

報道関係各位

2025年2月19日
株式会社クロス・マーケティング

食品の値上がりで買う機会が減った1位は「お米」 もやしや豆腐を買う機会が増加

－食品の値上げに関する調査（2025年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「食品の値上げに関する調査（2025年）」を実施しました。2022年から食品の価格が上がり、食材によっては高騰が続いています。今回は、「食品の値上げを感じるか」「値上がりしたと思う食品」「値上げともなう、最近の食品の買い方」「食品の値上げともなう、買う機会が減った・増えた食品」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250219foodprice>











■調査結果

- ✓ **食品の値上げを感じている人は9割を占め、そのうち「強く感じる」は7割。**
男性より女性、40～60代で「強く感じる」が高い。〈図1〉
- ✓ **値上がりしたと思う食品は、「お米」が75.6%で1位。次いで、「葉物類」「卵」が続く。「果菜類」「果物」「根菜類」も2割台で、野菜・果物が上位に並ぶ。**〈図2〉
- ✓ **最近の食品の買い方は、「割引・見切り品を積極的に選んでいる」「より安く購入できるお店で買うようにしている」「ポイント還元やクーポンなどの割引を利用する」が3割前後。「特売やセールを積極的に調べている」「事前に購入するものを決め、必要なもの以外は買わない」などが続き、買い物の工夫が見られた。**〈図3〉
- ✓ **値上げにともない買う機会が減った食品は「お米」「お菓子」「キャベツ」がTOP3。買う機会が増えた食品は「もやし」「豆腐」「パン」があげられ、安価な印象を持つ食品が目立った。**〈図4〉

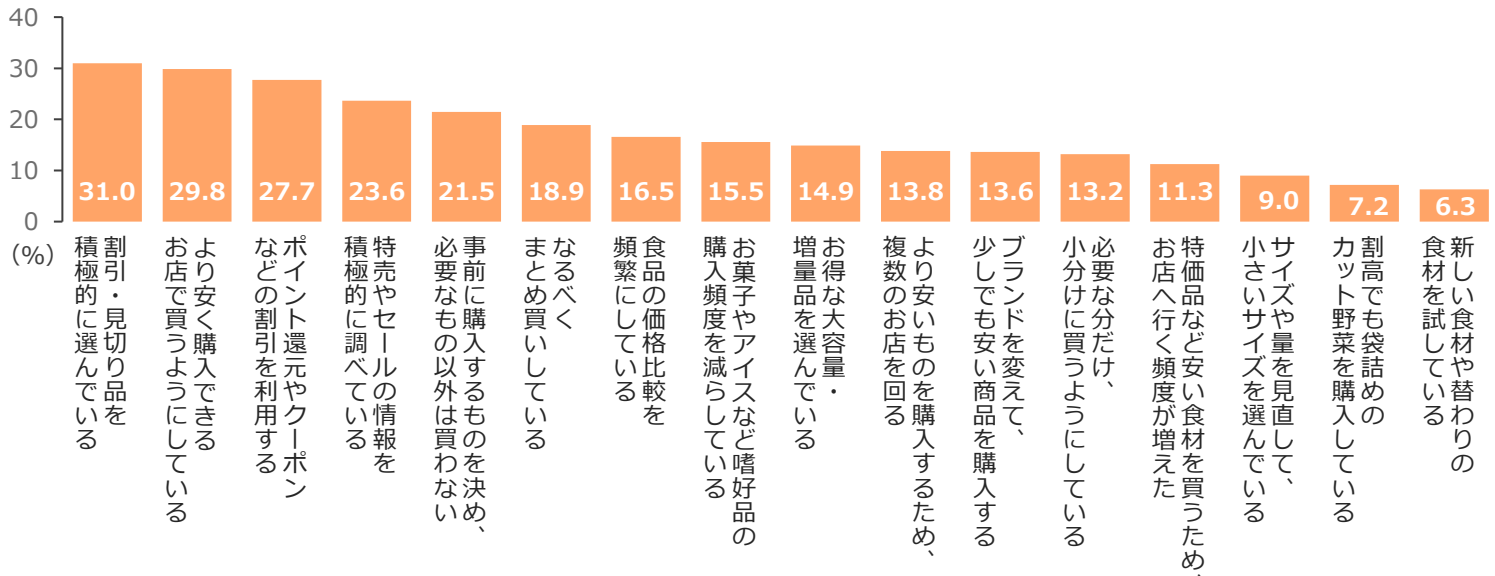
〈図1〉食品の値上げを感じる割合（単一回答）

n=	強く感じる	やや感じる	あまり感じない	全く感じない	感じる計
全体 (1,100)	69.1	21.8	4.1	5.0	90.9
男性 (550)	65.1	24.7	4.7	5.5	89.8
女性 (550)	73.1	18.9	3.5	4.5	92.0
20代 (220)	57.7	26.8	5.9	9.5	84.5
30代 (220)	61.8	23.6	7.3	7.3	85.5
40代 (220)	71.8	18.2	3.6	6.4	90.0
50代 (220)	79.1	18.6	2.3		97.7
60代 (220)	75.0	21.8	1.4	1.8	96.8 (%)











〈図2〉値上がりしたと思う食品 TOP10（5つまでの複数回答：n=1,100）

1	 お米	75.6	6位	 果物	20.2
2	 葉物類（キャベツ、ほうれん草）	64.9	7位	 根菜類（大根、にんじん）	20.1
3	 卵	40.3	8位	 麺類	16.0
4位	 パン類	31.2	9位	 菓子類・アイス	14.9
5位	 果菜類（きゅうり、トマト）	27.5	10位	 インスタント食品	14.5 (%)

<図3> 値上げにともなう、最近の食品の買い方 (複数回答：n=1,100)



<図4> 食品の値上げにともなって、買う機会が減った・増えた食品 TOP5 (3つまでの自由回答：n=1,100)

買う機会が減った食品			買う機会が増えた食品		
1	 お米	208件	1	 もやし	195件
2	 お菓子	185件	2	 豆腐	80件
3	 キャベツ	165件	3	 パン	60件
4位	 野菜 (全般)	151件	4位	 カット野菜	43件
5位	 パン	83件	5位	 納豆	34件

■ 調査項目

- 属性設問
- 食品の値上げを感じるか
- 値上がりしたと思う食品
- 値上げにともなう、最近の食品の買い物の仕方
- 食品の値上げにともなって、買う機会が減った・増えた食品

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250219foodprice>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2025年2月14日 (金) ～16日 (日)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」