

2014年9月26日

調査レポート

うなぎの蒲焼の消費動向 ～名古屋と大阪にみる消費パターンの違い～

90年代半ばからデフレが続く中であっても、うなぎの蒲焼の価格は2002年～04年を底にして急上昇し、この10年間で価格は2倍になっている。価格の高騰につれて、購入量は大きく減少し、よく買われる一般的な食材から、たまにいただく食材へと変化している。

もっとも、食材としてのうなぎの蒲焼の定着度は地域によって異なる。地域別にみると東海と近畿が全国の消費をけん引しており、1世帯平均の支出金額をみるとうなぎの購入が少ない北海道や沖縄の3倍となっている。また、年間の支出規模が拮抗している東海と近畿の間でも、土用の丑の日が含まれる7月の消費動向は東海が近畿を大きく上回り、東海のほうが土用の丑の日へのこだわりが強いといった違いが見出せる。

地域による差は、名古屋と大阪という都市別の比較でも現われてくる。

うなぎの蒲焼の購入単価の上昇は、名古屋において急であり、大阪においては相対的に抑えられている
購入量の減少は、名古屋において大幅であり、大阪においては相対的に抑えられている

購入頻度の低下は、名古屋、大阪ともに進んでいるが、購入頻度の水準は大阪が名古屋を上回っている
土用の丑の日へのこだわりは、名古屋で顕著で、大阪では相対的に抑えられている

うなぎの蒲焼は、価格の上昇が続く中で、名古屋においては、比較的高額な特別な日の食材となる一方で、大阪においては一般的な食材という色彩が残っている。結果として、名古屋では価格や景気の変動を受けて支出が変動しやすいが、大阪においてはそうした変動が小さく安定している。

うなぎ資源が希少になっていることが、うなぎの価格を高騰させ、その消費にも変化をもたらしている。今年9月に、日本、中国、韓国、台湾は、2014～15年の池入れシーズンにおけるニホンウナギの稚魚(シラスウナギ)の池入れ量を前年(2013～14年)実績より2割削減させることで合意した。もっとも、前年が豊漁であったため、そこから2割削減しても大きなインパクトはなさそうだ。しかし、今後もシラスウナギが不漁になる可能性は十分あり、うなぎ価格は高止まりが予想される。これまで続いてきたうなぎの消費の変化や、名古屋や大阪といった地域による消費パターンの違いはこれからも続く可能性がある。

三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社

調査部 鈴木 明彦、塚田 裕昭

〒105-8501 東京都港区虎ノ門5-11-2

TEL:03-6733-1070

〒461-8516 名古屋市東区葵1-19-30

TEL:052-307-1106

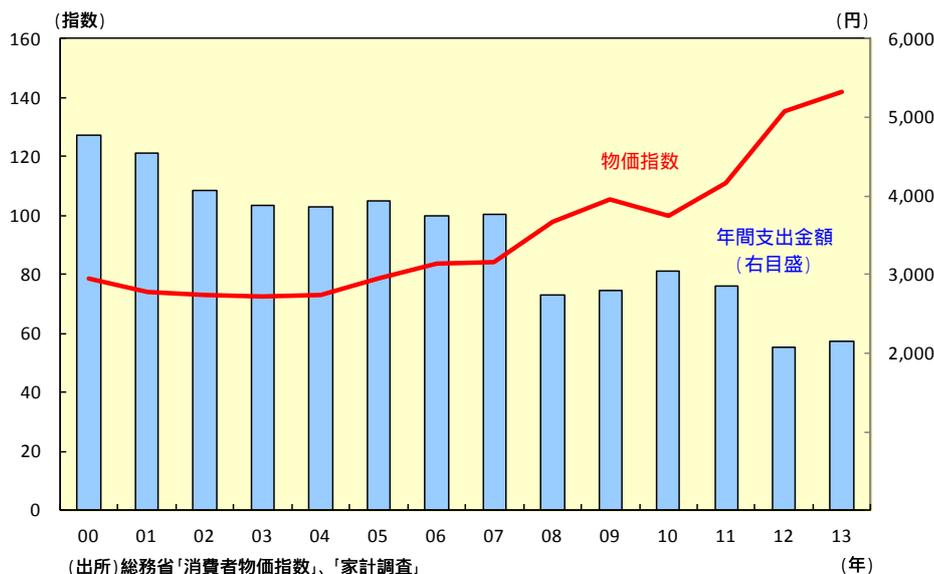
1. うなぎの蒲焼の価格上昇と消費動向

(1) 上昇する価格、減少する消費

わが国は90年代中ごろからデフレ（持続的な物価下落）が続き、ようやくデフレを脱却してきている状況だ。しかし、うなぎの蒲焼について言えば、2002年～04年を底に急速に値段が上がっている。総務省の消費者物価指数でうなぎの蒲焼の価格を見ると、2013年の価格は10年前の2003年と比べると約2倍になっている（図表1）。

うなぎの蒲焼の購入はもともと減少傾向にあったが、価格が上昇するにつれてその動きに拍車がかかっている。同じく総務省の家計調査を見ると、うなぎの蒲焼に対する1世帯当たりの年間の支出金額は2003年の3,876円から2013年は2,146円へとほぼ半減している。価格が2倍になっていることを考えると、購入量は4分の1近くまで減少していると推測できる。

図表1 うなぎの蒲焼の価格と1世帯あたり年間支出金額

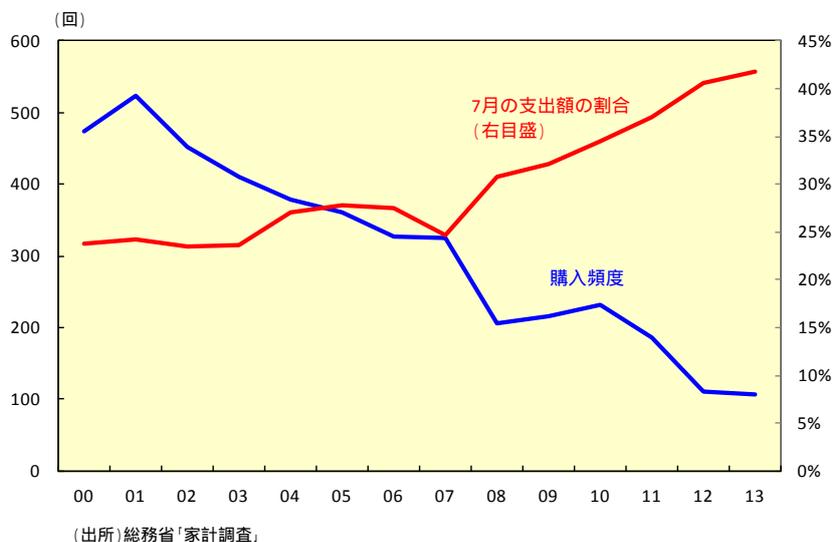


(2) よく買われる食材から、たまにいただく食材に

価格が高騰して購入量が減少しているということは、うなぎの蒲焼がよく買われる一般的な食材から、たまにいただく食材に変わってきていることを意味している。100世帯あたりのうなぎの蒲焼の購入頻度を見ると2000年には年間500回（1世帯あたり5回）前後であったものが、2013年には年間100回（1世帯あたり1回）程度まで減少している。

購入頻度が低下してうなぎの蒲焼がたまにいただく食材になるにつれて、土用の丑の日に購入される割合が高まっている。土用の丑の日が含まれる7月の支出金額が年間のうなぎの蒲焼の支出金額に占める割合を見ると2000年には4分の1弱であったが、2013年には4割強まで高まっている（図表2）。年間を通して購入される一般的な食材となっていたうなぎの蒲焼が、価格の上昇とともに土用の丑の日というイベントに合わせて購入される食材へと変化してきている様子がうかがえる。

図表2 100世帯あたりのうなぎの蒲焼の年間購入頻度と7月の支出額が年間支出に占める割合

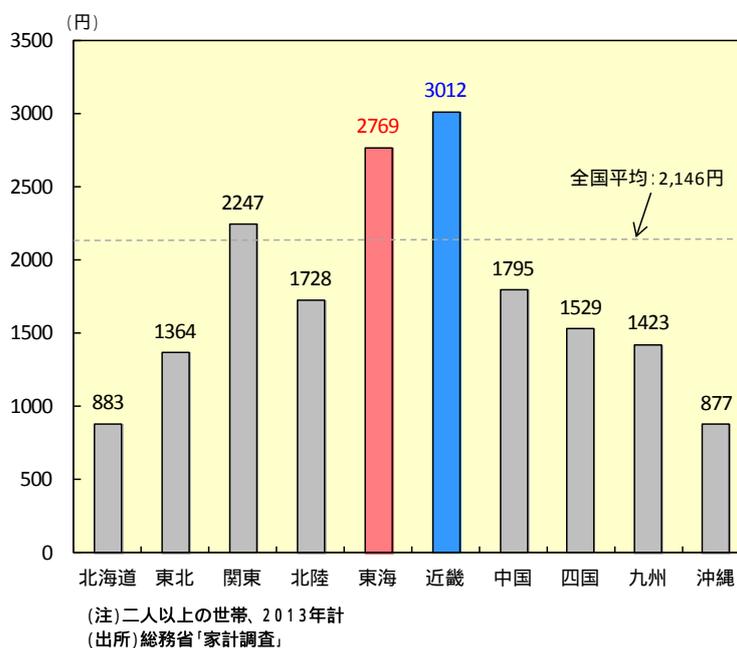


2. 東海と近畿が引っ張るうなぎの消費

(1) 地域によって差があるうなぎの消費

うなぎは日本では昔から食されていた材料だが、うなぎの蒲焼の食材としての定着度は地域によって差がある。2013年の1世帯あたりの支出金額で見ると、全国では2,146円となっているが、この水準を上回っているのは、近畿(3,012円)、東海(2,769円)、関東(2,247円)の3地域であり、中でも近畿と東海の2地域の支出金額が高い水準となっている。支出金額の少ない北海道(883円)や沖縄県(877円)は東海や近畿の支出金額の3分の1程度にすぎない(図表3)。

図表3 うなぎの蒲焼の1世帯あたり支出金額の地域比較(2013年)

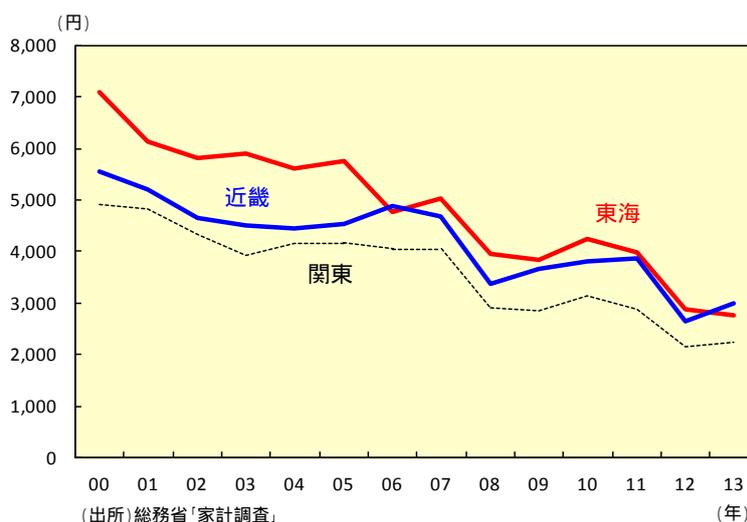


(2) 東海と近畿が競ううなぎの消費のトップの座

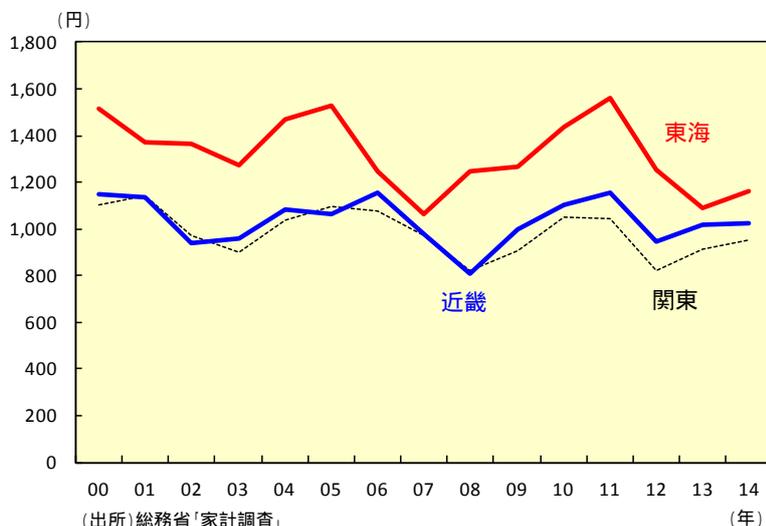
うなぎの蒲焼に対する支出が多い近畿、東海、関東の3地域について2000年以降の1世帯あたり支出金額の推移をみると、いずれも低下傾向にある(図表4)。また、図表3で示した全10地域の中で比較してみると、この3地域がほぼ一貫して1~3位を占めている。2013年は近畿が1位、東海が2位となっているが、これは2006年以降のことであり、それ以外の年においては東海が1位、近畿は2位というのが定位置になっている。

もっとも、土用の丑の日が含まれる7月の消費動向を見ると、こうした状況は少し異なってくる。7月の支出金額では、東海が近畿を上回る状況が続いており、近畿は関東とほぼ同じ水準となっている。全10地域の中での順位を見ると、東海は年間の支出額と同様にほぼ全国1位を続けており、ときどき2位となるが、1位の座を譲る地域は近畿ではなく、四国(2004年)、北陸(2007年、2014年)となっている。近畿は他の地域に比べて土用の丑の日に消費する度合いが弱いと言える(図表5)。

図表4 うなぎの蒲焼の1世帯あたりの年間支出金額の推移(関東、東海、近畿)



図表5 うなぎの蒲焼の1世帯あたりの7月の支出金額の推移(関東、東海、近畿)



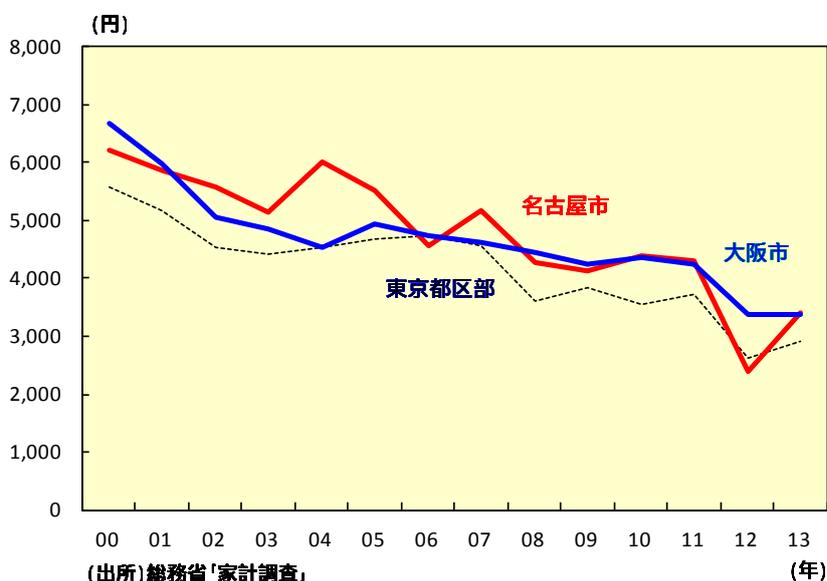
3. 名古屋と大阪で異なるうなぎの消費

(1) うなぎの購入金額

関東、東海、近畿の消費動向の違いはそれぞれの地域の中核となる都市の消費動向にも反映されると推測できる。ここでは、名古屋市、大阪市の動向についてさらに分析していくことにする。

まず、1世帯あたりの年間支出額を確認すると、名古屋市と大阪市はともに減少トレンドが続いており、各年における支出水準は互いにほぼ同じである。もっとも、大阪市が支出金額の変動が小さく安定しているのに対し、名古屋市は支出金額の変動幅が大きくなっているという特徴がある（図表6）。

図表6 うなぎの蒲焼の1世帯あたりの年間支出金額の推移(東京、名古屋、大阪)



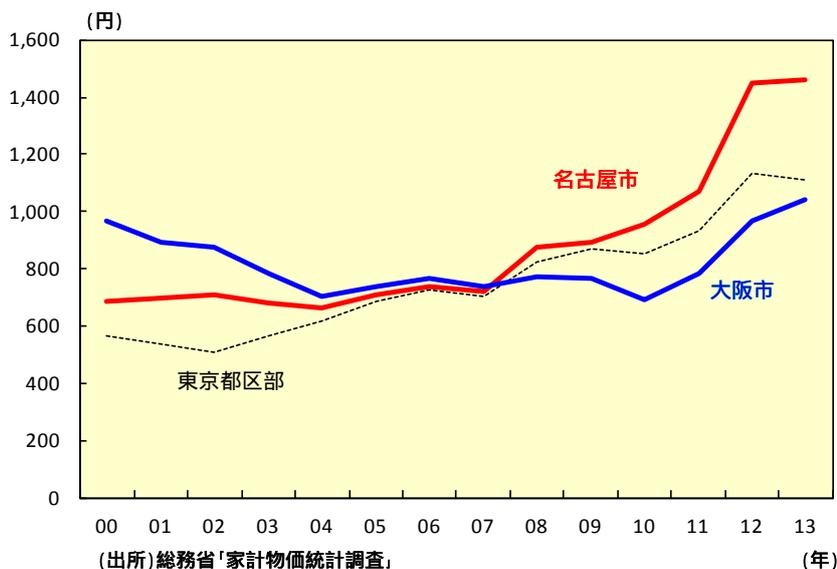
(2) 購入単価、購入量、購入頻度

購入単価

うなぎの蒲焼の価格は2002年～04年を底に全国的に上昇して、それがうなぎの消費の減少の一因になっていることはすでに触れたが、価格の上がり方は地域によって異なる。東名阪で比べると、名古屋における購入単価の上昇が堅調であり、大阪の単価の上昇は相対的に抑制されている。

2004年を基準にした13年の価格水準を比べてみると、全国が1.94倍に上昇しているが、名古屋市は2.21倍（662円 / 100g → 1,463円）とこれを上回るペースで上昇している。これに対して、大阪は1.48倍（703円 → 1,041円）と全国平均や東京都区部（1.81倍）をかなり下回っている（図表7）。価格の上昇にあまり地域差がないとすると、名古屋に比べて大阪の方が輸入ウナギなどより単価の低い商品にシフトしている可能性がある。

図表7 うなぎの蒲焼の購入単価(100gあたり)

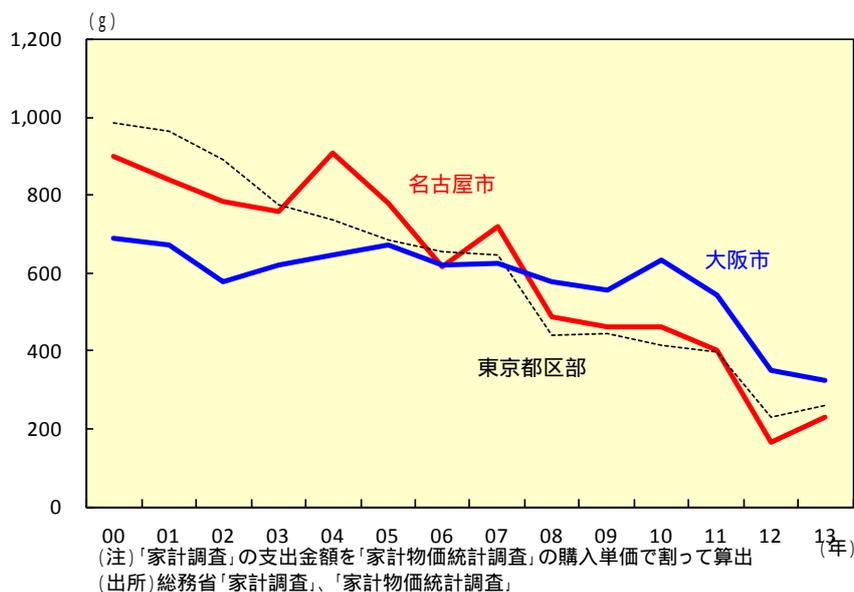


購入量

地域による購入単価の上がり方の違いは、購入量に影響してくる。うなぎの蒲焼に対する支出金額を購入単価で割って購入量を試算してみると、購入単価の上昇幅が大きい名古屋では購入量が大きく減っていることが分かる(図表8)。

前述の購入単価の比較と同様に、2004年を基準にして13年の購入量の水準を見ると、東名阪どの地域でも大きく減少していることに変わりはないが、購入単価の上昇幅が抑えられていた大阪における購入量の減少が50%(645g→326g)であるのに対して、購入単価が大きく上昇していた名古屋では26%(908g→232g)まで減少している。名古屋のうなぎの消費は他の地域に比べて量より質を重んじているとみなすこともできよう。

図表8 うなぎの蒲焼の1世帯あたりの年間購入量

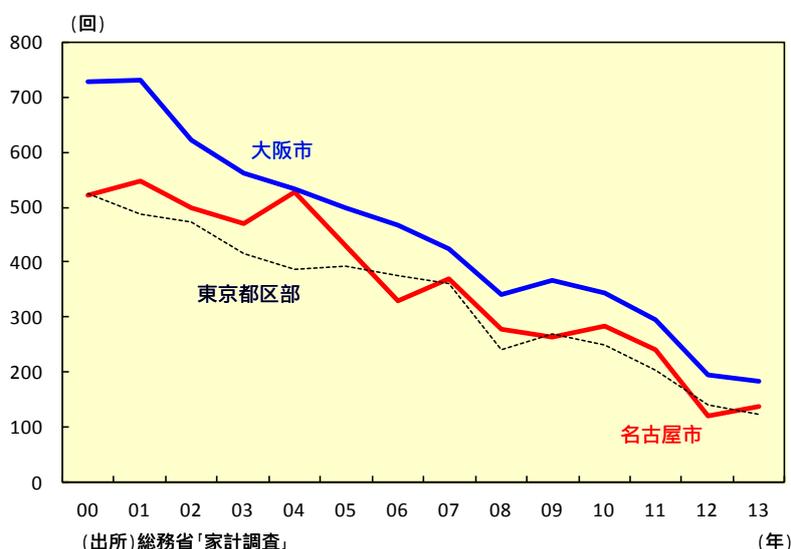


購入頻度

うなぎの価格が上がって購入量が減少するにつれて、購入頻度も低下している。うなぎの蒲焼はスーパーの店頭に並び気軽に買える食材になっていたが、価格の上昇とともに安価な蒲焼が姿を消し、うなぎを購入することがかつてより特別なことになっている。

価格の上昇が大幅な名古屋においては、100世帯当たりの購入頻度が2004年までは年500回（1世帯当たり5回）程度であったが、13年は年138回（1世帯当たり1回強）となっている。大阪でも購入頻度が大きく低下していることに変わりはないが、2000年ごろの購入頻度が100世帯当たり700回（1世帯当たり7回）強と高く、13年は同184回（同2回弱）とかなり低下しているものの、名古屋や東京の頻度は上回っている（図表9）。

図表9 うなぎの蒲焼の年間購入頻度(100世帯あたり)



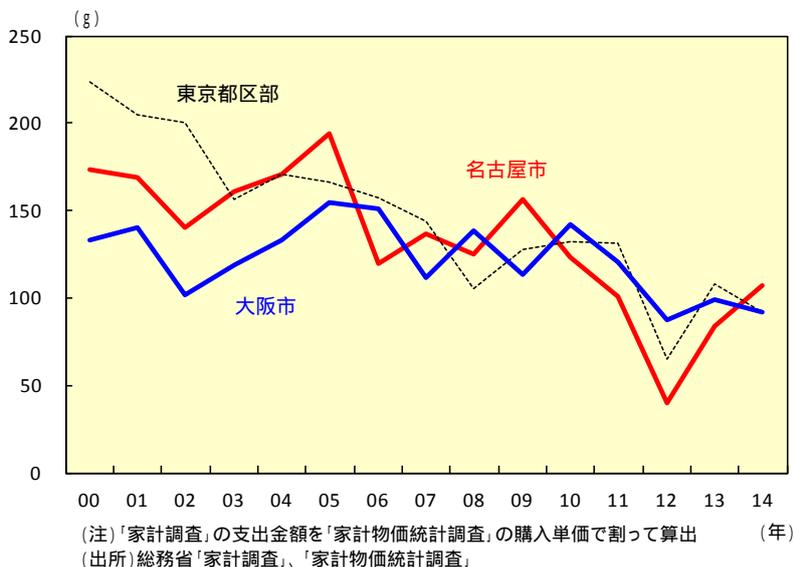
(3) 土用の丑の日へのこだわり

価格が上昇し、購入量や購入頻度が減少するにつれて、土用の丑の日というイベントに合わせて購入する傾向が全国的に強まっている。この土用の丑の日へのこだわり度合いは地域によって異なる。

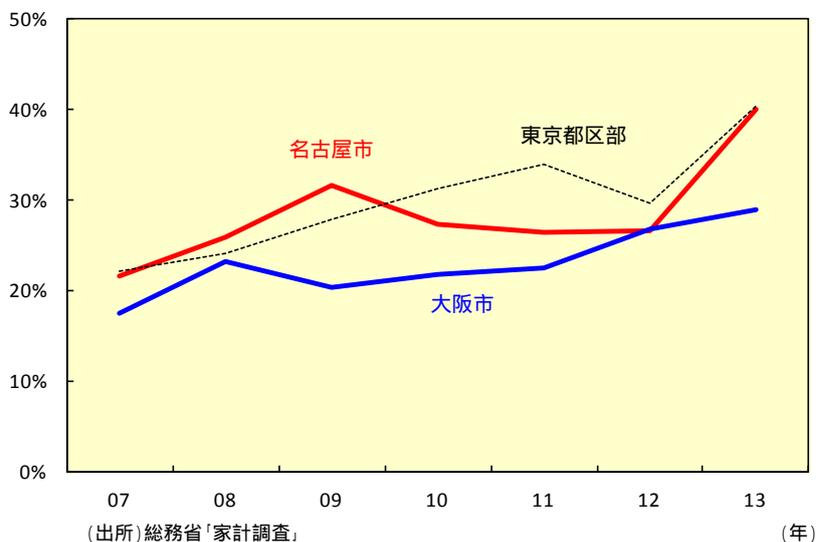
すでに述べたように、東海は近畿に比べて土用の丑の日がある7月に購入する割合が高い。同様に名古屋は大阪よりも土用の丑の日へのこだわりが強いようだ。名古屋では、年間の購入量が大阪や東京に比べて少ないが、7月の購入量は東京や大阪と同水準で推移している。価格の上昇が急であった2011年、12年の7月は購入量が減少したが、その後は2年連続で増加し、14年は東京、大阪を上回っている（図表10）。また、年間支出額に占める7月の購入ウエイトをみると今年は40%まで高まっている（図表11）。

一方、大阪では年間の購入量は名古屋や東京に比べて多いが、7月の購入量はもともと少なく、最近も名古屋、東京と同程度の購入にとどまっている。年間支出額に占める7月の割合は大阪でも高まっているが、2013年で30%程度と、40%程度の名古屋、東京より低い。大阪では、うなぎは土用の丑の日だけではなく、1年を通して購入される一般的な食材の色彩が残っている。

図表 10 うなぎの蒲焼の1世帯当たりの7月の購入量



図表 11 うなぎの蒲焼の年間支出額における7月のウェイト



(4) 景気や物価など経済動向からの影響

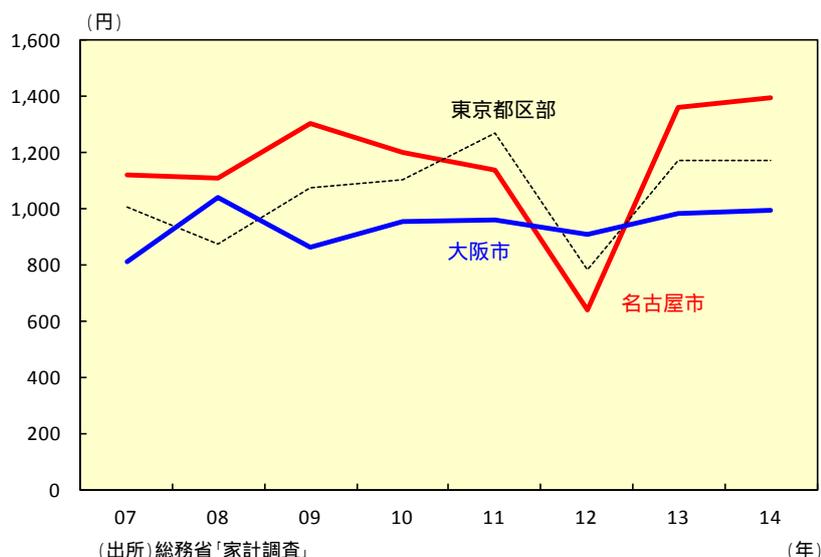
以上見てきたように、価格が上昇するにつれて、うなぎの蒲焼が名古屋においては比較的高額な特別な日の食材となる一方で、大阪においては絶対的な購入量が減少しているものの、一般的な食材という色彩は残っている。こうした違いは、価格の変動や景気動向の変化が購入に与える影響度を異なったものにする。この様子を、購入が集中している7月の支出金額を見ることで確認してみよう(図表12)。

まず名古屋ではうなぎの蒲焼の消費が景気や物価など経済動向の影響を受けやすくなっている。たとえば、2012年は価格が大きく上昇していることを受けて支出金額が前年比4割以上減少している。この

間、景気が短い後退局面に入っていたことも支出の減少に影響した可能性がある。一方、2013年、14年は支出金額の水準が大きく高まっている。この背景には、円安の恩恵を受けやすい東海地区において特に景気に明るい展望が出てきたこと、ベアの復活やボーナスの増加など所得面での改善が進んだことなどがあると考えられる。

これに対して、大阪ではこうした経済状況の変化を受けにくいようだ。そもそも購入単価の上昇幅が抑えられていることもあるが、7月の支出金額の変動は小幅であり安定している。

図表 12 うなぎの蒲焼の1世帯当たりの7月の支出金額

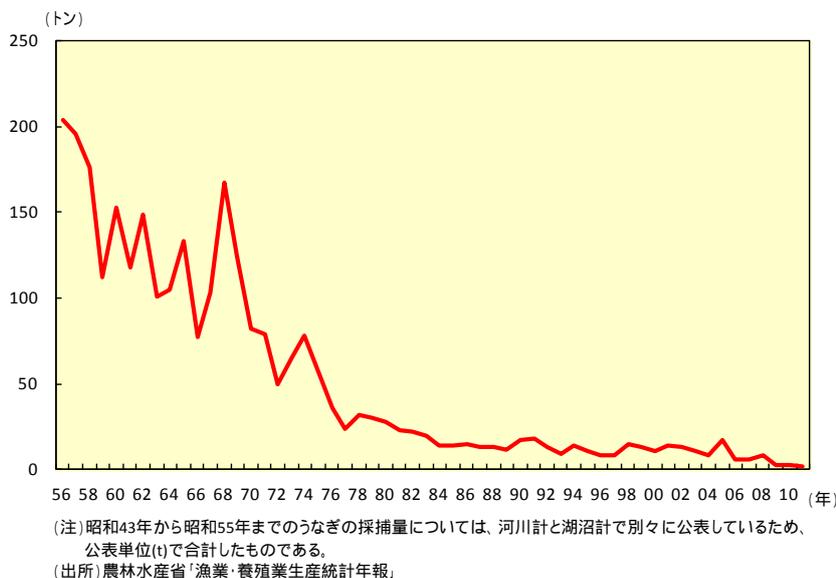


4. 減少するうなぎ資源と政府の対策

(1) シラスウナギの減少と取引価格の高騰

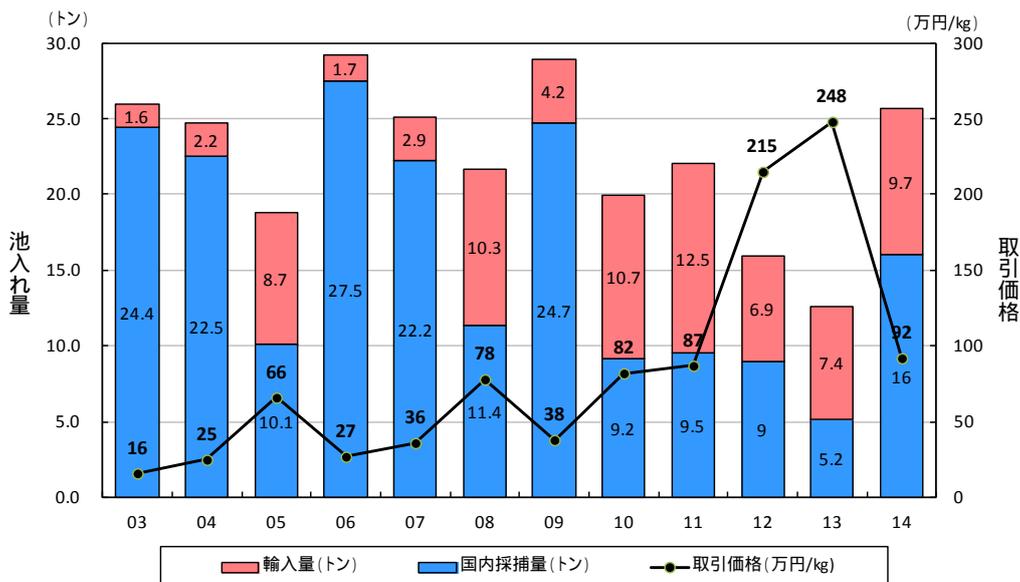
価格の高騰、消費の減少といったうなぎの蒲焼をめぐる消費環境が変化している背景には、うなぎ資源の希少化がある。うなぎの稚魚(シラスウナギ)養殖のための国内採捕量は1960年ごろには年間200トンを超えることもあったが、今はその1割にも満たない(図表13)。

図表 13 シラスウナギの国内採捕量の推移



この間うなぎの養殖技術が向上してシラスウナギがうなぎとして出荷できる割合は高まっているので単純に比較はできないが、資源が大きく減少していることは間違いない。これを補っていたのがシラスウナギの輸入であるが、海外資源も状況が厳しくなっている。国内採捕と輸入を合わせた養殖のための池入れ量をみると、2012年、13年と大きく減少し、シラスウナギの取引価格を高騰させることになった(図表14)。

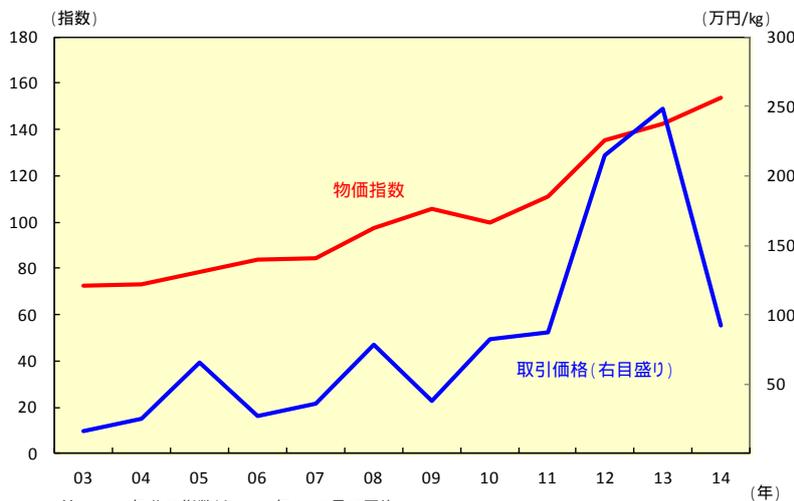
図表 14 シラスウナギの池入れ量と取引価格の推移



注1: 各年の池入れ量は、前年11月～当該年5月までの合計値。平成15年～平成25年までの池入れ数量は業界調べ、平成26年の池入れ数量は水産庁調べ。取引価格は業界調べ。
 注2: 輸入量は、貿易統計の「うなぎ(養魚用の稚魚)」を基に、輸入先国や価格から判別したニホンウナギ稚魚の輸入量。採捕量は池入れ量から輸入量を差し引いて算出。
 (出所) 水産省「ニホンウナギ稚魚(シラスウナギ)の池入れ動向について」

2014年はシラスウナギが豊漁であったため取引価格は低下している。うなぎの蒲焼価格にはその影響がまだ出てきていないが、目先は価格が安定する可能性がある（図表15）。しかし、長期的に見て資源が希少になっていることに変わりはない。

図表15 シラスウナギの取引価格とうなぎの蒲焼の物価指数



(注) 2014年分の指数は2014年1～7月の平均
 (出所) 総務省「消費者物価指数」、
 水産庁「ニホンウナギ稚魚(シラスウナギ)の池入れ動向について」

(2) シラスウナギ養殖量 2割削減の影響

そうした中、9月17日に日本、中国、韓国、台湾は、2014～15年池入れシーズン（2014年11月～15年10月）におけるニホンウナギのうなぎ種苗の池入れ量を2013～14年の池入れシーズンの実績より2割削減することで合意した。もっとも2013～14年はシラスウナギが豊漁であったため、そこからの2割削減自体はそれほど大きな影響を持つとは考えにくい（図表16）。

しかし、うなぎ資源が構造的に希少になっていることを考えれば、池入れ量の削減目標とは関係なく、来年以降シラスウナギが2011～12年、2012～13年の池入れシーズンのように不漁となることは否定できない。その場合、池入れ量が目標の2割を上回って減少し、シラスウナギの取引価格を高騰させ、うなぎの蒲焼の小売価格が上昇することも予想される。シラスウナギやうなぎの蒲焼の価格が下がったとしても一時的であり、資源の減少を背景にうなぎ価格は高止まりが予想される。これまで続いてきたうなぎの消費の変化や、名古屋や大阪といった地域による消費パターンの違いはこれからも続く可能性がある。

図表16 養殖種苗池入れ量

国・地域	種	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2013-2014から2割削減
日本	合計	18.8	29.2	25.1	21.7	29.0	19.9	21.8	16.3	13.9	29.6	
	ニホンウナギ	18.8	29.2	25.1	21.7	28.9	19.9	21.8	15.9	12.6	27.0	21.6
	異種ウナギ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.01	0.43	1.3	2.6	
中国	合計	94.0	112.5	117.0	83.5	57.8	43.6	41.5	22.5	27.0	70.0	
	ニホンウナギ	42.0	30.0	75.0	26.0	9.0	26.5	10.5	8.0	7.0	45.0	36.0
	異種ウナギ	52.0	82.5	42.0	57.5	48.8	17.1	31.0	14.5	20.0	25.0	
台湾	合計	22.3	35.1	20.5	14.3	25.0	13.1	3.8	7.7	11.5	14.0	
	ニホンウナギ	22.3	35.1	20.5	14.3	25.0	13.1	3.8	2.2	1.5	12.5	10.0
	異種ウナギ	-	-	-	-	-	-	-	5.5	10.0	1.5	
韓国	合計	7.5	22.1	13.5	11.0	23.5	12.1	11.1	9.5	16.2	16.8	
	ニホンウナギ	7.5	22.1	13.5	11.0	22.0	10.6	9.5	3.6	3.0	13.9	11.1
	異種ウナギ	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	1.5	1.6	6.0	13.1	2.9	

注1: "20XX-XX+1" は、20XX年11月1日から20XX+1年10月31日までの種苗池入れシーズンをいう。
 注2: 2013 - 2014種苗池入れシーズンの値は暫定値
 (出所) 水産庁「養殖種苗池入れ量及び養殖生産量」

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ & コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。