

近年のイギリスにおける 外食動向に関する一考察

平 岡 祥 孝

目 次

- I. はじめに
- II. 外食の回数と消費量
 - 1. 外食回数
 - 2. 外食消費量
 - 3. 男女別外食消費量
- III. 外食支出
 - 1. エンゲル係数
 - 2. 家庭内消費支出と家庭外消費（外食）支出
 - 3. 外食支出の内訳
- IV. 外食による栄養摂取量
- V. 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）における外食（eating out）の全般的動向に関して、統計的に分析することにある。

一般的に先進国では、価値観の多様化やライフスタイルの多様化が近年進行している。それはイギリスにおいても例外ではない。「食」に対する関心も加速化し、階級、地域、年齢、性別を超えて拡大してきた。とりわけ、1970年代以降、「食」への関心はより顕著なものとなってきた。労働と余暇のあり方が変わっていくならば、食生活のあり方も当然変化してくるであろう。家庭内での伝統的な家族食生活だけでなく、外食を行う場面が増加してくるであろう。

過去において家庭外で飲食することは、主として勤務中の男性あるいはパブやクラブでの時間消費を行う男性と関係していた。しかし、現在では、経済のサービス化・ソフト化の進展、あるいは女性の社会進出や労働環境の変化によって、「食の社会化」(social eating) はより比重が高まってきた。それは男女間で共有される経験であり、しばしば大人と子供の間でも共有される経験ともなる。

イギリスの食料消費動向を解明する場合には、従来はオリジナル・データとして『国民食生活調査』(National Food Survey) を分析することが基本であると考えられる。外食が調査対象項目としてある程度詳細に発表されたものは、『1994年国民食生活調査』(National Food Survey 1994) が最初である。そして、『2000年国民食生活調査』(National Food Survey 2000) まで公表されている。しかしながら、従来の『国民食生活調査』における統計調査は停止して、2001/02年度以降は『家庭食生活調査』(Family Food) において公表されるようになった。『国民食生活調査』と比較すれば、外食に関する調査項目が変更されている場合もあり、データの時系列的一貫性に欠けてしまう。

ともあれ、同一の統計的調査は行われなくなったけれども、ここ10年間に外食行動がより高まってきていることは明白である。1970年代以前では生活水準が向上したにもかかわらず、外食は仕事上の必要な会食を除いて、さほど浸透してはいなかったのである。たとえば、1965年当時では、わず

か人口の3%が週1回以上外食していた程度であり、34%が2～3週間に1回の外食であった。通常は、結婚式、誕生日あるいはその他の記念日のような特別な日に限って、外食が行われたのであった。¹⁾

その当時は、外食は女性を台所仕事から解放するだけでなく、「食事のために外出すること」が、家族全体にとって娯楽の一つとして位置付けられていたと、言えるのではないであろうか。しかるに、現在では一連の社会経済的变化によって、外食行動が日常的に浸透して新しい食生活の形態が形成されつつあると、推察することができる。

それでは、イギリスの日常生活における外食の実態は如何なるものだろうか。研究史的視点に立つならば、我が国においては、イギリスの外食行動に焦点を当てた研究成果は皆無であると言える。それゆえ、小稿では、限定的ではあるが、『家庭食生活調査』から入手可能な外食に関するデータを整理して分析することによって、近年のイギリスにおける外食の実態を把握するとともに、その全般的傾向を明らかにしたい。また、必要に応じて『国民食生活調査』および『家計支出調査』(Family Spending)を用いてデータの的に補強していきたい。

Ⅱ. 外食の回数と消費量

1. 外食回数

表Ⅱ-1は、2001/02～03/04年度における年間1人当たり対象品目別の外食回数を示している。²⁾ アルコール飲料、ソフト飲料、その他飲料一般が上位を占めている。その中でも、アルコール飲料の回数が最も多い。とりわけ、ビール(Beer)の飲用回数が大部分を占めていると考えられる。これは、パブ(Public House)の存在抜きにしては説明できないであろう。

しかしながら、アルコール飲料は、当該期間において回数がわずかながらも減少傾向を示している。全平均を見ると、2001/02年度では92回であっ

表Ⅱ－１ 年間1人当たり対象品目別外食回数（2001/02～2003/04年度）

	2001/02	2002/03	2003/04
	回		
アルコール飲料			
全平均	92	89	85
14歳以下を除く平均	113	108	103
ソフト飲料(牛乳飲料を含む)	59	59	60
その他飲料一般	44	42	41
肉および肉製品	36	36	38
馬鈴薯	29	28	27
サンドウィッチ	28	27	27
アイスクリーム、デザート類、ケーキ類	25	25	25
その他食材料品	19	19	19
野菜	19	18	18
ポテトチップス、ナッツ類、スナック菓子	18	18	17
パン	10	10	10
チーズ・卵料理およびピザ	8	9	9
ビスケット	6	6	6
サラダ	5	5	5
魚および魚製品	5	5	5
インド料理、中国料理、タイ料理	4	5	5
果物	4	4	4
コメ、パスタおよびヌードル	4	4	4
スープ	2	3	2
ヨーグルト	1	1	1
朝食用シリアル	0	0	0

出所) DEFRA (2005) p.49 Table6.2 を参考にして作成。

たが、02/03年度では89回、03/04年度では85回となり、7回減少している。14歳以下を除いた場合には、10回減少している。

ソフト飲料の回数は59～60回である。ソフト飲料には飲用牛乳も含まれているが、実際には飲用牛乳のみの回数は少ないと推察できる。なぜならば、飲用牛乳の消費量が低下傾向を示しているからである。他方、その他飲料一般を見ると、2001/02年度では44回、02/03年度では42回、03/04年度では41回となり、3回減少している。その他飲料一般とは、主として紅茶・コーヒーなどの嗜好品である。³⁾ イギリスではフランスと異なり、通常カフェ（Cafe）ではミルク・ティ（tea with milk）を飲む。それゆ

え、ミルク・ティの飲用回数が減少していると考えられる。ちなみに、イギリスのカフェはスナック・バー（Snack Bar）を兼ねている店舗が多い。多くのカフェでは、昼食時や夕食時に、オムレツのような卵料理やキドニー・パイのようなパイ（Pie）等の軽食を提供している。

肉および肉製品の外食回数は、魚および魚製品の場合よりも圧倒的に多い。2003/04年度と比較するならば、肉および肉製品では38回、魚および魚製品では5回である。その理由としては、レストラン（Restaurant）もさることながら、コンチネンタルスタイルのワイン・バー（Wine Bar）の利用が第一に挙げられるであろう。ワイン・バーは、価格帯としては高級レストランとスナック・バーとの中間に位置している。主として中流階層（middle class）の利用が多いと言われている。肉および肉製品の場合には、03/04年度は02/03年度と比較して4.6%の増加である。また、馬鈴薯や野菜は温野菜の調理形態で、肉料理との組み合わせが多い。

朝食と昼食の視点から見て注目したいことがある。それは、パンよりもサンドウィッチの外食回数が多いことである。サンドウィッチ・バー（Sandwich Bar）の利用を通してサンドイッチが手軽な昼食として求められるからであろう。それゆえ、ヨーグルトの外食回数が1回および朝食用シリアルの外食回数が0回であることを考え合わせるならば、朝食は自宅で摂ることが一般的であり、朝食を外食で済ますことは少ないと推察できる。

アイスクリーム、デザート類、ケーキ類ならびにポテトチップス、ナッツ類、スナック菓子は、サンドウィッチと同様にテイク・アウェイ（take away）の代表的な品目である。⁴⁾

2. 外食消費量

表Ⅱ－2は、2001/02～03/04年度における週1人当たり平均外食消費量を示している。

当然のことながら、外食消費量は外食回数に比例する。家庭外でのアルコール飲料消費量（飲酒量）は、2003／04年度では664mlとなっている。2001／02～03／04年度の期間を通して減少傾向を示している。02／03年度と比較すれば、5.5%減少している。14歳以下を除く場合で見ると、2001／02年度は893ml、02／03年度は850ml、03／04年度は803mlとなり、さらに顕著な減少傾向を示している。

ソフト飲料は、アルコール飲料と比較して消費量はかなり少ない。2003

表Ⅱ－２ 週1人当たり平均外食購入量（2001/02～2003/04年度）

	単位	2001/02	2002/03	2003/04
アルコール飲料				
全平均	ml	732	702	664
14歳以下を除く平均	ml	893	850	803
ソフト飲料(牛乳飲料を含む)	ml	373	376	384
その他飲料一般	ml	154	147	142
肉および肉製品	g	94	95	97
馬鈴薯	g	88	85	83
サンドウィッチ	g	80	80	76
野菜	g	34	34	34
アイスクリーム、デザート類、ケーキ類	g	31	32	29
チーズ・卵料理およびピザ	g	25	26	26
砂糖菓子	g	23	22	22
インド料理、中国料理、タイ料理	g	22	22	20
サラダ	g	16	17	18
その他食材品	g	14	14	14
コメ、パスタおよびヌードル	g	15	15	14
魚および魚製品	g	15	14	14
ポテトチップス、ナッツ類、スナック菓子	g	13	12	12
スープ	g	10	11	10
パン	g	9.1	9.2	8.7
果物	g	8.6	8.4	8.1
ビスケット	g	3.7	3.4	3.6
ヨーグルト	g	2.9	3.3	2.7
朝食用シリアル	g	0.2	0.2	0.2

出所) DEFRA(2005)p.48 Table6.1 を参考にして作成。

／04年度では384mlであり、アルコール飲料の2分の1弱である。しかしながら、年々消費量を漸増させている。他方、その他飲料一般の消費量を見ると、2001／02年度は154ml、02／03年度は147ml、03／04年度は142mlであり、年々漸減傾向を示している。

肉および肉製品の消費量は、2002／03年度と03／04年度を比較して95gから97gへと、約2.1%増加している。馬鈴薯では、2002／03年度と03／04年度を比較して85gから83gへと、約2.3%減少している。また、サンドウィッチの消費量は、2001／02年度、02／03年度とも80gであったが、03／04年度では76gである。約4.7%の減少である。

その他特徴的な点を指摘したい。2002／03年度と03／04年度と比較して最も消費量を増加させたものは、サラダである。約8.3%増加している。逆に最も消費量を減少させたものは、インド料理・中国料理・タイ料理である。約12.4%減少している。スープは9.0%、アイスクリーム・デザート類・ケーキ類は7.1%、それぞれ減少している。

3. 男女別外食消費量

表Ⅱ－3は、1995～2000年の期間における週1人当たり男女別外食消費量を示している。

一般的には、女性よりも男性の方が消費量は大きい。表Ⅱ－3からも明らかのように、アルコール飲料に関しては、圧倒的な男女間格差が見られる。男女別外食消費量の特徴点である。たとえば、1996年では男性823ml、女性168mlであり、その差は655mlであった。また、1997年では男性843ml、女性173mlであり、その差は670mlであった。しかし、2000年では男性700ml、女性126mlであり、その差は574mlと縮小している。その原因としては、男性の消費量の減少が大きいことが挙げられるであろう。

しかしながら、品目によっては女性の消費量が高い品目もある。サラダ、果物、ヨーグルト、アイスクリーム・デザート類・ケーキ類は若干の

表Ⅱ－３ 週1人当たり男女別外食量（1995～2000年）

	単位	1995		1996		1997		1998		1999		2000	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
エスニック料理	g	31	21	36	30	45	32	43	39	55	37	34	28
肉類・肉製品	g	138	79	129	72	131	86	137	86	136	85	119	78
魚類・魚製品	g	30	27	25	21	25	22	26	24	27	21	22	22
チーズ・卵料理・ピザ	g	31	22	34	22	31	22	32	23	34	25	28	27
馬鈴薯・野菜	g	179	146	205	155	214	172	216	180	211	177	181	156
サラダ	g	29	31	15	19	19	24	19	23	19	25	20	24
米・パスタ・麺	g	21	16	26	22	31	23	29	25	28	27	25	22
スープ	ml	17	16	17	16	17	14	18	14	14	15	15	13
果物(生鮮及び加工)	g	17	18	17	19	21	22	20	19	20	21	18	19
ヨーグルト	g	3	5	5	6	5	6	5	7	5	5	6	5
食パン	g	16	11	17	11	15	12	17	13	15	13	13	11
サンドウィッチ	g	41	34	40	30	58	44	50	41	50	41	53	38
ホットドッグ用パン	g	33	19	29	19	36	26	34	22	37	21	35	22
飲料 (内コーヒー)	ml	475 (264)	309 (164)	477	313	478	342	461	332	456	302	405	299
アイスクリーム・デザート・ケーキ	g	48	49	51	51	57	55	51	51	48	46	38	43
ビスケット	g	5	5	13	11	11	11	11	12	10	12	12	10
ポテトチップス・ナッツ・スナック類	g	10	8	13	10	11	10	10	9	9	9	9	7
その他食品	g	45	38	43	37	41	39	39	37	41	36	40	34
ソフト飲料(含牛乳)	ml	-	-	361	312	358	338	338	301	346	302	300	283
アルコール飲料	ml	-	-	823	168	843	173	746	161	710	138	700	126
菓子類	g	-	-	20	20	21	18	19	15	17	14	15	12

出所) DEFRA(2001)p.49 Table4.8 を参考にして作成。

逆転状況も散見されるが、おおむね女性の消費量の方が大きい。特に注目すべきはサラダである。サラダは、1995～2000年の期間を通して女性の消費量が男性の消費量を上回っている。サラダ消費量の格差が、男女別外食消費量のもう一つの特徴点である。アイスクリーム・デザート類・ケーキ類に関しては、従来ほぼ拮抗していた。しかし、2000年では男性が38g、女性が43gと差が大きくなっている。果物、ヨーグルトも、男女間ではほぼ拮抗している。

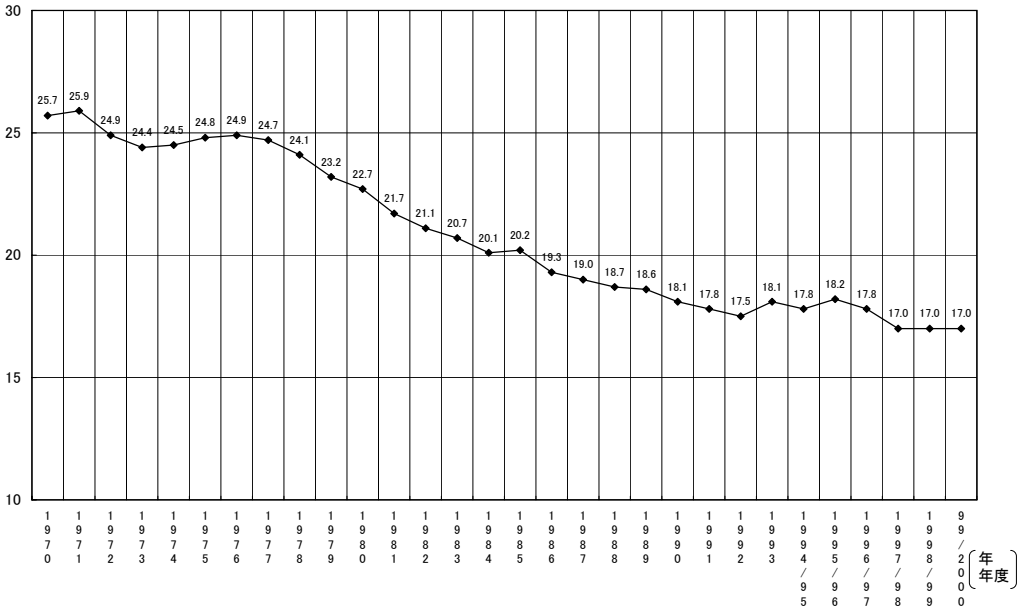
Ⅲ．外食支出

1．エンゲル係数

エンゲル係数とは、言うまでもなく家計消費支出に占める飲食費支出の

割合である。エンゲルの法則に従えば、所得の増加につれてエンゲル係数

(%)



図Ⅲ－１ エンゲル係数（1970～1999/2000年度）

出所）ONS, *Family Spending, various issues*より作成。

は次第に低下していく。この点を図Ⅲ－１で確認しておきたい。

図Ⅲ－１は、1970年～1999/2000年度の期間におけるエンゲル係数の推移を表している。1970年は25.7%、71年は25.9%と25%台であったが、72～78年の期間では24%台となった。78年以降92年まではほぼ一貫して低下しつづけ、92年は17.5%にまで低下している。93年には18.1%と若干上昇している。94/95～96/97年度の期間では18±0.2%の範囲内で推移した。96/97年度では17.8%であったが、97/98年度には17.0%に低下して、98/99年度、99/2000年度は17.0%である。おおよそではあるが、エンゲル係数は、現在17.0%程度もしくは17.0%弱の水準にあると、推定できる。

2. 家庭内消費支出と家庭外消費（外食）支出

表Ⅲ－１は、1994～2000年の期間における週1人当たりの飲食に関して、家庭内消費支出と家庭外消費（外食）支出を示したものである。表Ⅲ－１から明らかなように、当該期間においては、家庭内消費支出と外食支出ともに増加している。家庭内消費支出は、1994年の14.83ポンドから、2000年では17.64ポンドとなっている。外食支出は、1994年の5.74ポンドから、2000年では7.36ポンドとなっている。2000年では、外食支出と家庭内消費支出の両者合計で25.00ポンドである。

表Ⅲ－１ 週1人当たり飲食に関する家庭内消費支出と外食支出（1994～2000年）

（ポンド）	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
外食支出	5.74	5.83	6.53	6.61	6.73	7.08	7.36
家庭内消費支出	14.83	15.63	16.46	16.71	16.94	16.89	17.64
合 計	20.57	21.46	22.99	23.32	23.67	23.97	25.00

出所）DEFRA(2001)p.40 Table4.1より作成。

2000年の週1人当たり外食支出7.36ポンドは1999年の7.08ポンドと比較して、約4%（実質値1.0%）の増加である。他方、2000年の週1人当たり家庭内消費支出17.64ポンドは1999年の16.89ポンドと比較して、約4.4%（実質値1.4%）の増加である。外食支出の伸びの方が小さい。2000年では、外食支出額は全飲食支出額の約29.2%を占めている。1999年では29.5%であったので、さほどの変化は見られない。

表Ⅲ－２は、1994～2000年の期間において満16歳以上を対象にした外食支出に関して、週一人当たり外食支出の数値を国民食生活調査と家計支出調査とで比較したものである。標本が異なるゆえに当然数値は異なる。食品・ソフト飲料・菓子類に関しては、国民食生活調査と家計支出調査ともに増加傾向を示している。国民食生活調査では、1994年の4.84ポンドから2000年の6.80ポンドへと、約41%増加している。家計支出調査では、

表Ⅲ－２ 週１人当たり（16歳以上）外食支出における
国民食生活調査と家計支出調査の比較（1994～2000年）

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
	(ポンド／週・人)						
食品・ソフト飲料・菓子類							
国民食生活調査	4.84	4.93	5.68	6.01	6.07	6.69	6.80
家計支出調査	5.74	6.30	6.97	7.20	7.41	7.92	8.25
アルコール飲料							
国民食生活調査	1.92	1.94	2.20	2.03	1.93	1.86	2.12
家計支出調査	3.92	3.65	3.83	4.34	4.36	4.69	4.54
食品・飲料合計							
国民食生活調査	6.76	6.86	7.88	8.05	8.01	8.55	8.92
家計支出調査	9.67	9.95	10.80	11.55	11.77	12.61	12.80

注１） 2000年データは暫定値

出所） DEFRA(2001)P.41 Table4.2より作成。

1994年の5.74ポンドから2000年の8.25ポンドへと、約44%増加している。
アルコール飲料に関しては、96年と97年あるいは98年と99年のように、国民食生活調査では前年より減少した年であっても、家計支出調査では前年より増加している年もある。

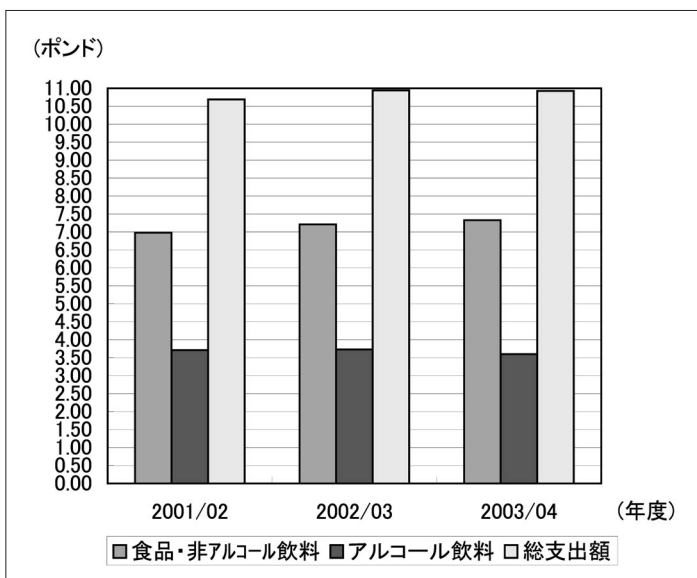
ともあれ、2000年の場合を見ると、国民食生活調査では2.12ポンド、家計支出調査では4.54ポンドであった。2000年の合計数値を比較すると、国民食生活調査では8.92ポンド、家計支出調査では12.80ポンドであった。

3. 外食支出の内訳

図Ⅲ－２は、2001／02～03／04年度における外食支出の内訳を、食品・非アルコール飲料とアルコール飲料に区分して図示したものである。

2001／02年度、02／03年度、03／04年度と年度ごとに見ていくならば、食品・非アルコール支出額は6.98ポンド、7.21ポンド、7.33ポンドと、増加傾向を示している。アルコール飲料支出額は、それぞれ3.71ポンド、3.73ポンド、3.60ポンドとなっている。02／03年度と03／04年度を比較すれば、アルコール飲料支出額は0.13ポンド減少している。

食品・非アルコール支出額とアルコール飲料支出額を加えた総外食支出



図Ⅲ－２ 週1人当たり外食支出額（2001/02～2003/04年）

出所） DEFRA(2005)p.48 Table6.1を参考にして作成。

額は、2001／02年度は10.69ポンド、02／03年度は10.94ポンド、03／04年度は10.93ポンドである。02／03年度と03／04年度を比較する限りでは、ほとんど変化は見られない。

Ⅳ．外食による栄養摂取量

表Ⅳ－１は、1日1人当たり熱量・脂肪等平均摂取量を、家庭外飲食（外食）と家庭内飲食に区別して整理したものである。⁵⁾ 1994年～2003／04年度の期間を対象としているが、1994～2000年の期間は暦年であり、2001／02～03／04年度の期間は年度である。

まず熱量から見ていきたい。1994～2000年の期間における家庭外飲食（外食）による熱量摂取量は、最大値が260kcal（1998年）、最低値が230kcal（2000年）である。1998年以降は低下傾向を示している。そして、

表Ⅳ－１ 家庭外飲食・家庭内飲食別１日１人当たり熱量・脂肪等平均摂取量
(1994年～2003年/04年度)

	単位	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001/02	2002/03	2003/04
熱量											
家庭外飲食	kcal	250	240	255	255	260	255	230	212	210	205
家庭内飲食	kcal	2137	2143	2143	2241	2102	2056	2152	2089	2099	2077
外食分比率	%	10.5	10.1	10.1	10.2	11.0	11.0	9.7	9.2	9.1	9.0
熱量(アルコール類を除く)											
家庭外飲食	kcal	230	220	235	245	242	238	214	182	182	177
家庭内飲食	kcal	2101	2103	2200	2126	2060	2012	2101	2041	2051	2025
外食分比率	%	9.9	9.5	9.7	10.3	10.5	10.6	9.2	8.2	8.1	8.0
脂肪											
家庭外飲食	g	12	11	11	12	12	11	10	8	8	8
家庭内飲食	g	91	89	93	89	86	83	86	86	85	85
外食分比率	%	11.7	11.0	10.5	11.9	12.3	11.7	10.4	8.4	8.5	8.4
飽和脂肪酸											
家庭外飲食	g	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3
家庭内飲食	g	36	36	37	35	34	33	35	34	34	34
外食分比率	%	11.4	11.0	10.9	11.3	11.6	12.0	10.4	7.6	7.6	7.5
乳糖以外の非天然糖質											
家庭外飲食	g	9	9	11	11	11	10	10	11	10	10
家庭内飲食	g	87	87	91	88	84	82	88	81	82	82
外食分比率	%	9.4	9.6	10.7	11.1	11.6	10.9	10.2	11.6	11.3	11.1
アルコール分											
家庭外飲食	g	2.9	2.9	2.8	2.9	2.6	2.4	2.3	4.3	4.1	3.9
家庭内飲食	g	5.1	5.7	6.0	6.0	6.0	6.3	7.2	6.9	6.9	7.4
外食分比率	%	36.5	33.7	31.9	32.6	30.1	27.6	24.2	38.0	37.2	34.7

出所) DEFRA(2004)p.31 Table4.2およびDEFRA(2005)p.52 Table6.4より作成。

2001／02年度は212kcal、02/03年度は210kcal、03／04年度は205kcalと、やはり減少傾向を示している。直接比較することは正確さに欠けることになるけれども、大まかに言えば、外食による熱量摂取量は、当該期間において約20%減少していると言えるであろう。

他方、1994～2000年の期間における家庭内飲食による熱量摂取量は、おおよそ2000kcal台後半～2200kcal台前半の範囲内である。しかしながら、2001／02年度は2089kcal、02／03年度は2099kcal、03／04年度は2077kcalであり、1994～2000年の期間と比較してやはり低下している。2001／02～03／04年度の期間における総熱量摂取量に占める外食分の比率は、9%程度

である。

アルコール類を除いた熱量摂取の状況も、ほぼ同様な傾向を示している。2001／02～03／04年度の期間における総熱量摂取量に占める外食分の比率は、8％程度となる。ここで一点指摘しておきたい。それは、アルコール類から摂取される熱量に関して、外食摂取量よりも家庭内摂取量の方が大きいということである。

たとえば、2001／02～03／04年度の期間を見てみよう。外食摂取量は、2001／02年度は30kcal、02／03年度は28kcal、03／04年度は28kcalである。家庭内摂取量は、2001／02年度は48kcal、02／03年度は48kcal、03／04年度は52kcalである。

次に脂肪摂取量である。1994～2000年の期間における家庭外飲食（外食）による脂肪摂取量は、11～12gで推移して2000年には10gに低下している。2001／02～03／04年度の期間では、さらに8gまで低下している。

一方、1994～2000年の期間における家庭内飲食による脂肪摂取量は、若干の変動はあるものの全体的には低下傾向を示していると言える。91年では91gであったが、2000年では86gとなっている。2001／02年度は86gであったが、02／03年度、03／04年度では85gとなり、わずかながらも低下している。2001／02～03／04年度の期間における脂肪摂取量に占める外食分の比率は、8.5%前後である。

飽和脂肪酸は、2001／02～03／04年度の期間を見ると、家庭外飲食では3g、家庭内飲食では34gである。01／02～03／04年度の期間における乳糖以外の非天然糖質は、家庭外飲食では11～10gの範囲、家庭内飲食では81～82gの範囲である。当該期間における外食分の比率は11%台である。

アルコール分については、外食分比率が最も高いことを指摘していきたい。01／02～03／04年度では30%台の水準となっている。

V. むすびにかえて

以上のように、近年のイギリスの外食動向を分析してきた。データの的に極めて制約があるけれども、外食の中では飲料系がまず中心となることが明らかになった。そのうち、回数的にも数量的にもアルコール飲料が最も多い。イギリス人のライフスタイルに深く根ざしたパブの存在が依然として大きいことが伺える。その次に、ソフト飲料、その他飲料一般と続く。ソフト飲料には飲用牛乳が含まれているが、牛乳のみの飲用は少ないであろう。また、飲料一般は主として紅茶やコーヒー等であるが、紅茶すなわちミルク・ティの飲用は低下傾向にある。それに替わって、健康志向から緑茶等の消費が拡大していると、推察できる。この点においては、伝統的な食生活に変化が見られると言える。

エンゲル係数が17%程度になっていることから、一般的に所得水準が上昇してきている。それゆえ、週1人当たり11ポンド弱の外食支出となっている。また、外食による1日1人当たり熱量摂取量は200~210kcal程度である。1日当たり総熱量摂取量の9~10%の範囲に収まっている。

小稿はあくまでも外食動向を概観して、今後の詳細な分析の予備的考察の位置付けとしたい。これからの課題を幾つか挙げて結びとしたい。

第一に、イギリスとて高齢化社会に向かっており、年齢階層別に外食回数や外食数量を整理していく必要があるだろう。

第二に、所得が主たる外食の決定要因であることに注意しなければならない。詳細な分析のためには、所得階層別に外食支出を分析していくことが求められる。

第三は、外食回数の地域格差を明らかにすることである。もともと外食回数の格差は、第二の課題と関連して所得格差すなわち地域経済格差にも大きく依存する。さらに、都市化の進行程度と関連しているのではないであろうか。言い換えれば、外食する際の利便性の基盤となる飲食店舗数に左右されると考えられる。

第四は、ライフスタイルの面における労働と余暇から外食行動を分析しなければならない。欧州同盟（European Union, E U）諸国の中では、イギリスの平均週労働時間は突出している。

たとえば1995年の数値によれば、フルタイム労働者全体で見ると43.9時間であり、男性労働者では45.7時間、女性労働者では40.5時間である。E U 15カ国平均では、フルタイム労働者全体では40.3時間であり、男性労働者では41.1時間、女性労働者では38.9時間である。フルタイム労働者全体で週40時間を下回っている国は多い。たとえば、ベルギー38.4時間、デンマーク38.9時間、ドイツ39.7時間、フランス39.9時間、オランダ39.5時間である。⁶⁾

多くの余暇活動には外食が組み込まれることになる。イギリスの余暇生活の実態を把握することも必要となろう。

第五は、家族規模や家族構成かの視点から外食行動を分析することも必要であろう。近年の基本的な変化は、世帯形成における小規模化である。⁷⁾

外食は食の社会化であるが、食生活の変化を通して新しいライフスタイルの一端を解明すべく、上述のような課題に今後取り組んでいきたい。

注

- 1) Burnett (2004) p.293。
- 2) 『2003／04年度家庭食生活調査』では、1万6,965人からの回答を得ている。家庭外で飲食する行動（外食）に関して、項目ごとに年間一人当たり平均値を算出している。
- 3) DEFRA (2005) p.47。
- 4) イギリスにおけるファーストフードのシェア（2000年）を見るならば、サンドウィッチ38%、ハンバーガー20%、ピザ・パスタ13%、フィッシュ・アンド・チップス9%が上位を占めている。サンドウィッチの販売額は2億8,560万ポンド相当である。なお、この点について詳しく

は、Burnett (2004) p.312～313を参照のこと。

- 5) 本章ではカルシウム摂取量に触れていないけれども、イギリスの食生活においては過去20年間で約16%低下している。最低基準摂取量で見ると、とりわけ10～14歳女性の摂取量に問題がある。4人に1人がカルシウム不足の食事を摂っている。栄養摂取の問題について詳しくは、Wells (2001) pp.130～131を参照のこと。
- 6) EU (1996) pp.168～169 Table 073。
- 7) たとえば、グレイト・ブリテン (Great Britain) における1人世帯の割合は、1971年では18%であったが、2003年では29%に増加している。また、子供なしの家庭は、2003年では28%である (MDC (2005) pp.199 Table 161)。世帯形成の小規模化は進行している。個人の嗜好に合わせて1人分あるいは2人を調理するよりも、外食や中食は便利なものとなろう。

参考文献

- [1] Burnett, John (2004) *England Eats Out 1830 — Present*, Pearson Education Limited.
- [2] Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) (2001) *National Food Survey 2000 — Annual Report on Food Expenditure, Consumption and Nutrient Intakes* —, The Stationery Office.
- [3] Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) (2003) *Family Food in 2001/02*, National Statistics Publication by Defra.
- [4] Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) (2004) *Family Food — A report on the 2002–03 Expenditure and Food Survey* —, The Stationery Office.
- [5] Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)

- (2005) *Family Food — A report on the 2003–04 Expenditure and Food Survey* —, The Stationery Office.
- [6] European Union (EU) (1996) *Eurostat, Labour Force Survey: Results 1995*, European Union.
- [7] Fine, Ben and Leopold, Ellen (1993) *The World of Consumption*, Routledge.
- [8] Milk Development Council (MDC) (2005) *Dairy Facts and Figures 2004*, Milk Development Council.
- [9] Ministry of Agriculture Fisheries and Food (MAFF) *National Food Survey — Annual Report on Food Expenditure, Consumption and Nutrient Intakes —, various issues*, The Stationery Office.
- [10] Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2005) *OECD Economic Surveys United Kingdom 2005*, Organisation for Economic Co-operation and Development.
- [11] The Office for National Statistics (ONS) *Family Spending, various issues*, The Stationery Office.
- [12] Riley, Michel (1994) “Marketing Eating out: The Influence of Social Culture and Innovation” *British Food Journal*, Vol.96 No.10, pp.15~18.
- [13] Wells, Antia S (2001) “The role of milk in the British Diet” *International Journal of Dairy Technology*, Vol.54 No.4, pp.131~132.

[付記]

小稿の作成に際して、山田正二先生（北海道教育大学教授）から栄養学的専門知識をご教示いただいた。記してお礼申し上げる次第である。