

食環境が持続可能な食料消費に及ぼす影響評価： 8か国比較による分析

食料領域 研究員 丸山 優樹 国際領域 上席主任研究官 飯田 恭子

世界の人口は増え続け、気候変動や都市化により食を取り巻く環境は大きく変化しています。そこで持続的な食料システムを構築する上で、安定した食料供給にくわえ、環境への配慮や生活習慣病などの健康問題への対応も避けて通れません。こうした課題を考えるうえで、消費者が日常的にどのような食意識に基づいて食品を選択しているのかを8か国の都市部で実施した消費者調査をもとに分析した内容を紹介します。

1. はじめに

世界人口に目を向けると、2050年には約97億人に達する勢いで増加しており、その大半は現在の途上国が占めると予測されています。同地域では、食料の生産基盤が依然として脆弱であり、安定的かつ十分な食料を生産することが今後も求められます。その一方で昨今では、気候変動に伴い農産物の品質低下や収量の減少等が世界的に懸念されています。そのため先進国を中心に環境配慮型の食料システムの構築が推し進められていますが、中長期的な視点では、先進国のみならず途上国にも求められる課題です。

また消費面に視点を移すと、グローバルサウスに属する国々の急速な経済発展に伴い、都市部に移り住む人々が急増し、都市化が進展しています。その結果、生活スタイルが変化し、食事を素早く済ませる簡便化志向が強まることで、欧米型の食事やインスタント食品などの消費が急増しています。それに起因した過栄養・肥満の健康問題は、もはや先進国だけの問題ではなくなっています（伊藤，2023）。これらを踏まえると、持続的な食料システムを検討していく上で、人口増加に対応した安定的な食料生産にくわえて、環境問題と消費者の健康問題にも配慮していく必要があります。

既存の食料システムに変化をもたらすためには、消費者側の意識や行動を変えていくことは重要であり、それに応じて供給側の変化も促され、ボトム

アップ方式の効果が期待されます。しかしDG-RTD（2020）では、消費者は「食環境」と「社会・経済的環境」の制約を受けながら日々の生活を送っており、持続可能な食品の選択を促すには、単なる情報提供では不十分であると指摘されています。

そこで本研究では、消費者が制約を受けやすい「食環境」と「社会・経済的環境」を把握し、そのような制約下で消費者はどのような食意識をもっているのかを把握し、消費者の意識や行動を変化させる上で、どのような政策的課題が存在するのかを明らかにしようとしています。本稿では、その研究の一部として、世界8か国で実施したアンケート調査に基づき、各国消費者が有する食意識について紹介します。

2. 8か国で実施したアンケート調査について

調査は2024年1月から3月にかけて、ケニア（215件）、セネガル（200件）、アルゼンチン（226件）、インド（232件）、中国（236件）、ドイツ（211件）、フランス（177件）、アメリカ（209件）の計8か国の都市部においてインターネットを介して実施しました^{（注）}。対象者は、20歳から69歳までの男女であり、各国の性別と年代別の人口構成比に準じて回答者を募りました。食意識については、Lusk and Briggeman（2009）によって開発された、食料品の購買行動の規定因子を網羅的に整理したFood Valuesという概念を応用しました。Food Valuesは表1のとおり全11項目で構成されています。

表1 Food Valuesの項目一覧

項目	定義
1 ナチュラル	食品が近代的な技術に頼らずに生産されている程度
2 食味	その食品を食べることがどの程度五感に訴えるものであるか
3 価格	食品に対して支払われる金額
4 安全性	食品を摂取しても病気にならない程度
5 利便性	食品の調理や消費のしやすさ
6 栄養	食品に含まれる脂肪、タンパク質、ビタミンなどの量と種類
7 伝統性	伝統的な消費パターンの維持に寄与する度合い
8 原産地	農産物の生産地
9 公平性	食品の生産に関わるすべての関係者が等しく利益を得る度合い
10 外観	食品が魅力的に見える程度
11 環境影響	食品が環境に与える影響

資料：Lusk and Briggeman（2009）に基づき筆者作成

そして、消費者選好を評価する手法として広く用いられているベスト・ワースト・スケーリング (BWS) を適用しました。同手法は、全11項目の中で、5項目を選択肢として消費者に提示し、食品を購入・飲食する際に「最も重視する項目」と「最も軽視する項目」をそれぞれひとつずつ選択してもらう形式となっています。なお、選択肢を構成する5項目の組み合わせを変化させて計11通りの質問に回答してもらうことで、全項目における消費者の相対的な重要度が把握できる手法となっています。

3. 調査結果

(1) 8か国での食意識の違いについて

BWSによって把握された8か国のFood Valuesに関する回答結果から標準化BWスコアを算出し、図1に示しました。標準化BWスコアは、各項目の相対的な重要度を-1から1の範囲で表した指標であり、1に近い項目は多くの消費者に重要視されており、-1に近い項目は相対的に軽視されていることを示します。その結果、各国共通で「食味」「安全性」「栄養」が重要視されており、多くの消費者が食味を担保しつつ、健康面への配慮から栄養や安全性といった視点にも注目した食意識をもっていることが分かりました。これは世界的にみられる都市部での過栄養や肥満といった生活習慣病のリスクの高まりを反映した結果であると考えられます。

他方で「伝統性」「公平性」「原産地」「環境影響」といった項目は、各国共通で比較的軽視される傾向がみられます。諸外国に比べて、環境配慮型の食料消費やフェアトレードに対する意識が高いことが数多く報告される欧州（ドイツ、フランス）においても、近年の物価高騰の状況を踏まえ、食料品購入時の「価格」への意識が高まり、エシカル消費の意識が相対的に希薄化していることが明らかとなりました。そのような中、インドでは対照的に「価格」が最も軽視される項目となっており、同国における目覚ましい経済発展が都市部における消費者の所得を向上させ、相対的な重要度が低下していることが考えられます。

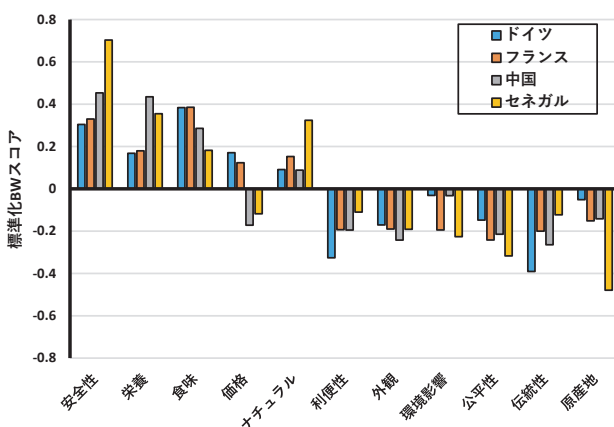


図1 8か国でのFood Valuesの比較

資料：アンケート調査に基づき筆者作成

(2) 8か国の代表的な消費者像について

Food Valuesの分析結果から食意識においては8か国で共通する部分が多い状況が把握され、これらの回答傾向から各国共通で大きく4つの消費者像（①価格と食味を重要視する消費者、②安全性と栄養を重要視する消費者、③価格を軽視する一方で環境影響を重要視する消費者、④原産地と伝統性を重要視する消費者）に分類できることが分析から明らかとなっています。

①価格と食味を重要視する消費者は、栄養や健康を軽視した食生活に陥っている傾向があり、食育や食品ラベルによって行動変容を促すことが求められます。他方、②から④に該当する消費者の多くは、重要視する項目を満たす食品として、有機食品や地域産品などを消費する傾向が強く、持続的な食料システムの構築に寄与する可能性が高い状況にあります。しかし、低所得であるがゆえに求める食品が購入できていない可能性や、近隣に地域産品や伝統食材を取り扱う店舗が存在しないなどの課題も明らかとなりました。そのため、持続的な食料システムの実現に向け、消費者の食意識を醸成するだけでなく、消費者が求める食品を入手可能な食環境や社会・経済的環境の整備もあわせて求められています。

注記)

注：本調査において、セネガルはインターネット調査を実施するためのモニターの確保が困難であり、対面調査によって回答を収集しました。そのため、実際にはセネガルを除く計7か国において、アンケート調査を実施しました。

(参考文献)

DG-RTD (2020) *Toward a Sustainable Food System: moving from food as a commodity to food as more of a common good: independent expert report*. Publications Office of the European Union.

伊藤紀子 (2023) 「アフリカ食料消費の現状と課題」 農林水産政策研究所『プロジェクト研究 [主要国農業政策・食料需給] 研究資料』2.

Lusk, J. L. and Briggeman, B. C. (2009) Food Values. *American Journal of Agricultural Economics*. 91 (1) : 184-196.

