

＜2025年春 消費者の暮らし向きに関するアンケート 調査結果より＞

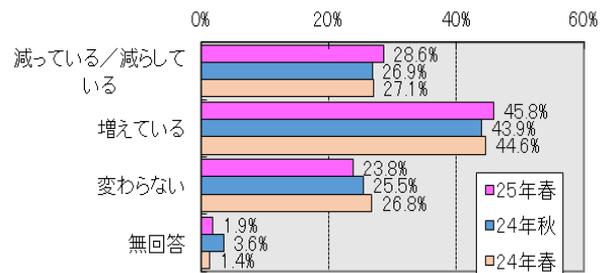
野菜や米の値上がり 買物に大きく影響

物価の上昇と節約意識について、具体的に聞きました。「値上がりにより購入頻度や量が減った食品や日用品」では、野菜が2位になっており、果物や菓子、デザート類、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、なくても構わない類の食品でないため、注目に値する結果です。「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88%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、米や卵、野菜など、代替不可能な食品の値上がりは、節約だけで対処できない現状を示しています

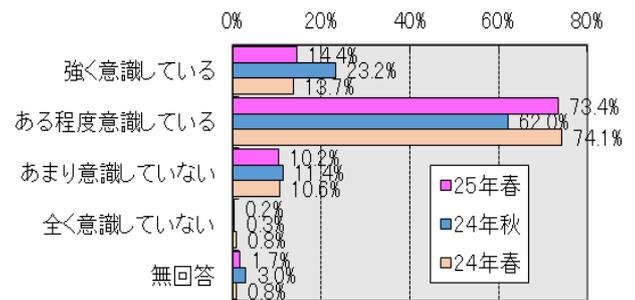
値上がりにより購入を控えるようになった食品や日用品

順位	24年秋		25年春	
	品目	比率	品目	比率
1	果物	32.0%	果物	32.1%
2	レトルト・カップ麺 インスタント食品	30.8%	野菜	24.7%
3	菓子類	27.0%	デザート類・アイス	20.8%
4	総菜や弁当	26.0%	総菜や弁当	20.7%
5	デザート類・アイス	23.9%	菓子類	19.1%
6	鮮魚	17.7%	レトルト・カップ麺 インスタント食品	17.2%
7	野菜	16.4%	鮮魚	13.8%
8	特になし	16.1%	肉	11.2%
9	肉	15.4%	特になし	11.2%
10	パン	15.3%	パン	10.6%
11	酒・アルコール類	12.9%	飲料・茶類・コーヒー	8.7%
12	冷凍食品	11.1%	酒・アルコール類	7.9%
13	飲料・茶類・コーヒー	8.0%	冷凍食品	6.8%
14	牛乳・乳製品	7.6%	卵	6.7%
15	粉類	6.8%	米	5.3%
16	麺類	5.8%	牛乳・乳製品	5.0%
17	卵	5.1%	麺類	4.3%
18	紙製品	2.8%	粉類	3.6%
19	豆腐・納豆など	2.3%	洗剤など	2.5%
20	米	2.3%	紙製品	1.7%
21	洗剤など	1.8%	調味料	1.2%
22	調味料	1.3%	豆腐・納豆など	1.1%
23	その他	0.2%	その他	0.2%
24	無回答	4.5%	無回答	4.2%

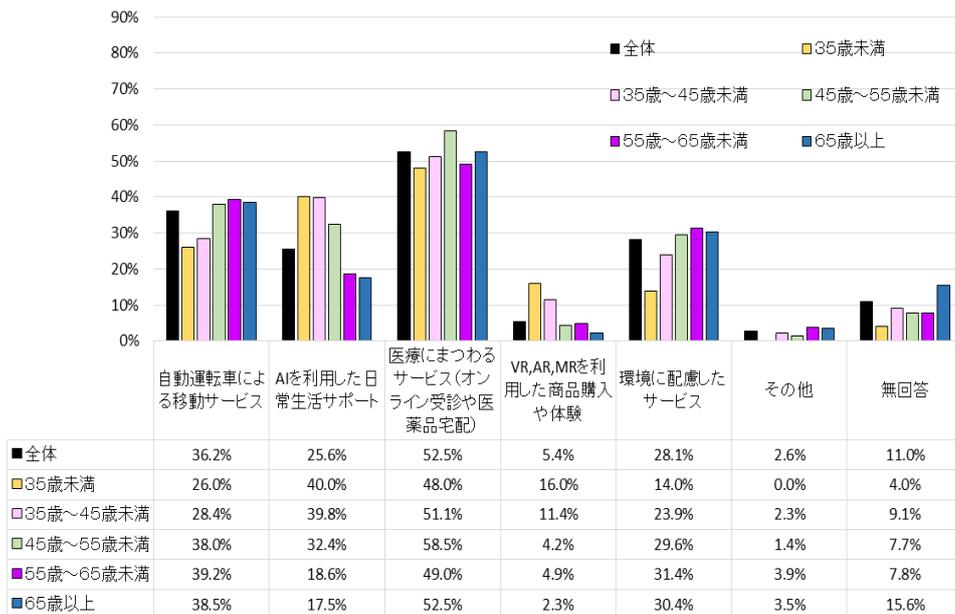
物価の上昇により1回の買い物金額は



日頃から節約を意識していますか



技術革新による新しいサービスは医療にまつわるものに大きく期待



技術革新により可能になったサービスについて、2035年（今から10年後）に期待するものは何かを聞きました。『医療にまつわるサービス(オンラインサービスによる受信や医薬品宅配サービス)』が52.5%で最も多く、次いで『自動運転車による移動サービス』(36.2%)、『環境に配慮したサービス』(28.1%)でした。

年齢別に見ると、35歳未満と35歳～45歳未満では『AIを利用した日常生活サポート』が『自動運転車』や『環境に配慮』を上回っており、年齢による差がありました。