

物価高対策に関する緊急要望について

当協会は、別紙のとおり要望事項を取りまとめ、去る10月14日に関係先に提出いたしましたので、お知らせいたします。

2025年10月15日
日本チェーンストア協会・広報部
TEL 03-5251-4600

物価高対策に関する緊急要望について

2025年10月

日本チェーンストア協会

先の参議院議員選挙では、各党より物価・経済対策として給付や減税を巡る様々な提案がなされました。しかしながら、依然として物価高騰は続き、関税対策等の先行きも不透明で、消費者からは不安の声や物価高対策を求める声が一層高まっています。直ちに臨時国会を召集し、経済対策や補正予算を速やかに審議・実行していただきたいと強く期待しますが、給付か減税かを巡る議論は論点等が多く、成案と実施までに相応の時間が掛かることは容易に想像されます。

一方で、9月から10月にかけて4,500品目もの食品の値上げが行われ、さらに地域別最低賃金の大幅な引き上げも実施されます。最低賃金の持続的な引き上げは働く本人にとって望ましい一面、複数の制度が絡み合う中で引き上げを急速に実施することは働き控えにつながったり、消費活性化による経済の再生が伴っていなければ中小企業の経営や雇用に深刻な影響を及ぼしかねません。

つきましては、給付や減税の結論を待つ間にも、既に与野党間で合意された事項や、全ての物価に直結するエネルギー分野の対策を優先的に実行し、家計を早急に支援していただく対策が必要ではないかと考え、先般決定した税制改正要望等を踏まえ、下記の点について緊急の実施を要望いたします。

記

1. 所得税減税の確実な実施

可処分所得を確実に増やすため、給与控除 65 万円＋基礎控除 95 万円の控除額を 180～200 万円程度に引き上げ、年収帯による基礎控除額の段階的調整（基礎控除の上乗せ特例）は、かえって制度が複雑化して事務負担が増加するとともに実質的な効果が疑問視されるため、これを廃止して一律での適用を要望します。

2. エネルギー料金の速やかな引き下げ

- ・財政を投じて「燃料油価格定額引下げ措置」による補助を実施するのではなく、ガソリン税・軽油引取税の暫定税率の速やかな廃止を要望します。廃止までの議論が長引く場合は、ガソリン全国平均価格が 2021 年 10 月以降連続で 160 円超となっている現実を踏まえ、「トリガー条項」の即時適用をお願いします。
- ・再生可能エネルギー発電促進賦課金は、政策目標に掲げる再エネの主力化と負担の抑制の両立に乖離が生じ導入効果に疑問を生じている上、例えば、各地で問題化しているメガソーラー等についても賦課金として消費者負担となっており、家計の負担が増えています。再エネ賦課金についても消費者の負担の軽減のため、制度的な整合や物価安定が確認されるまでの間、凍結を要望します。

なお、減税や家計支援策の財源については、まずは歳出の無駄を削減し、予算の見直しを徹底することから検討していただくよう強く要望いたします。増減税一体論ありきの考え方は本末転倒であると言わざるを得ず、政策効果を最優先とした議論の進展に期待いたします。

【別紙】物価高における食品買い物行動についての会員アンケート結果 (速報・抜粋版)

2025年 9月

日本チェーンストア協会

1. アンケート調査の概要

- (1)目 的 昨今の物価高における消費者の食品買い物行動の実態等を把握し、政策検討の材料とする
- (2)期 間 2025年7月23日～8月20日
- (2)対 象 日本チェーンストア協会会員企業46社にアンケート用紙を送付(食品取扱企業より回答)
- (3)回答状況 20社より回答(会員企業グループ企業を一部含む)

<アンケート結果の要旨>

- 会員企業の過去5年間の食品直営売場営業実績を集計、売上高は微増傾向にあるものの、一点単価の上昇と鏡写しのように客当たり買上点数が下落している実態が浮き彫りとなった。この5年間で一点単価が約20%上昇したのに対し、客当たり買上点数は約12%下落しており、物価高で消費者が食品を買い控えている傾向があらわとなっている。
- 昨年第2～3四半期は買上点数の下落幅がゼロ近傍まで縮小した。一点単価の上昇がペースダウンしたのに加え、定額減税も寄与したとみられる。しかし昨年第4四半期以降は米価をはじめとして一点単価が再び大きく上昇に転じ、買上点数の下落幅も再拡大する傾向にある。
- この1年間のお客様の食品買い物行動の変化や傾向について尋ねたところ、95%の企業が節約志向の強まりを感じていると答えた。回答の理由として、特売日・割引日等への客足の集中、クーポン・ポイント利用の増加、低価格なブランドへのスイッチ増加、安価な競合店への客離れ等が多く挙げられている。
- 食品の買い物に関するお客様からの気になったご意見として、「価格高騰は家計に厳しい」「賃金もあまり上がらない中で生活するのは厳しい」「米を買わないわけにはいけないので他のものを控えている」「値上げが続けば年金だけでは生活が厳しくなる」といった家計の窮状を訴える声が目立った。
- お客様の食品買い物行動の傾向について、「全体的に食品の値段が上がり、より安い特売品・プライベートブランド等に流れており、余計なものは買わない傾向で買上率が下がっている」との指摘や、「節約志向が強く、お客様の嗜好よりも価格でなびいている」といった指摘が多く見られた。コスト増による値上げ圧力と消費者の節約志向との板挟みの中で、チェーンストア各社も対応に苦慮している様子が見て取れる。

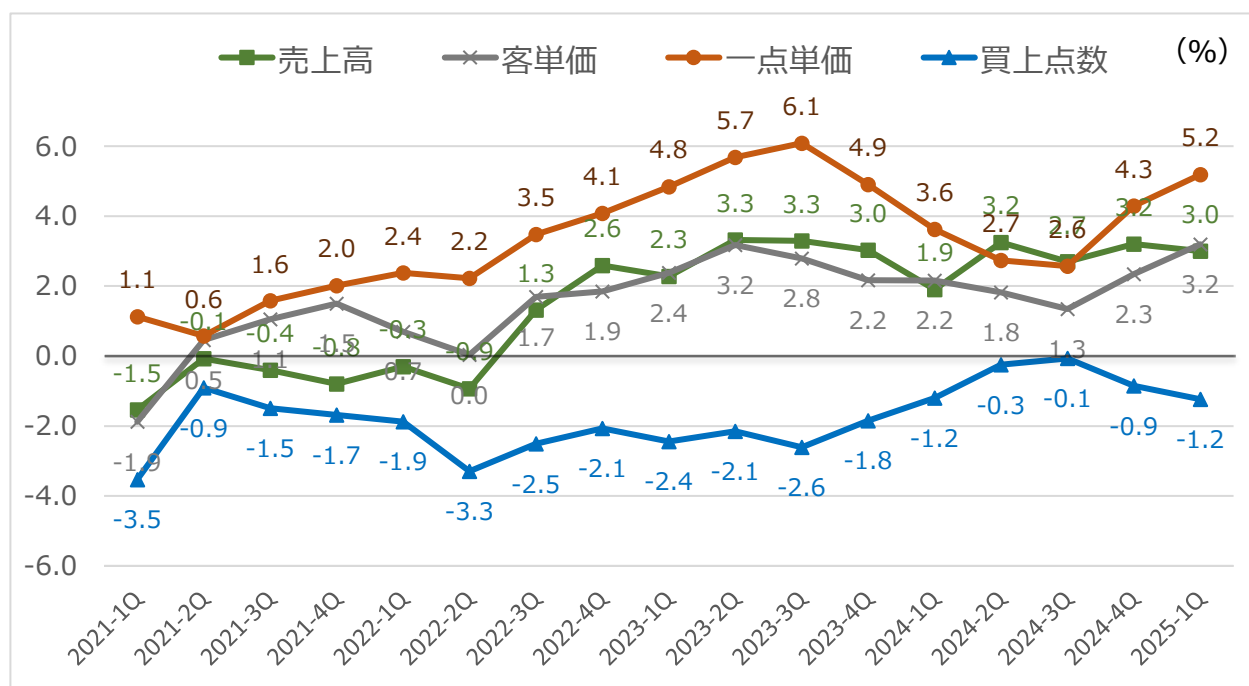
2. 食品買い物行動全般について

(1) 貴社の食品直営売場の営業実績について伺います。

直近5年間の売上高、客単価、一点単価、客当たり買上点数の昨年対比率をお答えください。

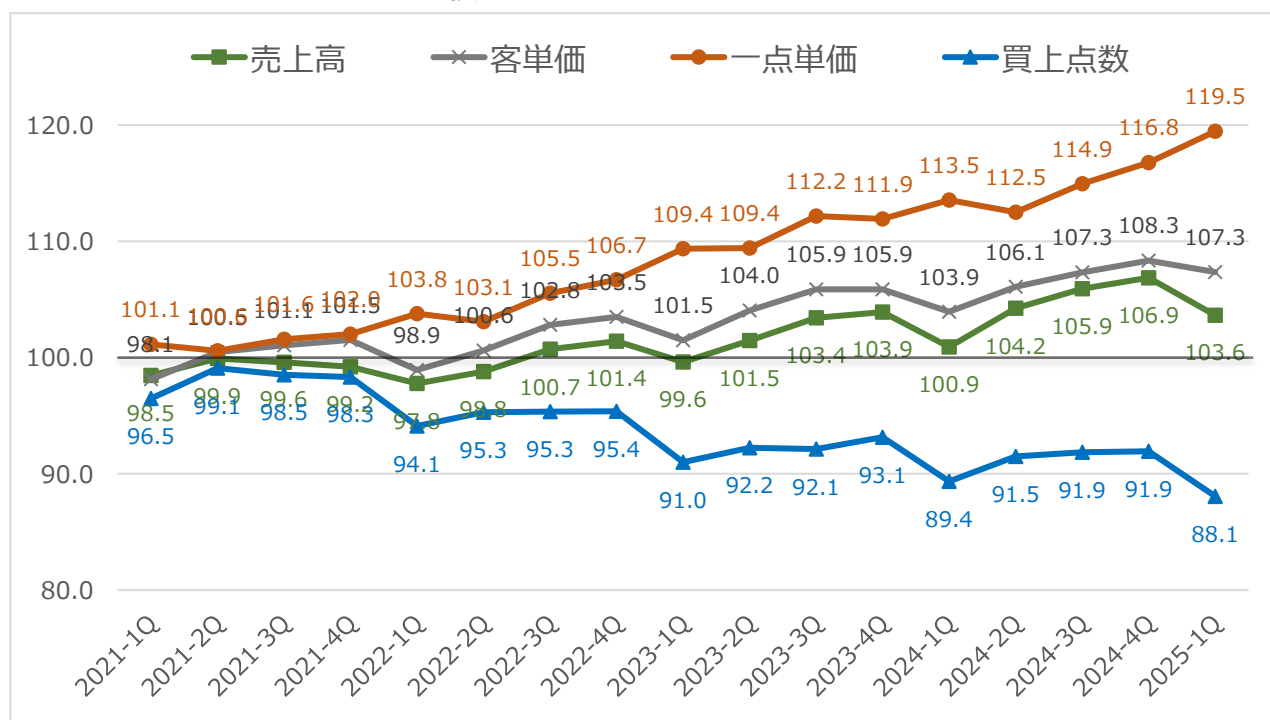
(同規模昨対、小数点第1位まで、各社事業年度に応じてご記入ください)

集計① 食品売場営業実績 対前年増減率(四半期ごと前年同期比、単純平均)



(n=20、企業により一部回答のない項目・時期がある)

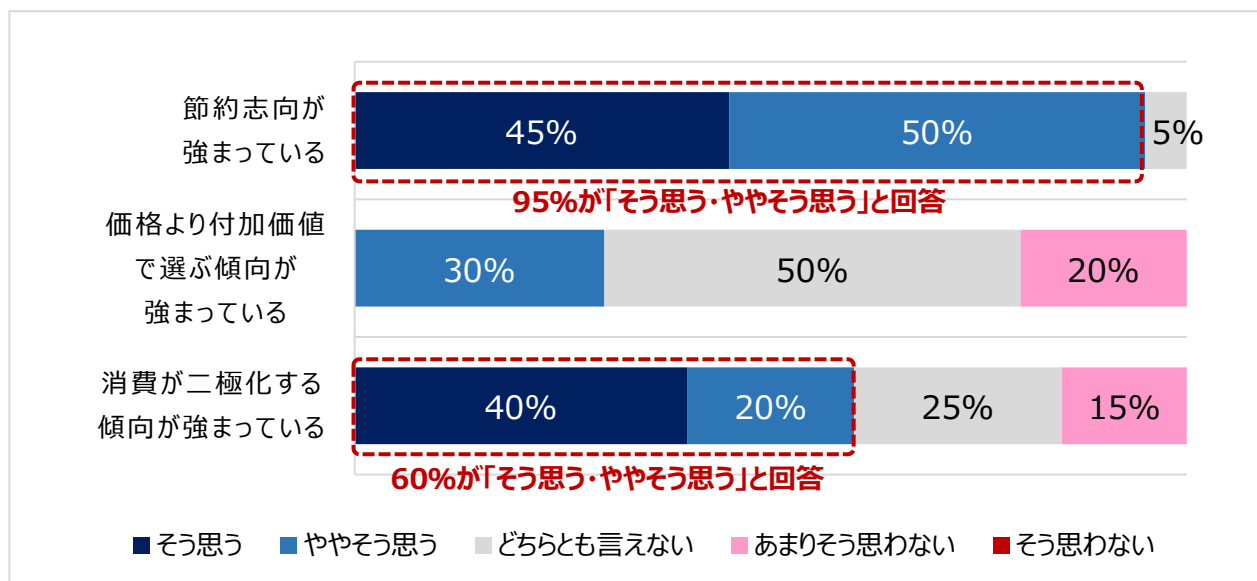
集計② 食品売場営業実績 2020年を100とした指数(四半期ごと、単純平均)



(n=20、企業により一部回答のない項目・時期がある)

(2)この1年間のお客様の食品買い物行動の変化や傾向について伺います。
 次の各設問について、それぞれもっとも当てはまると思うものを一つお選びください。

この1年間のお客様の食品買い物行動の変化や傾向



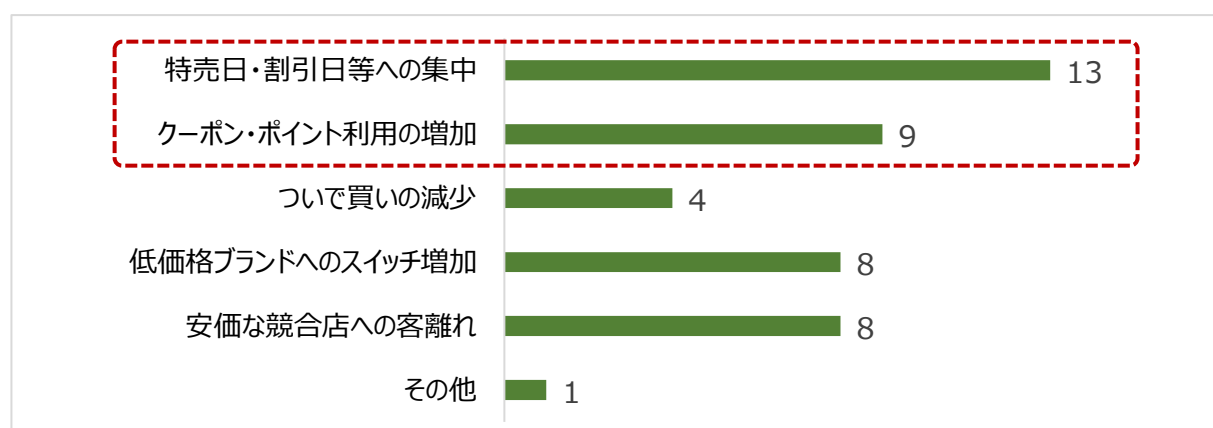
(n=20)

(3)(2)で回答いただいた内容に沿って伺います。

①「節約志向が強まっている」について、「そう思う」「ややそう思う」を選んだ方に伺います。

その回答を選んだ理由をお聞かせください。(複数回答あり)

「節約志向が強まっている」と思う理由(複数回答あり)



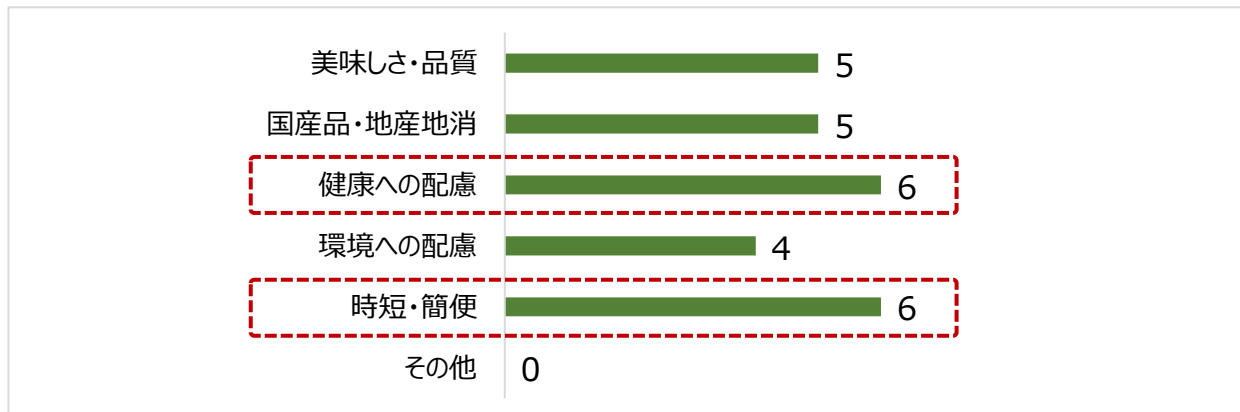
(n=19)

その他回答

- ・ 雑貨に比べ食品の売上前年対比での伸長が大きい。マーケットの食品が値上がりする中で弊社食品の利用が増加。

②「価格より付加価値で選ぶ傾向が強まっている」について、「そう思う」「ややそう思う」を選んだ方に伺います。お客様はどのような付加価値を重視して選んでいると感じますか。(複数回答あり)

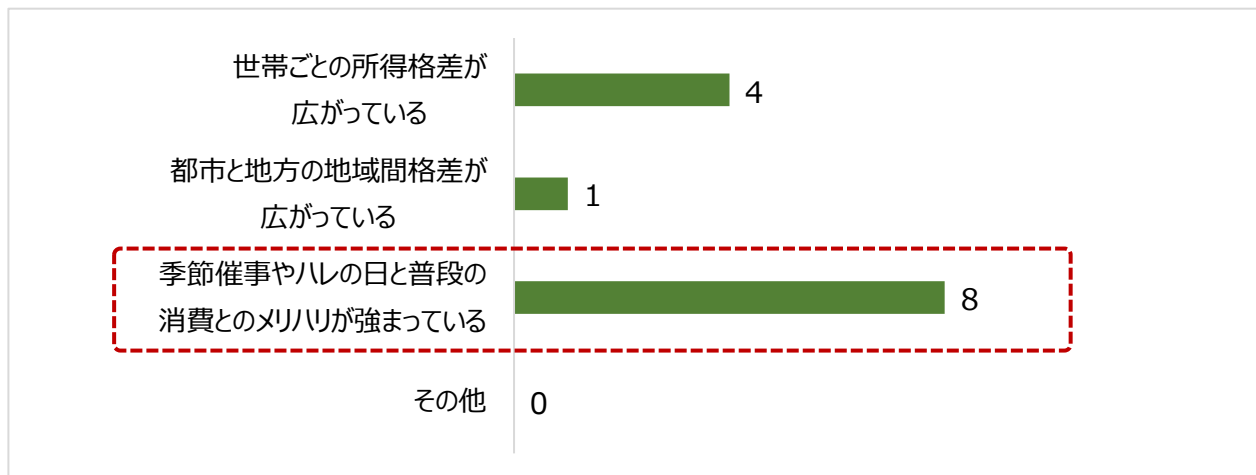
「価格より付加価値で選ぶ傾向が強まっている」と思う理由(複数回答あり)



(n=11、「そう思う」「ややそう思う」を選ばなかった者からの回答が一部含まれる)

③「消費が二極化する傾向が強まっている」について、「そう思う」「ややそう思う」を選んだ方に伺います。その回答を選んだ理由をお聞かせください。(複数回答あり)

「消費が二極化する傾向が強まっている」と思う理由(複数回答あり)



(n=11)

アンケートではこの他に、米・野菜の値上がり後の買い物行動の変化や食品の買い物に関するお客様からの声、生産者等との連携・協業、食品流通の合理化への取組について調査を実施しました。後日、詳細版を取りまとめる予定です。

以 上