

令和6年度 消費者問題実態調査結果

「エシカル消費」

「物価高騰」

2025年3月

(一社) 北海道消費者協会

I 調査の概要

1. 目的

消費者問題実態調査は、折々の消費者問題に対する消費者の考え方を知り、協会の活動に反映させることが目的です。今、最も消費者として取り組まなければならない社会課題は何かを検討した結果、今年度のテーマとして選んだのは、「エシカル消費」と「物価高騰」です。もはや、先延ばしをすることのできない温暖化やエネルギー高騰の問題、そういった社会課題から我々の暮らしを持続可能にするための「エシカル消費」、そして目の前の「物価高騰」が、今の暮らしにどのように影響を及ぼしているかを調査しました。

【エシカル消費】

昨今の北海道は人口減少・超高齢社会による働き手不足、地球温暖化による災害などの諸課題が山積し、その危機的状況が私たちの暮らしにも身近に感じるようになってきました。一方で、全国では、地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した課題を消費行動から解決しようという「倫理的消費(エシカル消費)」の普及が進んでいます。「エシカル消費」は今、道民の暮らしにどの程度、関わりがあるのか、また、今後の取り組む方向性についてもお聞きしました。

【物価高騰】

消費者物価は高騰を続けています。令和6年9月の北海道における消費者物価指数の総合は110.9で、前年同月比2.7%上昇しました。10大費目別にみると、食料(3.7%)、住居(1.9%)、光熱・水道(3.7%)、家具・家事用品(3.9%)、被服及び履物(3.3%)、保健医療(1.8%)、交通・通信(0.1%)、教育(1.0%)、教養娯楽(4.9%)、諸雑費(0.8%)が上昇し、下落したものはなかった状況です。

物価の高騰は、家計のどの分野でも痛手となります。家計負担の実感はどのくらいか、暮らしを守る工夫に変化はあるか、国などに求める支援策お聞きしました。

2. 調査方法

- 1) 調査対象：道内 29 市 30 町 2 村(61 市町村)
- 2) 調査方法：62 地域消費者協会の協力を得て自記方式で実施（一部 WEB 回答）
- 3) 調査日時：2024 年 11 月から 1 月
- 4) 回収状況：配布枚数 680 枚
回収枚数：586 件（内 Web 回答 115 件）
回収率：86.2%

3. 調査項目

【エシカル消費】

地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動「倫理的消費(エシカル消費)」の普及が進んでいます。あなたの暮らしにどの程度、関わりがあるのかお聞きします。あてはまるものに○をつけてください。

問1 エシカル消費という言葉を知っていましたか（1つだけ）

- ①意味まで知っている ②だいたい知っている ③聞いたことがある ④知らなかった

問2 エシカル消費につながる行動について関心がありますか（1つだけ）

- ①とても関心を持っている ②まあまあ関心がある ③あまり関心がない ④全く関心がない
⑤どちらでもない ⑥その他（ ）

問3 エシカル消費につながる行動を実践していますか（1つだけ）

- ①よく実践している ②まあまあ実践している ③あまりしていない ④全くしていない

問4 上記の「問3」で「①・②・③」のいずれかに回答した方にお聞きします。エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていることに○をつけてください（複数回答可）

- ① 食品ロスを減らす
- ② フードバンク、フードドライブ
- ③ プラスチックフリー（マイボトル・マイバッグ持参、ワンウェイプラスチック〔コンビニのプラスチック製フォーク・宿泊施設等のブラシなど〕の辞退）
- ④ リサイクル（ゴミの適切な分別・購入）、アップサイクル品（廃材をそのままの原料として付加価値を付けた新たな製品）の購入
- ⑤ 省エネ商品購入（省エネ家電、高燃費自動車など）
- ⑥ 地産地消（地元の生産物を地元で消費する）
- ⑦ CO2（二酸化炭素）を出さない公共交通機関や自転車の利用
- ⑧ 再生可能エネルギーの利用（風力発電力の購入、ソーラーパネルの活用など）
- ⑨ 伝統工芸品・地元の商店街での購入（地域産業・地域振興支援）
- ⑩ フェアトレード製品の購入
- ⑪ 応援消費（被災地製品、福祉作業所等で作られる製品、寄付金が含まれる製品など）
- ⑫ 有機農産物の購入
- ⑬ 動物福祉(平飼い卵など)
- ⑭ 認証ラベル（環境に配慮したエコマークなど）
- ⑮ エシカル金融投資（社会貢献度の高い会社への投資）
- ⑯ エシカルファッション（生産に関わる全ての人と地球環境に配慮したファッション）
- ⑰ その他（ ）

問5 上記の「問3」で「④全くしていない」と回答した方にお聞きします。その理由は何ですか
(複数回答可)

- ①環境への効果があるとは思えないから
- ②一部の人がやっても変わらないから
- ③実践する経済的余裕がない
- ④実践する時間的、精神的余裕がない
- ⑤エシカルの意味がよく分からない
- ⑥何となく
- ⑦その他()

問6 エシカル消費につながる行動として、今後、特に行動したり心掛けたりしたいことに○をつけてください(3つまで)

- ① 食品ロスを減らす
- ② フードバンク、フードドライブ
- ③ プラスチックフリー(マイボトル・マイバッグ持参、ワンウェイプラスチック〔コンビニのプラスチック製フォーク・宿泊施設等のブラシなど〕の辞退)
- ④ リサイクル(ゴミの適切な分別・購入)、アップサイクル品(廃材をそのままの原料として付加価値を付けた新たな製品)の購入
- ⑤ 省エネ商品購入(省エネ家電、高燃費自動車など)
- ⑥ 地産地消(地元の生産物を地元で消費する)
- ⑦ CO2(二酸化炭素)を出さない公共交通機関や自転車の利用
- ⑧ 再生可能エネルギーの利用(風力発電力の購入、ソーラーパネルの活用など)
- ⑨ 伝統工芸品・地元の商店街での購入(地域産業・地域振興支援)
- ⑩ フェアトレード製品の購入
- ⑪ 応援消費(被災地製品、福祉作業所等で作られる製品、寄付金が含まれる製品など)
- ⑫ 有機農産物の購入
- ⑬ 動物福祉(平飼い卵など)
- ⑭ 認証ラベル(環境に配慮したエコマークなど)
- ⑮ エシカル金融投資(社会貢献度の高い会社への投資)
- ⑯ エシカルファッション(生産に関わる全ての人と地球環境に配慮したファッション)
- ⑰ その他()

問7 今後、エシカル消費に取り組む上で、機会があれば参加してみたいものは何ですか
(複数回答可)

- ① エシカル学習会、エシカル消費につながる商品の販売会(マルシェなど)
- ② ワークショップなどの参加型イベント
- ③ 地域の取組事例を紹介するイベント
- ④ 親子で参加可能なイベント
- ⑤ エシカル消費につながる商品の製造販売や応援している企業の見学会
- ⑥ 有識者を招いての講演会
- ⑦ エシカル消費関連の展示会
- ⑧ エシカルファッションショー
- ⑨ その他()
- ⑩ 特に参加したいものはない

【物価高騰】

灯油・ガソリンなどのエネルギーや食料品を中心に物価が高騰しています。物価高騰による暮らしへの影響についてお聞きします。あてはまるものに○をつけてください。

問1 物価高騰の主な原因は何だと思えますか（3つまで）

- ①ウクライナ侵攻やイスラエルのガザ攻撃 ②人手不足・人件費の上昇 ③エネルギー高
④食料危機 ⑤円安 ⑥世界経済の落ち込み ⑦日本経済の落ち込み
⑧コロナ禍から業績回復の遅れ ⑨その他（ ）

問2 物価高騰の痛手は、家計のどの分野に響いていますか（複数回答可）

- ①食費（※米を除く） ②米 ③灯油等の暖房費 ④ガソリンなどの燃料費
⑤電気料金 ⑥その他の光熱費 ⑦被服費 ⑧交通・通信費 ⑨住居費
⑩医療費 ⑪娯楽費 ⑫日用品費 ⑬教育費 ⑭ その他（ ）

問3 家計負担は前年比で月額どのくらい増えている実感ですか（1つだけ）

- ① 特に変わらない ② 5千円未満 ③ 5千円～1万円未満
④ 1万円～2万円未満 ⑤ 2万円～3万円未満 ⑥ 3万円以上

問4 物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか（複数回答可）

- ①節電 ②石油・ガス暖房費の節約 ③ガソリンの節約 ④食品や飲み物の量・質を変える
⑤特売日・特売品を探す ⑥外出を控える ⑦旅行を控える ⑧外食を控える
⑨スマホ・ネットのプランを見直す ⑩保険を見直す ⑪衣類を買い控える・安いブランドに変える
⑫化粧品を変える ⑬理美容を減らす ⑭風呂・シャワーの回数を減らす
⑮教養娯楽費を減らす ⑯クリーニングを減らす ⑰特に工夫はしていない
⑱その他（ ）

問5 暮らしの支援として国や道に何を望みますか（3つまで）

- ①支援金の給付 ②ガソリン・灯油などへの価格補助 ③福祉灯油の拡充
④食品価格の引き下げ・据え置き ⑤食料支援 ⑥おむつ・ミルクなど子育て用品の支援
⑦賃金の引き上げ ⑧年金の引き上げ ⑨消費税の引き下げ ⑩低所得者対策
⑪その他（ ）

問6 物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう（1つだけ）

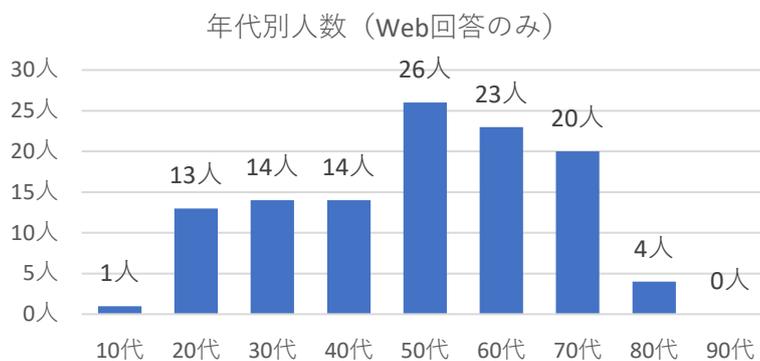
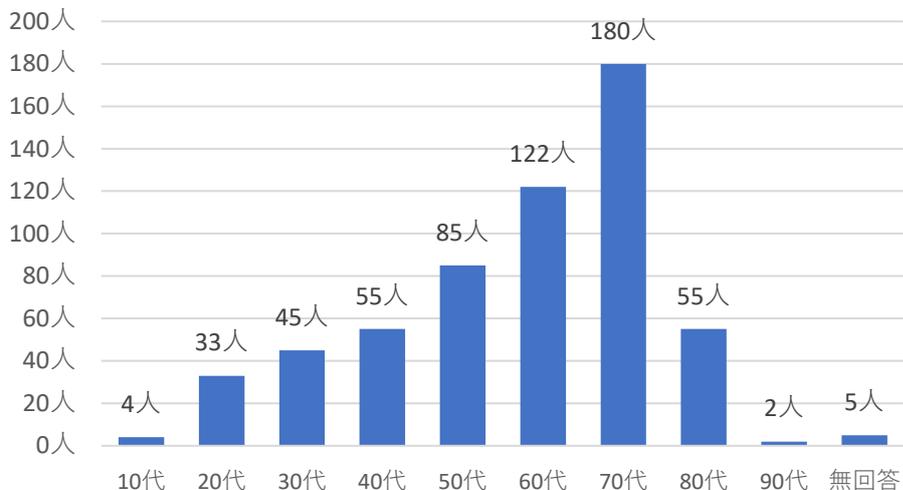
- ①限界を超えた ②限界を超えようとしている ③やがて限界を超える
④もうしばらく耐えられる ⑤許容範囲
⑥その他（ ）

4. 回答者の構成

(1) 年代別

(N=586)

	全体	(内、Web回答)
10代	4人	(1人)
20代	33人	(13人)
30代	45人	(14人)
40代	55人	(14人)
50代	85人	(26人)
60代	122人	(23人)
70代	180人	(20人)
80代	55人	(4人)
90代	2人	(0人)
無回答	5人	(0人)

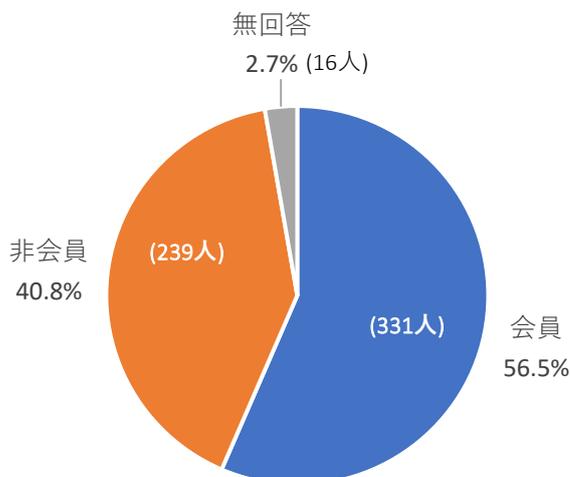


(2) 消費者協会会員・非会員

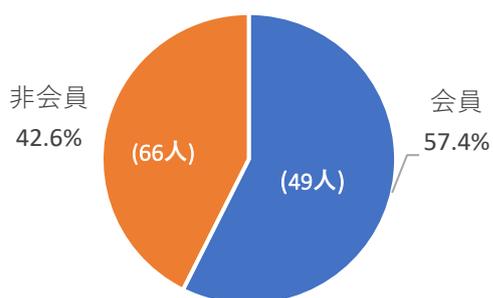
(N=586)

	会員	非会員	無回答
全体	331人	239人	16人
(内、Web回答)	(66人)	(49人)	(0人)

会員・非会員比較 (全体)



会員・非会員比較 (Web回答)



Ⅱ 調査結果

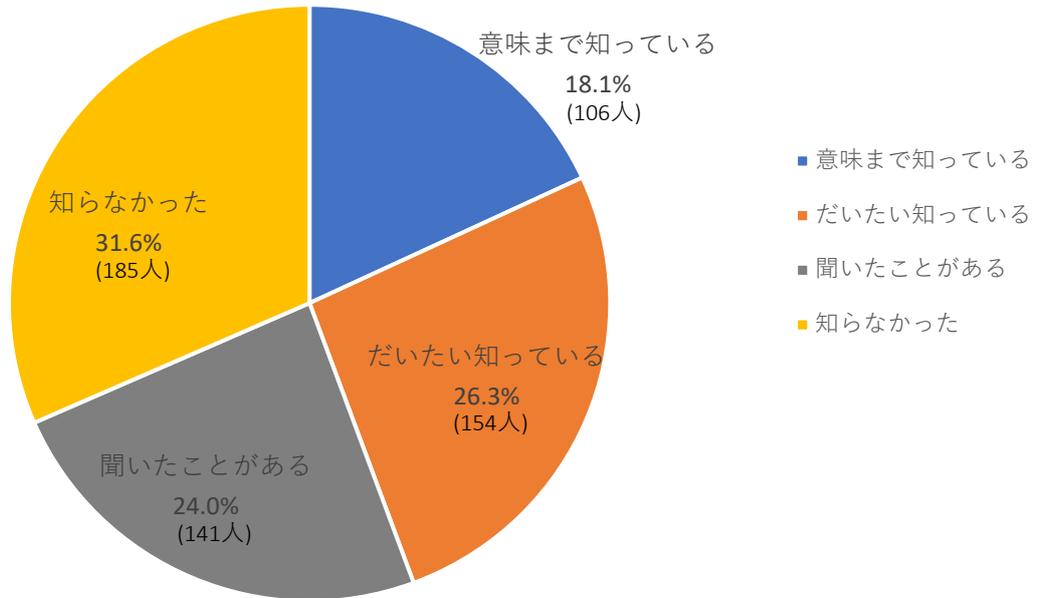
【エシカル消費】

1. エシカル消費という言葉を知っていましたか（1つだけ）

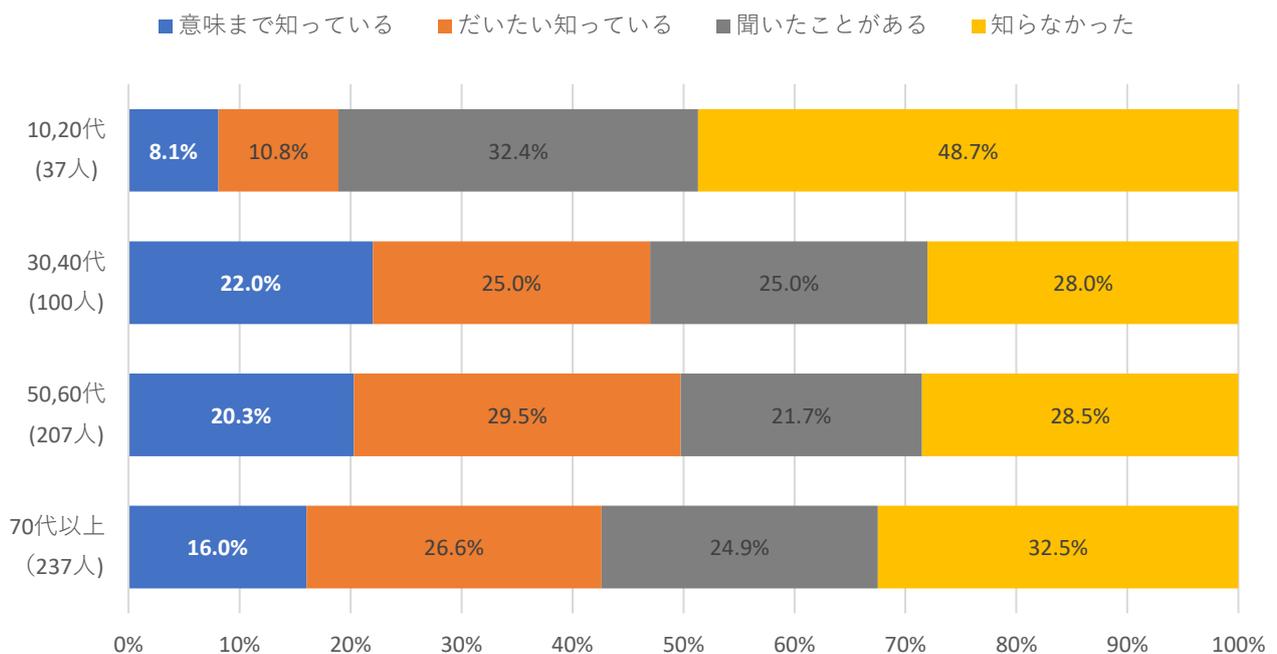
(N = 586)

意味まで知っている	だいたい知っている	聞いたことがある	知らなかった
106人	154人	141人	185人

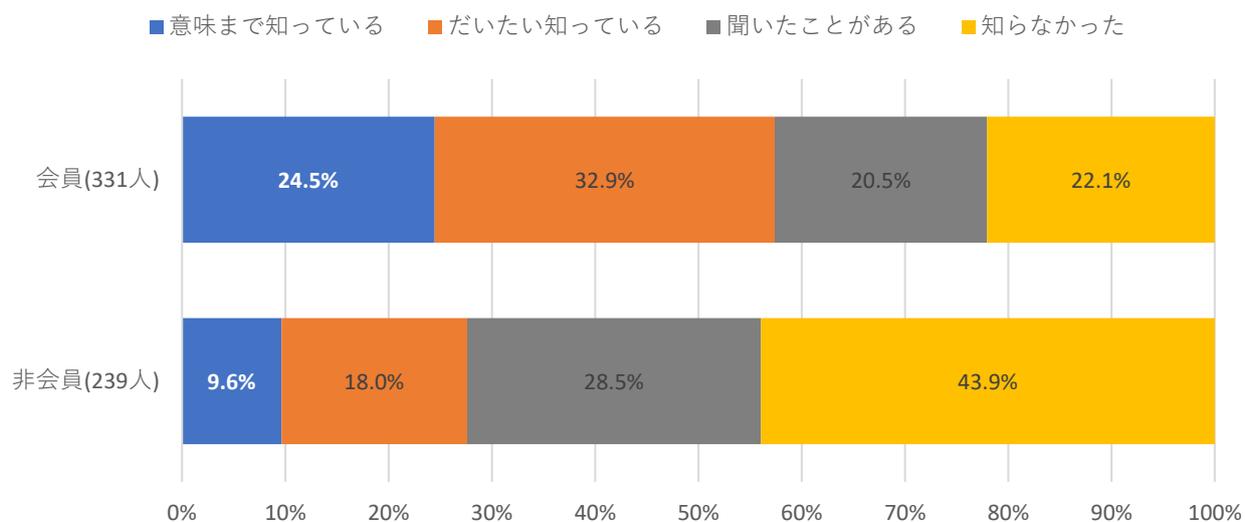
エシカル消費という言葉を知っていましたか



【年代別割合】



【会員・非会員 割合】

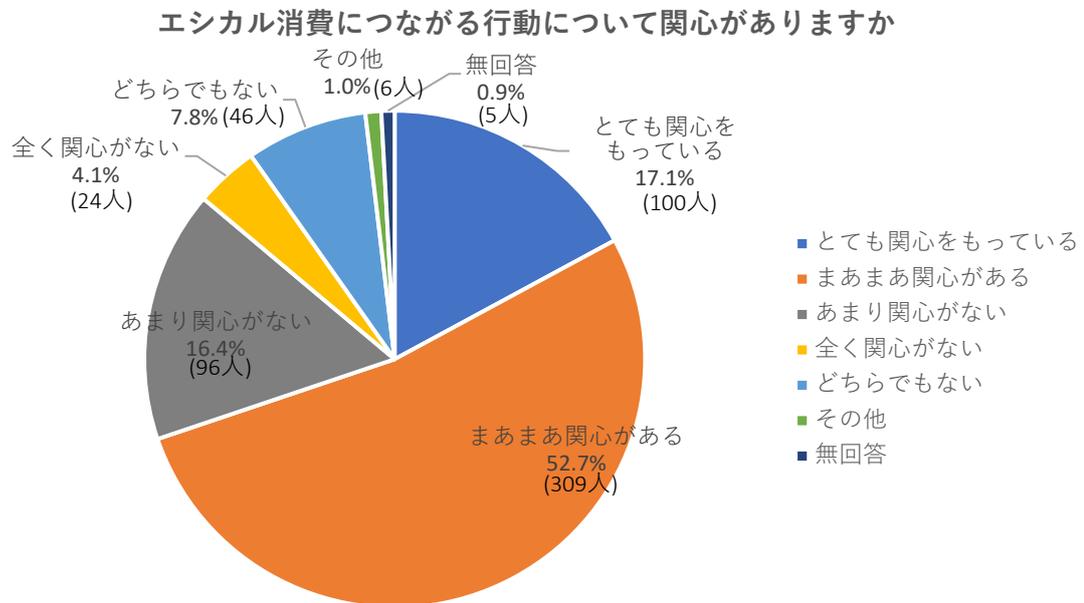


全体では「意味まで知っている」「だいたい知っている」を合わせて44.4%になった。
年代別の「意味まで知っている」と「だいたい知っている」を合わせた割合は50,60代の49.8%が最も多く、ついで30,40代47.0%、70代以上42.6%、10,20代では18.9%とかなり少なく、「知らなかった」では、48.7%と約半数近くがエシカル消費という言葉を知らなかったことがわかった。
会員・非会員で「意味まで知っている」「だいたい知っている」を合わせると、会員が57.8%に対し、非会員が27.6%と差がある。

2. エシカル消費につながる行動について関心がありますか（1つだけ）

(N = 586)

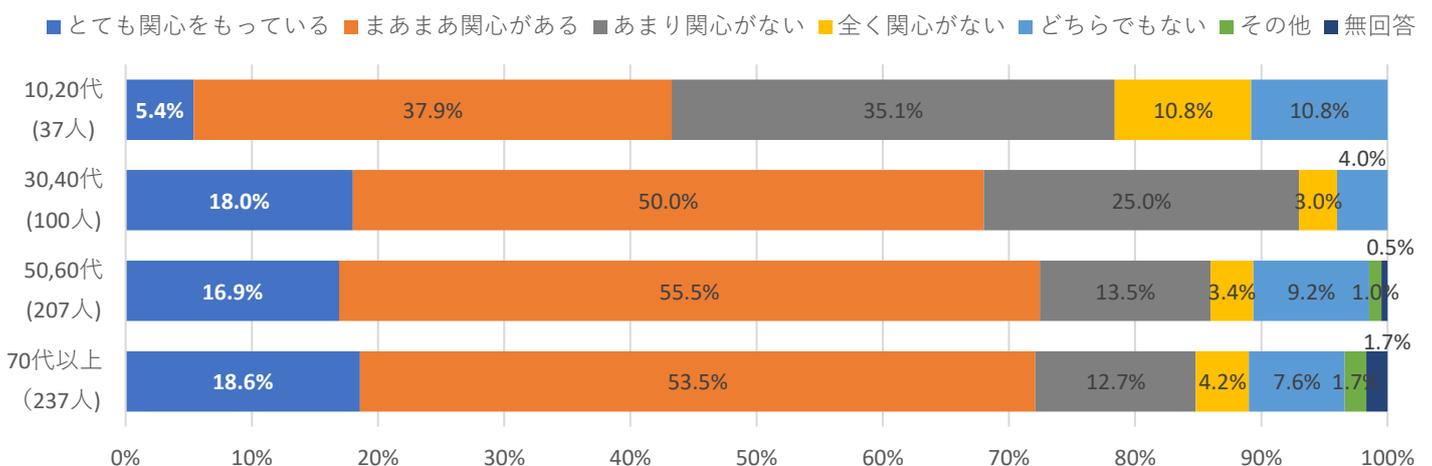
とても関心をもっている	まあまあ関心がある	あまり関心がない	全く関心がない	どちらでもない	その他	無回答
100人	309人	96人	24人	46人	6人	5人



【その他の主な記述】

- ・言葉を知らなかった
- ・最初はマイバックを持参した買い物も、しなくなってきた
- ・エシカルには興味があるが、高級品というイメージがついて回るので敷居が高い気がする

【年代別割合】



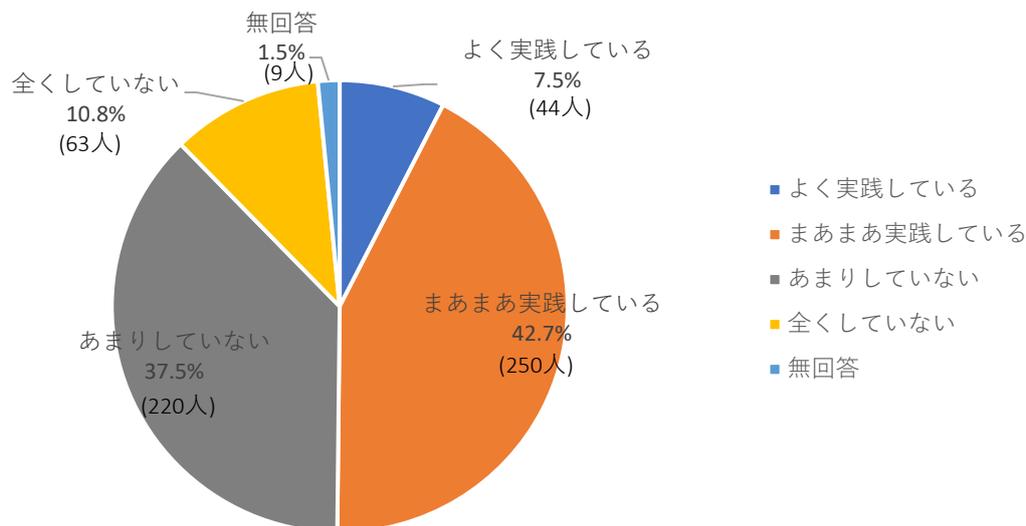
全体では「とても関心をもっている」と「まあまあ関心がある」を合わせると 69.8%となった。
 年代別の「とても関心をもっている」と「まあまあ関心がある」の合計は 50,60代が 72.4%と最も多く、次いで 70代以上が 72.1%、30,40代が 68.0%、10,20代が 43.3%と最も少なくなっており、上の3世代との差が大きい。

3. エシカル消費につながる行動を実践していますか（1つだけ）

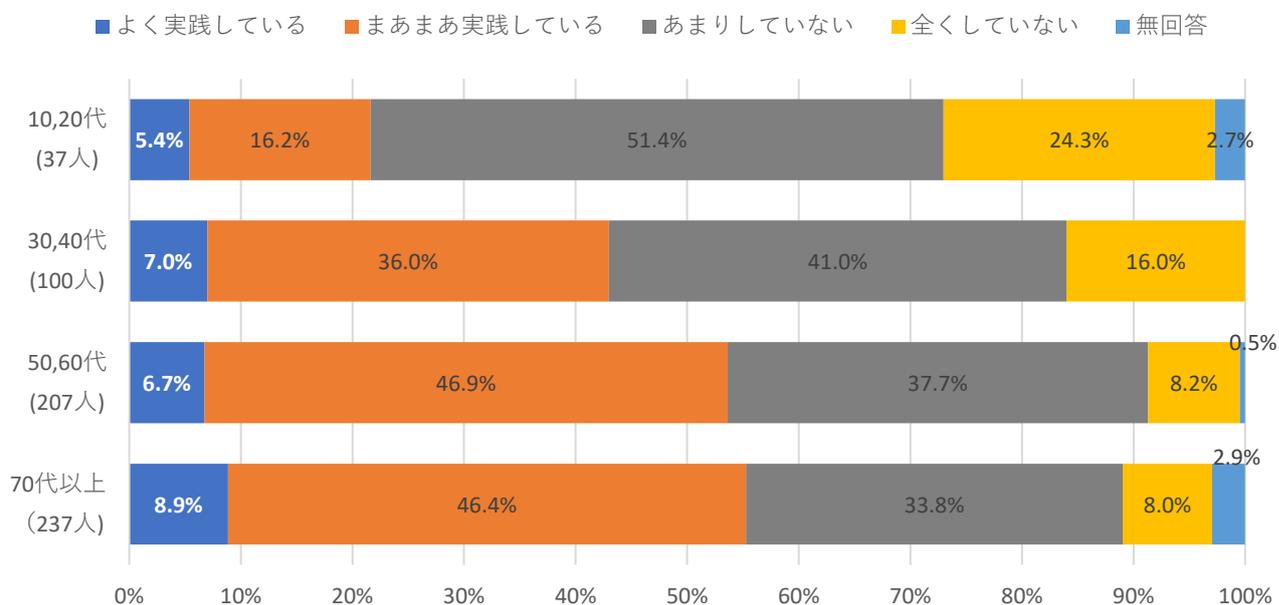
(N=586)

よく実践している	まあまあ実践している	あまりしていない	全くしていない	無回答
44人	250人	220人	63人	9人

エシカル消費につながる行動を実施していますか



【年代別割合】



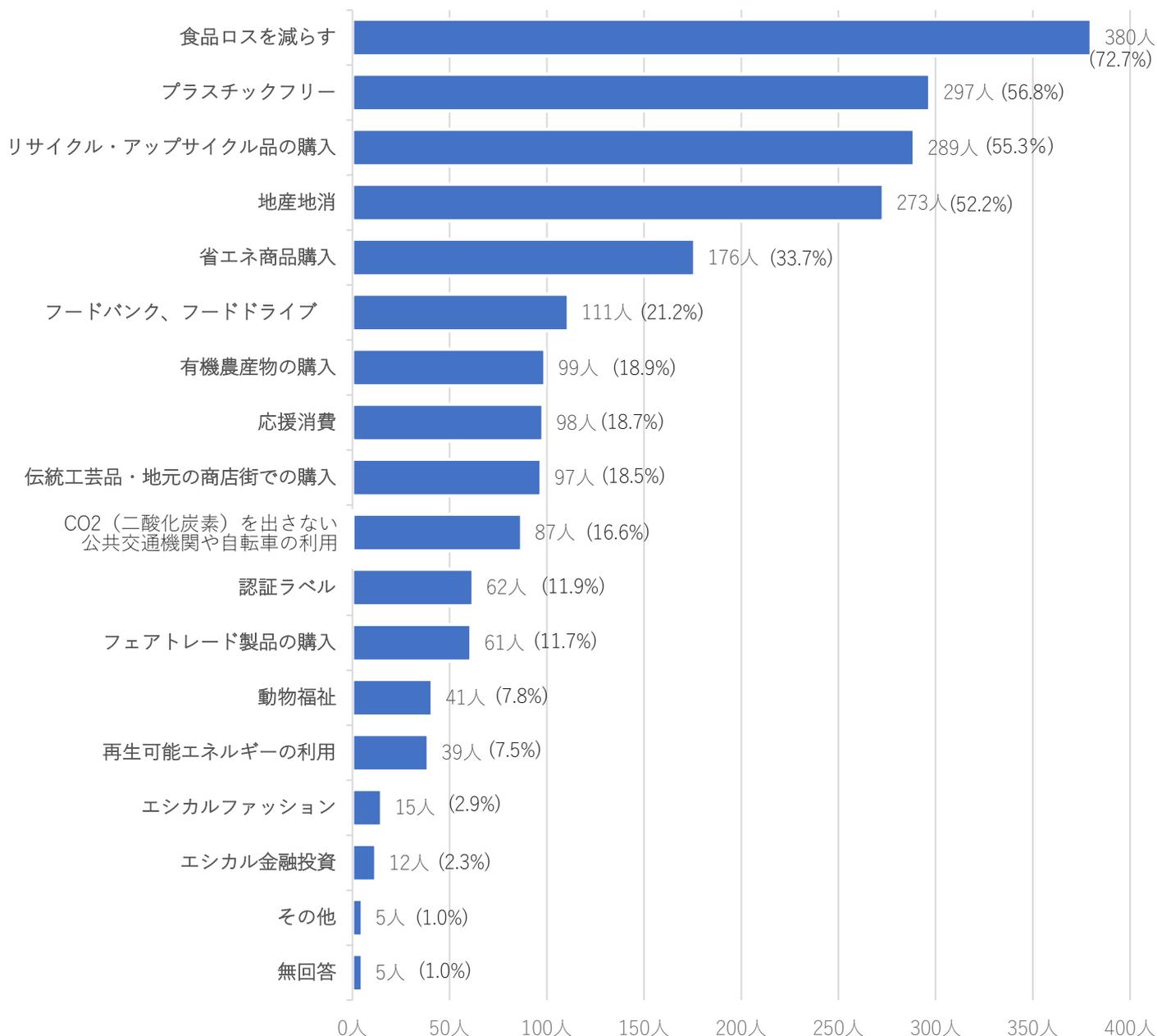
全体では「よく実践している」「まあまあ実践している」を合わせると50.2%となった。
 年代別では「よく実践している」「まあまあ実践している」を合わせると70代以上では55.3%だが、10,20代では21.6%と年代が高くなるほど多い。
 なお、「全くしていない」は10,20代が24.3%と最も多く、70代以上では8.0%と年代が低くなるほど多い。

4. 上記の「問3」で「①・②・③」のいずれかに回答した方にお聞きします。エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていることに○をつけてください（複数回答可）

(N=523)

項目	人数	割合
食品ロスを減らす	380 人	72.7%
プラスチックフリー	297 人	56.8%
リサイクル・アップサイクル品の購入	289 人	55.3%
地産地消	273 人	52.2%
省エネ商品購入	176 人	33.7%
フードバンク、フードドライブ	111 人	21.2%
有機農産物の購入	99 人	18.9%
応援消費	98 人	18.7%
伝統工芸品・地元の商店街での購入	97 人	18.5%
CO2（二酸化炭素）を出さない公共交通機関や自転車の利用	87 人	16.6%
認証ラベル	62 人	11.9%
フェアトレード製品の購入	61 人	11.7%
動物福祉	41 人	7.8%
再生可能エネルギーの利用	39 人	7.5%
エシカルファッション	15 人	2.9%
エシカル金融投資	12 人	2.3%
その他	5 人	1.0%
無回答	5 人	1.0%

エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていること



【その他の主な記述】

- ・朝夕のボランティアごみ拾い（犬の散歩しながら）
- ・香料の入った洗剤をやめた
- ・買い物を最低限にする
- ・リサイクルショップの利用

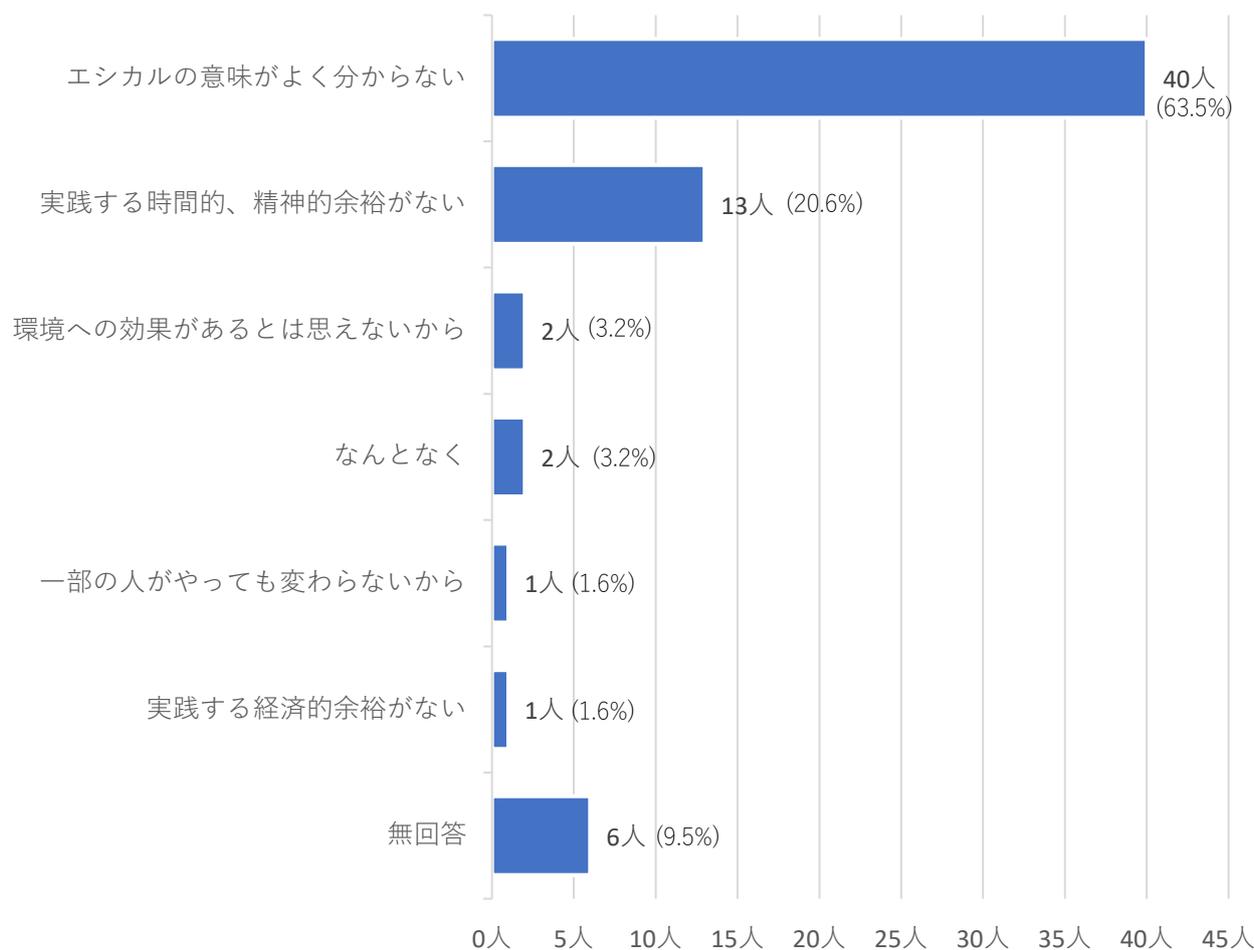
「食品ロスを減らす」が72.7%と最も多く、次いで「プラスチックフリー」56.8%、「リサイクル・アップサイクル品の購入」55.3%、「地産地消」52.2%と続き、ここまでが半数を上回った。その後に続く「省エネ商品購入」等の項目は約3割以下となり、過去に消費者運動として重視してきた項目との差がひらく結果となった。

5. 上記の「問3」で「④全くしていない」と回答した方にお聞きします。
その理由は何ですか

(N = 63)

項目	人数	割合
エシカルの意味がよく分からない	40人	63.5%
実践する時間的、精神的余裕がない	13人	20.6%
環境への効果があるとは思えないから	2人	3.2%
なんとなく	2人	3.2%
一部の人がやっても変わらないから	1人	1.6%
実践する経済的余裕がない	1人	1.6%
無回答	6人	9.5%
その他	0人	0.0%

問3. で「全くしていない」と回答した理由



全体では「エシカルの意味がよく分からない」が63.5%と圧倒的に多く、次いで「実践する時間的、精神的余裕がない」が20.6%と1位と2位以降の差が大きい。

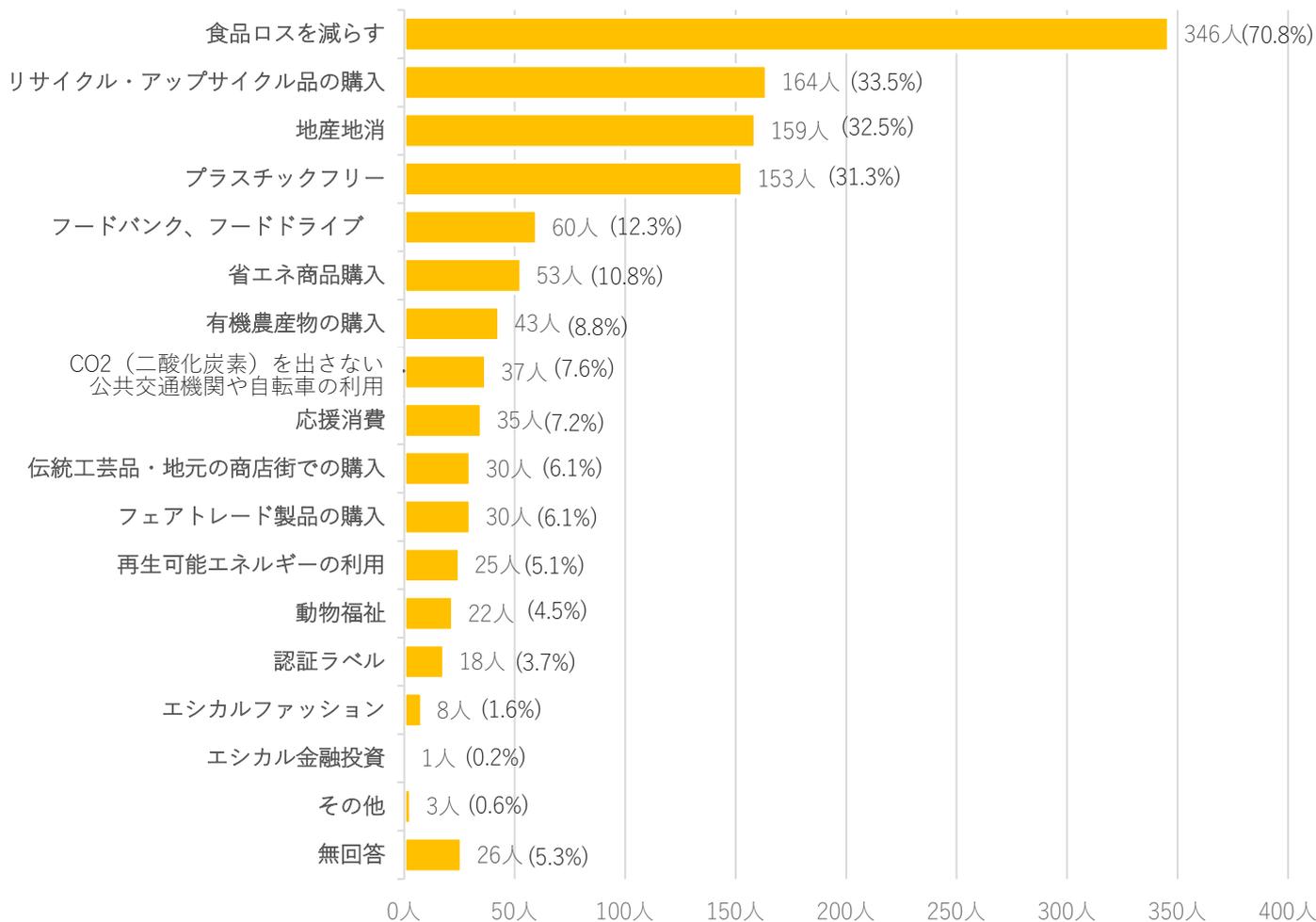
6. エシカル消費につながる行動として、今後、特に行動したり心掛けたりしたいことに○をつけてください（3つまで）

(N=489)

項目	人数	割合
食品ロスを減らす	346人	70.8%
リサイクル・アップサイクル品の購入	164人	33.5%
地産地消	159人	32.5%
プラスチックフリー	153人	31.3%
フードバンク、フードドライブ	60人	12.3%
省エネ商品購入	53人	10.8%
有機農産物の購入	43人	8.8%
CO2（二酸化炭素）を出さない公共交通機関や自転車の利用	37人	7.6%
応援消費	35人	7.2%
伝統工芸品・地元の商店街での購入	30人	6.1%
フェアトレード製品の購入	30人	6.1%
再生可能エネルギーの利用	25人	5.1%
動物福祉	22人	4.5%
認証ラベル	18人	3.7%
エシカルファッション	8人	1.6%
エシカル金融投資	1人	0.2%
その他	3人	0.6%
無回答	26人	5.3%

※「無効」を除いた有効回答数で計算

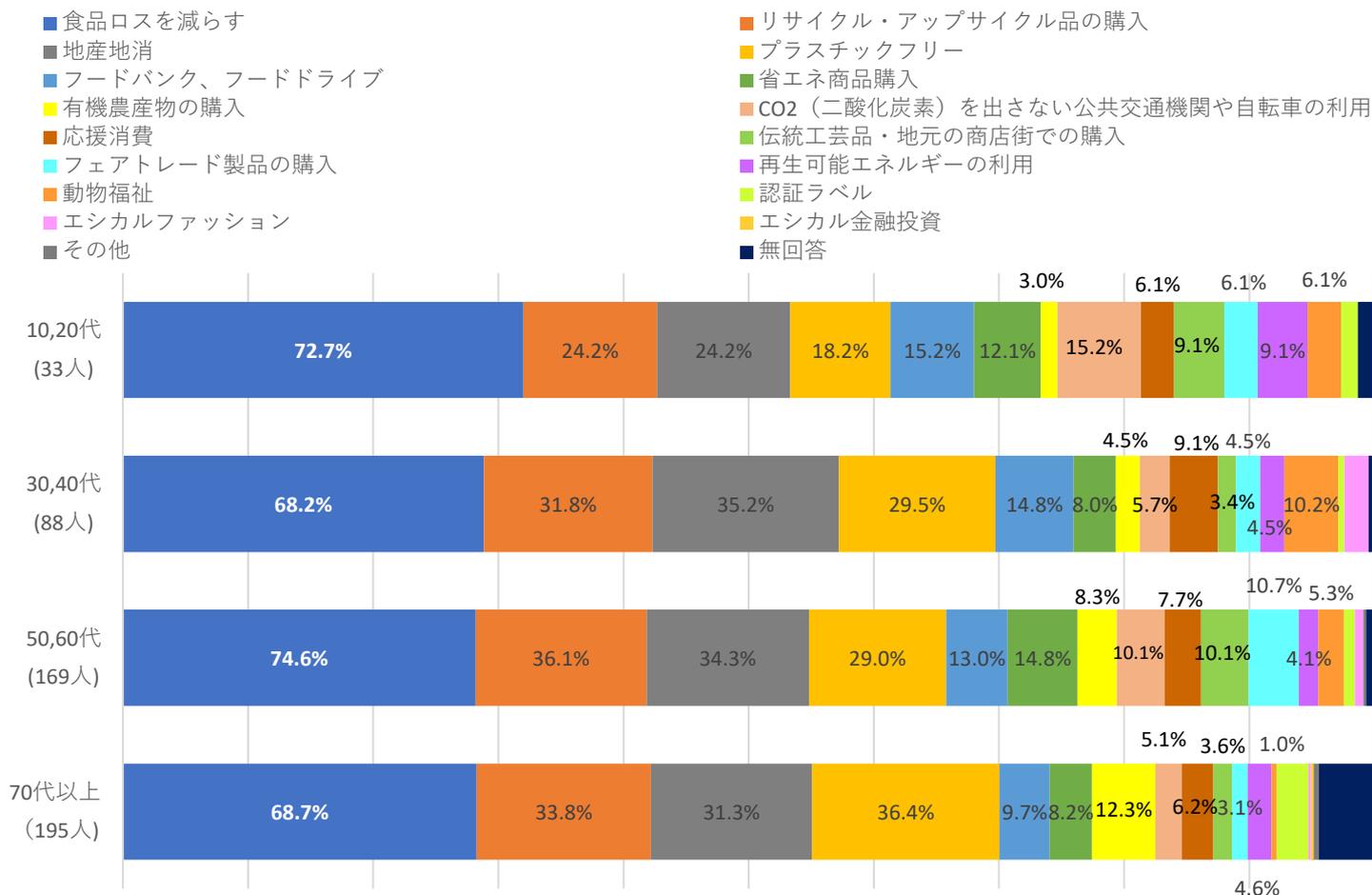
エシカル消費につながる行動として、今後、特に行動したり心掛けたりしたいこと



【その他の主な記述】

- ・買い控え
- ・中古品の購入

【年代別割合】



「食品ロスを減らす」が70.8%（問4同様）と最も多く、次いで3割を超えたのが「リサイクル・アップサイクル」33.5%、「地産地消」32.5%、「プラスチックフリー」31.3%となった。

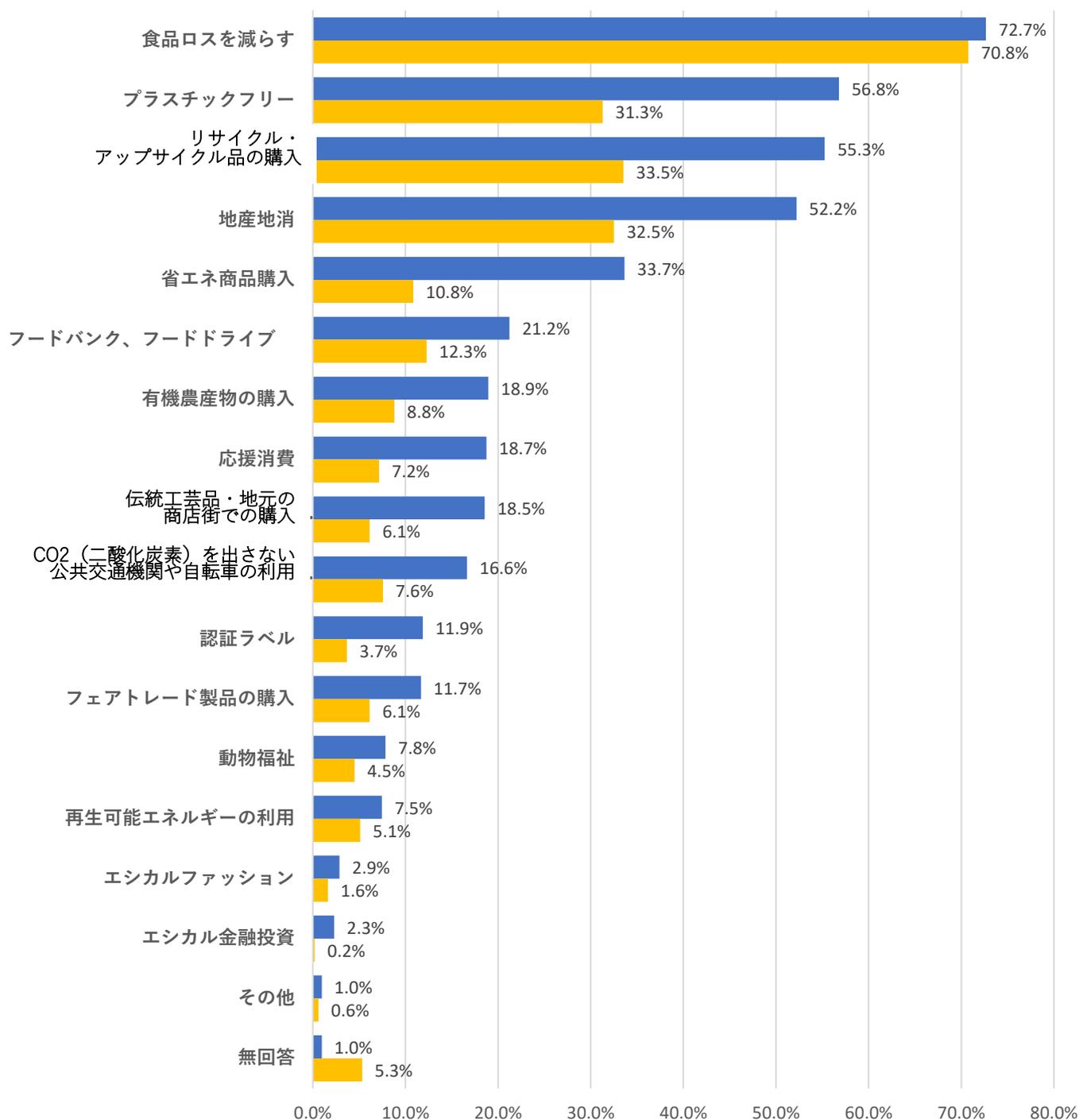
最も少なかったのが「エシカル金融投資」0.2%となった。

年代別では30,40代の「地産地消」が35.2%と他年代より高い割合で、年代別2位となっている。

10代～40代までの若年層は「フードバンク・フードドライブ」への関心が他の年代よりも高い。70代以上では「プラスチックフリー」が他年代より高く、年代別2位となっている。

問4、問6の比較

- 問4 エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていること
- 問6 エシカル消費につながる行動として、今後、特に行動したり心掛けたりしたいこと



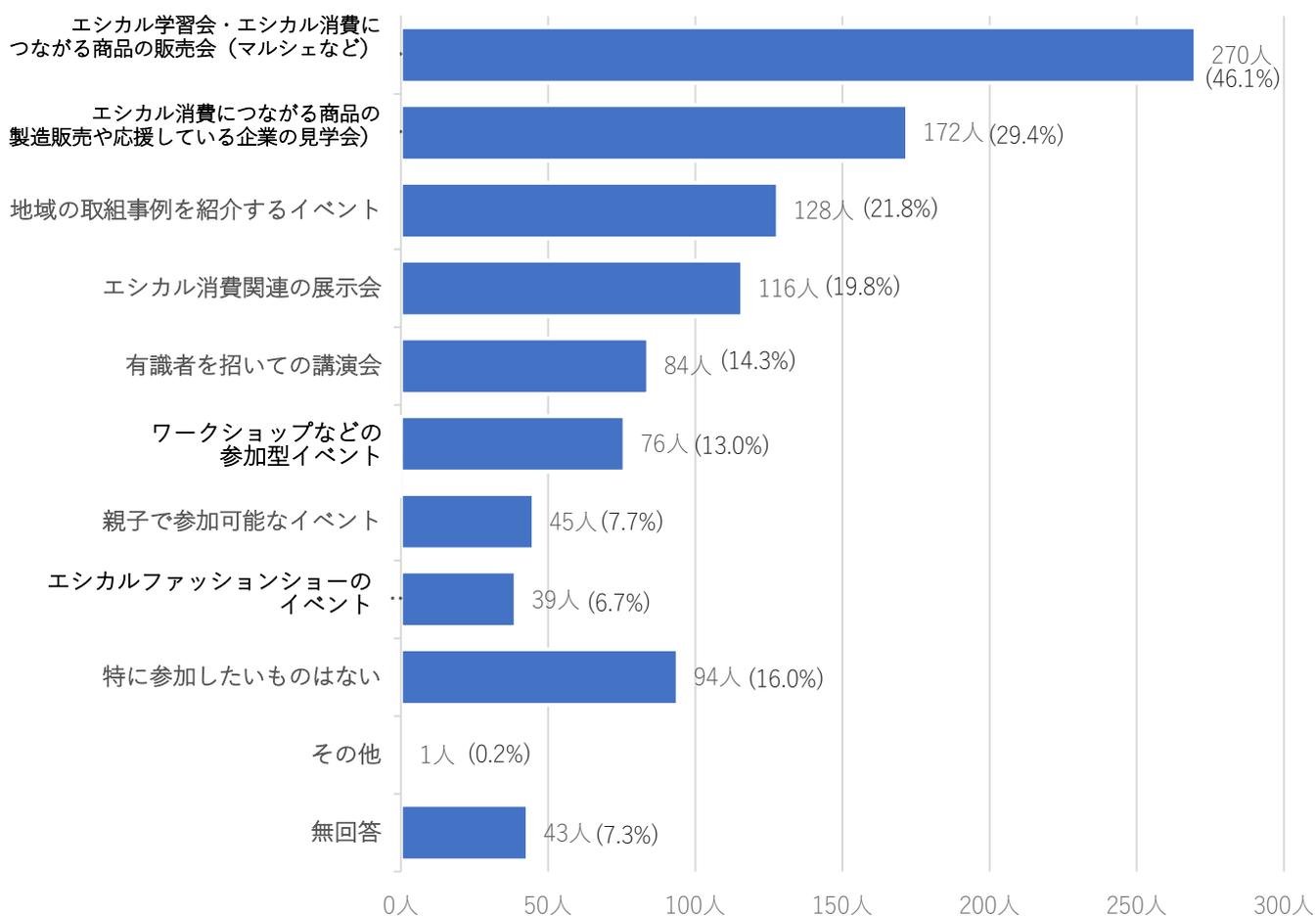
「4. 実際に行動したり心がけていること」「6. 今後、特に心がけたいこと」のいずれも「食品ロスを減らす」が最も多く、関心の高さがうかがえる。

7. 今後、エシカル消費に取り組む上で、機会があれば参加してみたいものは何ですか（複数回答可）

(N=586)

項目	人数	割合
エシカル学習会・エシカル消費につながる商品の販売会（マルシェなど）	270人	46.1%
エシカル消費につながる商品の製造販売や応援している企業の見学会	172人	29.4%
地域の取組事例を紹介するイベント	128人	21.8%
エシカル消費関連の展示会	116人	19.8%
有識者を招いての講演会	84人	14.3%
ワークショップなどの参加型イベント	76人	13.0%
親子で参加可能なイベント	45人	7.7%
エシカルファッションショーのイベント	39人	6.7%
特に参加したいものはない	94人	16.0%
その他	1人	0.2%
無回答	43人	7.3%

今後、エシカル消費に取り組む上で、機会があれば参加してみたいものは何ですか

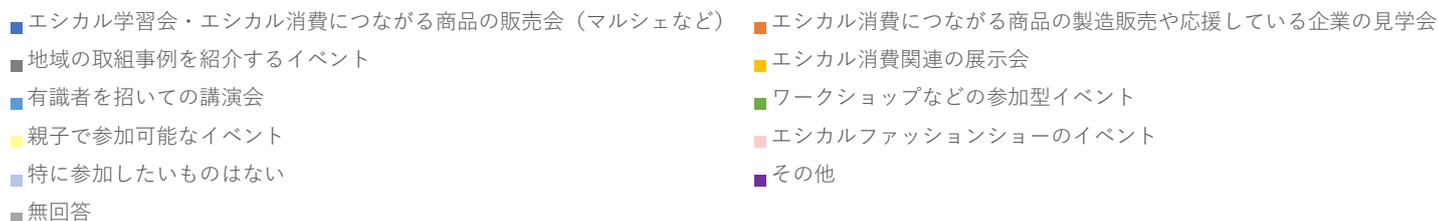


【その他の主な記述】

- ・ エシカル消費自体意味が理解出来ていないので、回答のしようがありません。かみ砕いた説明があればよかった
- ・ ”論理的消費”等言われても理解に苦しむ
- ・ 夫婦で参加可能なイベント
- ・ コンポスのキエーロ考案者松本さんの講座開催で釧路町でもコンポストを普及しゴミを減らし二酸化炭素の排出を防いで欲しい

【年代別割合】

今後、エシカル消費を取り組む上で、機会があれば参加してみたいものは何ですか



全体では「エシカル学習会・エシカル消費につながる商品の販売会（マルシェなど）」が46.1%と最も多く、次いで「エシカル消費につながる商品の製造販売や応援している企業の見学会」29.4%、「地域の取組事例を紹介するイベント」21.8%と続く。

最も少ないのが「エシカルファッションショーのイベント」6.7%となった。

年代別では、「エシカル学習会・エシカル消費につながる商品の販売会（マルシェなど）」が、どの年代も最も多かった。

子育て世代の30,40代は「親子で参加可能なイベント」が27.0%となり、「エシカル学習会・エシカル消費につながる商品の販売会（マルシェなど）」に次いだ割合となった。

なお、10,20代の「特に参加したいものはない」が27.0%と高い割合で、年代別では2位となった。

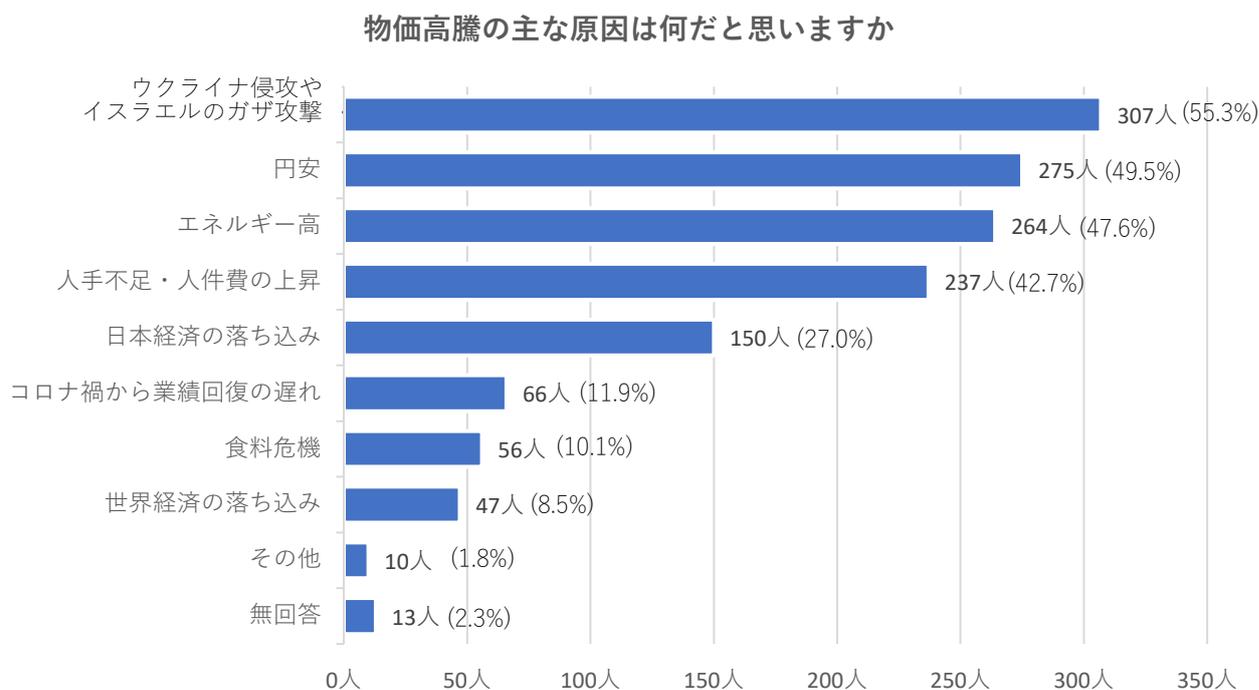
【物価高騰】

1. 物価高騰の主な原因は何だと思いますか(3つまで)

(N=555)

項目	人数	割合
ウクライナ侵攻やイスラエルのガザ攻撃	307人	55.3%
円安	275人	49.5%
エネルギー高	264人	47.6%
人手不足・人件費の上昇	237人	42.7%
日本経済の落ち込み	150人	27.0%
コロナ禍から業績回復の遅れ	66人	11.9%
食料危機	56人	10.1%
世界経済の落ち込み	47人	8.5%
その他	10人	1.8%
無回答	13人	2.3%

※「無効」を除いた有効回答数で計算

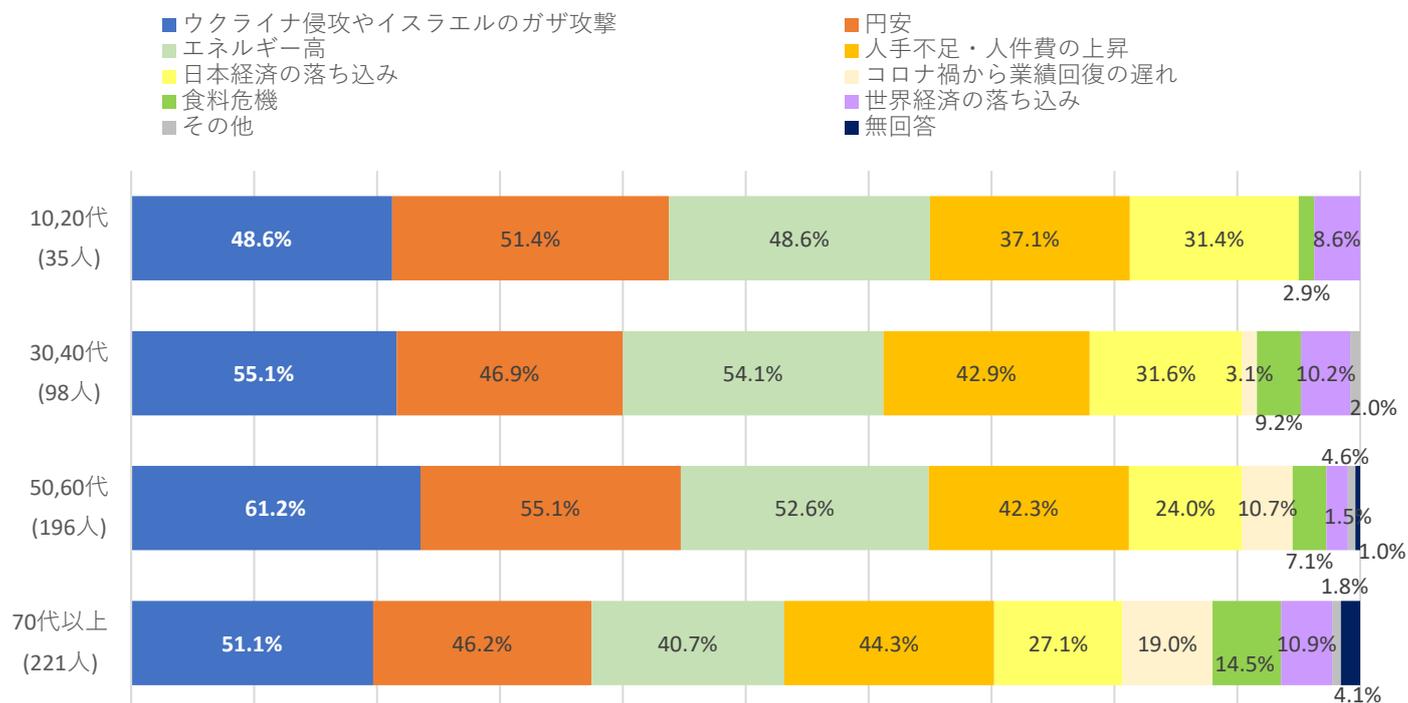


【その他の主な記述】

- ・気候変動・温暖化（4件）
- ・1～8全部（2件）
- ・政治の力不足（2件）
- ・賃金が低い。年金額の低迷
- ・世界のインフレ

【年代別割合】

物価高騰の主な原因は何だと思いますか？



※各項目を選択した割合＝年代別

全体では昨年同様「ウクライナ侵攻」が最も多く 55.3%（昨年度 65.4%）、次いで「円安」49.5%（昨年度 50.5%）、「エネルギー高」47.6%（昨年度 46.4%）となった。

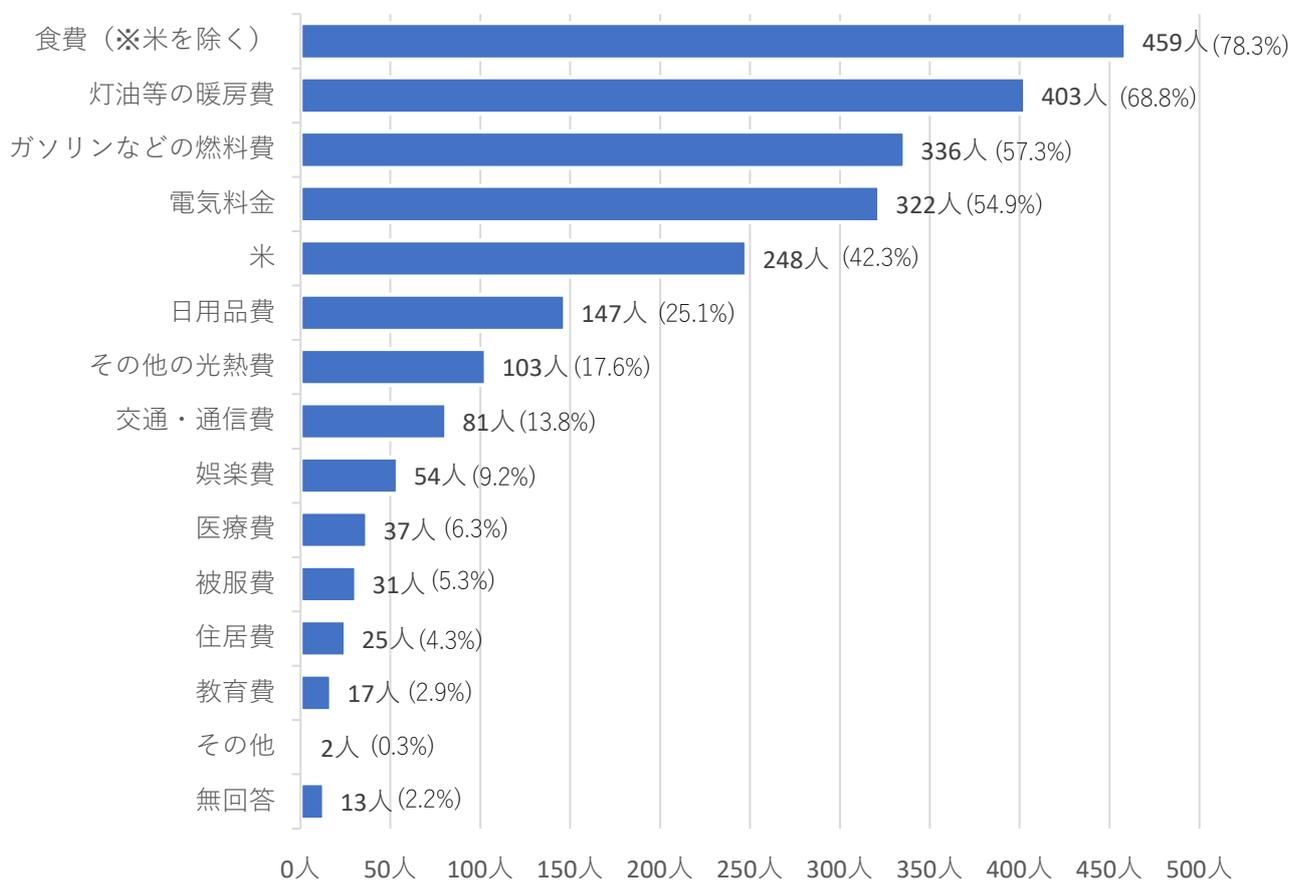
年代別で大きな違いはないが、「コロナから業績回復の遅れ」が 10,20 代ではゼロなのに対し、70 代以上では 19.0%と年代が高くなるほど割合も高い。

2. 物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか(複数回答可)

(N=586)

項目	人	割合
食費（※米を除く）	459人	78.3%
灯油等の暖房費	403人	68.8%
ガソリンなどの燃料費	336人	57.3%
電気料金	322人	54.9%
米	248人	42.3%
日用品費	147人	25.1%
その他の光熱費	103人	17.6%
交通・通信費	81人	13.8%
娯楽費	54人	9.2%
医療費	37人	6.3%
被服費	31人	5.3%
住居費	25人	4.3%
教育費	17人	2.9%
その他	2人	0.3%
無回答	13人	2.2%

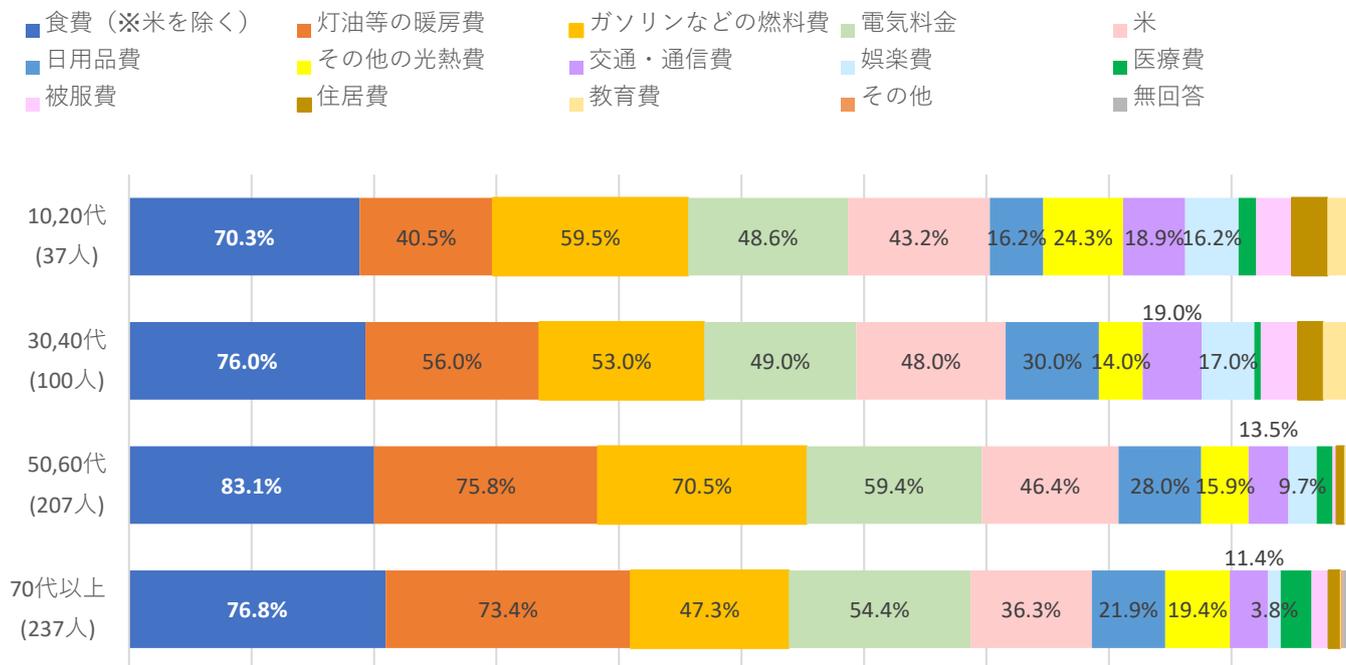
物価高騰の痛手は、家計の特にどの分野で響いていますか



【その他の主な記述】

- ・時給が上がらないので生きていくのに必死！
- ・介護費用

【年代別割合】



※各項目を選択した割合 = 年代別

全体の「食費（※米を除く）」が78.3%（昨年度比-0.9ポイント）で最も多く、次いで「灯油等の暖房費」68.8%（昨年度比-9.4ポイント）、1位2位は昨年と変わらないが、「ガソリンなどの燃料費」57.3%（昨年度比-11.4ポイント）、「電気料金」54.9%（昨年度比-14.7ポイント）と昨年の3位と4位が入り替わっている。5位には新たな項目の「米」が42.3%となった。

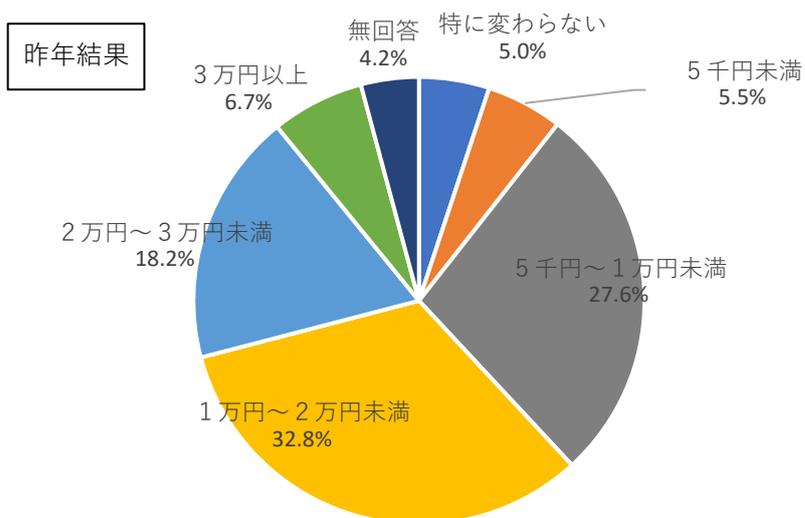
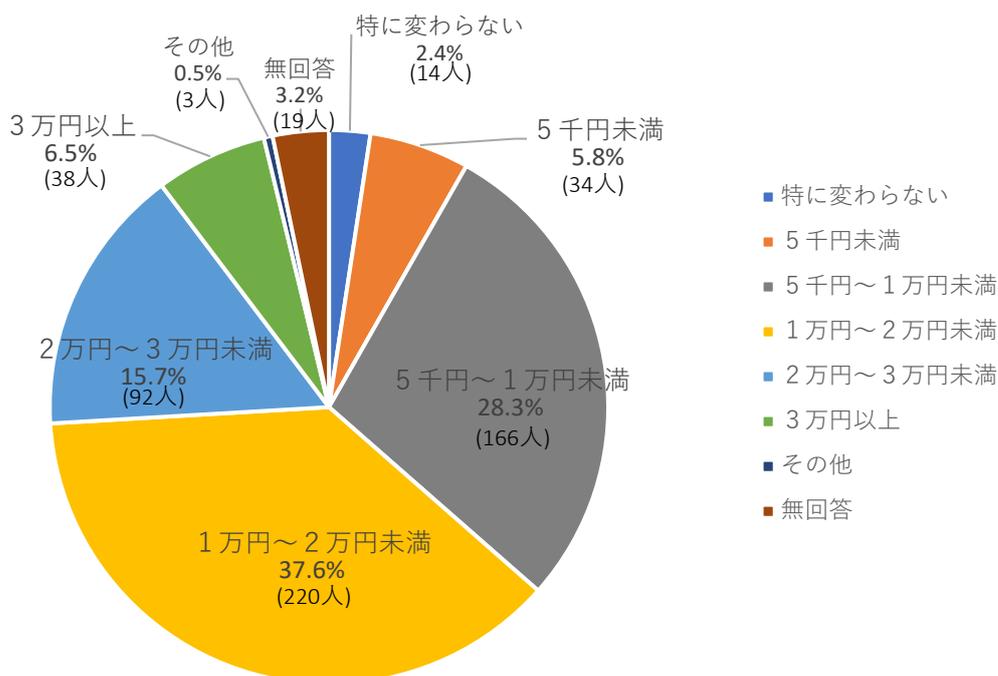
年代別では「灯油等の暖房費」が10,20代の40.5%に対し、30,40代56.0%、50,60代75.8%、70代以上では73.4%と年代が高くなるほど割合は高い。

3. 家計負担は前年比で月額どのくらい増えている実感ですか(1つだけ)

(N=586)

特に変わらない	5千円未満	5千円～1万円未満	1万円～2万円未満	2万円～3万円未満	3万円以上	その他	無回答
14人	34人	166人	220人	92人	38人	3人	19人

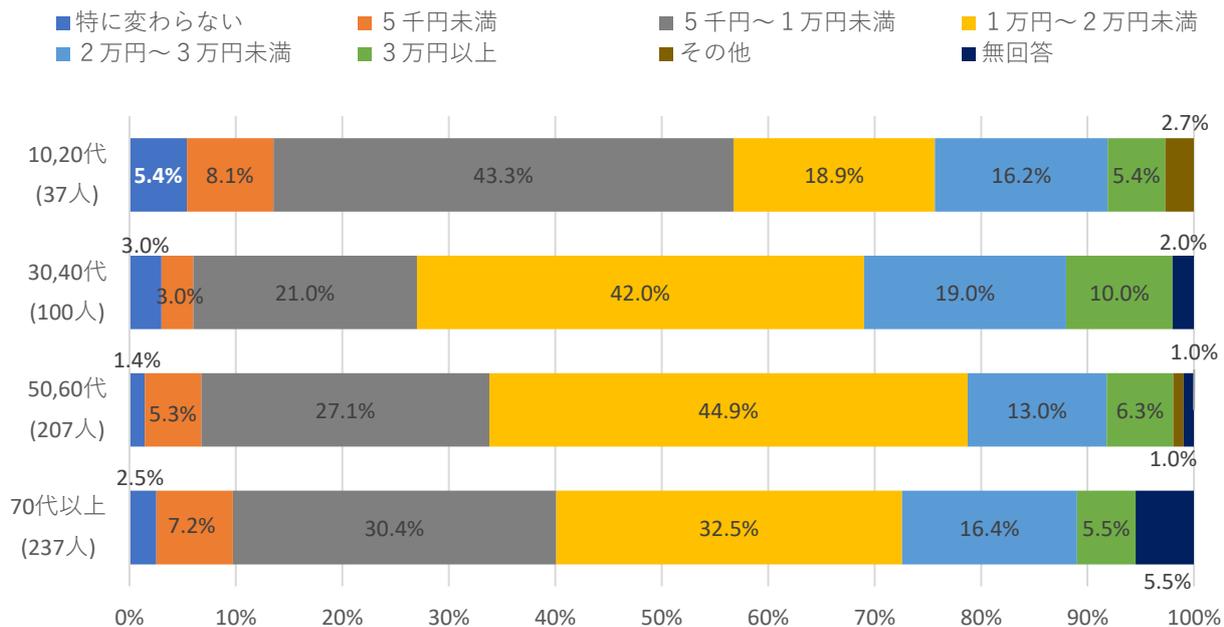
家計負担は前年比で月額どのくらい増えている実感ですか



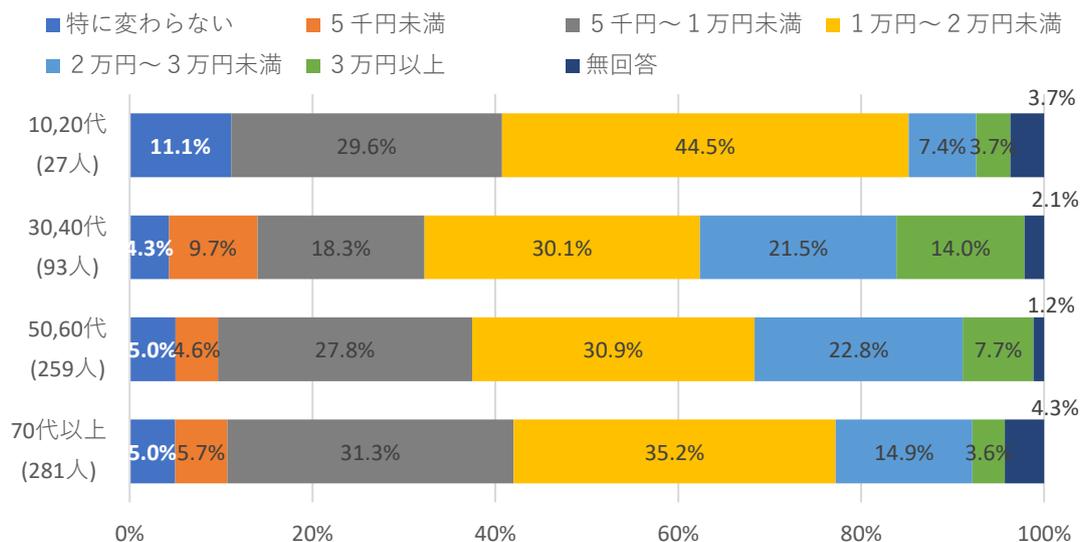
【その他の主な記述】

- ・どこかで負担が増えたら他で我慢するので全体には変わらない
- ・これから(冬期)は、灯油代、電気代、でかなり増となる
- ・わからない(3件)

【年代別割合】



昨年結果



全体では「1万円～2万円未満」が37.6%と最も多く、次いで「5千円～1万円未満」28.3%、「2万円～3万円未満」15.7%となり、昨年と同じ順位になった。

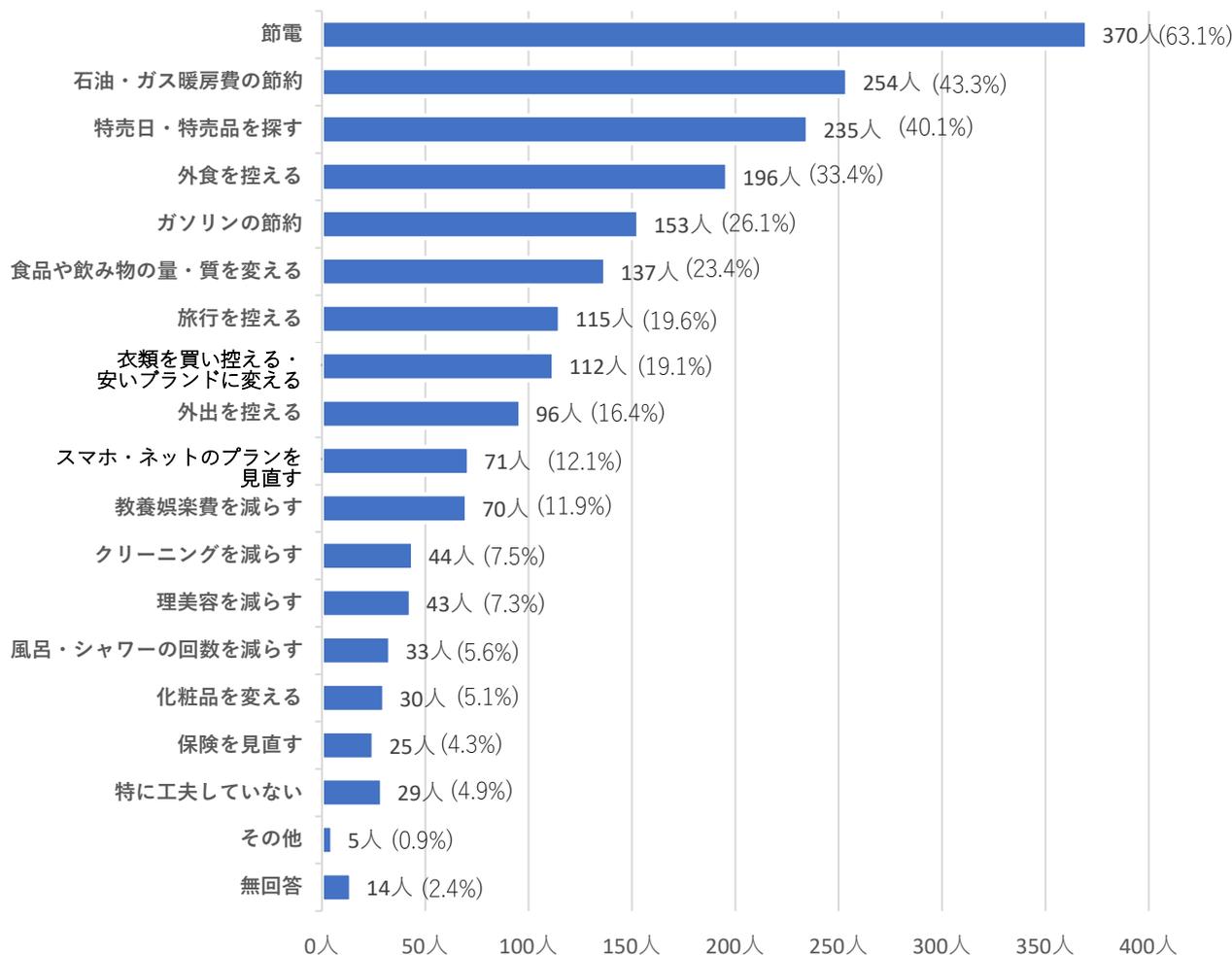
年代別では10,20代が「5千円～1万円未満」の43.3%が最も多かったのに対し、他年代では「1万円～2万円」が最も多かった。

4. 物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか（複数回答可）

(N=586)

項目	人	割合
節電	370人	63.1%
石油・ガス暖房費の節約	254人	43.3%
特売日・特売品を探す	235人	40.1%
外食を控える	196人	33.4%
ガソリンの節約	153人	26.1%
食品や飲み物の量・質を変える	137人	23.4%
旅行を控える	115人	19.6%
衣類を買い控える・安いブランドに変える	112人	19.1%
外出を控える	96人	16.4%
スマホ・ネットのプランを見直す	71人	12.1%
教養娯楽費を減らす	70人	11.9%
クリーニングを減らす	44人	7.5%
理美容を減らす	43人	7.3%
風呂・シャワーの回数を減らす	33人	5.6%
化粧品を変える	30人	5.1%
保険を見直す	25人	4.3%
特に工夫していない	29人	4.9%
その他	5人	0.9%
無回答	14人	2.4%

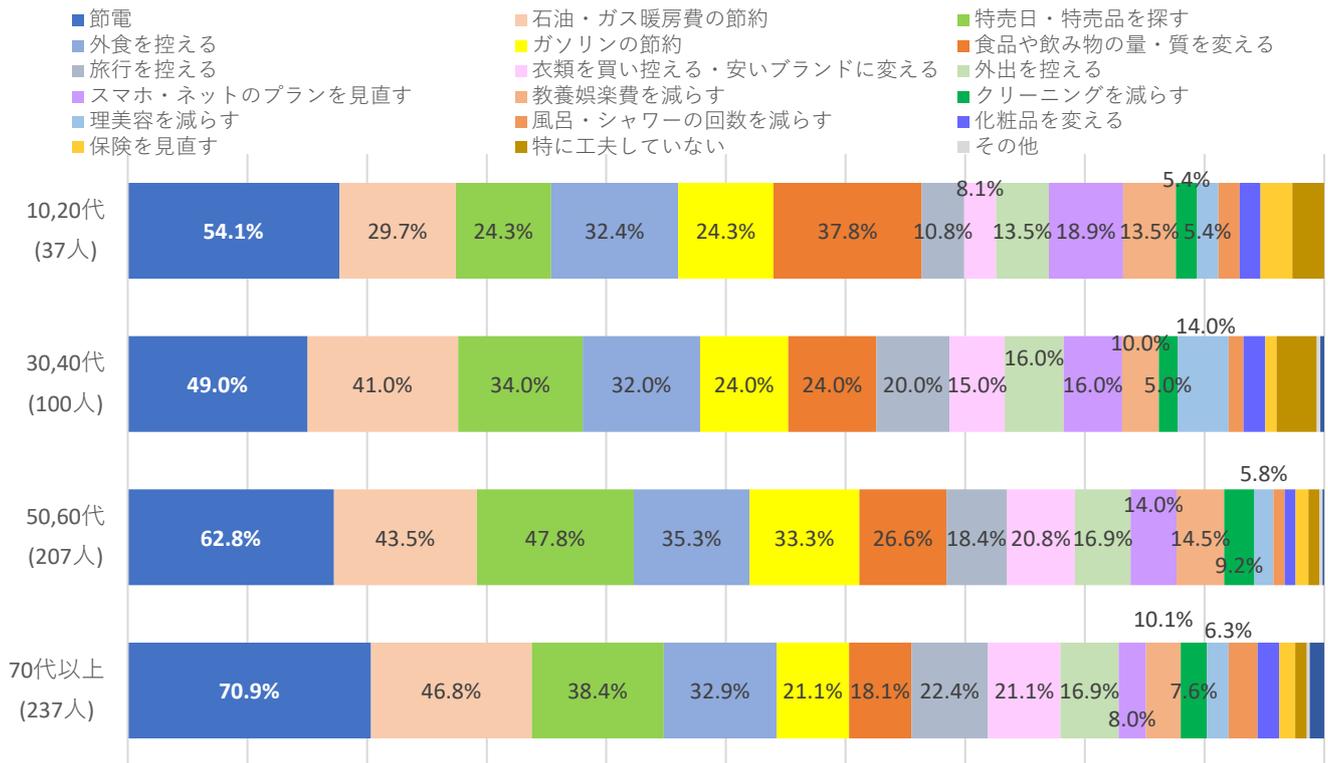
物価高騰から暮らしを守るため工夫していることはありますか



【その他の主な記述】

- ・メルカリの利用
- ・収入を増やす
- ・工夫のしようがない
- ・全て節約
- ・経済性を重視して暮らしているのでこれ以上の節約は難しいところがある

【年代別割合】



※各項目を選択した割合 = 年代別

全体では「節電」が63.1%と昨年同様最も多く、次いで「石油・ガス暖房費の節約」43.3%、「特売日・特売品を探す」40.1%、と続く。

年代別では、「石油・ガス暖房費の節約」が10,20代では29.7%に対し、70代以上では46.8%と年代が高くなるほど割合が高い。

「食品や飲み物の量・質を変える」では、10,20代が37.8%に対し、70代以上では18.1%と年代が低くなるほど割合が高い。

教育費の支出が多くなる50代を含む50,60代は「特売日・特売品を探す」が47.8%と5割近くになり、年代別では2位となった

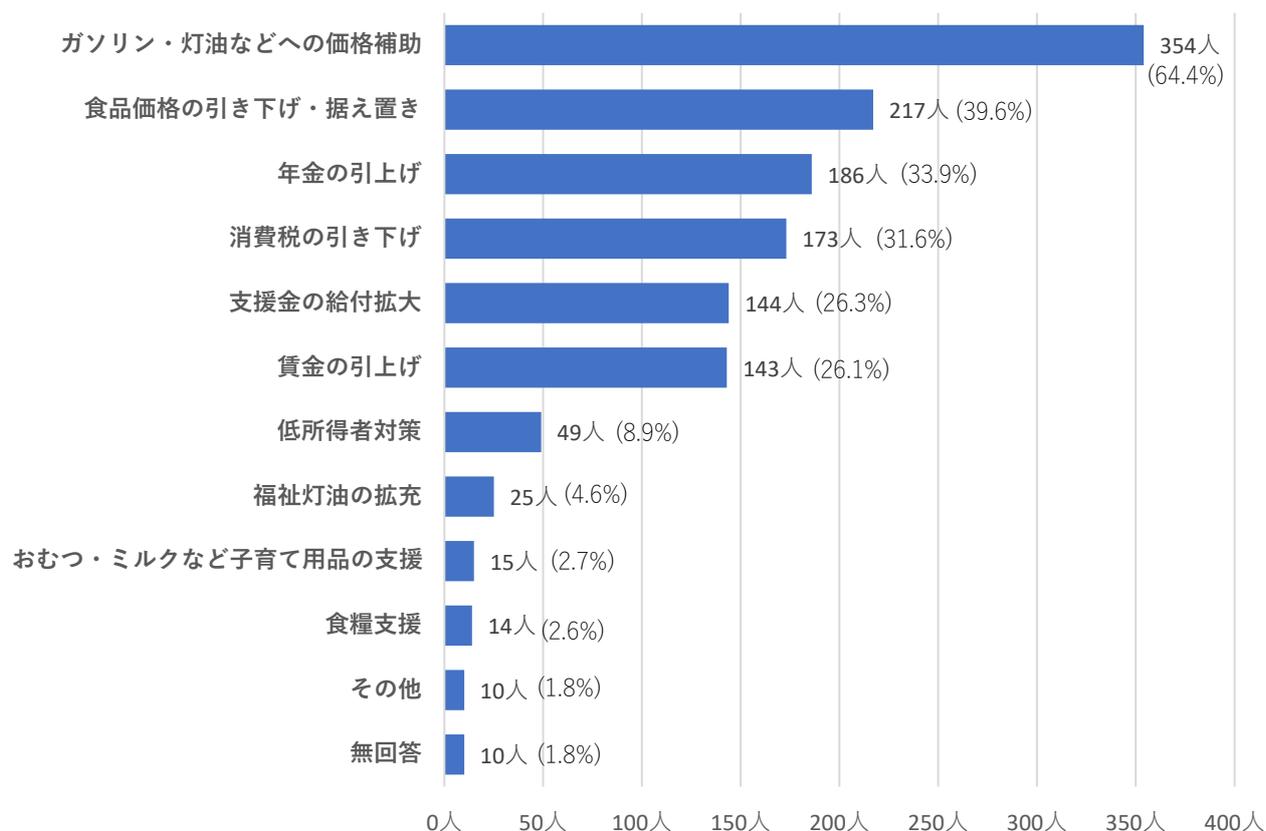
5. 暮らしの支援として国や道に何を望みますか（3つまで）

(N=548)

項目	人	割合
ガソリン・灯油などへの価格補助	354人	64.6%
食品価格の引き下げ・据え置き	217人	39.6%
年金の引上げ	186人	33.9%
消費税の引き下げ	173人	31.6%
支援金の給付拡大	144人	26.3%
賃金の引上げ	143人	26.1%
低所得者対策	49人	8.9%
福祉灯油の拡充	25人	4.6%
おむつ・ミルクなど子育て用品の支援	15人	2.7%
食糧支援	14人	2.6%
その他	10人	1.8%
無回答	10人	1.8%

※「無効」を除いた有効回答数で計算

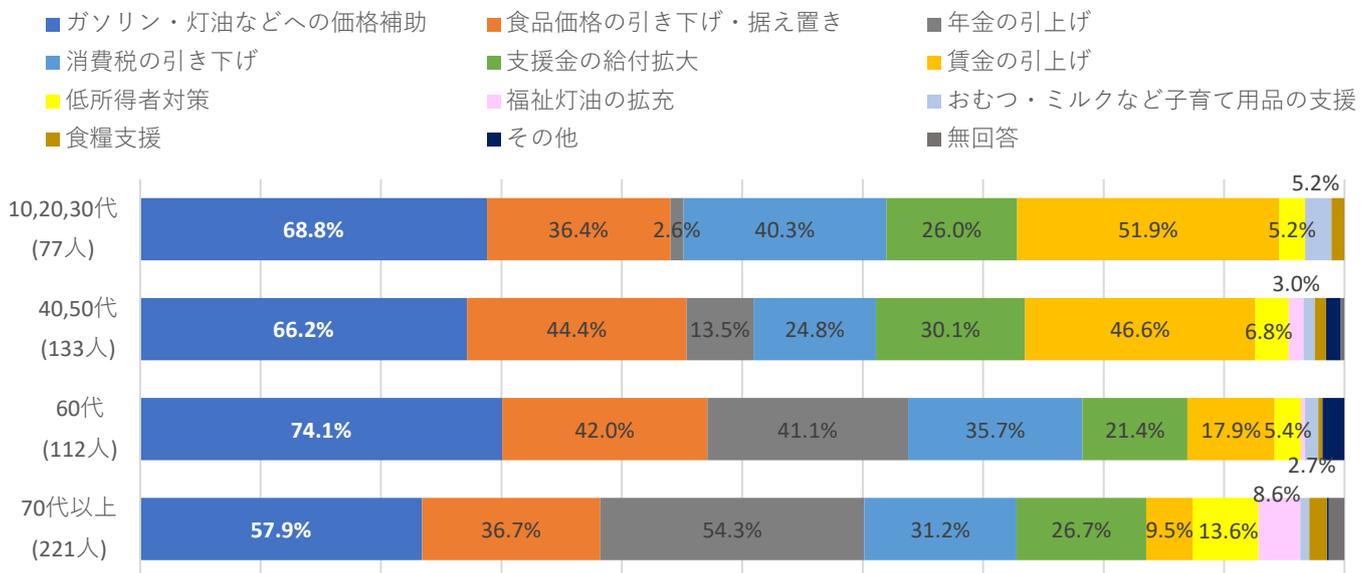
暮らしの支援として国や道に何を望みますか



【その他の主な記述】

- ・低所得者に限らず皆に補助対策を講じてほしい
- ・働いている世代の医療費の補助
- ・扶養控除の改正
- ・働いた分、収入が得られている実感、子育て等、手当で補填しすぎていると思う
- ・消費税廃止 or 減率
- ・ガソリン税廃止・見直し（2件）
- ・教育費（大学授業料の引き下げ）
- ・賃金上げて目くらまして、税金とおつもりでよろしいのでは？
- ・政府にいろいろ支援策を希望してもその分の付けが後に回るのであれば、それはそれで困るから難しいところ

【年代別割合】



※各項目を選択した割合 = 年代別

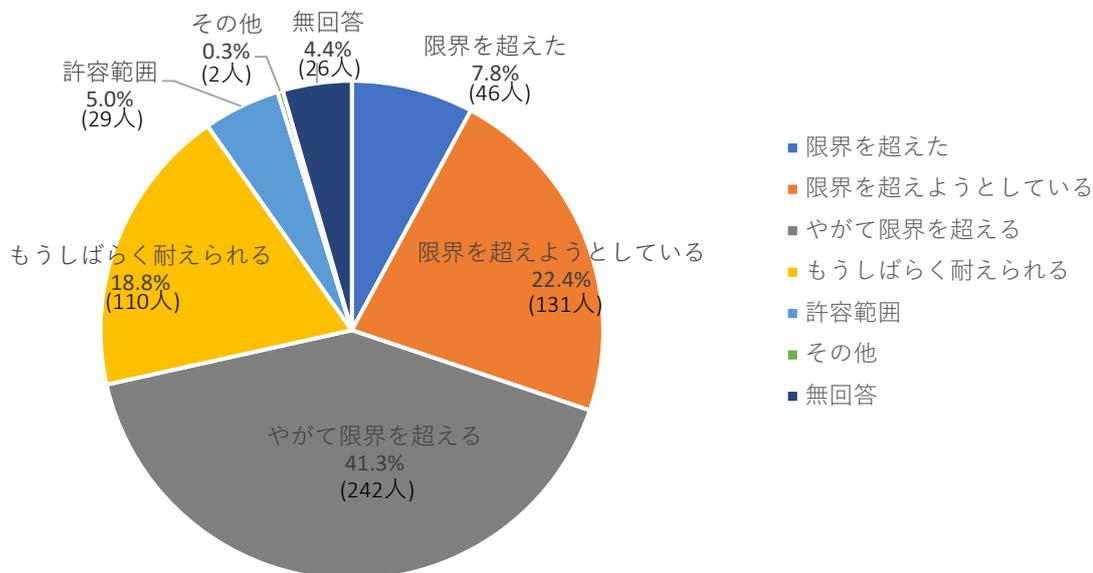
全体では「ガソリン・灯油などへの補助制度の拡大」が64.6%で最も多く、次いで「食品価格の引き下げ・据え置き」39.6%、「年金の引上げ」33.9%と続き、3位までは昨年の順位と同じになった。
 4位「消費税の引き下げ31.6%」（前回5位）、5位「支援金の給付拡大26.3%」（前回6位）、6位「賃金の引上げ26.1%」（前回4位）と4~6位は順位の入れ替えがあった。
 年代別では10,20,30代が「年金の引上げ」が2.6%（年代別8位）、30,40代13.5%（年代別6位）、50,60代41.1%（年代別3位）、70代以上54.3%（年代別2位）と年代が高くなるほど割合が高い。
 生産年齢（15歳～64歳）においては「賃金の引上げ」の割合が高い。

6. 物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう(1つだけ)

(N=586)

限界を超えた	限界を超えようとしている	やがて限界を超える	もうしばらく耐えられる	許容範囲	その他	無回答
46人	131人	242人	110人	29人	2人	26人

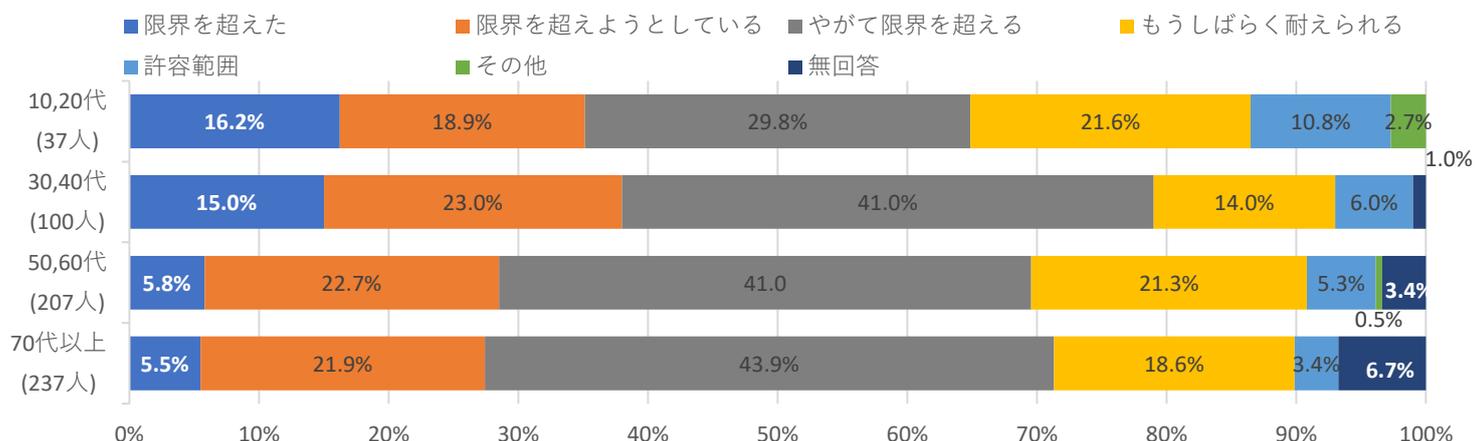
物価高騰による家計への痛みを表現すると次のどれでしょう



【その他の主な記述】

- ・希望の持ちにくい未来
- ・わからない

【年代別割合】



※各項目を選択した割合 = 年代別

全体では「限界を超えようとしている」「やがて限界を超える」を合わせると63.7%となった。
 年代別では「やがて限界を超える」の割合は10,20代が29.8%に対し、70代以上では43.9%と年代が高くなるほど多い。
 30,40代の「限界を超えた」が15.0%(昨年比+2.1ポイント)に加え、若年者層の10,20代では16.2%と、昨年度比が7.2ポイント増加している。

【まとめ】

■エシカル消費

地域の活性化や雇用などを含む、人や社会・環境に配慮した課題を消費行動から解決する「倫理的消費（エシカル消費）」の普及が全国的に進んでいます。そこで、どの程度、道民の暮らしに「エシカル消費」が浸透し、影響しているかを調査しました。

調査の結果、エシカル消費という言葉を知っている割合は「意味まで知っている」「だいたい知っている」と答えたのは44.4%で、4割強の人たちが知っていましたが、10代～20代では18.9%と少ないことが分かりました。また、協会の57.8%が言葉を知っていたのに対し、非会員は27.6%と差があり、若者や一般の方々には「エシカル消費」という言葉にまだ馴染みがないことが分かりました。

エシカル消費に「関心があるか」の問いには、「とても関心を持っている」と「まあまあ関心がある」を合わせると69.8%で、約7割の人たちが関心を示しました。一方で、10代～20代の若者では、エシカル消費に「全く関心がない」が10.8%と、その他の年代と比べると突出して関心がないことがわかりました。

実際に「エシカル消費につながる行動を実践しているか」では、「よく実践している」「まあまあ実践している」と答えた人は全体で50.2%となり、約半数の人が実践していることが分かりました。一方で、30代～40代では「全くしていない」「あまりしていない」を合わせると57%と6割弱が実践しておらず、10代～20代では「全くしていない」「あまりしていない」を合わせると75.7%と7割強となり、若年層はほぼ実践しておらず、よく実践しているのは50代以上であることが分かりました。

また、エシカル消費につながる行動のうち、実際に行動したり心掛けたりしていることには「食品ロスを減らす」があり、今後、特に行動したり心掛けたりしたいことについても「食品ロスを減らす」がどの年代でも上位となり、食品ロスへの関心が強いことが分かりました。その後続く「省エネ商品購入」等の項目は約3割以下となり、過去に消費者運動として重視してきた項目との差がひらく結果となりました。子育て世代の30代～40代においては「地産地消」が35.2%と3割強を占めたほか、10代～40代までの若年層は「フードバンク・フードドライブ」への関心が他の年代よりも高く、高齢者層の70代以上は他の年代に比べて「プラスチックフリー」が多いことが分かりました。

今後、エシカル消費に取り組む上で、機会があれば参加してみたいことは「エシカル学習会・エシカル商品の販売会」が46.1%となったほか、「エシカル商品を製造している企業の見学会」も29.4%と上位を占める結果となりました。また、30代～40代の子育て世代は「親子で参加可能なイベント」も27%と約3割近くを占め、親子の学びに関心があることが分かりました。

今回の調査結果から見えることは、道民においては、「エシカル消費」という言葉自体がまだまだ普及していないことや、10代～20代においては関心が薄いことがわかり、さらなる啓発が必要と感じました。今後の啓発方法については、セミナー・商品販売・見学会が有効であることがわかり、その年代に応じたテーマ設定を検討することも有効であることが分かりました。

■物価高騰

物価が上昇するなか、その主な要因として「ウクライナ侵攻」を挙げる人が 55.3%と依然として多く、次いで「円安」49.5%、「エネルギー高」46.4%と続きました。

物価高騰の影響は、昨年と同様に「食費（米を除く）」78.3%、「灯油等の暖房費」68.8%、「ガソリンなどの燃料費」57.3%、「電気料金」54.9%が最も大きいです。昨年は「日用品費」が 34.7%と一昨年よりも 2 倍に増加しましたが、今年度はどの項目も昨年度より低い割合となりました。

今回、新たに項目に追加した「米」は 42.3%と約 4 割の人が影響を感じていることがわかりました。

前年に比べた家計負担については、「1 万円～2 万円未満」が 37.6%と最も多く、昨年に比べて 5.2 ポイント上昇しました。

10 代～20 代では、昨年は「1 万円～2 万円未満」が 44.5%と最も多かったです。今年度は「5 千円～1 万円未満」の 43.3%が最も多くなっています。このことについては、コロナ禍からの業況の回復によりバイトなどの収入源が増加した可能性も考えられます。一方で、昨年は 30 代～60 代の消費支出の多い年代では「1 万円～2 万円未満」が 30%弱でしたが、今年度は 40%を超えて、最も多い 50 代～60 代では 44.9%となっており、北海道は灯油価格の上昇が続いている他、電気代の上昇、物価の上昇と複合的な要因が重なり、賃上げがその上昇率を上回ることができず、家計負担を実感している世帯が増加したことが背景にあると考えられます。

くらしを守るための工夫として、節電が昨年同様に 63.1%と最も多く、約 6 割の人が依然として電気料金の節約に重きを置いていることがわかりました。また、教育費の支出が多くなる 50 代～60 代では「特売日・特売品を探す」が 47.8%と 5 割近くになり、年代別では 2 位となり、特売日等を意識していることがわかりました。

くらしの支援としては、「ガソリン・灯油などへの価格補助」が 64.4%と昨年度に比べて 13.2 ポイント上昇しており、補助の拡大を求める声が 6 割を超えていることがわかり、引き続きエネルギー価格に対する継続的な対策が求められています。

家計への影響として、「やがて限界を超える」が 41.3%と最も多く、昨年度に比べて 0.9 ポイント上昇し「限界を超えた」は 7.8%で昨年度比 0.8 ポイント上昇しています。特に 30 代～40 代の「限界を超えた」が 15.0%（昨年度比+2.1 ポイント）に加え、若年層の 10 代～20 代では 16.2%と昨年度比 7.2 ポイント上昇しています。「限界を超えた」7.8%、「限界を超えようとしている」22.4%、「やがて限界を超える」41.3%を含めると依然として約 7 割が、家計への痛みが非常に大きいことがわかりました。

昨年は国や道に、物価高騰対策を求める意見書の提出などをしてまいりました。今後も、引き続き緩和対策などの継続・拡大を求めて声を上げ続けていくことが必要だと感じました。