

【物価高×NISA時代の生活意識調査】

9割超が昨年春よりも「値上がりを感じる」 NISA利用者は44%、理由は「将来への不安に備えるため」 そのうち半数以上が“NISA貧乏”状態！？

理想の節約は「手軽」、ブリタなら手軽に年間74,972円節約！

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、継続的に調査を実施しています。今回の調査では、物価高が長期化する中、新たな家計防衛策としてNISAの利用が広がる一方で、投資資金を確保するために日常生活を切り詰めすぎ、生活の質（QOL）を下げってしまう、いわゆる“NISA貧乏”※の実態も見えてきました。

モノやサービスの値上げについては、91.6%の人が昨年春よりも値上がりを実感。特に「お米以外の食品」や「お米」など、食卓に直結する項目での負担感が高まっています。また、値上げや欠品への不安から約6割が「買いだめ」を経験、「今後の値上げを懸念」「原油高や物流の影響による品薄への不安」といった理由が挙げられました。さらに、NISAの利用者は44%にのぼり、その理由の最多は「将来への不安に備えるため」でした。一方でNISA利用者の52.5%が「投資資金確保を目的とした節約によりQOLが下がっている」と感じており、“NISA貧乏”ともいえる状況が一定数存在していることがうかがえます。

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74,972円の節約が可能。今回の調査で「理想の節約スタイル」1位となった“手軽にできる節約”そのもので、生活の質を落とすことなく、家計と投資の両立を後押しします。

※ここでの“NISA貧乏”とは、NISAの投資資金を確保するために日常の支出を節約しすぎ、結果として生活の質（QOL）が下がってしまっている状態を指します。

<調査サマリー>

■物価上昇の実感と生活への影響

- ・昨年春よりも値上がりを感じる「感じる」91.6%、「とても感じる」だけで67.8%
- ・値上がりを感じる品目1位「お米以外の食品」61.8%、2位「お米」57.4%、3位「日用品」56.5%

■買いだめ行動の経験

- ・「買いだめ」をしたことが「ある」59.7%、買いだめ品目1位は「日用品」55.8%
- ・買いだめの理由「今後の値上げを懸念」「原油高や物流の影響で欠品・品薄になる不安」

■NISA利用と“NISA貧乏”の実態

- ・NISAの利用者は44%、利用理由1位「将来への不安に備えるため」57.3%
- ・NISA投資資金確保のために日常支出を節約している人は64.3%
- ・NISA利用者のうち52.5%が「節約でQOL（生活の質）が下がっている」＝“NISA貧乏”状態

■理想の節約スタイル

- ・理想の節約は「手軽にできる節約」58.6%、「少しずつだが継続できる節約」45.2%
- ・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74,972円の節約が可能！（2人家族の場合）

【調査概要】 調査対象：全国の20代-60代の男女580人
 調査機関：自社調査
 調査方法：インターネット調査
 調査期間：2026年4月27日(月)～5月1日(金)

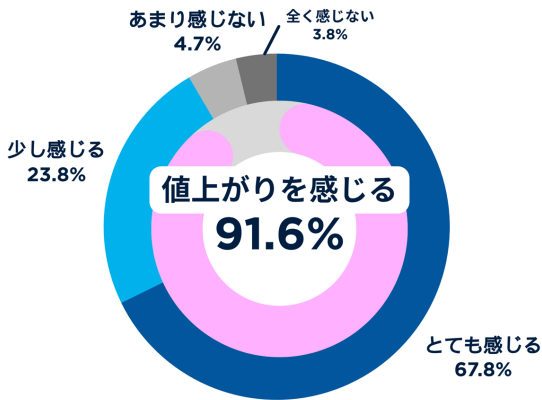
※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。
 ※調査結果をご紹介いただく際は、「BRITA Japan調べ」と注釈をご記載ください。

■物価上昇の実感と生活への影響

昨年（2025年）春頃と比べて、身の回りのモノやサービスの値上がりを「とても感じる」（67.8%）と「少し感じる」（23.8%）を合わせ、91.6%の人が値上がりを実感していると回答。「とても感じる」だけで約7割を占めており、生活実感としての値上がりは確実に強まっています。“値上げの春”を5年目に迎え、家計への重圧は依然として続いていることがわかります。

値上がりを感じている人に「特に値上がりを感じるもの」を尋ねたところ、1位「お米以外の食品」（61.8%）、2位「お米」（57.4%）、3位「日用品」（56.5%）と、生活必需品が上位を独占する結果となりました。4位「外食」（50.7%）も半数を超え、自炊・外食を問わず食関連の支出が膨らんでいる実態がうかがえます。「ガソリン」（43.7%）や「水道光熱費」（37.9%）といった移動・住まいの固定費にも値上げ感が広がっており、家計のあらゆる場面で負担が積み重なっています。

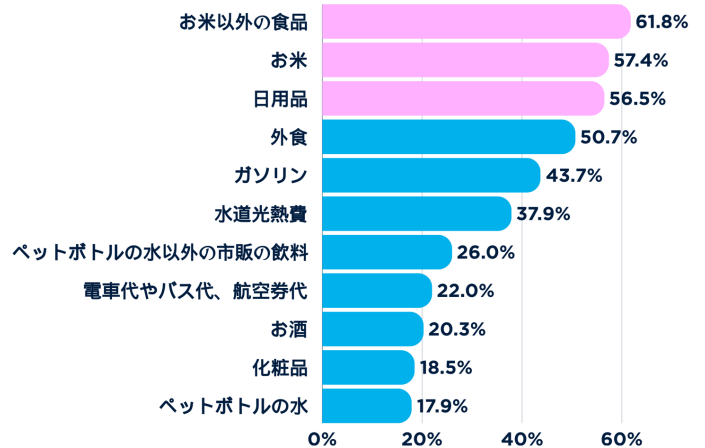
昨年（2025年）春頃よりも身の回りのモノやサービスについて、値上がりを感じますか？



BRITA

(n=580人 | 単一回答)

特に値上がりを感じるものはなんですか？



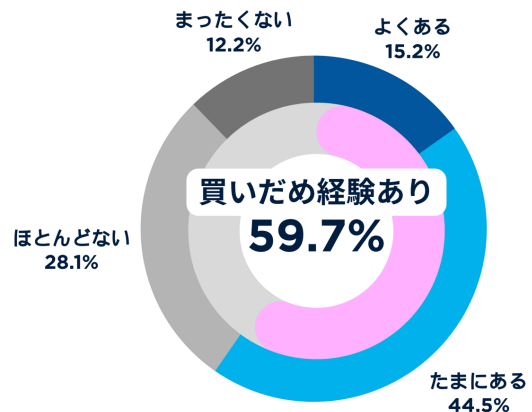
BRITA

(n=値上がりを感じる人531人 | 複数回答)

■物価上昇の実感と生活への影響

モノの欠品や値上げへの不安から「買いだめ」をしたことがあるかを尋ねたところ、「よくある」（15.2%）と「たまにある」（44.5%）を合わせ、約6割（59.7%）が「買いだめ経験あり」と回答しました。「ほとんどない」（28.1%）「まったくない」（12.2%）は合わせて4割にとどまり、値上げ・品薄への備えが一部の人だけのものではなく、多くの家庭で広がっている消費行動であることがわかります。

モノの欠品や値上げの不安で「買いだめ」をしたことはありますか？

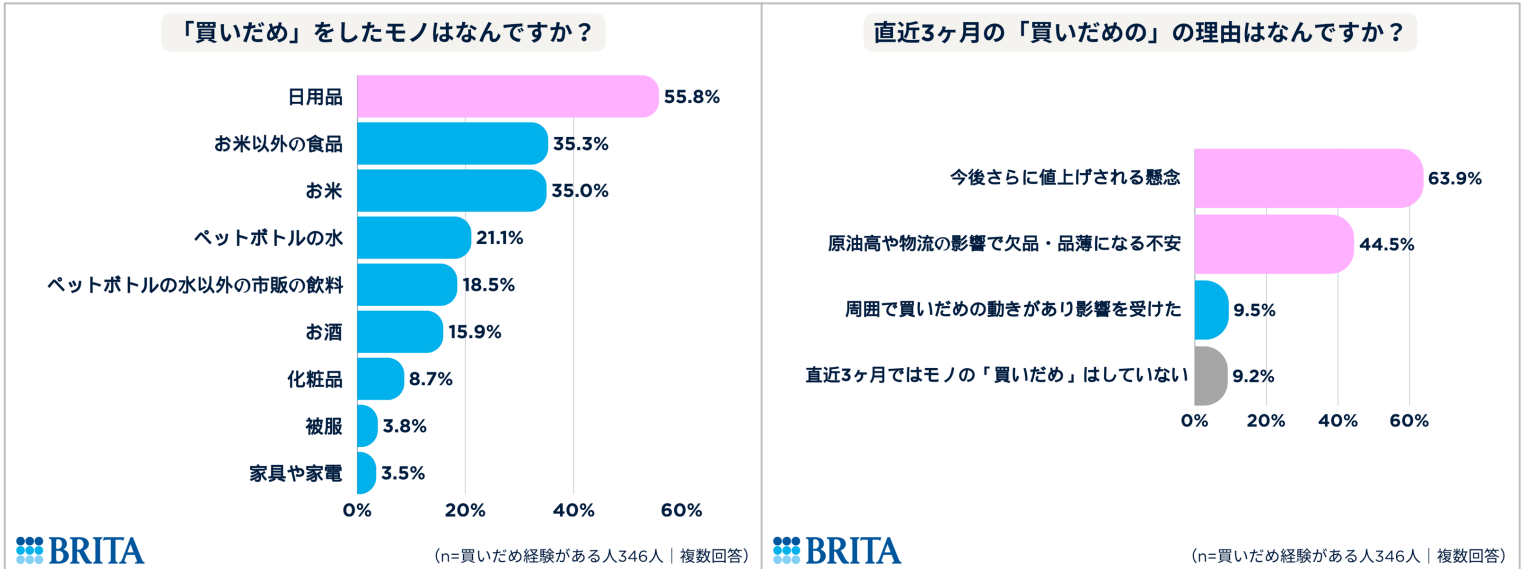


BRITA

(n=580人 | 単一回答)

買いだめした品目のトップは「日用品」（55.8%）で、買いだめ経験者の半数以上が選択しています。続いて2位「お米以外の食品」（35.3%）、3位「お米」（35.0%）と、毎日の必需品が上位を占めました。さらに4位には「ペットボトルの水」（21.1%）が入り、重くてかさばる飲料水まで買いだめの対象となっている実態が浮き彫りとなっています。

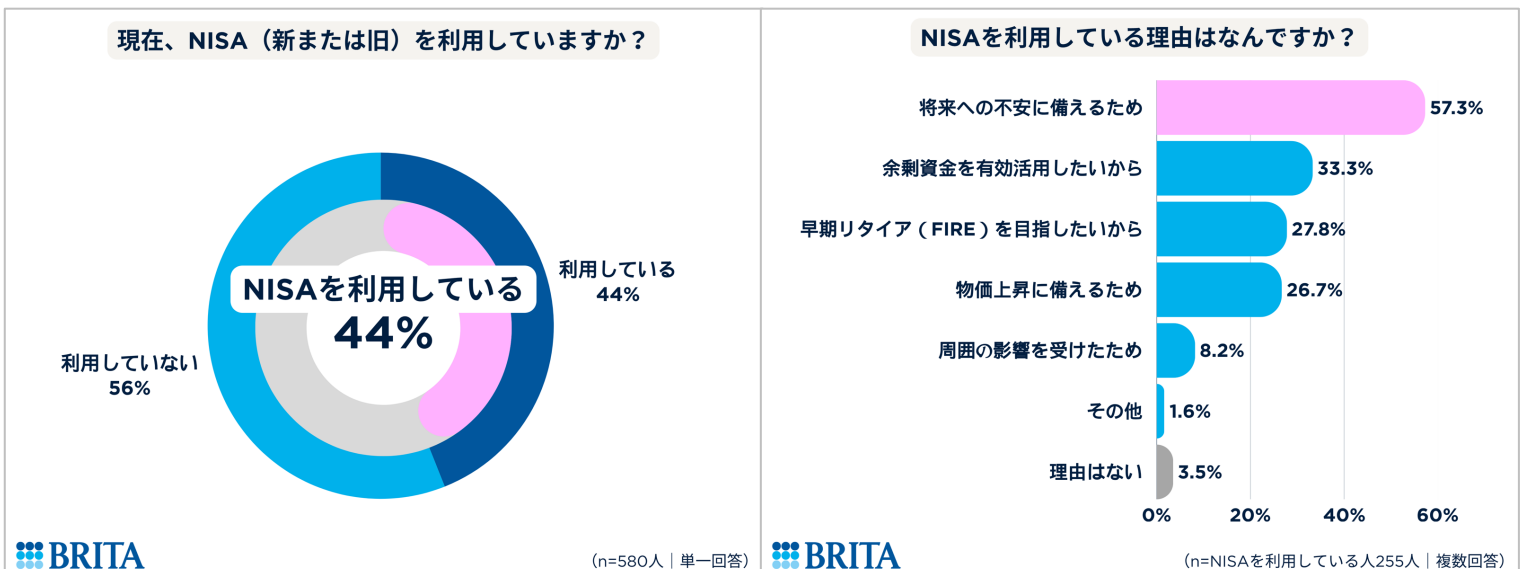
直近3ヶ月の買いだめの理由は、1位「今後さらに値上げされる懸念」が63.9%と突出し、買いだめ経験者の6割超が値上げを先回りした行動をとっていることが明らかになりました。2位「原油高や物流の影響で欠品・品薄になる不安」（44.5%）も4割を超え、中東情勢の緊迫化などを背景とした先行きへの不安感もうかがえます。物価上昇への警戒に加え、必要なものが手に入りにくくなるかもしれないという“供給不安”も、買いだめ行動を後押ししているようです。



■NISA利用と“NISA貧乏”の実態

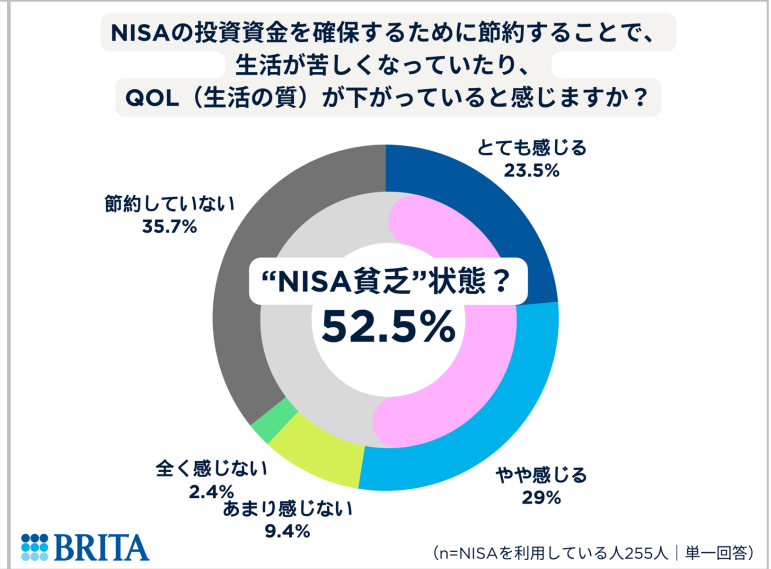
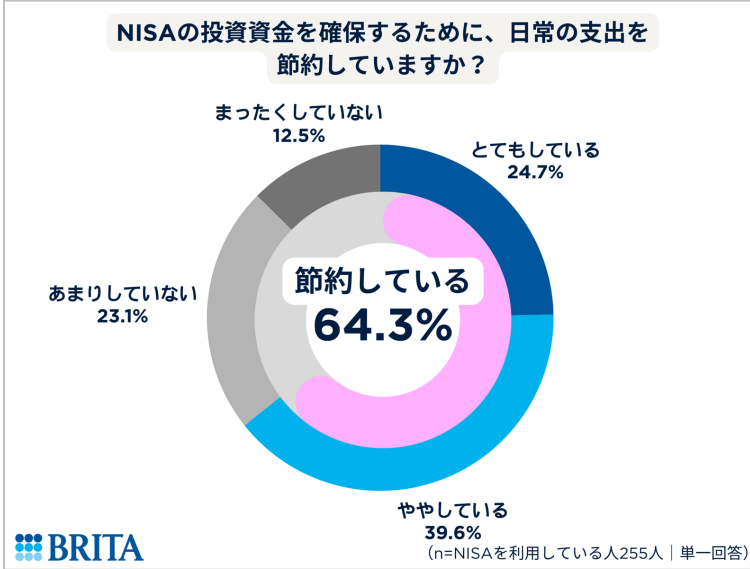
現在、NISA（新または旧）を利用しているのは44%で、4割を超える人がすでにNISAを活用していることがわかりました。「利用していない」は56%と過半数を占めるものの、新NISAのスタートを契機に裾野は着実に広がっており、家計のなかで身近な選択肢になりつつあります。

利用理由のトップは「将来への不安に備えるため」（57.3%）で、NISA利用者の半数以上がこの理由を挙げました。続く2位「余剰資金を有効活用したいから」（33.3%）、3位「早期リタイア（FIRE）を目指したいから」（27.8%）、4位「物価上昇に備えるため」（26.7%）と続き、“備える”動機と“活かす”動機が同水準で並びます。物価高が長期化するなか、NISAは資産形成の手段であると同時に、将来不安や物価上昇への“防衛策”としての性格を強めている様子うかがえます。



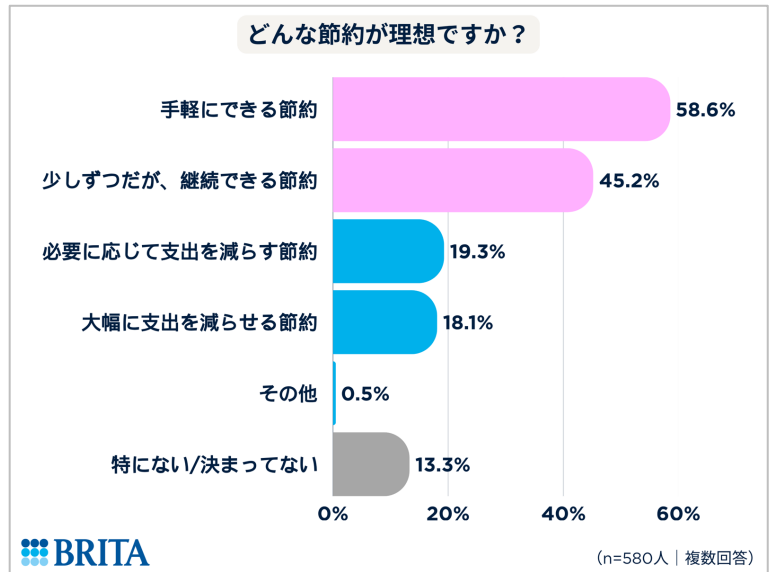
NISA利用者に「投資資金を確保するために日常の支出を節約しているか」を尋ねたところ、「とてもしている」(24.7%)と「ややしている」(39.6%)を合わせ、64.3%が「節約している」と回答しました。NISA利用者のおよそ3人に2人が、投資資金を捻出するために日々の支出を切り詰めている実態が明らかになっています。

さらに「節約することで生活が苦しくなったり、QOL(生活の質)が下がっていると感じるか」を尋ねたところ、「とても感じる」(23.5%)と「やや感じる」(29.0%)を合わせ、52.5%—NISA利用者の半数を超える人が“NISA貧乏”状態にあることが浮き彫りになりました。投資のための節約が生活の質を圧迫しており、“備える”はずのNISAが暮らしを苦しめているという、皮肉な構造がうかがえます。



■理想の節約スタイル

理想とする節約スタイルを尋ねたところ、1位「手軽にできる節約」が58.6%で、回答者の半数以上が選択。続く2位「少しずつだが、継続できる節約」(45.2%)と合わせ、“手軽さ”と“継続性”が理想の節約の二大条件として浮かび上がりました。一方で「大幅に支出を減らせる節約」(18.1%)は2割未満にとどまっており、ストイックに切り詰めるのではなく、生活の質を保ちながら無理なく続けられる節約を求める志向がはっきりと表れた結果となりました。物価高が続き、NISAなどの投資資金確保のために節約を強いられる人も増える中で、“NISA貧乏”を回避しつつ家計を守るための「手軽で継続できる節約」へのニーズは、今後ますます高まりそうです。



節約と暮らしの質を両立するには？ブリタのポット型浄水器

■水を注ぐだけ、“手軽にできる節約”を叶えるブリタの浄水器

ブリタの浄水器なら、水道水を注ぐだけで手軽においしい水を楽しめます。ペットボトルの水を購入する場合と比べて、2人家族が1日2L/人を1年間飲んだ場合で年間約74,972円の節約が可能。本調査で「理想の節約スタイル」1位（58.6%）となった「手軽にできる節約」、2位（45.2%）の「少しずつだが、継続できる節約」のどちらも叶える、無理なく続けられる節約方法です。



2人家族が水を1日2Lずつ1年間飲んだ場合

■ペットボトルの水

2Lペットボトルの価格*1：122円×2本×365日=89,060円

*1 小売物価統計調査（動向編）より（東京都区部小売価格、2024年1月～2024年12月平均価格）

■ブリタの浄水カートリッジ

水道水*2の1Lあたりのコスト：約0.24円×2L×2人×365日=350円

ブリタ本体(リクエリ)*3+カートリッジ*4の1Lあたりのコスト：約9.41円×2L×2人×365日=13,738円

合計：**14,088円**

*2 水道水1L=0.24円（東京都水道局参照：<https://www.waterworks.metro.tokyo.lg.jp/faq/qa-11>）

*3 「ブリタ リクエリ」を3年間使用した場合の1Lあたりのコスト：リクエリ2,483円/3年/2L/2人/365日=0.57円

*4 「ブリタ マクストラプロ ピュアパフォーマンス」1Lあたりのコスト：1,327円/総ろ過水量150L=8.84円

「リクエリ」はブリタのポット型浄水器の製品ラインナップで最小サイズとなる人気シリーズで、キッチンや冷蔵庫のスペースが限られている一人暮らしの方にも使いやすいモデル。投資のために生活を切り詰める「NISA貧乏」を避けながら、家計と暮らしの質を両立させる小さな一歩としておすすめです。

www.brita.co.jp/製品一覧/ポット型浄水器/リクエリ

- 製品名 : ブリタ ポット型浄水器 リクエリ
- カラー展開 : ホワイト/パウダーブルー
- 本体サイズ : 幅202mm×奥行110mm×高さ284mm
- 容量 : 全容量2.2リットル、ろ過水容量 (※) 1.15 リットル
- 主な販売先 : 全国の主要スーパー、家電量販店、オンラインショップなど
- 価格 : オープン価格
- 特徴 : ・ 冷蔵庫のドアポケットに収納可能
・ 液晶メモが4週間ごとにカートリッジの交換時期を教えてください



(※) 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。

新生活を応援！ブリタ商品を買うとPayPayポイントが当たるキャンペーン

物価高や値上げが続くなか、BRITA Japanでは新生活を応援するキャンペーンも実施しています。2026年3月1日(日)～5月31日(日)の期間中、対象のブリタ製品を税込2,000円以上購入して応募した方の中から、抽選で100名様にPayPayポイント1万円分をプレゼント。日々の水分補給や節約意識が高まる中、暮らしに寄り添う取り組みとして展開しています。

■キャンペーン概要

- 応募期間 : 2026年3月1日(日)～2026年5月31日(日)23:59
- 対象商品 : ブリタ商品各種
- 賞品 : PayPayポイント10,000円分(100名様)
- 応募方法 : ①期間中、対象のブリタ商品を2,000円(税込)以上購入
②購入レシートを撮影
③[キャンペーンサイト](https://www.cp-lp.jp/brita-2026sscp/)から応募

※詳細はキャンペーンサイト (<https://www.cp-lp.jp/brita-2026sscp/>) をご覧ください。

ブリタ グループについて

2024年度の総売上高は7億2,700万ユーロ、2024年末時点の全世界の従業員数は2,433名（うちドイツ国内1,296名）を擁するブリタグループは、飲料水最適化の分野におけるリーディングカンパニーの一つです。同社のフラッグシップブランドである「ブリタ」は、世界の浄水器市場でトップクラスの地位を築いています。

ヴィースバーデン近郊のタウヌスシュタインに本社を置くこのファミリー企業は、27の国内外の子会社や事業拠点、ならびに出資先、販売パートナー、産業パートナーを通じて世界5大陸、70カ国で事業を展開しています。ドイツ、イギリス、イタリア、中国に5つの生産施設を有しています。

1966年に家庭用ポット型浄水器の発明者として創業した同社は、現在、家庭用（ポット型浄水器、蛇口直結型、ソーダメーカー、および有名メーカーの小型・大型電気製品向けのブリタ内蔵ソリューション）から業務用（ホテル、レストラン、ケータリング、自動販売機向けソリューション）、さらにはオフィス、学校、ホスピタリティ部門、衛生管理が求められるケア環境（病院、介護施設）向けの配管接続型ウォーターディスペンサーまで、幅広い革新的な飲料水最適化ソリューションを開発、製造、販売しています。

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、2025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)