

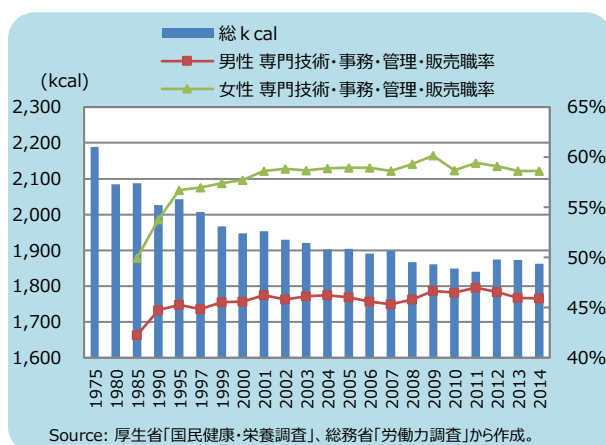
資料：弊社『食の消費分析と予測 2016～2021』より 2016年7月発刊

(株)ブレイン・リサーチ&マーケティング [ご紹介・購入サイトはこちら](#)[概要・目次はこちら](#)

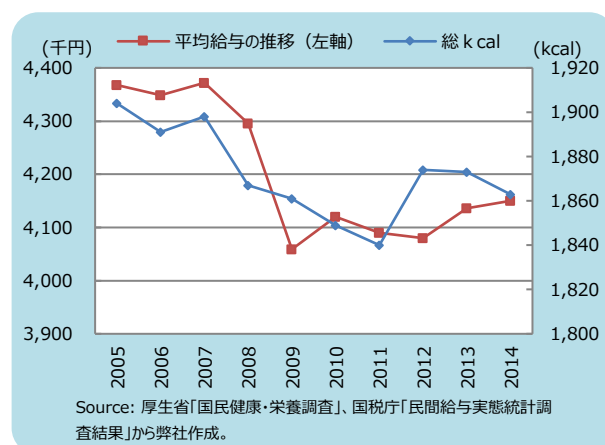
—食に期待する価値の変化—

事務系の労働者の増加などを背景に、「食＝エネルギー補給」という本来の役割のみならず、新しい価値が求められるようになると予測できる。一方で給与等の推移と支出の関係から、食支出に対する消費者の選別が行われる状況でもある。「価格」や「味」「栄養等」以外にも価値を見出せない商品は、その選別の対象からはずされてしまう危険がある。消費者の生活を助けるような「①経済的な支援」「②時間的な支援」「③娯楽的な支援」が食に求められると言えるのである。

【総摂取カロリーの推移と職業率】



【平均給与の推移と総摂取カロリー】

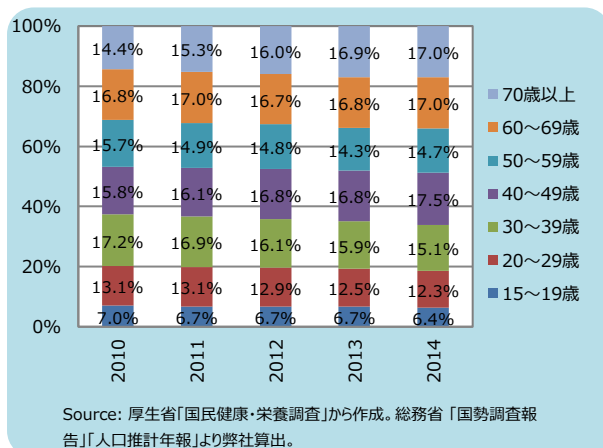


—高齢化—

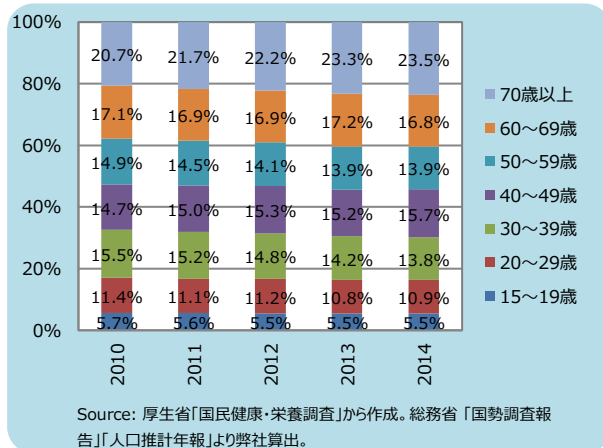
少子高齢化を迎え、食消費者の主役も変化している。次のグラフは総摂取カロリーの平均と年代別の人口から、その年代別の総摂取カロリーの構成比を算出したもの。総摂取カロリーを一つの食の市場規模と捉えれば、15歳以上の人口のうち60歳以上は男性で3割以上、女性で4割以上にもなる。製品のみならず、その包装方法や情報の伝え方、販売方法なども高齢化に適したものを、よりいっそう考えなければならなくなった。

【カロリー（総摂取カロリー平均×各年代人口）の構成比推移】※15歳以上を100%で弊社算出。

<男性>



<女性>

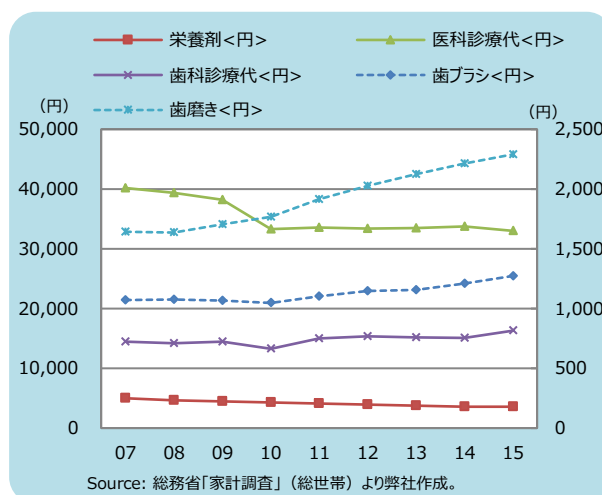


一食のソリューションテーマー

高齢化がそのまま医療費や健康食品の支出の上昇を意味しないこともある。どちらも家計にとっては支出の増加であり、できるなら抑えたいと考える。一方で元気なうちは「予防」に目が向くが、発症してしまえば「対症」にならざるを得ず、「予防」に回す支出が難しくなってくることもある。いずれにせよ、給与水準の低迷や年金不安などが背景として大きい。

その点で、食に対する「健康維持・増進」への期待と役割は高まると見るべきだ。右グラフの歯科診療と歯ブラシ等の支出上昇は、どの年代の世帯でも見られる。菓子類、炭酸飲料、乳製品の支出上昇との関連性は特定しづらいが、“歯に優しい”などが「食のソリューション」テーマの一つとなるだろう。

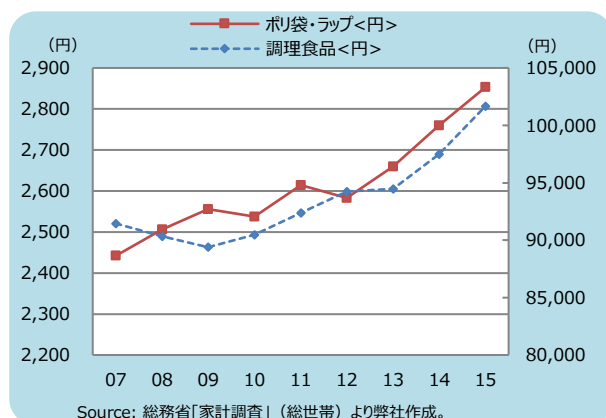
【健康関連への支出推移】（点線右軸）



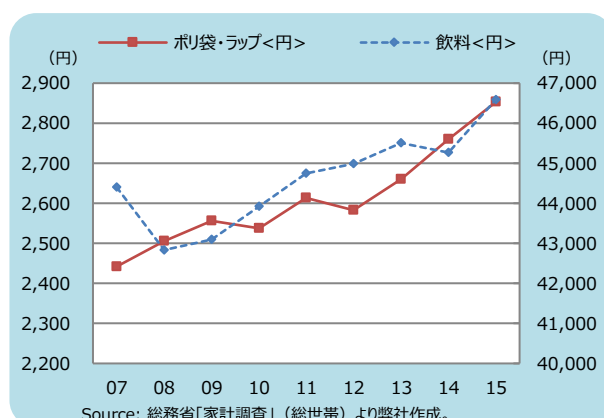
下のグラフは、「調理食品」「飲料」の支出とポリ袋・ラップ類の支出を比較している。二つの支出とも上昇基調なので、ポリ袋・ラップ類との支出の関係性は深くはないかもしれない。しかし調理食品や飲料の家庭での消費が増えれば、排出される容器等のゴミ類は増えるのは間違いない。味も栄養分も価格も同じなら、より廃棄や再保存（開封後等の保存）が容易な食品へ消費が流れることはありえる。

さらに消費者が高齢化することで、その商品の「わかりやすさ」「使いやすさ」「捨てやすさ」「再保存のしやすさ」などで包装へのソリューションの必要性は、いっそう高まると見てよい。

【ポリ袋・ラップ類と調理食品の支出推移】



【ポリ袋・ラップ類と飲料の支出推移】



一食とコスト意識

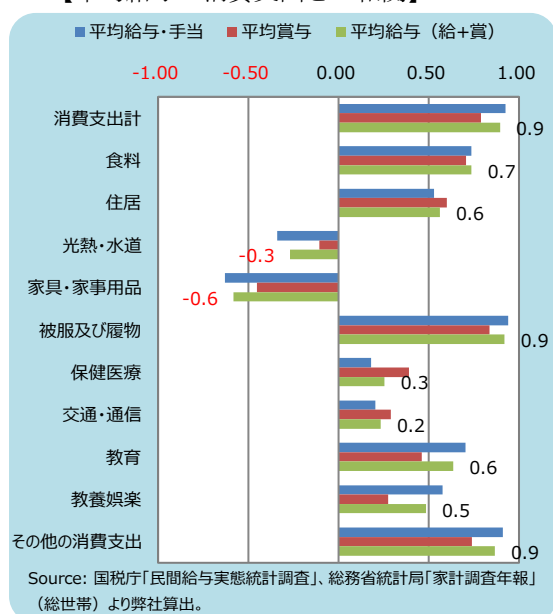
給与が増えれば単価の高い食べ物が求められ、給与が下がれば日々の家計を引き締める目的で、無駄な食費は抑制される。抑制対象の筆頭は「被服及び履物」である。安い衣料品の普及と、多少の着古し感を許容できるのなら、長く使い続けることも可能な財だからだ。

給与等と相関が低いのは抑制の難しい、光熱・水道費、家具・家事用品である。後者は、負の相関（片方が増えれば<減れば>、片方が減る<増える>）が現れているが、給与の推移と逆行するものではなく、例えば冷蔵庫などは寿命がきたら給与の多寡に関係なく買い替えなければならないからである。給与が低迷すると支出が増える関係にあるわけではない。

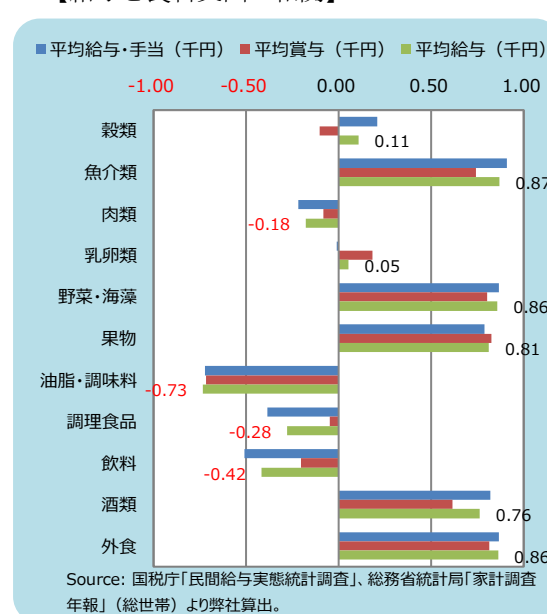
食では魚介類、野菜・海藻、果物、酒類、外食が給与等との相関が高い結果となっている。中でも外食は、家計の支出の抑制として内食や中食で代替される率が高くなる。魚介類等は支出減少が続いており、給与の減少傾向と一致しているため高い相関となっている。近年の食の傾向から、給与が増えれば魚介類の支出が増えるとは限らない。魚介類の支出下降の背景には価格の上昇なども一要因だが、洋食化で肉類が求められ、手間のかかる魚料理を避ける意識などが背景として大きいのである。

肉類では牛肉が給与の変動の影響を受けやすく、20代や30代の世帯ではその傾向が強いと読み取れる。

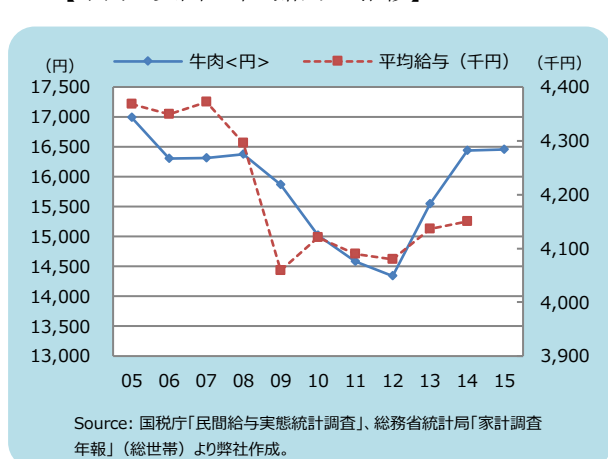
【平均給与 消費支出との相関】



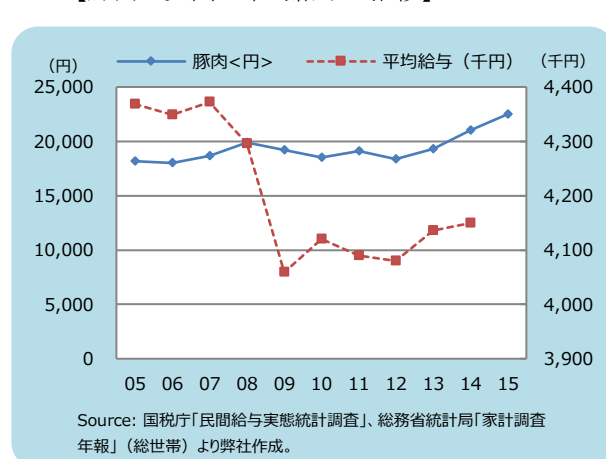
【給与と食料支出の相関】



【牛肉の支出と平均給与の推移】



【豚肉の支出と平均給与の推移】

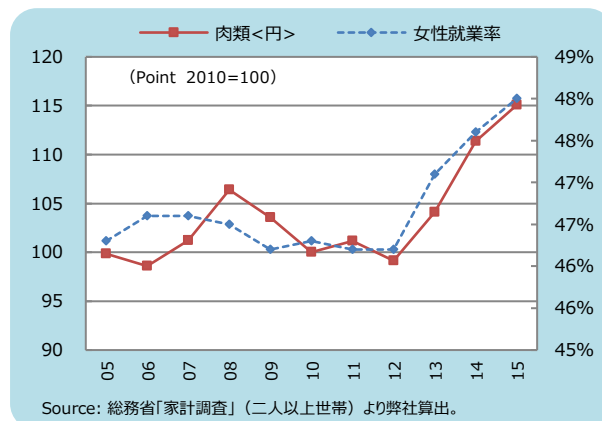
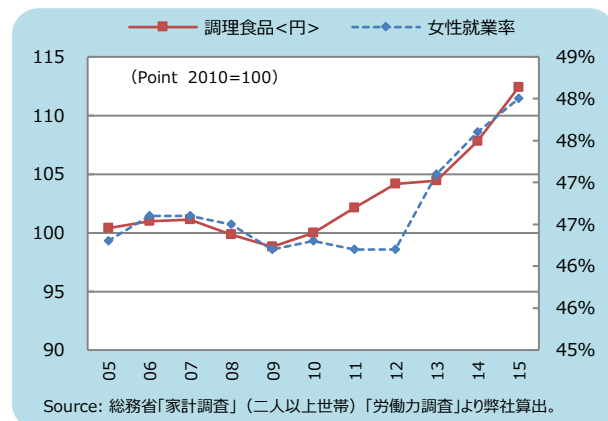


—就業率の上昇と食の支出との関係—

若い世代から 60 代以上の年代まで、女性の就業率は上昇している。そこで買い物や調理の時間は以前に比べれば時間的な余裕がなくなっている。調理食品や即席商品、味付き調味料などの支出が増える背景である。

同時に昼食を家庭以外で摂る人(外食)の率も増えることになる。サービス産業への移行でシフト勤務者が増えたことも一つの要因。調理食品の活用や調理の簡略化などが家庭において重要度を増すのは今後も変わらず、食の重要なソリューションのテーマである。

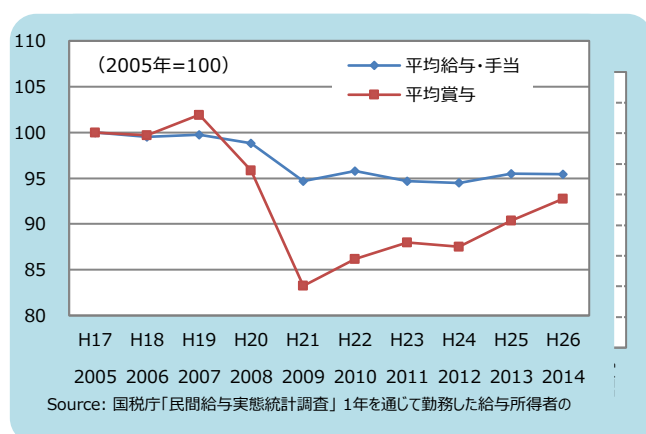
【女性の就業率と調理食品／肉類の支出推移】



—支出の時期とマーケティング機会—

食の支出は12月がもっとも高い。給与と賞与の推移を見ると、賞与の回復傾向が認められ、12月は今後も、食のマーケティングにとって重要な月である。

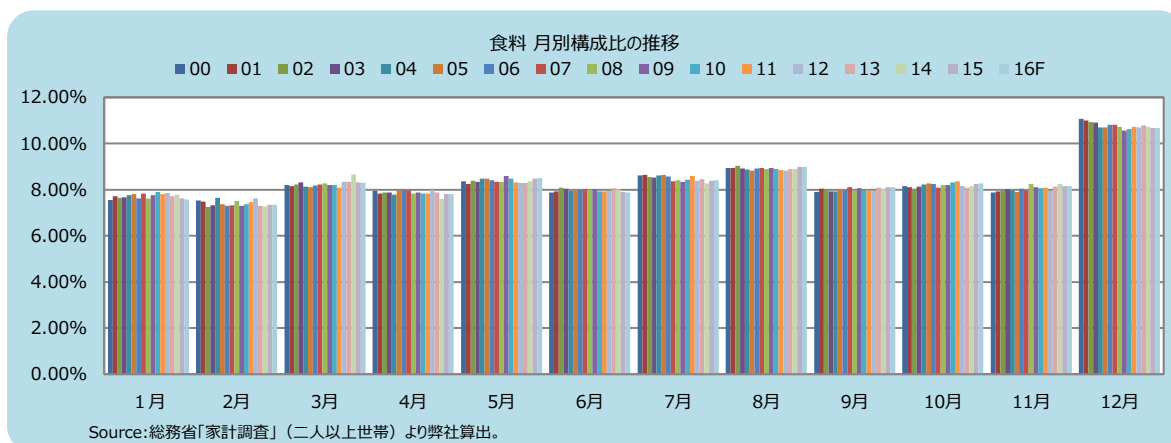
【食料支出の月別推移 2014～2016F】



【平均給与と賞与の推移】

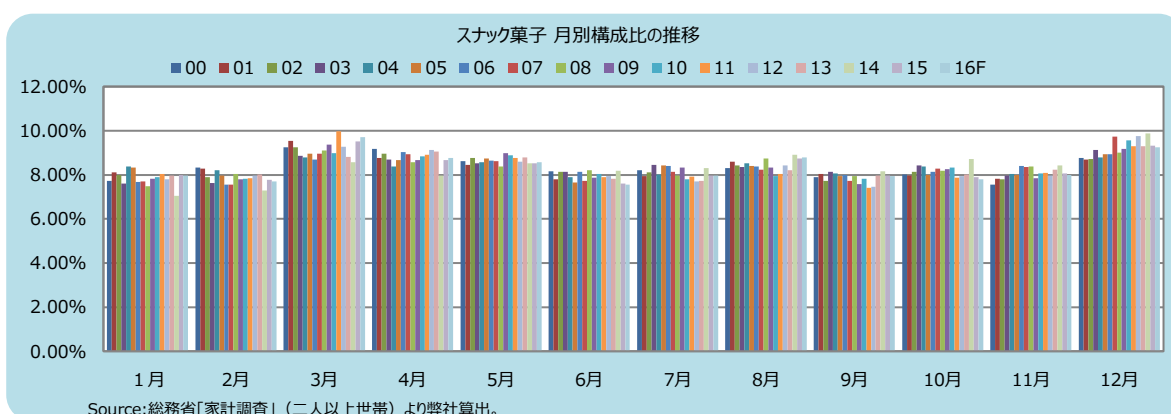
一方で、食の支出の構成比(次頁)でみると、12月は若干その比率を下げ気味にしている。それに替わって他の月が伸びてきている。この背景には12月に支出の多い魚介類や清酒などの支出の下降などもある。それ以外では、イベントの分散化などもありえる。クリスマスや年末年始の商戦のみならず、近年ではハロウィンなどが加わったことが代表的と言える。

【食料支出の月別構成比の推移】



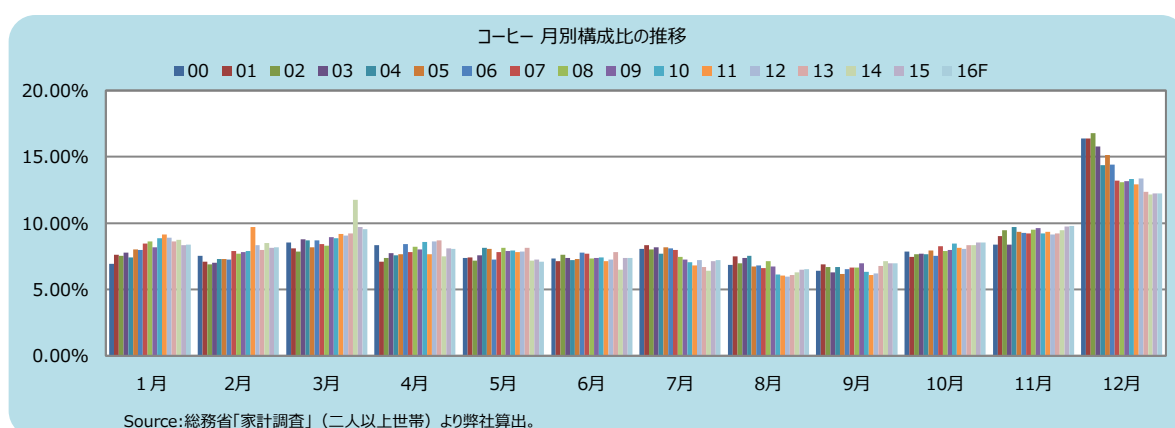
次のグラフは同じものをスナック菓子で見ている。支出が増えているスナック菓子は、11月や12月に支出比率の上昇傾向が認められる。

【スナック菓子支出の月別構成比の推移】



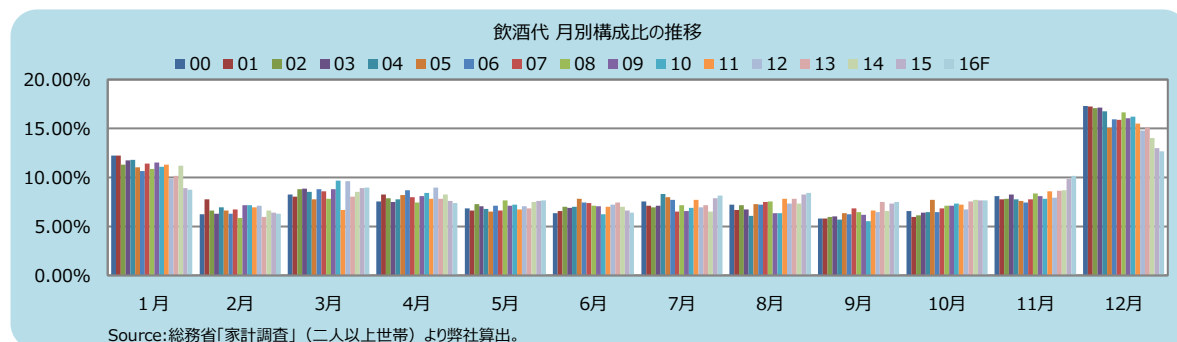
下のグラフはコーヒー（レギュラー・インスタントコーヒー等）の支出の比率の推移を示している。12月というイベントが多い時期が中心だったのが、他の月に分散化している。支出の推移も堅調であり、常飲される飲み物として定着化してきていることがうかがえる。

【コーヒー支出の月別構成比の推移】



飲酒代（外食）の支出の推移は悪くない。ただし忘年会や新年会が集中する1月や12月に限られたものではなく、分散化してきている。一つには、若者などを中心にコミュニケーションの一環としての軽く飲むような飲酒機会の増加や、一人や少人数でも立ち寄れる居酒屋やアルコールを提供する店が増えたこと、ファミリーレストラン等で軽く飲酒する人たちなどの存在などがその背景にありえる。

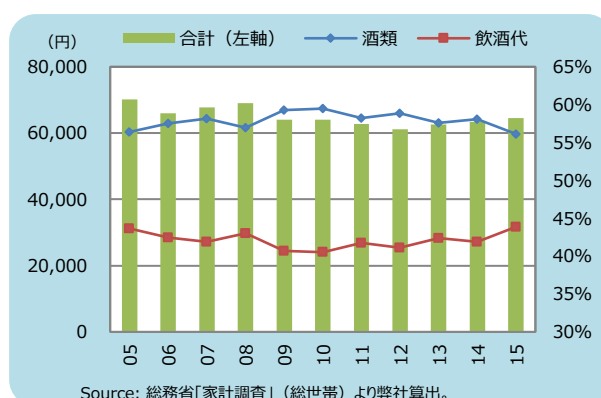
【飲酒代（外食）支出の月別の支出推移】



飲料への支出は増える一方、酒類への支出は減少している。左のグラフは酒類支出と飲酒代（外食）の支出比率の推移等を示している。双方の合計では支出の下降傾向は収まっているが、ここ数年は飲酒代（外食）の支出がやや優勢であるようだ。

「酒＝酔う」も時代とともに変化し、コミュニケーションや外飲みイベントの効果などへ、興味に移っていることがありえる。「家飲み」用の酒類にもそういう効果が求められるだろう。

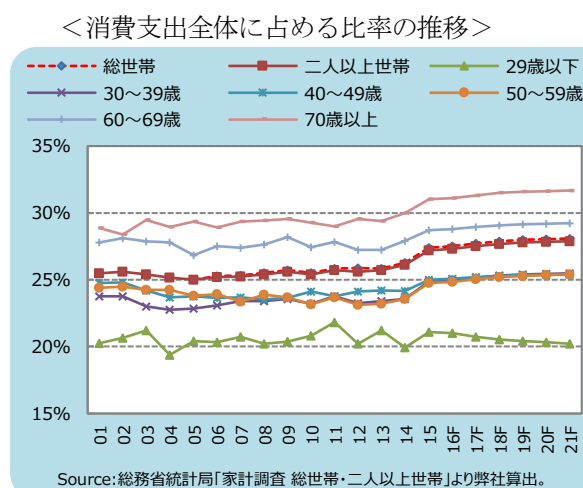
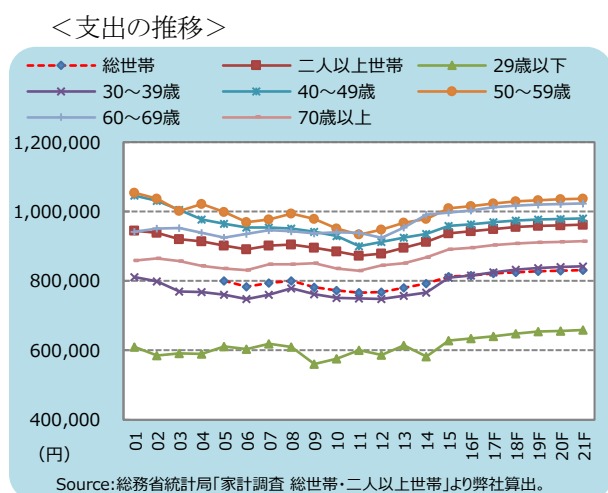
【酒類と飲酒代（外食）の支出推移】



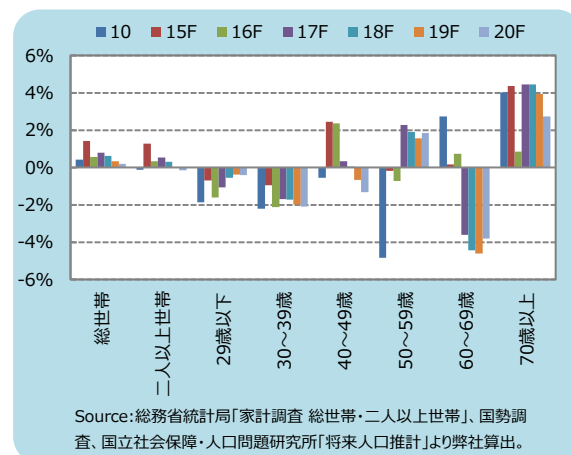
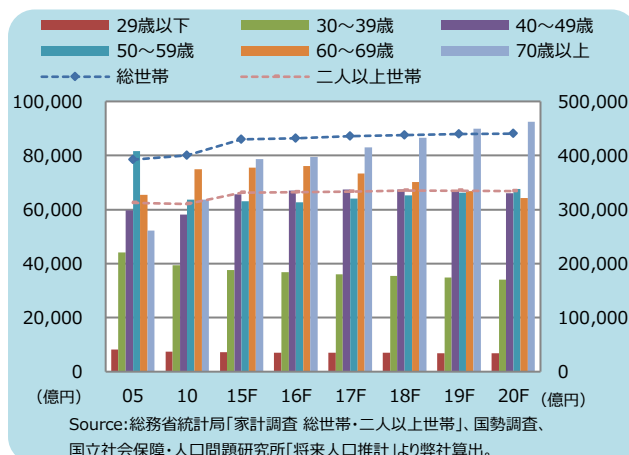
一食消費支出の予測

支出の増加は価格上昇によるところが大きく、積極的な消費とは言えない。それをどうポジティブでアクティブなものに変えていけるかが、メーカーや販売会社の課題である。

【食料消費支出の推移と予測】



【世帯主の年代別 世帯数予測値からの規模計算値と平均成長率】



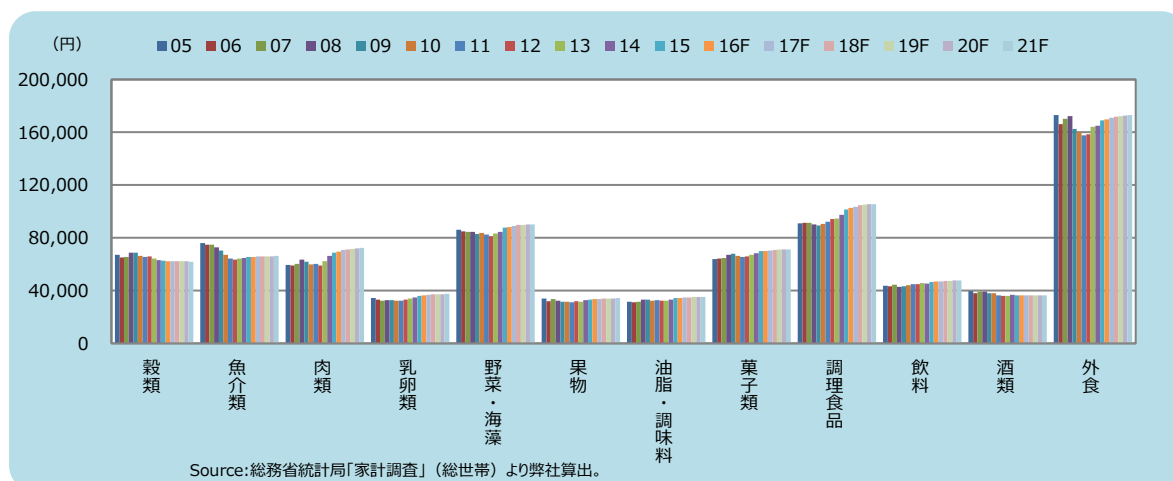
一食育の重要性が高まっているー

洋食化の進行や就業率の上昇などからくる調理時間の削減要望などで、魚介類や和食向けの野菜の支出は低調である。支出金額だけでは価格の上昇などでわかりづらく、数量で見ると、例えば魚介類はその多くの品目が減少している。野菜も洋食に合ったものや、和洋を選ばないものの支出は悪くないが、和食用の野菜類は支出の減少が避けられない。世代が交代することで、その傾向はいつそう強まることが懸念される。

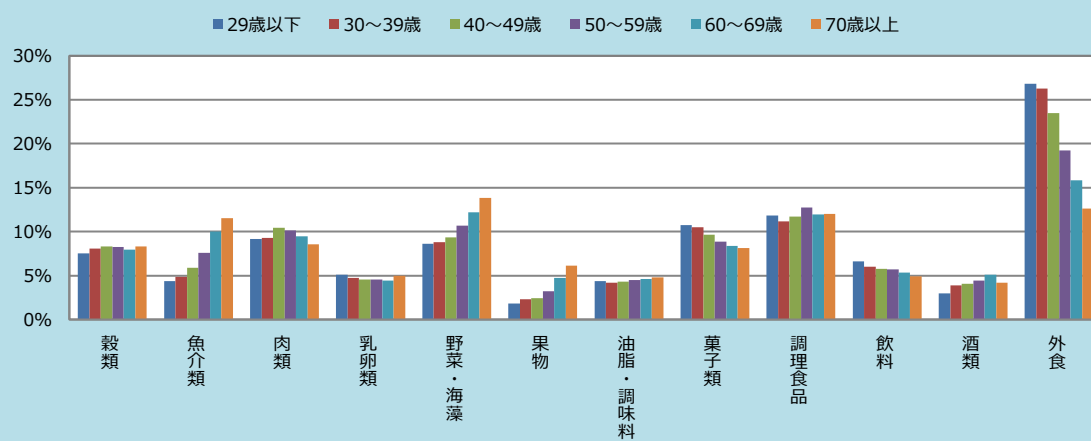
食の多様性を失うことで日本の食文化は奥行きのないものとなり、将来は人口減少に加え、新たな市場縮小の要因となりかねない。

特に若い年代における和食系食材（魚介類、野菜の中の和食用の食材、しょう油やみそなどの和食用調味料）の消費を促すような、和食文化の家庭における定着と発展を考える必要がある。洋食向けの野菜と和食向けの野菜を生産する農家の間に格差が生じると、和食野菜の供給不足や値上がりにつながり、和食文化衰退の悪循環を作りかねないのである。

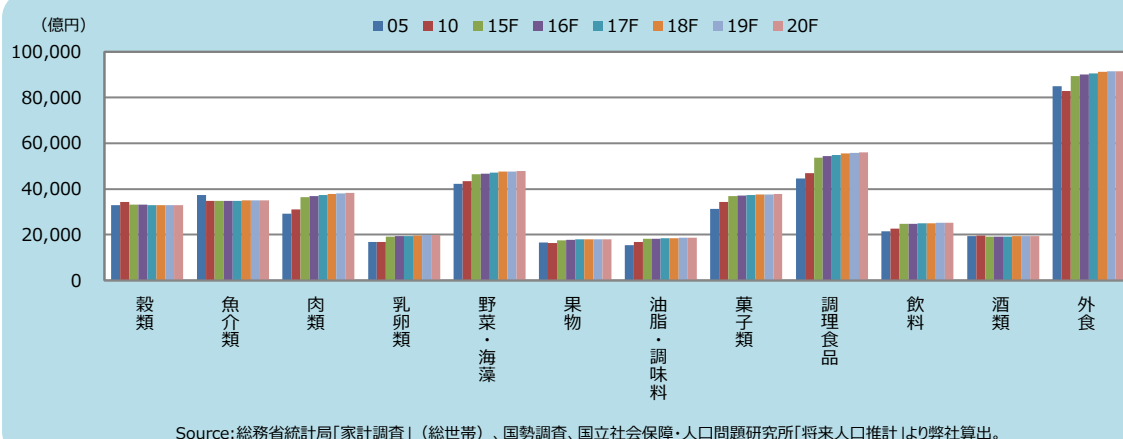
【食料中分類別支出の推移】



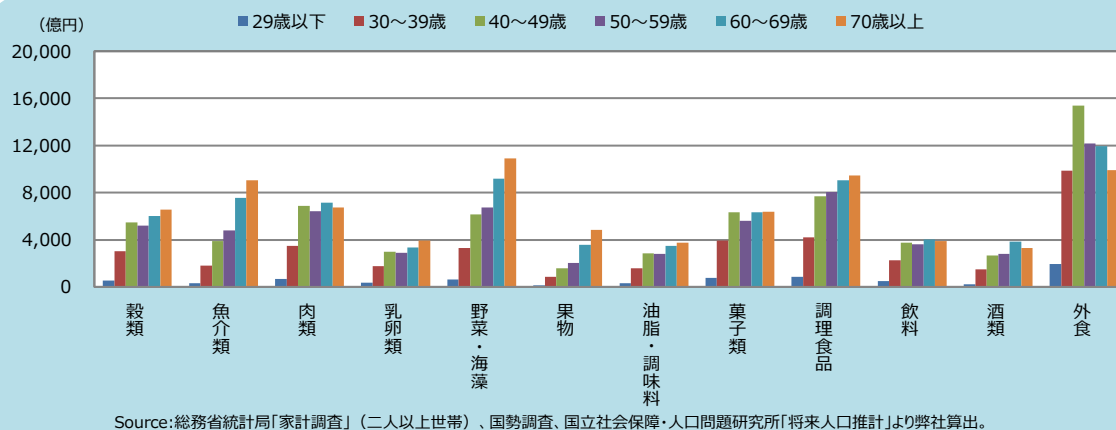
【世帯主の年代別 食料中分類別の支出比率 2015 年】



【食料中分類別 総支出（支出×総世帯数）推移と予測】



【世帯主の年代別 食料中分類別の総支出額（世帯数×支出額）2015 年】



【主要野菜の消費数量 平均成長率】

	05-10	10-15		05-10	10-15		05-10	10-15
生鮮野菜<1g>	-0.6%	0.3%	さといも<1g>	-5.6%	-2.8%	トマト<1g>	-1.5%	2.3%
葉茎菜<1g>	0.6%	0.4%	だいこん<1g>	-2.7%	-0.3%	ピーマン<1g>	-1.1%	2.3%
キャベツ<1g>	2.1%	1.1%	にんじん<1g>	0.1%	1.3%	生しいたけ<1g>	1.7%	-2.8%
ほうれんそう<1g>	-3.0%	-1.1%	ごぼう<1g>	-1.7%	-1.8%	他のきのこ<1g>	2.5%	0.6%
はくさい<1g>	-0.5%	0.3%	たまねぎ<1g>	0.2%	2.1%	他の野菜のその他<1g>	0.0%	1.8%
ねぎ<1g>	-1.0%	-0.8%	れんこん<1g>	0.5%	-1.4%	干しいたけ<1g>	-7.4%	-4.9%
レタス<1g>	-1.5%	2.1%	たけのこ<1g>	-5.0%	-5.5%	わかめ<1g>	-5.8%	-2.5%
ブロッコリー<1g>	2.3%	3.0%	他の根菜<1g>	-3.3%	-1.1%	こんぶ<1g>	-3.9%	-3.9%
もやし<1g>	5.9%	-1.6%	他の野菜<1g>	-0.9%	0.4%	豆腐<1丁>	1.0%	0.8%
他の葉茎菜<1g>	-1.4%	-0.3%	さやまめ<1g>	-4.7%	-1.2%	梅干し<1g>	-2.3%	-2.4%
根菜<1g>	-1.4%	0.1%	かぼちゃ<1g>	-0.6%	-0.7%	だいこん漬<1g>	-2.8%	-2.5%
さつまいも<1g>	-1.7%	-1.6%	きゅうり<1g>	-2.0%	-1.1%	はくさい漬<1g>	-3.9%	-4.2%
じゃがいも<1g>	-1.1%	-1.0%	なす<1g>	-2.2%	-2.0%	こんぶつくだ煮<1g>	-2.3%	-1.7%

Source: 総務省「家計調査」(二人以上世帯)より弊社算出。

【主要油脂・調味料の種類別支出の推移と予測】

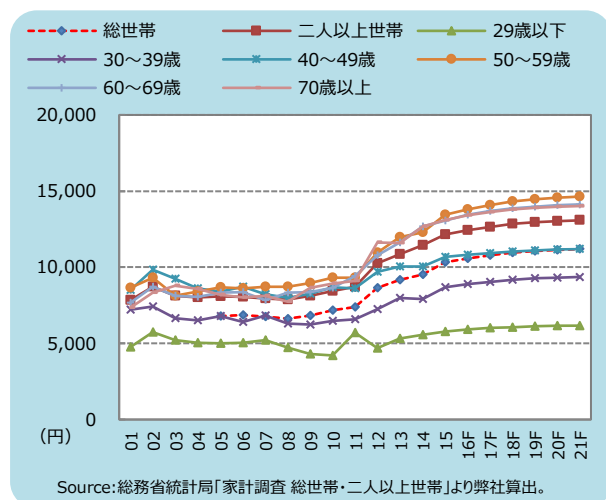
※マヨネーズ・マヨネーズ風調味料は2005年にドレッシングを含む。

2010年=100	支出額の推移				総支出額(支出額×世帯数)の推移			
	05	10	15	20F	05	10	15F	20F
油脂・調味料	97.4	100.0	105.9	108.5	92.2	100.0	108.0	111.0
油脂	102.4	100.0	122.5	134.7	96.9	100.0	125.0	137.9
食用油	105.8	100.0	131.3	148.0	100.1	100.0	134.0	151.4
マーガリン	90.0	100.0	90.2	86.1	85.2	100.0	92.0	88.1
調味料	96.8	100.0	104.0	105.5	91.6	100.0	106.1	108.0
食塩	111.2	100.0	91.7	90.8	105.3	100.0	93.6	93.0
しょう油	109.4	100.0	90.2	88.0	103.5	100.0	92.0	90.1
みそ	110.4	100.0	90.3	89.4	104.4	100.0	92.1	91.5
砂糖	102.7	100.0	92.6	89.9	97.2	100.0	94.5	92.0
酢	119.6	100.0	72.2	64.3	113.2	100.0	73.7	65.8
ソース	101.1	100.0	90.5	89.8	95.7	100.0	92.4	91.9
ケチャップ	97.4	100.0	99.3	100.1	92.1	100.0	101.4	102.5
マヨネーズ・マヨネーズ風調味料	218.2	100.0	91.7	86.2	206.5	100.0	93.5	88.3
ドレッシング	-	100.0	128.2	134.1	0.0	100.0	130.9	137.3
ジャム	99.9	100.0	100.6	99.7	94.5	100.0	102.6	102.0
カレールー	96.8	100.0	95.5	96.5	91.6	100.0	97.5	98.7
乾燥スープ	88.9	100.0	118.7	125.0	84.2	100.0	121.2	127.9
風味調味料	96.8	100.0	115.1	118.9	91.6	100.0	117.4	121.6
ふりかけ	96.1	100.0	101.9	102.6	91.0	100.0	104.0	105.0
つゆ・たれ	88.7	100.0	106.7	110.3	83.9	100.0	108.9	112.9
他の調味料	92.2	100.0	110.0	113.1	87.2	100.0	112.2	115.8

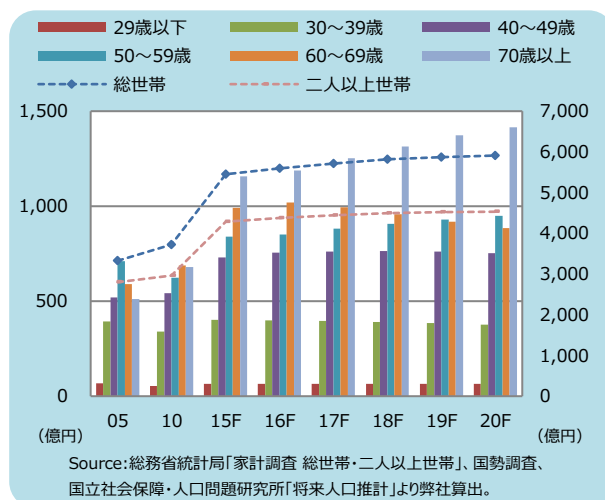
Source: 総務省統計局「家計調査」(総世帯)、国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「将来人口推計」より弊社算出。

支出が厳しい品目の代表的なものが米である。一方で支出を伸ばしている品目の一つに、ヨーグルトがある。次頁のグラフは世帯主の年代別のヨーグルトへの支出の推移を示している。グラフの動きにもあるとおり、どの世代の世帯でも支出が伸びている。洋食に合ったデザートであることや、製品の種類の増加なども大きい。健康意識の高まりからの支出増加ということもありえる。自社の製品や分野以外でも、支出が伸びているものとならないものの違いについて、社会環境の変化などから捉えて、十分に吟味する必要がある。

【ヨーグルトの支出推移と予測】



【ヨーグルト 総支出の推移と予測】



—食に関するマーケティング活動の重要性—

給与の回復傾向が背景にあり、価格の上昇などが合わさって、食料支出の推移は上昇傾向にある。一方でエンゲル係数の推移にもあるとおり、家計は厳しくなっている。食への支出も、可能なら無駄をなくしたいと考えることになる。加えて少子化や核家族化が進むことで、食材・食品の小口化や保存性を重視した購入意識も強まっていくと予想できる。

しかし他の消費と比べると、以下の点で食の消費には期待が持てると考えられる。

- ①他の消費財に比べ単価が安い。
- ②イベント等との相性が良い。
- ③情報化社会との相性も良い（SNS 等での情報拡散）。
- ④食は消費（エネルギー）から貯蓄（身体づくり・健康増進）へと目的を変えることができる。
- ⑤季節感が薄らぎつつあるが、それを逆手に取った販売機会を得ることもできる。
- ⑥業界を超えた活動の可能性と必要性和その結果の需要喚起（外食における和食文化啓もう活動など）。
- ⑦もっとも身近な娯楽としての食の手軽さと奥深さ（新しい発見や体験）。

製品や価格以外に情報チャネルとしてのコミュニケーションをどう密度の高いものにしていけるかが、メーカーや小売業（販売店／外食）の一つの課題だ。

その結果として、消費者の食への意識をポジティブなものに変え、食の消費の積極性や多様性、継続性、自主性などを創出することである。

外食で新しい食を知り、それを家庭で再現し、さらに研究熱心になって食べ歩きや情報取得に熱心になる、という好循環を作ることが大切である。

食を「消費」ではなく、「楽しみ」（ストーリー）や「投資・貯蓄」（身体づくり・健康増進）の要素に変え、個人が「自己表現」の一つとして毎日の食生活を送るようになるのが理想。そのような意識の高い人たちがインフルエンサーとなり、次の世代に受け継がれていく流れが必要であると言える。

弊社『食の消費分析と予測 2016～2021』分析シートより

米<円>

総世帯／二人以上世帯

米<円>									前年比推移							
	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
01		38,293	15,842	25,134	38,775	43,953	42,738	41,087	-	-	-	-	-	-	-	-
02		36,593	15,047	23,638	36,261	39,626	42,554	41,505	-4.4%	-5.0%	-6.0%	-6.5%	-9.8%	-0.4%	1.0%	
03		37,256	15,699	22,723	34,884	40,564	44,589	43,498	1.8%	4.3%	-3.9%	-3.8%	2.4%	4.8%	4.8%	
04		37,294	15,727	23,279	33,815	42,443	43,922	41,733	0.1%	0.2%	2.4%	-3.1%	4.6%	-1.5%	-4.1%	
05	27,191	32,896	14,775	20,124	30,384	34,979	40,173	36,666	-11.8%	-6.1%	-13.6%	-10.1%	-17.6%	-8.5%	-12.1%	
06	25,338	30,967	13,121	19,243	29,304	32,682	36,574	35,649	-6.8%	-5.9%	-11.2%	-4.4%	-3.6%	-6.6%	-9.0%	-2.8%
07	24,932	30,679	13,717	19,574	28,506	31,992	35,026	36,276	-1.6%	-0.9%	4.5%	1.7%	-2.7%	-2.1%	-4.2%	1.8%
08	25,424	31,230	12,331	19,415	28,808	33,681	36,232	36,047	2.0%	1.8%	-10.1%	-0.8%	1.1%	5.3%	3.4%	-0.6%
09	24,914	30,495	10,117	19,672	28,027	32,353	35,195	35,161	-2.0%	-2.4%	-18.0%	1.3%	-2.7%	-3.9%	-2.9%	-2.5%
10	23,315	28,610	12,816	17,656	28,083	29,230	32,608	32,597	-6.4%	-6.2%	26.7%	-10.2%	0.2%	-9.7%	-7.4%	-7.3%
11	22,488	27,425	12,168	18,025	24,749	27,817	31,468	31,995	-3.5%	-4.1%	-5.1%	2.1%	-11.9%	-4.8%	-3.5%	-1.8%
12	23,276	28,731	13,031	18,777	27,813	28,828	31,258	32,969	3.5%	4.8%	7.1%	4.2%	12.4%	3.6%	-0.7%	3.0%
13	22,672	28,093	14,413	19,039	27,759	26,641	30,487	32,108	-2.6%	-2.2%	10.6%	1.4%	-0.2%	-7.6%	-2.5%	-2.6%
14	20,194	25,108	9,353	15,159	24,217	24,015	27,509	29,465	-10.9%	-10.6%	-35.1%	-20.4%	-12.8%	-9.9%	-9.8%	-8.2%
15	18,249	22,981	9,726	14,092	19,460	23,772	25,027	27,062	-9.6%	-8.5%	4.0%	-7.0%	-19.6%	-1.0%	-9.0%	-8.2%
16F	17,838	22,508	9,606	13,739	18,900	23,285	24,452	26,555	-2.3%	-2.1%	-1.2%	-2.5%	-2.9%	-2.0%	-2.3%	-1.9%
17F	17,314	21,897	9,182	13,219	18,047	22,844	23,792	25,929	-2.9%	-2.7%	-4.4%	-3.8%	-4.5%	-1.9%	-2.7%	-2.4%
18F	16,927	21,453	9,021	12,897	17,341	22,623	23,295	25,455	-2.2%	-2.0%	-1.8%	-2.4%	-3.9%	-1.0%	-2.1%	-1.8%
19F	16,715	21,211	8,958	12,730	16,971	22,484	23,018	25,192	-1.3%	-1.1%	-0.7%	-1.3%	-2.1%	-0.6%	-1.2%	-1.0%
20F	16,573	21,046	8,878	12,603	16,740	22,372	22,834	25,018	-0.8%	-0.8%	-0.9%	-1.0%	-1.4%	-0.5%	-0.8%	-0.7%
21F	16,468	20,925	8,828	12,514	16,561	22,301	22,699	24,890	-0.6%	-0.6%	-0.6%	-0.7%	-1.1%	-0.3%	-0.6%	-0.5%

Source:総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」より弊社算出。

米<円>

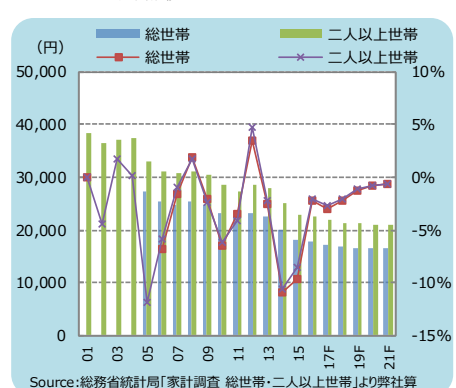
全消費支出に占める比率の推移

	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
01		1.033%	0.526%	0.736%	0.918%	1.018%	1.261%	1.383%
02		0.997%	0.531%	0.702%	0.873%	0.936%	1.256%	1.362%
03		1.029%	0.562%	0.679%	0.840%	0.981%	1.305%	1.495%
04		1.026%	0.516%	0.689%	0.819%	1.007%	1.301%	1.431%
05	0.850%	0.912%	0.493%	0.604%	0.749%	0.834%	1.165%	1.287%
06	0.818%	0.875%	0.441%	0.594%	0.726%	0.806%	1.074%	1.239%
07	0.794%	0.859%	0.459%	0.603%	0.709%	0.765%	1.015%	1.255%
08	0.811%	0.876%	0.409%	0.583%	0.713%	0.810%	1.062%	1.250%
09	0.818%	0.871%	0.368%	0.609%	0.704%	0.783%	1.059%	1.220%
10	0.770%	0.821%	0.463%	0.545%	0.729%	0.713%	0.951%	1.141%
11	0.758%	0.808%	0.443%	0.571%	0.653%	0.706%	0.933%	1.119%
12	0.783%	0.837%	0.448%	0.583%	0.735%	0.704%	0.921%	1.152%
13	0.751%	0.806%	0.497%	0.588%	0.726%	0.638%	0.871%	1.109%
14	0.669%	0.719%	0.320%	0.466%	0.625%	0.578%	0.775%	1.018%
15	0.615%	0.666%	0.326%	0.433%	0.507%	0.583%	0.721%	0.942%
16F	0.602%	0.652%	0.318%	0.421%	0.493%	0.570%	0.701%	0.922%
17F	0.584%	0.634%	0.297%	0.403%	0.469%	0.559%	0.681%	0.900%
18F	0.572%	0.622%	0.286%	0.392%	0.450%	0.554%	0.666%	0.883%
19F	0.565%	0.615%	0.280%	0.386%	0.440%	0.550%	0.658%	0.873%
20F	0.560%	0.610%	0.275%	0.382%	0.434%	0.548%	0.652%	0.867%
21F	0.556%	0.606%	0.271%	0.379%	0.429%	0.546%	0.648%	0.862%

Source:総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」より弊社算出。

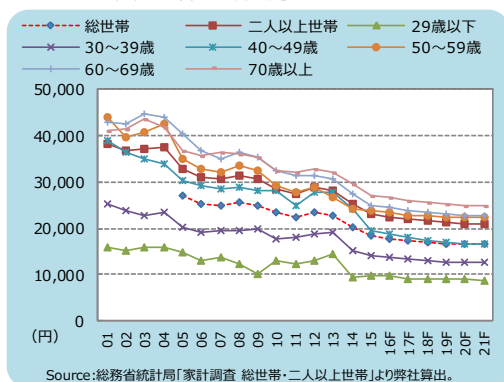
米<円>

支出推移

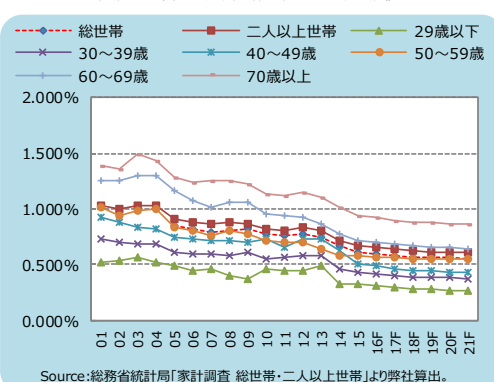


米<円>

世帯主の年代別支出の推移

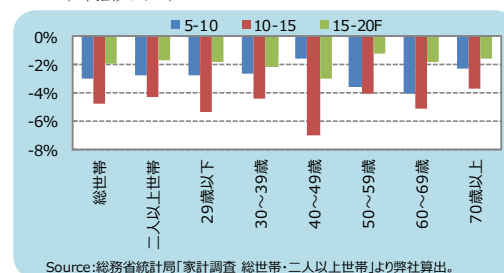


世帯主の年代別 支出全体に占める比率の推移



米<円>

CAGR(5年推移 グラフ)



米<円>

世帯主年代別 CAGR(5年推移 表)

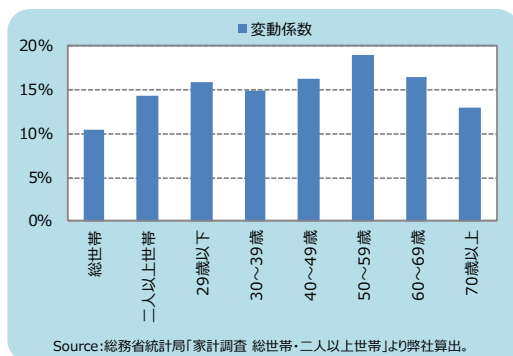
	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
5-10	-3.0%	-2.8%	-2.8%	-2.6%	-1.6%	-3.5%	-4.1%	-2.3%
10-15	-4.8%	-4.3%	-5.4%	-4.4%	-7.1%	-4.0%	-5.2%	-3.7%
15-20F	-1.9%	-1.7%	-1.8%	-2.2%	-3.0%	-1.2%	-1.8%	-1.6%
01-15	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
変動係数	10.37%	14.33%	15.85%	14.82%	16.27%	18.95%	16.50%	12.95%

Source:総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」より弊社算出。

総世帯／二人以上世帯

米<円>

変動係数



支出推移 2010年=100

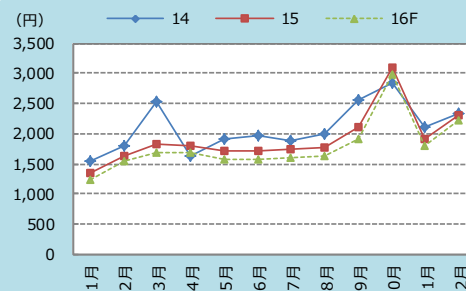
	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
01		133.8	123.6	142.4	138.1	150.4	131.1	126.0
02		127.9	117.4	133.9	129.1	135.6	130.5	127.3
03		130.2	122.5	128.7	124.2	138.8	136.7	133.4
04		130.4	122.7	131.8	120.4	145.2	134.7	128.0
05		116.6	115.0	115.3	114.0	108.2	119.7	123.2
06		108.7	108.2	102.4	109.0	104.3	111.8	112.2
07		106.9	107.2	107.0	110.9	101.5	109.4	107.4
08		109.0	109.2	96.2	110.0	102.6	115.2	111.1
09		106.9	106.6	78.9	111.4	99.8	110.7	107.9
10	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
11		96.5	95.9	94.9	102.1	88.1	95.2	96.5
12		99.8	100.4	101.7	106.3	99.0	98.6	95.9
13		97.2	98.2	112.5	107.8	98.8	91.1	93.5
14		86.6	87.8	73.0	85.9	86.2	82.2	84.4
15		78.3	80.3	75.9	79.8	69.3	81.3	76.8
16F		76.5	78.7	75.0	77.8	67.3	79.7	75.0
17F		74.3	76.5	71.6	74.9	64.3	78.2	73.0
18F		72.6	75.0	70.4	73.0	61.7	77.4	71.4
19F		71.7	74.1	69.9	72.1	60.4	76.9	70.6
20F		71.1	73.6	69.3	71.4	59.6	76.5	70.0
21F		70.6	73.1	68.9	70.9	59.0	76.3	70.4

Source: 総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」より弊社算出。

米<円>

月別支出推移 (円/月)	※参考値			前年同月比推移		
	14	15	16F	14	15	16F
1月	1,555	1,349	1,243	-15.0%	-13.2%	-7.9%
2月	1,810	1,639	1,544	-9.4%	-9.4%	-5.8%
3月	2,524	1,843	1,679	10.2%	-27.0%	-8.9%
4月	1,635	1,790	1,700	-29.7%	9.5%	-5.0%
5月	1,908	1,726	1,587	-17.5%	-9.5%	-8.1%
6月	1,963	1,716	1,574	-14.8%	-12.6%	-8.3%
7月	1,876	1,736	1,603	-13.4%	-7.5%	-7.6%
8月	1,998	1,765	1,626	-8.1%	-11.7%	-7.9%
9月	2,569	2,108	1,901	-11.5%	-17.9%	-9.8%
10月	2,831	3,095	2,993	-8.3%	9.3%	-3.3%
11月	2,116	1,918	1,790	-8.5%	-9.4%	-6.7%
12月	2,324	2,296	2,223	-2.8%	-1.2%	-3.2%
変動係数 (1～12月)				18.0%	22.0%	23.8%

Source: 総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」より弊社算出。

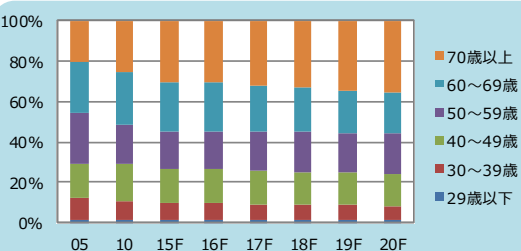
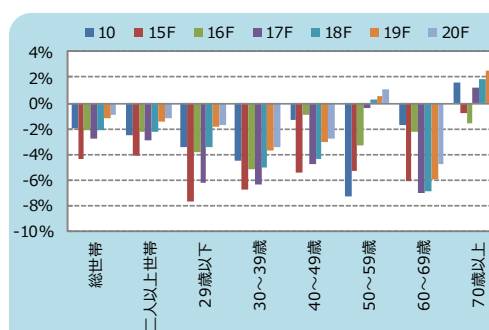
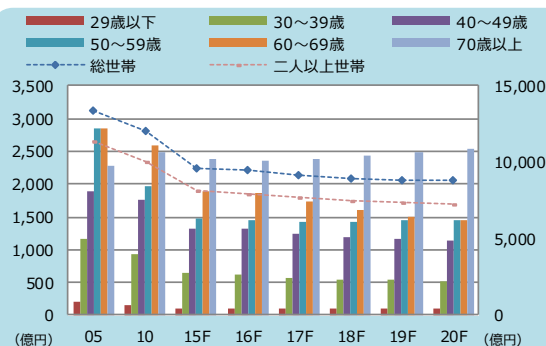


米<円>

拡大推計値 全世帯支出合計 (億円) ※参考値

	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	総世帯	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
05	13,341	11,384	197	1,165	1,880	2,862	2,843	2,292	-	-	-	-	-	-	-	-
10	12,087	10,030	165	925	1,755	1,959	2,600	2,480	-1.95%	-2.50%	-3.45%	-4.51%	-1.37%	-7.31%	-1.77%	1.59%
15F	9,654	8,105	111	653	1,330	1,485	1,897	2,391	-4.39%	-4.17%	-7.69%	-6.73%	-5.39%	-5.39%	-6.11%	-0.73%
16F	9,445	7,921	106	619	1,317	1,436	1,854	2,353	-2.17%	-2.26%	-3.79%	-5.24%	-0.96%	-3.27%	-2.29%	-1.56%
17F	9,177	7,688	100	579	1,254	1,431	1,724	2,382	-2.84%	-2.94%	-6.30%	-6.41%	-4.80%	-0.39%	-7.01%	1.22%
18F	8,979	7,512	96	550	1,199	1,435	1,606	2,428	-2.16%	-2.29%	-3.49%	-5.06%	-4.37%	0.29%	-6.86%	1.91%
19F	8,870	7,404	95	529	1,162	1,443	1,509	2,488	-1.22%	-1.43%	-1.84%	-3.78%	-3.09%	0.57%	-6.01%	2.51%
20F	8,793	7,320	93	511	1,129	1,459	1,437	2,533	-0.87%	-1.14%	-1.72%	-3.41%	-2.86%	1.10%	-4.78%	1.81%

Source: 総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」、国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「将来人口推計」より弊社算出。



	二人以上世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
05	100.0%	1.8%	10.4%	16.7%	25.5%	25.3%	20.4%
10	100.0%	1.7%	9.4%	17.8%	19.8%	26.3%	25.1%
15F	100.0%	1.4%	8.3%	16.9%	18.9%	24.1%	30.4%
16F	100.0%	1.4%	8.0%	17.1%	18.7%	24.1%	30.6%
17F	100.0%	1.3%	7.8%	16.8%	19.2%	23.1%	31.9%
18F	100.0%	1.3%	7.5%	16.4%	19.6%	22.0%	33.2%
19F	100.0%	1.3%	7.3%	16.1%	20.0%	20.9%	34.4%
20F	100.0%	1.3%	7.1%	15.8%	20.4%	20.1%	35.4%

Source: 総務省統計局「家計調査 総世帯・二人以上世帯」、国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「将来人口推計」より弊社算出。

米<1kg>

米(1kg)		前年比推移												
	二人以上 世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	二人以上 世帯	29歳以下	30～39 歳	40～49 歳	50～59 歳	60～69 歳	70歳以上
01	97.290	45.310	65.690	102.170	111.520	106.820	98.910	-	-	-	-	-	-	-
02	93.840	42.210	62.620	94.370	103.000	110.050	98.120	-3.5%	-6.8%	-4.7%	-7.6%	3.0%	-0.8%	
03	93.970	42.900	60.290	88.580	102.240	114.710	101.230	0.1%	1.6%	-3.7%	-6.1%	-0.7%	4.2%	3.2%
04	87.620	40.060	57.090	80.570	100.650	100.990	95.730	-6.8%	-6.6%	-5.3%	-9.0%	-1.6%	-12.0%	-5.4%
05	89.480	40.180	57.170	84.780	94.330	108.930	96.990	2.1%	0.3%	0.1%	5.2%	-6.3%	7.9%	1.3%
06	85.100	38.800	55.880	83.310	91.890	98.430	91.980	-4.9%	-3.4%	-2.3%	-1.7%	-2.6%	-9.6%	-5.2%
07	85.330	40.940	56.380	82.900	90.040	95.010	96.910	0.3%	5.5%	0.9%	-0.5%	-2.0%	-3.5%	5.4%
08	88.550	35.750	57.410	81.620	95.750	105.780	96.810	3.8%	-12.7%	1.8%	-1.5%	6.3%	11.3%	-0.1%
09	85.110	30.950	56.160	81.860	88.040	99.580	93.610	-3.9%	-13.4%	-2.2%	0.3%	-8.1%	-5.9%	-3.3%
10	83.010	38.150	52.900	83.170	85.190	92.680	93.840	-2.5%	23.3%	-5.8%	1.6%	-3.2%	-6.9%	0.2%
11	80.580	38.510	55.880	74.790	81.370	92.600	90.430	-2.9%	0.9%	5.6%	-10.1%	-4.5%	-0.1%	-3.6%
12	78.780	37.150	51.250	75.220	78.280	87.050	90.490	-2.2%	-3.5%	-8.3%	0.6%	-3.8%	-6.0%	0.1%
13	75.170	37.300	50.970	73.910	70.410	85.940	82.430	-4.6%	0.4%	-0.5%	-1.7%	-10.1%	-1.3%	-8.9%
14	73.050	28.530	44.970	72.470	68.620	81.100	83.780	-2.8%	-23.5%	-11.8%	-1.9%	-2.5%	-5.6%	1.6%
15	69.510	30.810	45.430	61.900	73.580	75.350	77.870	-4.8%	8.0%	1.0%	-14.6%	7.2%	-7.1%	-7.1%
16F	68.572	30.585	44.808	60.700	72.847	74.041	76.803	-1.3%	-0.7%	-1.4%	-1.9%	-1.0%	-1.7%	-1.4%
17F	67.700	29.856	44.111	59.241	72.869	72.697	75.881	-1.3%	-2.4%	-1.6%	-2.4%	0.0%	-1.8%	-1.2%
18F	67.017	29.730	43.807	57.790	73.340	71.597	75.039	-1.0%	-0.4%	-0.7%	-2.4%	0.6%	-1.5%	-1.1%
19F	66.604	29.699	43.640	56.988	73.505	70.972	74.503	-0.6%	-0.1%	-0.4%	-1.4%	0.2%	-0.9%	-0.7%
20F	66.341	29.583	43.478	56.529	73.550	70.573	74.200	-0.4%	-0.4%	-0.4%	-0.8%	0.1%	-0.6%	-0.4%
21F	66.149	29.524	43.378	56.162	73.635	70.275	73.968	-0.3%	-0.2%	-0.2%	-0.6%	0.1%	-0.4%	-0.3%

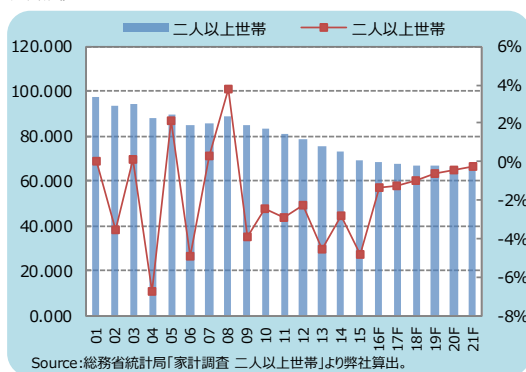
Source:総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」より弊社算出。

米(1kg) 単価(円)		前年比推移													
	二人以上 世帯	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	二人以上 上世帯	29歳以 下	30～39 歳	40～49 歳	50～59 歳	60～69 歳	70歳以 上	
01	393.596	349.636	382.615	379.515	394.127	400.094	415.398	-	-	-	-	-	-	-	
02	389.951	356.480	377.483	384.243	384.718	386.679	423.002	-0.9%	2.0%	-1.3%	1.2%	-2.4%	-3.4%	1.8%	
03	396.467	365.944	376.895	393.814	396.753	388.711	429.695	1.7%	2.7%	-0.2%	2.5%	3.1%	0.5%	1.6%	
04	425.633	392.586	407.760	419.697	421.689	434.914	435.945	7.4%	7.3%	8.2%	6.6%	6.3%	11.9%	1.5%	
05	367.635	367.720	352.003	358.386	370.815	368.796	378.039	-13.6%	-6.3%	-13.7%	-14.6%	-12.1%	-15.2%	-13.3%	
06	363.890	338.170	344.363	351.746	355.664	371.574	387.573	-1.0%	-8.0%	-2.2%	-1.9%	-4.1%	0.8%	2.5%	
07	359.534	335.051	347.180	343.860	355.309	368.656	374.327	-1.2%	-0.9%	0.8%	-2.2%	-0.1%	-0.8%	-3.4%	
08	352.682	344.923	338.182	352.953	351.760	342.522	372.348	-1.9%	2.9%	-2.6%	2.6%	-1.0%	-7.1%	-0.5%	
09	358.301	326.882	350.285	342.377	367.481	353.434	375.612	1.6%	-5.2%	3.6%	-3.0%	4.5%	3.2%	0.9%	
10	344.657	335.937	333.762	337.658	343.115	351.834	347.368	-3.8%	2.8%	-4.7%	-1.4%	-6.6%	-0.5%	-7.5%	
11	340.345	315.970	322.566	330.913	341.858	339.827	353.810	-1.3%	-5.9%	-3.4%	-2.0%	-0.4%	-3.4%	1.9%	
12	364.699	350.767	366.380	369.755	368.268	359.081	364.339	7.2%	11.0%	13.6%	11.7%	7.7%	5.7%	3.0%	
13	373.726	386.408	373.533	375.578	378.370	354.747	389.518	2.5%	10.2%	2.0%	1.6%	2.7%	-1.2%	6.9%	
14	343.710	327.830	337.091	334.166	349.971	339.199	351.695	-8.0%	-15.2%	-9.8%	-11.0%	-7.5%	-4.4%	-9.7%	
15	330.614	315.677	310.192	314.378	323.077	332.143	347.528	-3.8%	-3.7%	-8.0%	-5.9%	-7.7%	-2.1%	-1.2%	
16F	328.229	314.087	306.620	311.363	319.640	330.253	345.750	-0.7%	-0.5%	-1.2%	-1.0%	-1.1%	-0.6%	-0.5%	
17F	323.438	307.535	299.666	304.638	313.495	327.272	341.699	-1.5%	-2.1%	-2.3%	-2.2%	-1.9%	-0.9%	-1.2%	
18F	320.112	303.426	294.399	300.061	308.472	325.356	339.220	-1.0%	-1.3%	-1.8%	-1.5%	-1.6%	-0.6%	-0.7%	
19F	318.459	301.623	291.704	297.795	305.876	324.322	338.138	-0.5%	-0.6%	-0.9%	-0.8%	-0.8%	-0.3%	-0.3%	
20F	317.236	300.118	289.871	296.128	304.172	323.558	337.175	-0.4%	-0.5%	-0.6%	-0.6%	-0.6%	-0.2%	-0.3%	
21F	316.329	299.007	288.475	294.890	302.853	323.009	336.490	-0.3%	-0.4%	-0.5%	-0.4%	-0.4%	-0.2%	-0.2%	

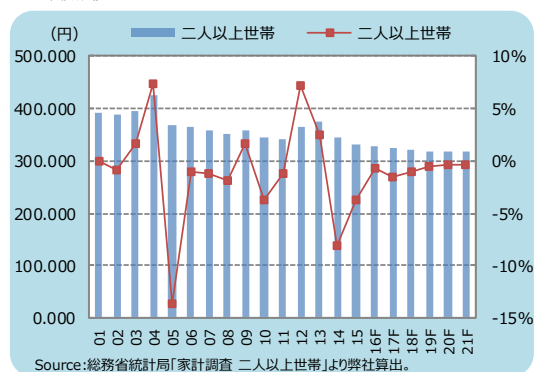
Source:総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」より弊社算出。

米<1kg>

支出推移

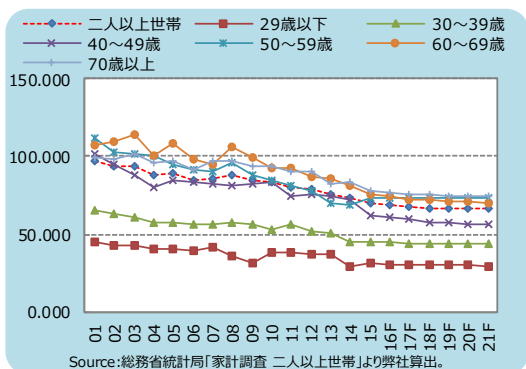


単価推移

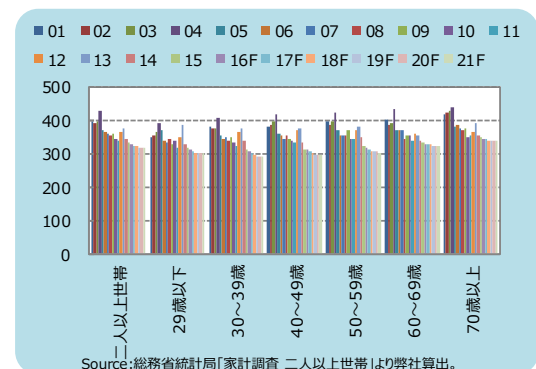


米<1kg>

世帯主の年代別支出の推移

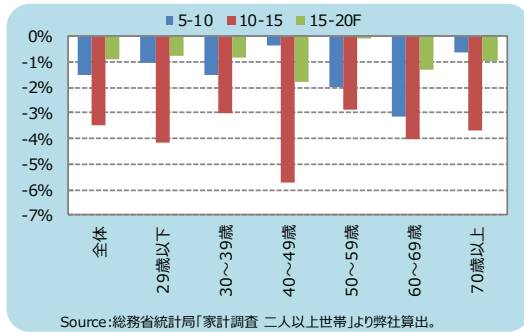


世帯主の年代別単価の推移

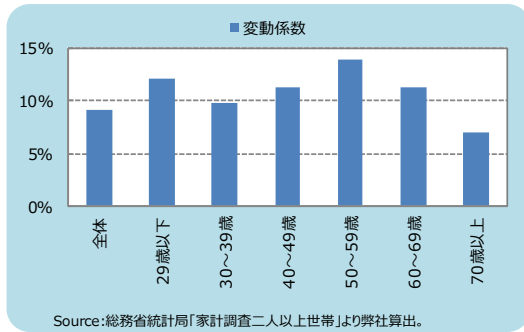


総世帯／二人以上世帯

米<1kg>
CAGR(5年推移 グラフ)



米<1kg>
変動係数



米<1kg>
世帯主年代別 CAGR(5年推移 表)

	全体	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上
5-10	-1.5%	-1.0%	-1.5%	-0.4%	-2.0%	-3.2%	-0.7%
10-15	-3.5%	-4.2%	-3.0%	-5.7%	-2.9%	-4.1%	-3.7%
15-20F	-0.9%	-0.8%	-0.9%	-1.8%	0.0%	-1.3%	-1.0%

	全体	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上
変動係数	9.10%	12.03%	9.84%	11.30%	13.87%	11.32%	6.94%

Source: 総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」より弊社算出。

支出推移 2010年=100

	全体	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上
01	117.2	118.8	124.2	122.8	130.9	115.3	105.4
02	113.0	110.6	118.4	113.5	120.9	118.7	104.6
03	113.2	112.5	114.0	106.5	120.0	123.8	107.9
04	105.6	105.0	107.9	96.9	118.1	109.0	102.0
05	107.8	105.3	108.1	101.9	110.7	117.5	103.4
06	102.5	101.7	105.6	100.2	107.9	106.2	98.0
07	102.8	107.3	106.6	99.7	105.7	102.5	103.3
08	106.7	93.7	108.5	98.1	112.4	114.1	103.2
09	102.5	81.1	106.2	98.4	103.3	107.4	99.8
10	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
11	97.1	100.9	105.6	89.9	95.5	99.9	96.4
12	94.9	97.4	96.9	90.4	91.9	93.9	96.4
13	90.6	97.8	96.4	88.9	82.7	92.7	87.8
14	88.0	74.8	85.0	87.1	80.5	87.5	89.3
15	83.7	80.8	85.9	74.4	86.4	81.3	83.0
16F	82.6	80.2	84.7	73.0	85.5	79.9	81.8
17F	81.6	78.3	83.4	71.2	85.5	78.4	80.9
18F	80.7	77.9	82.8	69.5	86.1	77.3	80.0
19F	80.2	77.8	82.5	68.5	86.3	76.6	79.4
20F	79.9	77.5	82.2	68.0	86.3	76.1	79.1
21F	79.7	77.4	82.0	67.5	86.4	75.8	78.8

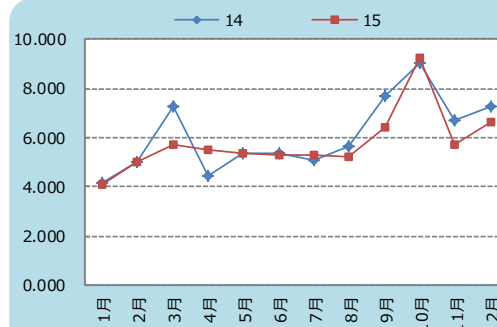
Source: 総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」より弊社算出。

米<1kg>

月別支出推移

	14	15	16F	14	15	16F
1月	4.150	4.060	-	-8.8%	-2.2%	-
2月	4.980	5.030	-	-1.6%	1.0%	-
3月	7.260	5.690	-	20.4%	-21.6%	-
4月	4.470	5.500	-	-25.3%	23.0%	-
5月	5.380	5.350	-	-9.1%	-0.6%	-
6月	5.330	5.320	-	-9.7%	-0.2%	-
7月	5.080	5.260	-	-8.5%	3.5%	-
8月	5.630	5.200	-	-2.4%	-7.6%	-
9月	7.690	6.440	-	-10.0%	-16.3%	-
10月	9.010	9.250	-	-0.6%	2.7%	-
11月	6.700	5.690	-	-0.7%	-15.1%	-
12月	7.280	6.610	-	16.7%	-9.2%	-
変動係数(1~12月)				23.3%	21.0%	-

Source: 総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」より弊社算出。

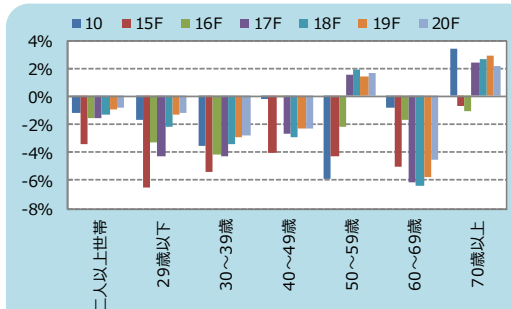
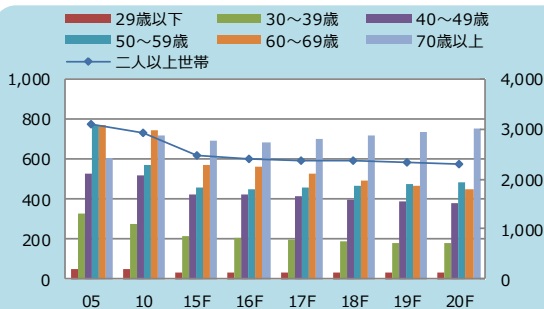


米<1kg>

拡大推計値 全世帯支出合計※参考値

	二人以上世帯	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	二人以上世帯	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上
05	3,096	54	331	525	772	771	606	-	-	-	-	-	-	-
10	2,910	49	277	520	571	739	714	-1.2%	-1.7%	-3.5%	-0.2%	-5.9%	-0.8%	3.3%
15F	2,451	35	210	423	460	571	688	-3.4%	-6.5%	-5.4%	-4.0%	-4.2%	-5.0%	-0.7%
16F	2,413	34	202	423	449	561	681	-1.6%	-3.3%	-4.1%	0.0%	-2.2%	-1.7%	-1.1%
17F	2,377	32	193	412	456	527	697	-1.5%	-4.3%	-4.2%	-2.7%	1.6%	-6.2%	2.4%
18F	2,347	32	187	400	465	493	716	-1.3%	-2.2%	-3.4%	-2.9%	1.9%	-6.3%	2.7%
19F	2,325	31	181	390	472	465	736	-0.9%	-1.3%	-2.9%	-2.4%	1.4%	-5.7%	2.8%
20F	2,308	31	176	381	480	444	751	-0.8%	-1.2%	-2.8%	-2.3%	1.7%	-4.6%	2.1%

Source: 総務省統計局「家計調査 二人以上世帯」、国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「将来人口推計」より弊社算出。



分析シート対象品目

消費支出(全体)	ほうれんそう	風味調味料
食料	はくさい	ふりかけ
穀類	ねぎ	つゆ・たれ
米	レタス	他の調味料
パン	ブロッコリー	菓子類
食パン	もやし	ようかん
他のパン	他の葉茎菜	まんじゅう
麺類	根菜	他の和生菓子
生うどん・そば	さつまいも	カステラ
乾うどん・そば	じゃがいも	ケーキ
スパゲッティ	さといも	ゼリー
中華麺	だいこん	プリン
カップ麺	にんじん	他の洋生菓子
即席麺	ごぼう	せんべい
他の麺類	たまねぎ	ビスケット
他の穀類	れんこん	スナック菓子
小麦粉	たけのこ	キャンデー
もち	他の根菜	チョコレート
他の穀類のその他	他の野菜	チョコレート菓子
魚介類	さやまめ	アイスクリーム・シャーベット
生鮮魚介	かぼちゃ	他の菓子
鮮魚	きゅうり	調理食品
まぐろ	なす	主食的調理食品
あじ	トマト	弁当
いわし	ピーマン	すし(弁当)
かつお	生しいたけ	おにぎり・その他
かれい	しめじ	調理パン
さけ	えのきたけ	他の主食的調理食品
さば	他のきのこ(2014年までは26B,26Xを含む)	他の調理食品
さんま	他の野菜のその他	うなぎのかば焼き
たい	乾物・海藻	サラダ
ぶり	豆類	コロッケ
いか	干しいたけ	カツレツ
たこ	干しのり	天ぷら・フライ
えび	わかめ	しゅうまい
かに	こんぶ	ぎょうざ
他の鮮魚	他の乾物・海藻	やきとり
さしみ盛合わせ	大豆加工品	ハンバーグ
貝類	豆腐	冷凍調理食品
あさり	油揚げ・がんもどき	そうざい材料セット
しじみ	納豆	他の調理食品のその他
かき(貝)	他の大豆製品	飲料
ほたて貝	他の野菜・海藻加工品	茶類
他の貝	こんにゃく	緑茶
塩干魚介	梅干し	紅茶
塩さけ	だいこん漬	他の茶葉
たらこ	はくさい漬	茶飲料
しらす干し	他の野菜の漬物	コーヒー・ココア
干しあじ	こんぶつくだ煮	コーヒー
他の塩干魚介	他の野菜・海藻のつくだ煮	コーヒー飲料
魚肉練製品	他の野菜・海藻加工品のその他	ココア・ココア飲料
揚げかまぼこ	果物	他の飲料
ちくわ	生鮮果物	果実・野菜ジュース
かまぼこ	りんご	炭酸飲料
他の魚肉練製品	みかん	乳酸菌飲料
他の魚介加工品	グレープフルーツ	乳飲料
かつお節・削り節	オレンジ	ミネラルウォーター
魚介の漬物	他の柑きつ類	スポーツドリンク
魚介のつくだ煮	梨	他の飲料のその他(2014年までは38Yを含む)
魚介の缶詰	ぶどう	酒類
他の魚介加工品のその他	柿	清酒
肉類	桃	焼酎
生鮮肉	すいか	ビール
牛肉	メロン	ウイスキー
豚肉	いちご	ワイン
鶏肉	バナナ	発泡酒・ビール風アルコール飲料
合いびき肉	キウイフルーツ	チューハイ・カクテル
他の生鮮肉	他の果物	他の酒(2014年までは3X8を含む)
加工肉	果物加工品	外食
ハム	油脂・調味料	一般外食
ソーセージ	油脂	食事代
ベーコン	食用油	日本そば・うどん
他の加工肉	マーガリン	中華そば
乳卵類	調味料	他の麺類外食
牛乳	食塩	すし(外食)
乳製品	しょう油	和食
粉ミルク	みそ	中華食
ヨーグルト	砂糖	洋食(2014年までは399を含む)
バター	酢	焼肉
チーズ	ソース	ハンバーガー
他の乳製品	ケチャップ	他の主食的外食
卵	マヨネーズ・マヨネーズ風調味料	喫茶代
野菜・海藻	ドレッシング	飲酒代
生鮮野菜	ジャム	学校給食
葉茎菜	カレールウ	
キャベツ	乾燥スープ	(総務省「家計調査」の品目分類)

目次 1

総括 食の消費展望と産業の課題

1)食の役割の今後

- 生活を支援する 「経済」「時間」「娯楽」から生活を支援する食の役割。
- 楽しさを与える 「知る」「体験」「探求／自分流」の提供。
- コミュニケーションの手段となる コミュニケーションツールとしての食。
- 健康維持と増進の手助け 食＝「エネルギー（消費）」⇒「身体をつくる（蓄え）」へ。
- 日本文化を守る 守るべき食の多様性。

2)年代別の特性

- 20代以下と世帯 飲酒代・喫茶代（外食）、ヨーグルト等支出伸びる。
- 30代と世帯 ワイン、ウイスキー等伸びる、穀類比率は40代に次ぐ。
- 40代と世帯 外食規模が世代間で最大。家族多く穀類・肉類の支出も高い。
- 50代と世帯 給与高く子育て終了から調理や外食など食の興味が増す世代。
- 60代と世帯／70代以上と世帯 高齢化から支出規模が最大。高齢化に合わせたターゲティングも。

3)食の品目別の展望と課題

- 穀類 核家族化などで主食の役割低下、米以外への多様化進む。パン、カップ麺が好調。
- 魚介類 価格、手間、洋食化で魚介類離れ進む。支出12月などイベント期へ偏る傾向。
- 肉類 魚介類からのシフト進むが低価格品が中心。
- 乳卵類 チーズ、ヨーグルトがどの世帯でも支出上昇。
- 野菜・海藻類／果物 洋食関連の野菜が伸びる。和食系はさらに厳しい。
- 油脂・調味料 みそ、醤油など基本調味料は減少。味付き調味料は調理食品との競合も。
- 菓子類 どの世代でも支出伸びる。「楽しみやストーリー」の提供で成功。
- 調理食品 女性の就業率の上昇とリンク。「日常の食」から「楽しむ食」へ。
- 飲料 炭酸飲料伸びる、コーヒー（レギュラー／インスタント等）堅調。
- 酒類 発泡酒・ビール風アルコール飲料も低価格な缶チューハイに一部支出を奪われる。「家飲み」⇒「外飲み」の傾向も。
- 外食 支出増えるも調理食品との競合、魅力的な個店などの参入で競争は厳しい。和食系外食も安定。「食の提供」⇒「楽しみの提供」へ。

4)食の機会とマーケティング

- 季節 季節感の意識が弱まった今こそ、季節感を活かしたマーケティングを。
- イベント／催し物 イベントで小さな「食」の支出に「喜び」を加える。
- 調理環境 就業率の上昇、小世帯化で食の保存性の重要度が増す。
- 情報環境 SNSがマーケティングに一番生かせる「食消費」。

5)食品メーカー／流通業の展望と課題

- 国内市場 「必要かつ安上がりな娯楽」である食の強みを活かすことが肝要。
- 新商品／異分野 ボーダーレス、スケールレスな競合のため、新規・異分野への進出も。
- 食品関連産業の役割 メーカー／小売り／外食産業の連携で食育を。消費者のマインドアップが課題。

目次 2

1. エネルギー取得としての食の役割とマーケティング

- 1) エネルギー取得推移
- 1)-1 取得総エネルギーの傾向と背景
- 1)-2 総合計カロリー（平均カロリー×人口）の推移
- 2) 年代別カロリー摂取推移
- 2)-1 年代別総カロリー摂取
- 2)-2 総合計カロリー（カロリー×各年代人口）

2. 食料消費支出とその他支出との関係

- 1) 全体支出の推移と食料支出
- 1)-1 消費支出（全体）
- 1)-2 中分類別支出の推移
- 2) 食費と他の消費支出
- 2)-1 食に関連する機器・機材への支出
- 2)-2 レジャー・教養関連への支出
- 2)-3 スポーツ関連への支出
- 2)-4 健康関連への支出推移とその他

3. 食とコストとの関係

- 1) 給与
- 1)-1 給与と消費支出の関係
- 1)-2 給与と食料消費支出
- 2) 消費者物価等と食料支出
- 2)-1 食費の消費者物価指数
- 2)-2 その他消費も含めた消費者物価指数の推移
- 2)-3 就業率と食品消費

4. 食の機会とマーケティング

- 1) 食を増やす機会
- 1)-1 食の月別の変動
- 1)-2 主要力種の月別の支出構成比
- 2) 主要品目別 月別の支出構成比
- 2)-1 穀類
- 2)-2 魚介類
- 2)-3 肉類／乳卵類
- 2)-4 野菜／果物
- 2)-5 油脂・調味料
- 2)-6 菓子類
- 2)-7 調理食品
- 2)-8 飲料
- 2)-9 酒類
- 2)-10 外食

5. 食の消費支出と予測

- 1) 食料消費支出全体の予測
- 1)-1 世帯主の年代別推移
- 1)-2 総支出の推移と予測
- 2) 食料の中分類別支出推移と予測

6. 穀類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要穀類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

7. 魚介類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要魚介類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

8. 肉類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要肉類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

9. 乳卵類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要乳卵類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

11. 野菜・海藻の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要野菜・海藻の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

12. 果物の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要果物の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

13. 油脂・調味料の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要油脂・調味料の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

14. 菓子類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要菓子類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

15. 調理食品の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要調理食品の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

16. 飲料の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要飲料の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

17. 酒類の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要酒類の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

18. 外食の消費支出と予測

- 1) 支出の推移と予測
- 2) 総支出の推移
- 3) 主要外食の種類別支出の推移
- 3)-1 種類別
- 3)-2 種類別 世帯主の年代別

■会社情報

社 名： 株式会社ブレイン・リサーチ＆マーケティング (<http://www.brain-rm.co.jp/>)

代 表 者： 飛沢 省二

社会調査法を履修。(株)矢野経済研究所の研究員、大手 BPO ベンダーの調査部門を経て、全世界で 1,000 名を超すアナリストが活動する IDC (International Data Corporation) の日本の機関である(株)IDC Japan に、アナリスト兼グループマネージャーで就任、国内外の調査プロジェクトに従事する。
2014 年 7 月(株)ブレイン・リサーチ＆マーケティング設立。

所 在 地： 日本橋 Office 〒103-0027

東京都中央区日本橋 3 丁目 2 番 14 号 新槇町ビル別館第一 2 階

Tel: 050-3085-9313

Mail: info@brain-rm.co.jp

調布 Office TEL. 042-426-8338

設 立： 2014 年 7 月

沿 革： ・2016 年 5 月『食の消費分析と予測』 発刊予定
・2015 年 8 月『コンシューマー・マーケットトレンド 2015～2016』発刊
・2014 年 8 月 ホームページ上でレポート公開を開始
・2014 年 7 月 (株)ブレイン・リサーチ＆マーケティング設立

COMPANY OUTLINE

- Company name: Brain Research & Marketing, Inc.
- URL: <http://www.brain-rm.co.jp/>
- Services: Market publications and business analysis.
Custom research and Consulting services.
- Research and Marketing Field:
Consumer Survey, Marketing services, Contents business, Solution/BPO services, Engineering market, Graphic Market, and ICT market concerning those businesses.
- Analyst, CEO Profile:
Shoji Tobisawa studied Social Research Methods as a university student. After work as an analyst at Yano Research Inc. and extensive experience in consumer research in the marketing research division of a major BPO firm, he conducted numerous studies of both domestic market and overseas market as a group manager at International Data Corporation Japan. That company, IDC Japan is a subsidiary of IDC which is one of the largest research companies, with over 1,000 analysts worldwide. Later, he established Brain Research & Marketing, Inc. in July 2014.
- Address:
 - Nihonbashi Office
 - No1 Annex Shinmaki-cho Bldg 2F
 - 2-14, Nihonbashi 3-chome, Chuo-ku
 - Tokyo 103-0027, Japan
 - TEL. +81-50-3085-9313
 - E-mail: info@brain-rm.co.jp
 - Chofu-city Office
 - TEL. +81-42-426-8338