

2章 生協との関わり - 1

1. 加入年数・出資金・他生協への加入

◇加入してから4年未満、5～10年、11年以上の割合が、3分の1ずつとほぼ同数である。

◇出資金額は、5千円までが2割強であるのに対し、10万円以上の高額出資者も2割弱ある。平均出資金額は減少した。

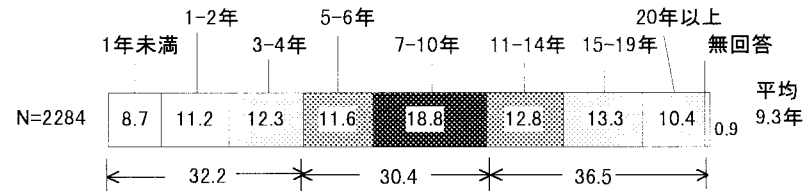
平均出資金 40,600円 ('99 42,100円)

◇他の購買生協に加入している人 8.8% ('99 10.4%)

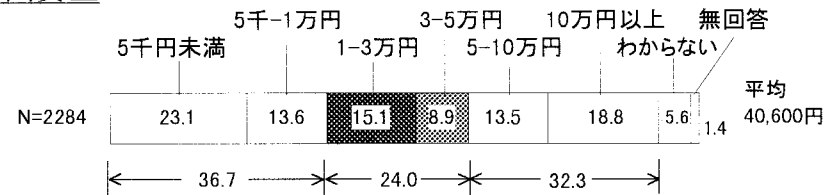
他の医療生協に加入している人 6.0% ('99 3.7%)

他の生協には加入していない人が8割弱。

(1) 加入年数



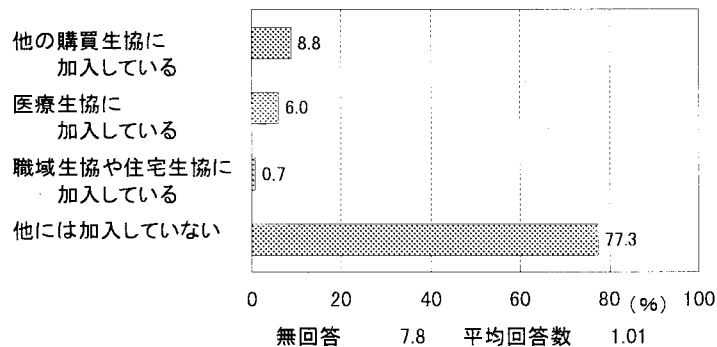
(2) 出資金



(3) 他生協への加入

N=2284

(2つまでの複数回答 単位: %)



2. 役割経験

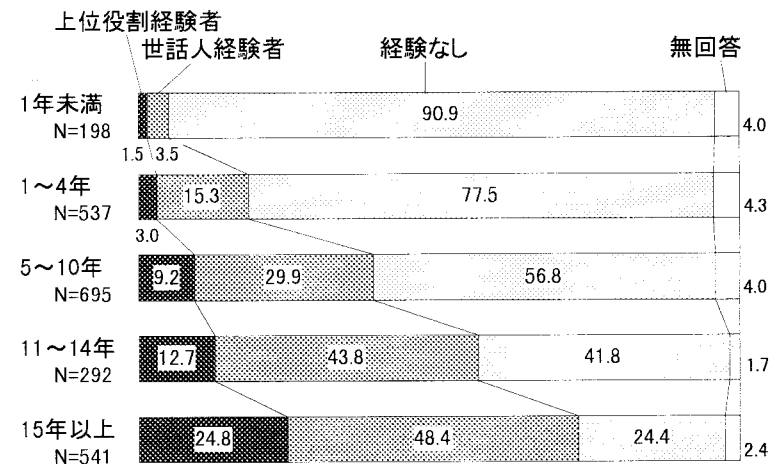
◇運営委員、総代、理事等の上位役割経験者 11.2%

上位役割経験はしていないが、世話人の経験者 30.1%

役割経験なし 55.0%

◇加入年数に比例して、役割経験者(上位+世話人)も増えていき、長期加入者では上位も含め役割経験者が多いものの、組合員の3分の1を占める4年未満が15%弱、同じく3分の1を占める5～10年が40%弱と、役割経験者の固定化が推測される。

[加入年数別] 役割経験



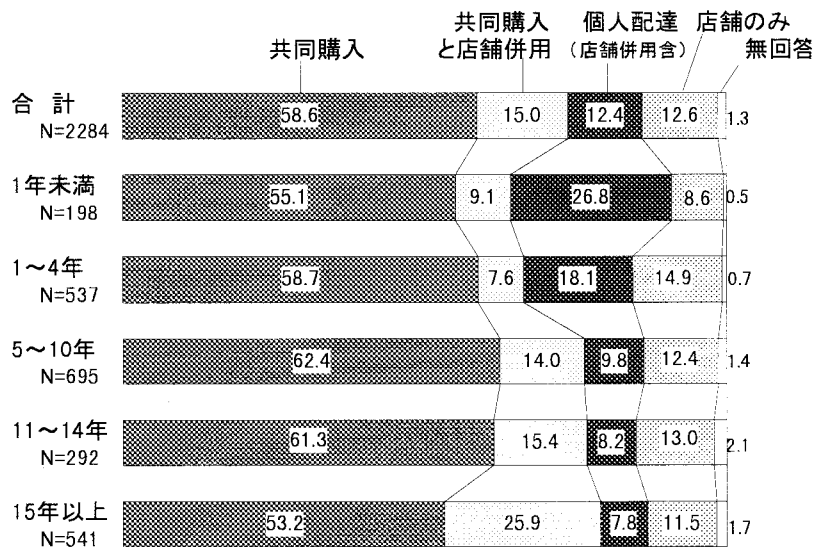
3. 利用形態

◇共同購入のみ	58.6%	共同購入小計 73.6%
共同購入と店舗を併用利用	15.0%	
店舗購入のみ	12.6%	店舗購入小計 30.6%
個人配達と店舗を併用利用	3.0%	個人配達小計 12.4%
個人配達のみ	9.4%	

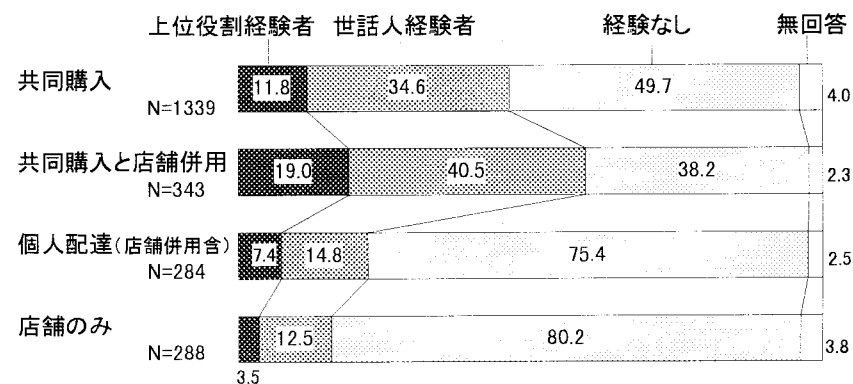
◇加入年数が短い人では個人配達の割合が目立つ。加入年数が長い人では、共同購入と店舗併用利用者の割合が目立つ。

◇役割経験は、特に共同購入と店舗併用利用者に上位役割経験者が多いのが目立つ。店舗・個人配達では役割経験者が少ない。特に店舗利用者は16.0%となり、昨年に比べ減少している。('99 20.3%)

[加入年数別]利用形態



[利用形態別]役割経験



4. 加入の動機ときっかけ

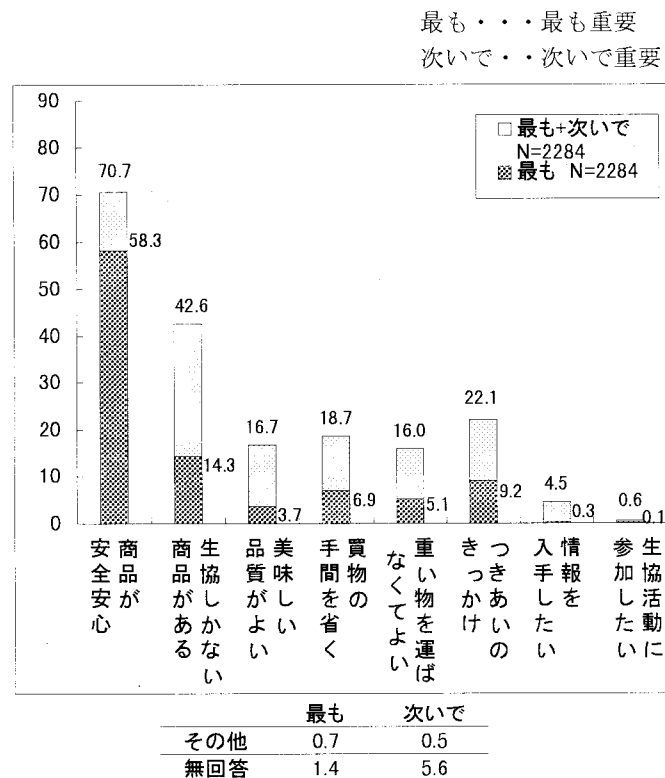
◇<最も>重要な加入の動機は、「商品が安全・安心」が58.3%で、過半数を占める。<次いで>には「生協でしか買えない商品がある」「つきあいのきっかけ」「手間を省く」「重い物を運ばなくてよい」など多様な項目がある。

近年加入者は、相対的に「商品が安全・安心」「おいしい・品質がよい」が低く、「買物の手間を省く」「重い物を運ばなくてよい」が高い。

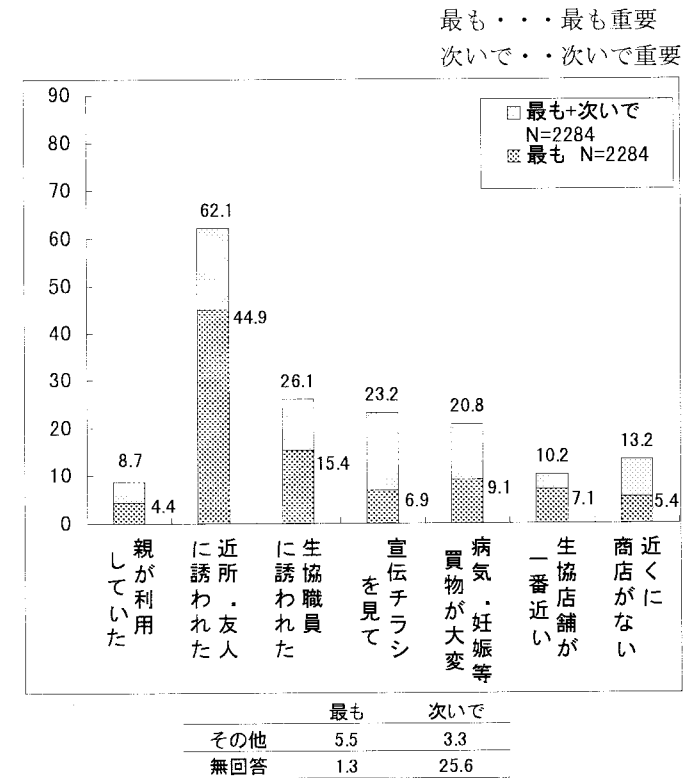
◇<最も>重要な加入のきっかけは、「近所の方や友人に誘われた」が44.9%と半数近くを占める。次に「職員による勧誘」15.4%。

近年加入者は、相対的に「近所・友人に誘われた」が低く、「職員の勧誘」「宣伝チラシ」「病気・妊娠等で買物が大変」が高い。

(1) 加入動機



(2) 加入のきっかけ



2章 生協との関わり - 2

1. 生協商品利用金額

◇ 2万円未満が46.8%、2～4万円が31.8%、4万円以上が19.1%で前回に比べ少額利用層がやや増えたため、一ヶ月平均が25,900円と一昨年26,400円より500円減少した。

利用形態別にみた2万円未満：2～4万円：4万円以上各々の構成比は、

共同購入	50 : 35 : 14	平均 23,700円
共同購入と店舗併用	34 : 35 : 30	平均 33,300円
個人配達（店舗併用含）	32 : 31 : 36	平均 35,000円
店舗のみ	66 : 19 : 13	平均 18,600円

◇ 内、生協食品利用金額は、1万円未満31.6%、1～2万円26.8%、2万円以上38.8%と一昨年に比べ少額利用層がやや増え、高額利用者が減ったため、一ヶ月平均が20,000円と前回20,600円より600円減少した。

利用形態別にみた1万円未満：1～2万円：2万円以上各々の構成比は、

共同購入	34 : 29 : 36	平均 18,400円
共同購入と店舗併用	16 : 30 : 51	平均 26,000円
個人配達（店舗併用含）	22 : 23 : 54	平均 26,000円
店舗のみ	50 : 21 : 26	平均 14,800円

◇ 一昨年と比べての平均商品利用金額の減少額は

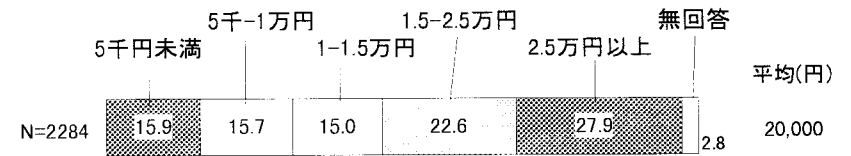
	計	共同購入	共同購入 と店舗併用	個人配達のみ	店舗
合計商品利用金額	△ 500	△ 800	△ 800	+ 5,800	△ 3,400
うち食品利用金額	△ 600	△ 700	△ 400	+ 3,300	△ 2,900

(1) 一ヶ月の利用金額

① 一ヶ月の商品合計利用金額推移



② 一ヶ月の食品利用金額推移

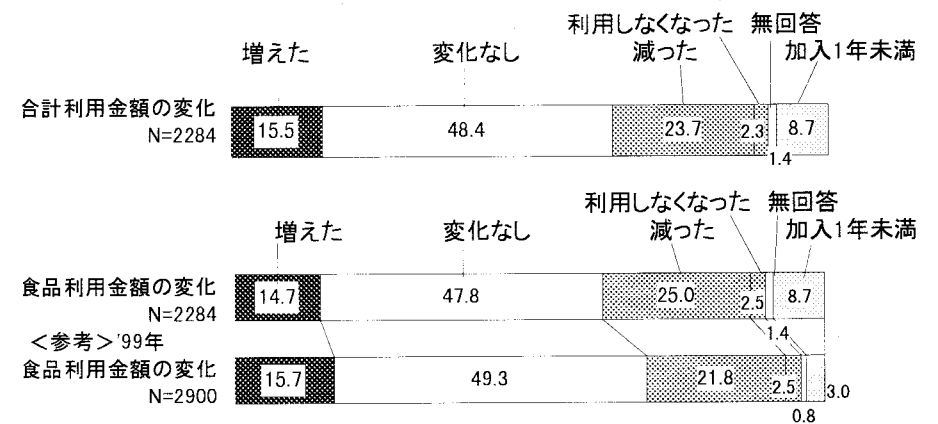


◇ 一昨年前の同じ頃に比べての生協商品利用の変化を金額ベースで見ると、商品合計・食品ともほぼ同様で、「変わらない」が約5割、「増えた」が約1.5割、「減った・利用しなくなった」が約2.5割。

◇ 食品利用金額の変化をみると、一昨年に比べ「減った」人が増えたため、平均利用金額が減少している。

◇ 利用が減った人は役割経験者の方が多く、3割を越えている。これは役割経験者の高齢化に伴う家族構成の変化などが影響していると考えられる。

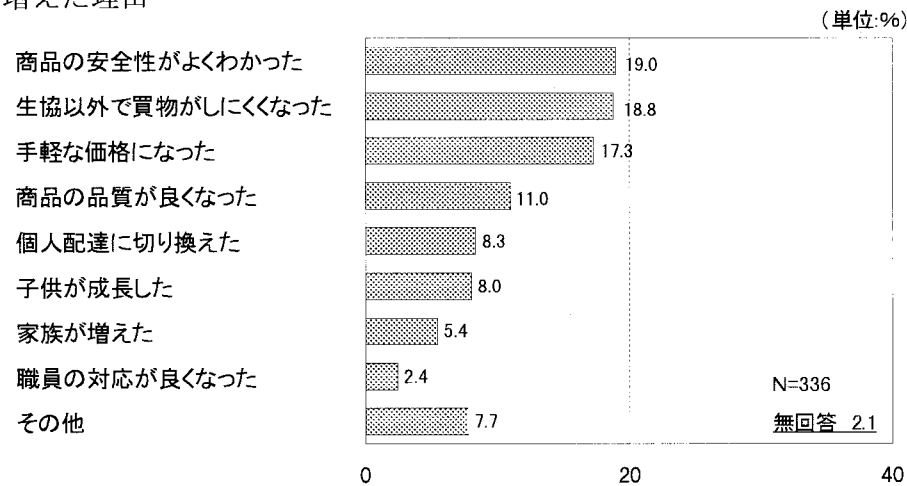
(2) 商品利用金額の変化



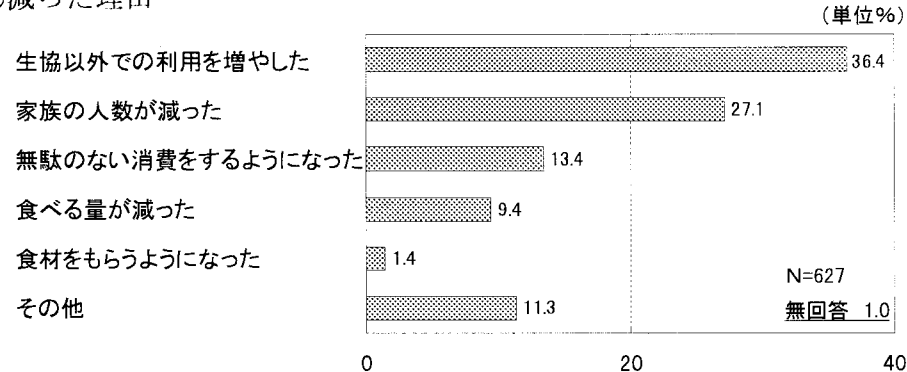
- ◇食品利用金額が増えた理由は、「商品の安全性の理解」「生協以外で買物がしにくくなった」「手頃な価格になった」が相対的に高い。また、生協側の商品政策や利用のしにくみに起因した理由が半数を超えている。
- ◇食品利用金額が減った理由は、「生協以外で購入」が36.4%と最も多く、次いで「家族人数の減少」27.1%となっている。その他理由も多い。

(3) 食品利用金額変化の理由

① 増えた理由



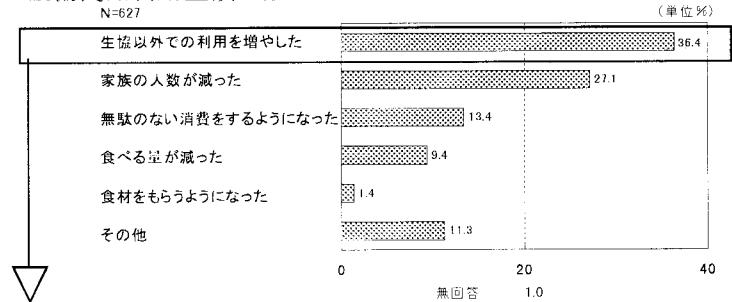
② 減った理由



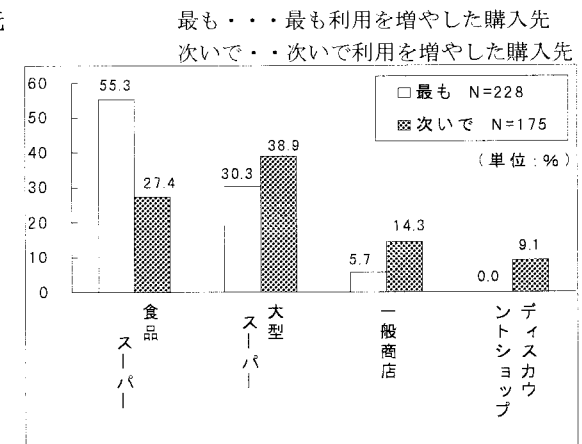
- ◇生協以外で「最も」よく利用する購入先は、食品スーパーが55.3%と最も多く、次に大型スーパーが30.3%となっており、スーパーへ流出しているといえる。
- ◇「最も」次いで「とも利用を増やした」購入先の利用理由は、「安い」が各々40%台と最も多い。「欲しい時に買える」も各々30%前後と多い。食品スーパーでは「近い・便がよい」が、大型スーパーでは「品揃え」が上位にあがっている。

(4) 生協以外での購入先とその利用理由

<再掲> 生協食品利用金額が減った理由



購入先



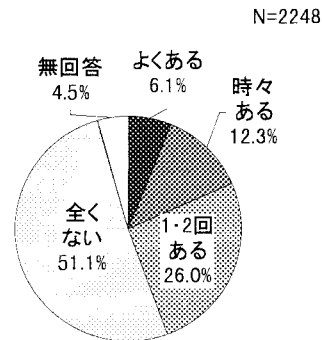
(単位:人)	消費者組織	通販・宅配	コンビニ	その他	無回答
最も	6	3	0	4	7
次いで	4	4	6	3	1

3章 生協に対する評価

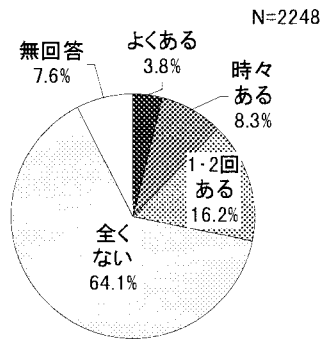
2. 生協行事への参加

◇生協行事への参加は、試食会・料理会に参加したことがある人が44.4%と最も多く、次いで商品・勉強会28.3%、産地見学会10.9%である。これらの行事に全く参加経験のない人も、各々5～8割を占めている。

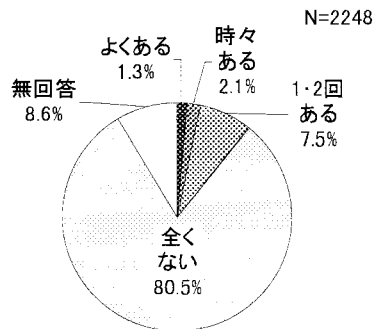
①試食会・料理会



②商品勉強会・学習会



③産地見学会

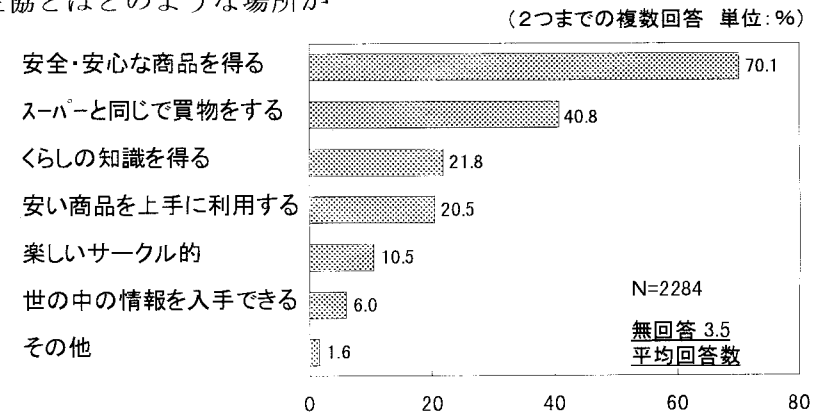


1. 生協の位置付け

◇生協は「安全・安心な商品を得る場所」という人が約7割と圧倒的に多い。次いで約4割が「スーパーと同じで買物をする場所」と答えている。また、2割の人が「安い商品をうまく利用する場所」とし、同じく2割の人が「くらしの情報を得る場所」として買い物以外の理由をあげている。
◇生協商品の安全・安心評価については、約8割という大半の人が安全・安心と評価しているが、その内の約4割はそうでない商品もあるとしている。また生協以外と差はないと評価する人も約1割いる。

(1)生協の位置付け

①生協とはどのような場所か



②商品への安全・安心評価

