

<2024年秋 消費者の暮らし向きに関するアンケート 調査結果より>

買い控えできない食品の値上がり 節約にも限界

物価の上昇と節約意識について、具体的に聞きました。大きく値上がりしたと感じる品目では、『野菜』・『ガソリン・灯油』・『果物』が上位で、前回調査からの大きな変化は、『米』と回答した方が5.4%から38.5%に増えたことです。

「値上がりにより購入頻度や量が減った食品や日用品」からは、果物や菓子、デザート類といった嗜好性の高いものや、レトルト・カップ麺・インスタント食品や総菜・弁当のような、手間と時間を省くための品物を控えている一方、食卓に必要な不可欠な米や卵は、値上がりしても買い控えている人が少ないことが分かります。また、「日頃から節約を意識していますか」に対しては、『強く意識している』と『ある程度意識している』が合わせて約85%となっているにもかかわらず、一回の買物金額は『増えている』と回答している人が多く、節約だけで物価高を乗り切ることの難しさを示しています。

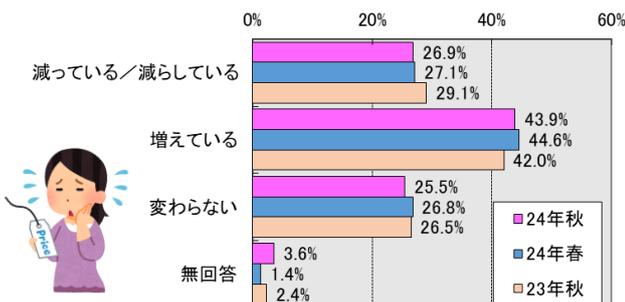
大きく値上がりしたと感じる品目

順位	24年春		24年秋	
	品目	比率	品目	比率
1	ガソリン・灯油	57.8%	野菜	58.7%
2	公共料金	47.3%	ガソリン・灯油	49.8%
3	卵	44.1%	果物	47.6%
4	野菜	42.1%	公共料金	44.4%
5	果物	41.1%	肉	41.0%
6	牛乳・乳製品	40.5%	鮮魚	40.8%
7	レトルト・カップ麺 インスタント食品	38.6%	卵	40.6%
8	紙製品	37.6%	米	38.5%
9	鮮魚	36.0%	牛乳・乳製品	32.5%
10	パン	36.0%	パン	32.5%
11	肉	32.4%	レトルト・カップ麺 インスタント食品	32.2%
12	菓子類	32.2%	外食	31.8%
13	外食	28.3%	菓子類	29.0%
14	調味料	24.6%	紙製品	28.9%
15	洗剤など	24.4%	旅行(宿泊・交通費)	24.9%
16	冷凍食品	21.3%	デザート類・アイス	22.2%
17	旅行(宿泊・交通費)	21.3%	冷凍食品	19.9%
18	飲料・茶類・コーヒー	20.3%	洗剤など	19.4%
19	麺類	19.4%	調味料	19.2%
20	粉類	17.9%	麺類	18.2%
21	デザート類・アイス	17.1%	飲料・茶類・コーヒー	18.1%
22	酒・アルコール類	16.5%	粉類	16.9%
23	総菜や弁当	16.5%	総菜や弁当	14.6%
24	電化製品	13.0%	酒・アルコール類	11.9%
25	衣類・履物	11.7%	衣類・履物	11.9%
26	豆腐・納豆など	9.2%	住居	10.3%
27	住居	9.0%	豆腐・納豆など	9.1%
28	教育関連	6.2%	電化製品	9.0%
29	米	5.4%	教育関連	7.1%
30	その他	1.3%	特にない	1.7%
31	特にない	1.1%	その他	0.8%
	無回答	3.8%	無回答	5.3%

値上がりにより購入頻度や量が減った食品や日用品

順位	24年春		24年秋	
	品目	比率	品目	比率
1	レトルト・カップ麺 インスタント食品	31.7%	果物	32.0%
2	果物	28.9%	レトルト・カップ麺 インスタント食品	30.8%
3	デザート類・アイス	28.6%	菓子類	27.0%
4	総菜や弁当	27.5%	総菜や弁当	26.0%
5	菓子類	22.5%	デザート類・アイス	23.9%
6	特にない	18.6%	鮮魚	17.7%
7	鮮魚	17.9%	野菜	16.4%
8	パン	14.0%	特にない	16.1%
9	酒・アルコール類	13.5%	肉	15.4%
10	肉	13.2%	パン	15.3%
11	野菜	9.7%	酒・アルコール類	12.9%
12	飲料・茶類・コーヒー	9.4%	冷凍食品	11.1%
13	冷凍食品	8.6%	飲料・茶類・コーヒー	8.0%
14	粉類	6.8%	牛乳・乳製品	7.6%
15	卵	6.5%	粉類	6.8%
16	牛乳・乳製品	6.2%	麺類	5.8%
17	麺類	5.4%	卵	5.1%
18	紙製品	3.0%	紙製品	2.8%
19	洗剤など	2.2%	豆腐・納豆など	2.3%
20	調味料	1.7%	米	2.3%
21	米	1.1%	洗剤など	1.8%
22	豆腐・納豆など	0.5%	調味料	1.3%
23	その他	0.5%	その他	0.2%
24	無回答	4.9%	無回答	4.5%

物価の上昇により1回の買物金額は



日頃から節約を意識していますか

