

# 分析レポート

## 若年層が生協宅配を知ったきっかけとは？

研究員 宮崎達郎

### 【概要】

20～59歳までの男女を対象に、ネオマーケティング社のiResearchサービスを利用して、Web調査を実施した。調査対象となった1,200名について、生協宅配の認知度と、認知度向上に影響している情報媒体を分析した。

- 1) 20代まではインターネットやテレビのようなメディアと親という、自分のごく周辺にあるものが生協宅配を知るきっかけになるが、30代からは知人・友人などの外部から知る機会も増える。
- 2) 今回調査した方法の中で加入を促す効果が最も大きいのは、生協職員による勧誘と考えられる。

### ※データについて

サンプル数は20代と30代を400ずつ、40代と50代を200ずつ、合計1,200サンプルのデータを収集した。若年層のサンプルを多くなるようにデータを収集しており、男女比は1:1である。インターネット調査であり全国の消費者を対象とした調査であるが、回答者の居住区の上位5位までは、東京14.4%、神奈川8.8%、埼玉7.7%、愛知7.4%、大阪7.1%という割合であった。

### 1. 生協宅配の認知率、20代～30代では50%弱

生協宅配の認知率は図表1のようになった。男性は20代～40代では40%台で大きな差は無く50代で認知率が高くなっている。女性は20代～30代では約54%でほぼ差がなく40代以降から認知率が高くなっている。やはり女性の方が、男性に比べて認知率は高い。

認知率には回答者が世帯内で主に食料品の買い物を担っているかどうかに関係しており、男性であっても食料品の買い物を主に担っている場合には、そうでない女性に比べて認知率は高くなっている。

図表1 生協宅配の認知率

(単位：%)	生協宅配の認知率			主に食料品の買い物を担っている場合		食料品の買い物を主には担っていない場合	
	全体	男性	女性	男性	女性	男性	女性
20代	47.8	41.0	54.5	49.4	67.6	35.8	38.2
30代	50.5	47.0	54.0	51.7	59.6	43.2	26.5
40代	52.5	43.0	62.0	54.3	65.4	36.9	47.4
50代	62.5	57.0	68.0	60.0	70.3	54.0	44.4

※生協宅配の認知率は「あなたは、生協・コープの宅配をご存知ですか？」という問いに対して、「生協・コープの宅配についてよく知っている」もしくは「生協・コープの宅配について少しは知っている」と回答された割合。

## 2. 生協・コープの宅配を知ったきっかけ

生協宅配を認知している 623 名の回答について、知るきっかけとなった情報媒体を整理した。この設問は複数回答であるが、生協宅配を認知している 623 名中 385 名が単一回答をしており、平均選択数は 1.6 であった。以下では年代別にその特徴を整理している。

### 1) 20代はインターネット、テレビ、親から生協宅配を知る

20代ではインターネット、テレビ、親が主要な生協に関する情報源となっている。一方でこれら以外から生協の情報を得る機会が 20代ではあまりないのではないかと考えられる。

### 2) 30代からは知人・友人も生協宅配を知るきっかけに

親元から離れて独立するようになると、自身が生活者として独立し、同様に知人や友人も独立して家庭を築いている場合も多くなる。そのため、生活者同士の情報交換の中で生協宅配の話が出ることがあると考えられる。また、テレビ CM などでも生協宅配を知ったという回答も 20代～30代で多く挙げられており、テレビ離れと言われているが、未だに主要なメディアの 1つに変わらないことがわかる。

### 3) 40代では生協の店舗から知ること

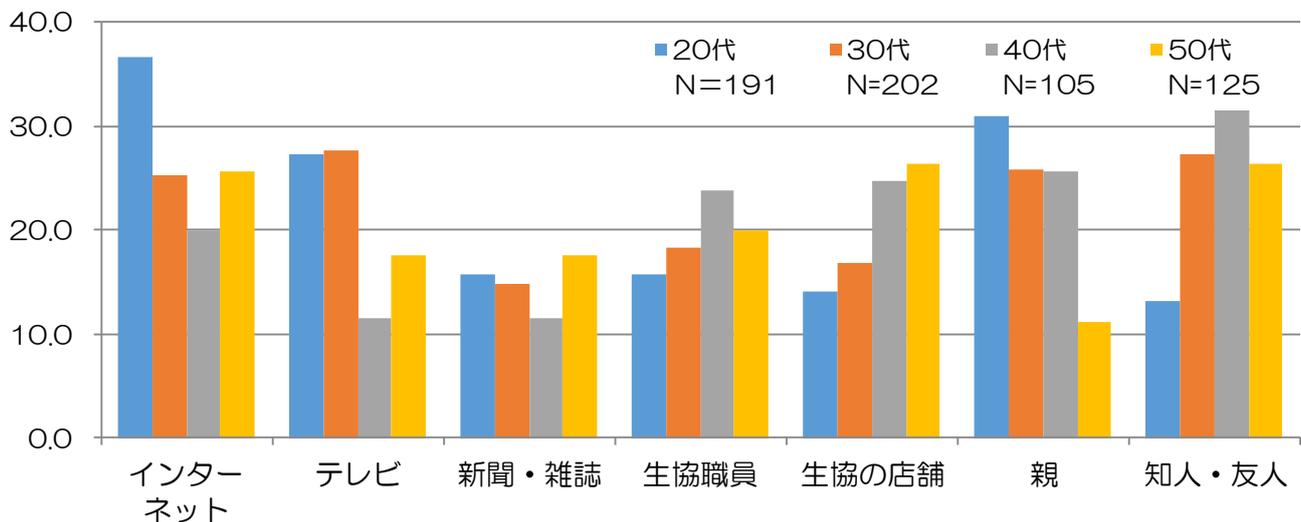
生協の店舗から宅配に関する情報を得たことがあるのは 40代以上に多い傾向がある。逆にいえば、20代～30代の若年層にとってはあまり生協の店舗には馴染みがないとも考えられる。

### 4) 50代でもインターネット利用者は多く

生協の店舗、知人・友人に続く形の回答率ではあるが、50代もインターネットから生協宅配について知るケースが多いことがわかる。

(単位：%)

図表 2 生協宅配を知ったきっかけ（複数回答）



(単位：%)	インターネット	テレビ	新聞・雑誌	生協職員	生協の店舗	親	知人・友人
20代(N=191)	36.6	27.2	15.7	15.7	14.1	30.9	13.1
30代(N=202)	25.2	27.7	14.9	18.3	16.8	25.7	27.2
40代(N=105)	20.0	11.4	11.4	23.8	24.8	25.7	31.4
50代(N=125)	25.6	17.6	17.6	20.0	26.4	11.2	26.4

※年代ごとに上位 3 位までを赤字にしている。回答率の低かった選択肢は省略している。

### 3. 最も加入に誘導する効果があったのは？

図表2には、生協宅配を認知しているだけで利用していない回答者が多く含まれる。そこで、実際に生協宅配を利用したことがある回答者だけに絞って回答率を再集計した。生協宅配の利用経験者に絞って集計した結果、回答率が大きく変化したのは、生協職員の勧誘から知ったという選択肢であり、生協宅配を利用したことがある回答者で回答率が高くなった。生協職員による勧誘は、生協宅配を知るきっかけとしては主要なものとして挙げられていなかったものの、ただ認知度を上げるということではなく、加入にまで誘導するという意味では、今回調査した中では生協職員による勧誘が最も効果的であると考えられる。

図表3 生協宅配の利用経験者のみ：生協宅配を知ったきっかけ（複数回答）

（単位：％）	インターネット	テレビ	新聞・雑誌	生協職員	生協の店舗	親	知人・友人
20代(N=83)	38.6	22.9	15.7	24.1	14.5	38.6	10.8
30代(N=77)	33.8	28.6	18.2	24.7	16.9	23.4	23.4
40代(N=45)	24.4	6.7	11.1	33.3	22.2	24.4	28.9
50代(N=58)	24.1	13.8	17.2	34.5	24.1	15.5	31.0

※図表2の値と比べて5ポイント以上高かったものを赤字にしている。

#### ◎本レポートに関係する発行物

##### 1) 生活協同組合研究 2017年6月号 Vol.497 [http://ccij.jp/book/kenkyu\\_20170529\\_01.html](http://ccij.jp/book/kenkyu_20170529_01.html)

この研究誌では特集にて、本レポートで使用したデータと同じものを使用し、生協宅配の認知度や加入の状況を分析しています。本レポートでは触れていない食生活や食への意識、家族構成などとの関連も分析しています。

本件に関するお問い合わせは、研究員・宮崎達郎宛にお願いいたします。

Tel : 03-5216-6025

Mail : tatsurou.miyazaki@jccu.coop

- ・本資料は作成時点で当研究所が一般に信頼できると思われた情報に基づき作成しておりますが、内容の正確性および完全性を保障するものではありません。
- ・内容につきましては、社会情勢の変化等を踏まえて、変更される場合があります。