



消費者行動からみた米事情

(社) 北海道地域農業研究所 専務理事 宮田 義行

日本人の主食は米である。しかし、一人あたりの消費量は毎年減少している。米の一ヶ月当たり消費量では、平成十年度五、二〇〇⁴が平成十六年度では四、九一三⁴と減少を示しており、この減少傾向が今後も続くのか大変気になるところである。

近年の米価低迷の最大の要因は、米の消費減退による需給バランスが崩れていることであろう。市場原理導入という流れの中では如何ともしがたいことではあるが、稲作経営は大変な事態に陥っている。

米政策の変遷の中、「売れる米」を目標に産地間競争を展開してきた。そのため品種開発では、「なつづぼし」「ほしのゆめ」「ななつぼし」など北海道の米も良食味米として評価を高めてきた。

一方で、食生活の多様化、流通形態の変化の中で、米の消費

行動はどのような変化をみせているのであろうか。平成十六年度食料品消費モニター（農林水産省）の結果の概要から見てみようと思う。この中では平成十一年調査との比較もでている。

まず、家庭における炊飯回数では、一日に一回の家庭が五四％であるが、前回調査との比較では二日や三日に一回の比率が高くなっているのが特徴となっている。これは、ご飯の回数が減ってきたということなのか。一方で加工米飯、おにぎりなどコンビニやスーパーで多種多様なものが売られており、若い世代を中心に利用度合いが高まっていることが考えられる。

また、家庭で炊飯したご飯の消費量を世代別にみると、最も多いのは一五～一九歳で当然と思うが、十一年度調査との比較では、どの年代も食べる量が減る傾向にある。そして、特に五〇歳代、六〇歳代での減少量が多いという結果となっているのである。し

かし、すべての世代で好きな主食はご飯としている。(年代が高くなるほどその傾向が強い)

購入先についての質問では、スーパーマーケットの割合が高くなっている。これは現在の量販店の拡大から当然であろう。そして一方、従来の米穀専門店の流通割合が大きく減少している。米を購入する際重要視することでは、産地品種と回答した人が最も多く、次いで価格、食味となっている。また、その傾向は年代が高くなるほど強く、若い世代では価格を重要視している。

このほかにも様々な角度からの調査結果が報告されているが、家庭内の米消費量の減少が依然と続いているということがはつきりと現れている。そしてこの傾向を止めるということは一朝一夕には難しいことである。それは少子化、核家族、女性の社会進出などによって家庭そのものが変化して、家庭食も利便性を求めざるを得なかったという理由が考えられる。

今、食農教育が大きく取り上げられているが、子供を対象にした教育である以上、そ



の効果が現れるのには相当の期間が必要となる。そのためには、子供の範となるべき親が日々の中で実践することが重要であろう。とはいえ、飽食の時代に育った団塊ジュニア世代の親がどこまで意識を変え実践できるのか、大変気になるところである。

しかし一方で、最近の子供たちの食生活に問題があると考えている人は実に回答者の九六%となっている。その対応策として学校給食が大事な役割を担っているということである。それ以上に家庭での食事が大事だということは分かっているけれどもできない環境にあるのであろう。個人の問題か、社会全体の問題か。いずれにしても、このまま子供たちの食生活が改善されないとすると、単に米の消費量が減るということだけではなく、人口減少社会において中核となる世代の健康が心配されるのである。

自分の経験からは、年齢とともにいわゆる日本食へ回帰してきたと思う。こうした現象は必然なのか分からないが、主食はご飯とする回答では高齢者ほど高いという結果になっている。となれば、今の子供たちもある年齢になった時、米を中心にした日本食へ戻るのだろうか。そうなつてほしいが、伝統的な日本食の味覚が維持されているかが問題かもしれない。

そのためにも、食農教育に大いに期待したいと思う。そして、豊かな食材に恵まれた北海道の食生活が向上し、そこでは北海道産米が道民にしっかりと定着していることを期待したいものである。