今月の調査：WEBアンケート

家庭内の購買における49品目中
約7割で妻の意見が購買判断に影響

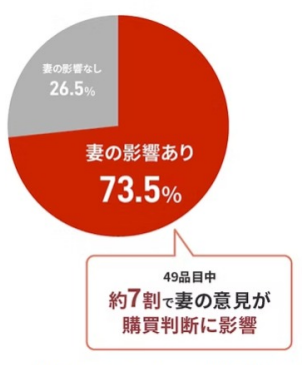
家庭で購入される49品目について、夫婦どちらの意見が購買判断に影響しているか※を全国の既婚女性を対象に調査した。
※本調査では、各品目について、購買決定において特定の立場の意見で決まる割合が30%以上の場合を、当該立場が購買に影響している（影響力がある）と定義している。

その結果、約7割の品目で妻の意見が購買判断に影響しており、家庭内の購買において妻の視点が広く参照されている実態が明らかになった。
本調査では、家庭内購買における意見の影響構造を、具体的な品目別に可視化する。

■調査概要
期間：2025年12月13日～2025年12月16日
対象： 15歳以上の女性440人「家族の買い物に関するアンケート」
方法： インターネット調査
株式会社ハー・ストーリィ https://herstory.co.jp

49品目中、約7割で妻の意見が購買判断に影響

Q1. 家庭で購入する49品目のうち妻の影響がある割合



※本調査では、各品目について、購買決定において特定の立場の意見で決まる割合が30%以上の場合を、当該立場が購買に影響している（影響力がある）と定義している。

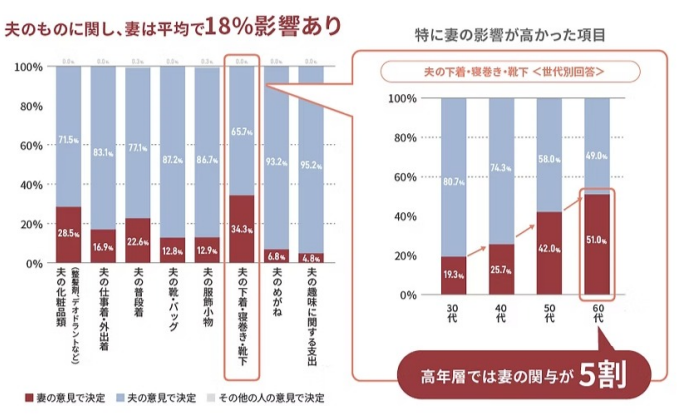
◆ 全体傾向
家庭内の購買では、49品目中およそ7割で妻の意見が購買判断に影響しており、妻の視点が多くの購買場面で参照されている。

カテゴリ別　購買決定割合
～「夫」の身の回りの製品～

「夫」の身の回りの購買における決定割合

夫のものに関し、妻は平均で18%影響あり

特に妻の影響が高かった項目



◆ 全体傾向
夫の身の回りの購買では、**若年層では夫の意見が主に反映される一方、年代が上がるにつれて妻の関与が高まる傾向**がみられる。
特に下着・寝巻き・靴下では、30代では夫主導が中心であるのに対し、60代では妻の意見が半数を超えている。

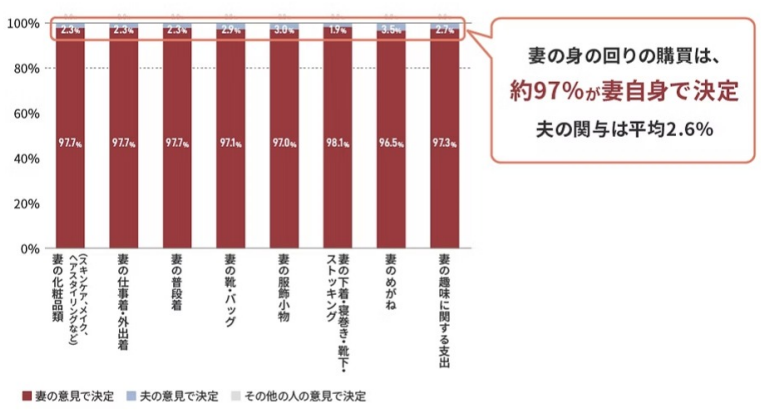
実際の声

30代後半
ヤング夫婦
主人がDIYで使う木材や工具は、一緒にホームセンターで見たりはしますが、基本的に本人が選んで買っています。
また、主人の趣味のフットサル用品は1人で選んでいますね。

50代後半
青年・成人期世帯
主人の着る服の趣味も大体わかっているので、下着とか服とかも勝手に買っています。
ズボンだけはウエストや丈が合わないことがあるので一緒に買いに行きます。

～「妻」の身の回りの製品～

「妻」の身の回りの購買における決定割合



◆ 全体傾向
妻の身の回りの購買では、妻の意見が判断の中心となっており、夫の意見が影響するケースは1割にも満たず、ごくわずか。

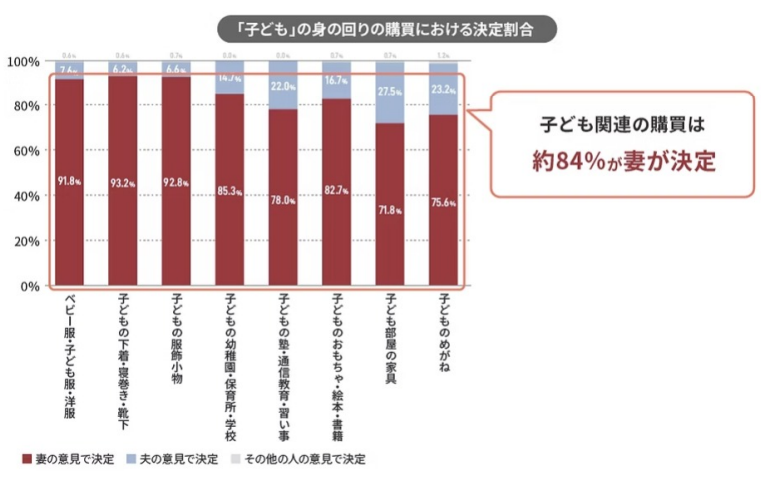
実際の声

40代前半
児童・思春期世帯
化粧品はネットやドラッグストアでも買いますが、シャネルなどは多幸感を味わいたいから百貨店で一人で買っています。接客してもらったりサンプルがもらえたり、ルンルンしますよね。

50代後半
青年・成人期世帯
自身の服、化粧品関係は、主人に言っても分からないし、私がどのメーカーを使っているのか知らないので相談もしません。

～「子ども」の身の回りの製品～

「子ども」の身の回りの購買における決定割合



◆ 全体傾向
子ども関連の購買では、多くの項目で妻の意見が判断の中心となっている。

実際の声

40代前半
児童・思春期世帯
子どもの学校指定の靴や連絡帳などは、品番を探してAmazonなどで安く買っています。
百貨店や学校の購買で買うよりずっとお得な場合があるので。
基本旦那には相談せずに、ママ友とよく情報交換しています。受験用品はメルカリで安く買って、使い終わったら売ったりもしています。

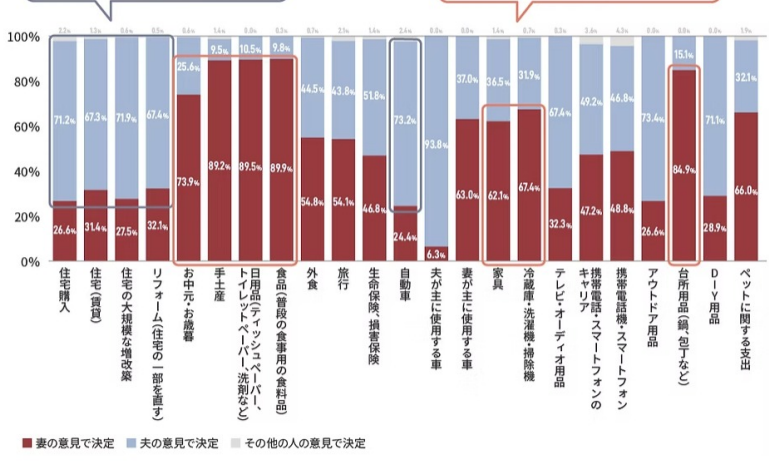
40代前半
児童・思春期世帯
子どもの習い事は、バレエをやることを娘と一緒に決めて、始める時に一応「習わせたい」と報告だけし、始めました。
夫は娘の習い事などはよくわかっていないです。
でも、送迎とか協力はしてくれています。

～家庭内の支出項目における決定割合～

家庭内の主な支出項目における決定割合

夫の意見が中心
住宅・リフォーム・テレビなど
高額な支出

妻の意見が中心
日用品・食品・家事関連用品など
日常的な支出



◆ 全体傾向
家庭内の購買は、金額や使用頻度によって夫婦の意見の重心が分かれている。

実際の声

40代前半
ミドル夫婦
夫の決定割合が多いもの：
保険は、主人がFPに相談してこれが良いと入った生命保険に私も一緒に入っています。

50代前半
青年・成人期世帯
夫の決定割合が多いもの：
パソコンや大きな家電など、高額なものは主人が決めます。
家電が好きなこともあって、娘のパソコンも主人が機能を見ながら選びました。
車の買い替えの際も、夫のアドバイスもありワンボックスカーを選びました。

30代後半
ヤング夫婦
妻の決定割合が多いもの：
食品とか消耗品、ドラッグストアで買う日用品とかは私がちゃっちゃと買うことが多いですね。
特に、食品は私が海外産か国内産かを気にするので、自分が良いと思っているものを買っています。

～親に関する決定割合～

「親」に関する決定割合

◆ 全体傾向
当事者側の意見が尊重される傾向がみられる一方で、関与の度合いには非対称性がある。
妻の親に関する支出では、夫の意見が関与する割合は約1割にとどまるのに対し、夫の親に関する支出では、妻の意見が関与する割合が約3割にのぼっている。

まとめ

家庭内の購買では、**49品目中およそ7割で妻の意見が購買判断に影響している。**
そのうえで、日常的・管理色の強い領域では妻の意見が、高額・個人使用性の高い領域では夫の意見が参照されやすく、 **購買対象に応じて夫婦の意見の重心が分かれる構造**がみられる。

【今月の調査】オンラインインタビュー
家電や高額なものは夫、日常の買い物は妻。
夫婦の購買決定権

■本記事は「HERSTORY REVIEW／2026年2月号」掲載です

INDEX
■TOPページ
・今月の見どころ

■今月の調査
・WEBアンケート
＞家庭内の購買における49品目中
約7割で妻の意見が購買判断に影響

・オンラインインタビュー
＞家電や高額なものは夫、日常の買い物は妻。
主婦の購買決定権

■特集
＞HERSTORY創業35周年記念
大感謝祭 潜入レポート

■今月のトレンド
＞【2026年2月号】女性10クラスターのトレンドワードHER TREND
（過去HERTRENDはこちらから）

女性インサイト総研
HERSTORY
個人情報保護方針

運営会社
会社名：株式会社ハー・ストーリィ　Herstory Co.,Ltd.
所在地：〒154-0024
東京都世田谷区三軒茶屋1-37-8 ワコーレ三軒茶屋64ビル 3F
電話番号：03-6805-3743