

動画メディア「mamatas（ママタス）」が令和ママ3,500人に調査！
光熱費と食料品に大打撃！98.0%が物価高騰の影響を実感
～教育費用は削減予定なしが過半数、スキンケアは「価格」より「質」重視～

C Channel株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:森川亮)が運営するInstagramNo.1(*1)ママ向け動画メディア「mamatas（以下、ママタス）」(総フォロワー数110万以上・<https://www.mamatas.net/>)は、物価高騰についての緊急アンケートを実施。実に98%のママが物価高騰について影響を受けていると回答しました。

*1: Instagramのプロフィールに「ママ」「子育て」「生活」が含まれる国内企業アカウントのフォロワー数より(2022年9月時点ユーザーローカル調べ)

■TOPICS～アンケートの結果から

- ・昨今の物価高騰の影響を受けていると感じる人は98.0%と、ほとんどの人が物価高を実感している。
- ・最も家計に打撃を受けているのは、光熱費55.4%、食料品41.8%。この2項目で97%超を占める。
- ・物価高の影響を受け、ママ自身&子ども関連のもので「質」より「価格」重視に変わったのは共に洋服が1位（ママ44.7%、子ども55.0%）
- ・物価高騰下においても、過半数（52.6%）は子どもの教育費や習い事を減らさないと回答。

■ママタス編集部による解説

98%が「影響を受けている」と回答した物価高騰。なかでも光熱費の高騰はかなりの痛手になっているようです。

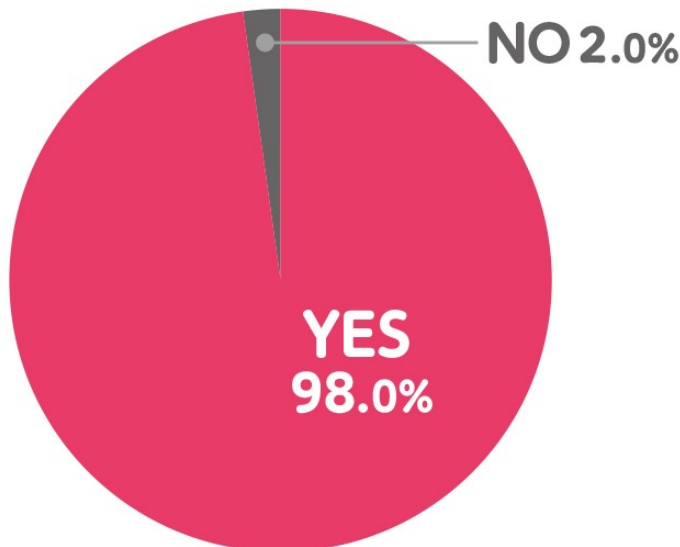
エアコンをやめて石油ストーブを導入したり、お風呂の追い焚き回数を減らすなど、節電を意識して昨年よりも電気の使用量を減らしていても、高騰化の勢いに勝てないことに絶望の声が多くあがっています。

また食料品の値上がりについても、「卵の値段を見て買うのをやめました」「乳製品を買い控えるようになった」「油が高すぎて揚げ物率が減った」など、日々の献立や食卓に影響が出ている様子。

「令和ママDATABOOK2022」の調査でも、令和ママはスキンケア商品については価格より質にこだわったり、子ども関連のアイテムにもしっかりとお金をかけるなど、メリハリあるお金の使い方をすることがわかっています。しかし、今回のアンケートでは、子どもの洋服については「質より価格を重視する」傾向がみられたほか、「子どもの教育費用や習い事にかかるお金」についても、減らす可能性が「ある」が12.1%、「わからない」が35.3%と、少し揺らいでいる部分も見受けられます。物価高騰による家計のひっ迫に最前線で向き合うママ達の悲痛な声に、ぜひ耳を傾けてください。

■令和ママのほぼ100%が物価高騰を実感

物価高騰の
影響を
受けていると
感じますか？

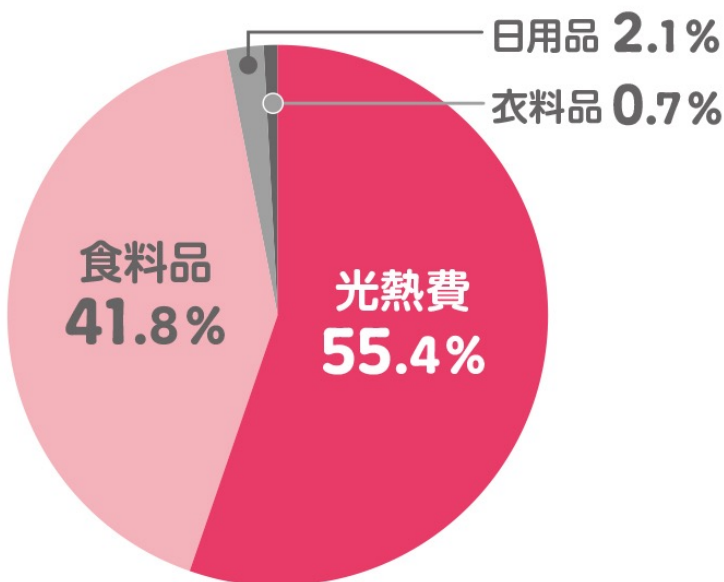


mamatas

実に98.0%の令和ママが物価高騰の影響を実感しています。「これまで通りの生活ができなくなった」「何もかも高くなって、それでも給料は上がらないからどうしたものか...」「買い物の内容は変化ないのに、お財布の中身（お金）の減りが早い」「すべてにおいて絶望です」と、毎日家計をやりくりするママたちからは、これまでになく悲痛な声が聞こえてきました。

■なかには電気代が3倍になった人も！光熱費と食費に大打撃！

1番打撃を
受けているのは
何の値上げ
ですか？



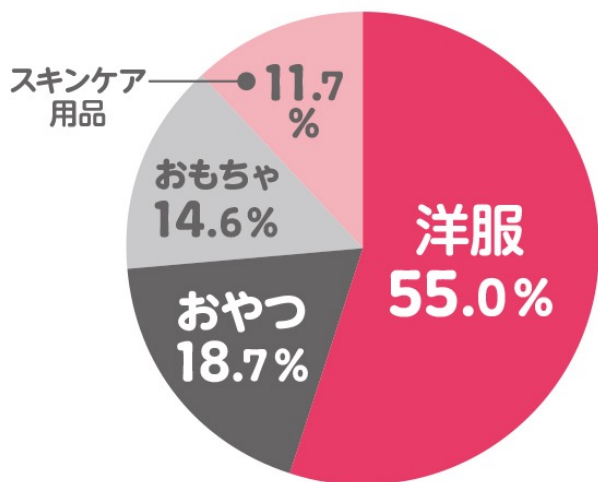
mamatas

もっとも打撃が大きいのは光熱費55.4%、続いて食料品41.8%という結果に。特に光熱費については、非常に多くのコメントが寄せられており、「電気代が上がりすぎて、びっくりして電力会社に問い合わせた」「ガス代を電気代が人生で初めて見る額で3度見しました」など、光熱費が今までと比べ2倍、3倍になったという人も少なくないようです。

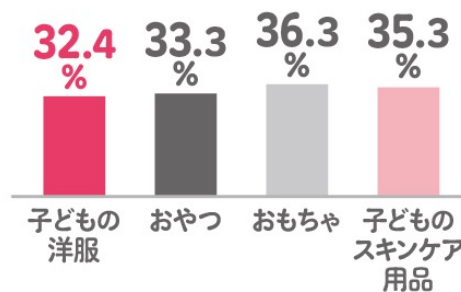
また、食料品の値上がりも多くの人を実感しており、「牛乳や卵など、常備しておきたい食品がどんどん高くなって買う頻度が減った」「今までの毎週の食費の予算が足りなくなった。お菓子を我慢しています」「食品の高騰でバランスの良い食事が作りづらくなった」と日々の食卓にも影響が出ています。

■子どもの洋服は「価格重視」にシフトチェンジ

物価の高騰で「質」より「価格」を重視するようになった「子どものもの」はありますか？



2022年9月の調査結果
「価格」よりも「質」を重視しているものは？
(mamatas family 調べ)



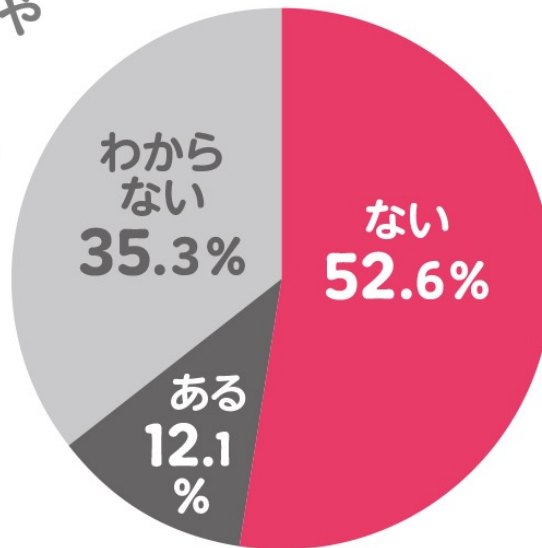
mamatas

「子どもの洋服」「おやつ」「おもちゃ」「子どものスキンケア用品」は、物価高騰前には「価格」より「質」で選ぶ割合がそれぞれ35%前後と高い傾向にありましたが、物価高騰後には55.0%の人が「子どもの洋服」は価格重視に切り替える結果となりました。

一方、子どもの肌にも直接触れるスキンケア用品は11.7%と、「質重視」の傾向に。また、おやつやおもちゃなど、子どもにとっての重要項目もそれぞれ「おやつ18.7%」「おもちゃ14.6%」が価格重視に切り替えるにとどまるなど、質重視の傾向は継続しているようです。

■過半数は子どもの教育費や習い事を減らす予定はなし

子どもの教育費用や
習い事にかかる
お金を減らす予定
はありますか？



mamatas

「子どもの習い事もそれぞれ値上げが続いていて、結構辛いです」という声も上がっていましたが、子どもの教育費用や習い事にかかるお金を減らす予定がないと回答した人は52.6%にのぼりました。一方、子どもの教育費の削減する予定の人も12.1%、さらに35.3%は「わからない」と回答しており、今後の動向によっては削減する人としらない人が拮抗しそうな気配も感じられます。

■令和ママの声をpick up!

「物価高騰について実感していることはありますか？」と聞いたところ、フリー回答欄には、赤裸々な声が多数寄せられました。

- ・電気代がいつもの倍で破産しそうです
- ・電気代が高すぎてメーターが壊れたかと思った
- ・（サービス業をしていますが）お店のお客さんとの会話が「電気代高いわー!!!」ばかり
- ・電気代が普段の3倍以上の請求で、涙が止まらない。
- ・電気代が値上がり、エアコンつけるのが怖い
- ・（光熱費が）家のローンより高い
- ・食材が高すぎる。その上、月給が上がらない。時給よりも月給を上げてほしいのに。
- ・セール品がセール価格じゃない
- ・広告の品なのに、前の通常価格より高い!!
- ・食料品もお会計でレジに行くと、金額にびっくり
- ・外食を減らして、家でホットプレートメニューを楽しむことが増えました
- ・ストック癖があるのですが、日用品のストックを買わなくなりました
- ・近場の外食時には子どものおにぎりを持参して品数を減らしたり、外出先で飲み物を買わないようになった。
- ・家計簿をつけてるのにお金が残らない
- ・支払いばかりが増えて給料変わらず...楽しみが減りました
- ・外食は減ったし、コンビニご飯やおやつを買うのをやめた
- ・粉ミルクやおむつ、買いに行くたび値段が上がっている
- ・爆買いできなくてストレスです

<調査方法>

Instagramストーリーを利用したインターネット調査（4 択）

対象：「ママタス」Instagramフォロワー

●実施期間：2023年2月2～3日

Q.物価高騰の影響を受けていると感じますか？（有効回答数3,552件）

Q. 1番打撃を受けているのは何の値上げですか？（有効回答数3,878件）

●実施期間：2023年2月3～4日

Q. 物価の高騰で「質」より「価格」を重視するようになったものはありますか（自分のもの）？（有効回答数2,008件）

Q. 物価の高騰で「質」より「価格」を重視するようになったものはありますか（子どものもの）？（有効回答数1,259件）

Q.子どもの教育費用や習い事にかかるお金を減らす予定はありますか？（有効回答数1,317件）

■「令和ママDATABOOK2022」発売中！

価値観、購買行動、メディア接触時間…、令和ママのすべてが明らかに！

ママタスでは、全国のママを対象にしたアンケート調査をもとに集計・分析した「令和ママDATE BOOK2022」を2022年10月12日に発売しました。家事、仕事、子育てについての価値観から、家計管理、メディア視聴態度、そして夕食をつくりたくないときの解決法まで、令和の時代に子どもを育てる令和ママのすべてがわかるデータブックです。

令和ママDATA BOOK2022<PDF版>

サイズ、ページ数：A4判サイズ、本編65P+チャート集278P

グラフ点数：本編105点+チャート集269点

<お問合せフォーム>

<https://www.biz.mamatas.net/inquiry-form>

■令和ママってどんなママ？

新しい時代に子育てや家事に取り組むママを、ママタスでは令和ママとよんで応援しています。コロナ禍での妊娠、出産、子育てを余儀なくされるなか、令和ママは「母乳神話（子どもは母乳で育てるべき）」や「三歳児神話（子どもが三歳になるまでは母親がそばにいてお世話するべき）」などにとられることなく、自由で新しい価値観を持って子育てや家事に向き合っています。ユーザーアンケートをもとにママのリアルな声を集めて発信する「ママタスlabo」では、そんな令和ママの新常識を取り上げてきました。

●「夕食のおかずは毎日手作りしなくていい」と考えるママは96.1%。機械化や外注にも抵抗なし！

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000368.000025680.html>

●令和ママの83.5%がスマホ育児容認 ～母乳育児や離乳食の手作りにもこだわりません～

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000372.000025680.html>

●83.4%が“共働きが夫婦の基本形態” ～男性育休に対する世間の目は？出産するなら断然〇〇！

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000375.000025680.html>

■mamatas labo（ママタスラボ）とは

「mamatas labo(ママタス ラボ)」は、「ママをもっと自由に」をスローガンに自分らしく生きるママを応援するSNSメディア「mamatas(ママタス)」が行う社会貢献活動。ママパパたちの本音、社会に届かない声や思いを伝えることを目的とし、Instagramの機能を用いて世情の変化に応じたアンケートを随時実施しています。活動を通して子育てを頑張るママパパ、子どもたちにとって今日より明日が、今よりちょっと先の未来が自由で楽しい毎日になることを願っています。

■mamatas(ママタス)とは

mamatas

「ママをもっと自由に」をスローガンに自分らしく生きるママを応援する動画メディア、ママタス。子育てをしているママ自身が「もっと、のびのびと」「自分らしく」輝けるよう、社会の固定概念の変化や、そこからの解放に働きかけることで社会貢献を果たすことを目指す。日々のSNS無料動画マガジンでの情報発信だけでなく、ママの本音を社会につたえる「ママタスlabo」、保育士の業務軽減を目指す「保育園応援プロジェクト」、便利な商品がSNSからそのまま購入できるセレクトSHOP「ママタスSTORE」などを展開している。

*2018年4月にサービスを開始して以降、ローンチから11ヶ月時点でInstagram内のママ向けアカウントで国内フォロワー数No.1(※1)を達成。SNSファン数は延べ105万人を超える等順調に成長。
(※1)：Instagramのプロフィールに「ママ」「子育て」「生活」が含まれる国内企業アカウントのフォロワー数より(2022年9月時点ユーザーローカル調べ)

【公式SNS・WEB】

SNS

- Instagram：<https://www.instagram.com/mamatastv/>
- Facebook：<https://www.facebook.com/mamatastv/>
- Twitter：<https://twitter.com/mamatastv>
- YouTube：<https://www.youtube.com/c/mamatastv>
- LINE公式アカウント（友だち登録）：<https://line.me/R/ti/p/%40bcn8841c>
- Pinterest：<https://www.pinterest.jp/mamatastv/>

WEB

- mamatas STORE <https://mamatas.store/>
- ママパパ向けサービスサイト <https://www.mamatas.net/>
- クライアント様向けサイト <https://www.biz.mamatas.net/>

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

【報道関係の皆様からの問い合わせ先】

C Channel株式会社 広報担当

TEL：03-6453-6893 FAX：03-6453-6894 Email：press@cchan.tv