

<プレスリリース>

au コマース & ライフ株式会社

## au PAY マーケット、2025 年度の子育て世帯買い物意向調査を実施

### 買い物で意識したいことは「ポイ活」！

### 一方で、正解が分からない「ポイ活迷子」も増加中!?

-2025 年の消費額はどうする？子どもにぐずられた時の切り札は？-

総合ショッピングサイト「au PAY マーケット」を運営する、au コマース&ライフ株式会社は、10歳以下のお子さまを持つ30代~50代の男女600名を対象に、「2025年度の消費意向」と「子育て世帯の買い物意識」に関する調査を実施いたしました。

## 2025年度の子育て世帯 買い物意向調査

2025年度に  
支出を増やしたいカテゴリ  
(30代~50代男女600名複数回答)

☆旅行 ☆投資  
飲食



一方で減らしたいカテゴリTOP3は  
「飲食」「ファッション」「趣味」

子ども関連の商品を  
通販で購入する人は…  
(30代~50代男女600名単一回答)



通販を利用する理由として、  
「ポイント」「実店舗よりも安価」  
「時短での買い物」が上位

ポイ活関連情報が多く、  
効果的なため方や正解が  
分からない…

ポイ活迷子が  
増加中!?



ポイ活に関しての悩み  
「アプリやサイトが多くて管理が大変」  
「ポイ活の正解が分からない」など  
(30代~50代男女391名複数回答)

### 【サマリー】

#### ■2025年度の消費意向

- 2024年の通販での買い物額の平均総額は116,101円！  
2025年度は昨年と比べて消費額を減らしたいと回答する人は増やしたいと回答している人の約2倍
- 2025年度に支出を増やしたいカテゴリ TOP3は「旅行」「投資」「飲食」  
一方で減らしたいカテゴリ TOP3は「飲食」「ファッション」「趣味」

3. 2025 年度に買い物をする際に意識したいことは「ポイ活！」  
ポイ活関連情報が多く、効果的なため方や正解が分からない「ポイ活迷子」が増加中!?
4. 2025 年度に特に活用したい・注目しているセールやキャンペーン  
1 位「ブラックフライデー」2 位「EC モール各社の独自セール」3 位「決算セール」

## ■子育て世帯の買い物意識

1. 子育てをする上で大変なこと 2 位に「出費がかさむ」4 位に「日々の買い物」約 3 割の方が子どもが生まれてから買い物の時間が増えたと回答。年間で平均 81.6 時間も増加
2. 子ども関連の商品を通販で購入する人は 8 割以上！  
通販を利用する理由として、「ポイント」「実店舗よりも安価」「時短での買い物」が上位
3. 子どもを連れての買い物で困ること TOP3 は「余計な出費が増える」「買い物に集中できない」「おもちゃやお菓子をねだる」よくねだられるものは「お菓子」、ぐずられた時の切り札は「とにかく耐える」次いで「会話」と「お菓子」
4. 育児関連商品の情報収集元 TOP3 は「通販サイト内での情報」  
「口コミやレビュー」「WEB メディア」購入ページに近い情報源が選ばれる傾向に！
5. 子どもに“初めてのおつかい”を依頼した/したい年齢の平均は 7 歳！  
小学生に入ってからが平均回答となった。

## 【調査背景】

au PAY マーケットは「暮らしが満たされるお買い物体験」をブランドアイデンティティとして、ひとりひとりの生活に寄り添ったサービスを提供しています。「暮らしが満たされるお買い物体験」の提供のため、子育て世帯のお買い物に関する意識や悩みに焦点をあてた調査を実施しました。

厚生労働省の調査（※1）によると、子育て世帯数は 1980 年から 2022 年の約 40 年間で、共働き世帯が倍増していることが分かっています。

共働き世帯では、仕事と育児の両立により、限られた時間の中で効率的に買い物をするのが求められます。

しかし、日々の忙しさの中で「買い物の時間を確保しづらい」「必要なものをすぐに手に入れたい」「家計管理をしながら無駄なく購入したい」などの課題があると考えています。  
本調査を通じて、こうした子育て世帯のリアルな声を明らかにし、より便利で快適なお買い物体験の提供につなげていきます。

au PAY マーケットは、今後もひとりひとりのライフスタイルに寄り添い、すべての方が豊かに暮らせる社会の実現を目指してまいります。

※1：共働き等世帯数の年次推移（厚生労働省）

<https://www.mhlw.go.jp/stf/wp/hakusyo/kousei/22/backdata/02-01-01-03.html>

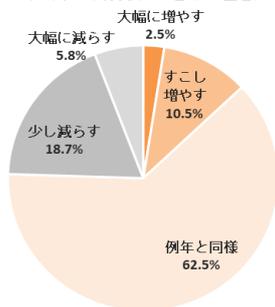
### 【2025 年度買い物動向の詳細】

**2024 年の通販での買い物額の平均総額は 116,101 円！**

**2025 年度は昨年と比べて消費額を減らしたいと回答する人は増やしたいと回答している人の約 2 倍**

- ・物価高などの影響からか、消費全体で見ると、2025 年度は昨年と比べて消費額を「減らしたい」と回答する人は「増やしたい」と回答している人の約 2 倍となるなど、消費の消極化がうかがえる。
- ・2024 年 1 月～12 月までの間に通販で買い物をした額の回答者全体の平均は 116,101 円、女性の平均は 96,083 円、男性の平均は 136,119 円という結果となった。

2025年度は昨年度と比べて消費額をどのようにしようと考えていますか。  
(30代~50代男女600名単一回答)



2024年の買い物において通販で利用した平均金額		
全体平均	女性平均	男性平均
<b>116,101円</b>	<b>96,083円</b>	<b>136,119円</b>

**2025 年度に支出を増やしたいカテゴリ TOP3 は「旅行」「投資」「飲食」**

**一方で減らしたいカテゴリ TOP3 は「飲食」「ファッション」「趣味」**

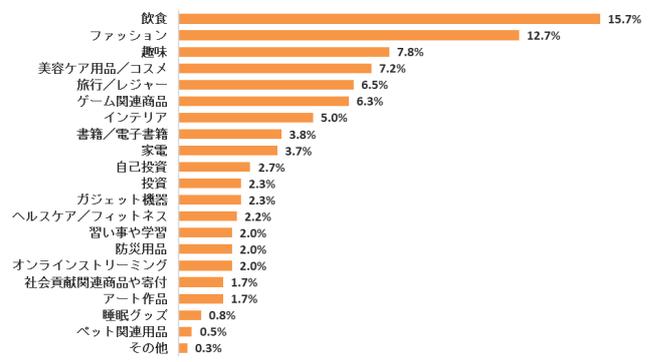
- ・2025 年度に支出を増やしたいカテゴリの TOP3 のうち、1 位「旅行/レジャー」2 位「飲食」と「投資」（同率）になるなど、モノだけではなく「コト消費」がさらなる拡大を見せることが推察される。

- ・2025年度に支出を減らしたい項目では、増やしたい支出としてもランクインした「飲食」が1位となった。エンゲル係数が43年ぶりの水準まで高まる（※2）など、食品価格の上昇が家計に影響を及ぼしている背景がこの結果につながったと考えられる。
- ・また、2位「ファッション」、3位「趣味」などのカテゴリが支出を減らしたい項目として挙げられたことから、生活必需品以外の支出に対して慎重になる傾向があることが分かった。趣味の分野では、無料または低コストで楽しめるコンテンツが充実してきたことや、デジタルサービスの活用が進んだことが、支出を抑える要因となっていると考えられる。

2025年度に支出を増やしたいと考えていることを教えてください  
(30代~50代男女600名 複数回答)



2025年度に支出を減らしたいと考えていることを教えてください  
(30代~50代男女600名 複数回答)



※2：家計調査（総務省）

<https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/index.html#nen>

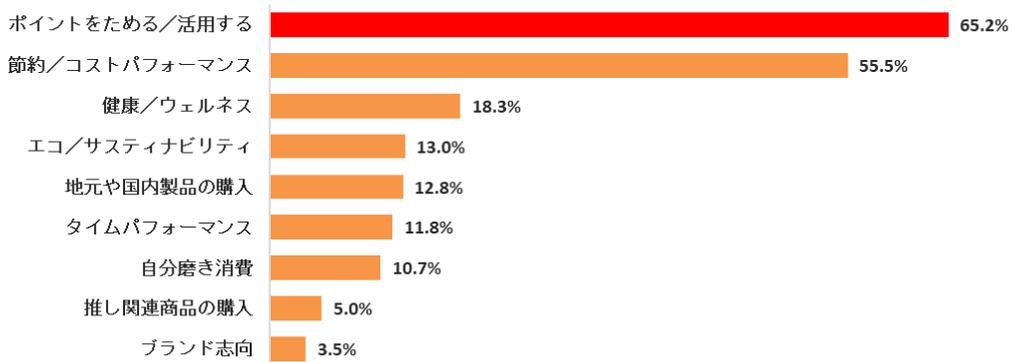
## 2025年度に買い物をする際に意識したいことは「ポイ活！」

### ポイ活関連情報が多く、効果的なため方や正解が分からない「ポイ活迷子」が増加中!?

- ・2025年度に買い物をする際に意識したいこととして、「ポイントをとめる/活用する（ポイ活）」が1位、2位が「節約/コストパフォーマンス」という結果となり回答率としても3位以下を大きく引き離れた。このことから、消費者の間でお得に買い物をする意識が一層高まっていることがうかがえる。
- ・一方で、ポイ活に関する悩みとして「アプリやサイトが多すぎて管理が大変」「ポイ活関連の情報が多く、正解が分からない」といった声が多く寄せられた。
- ・つまり、“ポイ活迷子”が増加しており、どのポイントを優先的に使うべきか、還元率の高いキャンペーンをどう活用するかなどに悩む消費者が多いことが分かる。

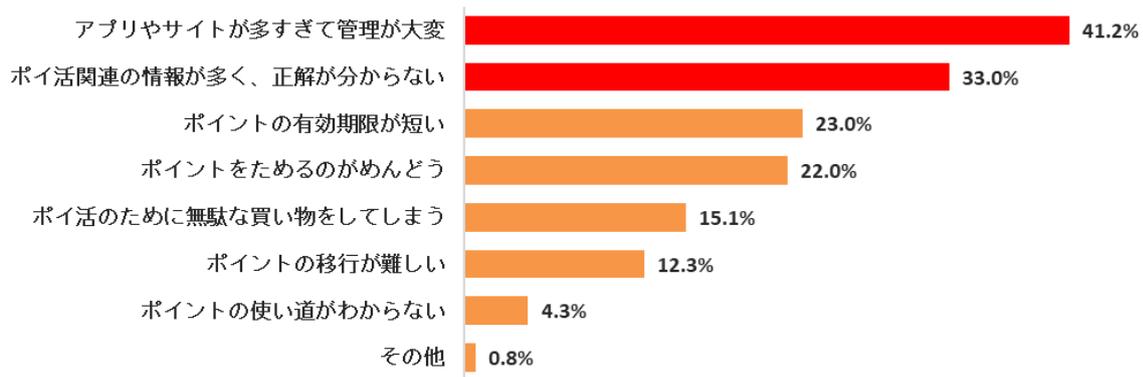
### 2025年度に買い物をする際に意識したいことを教えてください

(30代~50代男女600名 複数回答)



### ポイ活に関する悩みを教えてください

(30代~50代男女391名 複数回答)

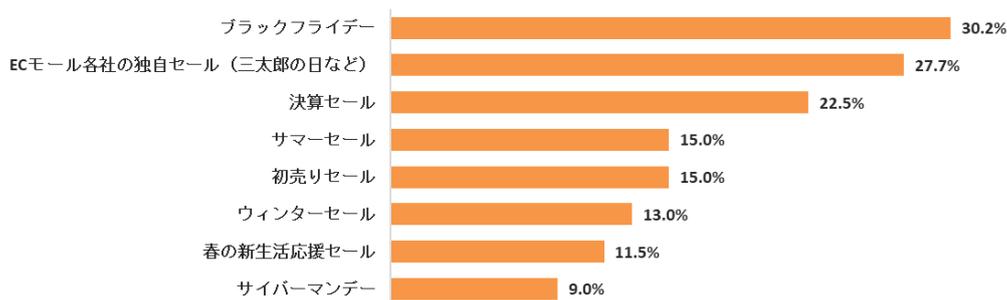


### 2025年度に特に活用したい・注目しているセールやキャンペーン

**1位「ブラックフライデー」2位「ECモール各社の独自セール」3位「決算セール」**

- ・活用/注目したいセールやキャンペーンとして、最も回答が多かったのが「ブラックフライデー」次いで、au PAY マーケットの三太郎の日をはじめとした「ECモール各社の独自セール」という結果になった。
- ・先述の通り買い物をする上で、「ポイ活」や「節約/コスパ」への重要度が高まっていることからECモールへ期待が寄せられていることが分かる。

2025年度に特に活用したい、セールやキャンペーンを教えてください  
(30代~50代男女600名 複数回答)



【子育て世帯の買い物意識】

子育てをする上で大変なこと 2位に「出費がかさむ」4位に「日々の買い物」

約3割の方が子どもが生まれてから買い物の時間が増えたと回答。年間で平均81.6時間も増加

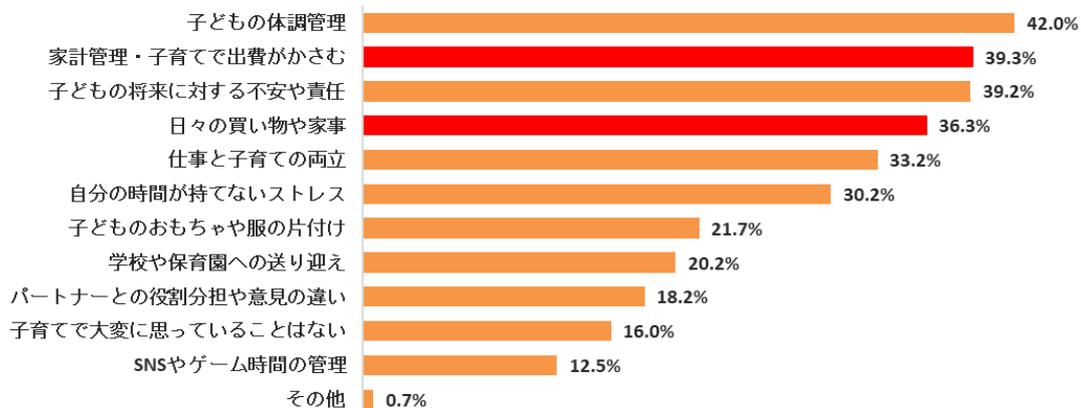
・子育てをする上で大変なこととして最も回答が多かったのは「子どもの体調管理」という結果となった。買い物に紐づく回答としては、「家計管理・子育てでの出費」や「日々の買い物や家事」などの回答が上位となった。

・実際に、3割以上の方が「子どもが生まれた後で買い物に費やす時間が増えた」と回答。

増加時間の平均は年間81.6時間、最大で360時間という回答もあった。このことから、子育てにおける買い物の負担が大きいことがわかる。

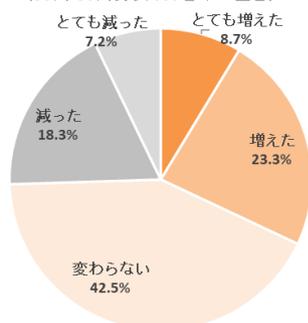
子育てをする上で大変なことを教えてください

(30代~50代男女600名 複数回答)



### 子どもが生まれる前と後で、買い物に費やす時間に変化はありましたか

(30代~50代男女 600名 単一回答)



子どもが生まれてからどの程度買い物の  
時間が増えましたか。  
(30代~50代男女 192名)

**81.6時間/年間平均**

**360時間/年間最大**

### 子ども関連の商品を通販で購入する人は8割以上！

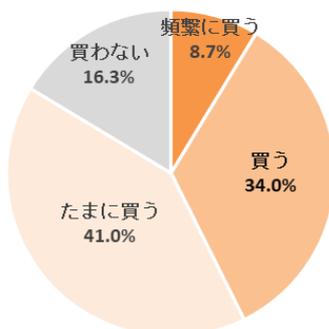
通販を利用する理由として、「ポイント」「実店舗よりも安価」

「時短での買い物」が上位

- ・調査から、8割以上が子ども関連の商品を通販で購入していることが分かった。
- ・通販を利用している理由として、「ポイントをためたり活用できるから」「実店舗よりも価格が安価だから」「時短で買い物ができるから」が上位に挙げられた。コストパフォーマンスやタイムパフォーマンスを重視する意識の高まりにより、通販での購買行動がさらに定着していることがうかがえる。
- ・特に、育児中の保護者にとって、効率的に買い物ができることは大きなメリットとなっており、今後も利便性の高いオンラインショッピングの需要は拡大していくと考えられる。

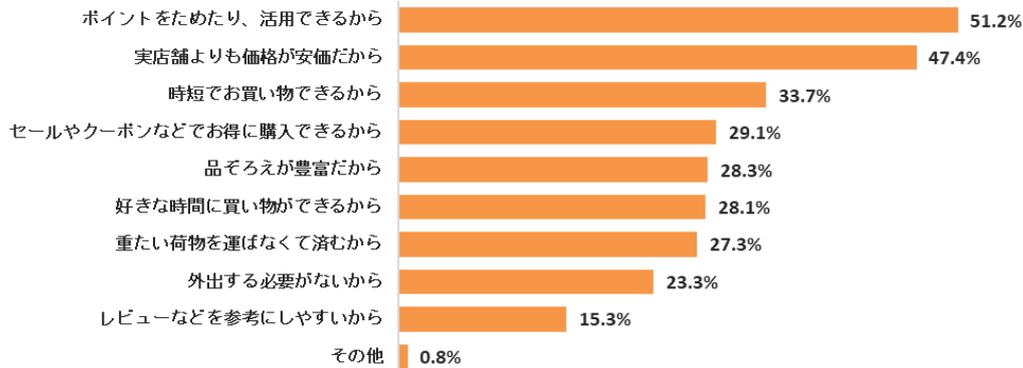
### 子ども関連の商品を通販で購入することはありますか

(30代~50代の男女 600名 単一回答)



## 通販を使って買い物をしている理由を教えてください

(30代~50代男女502名 複数回答)



## 子どもを連れての買い物で困ること TOP3 は「余計な出費が増える」

### 「買い物に集中できない」「おもちゃやお菓子をねだる」

よくねだられるものは「お菓子」、ぐずられた時の切り札は「とにかく耐える」次いで「会話」と「お菓子」

- ・子どもを連れての買い物で困ることとして、「余計な出費が増える」という回答が最も多かった。次いで、「買い物に集中できない」「子どもがぐずってしまう」といった悩みが多い結果となった。
- ・特に、子どもが商品をねだることで予定外の出費が発生しやすい点や、買い物中に注意を向けるべきことが多く、スムーズに進まないことが課題だと考えられる。
- ・また、子どもがぐずったときの「切り札」として、最も多かったのは「耐える」という回答だった。次いで、「時間の見通しを伝える」「お菓子で気をそらす」が上位となり、試行錯誤しながら対応している様子が見える。
- ・このような背景から、買い物ストレスを軽減するために、事前にオンラインで購入する、短時間で買物を済ませるといった工夫が必要だろう。

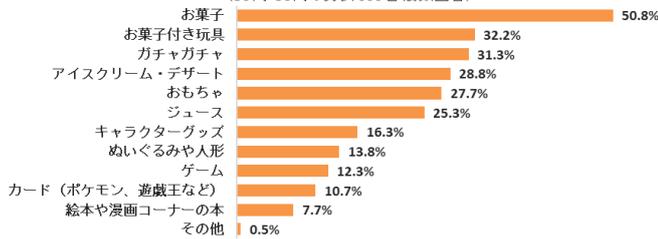
## 子どもを連れての買い物で困ったことを教えてください

(30代~50代の男女600名 複数回答)



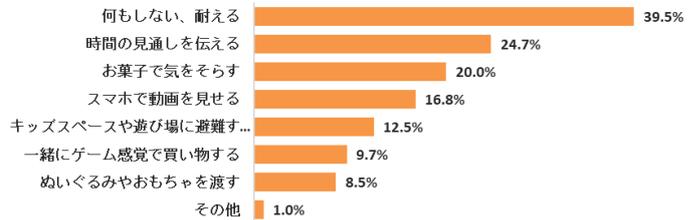
買い物中、子どもにねだられることが多いものを教えてください

(30代~50代の男女600名 複数回答)



買い物で子どもがぐずったときの“切り札”はありますか

(30代~50代の男女600名 複数回答)

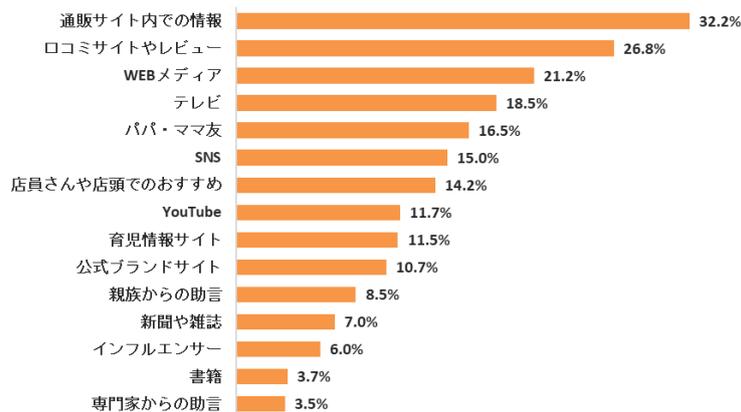


・育児関連商品の情報収集元として最も多かったのは「通販サイト内での情報」、次いで「口コミやレビュー」だった。これにより、購入ページに近く、短時間で効率よく得られる情報が重要視されていることが分かる。

・そのため、企業側も商品ページの情報を充実させるとともに、実際の利用者によるレビューを積極的に取り入れることで、購買促進につなげることが求められるだろう。

育児用品を購入する際、どこで情報収集しますか

(30代~50代 男女 600名 複数回答)



子どもに“初めておつかい”を依頼した/したい年齢の平均は7.78歳！

小学生に入ってからが平均回答となった

初めてお子様におつかいを依頼した/したい年齢を教えてください

(30代~50代 男女 600名)

平均**7.78**歳

## (参考)

### ■「au PAY マーケット」とは

「au PAY マーケット」は、au をご利用のお客さまに限らず、すべてのお客さまにご利用いただける総合ショッピングサイトです。Ponta ポイントを「au PAY マーケット」のお買い物限定ポイントに最大 1.5 倍増量できる「お得なポイント交換所」、生放送の商品紹介で視聴者と出演者が双方向にコミュニケーションできる「ライブ TV」などでお買い物をおトクにお楽しみいただけます。

### ■ポイントを増量できる「お得なポイント交換所」とは

「お得なポイント交換所」は、誰でも簡単にお持ちの Ponta ポイントを au PAY マーケットでのお買い物時に利用可能な Ponta ポイント (au PAY マーケット限定) へ増量できるサービスです。

お持ちの Ponta ポイントを au PAY マーケット内の「お得なポイント交換所」にて、お買い物限定ポイントに交換するだけで最大 1.5 倍増量が可能になり、商品のご購入時におトクにお買い物いただけます。交換したポイントは、au PAY マーケット内での商品の購入だけではなく、au PAY ふるさと納税でもご利用いただけます。

※お得なポイント交換所：au/UQ mobile をご利用のお客さま、または Ponta パス会員なら最大 1.5 倍、そのほか 1.5 倍の対象ではないお客さまも、誰でもポイントを 1.1 倍に増量が可能です。詳しくはこちら ([https://wowma.jp/event/ptexchg\\_potat/index.html](https://wowma.jp/event/ptexchg_potat/index.html)) をスマートフォンよりご確認ください。



#### 【調査概要】

調査方法:WEB アンケート方式

調査対象:10 歳以下の子どもを持つ 30 代~50 代の男女

有効回答数:600 名

調査実施日:2025 年 2 月 10 日~2 月 14 日

※データを引用・使用の際は、出典元が au コマース&ライフ株式会社である旨を明記くださいますよう、お願い致します。

以 上