

スーパーマーケットにおける値上げに対する消費者調査 最も値上げを感じるのは野菜・果物、今後は必要最低限で購入

【調査結果サマリー】

1. 「値上げ」を76%が「とても実感」、最も価格が上がったと感じる商品は「野菜・果物」
2. 値上がりを感じるきっかけは「1品当たりの単価」
3. 今後は「必要なものだけを購入するようになりそう」が最多



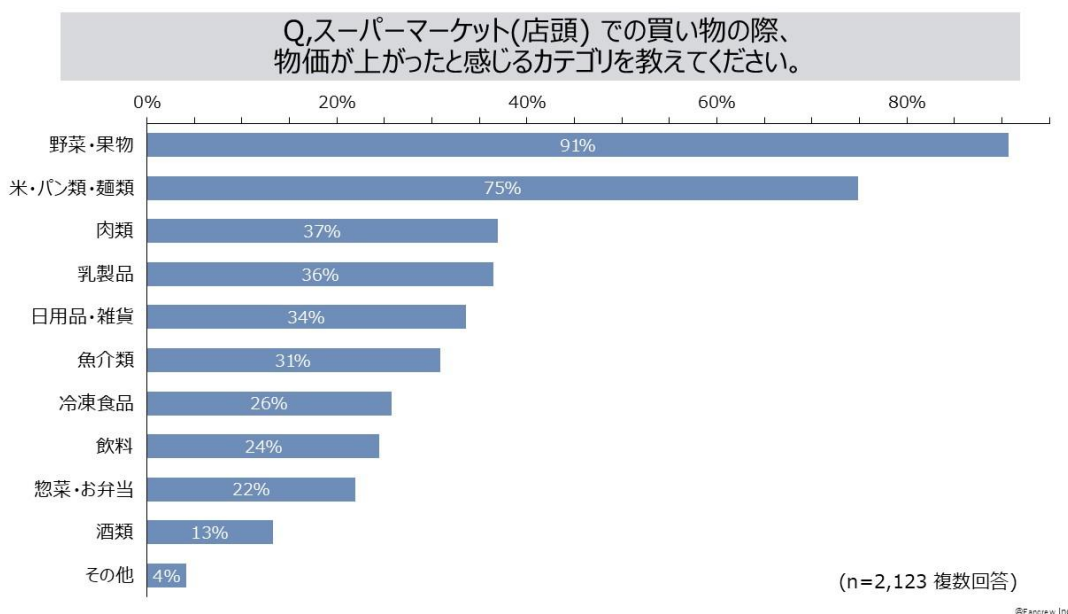
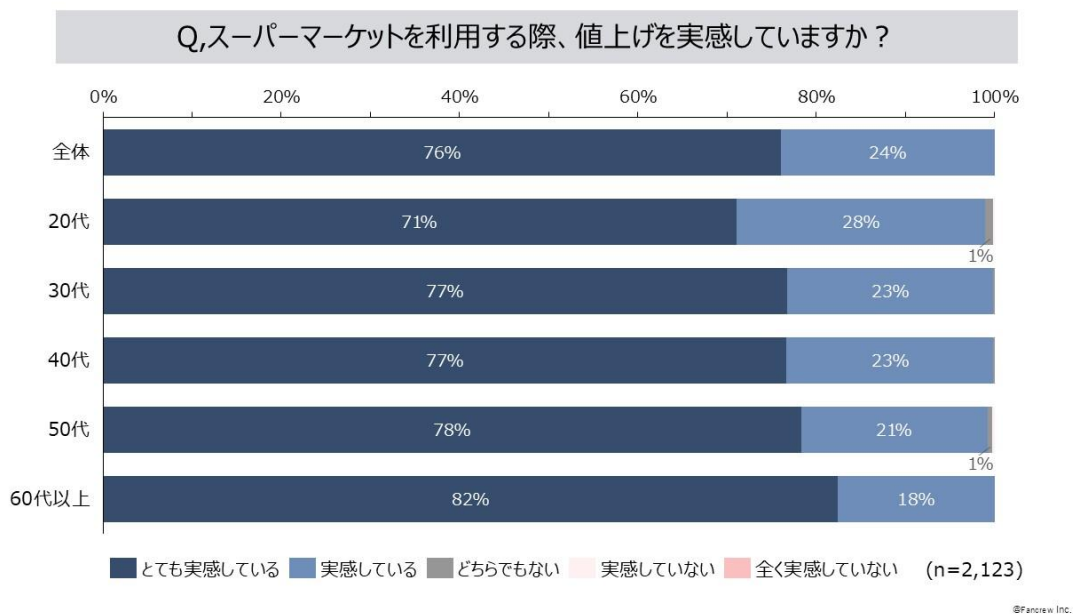
日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は店頭のスーパースーパーマーケットにおける値上げについて、週に2回以上スーパースーパーマーケットで買い物をしている「ファンくる」会員2,123名（男性：484名、女性：1,639名）に調査を実施しました。

調査の結果、76%が値上げを「とても実感している」と回答しています。物価が上がった

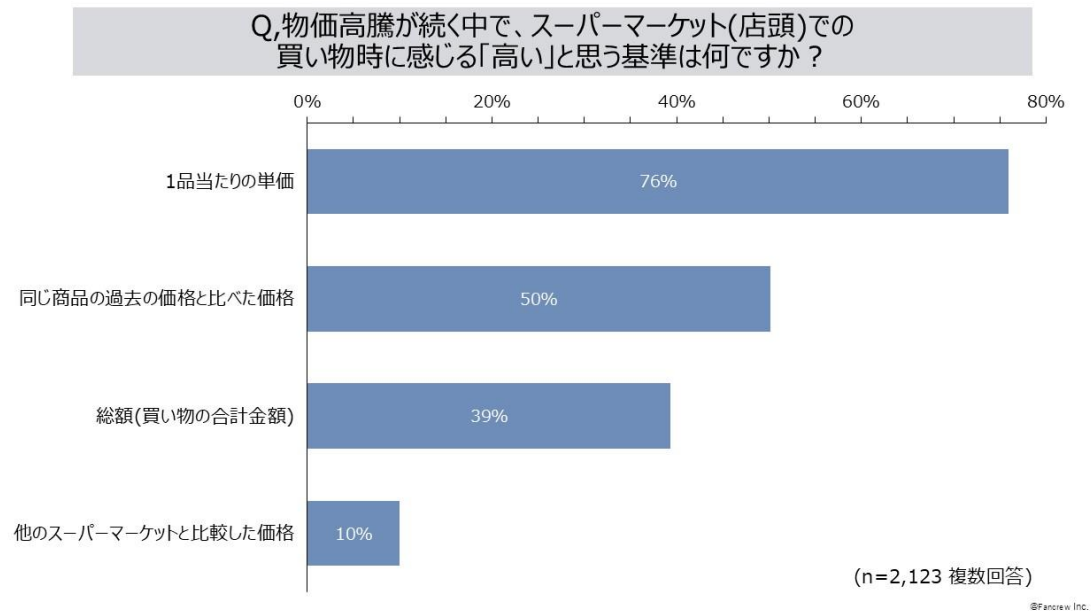
と感じるものは「野菜・果物」が91%と最も多く、次いで「米・パン類・麺類」が75%となっています。また、値上がりは「1品当たりの単価」を見て実感することが多いようです。今後は「必要なものだけを購入するようになりそう」との回答も見られました。

【調査結果】

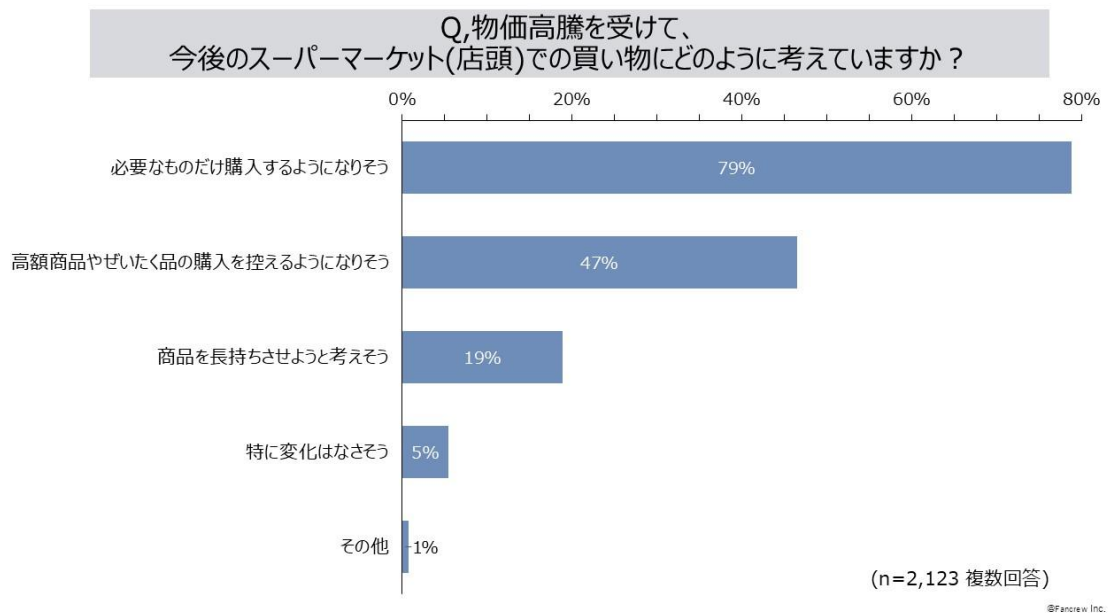
1. 「値上げ」を76%が「とても実感」、最も価格が上がったと感じる商品は「野菜・果物」



2. 値上がりを感じるきっかけは「1品当たりの単価」



3. 今後は「必要なものだけを購入するようになりそう」が最多



本調査ではこれ以外に値上げされても必ず購入している商品についてなど全 24 問で回答を得ています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 140 万人のユーザー

回答者数：2,123 名（男性：484 名、女性：1,639 名）

調査時期：2025 年 1 月 10 日～1 月 25 日

調査項目：スーパーマーケット(店頭)における値上げについての調査

設問数：24

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>) リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化 (特許取得済) し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468

■URL：<https://www.fancrew.co.jp/>

■事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発
契約率向上ツール「ファンくる ICR・CSR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）