

## 外食における値上げについての意識調査 83%が外食時に値上げ実感、63%がメニュー選びに変化

### 【調査結果サマリー】

1. 直近3か月以内で外食時に83%が「値上げをした」と感じる
2. メニュー選びに63%が変化あり
3. 飲食店の値上げをきっかけに外食頻度67%が「変わらない」

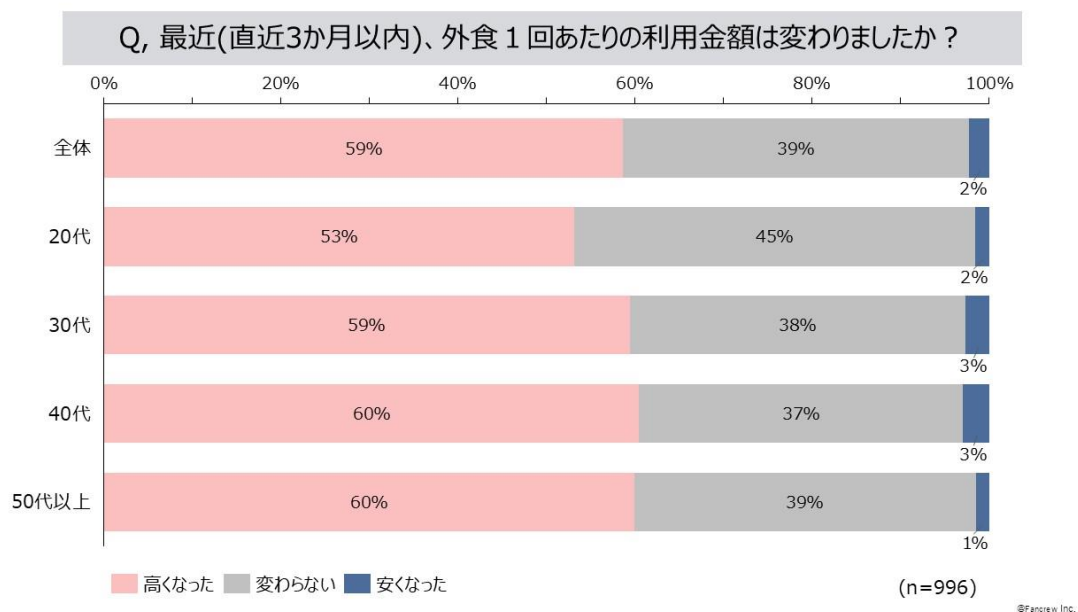
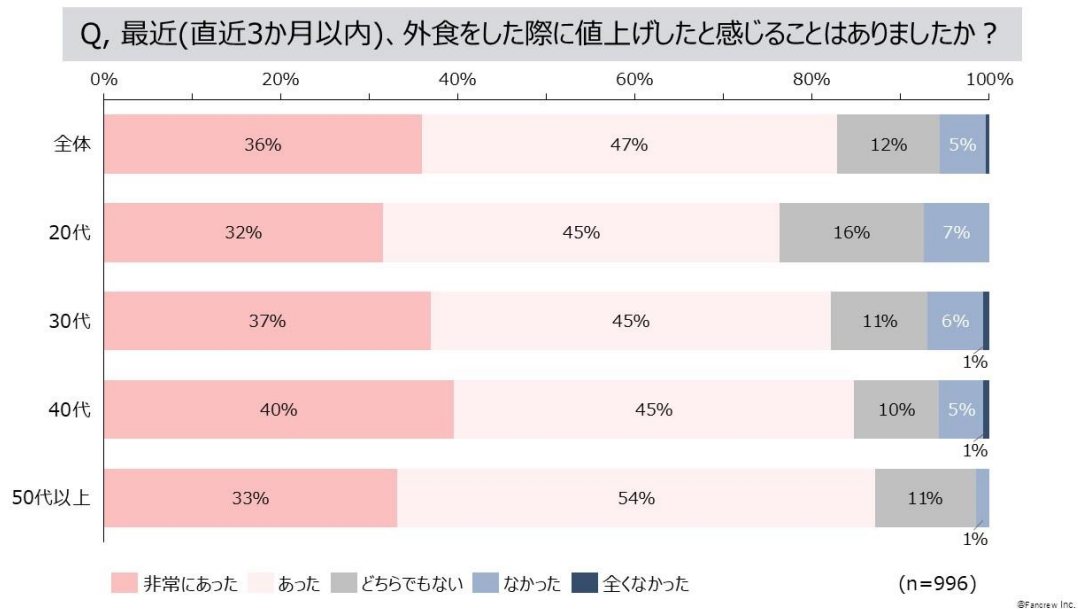


日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は外食における値上げについて「ファンくる」会員996名（男性242名、女性754名）に調査を実施しました。

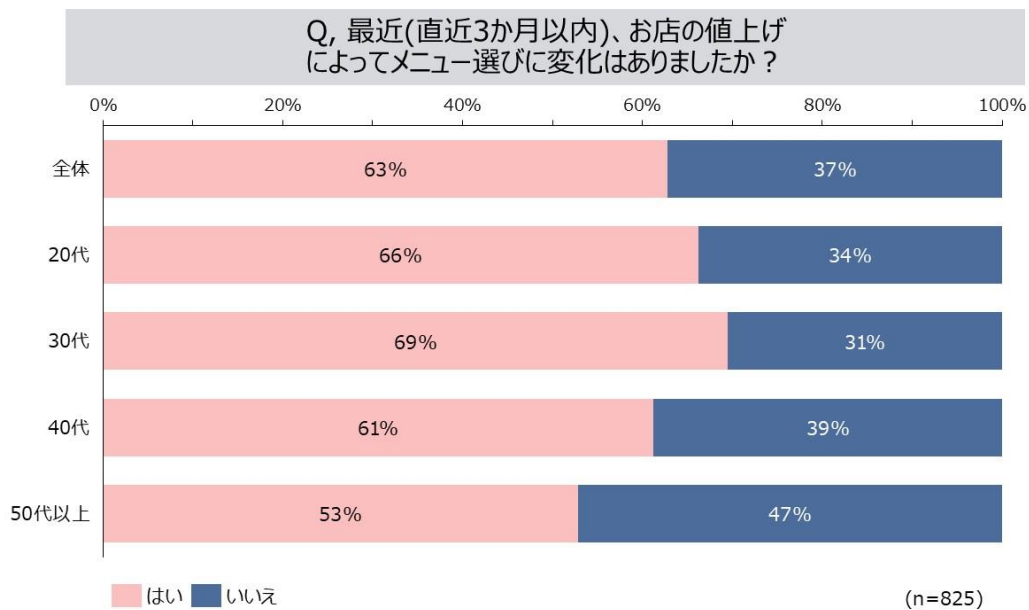
外食した際に「値上げをした」と感じた方は83%で、実際に59%の方が直近3か月以内に1回あたりの外食費が高くなったと感じています。この値上げによって63%の方がメニュー選びに変化があったと回答しています。値上げをきっかけに外食の頻度が「増えた」が2%、「変わらない」が67%、「減った」が32%の結果となりました。

## 【調査結果】

### 1. 直近3か月以内で外食時に83%が「値上げをした」と感じる

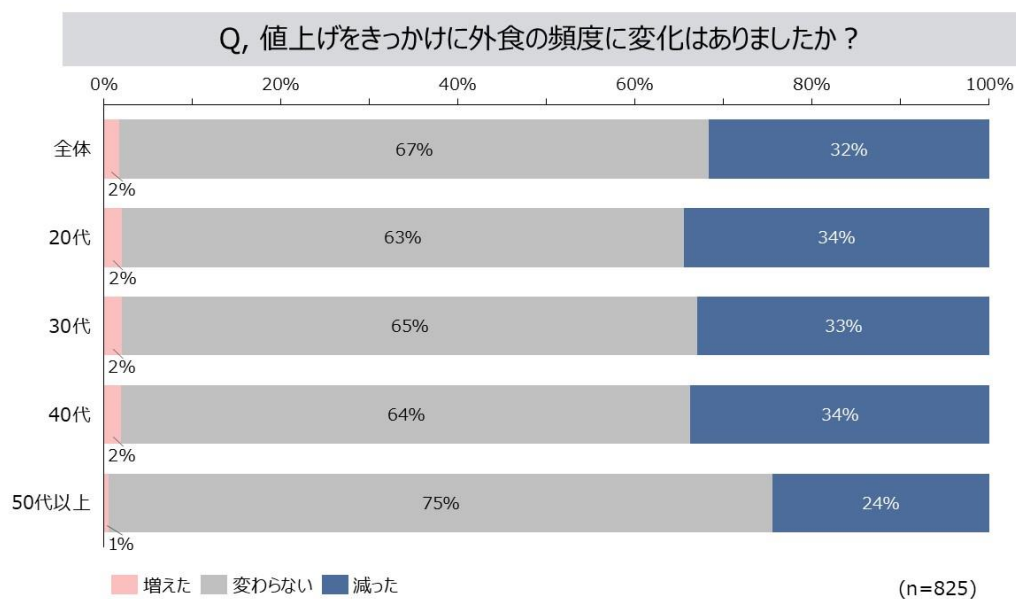


### 2. メニュー選びに63%が変化あり



©Fancree Inc.

### 3. 飲食店の値上げをきっかけに外食頻度 67%が「変わらない」



©Fancree Inc.

本調査ではこれ以外に飲食店の値上げをきっかけに入店をあきらめた経験の有無など全 13 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：996 名（男性 242 名、女性 754 名）

調査時期：2024 年 11 月 15 日～11 月 25 日

調査項目：外食における値上げについての意識調査

設問数：13

※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  
契約率向上ツール「ファンくる ICR・CSR」の運用・開発

販促・店頭調査「ファンくる PR」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](mailto:pr@fancrew.co.jp)）