

米の消費動向調査における世帯収入別の動向

～世帯収入別の消費動向、購入・入手経路及び購入時重視点等～

平成30年12月27日

公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構

目 次

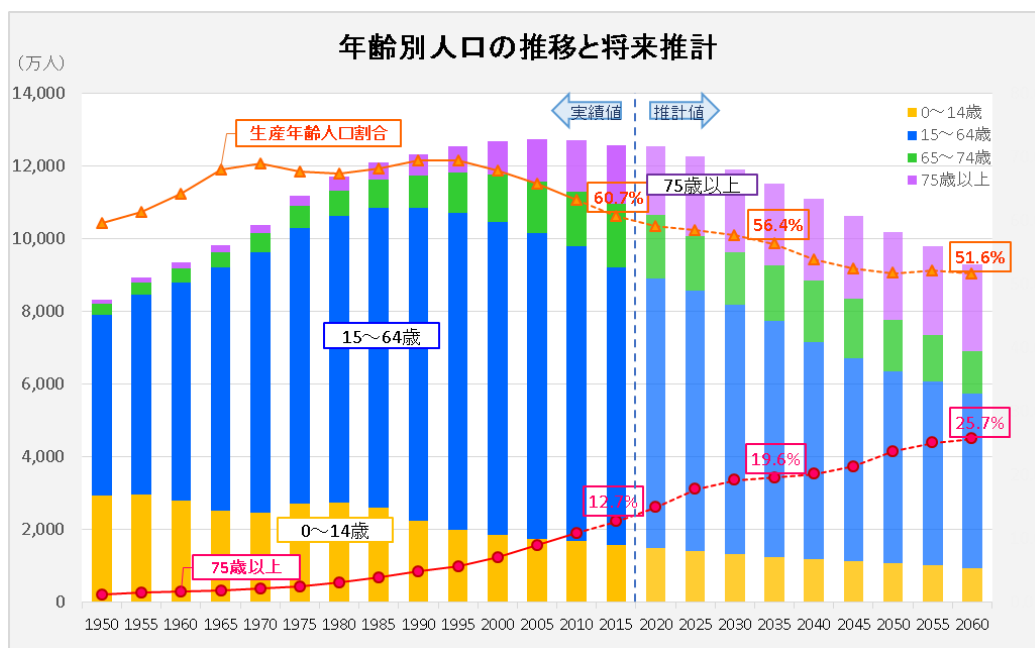
はじめに	1 頁
I 米の消費動向調査	
1. 米の消費動向調査について.....	3 頁
データと集計方法について.....	3 頁
(1) データ.....	3 頁
(2) 集計方法.....	3 頁
2. 世帯年収別の動向について.....	4 頁
(1) 1人1ヵ月当たり精米消費量.....	4 頁
ア. 家庭内消費量.....	4 頁
イ. 中食による消費量.....	4 頁
ウ. 外食による消費量.....	5 頁
エ. 1人当たり消費量(合計).....	5 頁
(2) 購入・入手経路.....	6 頁
ア. 家族・知人などから無償で入手.....	6 頁
イ. 生協.....	7 頁
ウ. その他.....	7 頁
(3) 購入時の重視点.....	7 頁
ア. 価格.....	8 頁
イ. 品種.....	8 頁
ウ. 産地.....	8 頁
エ. 食味(おいしさ).....	9 頁
オ. 年産.....	9 頁
II 類似する調査における世帯の所得区分別の穀類の摂取量及び購入量	
1. 国民健康・栄養調査.....	10 頁
2. 家計調査.....	11 頁
III まとめ	12 頁
おわりに	13 頁

はじめに

1人当たりの年間米消費量は昭和37年度(118.3kg)をピークに一貫して減少を続け、直近の平成29年度の1人当たりの年間米消費量(菓子、穀粉を含む。)は54.2kgとピーク時の半分以下にまで減少した。

米の消費量の減少については、飽食時代の到来、食の欧米化といった食生活の変化に加え、ライフスタイル、価値観の多様化、人口減少、女性の社会進出や少子高齢社会の伸展などの社会構造の変化が複合的に影響している結果と考えられる。

人口については、日本は既に長期的な減少過程に入っており、総務省が公表した住民基本台帳に基づく平成30年1月1日時点の人口動態調査では、日本人の総人口は1億2520万9603人となり、前年から37万4055人減少している。人口減少は9年連続となり、1968年の調査開始以来、最大の減少幅となっている。また15~64歳の生産年齢人口は初めて6割を割り込むこととなった。直近の将来人口推計(出生中位(死亡中位))によれば2029年に1億2千万人を下回り、2053年に1億人を割り、2063年には9千万人を割ると推計されている。また総人口の減少率を上回るペースでの生産年齢人口の減少が懸念されており、女性や高齢者の労働力活用が国家的な課題とされている。このため中長期的には女性の社会進出や高齢者の就労が更に進むことが考えられ、家庭内での調理機会はますます減少し、調理食品や加工食品への依存度が高まることが予想されている。米についても家庭での炊飯機会が減少することで精米の購入量が減少し、加工米飯や白飯、中外食の利用がますます増えて行くことが予想される。



資料：総務省『国勢調査報告』、『日本長期統計総覧』及び『人口推計』、国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口』(平成29年推計)[出生中位(死亡中位)推計値より作成。各年10月1日現在。1947~70年は沖縄県を含まない。

また生産年齢人口の減少により、中長期的には労働力の減少のみならず、国内貯蓄率の低下による資本ストックの減少によって経済成長を下押しすることが懸念されるほか、高齢化に伴う社会保障費の増大と負担増が家計の可処分所得を減少させ、この結果、個人消費が低迷するなど、人口減少と相まって国内市場の縮小、労働生産性、経済成長率の低下、格差社会の拡大などが危惧されている。これらマクロ・ミクロ経済の動向は家計所得を介して米の消費に関しても無縁の事象ではない。近年では社会経済的な格差が健康格差を生んでいるとの観点から、所得と生活習慣及び栄養摂取の状況に関する調査や研究が進められ、平成26年の「国民健康・栄養調査」では、国の統計調査として初めて所得と生活習慣等に関する状況がとりまとめられた。その調査結果では「所得の低い世帯では、所得の高い世帯と比較して、穀類の摂取量が多く野菜類や肉類の摂取量が少ない」と報告され、所得の低い世帯では摂取エネルギーを米やパンなどの主食に依存し、野菜や肉類の摂取量が少ないことが明らかにされている。

そこで、今回は、米の消費と所得の関係について当機構が実施する「米の消費動向調査」の直近の調査データを用いて、世帯年収別の消費動向や価値観、意識の違いなどの傾向を明らかにするための分析を試みた。本レポートが広く社会に活用される知見の一端となれば幸いである。

I 米の消費動向調査

1. 米の消費動向調査について

米の消費動向調査は、消費世帯の毎月の1人当たり精米消費量を把握することを目的に、平成23年4月から当機構において開始したモニター調査である。米の消費に関する統計調査は供給ベースの農林水産省「食料需給表」、購入ベースの総務省「家計調査」、特定の1日のみを抽出した厚生労働省「国民健康・栄養調査」しかなく、実際に毎日食べた量を月次、経年でトレースしている調査がないことから本調査を開始している。

調査方法は、年度ごとに消費世帯（農林漁家世帯を除く）概ね2000世帯を調査客体（モニター）として毎月インターネット経由による自記式調査である。

調査の項目は毎月の家庭内の精米消費量、中食及び外食の消費量、精米購入・入手経路、購入時重視点であり、精米消費量は月初精米在庫量、月末精米在庫量及び当月精米購入・入手量から算出する。また中食及び外食の消費量については、毎月末7日間の中食及び外食でのごはんの消費量から一月（30日）分の精米消費量を推計する方法により算出している。そのほか、精米購入・入手経路、購入時重視点については選択式アンケート（複数回答）により調査している。調査結果は地域毎の世帯人員構成比が国勢調査「世帯人員構成比」に沿うようウェイトバック集計を実施した上で公表している。

なお、調査客体は、原則として毎年度4月から翌年3月までの1年間の調査協力を前提として依頼しており、年度毎に調査客体の更新を行っている。また年度の途中で調査客体の一部に脱落者が発生するため、年数回の客体補充を行うことにより一定の客体数を確保している。なお、年度毎の調査客体の入替え及び年度途中の調査客体の補充に対する調査結果の補正は行っていない。

データと集計方法について

(1) データ

集計に用いたデータは、平成29年度の米の消費動向調査における月毎の調査データを使用した。

(2) 集計方法

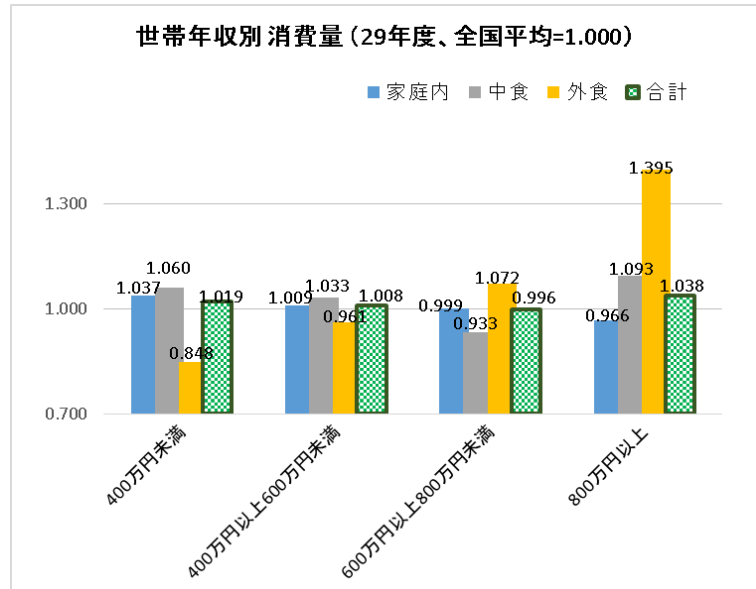
集計にあたっては、世帯年収を4区分（400万円未満、400万円以上600万円未満、600万円以上800万円未満、800万円以上）し、年度内の12ヵ月分の月毎の調査データを一括集計した。集計データ数（n）は月毎の調査データを合計した延べ数であり、年度内の調査対象世帯には重複がある。また、消費量については、比較を容易にするため全世界帯平均（全国平均）を1（1,000）としたときの割合によりその特徴を比較した。なお、世帯年収データについては、年収情報を開示している調査客体を使用した。

2. 世帯年収別の動向について

(1) 1人1ヵ月当たり精米消費量

ア. 家庭内消費量

世帯年収別の家庭内の精米消費量は、400万円未満の世帯（全国平均比 1.037）が多く、800万円以上の世帯（同 0.966）が少ない傾向にある。世帯年収が増えるほど家庭内の精米消費量が減少する傾向となっており、世帯年収からは平成26年厚生労働省「国民健康・栄養調査」の穀物摂取状況や29年総務省「家計調査」の精米の購入数量の状況と概ね一致（後述、10～11頁）する結果となっている。



イ. 中食による消費量

世帯年収別の中食での消費量は、600万円以上 800万円未満の世帯（0.933）が少ない傾向がみられるものの、他の年収区分では全国平均を上回っている。

単身世帯など世帯人員が少ない世帯では、調理に費やす時間や準備、後片付けなど食事に関する一般的な傾向を考慮すると、家庭内で調理するよりも弁当等の中食を利用した方がコスト的に優位になると考えられ、世帯人員が少ない家庭ほど中食の利用頻度が高くなると仮定することができる。そこで、世帯年収別の1～2人世帯の占める割合を調べてみたところ、400万円未満は66.5%、400万円以上 600万円未満は37.1%、600万円以上 800万円未満は31.9%、

800万円以上は26.5%となっていた。今回の結果を見る限りでは、必ずしも仮定のとおりとはなっておらず、1～2人世帯の割合と中食での精米消費量に関連性は見い出せなかった。

29年度 世帯年収別の世帯人員構成

	n	単位：%			
		400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上
1人世帯	3913	39.1	14.2	8.9	6.7
2人世帯	4808	27.4	22.9	23.0	19.8
3人世帯	4375	15.8	22.9	26.8	22.9
4人世帯	4096	9.4	23.4	24.5	26.9
5人以上世帯	3222	8.4	16.6	16.8	23.7
計	20414	100.0	100.0	100.0	100.0

ウ. 外食による消費量

世帯年収別の外食での消費量は 400万円未満（同 0.848）、400万円以上 600万円未満（同 0.961）、600万円以上 800万円未満（同 1.072）、800万円以上（同 1.395）と

なり、世帯年収に比例して外出での消費量が増え、世帯年収と外出での消費量には正の相関関係がみられる。

外出は一般に選択的支出に分類されるサービスであることから、節約の難しい基礎的支出（生活必需品など）と異なり、世帯収入が減少すればその支出も減少するものと考えられ、今回の結果は、一般的な認識と一致している。

また、平成25年に日本政策金融公庫が実施した「外出に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査」における世帯年収別の外出（夕食）の頻度と支出額においても、外出の頻度の割合が高い「週に1～3回」、「月に1～3回」のグループは、世帯年収に比例してその割合が増加する傾向となっており、世帯年収が外出の頻度や支出額に大きく影響していることは明らかである。

外出（夕食）の頻度と支出額（世帯年収別）

世帯年収	n	(%)						
		週に4回以上	週に1～3回	月に1～3回	半年に4～5回	半年に1～3回	ほとんど外出はしない	1回あたりの支出額
全体	5000	8.4	21.8	40.2	7.6	14.5	7.4	1,994円
400万円未満	1673	9.3	18.9	35.6	8.6	17.3	10.3	1,699円
400～600万円未満	1281	7.2	20.7	42.6	7.9	14.7	7.0	1,993円
600～800万円未満	871	7.9	22.3	42.7	7.9	12.2	6.7	1,909円
800～1200万円未満	812	7.6	24.9	43.8	6.0	13.2	4.4	2,253円
1200万円以上	363	11.9	30.9	39.1	4.4	9.6	4.1	2,892円

※ 日本政策金融公庫「外出に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査」(2013年9月)より作成。

エ. 1人当たり消費量（合計）

家庭内、中食、外出を合わせた1人1ヵ月当たりの米消費量は、世帯年収別の差がほとんど認められなかった。

その一方、1人1ヵ月当たりの消費量（合計）に大きな差がみられないものの、800万円以上の世帯では特筆すべき傾向がみられる。家庭内（炊飯）での消費量は4区分のなかで最も少ないのに対し、中食、外出による消費は最も多く、特に外出による消費が突出している。今回の結果を見る限り、所得の高い世帯ほど食の外部化が進む傾向にあり、中・外出での米消費が家庭内消費の減少分を補完しているということが窺える。

(2) 購入・入手経路

世帯年収別の精米購入・入手経路については、「家族・知人などから無償で入手」、「生協」、「その他」において世帯年収と相関関係が認められた。しかし、他の購入・入手経路については世帯年収の

違いによる有意な差はみられないものの、400万円未満の世帯では「家族・知人などから無償で入手」、「ディスカウントストア」など無償ないし比較的低価格で入手可能な販売チャネルの割合が

相対的に高い傾向がある。また800万円以上の世帯では「生産者から直接購入」、「生協」、「米穀専門店」など付加価値の高い商品を多く販売しているチャネルの割合が高い傾向になっており、世帯年収ごとにそれぞれのニーズに合った販売チャネルを選択して購入・入手していることが窺える結果となっている。

世帯年収と相関関係がみられた項目の詳細については次のとおりとなっている。

購入・入手経路(世帯年収別)【29年度】

(全国平均の割合が大きい順)

(単位:%)

	サンプル数(n)	400万円未満 (4080)	400万円以上 600万円未満 (3694)	600万円以上 800万円未満 (2862)	800万円以上 (3672)	年収別比較
1 スーパーマーケット		43.4	50.6	51.7	43.8	
2 家族・知人などから無償で入手		21.4	19.7	15.7	13.9	
3 インターネットショップ		9.3	7.3	6.4	9.7	
4 生産者から直接購入		9.4	9.3	10.0	11.5	
5 生協		6.0	6.0	8.5	10.0	
6 ドラッグストア		4.4	5.9	3.9	3.2	
7 ディスカウントストア		3.4	2.5	2.9	2.9	
8 米穀専門店		2.8	1.1	3.6	6.2	
9 その他		1.9	2.2	2.7	2.9	
10 産地直売所		2.4	1.7	2.6	2.8	
11 農協		1.7	1.1	1.6	2.1	
12 デパート		1.3	1.1	2.0	0.9	
13 コンビニエンスストア		0.3	0.2	0.3	0.4	

ア. 家族・知人などから無償で入手

「家族・知人などから無償で入手」は、世帯年収と負の相関関係があり、400万円未満(21.4%)、400万円以上600万円未満(19.7%)、600万円以上800万円未満(15.7%)、800万円以上(13.9%)となり、世帯年収が増えるほど無償で米を入手する世帯の割合は少なくなる。しかし、最も利用割合が低い世帯年収800万円以上の世帯であっても約14%が無償譲渡を受けており、他の食品では例のない、米ならではの入手状況となっている。

イ. 生協

「生協」は、世帯年収と正の相関関係があり、400万円未満(6.0%)、400万円以上600万円未満(6.0%)、600万円以上800万円未満(8.5%)、800万円以上(10.0%)となり、世帯年収が増えるほど利用割合が高くなる。生協は産地や栽培方法などに拘った付加価値の高い商品を多く取り扱っていること、出資金や配送手数料が別途かかること等を考慮すると、スーパーマーケットやドラッグストアなどに比べてトータルコストが高くなると考えられるため、世帯年収の影響を受けていると推察される。

ウ. その他

「その他」は、全体に占める割合は小さいものの世帯年収と正の相関関係が認められ、400万円未満（1.9%）、400万円以上600万円未満（2.2%）、600万円以上800万円未満（2.7%）、800万円以上（2.9%）となっている。「その他」は自由回答項目となっており、主なものは、「ふるさと納税返礼品」や「株主優待制度」、「頒布会」や「カタログギフト」などが多い。これらの制度やサービスの利用には世帯年収や貯蓄の状況が大きく影響するものと考えられ、特にふるさと納税制度は高所得者ほど有利と言われていることもあり、世帯年収の増加に比例して利用割合が増えているものと思われる。

(3) 購入時の重視点

世帯年収別の精米購入時・重視点については、「価格」、「品種」、「産地」、「食味（おいしさ）」、「年産」の上位5項目で世帯年収と正の相関関係が認められた。その他の項目では世帯年収による有意な差はないものの、全13項目中9項目において800万円以上の世帯の重視する割合が最も高く、世帯年収の高い世帯ほど相対的に米を買う際に重視する点が多岐にわたり、米に対して拘りを持っている様子が窺える。特に

「安全性」や「製造販売業者」、「販売店」、「栽培方法」などに対する拘りが他の年収区

購入時・重視点(世帯年収別)【29年度】

(全国平均の割合が大きい順)

(単位:%)

サンプル数(n)	400万円未満 (6437)	400万円以上 600万円未満 (5261)	600万円以上 800万円未満 (3879)	800万円 以上 (4970)	年収別比較
1 価格	78.8	76.3	74.4	67.1	■ ■ ■ ■ ■
2 品種	54.5	58.4	64.4	69.2	■ ■ ■ ■ ■
3 産地	51.9	58.0	60.4	68.8	■ ■ ■ ■ ■
4 食味(おいしさ)	47.9	48.2	50.7	55.4	■ ■ ■ ■ ■
5 年産	40.8	41.9	47.5	48.9	■ ■ ■ ■ ■
6 安全性	27.5	27.9	27.1	32.1	■ ■ ■ ■ ■
7 精米年月日	26.8	25.5	26.9	28.5	■ ■ ■ ■ ■
8 無洗米	11.1	7.6	11.4	8.1	■ ■ ■ ■ ■
9 適量感	10.1	7.0	8.2	6.4	■ ■ ■ ■ ■
10 製造販売業者	9.7	9.7	7.3	13.9	■ ■ ■ ■ ■
11 販売店	5.1	4.1	4.7	6.1	■ ■ ■ ■ ■
12 栽培方法	4.5	5.0	4.9	6.6	■ ■ ■ ■ ■
13 その他	2.1	1.8	1.2	1.3	■ ■ ■ ■ ■

分に比べて強い傾向がある。反対に400万円未満の世帯では、「価格」、「適量感」を重視する割合が他の年収区分に比べて高く、特に「価格」(78.8%)の割合が突出し、8割に達する勢いである。400万円未満の世帯では、価格や量といった経済的、実質的な項目を重視する世帯が相対的に多い傾向にある。米の購入においても他の商品やサービスと同様に、所得の増加に伴って価格や量といった経済的な要素から品質や満足感、安心感等をより重視する傾向が強くなることを窺い知ることができる結果となっている。主な項目の詳細は次のとおりである。

ア. 価格

「価格」は、世帯年収と負の相関関係があり、400万円未満(78.8%)、400万円以上600万円未満(76.3%)、600万円以上800万円未満(74.4%)、800万円以上(67.1%)となり、世帯年収が低い世帯ほど重視する割合が高くなる。「価格」は、全世帯平均でも最も重視される項目となっており、800万円未満の世帯ではその割合は7割を超え、次点の「品種」とは10~25ポイント程度の差がある圧倒的な重視点となっている。しかし、800万円以上の世帯では「品種」(69.2%)、「産地」(68.8%)に次ぐ第3位となり、価格は重視されるものの品種名や産地名で商品を選択している世帯が多いということが窺える。

イ. 品種

「品種」は、世帯年収と正の相関関係があり、400万円未満(54.5%)、400万円以上600万円未満(58.4%)、600万円以上800万円未満(64.4%)、800万円以上(69.2%)となり、世帯年収が増えるほど重視する割合が高くなる。600万円未満の世帯では55~58%の割合であるのに対し、600万円以上の世帯では64~69%となっており、600万円を境に傾向が異なる。また800万円以上の世帯では「品種」はすべての項目で最も重視されており、近年のブランド米ブームは、こうした世帯年収の高い世帯に支えられていると言えそうである。

ウ. 産地

「産地」は、世帯年収と正の相関関係があり、400万円未満(51.9%)、400万円以上600万円未満(58.0%)、600万円以上800万円未満(60.4%)、800万円以上(68.8%)となり、世帯年収が増えるほど重視する割合が高くなる。800万円未満の世帯ではその割合は50~60%となり「価格」、「品種」に次ぐ3番目の項目となるが、800万円以上の世帯では69%に達し、「品種」に次ぐ2番目の重視点となっている。所得の高い世帯ほど産地品種銘柄を指定して購入している世帯が多い傾向にあると言えそうである。

エ. 食味(おいしさ)

「食味(おいしさ)」は、世帯年収と正の相関関係があり、400万円未満(47.9%)、400万円以上600万円未満(48.2%)、600万円以上800万円未満(50.7%)、800万円以上(55.4%)となり、世帯年収が増えるほど重視する割合が高く、特に800万円以上の世帯の割合が高い。“おいしさ”は人によって基準が異なるが、おいしいものを食べたいと思う気持ちは万人共通の思いでもある。しかしながら、調理コストを嫌い外部化するとなると懐事情も影響するものと考えられることから、世帯年収とは強く相関する結果となる。

オ. 年産

「年産」は、世帯年収と正の相関関係があり、400万円未満(40.8%)、400万円以上600万円未満(41.9%)、600万円以上800万円未満(47.5%)、800万円以上(48.9%)となり、世帯年収が増えるほど重視する割合が高くなる。世帯年収600万円を境に600万円未満では40%前後、600万円以上では50%弱となり、600万円未満の世帯は600万円以上と比べて重視する割合が低くなる。

なお、購入時に年産を意識するのは、主に新・古米の併売が行われる新米出回り初期から出来秋にかけての期間に限られると考えられることから、年間で平均すると「品種」や「産地」よりも重視点としての順位は下位になっているものと思われる。

II 類似する調査における世帯の所得区分別の穀類の摂取量及び購入量

1. 国民健康・栄養調査

平成26年の厚生労働省「国民健康・栄養調査」では、重点項目として所得と生活習慣等に関する状況について調査とりまとめが行われた。世帯の所得を200万円未満、200～600万円未満、600万円以上の3区分に分け、食生活や生活習慣などを比較している。なかでも「所得と食生活に関する状況」では、「穀物摂取量は、世帯の所得が600万円以上の世帯員に比較して、男性では200万円未満と200～600万円未満の世帯で有意に多く、女性では200万円未満の世帯員で有意に多かった。」と報告している。また食品を選択する際に重視する点において、「食品を選択する際に、「おいしさ」を重視する者の割合は、男女とも世帯の所得が600万円以上の世帯に比較して、600万円未満の世帯員で有意に少なく、(中略)「価格」以外の項目について、世帯の所得が600万円以上の世帯員に比較して、200万円未満、200～600万円未満の世帯員では、食品を選択する際に重視する点として選択する者の割合が少ない傾向がみられた。」と報告している。所得の低い世帯では単価の高い野菜や肉類などの生鮮食品の摂取を控え、比較的安価な穀類を多く摂取することで必要エネルギーを満たしていることが窺え、所得の低い世帯ほど摂取する栄養に偏りが生じ、健康を損なうリスクが高くなるなど、所得と健康格差の問題が指摘されている。

表2 所得と生活習慣等に関する状況(20歳以上)

※世帯の所得額を当該世帯員に当てはめて解析
 ※★は600万円以上の世帯の世帯員と比較して、群間の有意差のあった項目

	世帯所得 200万円未満		世帯所得 200万円以上～500 万円未満		世帯所得 600万円以上		200万円 未満	200万円 以上～ 500万円 未満
	人数	割合または は平均*	人数	割合または は平均*	人数	割合または は平均*		
1. 食生活	穀類摂取量(男性)	423	535.1g	1,623	520.0g	758	494.1g	★
	(女性)	620	372.5g	1,776	359.4g	842	352.8g	★
	野菜摂取量(男性)	423	253.6g	1,623	288.5g	758	322.3g	★
	(女性)	620	271.8g	1,776	284.8g	842	313.6g	★
	肉類摂取量(男性)	423	101.7g	1,623	111.0g	758	122.0g	★
	(女性)	620	74.1g	1,776	78.0g	842	83.9g	★
2. 運動	運動習慣のない者の割合(男性)	267	70.9%	973	68.0%	393	68.2%	
	(女性)	417	78.0%	1,146	74.4%	548	74.8%	
	歩数の平均値(男性)	384	6,263	1,537	7,006	743	7,592	★
(女性)	570	6,120	1,875	6,447	814	6,662	★	
3. たばこ	現在習慣的に喫煙している者の割合(男性)	499	35.4%	1,853	33.4%	867	29.2%	★
	(女性)	705	15.3%	1,996	9.2%	935	5.6%	★
4. 飲酒	生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している者の割合(男性)	502	11.5%	1,853	17.0%	867	15.0%	★
	(女性)	705	9.7%	1,996	8.8%	936	9.2%	
5. 睡眠	睡眠による休養が充分とれていない者の割合(男性)	502	18.0%	1,855	20.0%	867	18.8%	
	(女性)	705	21.4%	1,997	19.5%	937	18.5%	
6. 健診	未受診者の割合(男性)	501	42.9%	1,854	27.2%	867	16.1%	★
	(女性)	703	40.8%	1,998	36.4%	937	30.7%	★
7. 体型	肥満者の割合(男性)	383	38.8%	1,457	27.7%	659	25.6%	★
	(女性)	576	26.9%	1,565	20.4%	750	22.3%	★
8. 歯の本数	20歯未満の者の割合(男性)	500	33.9%	1,844	27.5%	865	20.3%	★
	(女性)	702	31.2%	1,991	26.5%	936	25.8%	★

*年齢(20-29歳、30-39歳、40-49歳、50-59歳、60-69歳、70歳以上の6区分)と世帯員数(1人、2人、3人以上世帯の3区分)での調整値。割合に関する項目は直接法、平均値に関する項目は共分散分析を用いて算出。
 *多変量解析(世帯の所得額を当該世帯員に当てはめて、割合に関する項目はロジスティック回帰分析、平均値に関する項目は共分散分析)を用いて600万円以上を基準とした他の2群との群間比較を実施。
 *詳細はp.8の表3を参照

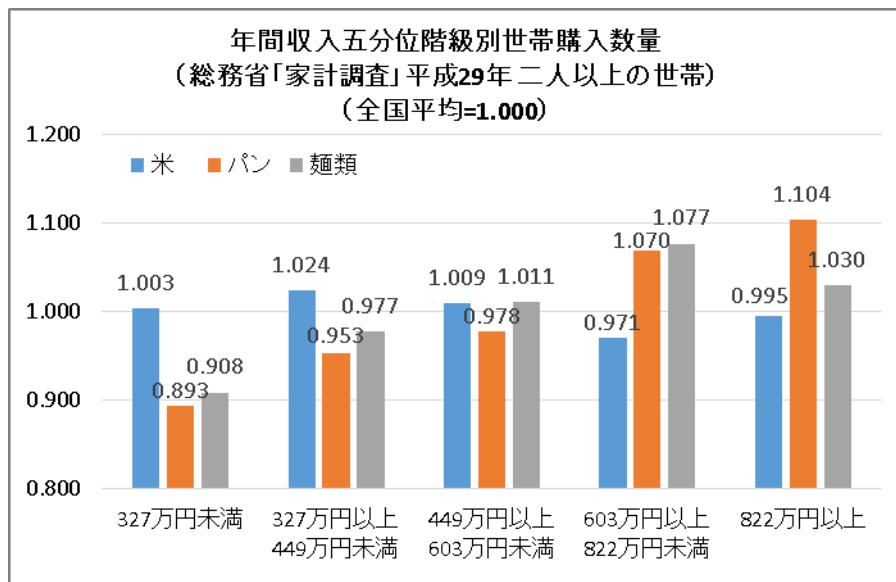
※「運動習慣のない者の割合」とは、「運動習慣のある者(1回30分以上の運動を週2回以上実施し、1年以上継続している者)」に該当しない者。
 ※「生活習慣病のリスクを高める量を飲酒している者」とは、1日当たりの純アルコール摂取量が男性で40g以上、女性20g以上の者とし、以下の方法で算出。
 ①男性:「毎日×2回以上」+「週5～6日×2回以上」+「週3～4日×3回以上」+「週1～2日×5回以上」+「月1～3日×5回以上」
 ②女性:「毎日×1回以上」+「週5～6日×1回以上」+「週3～4日×1回以上」+「週1～2日×3回以上」+「月1～3日×5回以上」
 ※「睡眠で休養が充分とれていない者」とは、睡眠で休養が「あまりとれていない」又は「まったくとれていない」と回答した者。

厚生労働省「国民健康・栄養調査」(平成26年)抜粋

2. 家計調査

総務省「家計調査」では毎年、品目ごとに年間収入五分位階級別の1世帯当たりの購入数量をとりまとめ公表している。平成29年「家計調査」(二人以上の世帯)の穀類(米、パン、麺類)の年間収入五分位階級別の1世帯当たり購入数量を全国平均を1(1.000)として比較すると、米は603万円未満の世帯では平均(1.000)を上回っているものの、603万円以上822万円未満、822万円以上の世帯では平均を下回っており、所得の低い世帯ほど購入数量が多い傾向となっている。パンについては603万円以上の世帯で平均を大きく上回り、603万円未満の世帯を境に平均を下回っている。特に327万円未満の世帯(0.893)では平均を大きく下回る。麺類は449万円以上の世帯で平均を上回り、449万円未満の世帯(0.977)で平均を下回っている。

パン、麺類の購入量は、概ね所得の増加に比例して増加する傾向となっており、パン、麺類の購入量が増えるのに伴い米の購入量が減少している様子が窺える。このことを26年「国民健康・栄養調査」において穀類摂取量が有意に多かった世帯(男性 所得600万円未満、女性 同200万円未満)に投影してみると、穀類(米、パン、麺類)に限れば、米を多く摂取しているものと考えることができ、所得の低い世帯ほどパン、麺類と比べ腹持ちが良い米が好まれていると言えそうである。



総務省「家計調査」(平成29年二人以上の世帯)より作成

Ⅲ まとめ

厚生労働省「国民健康・栄養調査」において、所得と健康状態、食生活や栄養摂取状況には相関があり、所得の低い世帯では、所得の高い世帯と比べて穀類の摂取量が多く、野菜や肉類の摂取量が少ないということが明らかにされている。所得の低い世帯が穀類の摂取量が多いのは世界共通の現象となっており、欧米では低い社会経済的地位と生活習慣病（糖尿病）や子供の栄養状態の相関関係が報告されている。

このような中、当機構が実施する米の消費動向調査における調査データを用いて世帯年収と精米消費の動向について見てきた。本調査は概ね 2000 世帯によるモニター調査であるが、世帯年収という属性を切り口に、消費世帯の米に対する価値観、ニーズの違い、消費行動の特徴をある程度、明らかにすることができたと考えている。

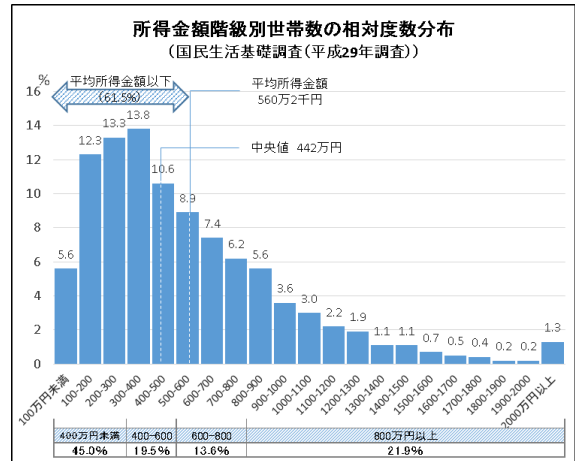
精米の家庭内消費量は世帯年収の低い世帯ほど消費量が多い傾向を示し、外食での米消費は世帯年収と正の相関関係が認められた。年収 600 万円未満の世帯では、家庭内炊飯と中食による米消費がほとんどであるのに対し、600 万円以上の世帯では外食での米消費の割合が相対的に高くなり、特に 800 万円以上の世帯では中・外食による消費量が多く、全体としての米の消費量が最も多かった。

購入・入手経路については、「生協」、「家族・知人から無償で入手」などで世帯年収と相関関係が認められるが、その他の経路では有意な差は見られなかった。しかし世帯年収の高い世帯では、「生協」をはじめ「農協」や「米穀専門店」、「生産者からの直接購入」といった付加価値の高いアイテムを多く取り揃える経路の利用が相対的に多く、世帯年収の低い世帯では、「ディスカウントストア」や「無償入手」の割合が増える傾向があった。一口に米と言っても世帯によって求めているものが異なり、それぞれのニーズに応じた販売チャネルが選ばれているものと思われる。

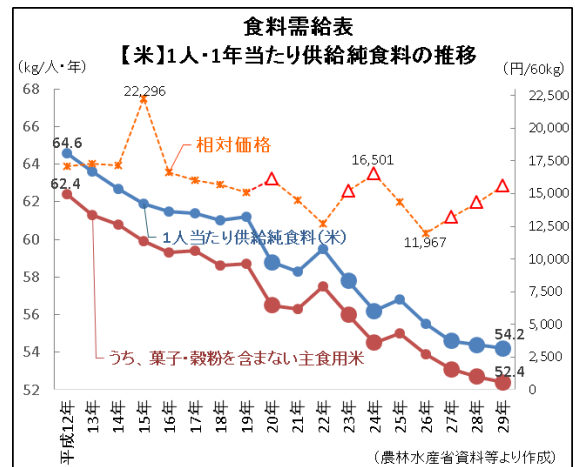
精米購入時の重視点では、上位 5 項目において世帯年収との相関関係がみられ、世帯年収が低い世帯ほど「価格」を重視する割合が高く、世帯年収 400 万円未満の世帯では価格以外の重視点の割合が低い傾向がみられた。逆に、世帯年収 800 万円以上の世帯では価格よりも「品種」や「産地」を重視する割合が高くなるとともに、ほぼ全ての項目で他の年収区分よりも重視する割合が高かった。年収の高い世帯では米に対しても独自の拘りを持っている様子が窺えるものであった。

おわりに

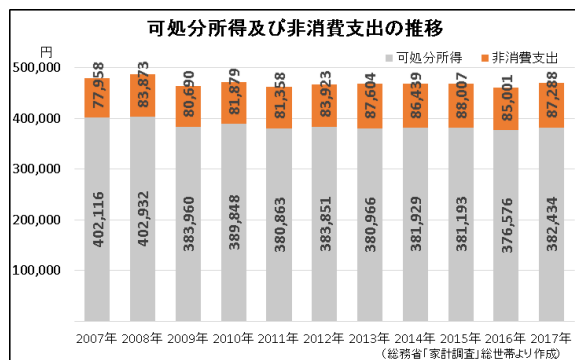
「国民生活基礎調査」(平成29年調査)(本年7月20日厚生労働省公表)における所得金額の階級別世帯数の相対度数分布をみると、「300～400万円未満」(13.8%)、「200～300万円未満」(13.3%)、「100～200万円未満」(12.3%)の割合が高く、この3区分で全体の約4割を占める。中央値は442万円、平均所得金額は560万2千円となり、平均所得金額以下の世帯の割合は61.5%となっている。今回のレポートで用いた世帯年収区分別の割合をみると、「400万円未満」が45.0%、「400万円以上600万円未満」が19.5%、「600万円以上800万円未満」が13.6%、「800万円以上」が21.9%となり、購入時・重視点で「価格」よりも「産地」や「品種」を重視する割合が高かった所得階層(800万円以上)は全体の約2割であり、約8割の世帯は価格を最も重視しているということになる。



また直近の「食料需給表」(農林水産省公表)の米の1人当たり供給純食料(以下:供給純食料)と相対価格の推移を比較すると、平成20年以降は両者の間に逆相関の関係がみられ、相対価格が上昇した年は供給純食料が減少している。特に、20、23、24年の価格上昇局面では供給純食料は前年と比べ3%以上減少している。



米は長期間にわたり価格、消費量とも低下が続いており、長期的には価格弾力性は非弾力的と言えるが、短期的には弾力的であると言えよう。2019年は、国による生産数量目標の配分廃止後の2年目となるが、10月には消費税の10%への引き上げが予定されている。同時に、消費税の逆進性を緩和するため、消費税軽減税率制度が実施され、精米は軽減税率の対象となるが、多くの生活必需品は増税となることから、実収入が増えない限り家計の可処分所得の減少は避けられないだろう。直近10年の可処分所得等の推移を追



うと、10年間で実収入が10,352円減少し、非消費支出(税金、社会保険料など)は9,330円増加、可処分所得は19,682円減少している。消費増税は消費者の節約志向を更に強めるものと推察され、米の購入・消費にも大きく影響するものと考えられる。前回(平成26年)の消費増税時には、米は相対価格が2年連続して下落した年にもかかわらず消費量が減少したことは記憶に新しい。

このように近年は、米の価格と消費量の間には密接な関係が見られる。競争市場において物の価格は需要量と供給量によって決まる訳だが、消費者にとって米は食品のなかの1つの商品に過ぎず、他の食品と比べて値段が高いと感じれば他の食品を選べばよく、取って代わる食品はいくらでもあるという飽食時代である。米だけの需給では必ずしも購入が定まらない部分もあり、これからは今以上に競合商品との関係についても注視していく必要があるだろう。

最後に、今回、米の消費動向調査について世帯年収を切り口とした消費世帯の米消費の動向について取り纏めを行ったが、データが揃えば世帯(家族)のライフステージごとの米消費の特徴や特性の変化などについても取り纏めてみたいと考えている。