

基礎統計資料の分析に基づく神奈川県における魚介類の消費動向と購入実態の推定

中村 良成

Estimations of the trends of consumptions and purchasing the fishes in Kanagawa Prefecture.

Ryosei NAKAMURA*

はじめに

近年、BSEや鶏インフルエンザ問題に代表されるように、輸入食料の安全性を危惧する声が強まり、「食の安全・安心」について国民の関心が非常に高まっているばかりでなく、世界的にも水産物に対する需要が高まっている。さらに、中国などのアジア諸国の経済発展に伴う日本の国力の相対的な低下により、今までのように日本が世界中から食料を輸入するような事態は不可能となりつつあり、現実には各地の水産物市場において日本の業者が中国や米国などの業者に「買い負ける」事態が起こっている。このような状況のもと、「地産地消の推進」の必要性が国民に広く認識されつつある。

神奈川県においても、2004年に制定された県政運営の総合的指針である「神奈川力構想・プロジェクト51」において、51本の戦略プロジェクト（主要施策）の一つに「地産地消の推進による農林水産業の振興」が掲げられ、「地産地消の推進」を県の主要施策として位置付けた。これを契機に、県の各研究機関・行政機関が一体となって「地産地消の推進」に向けた様々な取組みを展開している。そのうち、水産関係における大きな取組みの一つが、2005年に横浜市と共催した「第25回全国豊かな海づくり大会」である。

今後も、地産地消の推進に向けた取組みを積極的に行っていくことが肝要であるが、それらの取組みをより実効性の高いものとして行くためには、漁業生産動向のみならず、アンケート調査や意識調査などにより消費者である県民の意向を把握したり、消費者の魚介類購入実態や魚介類の販売実態など流通部門についても常にその現状を把握し、本県の水産業と県民を取巻く様々な環境について、漁業者のみならず水産関係者全体として共通認識を有していくことは必要不可欠な課題である。これまでも、水産技術センターでは消費者の魚介類イメージに対する意識調査を行ったり¹⁾、水産物に対する消費者の評価や魚介類購入時の重要項目についての調査結果を統計学的手法を用いて分析を行い^{2, 3)}県内水産物の消費拡大と魚価向上に向けた有効策について考察を重ねてきた。しかし、今まで、本県における魚介類の消費動

向や購入実態など、消費者サイドの状況について把握した報告はほとんど見当たらない。そこで今回、各種の基礎統計資料をもとに、このような分野について調査分析したので報告する。

材料および方法

調査分析に用いたのは以下の資料である。

1 全国消費実態調査 総務省統計局が国民の消費動向を調査するために5年に1度実施する調査である。本論では1989年(平成元年)、1994年(平成6年)、1999年(平成11年)および2004年(平成16年)の4回の調査結果を用いた。各年の「家計収支」の項の「1世帯あたり1ヶ月間の収入と支出」における各項目(消費支出、食料、魚介類、穀類、肉類、乳卵類、調理食品、外食 など)及び年間収入、世帯人員について調査した。なお、1989年、1994年、1999年については各年の地域別統計表(神奈川県)⁴⁾を用い、2004年については「平成16年全国消費実態調査結果(神奈川県の結果)」としてインターネットで公開されているデータ⁵⁾を用いた。

2 横浜市統計書⁶⁾ 毎年刊行されている横浜市統計書における「物価及び家計」の章の「家計」の部の「家計調査結果」から「全世帯の1世帯あたり1ヶ月間の消費支出(年平均)」の各項目(消費支出、食料、魚介類、穀類、肉類、乳卵類、調理食品、外食 など)について調査した。本書は、1955年(昭和30年)以降の各年のデータが1年も欠かさず計上されていることから、長期的な推移を見るのに用いた。

また、同書の「物価及び家計」の章の「物価」の部の消費者物価指数(食料品)の推移も調査した。

3 神奈川県の商業(商業統計調査結果報告(卸売・小売業))⁷⁾ 2~3年に1回実施される調査である。同報告書の統計表に計上されている産業分類別各種統計値から「鮮魚小売業」の商店数、従業者数、売場面積、商品販売額などを区市町村別に集計した。

データは1972年(昭和47年)から直近(2002年(平成14年))のものまで原則3年毎の集計値を用いたが、調査間隔が不規則であり、完全に3年毎に揃えることはできず、

1972(昭和47)年, 1976(昭和51)年, 1979(昭和54)年, 1982(昭和57)年, 1985(昭和60)年, 1988(昭和63)年, 1991(平成3)年, 1994(平成6)年, 1997(平成9)年, 1999(平成11年), 2002(平成14年)の結果を用いた。

4 大型小売店統計調査結果報告⁸⁾ 原則的に毎年実施されている調査である。各年の報告書を用いて大型小売店の商店数、販売額を区市郡毎に調査した。調査年は鮮魚小売店の調査対象年に合わせた。ただし、1972年は本調査が未実施だったため、1973年(昭和48年)の集計値を用いた。

5 県勢要覧⁹⁾ 各年の区市町村別人口の把握には県勢要覧を用いた。

以上の基礎統計資料を基に、本県における魚介類の消費動向や購入実態を調査分析した。

結果

1 消費実態調査にみる県内世帯の消費動向

(1) 魚介類への支出金額の動向

図1には1989年(上段)及び2004年(中段)の世帯主の年齢階層ごとの1世帯あたり(左)及び1人あたり

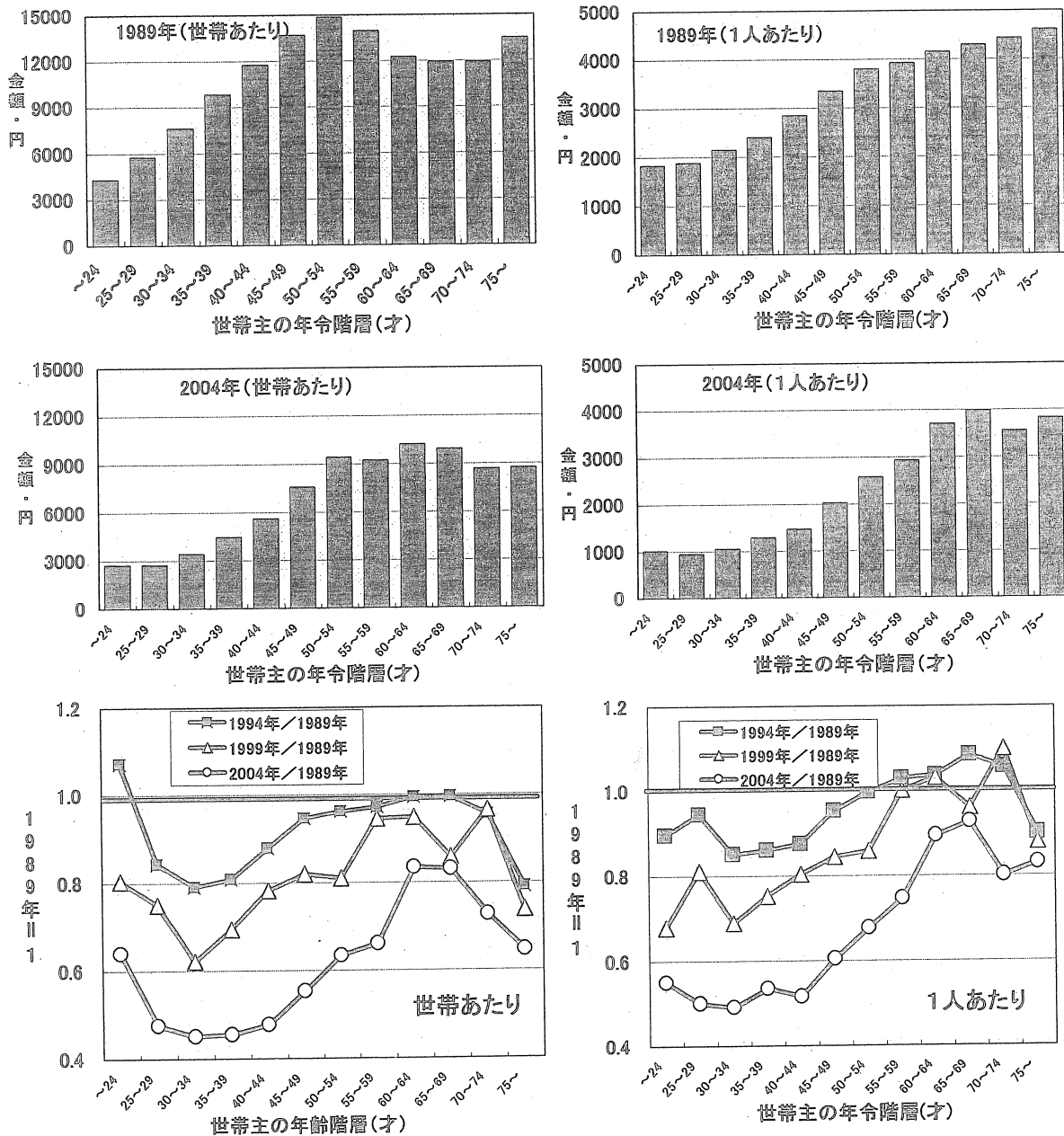


図1 世帯主の年齢階層別にみた世帯あたり(左)および1人あたり(右)の神奈川県の1ヶ月平均魚介類支出金額(上段:1989年 中段:2004年)(下段)1989年の値を1とした1994年、1999年、2004年の各年齢階層毎の相対値の推移(左:世帯あたり、右:1人あたり)

(右)の1ヶ月平均魚介類支出金額を示す。1人あたり金額は世帯あたり金額を各年各階層の平均世帯員数で除して求めた。また、1989年の各年令階層ごとの値を1とした2004年の各階層の相対値を下段に示した。なお、この間の推移として1994年、1999年の相対値も示した。

なお、消費者物価調査によると、1989年=1とした横浜市の食料品の消費者物価指数は1994年=1.13、1999年=1.11、2004年=1.09と大差なかったため、各年の支出額の物価推移に伴う補正は行わなかった(以下同じ)。

世帯あたり金額でみると、1989年は50~54才の階層がピークで14,866円であり、40~44才以上の階層では全て10,000円以上であったのに対し、2004年は60~64才の階層における10,203円がピークで、他には10,000円を上回る階層は無かった。

1人あたり金額をみると、1989年は年令階層が上がるほど増加し、75才以上の4,607円がピークであった。2004年もほぼ同様の傾向であるがピークは65~69才の階層の3,982円であった。1989年を1とした相対値を見ると、標本数の少ない24才以下の階層を除けば、40~44才より若い階層では世帯あたり、1人あたりどちらも2004年の値は0.6以下となり、落ち込みが激しかった。

図2には1989年の世帯主の年令階層別1ヶ月平均魚介類支出金額(棒グラフ)をベースとして、各階層がその5年後(1994年)、10年後(1999年)、15年後(2004年)に移行した時の値を折れ線グラフで示した。これをみると、1989年時で40~44才(2004年時には55~59才に移行)以下の若い階層では、1989年の棒グラフに示されるような年令の進行に伴う魚介類消費金額の伸びが縮小または減少していることが読み取れる。例えば、1989年の25~29

才の階層の世帯あたり支出金額は5,755円であるが、もし、魚介類の消費動向が1989年のペースで推移するとしたら1994年には30~34才の階層に移行し7,624円、1999年には35~39才の階層に移行し9,853円、2004年には40~44才の階層に移行し11,767円と消費金額は順調に増加していくはずである。ところが、実際は1994年は6,026円、1999年は6,836円とその伸びは鈍く、さらに2004年にいたっては5,613円と減少に転じ、1989年時の40~44才の値(11,767円)の半分以下であった。

特に1人あたり金額で見るとその傾向は顕著で、1989年の場合は年令階層の進行とともに支出金額は一貫して順調に増加しているが、1989年時に30~34才の階層から下の階層では、その後、年令が進行してもほとんど横ばいか減少基調という従来とは全く逆の傾向にあった。

(2) 調理食品への支出金額の動向

図3には1989年(上段)及び2004年(中段)の世帯主の年令階層ごとの1世帯あたり(左)及び1人あたり(右)の1ヶ月平均の調理食品支出金額を示す。1人あたり金額は世帯あたりの金額を各年各階層の平均世帯員数で除して求めた。また、1989年の各年令階層ごとの値を1とした2004年の各階層の相対値を下段に示した。なお、この間の推移として1994年、1999年の相対値も示した。

世帯あたり支出額は、1989年の場合、最小は24才未満の階層の4,100円、最大は45~49才の階層の6,050円であった。2004年の場合、最小は30~34才の階層の6,050円、最大は45~49才の階層の10,500円であった。最小と最大の差は魚介類ほど大きくなかった。1人あたり支出額は、1989年の場合、最小は50~54才の階層の1,400円、

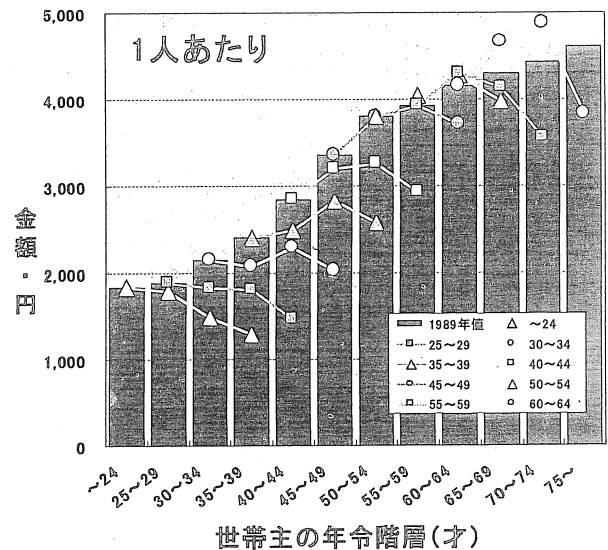
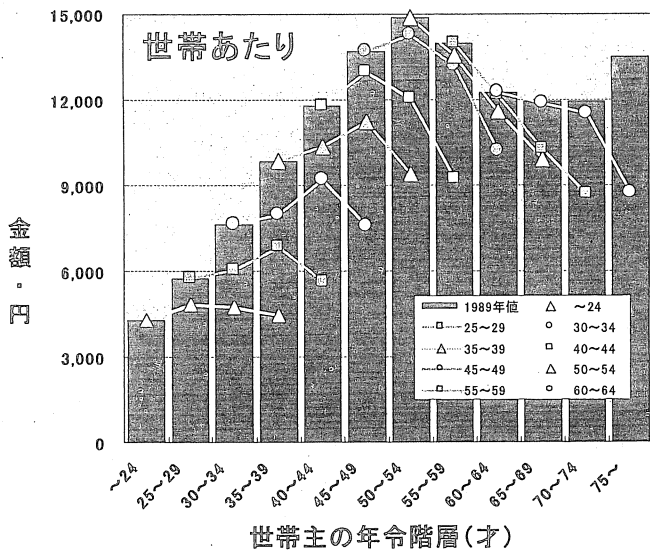


図2 1989年の世帯主の年令階層別1ヶ月平均魚介類支出金額(棒グラフ)とその5年後(1994年)、10年後(1999年)、15年後(2004年)に移行した時の値(折れ線グラフ)(左:世帯あたり、右:1人あたり)

最大は65～69才の階層の1,850円であった。2004年は、最小は30～34才の階層の1,900円、最大が70～74才の階層の3,620円であり、魚介類でみられたような年令の進行に伴う一貫した金額の増加は認められなかった。

1989年を1とした相対値を見ると、世帯あたり金額、

1人あたり金額どちらも45～49才の階層から上では1989年以降、1994年→1999年→2004年と値が伸びていったが、40～44才の階層から下の階層では1994年以降の伸びは認められなかった。

図4には1989年の世帯主の年令階層別1ヶ月平均調

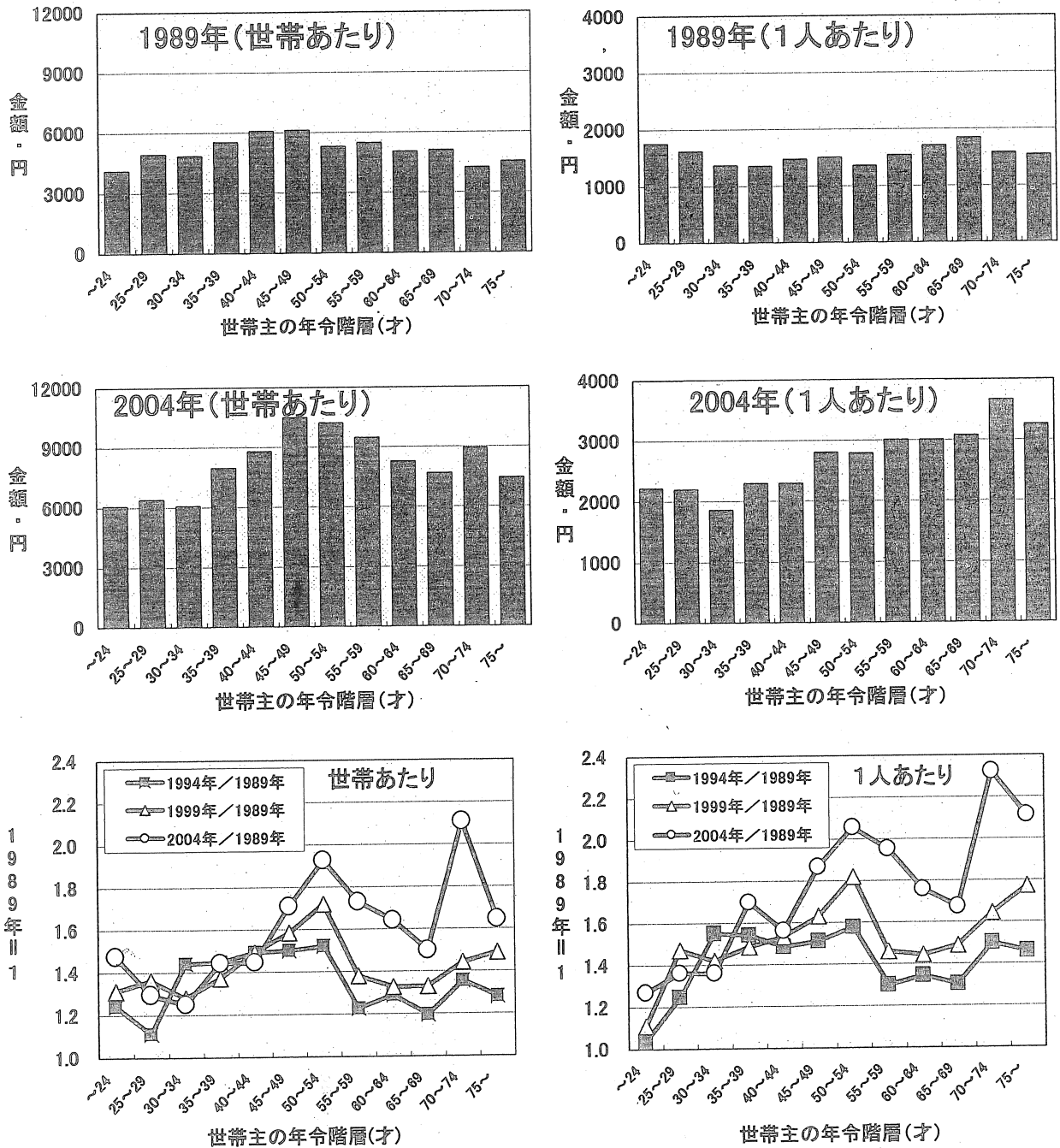


図3 世帯主の年令階層別にみた世帯あたり(左)および1人あたり(右)の神奈川県1ヶ月平均調理食品支出金額(上段:1989年 中段:2004年)(下段)1989年の値を1とした1994年、1999年、2004年の各年令階層毎の相対値の推移(左:世帯あたり、右:1人あたり)

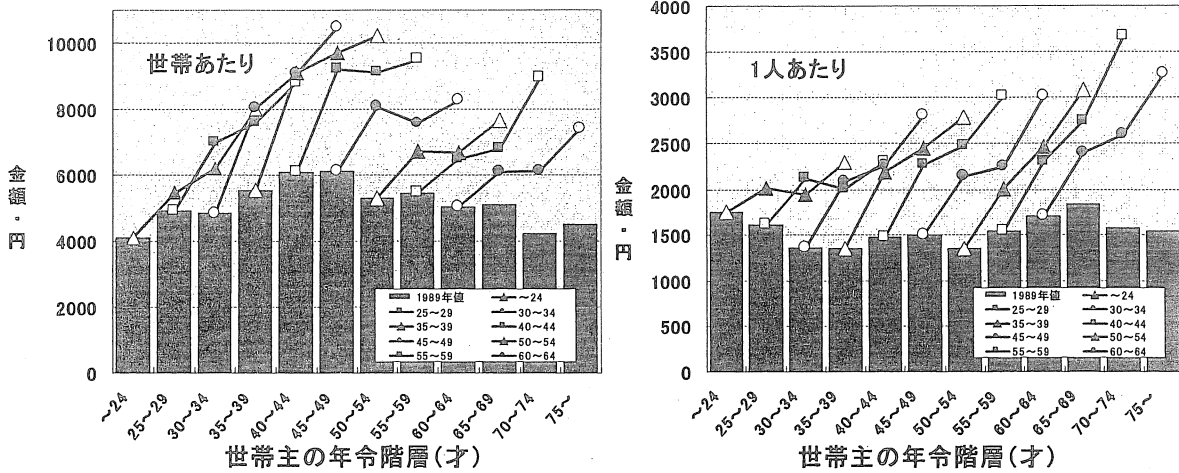


図4 1989年の世帯主の年齢階層別1ヶ月平均調理食品支出金額(棒グラフ)とその5年後(1994年)、10年後(1999年)、15年後(2004年)に移行した時の値(折れ線グラフ)(左:世帯あたり、右:1人あたり)

理食品支出金額(棒グラフ)をベースとして、各階層がその5年後(1994年)、10年後(1999年)、15年後(2004年)に移行した時の値を折れ線グラフで示した。これを見ると、図2の魚介類の場合とは全く逆に、世帯あたり、一人あたりともすべての階層で金額を大きく伸ばしていることが読み取れる。

例えば、1989年時で30~34才の階層の世帯あたり支出金額は4,850円である。もし、その後の動向が1989年のペースで推移したとしたら、1994年には35~39才に移行し5,562円、1999年には40~44才に移行し6,085円、2004年には45~49才の階層に移行し6,103円と微増する程度のはずであった。しかし、実際には1994年は8,002円と急増し、その後も1999年は9,045円、2004年は10,600円と増加していった。特に高齢者の1人あたり支出金額で見るとその傾向は顕著であった。例えば、1989年時55~59才の階層の一人あたり支出金額は1,532円である。もし、その後の動向が1989年のペースで推移するとしたら、1994年には60~64才に移行し1,680円、1999年には65~69才に移行し1,820円と微増に留まり、2004年には70~74才の階層に移行し1,550円と減少するはずであった。しかし、実際には1994年は2,312円、1999年は2,712円、2004年は3,613円と急増し、1989時の1,550円の2倍以上であった。

このように、調理食品支出金額は1989年以降、各階層ともに著しく増加していったが、世帯あたり金額の場合、1989年時で40~44才の階層より下の階層での1989年から1994年にかけての伸びが著しく、1人あたり金額では1989年時で45~49才の階層より上の階層での1999年から2004年にかけての伸びが著しかった。

(3) 各項目の支出金額および年間収入の動向

図5には、消費実態調査に計上されている8項目について、1989年の値を1としたその後の推移を示した。

2004年の対1989年比は、調理食品以外は全て1を下回っていた。外食費も1999年から2004年にかけて減少し、1989年の値を下回っている。年間収入ですら2004年は1989年の値を下回っており、1994年以降、世の中にデフレーションが進行したことがうかがえる。とりわけ、魚介類、穀類、肉類といった調理素材というべき項目の値は1989年以降一貫して減少し、その中でも魚介類の減少率が最も大きく、2004年は対1989年比で0.63であった。一方、調理食品の支出額だけは一貫して伸び続け、2004年は対1989年比で1.55であった。

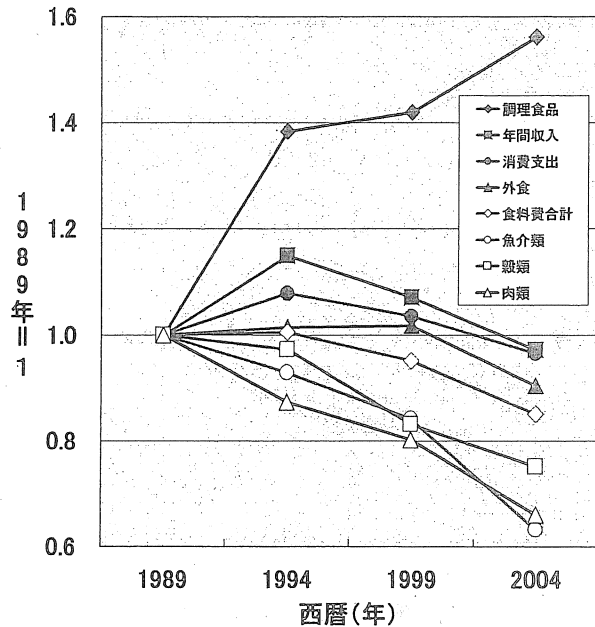


図5 消費実態調査における各項目の値(神奈川県全世帯平均値)を1989年=1とした時の1994年、1999年および2004年の推移

(4) 地域別魚介類購入金額の推移

図6には本県を①～⑥の6つの地域に分け、各地域の世帯あたり1ヶ月平均魚介類購入金額の推移を示す。全ての地域で一貫した減少傾向にあったが、その中でも西湘地域(⑤)の値は他の5地域に比べて常に高かった。しかし、西湘地域の値とその他5地域の平均値の差と比較すると、1989年は3,008円、1994年は1,986円、1999年は1,702円、2004年は858円となり、その差は年々小さくなっていった。また、1999年から2004年にかけての川崎市(②)の落ち込みも著しかった。

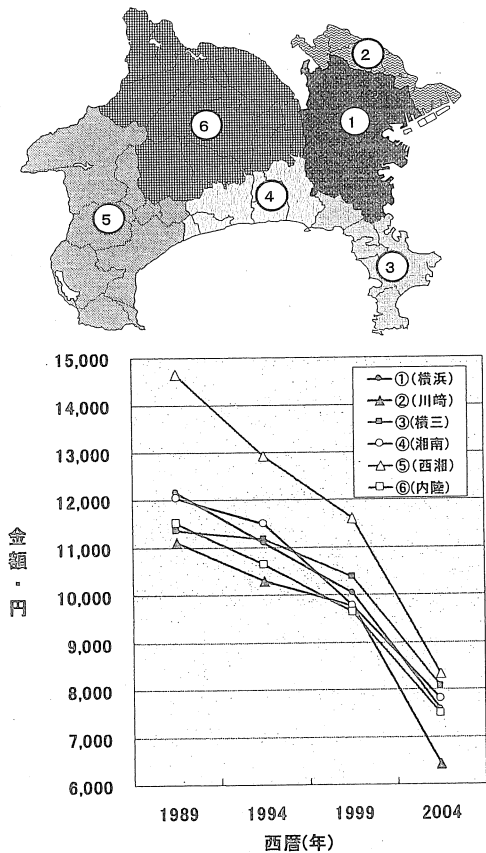


図6 神奈川県を6地域(上図)に分けて示した1世帯あたり1ヶ月平均魚介類支出金額の推移(下図)

2 横浜市の家計調査にみる食費構成要素の長期的動向

図7には1955年(昭和30年)以降の1ヶ月平均の消費支出、食料費およびエンゲル係数の推移を示す。1955年には消費支出は24,391円、食料費は11,376円であったが、両者ともほぼ単調に増加して、消費支出は1993年の397,459円、食料費は1992年の91,602円をピークとした後は減少し、2003年は消費支出が340,857円、食料費が77,971円であった。すなわち、1955年の値と比較して、1990年代前半をピークに消費支出は約16倍、食料費は約8倍に伸びていた。これに伴い、エンゲル係数(消費支出に占める食料費の割合)は、短期的に上昇した年はあるものの1955年の46.7%から1988年の23.8%までほぼ連続して下がり続けた後、1988年以降は22%~25%の間で推移している。

るものの1955年の46.7%から1988年の23.8%までほぼ連続して下がり続けた後、1988年以降は22%~25%の間で推移している。

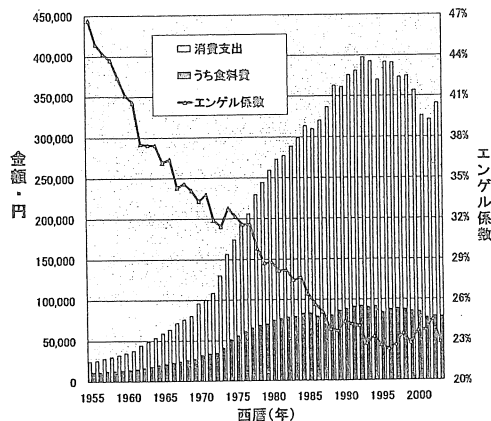


図7 横浜市の家計調査の結果に基づく1955年以降の1世帯あたり1ヶ月平均の消費支出、食料費及びエンゲル係数の推移

図8には、各項目(魚介類、穀類、肉・乳類、外食、調理食品(加工食品))の食費に占める割合(占有率)の1978年(昭和53年)から2003年(平成15年)までの推移を示した。

魚介類、穀類、肉・乳類の3者の占有率は短期的な増加は見られるものの減少基調にあり、魚介類は1979年の14.7%、穀類は1981年の14.0%、肉・乳類は1978年及び1981年の17.9%から2003年はそれぞれ順に10.2%、9.6%、12.9%へと減少した。一方、外食と調理食品(加工食品)は前者とは逆に短期的な減少は見られるものの、増加基調にあり、外食は1982年の11.3%、調理食品(加工食品)は1978年の4.9%から2003年はそれぞれ順に18.9%、10.3%と増加した。

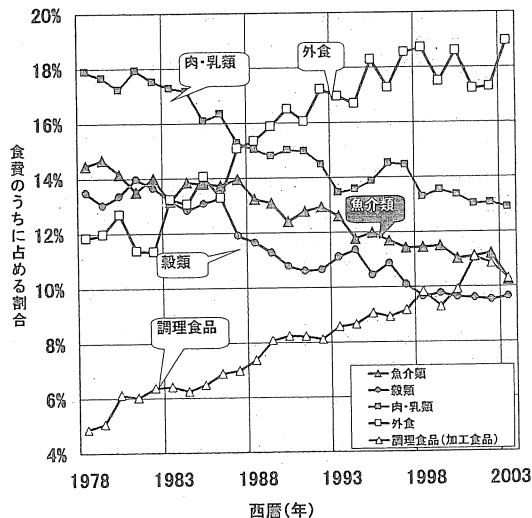


図8 横浜市の家計調査の結果に基づく食費のうちに占める各項目の割合(構成比)の推移

3 区市町村別に見た鮮魚小売店の動向と購買状況の推定

(1) 2002年の区市町村別鮮魚小売店1万人あたり店舗数

2002年の神奈川県の鮮魚小売店店舗数は1,189店であり、人口1万人あたり1.38店であった。図9には区市町村毎の1万人あたり店舗数を5段階に分けて示した。最高は真鶴町の7.82店であり、湯河原町6.24店、三浦市6.03店、開成町5.08店、箱根町4.58店、山北町4.55店、小田原市4.46店、大磯町4.32店が続き、西湘地区の市町は全て3店以上となり県平均の2倍を超えていた。一方、青葉区0.28店、麻生区0.34店、宮前区0.49店、都築区0.54店、座間市0.55店及び相模市0.57店など、県内陸部の区市町は多くが1店未満であり、県平均を大きく下回っていた。

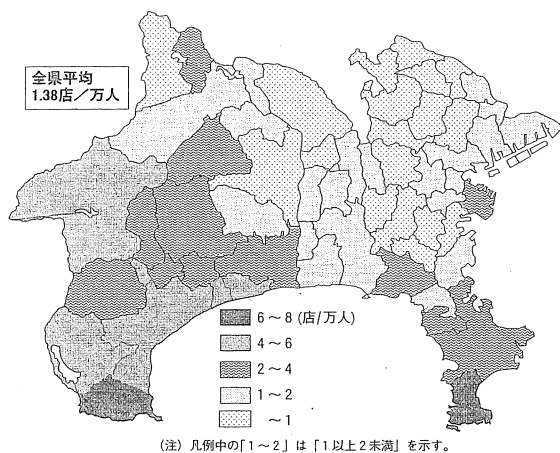


図9 2002年の神奈川県における鮮魚小売店の人口1万人あたり店舗数の区市町村別分布状況

(2) 1976年を1とした2002年の区市町村別鮮魚小売店残存率

統計資料に基づく本県の鮮魚小売店店舗数は1976年前後がピークである。そこで、1976年の店舗数(全県合計では2,681店)を1とした2002年の店舗数の相対値を「残存率」として図10に各区市町村別に6段階に分けて示した(全県平均の残存率は0.44(1,189/2,681=0.443)であった)。1を上回ったのは開成町のみであった。次いで三浦市の0.89、大井町の0.83、城山町の0.75、真鶴町の0.7、秦野市、南足柄市、山北町の0.67、小田原市の0.66が続き、西湘地区および三浦半島では県平均を上回る市町が多かった。低いほうでは津久井町の0.25、磯子区の0.27、多摩区(麻生区含む)、座間市、幸区の0.29、港南区、高津区(宮前区含む)の0.30などが続き、県東部や内陸部の区市町では県平均値を下回る場所が多かった。

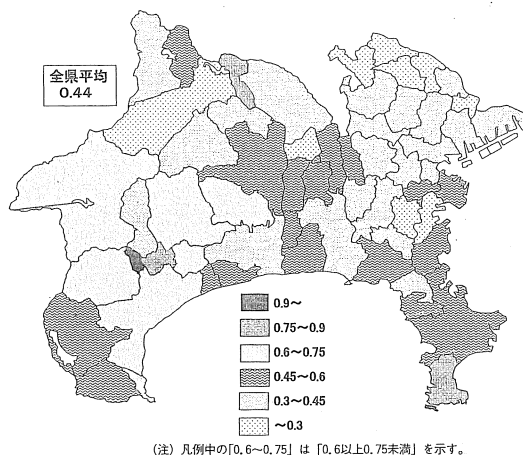


図10 2002年の神奈川県における区市町村別に見た鮮魚小売店残存率(1976年の店舗数を1とした時の2002年の相対値)

(3) 2002年の区市町別1店あたり平均年間商品販売額

図11には区市町毎に2002年の鮮魚小売店の1店あたり平均年間商品販売額を6段階に分けて示した。全県平均値は6,038万円であった。なお、店舗数が少ない湯河原町、藤野町および清川村は商業統計で年間商品販売額のデータが非公開のため計算不能であった。1店あたり平均年間商品販売額の多い順に逗子市19,712万円、港南区18,368万円、寒川町16,878万円、麻生区16,697万円となり、この4区市町が15,000万円以上に突出していた。次いで西区10,252万円、座間市10,240万円、保土ヶ谷区10,031万円、港北区10,012万円が続いた。低いほうでは津久井町1,626万円、葉山町1,733万円、相模湖町1,936万円、大磯町2,148万円、高津区2,153万円、松田町2,377万円などであった。西湘地区は、箱根町以外の各市町の値は県平均値以下であった。横浜市、川 島市の内陸の各区も県平均値以下の所が多かった。

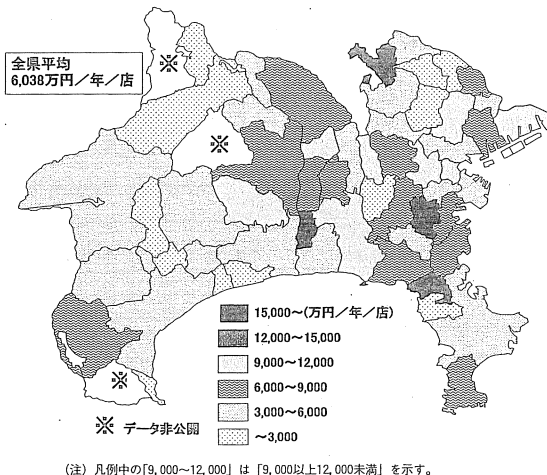


図11 2002年の神奈川県における鮮魚小売店の1店あたり平均年間商品販売額の区市町別分布状況

(4) 2002年の区市町別住民1人あたりの鮮魚小売店からの年間購入金額

図12には各区市町における2002年の鮮魚小売店の年間商品販売額をその区市町の人口で除し、「住民1人あたりの鮮魚小売店からの年間購入金額」として6段階に分けて示した。全県平均値は8,447円であった。三浦市53,254円、箱根町37,241円、逗子市33,665円の3市町が3万円以上となり突出していた。それ以外では真鶴町の21,288円、西区の19,127円、開成町の18,299円、寒川町の18,099円、小田原市の17,169円、鎌倉市の16,266円などが続いた。低いほうでは宮前区の1,402円、青葉区の1,409円、都筑区の1,521円、高津区の1,580円、津久井町の1,640円、泉区の1,747円などであった。相模湾沿岸の各市町と西湘地域に購入金額の高い市町が多く、横浜市及び川崎市の内陸各区では低い区が多かった。なお、前述のように湯河原町、藤野町および清川村は年間商品販売額のデータが非公開であるため計算不能であった。

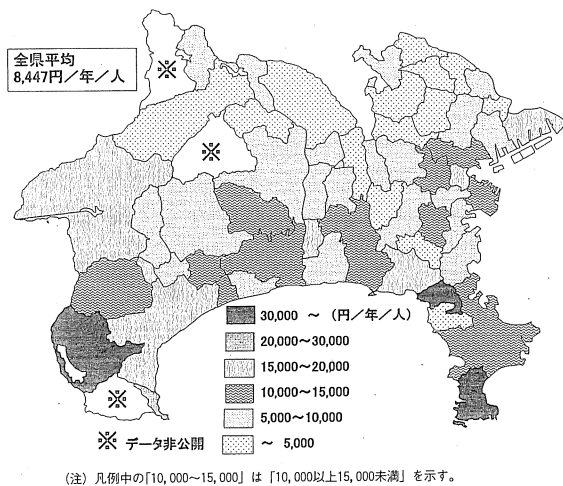


図12 2002年の神奈川県における住民1人あたりの鮮魚小売店からの年間購入金額の区市町別分布状況

(5) 鮮魚小売店の1店舗あたり売場面積と年間商品販売額および売場面積1㎡あたり年間商品販売額の推移

図13~15には全県平均値で見た鮮魚小売店の1店舗あたり売場面積、年間商品販売額および売場面積1㎡あたり年間商品販売額の推移を示す。

1店舗あたり売場面積は1972年の24.6㎡から1999年の48.9㎡まで増加した後、2002年は45.5㎡であった。1店舗あたり年間商品販売額は1972年の1,518万円から2002年の6,130万円まで一貫して増加した。売場面積1㎡あたり年間商品販売額は1972年の61.7万円から1988年の153.7万円まで増加した後はほぼ横ばいから減少、増加と小刻みに動き、2002年は134.6万円であった。

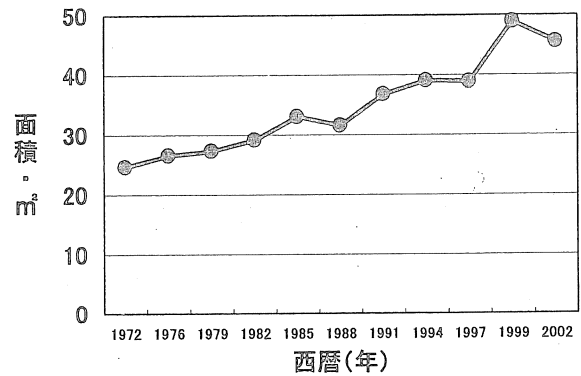


図13 神奈川県における鮮魚小売店の1店舗平均売場面積の推移

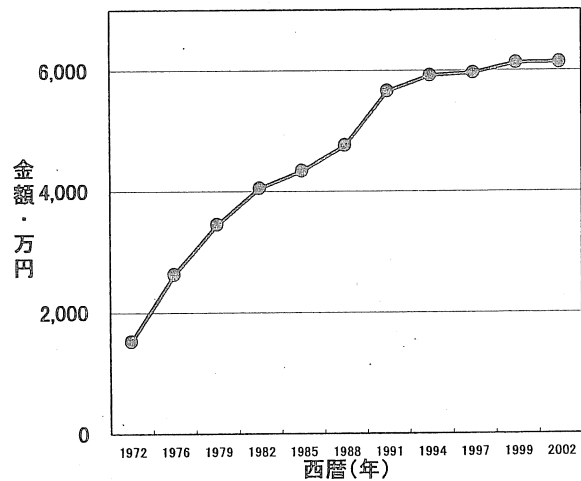


図14 神奈川県における鮮魚小売店の1店舗平均年間商品販売額の推移

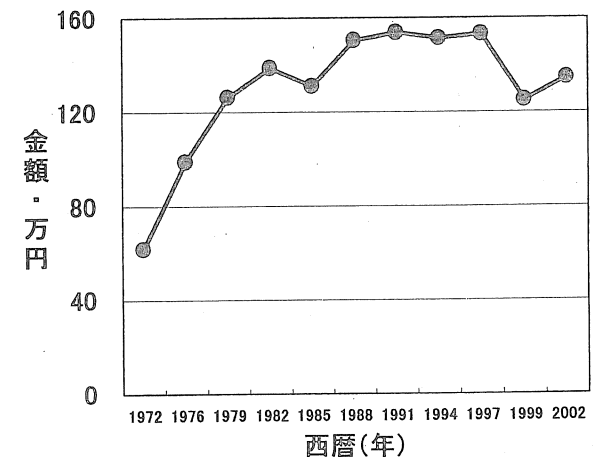


図15 神奈川県における鮮魚小売店の売場面積1㎡あたり年間商品販売額の推移

4 大型小売店の動向と鮮魚小売店との関係

図16には鮮魚小売店及び床面積1,000㎡以上の大型小売店の店舗数の推移を示した。なお、集計年が揃わなかったため1972年は鮮魚小売店の値のみ、1973年は大型小売店の値のみ示した。

鮮魚小売店は1972年の2,522店から1976年の2,681店に増加したのをピークに、一貫して減少傾向にあり、2002年は1,189店と1976年の店舗数の44.3%にまで減少した。1,000㎡以上の大型小売店は1973年の177店から1999年の568店まで一貫して増加基調にあったが、2002年は556店と僅かに減少した。

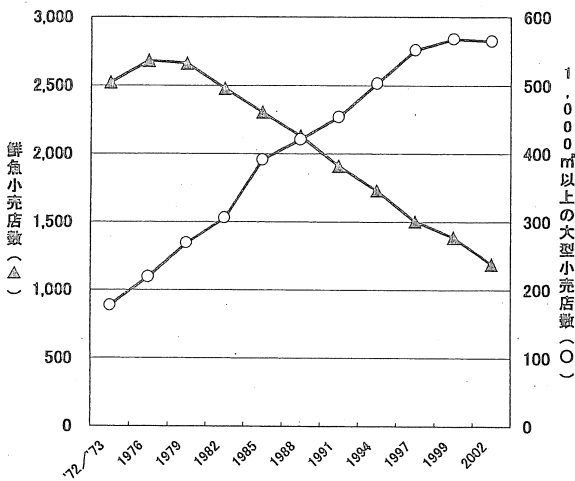


図16 神奈川県における鮮魚小売店 (○) および床面積1,000㎡以上の大型小売店 (▲) の店舗数の推移 (横軸の'72/'73は1972年の鮮魚小売店の値と1973年の大型小売店の値で比較)

図17には神奈川県における魚介類の「1人あたり年間購入金額」の推移を鮮魚小売店からと大型小売店からに分けて示した。鮮魚小売店の値については、商業統計における各年の鮮魚小売店の年間商品販売額をその年の本県の総人口で除して「1人あたり年間購入金額」とした。大型小売店の場合、「大型小売店統計調査結果報告」には「食料品販売額」が計上されているのみであり、その細かい内容については不明である。そこで、魚介類販売額を求めるに当たって、以下のように推定した。まず、横浜市の家計調査の結果を元に「食費のうち魚介類」の値を「食費総計」で除することで「食費に占める魚介類購入費の割合」を求め、この値を「大型小売店統計調査」における各年の「食料品販売額」に乘じ、この値を大型小売店における魚介類販売額 (推定値) とみなした。さらにこの値を各年の本県の総人口で除して大型小売店からの1人あたり魚介類年間購入金額 (推定値) とした。本来ならば各区市町ごとにこのような推定を行って積み上げていくべきであるが、家計調査のデータが毎年連続

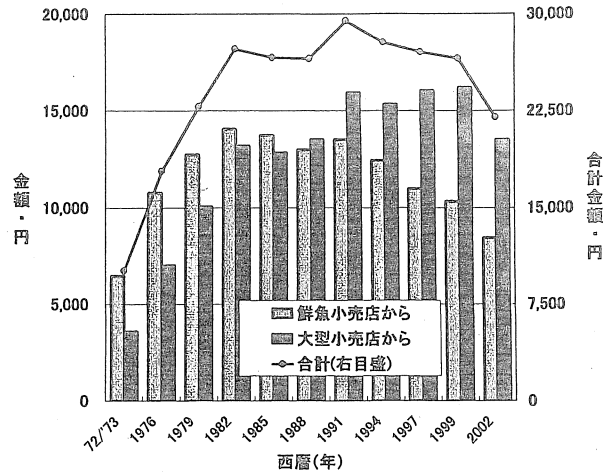


図17 神奈川県における1人あたり魚介類年間購入金額 (推定値) の推移 ((鮮魚小売店からおよび大型小売店から): 横軸の'72/'73は1972年の鮮魚小売店からの値と1973年の大型小売店からの値で比較)

的に公表されているのは横浜市統計書のみである。5年毎の消費実態調査においても、県下全区市町村で調査が行なわれるわけではなく、町村においては調査未実施のところも多い。また、調査が行なわれた場合でも、サンプル数が30以下と少ない市町も多くデータのばらつきが大きい。そこで、毎年100以上のサンプルを集計している横浜市の値で代表させた。横浜市の人口は常に神奈川県の30%以上を占めており、横浜市の値を本県の代表値としても大差ないと判断した。

鮮魚小売店からの1人あたり年間購入金額は、1972年の6,484円から1982年の14,080円まで急増したのをピークに1991年まではほぼ横ばいで推移した後、急激に減少し2002年には8,447円と1982年の値の約60%にまで低下した。一方、大型小売店からの1人あたり魚介類年間購入金額 (推定値) は1973年の3,610円から1999年の16,211円までほぼ増加基調に推移したが、2002年は13,525円に減少した。両者合計した値を図17中の折れ線グラフで示すが (図中一番左は1972年の鮮魚小売店の値と1973年の大型小売店の値を合計したもの)、1982年の27,279円まで急増した後は伸びが鈍化し、1991年の29,489円をピークとして減少し、2002年は21,972円と1991年の値の約75%に留まっていた。

両者合計した「1人あたり魚介類年間購入金額」の構成比は1976年は鮮魚小売店からが61%、大型小売店からが39%であったが、1985年から1988年にかけて逆転し、1999年は鮮魚小売店からが39%、大型小売店からが61%、2002年は鮮魚小売店からが38%、大型小売店からが62%となった。

図18には1人あたり魚介類年間購入金額に占める鮮

魚小売店からの割合（構成比）を6段階に分けて区市郡ごとに示した。左が1999年、右が2002年のデータである。大型小売店からの1人あたり魚介類年間購入金額については、大型小売店統計調査における区市郡ごとの年間食料品販売額に前述の横浜市の家計調査の結果から求めた「食費に占める魚介類購入費の割合」を乗じ、さらにこの値を各区市郡ごとにその人口で除して1人あたり金額（推定値）とした。

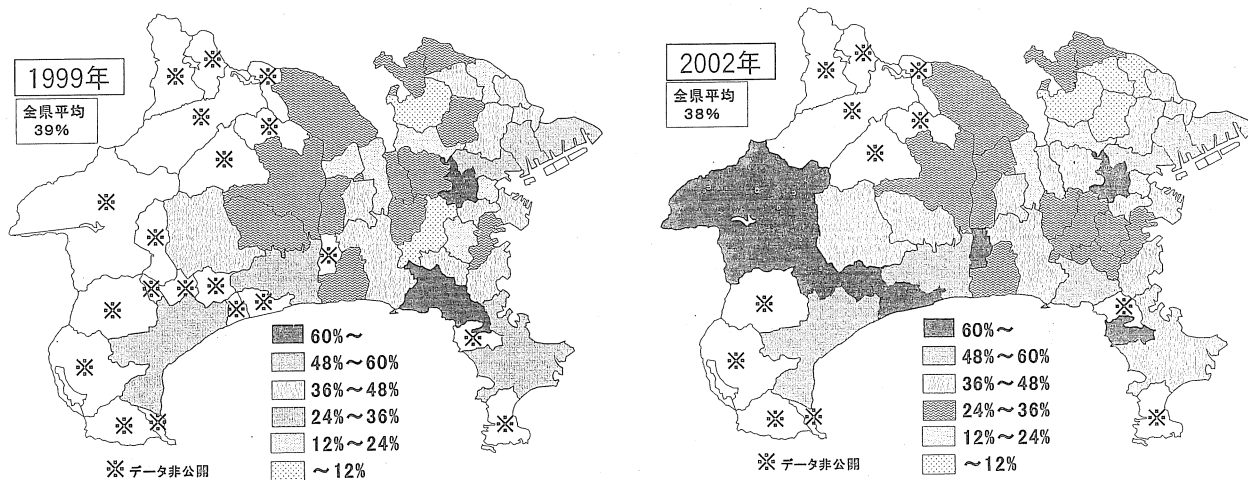
なお、店舗数が少ない一部の区市（1999年は三浦市および南足柄市、2002年は栄区、泉区、逗子市、三浦市および南足柄市）については大型小売店統計調査における年間食料品販売額のデータが非公開のため計算不能であった。また、同調査では町村については郡単位でまとめられ町村単独では集計されず、さらには店舗数の関係で食料品販売額が非公開で計算不能となる場合も多かった。1999年は全郡（すなわち全町村）で非公開となり、2002年は足柄上郡（山北町、松田町、開成町、大井町、中井町）および中郡（大磯町、二宮町）・三浦郡（葉山町）・高座郡（寒川町）の3郡を一括した値が公開されているのみであり、足柄下郡（箱根町、真鶴町、湯河原町）、津久井郡（藤野町、相模湖町、城山町、津久井町）および愛甲郡（愛川町、清川村）については非公開で計算不能であった。

鮮魚小売店からの構成比が60%を超えたのは1999年は保土ヶ谷区、鎌倉市、逗子市、2002年は保土ヶ谷区、郡部（足柄上郡および中郡・高座郡・三浦郡の3郡一括

のデータ）のみであった。逆に、その構成比が20%を下回ったのは1999年が高津区、緑区、港南区、座間市、戸塚区および青葉区であり、2002年は大和市、西区、緑区、高津区、宮前区、都筑区および青葉区であった。

図19には縦軸を「1人あたり魚介類年間購入金額」、横軸を「1人あたり魚介類年間購入金額に占める鮮魚小売店からの割合（構成比）」として、各区市郡における両者の関係をプロットして示した。左が1999年、右が2002年のデータである。ただし、「1人あたり魚介類年間購入金額」が1999年は161,073円、2002年は121,181円と他区市郡と比べて著しく大きい西区のデータは除外した（西区の値が突出しているのは横浜駅周辺やみなとみらい地区に大規模なデパートが複数存在するため、その影響によると思われる）。両者の関係には相関が認められた（1999年は相関係数0.41、2002年は同0.29）。すなわち、本県においては「鮮魚小売店を良く利用する地域ほど住民は魚介類を良く購入する（大型小売店を良く利用する地域ほど住民は鮮魚を買わない）傾向にある。」といえる。

図20には1999年および2002年の「1人あたり魚介類年間購入金額」を区市郡ごとに6段階に分けて示した。前述のようにデータ非公開の区市郡が多く、明瞭な地域傾向は認められないが、西区、港南区、川崎区などのほか鎌倉市、逗子市、小田原市、横須賀市などで購入金額が多くなった。



(注) 足柄上郡(松田町・山北町・開成町・大井町・中井町)は郡平均値、中郡(二宮町・大磯町)、三浦郡(葉山町)は3郡一括の平均値で示す。

(注) 凡例中の「36%~48%」は「36%以上48%未満」を示す。

図18 1999年（左）および2002年（右）の神奈川県における1人あたり魚介類年間購入金額（推定値）に占める鮮魚小売店からの割合（構成比）の区市町別分布状況

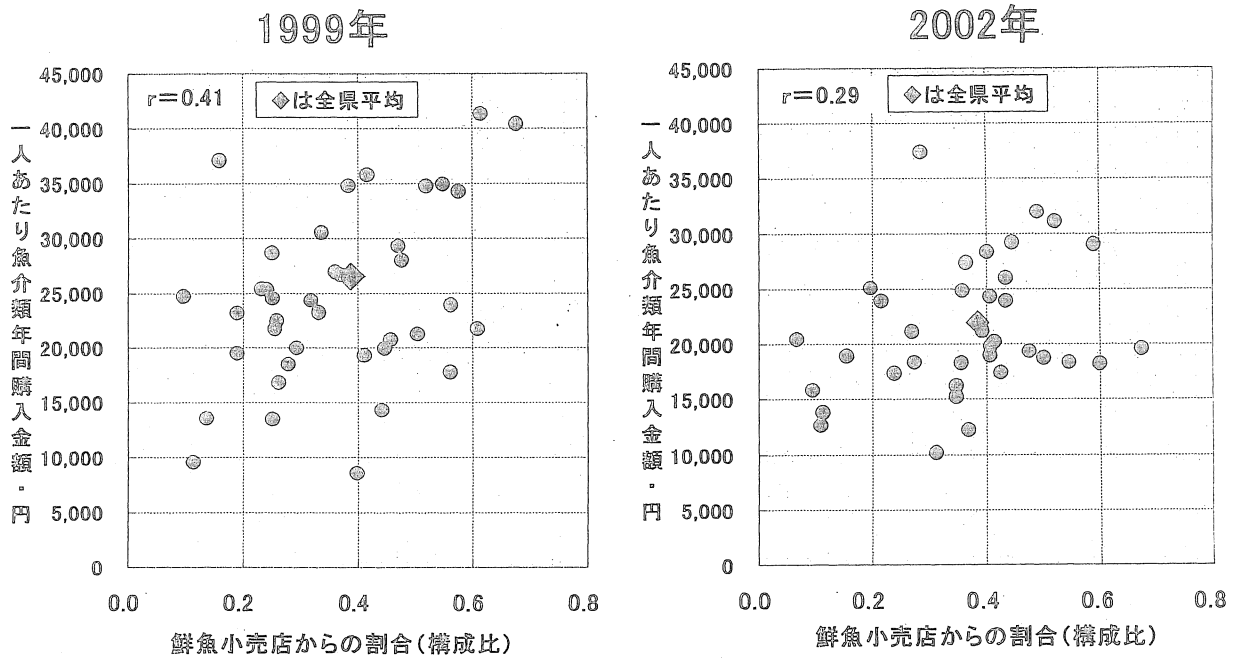


図19 1999年（左）および2002年（右）の神奈川県における1人あたり魚介類年間購入金額（推定値）と鮮魚小売店からの割合（構成比）の関係

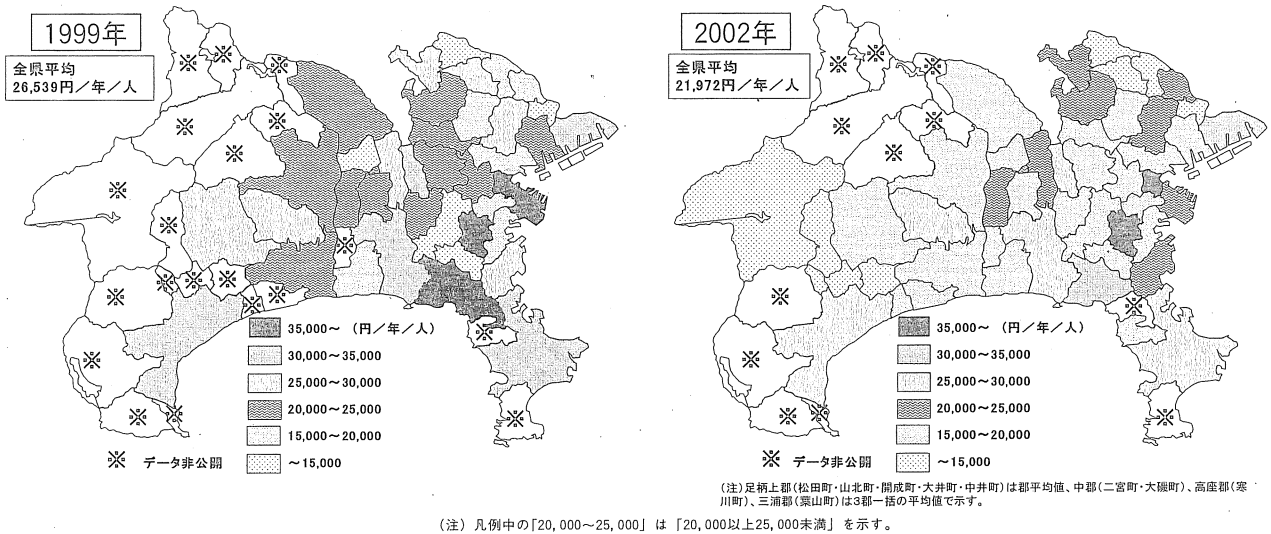


図20 1999年（左）および2002年（右）の神奈川県における1人あたり魚介類年間購入金額（推定値）の区市町別分布状況

考 察

1 消費実態調査及び横浜市の家計調査の結果から
「消費者の魚離れ」が言われて久しいが、横浜市の家計調査の結果（図8）でみたように食費に占める魚介類の割合（構成比）は1979年をピークとしてそれ以降はほぼ一貫して減少し続けており、消費者の魚離れはまさに根の深い問題である。

さらに、消費実態調査から求めた1人あたり1ヶ月平均魚介類支出金額の年齢階層間の追跡比較（図2）では、1989年時で30～34才から下の3階層では、年齢の進捗とともにその値が増加していくという従来の傾向が認められないことが示された。さらに、それより若い2004年時で30～34才から下の3階層においては、魚介類支出金額は1989年の同じ階層の値と比較するとほぼ半分かそれ以

下である(図1)。すなわち、「魚介類を買わない」傾向は若年層でさらに顕著となっており、この世代は今後も従来のような年令の進行に伴う魚介類支出金額の増加を見せずに推移していくものと考えられる。例えば、2004年時25~29才の階層の1世帯1ヶ月平均の魚介類支出額は2,734円であるが、今後、年令が進んでいってもその値は(物価上昇等の要素を考慮しなければ)3,000円前後のままで推移していくものと考えられる。1989年時の45~49才の階層の値は13,695円、50~54才の階層の値は14,866円であるから、今から約20年後には50歳前後の階層の魚介類支出金額は実に1989年当時の1/4~1/5に激減してしまう可能性が高いということになる。

一方、高齢者層ではこのような激しい落ち込みは無いものの、調理食品への支出金額の伸びが著しく、今後は従来のような「魚消費のお得意さん」であった高齢者層においても、家庭での調理機会が減少し、手軽な「調理食品」の購入に流れていくものと思われる。このように「魚介類支出金額」の減少は各世代にわたって進行しており、非常に深刻な事態である。このことは、魚だけの問題ではなく、図5、8に示したように調理素材の品目全てに共通のこととも言え、家庭における「食生活の形骸化」を感じさせるものである。

しかし、「調理食品」の伸びはバブル崩壊後のデフレーションで物が売れない時代のもとの企業の徹底したマーケティングと販売努力の成果の賜物とも考えられ、漁業の現場においても今後はこのような消費者の意向把握等のマーケティングが重要な課題となることを実感させる。近年、いわゆる「デパート」の言葉に代表される「デパートの地下食料品売り場のお惣菜」が消費者の高い人気を得ていることがマスメディアで紹介され、脚光を浴びているが、これなど、消費不況の中でデパート関係者の徹底的な販売努力の成果として学ぶべきところは多い。漁業関係者においても、このような背景を自覚して自らの漁獲物を「商品」として意識していくことが欠かせない。今後益々増加していく「魚を買わない世代」への対策を生産者自らが取組まない限り、収入増加の道は極めて険しいといわざるを得ない。当面、干物などの一次加工品の出荷により、付加価値の向上に取組まざるをえないことを実感させる事例である。

水産技術センターの調査研究としても普及指導部門と一体となってこのような社会情勢を反映するデータを漁業関係者に常に周知して、漁業を取巻く環境の厳しさを良く理解してもらうような意識醸成を勧めていくことが重要である。

また、消費者への対策としては、子育ての中心となる30才未満の主婦層に的を絞った料理教室の開催や学校給食を活用した食育の推進など、波及効果を良く考慮した上での魚食普及推進活動が重要である。

本論を取りまとめている段階で、このようなことが

全国的な現象であることを示す2つの報告が出された。秋谷¹⁰⁾は1979年(昭和54年)以降の全国版消費実態調査の結果をもとに、2004年の年令ではほぼ50才を境に①年令の進行とともに魚介類消費量を増加させる従来タイプ②年令の進行に関係なく魚介類消費量の少ない(魚を食べない)新タイプの2つに大別されるという今回の調査結果と同様の指摘をしている。さらに秋谷¹⁰⁾は、魚介類の中でもサケとマグロの2種のみがその購入量を年令に関係なく順調に伸ばしている事を明らかにした。特にサケ購入量の伸びは、地魚にとって変わるものであり、ブリ購入量の減少と対比させることで地域の食文化を全国的に消失させつつある深刻な状況を招いていることを指摘した。

本論の調査結果は、魚介類トータルの消費を支出金額ベースで調べたものである。今後、神奈川県で、秋谷が行ったような魚種毎の消費量の抽出が可能かどうか精査する必要がある。

また、水産白書平成18年度版¹¹⁾においても、本論において指摘したような「調理食品の伸び」と「加齢に伴う魚介類消費の伸びが認められない世代の出現」が報告されている。同書では、調理食品の伸びの原因として単身世帯・2人世帯の増加、女性の社会進出を指摘した。これは神奈川県においても等しくあてはまるものと考えてよいだろう。また、魚を買わない若い世代には水産物の優れた栄養特性や調理方法の普及・啓発を進めること、高齢者層に対しては「魚介類消費のお得意さん」としてそのニーズにも的確に応えていくことが必要としている。

いずれにしてもこれらは国民の生活パターンの変化ともいえる大きな課題であり、効果的な対策手段は無く、当面は魚食普及と食育推進に地道に取組みながら漁業者の意識醸成とそれをサポートする体制を研究・行政が一体となって取組んでいくべきである。

2 鮮魚小売店の動向

今回、商業統計調査結果をもとに、区市町村別に鮮魚小売店の①人口1万人あたり店舗数、②1店あたり平均年間商品販売額、③住民1人あたりの年間購入金額、の3つの値を求めた。各店の商圈(集客範囲)が単純に同一区市町村内で完結するわけではないので、一概に比較はできないが、おおよその傾向は示すものと考えられる。これによると、特に横浜市や川崎市の内陸各区及び相模原市など県内陸部では大部分の区市町で①~③全ての値が低く、鮮魚小売店(「街の魚屋さん」)自体が激減しており、地域住民も利用しない(買いたくても買うところがない)状況がうかがえた。

一方、小田原市をはじめとする西湘地域の各市町では、①人口1万人あたり店舗数および③住民1人あたり年間購入金額は高いが、②1店あたり平均年間商品販売

額は低い。すなわち、同地域では狭い地区にしっかりした固定客を獲得した従来どおりの小規模な「街の魚屋さん」が残存していると見て良からう。なお、③住民1人あたりの年間購入金額で三浦市、箱根町、逗子市の値が30,000円以上に突出していたが、三浦市の場合は観光地として地元以外の来訪者を広く対象として「三崎のマグロ」が観光客のお土産として定着していること、箱根町の場合には売上の多くが温泉旅館への納入分、逗子市の場合には小坪港周辺が逗子市以外からも広範囲に集客する「地魚スポット」であること、等がその理由であり、地元住民の年間購入金額がとりわけ抜きん出ているわけではいと考えられるが、その詳細についてはこれ以上は言及できない。

その他、鎌倉市、横須賀市など一部の沿海部の市町においても鮮魚小売店が比較的によく利用されている傾向がうかがえた。

このように、本県でも内陸部と沿海部では魚を買う環境や消費実態には差が見られ、一口に「地産地消の推進」・「魚食普及」といっても画一的に進めるのではなく、その地区の実態に応じた有機的かつ多面的な施策展開が必要なことを示している。

3 大型小売店と鮮魚小売店の状況

さらに、今回、一人あたり魚介類年間購入金額を「鮮魚小売店から」と「大型小売店から」とに分けて推定した。大型小売店からの値を求めるとは、横浜市の家計調査の値を本県の代表値としてみなして一律に用いた上での推定であるが、おおよその傾向は示すものと考えられる。この結果では、一人あたり魚介類年間購入金額とその額に占める鮮魚小売店からの構成比には正の相関が見られ、「鮮魚小売店を良く利用する地域ほど住民は魚介類を良く購入する（大型小売店を良く利用する地域ほど住民は鮮魚を買わない）傾向にある。」ことが示された。この点からも、今後の魚食普及推進における鮮魚小売店の果たす役割の大きさがうかがえる。

残念ながら大型小売店調査には町村毎のデータが開されていないので鮮魚小売店が健在である西湘地域の詳しい状況を示すことができなかったが、2002年の足柄上郡の値でみると鮮魚小売店からの購入割合（構成比）は約90%と県内でも最も高く、まさに相模湾の魚食文化¹²⁾は鮮魚小売店が支えているといっても過言でなからう。なお、西湘地域における鮮魚購買力の高さは1982年にも長谷川他¹³⁾によって指摘されている。

また、保土ヶ谷区、神奈川区など、相模湾沿岸以外にも鮮魚小売店からの購入割合が高い区がみられる。その理由については不明であるが、例えばこの2区には、興福寺商店街、松原商店街、大口商店街などいわゆる「元氣な商店街」が健在であり、これがその理由とも考えられ、詳しい検証が望まれる。このような個人商店が活発

な地域において、「水産」という枠を越えて商工・流通部門と協調した鮮魚小売店への積極的な支援が内陸住民への魚食普及に効果的に機能することも考えられ、地産地消の推進に向けた大きな検討課題とならう。

また、図6で世帯あたり一ヶ月平均魚介類支出金額が西湘地域では常に他の5地域の値に比べて高いことを示したが、その値が1999年以降急減して他地域との差がなくなりつつある。また、川崎市における値も1999年以降の減少が著しい。これらの理由については不明であるが、この時期、西湘地域では小田原市鴨宮周辺、川崎市では高津区の溝口において大型小売店を核とした大規模な商業開発が行われている。今後、このような大規模開発が地域住民の魚介類消費実態に及ぼす変化などについて詳しい事例検証を行っていくことは魚食普及推進に向けた一つの課題とならう。

しかし、今回の調査結果が示すとおり、県内陸部では、すでに鮮魚小売店が激減している区市町村も多い。実際に、当水産技術センターにおいても魚食普及のための様々な講演活動や調理実習などを積極的に行なっているが、内陸部の方々から「『かながわの魚を食べましょう。』と言われても、どこで売っているのか、どうやって買えばいいのか、わからない。」という質問を受けることがある。このような地域の方々のためにも、「鮮魚小売店（街の魚屋さん）は魚食普及のための情報発信基地」と位置付け、水産サイドとして研究・行政一体となった積極的な情報発信により、鮮魚小売店の活性化と魚食普及を推進させていく方策について今後研究していくべきである。その効果的な施策展開のためには、水産という枠を越えて商工・流通部門との協働が望まれる。

本県内陸部の住民には、勤務先が東京都内に存在する者も多く、日常の買物も鉄道を利用して二子玉川、町田、八王子さらには新宿、渋谷など県内よりも東京を指向する者が多い。このような住民に神奈川の海の恵みの素晴らしさを伝え、神奈川県民として自覚してもらうためにも内陸部へ魚食普及推進事業を展開させる意義はきわめて大きいと考える。

かながわ水産業活性化指針(2005)¹⁴⁾においても「地産地消の推進による水産業の振興」が重点施策の一つとして取上げられているが、このような背景を踏まえて、食育推進活動や神奈川の魚のPRを県内陸部において重点的に行っていくことを考えていくべきである。

著者らは2005年12月以降、小田原・横須賀・横浜3地区におけるさかな祭り、市場祭り等のイベントや県下の漁業者の朝市において来訪者へのアンケート調査を行ない、魚介類購入先・魚食頻度などを調査している。その結果については現在集計中であり、順次本誌で報告の予定であるが、「街の魚屋さんを利用する」という人の割合は20~50%程度であり、「魚介類購入金額に占める鮮魚小売店からの割合は2002年の全県平均で38%」とい

う今回の推定結果と良く一致しているようである。

一方、農林水産省食料品消費モニター調査によれば、鮮魚購入先に占める一般小売店のシェアは2003年で約15%と低い¹¹⁾。(社)大日本水産会が小中学生の子供のいる母親を調査対象として行った「水産物を中心とした消費に関する調査」では、鮮魚専門店のシェアは5.5%とさらに低い¹⁰⁾。本県の場合、まだまだ鮮魚小売店が元気で地域の魚食文化を支えていると考えられる西湖地域のような事例が存在する。まさに、地産地消の推進のためには生産者のみならず、それを販売するものとの連携がきわめて重要であることを示す典型例ともいえよう。

図13、14に示すように、県内の鮮魚小売店の1店舗あたり面積や販売金額の推移をみると、現在では小規模の鮮魚小売店が淘汰され、一定規模以上の店に集約されつつあると考えられる。すなわち、これからは一定規模以上の鮮魚小売店が魚食普及の情報発信基地としての機能を十分発揮していくものと期待される。

以上のように、近年、本県では魚介類支出金額の低下と調理食品支出金額の伸びが顕著なことを指摘した。さらに、世帯主がおよそ50歳より下の世代には「年令の進行とともに魚介類支出金額が増加していく」という今までのような現象がみられないことから、このままでは20～30年後の一般家庭における魚介類支出金額は1989年時の1/4～1/5に激減すると予測した。

そのような状況のもとでも調理食品の原材料として漁獲物の販売先は確保されていくだろうが、これでは常に調理食品を製造・販売する側に価格形成権を握られることになり、漁業者の地位は大きく低下してしまう。

こうした事態を回避するためにも、消費者と生産者の相互理解のうで「地産地消」を推進させていくことが極めて重要である。そのためには、漁業者としても漁獲物を「商品」と意識して自らが付加価値をつけて販売するような努力が今後は欠かせなくなる。

消費者の理解を深めるためには、学校給食を利用した食育活動や子育て中の主婦などに対象を絞った調理教室の重点開催等の啓発活動の強化に地道に取り組んでいくべきである。

その一環として、鮮魚小売店を魚食普及の要(情報発信基地)と位置づけ、水産の枠を越えて広く商工・流通部門などと協働してその活性化に取り組むような従来無い手法についても考えていくべきであろう。

謝 辞

本研究を進めるにあたって、小田原魚フォーラム会員の皆様から貴重なご意見をいただいた。また、神奈川県企画部統計課主査吉原宏治さんおよび主任主事奥由美子さん、同商工労働部商業観光流通課副主幹高橋千品さん(現労働委員会総務課)には統計資料の収集に当たって有益なご助言をいただいた。これらの皆様にここに厚く

御礼申し上げる。

要 約

- 1 消費実態調査の分析から、神奈川県においては「年令の進行とともに魚介類への支出金額が増加していく従来型世代」と「もともと魚介類消費量がすくなく、今後も年令の進行に伴う消費の伸びは期待できない世代」に2分化されつつあり、その境は2004年の世帯主の年令で50才付近に存在することが示唆された。
- 2 このような状況が続けば、今から約20年後には、世帯主の年令が50才前後の世帯の1人あたり魚介類支出額は1989年当時の1/4～1/5に激減してしまうと予測され、消費者の魚離れ(鮮魚購買力の低下)は非常に深刻な事態になりつつあることが危惧された。すなわち、今後は漁業者自らも漁獲物を「商品」と意識して売るための努力に取組まざるを得ないと考えられた。
- 3 1989年以降、魚介類以外にも穀類、肉類といった調理素材というべき項目の購入金額は一貫して減少していた。外食費ですら2004年の値は1989年を下回る状況の中で「調理食品」のみが一貫して増加していることが明らかになり、本県の家庭における食生活の形骸化の進行が示唆された。
- 4 本県の鮮魚小売店数はピーク時の1976年以降、一貫して減少傾向にあり、2002年の残存率(1976年の値を1とした相対値)は0.44であり、店舗数はピーク時の半分以下に減少していた。とりわけ、横浜市、川崎市、相模原市などの内陸部の区や市では大きく減少し、魚介類は大型小売店から購入せざるを得ないような状況にあることが示された。
- 5 一方、西湖地区においてはその減少状況は比較的軽微で、小規模ながらも近所のお得意さんに支えられた従来型の鮮魚小売店が残存し、このような状況が「相模湾の魚食文化」を支えているものと推察された。
- 6 本県における県民1人あたりの年間魚介類購入金額は2002年で21,972円であり、その構成比は2002年で大型小売店から62%、鮮魚小売店から38%と推定された。
- 7 実際に、「鮮魚小売店を良く使う地域(区市町)ほど魚介類を良く買う」傾向が示され、魚食普及の推進には鮮魚小売店の果たす役割は大きいと考えられた。

引用文献

- 1) 小川砂郎・白井一茂・石井隆之・山本章太郎・石井洋・加藤健太・山本貴一・江川公明(2003): 神奈川県下消費者の魚介類イメージに関する意識調査、神水研研報, 8, 25-32.
- 2) 小川砂郎(2004): 共分散構造分析による神奈川県下消費者の魚介類購入時の重要項目, 神水研研報, 9, 53-58.
- 3) 小川砂郎(2005): 神奈川県産農水産物に関する消費

- 者の評価、神水研研報, 10, 87-92.
- 4) 総務省統計局(1991, 1996, 2001): 全国消費実態調査地域別統計表(神奈川県), 平成元年, 平成6年, 平成11年各号.
 - 5) 神奈川県企画部統計課: 平成16年全国消費実態調査結果<神奈川県の結果><http://www.pref.kanagawa.jp/tokei/tokei/203/zensho/16zensyo-syusidata3.html> (2006.5.11取得)
 - 6) 横浜市(1957~2004): 横浜市統計書, 昭和30年~平成14年各号.
 - 7) 神奈川県(1973, 1977, 1980, 1983, 1986, 1989, 1992, 1995, 1998, 2000, 2003): 神奈川県の商業(商業統計調査結果報告(卸売・小売業)) 昭和47年, 昭和51年, 昭和54年, 昭和60年, 昭和63年, 平成3年, 平成6年, 平成9年, 平成11年, 平成14年各号.
 - 8) 神奈川県(1974, 1977, 1980, 1983, 1986, 1989, 1992, 1995, 1998, 2000, 2003): 神奈川県大型小売店結果報告 昭和48年, 昭和51年, 昭和54年, 昭和60年, 昭和63年, 平成3年, 平成6年, 平成9年, 平成11年, 平成14年各号.
 - 9) 神奈川県(1973, 1974, 1977, 1980, 1983, 1986, 1989, 1992, 1995, 1998, 2000, 2003): 県勢要覧昭和47年, 昭和48年, 昭和51年, 昭和54年, 昭和60年, 昭和63年, 平成3年, 平成6年, 平成9年, 平成11年, 平成14年各号.
 - 10) 秋谷重男(2006): 日本人は魚を食べているか, 漁協経営センター, 133pp.
 - 11) 農林水産統計協会(2006): 図説水産白書, 9-35, (1特集消費者ニーズに応える産地の挑戦).
 - 12) 木幡孜(2003): 相模湾・海の不思議・食と自然と漁業の話-, 夢工房, 331pp.
 - 13) 長谷川保・水津敏博・米山健・木幡孜(1981): 神奈川県下における魚消費の地域性に関する一考察, 神水試研報, 3, 79-86.
 - 14) 神奈川県環境農政部水産課(2005): かながわ水産業活性化指針, 40pp.