



自主調査

消費マインド(食)に関する調査

2025年05月実施

株式会社 プリミティブ・ドライブ

問い合わせ先

株式会社プリミティブ・ドライブ リサーチ事業部 (担当：佐伯)

TEL : 092-735-1077 E-MAIL : info@primitive-drive.co.jp

I . 調査概要

調査背景

コロナ後のライフスタイルの変化や近年の物価上昇は、生活者の消費マインドにどのように影響しているのだろうか。最も身近な生活テーマである「食」にフォーカスしてみることにする。

調査目的

物価上昇の中、生活者は「何を節約し、あるいは何を削れず、どんな工夫をしているのか？」について、性別・年代・地域別に集計・分析し、食における消費マインドの変化や違いを明らかにすることを目的とする。

設問一覧

- Q1. 最近の物価高の影響で、「減らすようになった／控えるようになった」支出があれば教えてください。(MA)
- Q2. 最近の物価高の状況において、“どうしても削れない”食品を最大3つまでお選びください。
- Q3. あなたが実際に行っている食費の節約方法を教えてください。(MA)
- Q4. カレーライス指数(※)は過去最高値を更新し続け、2025年3月には1食当たり421円となりました。(2024年3月は1食当たり318円) このような状況を受けて、みなさんのご家庭で食べるカレーライスについて変わったことや工夫があればお知らせください。(FA)

※カレーライス指数：帝国データバンクが発表している、カレーライスで使用する原材料や調理にかかる水道光熱費などを独自に試算した指標

調査手法／時期

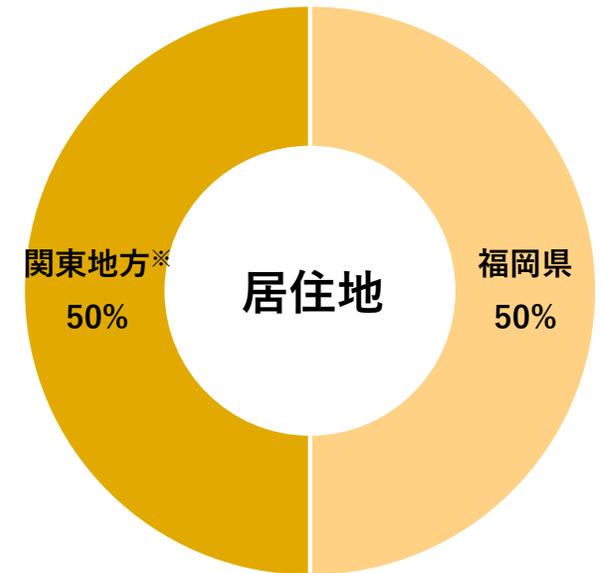
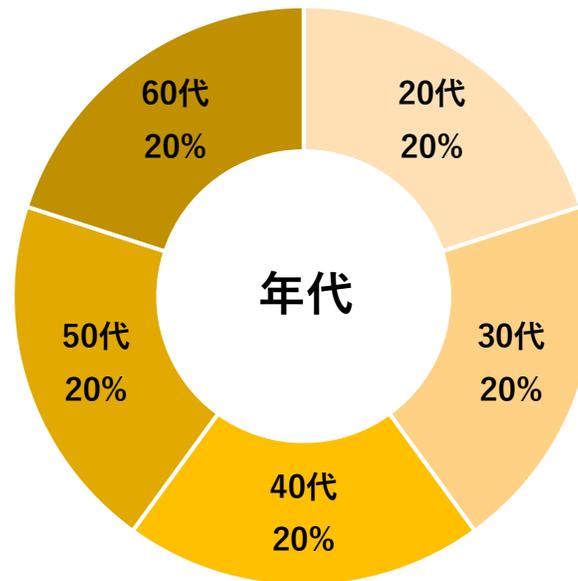
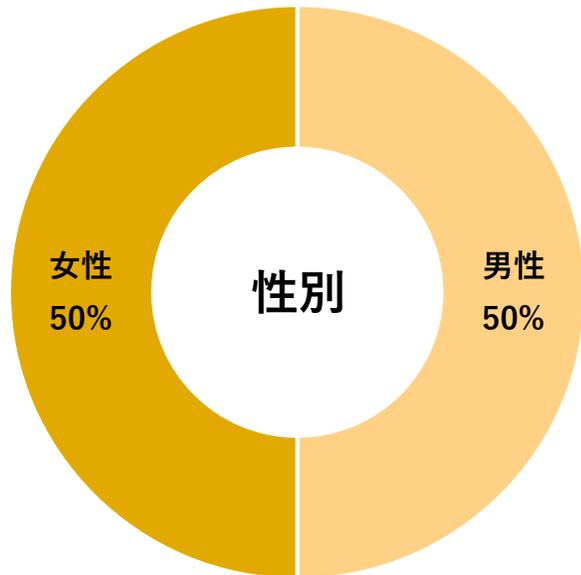
インターネット調査 / 2025年5月12～13日

調査実施主体

株式会社プリミティブ・ドライブ

II. 調査結果【調査対象】

N=800

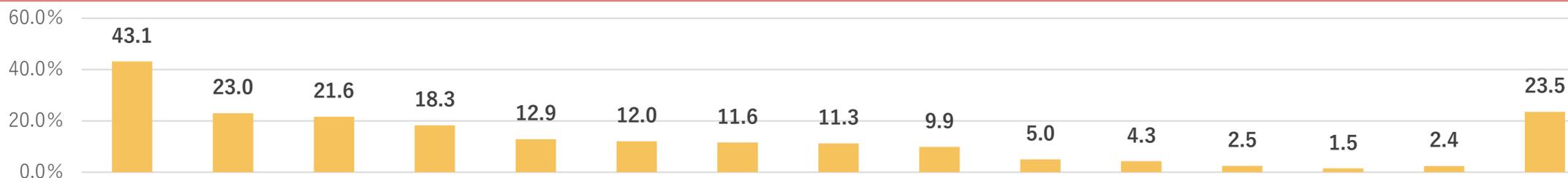


※ 関東地方とは、東京都・茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・神奈川県の一都六県を指す

II. 調査結果【減らす/控えるようになった支出】

Q1. 最近の物価高の影響で、「減らすようになった/控えるようになった」支出があれば教えてください (MA)

- 減らす項目として全体の1位は「食費」(43.1%)で予想通りの結果であった。次いで「雑費」(23.0%)、「電気代」(21.6%)、「教養娯楽費」(18.3%)などが20%前後で続く。一方で「住居費」(1.5%)「教育費」(2.5%)などは低く、減らしようがないといったところだろう。また1/4弱(23.5%)の人は「特に減らす/控えるようになった支出はない」と答えている。
- 男女別を見てみると、「雑費」(男性:20.8%、女性:25.3%)、「電気代」(男性:18.3%、女性:25.0%)、「教養娯楽費」(男性:16.3%、女性:20.3%)、「定期購入品」(男性:6.8%、女性:16.5%)など多くの項目で男性より女性の数値が高く、一方で「減らす・控えるようになった支出は特にない」は男性(26.0%)より女性(21.0%)の方が低い。このことから男性より女性の方が節約重視であり、現実対応能力が高い。
- 年代別では、
 - ・20代は「食費」(35.0%)、「雑費」(13.1%)、「電気代」(17.5%)などの項目で全体結果に比べ低い。つまり減らしたりはしてないということ。
 - ・「教育娯楽費」についてみると、30代=(13.8%)、40代=(24.4%)と世代間で10ポイント近くの差がみられる。
 - ・また40代は「食費」(48.1%)、「雑費」(28.1%)、「電気代」(25.0%)などの他の項目についても、全体より高い結果となっている、つまり意識して減らしている。このことから40代は、多世代に比べ支出に対する意識が敏感で、物価高の影響を真面に受けているのではないだろうか。
- 居住地別では、「ガス代」についてのみ、(関東地方:10.3%)に対し、(福岡県:15.5%)と差がみられた。他の項目で差は見られなかった。



		食費	雑費 (日用品・消耗品 など)	電気代	教養娯楽費 (映画・書籍・趣味 など)	ガス代	水道代	定期購入品 (化粧品・サプリメント など)	通信費	サブスクリプション (音楽・映画など)	保険料 (生命保険・医療保 険など)	保険医療費 (医療費・薬代など)	教育費 (塾・習い事など)	住居費	その他	減らす・控 えるよう になった支出 は特にない
全体 (n=800)		43.1	23.0	21.6	18.3	12.9	12.0	11.6	11.3	9.9	5.0	4.3	2.5	1.5	2.4	23.5
性別	男性 (n=400)	42.3	20.8	18.3	16.3	12.0	13.5	6.8	12.3	9.0	5.8	3.3	3.3	2.3	2.8	26.0
	女性 (n=400)	44.0	25.3	25.0	20.3	13.8	10.5	16.5	10.3	10.8	4.3	5.3	1.8	0.8	2.0	21.0
年代	20代 (n=160)	35.0	13.1	17.5	15.6	8.1	12.5	11.9	9.4	13.1	3.8	3.8	3.1	1.3	1.9	26.3
	30代 (n=160)	43.8	22.5	19.4	13.8	10.0	9.4	11.3	13.8	13.8	6.3	7.5	3.8	2.5	1.9	21.3
	40代 (n=160)	48.1	28.1	25.0	24.4	17.5	12.5	16.3	10.0	10.0	4.4	3.8	0.6	0.0	1.9	19.4
	50代 (n=160)	43.8	28.1	18.1	16.9	11.9	12.5	9.4	10.0	3.8	3.8	4.4	1.3	1.9	3.1	26.3
	60代 (n=160)	45.0	23.1	28.1	20.6	16.9	13.1	9.4	13.1	8.8	6.9	1.9	3.8	1.9	3.1	24.4
居住地	福岡県 (n=400)	44.0	21.8	22.8	18.0	15.5	11.5	12.0	10.5	9.5	4.8	3.0	2.8	1.0	1.5	24.3
	関東地方 (n=400)	42.3	24.3	20.5	18.5	10.3	12.5	11.3	12.0	10.3	5.3	5.5	2.3	2.0	3.3	22.8

II. 調査結果【物価高の状況においても削れない食品】

Q2. 最近の物価高の状況において、“どうしても削れない”食品を最大3つまでお選びください

- 物価高でも削れない食品の上位は、1位：「お米」：（46.8%）、2位：「野菜」（25.1%）、3位：「肉」（23.5%）、4位：「卵」（19.5%）など、お米を筆頭に基本食材が続く。
- 男女差が表れた項目として、「野菜」：女性（30.0%）>男性（20.3%）、「肉」：女性（26.5%）>男性（20.5%）、「卵」：女性（22.8%）>男性（16.3%）など基本食材については、女性の方が削れない割合が高く、調理担当は依然として女性であることが解る。
また「アルコール飲料」：男性（10.3%）>女性（7.0%）や「お菓子・スイーツ」：女性（11.0%）>男性（7.3%）のように、男女の嗜好の差が明らかに見取れる。
- 年代別で見ると、20代は「野菜」（15.6%）・「肉」（20.0%）に対し、60代では「野菜」（36.9%）・「肉」（26.3%）と野菜と肉の数値が逆になっている点が面白い。
若い人にとって野菜は削ってもいい食品だが、年齢が上がってくると野菜は削れない食品ということになる。
- 居住地別の差が表れた項目では、「卵」：福岡県（22.8%）>関東地方（16.3%）、「お菓子・スイーツ」：福岡県（6.8%）<関東地方（11.5%）、「麺類」：福岡県（3.8%）<関東地方（7.0%）、「インスタント/レトルト食品」：福岡県（2.3%）<関東地方（4.8%）などで若干の開きがみられる。この背景や理由を知るために更なる調査をやってみたい。

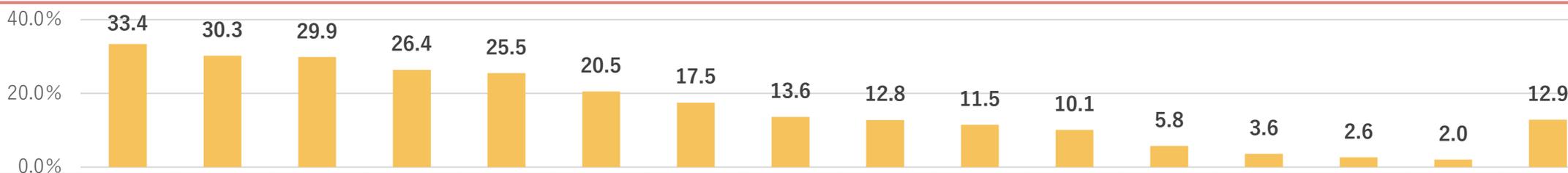


		お米	野菜	肉	卵	飲料（お茶・ジュースなど）	魚・魚介類	お菓子・スイーツ	アルコール飲料	パン	乳製品	日配品	惣菜・中食	麺類（うどん・パスタなど）	調味料	果物	インスタント/レトルト食品	その他	削れない食品は特になし
全体 (n=800)		46.8	25.1	23.5	19.5	11.8	10.3	9.1	8.6	8.0	6.6	6.1	5.5	5.4	5.4	4.4	3.5	0.5	16.1
性別	男性 (n=400)	48.8	20.3	20.5	16.3	14.3	11.0	7.3	10.3	7.8	5.8	5.3	6.3	6.8	4.3	3.0	4.3	0.3	17.5
	女性 (n=400)	44.8	30.0	26.5	22.8	9.3	9.5	11.0	7.0	8.3	7.5	7.0	4.8	4.0	6.5	5.8	2.8	0.8	14.8
年代	20代 (n=160)	46.9	15.6	20.0	19.4	11.9	8.1	7.5	4.4	4.4	4.4	5.6	6.3	6.9	5.0	4.4	3.1	0.6	22.5
	30代 (n=160)	41.3	21.3	21.3	17.5	15.0	6.3	15.6	8.8	11.3	5.6	7.5	7.5	4.4	5.6	3.1	5.0	0.0	11.9
	40代 (n=160)	46.9	26.9	27.5	20.6	8.1	8.8	7.5	6.9	3.8	6.9	6.9	4.4	5.0	5.6	3.8	1.3	0.6	18.8
	50代 (n=160)	48.8	25.0	22.5	20.6	15.0	14.4	8.1	8.8	9.4	3.1	6.3	6.3	6.3	4.4	3.8	3.8	0.6	15.0
	60代 (n=160)	50.0	36.9	26.3	19.4	8.8	13.8	6.9	14.4	11.3	13.1	4.4	3.1	4.4	6.3	6.9	4.4	0.6	12.5
居住地	福岡県 (n=400)	47.8	23.5	25.3	22.8	10.0	8.8	6.8	9.3	7.0	5.5	7.5	4.5	3.8	5.0	3.8	2.3	0.5	16.5
	関東地方 (n=400)	45.8	26.8	21.8	16.3	13.5	11.8	11.5	8.0	9.0	7.8	4.8	6.5	7.0	5.8	5.0	4.8	0.5	15.8

II. 調査結果【実際に行っている食費の節約方法】

Q3. あなたが実際に行っている食費の節約方法を教えてください。(MA)

- 食費の節約方法ベスト3は、1位：「ポイントやクーポンを活用する」(33.4%)、2位：「特売日やタイムセールを利用する」(30.3%)、3位：「外食の回数を減らす」(29.9%)となった。一方で1割強(12.9%)が「特に節約していない」ようだが、20代だけ見ると2割弱(19.4%)となっており、若い人ほど節約意識は低いのかもしれない。
- 男女別では、「ポイントやクーポンを利用する」：男性(29.0%)<女性(37.8%)、「見切り品や訳あり品を積極的に利用する」：男性(22.3%)<女性(30.5%)、「調理を増やす」：男性(22.8%)<女性(28.3%)などの項目で女性の方が高く、当然ながら「特に節約していない」：女性(10.8%)<男性(15.0%)となっている。食生活において女性はこまめに節約している様子が窺える
- 年代別の特徴がみられる点として、20代は他の世代に比べ「ポイントやクーポンを活用する」(27.5%)、「特売日やタイムセールを利用する」(17.5%)割合が低いこと。「見切り品や訳あり品を積極的に利用する」について、20代の(12.5%)に対し、60代では(36.5%)と、年代による差が極端に出ていること。同様に「近所の人や身内に分けてもらう」についても、30代(6.9%)と60代(0.6%)ではかなりの開きがみられる。
- 居住地別に比較した場合、「ポイントやクーポンを活用する」：福岡県(29.8%)<関東地方(37.0%)、「特売日やタイムセールを利用する」：福岡県(27.3%)<関東地方(33.3%)、「見切り品や訳あり品を積極的に利用する」：福岡県(24.0%)<関東地方(28.8%)など、福岡県より関東地方の方が消費行動・意識の点で先行している感がある。



		ポイントやクーポンを利用	特売日やタイムセールを利用	外食の回数を減らす	見切り品や訳あり品を積極的に利用	調理を増やす	スーパーが値引きになる時間帯を把握する	安い飲食店を把握しておく	弁当を持参する	買い物リストを作成し計画的に購入する	食費の予算を決めて管理する	まとめて調理して作り置きを活用	地元の直売所や農家から購入する	ネットスーパーを利用する	近所の人や身内に分けてもらう	その他	特に節約していない
全体 (n=800)		33.4	30.3	29.9	26.4	25.5	20.5	17.5	13.6	12.8	11.5	10.1	5.8	3.6	2.6	2.0	12.9
性別	男性 (n=400)	29.0	28.5	29.0	22.3	22.8	21.5	18.0	12.8	9.8	10.5	7.5	6.5	4.8	1.8	2.0	15.0
	女性 (n=400)	37.8	32.0	30.8	30.5	28.3	19.5	17.0	14.5	15.8	12.5	12.8	5.0	2.5	3.5	2.0	10.8
年代	20代 (n=160)	27.5	17.5	30.0	12.5	26.3	15.6	12.5	15.0	10.0	9.4	9.4	4.4	5.0	2.5	1.9	19.4
	30代 (n=160)	35.6	24.4	25.6	23.8	25.0	18.8	20.0	17.5	11.3	10.6	15.0	4.4	6.3	6.9	0.6	13.1
	40代 (n=160)	37.5	36.9	27.5	29.4	29.4	21.9	19.4	15.0	11.3	14.4	8.1	6.9	2.5	1.9	4.4	9.4
	50代 (n=160)	33.1	39.4	33.1	30.6	20.0	23.8	17.5	11.3	13.8	10.6	6.9	5.0	3.8	1.3	1.3	12.5
	60代 (n=160)	33.1	33.1	33.1	35.6	26.9	22.5	18.1	9.4	17.5	12.5	11.3	8.1	0.6	0.6	1.9	10.0
居住地	福岡県 (n=400)	29.8	27.3	30.5	24.0	26.0	15.5	17.0	15.3	12.8	10.8	10.5	4.5	3.3	1.8	1.3	13.5
	関東地 (n=400)	37.0	33.3	29.3	28.8	25.0	25.5	18.0	12.0	12.8	12.3	9.8	7.0	4.0	3.5	2.8	12.3

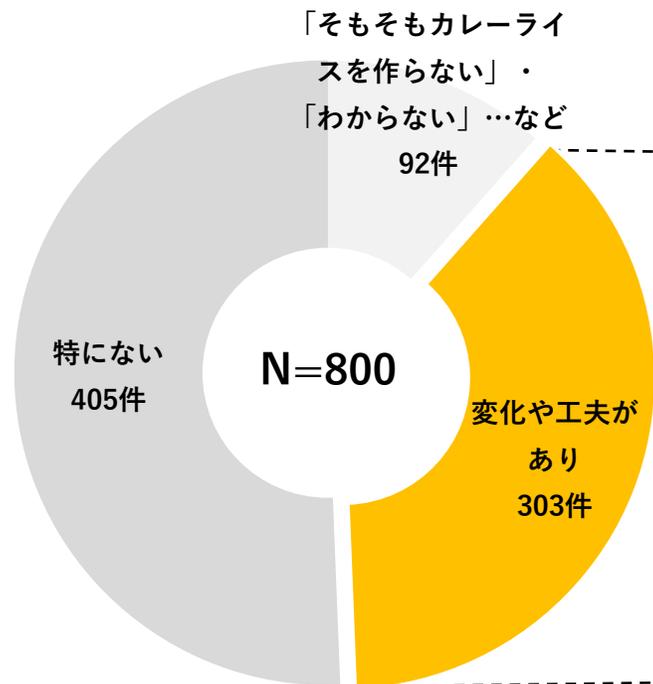
II. 調査結果【カレーライス調理法の変化や工夫 1/2】

Q4.カレーライス指数(※)は過去最高値を更新し続け、2025年3月には1食当たり421円となりました。(2024年3月は1食当たり318円)
このような状況を受けて、みなさんのご家庭で食べるカレーライスについて変わったことや工夫があればお知らせください。(FA)

※ カレーライス指数 - 帝国データバンクが発表している、カレーライスで使用する原材料や調理にかかる水道光熱費などを独自に試算した指標

「変化や工夫あり」 : 303件

自由回答800件のうち、「特にない」と回答したのが405件と全体の約半数、「変化や工夫あり」とした回答は303件、「そもそもカレーライスを作らない」・「わからない」といった回答は92件であった。



「変化や工夫あり」の内容

【食材の変化や工夫】 : 190件

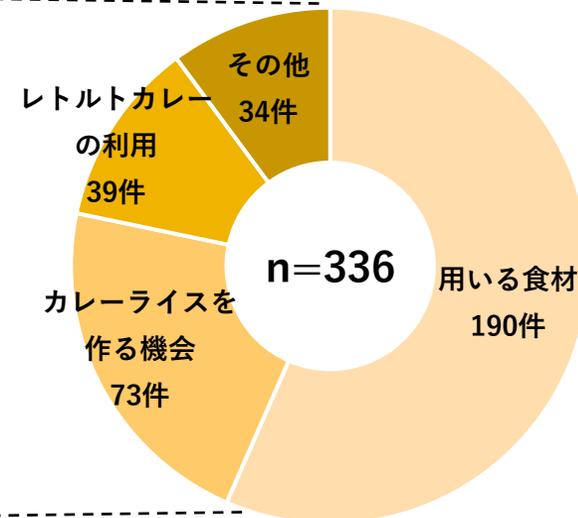
お米・肉・野菜・ルーと調理に用いる食材について、“種類を変えて代用する”や、“量を調節する”などが実践されていた。変化・工夫される具材は主に肉。

【カレーライスを作る機会】 : 73件

具材の値段高騰により作る頻度が減った人が多く、作らなくなったという人もいた。

【レトルトカレーの利用】 : 39件

カレーライスを安く食べるためにレトルトカレーを買う人が多かった。また、レトルトカレーに自分で具材を追加するなどアレンジする人も見受けられた。



II. 調査結果【カレーライス調理法の変化や工夫 2/2】

Q4.カレーライス指数(※)は過去最高値を更新し続け、2025年3月には1食当たり421円となりました。(2024年3月は1食当たり318円)
 このような状況を受けて、みなさんのご家庭で食べるカレーライスについて変わったことや工夫があればお知らせください。(FA)

※ カレーライス指数 — 帝国データバンクが発表している、カレーライスで使用する原材料や調理にかかる水道光熱費などを独自に試算した指標

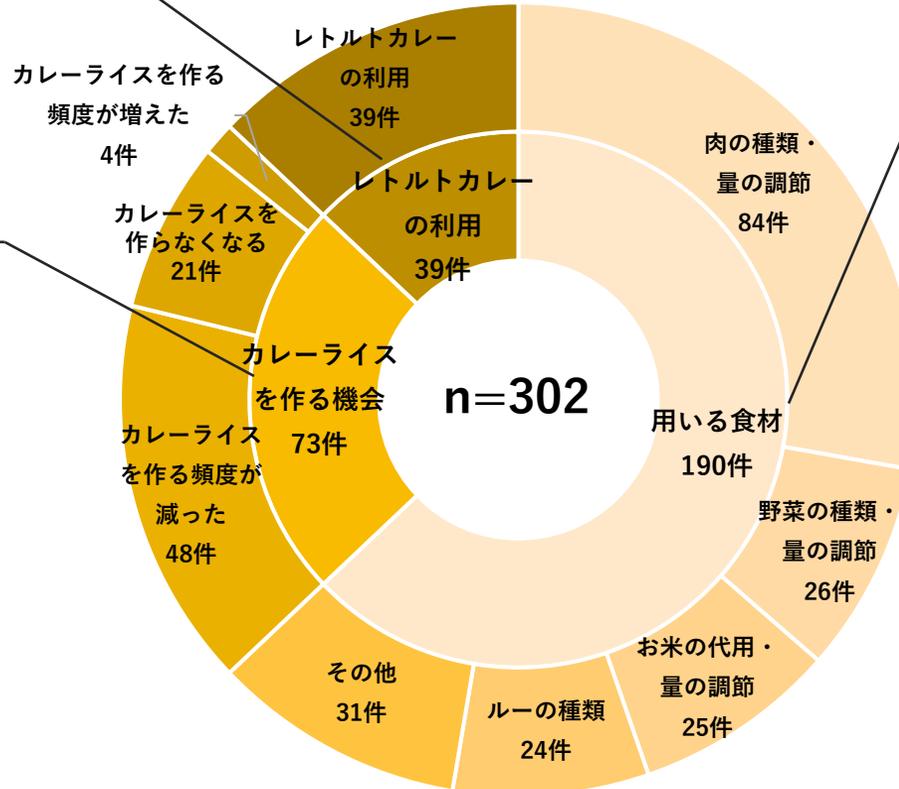
【レトルトカレーの利用】：39件

■ レトルトカレーの利用：(39件)
 「自宅でカレーは作らない。一人分ならレトルト1パックで十分。その中に食べたい野菜を入れたりする」
 「スーパーで安売りのレトルトカレーを買う機会が増えている」

【カレーライスを作る機会】：73件

■ カレーライスを作る頻度が減った：(48件)
 「カレーライスを作る機会がずいぶん減った。作ったとしても、ライスをうどんに代えたり、じゃがいもを抜きにしてみたりする」
 「ジャガイモなどやお肉が値上がりしたので、カレーライスを作る回数が減った」
 ■ カレーライスを作らなくなる：(21件)
 「カレーを食べなくなった。カレーの代わりに鍋物が多くなった」
 「米が高いため、カレーライスを作らない」
 ■ カレーライスを作る頻度が増えた：(4件)
 「他のメニューより安上がりなので、前より食べる頻度が増えた気がする」
 「カレーの頻度が高くなった。入れる具材は、その時々で安く購入できたものを入れる。」

主要な意見の内訳と 具体的意見



【用いる食材】：190件

■ 肉の種類・量の調節：(84件)
 「牛肉を入れていたが鶏肉だけになった」
 「牛肉を使わず豚のひき肉でキーマカレーを作る頻度が多くなった」
 ■ 野菜の種類・量の調節：(26件)
 「高騰している野菜は入れない」
 「カレーは家族全員大好きなので食べる頻度は変わらないが、キノコなどを入れ、かさまししている」
 ■ お米の代用・量の調節：(25件)
 「お米が高いためカレーライスをやめてカレーうどんを作るようにしている」
 「ご飯に代わるものを使うようになった。野菜やオートミール、残っていた麺等などにかけて食べている」
 「白米に麦やもち米などを混ぜて炊くようにしたり、食べる量を少し減らしたりしている」
 ■ ルーの種類：(24件)
 「PBブランドのルーを使用する」
 「銘柄を気にせず、安いルーを買ってブレンドして使う」
 ■ その他：(31件)
 「利用する具材の種類を減らして作る」
 「1人分だが使用する材料を無駄にしないように使用して保存できるようにする」

Ⅲ．総括

—物価高の影響を大きく受けている食（食生活）に対し生活者は様々な対処をしている。しかし性別や年代別に見ていくとかなりの差がみられる。全体結果だけで結論付けるのは避けたい。

◆ 女性は男性より食費節約の意識が高い傾向にある。しかし全ての女性がという訳ではなく、個体差を見ていくには更なる調査～分析、また定性的アプローチが欠かせない。

◆ 20代は多世代と比べ物価高の影響をあまり意識していない結果となっている。但し意識していないからの結果なのか、意識はしていても行動が伴わないのではないかと考えられる。その理由として経済的余裕の有無が関係しているのではないだろうか。

◆ 60代は節約意識が高く、食へのこだわりが強い様子が窺える。背景として、年齢による健康意識の高まりや経済的余裕があると推察できる。この経済的余裕の有無と食（食生活）との関係について、次回の調査で明らかにしたい。

■ 関東地方は福岡県に比べ、食品売り場（≒スーパー）の値引きに対する意識が高い傾向がみられる。何故だろうか・・・明らかにしたい点である。

問い合わせ先

株式会社プリミティブ・ドライブ

〒810-0041 福岡市中央区大名2丁目8-18 天神パークビル7F

TEL : 092-735-1077 E-MAIL : info@primitive-drive.co.jp