

2024年度 全国生協組合員意識調査

物価高騰による暮らしへの対応は、年代によって傾向が異なる結果に

～若年層はお得に購入することを、中・高齢層は購入する商品の量自体を減らしていることが判明～

日本生活協同組合連合会

日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連、代表理事会長：土屋 敏夫）は、この度「2024年度 全国生協組合員意識調査」の報告書概要版を取りまとめましたのでご報告いたします。

日本生協連では、くらしや購買に関する意識・行動など生活者の実情について明らかにすることを目指し、1994年度から3年ごとに本調査を実施しており、第11回目となります。（有効回答数：5,666件）

～調査結果の主なトピック～

【物価高騰における暮らしへの対応】

- 物価高騰による生活対応としては、「食品や日用品をより安いところで買うようになった」が全年代で上位となる結果に。「特に生活の変化はない」と回答した割合は6.2%と極めて少ない。

年代別に比較すると、傾向に違いがある結果に。20代以下・30代の若年層では「購入する食品や日用品のグレードを落とした」「大容量などお得な商品を買うようになった」の回答率が高く、購入する量を減らすのではなく、グレードを落とすことや、お得に購入することを考える傾向が読み取れます。その一方で、50～80代以上の中・高齢層では、「食品や日用品を購入する量が減った」「水道光熱費を節約するようになった」と、購入する商品の量自体を減らす方法で節約に対応していることがわかりました。

- 物価高騰に関して、「人件費や原材料費の高騰に伴う多少の値上げは仕方ない」という設問に対し、「そう思う」（26.2%）、「まあそう思う」（58.4%）と8割を超える結果に。

「量を減らしても値上げしないでほしい」という設問について、年代別に比較すると、年代が上がるほど「そう思う」「まあそう思う」と回答する割合が高い傾向があり、年代によって差が見られました。20代以下から40代までは「そう思わない」「まあそう思わない」などの回答が多いのに対し、50代以上では肯定的な回答が多くなりました。

- 食品購入における意識について尋ねた設問では、生協組合員の国産志向・健康志向・手作り志向がうかがえる結果に。

食品購入における意識について尋ねると、「国産の食品をなるべく選ぶ」（74.0%）、「健康を意識した食品を選ぶ」（52.7%）、「なるべく生鮮素材を購入して手作りしている」（50.1%）という回答率が高い結果となりました。年代別では、「とにかく価格が安い商品を優先して選ぶ」という意識は若年層で回答率が高いですが、その他の意識している項目は高齢層ほど、回答率が高い傾向が読み取れます。

【インターネットの利用状況】

- インターネット利用時の使用機器・端末は、インターネット接続が可能な「テレビ」の使用率が前回実施時（2021年度）8.9%から17.9%に増加。

「スマートフォン」においても、75.9%から82.0%に増加した一方で、「パソコン」「タブレット」「家庭用ゲーム機」については使用率が減少しました。65歳以上の高齢層に絞って経年比較すると、「スマートフォン」の使用率は52.6%から64.2%と伸長する結果となり、「スマートフォン」を介したインターネット利用は高齢層でも一般的になっていることがわかりました。

【社会問題についての関心】

- 関心のある社会問題について尋ねると、「年金問題」が70.2%で最も多い。次いで「高齢者介護」「震災などの自然災害」「気候変動」が6割を超える回答率となった。

多くの設問項目において、高齢層ほど回答率が高い傾向となりましたが、若年層は「出産・子育てしにくい環境・社会」「子どもの貧困や教育格差・ヤングケアラーの問題」など子どもに関連した社会問題や、「経済的格差の拡大」の回答率が高い結果となりました。

＜お問い合わせ先＞

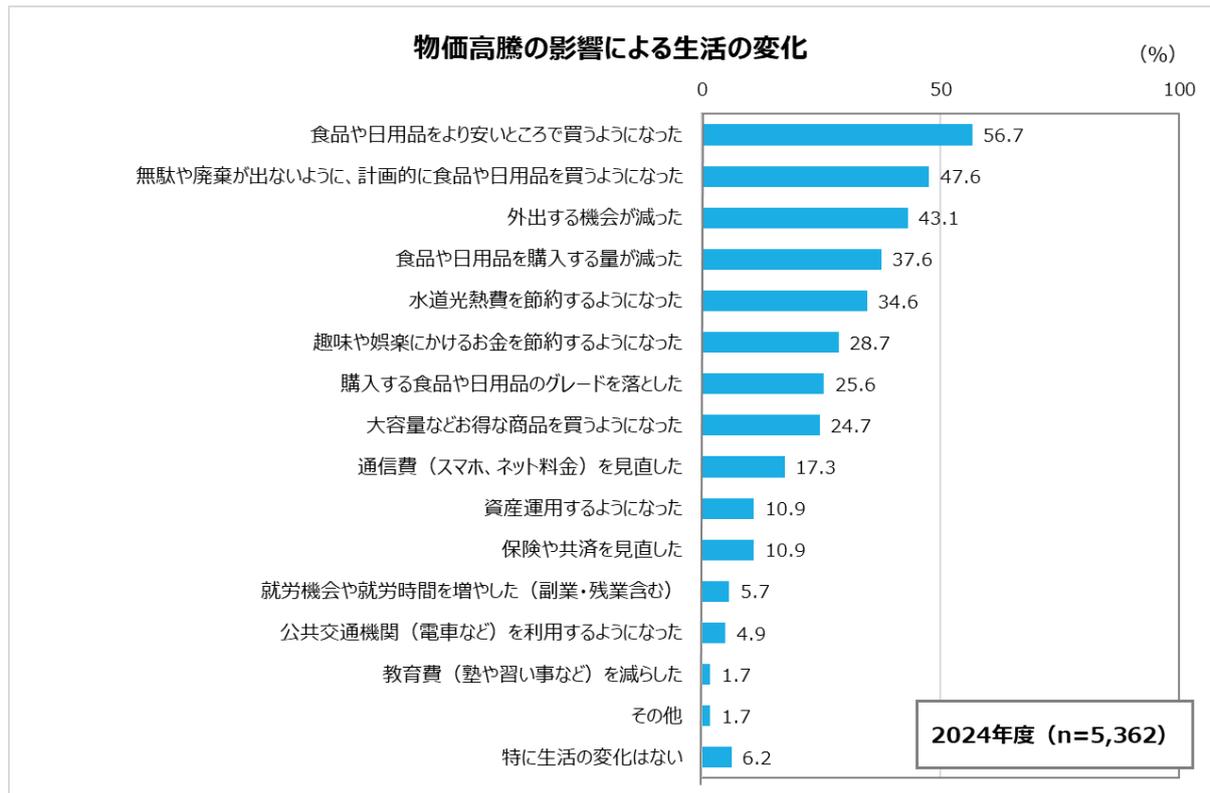
日本生協連 広報部

TEL：03-5778-8106

【物価高騰における暮らしへの対応】

■物価高騰による生活対応としては、「食品や日用品をより安いところで買うようになった」が全年代で上位となる結果に。「特に生活の変化はない」と回答した割合は6.2%と極めて少ない。

年代別に比較すると、傾向に違いがある結果に。20代以下・30代の若年層では「購入する食品や日用品のグレードを落とした」「大容量などお得な商品を買うようになった」の回答率が高く、購入する量を減らすのではなく、グレードを落とすことや、お得に購入することを考える傾向が読み取れます。その一方で、50～80代以上の中・高齢層では、「食品や日用品を購入する量が減った」「水道光熱費を節約するようになった」と、購入する商品の量自体を減らす方法で節約に対応していることがわかりました。



年代別 物価高騰の影響による生活の変化

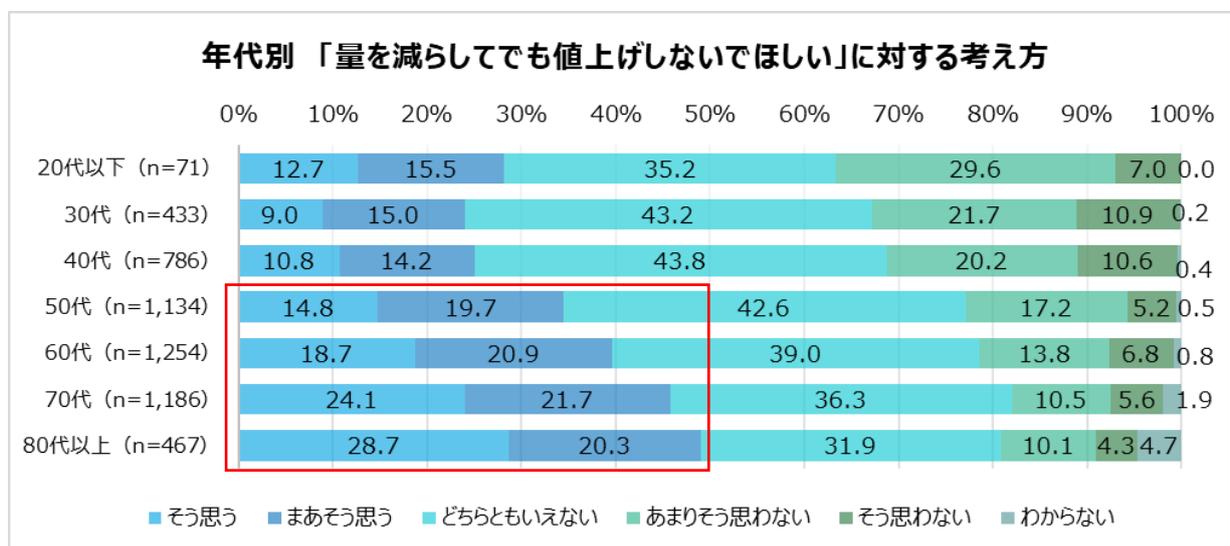
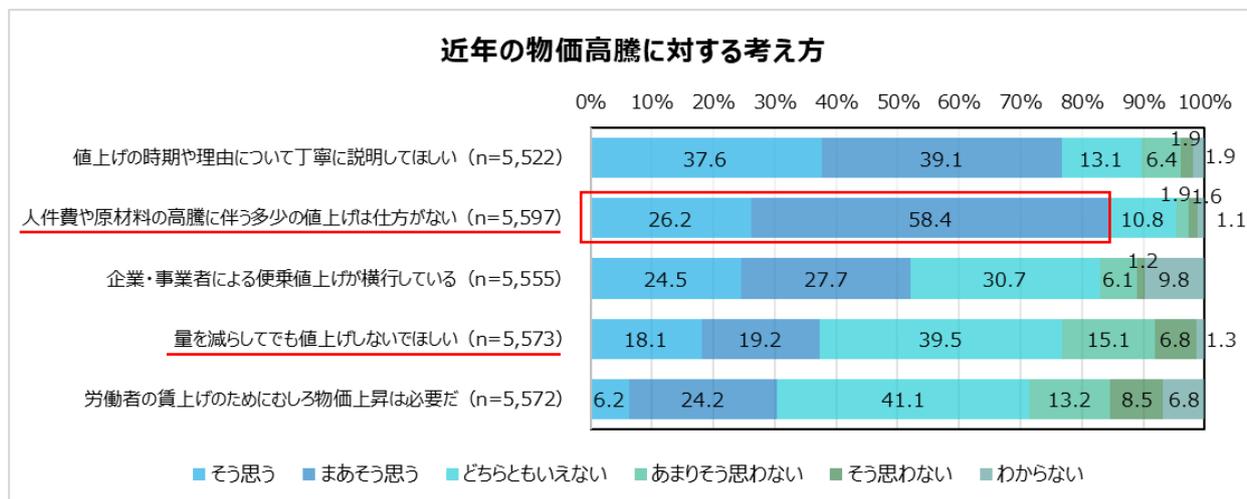
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
(集計数)	71	432	782	1,126	1,223	1,091	405
食品や日用品をより安いところで買うようになった	74.6	64.1	59.7	59.8	54.9	54.7	43.7
無駄や廃棄が出ないように、計画的に食品や日用品を買うようになった	33.8	32.4	35.5	43.3	51.6	60.4	53.8
外食する機会が減った	40.8	36.8	42.5	44.8	44.0	44.7	37.5
食品や日用品を購入する量が減った	31.0	29.2	32.7	36.4	39.7	42.8	40.0
水道光熱費を節約するようになった	23.9	17.8	22.1	30.6	37.9	46.0	46.2
趣味や娯楽にかけのお金を節約するようになった	35.2	29.2	30.9	26.2	27.9	32.3	26.4
購入する食品や日用品のグレードを落とした	39.4	33.6	28.5	29.3	23.1	21.0	19.0
大容量などお得な商品を買うようになった	49.3	47.0	36.1	27.3	18.6	14.2	13.3
通信費（スマホ、ネット料金）を見直した	16.9	20.8	17.8	17.7	18.5	16.1	11.9
資産運用をするようになった	8.5	22.0	17.0	11.8	10.1	6.0	3.2
保険や共済を見直した	8.5	11.6	9.1	11.1	12.3	10.5	10.9
就労機会や就労時間を増やした（副業・残業含む）	9.9	11.8	10.9	6.8	3.8	1.6	1.0
公共交通機関（電車など）を利用するようになった	4.2	0.9	2.3	2.8	3.7	9.8	10.6
教育費（塾や習い事など）を減らした	0.0	1.9	5.9	1.9	0.3	0.7	0.2
その他	2.8	0.7	1.3	1.8	2.2	1.4	2.7
特に生活に変化はない	0.0	5.3	6.0	4.7	4.8	7.2	13.8

※ 項目別（横軸）に回答率が上位1位・2位の年代を右記のように示している。

1位	2位	3位	4位	5位
----	----	----	----	----

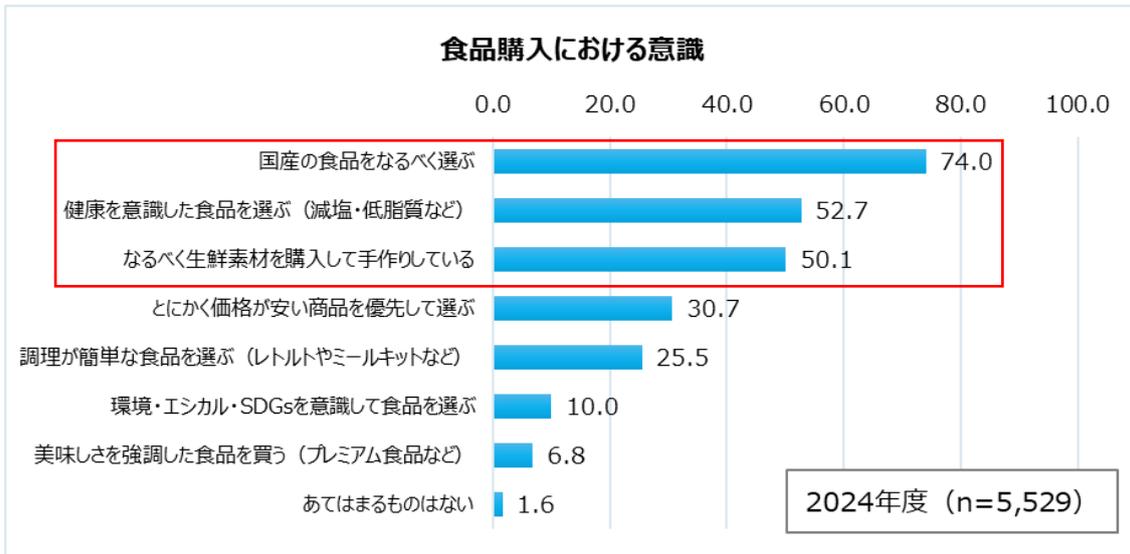
■ 物価高騰に関して、「人件費や原材料費の高騰に伴う多少の値上げは仕方ない」という設問に対し、「そう思う」（26.2%）、「まあそう思う」（58.4%）と8割を超える結果に。

「量を減らしても値上げしないでほしい」という設問について、年代別に比較すると、年代が上がるほど「そう思う」「まあそう思う」と回答する割合が高い傾向があり、年代によって差が見られました。20代以下から40代までは「そう思わない」「まあそう思わない」などの回答が多いのに対し、50代以上では肯定的な回答が多くなりました。



■ 食品購入における意識について尋ねた設問では、生協組合員の国産志向・健康志向・手作り志向がうかがえる結果に。

食品購入における意識について尋ねると、「国産の食品をなるべく選ぶ」（74.0%）、「健康を意識した食品を選ぶ」（52.7%）、「なるべく生鮮素材を購入して手作りしている」（50.1%）という回答率が高い結果となりました。年代別では、「とにかく価格が安い商品を優先して選ぶ」という意識は若年層で回答率が高いですが、その他の意識している項目は高齢層ほど、回答率が高い傾向が読み取れます。



年代別 食品購入における意識

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
(集計数)	71	429	782	1,125	1,236	1,183	476
国産の食品をなるべく選ぶ	49.3	61.5	62.9	69.0	78.2	84.0	82.8
健康を意識した食品を選ぶ (減塩・低脂質など)	33.8	41.0	36.8	44.7	54.1	67.5	69.1
なるべく生鮮素材を購入して手作りしている	33.8	39.2	42.8	49.1	50.4	59.1	52.9
とにかく価格が安い商品を優先して選ぶ	64.8	42.2	38.2	34.2	27.5	22.7	22.5
調理が簡単な食品を選ぶ (レトルトやミールキットなど)	23.9	33.6	26.5	23.1	23.3	23.0	34.2
環境・エシカル・SDGsを意識して食品を選ぶ	7.0	5.1	7.7	8.7	10.9	13.9	9.9
美味しさを強調した食品を買う (プレミアム食品など)	0.0	4.7	4.7	6.0	7.3	8.2	10.1
あてはまるものはない	1.4	1.9	3.5	2.0	1.3	0.6	0.8

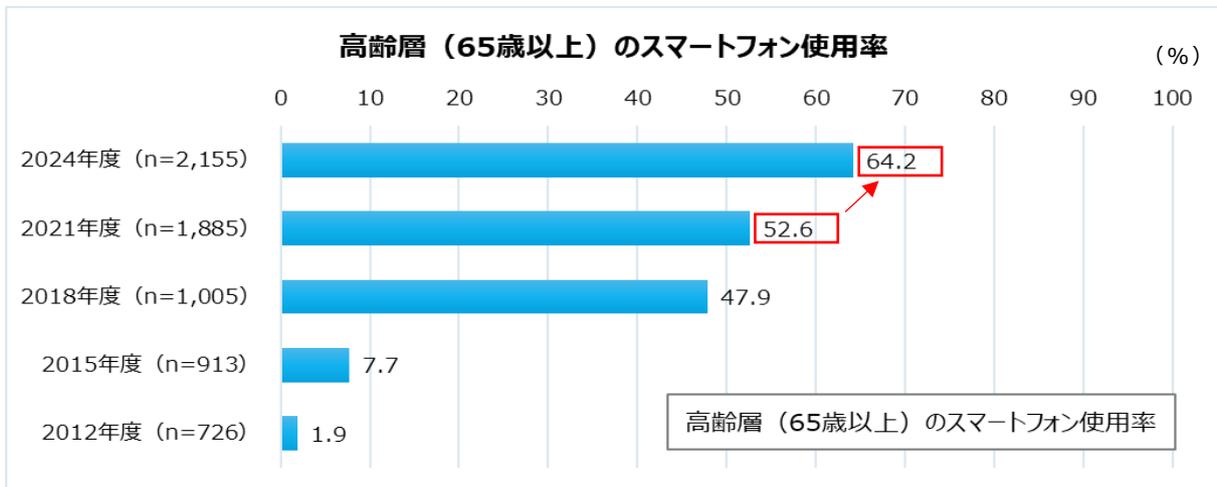
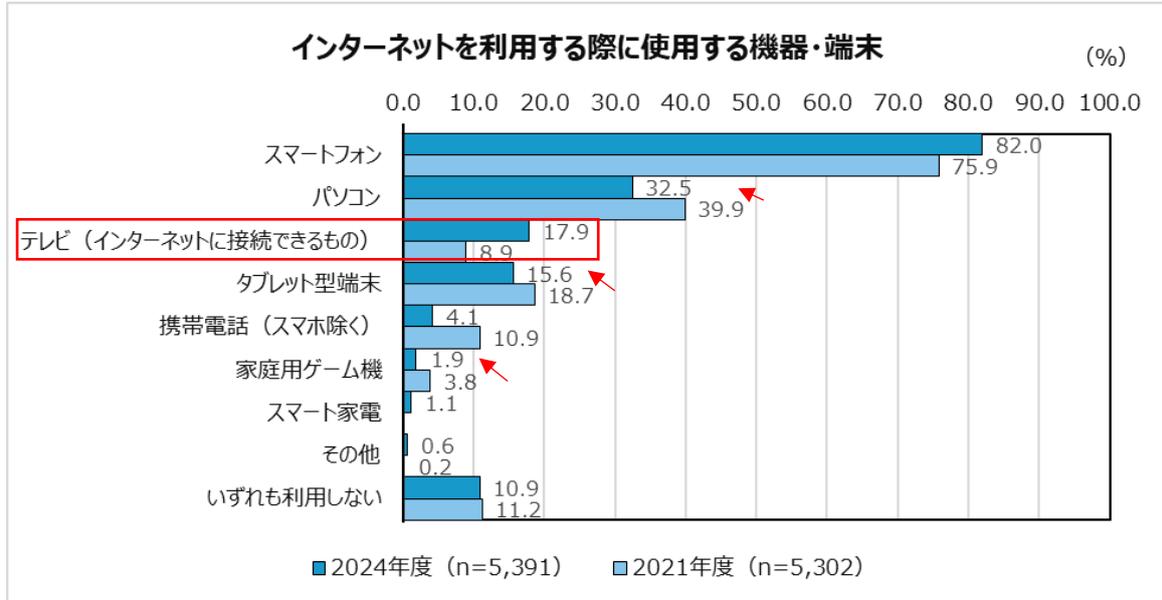
※ 項目別 (横軸) に回答率が上位1位・2位の年代を右記のように示している。

1位 2位

【インターネットの利用状況】

■ インターネット利用時の使用機器・端末は、インターネット接続が可能な「テレビ」の使用率が前回実施時（2021年度）8.9%から17.9%に増加。

「スマートフォン」においても、75.9%から82.0%に増加した一方で、「パソコン」「タブレット」「家庭用ゲーム機」については使用率が減少しました。65歳以上の高齢層に絞って経年比較すると、「スマートフォン」の使用率は52.6%から64.2%と伸長する結果となり、「スマートフォン」を介したインターネット利用は高齢層でも一般的になっていることが分かりました。



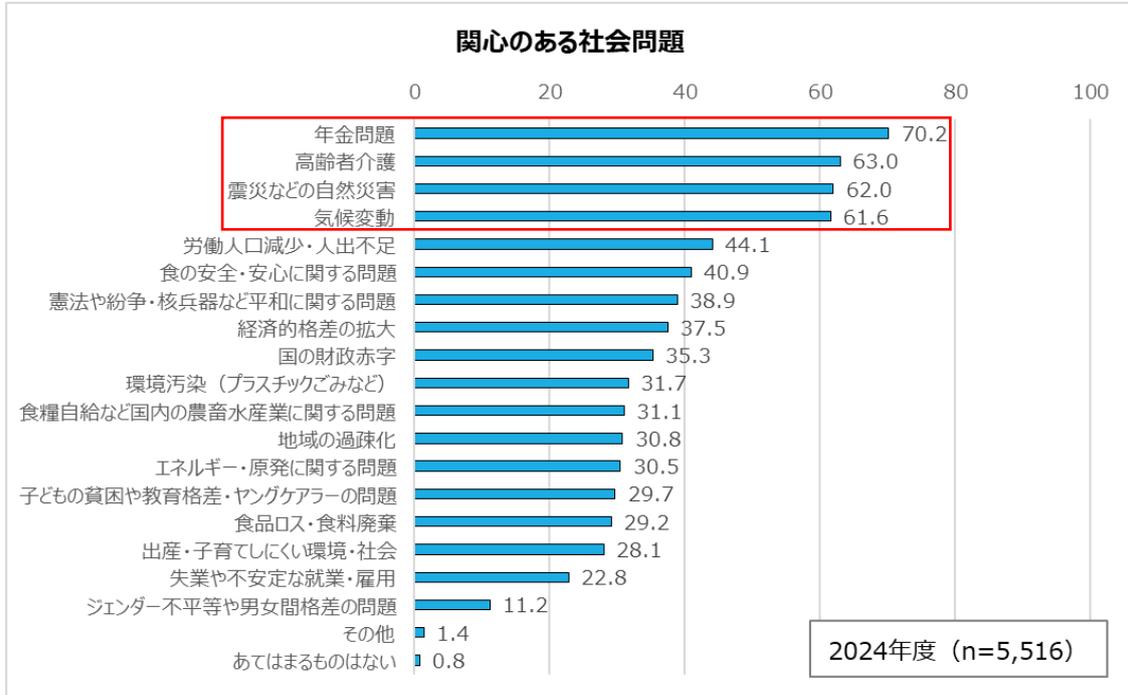
※1 2021年度以降と2018年度以前で設問が異なる。2021年度以降の調査では、インターネットを利用する際の機器・端末として「スマートフォン」を回答した割合、2018年度以前の調査ではスマートフォンを利用しているかどうかに対し、「自分自身が利用している」と回答した割合を、それぞれスマートフォンの資料率としている。

※2 2018年度調査で使用率が向上している要因として、単純に使用率が拡大した時期であることと、2015年度までの調査では複数の項目の中の1つとしてスマートフォンについて設問していたが、2018年度では単一の設問として取り上げていることも影響していると考えられる。

【社会問題についての関心】

■ 関心のある社会問題について尋ねると、「年金問題」が70.2%で最も多い。次いで「高齢者介護」「震災などの自然災害」「気候変動」が6割を超える回答率となった。

多くの設問項目において、高齢層ほど回答率が高い傾向となりましたが、若年層は「出産・子育てしにくい環境・社会」「子どもの貧困や教育格差・ヤングケアラーの問題」など子どもに関連した社会問題や、「経済的格差の拡大」の回答率が高い結果となりました。



年代別 関心のある社会問題

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
(集計数)	71	429	780	1,124	1,237	1,175	472
年金問題	64.8	69.9	69.9	77.9	72.7	67.6	57.8
高齢者介護	38.0	44.1	55.3	62.4	66.5	70.1	75.6
震災などの自然災害	59.2	59.9	62.9	63.0	64.9	60.1	61.7
気候変動	33.8	50.6	54.7	59.8	68.3	68.1	61.2
労働人口減少・人出不足	38.0	47.1	45.0	46.4	48.2	40.5	36.9
食の安全・安心に関する問題	29.6	36.4	37.9	37.0	42.4	45.7	44.7
憲法や紛争・核兵器など平和に関する問題	33.8	32.9	32.9	33.7	42.4	43.2	47.7
経済的格差の拡大	43.7	45.5	43.7	37.5	37.1	34.3	28.6
国の財政赤字	28.2	36.8	38.6	33.1	35.0	35.6	36.4
環境汚染 (プラスチックごみなど)	22.5	24.9	29.9	28.2	33.2	35.7	37.7
食糧自給など国内の農畜産業に関する問題	16.9	21.2	22.9	26.6	33.7	40.2	39.4
地域の過疎化	26.8	25.9	26.0	26.5	34.8	34.9	34.7
エネルギー・原発に関する問題	7.0	20.5	22.1	28.0	35.3	37.4	33.1
子どもの貧困や教育格差・ヤングケアラーの問題	25.4	34.7	35.3	26.8	29.7	28.5	26.7
食品ロス・食料廃棄	23.9	21.4	25.5	27.0	29.6	34.1	34.3
出産・子育てしにくい環境・社会	66.2	69.7	39.4	23.3	23.0	18.8	16.7
失業や不安定な就業・雇用	22.5	23.8	30.1	27.6	22.9	17.2	13.8
ジェンダー不平等や男女間格差の問題	15.5	12.6	12.1	10.7	10.6	12.3	8.7
その他	0.0	0.9	1.5	1.2	1.2	1.9	1.9
あてはまるものはない	2.8	1.2	0.9	0.5	0.3	0.8	1.7

※ 項目別 (横軸) に回答率が上位1位・2位の年代を右記のように示している。

1位

2位

【調査概要】

- ・調査期間：2024年6月11日から2024年7月5日
- ・調査対象：日本生協連に加盟する地域購買生協のうち、総組合員数が上位40位までの生協へ合計8,000票を各生協の組合員数に応じて配分し、各生協の組合員名簿から単純無作為抽出
- ・調査方法：郵送調査、Web回答併用