

2025年 家計消費状況調査 結果の概況

目 次

I ネットショッピングの状況

1 ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高.....	3
2 ネットショッピング支出金額は過去最多	4
3 「チケット」の支出金額は、近畿で増加.....	7
4 「食料」の支出金額は、全ての年齢階級で増加.....	9

II 電子マネーの保有・利用状況

1 電子マネー保有世帯の割合は過去最高	12
2 電子マネー利用世帯の割合は、世帯主が50歳代の世帯で最も高い	13
3 電子マネー利用金額は過去最多	14
4 電子マネー利用金額は、世帯主が50歳代の世帯で最も増加率が高い	15

<参考> 2025年の家計をめぐる主な動き

所得・消費関係

- ・ 「NISA（ニーサ）」（少額投資非課税制度）の累計買付額が56兆円を超え、2027年度までとしていた政府目標を達成（2月）
- ・ 政府による備蓄米の放出を開始（3月）
- ・ 高校生の授業料支援の対象を拡大。年収約910万円未満の世帯を対象とした「高等学校等就学支援金」に加え、年収約910万円以上の世帯にも2025年度限りの「高校生等臨時支援金」の支給を決定（3月）
- ・ 主要銀行が住宅ローンの変動金利を引き上げ、16年ぶりの水準に（4月）
- ・ 「出生後休業支援給付金」の創設。両親ともに育児休業を14日以上取得した場合、最大で28日間賃金の80%を給付（4月）
- ・ 「育児時短就業給付金」の創設。育児時短就業中の賃金の10%を給付（4月）
- ・ 高温や早期試運転推奨等でエアコン特需。日本電機工業会（JEMA）によると、国内出荷台数は統計開始以来、4月単月として過去最高の79.5万台となり、前年同月比15.2%の増加（4月）
- ・ 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）が開幕し、約2558万人が来場（4月～10月）
- ・ 経団連がまとめた、2025年春季労使交渉の大企業の賃上げ幅は1万9195円、賃上げ率5.39%となり、現行の集計方法となった1976年以降、前年に次ぐ過去2番目の上げ幅（8月）
- ・ 経団連がまとめた、大手企業が支給するボーナスの平均妥結額は、97万4000円（夏）、100万4841円（冬）で、共に、現行の集計方法となった1981年以降最高（8月及び12月）
- ・ 最低賃金が全国平均で66円引き上げられ1121円に。比較可能な2002年以降最大の上げ幅（10月）
- ・ 日経平均株価は、10月27日に終値が初めて5万円を突破する5万512円を記録。10月31日には5万2411円となり史上最高値を更新（10月）
- ・ ガソリン税の当分の間税率（いわゆる暫定税率）を廃止（12月）
- ・ 10月にWindows 10のサポート終了でパソコン特需。電子情報技術産業協会（JEITA）によると、2025年のノートパソコンの国内出荷台数は過去最高の964.1万台となり、前年比47.1%の増加

直接税・社会保険料関係

- ・ 介護保険第2号保険料率の引下げ（4月）
- ・ 国民年金保険料の引上げ（4月）
- ・ 雇用保険料率の引下げ（4月）
- ・ 所得税の年収の壁の見直しにより、課税最低限を103万円から引上げ

その他

- ・ アメリカ合衆国第47代大統領にドナルド・トランプ氏が就任（1月）
- ・ 1955年に開始された、NTT東日本・西日本が提供する天気予報サービス「177」が終了（3月）
- ・ 世界卓球選手権ドーハ大会の男子ダブルスで日本勢が64年ぶりに金メダルを獲得（5月）
- ・ Nintendo Switch 2が発売（6月）
- ・ 参議院議員選挙。投票率が58.51%となり前回参議院議員選挙の投票率を6.46ポイント上回る（7月）
- ・ 群馬県伊勢崎市で41.8度を観測。国内観測史上最高を更新（8月）
- ・ 車いすテニスの小田凱人選手が史上最年少で四大大会、パラリンピックを全制覇（9月）
- ・ 世界陸上が東京で開幕。東京での開催は1991年以来34年ぶり（9月）
- ・ 制御性T細胞の発見で、坂口志文教授がノーベル生理学・医学賞を、金属有機構造体の開発で、北川進教授がノーベル化学賞をそれぞれ受賞（10月）
- ・ 第104代内閣総理大臣として自民党高市早苗総裁が選出され、高市内閣が発足。史上初の女性総理大臣（10月）
- ・ 青森県東方沖を震源とする地震が発生。青森県で震度6強の揺れを観測。この地震を受け、気象庁は「北海道・三陸沖後発地震注意情報」を初めて発表（12月）
- ・ 2025年の訪日外国人数が4268万3600人（推計値）となり、過去最多を記録
- ・ 映画「鬼滅の刃」や「国宝」などヒット作が相次ぎ、興行収入が過去最高を記録

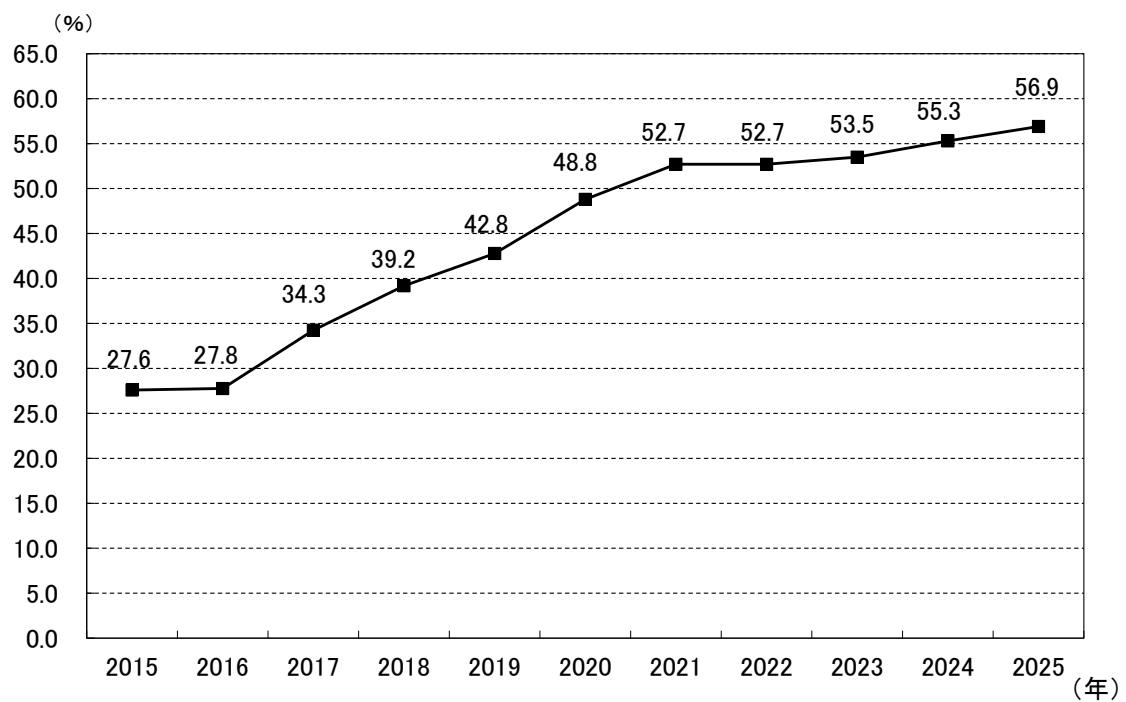
2025年 家計消費状況調査 結果の概況

I ネットショッピング※の状況

1 ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高

2025年の二人以上の世帯におけるネットショッピングを利用した世帯の割合（1か月当たり）は56.9%となり、2002年の調査開始以来、過去最高水準だった前年（55.3%）を上回った（図I-1）。

図I-1 ネットショッピング利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



※ ネットショッピングとは、世帯におけるインターネットを通じた財（商品）やサービスの購入をいう。

2 ネットショッピング支出金額は過去最多

2025年の二人以上の世帯におけるネットショッピングの支出金額は、1か月平均26,928円、利用世帯当たりの支出金額は47,300円と、いずれも2002年の調査開始以来、過去最多となった。

前年と比べると、ネットショッピングの支出金額は名目8.0%の増加となった。これは物価上昇分^{*}を上回る結果となっている。項目別にみると、「チケット」が16.5%の増加、「保険」が14.8%の増加などとなった（表I-2-1）。

また、項目別の支出割合をみると、「食料」の支出が21.6%と最も高く、次いで「旅行関係費」が20.9%、「衣類・履物」が9.8%、「家電・家具」が7.0%、「チケット以外の教養関係費」が5.1%などとなった（図I-2-1）。

月別の動きをみると、7月、8月、11月及び12月が他の月に比べ支出金額が多くなる傾向は、2025年も2023年、2024年と同様であった。前年と比べると、全ての月で増加となっており、11月が11.7%の増加と最も増加率が高かった。12月は0.1%の増加と他の月に比べ増加率が低かった（表I-2-2、図I-2-2）。

※「消費者物価指数（持家の帰属家賃を除く総合）」の2025年の前年比は+3.7%

表I-2-1 ネットショッピング支出金額
(二人以上の世帯)

年次	合計	チケット	保険	食料	注1 旅行関係費	家電・家具	衣類・履物	注2 チケット以外の 教養関係費	注3 保健・医療	贈答品	注4 その他	注5 (参考) 教養関係費	利用世帯 当たりの 支出金額
月平均額(円)													
2024年	24,928	1,080	1,099	5,225	5,195	1,752	2,536	1,337	1,076	910	4,719	2,417	45,047
2025年	26,928	1,258	1,262	5,823	5,636	1,894	2,649	1,378	1,090	918	5,021	2,636	47,300
対前年名目増減率(%)													
2025年	8.0	16.5	14.8	11.4	8.5	8.1	4.5	3.1	1.3	0.9	6.4	9.1	5.0
対前年名目増減率に対する寄与度(%)													
2025年	-	0.71	0.65	2.40	1.77	0.57	0.45	0.16	0.06	0.03	1.21	0.88	-

注1 旅行関係費：「宿泊料」、「運賃」及び「パック旅行費」の合計

注2 チケット以外の教養関係費：「書籍」、「音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト」及び「デジタルコンテンツ（「電子書籍」及び「ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど」を含む）」の合計

注3 保健・医療：「医薬品」及び「健康食品」の合計

注4 その他：「化粧品」、「自動車等関係用品」及び「上記に当てはまらない商品・サービス」の合計

注5 教養関係費：「チケット以外の教養関係費」及び「チケット」の合計

図 I-2-1 ネットショッピング支出割合
(二人以上の世帯) - 2025年

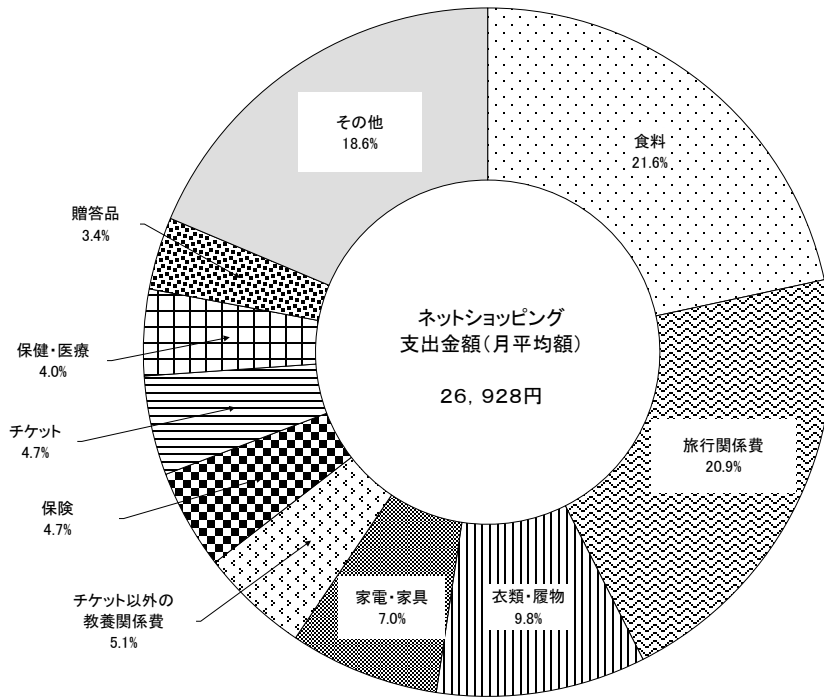
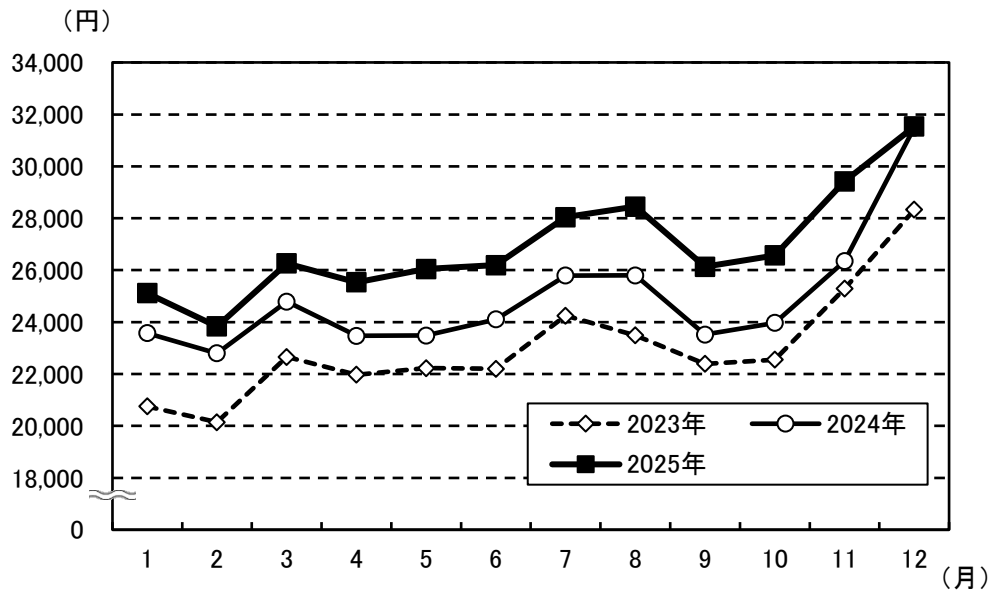


表 I-2-2 月別ネットショッピング支出金額 (二人以上の世帯)

年次	年平均	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
月平均額(円)													
2024年	24,928	23,577	22,799	24,788	23,469	23,484	24,106	25,794	25,797	23,520	23,967	26,347	31,493
2025年	26,928	25,116	23,830	26,264	25,531	26,047	26,191	28,039	28,449	26,134	26,567	29,424	31,538
対前年名目増減率(%)													
2025年	8.0	6.5	4.5	6.0	8.8	10.9	8.6	8.7	10.3	11.1	10.8	11.7	0.1

図 I-2-2 月別ネットショッピング支出金額の推移
(二人以上の世帯)

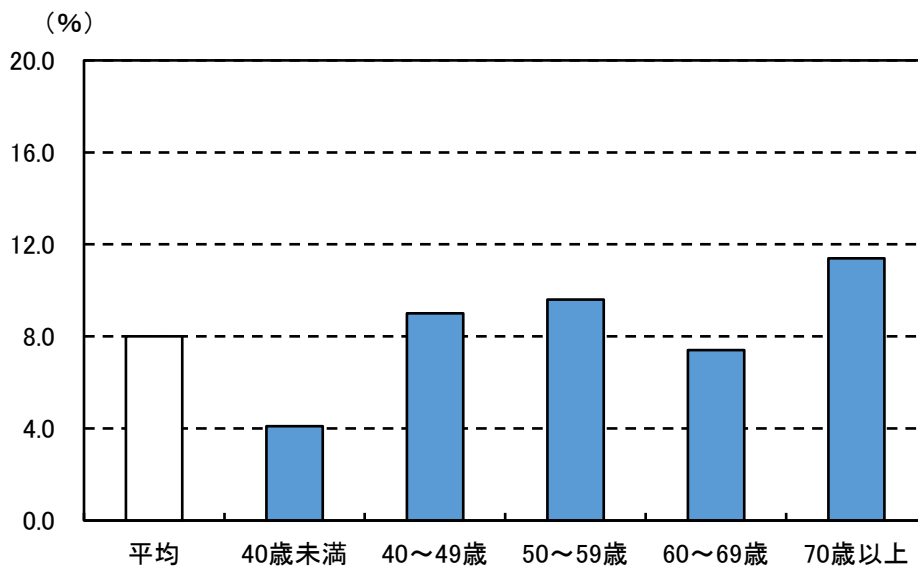


世帯主の年齢階級別にみると、40～49歳の支出金額が最も多く、次いで40歳未満が多かった。さらに、前年と比べてみると、全ての年齢階級で増加となった。70歳以上は11.4%の増加と最も増加率が高く、次いで50～59歳が9.6%などとなった（表I-2-3、図I-2-3）。

表I-2-3 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額
(二人以上の世帯)

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2024年	24,928	35,296	34,740	30,973	26,578	13,193
2025年	26,928	36,726	37,865	33,955	28,545	14,692
対前年名目増減率(%)						
2025年	8.0	4.1	9.0	9.6	7.4	11.4

図I-2-3 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率
(二人以上の世帯) - 2025年



3 「チケット」の支出金額は、近畿で増加

2025年の二人以上の世帯におけるネットショッピングによる支出のうち、項目別にみて最も増加率が高かった「チケット」について、世帯主の年齢階級別に前年と比べてみると、50～59歳が24.8%の増加と最も増加率が高く、次いで60～69歳が17.4%の増加となるなど、全ての年齢階級で増加となった（表I-3、図I-3-1）。

また、「チケット」の支出金額について月別にみると、8月の支出金額が最も多く、次いで5月が多かった（図I-3-2）。

さらに、地域別にみると、関東の支出金額が最も多く、次いで近畿の支出金額が多かった（図I-3-3）。前年と比べてみると、近畿が41.6%の増加と最も増加率が高く、次いで中国が28.7%の増加となるなど、全ての地域で増加となった。近畿での増加は、4月から10月にかけて開催された2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の影響が考えられる（図I-3-4）。

表I-3 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額－チケット－
（二人以上の世帯）

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2024年	1,080	1,309	1,503	1,619	1,204	408
2025年	1,258	1,412	1,653	2,021	1,414	465
対前年名目増減率(%)						
2025年	16.5	7.9	10.0	24.8	17.4	14.0

図I-3-1 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率－チケット－
（二人以上の世帯）－2025年

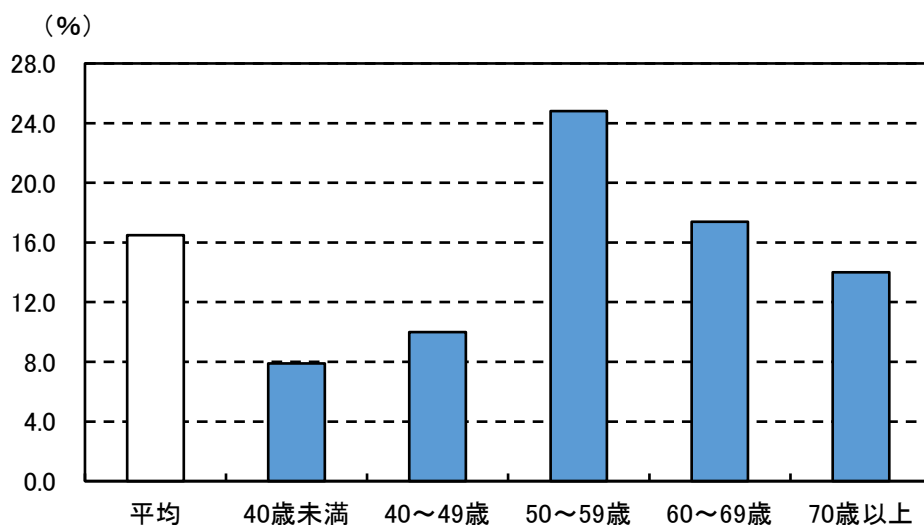


図 I-3-2 月別ネットショッピング支出金額の推移—チケット—（二人以上の世帯）—2025年

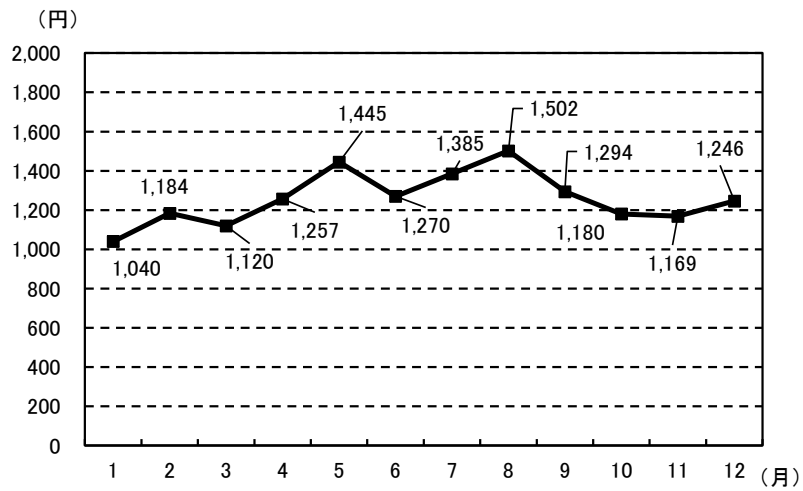


図 I-3-3 地域別ネットショッピング支出金額—チケット—（二人以上の世帯）

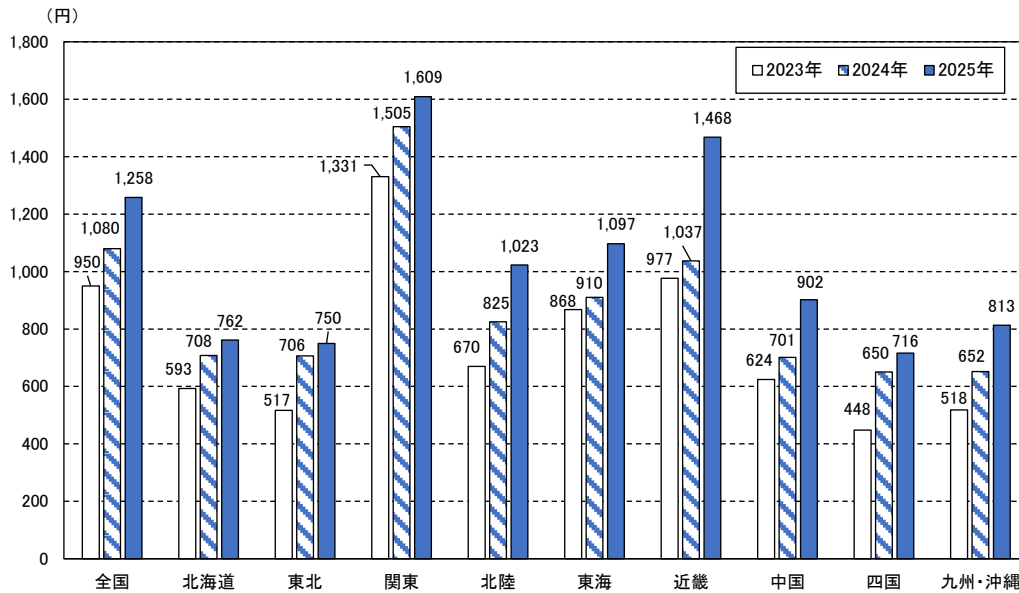
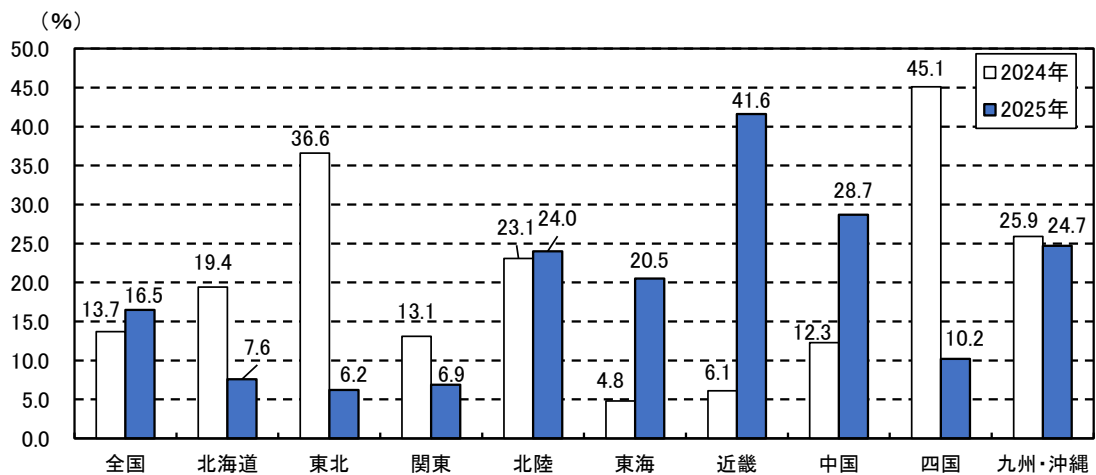


図 I-3-4 地域別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率—チケット—
（二人以上の世帯）



4 「食料」の支出金額は、全ての年齢階級で増加

2025年の二人以上の世帯におけるネットショッピングによる支出のうち、「食料」について、前年と比べてみると11.4%の増加となった。「食料」の内訳を比べてみると「食料品」*が12.5%の増加、次いで「飲料」が10.8%の増加、「出前」が6.6%の増加となった（表I-4-1、図I-4-1）。

また、世帯主の年齢階級別に前年と比べてみると、70歳以上が15.9%の増加と最も増加率が高く、次いで40～49歳が13.2%の増加となるなど、全ての年齢階級で増加となった（表I-4-2）。内訳別に支出金額を比べてみると、全ての年齢階級で「食料品」の支出が最も多かった。40歳未満は他の年齢階級と異なり、「出前」が1,603円と「飲料」の支出（1,118円）を上回った（図I-4-2）。

さらに、月別にみると、「食料品」の支出金額は他の月に比べて12月に大きく増加する傾向がみられ、2025年12月は5,428円と、年平均（4,080円）に比べて約1,300円多かった。ネット注文により飲食店から提供される宅配などを含む「出前」は、他の月に比べて12月の支出金額が最も多く、次いで8月に多くなった。（図I-4-3、図I-4-4）。

※「食料品」：飲料・出前以外の食用品

表I-4-1 ネットショッピング支出金額 -食料-（二人以上の世帯）

年次	合計	食料品	飲料	出前
月平均額(円)				
2024年	5,225	3,626	917	683
2025年	5,823	4,080	1,016	728
対前年名目増減率(%)				
2025年	11.4	12.5	10.8	6.6

図I-4-1 ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率 -食料-（二人以上の世帯）-2025年

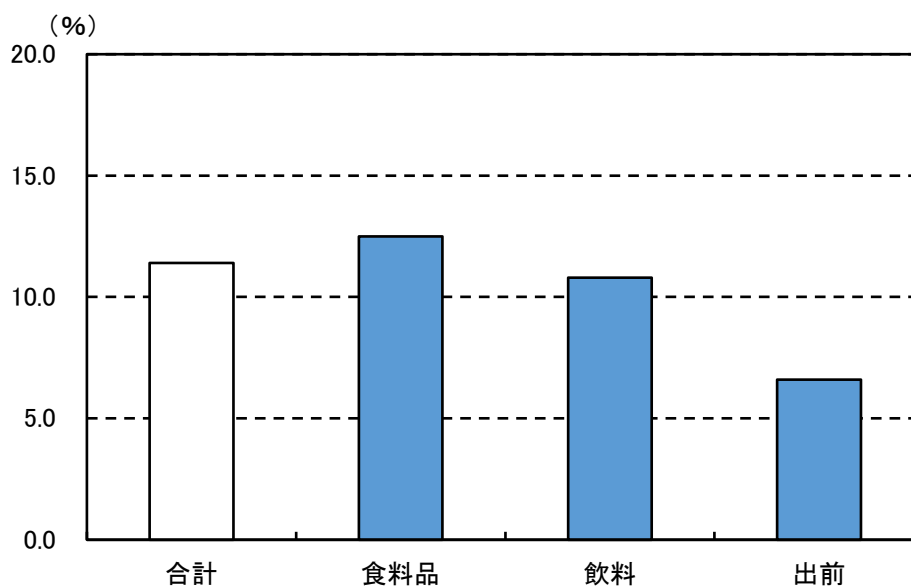


表 I-4-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額 -食料-
(二人以上の世帯)

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2024年	5,225	7,778	7,041	5,900	5,244	3,400
2025年	5,823	7,960	7,971	6,581	5,898	3,941
対前年名目増減率(%)						
2025年	11.4	2.3	13.2	11.5	12.5	15.9

図 I-4-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の内訳 -食料-
(二人以上の世帯) -2025年

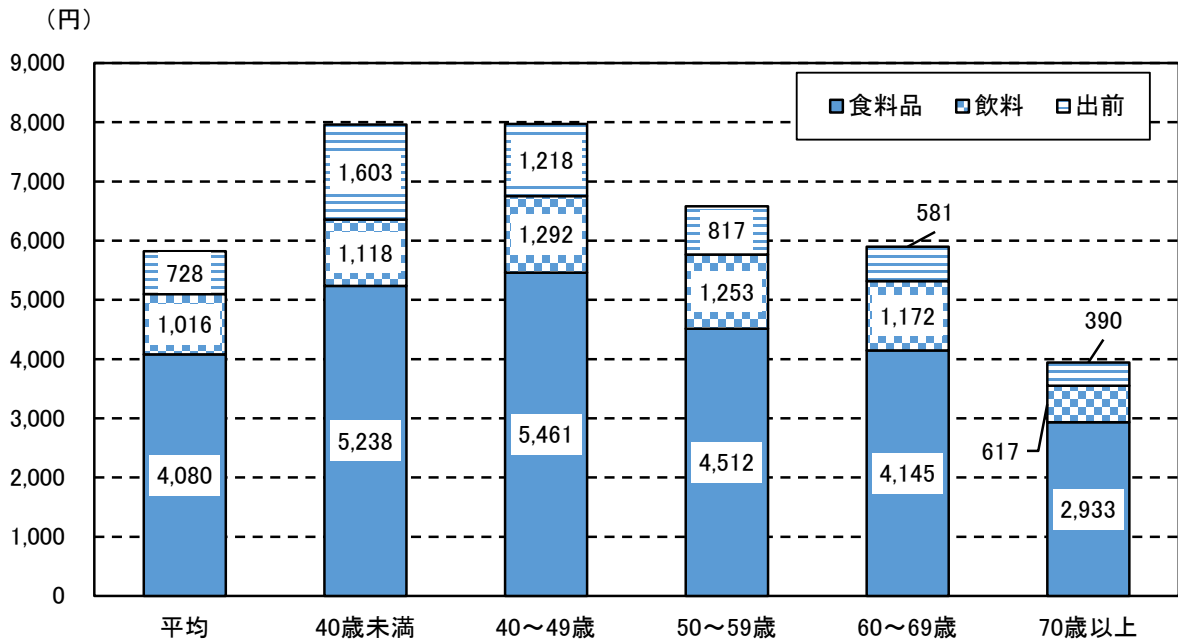


図 I-4-3 月別ネットショッピング支出金額の推移—食料のうち食料品—（二人以上の世帯）—2025 年

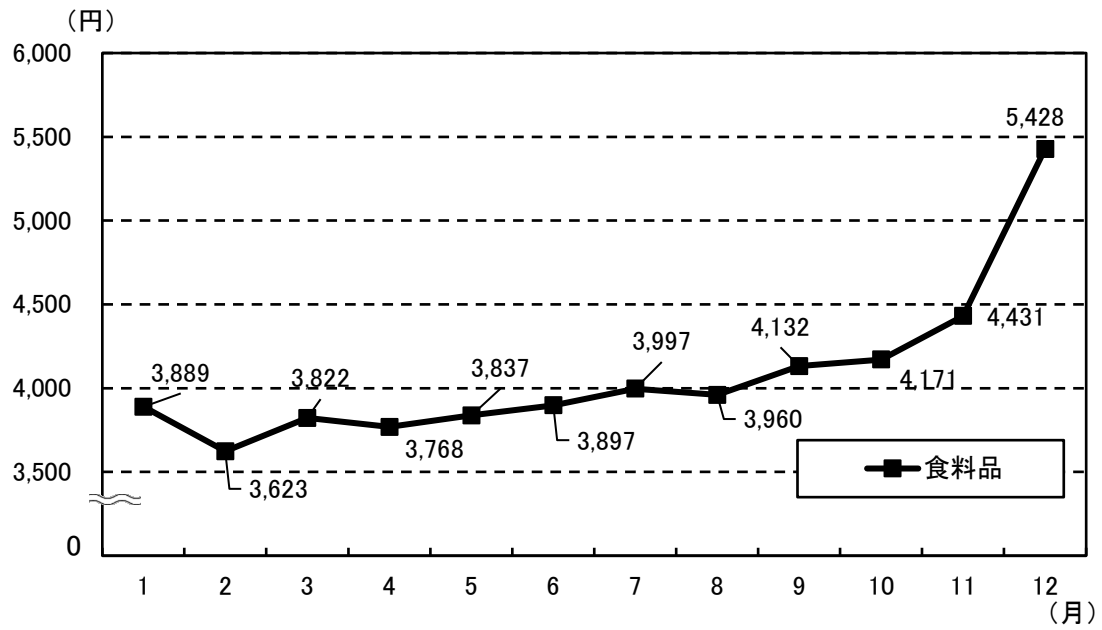
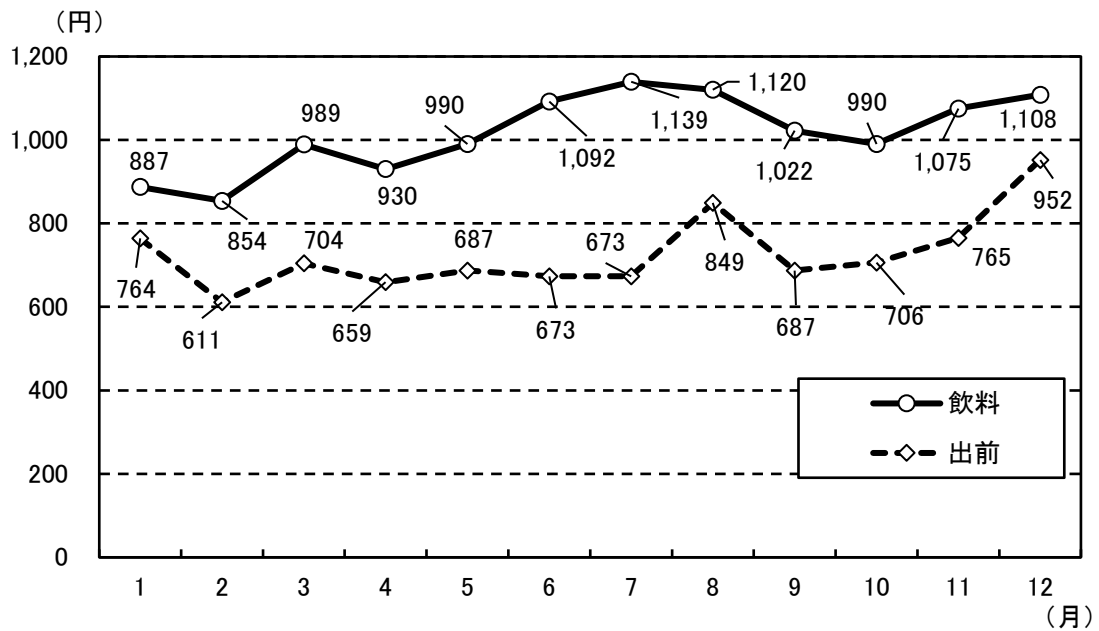


図 I-4-4 月別ネットショッピング支出金額の推移—食料のうち飲料及び出前—（二人以上の世帯）—2025 年



II 電子マネーの保有・利用状況

1 電子マネー^{※1}保有世帯の割合は過去最高

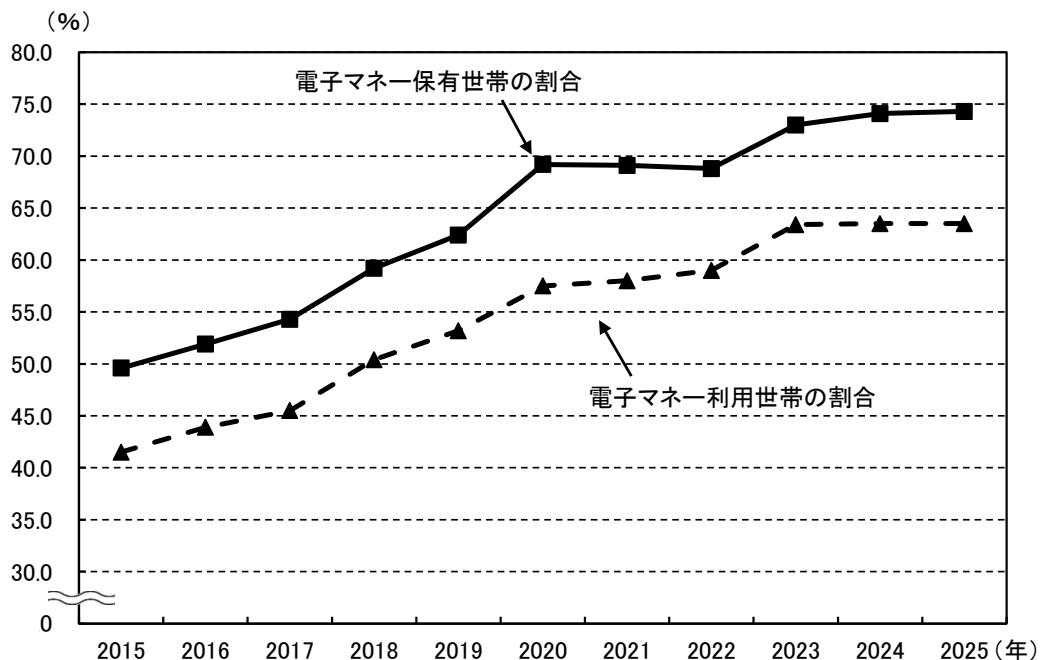
2025年の二人以上の世帯における電子マネーを保有している世帯員がいる世帯（以下「電子マネー保有世帯」という。）の割合は74.3%と、前年に比べ0.2ポイントの上昇となり、過去最高となった。

また、電子マネーを利用した世帯員がいる世帯（以下「電子マネー利用世帯」という。）の割合^{※2}は63.5%と、過去最高だった前年と同率だった（表II-1、図II-1）。

表II-1 電子マネー保有・利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）

年次	電子マネー 保有世帯(%)	電子マネー 利用世帯(%)
2015年	49.6	41.5
2016	51.9	43.9
2017	54.3	45.5
2018	59.2	50.4
2019	62.4	53.2
2020	69.2	57.5
2021	69.1	58.0
2022	68.8	59.0
2023	73.0	63.4
2024	74.1	63.5
2025	74.3	63.5

図II-1 電子マネー保有・利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



※1 この調査での「電子マネー」とは、事前に現金と引換えに金銭的価値が発行されたICカードやプリペイドカードなど（次の例を参照）をいう。

例) Suica、ICOCA、PASMO、nanaco、WAON、楽天Edy、WebMoney、BitCash、クオカード、Amazonギフト券、au PAY、PayPay（チャージ利用分のみ）など

なお、デビットカードや、クレジットカードのような後払い方式の決済サービスは含まない。

また、図書カードなどのように特定の商品・サービスしか購入できないプリペイドカード等も含まない。

※2 この調査では、月次で1か月間の電子マネー利用世帯割合を調査しており、年次の結果は1～12月の月別結果の単純平均である。

2 電子マネー利用世帯の割合は、世帯主が50歳代の世帯で最も高い

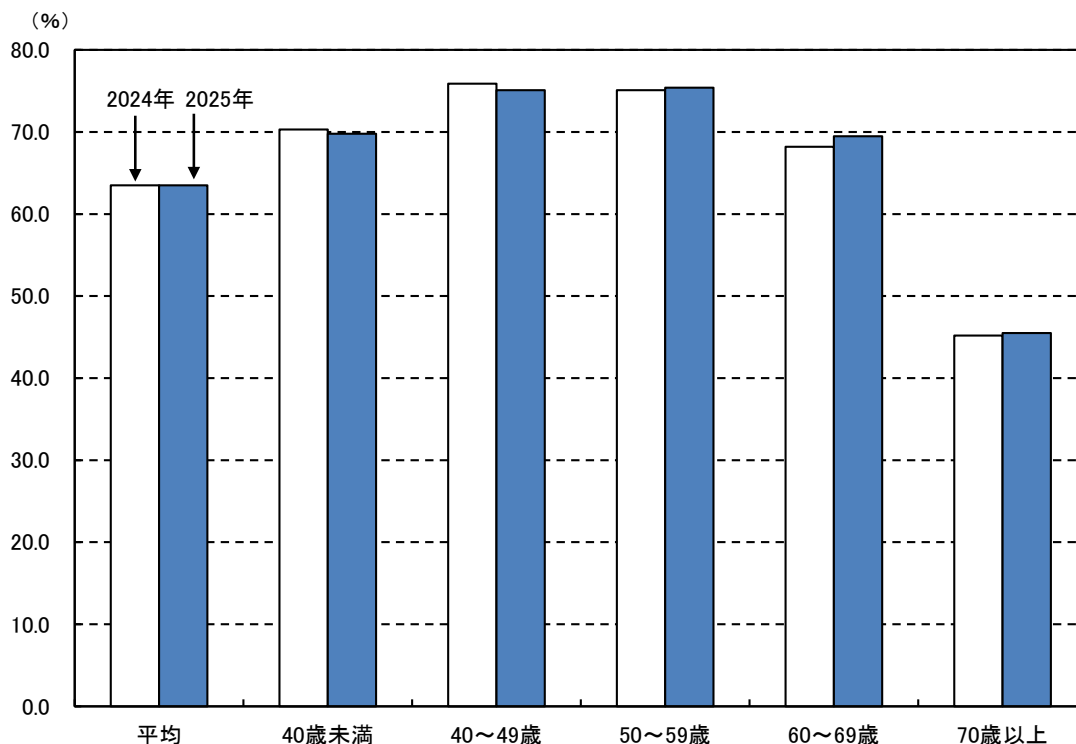
2025年の二人以上の世帯における電子マネー利用世帯の割合を世帯主の年齢階級別にみると、50～59歳が75.4%と最も高く、次いで40～49歳（75.1%）、40歳未満（69.8%）などとなった。

前年と比べてみると、60～69歳が1.3ポイントの上昇、次いで50～59歳及び70歳以上が0.3ポイントの上昇となった。一方、40～49歳が0.8ポイントの下落、40歳未満が0.5ポイントの下落となった（表Ⅱ-2、図Ⅱ-2）。

表Ⅱ-2 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の割合（二人以上の世帯）

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
2024年	63.5	70.3	75.9	75.1	68.2	45.2
2025年	63.5	69.8	75.1	75.4	69.5	45.5
対前年増減(ポイント)						
2025年	0.0	-0.5	-0.8	0.3	1.3	0.3

図Ⅱ-2 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の割合（二人以上の世帯）



3 電子マネー利用金額は過去最多

2025年の電子マネー利用世帯（二人以上の世帯）における電子マネーの利用金額は、1か月平均33,933円で過去最多となった。前年と比べると、名目6.1%の増加となり、これは物価上昇分*を上回る結果となっている。

内訳の推移をみると、2025年の鉄道及びバスの利用金額は1か月平均4,593円と、前年に比べ7.1%の増加となった。

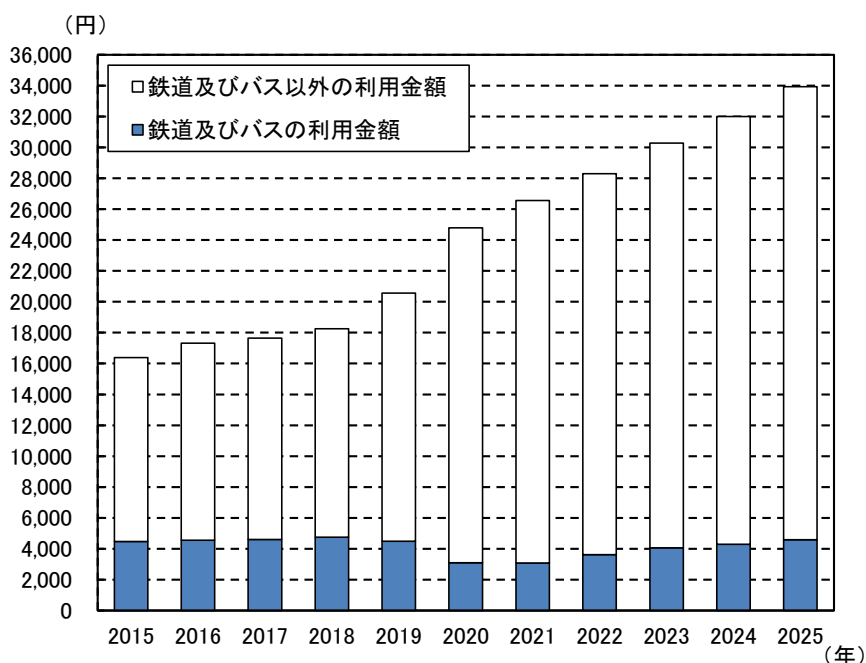
また、鉄道及びバス以外の利用金額の増加傾向が続いており、2025年は、鉄道及びバス以外の利用金額は1か月平均29,340円と、前年に比べ5.9%の増加となった（表Ⅱ-3、図Ⅱ-3）。

※「消費者物価指数（持家の帰属家賃を除く総合）」の2025年の前年比は+3.7%

表Ⅱ-3 電子マネー利用世帯の1か月間の平均利用金額の推移（二人以上の世帯）

年次	平均利用金額(円)	鉄道及びバスの利用金額(円)	鉄道及びバス以外の利用金額(円)	平均利用金額に占める鉄道及びバスの利用金額割合(%)
2015年	16,382	4,468	11,914	27.3
2016	17,318	4,553	12,765	26.3
2017	17,644	4,603	13,041	26.1
2018	18,256	4,746	13,510	26.0
2019	20,567	4,487	16,080	21.8
2020	24,790	3,098	21,692	12.5
2021	26,568	3,088	23,480	11.6
2022	28,295	3,627	24,668	12.8
2023	30,282	4,059	26,223	13.4
2024	31,997	4,290	27,707	13.4
2025	33,933	4,593	29,340	13.5
2025年の対前年 名目増減率(%) 及び対前年増減 (ポイント)	6.1	7.1	5.9	0.1

図Ⅱ-3 電子マネー利用世帯の1か月間の平均利用金額の推移（二人以上の世帯）



4 電子マネー利用金額は、世帯主が50歳代の世帯で最も増加率が高い

2025年の電子マネー利用世帯（二人以上の世帯）における電子マネーの利用金額を世帯主の年齢階級別にみると、50～59歳が1か月平均36,532円で最も多く、次いで40～49歳（35,282円）、60～69歳（35,106円）などとなった。

前年と比べてみると、50～59歳が7.7%の増加、次いで60～69歳が7.1%の増加となるなど、40歳未満を除く年齢階級で増加となった（表Ⅱ-4、図Ⅱ-4）。

表Ⅱ-4 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の平均利用金額（二人以上の世帯）

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2024年	31,997	30,535	33,701	33,905	32,771	28,319
2025年	33,933	30,306	35,282	36,532	35,106	30,268
対前年名目増減率(%)						
2025年	6.1	-0.7	4.7	7.7	7.1	6.9

図Ⅱ-4 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の平均利用金額（二人以上の世帯）

