



# 単独、夫婦のみ 世帯が増加 食の志向は「健康」 「経済性」強まる

## —消費者動向調査の世帯分類別分析—

消費者の「食の志向」について、「一人暮らし」「夫婦のみ」などの世帯類型別に整理し、その結果をまとめましたので、ポイントを紹介します。

世帯」では、特に「夫婦のみ」が一六・一%増加しています。

一方、「夫婦と子ども」は減少傾向にあります。

また「単独世帯」を年齢階層別、性別に分けると、男性では、進学や就職などにより親元を離れる機会が多い二〇歳代で高くなり、二〇〜二四歳がピークとなっています（図2）。

一方、女性では、二〇歳代で割合は高くなりますが、男性に比べて低く、高齢になるほどその割合が上昇し、八〇〜八四歳がピークとなっています。

このように「単独世帯」は、男性の若齢層と女性の高齢層が多くを占める多様な形態で構成されることが分かります。

### 食の志向は「健康」が最多

では、増加している「単独世帯」と「夫婦のみ」の「食の志向」は、どのような傾向にあるのでしょうか。

消費者の食の志向の傾向を、消費者動向調査の「食の志向」に関する調査結果をもとに見ていきます。

調査結果では、健康に配慮した食を志向する「健康志向」や食費を節約した食を志向する「経済性志向」、食の安全に配慮した食を志向する「安全志向」などの選択肢につ

日本公庫では、消費者の食料や農業に関する意識・意向を把握するため、年二回、上半期と下半期に消費者動向調査を、実施しています。またその中では、消費者が「食」に対して何を志向しているのか、いわゆる「食の志向」に関する調査を実施しています。

近年、単独世帯の増加や核家族化の進展など、世帯類型が変化している中で、世帯類型別に食に関する志向がどうなっているのか、これまでの調査結果を用いて改めて整理しました。

### 三割増えた単独世帯

まず、どのように世帯類型は変化をしているのでしょうか。

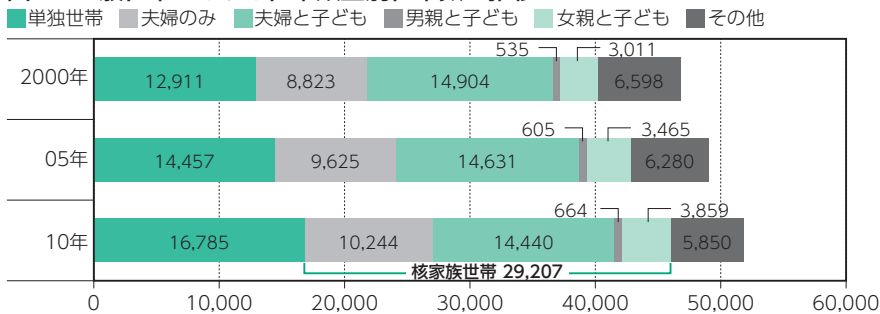
わが国の一般世帯数は、増加傾向にあり、二〇一〇年の国勢調査の結果によると五一八四万二〇〇〇世帯と、調査開始以来、初めて五〇〇〇万世帯を超えました。

その一方、世帯規模は減少傾向にあり、一世帯当たり人員は、二・四二人となっています。

これらの背景としては、「単独世帯」と「夫婦のみ」「夫婦と子ども」といった「核家族世帯」の増加があります。

一〇年における「単独世帯」の数は、一六七八万五〇〇〇世帯、「核家族世帯」は二九二〇万七〇〇〇世帯となっており、二〇〇〇年からそれぞれ、三〇%、七・一%増加しています（図1）。また、「核家族

図1 一般世帯における世帯類型別世帯数の推移



資料：平成22年国勢調査 解説シリーズNo2「我が国人口、世帯の概要」を基に作成  
注：「その他」は、各年の総数から単独世帯および核家世帯を除いた数値

いて、当てはまるもの二つを消費者に選択してもらい、各選択肢を選んだ割合を示しています。

図3（P17）は近年の調査結果ですが、いずれも最も高いのが「健康志向」で、「経済性志向」が次に高くなっています。

「健康志向」は、二〇一四年度上半期で八期連続の最多回答となっています。特に、高齢層を中心に選択割合

が高く、高齢者人口が増加している現在において、わが国の食に対する中心的な志向として定着してきています。

また、「経済性志向」「簡便化志向」についても現在の食の志向において、常に上位となっています。

この二つの志向は、若齢層で高く、高齢層で低くなる傾向にあり、「健康志向」とは、逆の位置付けとなっています。

### 安さ求める「一人暮らし」

世帯類型別の傾向を調べるため、二〇一四年度上半期の「食の志向」に関する調査の結果について、「単独世帯」に当たる「一人暮らし」と「核家族世帯」に当たる「夫婦のみ」「親と子」そして「本人+祖父母+子供」「本人+子供+孫」などの世帯を含む「その他」に分類し集計しました（P17、図4）。

その結果、「一人暮らし」では、「健康志向」が四〇・八%となり、図3よりも四・四ポイント低い割合となりました。

これは、世帯類型の中で最も低い割合となっています。

なお、「健康志向」は若齢層で低く、高齢層で高いという傾向があるため、高齢の一人暮らしの女性を中心としたものであると考えら

れます。

「経済性志向」は、四一・九%、また「簡便化志向」では三八・四%となっており、ほかの世帯類型よりも高い割合となっています。これらのことから、「一人暮らし」では、食に対して、主に経済的で簡便なものを志向する傾向が高いことが分かります。

「夫婦のみ」では「健康志向」が、五五・三%と非常に高い割合となっており、世帯類型の中で最も高くなっています。

そのほか、「手作り志向」や「国産志向」でも他の世帯類型と比べ、高い結果となっています。

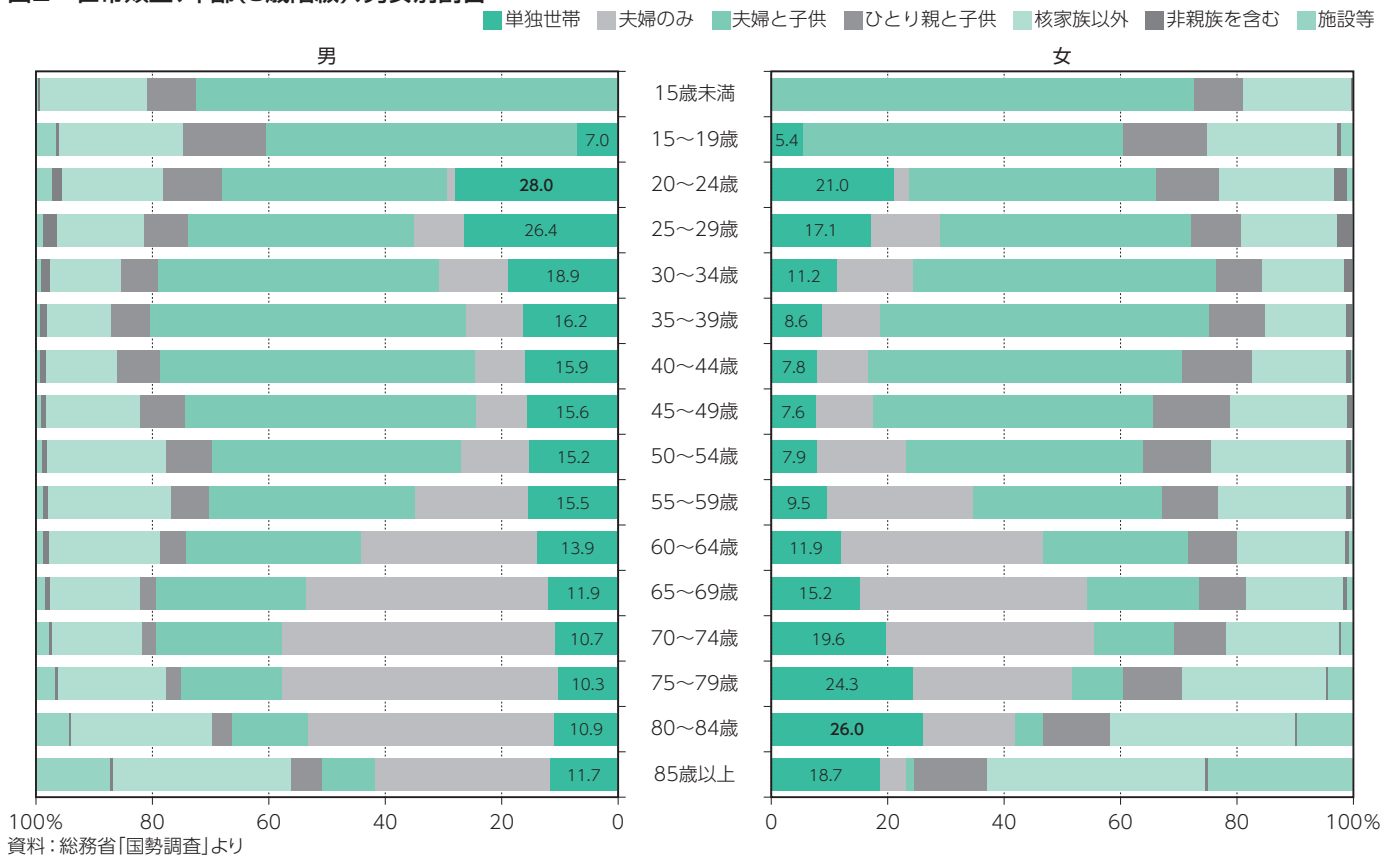
一方、「経済性志向」「簡便化志向」では、それぞれ二七・二%、一七・五%と、世帯類型の中で、最も低い結果となっています。

これらのことから「夫婦ふたり」では、経済的な食生活や簡便な食生活よりも、国産食材を利用し、手間暇を掛けてみずから調理したものを好む傾向が高いことがうかがえます。

### 高齢化で「健康」志向強まる

次に、「単独世帯」と「夫婦のみ」の志向の変化を調査するために、二〇一三年度上半期と下半期、一四年度上半期の三期分の結果を

図2 世帯類型、年齢(5歳階級)、男女別割合



比較します。

「一人暮らし」の結果を図5に示しました。

「経済性志向」では、一三年度上半期では四二・七%でしたが、同年度下半期では三・二ポイント減の三九・五%となっています。一四年度上半期は、一四年四月から消費税率が上がったことによる影響を受け四一・九%と増加しているものの、一三年度上半期の結果を下回っています。

このことから「経済性志向」は高いものの、徐々に弱まってきていることがうかがえます。

一方、「健康志向」については、徐々に増加しています。この背景としては、高齢者人口の増加や若齢人口の減少などを受け、一人暮らし世帯においてもその傾向が反映されてきていることが考えられます。

「夫婦のみ」でも、「一人暮らし」と同様に、「健康志向」が上昇傾向にあります(図6)。一三年度上半期の五二・一%から一四年度上半期では五五・三%となり、三・二ポイント増加しています。

また、「簡便化志向」については、一三年度上半期に一八・六%であったのが、一四年度上半期には一七・五%まで低下しています。

図3 消費者の食の志向(上位のみ掲載)

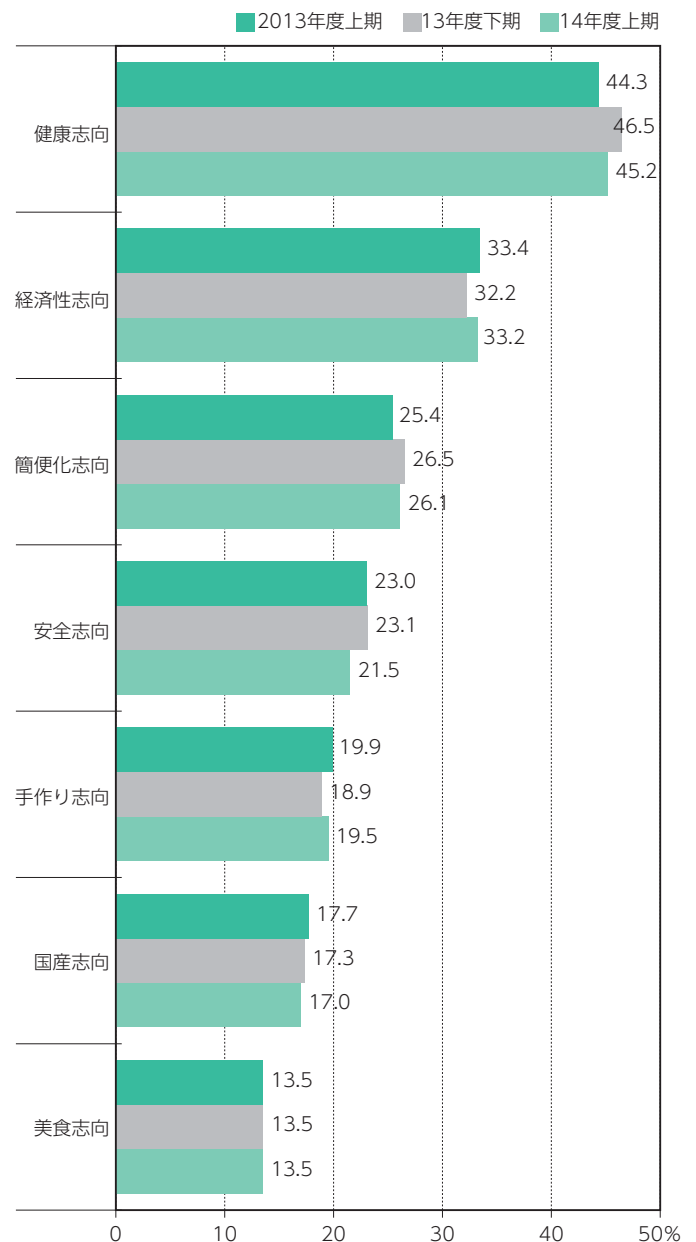
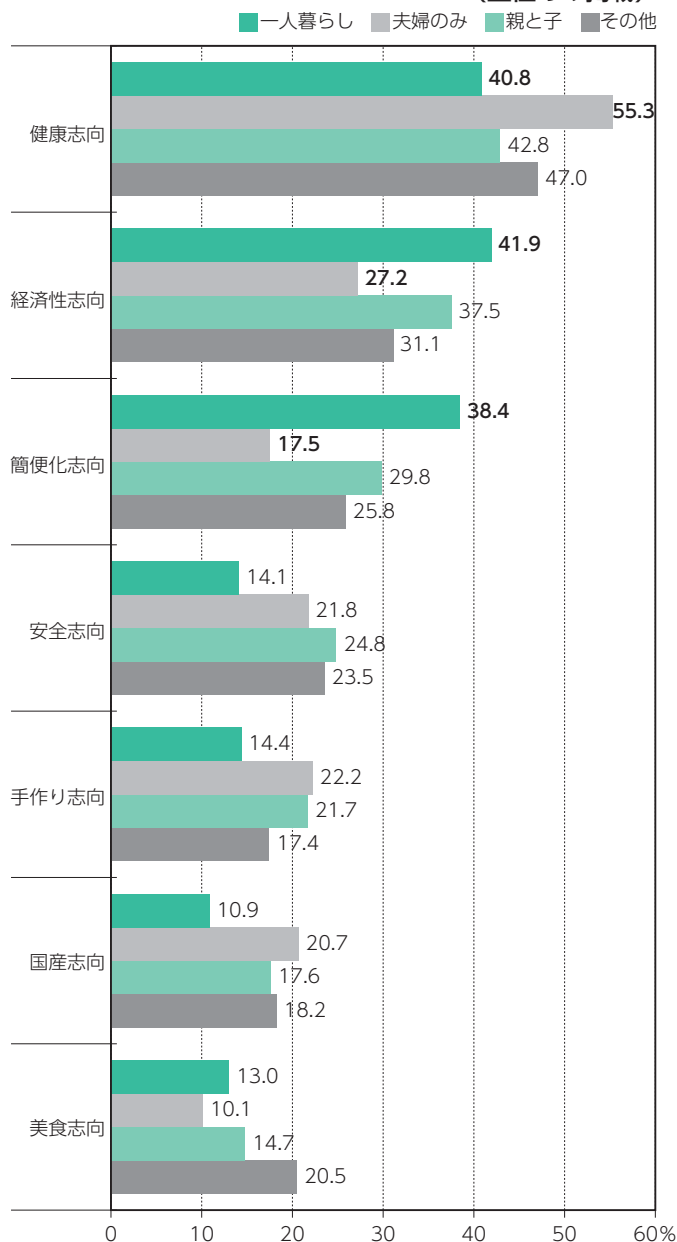


図4 2014年度上半期世帯類型別消費者の食の志向(上位のみ掲載)



「経済性志向」は、一三年度上半期の二五・四％から、同年度下半期には、二〇・七％と低下するも、一四年度上半期には二七・二％に上昇しています。前述のとおり消費税率上昇の影響によるものと考えられます。

### 長期トレンド探る必要

調査の結果、「健康志向」については、徐々に増加する傾向が「一人暮らし」と「夫婦のみ」のどちらにおいてももうかがえました。

しかし、実生活では家計事情などにより、志向と現実には差が生じることがあるのではないのでしょうか。また、食生活の過ごし方によっても食に対する志向、考え方もさまざまであるかと思えます。そのため、全体的な傾向をより詳しく把握するためには、もう少し長期で傾向を探る必要があると考えます。

今回は、「単独世帯」と「核家族世帯」のうち「夫婦のみ」の三期について結果を比較しました。

今後とも本調査を継続し、より一層のデータの充実と多角的な分析などを通じて、農業者、漁業者はじめ食品事業者の皆さまに有益な情報を提供してまいります。



(情報企画部 大竹 匡巳)

図6 「夫婦のみ」における食の志向(上位のみ掲載)

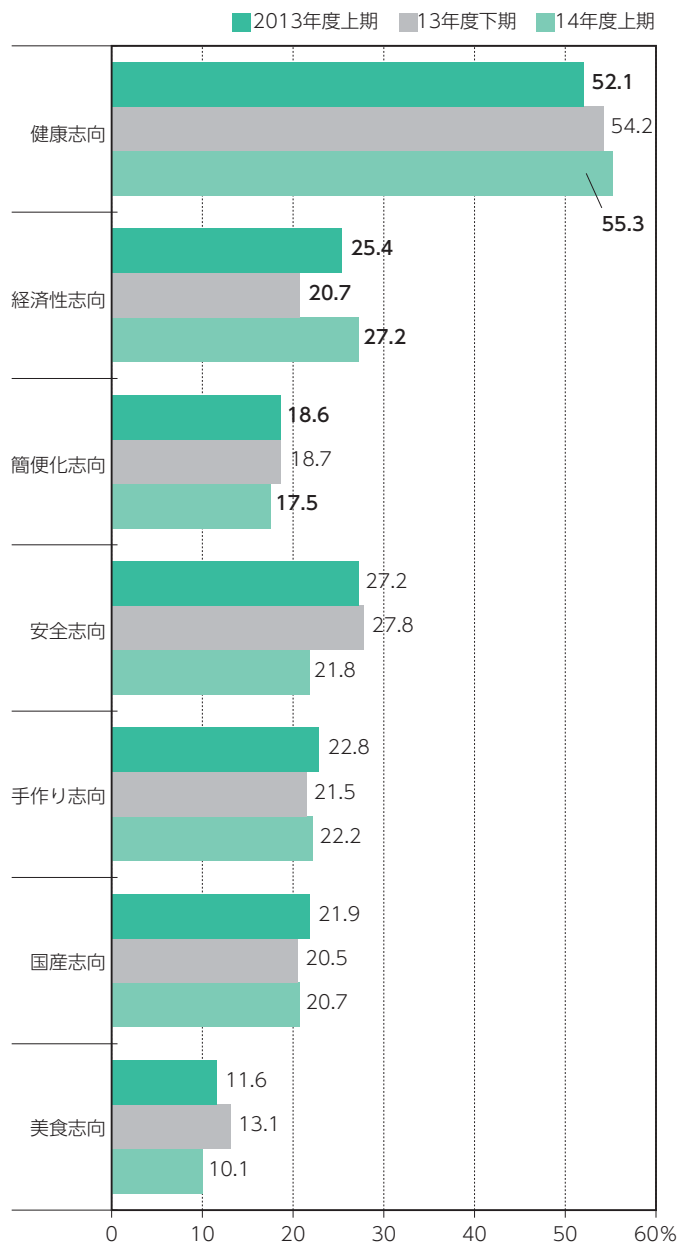


図5 「一人暮らし」における食の志向(上位のみ掲載)

