

2022年7月6日  
株式会社ロイヤリティ マーケティング

## 物価上昇による家計への影響調査を実施 物価上昇による家計への影響を感じている人、約8割 物価上昇の対策として「節約する」人は約6割、節約方法は「ポイントの活用」

共通ポイントサービス「Ponta（ポント）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、物価上昇における家計への影響や節約行動の意識を把握するため、「物価上昇による家計への影響調査」（実施期間：2022年6月10日～6月13日）を実施いたしましたので、結果をご報告いたします。

### 【調査結果】

#### ・ TOPICS 1

物価上昇による家計への影響を感じている人は、約8割

#### ・ TOPICS 2

物価上昇の影響を感じているものは「食事のための食材」が最多

#### ・ TOPICS 3

物価上昇の対策として「節約する」は約6割。節約行動について、1位「ポイントカード・アプリを活用」、2位「ポイントのたまる決済手段を活用」と、ポイント活用が上位

### 【調査結果詳細】

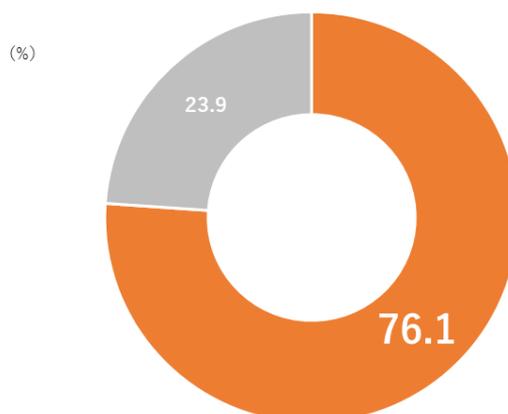
#### ■ TOPICS 1

#### 物価上昇による家計への影響を感じている人は、約8割

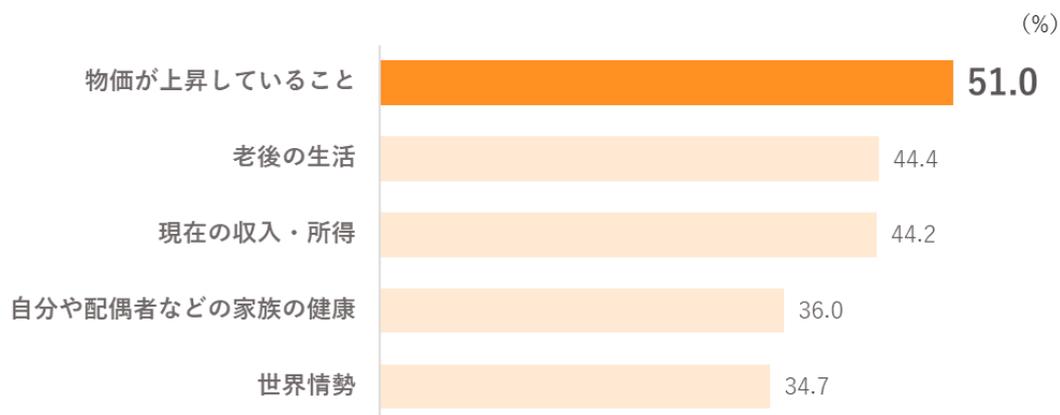
物価上昇による家計への影響について聴取したところ、「影響を感じている」との回答が76.1%となった。また、現在の生活で不安を感じていることは、「物価が上昇していること」が51.0%と最も多かった。物価上昇が、生活者の家計や生活不安に影響を及ぼしていることがうかがえる。

▶物価上昇による家計への影響意識

■ 影響を感じている ■ 影響を感じていない



## ▼現在の生活での不安（上位 5 位）

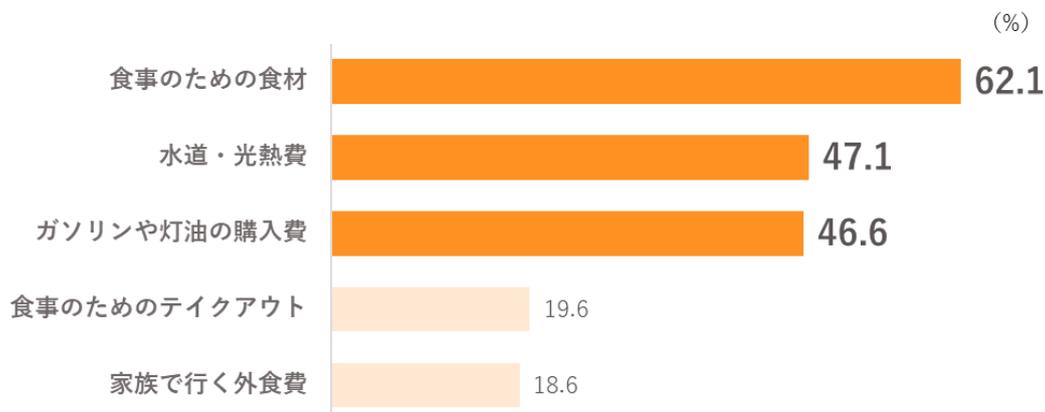


## ■TOPICS 2

物価上昇の影響を感じているものは「食事のための食材」が最多

現在の生活において、物価上昇の影響を感じているものは、1位「食事のための食材」62.1%、2位「水道・光熱費」47.1%、3位「ガソリンや灯油の購入費」46.6%となった。生活する上で欠かせないものの価格上昇の影響が大きく、特に食材は60%を超えて高かった。

## ▼現在の生活で影響を感じているもの（上位 5 位）



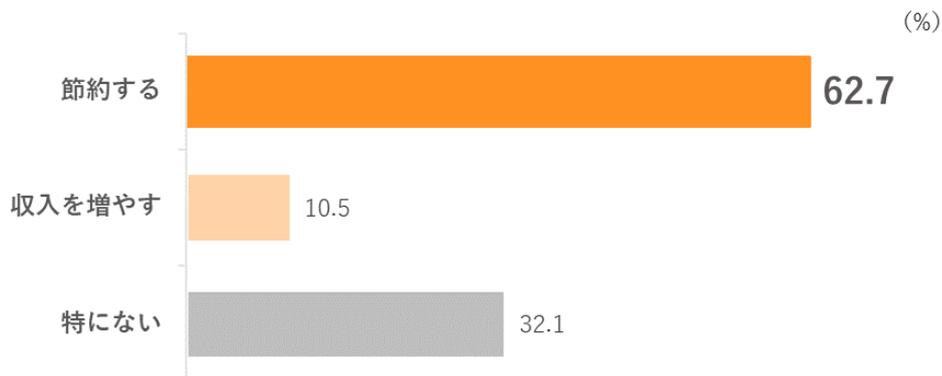
## ■TOPICS 3

物価上昇の対策として「節約する」は約6割。節約行動について、1位「ポイントカード・アプリを活用」、2位「ポイントのたまる決済手段を活用」と、ポイント活用が上位

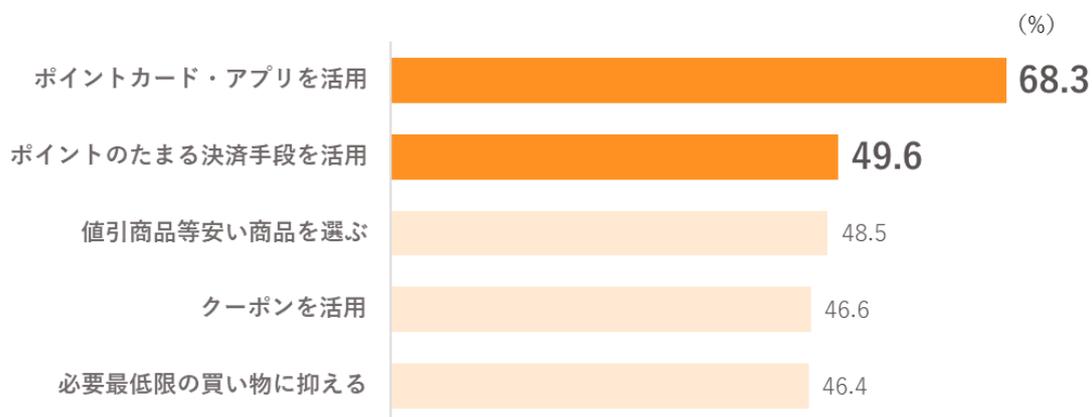
物価上昇の対策として、「節約する」との回答は62.7%となり、多くの方が物価上昇への対策の必要性を感じている結果となった。続いて「特にない」が32.1%、「収入を増やす」との回答が10.5%となった。

また、節約に関する行動としては、「ポイントカード・アプリを活用」が68.3%と最も多く、次いで「ポイントのたまる決済手段を活用」が49.6%と続いた。買い物の際にためたポイントを、次の買い物で利用できるおトクさが、節約手段として捉えられている様子がうかがえる。

▼物価上昇による家計の対策行動



▼物価上昇に対する節約行動



以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2022年6月10日～6月13日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 10～60 代以上の方

有効回答数 : 3,376 名

※2022年5月時点での全国国勢調査結果より、人口構成比でウェイトバック集計を実施

・男性

10代 : 4.9%、20代 : 5.3%、30代 : 5.9%、40代 : 7.8%、50代 : 7.5%、60代以上 : 17.0%

・女性

10代 : 4.6%、20代 : 5.1%、30代 : 5.7%、40代 : 7.6%、50代 : 7.4%、60代以上 : 21.2%

**【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】**

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。