

## 【Zaim×トクバイ調査】

### 生活者1万人が選んだ「暮らしのキーワード 2023」を発表！

### 今年、日常生活に最も影響を与えたのは「値上げラッシュ」

～「値上げラッシュ」の影響で、生活者に“価格”を意識した購買行動が見られた1年～

くふうカンパニーグループが提供する、それぞれ1,000万ダウンロードを超える、個人向け家計簿サービス「Zaim」とチラシ・買い物情報サービス「トクバイ」は、共同でアンケート調査を実施し「生活者1万人が選んだ『暮らしのキーワード 2023』」を発表しました。

世界情勢、コロナ、政治、経済...と激動の一年といっても過言ではなかった2023年。一方で家事、子育て、買い物、家計など、家族との毎日の暮らしを営む日本中の生活者にとって2023年とはどんな一年だったのでしょうか。そこで、日常生活のサービスとして多くの方にご利用いただいている「Zaim」と「トクバイ」のユーザーに、「2023年、日常生活で影響を受けたキーワード」についてアンケート調査を実施しました。

合計1万人以上のユーザー回答の結果、1位「値上げラッシュ」、2位「ガソリン価格の高騰」、3位「危険な暑さ」、4位「卵の品切れ」、5位「異次元の少子化対策」が選出され、これらを「暮らしのキーワード 2023」として発表いたします。

暮らしのキーワード  
2023

zaim × トクバイ

1位 値上げラッシュ

2位 ガソリン価格の高騰

3位 危険な暑さ

4位 卵の品切れ

7位 海外旅行の復活

5位 異次元の少子化対策

8位 節電グッズ・節電対策

9位 節約疲れ

6位 リスキング

10位 買い控え

### ◆ 1位「値上げラッシュ」(7,746票)

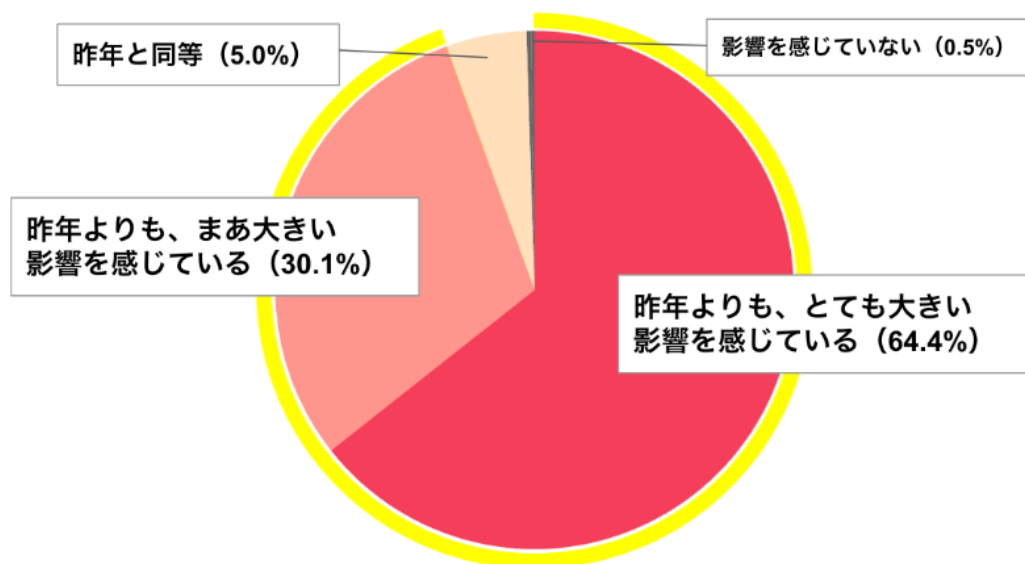
家計への大きな影響や「割引き・セール」の積極的な活用、毎日の買い物における「プライベート商品」の人気などが、トクバイアンケートやZaimの購買データからも明らかに。

「値上げラッシュ」は、およそ7割以上の回答者が投票するなど、2位の「ガソリン価格の高騰」に2,000票以上の差をつけて圧倒的1位となりました。食料品や日用品はもちろん、光熱費や荷物の運賃といった生活インフラの料金からテーマパークの入園料といった娯楽費まで3万品目以上が値上げされた今年一年。回答者からは「家計に直撃した」「値上げが毎月のことです衝撃的だった」「生活が本当に苦しくなった」など、生活への影響を訴える声が多く上がりました。

2023年11月にトクバイが実施した物価高に関するアンケート調査※では、9割以上が「昨年よりも家計への影響が大きいと感じる」と回答。また「昨年と比べて支出が増えたか」という質問に対しても9割以上が「増えた」と回答するなど、物価高による生活への影響を多くの方が実感する中、「支出の増加」という形で家計にも数字として表れていることが判明しました。

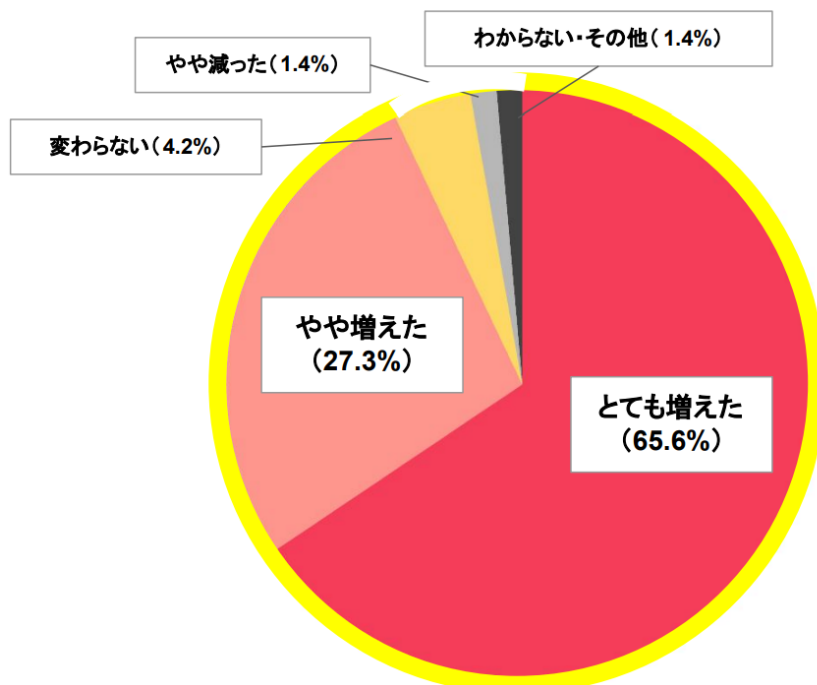


2023年の物価上昇は、昨年(2022年)と比較して、どの程度家計に影響していますか【単一回答、n=2,593】



※トクバイ「物価高に関するアンケート調査 ([https://www.locoguide.co.jp/news/20231130\\_1/](https://www.locoguide.co.jp/news/20231130_1/))」より

### 昨年と比べて支出は増えましたか【単一回答、n=2,593】

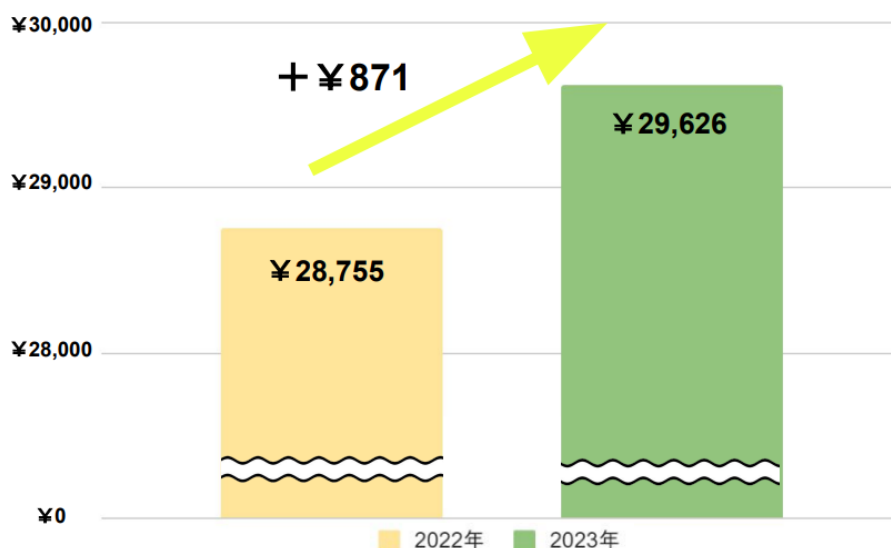


※トクバイ「物価高に関するアンケート調査 ([https://www.locoguide.co.jp/news/20231130\\_1/](https://www.locoguide.co.jp/news/20231130_1/))」より

Zaimの購買データによれば、2023年の「食料品」に関する毎月の支出金額は平均 29,626 円となっており、前年の平均 28,755 円より 871 円も上昇していることも明らかになりました。



### 「食料品」に関する毎月の平均支出額

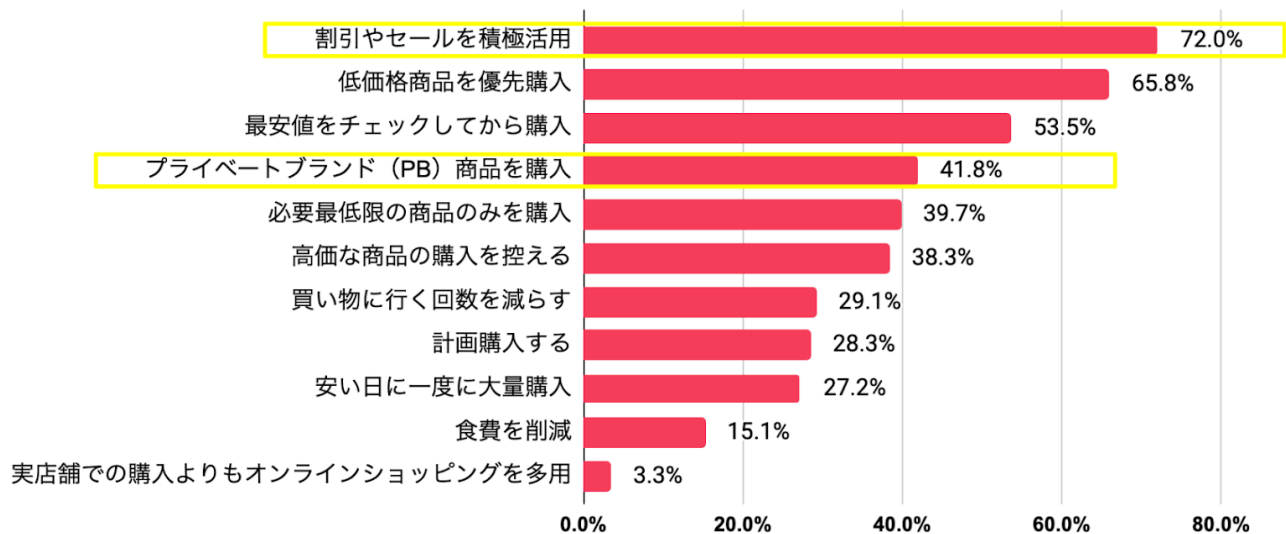


またアンケート回答者からは「食費が倍近くに。今まで簡単に買えていたものも悩んでしまい、買わないことが増えた」「今まで購入していたが、値上げの影響で諦めるものもあった」「特売日をチラシでよく探すようになった」など、買い物行動における心理的な変化に関する意見も上がりました。

トクバイが実施したアンケート調査※でも、物価高を受けた購買行動の変化として7割以上が「割引やセールを積極活用」、4割以上が比較的値段が安い「プライベートブランド（PB）商品を購入」を選択するなど、相次ぐ「値上げラッシュ」は毎日の買い物行動にも変化を与えているようです。



物価高を受けて、食料品の購入における購買行動の変化を教えてください  
【複数回答、n= 2,593】



※トクバイ「物価高に関するアンケート調査（[https://www.locoguide.co.jp/news/20231130\\_1/](https://www.locoguide.co.jp/news/20231130_1/)）」より

## ◆ 2位「ガソリン価格の高騰」（5,013票）

**行動制限の解除もあり、外出時のガソリン代を気にする声が多数。トクバイユーザーも「昨年より物価高の影響を感じる」と6割以上が回答。**

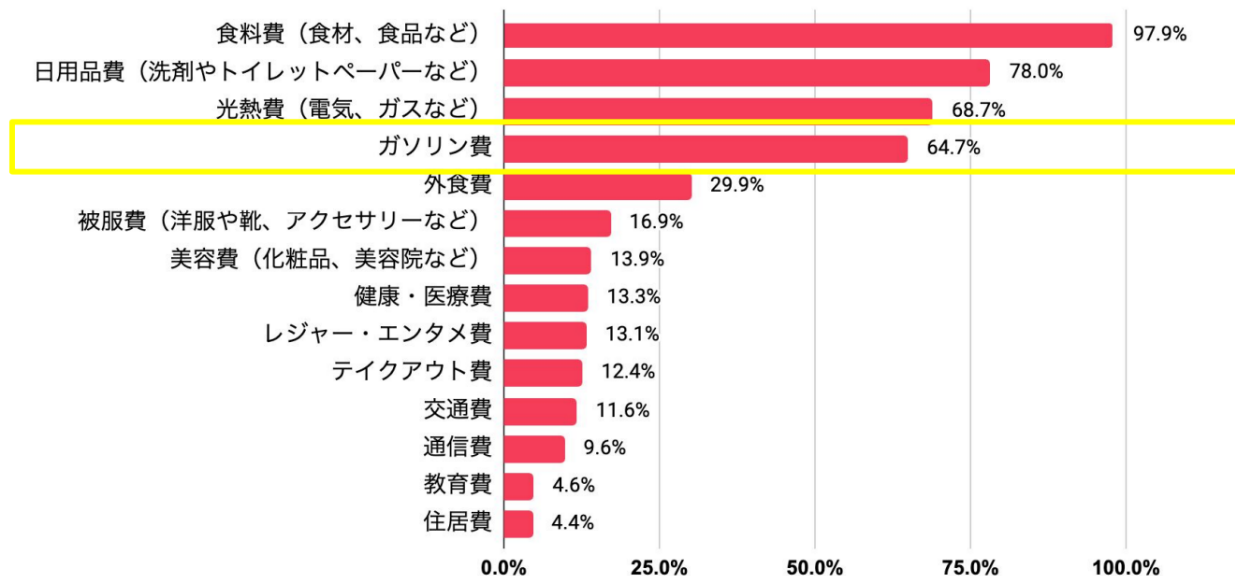
2位に選ばれたのは「ガソリン価格の高騰」。今年の8月にはレギュラーガソリンの価格が全国平均で1リットルあたり185.6円となり過去最高値を記録するなど、1位の「値上げラッシュ」同様にこちらも日常生活に大きく影響を及ぼしたキーワードとして、たくさんの票が集まりました。

回答者からは「スーパーの安売りに行くのにも、ガソリン代が気になってしまう」「通勤や買い物など、日常生活に欠かせないので車に乗らざるを得ない」などの声。今年5月に新型コロナウイルス感染症の5類移行で行動制限が解除されたものの、「休みの日は必ず家族で車に乗って外出するためガソリン価格が気になった」「自家用車で旅行の回数を制限した」といった意見も上がりました。

Zaimの購買データによれば、2023年の1ヵ月あたりの「ガソリン代」の支出額は平均8,535円で、前年より126円上昇。購入1回あたりの支出額は平均4,186円で前年より55円上昇しており、実際にトクバイのアンケート調査※でも、6割以上が「ガソリン費」に対して「昨年より物価高の影響を感じる」と回答しました。



### 昨年(2022年)よりも物価高の影響を強く感じるものは何ですか 【複数回答、n=2,450】



※トクバイ「物価高に関するアンケート調査 ([https://www.locoguide.co.jp/news/20231130\\_1/](https://www.locoguide.co.jp/news/20231130_1/))」より物価高による家計への影響が「大きい」と回答した方を対象に、物価高の影響を強く感じるカテゴリについて質問

### ◆ 3位「危険な暑さ」(4,583票)

記録的な暑さの一年。「日焼け止め」「日傘」など外出時のアイテムの支出額も前年と比較し増加傾向に。

2023年6月から8月にかけての全国の平均気温が統計開始以来最高を記録し、気象庁が「最も暑い夏」と発表。そんな今年の暑さを象徴する「危険な暑さ」が3位にランクインしました。

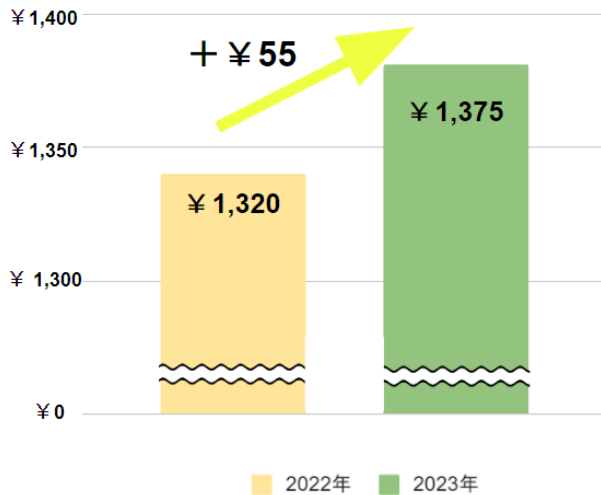
回答者からは「とにかく暑かった」「猛暑で生活スタイルが変わった」「あまりの暑さに夏の過ごし方を考えさせられた」といった声が上がりました。また「エアコンを買い換えた」「暑さが厳しく節電をしようと思ってもできなかった」「電気代が増えた」といった、夏の暑さによって生じた支出に関する声もありました。

こうした記録的猛暑の中、Zaimの購買データによると、夏の外出時に欠かせない「日焼け止め」と「日傘」の支出が増加。2023年5月～9月における1ユーザーあたりの「日焼け止め」と「日傘」の毎月の支

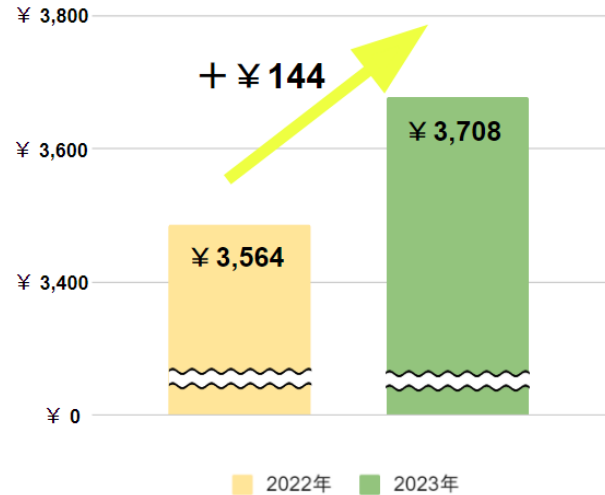
出額を見てみると、「日焼け止め」が平均 1,375 円で前年より 55 円上昇。「日傘」が平均 3,708 円で前年より 144 円上昇していました。



「日焼け止め」の1ヵ月あたりの平均支出額（5月～9月）



「日傘」の1ヵ月あたりの平均支出額（5月～9月）



#### ◆ 4位「卵の品切れ」（3,055票）

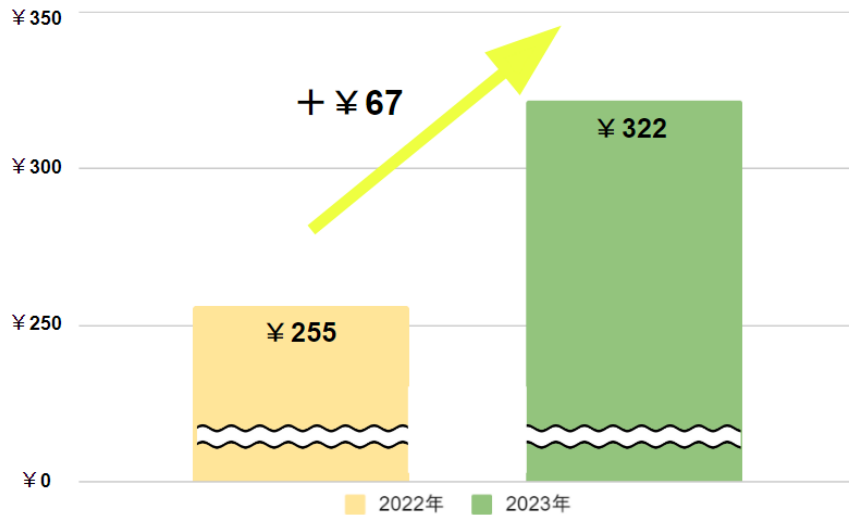
**「卵の品切れ」による価格の高騰で、今年一年で「卵」の支出額は購入1回あたり67円値上がり！**

農林水産省から発表された情報によると、昨年の秋から今年の春にかけて猛威を振るった鳥インフルエンザの影響で、過去最高 1,771 万羽が殺処分されました（2023年6月発表）。その影響で、物価の優等生だった「卵」が値上がり、各家庭の食卓だけではなく飲食業界にまで大打撃を与えたのは記憶に新しいことでしょう。そんな「卵の品切れ」が4位にランクインしました。

回答者からは「スーパーで購入する時、個数制限がかかっていて驚いた」「卵の特売が少なくなった印象」「身近だった卵が、遠いところへ行ってしまった気がする」といった、驚きの声が集まりました。

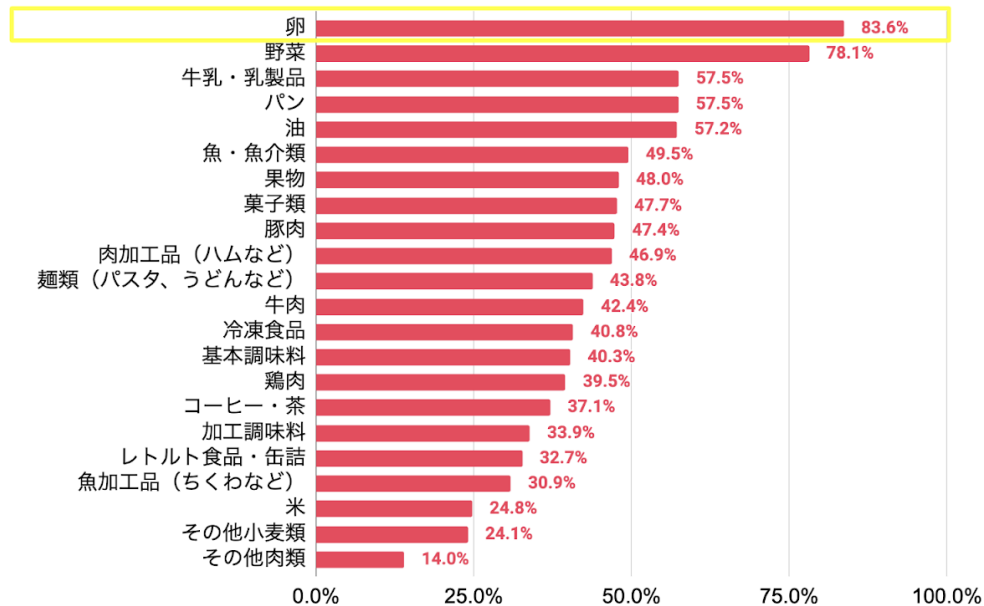
また「卵1パック300円超えはビックリ」「1パック100円で買っていた時代もあったのに・・・悲しい」といった意見も多く、実際にZaimの購買データを見てみると、2023年の「卵」の購入1回あたりの支出額は平均322円で、前年より67円、率にして26%上昇していたことが分かりました。

### 「卵」購入 1 回あたりの平均支出額



トクバイが 2023 年 11 月に発表した調査※では、「物価高を感じている食料品」の 1 位に「卵」が選ばれており、「卵の品切れ」がもたらした「卵」の価格高騰は食料品の値上げラッシュの中でも特に大きな影響を与えていたことが分かりました。

### 食料品の中で、物価高を感じているものを教えてください 【複数回答、n=2,593】



※トクバイ「物価高に関するアンケート調査 ([https://www.locoguide.co.jp/news/20231130\\_1/](https://www.locoguide.co.jp/news/20231130_1/))」より



## ◆ 5位「異次元の少子化対策」(1,234票)

「子ども3人以上で大学の無償化」など具体案が発表される中、子育て世帯から多くの注目を集める。

「異次元の少子化対策」は、「児童手当の強化」や「学童保育・病児保育などの支援拡充」、「働き方改革の推進」の3つの取り組みを柱に据え、社会問題に挙げられる日本の少子化問題への対策として、今年6月に閣議決定されました。

そんな「異次元の少子化対策」というキーワードが5位にランクイン。「今年、子どもが誕生する予定のため」「小さな子どもがいるため」「子どもが大きくなった時の、子育ての資金が気になる」など、子育て世帯から多くの票と声が集まり、その関心の高さが伺えました。

Zaimの購買データの「消耗品代(子ども関連)」では、2023年の毎月の支出額は平均9,645円で、前年より516円上昇。子育てにかかる費用が上昇する中で、アンケートには「異次元ではなく、現実的な対策をしてほしい」「少子化対策としてどのような効果があるのか分からない」といった厳しい意見が多数寄せられました。

## ◆ 「くらしのキーワード 2023」概要

「くらしのキーワード 2023」では、生活者に馴染み深い、今年一年で印象的だった21のキーワードをZaimとトクバイで予めノミネート。ノミネートされたキーワードを対象にアンケート調査を実施し、「2023年、日常生活で特に印象に残っている、あるいは特に影響を受けたキーワード」をZaimとトクバイのユーザーが3つ回答しました。

調査概要：

調査エリア：全国

調査対象者：「Zaim」または「トクバイ」のユーザー

サンプル数：10,570

有効回答数：10,371

調査期間：2023年11月24日(金)～2023年11月29日(水)

調査方法：インターネットによる調査

ノミネートキーワード：

リスキリング	節電グッズ
卵の品切れ	値上げラッシュ
危険な暑さ	買い控え
家飲み	海外旅行の復活
特売日の混雑	プチ贅沢
代替食品	「年収の壁」解消
まとめ買い	ガソリン価格の高騰
異次元の少子化対策	お手頃価格のシャインマスカット
ゼロつまみ	無人販売所
プライベート(PB)商品の人気	サブスク整理
節約疲れ	



## ◆ 家計簿サービス「Zaim」について

<https://zaim.net>

1,000万ダウンロードを超える家計簿サービス「Zaim」は、スマートフォンなどから簡単に家計簿を記録できるサービスです。紙のレシートを撮影して自動で読み取る機能に加え、銀行やクレジットカードとの連携機能によって支出や収入を自動的に記録できるため、手軽に家計を管理できます。

## ◆ チラシ・買い物情報サービス「トクバイ」について

<https://tokubai.co.jp/>

2013年にスタートした、食品スーパーマーケットをはじめ様々な業態の小売店のチラシ・買い物情報を掲載しているWebサービス・アプリです。パソコン・スマートフォンから無料で情報の閲覧が可能です。掲載店舗数は73,000店以上\*、30～50代の女性を中心に月間1,600万人以上\*にご利用いただいています。（\*=2023年1月時点）

## ◆ 会社概要

社名：株式会社くふう AI スタジオ (<https://kufu.ai/>)

本社所在地：〒108-0073 東京都港区三田 1-4-28 三田国際ビル 23 階

資本金：2千9百万円

設立年月日：2012年9月1日

主要事業：

- ・家計簿サービスZaimおよび派生サービスの企画・開発・運営
- ・くふうカンパニーグループにおけるサービス企画・開発・運営
- ・くふうカンパニーグループ外におけるサービス企画・開発・運営
- ・新規事業の創出、R&D

社名：株式会社ロコガイド (<https://locoguide.co.jp/>)

本社所在地：〒108-0073 東京都港区三田1-4-28 三田国際ビル23階

資本金：50百万円（2022年9月末時点）

設立年月日：2016年7月1日

主要事業：チラシ・買い物情報サービス「トクバイ」の運営

※株式会社くふう AI スタジオ 及び 株式会社ロコガイドは、くふうカンパニーグループの事業会社です。

## お問い合わせ先

くふうカンパニー 広報担当

[pr@kufu.co.jp](mailto:pr@kufu.co.jp)