

「節約と値上げ」の意識についてのアンケート調査**現在節約しているもの、今後節約しようと考えているものは
嗜好品・簡便系が上位にランクイン**

▽20代が直近3か月で行った節約項目は「娯楽（テレビ、ゲーム、新聞、旅行など）」が32.6%と
他年代よりも高い傾向に

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：新井 ちとせ）は、この度組合員の「節約と値上げ」の意識について、調査結果を取りまとめたのでご報告いたします。

2022年度より本格化した物価高騰は長期化し、主食である米の需給混乱などもあり、経済的な不安がますます拡大する中で値上げによる影響や、組合員の食の消費にかかわる節約のポイントについての調査を実施しました。（調査期間：2025年5月13日～5月18日、有効回答数：6,207件）

～調査結果の主なトピック～**■ 前年に続き、全体の約94%が日頃から節約を意識していると回答。**

節約を意識している理由について尋ねたところ、「モノやサービスが値上がりしているから（62.3%）」が前年より2.4ポイント増加し、前年に続き全体で1位にランクインしました。次いで全体で2位の「将来の生活に備えて貯蓄するため（52.6%）」は年代別に比較すると、20代（64.9%）、30代（69.6%）、50代（62.4%）では1位に挙げられ、40代（62.0%）も1位とほぼ同じ割合で2位となりました。

■ 直近3か月に家庭内で行った節約項目は昨年同様、「ふだんの食事（63.7%）」が1位に。

直近3か月に家庭内で行った節約項目について尋ねたところ、「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」が63.7%で昨年と同様に1位となりました。年代別の回答でも全年代で1位となり、30代に関しては71.0%が節約項目として回答しました。次いで「外食（49.0%）」、「衣類・靴・服飾雑貨（クリーニング代も含む）（40.2%）」という結果になりました。20代では「娯楽（テレビ、ゲーム、新聞、旅行など）」と回答した割合が32.6%と他年代よりも節約意識が高いことが分かりました。

■ 現在節約しているもの、今後節約しようと考えているものについては嗜好品・簡便系が上位にランクイン。

現在節約しているもの、今後節約しようと考えているものについて尋ねたところ、「菓子・おやつ（41.8%）」、「デザート・スイーツ・アイス（38.4%）」、「調理済みの総菜や弁当（30.5%）」と嗜好品・簡便系の項目が上位にランクインしました。価格高騰の影響を受けた「米（20.0%）」に関しては昨年16位から今年7位と大幅にランクアップしました。

■ 直近3か月で、値上がりによって購入頻度や量が減ったものについて尋ねたところ、「米（24.4%）」が大幅にランクアップ。

直近3か月で値上がりにより、購入頻度や量が減ったものについては、「デザート・スイーツ・アイス（26.4%）」、「果物（26.3%）」、「菓子・おやつ（25.7%）」が上位にランクインし、「米（24.4%）」は前年より大幅にランクアップしました。より安い商品に切り替えたものについては、「紙製品（ティッシュ、トイレtpペーパーなど）（19.0%）」、「米（17.1%）」、「パン（12.6%）」という結果でした。

■ 続く値上がりの影響による、「食生活」の変化については「同じようなメニューが増えた（36.2%）」がトップとなり、20～30代の回答率が高い傾向に。

「手作りが増えた（21.6%）」という回答は、前回の調査より回答率の減少傾向がみられましたが、2位にランクインしました。同項目について、20～30代は他年代と比べると引き続き高い割合となっています。今回新たな項目となる「米の量や頻度が減った」については全体で20.5%が回答し、4位に浮上しました。

＜お問い合わせ先＞

日本生協連 広報部

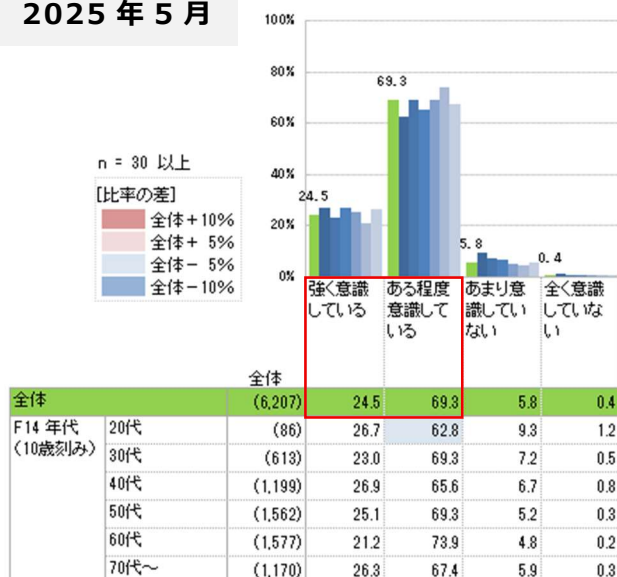
TEL：03-5778-8106

■ 前年に続き、全体の約94%が日頃から節約を意識していると回答。

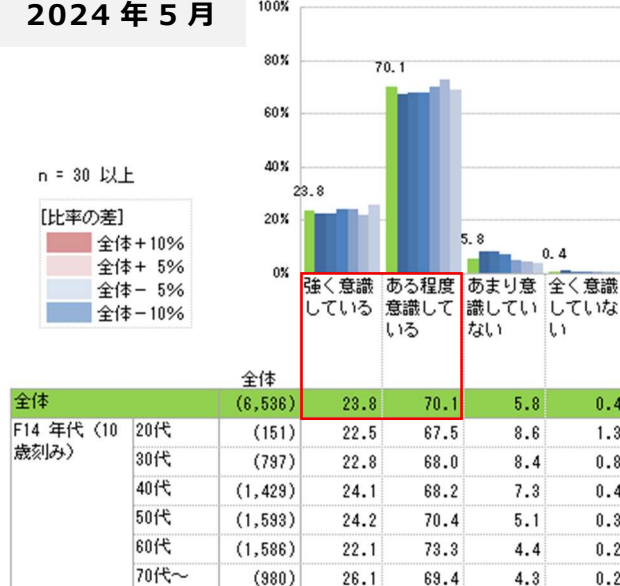
節約を意識している理由について尋ねたところ、「モノやサービスが値上がりしているから（62.3%）」が前年より2.4ポイント増加し、前年に続き全体で1位にランクインしました。次いで全体で2位の「将来の生活に備えて貯蓄するため（52.6%）」は年代別に比較すると、20代（64.9%）、30代（69.6%）、50代（62.4%）では1位に挙げられ、40代（62.0%）も1位とほぼ同じ割合で2位となりました。

Q.あなたは日頃、節約を意識していますか。

2025 年 5 月

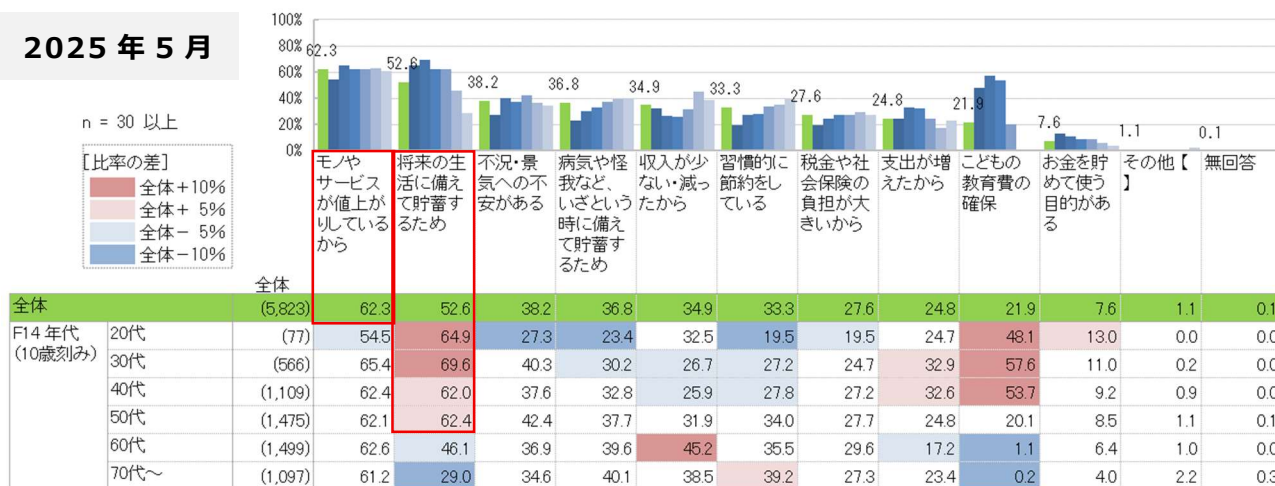


2024 年 5 月

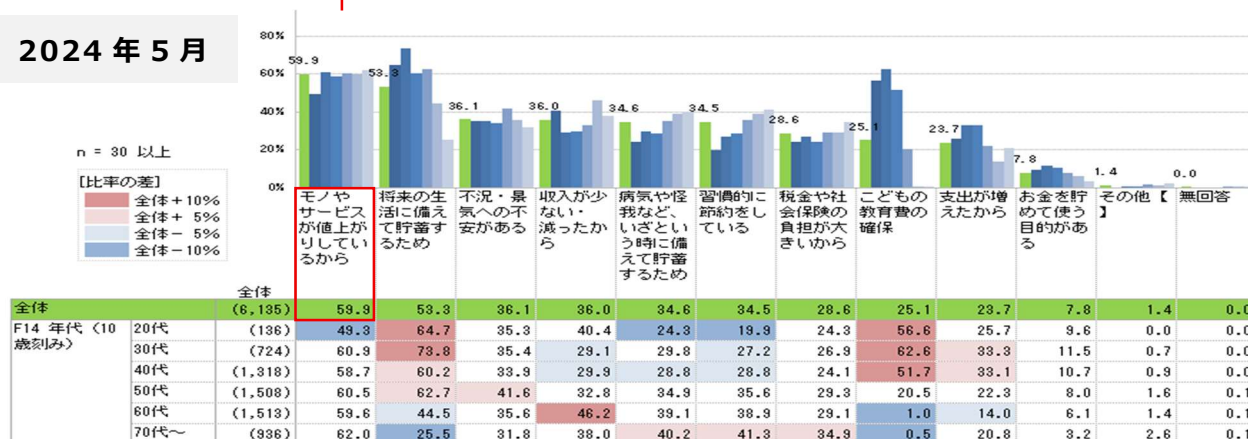


Q.節約を意識している／いない理由について、次の中からお選びください。（答えはいくつでも）

2025 年 5 月



2024 年 5 月

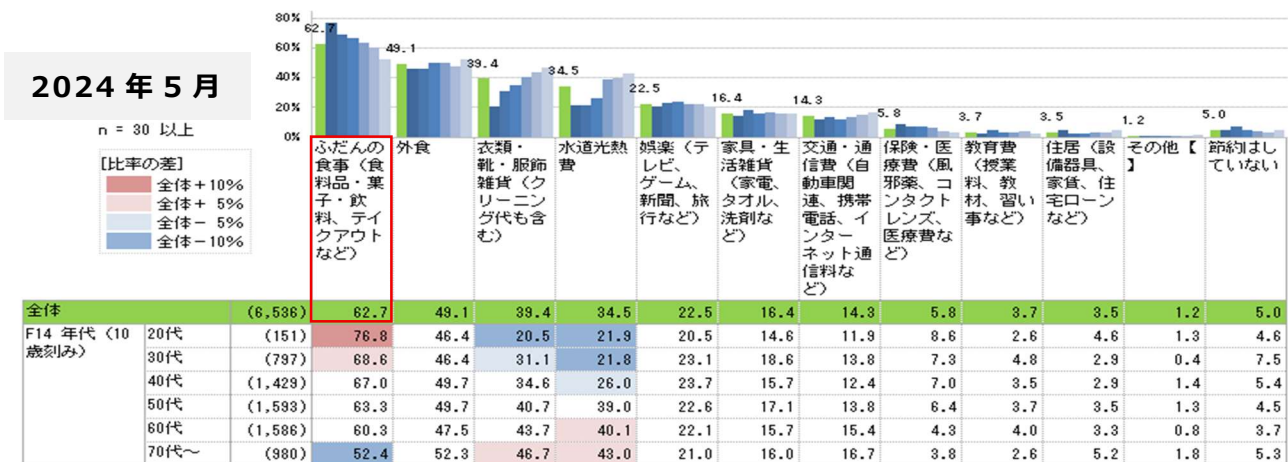
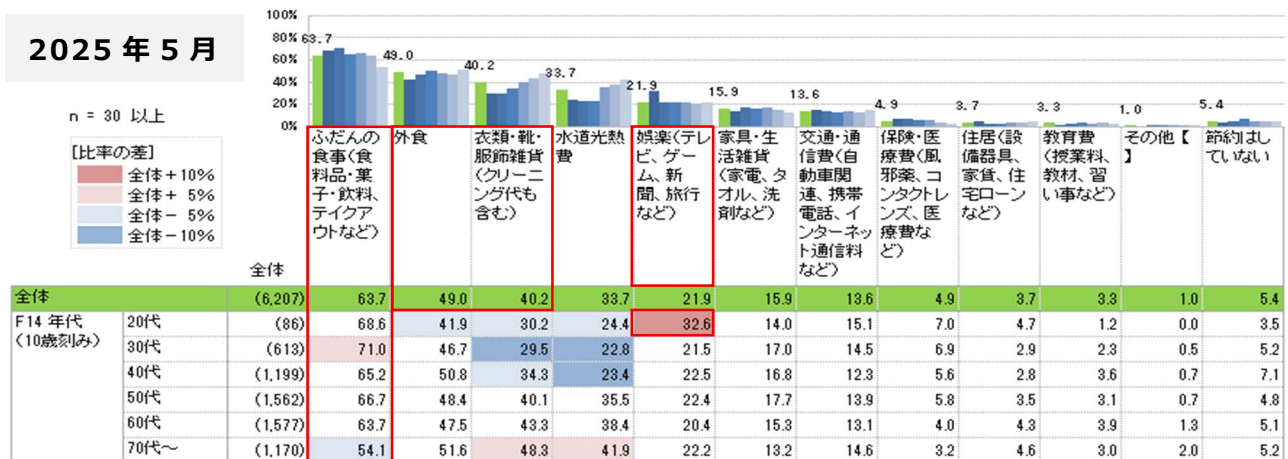


■ 直近3か月に家庭内で行った節約項目は昨年同様、「ふだんの食事（63.7%）」が1位に。

直近3か月に家庭内で行った節約項目について尋ねたところ、「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」が63.7%で昨年と同様に1位となりました。年代別の回答でも全年代で1位となり、30代に関しては71.0%が節約項目として回答しました。次いで「外食（49.0%）」、「衣類・靴・服飾雑貨（クリーニング代も含む）（40.2%）」という結果になりました。20代では「娯楽（テレビ、ゲーム、新聞、旅行など）」と回答した割合が32.6%と他年代よりも節約意識が高いことが分かりました。

Q.あなたのご家庭では、ここ3か月で、どのような項目の節約を行いましたか。

※結果的にお金を使わなかったという場合も選択してください。（答えはいくつでも）

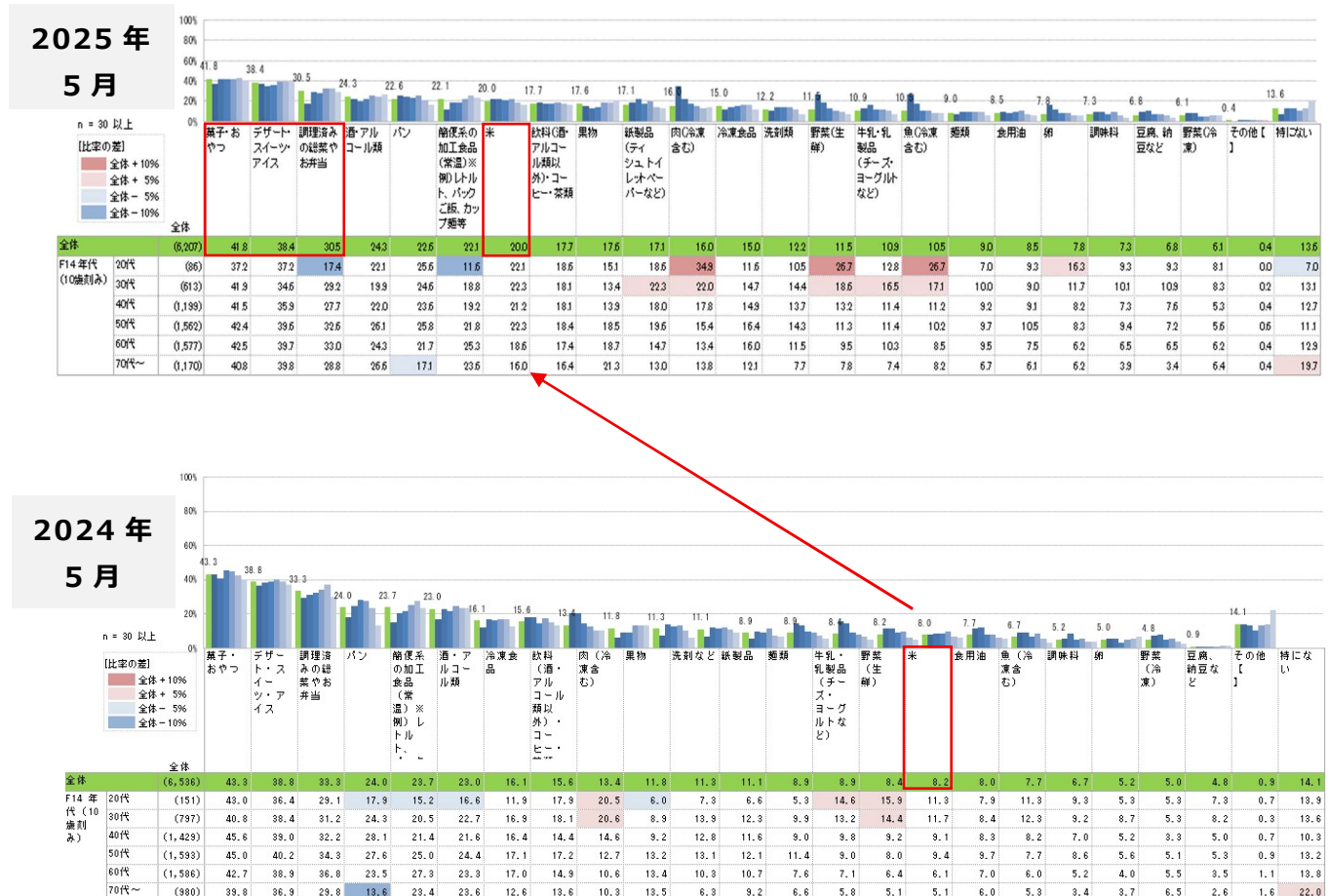


■ 現在節約しているもの、今後節約しようと考えているものについては嗜好品・簡便系が上位にランクイン。

現在節約しているもの、今後節約しようと考えているものについて尋ねたところ、「菓子・おやつ（41.8%）」、「デザート・スイーツ・アイス（38.4%）」、「調理済みの総菜や弁当（30.5%）」と嗜好品・簡便系の項目が上位にランクインしました。価格高騰の影響を受けた「米（20.0%）」に関しては昨年16位から今年7位と大幅にランクアップしました。

Q.次の中で現在節約しているもの・今後節約しようと考えているものを具体的に教えてください。

※外食を除く。（答えはいくつでも）



■ 直近3か月で、値上がりによって購入頻度や量が減ったものについて尋ねたところ、「米（24.4%）」が大幅にランクアップ。

直近3か月で値上がりにより、購入頻度や量が減ったものについては、「デザート・スイーツ・アイス（26.4%）」、「果物（26.3%）」、「菓子・おやつ（25.7%）」が上位にランクインし、「米（24.4%）」は前年より大幅にランクアップしました。より安い商品に切り替えたものについては、「紙製品（ティッシュ、トイレtpーパーなど）（19.0%）」、「米（17.1%）」、「パン（12.6%）」という結果でした。

Q.ここ3か月で、値上がりにより、より安い商品に切り替えたもの、購入頻度や量が減ったものを次の中から教えてください。

※購入を辞めたものも「購入頻度や量が減ったもの」で回答してください。
（たて方向にお答えください。答えはそれぞれいくつでも。）

購入頻度や量が減ったもの

	①202505	②202405	前年差
全体	(6,207)	(6,536)	
デザート・スイーツ・アイス	26.4	28.4	-2.0
果物	26.3	29.4	-3.1
菓子・おやつ	25.7	25.0	0.8
米	24.4	6.8	17.6
調理済みの総菜やお弁当	20.6	23.9	-3.2
パン	20.0	24.1	-4.2
簡便系の加工食品（常温）※例）レトルト、パックご飯、カップ麺等	17.8	22.0	-4.2
魚（冷凍含む）	15.9	19.2	-3.3
酒・アルコール類	15.3	18.1	-2.8
冷凍食品	12.4	17.3	-4.9
卵	12.2	10.3	1.9
飲料（酒・アルコール類以外）・コーヒー・茶類	12.0	16.3	-4.4
麺類	11.6	17.4	-5.7
肉（冷凍含む）	11.1	13.3	-2.2
野菜（冷凍含む）	10.7	13.6	-2.9
牛乳・乳製品（チーズ・ヨーグルトなど）	10.5	14.2	-3.7
紙製品（ティッシュ、トイレtpーパーなど）	4.8	6.2	-1.3
洗剤類	4.5	5.7	-1.2
豆腐、納豆など	4.4	6.6	-2.1
その他【 】	0.5	1.0	-0.5
特になし	22.7	20.9	1.8
無回答	6.1	9.5	-3.3

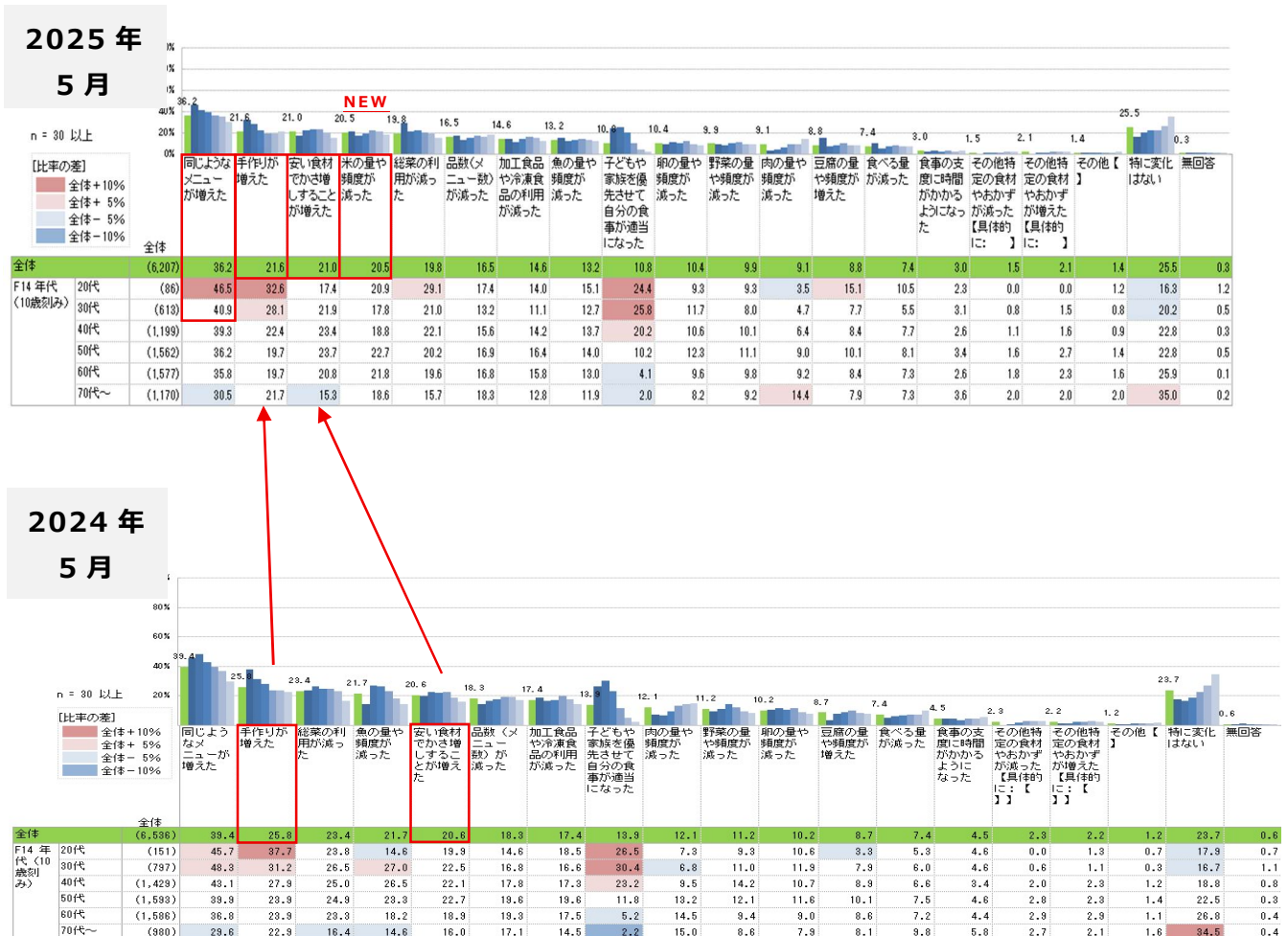
より安い商品に切り替えたもの

	①202505	②202405	前年差
全体	(6,207)	(6,536)	
紙製品（ティッシュ、トイレtpーパーなど）	19.0	17.6	1.4
米	17.1	12.4	4.7
パン	12.6	16.4	-3.8
洗剤類	11.5	14.6	-3.0
菓子・おやつ	11.0	14.1	-3.1
牛乳・乳製品（チーズ・ヨーグルトなど）	9.9	16.2	-6.3
豆腐、納豆など	9.0	15.1	-6.1
肉（冷凍含む）	8.9	12.5	-3.6
卵	8.5	13.6	-5.1
野菜（冷凍含む）	8.2	12.9	-4.6
デザート・スイーツ・アイス	7.6	10.1	-2.4
果物	7.0	9.0	-2.0
麺類	6.8	9.9	-3.0
飲料（酒・アルコール類以外）・コーヒー・茶類	6.7	10.8	-4.1
酒・アルコール類	6.2	8.8	-2.5
魚（冷凍含む）	5.6	8.0	-2.3
簡便系の加工食品（常温）※例）レトルト、パックご飯、カップ麺等	5.2	7.7	-2.6
冷凍食品	5.1	7.8	-2.7
調理済みの総菜やお弁当	4.3	6.3	-2.0
その他【 】	0.4	1.1	-0.7
特になし	29.9	27.0	2.9
無回答	17.3	16.6	0.7

■ 続く値上りの影響による、「食生活」の変化については「同じようなメニューが増えた（36.2%）」がトップとなり、20～30代の回答率が高い傾向に。

「手作りが増えた（21.6%）」という回答は、前回の調査より回答率の減少傾向がみられましたが、2位にランクインしました。同項目について、20～30代は他年代と比べると引き続き高い割合となっています。今回新たな項目となる「米の量や頻度が減った」については全体で20.5%が回答し、4位に浮上しました。

Q. 続く値上りの影響による、ここ1年でのご自宅での「食生活」の変化があれば教えてください。（答えはいくつでも）



■ 調査概要

「節約と値上げ」の意識調査

調査方法：インターネット

調査対象：組合員モニター

有効回答数：6,207件

実施期間：2025年5月13日～5月18日