

“値上げの春”も4年目…節約にも“疲れ”が？

生活費は値上げ前より月平均**16,336円UP**！**75%**が「**昨年の春より生活が苦しい**」

一方で**77%**が「**節約に疲れを感じている**」

約8割の人にとって「**お米はもはや高級品**」、**半数以上**が消費量を減らす

ブリタならペットボトルより年間**58,180円節約**！&“高級品”となったお米をさらにおいしく食べられる

2022年から続く“値上げの春”、BRITA Japan株式会社では、家計への影響や節約意識について2022年より継続的に調査を行っており、今回で4回目となります。

今年の調査では、2022年以前と比べて月々の生活費が平均で16,336円増加しており、75.1%の人が「昨年の春よりもさらに生活が苦しくなっている」と感じていることがわかりました。さらに、長引く物価上昇の中で、77%の人が“節約疲れ”を感じています。最も値上がりを感じるのは「お米」で、77.3%が「お米はもはや高級品」と回答。実際に、54.1%の人が、お米の消費量を減らしていることも明らかになりました。

そんな中、ブリタの浄水器なら、ペットボトルの水を買うよりも年間58,180円の節約が可能。さらにブリタでろ過した水は、“高級品”となったお米をよりおいしく炊き上げることにもつながります。

【調査概要】 調査対象：全国の20代～60代の男女計719人 調査機関：株式会社ジャストシステム

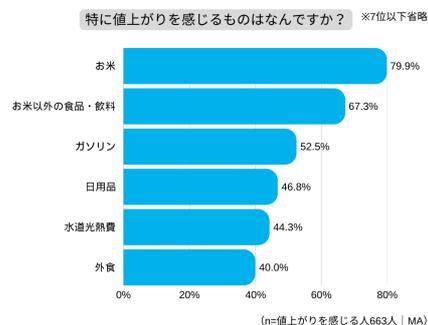
調査方法：インターネット調査 調査期間：2025年4月4日(金)～4月10日(木)

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

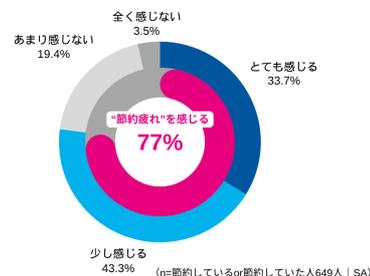
※調査結果をご紹介いただく際は、「BRITA Japan調べ」と注釈をご記載ください。

<<本レターサマリー>>

- ・月の生活費は、2022年の値上げラッシュ前と比較して平均**16,336円上昇**
- ・75.1%の人が「**昨年の春より生活が苦しい**」と回答
- ・値上げによって「**外出を控えるようになった**」「**趣味を辞めた**」「**結婚や出産を諦めた**」人も
- ・最も値上がりを感じているのは「**お米**」79.9%
- ・値上がりによって「**お米はもはや高級品**」だと思える人は77.3%、54.1%が**お米の消費量を減らしている**
- ・**90.3%の人が節約**をしている/していた一方で、そのうち77%が「**節約疲れ**」を感じている
- ・理想の節約、1位は「**手軽にできる節約**」
- ・飲み水をペットボトルからブリタのポット型浄水器/ボトル型浄水器にすれば、**年間で58,180円も節約できる**！
- ・もはや“高級品”となった**お米をブリタでよりおいしく**！



節約をすることで疲れを感じることはありますか？



■値上がりと家計への影響

・生活費は2022年より前と比べて月平均16,336円上昇

2025年春時点での生活費は、2022年春以前と比較して月平均16,336円も上昇していることがわかりました。経年で見ると、2022年春の平均上昇額は10,257円で、すでに生活費の増加が感じられていましたが、翌2023年春には14,939円とさらに大きく上昇。その後、2024年春には12,658円と一時的に落ち着きを見せたものの、2025年春には再び上昇し、ついに過去最高額となる16,336円に達しました。

こうした動きから、物価の高騰が一過性のものではなく、長期的かつ断続的に家計を圧迫している実態が浮き彫りになっています。

・75.1%の人が「昨年の春より生活が苦しい」と回答

全体の75.1%の人が「昨年(2024年)春と比べて生活が苦しくなっている」と感じていることが明らかになりました。

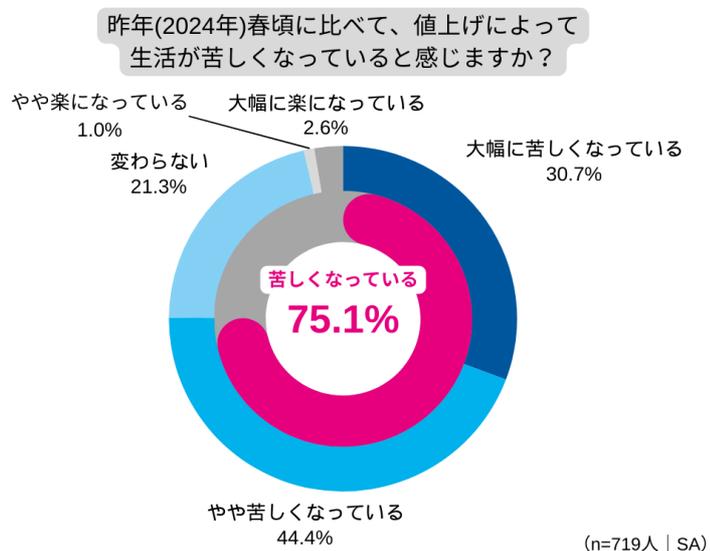
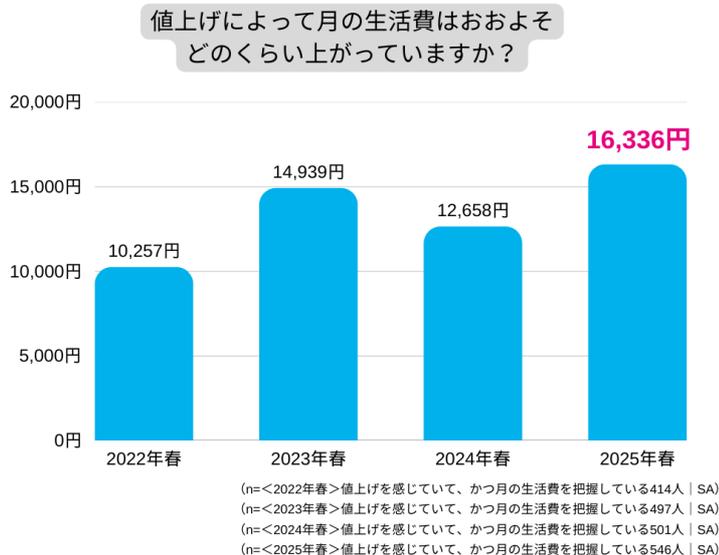
内訳を見ると、「大幅に苦しくなっている」と答えた人が30.7%、「やや苦しくなっている」が44.4%と、4人に3人以上が値上げの影響で生活の厳しさを実感していることがわかります。一方で、「変わらない」と答えた人は21.3%にとどまり、「楽になっっている」と感じている人はわずか3.6%（「やや楽に」1.0%、「大幅に楽に」2.6%）という結果でした。

・値上がりによって「結婚や出産を諦めた」人も！？

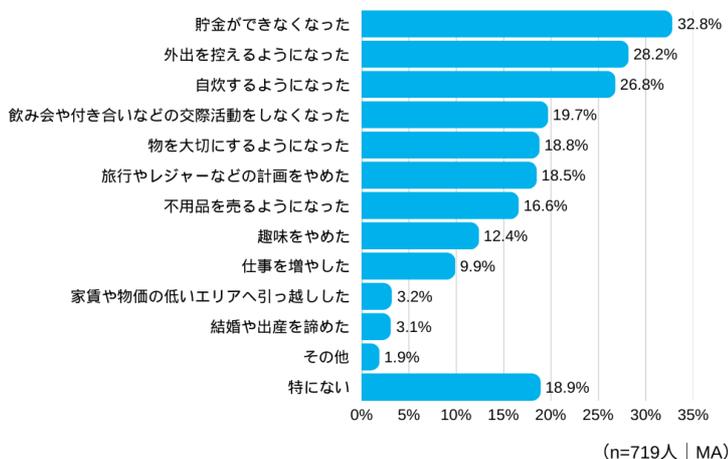
モノやサービスの値上がりが暮らしに与える影響について尋ねたところ、最も多かったのは「貯金ができなくなった」（32.8%）でした。「外出を控えるようになった」（28.2%）、「自炊するようになった」（26.8%）といった生活スタイルの見直しも多く見られます。

また、「交際活動をしなくなった」（19.7%）、「旅行やレジャーをやめた」（18.5%）など、“楽しみ”を削る声も目立ちました。「趣味をやめた」（12.4%）、「仕事を増やした」（9.9%）など、心身への負担も明らかに。

さらに、わずかではありますが、「結婚や出産を諦めた」（3.1%）と回答した人もいました。ライフイベントにまで影響が及んでいる現実、物価上昇が個人の将来設計にまで影響を与えていることを示唆しています。



身の回りのモノやサービスの値上がりによって生活にどんな影響がありましたか？



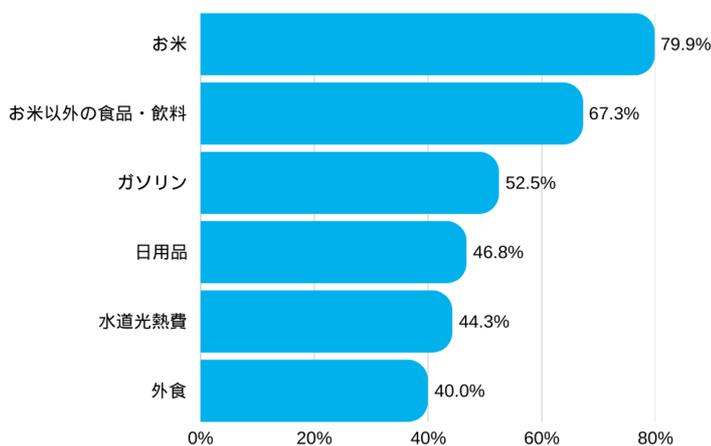
■お米の値上がり

・最も値上がりを感じているのは「お米」！

日々の暮らしの中で、特に値上がりを実感しているものを尋ねたところ、「お米」と回答した人が79.9%と多数を占めました。

次いで、「お米以外の食品・飲料」（67.3%）や「ガソリン」（52.5%）、「日用品」（46.8%）、「水道光熱費」（44.3%）、「外食」（40.0%）と、生活のあらゆる分野で値上がりを実感されていることが明らかになりました。

特に値上がりを感じるものはなんですか？ ※7位以下省略



(n=値上がりを感じる人663人 | MA)

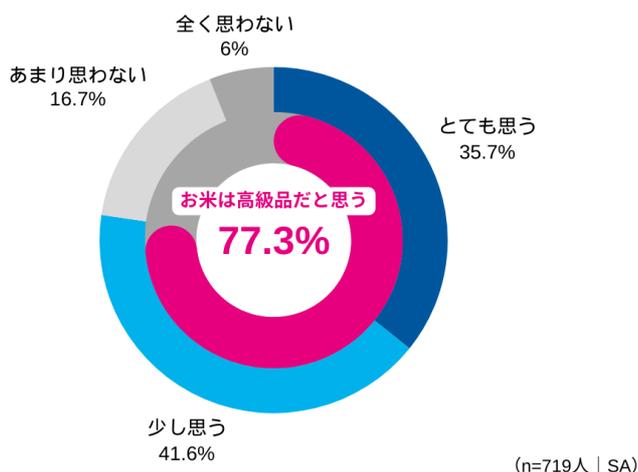
・値上がりによって「お米はもはや高級品」だと思う人は77.3%、54.1%がお米の消費量を減らしている

お米の値上がりに対する意識について調査したところ、「お米はもはや高級品だと思う」と回答した人は全体の77.3%にのびりました（「とても思う」35.7%、「少し思う」41.6%）。「あまり思わない」（16.7%）や「全く思わない」（6.0%）と答えた人は少数にとどまり、多くのお米の価格高騰を肌で感じていることがわかります。

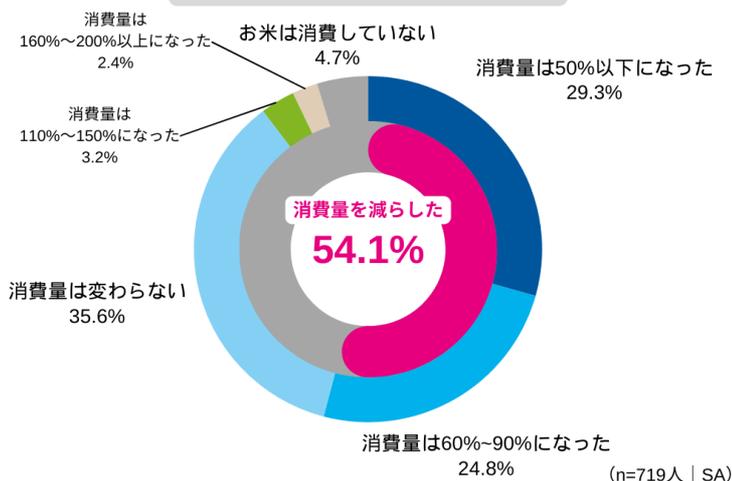
また、昨今の値上がりを受けて、お米の消費量を減らしたと回答した人も54.1%に達しました。「消費量が50%以下になった」（29.3%）と大幅に消費量を減らしている人も3割近くいます。一方で、「変わらない」と答えた人は35.6%、消費量を増やした人はごく少数でした。

お米が“高級品”と感じられるようになり、消費行動にも変化が生まれていることが今回の調査から明らかになっています。

お米はもはや高級品だと思いますか？



昨今のお米の値上がりを受けてお米の消費量はどうなりましたか？



■節約と“節約疲れ”

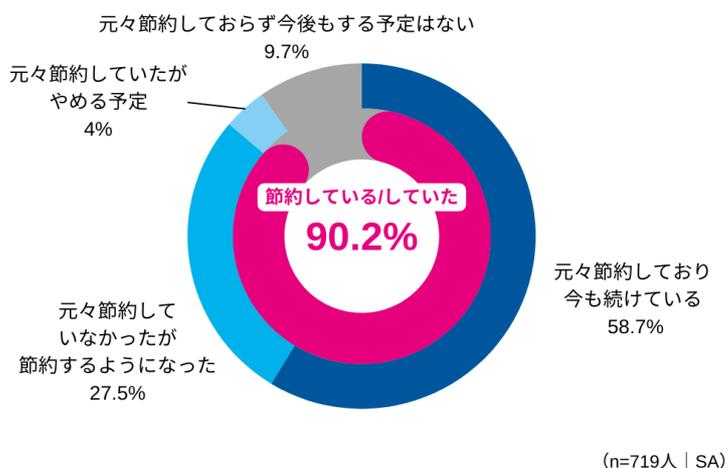
・値上げによって86.2%の人が節約をしている一方で、そのうち77%が「節約疲れ」を感じている

物価上昇が続く中で、「節約をしていますか？」という問いに対して90.3%の人が何らかの形で「節約をしている/していた」と回答しました（「元々節約しており今も続けている」58.7%、「元々していなかったが節約するようになった」27.5%、「元々節約していたがやめる予定」4%の合計）。節約が多くの人にとって当たり前の習慣となっている様子がうかがえます。

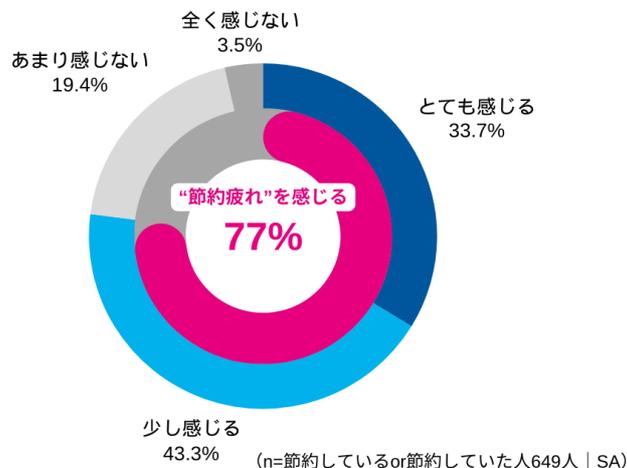
しかしその一方で、「節約をすることで疲れを感じることはありますか？」という質問では、77%が「とても感じる」（33.7%）または「少し感じる」（43.3%）と回答しており、多くの人々が“節約疲れ”を感じている実態も明らかになっています。

節約は必要と分かっているながらも、物価上昇が長引くなかでその努力が日常化し、心身への負担として積み重なっていることが今回の調査から浮き彫りとなりました。

節約をしていますか？



節約をすることで疲れを感じることはありますか？



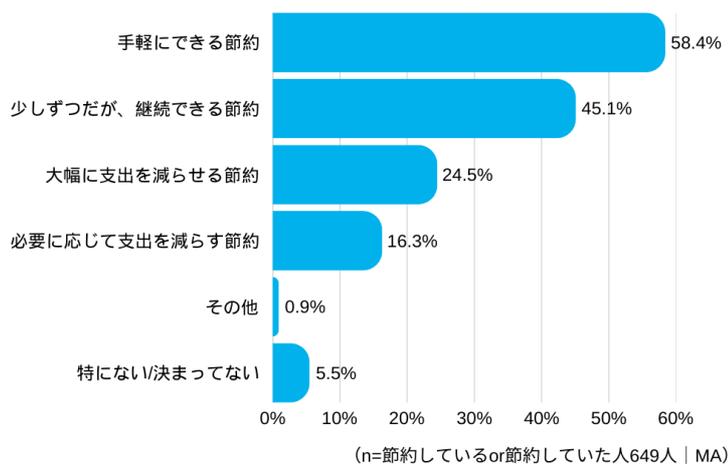
・理想の節約、1位は「手軽にできる節約」

節約を続ける中で、人々が理想とする節約のあり方について尋ねたところ、最も多かったのは「手軽にできる節約」（58.4%）でした。負担が少なく、日常生活に無理なく取り入れられることが支持されていると考えられます。

次いで、「少しずつだが、継続できる節約」（45.1%）や「大幅に支出を減らせる節約」（24.5%）、「必要に応じて支出を減らす節約」（16.3%）が続いており、節約への取り組み方にも多様な価値観があることがわかります。

節約疲れが広がる今、“無理なく続けられること”が節約の理想像として求められていることが、今回の調査でわかっています。

どんな節約が理想ですか？



ブリタの浄水器を使えば、手軽に節約しながらおいしい水が飲める！

ブリタのポット型浄水器やボトル型浄水器を使うことでペットボトルを買う必要がなくなり、手軽に節約をしながら、いつでもおいしい水を飲むことができます。外出時にも、水道水があれば手軽に水分補給をすることができるので、こまめな水分補給にも有効です。

■ブリタで節約&エコな生活を手に入れよう！

ブリタの浄水器を使えば、簡単に水道水をおいしい水に変えます。もし2人家族が1人2Lの飲み水をペットボトルで購入（2Lで101円とした場合）すると、年間で73,730円かかります。一方ブリタを使って毎日水を2人それぞれ2L飲んだ場合にかかる金額は年間15,550円で、なんと年間58,180円も節約できます。



<ブリタの浄水器を使って2人家族が1日2Lずつ水道水を1年間飲んだ場合>

ブリタ ポット型浄水器 スタイル エコ（マクストラプロ カートリッジ 3個付） 5,020円

ブリタ 交換用カートリッジ マクストラプロ ピュアパフォーマンス 6個セット 5,890円

ブリタ 交換用カートリッジ マクストラプロ ピュアパフォーマンス 4個セット 4,290円

1年間の水道料金は、350円

合計金額：15,550円（約38円／1日あたり）

※2025年4月現在、アマゾンで購入した場合

※1年間＝約53週間。カートリッジ交換は4週間に1度を推奨しているため、年間13個使用として計算

※水道水1L＝0.24円として計算。

（東京都水道局参照: <https://www.waterworks.metro.tokyo.lg.jp/faq/qa-11.html>)

“もはや高級品”のお米、ブリタの水で炊いたごはんはおいしさが違う！

今回の調査で、77.3%の人が「もはや高級品だと思う」と回答したお米を、もっとおいしく炊いてみたいと思いませんか？ ごはんは、水とお米のシンプルな材料ですが、実は使う水の種類によって味に違いが出ます。水道水とブリタの水で炊いたごはんを「味覚分析」で比較し、味の違いを検証しました！

味覚分析とは

ヒトの味覚は「甘味」・「塩味」・「酸味」・「苦味」・「旨味」の基本五味から成り立っています。舌にある「味蕾（みらい）」という細胞がこれら基本五味をキャッチし、ヒトは味を感じ取っています。そのメカニズムを模倣し、その食品が持つ基本五味を数値化し、主観的な表現に陥りがちな「味の見える化」を実現した「味覚センサー」を用いて、ブリタでも「水のおいしさ」の数値化をしています。

※「味覚センサー」は、OISSY株式会社と慶應義塾大学の共同研究グループが開発した技術です。OISSY株式会社は慶應義塾大学が支援する大学発ベンチャーのひとつで、ヒトの感覚を模倣した分析・解析技術を用いた「味覚センサー」で味覚分析サービスを行っています。代表の鈴木隆一先生は味覚の専門家「味博士」としてTV番組などへ出演するほか、講演活動などでも活躍されています。

■水道水とブリタの水で炊いたごはんの違いは？

OISSY株式会社の「味覚分析」の結果、水道水と比較して、ブリタの浄水フィルターカートリッジ「マクストラプロ ピュアパフォーマンス」でろ過した水で炊いたごはんは「旨味」で0.21、「甘味」で0.23の差がつき、「甘味」と「旨味」に優位性が見られました。確かにおいしいごはんは「甘い」と表現されることが多いですね。

数値が0.2違うと、約95%の人が味の違いを認識し、0.1違うと約60%の人が味の違いを認識するといわれています。

ブリタの水で炊いたごはんは、95%の人が水道水で炊いたごはんよりも「旨味が強く、甘い」と認識するという結果になります。

■おいしい炊飯のコツは？

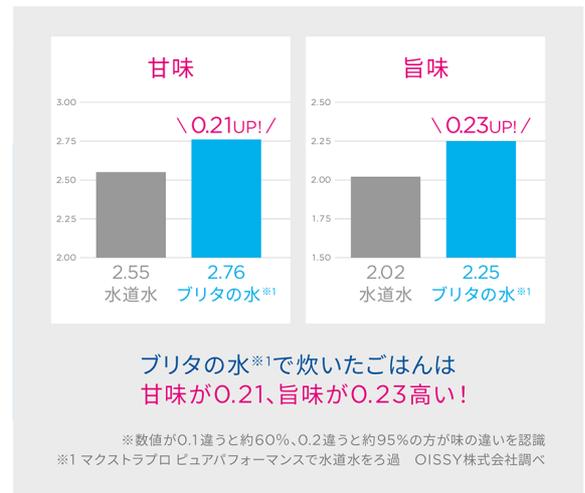
炊き方のポイントは「計量」「洗米」「浸す」の3つ。

- ・「計量」：お米はきちんと計量しましょう。計量カップに山盛りや少なめにするのはNGです。
- ・「洗米」：最初の水が一番吸収されます。おいしい水を使い、やさしく洗いましょう。軽く混ぜたらすぐに捨てます。
- ・「浸す」：30分から60分じっくり浸水。炊く水は浄水器の水が最適です。

出典：農林水産省Webサイト

日々の暮らしの中で、おいしいごはんがあると、幸せな気持ちになりますよね。ブリタの水でよりおいしいごはんを楽しんでください。

ごはんの五味比較



ブリタの浄水器で水やごはんのおいしさUP&節約も

■コンパクトで冷蔵庫にもぴったり！ペットボトルを買わずにおいしい水をたっぷり使える「リクエリ」

- 製品名 : ポット型浄水器 リクエリ
- 参考価格 : オープン価格
- 本体サイズ : 幅20.2×高さ28.4×奥行11.0 cm
- 容量 : 全容量2.2L、ろ過水容量※1.15L
- 取扱店舗 : 一部店舗でのみの取り扱いとなります。詳しくはお問合せください。
- 特徴 :
- ・スペースを取らないコンパクトサイズ
 - ・冷蔵庫のドアポケットに収納可能、注ぎやすい取っ手つき
 - ・500mlペットボトル2本分の水を一度にろ過（ろ過水容量1.15ℓ）
 - ・水受け部にクリアファンネルを採用しているためろ過の様子が把握しやすい
 - ・4週間ごとにカートリッジの交換時期を知らせる「液晶メモ」付き



■大容量のタンク型浄水器「フロー」はお米の炊飯にもぴったり

- 製品名 : タンク型浄水器 フロー
- 価格 : オープン価格（ピュアパフォーマンスカートリッジ3個付き）
- 本体サイズ : 幅21.4cm×高さ22.0cm×奥行30.4cm
- 容量 : 全容量8.2L、ろ過水容量※ 4.85L
- 取扱店舗 : 全国の主要スーパー、主要ホームセンター、専門店、家電量販店、ECサイトなど
- 特徴 :
- ・注水しやすいスライド式のふた
 - ・大勢での使用が可能な大容量
 - ・スマートライト搭載で、カートリッジの交換時期がひと目で分かる
 - ・操作しやすい注ぎ口



※ろ過水容量について

2020年10月1日の家庭用品品質表示法に係る雑貨工業品品質表示規程の一部改正にもとづき定められた方法で測定した容量です。原水貯留部(ろ過される前の水道水が貯まる部分)の最下部まで貯留する水量を表示しています。

ブリタ グループについて

1966年にドイツで設立された家庭用ポット型浄水器メーカーのブリタは、家庭用途だけでなく、商業施設や衛生管理が必要なケア分野向けにも、革新的で最適な飲料水提供ソリューションを幅広く開発、製造、販売しています。

2022年の事業年度には、総売上高6億6400万ユーロを達成し、2020年末時点で世界に2,262人の従業員を擁し（うち1,221人はドイツ国内勤務）、ブリタグループは個々に最適な飲料水を提供するリーディングカンパニーのひとつとして誇りを持っています。

ブリタは世界の浄水器市場でリードし、本社はドイツのヴィースバーデン近郊のタウヌスシュタインにあり、5大陸・70か国に30社の子会社や支店を展開しています。また、ドイツ、英国、イタリア、中国に生産拠点を有しています。

ブリタ グループのサステナブルな取り組みについて

ブリタ グループは、環境への影響を低減する責任があると考え、「バランスの取れたインパクト」をテーマにしたサステナビリティ・プロジェクトにコミットしています。

「バランスの取れたインパクト」は、全社の二酸化炭素を管理することを目指しています。これにより事業活動に起因するCO2排出量の測定を行い、たとえば製造工場やオフィスビル、設備のエネルギー効率の改善に向けて対策を講じています。また、電気自動車の使用を促す社用車方針を定め、エネルギー効率の良いLED照明への変更を行い。さらに、社内外で意義のあるプロジェクトへの投資を思索しています。

二酸化炭素の排出を防ぎ、地球に対する当社の影響を最低限に抑えることを目指し続けています。

BRITA Japan株式会社について

BRITA Japanは2005年に設立され、2023年末の時点で、約30人の従業員を抱えています。主力であるポット型浄水器に加え、2017年に発売を開始して以来堅調に成長しているボトル型浄水器の輸入・販売を行っています。当社は、環境保全に積極的に取り組む企業として、今後もプラスチックごみ削減を始め環境保護に貢献していきたいと考えています。

会社名 : BRITA Japan株式会社
本社 : 東京都中央区銀座3-15-10 JRE銀座3丁目ビル
HP : www.brita.co.jp

【お客様からのお問い合わせ先】

ブリタカスタマーセンター 0570-001-179
(平日10:00~17:00、土日祝日、年末年始を除く)