

報道関係各位

2025年10月30日

**「節約行動」が家庭のフードロス削減に直結！
フードロス「減った」世帯の**51.2%**が「節約意識」が要因と回答
～食品の値上げで約半数が「お得志向」へ、規格外品「気にしない」は**9割超**に～**

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」を運営する株式会社クラダシ（本社：東京都品川区、代表取締役社長CEO：河村晃平、以下「クラダシ」）は、食品ロス削減月間に「Kuradashi」利用者を対象として、「物価高で変わる食生活とフードロス意識」に関するユーザー調査を実施いたしました。

【意識調査サマリ】

- 家庭でのフードロスが減少した世帯では、**51.2%**が「節約を意識したこと」が削減につながったと回答。物価高騰による購入商品への「もったいない」意識の高まりが、結果的にフードロス削減を後押ししている。
- 食品の値上げを受け、約半数(**47.3%**)が「よりお得に購入する方法や場所で商品を購入するようになった」と回答し、生活者の節約志向が一段と高まった(昨年比 +3.2%)。
- 特に値上げを感じる食品は「米・雑穀」が最多(**69.8%**)で、24.9%が購入を控えるようになったと回答。この結果を受け、Kuradashiは季節外れの「そうめん」をおトクに提供し、家計支援とフードロス削減を推進。
- 規格外品や賞味期限の短い商品について、品質に問題がなければ購入を気にしないと回答した方が**9割以上**となり、価格面でのメリットを重視する消費者の意識変化が明確化。
- フードロスの課題を「よく知っている」と回答した方は53.6%で、**3～4年前より約5～7%増加**、生活者の認知度は上昇傾向にある。

Kuradashi

■意識調査実施の背景

帝国データバンク(※1)によると、12月までに発表されている値上げ品目は累計で2万381品目となり、2年ぶりに2万品目を超えました。その背景には、原材料価格の高騰、光熱費や物流費の上昇、人手不足による労務費増など、複数の要因が重なっており、この傾向は今後も長期化すると見込まれています。

物価高騰下での生活者の皆さまの購買行動や意識の変化を把握し、今後のKuradashiのサービスや商品の改善に役立てる目的から意識調査を実施いたしました。また、物価高騰による購買行動の変化と、環境や社会への意識の変容との関連性についても調査を行い、社会全体でフードロス削減が促進される兆しを明らかにしていくことを目的として実施いたしました。

今回の意識調査では、利用者2,436名から回答が得られ、直近3年の同時期に実施した意識調査(※2)の結果と比較しながら分析しました。

【本件に関するお問い合わせ】
広報担当：齋藤 pr@kuradashi.jp

※1出典: 帝国データバンク定期調査:「食品主要195社」価格改定動向調査 ― 2025年10月

※2 出典:

・2024年「物価高による消費行動の変化やフードロス削減の意識調査」に関するアンケート(実施期間: 2024年10月14日(月)～2024年10月23日(水))

・2023年「物価高騰の影響によるライフスタイルの変化」に関するアンケート(実施期間: 2023年10月3日(火)～2023年10月20日(金))

■アンケート回答者の属性

【年齢】

19歳以下: 0% | 20歳～29歳: 0.4% | 30歳～39歳: 4.9% | 40歳～49歳: 16.9% | 50歳～59歳: 35.6% | 60歳～69歳: 29.6% | 70歳以上: 12.4% | その他: 0.1%

【性別】

男性: 37.5% | 女性: 61.9% | その他: 0.6%

【居住地】

北海道: 3.4% | 東北: 5.1% | 関東: 48% | 中部: 13.4% | 近畿: 17.9% | 中国: 4% | 四国: 1.7% | 九州・沖縄: 6.5% | その他: 0%

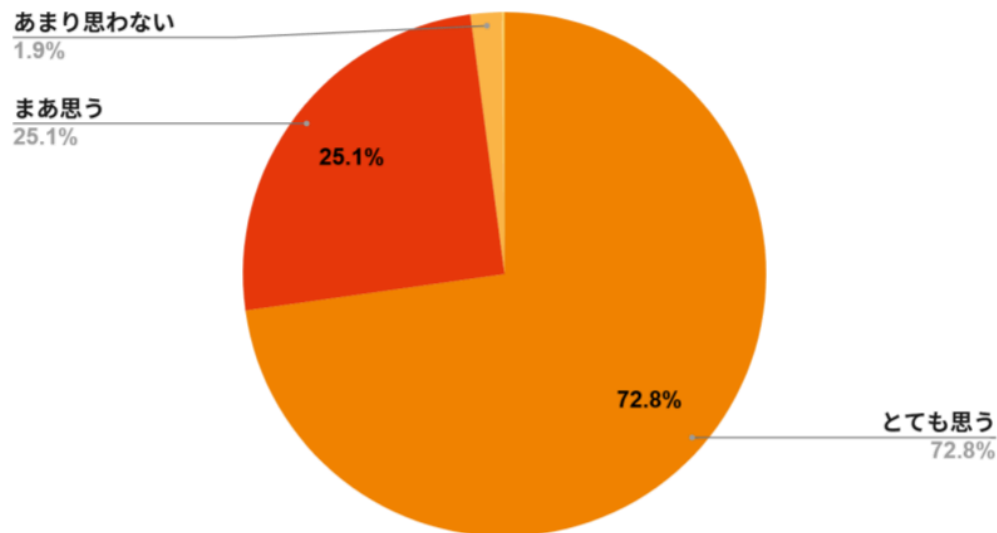
【世帯人数】

6人以上: 2.1% | 5人: 4.3% | 4人: 12.5% | 3人: 21.9% | 2人: 37% | 1人: 22.2%

■調査結果

1. 昨今の食品の値上げを受けて、よりお得に食品を購入したいと思うようになりましたか。当てはまるものを1つお選びください。(n=2,436/SA)

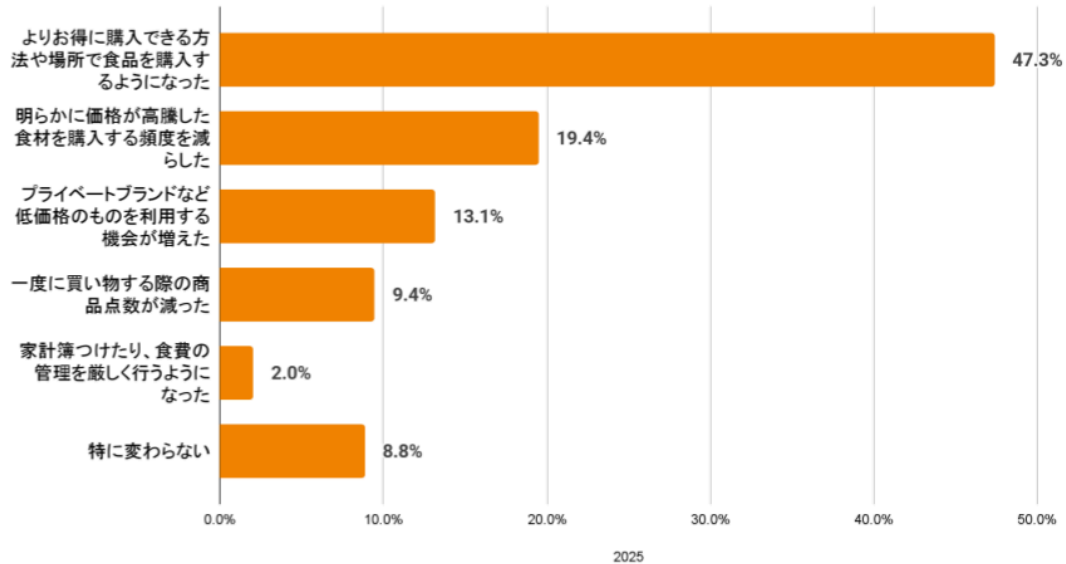
「とても思う」と回答された方が最も多く72.8%となり、「まあ思う」と回答された方は25.1%でした。2024年の意識調査(※2)では、「とても思う」と回答された方が70.8%で、今年は昨年より+2%増となり、昨今の継続する物価高騰が家計に大きな影響を与えていることが分かります。



Kuradashi

2.昨今の食品の値上げを受けて、お買い物する際にどのような変化が現れましたか？当てはまるものを1つお選びください。(n=2,436／SA)

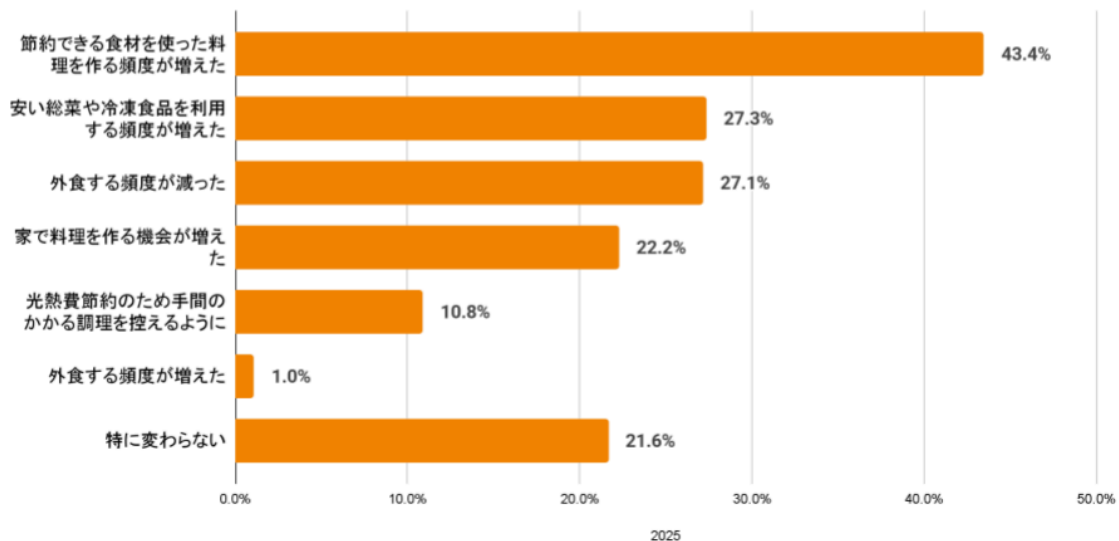
「よりお得に購入する方法や場所で食品を購入するようになった」という方が全体の47.3%（昨年比+3.2%）となり、次いで「明らかに価格が高騰した食材を購入する頻度を減らした」が19.4%となりました。消費者が食材の価格に敏感化し、節約志向が強まっていることが分かります。



Kuradashi

3.昨今の食品の値上げを受けて、あなたの食生活はどのように変化しましたか。当てはまるものをすべてをお選びください。(n=3,738／MA)

「節約できる食材を使った料理を作る頻度が増えた」が最も多く43.4%でしたが、昨年より4.6%減少しました。一方、「特に変わらない」と回答した方は21.6%（昨年比+1.8%）で、高止まりする物価高への対応が難しい状況がうかがえます。



Kuradashi

4.食品の中で特に値上げされていると感じるものは何ですか。特に当てはまるものを「3つまで」お選びください。(n=6,698/MA)

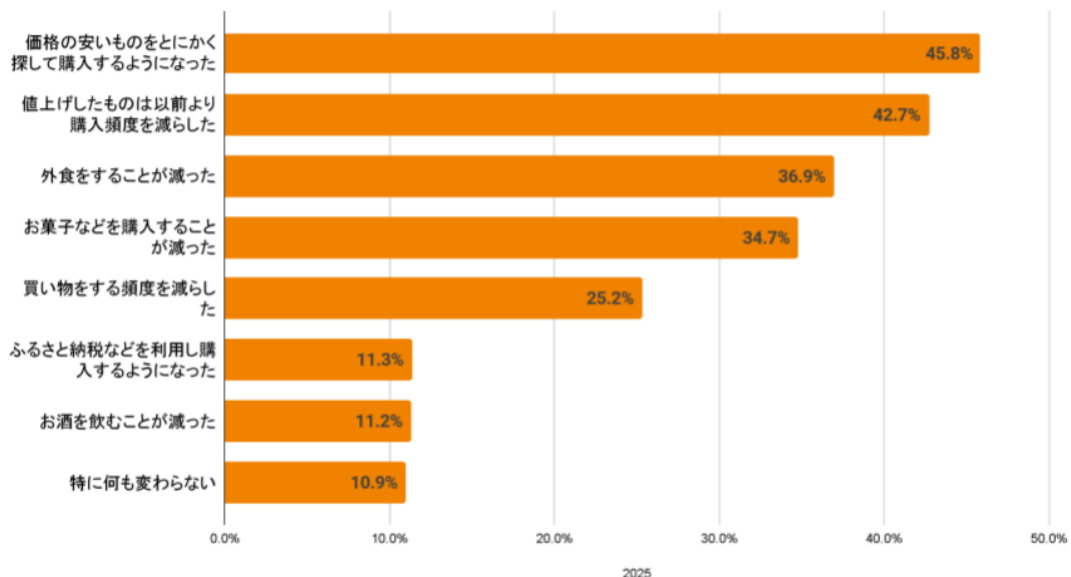
特に値上げされていると感じる食品は「米・雑穀」が最も多く69.8%、次いで多かった回答は「野菜・果物」で44.3%でした。

5.物価高騰が理由で、購入を控えるようになった食品はありますか。当てはまるものをすべてお選びください。(n=5,404/MA)

「お菓子」と回答された方が最も多く32.1%、次に「購入を控えるようになったものはない」と回答された方が26.8%でした。調査結果4で値上げされていると感じる食品として回答が多かった「米・雑穀」は24.9%で、3番目に購入を控えるようになった食品でした。

6.物価高などが理由となり、節約しているもの/にことなど当てはまるものをすべてをお選びください。(n=5,330/MA)

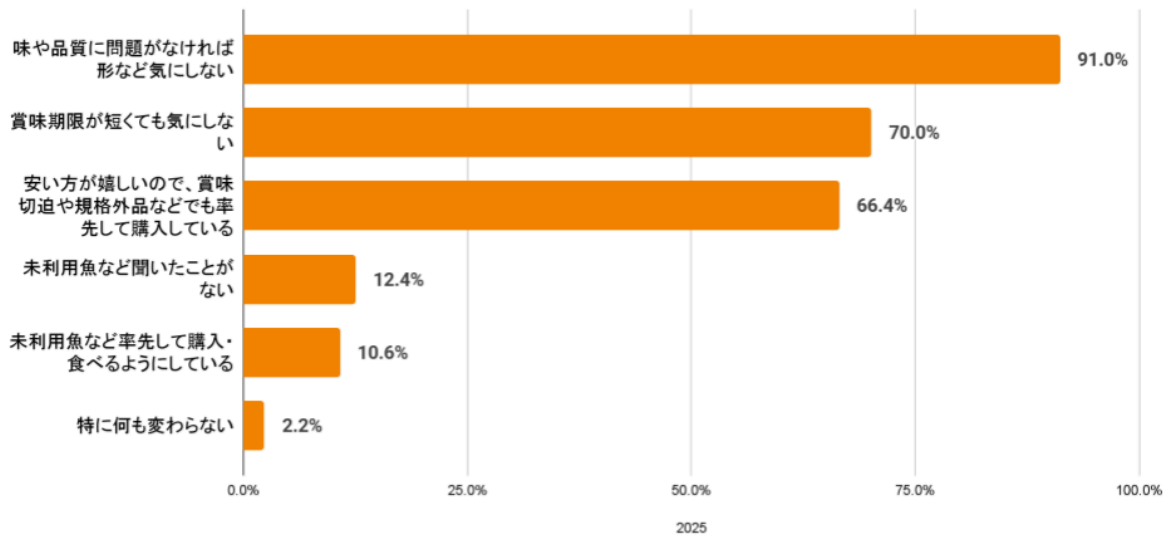
「価格が安いものをとにかく探して購入するようになった」と回答した方は45.8%、「値上げしたものは以前より購入頻度を減らした」は42.7%でした。お菓子やお酒の購入を控える傾向も過去調査(※2)より増加しており、物価高騰により、価格重視の購買や購入頻度の調整だけでなく、必要最低限の食材購入が一般化していることが分かります。



Kuradashi

7.値上げとともに、規格外品や訳あり品、未利用魚などが注目されています。これらの購入についてあなたの考えに当てはまるものをすべてをお選びください。(n=6,153/MA)

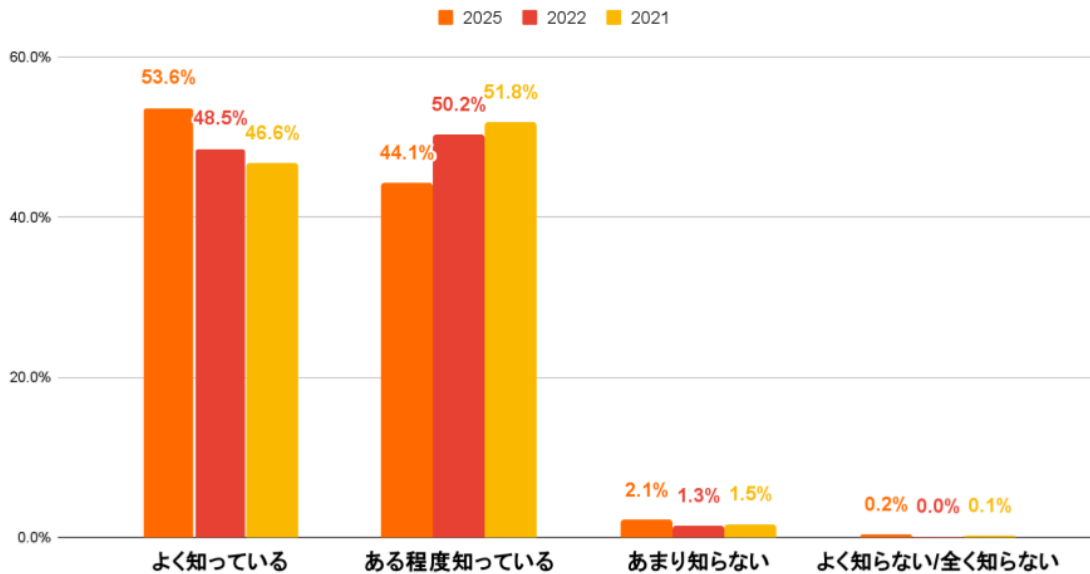
「味や品質に問題なければ形など気にしない」方が91.0%と最も多く、次いで「賞味期限が短くても気にしない」と回答した方が70.0%となりました。消費者は品質に問題がなければ、規格外品や訳あり品も購入し、価格面でのメリットを重視していることが分かります。



Kuradashi

8. あなたは「フードロス」が問題になっていることを知っていますか。(n=2,436／SA)

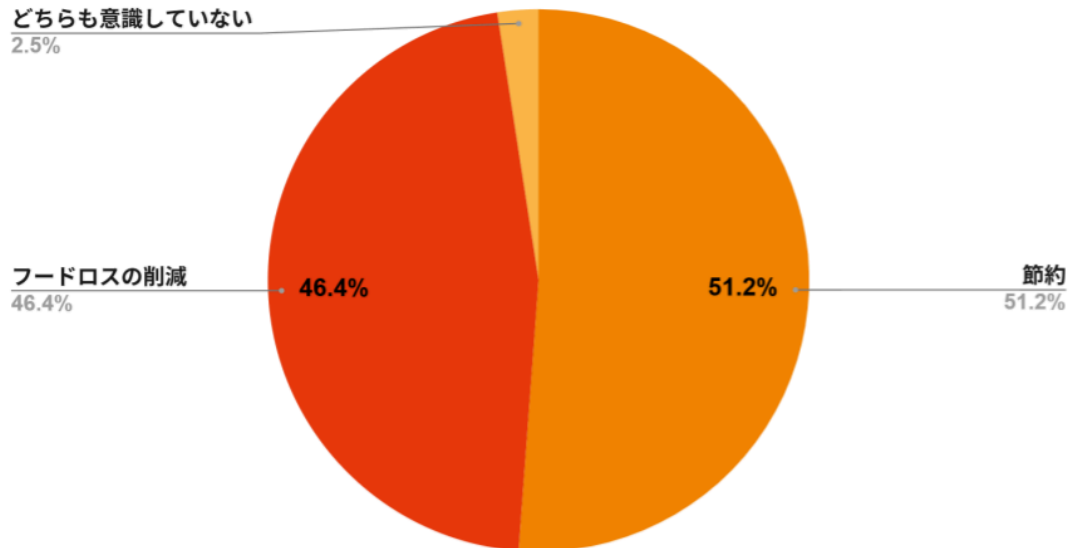
「よく知っている」と回答した人は53.6%、ある程度知っていると回答した人は44.1%でした。2021年と2022年9月に同じ質問を行ったユーザー調査では、「ある程度知っていると回答した人が最も多かったことから、近年の企業の取り組みやメディアでの報道、小売店でのフードロス削減表示の増加などを背景に、消費者のフードロスへの意識が高まっていることが推察できます。



Kuradashi

9-1. 1年前にくらべて家庭でのフードロスの量はどのように変化していますか。当てはまるものを1つお選びください。(n=2,436/SA)

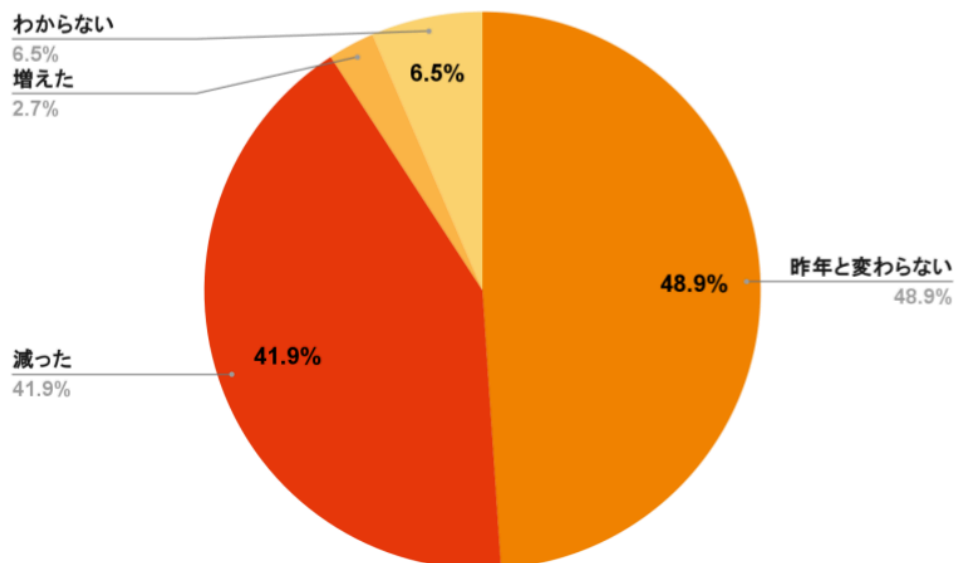
「昨年と変わらない」と回答した方が最も多く48.9%。次いで「昨年より減った」という回答が41.9%でした。家庭でのフードロスは、約半数が昨年と変わらないと感じる一方、約4割は減少しており、フードロス削減の意識や取り組みが一定の成果を上げていることが分かります。



Kuradashi

9-2. 「フードロス量が減った」と回答された方に質問です。どちらをより強く意識した結果、フードロスが削減されましたか。(n=1020/SA)

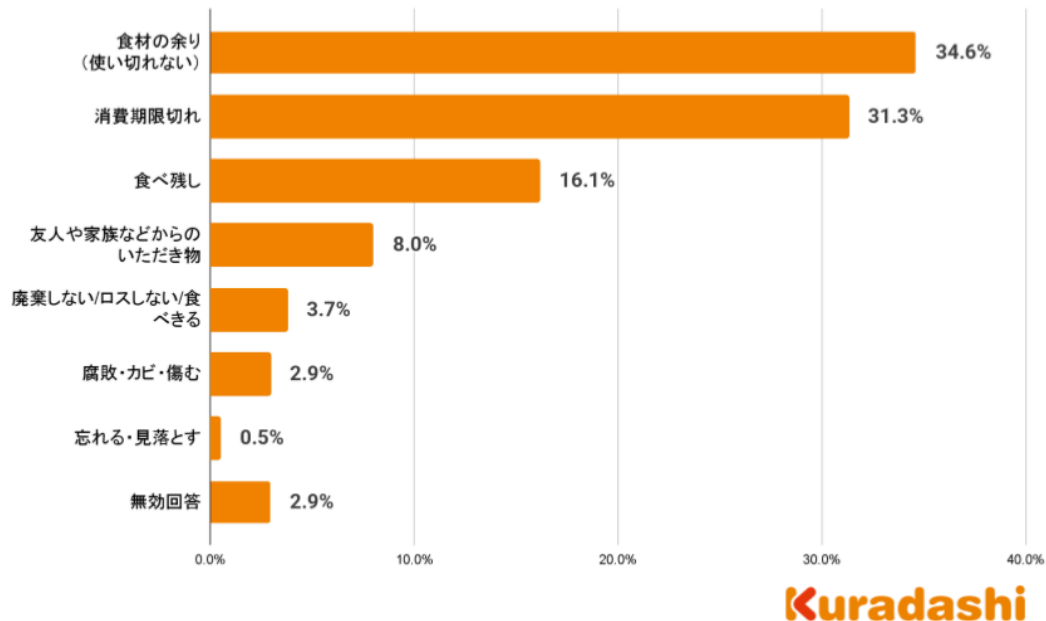
「節約」という回答が51.2%で最も多く、次いで「フードロスの削減」が46.4%でした。フードロスが減った家庭では、節約意識が最も大きな要因となっており、物価高騰を背景にした節約行動が結果的にフードロス削減にもつながっていることが分かります。



Kuradashi

10.あなたの家庭で、食品が廃棄される主な原因は何ですか？特に当てはまるものをお選びください。(n=2,436／SA)

「食材の余り(使い切れない)」が最も多く34.6%でした。次いで「消費期限切れ」と回答した方が31.3%となり、「買ったことを忘れていた」「腐ってしまった」といった理由も含めると34.7%となります。一方で、「我が家ではロスを出さない」「必ず食べきるようにしている」と回答した方は3.7%であり、フードロスへの意識が徐々に高まっていることがうかがえます。



■調査概要（有効回答:2,436名）

調査名:「物価高で変わる食生活とフードロス意識」に関するアンケート

調査目的:

- 長引く物価高騰による「Kuradashi」利用者の食品購入時における購買行動や意識の変化を把握し、今後のKuradashiのサービスや商品の改善に役立てる
- 物価高騰による購買行動の変化と社会・環境意識の影響を調査し、フードロス削減が促進される兆しを明らかにしていく

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2025年10月9日(木)～2025年10月23日(木)

※百分率(%)は小数点第二位で四捨五入し、小数点第一位までを算出しています。

※百分率の合計値が100%とならない場合があります。

■調査結果をふまえた「Kuradashi」の取り組み

今回の意識調査の結果、物価高騰の影響を受け、少しでもお得な商品を求めて購入するユーザーが多いことが明らかになりました。また、調査結果4・5では、物価高騰を感じる食材および購入を控えるようになった食材として、多くのユーザーが主食の「米・雑穀」と回答しています。一方、同じ主食でも「そうめん」は季節によって需要が変動し、特に10月頃から需要が落ちる(※3)ことから、「季節はずれの在庫」が発生しています。

そこでKuradashiでは、生活者の皆さまの家計をサポートしつつ、そうめんメーカーさまの課題解決とフードロス削減にもつなげるため、お米に代わる主食として「そうめん」をおトクにご提供いたします。

※3 出典: [マーチャンダイジング・オン「vol.177『今年の“鍋つゆ”の展開を考える』」](#)

【商品概要】

- ・商品名:さぬきシセイ「讃岐そうめん 200g」
- ・内容量:10袋入×4セット
- ・商品価格:2,980円(参考小売価格より59%OFF)
- ・出品理由:オフシーズンで通常販路で販売できず、フードロスになる可能性があるため



▼メーカーさまのコメント

「店頭での品切れを防ぐため毎年少し多めに製造していますが、小売店の棚替えによりシーズン後は在庫が余り、商慣習によって次シーズンでの販売も難しく廃棄されてきました。丹精込めて作った商品で、味も品質も変わりません。しっかりしたコシ、なめらかなのどごし、小麦の旨みを味わっていただきながら、家計のサポートにもつなげられれば幸いです。」

クラダシは引き続き、これらの調査結果をもとに、楽しいお買い物で、みんなトクするソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」の価値向上に努めてまいります。

■楽しいお買い物で、みんなトクするソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」とは

Kuradashiは、フードロス削減を目指すショッピングサイトです。まだ食べられるにも関わらず捨てられてしまう可能性のある商品などをお得な価格で販売し、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組む様々な団体に寄付することで、SDGs17の項目を横断して支援しています。いろいろな掘り出し物が見つかる、楽しくてお得なお買い物が社会の徳に繋がる、そんなソーシャルグッドマーケットです。

URL: <https://www.kuradashi.jp/>

■株式会社クラダシについて

代表者氏名:河村晃平

設立:2014年7月

本社所在地:〒141-0021 東京都品川区上大崎3丁目2-1 目黒センタービル 5F

URL: <https://corp.kuradashi.jp/>

【サービス紹介】

- ・ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」: <https://www.kuradashi.jp/>
- ・クラダシが自社で運営する「クラダシ基金」: <https://www.kuradashi.jp/fund>
- ・冷凍宅配弁当「Dr.つるかめキッチン」: <https://tsurukame-kitchen.com/>

【本件に関するお問い合わせ】

広報担当:齋藤 pr@kuradashi.jp

【店舗一覧】

- ・Kuradashi店舗一覧: <https://kuradashi.jp/pages/stores>

【クラダシのサステナビリティ】

- ・サステナビリティサイト: <https://corp.kuradashi.jp/sustainability/>
- ・サステナビリティレポート: <https://speakerdeck.com/kuradashi/sustainability-report>

【2025年6月末時点の主な累計実績】

- ・フードロス削減量: 23,993トン
- ・経済効果: 116億7,364万円
- ・CO2削減量: 63,606t-CO2
- ・支援総額: 144,184,220円

「Kuradashi」、「ソーシャルグッドマーケット」、「1.5次流通」、「もったいないを価値へ」は株式会社クラダシの登録商標です。