

連合王国における食料消費に関する一考察

— イングランド・ウェールズ・スコットランド・
北アイルランドの比較分析を中心として —

平 岡 祥 孝

目 次

- I. はじめに
- II. 4か国の基礎データ
 - 1. 人口規模
 - 2. 家計所得と家計支出
 - 3. 摂取熱量と PFC 供給熱量比率
- III. 食料消費の実態分析
 - 1. 主要食料品の家庭購入量
 - 2. 牛乳・乳製品
 - 3. 肉類・肉製品
 - 4. 野菜
 - 5. 果物
 - 6. 穀類
 - 7. 飲料
- IV. むすびにかえて

I. はじめに

小稿の課題は、近年の連合王国 (the United Kingdom、以下イギリスと記す) の4国 (country)、すなわちイングランド (England)、ウェールズ (Wales)、スコットランド (Scotland)、北アイルランド (Northern Ireland) における食料消費の比較分析を行うことによって、イギリスの食料消費実態に関して国別特徴を明らかにすることである。

筆者は「近年のイギリスにおける牛乳・乳製品の消費動向に関する一考察」(『北海道武蔵女子短期大学紀要』第39号所収) において、牛乳・乳製品を事例として消費実態の比較を行った。具体的には、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドの国別比較を行った。そしてイングランド9地域 (region)、すなわちノースイースト (North East)、ノースウエスト (North West)、ヨークシャー・ハンバー (Yorkshire and the Humber)、イーストミッドランズ (East Midlands)、ウェストミッドランズ (West Midlands)、イースト (East)、ロンドン (London)、サウスイースト (South East)、サウスウエスト (South West) の地域間比較を行った。

従来の研究では、イギリスを対象にしたデータを用いて食料消費の実態分析あるいは他国との比較分析を行っている。もちろん個別品目に関する時系列的なデータを分析することを通して、イギリス全体に関して長期的傾向を明らかにすることは出来る。しかしながら、その時系列的分析も筆者の知る限りにおいては、拙稿以外はこれまで皆無である。¹⁾

周知のように、イギリスは、第二次世界大戦後においても戦時食料政策を継続した。1939～50年は事実上戦時に属した。1950年代に入ると、食料品に対する統制も徐々に撤廃されていった。1955年は、消費者は自らが希望する食料品をすべて自由に選択・購入できる戦後最初の年となったのである。小稿では、後述するように長期的データを幾つか示している。

しかるに、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルラ

ンドは、言うまでもなく歴史的・文化的背景がそれぞれ異なるゆえに、各々の地域特性が見られる。また当然のことながら、現在の社会的・経済的状況も異なる。それは、家計所得や家計消費支出あるいは食生活にも影響を与えることになると考えられる。

以上の問題意識を踏まえて、小稿では、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドにおける主要食料品の家庭購入量に焦点を当てつつ分析を試みる。なおデータとしては制約があるものの、主として *Family Food* (2001/02~04/05 年度) および *Expenditure & Food Survey* (2001/02~04/05 年度) のデータを整理して分析対象としたい。

II. 4 か国の基礎データ

イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドにおける主要食料品の家庭購入量の比較を行うに際して、人口規模、平均家計所得、平均家計支出等に関する基礎的数値、および摂取熱量と PFC 熱供給量比率をあらかじめ確認しておきたい。

1. 人口規模

表II-1は、2005年の年齢階層別・性別居住人口推定値を示している。イングランドが最も人口が多く、男性約2,474万人、女性約2,569万人の合計5,043万人強である。スコットランドは、男性約246万人、女性264万人の合計510万人強である。ウェールズは、男性約144万人、女性約152万人の合計296万人弱である。北アイルランドは、男性約84万人、女性約88万人の合計172万人強である。イングランドの人口規模はイギリス人口全体の約84%を占めている。さらにイングランド・ウェールズを一つにまとめると、約89%を占めることになる。

加えて人口推定値を紹介しておきたい。2011年では、イングランド・ウェールズ約5,380万人、スコットランド約500万人、北アイルランド

表II-1 居住人口（2005年推定値）

	全年齢		1歳未満		1～4歳		5～14歳		16～29歳	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
	(千人)									
イングランド	24,741.0	25,690.7	310.7	295.7	1,171.1	1,115.7	3,502.7	3,325.2	4,600.7	4,478.5
ウェールズ	1,437.8	1,520.8	16.6	15.9	65.2	61.3	209.1	198.6	257.1	251.3
スコットランド	2,456.1	2,638.7	28.1	26.4	107.5	103.3	340.0	323.8	451.8	441.9
北アイルランド	844.3	880.1	11.6	11.0	45.0	42.6	139.1	132.0	170.6	165.4
	30～44歳		45～59歳		60～64歳		65～74歳		75歳以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
	(千人)									
イングランド	5,626.9	5,679.1	4,792.0	4,890.0	1,263.3	1,322.4	1,991.8	2,199.6	1,482.3	2,384.4
ウェールズ	291.2	309.5	289.8	300.3	83.9	87.5	129.8	142.0	95.2	154.3
スコットランド	541.6	582.7	510.8	531.0	131.1	141.9	208.2	248.5	137.1	239.3
北アイルランド	184.9	191.8	153.4	156.8	40.8	43.3	59.3	69.2	39.7	68.1

出所) ONS, *Key Population and Vital Statistics 2005*, pp.10～11 Table1 を参考にして作成。

約170万人と予測され、イギリス全体では6,050万人程度と予測されている。2021年では、イングランド・ウェールズ約5,570万人、スコットランド約490万人、北アイルランド約180万人と予測され、イギリス全体では6,240万人程度と予測されている²⁾。イングランド・ウェールズの人口増加を主たる要因として、イギリス全体が人口増加基調となっている。それゆえ、前述のようなイングランドの地域別比較の必要性も生まれてこよう。

2. 家計所得と家計支出

表II-2は、週当たり平均所得（2002年4月平均値）を示している。

表II-2 週当たり平均所得（2002年4月平均）

	イングランド	ウェールズ	スコットランド	北アイルランド
	(ポンド)			
男性	521.3	432.9	473.7	422.5
女性	388.0	345.1	360.1	340.9
全平均	417.7	399.7	427.0	390.1

出所) ONS, *Regional Trends 2004 edition*, p.81 Table 5.16 を参考にして作成。

同表の示すとおり、スコットランドが427.0ポンドと最も高く、次いでイングランドでは417.7ポンド、ウェールズでは399.7ポンドである。北アイルランドが最も低く、390.1ポンドとなっている。イギリスの所得で特徴的なことは、男性と女性との間で所得格差が大きいことである。イングランドでは、男性521.3ポンドに対して女性388.0ポンドであり、133.3ポンドの所得格差がある。スコットランドでは113.6ポンド、ウェールズでは87.8ポンドの所得格差がある。最も所得格差の小さい北アイルランドでも81.4ポンドある³⁾。

表II-3は、週当たり家計所得の分布（1999～2002年平均）を示している。一世帯当たり平均所得（1999～2002年平均）では、イングランド526ポンド、ウェールズ407ポンド、スコットランド446ポンド、北アイルランド399ポンドである。

同表に従えば、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドでは、150～250ポンド所得層と250～350ポンド所得層を合わせると、30%前後を占めている。他方、イングランドでは27%である。750ポンド以上層を見ると、イングランドは21%であり、ウェールズの11%、スコットランドの16%、北アイルランドの12%である。イングランドの高所得者層には厚みがある。

表II-4は、週当たり平均家計支出額（2003/04～05/06年度平均）を示している。一世帯当たり全支出総額で見ると、イングランドが

表II-3 週当たり世帯家計所得階層分布（1999～2002年平均）

	～100 ポンド	100～150 ポンド	150～250 ポンド	250～350 ポンド	350～450 ポンド	450～600 ポンド	600～750 ポンド	750 ポンド～
	（%）							
イングランド	9	9	15	12	11	14	10	21
ウェールズ	9	11	19	14	11	15	10	11
スコットランド	11	10	17	11	11	14	9	16
北アイルランド	10	13	20	13	11	13	9	12

出所) ONS, *Regional Trends No. 38 2004 edition*, p.121 Table 8.2 を参考にして作成。

表II-4 週当たり平均家計支出額（2003/04～05/06 年度平均）

	イングランド	ウェールズ	スコットランド	北アイルランド
	(ポンド)			
食料品およびノンアルコール飲料	44.50	43.20	43.80	48.90
アルコール飲料、タバコ等	10.90	11.10	14.30	13.70
衣類および履物類	22.90	22.10	23.40	31.20
家庭燃料・電力	42.30	35.90	36.20	32.40
家庭用品・家庭サービス支出	31.10	30.10	29.30	33.10
健康管理・医療	5.40	3.60	4.00	3.90
交通費	60.20	50.10	54.40	54.10
通信費	11.80	10.30	10.60	12.20
レクリエーション等経費	59.00	52.10	53.70	48.20
教育費	6.60	3.60	3.80	3.00
レストランおよびホテル	36.40	31.30	32.60	39.20
雑商品・サービス支出	35.10	29.00	30.20	35.60
その他品目支出	71.90	49.50	57.70	56.20
全支出額	440.10	372.00	393.80	411.60

出所) ONS, *Family Spending 2006 edition*, p.135 Table A35 を参考にして作成。

最も支出額が大きく、440.10 ポンドである。次いで北アイルランドは 411.60 ポンド、スコットランドは 393.80 ポンドである。ウェールズが最も支出額が小さく、372.00 ポンドである。食料品およびノンアルコール飲料への支出額で見ると、北アイルランドが最も支出額が大きく、48.90 ポンドである。次いでイングランドが 44.50 ポンド、スコットランドが 43.80 ポンドである。ウェールズが最も支出額が小さく、43.20 ポンドである。4 か国とも 40 ポンド台の範囲である。

なお週 1 人当たり外食支出額（2003 年 4 月～06 年 3 月平均）では、イングランドが最も大きく、11.40 ポンドである。北アイルランドは 11.20 ポンド、ウェールズは 10.29 ポンドである。スコットランドが最も小さく、10.28 ポンドとなっている⁴⁾。

3. 摂取熱量と PFC 供給熱量比率

表II-5 は、1 日一人当たりの摂取熱量を示している。たとえば、2003 年 4 月～06 年 3 月平均で見ると、ウェールズが最も大きく、2,413

表II-5 1日1人当たり摂取熱量

	イングランド	ウェールズ	スコットランド	北アイルランド
	(kcal/人・日)			
2001年4月～2004年3月平均	2292	2353	2290	2290
2002年4月～2005年3月平均	2320	2326	2179	2253
2003年4月～2006年3月平均	2357	2413	2355	2393

出所) Defra, *Family Food, various issues* を参考にして作成。

表II-6 PFC 熱供給比率

	イングランド			ウェールズ		
	タンパク質	脂質	炭水化物	タンパク質	脂質	炭水化物
	(%)					
2001年4月～2004年3月平均	14.0	37.8	48.2	13.9	38.2	47.9
2002年4月～2005年3月平均	14.1	37.6	48.4	14.0	38.3	47.8
2003年4月～2006年3月平均	14.3	38.2	47.5	14.3	38.2	47.5
	スコットランド			北アイルランド		
	タンパク質	脂質	炭水化物	タンパク質	脂質	炭水化物
	(%)					
2001年4月～2004年3月平均	13.9	37.3	48.8	13.8	37.0	49.2
2002年4月～2005年3月平均	14.0	37.3	48.7	13.9	37.4	48.7
2003年4月～2006年3月平均	14.1	38.1	47.8	14.0	37.8	48.1

出所) Defra, *Family Food, various issues* を参考にして作成。

kcalである。北アイルランドが2,393 kcal、イングランドが2,357 kcalである。スコットランドが最も小さく、2,355 kcalである。

表II-6は、PFC供給熱量比率を示している。PFC供給熱量比率によって栄養素のバランスを計ることが出来る。イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドを比較して、ほとんど大差はない。たんぱく質 (P) は14%前半、脂質 (F) は38%前後、炭水化物 (C) は47%台後半から48%前後に収まっている。ちなみにPFCバランスの理想型は、P 12～13%、F 20～30%、C 68～57%である。それゆえ、脂質が多く摂取され、炭水化物の摂取が少ないことが、イギリスの特徴である。ただ一つ注意したい点は、北アイルランドの炭水化物 (C) の数値が若干高いことである。

Ⅲ. 食料消費の実態分析

1. 主要食料品の家庭購入量

表Ⅲ-1は、週一人当たり主要食料品家庭購入量（2003年4月～06年3月平均）を示している。概観すれば、同表から幾つの特徴点が見て取れる。

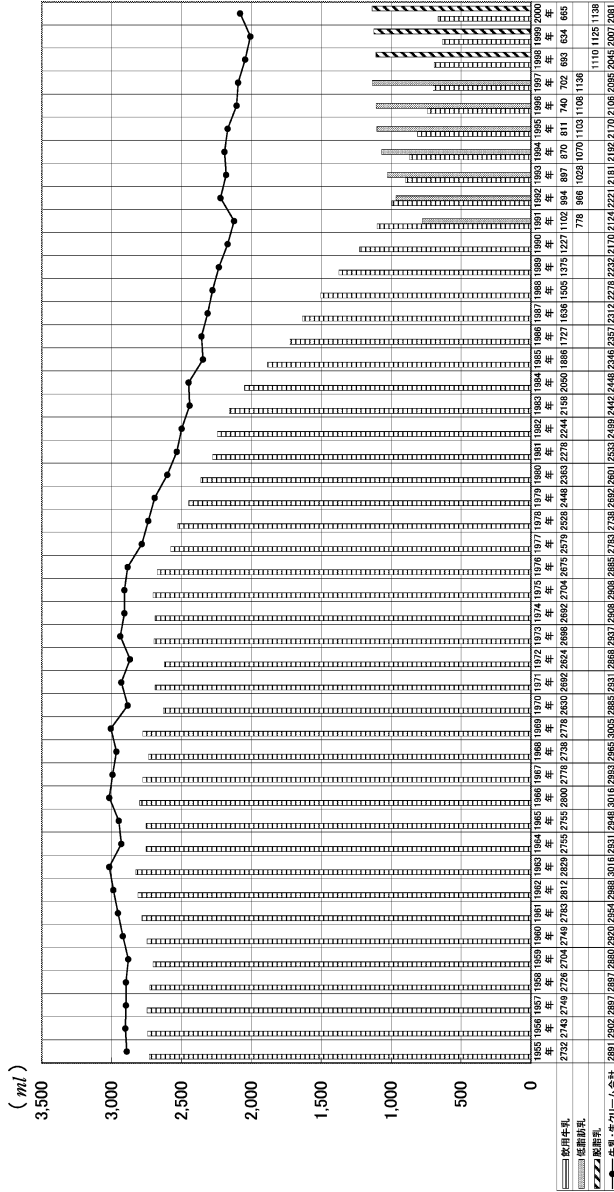
第一に、牛乳・生クリームとチーズの家庭購入量である。ここでまずイギリス全体の傾向を把握しておこう。図Ⅲ-1は、週一人当たり牛乳・生クリーム消費量の長期的推移（1955～2000年）を示している。同図によれば、1955～70年代前半にかけては、飲用牛乳／全乳（whole milk）の消費量は2,700 ml±100 ml前後の範囲に収まっており、ほぼ安定的であった。しかしながら、1970年代後半以降にあつては、飲用牛乳消費は低下傾向にある。1990年代前半から全乳の消費量が大きく落ち込み、代わって低脂肪乳（low fat milk）あるいは脱脂乳（skimmed milk）の消費量が伸びてきている。

しかし、そうは言っても、飲用牛乳全体では2,000 mlを下回っている。

表Ⅲ-1 週1人当たり主要食料品家庭購入量（2003年4月～2006年3月平均）

	単位	イングランド	ウェールズ	スコットランド	北アイルランド
牛乳・生クリーム	ml	2015	2091	2000	2151
チーズ	g	115	106	107	78
肉類（生肉）	g	228	243	194	239
その他肉類・肉製品	g	818	916	852	817
魚	g	164	146	142	115
鶏卵	個	2.0	1.5	1.6	1.5
油脂類	g	184	199	172	186
砂糖・砂糖煮	g	133	153	127	115
馬鈴薯	g	828	977	780	1216
野菜（除く馬鈴薯）	g	1145	1083	907	859
果物	g	1243	1113	1104	977
穀類	g	1601	1593	1611	1743
ソフト飲料	ml	1768	2175	2209	1839
アルコール飲料	ml	766	852	785	519
菓子類	g	125	147	144	134

出所) Defra, *Family Food in 2005-06* p.45 Table 7.2 を参考にして作成。



図III-1 イギリスにおける週1人当たり牛乳・生クリーム消費量の推移（1955～2000年）

出所) MAFF, Household Food Consumption and Expenditure, various issues.
 MAFF, National Food Survey, various issues を参考にして作成。

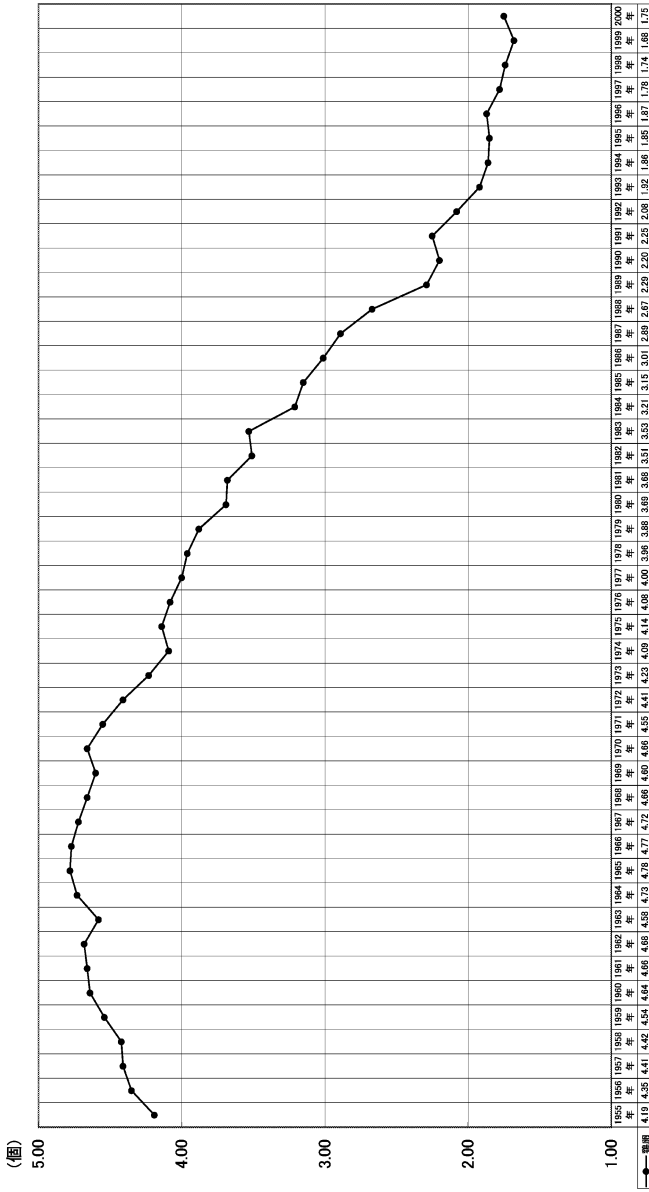
また、牛乳・生クリーム合計の消費量で見ても、1955年の2,891 ml から2000年の2,081 ml へと、800 ml 以上消費量が減少している⁵⁾。

表Ⅲ-1の牛乳・生クリームの家庭購入量に立ち返ると、イングランドでは2,015 ml、ウェールズでは2,091 ml、スコットランドでは2,000 ml であり、ウェールズが若干多い。北アイルランドでは2,151 ml であり、イングランドやスコットランドよりも130~150 ml 程度多い。逆に、チーズ購入量では北アイルランドが最も少なく、78 g である。最も多いイングランドに比べて37 g、スコットランドに比べて29 g それぞれ少ない。

第二に、鶏卵の家庭購入量である。表Ⅲ-1によれば、イングランドでは2.0個、スコットランドでは1.6個、ウェールズと北アイルランドでは1.6個と、3~4日に1個程度の割合である。鶏卵消費量も長期的には減少傾向にあることを反映している。図Ⅲ-2は、週一人当たり鶏卵消費量の長期的推移(1955~2000年)を示している。同図から明らかのように、1970年代以降、鶏卵消費量は低下傾向にある。状況は何ら変わっていない。

第三に、馬鈴薯と野菜の家庭購入量である。表Ⅲ-1によれば、馬鈴薯については北アイルランドが最も多く、1,216 g である。ウェールズでは977 g、イングランドでは828 g、スコットランドでは780 g である。北アイルランドとスコットランドでは、436 g も購入量差がある。逆に、馬鈴薯を除く野菜の家庭購入量では、北アイルランドが859 g と最も少ない。イングランドとウェールズでは、馬鈴薯を除く野菜の家庭購入量がそれぞれ1,145 g、1,083 g であり、おおよそ200~300 g 程度多いと言えよう。

第四に、飲料の家庭購入量である。表Ⅲ-1によれば、ソフト飲料とアルコール飲料との家庭購入量において共通な特徴点を示している。ウェールズとスコットランドでは、ソフト飲料とアルコール飲料との家庭購入量は相対的に両者多い。他方、イングランドと北アイルランドでは、ソフト飲料とアルコール飲料との家庭購入量は相対的に両者少ない。



図III-2 イギリスにおける週1人当たり鶏卵消費量の推移 (1955~2000年)

ソフト飲料については、スコットランドが2,209 mlで最も多く、イングランドが1,768 mlで最も少ない。当該購入量差は541 mlである。アルコール飲料については、ウェールズが852 mlで最も多く、北アイルランドが519 mlで最も少ない。当該購入量差は333 mlである。

以下では、主要な食料品群を取り上げてさらに詳細に分析していく。

2. 牛乳・乳製品

表Ⅲ-2は、2001/02～04/05年度における週一人当たり牛乳・乳製品家庭購入量を示している。全乳は、ほぼ減少傾向を示していると言える。2004/05年度では、イングランドは470 ml、ウェールズは483 mlであり、もはや500 mlを下回っている。ただし、北アイルランドが771 mlと最も多く、イングランドとは300 ml程度の差がある。脱脂乳と半脱脂

表Ⅲ-2 週1人当たり牛乳・乳製品家庭購入量 (2001/02～04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
全乳	ml	578	537	569	470	642	636	571	483
脱脂乳	ml	165	176	167	166	196	189	141	167
半脱脂乳	ml	1094	902	915	1133	1002	962	954	1290
ヨーグルト フロマージュフレ	ml	157	165	182	189	150	146	148	163
クリーム	ml	21	20	20	19	15	18	17	17
ナチュラルチーズ	g	102	102	102	99	94	90	93	80
プロセスチーズ	g	12	12	13	13	12	10	14	10
バター	g	39	36	34	34	48	45	34	42
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
全乳	ml	711	663	697	534	780	637	745	771
脱脂乳	ml	115	97	72	104	75	43	54	62
半脱脂乳	ml	1090	976	967	1067	1145	1157	1079	1077
ヨーグルト フロマージュフレ	ml	137	167	149	195	128	136	159	155
クリーム	ml	18	19	18	23	12	10	12	12
ナチュラルチーズ	g	91	92	83	93	62	58	65	60
プロセスチーズ	g	18	19	20	19	13	12	15	13
バター	g	44	41	40	43	57	50	56	45

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

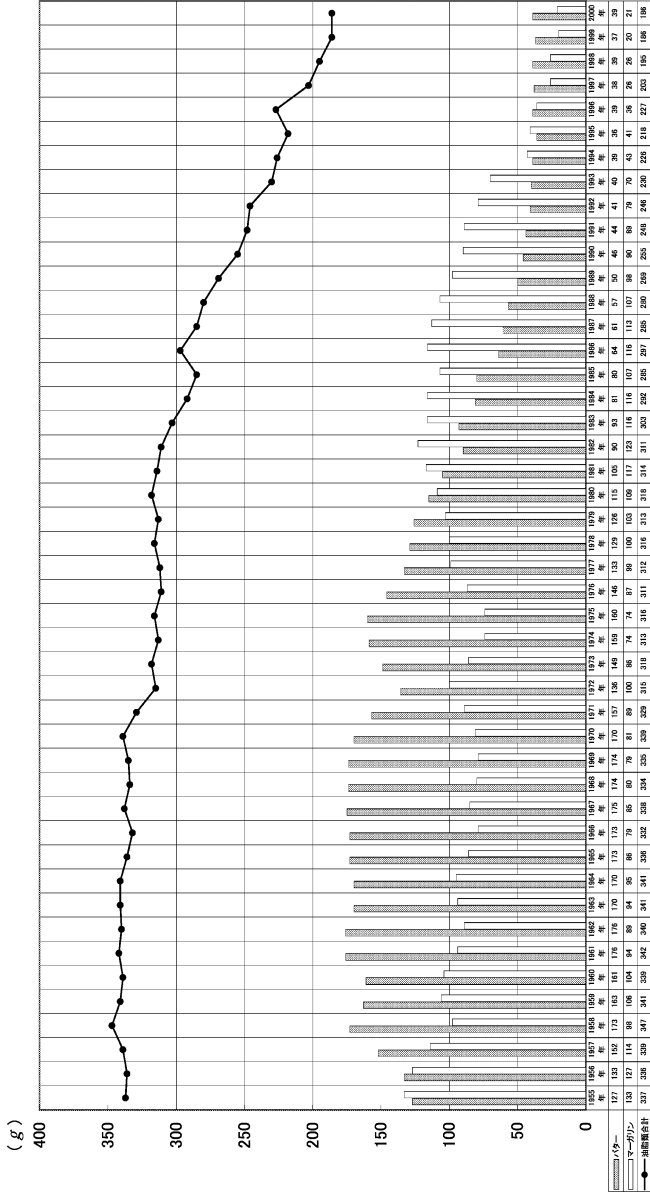
乳の家庭購入量を比べると、圧倒的に半脱脂乳の購入量が多い。2004/05年度では、半脱脂乳の家庭購入量が最も多いウェールズの場合は1290 mlであるが、脱脂乳167 mlと比べて約7.7倍である。脱脂乳の家庭購入量が最も少ない北アイルランドでは、約17.4倍である。

ヨーグルト・フロマージュフレは、おおよそ150～200 mlの範囲に収まっている。クリームはプロセスチーズと同様に、家庭購入量は少量である。チーズ購入の特徴は、ナチュラルチーズ主体であることである。ナチュラルチーズ家庭購入量に関しては、2001/02～04/05年度を通してイングランドが最も多く、北アイルランドが最も少ない。2004/05年度では、イングランド99 g、北アイルランド60 gであり、その差は1.7倍近くある。

バターは油脂類に通常含まれている。ここで図Ⅲ-3を見てみたい。図Ⅲ-3は、週一人当たり油脂類消費量の推移(1995～2000年)および油脂類消費量に占めるバターとマーガリンの消費量の推移を表している。同図によれば、油脂類全体の消費量は、1970年頃から緩やかな減少傾向を示し始め、85年代後半以降は顕著に減少している。バターは、1980年代末以降50 g水準を割り込み始めた。表Ⅲ-2にからも明らかのように、イングランドは30 g台、ウェールズ、スコットランドは40 g台の購入量水準で推移している。2001/02～03/04年度では50 g以上であった北アイルランドでも、04/05年度では45 gと購入量が減少している。

3. 肉類・肉製品

表Ⅲ-3は、2001/02～04/05年度における週一人当たり肉類・肉製品家庭購入量を示している。牛肉・子牛肉と羊肉・子羊肉の家庭購入量から、国別特徴が見て取れる。たとえば2004/05年度の場合で見ても、北アイルランドは牛肉・子牛肉の家庭購入量164 gと最も多い一方で、羊肉・子羊肉は26 gと少ない。スコットランドやイングランドも北



図III-3 イギリスにおける週1人当たり油脂類消費量の推移 (1955~2000年)

出所) MAFF, *Household Food Consumption and Expenditure, various issues*.
 MAFF, *National Food Survey various issues* を参考にして作成。

表Ⅲ-3 週1人当たり肉類・肉製品家庭購入量(2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
牛肉・子牛肉	g	114	115	115	121	111	102	123	117
羊肉・子羊肉	g	54	54	53	51	58	59	54	103
豚肉	g	62	62	58	57	61	61	52	57
鶏肉	g	170	168	172	167	207	151	163	176
ベーコン・ハム(未調理)	g	66	68	69	69	82	77	80	89
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
牛肉・子牛肉	g	135	140	142	134	184	174	151	164
羊肉・子羊肉	g	22	25	22	18	21	20	32	26
豚肉	g	49	47	38	39	48	52	53	55
鶏肉	g	154	145	132	142	150	168	166	151
ベーコン・ハム(未調理)	g	73	68	75	69	78	86	74	91

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

アイルランドと同様に、牛肉・子牛肉購入量が羊肉・子羊肉購入量よりも圧倒的に多く、それぞれ約7.4倍、約2.4倍である。他方、ウェールズでは牛肉・子牛肉117g、羊肉・子羊肉103gであり、購入量はほとんど変わらない。

豚肉と鶏肉の購入量は、スコットランドが最も少ない。2004/05年度では、それぞれ39g、142gである。

4. 野菜

表Ⅲ-4は、2001/02~04/05年度における週一人当たり肉類・肉製品家庭購入量を示している。馬鈴薯⁶⁾、生鮮緑色野菜、その他生鮮野菜、加工野菜に大別している。生鮮野菜については、代表的な生鮮緑色野菜としてはキャベツ、カリフラワー、レタス類を、その他生鮮野菜の代表的なものとしては人参、玉ネギ・ニラ・ワケギ類、キュウリ、マッシュルーム、トマトを、それぞれ個別に取り上げている。

馬鈴薯に関しては、前述したように北アイルランドが最も購入量が多い。そして、ウェールズ、イングランド、スコットランドの順となって

表III-4 週1人当たり野菜家庭購入量(2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
馬鈴薯	g	625	606	592	561	863	710	686	640
生鮮緑色野菜	g	239	242	241	237	235	232	210	221
キャベツ	g	48	46	45	48	53	50	44	35
カリフラワー	g	76	80	80	75	69	78	64	75
レタス類	g	65	63	66	63	63	50	55	58
その他生鮮野菜	g	517	19	520	548	479	485	478	503
人参	g	104	100	101	105	104	114	102	110
玉ネギ・ニラ・ワケギ	g	97	102	97	103	97	95	96	87
キュウリ	g	40	40	43	45	31	30	36	37
マッシュルーム	g	39	36	37	36	39	33	32	37
トマト	g	101	99	102	102	85	86	84	88
加工野菜	g	617	611	611	596	697	640	622	652
全野菜	g	1998	1978	1965	1943	2274	2068	1997	2016
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
馬鈴薯	g	595	524	508	491	1075	1059	939	921
生鮮緑色野菜	g	156	160	145	142	128	114	134	144
キャベツ	g	33	37	30	25	33	29	30	33
カリフラワー	g	50	49	47	48	39	39	45	46
レタス類	g	50	52	45	50	39	29	41	43
その他生鮮野菜	g	424	431	407	471	361	342	384	411
人参	g	84	85	85	90	81	81	100	102
玉ネギ・ニラ・ワケギ	g	106	95	90	101	90	79	84	91
キュウリ	g	21	28	22	23	9	7	7	10
マッシュルーム	g	26	26	27	31	20	24	25	25
トマト	g	80	84	78	90	75	61	73	73
加工野菜	g	605	620	598	564	640	600	619	621
全野菜	g	1780	1735	1657	1669	2204	2115	2077	2098

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

いる。たとえば2004/05年度の購入量を見ると、北アイルランドでは921g、ウェールズでは640g、イングランドでは561g、スコットランドでは491gである。北アイルランドとスコットランドでは、430gの差がある。

生鮮緑色野菜の購入量では、比較的多いイングランドとウェールズ、比較的少ないスコットランドと北アイルランドに分けられる。80g程度の開きがある。イングランド、ウェールズでは、カリフラワーの購入量

が75gと多い。

その他生鮮野菜の購入量でも同様な傾向を示している。とりわけキュウリやトマトの購入量に差がある。たとえば2004/05年度のキュウリ購入量を見ると、イングランドでは45g、北アイルランドでは10gであり、35gの差がある。ただし、人参や玉ネギ・ニラ・ワケギ類はほぼ100g前後であり、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドとも、さほど購入量は変わらない。

加工野菜の購入量では、ウェールズが近年最も多い。野菜全体の購入量で見ると、スコットランドが最も少ない傾向にある。2004/05年度の購入量では、最も多い北アイルランドの2,098gに対して、スコットランドは1,669gであって400g以上少ない。

5. 果物

表III-5は、2001/02～04/05年度における週一人当たり果物家庭購入量を示している。

イギリスの特徴点はリンゴとバナナの購入量が多く、洋ナシ、ブドウ、メロンの購入量が少ないことである。リンゴは、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドともに150～180g前後である。バナナはイングランドが最も多い傾向にある。ちなみに2004/05年度では、イングランド、ウェールズ、スコットランドは210～220gであるが、北アイルランドは150gと最も少ない。

果物全体の購入量で見ると、イングランドでは1,200g前後、ウェールズ、スコットランドでは1,000～1,100g程度、北アイルランドでは850～950g程度である。イングランドと北アイルランドでは、およそ250g程度の差がある。

表III-5 週1人当たり果物家庭購入量 (2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
生鮮果物	g	771	818	810	819	683	710	698	790
オレンジ	g	56	64	66	56	52	50	53	61
その他柑橘類	g	80	94	91	91	72	83	66	77
リンゴ	g	180	178	171	176	173	160	167	180
洋ナシ	g	41	43	46	48	41	41	46	56
ブドウ	g	50	51	55	56	47	48	49	49
バナナ	g	207	212	216	220	174	204	194	213
メロン	g	38	42	39	37	27	23	24	34
ジュース(果汁100%)	ml	335	343	331	285	251	232	278	226
加工果物・果物産品	g	415	424	413	370	335	317	354	294
全果物	g	1186	1242	1224	1188	1018	1026	1053	1084
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
生鮮果物	g	653	689	684	748	543	538	620	603
オレンジ	g	45	48	50	59	47	58	76	60
その他柑橘類	g	71	93	76	70	47	50	56	55
リンゴ	g	138	133	170	150	151	144	152	150
洋ナシ	g	26	40	29	35	39	30	36	35
ブドウ	g	41	45	48	59	29	30	40	34
バナナ	g	195	188	187	215	151	145	161	150
メロン	g	50	49	41	48	23	19	30	39
ジュース(果汁100%)	ml	320	311	267	264	240	277	284	270
加工果物・果物産品	g	393	379	334	345	301	348	338	339
全果物	g	1046	1068	1018	1093	843	886	958	942

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

6. 穀類

表III-6は、2001/02~04/05年度における週一人当たり穀類家庭購入量を示している。ここでは食パン等パン類の購入量に注意したい。イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドともに、購入量はほぼ減少基調にある。そのような状況で、北アイルランドが最も多く、イングランドが最も少ない傾向を示している。2004/05年度の購入量を見ると、北アイルランドでは857gであるが、イングランドでは678gである。190g弱の購入量差がある。ウェールズとスコットランドはほぼ同量であり、それぞれ772g、762gである。

表Ⅲ-6 週1人当たり穀類家庭購入量 (2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
食パン等パン類	g	748	743	716	678	845	821	765	772
ケーキ・スコーン・タルト等	g	164	166	167	165	158	154	152	162
ビスケット類	g	163	172	161	164	187	167	165	171
朝食用シリアル	g	134	134	136	131	127	136	126	130
コメ	g	79	85	83	82	53	43	59	62
パスタ	g	86	86	82	81	96	77	74	69
ピザ	g	67	65	66	69	61	47	65	57
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
食パン等パン類	g	845	819	771	762	1000	836	894	857
ケーキ・スコーン・タルト等	g	142	138	133	150	160	169	168	194
ビスケット類	g	172	186	176	172	199	187	179	176
朝食用シリアル	g	124	120	117	125	143	134	141	131
コメ	g	60	71	63	69	60	59	80	55
パスタ	g	122	119	98	97	71	74	79	73
ピザ	g	71	71	71	73	74	63	80	70

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

朝食用シリアルについては、同表からも明らかなように120~130g前後であり、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドにおいて大差はない。また、コメの家庭購入量はともに100gを大きく下回っている。

7. 飲料

表Ⅲ-7は、2001/02~04/05年度における週一人当たり飲料家庭購入量を示している。

紅茶の購入量は、おおよそ漸減傾向にあると言えよう。2004/05年度では、イングランドが他国よりも若干多いものの、おしなべて50g台である。同様に、コーヒー豆とインスタントコーヒーを合わせて、購入量はほぼ10g台水準である。

ソフト飲料の購入量に関しては、スコットランドが最も多い。2004/05年度については、スコットランド2,200ml、ウェールズ2,087ml、北

表III-7 週1人当たり飲料家庭購入量 (2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
紅茶・コーヒー・ココア等	g	61	60	57	57	65	58	46	50
紅茶	g	35	35	32	32	39	38	28	33
コーヒー豆	g	3	4	4	3	5	3	2	3
インスタントコーヒー	g	13	13	13	14	15	10	11	10
ココア・チョコレート飲料	g	5	5	5	4	5	4	3	2
ソフト飲料	ml	1696	1713	1869	1779	1928	1766	2281	2087
アルコール飲料	ml	730	737	800	770	944	759	830	752
ビール類	ml	382	386	417	397	497	415	433	384
ブドウ酒・シャンパン	ml	225	228	246	254	217	198	212	256
	単位	スコットランド				北アイルランド			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
紅茶・コーヒー・ココア等	g	49	48	48	50	51	46	43	50
紅茶	g	27	29	27	28	35	33	30	34
コーヒー豆	g	3	3	5	2	1	2	2	1
インスタントコーヒー	g	14	12	12	14	11	10	10	12
ココア・チョコレート飲料	g	4	2	3	4	2	1	1	2
ソフト飲料	ml	2078	2188	2364	2200	1835	1682	1928	1860
アルコール飲料	ml	748	673	775	792	488	500	518	473
ビール類	ml	406	344	447	432	249	271	271	254
ブドウ酒・シャンパン	ml	218	185	185	235	126	155	167	140

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

アイルランド 1,860 ml、イングランド 1,779 ml の順となっている。400 ml 前後の購入量差が見られる。アルコール飲料の購入量に関しては、北アイルランドが最も少ないことが注目される。2004/05年度では、スコットランド 792 ml、イングランド 770 ml、ウェールズ 752 ml、北アイルランド 473 ml の順となっている。300 ml 前後の購入量差が見られる。

飲料家庭購入量については、外食消費量と比較することから興味深い事実が明らかになってくる。表III-8を見てみよう。表III-8は、2001/02~04/05年度における週一人当たり飲料外食消費量を示している。

同表によれば、イングランド、ウェールズ、スコットランド、北アイルランドともに、コーヒーの消費量が紅茶の消費量を上回っている。もともと紅茶の消費量が他国と比較して少ない北アイルランドを除いて

表III-8 週1人当たり飲料外食消費量 (2001/02~04/05年度)

	単位	イングランド				ウェールズ			
		2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
紅茶・コーヒー・ココア等	ml	160	153	145	144	136	100	148	132
コーヒー	ml	102	97	93	95	91	55	88	84
紅茶等	ml	48	47	44	41	40	39	51	41
ココア・ホットチョコレート	ml	10	9	8	8	5	7	10	6
ソフト飲料(含む牛乳)	ml	360	360	371	346	377	354	388	347
牛乳	ml	6	5	5	4	6	4	5	7
ジュース(果汁100%)	ml	17	16	17	15	15	11	10	12
アルコール飲料	ml	734	714	684	644	979	787	689	531
ビール類	ml	626	605	575	541	832	648	598	440
ブドウ酒・リンゴ酒	ml	74	78	69	62	123	102	56	56
	単位	スコットランド				北アイルランド			
	単位	2001/02	02/03	03/04	04/05	2001/02	02/03	03/04	04/05
紅茶・コーヒー・ココア等	ml	124	134	117	133	112	88	116	87
コーヒー	ml	78	81	73	96	64	49	66	44
紅茶等	ml	38	42	38	35	45	37	48	41
ココア・ホットチョコレート	ml	8	6	6	3	4	1	2	2
ソフト飲料(含む牛乳)	ml	467	527	478	370	459	423	471	385
牛乳	ml	13	18	12	17	10	8	12	7
ジュース(果汁100%)	ml	19	20	22	18	16	13	12	20
アルコール飲料	ml	613	590	503	428	588	558	507	501
ビール類	ml	508	476	411	336	480	466	374	395
ブドウ酒・リンゴ酒	ml	53	54	34	45	70	52	64	41

出所) Defra, *Expenditure & Food Survey, various issues* を参考にして作成。

は、コーヒー消費量は紅茶消費量の2倍以上である。牛乳や果実ジュースについては、圧倒的に外食消費量が少ない。2004/05年度の場合についてみると、牛乳消費量が最も多いスコットランドで17ml、ジュース消費量が最も多い北アイルランドで20mlである。

また、ビール類について家庭購入量と外食消費量を比較するならば、外食消費量分が多い傾向を示している。それは多分にパブ (public house) の存在が密接に関わっていることが、理由として考えられよう。

IV. むすびにかえて

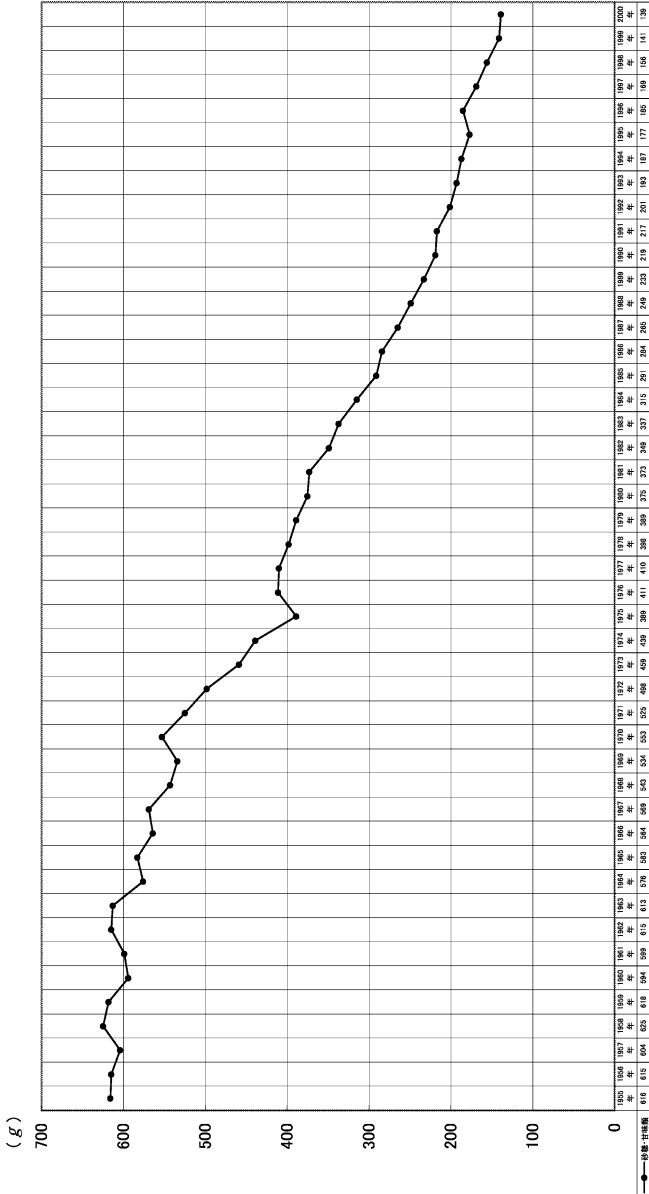
これまでに述べてきたとおり、イングランド、ウェールズ、スコット

ランド、北アイルランドの食料消費の実態を比較分析することによって、イギリス全体の長期的傾向を再確認するとともに、国ごとに幾つかの特徴点を明らかにすることが出来た。ここで三点確認しておきたい。

第一点目としては、牛乳消費量は、家庭購入量の面からも従来どおり全体的に低下傾向を示していることである。どの国においても牛乳飲用はあくまでも家庭中心であり、家庭外での飲用は極めて少ない。またバターを購入量も低迷している。イギリスでは、プロセスチーズよりもナチュラルチーズが嗜好されている。北アイルランドが牛乳の家庭購入量が最も多い反面、チーズ購入量は最も少ない。

第二点目としては、鶏卵の週一人当たり家庭購入量は1.5～2.0個にまで低下していることである。この低下傾向は、砂糖・甘味類消費量の低下傾向に類似している。図Ⅳ-1は、週一人当たり砂糖・甘味消費量の推移(1955～2000年)を示している。同図から明らかのように、1960年代前半より低下傾向を示していたが、1970年代以降は減退傾向が顕著となっている。鶏卵消費の低下は砂糖・甘味類の消費低下と同様に、健康志向が強く意識されてきていることが背景にあると、推察できる。

第三点目としては、北アイルランドの食料消費に大きな特徴が見られることである。北アイルランドは牛肉・子牛肉の家庭購入量が最も多い反面、羊肉・子羊肉の購入量がスコットランドに次いで少ない。野菜では、馬鈴薯の購入量がイングランド、ウェールズ、スコットランドよりも極めて多い。その一方で、生鮮野菜の購入量は最も少ないのである。食パン等パン類の購入量は減少傾向にあるものの、依然として他の3国と比較して最も多い。前述したPFC供給熱量比率において、北アイルランドでは炭水化物(C)が若干高い理由として、馬鈴薯と食パン等パン類の家庭購入量が挙げられるのではないかと推察される。また、果物全体の家庭購入量は、他国と比較して最も少ない。最も多いイングランドの4分の3程度である。



出所) MAFF, *Household Food Consumption and Expenditure, various issues*,
 MAFF, *National Food Survey, various issues* を参考にして作成。

図IV-1 イギリスにおける週1人当たり砂糖・甘味類消費量の推移 (1955~2000年)

グレートブリテン (Great Britain) と北アイルランドの違いが明らかになった。食料消費傾向が異なる理由として、各国独自の歴史的・社会的基盤の上に成立した食生活慣習が存在していること、あるいは農業生産構造が異なっていることが背景にあると考えられる。今後、農業史的視点から農業生産構造について比較分析を行なっていきたい。

また、イングランド、ウェールズ、スコットランドにおいても、食生活が異なる状況にある。特にイングランドは地域的に広いゆえに、食料消費に関する地域比較に際しては、所得階層・年齢構成・世帯構成等の地域性の視点から分析していきたい。

注

- 1) たとえば平岡 (2004) あるいは平岡 (2007) を参照のこと。
- 2) MDC (2005) p.196 Table 158。
- 3) もともとイギリスはEU加盟国の中では労働時間が長く、実労働時間 (1995年) では男性 45.7 時間、女性 40.5 時間である。他方、たとえばドイツでは男性 39.9 時間、女性 39.1 時間、フランスでは男性 40.6 時間、女性 38.7 時間、オランダでは男性 39.6 時間、女性 39.1 時間である。
- 4) 近年のイギリスの外食動向に関しては、さしあたり平岡 (2006) を参照されたい。
- 5) なおこの点について詳しくは、平岡 (2004) pp.111~115 を参照のこと。
- 6) イギリスにおいては、馬鈴薯は戦前から極めて自給率が高い農産物である。また、熱量の観点からは、他の農産物と比較して土地生産性が一般的に高い作物であった。
- 7) ミンテル (Mintel) が 2005 年 11 月に実施した 15 歳以上成人 966 人対象の牛乳消費調査 (複数回答) によれば、最も多い牛乳消費の場面は紅茶あるいはコーヒーとの組み合わせ 88%、朝食用シリアルとの組み合わせ 75%、直接飲用 45% であった。

参考文献

- [1] 金度渕(2003)「1980年代のイギリスにおける小売業の発展とその背景としての消費の変化—消費された食品の推移を中心に—」『大学院研究年報 商学研究科篇』（中央大学）第 32 号、pp.159～172。
- [2] 金度渕(2003)「1980年代イギリスにおける食料消費と女性の就業化との関連性についての一考察」『大学院研究年報 商学研究科篇』（中央大学）第 33 号、pp.271～282。
- [3] 野崎俊一(1998)「英国の消費構造の特徴」『生活協同組合研究』第 274 号、pp.37～45。
- [4] 平岡祥孝(2000)「戦後統制期のイギリスにおける食料消費に関する一考察—牛乳の消費動向を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第 32 号、pp.111～132。
- [5] 平岡祥孝(2001)「牛乳購入自由化直後のイギリスにおける牛乳消費に関する一考察—1950年代を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第 33 号、pp.91～110。
- [6] 平岡祥孝(2004)「イギリスにおける牛乳消費に関する一考察—1990年代を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第 36 号、pp.111～131。
- [7] 平岡祥孝(2006)「近年のイギリスにおける外食動向に関する一考察」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第 38 号、pp.215～232。
- [8] 平岡祥孝(2007)「近年のイギリスにおける牛乳・乳製品の消費動向に関する一考察」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第 39 号、pp.86～114。
- [9] Milk Development Council(MDC) (2005) *Dairy Facts and Figures 2004*, MDC.
- [10] Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra) *Expenditure and Food Survey, various issues*, Defra.
- [11] Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra) *Family Food, various issues*, The Stationery Office.
- [12] Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAFF) *Household*

- Food Consumption and Expenditure, various issues*, Her Majesty's Stationery Office.
- [13] Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAFF) *National Food Survey, various issues*, Her Majesty's Stationery Office.
- [14] Mintel (2006) *Milk and Cream, Market Intelligence, March 2006*, Mintel International Group.
- [15] Mintel (2007) *Tea and Herbal Tea, February 2007*, Mintel International Group.
- [16] The Office for National Statistics (ONS) (2004) *Regional Trends No.38 2004 edition*, The Stationery Office.
- [17] The Office for National Statistics (ONS) (2007) *Annual Abstract of Statistics 2007 edition*, Palgrave Macmillan.
- [18] The Office for National Statistics (ONS) (2007) *Family Spending 2006 edition*, Palgrave Macmillan.
- [19] The Office for National Statistics (ONS) (2007) *Key Population and Vital Statistics 2005*, Palgrave Macmillan.
- [20] The Office for National Statistics (ONS) (2007) *Social Trends No. 37 2007 edition*, Palgrave Macmillan.