

【日本生協連 記者会見ハイライト】

全国の地域生協の事業概況を発表

✓「暮らし応援全国キャンペーン」では価格への関心が高まる中、食卓の主役・節約必需品が牽引
 ✓エシカル消費対応商品の総供給高が2,844億円*（前年比104%）に

*組合員供給価

日本生活協同組合連合会

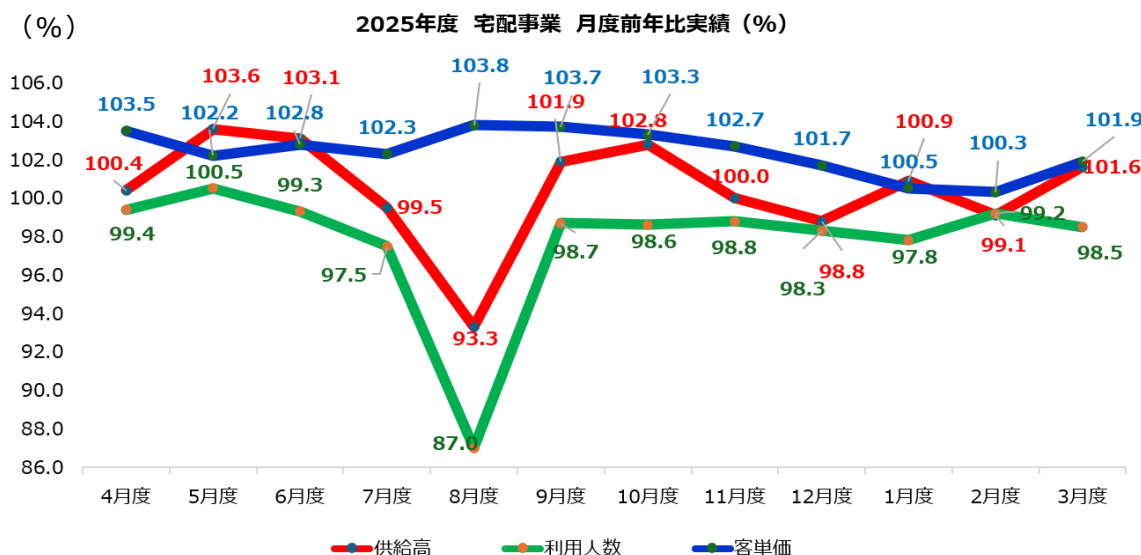
日本生活協同組合連合会（略称：日本生協連、代表理事会長：新井ちとせ）は、2025年度業績および2026年度方針について取りまとめましたので発表いたします。また、コープ商品事業の進捗についても併せてご報告いたします。

● 地域生協：2025年度供給高は前年比で伸長を維持

全国117主要地域生協の2025年度の供給高（売上高）は3兆1,054億円（推計値、前年比101.0%）となりました。前年との比較では宅配事業は100.2%と横ばいですが、店舗事業は102.5%と伸長を維持しています。※第76回通常総会議案書 参考資料より

● 宅配事業：供給高は前年並み。物価高騰の影響で利用単価が上昇するも、利用人数・点数は低下

宅配事業供給高は2兆1,253億円（推計値、前年比100.2%）と前年並みに推移しました。利用単価は前年比102.0%、利用人数は前年比98.1%、利用点数は前年比96.5%となりました。採用難・人材不足が継続しており、生協職員や業務委託先の事業者を含め、人材確保難が事業運営の制約要因となっています。

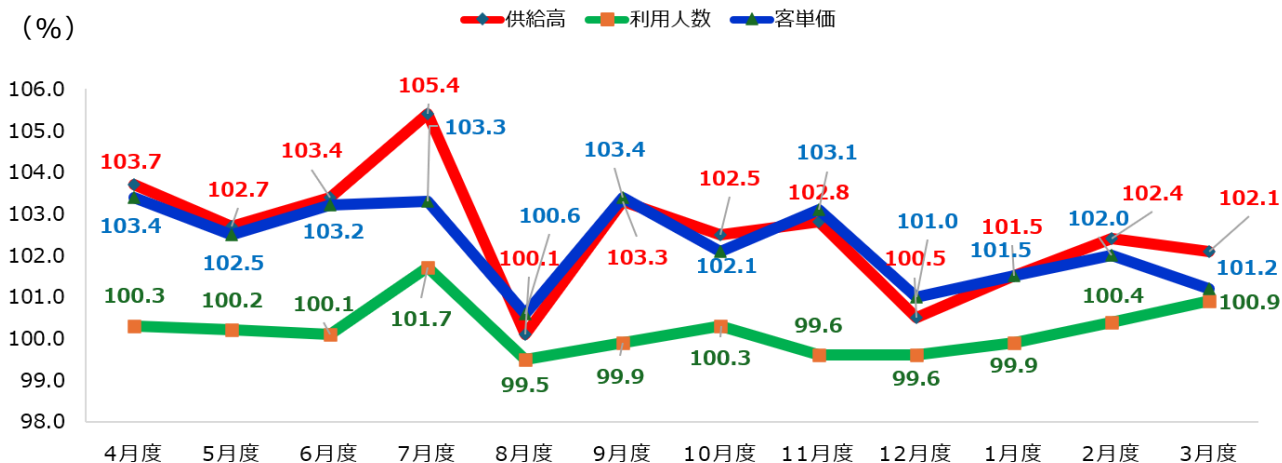


(出所) 日本生協連事業支援部調べ

● 店舗事業：供給高は前年比102.5%となる9,954億円

店舗事業供給高は9,954億円（推計値、前年比102.5%）となり、米価の急騰を筆頭とした食品の価格高騰による点単価上昇に支えられ、予算・前年を超過しました。来店客数は累計で前年を超え、利用単価が上昇している（推計値、前年比102.2%）一方で、節約意識の高まりから、1人当たりの購入点数は前年割れが続いています（推計値、前年比98.4%）。経常剰余率は▲2.28%と前年度より0.28%低下しました。単価引き上げによる供給高の上昇により、供給剰余は増加した一方で、人件費・物件費ともにコストが供給剰余の増加を上回り、減益となっています。

2025年度 店舗事業 月度前年比実績 (%)



(出所) 日本生協連事業支援部調べ

● 医療・学校生協を含む全国の会員生協総組合員数が堅調に増加

医療・学校生協を含む、会員生協総組合員数は**3,109万人**（推計値、**前年比100.7%**）となりました。

【全国】

	2025年度推計	前年比
組合員数	3,109万人	100.7%
総事業高	3兆8,527億円	101.2%
供給高	3兆3,375億円	101.2%

【地域生協】

		2025年度推計	前年比/差
供給高	総合	3兆1,054億円	101.0%
	店舗	9,954億円	102.5%
	宅配	2兆1,253億円	100.2%
経常剰余率 (%)	総合	1.66	-0.27
	店舗	▲2.28	-0.28
	宅配	3.39	-0.26

※2025年度の数値は推計値です。確定値は9月になります。

※第76回通常総会議案書 参考資料より

● 日本生協連：総供給高4,499億円（前年比101.0%）と伸長

日本生協連の総供給高は4,499億円（前年比101.0%）となり、前年を上回る結果となりました。

コープ商品事業供給高は3,663億円（前年比101.8%）となり、全部門が前年超過という結果となりました。ただし、値上げによる商品単価の上昇を加味すると、厳しい側面も見て取れます。分類別では特に農畜産、冷凍食品が好調でした。

NB商品を主とした日用品・消耗品の供給を行うキャロット事業の供給高は、316億円（前年比96.9%）となりました。そのほか、衣料品などの供給を行うカタログ事業の供給高は486億円（前年比98.3%）、ギフト事業の供給高は32億円（前年比99.3%）となりました。

日本生協連 2025年度累計実績

日本生協連 総供給高	4,499億円	(前年比101.0%)
コープ商品事業 供給高	3,663億円	(前年比101.8%)
キャロット事業 供給高	316億円	(前年比96.9%)
カタログ事業 供給高	486億円	(前年比98.3%)
ギフト事業 供給高	32億円	(前年比99.3%)

● コープ商品事業：生協の利用・組合員の増加に貢献できる商品へ

1. 価格対応

コープ商品が組合員のふだんの暮らしに貢献できる商品であり続けるため、「価格」への対応は必須と考え、低価格商品の配置検討や大規模キャンペーンなど、全国の会員生協とともに推進していきます。また、主力品を中心に値頃維持のため、商品再開発を継続していきます。

2. 価値訴求

商品の価値・魅力が伝わる開発を一層推進し、ママ&パパの声から生まれた離乳食・幼児食の「きらきらステップ」など、若年層に強く訴求する商品配置や供給促進を実施します。また「生協でしか買えない」「生協ならではの」新たな価値を有した商品開発にチャレンジします。

3. 全国共通展開による効率的な商品ラインアップの実現

主力品を全国の生協で共通して展開する取り組みを一層強化することで、効率的で無駄のない商品ラインアップの実現を図ります。また、新システムの導入やAIの活用による業務改革と生産性向上を通じてコストを削減し、その成果を会員生協や組合員の皆さまへ還元します。

<コープ商品事業進捗>

① エシカル消費対応商品

エシカル消費対応商品は、総供給高2,844億円*（前年比104%）となりました。環境対応包材化の進展で、エコマークが前年比132.8%、FSC®認証マーク付き商品も前年比103.1%と、規模拡大を牽引しています。

*組合員供給価



② 食品ロス削減商品

「もったいないを活かす」をテーマに、再生利用仕向先のない原料を使用した商品の展開を2023年春から始めました。「CO・OP グリーンスムージー」が年間約3.9億円*の供給規模になるなど、組合員の関心も高く、認知向上・バリューアップに繋がっています。現在は16品目を配置しており、2025年度累計で約11億円*の供給規模となりました。2026年4月に新商品として「CO・OP 完熟かぼすドリンク」を発売しており、今後も食品ロス削減につながる商品開発に取り組んでまいります。

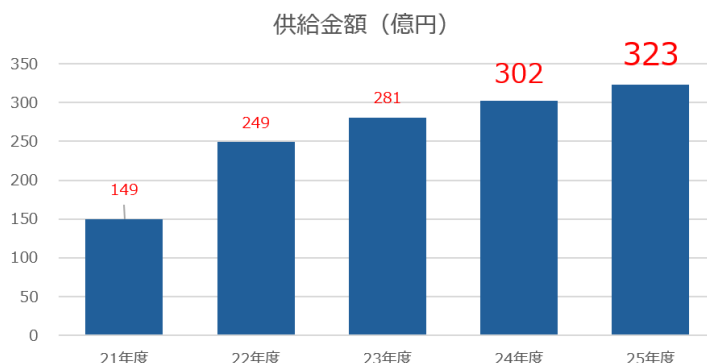
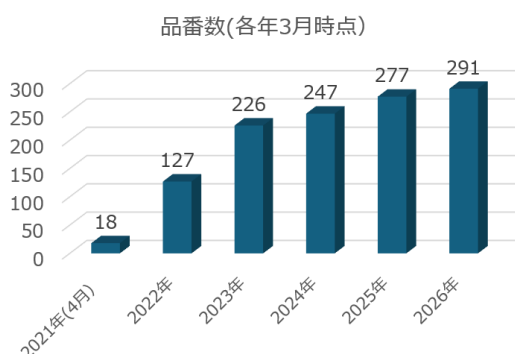


③ 「コープサステナブル」シリーズ

「コープサステナブル」は、環境や社会に配慮した主原料を使った商品を示すために、共通のロゴマークを付けてシリーズ化しているものです。2025年1月に発売した沖縄県伊平屋村漁業協同組合の「オキナワモズク海面養殖」によるMEL養殖認証[※]等が牽引し、2025年度供給高は、323億円（前年比107.0%）と引き続き伸長しています。2025年度末時点に稼働しているコープ商品で291品まで展開商品を増やしています。



※MEL認証：国際的に認められている日本発の水産エコラベル認証制度。水産資源や生態系などの環境にやさしい方法で行われている漁業や養殖業を認証する仕組みのこと。



<「暮らし応援全国キャンペーン」>

5年目となる「暮らし応援全国キャンペーン」は、これまで年1回実施していましたが、2026年度は年2回（春・秋）実施いたします。2026年4月1日からは、本キャンペーン初となるIPを活用し、TVアニメ『ONE PIECE』とコラボレーションして展開しました。キャンペーン対象商品は去年の1.3倍となる約300品に増やし、供給金額は前年比118.9%、供給点数は前年比119.3%と伸長しました。カテゴリ別では生活防衛意識の高まりにより、価格感度が高く、食卓の主役や節約の際に必需な商品が伸長しました。



©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション

参考：2026年3月10日発表リリース「[「暮らし応援全国キャンペーン」第5弾を春の新生活に合わせて4月1日より開催](#)」

<お問い合わせ先>

日本生協連広報部
TEL：03-5778-8106