

2024年8月27日



EC事業者の商品の値上げに関する調査

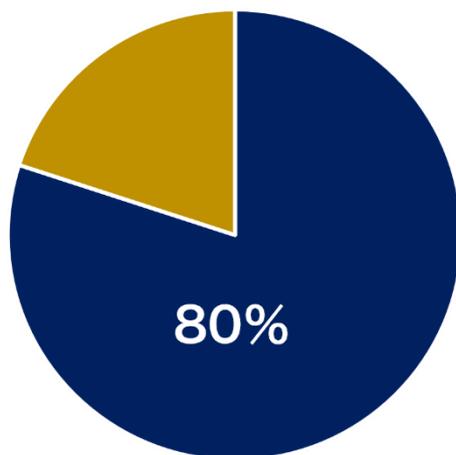
80%が2023年以降に商品の値上げを行ったと回答

株式会社Eストアー

ECサイト構築・開業から成功までを総合サポートする株式会社Eストアー（東京都・代表取締役COO社長 柳田要一）は、2024年8月5日から16日にかけて、Eストアーショップサーブをご利用のEC事業者様に「商品の値上げ」についてのアンケートを実施。646件の回答を得ました。

アンケートの結果から、80%の事業者が2023年以降に商品の値上げを実施していることがわかりました。理由としては「仕入れ価格・原材料費の高騰（98%）」、「人件費など、事業運営に係る費用の上昇（35%）」となっており、事業環境の変化に対応すべく価格転嫁が広がっていることがえま

2023年以降、値上げをされた商品がありますか？



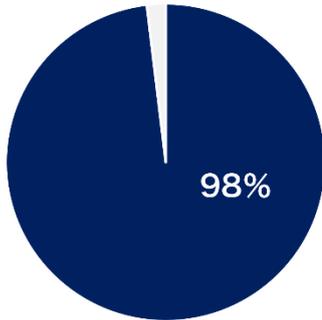
■ ある ■ ない

その他、値上げに至った理由としては「円安の影響」「メーカー希望小売価格の改定」「メーカーからの価格改定要請」「配送料の値上げ」「光熱費の高騰」「最低賃金の引き上げ」などがあがりました。

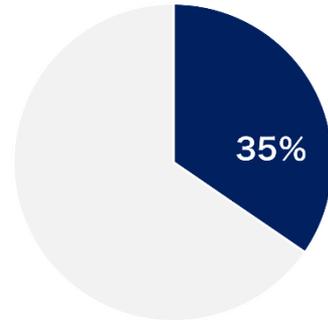
値上げに至った要因

※複数回答

仕入れ価格・原材料費の上昇



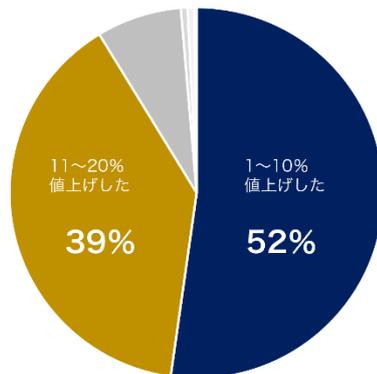
人件費など、事業運営に係る費用の上昇



値上げ幅は元の価格から20%以下、90%

値上げを行った事業者のうち90%が、元の価格から20%以下の値上げを実施。そのうち、10%以下の値上げが半数以上を占めました。21%以上の値上げを実施した事業者は10%にも満たず、一定の値上げ幅に集中していることがわかりました。

値上げの幅（元の価格+何%程度の値上げ）は？



1~10%	52.2%
11~20%	39.1%
21~30%	7.4%
31~40%	0.6%
41~50%	0.6%
51%以上	0.2%

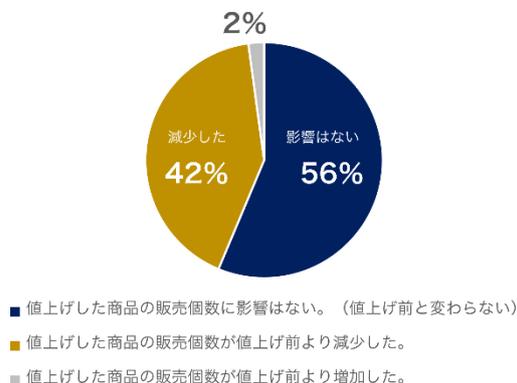
■ 1~10% ■ 11~20% ■ 21~30%
■ 31~40% ■ 41~50% ■ 51%以上

値上げした商品の販売個数に影響はない、56%

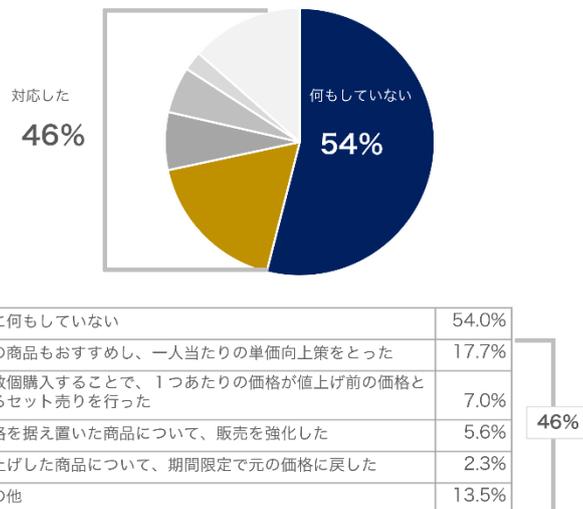
値上げをした事業者の56%が、値上げした商品の販売個数について「影響はない。（値上げ前と変わらない）」と回答しました。一方、値上げした商品の販売個数が値上げ前より減少した割合が42%あるものの、そのうちの46%の事業者は「他の商品をおすすめすることで一人当たりの単価向上を図る」など、減少分を補う何らかの取り組みを実施しています。「その他」で寄せられた回答には、「ポイントの

設定の変更」や「クーポンの発行」などにより販売減少を補う取り組みを実施するなど、様々に工夫していることがわかりました。

値上げした商品について、
価格変更後の販売個数に影響がありましたか？



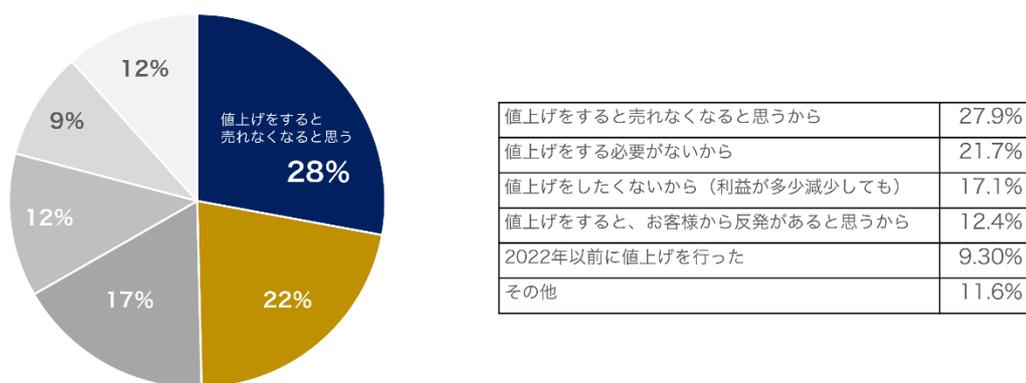
値上げ商品の販売個数の減少により下がった売上に対して
どのような対応をしましたか？



値上げをしない理由、値上げをすると売れなくなると考えている、28%

2023年以降に値上げを実施していない事業者は、「値上げをすると売れなくなると思うから(28%)」、「値上げをすると、お客様から反発があると思うから(12%)」を値上げしない理由として挙げており、値上げ後の消費者の反応を想像して値上げに踏み切れない様子もうかがえました。

値上げをしない理由



※2023年以降に値上げを行っていない事業者のうち9%の事業者は、2022年以前にすでに値上げを実行していました。

今後の値上げについて

2023年以降に商品の値上げを実施している事業者、値上げを実施していない事業者双方に、今後の値上げについて聞きました。

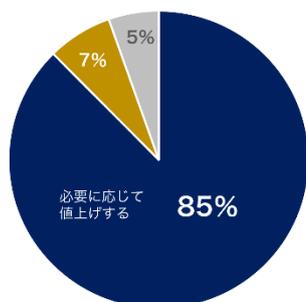
<商品の値上げを実施した事業者>

85%が「今後も必要に応じて値上げする」と回答しました。

<商品の値上げを行わなかった事業者>

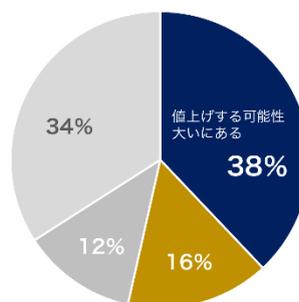
38%が「今後商品の値上げを行う可能性は、大いにある」と回答しました。

対象：2023年以降に値上げを実施した事業者
今後商品の値上げを検討していますか？



必要に応じて値上げする	84.7%
現状は何も決めていない	6.8%
値上げは検討していない	5.2%

対象：2023年以降に値上げを実施していない事業者
今後、商品の値上げをする可能性はありますか？

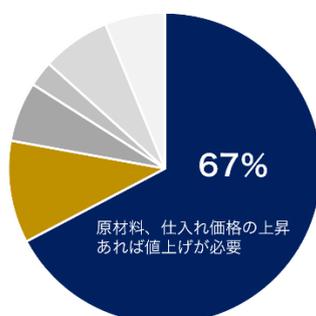


大いにある	38.0%
あまりない	15.5%
ない	12.4%
わからない	34.1%

すでに値上げを実施した事業者は、今後も必要に応じて値上げを行うことに積極的ですが、値上げを行わなかった事業者においては、今後の値上げについても慎重な様子が見られます。

値上げを行わなかった事業者が、今後値上げが必要となるのは「仕入れ価格や原材料費の上昇」の影響が出た場合と67%が回答しており、値上げ実施に踏み切るトリガーとなるものは、すでに値上げを実施している事業者と同様という結果となりました。

対象：2023年以降に値上げを実施していない事業者
どのような状況があれば値上げが必要だと考えていますか？



原材料、仕入れ価格の上昇	67.3%
人件費、地代家賃など事業運営に係る費用の上昇	10.6%
円安の加速	6.2%
インフレの加速	2.7%
競合他社の価格動向	7.1%
その他	6.2%

適切な価格転嫁を進めるために

今回のアンケートでは、ECと店舗を合わせた月商の規模および、扱っている商品のジャンルによる回答の極端な偏りは見られませんでした。

これまで長くデフレの時期があり、仕入れ価格や運営コストの上昇など、事業環境は厳しくなってきたと思われるが、消費者の反発や販売個数への影響を考えると値上げに踏み切れない事業者が少なからず存在するということがわかりました。実際に、値上げを実施した商品の販売個数が減少したという回答もありましたが、半数以上の事業者においては、値上げ前と変わらぬ販売個数を維持しています。

現在も様々な領域でコスト増が進んでおり、商品の価格見直しを検討せざるを得ない機会は増える可能性があります。必要な値上げを必要な時にスムーズに実施するために、値上げした商品の販売個数の減少や既存顧客の反応などについて事前に想定し、対応を検討しておくことが有効なのではないかと考えます。

【EC事業者の商品の値上げに関する調査 概要】

調査実施期間：2024年8月5日～16日

調査方法：インターネット（アンケートフォームへの回答）

対象：Eストアショップサーブご利用中のEC事業者様

有効回答数：646

※当調査の内容をご利用の際には出典元として「Eストアショップサーブ EC事業者の商品の値上げに関する調査」とご記載をお願いいたします。

Eストアショップサーブについて <https://shopserve.Estore.jp/>

Eストアショップサーブは1999年以来、D2C専門、GMV1.5兆円、累計11万社のノウハウが凝縮されたECシステムです。専用構築に匹敵するレベルの回線を使用。SaaSという共用サーバーでは異次元とも言える、プレミアムクラスのインターネット回線を使用により、7年連続、業界圧倒1位の安定運転（ノーダウンタイム）を継続しています。また、いち早くTLS SENDグリッドメールを導入することで配信メールの高い到達率を実現し、業界最多のAPIにより著名な各種ツール・サービスともダイレクトに通信でき、カスタマイズ開発不要で、貴社システムとの即時リアルタイム接続が可能な柔軟なシステムです。また、専任担当とCRM機能でリピート強化、人口減少、人手不足を解決できます。

【株式会社Eストアー 概要】 <https://Estore.jp/>

1999年より、専門店スタイル（D2C）のEC事業を軸として事業展開。小規模から大規模まで幅広いEC事業者の皆さまに、高性能で安全なECシステムを提供するにとどまらず、24時間365日の監視とサポート体制や、専任のコンサルティングチーム、マーケティング支援など、ECに係るすべての領域においてサービスを展開しています。また、HOI（ハンズオンインキュベーション）事業として、オンリーワンの価値ある商材を持つ企業に、弊社のEC事業領域のノウハウや資金サポートを提供することで事業にコミットし、共に成長することを目指す事業を積極的に展開しています。

本プレスリリースについてのメディア各位お問い合わせ先

株式会社 Eストアー 広報・IR室 塚田

pi.sp@Estore.co.jp /03-6434-0978