

【燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査】

ガソリン「160円で高い」が最多 エネルギー高騰で8割が影響実感
～クルマは“生活インフラ”が約9割 EVを選びたい人は1割未満に留まる～

リセールバリュー総合研究所(所在地:東京都港区港南)は、全国の自家用車保有者433人を対象に「燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査」を実施しました。

本調査では、エネルギー価格の上昇がカーライフや家計に与える影響実感、クルマの生活インフラとしての位置づけ、ガソリン価格に対する許容ライン、さらには次に選びたい車種に関する意識までを多角的に分析しました。本リリースでは、エネルギー価格の高騰が生活者のカーライフにどのような影響を与えているのか、またその中でクルマがどのような存在として認識されているのか、その実態を明らかにします。

【調査概要】

実施内容: 燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査

調査対象: 男女433人(20～50歳)※自家用車の保有者に限定

集計方法: インターネット調査(サーベロイド)

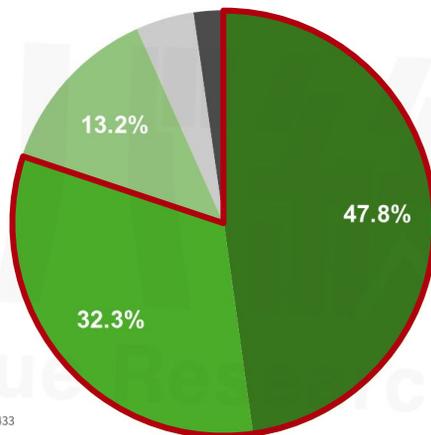
調査期間: 2026年3月12日

リリースサマリー

- ・約9割が「クルマは生活インフラ」と認識 移動手段を超えた生活基盤に
- ・約8割が「エネルギー不安がカーライフに影響」と実感 世界情勢が生活に直結
- ・ガソリン代は男性は160円で「高い」が4割超 女性より価格感度が高い傾向
- ・次に選びたい車は男性はHV志向、女性はガソリン車が最多 EVは1割未満にとどまり低水準

Q1. 世界情勢がカーライフを直撃？ 約8割が「影響を感じる」と回答

Q. 「世界的なエネルギー不安が、自分のカーライフに影響する」という実感はありますか？



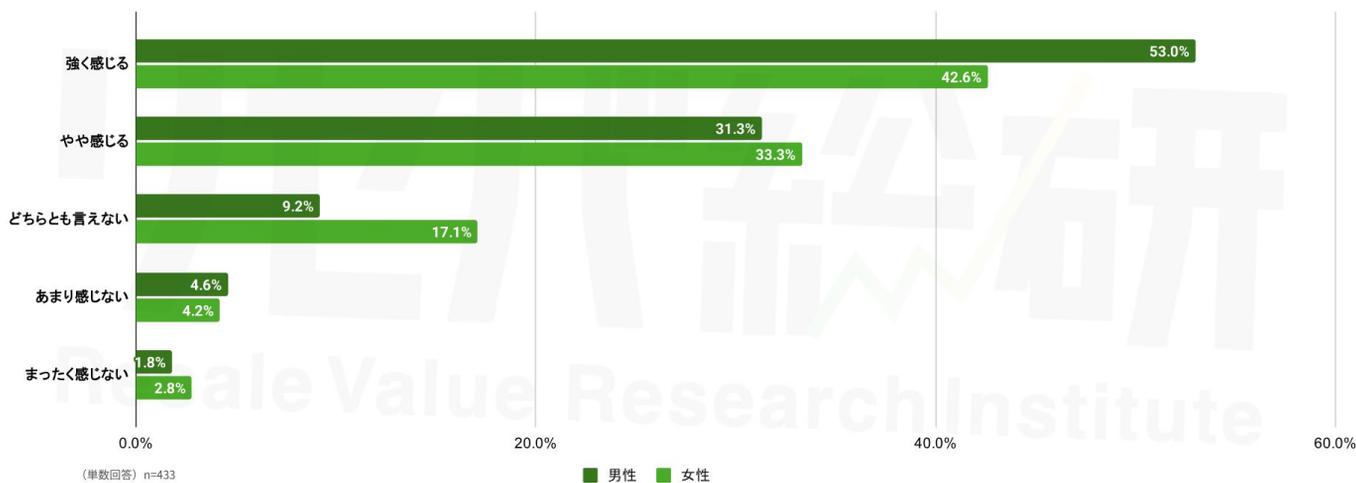
(単数回答) n=433

● 強く感じる ● やや感じる ● どちらとも言えない ● あまり感じない ● まったく感じない

調査によると、「世界的なエネルギー不安が自分のカーライフに影響していると感じるか」という問いに対し、「強く感じる」が47.8%、「やや感じる」が32.3%となり、合計で約8割(80.1%)が何らかの影響を感じていることがわかりました。中東情勢やウクライナ情勢など、エネルギー価格に影響を与える国際情勢が続く中で、燃料費や電気料金の変動が日常生活に直結する「カーライフ」にも影響を感じる人が多い実態が浮き彫りとなりました。

Q2. 男性の方が影響実感は強い傾向 「強く感じる」は男性が過半数に

Q. 「世界的なエネルギー不安が、自分のカーライフに影響する」という実感はありますか？



リセバ総研
Resale Value Research Institute

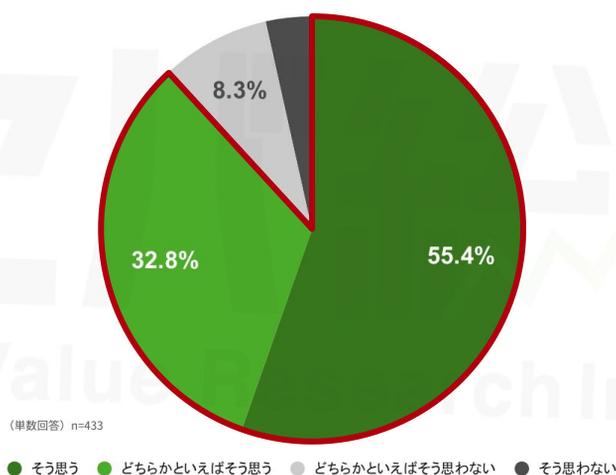
燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

「世界的なエネルギー不安が自分のカーライフに影響していると感じるか」について男女別で見ると、男性の方がより強く影響を感じている傾向が見られ、「強く感じる」と回答した割合は、男性が53.0%、女性が42.6%と、男性の方が高い結果となりました。また、「どちらとも言えない」と回答した割合は女性(17.1%)の方が男性(9.2%)より高く、女性の方が影響の感じ方においてやや判断を保留する傾向も見られます。

このように、エネルギー不安によるカーライフへの影響については男女ともに多くが実感している一方で、男性はより強い実感として捉えやすく、女性はやや段階的に受け止める傾向がうかがえる結果となりました。

Q3. 「クルマは生活インフラ」約9割 移動手段を超えた“生活基盤”に

Q. あなたにとってクルマは「生活インフラ (なくては生活が成り立たないもの)」ですか？



リセバ総研
Resale Value Research Institute

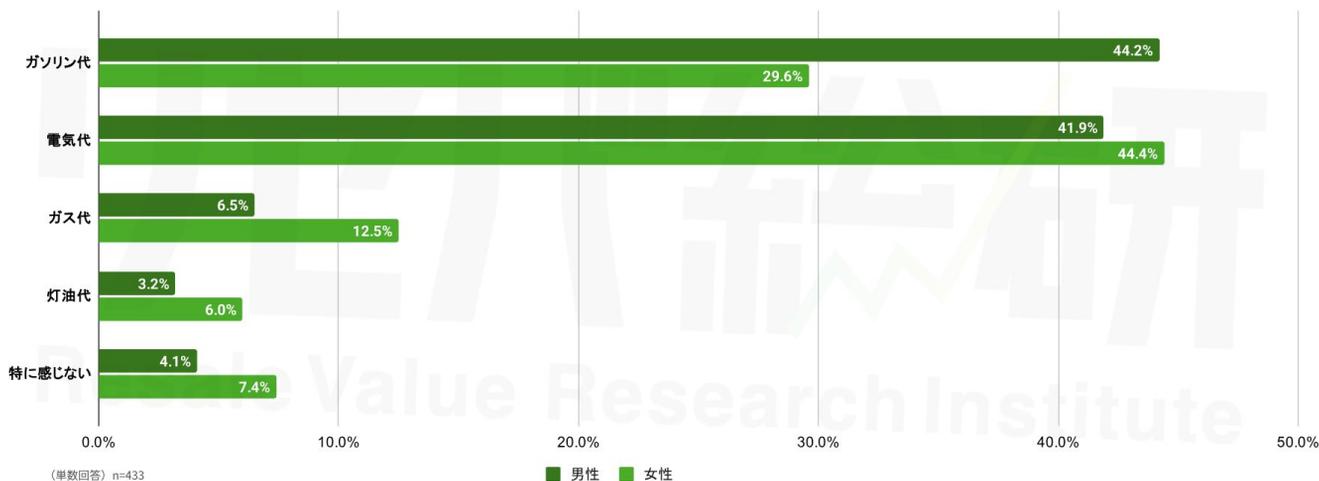
燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

調査によると、「クルマは生活インフラ(なくては生活が成り立たないもの)だと思うか」という質問に対し、「そう思う」が55.4%、「どちらかといえばそう思う」が32.8%となり、合計で約9割(88.2%)がクルマを生活インフラと認識していることがわかりました。

近年は「若者のクルマ離れ」などクルマに対する関心の低下が指摘されることもありますが、本調査の結果からは、依然として多くの生活者にとってクルマが生活に欠かせない存在として認識されていることがうかがえます。

Q4. 家計への打撃、男性は「ガソリン代」、女性は「電気代」が最多に 男女で負担感に違い

Q. 直近1年で「エネルギーにかかるお金が増えた」と感じるもののなかで、家計への打撃が最も大きいものはどれですか？



リセバ総研

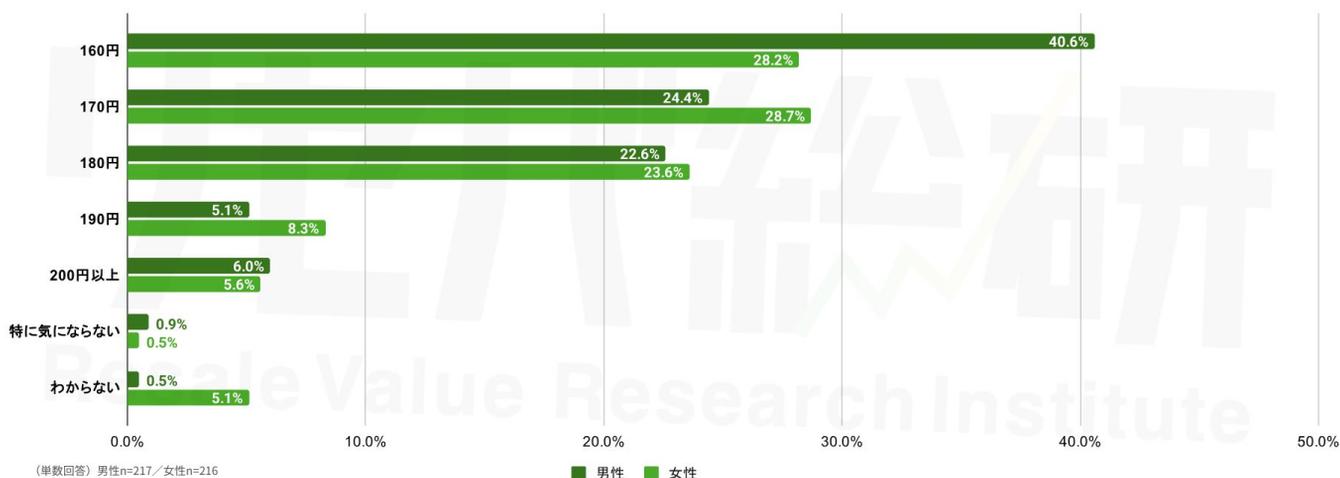
燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

調査によると、「直近1年でエネルギーにかかるお金が増えた」と感じるもののうち、家計への打撃が最も大きいものについて男女別で見ると、傾向に違いが見られました。男性では「ガソリン代」(44.2%)が最多となり、「電気代」(41.9%)を上回る結果となりました。一方で女性では、「電気代」(44.4%)が最多となり、「ガソリン代」(29.6%)を大きく上回っています。

男性はクルマに直接関係するガソリン代の影響を強く認識する一方で、女性は電気代を中心に生活全体のエネルギーコストにより大きな負担を感じている可能性が示唆される結果となりました。

Q5. ガソリン「160円で高い」が最多 すでに“高い”と感じている人が多数

Q. ガソリン価格はいくらを超えると「高すぎる」と感じますか？



リセバ総研

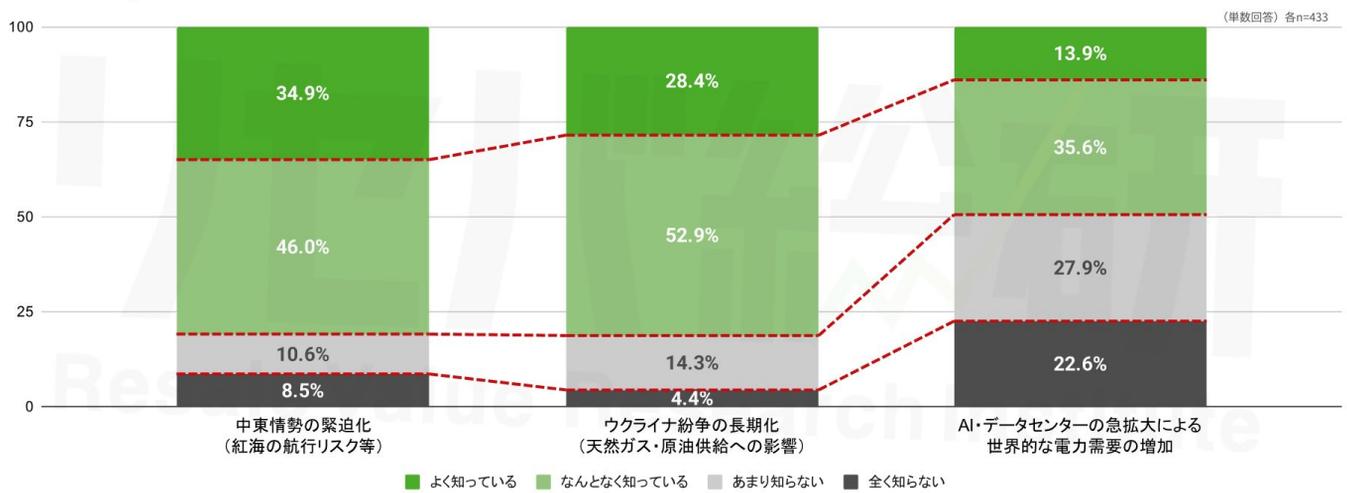
燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

調査によると、「ガソリン価格はいくらを超えると“高すぎる”と感じるか」という質問では、「160円」(34.4%)が最多となり、「170円」(26.6%)、「180円」(23.1%)が続きました。160円と170円を合わせると約6割(61%)となり、多くの生活者が170円前後を「高い」と感じる基準として認識していることがわかります。また、「160円で高い」と感じる人が最も多い結果となっていることから、ガソリン価格に対する負担感はずでに強く、現在の価格水準に対して“すでに高い”と感じている人が多い可能性がうかがえます。

また男女別で見ると、「160円で高い」と感じる割合は男性が40.6%、女性が28.2%と、男性の方が高い結果となりました。一方で女性は「170円」(28.7%)の割合が最も高く、男性よりもやや高い水準で“高い”と感じる傾向が見られます。

Q6. エネルギー価格の背景は「なんとなく知っている」が中心 認知はあるが理解は限定的

Q. 以下の出来事が、日本のエネルギー価格に影響していることをどの程度ご存知ですか？（各4段階）



リセバ総研

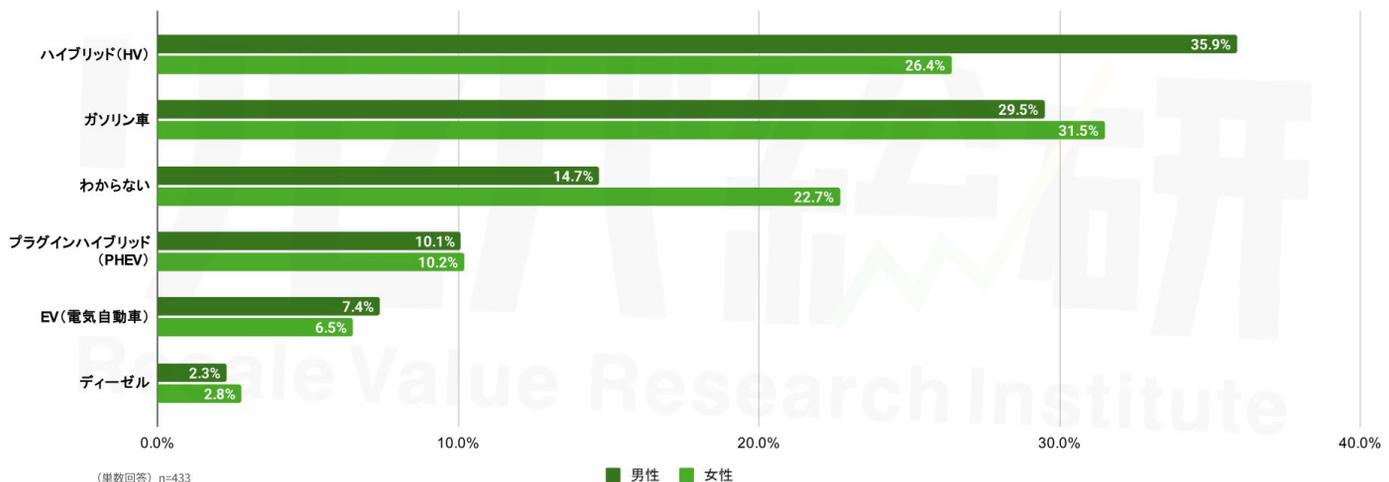
燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

調査によると、中東情勢の緊迫化やウクライナ紛争、AI・データセンターの拡大による電力需要増加といったエネルギー価格に影響を与える要因については、「なんとなく知っている」と回答した人が最も多い結果となりました。

「中東情勢の緊迫化」では「よく知っている」(34.9%)と「なんとなく知っている」(46.0%)を合わせて80.9%、「ウクライナ紛争の長期化」でも同様に81.3%と、いずれも約8割が認知している結果となりました。一方で、「AI・データセンターの急拡大による電力需要増加」については、「よく知っている」(13.9%)と「なんとなく知っている」(35.6%)を合わせても49.5%にとどまり、他の項目と比べて認知度が低いことがわかりました。

Q7. 次に選びたいクルマ、男性はHV志向、女性はガソリン車が最多 EVは男女とも低水準

Q. 次にクルマを買い替えるとしたら、どの種類のクルマを選びますか？



リセバ総研

燃料費・電力・生活インフラ危機の実感調査 2026 / リセバ総研

調査によると、男性ではハイブリッド車(HV) (35.9%)が最多となり、次にガソリン車(29.5%)が続く結果となりました。一方で女性は、ガソリン車(31.5%)が最も多く、ハイブリッド車(26.4%)を上回っています。また、「わからない」と回答した割合は女性で22.7%と男性(14.7%)よりも高く、次に選ぶ車種について判断を保留している層が一定数いることがわかります。

EV(電気自動車)は男性7.4%、女性6.5%といずれも1割未満にとどまっており、次の選択肢としてはまだ主流にはなっていない状況がうかがえます。

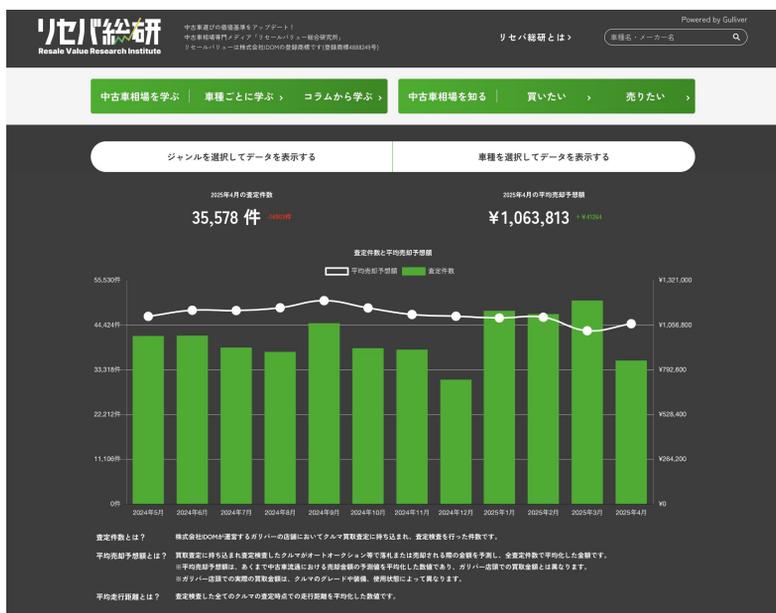
【リセールバリュー総合研究所(通称:リセバ総研)とは?】

リセールバリュー総合研究所(通称「リセバ総研」)は、「中古車選びの価値基準をアップデート!」をコンセプトに、株式会社IDOMが運営する「中古車のガリバー」で蓄積された、年間約 45万件を超える膨大なクルマの買取価格査定データや調査結果に基づき、クルマの売却価格や中古車相場を見える化するメディアです。

また中古車のリセールバリューを赤裸々に、かつわかりやすく公開してだけでなく、「中古車のリセールバリュー」について、自動車業界に限らず様々な分野の専門家やプロをお呼びし、多角的な視点から研究を行い、その成果を発表していきます。

私達リセバ総研は、生活者の皆様がこのリセバ総研を通して「今買いたい」「今売りたい」クルマのリセールバリューを正しく掴めるようになることを目指します。

今後、皆様の中古車選びの価値基準をアップデートし、日々の生活がより豊かになるような情報を提供してまいります。



【運営元情報】

メディア名 : リセールバリュー総合研究所(通称:リセバ総研)
URL : <https://resalevalue.jp/>
所長 : 床尾一法
住所 : 東京都港区港南 1丁目2-70 品川シーズンテラス 23階(株式会社IDOM内)

【事務局情報】

会社名 : 株式会社カーツメディアワークス
住所 : 〒151-0053 東京都渋谷区代々木1丁目11 -2 フロンティア代々木 4階

本件に関する
報道関係者からの
お問い合わせ先

「リセバ総研」広報事務局
(株式会社カーツメディアワークス内)
TEL:03-6427-1627 担当:岡
E-mail: contact@kartz.co.jp