

「県民のうどん消費」の実態調査について

【物価高騰がもたらすうどん消費の変化】

香川県民によるうどん消費の実態を把握するために、掲題調査を実施し、その結果をとりまとめたので、報告する。

調査結果概要

1. 外食時の平均単価と平均回数

- (1) 県民 1 人の 1 回当たりの平均支払金額(平均単価)は 546.75 円と、昨年の 503.96 円から 42.79 円(+8.5%)増加した。
- (2) 県民 1 人当たりの年間平均回数(平均回数)は 49.60 回と、昨年の 48.34 回から 1.26 回(+2.6%)増加した。
- (3) うどんは単価(価格)が上昇しても回数(需要)は減少しておらず、県民にとって生活必需品と同じ位置づけとなっている。
- (4) 好みのうどんは、「かけうどん」が 75%で最も多く、次に「ぶっかけ」52%、「ざるうどん」21%、「肉うどん」15%、「釜揚げ」13%、「肉ぶっかけ」12%と続く。うどん全体の価格が上昇しているため、県民が高価格帯のうどん消費を抑制している様子がうかがわれる。
- (5) 好みのサイドメニュー上位は昨年と大差ないが、「何もしない(サイドメニューはとらない)」との回答が昨年よりも上昇しており、支払額を抑えるためにサイドメニューを我慢する県民が増えていることがうかがわれる。

2. 県民が許容するかけうどんの上限価格

- (1) 県民が許容する“かけうどん”の上限価格は 332 円と、昨年の上限価格(352 円)から 20 円(▲5.7%)低下した。
- (2) 今回の低下では、生活必需品のような存在とも言える“うどん”であっても、その価格上昇には節約志向からシビアになっている県民の姿勢がうかがえる。

アンケート調査概要

1. 調査期間: 2024年8月29日～9月3日
2. 調査対象: 香川県内在住の20～69歳の男女
3. 調査方法: インターネット調査(調査会社のモニターによる回答)
4. 有効回答数: 461人(世帯として回答)
5. 回答者の構成と属性: 次の図表のとおり

■年代・性別	計	
	男・構成比	女・構成比
20代(20-29歳)	72	6.7 8.9
30代(30-39歳)	96	11.5 9.3
40代(40-49歳)	96	10.4 10.4
50代(50-59歳)	98	9.3 11.9
60代(60-69歳)	99	11.9 9.5
合計	461	49.9 50.1

■地域別	計	
	人数	構成比
高松地域	241	52.3
中讃地域	121	26.2
西讃地域	57	12.4
東讃地域	42	9.1
合計	461	100.0

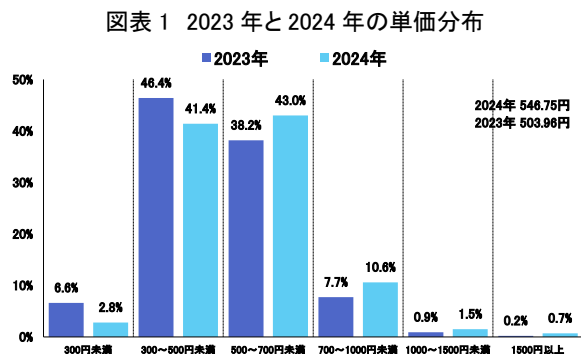
■世帯の年収別	計	
	人数	構成比
300万円未満	82	25.3
300～500万円未満	105	32.4
500～700万円未満	65	20.1
700～1000万円未満	45	13.9
1000万円以上	27	8.3
合計	324	100.0

注)四捨五入の関係で内訳と合計が必ずしも一致しない場合がある。以降、本文中の図表も同様
なお、本文中では「20-29歳」を20代、「30-39歳」を30代、「40-49歳」を40代、「50-59歳」を50代、「60-69歳」を60代として表記している。

1. うどん外食時の平均単価と平均回数

(1) 平均単価

1人の県民がうどんを外食する際に支払う金額(以下、「平均単価」という)を尋ねたところ、本年調査では「500～700円未満」が最多で43.0%を占め、次いで「300～500円未満」(41.4%)、「700～1000円未満」(10.6%)と続き、この3つの価格帯で9割超を占めた(図表1)。

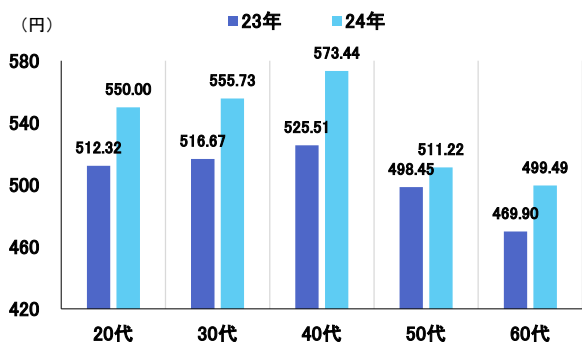


2023年の調査結果と比較すると、上位3階層で9割を占めるのは同じだが、1位階層が「300～500円未満」からより高い価格帯の「500～700円未満」に移っている。また、「300円未満」の価格帯の割合が減る一方、1,000円以上の高価格帯が増え、分布が右にシフトした。背景には、原材料価格等の仕入れコストや人件費の高騰により、うどんの値段が上がっていることがある。

この結果、平均単価は546.75円と、2023年調査の503.96円から42.79円(+8.5%)上昇した。

年代別の平均単価を見ると(図表2)、40代が573.44円で最も高く、次いで30代が555.73円、20代550.00円となっており、2023年調査と比較して、50～60代の単価上昇幅よりも20～40代の上

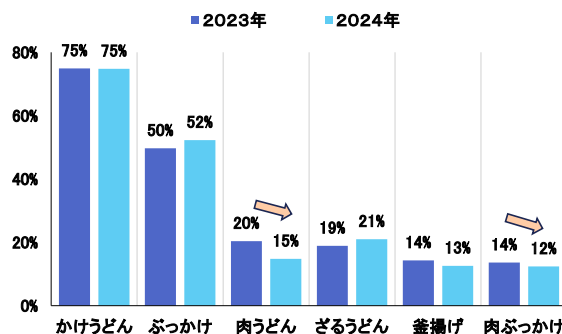
図表2 年代別単価の推移



昇幅はより大きくなっている。

好みのうどんを複数回答で県民に尋ねたところ、上位では「かけうどん」が75%で最も多く、次に「ぶっかけ」52%、「ざるうどん」21%、「肉うどん」15%、「釜揚げ」13%、「肉ぶっかけ」12%となっている(図表3)。

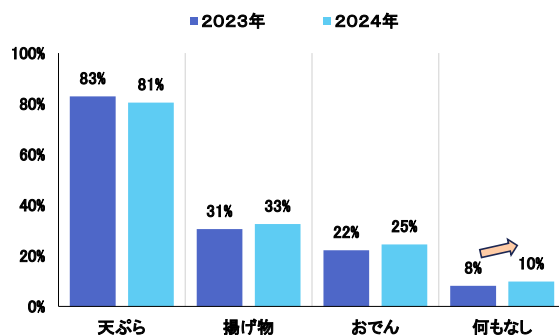
図表3 2023年と2024年の好みのうどん



2023年の調査結果と比較すると、横ばいの「かけうどん」を除いて、中価格帯の「ぶっかけ」、「ざるうどん」などは増加しているが、高価格帯の「肉うどん」、「肉ぶっかけ」は明らかに減少している。うどん全体の価格が上昇しているため、高い価格帯のうどんを抑制しているようだ。

同様にサイドメニューの好みも複数回答で尋ねた結果が図表4である。

図表4 2023年と2024年の好みのサイドメニュー



「天ぷら」は81%で最も多く、県民のほとんどが注文している。コロッケや唐揚げなどの「揚げ物」が33%、県民が夏でも好む「おでん」は25%で、「何もなし」が10%となっている。

2023年と比較すると、「天ぷら」が微減で、「揚げ物」と「おでん」が微増となっているが、値上りはしているものの小幅にとどまっているため、安定して

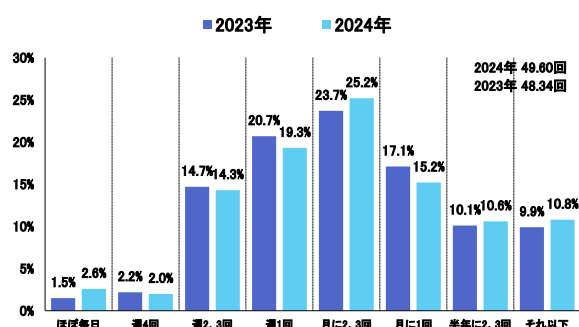
好まれているようだ。一方、単独選択肢である「何もしない」が10%に増えているが、これは支払額を抑えるため、サイドメニューを我慢する県民が増えているとみられる。

(2) 平均回数

県民にうどんを外出する回数を尋ねたところ、「月に2、3回」が25.2%で最も多く、次いで「週1回」19.3%、「月に1回」15.2%、「週に2、3回」14.3%などとなった(図表5)。なお、高頻度の「ほぼ毎日」2.6%、「週4回」は2.0%と少ない。

2023年の調査結果と比較すると、「ほぼ毎日」が1.1%上昇し、「月に2、3回」も1.5%上昇する一方、「週1回」は1.4%低下、「週に2、3回」も0.4%低下、「週4回」も0.2%低下しており、回数分布が全体に右にシフトしている。

図表5 2023年と2024年の回数分布



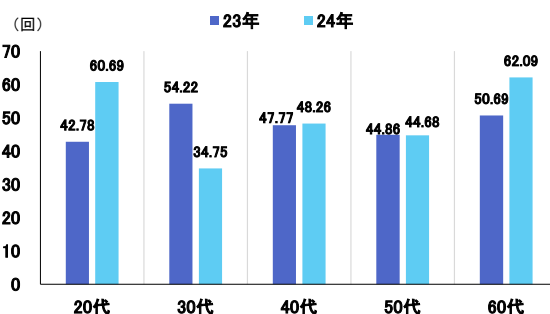
全体としては、うどんの外出回数は減る傾向がみられるものの、うどん外出回数「ほぼ毎日」と回答した「ヘビー層」が増加したことが影響し、平均回数は、49.60回と前年の48.34回から1.26回増加した。

年代別の回数をみると(図表6)、60代が62.09回と最も多く、次いで20代も60.69回と多く、平均回数より相当多い。40代と50代はほぼ平均回数並みとなっているが、30代は34.75回と少ない。また、前年と比べると、20代は17.91回、60代11.4回と大幅に増加しており、40代、50代はほぼ横ばいに対して、30代は19.47回も減っている。

うどんの平均単価は前年比で42.79円増(+8.5%)、また平均回数も1.26回増(+2.6%)と、ど

ちらも増加している。通常、商品が値上がりすると、需要(回数)は減少するが、この傾向は生活必需品にはあまり当てはまらない。つまり、「うどん」は県民にとって必要不可欠な食べ物で、生活必需品のような存在であるといえる。

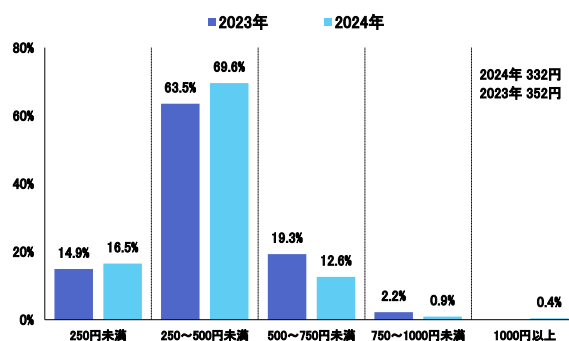
図表6 年代別回数の推移



2. かけうどんの許容上限価格

“かけうどん”は、県民には最も馴染んだメニューで、その価格はすべてのうどんの価格のベンチマークと言っても過言ではない。かけうどんの価格はこれまで安定的に低価格だったが、値上げが続いているため、県民にここまでなら払うという許容限度としての上限価格を尋ねた(図表7)。

図表7 2023年と2024年の上限価格



その結果、「250～500円未満」が69.6%で最も多く、次いで「250円未満」16.5%、「500～750円未満」12.6%などとなった。

2023年調査と比較してみると、高価格帯である「750～1000円未満」が1.3%減、「500～750円未満」が6.7%減に対し、低価格帯の「250円未満」が1.6%増、そして中価格帯の「250～500円未満」が6.1%増となっており、上限価格の分布が全体に左にシフトしている。

今年の許容上限価格の平均値は332円と、前年352円から20円(▲5.7%)も低下した。

前述の「平均単価」では、節約のため好みのうどんを替えて金額を抑えており、アンケートで“かけうどん”の価格がこれ以上値上りしないことを期待して、県民は“上限価格”に回答したと考えられる。

今回の“低下”結果からは、物価高騰が続く中、収入が十分に増加していない家計は、日々の食事の中で生活必需品のような存在とも言えるうどんでも、その価格上昇にはシビアになっている県民の姿勢がうかがえる。

まとめ

今回調査では、平均単価も平均回数も増加しており、引き続き県民のうどんへの消費意欲が強いことが確認された。一方、最近の物価上昇から家計の節約のために好みのうどんを替えたり、サイドメニューを絞ったりする行動もみられた。

うどんは県民のソウルフードで、生活必需品と同じような位置づけではあるが、節約志向を強める県民はその価格上昇に敏感になっている。今後は、県民のうどん消費に加え、価格動向にも注視していく。

以上