

## 近年の消費行動や食品小売業における 変化と豆類・豆類製品の現状について（その1） （豆類生産流通消費事情調査結果から）

（公財）日本豆類協会

### 1 豆類生産流通消費事情調査の実施状況 について

当協会では、豆類生産流通消費事情調査として、平成24・25年度の第1回目では、消費者の消費事態調査とともに、和菓子や煮豆など雑豆を使用した製品群の市場規模推移や多様化している販売チャネル別の市場展開状況などの市場実態を調査しました。その調査結果の概要については、豆類時報の2015年3月号（No.78）で報告済みです。

そうした中で、第1回目の調査では足りなかった点について、平成26・27年度に第2回目の調査を行いました。総合スーパー、食品スーパーの業態変化と豆類・豆類製品の取り扱いの状況や、伸びの著しいコンビニエンスストアでの状況、新業態（ネットスーパー、都市型小型スーパー）での状況などについて調査しました。また、消費者の消費行動の変化についても調査しました。

### 2 近年の消費行動や食品小売業における 変化と豆類・豆類製品の現状の小冊子 作成について

この2回にわたる豆類生産流通消費事情調査の実施結果について、関係者の皆様に

分かりやすく情報提供をしていこうということで、カラー刷りのA4版の10ページほどの小冊子を作成しました。

この6月号と次回の9月号の2回に分けて、その内容を取り上げさせていただきます。

今回は、「ライフスタイルと食品に対するニーズの変化」という視点で、①超少子高齢化に伴う減少、②女性就業率の上昇、③核家族化、単身世帯の増加、④健康志向の高まりという、4つの項目で整理した情報を以下に掲載します。

なお、次回は、「近年の食品販売チャネルの動向と業態変化」の関係を掲載します。

近年の消費行動や食品小売業における変化  
と豆類・豆類製品の現状



# ライフスタイルと食品に対するニーズの変化

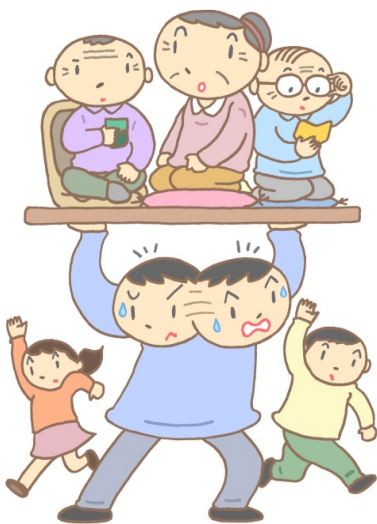
## 超少子高齢化に伴う人口減少

- 人口増加が著しかった時代は、モノを大量生産し、マーケットに供給すれば、自然に売上が伸びたが、それは終焉を迎え、日本は今、‘少子高齢化’を超える‘超少子高齢化’に突入している。
- 2014年から2024年までの人口動態変化について、60歳以上の人口増加を75歳以上の後期高齢者が押し上げるという予測になっている(図1)。
- 総人口が減少する中、都市部への人口集中が加速しており、小売業各社は経営戦略の一つに都市部におけるシェア拡大を盛り込んでいる。そのパイをめくり、スーパーやコンビニエンスストアなど、業態の垣根を超えた競争が激化しており、今後さらに加速すると見られる。
- 世帯人数の少ない高齢者人口の増加は、調理の省力化ニーズにも繋がっている。

<図1: 今後の人口動態変化>

(単位: 千人)

	総数	0~17歳	18~34歳	35~59歳	60歳以上		
					60~74歳	75歳以上	
平成26(2014)	126,949	19,632	22,757	42,512	42,048	26,058	15,990
36(2024)	121,403	16,663	20,240	40,541	43,960	22,748	21,212
2014年比	95.6%	84.9%	88.9%	95.4%	104.5%	87.3%	132.7%



75歳以上の後期高齢者が増える！

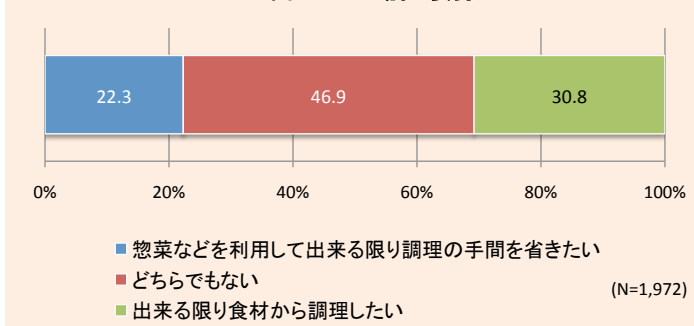
### ～豆類・豆類製品の現状～

- 豆類・豆類製品をよく食べる層は中高年層とみられており、60歳以上の高齢者人口が増加することはプラスである。
- 但し、高齢者は食が細くなる。後期高齢者が増えて60~74歳が減少するという予測も、豆類の消費量に影響を与える可能性がある。

## 女性就業率の上昇

- 女性の就業率が上昇し、夫婦共働きの世帯が増加する中で、調理の省力化に対するニーズが高まっている。
- カット野菜や下処理済の生鮮食品、メニュー専用調味料(惣菜の素など)、調理済の惣菜・弁当などに対する需要が増えている。
- 一方、日々の調理姿勢について消費者に質問すると、「できる限り食材から調理したい」の比率が「調理済食品などを使用してできる限り調理の手間を省きたい」の比率を上回っている(図2)。
- できるだけ自分で調理を行いながらも、手間や時間を省くことができるカット野菜や下処理済の食品は、今後も需要を取込むことが期待できる。

<図2: 日々の調理姿勢>



### ～豆類・豆類製品の現状～

- 惣菜・弁当など、すぐに食べられる食品への豆利用促進に向けて、業務用半製品(水煮・蒸し豆)の提案強化が求められる。
- 乾燥豆を圧力鍋で調理し、水で戻す手間を省くといったレシピ・調理方法の紹介は受け入れられやすい。

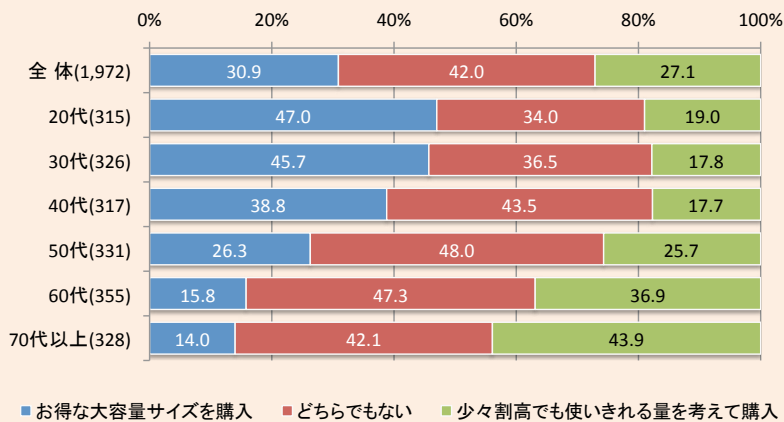


「できるだけ自分で調理したい！」  
「でも調理の手間や時間は省きたい！」

## 核家族化、単身世帯の増加

- 単身世帯が増える一方、夫婦と子供から成る3～4人世帯が減少している。従来のファミリー層をイメージした食品の容量が、近年の世帯構成に合わなくなってきており、調味料、飲料、菓子など、様々なカテゴリで小型化が進んでいる。
- 消費者調査では、年齢が高くなるほど、「少々割高でも使いきれの量を考えて購入」する人の比率が高くなっている(図3)。
- ライフスタイルの多様化、核家族化などを反映し、個人嗜好も多様化しており、様々な味を少しずつ楽しめるアソートタイプ(詰め合わせ品)の商品が人気となっている。

<図3: 食品購入における考え方>



(矢野経済研究所調査)

### ～豆類・豆類製品の現状～

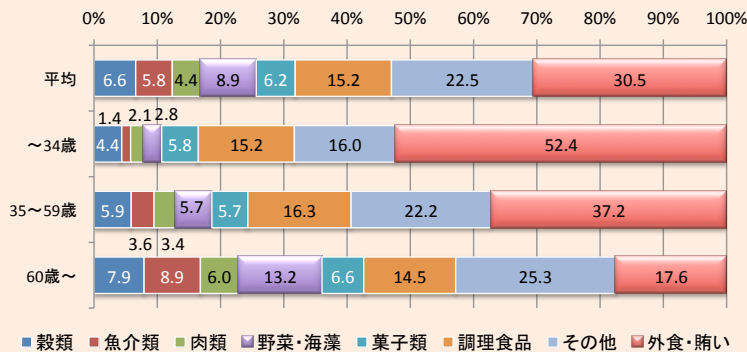
- 和菓子では、棹菓子を家族で切り分けて食べる機会が減り、小型ようかんなどの食べきりサイズが中心になってきている。
- 個人嗜好の多様化を反映し、複数の味の食べきりサイズを詰め合わせた商品(アソート品)が人気になっている。
- 煮豆も、60g×2パックなど、食べきりサイズでの展開が目立ってきている。



## 健康志向の高まり

- 平均寿命が長くなり、医療費削減が求められる中、近年は、介護などを必要とせず自立した生活を送ることができる期間、すなわち‘健康寿命’を伸ばそうという意識が高まっている。
- 総務省「家計調査」によると、単身世帯の食料支出(2014年)は、年齢が高まると共に外食に対する支出が減り、内食化の傾向が強まっている。
- 特に、野菜・海藻類など、健康に良いとされる食材への支出構成比が高まっている(図4)。
- 糖尿病患者・予備軍の増加や、女性の根強いダイエット志向などがあり、最近では‘糖質オフ’を切り口にした食品が目立つようになるなど、健康志向は高まっている。

＜図4：単身世帯の食料支出構成比(1ヶ月)＞

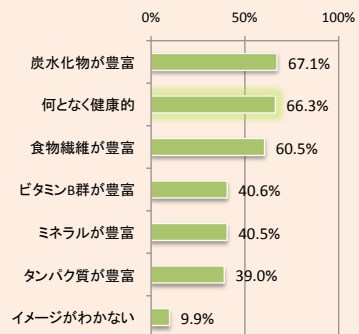


(総務省「家計調査」)

### ～豆類・豆類製品の現状～

- 6割以上の方が豆類に対して「何となく健康的」と感じている(図5)。
- 洋菓子よりも和菓子はヘルシーである。
- コンビニエンスストアのチルド和菓子は、保存目的の加糖が不要のため甘さが控えめで、ヘルシー志向の女性客・シニア層の需要を取り込み、拡大に繋がった。
- スーパーやコンビニエンスストアでは、健康訴求の弁当・惣菜が増えているものの、雑豆を使用した商品数はあまり多くなく、開発の余地が残されている。

＜図5：豆類に対するイメージ＞



(矢野経済研究所調査)