報道関係各位

2025 年 6 月 30 日

スーパーの特売情報・キャンペーンについての消費者調査

半数以上が来店前に特売情報やキャンペーンをチェック

【調査結果サマリー】

1. スーパーへの来店前に特売情報やキャンペーンなどをチェックする 56%、週に 2 回以上チェックしている 70%
2. 特売情報やキャンペーンは「Web チラシ」でチェック 83%
3. 特売情報やキャンペーンが来店のきっかけになることがある 86%、きっかけになるのは「特売や割引」

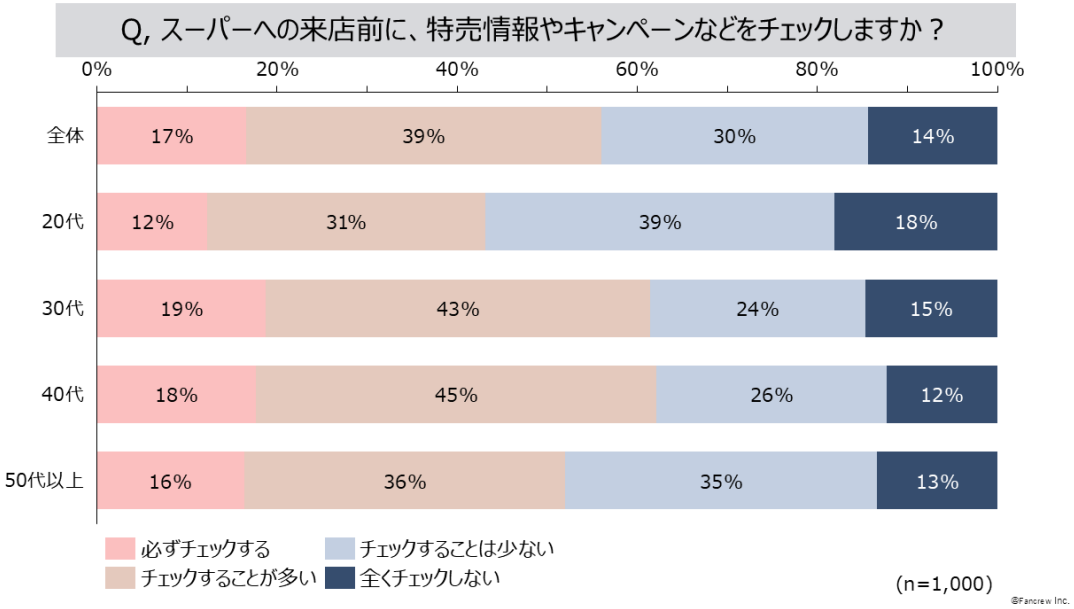
お客さまの声を最先端の分析でファン増加につなげる企業、株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回はスーパーの特売情報・キャンペーンについて、特売情報やキャンペーンをチェックする頻度や手段などを「ファンくる」会員 1,000 名（男性 227 名、女性 773 名）に調査を実施しました。

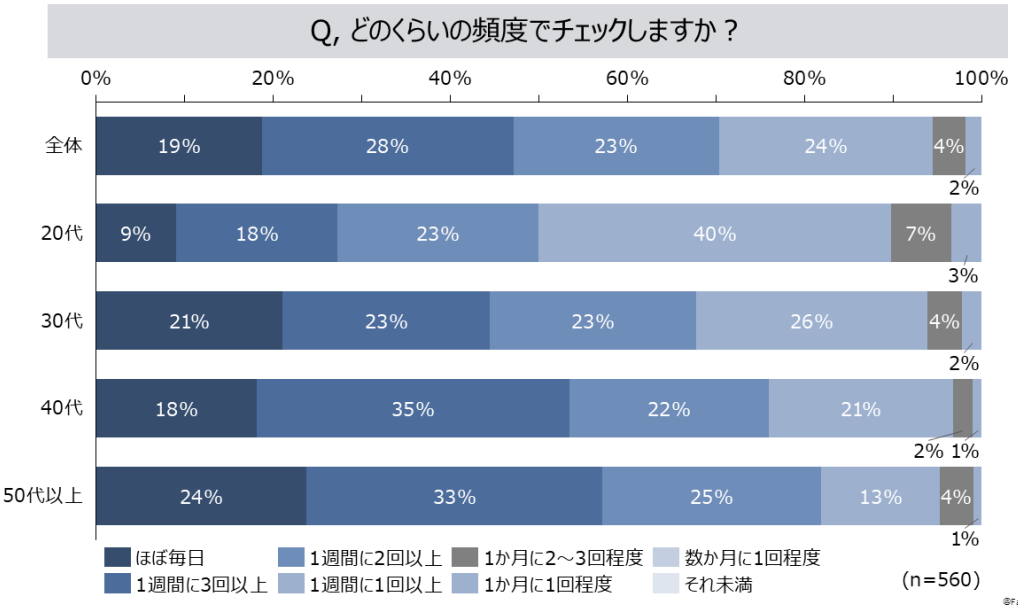
スーパーに来店する前に特売情報やキャンペーンなどを「必ずチェックする」方は 17%、「チェックすることが多い」方は 39%と、半数以上の方がチェックする習慣があるようで

す。年代別に見ると、30 代では 62%、40 代では 63%と、他の年代に比べてチェックしている方が多いことが分かりました。チェックする頻度は「1 週間に 3 回以上」が 28%と最多で、70%が 1 週間に複数回チェックしています。特売情報やキャンペーンは「Web チラシ」でチェックする方が 83%と最も多く、次いで「スーパーのアプリ」が 40%でした。特売情報やキャンペーンが来店のきっかけになることがあると回答した方は 86%で、「特売や割引」が来店のきっかけになっているようです。

【調査結果】

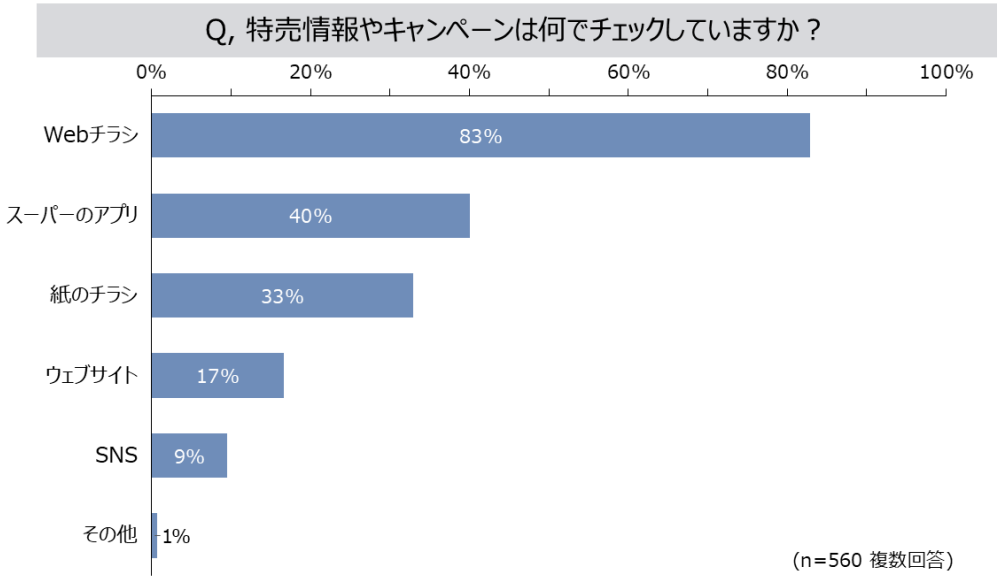
1. **スーパーへの来店前に特売情報やキャンペーンなどをチェックする 56%、週に 2 回以上チェックしている 70%**





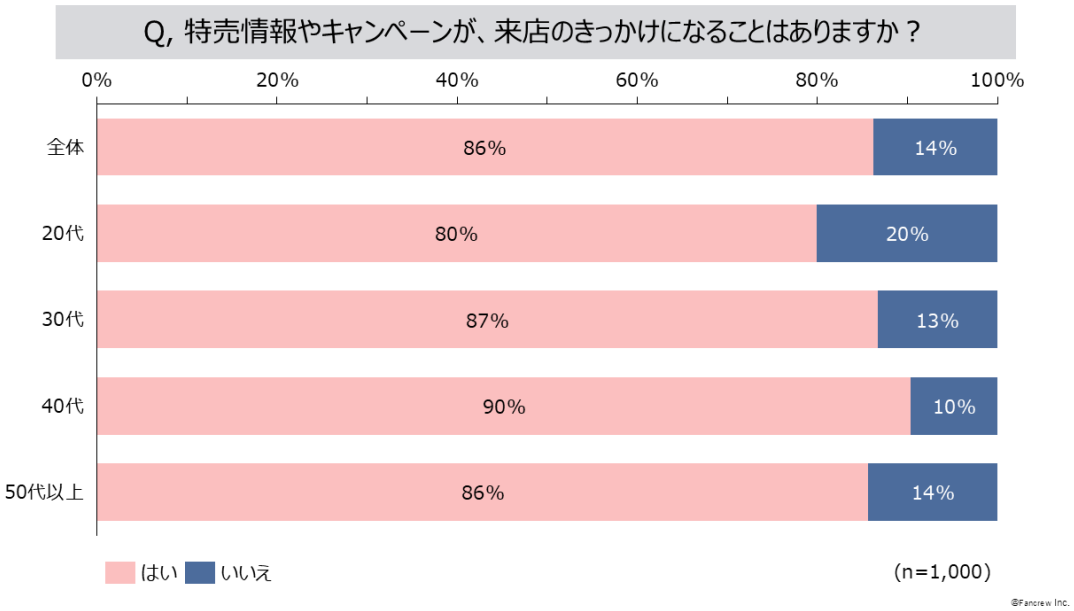
©Fancrew Inc.

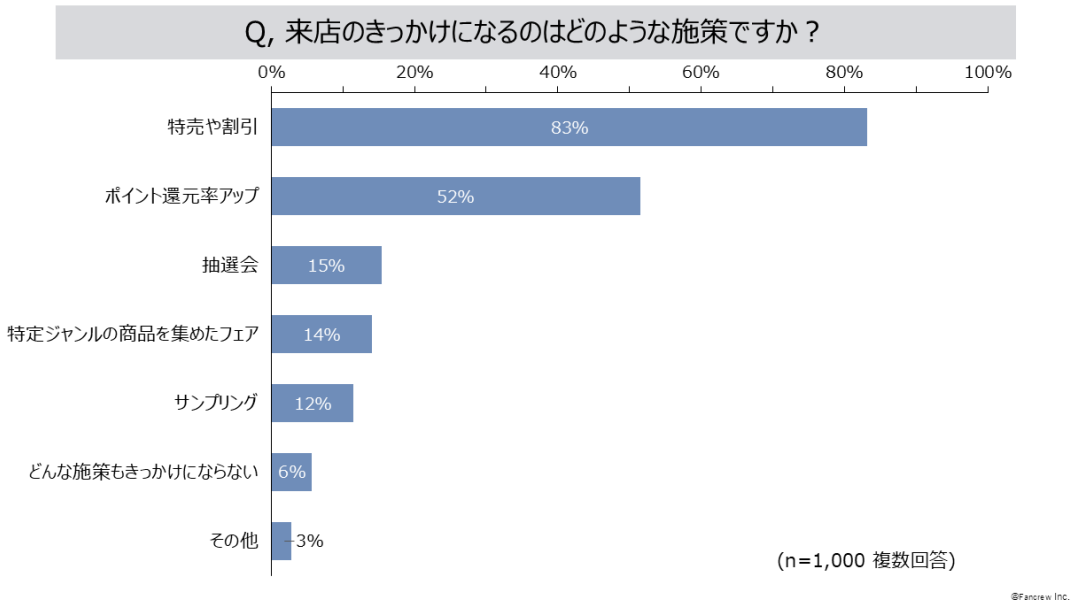
2. 特売情報やキャンペーンは「Web チラシ」でチェック 83%



©Fancrew Inc.

3. 特売情報やキャンペーンが来店のきっかけになることがある 86%、きっかけになるのは「特売や割引」





本調査ではこれ以外にスーパーでの商品の選び方や店内で目に留まる販促物など全 26 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 150 万人のユーザー
回答者数：1,000 名（男性 227 名、女性 773 名）
調査時期：2025 年 5 月 30 日～6 月 7 日
調査項目：スーパーでの買い物についての消費者調査
設問数：26
※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】

お客様や従業員の声を独自の特許技術で分析することにより、店舗運営、商品開発、営業活動、従業員エンゲージメント等の向上を支援する様々な Web サービスをあらゆる業界に対して提供しています。また、体験型情報サイト「ファンくる」の運営や、インターネットリサーチなどのマーケティング支援も行っております。

【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/

【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）