



EVERY FRECIIOUS USER SURVEY 2026

エブリィフレッシュ 利用者60人 満足度調査レポート

満足度・良い点・不満点・解約理由の実態（現役30人／解約30人）

★3.6

総合満足度

61.7%

満足以上（★4+）

90.0%

現利用者の満足率

80.0%

「怪しい」経験なし

調査主体

スミカノモリ編集部

調査方法

インターネットアンケート調査／クラウドソーシング

調査期間

2026年6月15日

調査対象

エブリィフレッシュの利用経験者

有効回答数

60人（現在利用中30人／解約済み30人）

回答者属性

30代27人・40代19人・20代10人・50代4人／子育て世帯30人

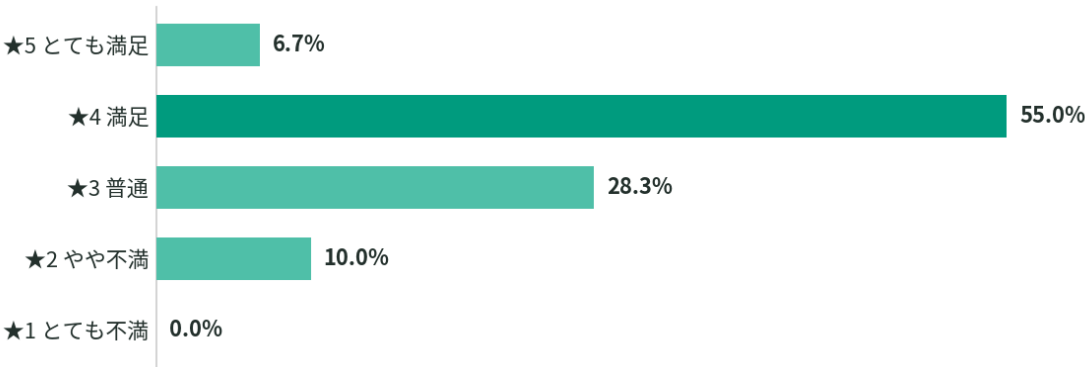
調査サマリー

SUMMARY

エブリィフレッシュの利用経験者60人（現在利用中30人・解約済み30人）に独自アンケートを実施した。総合満足度は平均★3.6で、★4以上の「満足」回答が61.7%。現在利用中の人に限ると90.0%が満足と回答した。良かった点の最多は「定額で使い放題」（55.0%）、次いで「水の味・品質」（53.3%）、「ボトル不要・省スペース」（50.0%）。一方、最大の不満は「水道水を注ぐ手間」（41.7%）に集中し、解約者30人の解約理由も「引っ越し・生活変化」「使用量とのミスマッチ」が中心で、製品の品質を理由とする解約は少数だった。「騙された・怪しいと感じた経験」は80.0%が『特にない』と回答している。

1. 総合満足度

SATISFACTION



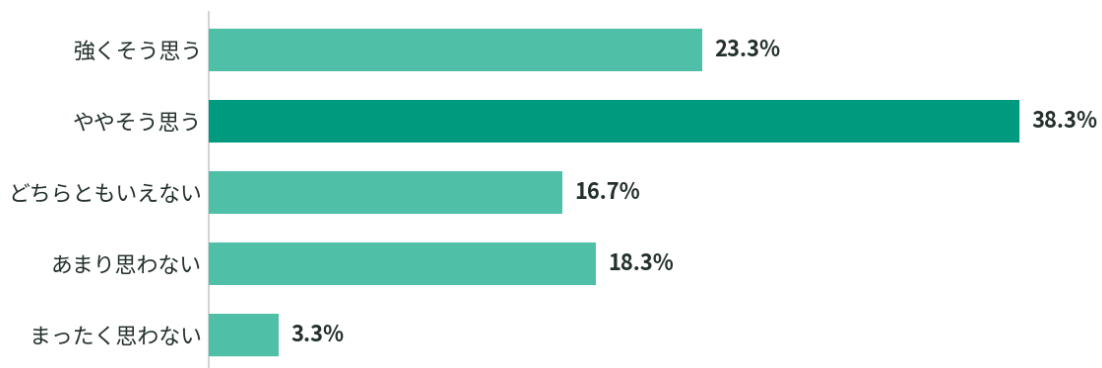
満足度（全体60人）	人数	割合
★5 とても満足	4	6.7%
★4 満足	33	55.0%
★3 普通	17	28.3%
★2 やや不満	6	10.0%
★1 とても不満	0	0.0%

満足度（現在利用中30人）	人数	割合
★5 とても満足	4	13.3%
★4 満足	23	76.7%
★3 普通	1	3.3%
★2 やや不満	2	6.7%
★1 とても不満	0	0.0%

所見：平均は★3.6。★1「とても不満」は0人で、明確な不満層は少ない。現在利用中の30人では90.0%が満足と回答しており、給水の手間に慣れ、定額使い放題・ボトル不要の便利さを実感している人ほど満足度が高い傾向がうかがえる。

2. また利用したいか（継続意向）

INTENT TO CONTINUE

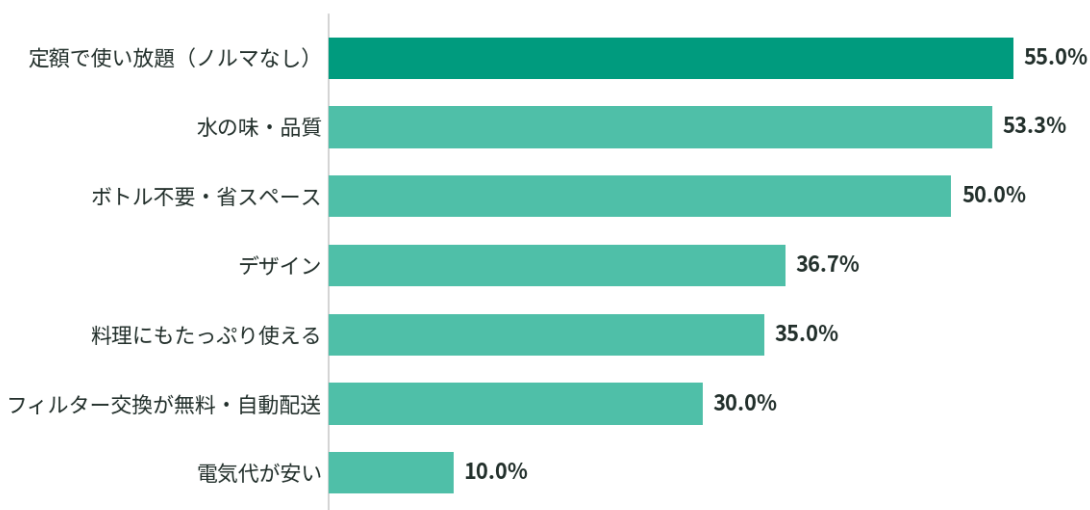


また利用したいか	人数	割合
強くそう思う	14	23.3%
ややそう思う	23	38.3%
どちらともいえない	10	16.7%
あまり思わない	11	18.3%
まったく思わない	2	3.3%

所見：「強くそう思う」「ややそう思う」を合わせた継続意向は61.7%。満足度（★4以上61.7%）とほぼ一致しており、満足層がそのまま継続意向につながっている。

3. 利用して良かった点

GOOD POINTS

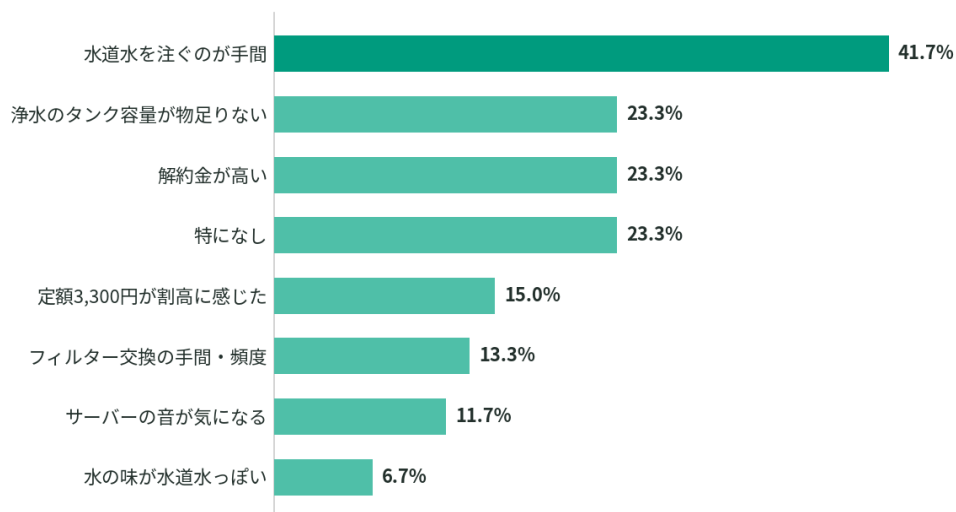


良かった点（複数回答）	人数	割合
定額で使い放題（ノルマなし）	33	55.0%
水の味・品質	32	53.3%
ボトル不要・省スペース	30	50.0%
デザイン	22	36.7%
料理にもたっぷり使える	21	35.0%
フィルター交換が無料・自動配送	18	30.0%
電気代が安い	6	10.0%

所見：満足の核は「定額で使い放題」「水の味」「ボトル不要・省スペース」の3点で、いずれも半数以上が選択。水をよく使う家庭ほど定額の恩恵を感じやすく、満足度の高さに直結している。

4. 不満だった点・想定外だった点

DISSATISFACTION

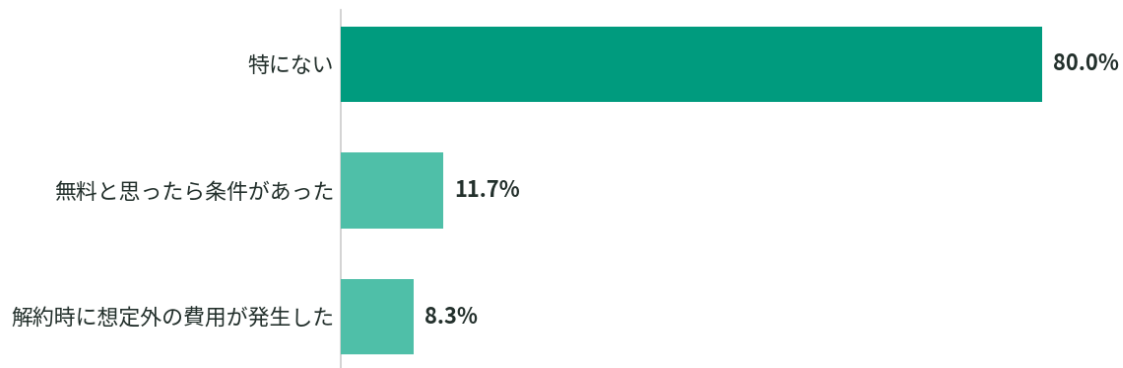


不満だった点（複数回答）	人数	割合
水道水を注ぐのが手間	25	41.7%
浄水のタンク容量が物足りない	14	23.3%
解約金が高い	14	23.3%
特になし	14	23.3%
定額3,300円が割高に感じた	9	15.0%
フィルター交換の手間・頻度	8	13.3%
サーバーの音が気になる	7	11.7%
水の味が水道水っぽい	4	6.7%

所見：不満は「水道水を注ぐ手間」（41.7%）に突出。次いでタンク容量・解約金が並ぶ。水の味やデザインへの不満は少なく、給水の手間と契約条件・コストに不満が集中している。「特になし」も23.3%おり、不満の有無は使用スタイルで二極化する。

5. 「騙された・怪しい」と感じた経験

TRUST

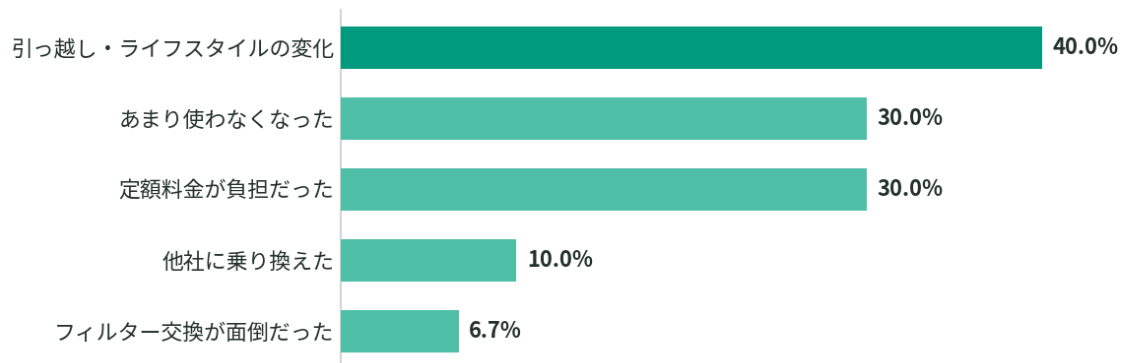


騙された・怪しいと感じた経験	人数	割合
特にない	48	80.0%
無料と思ったら条件があった	7	11.7%
解約時に想定外の費用が発生した	5	8.3%

所見：80.0%が「特にない」と回答。残りもサービスが怪しいというより、解約金やキャンペーン条件の見落としに起因する『想定外』型であり、契約前の条件確認で回避できる範囲といえる。

6. 解約した理由（解約者30人）

REASONS FOR CANCELLATION

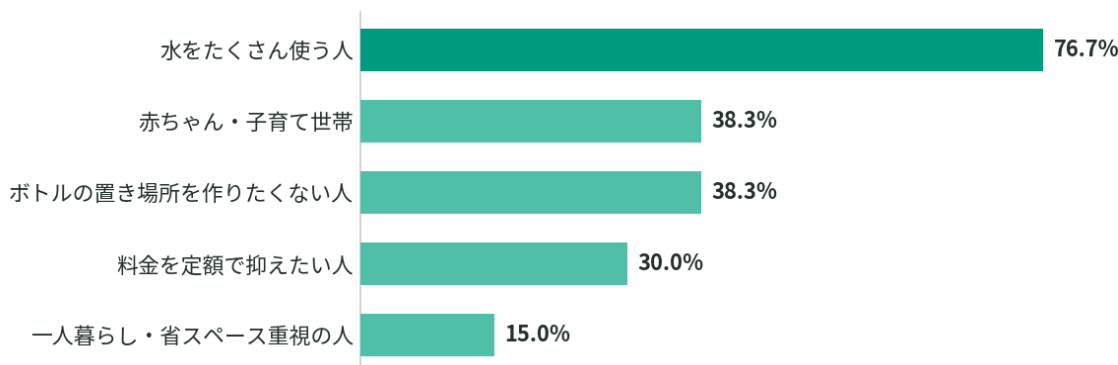


解約理由（解約者30人・複数回答）	人数	割合
引っ越し・ライフスタイルの変化	12	40.0%
あまり使わなくなった	9	30.0%
定額料金が負担だった	9	30.0%
他社に乗り換えた	3	10.0%
フィルター交換が面倒だった	2	6.7%

所見：解約理由の上位は「引っ越し・生活変化」と「使用量の減少／定額負担」。製品の味や故障を理由とする解約は少数で、サービス品質よりも生活スタイルとの相性で解約が起きていることがわかる。

7. どんな人に向いているか

WHO IT SUITS



向いていると思う人（複数回答）	人数	割合
水をたくさん使う人	46	76.7%
赤ちゃん・子育て世帯	23	38.3%
ボトルの置き場所を作りたくない人	23	38.3%
料金を定額で抑えたい人	18	30.0%
一人暮らし・省スペース重視の人	9	15.0%

所見：「水をたくさん使う人」が76.7%と突出。定額使い放題の特性上、料理・お茶などで水を多用する家庭ほど価値を感じやすい。子育て世帯・省スペース志向にも支持されている。

8. 料金・コスパの実態（補足集計）

PRICE & COST PERFORMANCE

定額料金の感じ方	人数	割合	定額制のコスパ満足度	人数	割合
かなり安いと感じる	4	6.7%	満足している	13	21.7%
やや安いと感じる	14	23.3%	やや満足	29	48.3%
ちょうど良い	29	48.3%	どちらともいえない	11	18.3%
やや高いと感じる	12	20.0%	やや不満	7	11.7%
高いと感じる	1	1.7%	不満	0	0.0%

所見：月額3,300円（liteは2,750円）について「ちょうど良い～安い」が計78.3%。コスパ満足（満足＋やや満足）は70.0%。評価は使用量に強く左右され、水をあまり使わない層ほど割高感が出やすい。



調査概要・ご利用について

ABOUT THIS SURVEY

調査名

エブリイフレッシュ ユーザー 満足度調査

調査主体

スミカノモリ編集部（株式会社オールコネクト）

調査方法

インターネットアンケート調査／クラウドソーシング

調査期間

2026年6月15日

有効回答数

60人（現在利用中30人／解約済み30人）

用語の定義

「満足」＝5段階評価で★4以上を選択した回答。複数回答設問は合計が100%を超える場合がある。

引用・転載について

出典として「スミカノモリ編集部調べ」を明記いただければ引用・転載が可能です。図表の改変はご遠慮ください。