

「節約・値上げについてのアンケート」調査

食費の節約を意識している人は87.0%。特に20代で「強く意識」が昨年より増加

- ✓ 節約したい食品は、1位「菓子・おやつ」46.4%。「パン」も順位を上げ、小麦粉値上げの影響を反映か
- ✓ 多少高くても買う理由に「時短できる」を回答した人は全年代では3割だが、30代では半数以上に

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：土屋 敏夫）は、この度「節約・値上げについてのアンケート」の調査結果を取りまとめましたのでご報告します。

日本生協連では、長引く新型コロナウイルス流行や世界情勢の不安定化の中、過去に類を見ないほどの値上げも加わり、人々が購買活動を行っていく上で、「節約」の影響はますます大きくなっていくと考えられることから「節約」の意識や実態（方法、商品、妥協点など）と、この間の「値上げ」の実感を明らかにするため、全国の組合員を対象にWEBアンケート調査を実施しました。（調査期間：2022年6月2日～6月7日、有効回答数：4,689件）

～調査結果の主なトピック～

■ 節約をしたことの1位は「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」の56.5%で、特に20代が一番多い結果に。「水道光熱費」について節約意識が上昇傾向。

節約をしたことの1位は「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」の56.5%で、特に20代が一番多い結果となりました。2位は「外食」（52.2%）となり、1位「ふだんの食事」と合わせて、食費の節約意識が強いことが分かりました。4位の「水道光熱費」は昨年度の同様の調査で11.2%であったのが、今回34.9%と大きく増加し、電力・ガス会社の値上げにより節約意識が上昇したと考えられます。

■ 具体的に節約したい食品は、1位「菓子・おやつ」、2位「デザート・スイーツ・アイス」。「パン」が昨年よりも上昇し、小麦粉値上げの影響を反映。

具体的に節約したい食品については、1位「菓子・おやつ」（46.4%）、2位「デザート・スイーツ・アイス」（40.0%）、3位「調理済みの総菜やお弁当」（35.8%）という結果になりました。昨年度の同様の調査と比べていずれの項目も約5%ずつ増加し、当該分類への節約の意識が高まっていることが分かりました。嗜好品が上位なのは「贅沢」を我慢し、調理済総菜やお弁当については「手作りを増やして支出を抑えたい」という心理が作用したと考えられます。また「米・パン・麺類」について、昨年度調査では9位でしたが、今回「パン」は21.0%で6位に上昇しました。小麦粉値上げの影響が反映された結果であると考えられます。注）2021年度調査とは回答項目に変更あり

■ 日常の楽しみも時には大切に。約6割が「節約しつつ、ちょっとした贅沢も盛り込む」意識であることが判明。

今現在の食費への意識に近いものを回答項目から選んでもらったところ、1位は「節約しつつ、ちょっとした贅沢も盛り込む」が64.3%で昨年度の同様の調査と比べると5ポイント低下したものの依然として支持される結果になりました。ストイックになりすぎず、日常の楽しみも大切にしている人が多いと考えられます。一方2位は「必要なもの以外はなるべく買わないよう我慢する」（46.9%）で、昨年から5ポイント上昇しました。続いて「品質が良ければ多少高くても買う」と続き、こちらは昨年度調査と比較して10ポイント上昇しました。

■ 多少高くても買う理由になるものは、1位「おいしい」（71.7%）、2位「国産品」（61.5%）という結果に。30代では「時短できる」を挙げる人が半数以上。

多少高くても買う理由になるものは、1位「おいしい」（71.7%）、2位「国産品」（61.5%）という結果でした。年代別では、「時短できる」は全体では4位でしたが、30代では3位で50.8%と半数以上が支持する結果になりました。時短意識の高さによるものと考えられます。また年代が高いほど回答が多いのが「国産」「産地直送」「減塩や低塩（他より塩分が低め）」「環境に配慮している」という結果でした。

<お問い合わせ先>

日本生協連 広報部 鈴木・近藤

TEL : 03-5778-8106 E-mail : pr@jccu.coop

<参考資料>

■「くらしと商品に関する『節約・値上げ』アンケート」

調査方法：インターネット

調査対象：全国の組合員アンケートモニター計5,863名

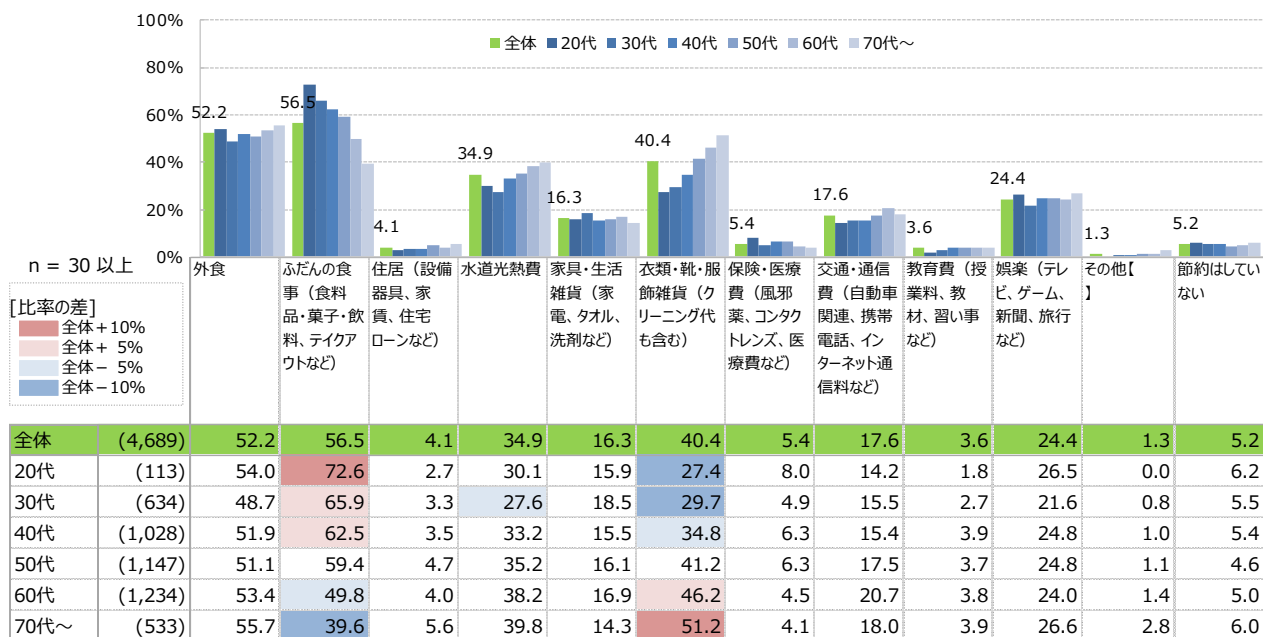
有効回答数：4,689件

実施期間：2022年6月2日(木)～2022年6月7日(火)

■節約をしたことの1位は「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」の56.5%で、特に20代が一番多い結果に。「水道光熱費」も節約意識が上昇傾向。

節約をしたことの1位は「ふだんの食事（食料品・菓子・飲料・テイクアウトなど）」の56.5%で、特に20代が一番多い結果となりました。2位は「外食」（52.2%）となり、1位「ふだんの食事」と合わせて、食費の節約意識が強いことが分かりました。4位の「水道光熱費」は昨年度の同様の調査で11.2%であったのが、今回34.9%と大きく増加し、電力・ガス会社の値上げにより節約意識が上昇したと考えられます。

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）



【比較：昨年度調査（2021年7月調査実施）】

Q)あなたのご家庭では新型コロナウイルス感染症流行後、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）

	全体	外食	ふだんの食 事（食料 品・菓子・ 飲料、テ イクアウト など）	住居（家 賃、住宅 ローン、設 備器具な ど）	水道光熱 費	家具・生活 雑貨（家 電、タオル、 洗剤など）	衣類・靴・ 服飾雑貨 （クリーニ ング代も含 む）	保険・医療 費（風邪 薬、コンタ クトレンズ、 医療費な ど）	交通・通信 費（自動 車関連、 携帯電話、 インターネ ット通信料 など）	教育費 （授業 料、教材、 習い事な ど）	娯楽（テレ ビ、ゲーム、 新聞、旅 行など）	その他【 】	節約はして いない
全体	(5894)	64.2	22.0	2.0	11.2	8.4	35.5	5.1	14.3	4.2	32.8	1.5	12.8
20代	(265)	57.4	38.9	4.2	13.2	10.6	26.0	7.2	12.8	1.9	27.9	0.8	10.6
30代	(715)	62.2	28.8	2.5	10.2	8.4	29.2	9.2	15.5	3.8	34.3	0.3	12.4
40代	(1225)	65.8	25.6	1.6	10.7	7.3	31.5	4.8	11.8	4.4	34.9	1.0	10.0
50代	(1260)	65.2	23.3	2.3	11.3	9.6	37.7	5.2	14.8	4.1	33.9	1.7	12.1
60代	(1784)	65.1	16.9	1.3	11.8	8.4	39.3	4.1	14.6	4.5	33.0	2.1	13.2
70代～	(645)	61.4	12.7	2.0	10.9	7.1	38.9	2.8	17.1	4.7	26.5	2.3	19.7

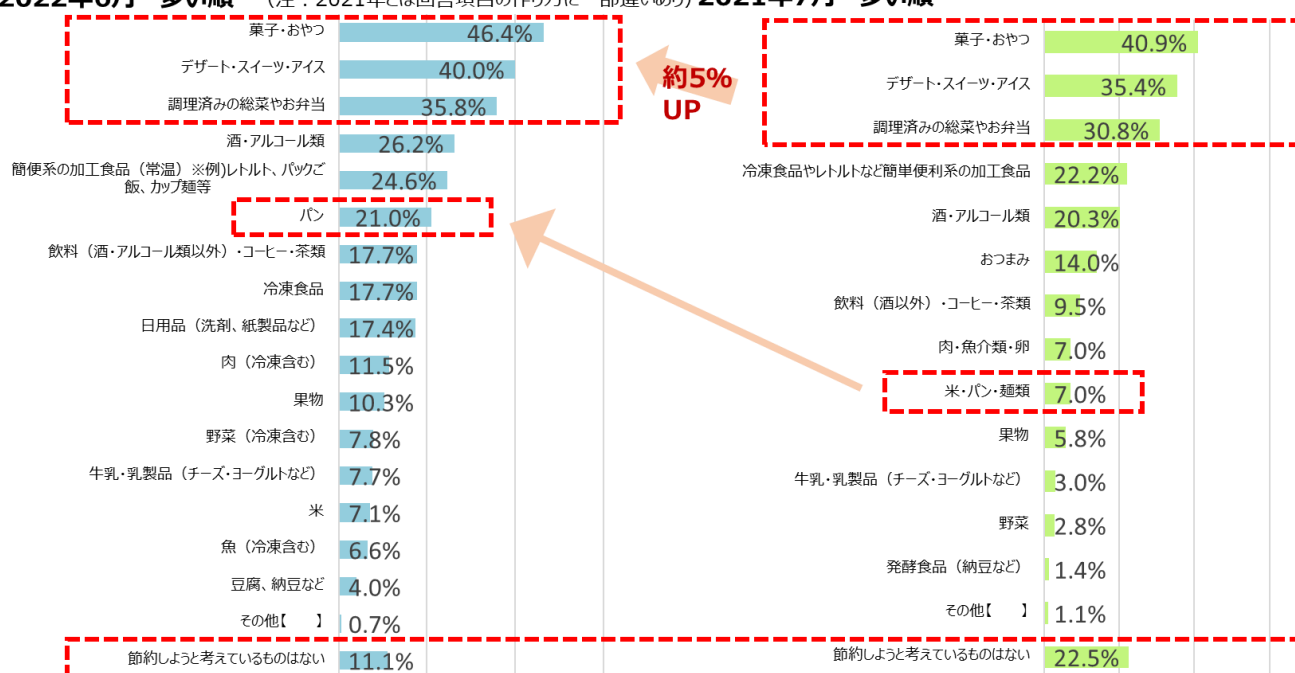
■ 具体的に節約したい食品は、1位「菓子・おやつ」、2位「デザート・スイーツ・アイス」。「パン」が昨年よりも上昇し、小麦粉値上げの影響を反映。

具体的に節約したい食品については、1位「菓子・おやつ」（46.4%）、2位「デザート・スイーツ・アイス」（40.0%）、3位「調理済みの総菜やお弁当」（35.8%）という結果になりました。昨年度の同様の調査と比べていずれの項目も約5%ずつ増加し、当該分類への節約の意識が高まっていることが分かりました。嗜好品が上位なのは「贅沢」を我慢し、調理済総菜やお弁当については「手作りを増やして支出を抑えたい」という心理が作用したと考えられます。また「米・パン・麺類」について、昨年度調査では9位でしたが、今回「パン」は21.0%で6位に上昇しました。小麦粉値上げの影響が反映された結果であると考えられます。

注）2021年度調査とは回答項目に変更あり

Q）食料品・日用品の中で、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）

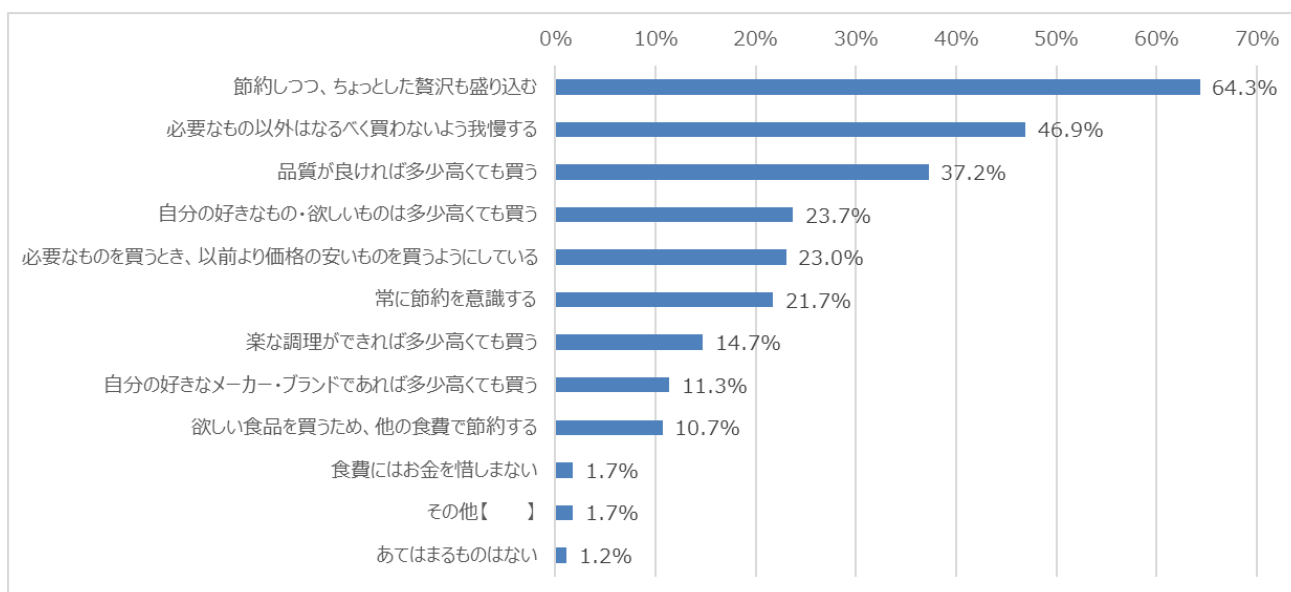
2022年6月 多い順 （注：2021年とは回答項目の作り方に一部違いあり） 2021年7月 多い順



■ **日常の楽しみも時には大切に。約6割が「節約しつつ、ちょっとした贅沢も盛り込む」意識であることが判明。**

今現在の食費への意識に近いものを回答項目から選んでもらったところ、1位は「節約しつつ、ちょっとした贅沢も盛り込む」が64.3%で昨年度の同様の調査と比べると5ポイント低下したものの依然として支持される結果になりました。ストイックになりすぎず、日常の楽しみも大切にしている人が多いと考えられます。一方2位は「必要なもの以外はなるべく買わないよう我慢する」（46.9%）で、昨年から5ポイント上昇しました。続いて「品質が良ければ多少高くても買う」と続き、こちらは昨年度調査と比較して10ポイント上昇しました。

Q) 次のうち、今現在の食費への意識に近いものを教えてください。※外食を除く。



■ 多少高くても買う理由になるものは、1位「おいしい」（71.7%）、2位「国産品」（61.5%）という結果に。30代では「時短できる」を挙げる人が半数以上。

多少高くても買う理由になるものは、1位「おいしい」（71.7%）、2位「国産品」（61.5%）という結果でした。年代別では、「時短できる」は全体では4位でしたが、30代では3位で50.8%と半数以上が支持する結果になりました。時短意識の高さによるものと考えられます。また年代が高いほど回答が多いのが「国産」「産地直送」「減塩や低塩（他より塩分が低め）」「環境に配慮している」という結果でした。

Q）食品を買うときに、次のうち多少高くても買う理由になるものを教えてください。（答えはいくつでも）

