後の取り組むべき課題

外食における国産食材の利用拡大における今後の取り組むべき課題についてみると、「品質・衛生管理、トレーサビリティ」、「調達コストの削減」が上位2つとなっている（図4-25）。

図4-25 国産食材の利用拡大における今後の取り組むべき課題

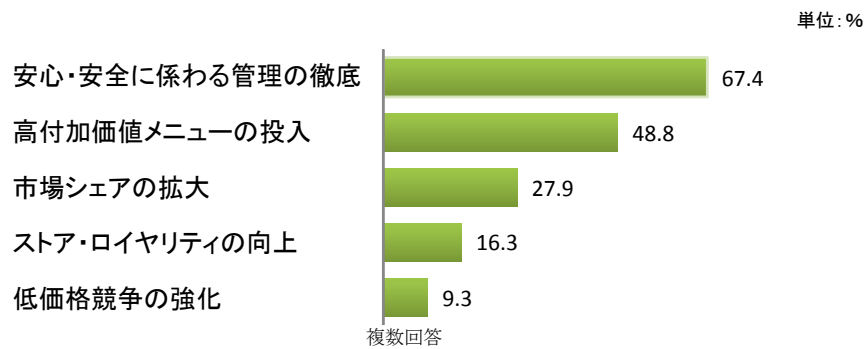


市場戦略で重視する取り組み

外食における市場戦略で重視する取り組みについてみると、「安心・安全に係わる管理の徹底」、「高付加価値メニューの投入」が上位 2 つとなっている。このようなことから、国産品の利用拡大の意向が高いものとみられる（図 4-26）。

業態別では、ファミリーレストラン、その他が「市場シェアの拡大」で比較的高い。
売上高規模別では、300 億円以上層が「市場シェアの拡大」で比較的高い。

図4-26 市場戦略で重視する取り組み



3 消費者における国産品消費等の現状

小 括

消費者の直近 10 年間における国産品消費量がわずかに減少傾向にあることが確認された。また、食品ロス（食材廃棄、食べ残しの廃棄等）量については、消費者の節約志向や食料品を大切にす意識の高まりから、減少していることが確認された。

- ① 食料消費量の減少（10 年前との比較）は、国産品の減少につながっている。
- ② 国産品の選択は、総じて高いものの、特に若い世代においてあまり気にしない傾向があり、食費の節約志向が高い階層では、この傾向が強いこと。
- ③ 外食・中食及び加工食品（うち、調理済み）は、近年、家族員数の減少及び単身世帯の増加などを背景に消費が拡大している。このことは総じて輸入品の消費も多く、国産品特に穀類の消費には寄与していない可能性がある。
- ④ 近年、食費の節約志向が高まっており、国産品消費の減少に寄与しているものとみられる。背景としては長期化する景気低迷による実質所得の減少から、消費者の生活防衛意識が高まっている。
- ⑤ 家庭における食材廃棄量及び食べ残し廃棄量が年々減少している。
- ⑥ 節約志向の高まりや食品ロスの削減意識の高まりから、無駄買いが減少している。
- ⑦ 健康志向の高まり、特にメタボリックシンドロームの予防が浸透しており、これは食料摂取量、とりわけ国産品摂取量にも波及しているものとみられる。

(1) 食料品消費量の変化

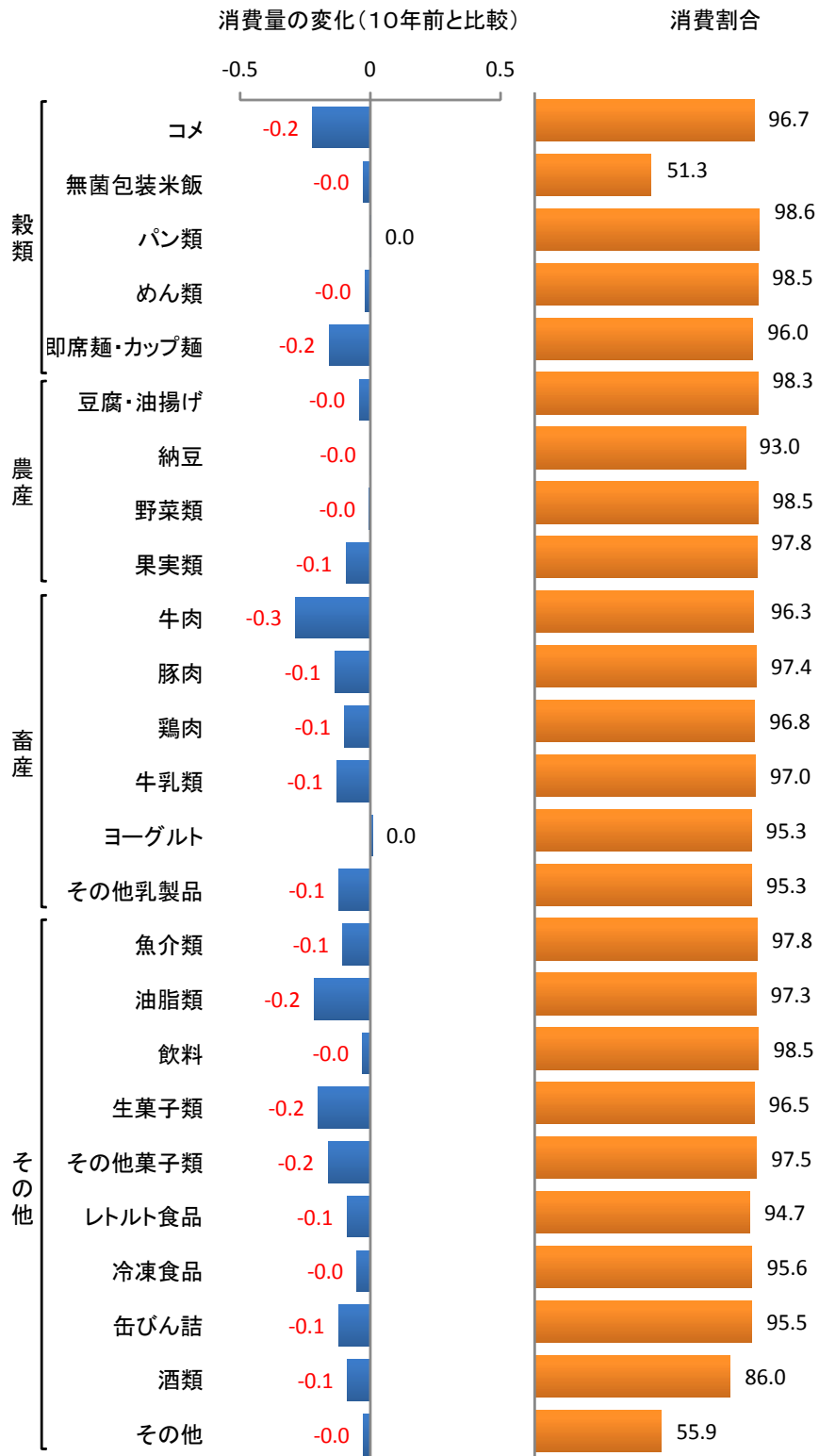
食料品消費量は、10年前と比べると、増加している品目は無く、横ばいとなっているのはパン類、ヨーグルト、無菌包装米飯、めん類、豆腐・油揚げ、納豆、野菜類、飲料となっている。

減少している品目は牛肉、コメ、即席麺・カップ麺、油脂類、生菓子類、その他菓子類、果実類、豚肉、鶏肉、牛乳類、その他乳製品、魚介類、レトルト食品、缶びん詰、酒類となっている(図4-27)。

総じて減少となっているのは、近年、消費者の食生活の変化及び食の安全志向・健康志向・ダイエット志向の高まりなどがある。牛肉については、BSE や O157 の発生以降、需要が低迷している。油脂類については、家庭で揚げ物料理が減少したことが一因とみられる。また、メタボリックシンドロームの予防の取組が浸透したことも一因とみられる。

このような食料品消費量の減少は、1人1日当たり供給熱量(表1-1参照 農林水産省「食料需給表」、1人1日当たり国産供給熱量(表1-3参照 農林水産省「食料需給表」)及び国民1人1日当たり摂取熱量(図4-2参照 厚生労働省「国民健康・栄養調査」)においても、明らかとなっている。

図4-27 食料品消費量の変化



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

(2) 生鮮食料品購入における国産品の選択について

生鮮食料品購入における国産品の選択は、「できるかぎり国産品を購入」、「どちらかといえば国産品を購入」が併せて6割を超え、「あまり気にしていない」が3割を超えている（図4-28）。

国産品志向は、男性より、生鮮食料品の購買頻度が比較的多い女性が高い。

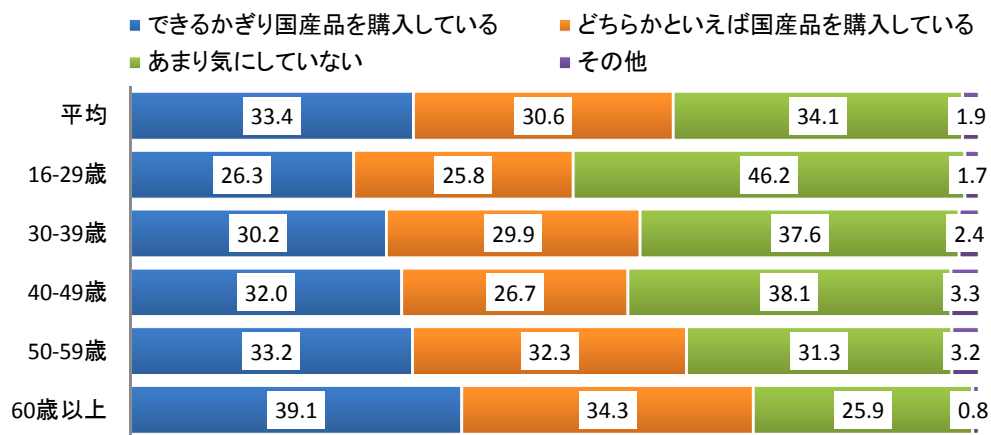
また、若齢層ほど低く、高齢層ほど高い傾向にある。これは食生活の経験や購入価格判断に起因しているものとみられる。

単身世帯では国産志向が低く、同居世帯で高い。

地域別では、大都市部の関東で低く、生鮮食料品の産地である四国・九州、北海道・東北などが高い。

図4-28 生鮮食品等購入における国産品の選択について

単位：%



惣菜・弁当の利用頻度

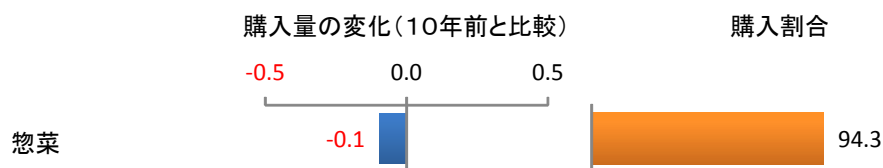
惣菜・弁当の利用頻度は10年前と比べて、わずかに減少している。購入している人の割合は、若い世代から高齢世代まで高くなっており、幅広い世代で浸透していることがわかる（図4-29）。

年齢階層別の利用頻度についてみると、若い世代ではわずかに増加しているのに対し、中高年世代ではわずかに減少している。

同居世帯に比べて、単身世帯で増加傾向となっている。

次に、惣菜・弁当の利用業態については、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、惣菜・弁当販売店、百貨店の順となっている。うち、コンビニエンスストアでは若い世代の利用頻度が比較的多く、スーパーマーケットでは高齢世代が多くなっている。

図4-29 惣菜・弁当の利用頻度の変化



注：数値は、購入量が震災前との比較で「増えた」2点、「やや増えた」1点、「変わらない」0点、「やや減った」-1点、「減った」-2点を集計したもの。最大2点、最小-2点である。

料理を作る頻度

料理を作る頻度は10年前と比べて、わずかに増加している（図4-30）。特に若い世代で料理頻度が増加しており、また、男性もわずかに増加、単身世帯においても料理頻度が増加している（図4-31）。もともと料理頻度が比較的少ないなかで、近年における実質所得の減少から食費の節約が一因とみられる。

なお、料理を「あまり作っていない」割合は、男性が4割、女性が1割、単身世帯が2割となっている。また、若い世代ほどこの割合が高い傾向にある。

既にみたように直近10年間における生鮮食品の国民1人当たり供給量や家計調査における購入金額をみると、減少が顕著となっていることから、これら料理頻度の増加は、必ずしも生鮮品を利用しているものではない可能性がある。

図4-30 料理を作る頻度の変化

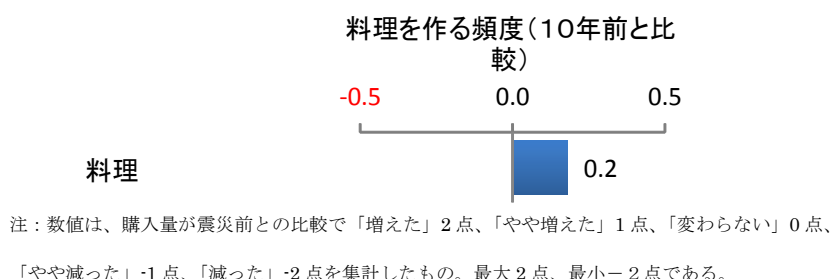
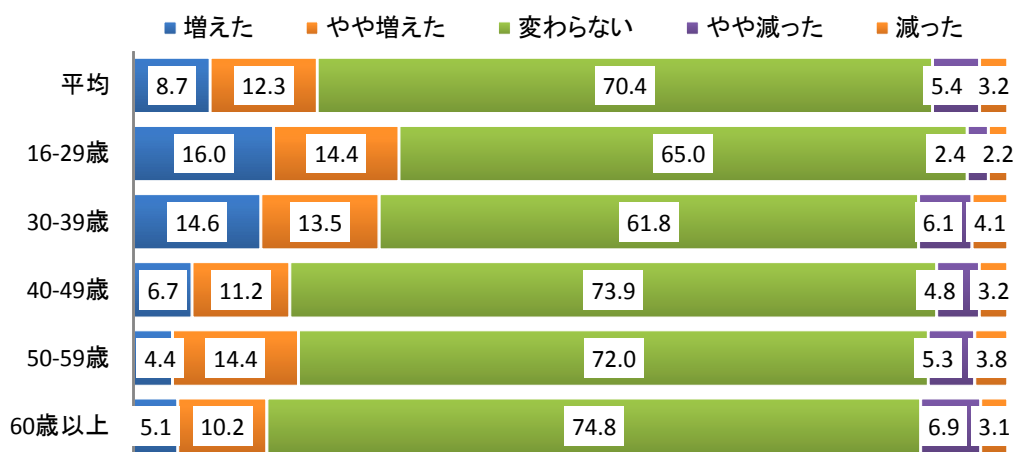


図4-31 料理を作る頻度の変化（年齢階層別）

単位：%



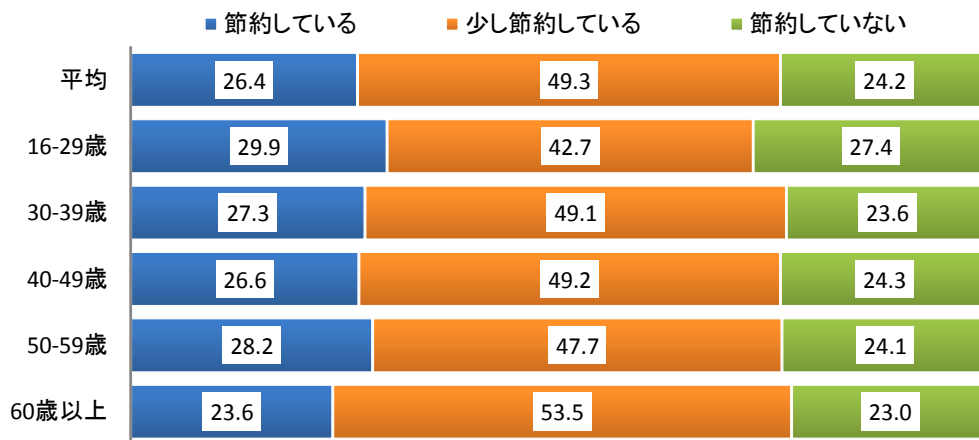
(4) 食費の節約について

食費の節約状況

食費の節約状況は、「節約している」、「少し節約している」を併せて、7割以上を占めており、節約志向がきわめて高い結果となっている（図4-32）。近年における景気悪化による実質所得の減少を背景に消費支出の抑制が要因とみられる。

男性より、女性の節約志向が高い。また、若い世代では比較的節約志向が低い。

図4-32 食費の節約状況

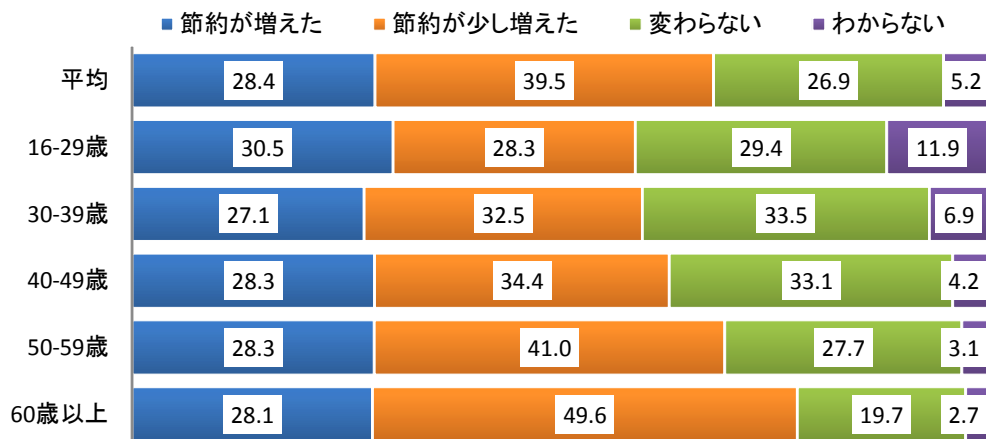


食費の節約状況の変化（10年前との比較）

食費の節約状況は、10年前と比べて「節約が増えた」、「節約が少し増えた」を併せて、2/3を占めており、景気低迷を背景に消費支出の抑制が長期間にわたり、持続していることがうかがえる（図4-33）。

男性より、女性の節約志向が高まっている。また、若い世代では節約志向が高まっている。

図4-33 食費の節約状況の変化（10年前との比較）



(5) 食品ロスの実態

消費者の食品ロスの実態

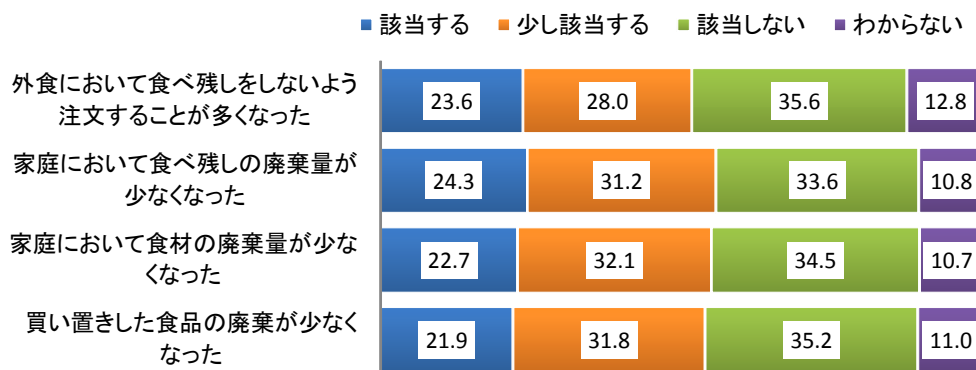
消費者の食品ロスは、「外食における食べ残し」、「家庭における食べ残し」、「家庭における食材廃棄」、「買い置き食品の廃棄」であり、これらについては、「該当する」、「少し該当する」が併せて、それぞれ5割を超えている（図4-34）。

バブル崩壊後、失われた 20 年を経て、2008 年の穀物・主要農産物の価格高騰などを経験し、また、この間マクロ経済が回復せず、個人消費が低迷するなか、消費者の「食品を大切にする、廃棄は悪」という意識が高まりつつあることがうかがえる。

このような消費者段階における食品ロスの減少は、国民 1 人当たり供給量の減少に寄与しているものとみられる。

農林水産省「食品ロス統計」によれば、家庭における廃棄量・食べ残し量の割合は、平成 16 年度の 4.2 %から平成 21 年度には 3.7 %に減少している。

図4-34 食生活における食べ残しや廃棄について



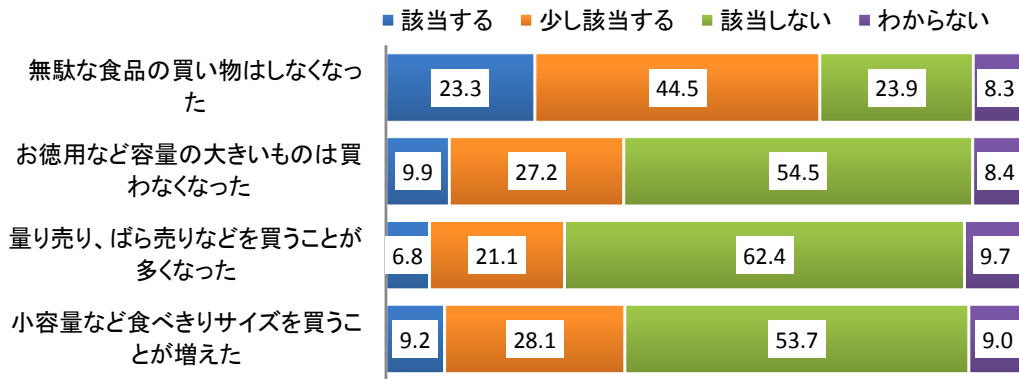
食品ロスを減少させる消費者の取組

食品ロスを減少させる消費者の取組として、「無駄な食品の買い物はしなくなった」が「該当する」「少し該当する」が併せて 2/3 を占めており、節約志向と相まって購買行動が堅実になっていることがうかがえる（図 4-35）。

また、「お徳用など容量の大きいものは買わなくなった」は「該当する」「少し該当する」が併せて 1/3 を超え、「量り売り、ばら売りなどを買うことが多くなった」が同 1/3 弱、「小容量など食べきりサイズを買うことが増えた」が同 1/3 を超えている。

このような消費者段階における食品ロスの取組は、国民 1 人当たり供給量の減少に寄与しており、核家族化や単身世帯の増加、また、景気低迷の長期化による実質所得の減少が背景にあるものとみられる。

図4-35 食料品購買における無駄買い減少と小容量化について



(6) 食生活における健康と嗜好

近年、消費者の食生活における健康などの意識が高まりつつある。「食の安全意識」については「高い」「やや高い」が併せて3割を超え、「食生活における健康意識」は同4割弱、「食生活におけるダイエット意識」が同2割を超えている。また、「グルメ志向」については同2割を超えている(図4-36)。

「食の安全意識」については、近年、BSE、O157、鳥インフルエンザ等の発生や輸入食品の事故、原子力発電所事故、食の安全を脅かすリスクが顕在化してきたことから、消費者の安全意識が高まりつつある。また、これらは国産食料品の需給変動に大きな影響を及ぼしている。今後、消費者の国産品の支持を高める上で衛生・品質管理など安全を確保する取組の徹底が課題となっている。

「食生活における健康意識」「食生活におけるダイエット意識」については、平成17年6月に作成された「食事バランスガイド」やメタボリックシンドロームの予防として「特定健診・保健指導(平成20年4月)」が普及浸透してきたことから、これらの意識が高まりつつある。今後は、このような健康志向やダイエット志向に寄与する国産品の消費のあり方が需要となっている。

図4-36 食生活と健康、嗜好

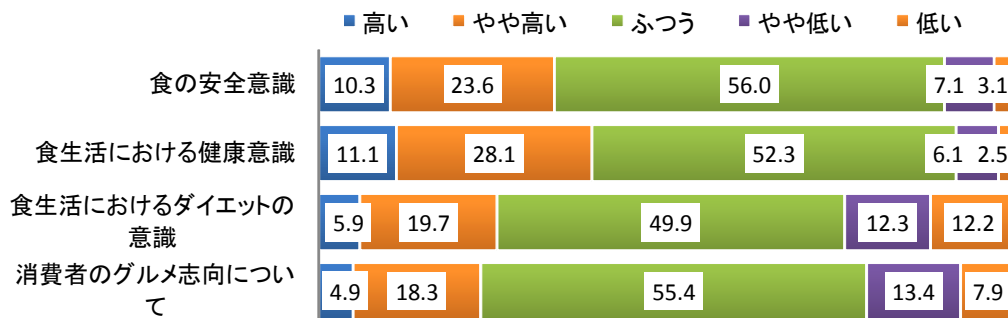


図4-37 食生活と健康、嗜好（10年前との比較）

