

大阪商業大学学術情報リポジトリ

日本国内における生鮮魚介類の消費量（魚食量）の減少要因についての考察

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学商経学会 公開日: 2020-04-22 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 東野, 亨, HIGASHINO, Toru メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/892

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



日本国内における生鮮魚介類の消費量（魚食量） の減少要因についての考察

東 野 亨

1. はじめに
2. 魚食量の減少要因について
3. 食に関するライフスタイルの変化と魚食量の減少
4. まとめ

1. はじめに

かつて日本は水産大国・魚食王国と国内外から称されてきた。しかし、それは「今は昔の話」となった感がある。実際、近年では消費者の魚離れは著しく、総務省の家計調査年報のデータでは1965年から2015年の50年間で一人当たりの生鮮魚介類購入量は59.3%にまで減少している¹⁾。

消費者の魚離れの結果として、大きな問題になっているのが、水産物流通の要である中央卸売市場の衰退である（秋谷、1996）。農水省食品流通課2016年度の調査結果によると、全中央卸売市場の水産物取扱金額は、ピーク時（1989年）の46.8%と半分以下に落ち込み、現在もその傾向に歯止めがかからない状況である。その様な状況の中で卸売業者や仲卸業者の廃業が後を絶たず、農水省食品流通課の調査では2003年から2016年の13年間に、水産卸売業者が92社から56社（60.9%）に、水産仲卸業者は2004年の2889社が、2015年には1782社（61.7%）と、卸、仲買ともに4割も減少している。

中央卸売市場を所管する農林水産省の危機感も強く、市場管理の錦の御旗である「中央卸売市場法」について従来の規制を取り除くなど、抜本的に改革しようとしている²⁾。

しかし、中央卸売市場を真に活性化するためには、重要な視点が欠落しているように思われる。それは、水産物の流通は複雑な多段階構造であり（濱田、2011）、生産者から消費者に至るまでの流通経路が幾通りもあるが、水産物流通に携わる何れの段階においても「真の消費者ニーズの変化」に気付いていない、否、気づこうとしていない。「美味しい産地の旬の魚、鮮度の良い魚、それを見分けるプロの目利きがあれば必ず売れる」との考え方（濱田、

1) 総務省「家計調査年報」各年度版。なお、本稿で使用しているデータは、各年度版より算出している。

2) 農水省は2019年度から中央卸売市場の運営管理を全面的に各自治体に委譲し、各々の自治体で独自に条例を定め運営するようになった。

2016) から一歩も踏み出していないからである。つまり、卸売市場衰退の真の原因はマーケティングの概念が欠如していることにあって過言ではない。

卸売市場を活性化するためには、その原因である魚食量減少の真の要因は何かを突き止めるなければならないであろう。しかし、後述するように、現状水産業界に流布している「魚食減少要因説」は、いずれも「真の消費者ニーズの変化」を看過しているのである。本稿は、消費者の視点から魚離れの要因の考察を行うことが目的である。特に近年著しく変貌している「ライフスタイル変化」に着目しながら、それが魚食量減少にどのように影響を及ぼしているのかをデータを根拠に説明を行い、そのことを通じて従前の「魚食減少要因説」の誤りを論理的に否定することにしたい。

2. 魚食量の減少要因について

2-1. 魚離れの現状

まず、どれ程魚食離れが進んでいるかをデータによって確認することにしよう。

図1は、一世帯当たりの食料支出と生鮮魚介類、生鮮肉類、調理食品及び外食の一人当たりの年間購入金額を1980年から2015年までの推移を比較したグラフである。

生鮮魚介類の購入金額（購入量も同様）は、1990年以降下降の一途で減少に歯止めがかからず、まさしく日本の魚食文化が危機的状況にある。生鮮肉類は2001年の狂牛病問題で一時減少したが、その後は回復基調にあり、外食も同様に食料支出金額の回復と共に緩やかではあるが、増加基調にある。調理食品だけが順調に伸びていることが確認できる。

なお、魚食量の減少要因について、「肉食」が「魚食」を代替えたという研究データなど

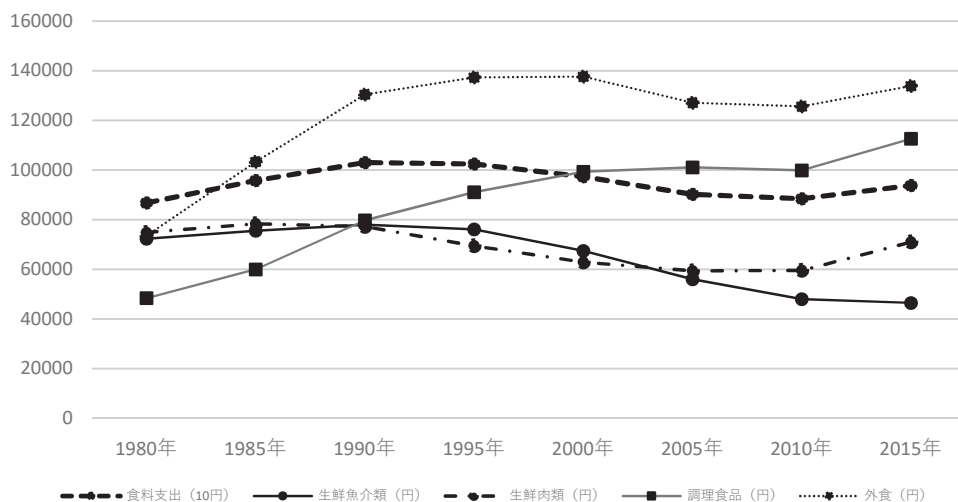


図1 食料支出及び生鮮肉類、生鮮魚介類、調理食品、外食の一人当たりの年間購入金額推移

単位：食料支出 (10円)、その他は円

出典：総務省 家計調査年報

表1 生鮮肉類と生鮮魚介類の一人当たりの年間購入量の時系列比較（単位：g）

	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
肉食量	12231	12465	12473	12922	12768	12598	13881	15053
魚食量	14643	14168	13288	13989	13467	12747	10996	9267

出典：総務省 家計調査年報

を見かけるが（有路、2013）、データ上では肉食量の増加量だけでは魚食量の減少分を補えないのは明白である。

表1は、生鮮肉類と生鮮魚介類の一人当たりの年間購入量を時系列推移で比較したものである。肉食量は2010年、2015年と購入量は増加しているが、魚食量の減少を補える量の増加量ではない。調理食品の調査資料には重量ベースのデータはなく金額データなので図1からの推測ではあるが、魚食量の減少を主に肉食量と調理食品の増加で補っているものと考えられる。

2-2. 魚食量減少要因についての諸説の検証

魚食量減少の要因については、水産業界を中心に多種多様な説が流布しているが、その内容を集約すると以下の三つの説に分類できる。

- 1) 「生鮮魚介類の価格が高くなって、消費者が購入意欲を無くした」とする説
- 2) 「エンゲル係数の上昇が原因で魚食量が減少した」とする説
- 3) 「スーパーの出店で街の魚屋が少なくなったことが魚離れの原因」とする説

上記の諸説が魚食量の減少の要因ではないことを以下に論理的に立証することにした。

① 「生鮮魚介類の価格が高くなって、消費者が購入意欲を無くした」とする説（有路、2013）

図2は生鮮魚介類の購入単価と購入量の推移を表したものである。購入単価は1990年の164.8円をピークに2005年までは下降し、2010年には横ばいとなっているが、購入量は1995年以降減少の一途をたどっている「生鮮魚介類の購入量減少の要因が魚の価格が高くなったことによる」とする説では、図2の購入量減少を論理的に説明することが出来ない。

もっとも、魚種によっては異なる関係がみられるかも知れない。そこで、主要な9魚種の購入単価と購入量の相関関係を1980年から2015年までの時系列推移を表2に表した。表の数値データからも明らかなように、輸入比率の高いサケと養殖比率の高いブリを除き、全ての魚種が1995年から2005年を境に、購入単価に関係なく、購入量が急激に減少していることは明らかであり、生鮮魚介類の価格が高くなったことが魚離れの原因ではないことが確認される。

② エンゲル係数の上昇が原因で魚食量が減少したとする説

表3は1980年から2015年までのエンゲル係数の推移と生鮮魚介類、生鮮肉類、調理食品及び外食の購入金額推移を比較したものである。表の2000年から2015年のエンゲル係数と生鮮魚介類購入金額を比較すると、生鮮魚介類購入金額は年々減少しているが、エンゲル係数は

表2 主要魚種別一人当たりの年間購入量(グラム)と購入単価(円/100g)の推移比較

	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
マグロ 単 価(円)	259	273	277	246	249	217	230	259
〃 購入量(g)	868	820	846	1059	1049	1010	792	729
タイ 単 価	217	241	272	239	206	176	166	195
〃 購入量	281	261	232	264	272	259	231	192
イカ 単 価	95	122	107	102	93	99	97	118
〃 購入量	2079	1438	1486	1336	1233	979	836	657
イワシ 単 価	40	46	58	71	80	87	77	85
〃 購入量	651	681	578	443	437	253	270	257
アジ 単 価	122	119	115	108	102	97	98	116
〃 購入量	565	699	730	740	686	542	457	374
サバ 単 価	112	58	61	71	90	87	85	100
〃 購入量	826	525	346	388	510	463	418	364
エビ 単 価	240	273	236	209	214	183	170	229
〃 購入量	719	688	983	973	735	677	636	450
サケ 単 価	145	149	157	140	142	125	133	166
〃 購入量	282	316	472	828	969	966	949	903
ブリ 単 価	215	223	203	190	188	168	150	167
〃 購入量	659	606	652	687	605	663	677	650

出典：総務省家計調査年報

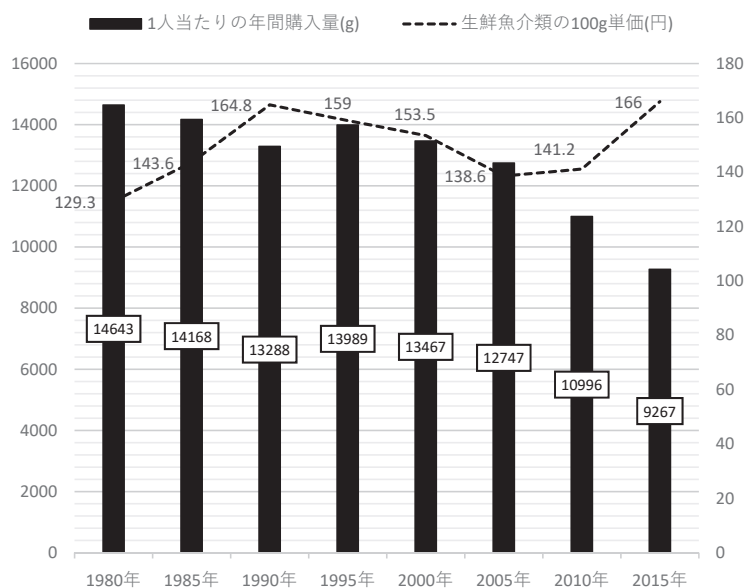


図2 生鮮魚介類の購入単価と一人当たりの購入量の推移

出典：総務省 家計調査年報

表3 一世帯当たりの生鮮魚介類、生鮮肉類、調理食品及び外食の支出金額とエンゲル係数の時系列推移

単位：(円) (%)	1980年	2000年	2005年	2010年	2015年
エンゲル係数	27.00%	23.28%	22.90%	23.28%	25.00%
生鮮魚介類購入金額	72324	67367	56018	47976	46454
生鮮肉の購入金額	74840	63892	59347	59543	71000
調理食品の購入金額	48361	99280	101044	99866	112625
外食の支払金額	73585	137637	127070	125667	133889

出典：総務省 家計調査年報（外食のデータから喫茶・飲酒・学校給食を除外）

上下変動をしている。

これらの四品目だけでエンゲル係数の増減要因を論じるには無理があるが、2005年の四品目の金額合計は343,479円、2010年は333,052円、2015年は363,968円、一方、エンゲル係数は2005年が22.90%、2010年は23.28%、2015年は25.00%であり、四品目の金額合計とエンゲル係数との間には因果関係は見出せない。よって、エンゲル係数の上昇が魚食量減少の原因と結論付けることは出来ない。むしろ、生鮮魚介類や生鮮肉類よりも加工度（付加価値＝価格）の高い調理食品や外食の支出が増えることの方がエンゲル係数を上昇させる可能性が高いと考える。

③ スーパーの出店で街の魚屋が少なくなったことが魚離れの要因とする説

図3は1976年から2016年までの鮮魚小売店数の推移と生鮮魚介類の一人当たりの年間購入量の推移を比較したものである。鮮魚小売店数は1976年から2004年の28年間に半分以下の39.7%にまで減少している。一方、同一期間に生鮮魚介類の購入量は82.6%に留まっている。よって鮮魚小売店数と魚食量の変動の間には何ら相関関係を見出せない。2004年以降の魚食量の減少については、後述する。

では、鮮魚小売店数が減少して、消費者は魚をどこで買うようになったのか、図4は商品分類別市場のシェアをグラフ化したものである（南方、2011、45頁）。1985年には、鮮魚小売店とスーパーの市場シェアが逆転している。スーパーが小売商店より有利な点は、何よりもワンストップショッピングという利便性にあることは間違いなからう。消費者は「買物の利便性」に加えて、調理時における「商品の簡便性」を享受できるスーパーを選択したものと考えられる。

と言うのは、スーパーの鮮魚部門も1980年頃までは、鮮魚小売店と同様な売り方（氷の上に丸魚を並べ、顧客の注文に応じて調理をする対面販売）をする店舗も多く見受けられたが、このような販売方法は魚の鮮度管理や衛生管理上の問題があった。また、人的効率も悪く徐々に縮小されたからである。

やがてスーパーでは、POSやEOB（エレクトリック・オーダーブック）等のシステム化により、商品のABC分析や販売効率等々が店舗ごとの端末機器でリアルタイムに検索できるようになった。すなわち、店舗担当者やバイヤーは日々の業務の延長線上でマーケティング

グを実戦することになり、結果的に消費者ニーズの変化に対応したことになる。

その結果が、魚の残滓を取り除き、切身などに加工し、プラスチックトレーにパックした状態で販売する形態に至った。「スーパーが切身にした魚をトレーパックして売るから魚が売れなくなった」とする意見もあるが、むしろスーパーは、簡便性を志向する消費者のライフスタイル変化に対応した結果と言えるのではないだろうか。

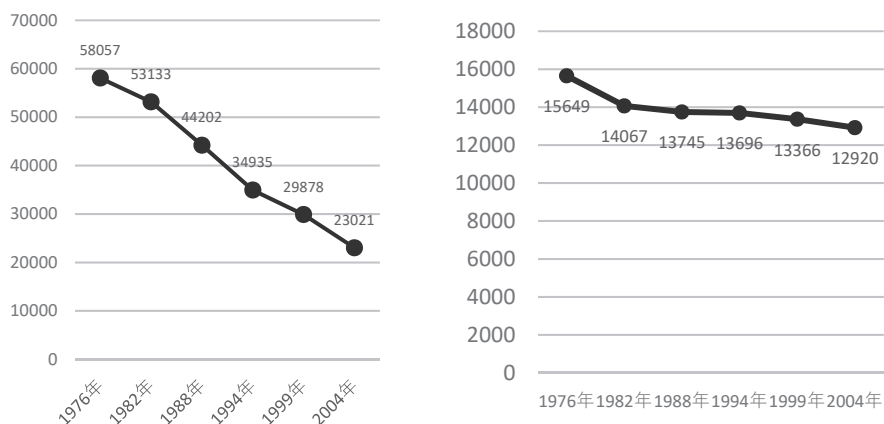


図3 (左) 鮮魚小売店事業所数と(右) 生鮮魚介類の購入量(単位:g)の比較推移
出典：総務省家計調査年報及び経産省「商業統計表」

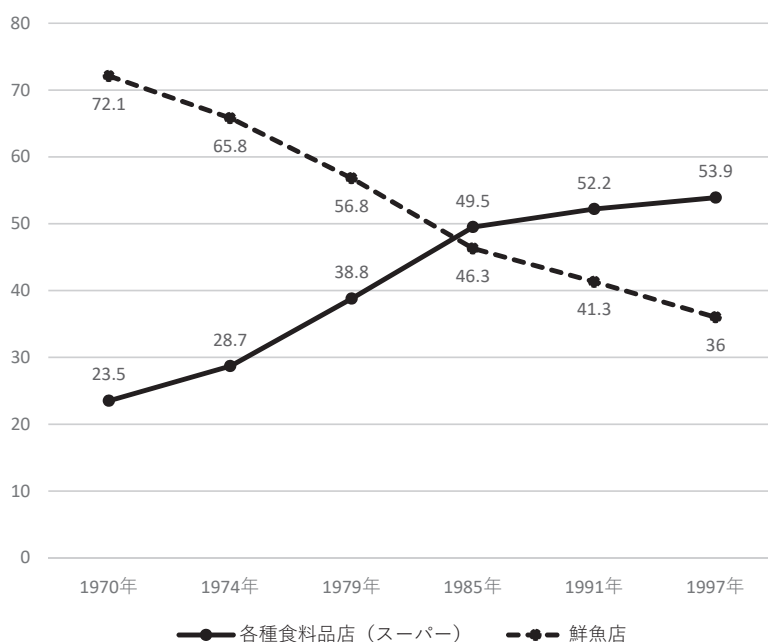


図4 スーパーと鮮魚店の鮮魚販売額の市場シェアの比較推移表(単位:%)
出典：通産省「商業統計表(品目別)」
参照：南方建明著「日本の小売業と流通政策」2011年

表4 世帯主の年齢階級別の一人当たりの年間生鮮魚介類の購入量（単位：g）

世帯主年齢	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
平均	14643	14168	13288	13989	13467	12747	10996	9267
～24	8498	7821	5101	7668	5375	4888	3654	3902
25～29	11428	9474	6957	6753				
30～34	11913	10231	8293	7288	6630	5909	4968	3986
35～39	13267	11440	9625	8487				
40～44	13791	13332	11513	10276	10241	8656	6987	5527
45～49	15147	14579	13800	13833				
50～54	16950	16264	15541	16831	16379	14203	10710	8044
55～59	18464	18073	16497	18811				
60～64	19068	18849	18012	19097	19588	18854	16637	12936
65～	17603	18520	17322	18747				

出典：総務省 家計調査年報（※2000年以降、年齢階級を10年単位に変更した為に仕様が異なる）

3. 食に関するライフスタイルの変化と魚食量の減少

3-1. 世代間による魚食量の格差

近年、日本の食生活やライフスタイルが洋風化したと言われているが、このことは、魚食量にも大きな変化をもたらしたと考えられる。表4は、世帯主の年齢階級別の一人当たり魚食量の時系列推移を表したものである。この表は1980年から1995年については秋谷（2006）からの引用であるが、世代が若くなるにつれて、一人当たりの生鮮魚介類の購入量が減少すること、また同じ年齢階級でも年度が進むにつれて魚食量が減少していることがわかる。このことは、同時期に同じ環境で育った集団（世代）は、共通の価値観を持ち続けることが多く、時系列データにも世代間の違いが現れる「コーホート効果」³⁾の典型例と言えよう。

この表でとくに興味深いのは、1980年において網掛けした30～34、35～39歳の年代が生鮮魚介類の購入量の多い年代と少ない年代の「分水嶺」となっていることである。この年代がいわゆる「団塊の世代」に相当するが、なぜ分岐点となるかは、後述する。なお、同じ手法で、2000年から2015年までの期間を新たに追加し、団塊世代の子供、すなわち「団塊ジュニア」と言われる世代を網掛けで示したところ、親世代に比べて生鮮魚介類の購入量は、半分程度と顕著に減少している。なぜ、こうした「格差」が生じたか、以下で分析することにした。

3) コーホート分析は、同じ時期に生まれた人たちの生活様式や嗜好、意識などからくる消費等の変化を時系列的に分析・調査する手法であり、例えば「戦中派・戦後派」「団塊世代」や「団塊ジュニア」といった世代の違いを浮き彫りにするうえで、有効である。

3-2. 地方の都市化（住居構造の変化による魚食量の減少）

世代間の魚食量の格差はなぜ生まれたのか、まず都市部と地方との間に何らかの関係があるのではないかと考え、京浜葉地域と東北地方及び北陸地方の一人当たりの生鮮魚介類の年間購入量を比較した（図5）。東北、北陸の二地方と京浜葉地域との差は、2005年までは大きく差が開いているが2015年には差はほとんど無くなっている。地方と大都市圏との魚食量の差は何によるものなのか。表5は家計調査年報より各地域・地方の一人当たりの年間魚食量と肉食量を算出し、時系列推移を比較したものである。網掛け部分で分かるように魚食量は1995年までは地方が圧倒的に多い。一方、九州地方では肉食量と魚食量が1985年には同量となり、他の地域・地方を引き離れた数値となっている⁴⁾。

三大都市圏と四地方の魚食量と肉食量を比較すると、1965年の魚食量では、大都市圏の平均値に対し地方の平均値は1.443倍と地方がかけ離れて多いが、2015年には、1.180倍とかなり近づいた数値となっている。

肉食量は逆に大都市圏が地方より多く、大都市圏に対する地方の割合は、1965年が0.765であったが、2015年には0.975と地方と大都市圏の差は無くなっている。肉食量は地方が大きく増加し、大都市圏では増加度合いが地方に比べ少ないことで地方と大都市圏の差が縮まったことがわかる。これは、地方のライフスタイルの「都市化」に因るものと推察される⁵⁾。

では、こうした変化はなぜ引き起こされたのであろうか。戦後の生活環境の変化の中で最も大きな変化は、1955年から1970年までの高度成長期であろう。

この間、白黒テレビ、冷蔵庫、洗濯機といった電化製品が普及し始めるが、魚食量の世代間格差を引き起こした原因として注目されるのが、ちょうど時期を同じくして地方から大都市圏への人口移動が起こったことである、とくに中学を卒業した人達が集団就職と呼ばれる大移動が何年も続き、東京都では、1955年から1970年までの15年間で人口が337万人も増加した。この世代の中心がいわゆる「団塊の世代」である。

地方では1960年前後まで台所は「三和土（たたき）」と言われる土間で、食事は畳敷きの和室で円形の卓袱台を家族全員で囲み食事をするのが一般家庭の日常風景であったが、大都市圏へ集団就職した人たちが結婚して入居したのが、いわゆる団地であった。

そこでは台所のシステムキッチン化と同時に「ダイニングキッチン」の普及が進み、密閉性が高い建築構造上、キッチンでの調理で発生する臭気、また焼魚グリルなどの調理器具やシンクのフィルターなどに残った残滓の臭気がダイニングスペースに留まりやすくなり、それが魚離れの要因の一つと考えられる⁶⁾。

4) 「地方の都市化」として肉食量の増加を一つの指標として考えるが、歴史・文化的に、もともと肉食量の多い地域も存在している。九州地方の肉食量の多い要因は、九州全域に牛・豚・鶏の生産地が多く、数多くの銘柄（ブランド）肉が生産されていることが背景となり、1980年前後には九州一円でスーパーやカテゴリーキラーと呼ばれるディスカウント専門店などで価格競争が激しくなったことが、消費者の購買意欲を高めたものと考えられる。

5) 東北や北陸地方では、かつて農耕用の牛馬を冬季の降雪や寒さから守るために、人と同じ屋根の下で飼育され、家族同様の存在であったと言われている。一方、西日本では同じ敷地内であっても中庭を隔てた畜舎で飼育されていた。このような生活文化の違いも、肉食量の「西高東低」の要因と推察する。

6) 社団法人 大日本水産のアンケート調査によると、魚料理を嫌う要因では、19.5%の回答が「魚焼きグリルの清掃が嫌い」、また農水省のアンケート調査でも回答者の39.7%が「魚の調理後に生ゴミ（残滓）の処理が大変」と答えている。

表5 地域・地方の1人当たりの年間魚食量・肉食量推移比較（単位：g）

	1965年	1975年	1985年	1995年	2005年	2015年
東北（魚）	19117	19318	16645	16536	14175	9755
東北（肉）	3844	7699	10002	11139	10925	13032
北陸（魚）	19152	18454	17125	17033	15875	11200
北陸（肉）	3626	7210	9541	10512	10846	12955
中国（魚）	18343	18532	15511	17056	14519	11208
中国（肉）	5941	10649	12718	13376	12956	16835
九州（魚）	17941	18281	15439	14146	12495	9243
九州（肉）	6824	12859	15282	15203	14654	16460
京浜葉（魚）	13683	13166	12622	12933	11836	8966
京浜葉（肉）	6665	10587	12824	12393	12416	14944
中京（魚）	11711	12238	12436	12442	11704	7667
中京（肉）	5336	9208	12118	12499	12182	14343
京阪神（魚）	13363	14493	14414	13466	12585	9681
京阪神（肉）	7840	11358	13769	14239	13236	16409

出典：総務省 家計調査年報

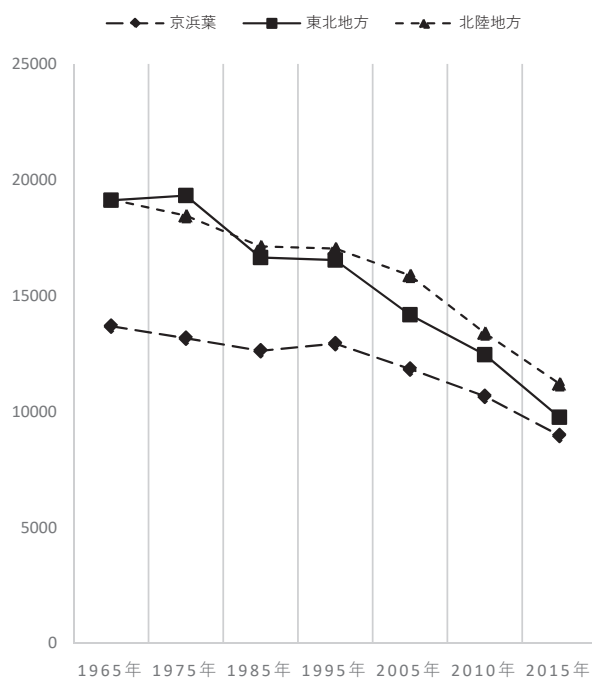


図5 京浜葉地域と東北、北陸地方の一人当たり魚食量の推移比較（単位：g）

出典：総務省 家計調査年報

総務省の「住宅土地統計調査」によると、1963年では一戸建て住宅が77.2%、集合住宅が12.5%であったものが、2013年では一戸建て住宅が54.9%に減少し、集合住宅は42.4%まで増えている。こうした住宅事情における近年の変化は、魚食文化に影響を与えただけでなく、世代間の継承を断絶させる要因になったと考えられる。

というのも、東京都の世帯員数は1960年の3.45人が1980年には2.67人に減少した。大阪府も同様に1960年の3.61人が1980年には2.97人に減少している。東北や北陸地方の世帯員数が3人以下になるのは東京、大阪より10年以上遅れた1995年以降である。

それは、団塊ジュニア世代の人達が結婚後、親と同居せず別に住むことによって世帯数が増え世帯員数が減少したことによるものと考えられる。大家族の中で継承されていた食文化は、核家族化の進行に伴い伝統的な食生活・食文化が継承されなくなった。それにより魚料理に不慣れな主婦が多くなり、前述したように、魚の調理が出来ない・臭いが嫌いと言う主婦が増えたと推測される。もちろん、この間における女性の社会進出に伴うライフスタイルの変化も魚離れを助長したものと考えられる。以下で、詳しく検討することにしよう。

3-3. 女性の社会進出（就労率）の増加による食の外部化

魚食量の変化は、図1に示唆されたように、生鮮肉類や調理食品等の購入量（額）と密接な関係があると考えられる。一般に肉料理は魚料理に比べると調理が簡便で、調理食品に至っては調理そのものを省くことができるからである。とすれば、魚食量の減少は、調理の簡便性を求める主婦のライフスタイルの変化が原因と考えられる。では、なぜ調理の簡便性が求められるようになったか。そこで、女性の就労率の変化との関係を比較することにした。

総務省の「労働力調査」によると、非農林業雇用者世帯で1985年の共働き世帯数は、722万世帯、1995年が908万世帯、2005年が988万世帯、2015年では1114万世帯と急増している。専業主婦世帯数に対する共働き世帯数の比率は1985年が(0.758)、1995年が(0.915)、2005年には1.145と共働き世帯数が専業主婦世帯数を上回った。2015年には、1.622とさらに増えている。

図6は共働き世帯数と調理食品の一人当たりの年間購入金額の推移を比較したグラフで、共働き世帯数の増加と調理食品の年間購入金額との相関関係が高いことが確認される。この間の事情をより詳しく検討することにしよう。

表6では6県の女性の就労率の推移を比較、また、表7では、6県の県庁所在市の一人当たりの年間購入魚食量及び肉食量の推移を、調理食品は購入金額推移を比較したものである。

いずれの表も上段の3県は女性の就労率が高い北陸地方に位置する。一方、下段の3県は就労率が低く、また食文化の異なる本州の北日本から宮城県、近畿地方からは奈良県、西日本から山口県を選出し比較した。

表7から、2005年の魚食量では、富山、石川の両県が突出して高いが、2015年には全県が平均化されている。肉食量は宮城、奈良及び山口の3県が2015年に大きく増えている。一方、北陸の3県は、他の3県の2005年レベルにとどまっている。しかし、調理食品については、北陸の3県が2015年には大きく増加して、2005年よりさらに他の3県との差を拡げていることが注目される。

図7は福井県と奈良県の女性の年齢階級別就労率を表したものである。女性の生産年齢

表6 女性の就労率推移 単位：%

	2005年	2010年	2015年
福井県	74.0	77.3	86.8
富山県	74.6	77.4	81.1
石川県	72.5	76.6	80.2
宮城県	62.2	67.4	70.8
奈良県	56.8	61.4	68.0
山口県	65.3	68.2	71.8

出典：総務省「労働力調査」

表7 生鮮魚介類、生鮮肉類の一人当たりの年間購入量（g）及び調理食品の購入金額（円）

	2005年魚食	2015年魚食	2005年惣菜	2015年惣菜	2005年肉食	2015年肉食
福井県（福井市）	11498	10113	36626	41193	10457	13093
富山県（富山市）	17350	12111	31827	42724	11009	13458
石川県（金沢市）	17051	11183	35267	42736	10917	12753
宮城県（仙台市）	11758	10207	28552	35511	11344	14916
奈良県（奈良市）	13068	9431	32749	38204	13539	17071
山口県（山口市）	12603	11952	29307	34878	13223	16734

出典：総務省「家計調査年報各年版」 ※各県単位の調査がなされていない為、県庁所在市の数値を使用

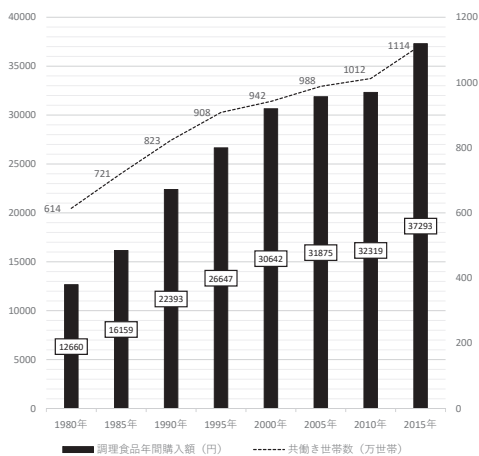


図6 共働き世帯数と調理食品の1人当たりの年間購入金額推移

出典：総務省「家計調査年報各年版」及び「労働力調査」

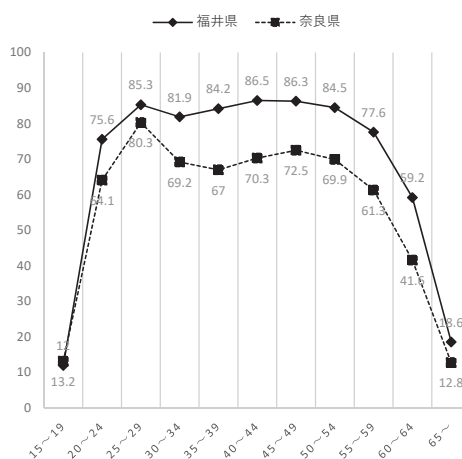


図7 福井と奈良県の女性の年齢階級別就労率 (%)

出典：国勢調査（2015年）

(15～64歳)全体でも、福井県の就労率が上回っているが、特に子育て世代(25～44歳)で大きく差が開いている。子育て世代の女性の離職率が増えるとグラフ曲線がMの字に似てくることから「Mの窪み」と呼ばれている。Mの窪みが浅いと全体の就労率が高くなる。子育て世代の女性の就労率が高くなれば自ずと家事につきやす時間が短くなり、手間の掛かる魚料理などが少なくなり、便利な調理食品の購入が多くなると考えられる。

図6及び表7からも明らかなように、共働き世帯数の増加と、調理食品の年間購入額の増加の相関関係が確認された。つまり、魚食量の減少は、働く女性にとって、手間の掛かる魚料理を避けて、比較的手間の掛からない肉料理や簡便な調理食品(惣菜)を選択したものと考えられる。とくに魚食量の多かった北陸三県において、女性の就労率の上昇に伴って、魚食量が減少し調理食品の購入額が増加していることは、今後魚離れが一層進むことを推測される。

4. まとめ

以上のように、魚食量の減少は、日本の伝統的食文化である「魚食文化」が消滅の危機にあり、その要因は以下の三項目に集約することができよう。

- (1) 食文化の伝承がなされず(地域性の消失)、テレビやネット等の情報媒体の影響で全国的に都市化志向が高まり地域性の強い魚食文化が都市化(平均化)され(林、2015)地域性が薄れたと考える。
- (2) 団塊世代までは「郊外に一戸建て住宅」を持つことが目標であったが、段階ジュニア世代では、通勤や買物に便利な駅前や駅近立地の集合住宅に住むのが主流となっている。
その結果、前述した魚調理による臭気を嫌い、魚料理を敬遠する主婦が増えている。
- (3) 女性の高学歴化や行政による女性の就労支援に関する法律が次々と立法化され、子育て世代の女性の就労率が年々増加するに伴い、手間の掛からない肉料理や調理食品の需要が近年急激に伸びている。

上記の三項目は、団塊世代とそのジュニア世代との、ライフスタイル(生活様式)に対する価値観の相違によるものである。団塊世代とそのジュニア世代の魚食量の差を、魚の価格面や嗜好では論理的な説明は出来ないと見えよう。

2013年に「和食：日本の伝統的食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されたが、その主たる食材の一つである「魚」離れの現状に危機感を覚える。

本稿では、魚離れの真の原因として消費者のライフスタイルの変化があることをあきらかにした。冒頭でも指摘したように、長年、生鮮魚介類の流通を担ってきた卸売市場を基幹とする流通構造は、こうした消費者のライフスタイルの変化を理解せず、対応してこなかったことが、卸売市場の衰退を引き起こした真の理由である。しかし、本稿では、卸売市場や小売企業がどのように対応したかについて突っ込んだ分析はできなかった。また一部の中央卸売市場関連企業は生鮮魚介類の流通機能から、消費者ニーズに対応した魚調理食品開発への挑戦を模索している。その状況と可能性についての調査研究にも対象を広げ、水産物流通の

課題、対応策等を客観的な視点から明らかにすることを今後の研究課題としたい。

参考文献

- 秋谷重男、木立真直、柴田希美夫、田村馨（1996）『卸売市場に未来はあるのか』日本経済新聞社．
- 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．
- 有路昌彦（2013）「我が国の水産物消費の減少要因に関する定量分析」日本水産学会誌．
- 濱田英嗣（2011）『水産物の流通と産地戦略』成山堂書店．
- 濱田武（2016）『魚と日本人』岩波書店．
- 林紀代美（2015）『魚食と日本人』古今書院．
- 南方建明（2011）『日本の小売業と流通政策』中央経済社．

