

物価高に関する調査データ

～意識編～

2022年9月

朝日大学マーケティング研究所

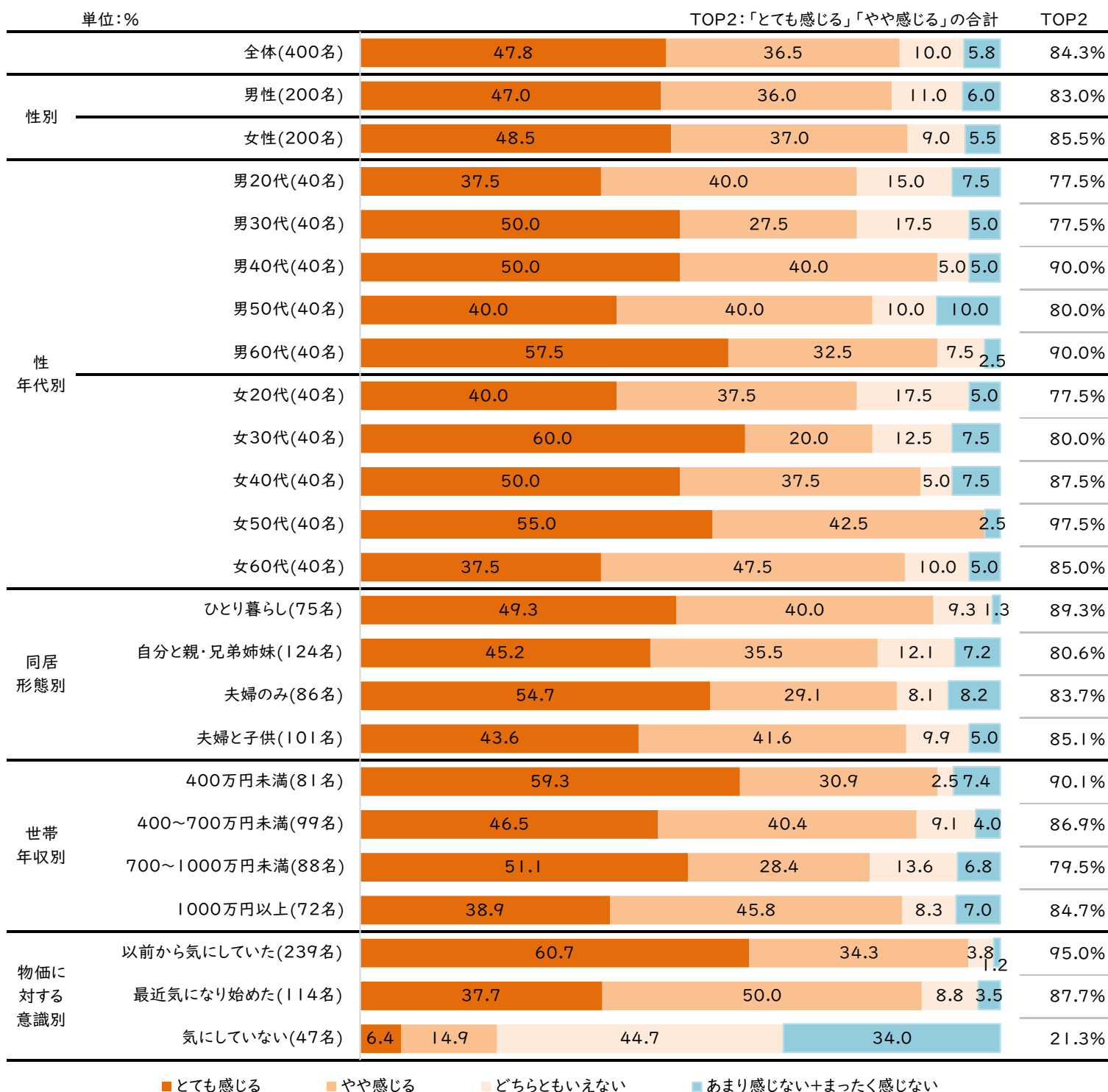
- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2022年 8月29日 (月) ~ 8月30日 (火)
- 調査対象 : 首都圏在住の男女 20歳~69歳
- 有効回答 : 400名

【内訳】

	男性	女性
20~29歳	40名	40名
30~39歳	40名	40名
40~49歳	40名	40名
50~59歳	40名	40名
60~69歳	40名	40名
合計	200名	200名

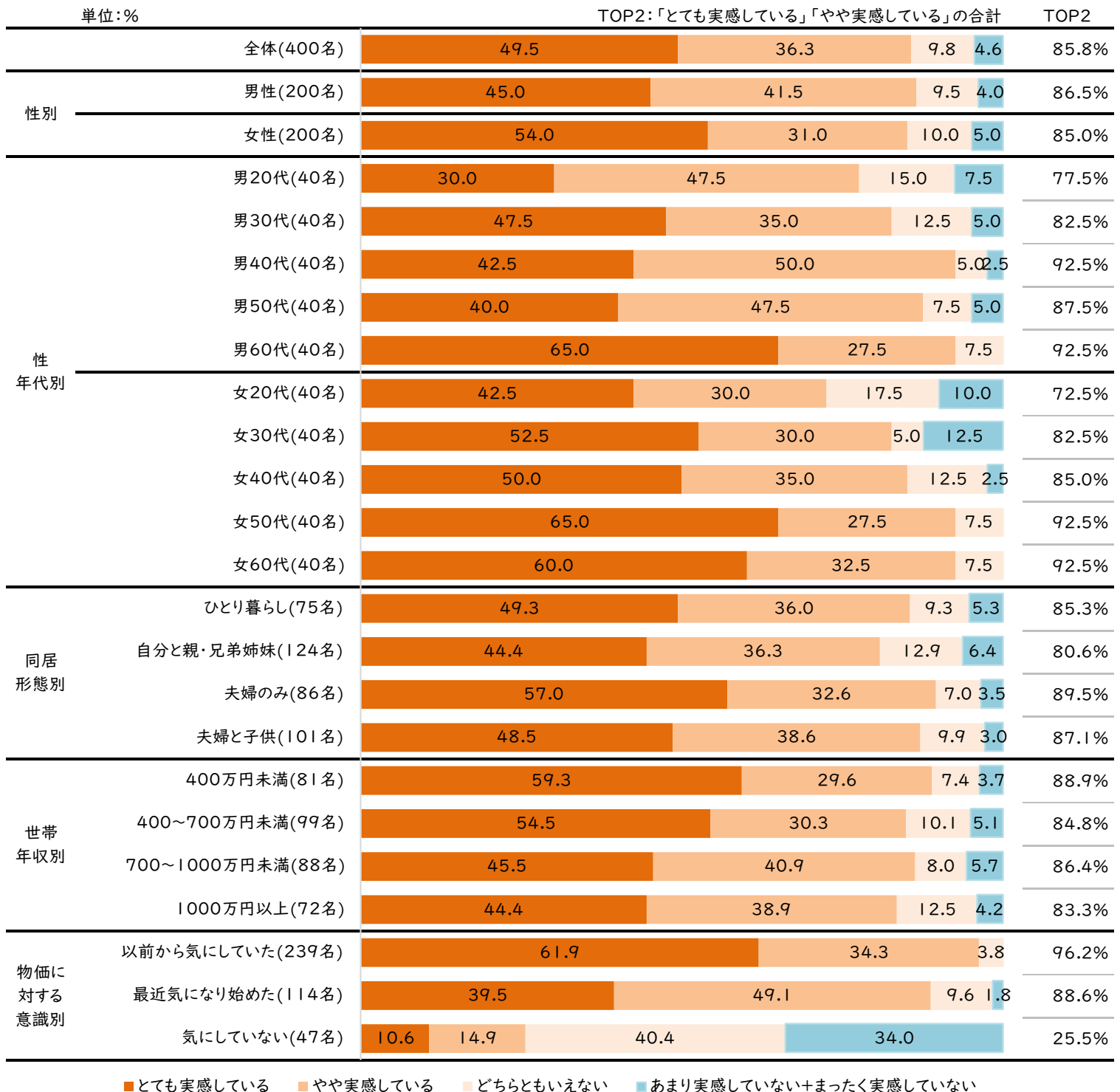
- 全体の84.3%（「とても感じる」「やや感じる」の合計）が最近の物価高に不安を感じている。
- 男女とも若い世代（20～30代）で不安の割合が相対的に低い。
- より強い気持ちを表す「とても感じる」だけで見ると
 - ➔ 世帯年収別では、「1000万円以上」（38.9%）で低く、「400万円未満」（59.3%）で高い。
 - ➔ 物価に対する意識別では、意識が強いほど割合も高い。「以前から気にしていた」（60.7%） 「最近気になり始めた」（37.7%） 「気にしていない」（6.4%）

Q.「物価が高くなっている」「値上げが相次いでいる」と聞くと、どの程度の不安を感じますか。(SA)



- 85.8%が半年前に比べた最近の物価高を実感（「とても実感している」「やや実感している」の合計）。
- 性年代別では、男40代、男60代、女50代、女60代で9割以上。
- 前頁の不安と同じく、実感の割合は世帯年収が低い層と物価意識が強い層で高い。
特に「とても実感している」だけで見ると差は明らか。
 ➡「400万円未満」（59.3%）「400～700万円未満」（54.5%）「700～1000万円未満」（45.5%）
 「1000万円以上」（44.4%）
 ➡「以前から気にしていた」（61.9%）「最近気になり始めた」（39.5%）「気にしていない」（10.6%）

Q.半年前に比べた場合の最近の物価高をどの程度、実感していますか。(SA)

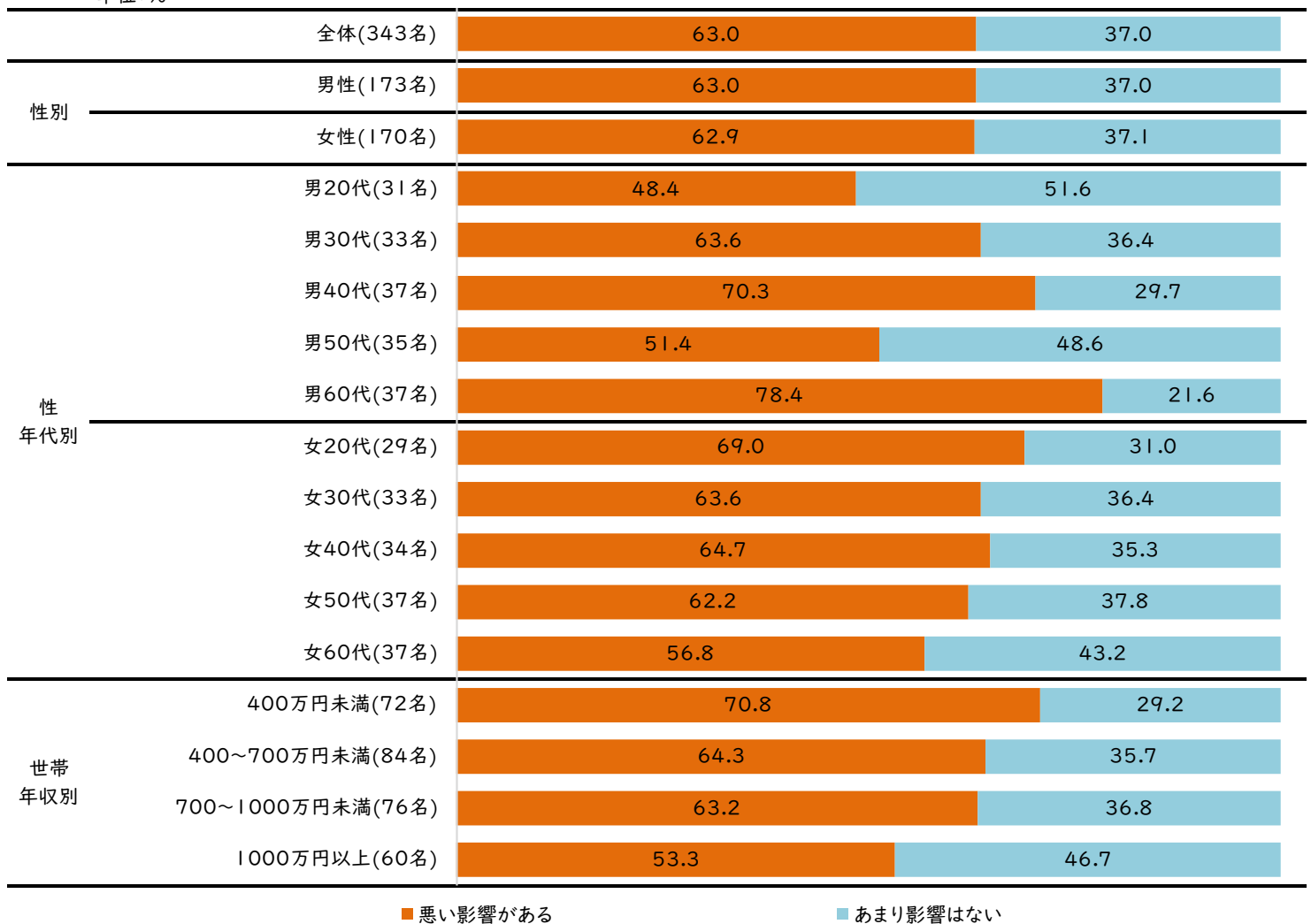


- 全体では63.0%が最近の物価高によって「悪い影響がある」と回答。
- 性年代別に「悪い影響がある」をみると、男性にはバラつきがあり、40代（70.3%）と60代（78.4%）で高く、20代（48.4%）と50代（51.4%）で低い。女性は20代（69.0%）で最も高いなど、若い世代が高い。
- 世帯年収別でみると、年収が低い層ほど「悪い影響がある」が高い。

Q.最近の物価高による、あなたやあなたのご家庭への悪い影響はありますか。(SA)

N=最近の物価高を実感している人

単位：%



悪影響の具体的な内容

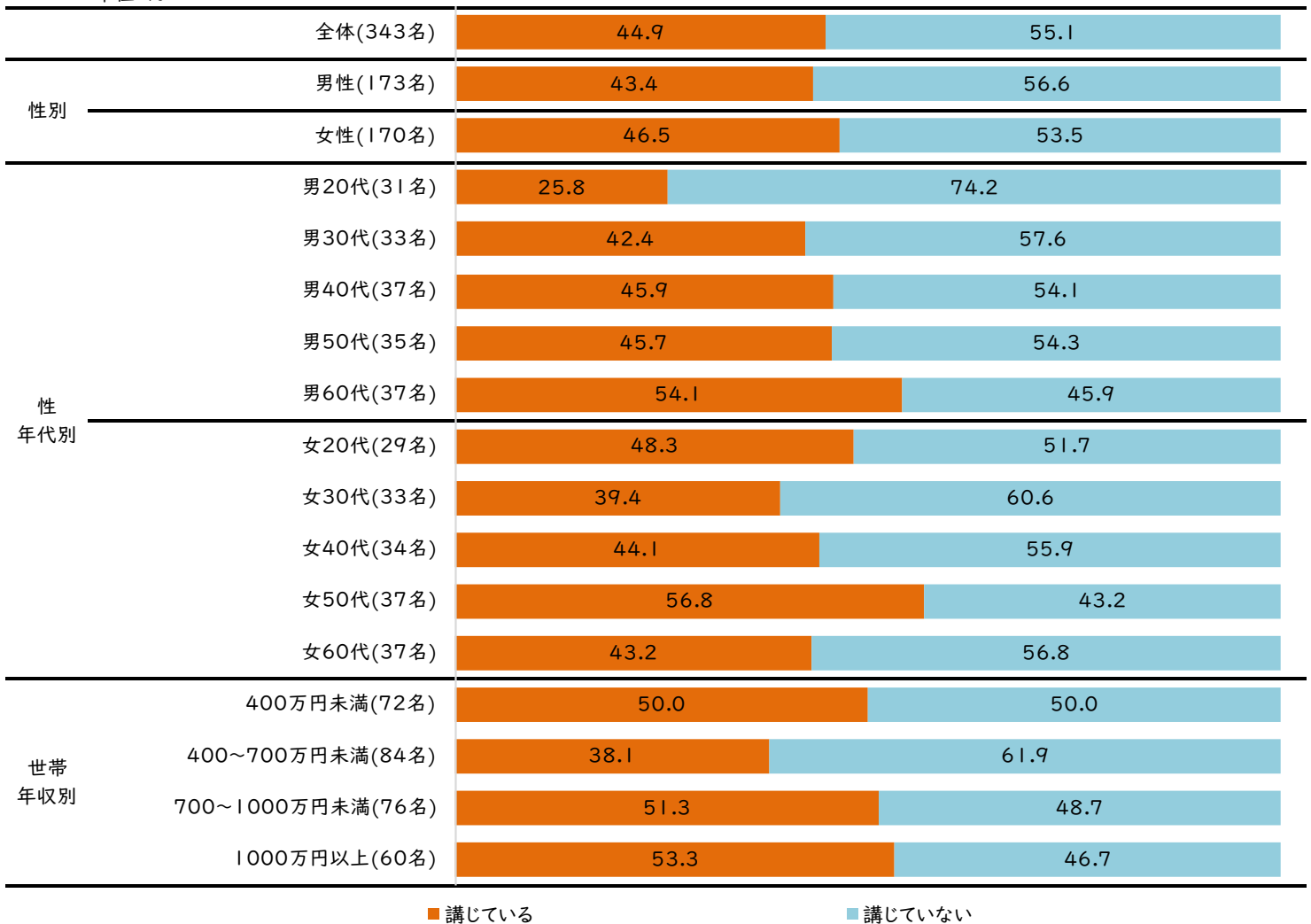
- 欲しいモノが買えない（買い控え、先送り、節約意識、購買意欲減 など）
- 精神的なダメージ（不安、落ち込み、ストレス増 など）
- 家計圧迫（生活費が増える、貯蓄の目減り、生活レベル低下 など）
- 健康を損なう（栄養・食材の偏り、外出しない など）

- 最近の物価高への対策を講じている割合（44.9%）は半数未満で、「悪い影響がある」（前頁）に比べると18.1%も低い。
- 世帯年収別で、悪い影響がある⇔対策を講じているを比較すると「400万円未満」と「400～700万円未満」で差が大きい。
 - 400万円未満 : 20.8%の差（悪影響あり70.8% ⇔ 講じている50.0%）
 - 400～700万円未満 : 26.2%の差（悪影響あり64.3% ⇔ 講じている38.1%）
 - 700～1000万円未満 : 11.9%の差（悪影響あり63.2% ⇔ 講じている51.3%）
 - 1000万円以上 : 差なし（悪影響あり53.3% ⇔ 講じている53.3%）

Q.最近の物価高について、あなたは何か対策を講じていますか。(SA)

N=最近の物価高を実感している人

単位:%



■ 講じている

■ 講じていない

対策の具体的な内容

- 店やモノのダウングレード（特売品、見切品、安い店の利用 など）
- 賢く買い物（予算設定、チラシ、ポイント、まとめ買い、製品の見比べ、割引品 など）
- 支出の引き締め（無駄遣いしない、買わない、頻度や量を減らす、家計見直し など）
- 意識の変革（我慢する、長持ちさせる、省エネ、食品ロス減 など）
- 収入や貯蓄を増やす（資産運用、投資、貯蓄増 など）

● 元々の物価意識が強い層ほど、物価高に強い不安を感じたり、現在の物価高を強く実感している

物価高に対して不安を「とても感じる」割合は全体では47.8%とほぼ半数であり、「やや感じる」まで含めれば84.3%と8割を超える。一方、最近の物価高を「とても実感している」割合は全体では49.5%、「やや実感している」まで含めれば85.8%であり、不安とほぼ同レベルであった。不安を感じるから実感しやすいのか、実感しているから不安を感じるのか、どちらかは不明だが両者は強い相関関係にある。

層別でみると、物価に対する意識別で顕著に結果が分かれた。

- ➡ 以前から物価を気にしている層 不安を強く感じる(60.7%) とても実感している(61.9%)
- ➡ 最近になって気になり始めた層 不安を強く感じる(37.7%) とても実感している(39.5%)
- ➡ 以前も今も気にしていない層 不安を強く感じる(6.4%) とても実感している(10.6%)

「以前から物価を気にしている層」で割合が目立って高く、「最近になって気になり始めた層」と比べても2割以上の差がみられた。更に「以前も今も気にしていない層」との差は著しく大きい。物価高に対する不安や実感は、消費者の元々の物価意識によって醸成される一面もある。

また世帯年収別では、年収が低い層で割合が高い傾向がみられた。物価に敏感なのは、やはり世帯年収が低い層であった。

- ➡ 400万円未満 不安を強く感じる(59.3%) とても実感している(59.3%)
- ➡ 400~700万円未満 不安を強く感じる(46.5%) とても実感している(54.5%)
- ➡ 700~1000万円未満 不安を強く感じる(51.1%) とても実感している(45.5%)
- ➡ 1000万円以上 不安を強く感じる(38.9%) とても実感している(44.4%)

● 6割以上に物価高による悪影響あり

現在の物価高を実感している人の6割以上(63.0%)が「悪い影響がある」と回答した。

性年代別でみると、女性では若い年代で「悪い影響がある」が高い傾向がみられた。男性には年代別の傾向はみられず、40代(70.3%)と60代(78.4%)で高く、20代(48.4%)と50代(51.4%)で低かった。

世帯年収別でみると、「悪い影響がある」はやはり年収が低い層ほど高かった。

- ➡ 400万円未満:70.8% 400~700万円未満:64.3% 700~1000万円未満:63.2% 1000万円以上:53.3%

悪い影響の具体的な内容は、主に「経済的な影響」と「身体への影響」に分かれた。

- 「経済的な影響」・欲しいモノが買えない(買い控え、先送り、節約意識、購買意欲減、など)
- ・家計圧迫(生活費が増える、貯蓄の目減り、生活レベルの低下、など)

- 「身体への影響」・精神的ダメージ(不安、落ち込み、ストレス増など)
- ・健康を損なう(栄養の偏り、食材の偏り、外出機会が減るなど)

● 世帯年収が低い層は高い層に比べて、物価高への対策を講じられていない

現在の物価高を実感している人の44.9%が対策を「講じている」と回答した。半数未満であり、「悪い影響があった」(63.0%)に比べて18.1%も低かった。悪影響があっても対策できていない人が少なくない。この状況は特に世帯年収が低い層で顕著に多くみられた。

- ➡ 400万円未満 悪影響あり70.8% → 対策を講じている50.0% → 20.8%が未対策
- ➡ 400~700万円未満 悪影響あり64.3% → 対策を講じている38.1% → 26.3%が未対策
- ➡ 700~1000万円未満 悪影響あり63.2% → 対策を講じている51.3% → 11.9%が未対策
- ➡ 1000万円以上 悪影響あり53.3% → 対策を講じている53.3% → 未対策はなし

悪影響があっても対策できず困っているのは、世帯年収が低い層である。

世帯年収が低い層は物価高の悪影響を受けやすい上に、対策を講じるのも難しい状況にある。

トピックスリサーチ

物価高に関する調査データ ～意識 編～

発行日 2022年 9月 30日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp