

「中食」の発展にみる

食生活と消費者意識（後編）

札幌大学経済学部 岩崎ゼミナール 大湊 寿隆

一、はじめに

本稿の目的は、「中食」の利用実態からみた日本人の食生活、および消費者意識について明らかにすることである。以下の各節で、我々が二〇〇一年に行った消費者アンケート結果をもとに、「中食」が日本人の食生活と消費者意識の中にとどのよう位置づけられているのかをみる。さらに、日本人の食生活の変化がもたらした「中食」が、今後どのように展開していくかを展望する。

二、「中食」の利用状況

①アンケート結果の概要

我々が札幌市内で行った消費者アンケートの回答者数は六七四人である。うち年代別割合は一〇代が五%、二〇代が二四%、三〇代が二七%、四〇代が二二%、五〇代が一五%、六〇代以上が

七%であり、職業別割合は専業主婦が三一%、会社員が二一%、パート・アルバイト従事者が一八%、学生が一六%、自営業が五%、その他の職業が九%である。なお、男女比は男一対女九となっている。アンケートの主な項目は、「中食」の利用状況および利用にあたっての意識、さらに日常の食生活についての設問を加えたものとなっている。

表1をみると、回答者全体でみた「中食」利用は、利用割合の高い昼食でも「利用しない」「あまり利用しない」と回答した人の合計が半数以上である。但し、昼食では「外食」利用が定着しているため、この数値をどうみるかは評価の分かれるところである。

なお、配偶者の有無でみると、当然ながら既婚者より未婚者の方が全体的に「中食」の利用割合が高く、世帯構成でみると単身者の利用割合が最も高い。以下では、年齢別および職業別に、「中食」利用の相違や特徴を明らかにする。



大湊 寿隆（おおみなと かずたか）さん

1980年 札幌市生まれ
1998年 平岸高等学校卒業
1998年 札幌大学経済学部入学
2002年 札幌大学経済学部卒業
現在 札幌大学経済学部研究生

②年代別の「中食」利用状況

表1をみると、「中食」利用頻度が高い層食においては、若い世代である一〇代・二〇代が多く利用している。「頻繁に利用している」と「時々利用している」を合わせると、一〇代では全体の七割近く、二〇代でも五割以上がよく利用している。この傾向は夕食においても同様である。若者が「中食」を多く利用するのは単身者が多いこと、(外食したくても)金のないこと、「中食」に関する抵抗感がないこと等の理由が考えられよう。これに対し、年代が高くなるにつれて「利用している」「頻繁」と「時々」の割合が減り、逆に「利用しない」「あまり」と「利用しない」の割合が増えてくる。特に、五〇代以上ではその傾向が顕著に表れている。このように、年代による「中食」利用の実態は明瞭に異なっていることが分かる。

また、弁当・惣菜別では、惣菜はその年代においても利用されているが特に三〇代以上では、惣菜の利用割合が弁当より高い。逆に、一〇代・二〇代では、弁当が惣菜より高い。

③職業別の「中食」利用状況

前述のように、職業別では昼食・夕食ともに、最も利用しているのは学生である。次に多いのは会社員やパートタイム・アルバイト従事者などの有職者で、特に二〇代・三〇代において多くみられる。逆に専業主婦や自営業者では昼食・夕食ともに「頻繁に利用する」の割合は低く、「利用しない」割合が高くなっている(表2)。また、弁

表1 年代別の昼食および夕食における中食の利用状況

(単位：人、%)

年代	有効 回答数	頻繁に利用する		時々利用する		あまり利用しない		利用しない	
		昼食	夕食	昼食	夕食	昼食	夕食	昼食	夕食
10代	34	36.4	11.8	33.3	32.4	15.2	29.4	15.2	26.5
20代	165	22.1	7.9	30.1	26.8	26.4	40.2	21.5	25.0
30代	182	12.1	3.9	38.5	32.6	29.7	43.6	19.8	19.9
40代	149	4.8	0.7	38.1	25.2	29.3	44.2	27.9	29.9
50代	99	3.0	1.0	34.3	12.1	24.2	36.4	38.4	50.5
60代以上	47	0.0	0.0	19.6	19.1	32.6	29.8	47.8	51.1
総計	676	11.9	3.9	34.2	25.6	27.5	40.2	26.4	30.4

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成

表2 職業別の昼食および夕食における「中食」の利用状況

(単位：人、%)

職業	年齢	有効回答数		頻繁に利用する		時々利用する		あまり利用しない		利用しない	
		昼食	夕食	昼食	夕食	昼食	夕食	昼食	夕食	昼食	夕食
会社員	20代	50	50	30.0	8.0	24.0	28.0	20.0	42.0	26.0	22.0
	30代	50	50	18.0	8.0	32.0	32.0	28.0	44.0	22.0	16.0
	40代	27	27	0.0	0.0	40.7	25.9	33.3	51.9	25.9	22.2
	50代	14	14	0.0	0.0	28.6	21.4	28.6	35.7	42.9	42.9
	会社員計	145	145	16.6	5.5	29.7	29.0	26.9	42.8	26.9	22.8
パート ・アル バイト	20代	14	13	25.0	7.7	50.0	46.2	16.7	30.8	8.3	15.4
	30代	47	47	17.0	6.4	44.7	46.8	21.3	31.9	17.0	14.9
	40代	38	37	10.8	0.0	40.5	21.6	24.3	48.6	24.3	29.7
	50代	19	19	10.5	0.0	21.1	5.3	26.3	36.8	42.1	57.9
	パ・ア計	121	119	15.3	3.4	39.0	31.9	23.7	37.8	22.0	26.9
専業 主婦	20代	11	11	9.1	0.0	27.3	18.2	18.2	27.3	45.5	54.5
	30代	57	57	3.5	0.0	43.9	19.3	40.4	54.4	12.3	26.3
	40代	61	60	0.0	0.0	40.0	23.3	26.7	40.0	33.3	36.7
	50代	50	50	0.0	2.0	36.0	12.0	22.0	40.0	42.0	46.0
	60代以上	31	31	0.0	0.0	22.6	12.9	25.8	38.7	51.6	48.4
専業主婦計	210	209	1.4	0.5	36.8	17.7	28.7	43.1	33.0	38.8	
自営業者		32	31	6.5	0.0	35.5	22.6	35.5	41.9	22.6	35.5
学生		106	106	25.7	11.3	33.3	25.5	26.7	37.7	14.3	25.5
その他		62	62	9.7	1.6	27.4	33.9	29.0	32.3	33.9	32.3
総計		676	672	11.9	3.9	34.2	25.6	27.5	40.2	26.4	30.4

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成

表3 年代別にみた「中食」を利用することによる利点

(単位：人、%)

年代	有効回答数	調理時間の短縮	簡単で便利	料理品数の増加	自宅で食べられる	割安感がある	手作りより美味しい	なし
10代	64	35.9	43.8	9.4	4.7	4.7	0.0	1.6
20代	307	36.5	40.7	14.0	3.6	2.6	2.0	0.7
30代	345	39.4	31.3	19.1	5.2	1.4	0.6	2.9
40代	270	39.3	31.1	18.5	4.4	0.7	1.5	4.4
50代	185	35.7	35.7	18.4	4.9	1.1	0.0	4.3
60代以上	81	27.2	34.6	17.3	8.6	3.7	2.5	6.2
総計	1252	37.1	35.1	17.0	4.8	1.8	1.1	3.0

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成 注) 複数回答 (2つまで) による

表4 年代別の「中食」を利用することへの不安

(単位：人、%)

年代	有効回答数	調理過程が見えない	味が固定される	手抜き感がある	割高感がある	衛生管理・鮮度	なし
10代	59	15.3	27.1	27.1	6.8	20.3	3.4
20代	300	27.0	21.7	17.3	18.3	13.3	2.3
30代	336	31.0	23.5	14.3	19.6	9.2	2.4
40代	261	28.4	21.1	22.6	17.6	7.7	2.7
50代	180	29.4	22.8	15.6	15.0	13.9	3.3
60代	81	22.2	32.1	16.0	11.1	14.8	3.7
総計	1217	27.9	23.2	17.7	17.0	11.5	2.7

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成 注) 複数回答 (2つまで) による

当・惣菜別では、どちらの商品においても多く利用しているのは学生と二〇代・三〇代を中心とした会社員である。これに対して、専業主婦は全体的に利用していないが、惣菜の利用が若干みられる。

三、「中食」利用に対する消費者意識

①「中食」を利用することによる利点および不安

「中食」を利用することによる利点では、全体的に「調理時間の短縮」と「簡単で便利」の二点が回答が集中し、両者で全体の七割以上を占めている。さらに、「料理品数の増加」が一七%である(表3)。

年代別では、一〇代・二〇代において「簡単で便利」の割合が「調理時間の短縮」をやや上回り、逆に三〇代・四〇代では「調理時間の短縮」の割合の方が高くなっている。また、「料理品数の増加」の割合が一〇代・二〇代に比べ三〇代以上の回答の割合が高くなっていることから、実際に家庭で調理を担っている年代において、「中食」の持つ調理時間の負担解消や献立作成に役立つという面が評価されているものと思われる。職業別では、学生の「簡単で便利」と回答した割合が高いのに対して、他の職業では「調理時間の短縮」が高くなっている。また、専業主婦では「料理品数の増加」の割合が若干高く、学生は「割安」の回答が若干みられる。

次に、「中食」を利用することへの不安では、回答にはらつきが見えるものの、全体的に「調理過程が見えない」の割合が最も高く、次いで「味が固定される」であった。

年代別にみると、一〇代では「手抜き感がある」と「味が固定

表5 「中食」を利用することによる利点と不安の関連

(単位：人、%)

不安 利点	有効 回答数	調理過程 が見えない	味が固定 される	手抜き感 がある	割高感が ある	衛生管理 ・鮮度	なし
調理時間の短縮	425	23.3	28.0	14.4	19.5	13.4	1.4
簡単で便利	439	41.0	16.4	32.3	5.9	1.1	3.2
料理品数の増加	194	15.5	28.4	5.7	28.4	21.1	1.0
自宅で食べられる	46	10.9	23.9	0.0	37.0	28.3	0.0
割安感がある	22	31.8	27.3	4.5	4.5	22.7	9.1
手作りより美味しい	12	8.3	25.0	0.0	25.0	33.3	8.3
なし	37	29.7	18.9	2.7	16.2	10.8	21.6
総計	1175	28.3	23.2	18.4	16.3	11.0	2.8

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成

注) 表3の「中食の利点」についての有効回答における、表4の「中食への不安」が占める割合を算出したもの

される」が、二〇代から五〇代までは「調理過程が見えない」が高いのに対して、六〇代では「味が固定される」が最も高い(表4)。次に職業別では、どの職業においても「調理過程が見えない」が最も高く、他の項目は大きな違いはみられない。

②「中食」利用における意識の二面性

表5をみると、「利点」の設問で「簡単で便利」と回答した人は、同時に「不安」の設問で「調理過程が見えない」と「手抜き感がある」と回答している割合が高い。同様に「利点」で「調理時間の短縮」と「料理品数の増加」と回答した人では、「味が固定される」と「割高感がある」がそれぞれ高い割合を占めている。

このように、「中食」を利用する消費者の意識の中には、①便利ではあるが調理過程が不安で手抜き感を感じる、②時間の節約になり品数を増やせるが味には不満があり(手作りに比べて)割高感を感じるという、二面的性格が存在するといえる。

「自由意見」の設問でも、「中食」の持つ利便性については評価しつつも、安全性や商品に対する不安や不満、「中食」に頼ってしまふ食生活への疑問・懸念などが多くみられた(表6)。

四、食生活と消費者意識における

「中食」の位置

①食生活と「中食」利用の関連性

まず、「中食」の利用割合が高かった若年層の食生活について述べる。学生は、朝食を毎日食べているのは半分に過ぎず、全く食

表6 「中食」への印象および評価の分類

(単位:延べ人数)

回答分類	回答例	回答数	合計
安全性への不安	添加物が心配	76	147
	材料が不安	27	
	安全性に疑問	27	
	表示が不明瞭	9	
	鮮度が心配	4	
	調理過程が不安	3	
栄養・健康への不安	衛生面が不安	1	50
	栄養が偏る	24	
	健康に良くない	24	
商品への不満	味覚障害の恐れ	2	100
	味が濃い、まずい	63	
	割高感がある	16	
	ごみが増える	9	
	種類が少ない	7	
食生活への反省・疑問	量が少ない	4	31
	量が多い	1	
	手抜き感がある	17	
	手作りしたい	9	
簡便さ	寂しい	3	70
	調理がなくなる	2	
商品の良さ	便利、一品増やせる	70	17
	美味しい	11	
	種類が豊富	5	
	安い	1	

資料) 岩崎ゼミナールアンケートにより作成

注) 「自由意見」の設問から得られた374人分の回答をそれぞれの性格に分類した

べない者は全体の四分の一を占める。夕食の調理時間では「三〇分以内」が約四割であり、「おにぎり」を自分で作らずに全て買うと答えたのは約四分の一を占める。このように、学生の食生活の特徴としては、朝食抜きなどの生活の乱れや調理離れが進行しており、一人暮らしではさらにその傾向が顕著にみられる。また、会社員及びパート・アルバイト従事者などの有職者も、学生ほどではないが、朝の欠食率が高く、全体的に「手作り志向」が低いなどの傾向がある。

このような若年層の食生活は、家での食事回数が少なく調理時間が短いことや、食材購入に際しても「自分の好み」や「安価」を優先するものとなっている。これが、昼食や夕食においての「中食」の日常的な利用につながり、「中食」が各々の食生活の中で大きな比重を占めていると考えられる。

次に、「中食」の利用割合が比較的低かった層の食生活をみると、専業主婦は全ての年代で他の職業より欠食率が極めて低く、平均調理時間も長いなど食生活の乱れはみられない。また、食材購入でも「安全性」や「栄養」を優先するという回答割合が高く、「手作り志向」も高い結果を示している。但し、この年代でも「中食」を「頻繁に利用する」はあまりないものの、昼食・夕食ともに「時々利用する」が一定の割合を占め、また、年代が下がるほど利用割合は若干高くなっている(表2)。これは、専業主婦でも若年層では、平均調理時間が短くなっていることから、「中食」を日常の食卓に部分的に取り入れている様子が窺える。

以上のように、食生活と中食利用には密接な関係があり、「中

「食」がどのように利用されるかは個々人の食生活のあり方に規定されている。さらに、若年層や有職者において「中食」の高い利用がみられるということは、前編で述べたような一人暮らしや核家族世帯増加などの家族形態の変化や、女性の社会進出の進展、「内食」の合理化などによる「食の外部化」の影響が強く現われているといえよう。

② 「中食」の本質と消費者意識

前節でみたような、「中食」に対する「便利ではあるが安全性への不安や手抜き感がある」ことや、「時間を節約できるが味への不満や割高感がある」という意識が形成される要素は、個々人の食生活のあり方に規定されている。

しかし、最も重要な要素は、「食の外部化」が進んだ今日のすべての消費者ニーズに対応することが困難であるという「中食」の本質的な性格であろう。つまり、前編で述べたように、「中食」は「内食」「外食」両者の性格を併せ持つという新しい食形態として消費者の間に定着してきたが、「中食」への消費者意識は、特に「内食」との比較において生じるという点に注目したい。確かに、「外食」は日本人の食生活の一端を担うものであるが、昼食を除けば日常の家庭の食事とは切り離されたものであるのに対して、「中食」という食事形態が家庭の食事により近いもの、つまり食生活の中に内在するものであるからである。

以上のように、日本人の「食の外部化」が「中食」発展の最大の要因である以上、「中食」の利用状況や利用意識は日常の食生活のあり

方に規定されるのである。言い換えれば、今日における「中食」の発展こそ、日本人の食生活や消費者意識を反映しているのである。

五、おわりに

我々がこれまで述べてきた「中食」の発展、すなわち食生活の外部への過度の依存は、日本人がこれまで形成してきた家庭での食事のあり方（食事を担う主婦の存在、伝統的な食文化・味覚・調理技術など）を前提としてきた食料消費のシステムそのものを根底から覆すことにつながる可能性が大きい。それはすなわち食品産業および農業構造のさらなる変動をもたらす一因となるといつても過言ではない。以上の点からも、「中食の発展」に対して、無批判的であってはならない。

しかしながら、現実に「中食」は日本人の食生活に浸透してきている。若年層を中心とした食生活の乱れや、時間的・経済的な制約の上に成り立っている家庭における食生活を補完するために、「中食」の利用がやむを得ない部分も現実問題としてある。家庭や個人の食生活における「中食」の有意義な活用方法を模索することも含めて、一人ひとりが日常の「食」と向き合っていく必要がある。



なお、本稿は二〇〇一年度の岩崎セミナーにおいて、岩崎徹教授の指導の下、筆者の他に勝山英紀・木村匡希・林伸彦で行った共同研究の成果をもとに、同ゼミOBの松本啓佑氏（北大学院）の協力を得て編纂しなおしたものである。