

中食の流通と消費

—石川県の実態調査より—

新 澤 祥 恵

1. は じ め に

今日、食生活水準の向上は目覚ましく、豊かな食卓を享受出来る時代となった。しかし、一方で調理の外部への依存がすすみ、種々の統計調査で調理済み食品の伸びの著しいことが報告されていることは周知のことである。

総務庁の家計調査年報^{(1)~(5)}によれば、食料費に占める調理食品費の比率が、1980年には5.8%であったものが、1998年には10.2%と約20年足らずの間に2倍に増加している。同じ調査の中で、都道府県所在地別成績の金沢市においても、1980年には5.3%であったものが、1998年には9.7%へと、全国平均より若干低いものの、同様に増加していた(図1-1、図1-2)。

この調理済み食品、すなわち「中食」が今日の食生活に及ぼす影響を無視できないものと考え、「日本調理科学会—環境と調理科学プロジェクト—消費者問題グループ」では消費者問題という視点からこの問題を取り上げた。すなわち食環境の市場変化と消費者行動の関わりを検討するために、全国6地域(札幌、東京、金沢、神戸、姫路、和歌山)で、消費者における中食の利用実態と事業者の中食販売動向を調査し検討を行った⁽⁶⁾。本報告では、この中から石川県における調査結果について報告する。

なお、「中食」の範囲は、農林水産省が平成8年度に実施した「中食の動向調査」における中食食品の範囲と種類(弁当・そう菜等そのまま食事として食べることのできる状態に調理されたものを家庭などに持ち帰って利用するもの)に基づき、保存性の高い食品や調理冷凍食品、半調理食品などの高次調理食品は対象外とした⁽⁷⁾。

図1-1. 食料費に占める調理食品費の比率の推移(全国)
— 家計調査年報(総務庁統計局)より —

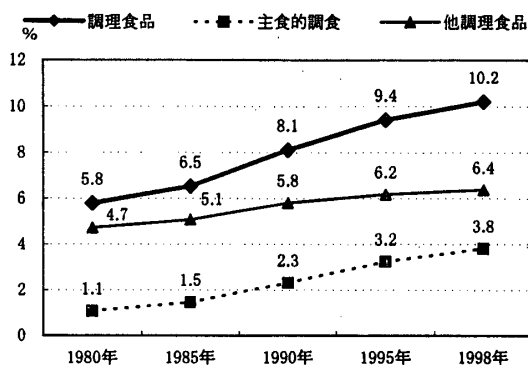
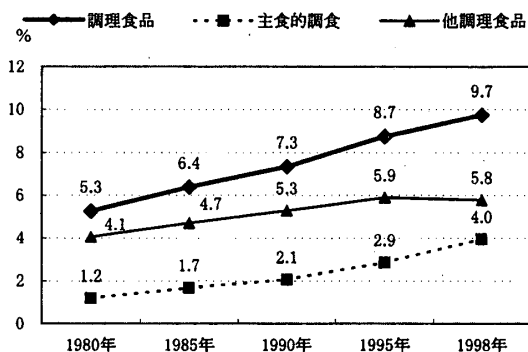


図1-2. 食料費に占める調理食品費の比率の推移(金沢市)
— 家計調査年報(総務庁統計局)より —



2. 調査方法

2.1. 消費者調査

- (1) 調査時期 1999年4月。
- (2) 調査対象 主婦を中心とした一般消費者、有効回収数は133名（回収率60.5%）。
なお、全国調査の有効回収数は641名であり、本調査の130名がこれに含まれる。
- (3) 調査方法 自記式留置法によるアンケート調査。
- (4) 調査内容 中食の利用実態（本報告で取り上げた質問項目を表1-1に示した）。

2.2. 事業者調査

- (1) 調査時期 1999年7月。
- (2) 調査対象 量販店、生活協同組合、コンビニエンスストア、そう菜専門店、総合食料品店の5業種、有効回収数は50店舗（回収率33.8%）。
なお、全国調査の有効回収数は118店舗で本調査の48店舗がこれに含まれる。
- (3) 調査方法 自記式留置法によるアンケート調査（郵送による）。
- (4) 調査内容 中食の販売実態（本報告で取り上げた質問項目を表1-2に示した）。

表1-1. 設問項目－消費者調査－

○性別	男・女
○年齢	10歳代 20歳代 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代 70歳代
○あなたの職業	1. 学生 2. 専業主婦 3. 自由業（商業・農業等） 4. 常勤 5. パート・アルバイト 6. その他（ ）
○あなたのお家の世帯人数	（ ）人 →内15歳以下（ ）人
○お家で主に調理をする人	1. あなた自身 2. 母親・姑 3. 子ども 4. その他（ ）
○お家で主に食品を購入する人	1. あなた自身 2. 母親・姑 3. 子ども 4. その他（ ）
○生協等の消費者グループに加入していますか。	1. 加入している 2. 加入していない
○夕食の調理時間は	1. 15分未満 2. 15～29分 3. 30～44分 4. 45～59分 5. 60分以上
○朝食は家族揃って食べますか。	1. 毎日揃って食べる 2. 時々揃って食べる 3. 揃って食べることはない
○夕食は家族揃って食べますか。	1. 毎日揃って食べる 2. 時々揃って食べる 3. 揃って食べることはない
○食事時間はおよそ決っていますか。	1. いつも規則的 2. 時々不規則 3. いつも不規則
○家族での外食は。	1. 1ヶ月に1回以上 2. 年に数回 3. 年に1回位 4. 殆どしない

1. あなたは、中食をどの程度利用していますか。○印をご記入下さい。
 1. よく利用する 2. 時々利用する 3. まったく利用しない
2. 中食を購入する理由を下記の中から選び、○印をご記入下さい。（複数回答可）
 1. 便利 2. 調理時間の短縮 3. 人手不足 4. 調理が面倒・後片付けしなくてよい
 5. おいしそう 6. コストが安い 7. 調理方法が分からない 8. 生ごみが少なく環境にやさしい
 9. 調理のための水・光熱費が節約でき経済的 10. 衛生的
3. 中食の「味」についてお尋ねします。各項目について該当するものを1つ選び、○印をご記入下さい。
 - a. 嗜好性 → 1. おいしい 2. 普通 3. あまりおいしくない 4. まずい
 - b. 味つけ → 1. 濃厚 2. やや濃厚 3. 普通 4. 薄味
4. 中食の今後の利用とその理由についてお尋ねします。1つ選んで下さい。
 1. 増やしたい 2. 変わらない 3. 減らしたい
5. あなたが中食に期待することを下記より選んで○印をご記入下さい。（複数回答可）
 1. 食品添加物を使用していない加工食品を使って欲しい。
 2. 有機農産物を使用して欲しい。
 3. 栄養成分表示をして欲しい。
 4. 食品の産地表示が欲しい。
 5. アレルギーのため等、原材料の表示が欲しい。
 6. 糖尿病や高血圧症など生活習慣病の予防や治療用の食事が欲しい。
 7. 高齢者向きの食事が欲しい。
 8. 販売量に多・少の差が欲しい。
 9. 中食の容器包装は簡易にして欲しい。特にプラスチック容器は材質表示が欲しい

中食の流通と消費

表 1-2. 設問項目—事業者調査—

○業態 1. 量販店 2. 生活協同組合 3. コンビニエンスストア 4. そう菜専門店 5. 総合食料品店
 ○地域環境 1. 繁華街 2. 駅前 3. 市場内 4. 郊外 5. 団地周辺

1. 貴店舗の来店者の男女の比率はどの位ですか。
 男子(約 %) 女子(約 %)
 貴店舗の中食の利用者の男女の比率はどの位ですか。
 男子(約 %) 女子(約 %)

2. 次の各食品の販売量の変化について、3～5年前と比較して該当するところに○印をご記入下さい。

	販売量の変化		
	増えている	変わらない	減っている
中食(弁当・そう菜)			
生鮮食料品			
加工食品・冷凍食品			
半調理加工食品			

3. 貴店舗の中食の利用者の男女の比率はどの位ですか。
 男子(約 %) 女子(約 %)

4. 消費者の中食の利用の高まりについて考えられる項目に○印をご記入下さい。(複数回答可)
 1. 調理の手間が省けて便利 2. 食べたいものが選べる 3. 水や光熱費の節約で経済的
 4. 食卓の品数が増える 5. おいしい 6. 衛生的 7. 後片付けしなくてよい

5. そう菜等の調理・販売上、特に取り組んでおられることに○印をご記入下さい。(複数回答可)
 1. 郷土食・行事食も作る 2. 有機食品も使用 3. 地場産の食品を使う 4. 栄養成分表示の実施
 5. レンビを渡す 6. 味つけは薄めにする 7. その他()

6. 今後、弁当・そう菜の調理・販売に当たって取り組みたいことを教えて下さい。下記で該当するものに○印をご記入下さい。(複数回答可)
 1. 食品添加物の少ない食品を使いたい 2. 有機農産物を使いたい
 3. 食品の産地表示をしたい 4. 栄養成分表示をしたい 5. 高齢者向きのメニューを作りたい
 6. 糖尿病などの病人食にも取り組みたい 7. その他() 8. 特にない

7. 郷土料理についてお伺いいたします。
 1) 次の料理について、中食で取り扱っていますか。(特定の季節だけでもかまいません)
 また、取り扱っておられる場合、いつ頃からか該当するものに○印をご記入下さい。
 (1) じぶ煮 a. 取り扱っている → 1. 10年以前 2. 数年前 3. 最近
 b. 取り扱っていない
 <以下同様に>
 (2) 押しずし (3) えびす (4) なすのオランダ煮 (5) いかの飯煮(いかめし)
 (6) 大根ずし (7) かぶらずし (8) 蓮蒸し (9) ぶり大根 (10) 太胡瓜のあんかけ
 (11) 金時草の酢の物 (12) つる豆の煮付け

2) 郷土料理を取り扱っておられる場合、その変化(3～5年間)について該当する箇所に○印をご記入下さい。
 (1) 取り扱い品目の種類 1. 増えている 2. 変化はない 3. 減っている
 (2) 販売量 1. 増えている 2. 変化はない 3. 減っている

3) 今後、郷土料理の取り扱いの方向について教えて下さい。
 1. もっと増やしたい 2. 現状と同じく位 3. 今より減らしたい。

2.3. 集計方法

結果については単純集計及びクロス集計を行い、検定方法はカイ二乗検定を用いた。なお、各調査の回答者の属性に関する概況を表 2-1、表 2-2に示した。

表 2-1. 回答者の属性—消費者調査—

		人数(%)	
合計		133	
年 齢 層	10～20歳代	28	(21.1)
	30～40歳代	74	(55.6)
	50歳代～	31	(23.3)
就 業 形 態	学生	27	(20.3)
	専業主婦	28	(21.1)
	自営業	16	(12.0)
	常勤	38	(28.6)
	パートタイム	23	(17.3)
	その他	1	(0.8)
世 帯 人 数	1人	10	(7.5)
	2人	10	(7.5)
	3人	10	(7.5)
	4人	37	(27.8)
	5人	34	(25.6)
	6人以上	32	(24.1)

表 2-2. 回答者の属性—事業者調査—

		事業者数(%)	
合計		50	
業 態	量販店	25	(50.0)
	生活協同組合	1	(2.0)
	コンビニエンスストア	6	(12.0)
	総合食料品店	18	(36.0)
地 域 環 境	繁華街	8	(16.0)
	駅前	5	(10.0)
	市場内	1	(2.0)
	郊外	26	(52.0)
	団地周辺	10	(20.0)

3. 結 果 と 考 察

3.1. 中食の利用と販売の実態

3.1.1. 中食の利用度

消費者調査において中食の利用度を尋ねた。「よく利用する」もの10.5%、「時々利用する」もの78.2%に対して「まったく利用しない」ものは11.3%であり、よく利用するものと時々利用するものを合わせると約9割が利用しており、全国調査と同様、利用度の高いことが推察された。

この利用度について、対象の諸属性の他に調理状況、食事状況等とクロス集計を行った。筆者らが行った料理の手作り状況に関する調査⁽⁸⁾において、調理状況は勿論、食事状況とも関連が深かったことをふまえ、石川県の調査にはこれらに関する項目も加えて検討したところ、「夕食の調理時間」と有意差があった ($p < 0.05$)。図2のように、夕食の調理時間が30分以上ではどの群も「よく利用する」ものが1割未満であるが、30分未満の群では「よく利用する」もの36.4%と圧倒的に多くなっていた。「国民生活時間調査」によれば、この20年間に、勤労女性の「家事」時間は増加しているものの、家庭婦人の「家事」時間は減少傾向にあり、特に「炊事」の時間が減っているという⁽⁹⁾。筆者等が行った本学在学生の家庭を中心とした調査⁽¹⁰⁾でも、1992年と1997年で比較すると、調理時間に減少傾向があり、特に有職主婦の世帯で、1日の調理時間が60分未満の世帯が、1992年では9.8%であったものが1997年には21.7%と増加するなど、その傾向が顕著にみられ、我々の周辺でも、僅か5年の間に急速に調理簡便化傾向の進んでいることが伺えた。近年における女子の就労率の向上⁽¹¹⁾、特に家庭における調理担当者の職場進出や、たとえ専業主婦であっても余暇を重視する傾向は、今後さらに調理時間の減少に拍車がかかるものと考えられ、中食の消費の拡大に繋がるものと推察される。

なお、全国調査では、年齢層、職業、家族数などと有意差があり、若い世代ほど、また、常勤の主婦の世帯あるいは単独世帯で利用度が高くなっていた。しかし、子供の有無や、地域差については年齢層毎に比較を行ったが、有意差はなかった。

3.1.2. 中食の販売動向

事業者踏査において、中食、生鮮食料品等取扱品目毎のここ3～5年間における販売量の動向を尋ねた。中食では66.0%の事業者が「増加している」と回答しており、「減少している」と回答しているものはみられなかった。これに対し、半調理加工食品では「増加している」もの24.0%、加工・冷凍食品では36.0%、生鮮食料品では42.0%であ

図2. 夕食調理時間別中食の利用度—消費者調査—

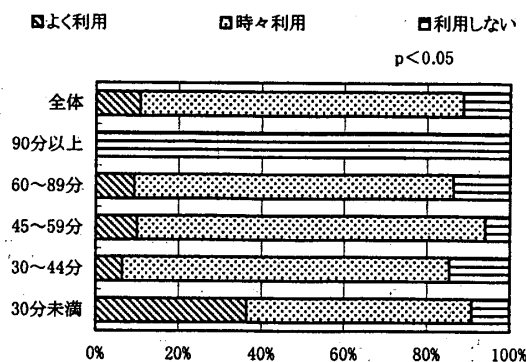
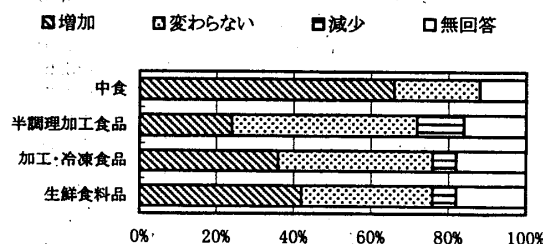


図3. 食品別の販売量の変化—事業者調査—



中食の流通と消費

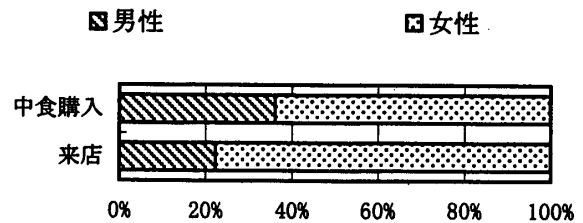
り、中食の伸びが他の食品に比べて大きいことが伺えた（図3）。

なお、生鮮食料品について、全国調査では、「減少している」ものが17.9%となっており、増加しているという回答16.2%を上回っていた。しかし、石川県は増加しているものが42.0%となっており、「減少している」ものは僅か6.2%であり。石川県では生鮮食料品への依存も依然高いようで、当地の特色があらわれていた。

3.1.3. 中食を購入する男女の比率

事業者調査において、来店者と中食を購入する男女比率を尋ねた。中食を購入する男女の比率の平均は男性36.0%、女性64.0%で、来店者においては男性22.3%、女性77.7%であることから、中食の利用における男性の比重は少なくないものと考えられる（図4）。厚生省の国民生活基礎調査に

図4. 中食利用の男女比率－事業者調査－



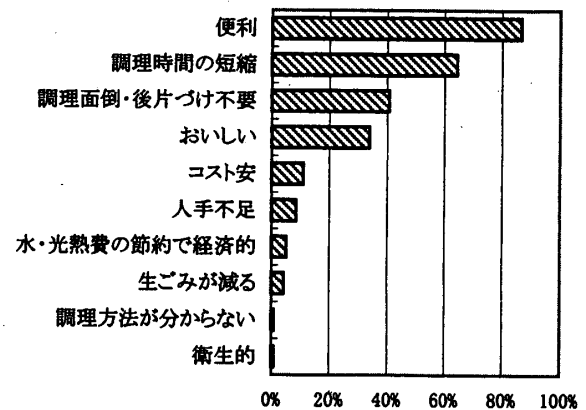
よれば、近年、平均世帯人員の減少に伴い、単独世帯の世帯の増加が著しいことが報告されている⁽¹²⁾。当然その中には男性の世帯も含まれ、このような世帯では中食の必要性は高いものと考えられる。

なお、本調査においては事業者調査の総数が少ないため、業態とのクロス集計による検討は行わなかったが、全国調査では、コンビニエンスストアで男性の利用が過半数を占めていた。

3.1.4. 中食の購入理由

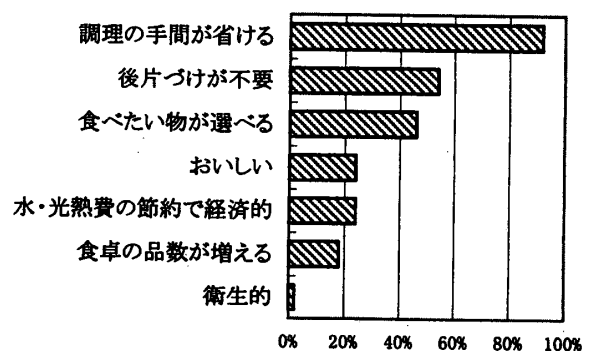
消費者調査において中食の購入理由を尋ねた（複数回答）。「便利」86.4%、「調理時間の短縮」64.4%で、これらは過半数のものが購入利用として上げていた。また、次いで多いのは「調理が面倒、後片づけが不要」40.4%で調理簡便化に関わる理由が圧倒的に多くなっている（図5）。

図5. 中食の購入理由－消費者調査－



一方、事業者調査で消費者における中食増加の理由を尋ねたところ（複数回答）、多少回答肢は異なるが、最も多いのは「調理の手間が省ける」で、92.0%のものがその理由として上げていた。次いで多いのは「後片づけが不要」54.0%で、消費者調査と同様、調理簡便化に関わる理由が多くなっている。この他「食べたいものが選べる」も46.0%の事業者が上げていた（図6）。先述のように、今日、女性の就労化や意識の変化により、調理時間が制約されるにもかかわらず、食生活水準向上への要求が高まる中では、中食の利用は不可欠と言わざるを得ない。

図6. 中食増加の理由－事業者調査－



なお、「経済的」という理由は事業者の方が高く評価しており、「おいしい」という理由は、消費者調査では33.9%のものが購入理由として上げており、予想に反し、消費者の方が高く評価する傾向であった。

3.1.5. 中食の味の評価

前項で述べたように、消費者においては、中食の購入理由としておいしいからという理由が比較的多かったが、消費者調査において、中食の味の評価を質問した。中食の味については「おいしい」とするもの12.9%、「普通」74.1%で、「おいしい」と「普通」を合わせると約9割のものが、肯定的な回答をしていた(図7)。さらに、中食の味つけを質問したところ、「濃厚」と答えたものは9.6%、「やや濃厚」と答えたものが48.2%で、過半数のものが味つけを濃いと評価しており、「薄味」と答えたものは僅か3.5%であった(図8)。

図7. 中食の味-消費者調査-

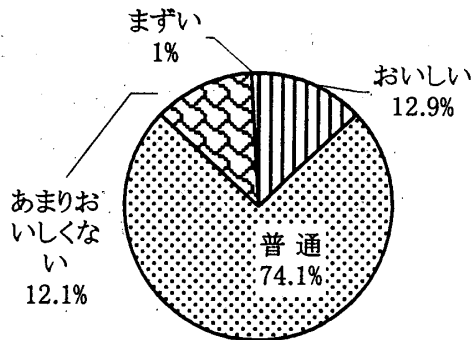
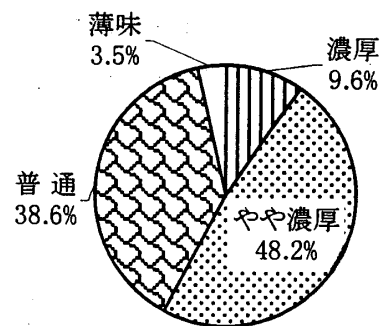


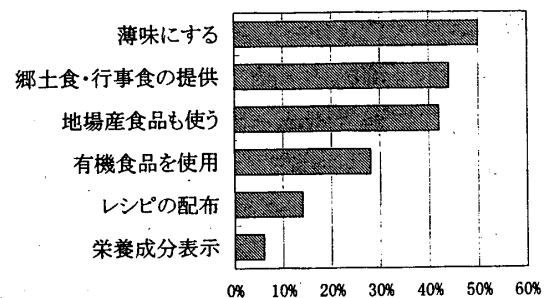
図8. 中食の味つけ-消費者調査-



3.2. 中食における消費者サービスの取り組み

事業者調査において中食の調理・販売上の取り組みを尋ねた(複数回答)。最も多いのは「薄味にする」で、50.0%の事業者が取り上げていた(図9)。「薄味にする」が最も多かったことは、従来より、我が国においては健康保持の視点から食塩摂取の抑制が取り上げられており、このことを意識しての結果と思われる。しかし、先の味つけの評価にもみられるように、消費者の過半数は味つけを「濃厚」と考えており、消費者と事業者における意識の食い違いが伺えた。

図9. 消費者サービスの取り組み-事業者調査-



次いで多いのは「郷土食・行事食の提供」の44.0%であった。これについて、筆者らがかねて実施した「郷土料理の調理実態」における調査⁽¹³⁾の中で、近年家庭において、郷土料理といわれるものの調理が減少する傾向がみられる中で、調理しないものの中でも、市販調理済み品の利用がかなりみられた。また、行事食では、行事の時のみではなく、「普通の日」にも喫食するものが少なくはなく、中食における郷土食・行事食の提供が消費者の需要と合致していることが伺えた。

なお、全国調査では「郷土食・行事食の提供」が最も多く、次いで「地場産食品の使用」であった。

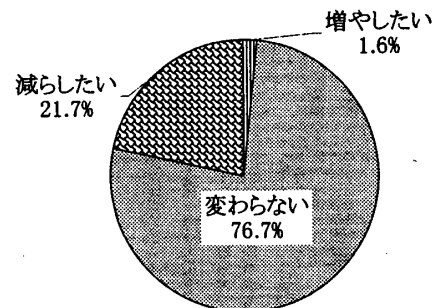
3.3. 中食の今後

3.3.1. 中食の今後の利用

消費者調査において、中食の今後の利用について尋ねた（複数回答）。「今と変わらない」というものが76.7%で、「減らしたい」というもの21.7%を大幅に上回っていた（図10）。

国民栄養調査成績によれば、調理済み食品の今後の利用について、「出来るだけ減らしたい」というものが昭和61年には23.6%であったものが、平成4年には17.1%に減少しているのに対し、「今ぐらい利用したい」というものが35.7%から、平成4年には47.9%と大幅に増えているという⁽¹⁴⁾。生活環境が変化し、多くの調理済み食品が出まわる中で、これらの利用への抵抗も次第に少なくなっているものと推察され、今回の結果でもこの傾向が反映されていた。全国調査でもほぼ同様の結果となっている。なお、「増やしたい」ものは1.6%であった。

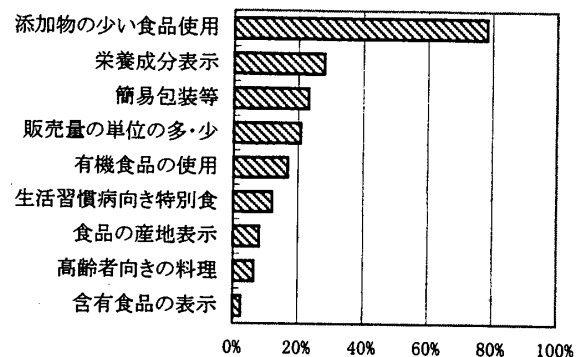
図10. 中食の今後の利用－消費者調査－



3.3.2. 中食の今後の方向

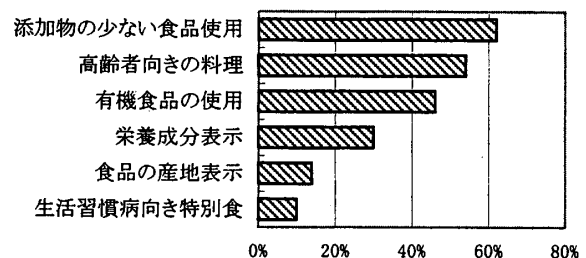
消費者調査において、中食への希望を尋ねた（複数回答）。最も多いのは「食品添加物の少ない食品の使用」があげられ、78.4%のものが希望した。その他の「栄養成分表示」や「簡易包装等」「販売量の単位の多少」は20%台であり、「有機食品の使用」や「生活習慣病向き予防食」はそれぞれ、10%台にとどまっている。また、「高齢者向きの料理」は対象に高齢者が少なかったためか、8.0%であった（図11）。

図11. 中食の今後への希望－消費者調査－



一方、事業者調査において、中食で今後取り組みたいことを尋ねた（複数回答）。ここでも最も多い回答は「食品添加物の少ない食品の使用」で62.0%の事業者が上げていた。これに次いで「高齢者向きの料理の提供」を54.0%のものが上げており、「有機食品の使用」（46.0%）、「栄養成分表示」（30.0%）と続いている（図12）。全国調査の成績と比較すると、「食品添加物の少ない食品の使用」は本調査が多くなっているが、あとはほぼ同じ傾向となっていた。

図12. 中食の今後への対応－事業所調査－



以上、今後の中食の方向として、消費者・事業者とも「食品添加物の少ない食品の使用」が上げられたが、健康問題への関心が高まる中で、多くが求めている課題であろう。同様に「栄養成分表

示」は決して多いとは言えないが、今日、情報提供が求められる時代においては今後の課題として無視できないものと思われる。しかし、将来「栄養成分表示」が実現しても、例えば、塩分管理やエネルギー管理を必要としているもの以外の一般の消費者に有効に活用されるかは疑問が残るところである。今後、食生活における中食の比重が高まるとすれば、消費者が単に嗜好や価格にとらわれるのではなく、栄養の視点からも商品選択が行われるような指導が必要になろうし、それが、食事指導に携わる我々の大きな課題といえる。

3.3. 中食における郷土料理の取り扱い

本調査の事業者調査では全国調査とは別に、郷土料理の取り扱い状況を質問した。

3.3.1. 郷土料理の取り扱い状況

郷土料理12品目について取り扱い状況を尋ねた。最も多いのは押しずしで89.6%の事業者が取り扱っていた。この他、大根ずし(77.1%)、かぶらずし(75.0%)、えびす(72.9%)、なすオランダ煮(64.6%)が過半数の事業者で取り扱われていた(図13)。他のそう菜についても取り扱っている事業者がかなりみられ、中食のメニューの多様化に伴い、従来は家庭で調理されてきた様々な郷土料理が中食の中に取り入れられていることが伺えた。

次に、これらの料理がいつ頃から取り扱われているかを「10年以前」「数年前」「最近」の категорияで質問した。取り扱い率の高い、押しずし、大根ずし、かぶらずし、えびすは過半数の事業者が「10年以前」と答えており、早い時期より、調理済み品が出まわっていたことが伺える。この他、鰯大根や太胡瓜のあんかけなども早くから取り扱っている事業者がみられた(図14)。

3.3.2. 郷土料理の取り扱い状況の変化

郷土料理の販売量の変化について尋ねたところ、60.5%が「変わらない」、37.2%は「増えている」と回答しており、「減少している」ものは2.3%であった(図15)。また、取り扱っている郷土料理の種類の変化について尋ねたところ、「変わらない」が57.1%で、「増えている」35.7%、「減少している」ものは7.1%であった(図16)。

図13. 郷土料理の販売状況

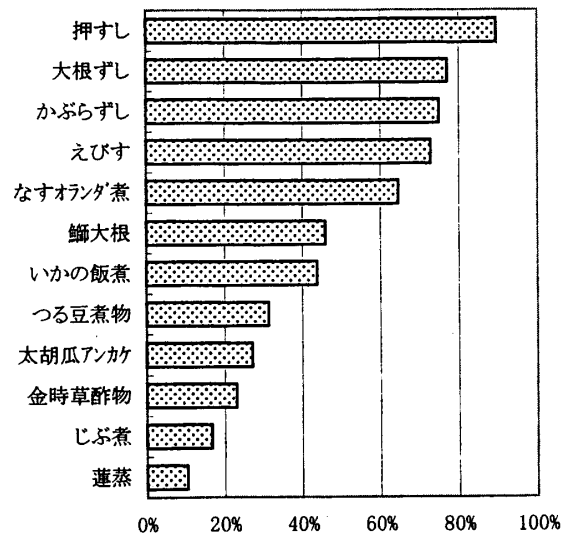
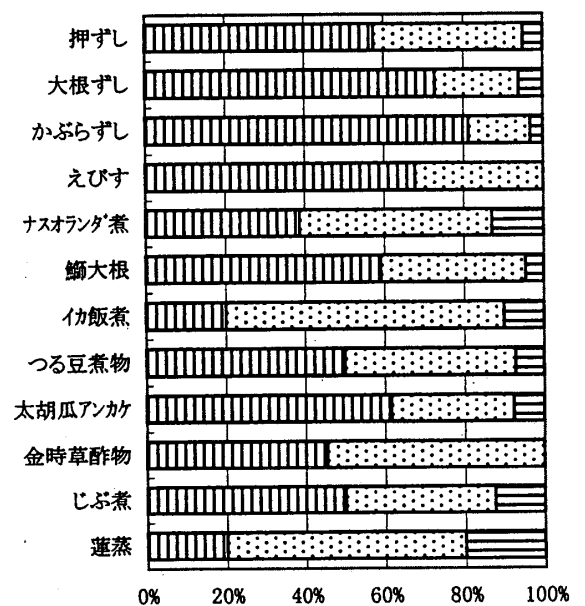


図14. 郷土料理の販売時期

□10年以前 □数年前 ■最近



中食の流通と消費

図 15. 郷土料理の販売量の変化
—事業者調査—

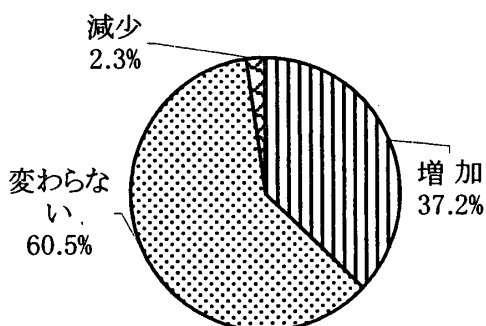


図 16. 郷土料理の種類の変化
—事業者調査—

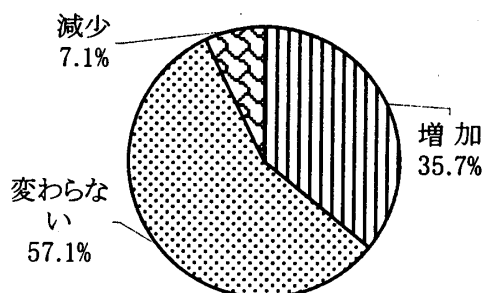
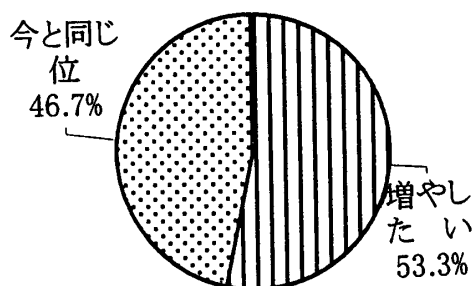


図 17. 郷土料理の今後
—事業者調査—



また、今後の方向について尋ねたところ、「増やしたい」事業者は53.3%、「現状と同じ位」が46.7%で「減らしたい」という回答はなかった（図17）。

以上の結果より、今後、中食において、郷土料理の増加していく可能性が示唆された。

近年、家庭において郷土食等が減っていく傾向にあることは先に述べたが、郷土の食素材である加賀野菜の使用実態に関する調査⁽¹⁵⁾でも、決してその使用状況は高くなく、さらに、その使用の有無に関わるものとして、主婦の就業状況や調理済み食品の利用頻度など、調理簡便化に関わる要因との関連が大きかった。すなわち、主婦が有職の世帯や調理済み食品の利用頻度が多い世帯では加賀野菜の使用度が低かった。かつて、「コロッケ」のような洋風料理が市販そう菜として家庭に定着したことを考えると、今後、加賀野菜のような伝統的な食材の消費を進めるには、さらにこれらを使ったそう菜を再度家庭に定着させる上で、中食の役割は無視できないものと考えている。従来、家庭が地域の食文化の継承の多くを担ってきたが、食生活における中食の比重が高まる中で、中食が食文化の継承に果たす役割も重要であるといえよう。

4. ま と め

(1) 中食の利用度は「よく利用する」「時々利用」を含めると約9割が利用していた。この利用度と対象の諸属性、調理状況、食事状況等との関連では「夕食の調理時間」と有意差があり、30分未満の群では「よく利用する」ものが圧倒的に多くなっていた。

新 澤 祥 恵

- (2) 中食、生鮮食料品等取扱品目毎の販売量の動向では、中食は2/3の事業者が増加していると回答しているのに対し、生鮮食料品では約4割、その他の品目もそれぞれ1/3前後で、中食の伸びが他の食品に比べて大きいことが伺えた
- なお、生鮮食料品では全国調査では、「減少している」事業者が「増加している」事業者を上回っているが、石川県は増加しているものが42.0%に対し、「減少している」ものは僅か6.2%で、当地では生鮮食料品への依存も依然高いようであった。
- (3) 来店者と中食を購入する男女比率を比較したところ、来店者においては男性22.3%であるのに対し、中食の購入では男性が36.0%で、中食の利用における男性の比重は少なくないものと考えられた。
- (4) 消費者調査における中食の購入理由では「便利」「調理時間の短縮」等調理簡便化に関わる理由が圧倒的に多くなっている。事業者調査で消費者における中食増加の理由も、同様の傾向であった。尚、経済性は事業者の方が高く評価しており、「おいしいから」という理由は予想に反し、消費者の方が購入理由として高く評価していた。
- (5) 消費者調査において、中食の味を質問したところ、中食の味については「おいしい」と「普通」を合わせると約9割のものが、肯定的な回答をしていた。さらに、中食の味つけを質問したところ、過半数のものが味つけを濃いと評価しており、薄味と答えたものは僅かであった。
- (6) 事業者における中食の調理・販売上の取り組みでは「薄味にする」が最も多く、次いで「郷土食・行事食の提供」が上げられた。近年家庭において、郷土料理といわれるものの調理が減少する傾向がみられる中で、調理しないものの中でも、市販調理済み品の利用がかなりみられ、中食における郷土食・行事食の提供が消費者の需要と合致していることが伺えた。
- (7) 消費者調査において、中食の今後の利用について尋ねた。「今と変わらない」というものが76.7%で「減らしたい」というもの21.7%を大幅に上回っており、調理済み食品が出まわる中で、これらの利用への抵抗も次第に少なくなっているものと推察される。
- (8) 消費者の中食の今後への希望では「食品添加物の少ない食品の使用」が圧倒的に多く、「栄養成分表示」「簡易包装等」が次いで多く上げられ、「高齢者向きの料理」は対象に高齢者が少なかったためか少なかった。事業者における今後への対応でも、「食品添加物の少ない食品の使用」が上げられたが、次いで多いのは「高齢者向き料理の提供」「有機食品の使用」であった。今日、健康問題への関心が高まる中で、「食品添加物の少ない食品の使用」は多くが求めている課題と思われる。同様に「栄養成分表示」は、情報提供が求められる時代においては今後の課題として無視できないものと考えられる。今後、食生活における中食の比重が高まるとすれば、消費者が単に嗜好や価格にとらわれるのではなく、栄養の視点からも商品選択が行われるような指導が食事指導に携わる我々の大きな課題なろう。
- (9) 郷土料理の取り扱い状況では、押しずし、大根ずし、かぶらずし、えびす、なすオランダ煮が過半数の事業者で取り扱われており、これらはそれぞれ早い時期より出まわっていた。また、種類・販売量では、ともに約3割が「増えている」、半数が「変わらない」と回答しており、

中食の流通と消費

また、今後の方向として、「増やしたい」「現状と同じ位」が半数ずつで、これからも増加していくことが予想された。近年、家庭において郷土食等が減っていく傾向にある中で、中食が地域の食文化の継承に果たす役割も重要であるといえる。

- (10)以上、中食は一定の評価を受けて、浸透していることが推察されるが、今後、健全な食生活に資するよう、消費者の適切な消費行動を促す食教育が望まれるところである。

参 考 文 献

- (1)総務庁統計局：家計調査年報 昭和55年，大蔵省印刷局，1980.
- (2)総務庁統計局：家計調査年報 昭和60年，大蔵省印刷局，1985.
- (3)総務庁統計局：家計調査年報 平成2年，大蔵省印刷局，1990.
- (4)総務庁統計局：家計調査年報 平成7年，大蔵省印刷局，1995.
- (5)総務庁統計局：家計調査年報 平成10年，大蔵省印刷局，1998.
- (6)藤井昭子他：食環境の市場変化と消費者行動の関わりー中食の流通と消費ー，投稿中
- (7)国民生活センター：460生活行政情報，農林水産省平成8年度食料品消費モニター第2回定期調査外食と中食，国民生活センター版，96-113，1997
- (8)新沢祥恵：家庭における調理簡便化に関わる要因，91-105，北陸学院短期大学紀要第29号，1997.
- (9)NHK放送文化研究所：国民生活基礎調査 1990年版，34-35，日本放送出版協会，1991.
- (10)新沢祥恵他：家庭における調理・食事状況の変化，日本家政学会第50回大会研究要旨集，105，1998.
- (11)経済企画庁編：平成7年版国民生活白書，105-108，大蔵省印刷局，1995.
- (12)厚生省大臣官房統計情報部（1998），平成9年国民生活基礎調査，厚生統計協会，70
- (13)新沢祥恵：現代の食生活における郷土食ー郷土料理の調理実態ー，91-106，北陸学院短期大学紀要第30号，1998.
- (14)厚生省公衆衛生局栄養課：平成6年版国民栄養の現状．48-51，第一出版，1994.
- (15)新沢祥恵他：現代の食生活における郷土食ー加賀野菜の使用実態ー，25-32，食生活研究 Vol. 20 No. 4，-，1999.

附記

本調査は、日本調理科学会ー環境と調理科学プロジェクトー消費者問題グループ（藤井昭子：神戸女子大学、坂本薫：賢明女子学院短期大学、峯木真知子：青葉学園短期大学ー、石井よう子：藤女子大学、川井考子：和歌山信愛女子短期大学、金谷昭子：神戸女子大学、新澤祥恵）による共同研究の一部である。

本稿を終えるに当たり、消費者・事業者両調査に回答をお寄せいただきました皆様に心より感謝を申し上げます。