

分析レポート

世帯類型別の食料消費の実態から見える生協の重要品目

研究員 宮崎達郎

【概要】

平成26年全国消費実態調査のデータから、「夫婦共働き世帯」「夫婦と未婚の子どものみの世帯で世帯主が有業者の世帯（片働き世帯）」「高齢者夫婦世帯」の3類型に注目し、食料消費の実態を整理した。合わせて、食料の購入先としてのスーパーや生協の位置づけを把握した。要点は下記の通りである。

- 1) 高齢者夫婦世帯は世帯員当たりの食費（等価消費）が他の2つの世帯類型と比べて非常に大きい。特に、米、魚介類、野菜・海藻、果物、油脂・調味料といった品目での支出が大きい。
- 2) 夫婦共働き世帯は、片働き世帯に比べて、調理食品やコンビニエンスストアの利用が若干多い。
- 3) 生協はスーパーに比べて乳卵類、野菜・海藻、果物、調理食品が購入されやすい。
- 4) 調理食品は現役世代、引退世代双方のニーズもあり、現在の生協にとって最も重要な品目といえる。

1. 本レポートで扱う世帯類型について

本レポートでは全国消費実態調査中に用いられている世帯類型のうち、「夫婦共働き世帯」「夫婦と未婚の子どものみの世帯で世帯主が有業者の世帯」「高齢者夫婦世帯」の3類型に注目する（なお、以降ではそれぞれ共働き世帯、片働き世帯、高齢者世帯と略称で記述する）。

これら3類型の基礎データを図表1に示す。共働き世帯は有業人員が他の2類型に比べ多く、年間収入も高い。また、共働き世帯の方が片働き世帯よりも世帯主の平均年齢は高いデータとなっている。片働き世帯は世帯主のみが有業者という世帯のため、有業人員の平均は1人ちょうどである。この共働き世帯と片働き世帯の比較から、世帯の労働状況が食糧消費に与える影響を確認する。

高齢者世帯は、夫65歳以上・妻60歳以上の夫婦のみの世帯で、世帯人員の平均は2人ちょうどである。また、有業人員は0.46人と、有業者がいる世帯とない世帯が混在したデータとなっている。高齢者世帯と先の2つの世帯類型との比較により、現役世代と引退世代の食料消費の違いを確認する。

図表1 世帯類型別の属性（世帯人員、有業人員、世帯主年齢、年間収入）

世帯類型	世帯人員 (人)	有業人員 (人)	世帯主年齢 (歳)	年間収入 (千円)
共働き世帯（夫婦共働き世帯）	3.51	2.25	47.9	7,816
片働き世帯（夫婦と未婚の子どものみの世帯で世帯主のみが有業者の世帯）	3.77	1.00	42.2	6,482
高齢者世帯（高齢者夫婦世帯）	2.00	0.46	73.1	4,485

出所) 平成26年度 全国消費実態調査より

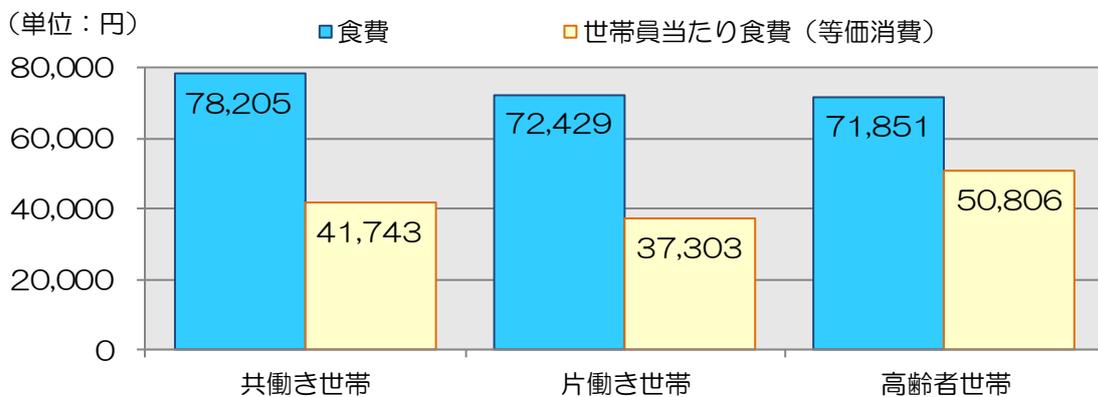
2. 世帯類型ごとの食料消費の違い

1) 高齢者の世帯員当たりの食費は非常に高い

図表 2 に各世帯類型での食費の平均額を示した。なお、世帯員当たりの食費については、世帯全体の食費を世帯人員数の平方根で除し、等価消費の考え方で比較していることに注意されたい。

片働き世帯の方が共働き世帯よりも、世帯人員は多いものの年間収入が低いため、食費も低い。高齢者世帯は世帯人員の平均が 2 人と共働き世帯や片働き世帯と比べて少ないものの、食費の月平均額は 71,851 円と片働き世帯とはほぼ変わらない。世帯員当たりの食費（等価消費）でいうと高齢者世帯は 50,806 円と、共働き世帯の 41,743 円、片働き世帯の 37,303 円に比べて高いことが分かる。

図表 2 世帯類型別の食費（月平均額）



出所) 平成 26 年 全国消費実態調査より

※ここでの世帯員当たり食費（等価消費）とは、世帯の食費支出を世帯人員数の平方根で除した値である。

2) 現役世代と引退世代で支出に差がある品目

高齢者世帯で世帯員当たりの食費が高くなる要因としては、米、魚介類、野菜・海藻、果物、油脂・調味料といった品目での支出が他の 2 つの世帯類型に比べて高いことが挙げられる。図表 3 で品目別の支出を比較しているが、違いは顕著である。また、パンや肉類はどちらかといえばより若い世代で消費が多い品目といわれるが、世帯員当たり支出（等価消費）で比較すると、高齢者世帯のパンへの支出はやや低いものの米のような極端な差ではなく、肉類の支出に至っては共働き世代よりも多い。

図表 3 世帯類型別の品目ごとの食費（月平均額）

(単位：円)	世帯類型	米	魚介類	野菜・海藻	果物	油脂・調味料	パン	肉類	調理食品
世帯支出	共働き世帯	1,812	5,544	7,325	2,350	3,623	2,808	7,914	10,117
	片働き世帯	1,537	4,591	7,072	2,011	3,479	2,887	7,758	8,193
	高齢者世帯	2,492	8,193	9,456	4,716	3,555	1,927	6,054	7,937
世帯員当たり支出 (等価消費)	共働き世帯	967	2,959	3,910	1,254	1,934	1,499	4,224	5,400
	片働き世帯	792	2,364	3,642	1,036	1,792	1,487	3,996	4,220
	高齢者世帯	1,762	5,793	6,686	3,335	2,514	1,363	4,281	5,612

出所) 平成 26 年 全国消費実態調査より

※ここでの世帯員当たり支出（等価消費）とは、世帯の各品目ごとの支出を世帯人員数の平方根で除した値である。

3) 共働き世帯と片働き世帯で違いがあるのは調理食品

共働き世帯と片働き世帯の比較では、世帯主の年齢や年間収入に違いがあることもあり、共働き世帯の方が支出が大きい品目が多いが、最も違いが大きかったのは調理食品の支出である。

この調理食品には、弁当やおにぎり、調理パンなどの主食的調理食品に加え、冷凍調理食品や惣菜、レトルト食品などの他の調理食品も含まれる。共働き世帯と片働き世帯には、世帯支出では月平均額で約1,900円、世帯員当たりの支出（等価消費）では約1,200円の違いがある。食費全体に調理食品が占める割合は共働き世帯は12.9%、片働き世帯は11.3%であった。主食的調理食品、他の調理食品といった細目に関わらず、満遍なく共働き世帯の方が支出が大きい。

高齢者世帯の調理食品の消費状況を合わせてみると、世帯員当たり支出（等価消費）では、共働き世帯よりも大きい。調理食品の内訳を細かくみると、すし（弁当）の世帯員当たりの支出（等価消費）が月平均額で805円と共働き世帯（同427円）や片働き世帯（同319円）よりも大きく、冷凍調理食品の世帯員当たりの支出（等価消費）は147円と共働き世帯（同369円）や片働き世帯（同330円）よりも小さい傾向があった。

3. 世帯類型ごとの食料の購入先の違い

1) スーパーでの購入がどの世帯類型でも約半分

食料を主にスーパーで購入する傾向はどの世帯類型でも変わらない。食費の半分程度はスーパーからの購入で占められている。共働き世帯と片働き世帯の現役世代では、コンビニエンスストアやディスカウントストア・量販専門店で食料を購入する割合が高く、高齢者世帯の引退世代では一般小売店、百貨店、生協・購買で食料を購入する割合が高い。コンビニエンスストアでの食料の購入については、共働き世帯の方が片働き世帯よりやや多い。通信販売で食料を購入する割合は小さいが、インターネットよりも、カタログ販売などのインターネット以外の通信販売で食料を購入する割合がどの世帯類型でも多い。ただし、2014年時点のデータであるため、次回以降の調査での変化には注目する必要がある。

図表4 世帯類型別の食料の購入先

食料の購入先	共働き世帯		片働き世帯		高齢者世帯	
	月平均額 (円)	構成比 (%)	月平均額 (円)	構成比 (%)	月平均額 (円)	構成比 (%)
一般小売店	6,566	8.8	5,213	7.7	8,566	12.3
スーパー	37,856	50.9	36,170	53.1	34,273	49.3
コンビニエンスストア	3,287	4.4	2,292	3.4	1,263	1.8
百貨店	1,656	2.2	1,328	1.9	3,249	4.7
生協・購買	2,750	3.7	2,713	4.0	3,945	5.7
ディスカウントストア・量販専門店	3,128	4.2	3,210	4.7	2,013	2.9
通信販売（インターネット）	486	0.7	676	1.0	256	0.4
通信販売（その他）	1,131	1.5	1,045	1.5	1,859	2.7
その他	17,520	23.6	15,494	22.7	14,144	20.3

出所) 平成26年 全国消費実態調査より

※購入先の集計では対象となっている品目が異なり、図表2の食費と本表の縦軸（月平均額）の合計は一致しない。

2) 生協・購買はスーパーに比べて乳卵類、野菜・海藻、果物、調理食品が購入されやすい傾向

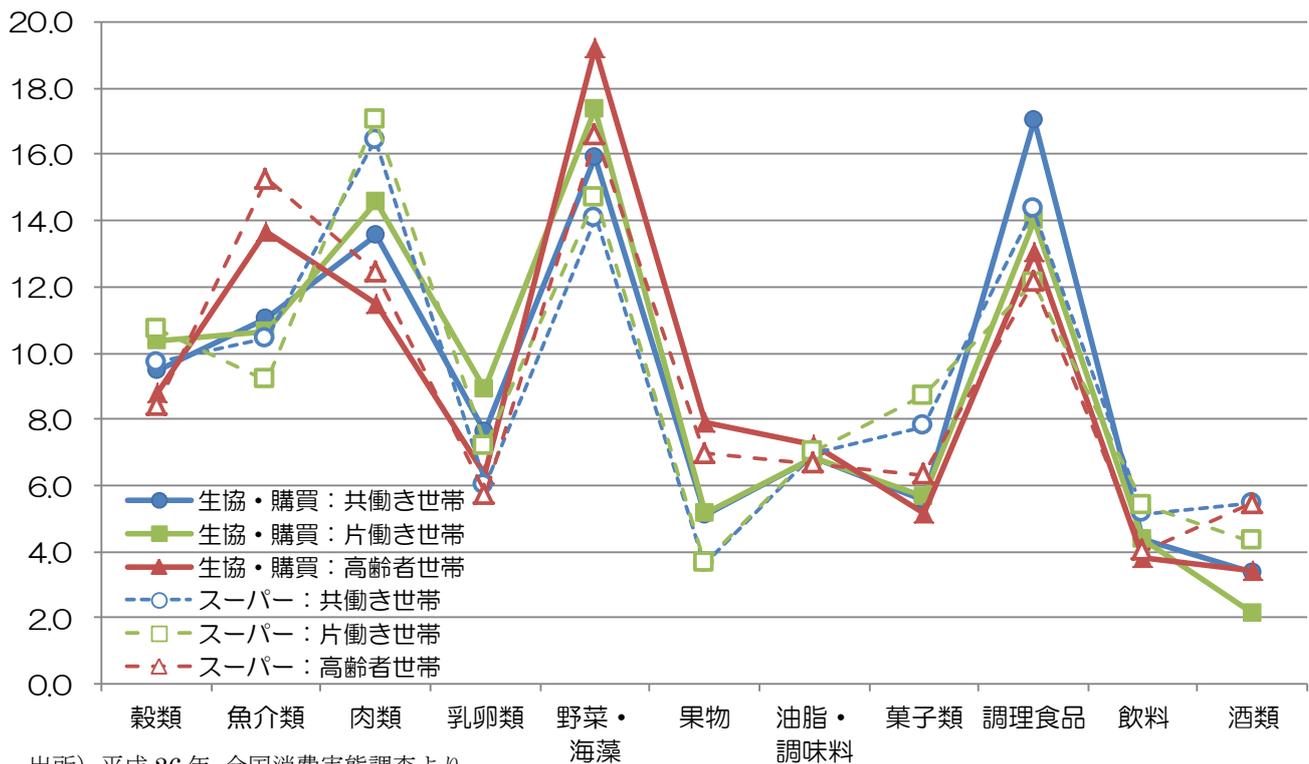
生協・購買とスーパーで購入される品目に違いがあるかを検討したものが図表5である。金額ベースだと差が大きく比較にならないため、食料支出に占める各品目の構成比で比較することとした。

例えば、共働き世帯の生協・購買での食料支出は月平均額で2,750円であるが、その内穀類の支出は261円である。そのため、穀類の構成比は9.5%となり、図中の青で塗りつぶされた点が該当する。このように購入先別および世帯類型別に各品目の構成比を計算し、図中にプロットしている。青は共働き世帯を、緑は片働き世帯を、赤は高齢者世帯をそれぞれ示す。また、生協・購買のデータは塗りつぶし・実線で、スーパーのデータは白抜き・破線で示されている。

乳卵類、野菜・海藻、果物、調理食品は全ての世帯類型で、生協・購買の方が構成比が高くなっている（塗りつぶされた点が同色の白抜きの点より全て上にある）。反対に、肉類、菓子類、飲料、酒類はスーパーの方が構成比が高くなっている。また、魚介類の構成比であるが、高齢者世帯については生協・購買の方が低いものの、共働き世帯、片働き世帯では生協・購買の方が高くなっている。

図表5 生協・購買とスーパーの食料支出に占める各品目の構成比の比較

(単位：%)



出所) 平成26年 全国消費実態調査より

3) 生協・購買は調理食品に占める冷凍調理食品や惣菜、レトルト食品などの割合が大きい

調理食品について細目をみると、スーパーは生協・購買に比べて弁当やおにぎり、調理パンなど主食的調理食品が占める割合が大きい。一方、生協・購買はスーパーに比べて冷凍調理食品や惣菜、レトルト食品などの他の調理食品の割合が大きく、中でも冷凍調理食品の割合が大きい。

具体的に共働き世帯の数値を提示すると、スーパーでの調理食品の支出額は月平均額で5,425円であるが、うち主食的調理食品の支出は1,759円、他の調理食品の支出は3,666円であり、調理食品に占め

る構成比で表すとそれぞれ 32.4%と 67.6%である。一方で、生協・購買は調理食品の支出額は 469 円、うち主食的調理食品の支出は 104 円、他の調理食品の支出は 364 円であり、調理食品に占める構成比はそれぞれ 22.2%、77.6%である（数値の四捨五入の関係で合計が 100.0 にならない）。また、冷凍調理食品に注目すると、スーパーは調理食品支出 5,425 円のうち 452 円が冷凍調理食品の支出であり、生協・購買は調理食品支出 469 円のうち 99 円が冷凍調理食品である。冷凍調理食品が調理食品の支出に占める割合でみると、スーパーが 8.3 %であるのに対し、生協・購買は 21.1%と非常に高い。なお、これらの傾向は共働き世帯だけではなく、片働き世帯、高齢者世帯にも共通する傾向である。

4. まとめ

平成 26 年全国消費実態調査のデータから、2014 年時点での食料消費の実態を概観した。食料消費の仕方は、特に現役世代と引退世代とで大きく異なる。また、共働きと片働きではそこまで極端な違いは表れていないものの、調理食品への支出や食料の購入先としてコンビニエンスストアを選択する割合などから、共働き世帯の方が利便性を求める傾向が強いことも確認された。

高齢者世帯は、共働き世帯や片働き世帯に比べて、生協・購買を食料の購入先として選択する割合が大きく、また生協では野菜・海藻、果物がスーパーと比較して購入されやすいことから、生協がどちらかといえば現役世代よりも引退世代のニーズに合わせた展開となっていることがわかる。引退世代は高齢者世帯のデータが示しているように、世帯員当たりの食費（等価消費）が他の世帯類型と比較しても大きく、購買層として重要であることは間違いない。ただし、引退世代に支持される傾向は近年低迷が指摘される一般小売店や百貨店と共通する傾向であり、楽観視するものではない。

生協には現在支持されている引退世代の維持と、現役世代の取り込みを同時に進めることが求められるわけであるが、その上で重要になるのは調理食品のカテゴリであると考えられる。生協で購入されやすい品目であると同時に現役世代からのニーズも強い品目であるからである。また、先に示した様に、高齢者世帯の調理食品の世帯員当たりの食費（等価消費）は共働き世帯よりも高く、引退世代にとってもニーズが強い品目である。

調理食品は調理の手間を省き、時短など利便性を追及するニーズには応える一方で、過剰な塩分や糖分、脂質などの健康面の不安や、加工方法や原材料原産地の不明など食品安全面の不安を消費者に持たれやすい。調理食品では美味しいことが最も重要な条件ではあるが、それに加えて健康面や安全面での不安を取り除き、むしろ健康に良いといったような調理食品を多数開発し、ブランド化していくことができれば、引退世代の維持と、現役世代の取り込みが同時に達成できるのではないだろうか。

◎本レポートに関する発行物

参考資料 平成 26 年 全国消費実態調査 <http://www.stat.go.jp/data/zensho/2014/index.htm>

本件に関するお問い合わせは、研究員・宮崎達郎までお願いいたします。

Tel : 03-5216-6025

Mail : tatsurou.miyazaki@jccu.coop

- ・本資料は研究者個人の見解を示したものであり、研究所の見解を代表するものではありません。
- ・本資料は作成時点で当研究所が一般に信頼できると思われた情報に基づき作成しておりますが、内容の正確性および完全性を保障するものではありません。
- ・内容につきましては、社会情勢の変化等を踏まえて、変更される場合があります。