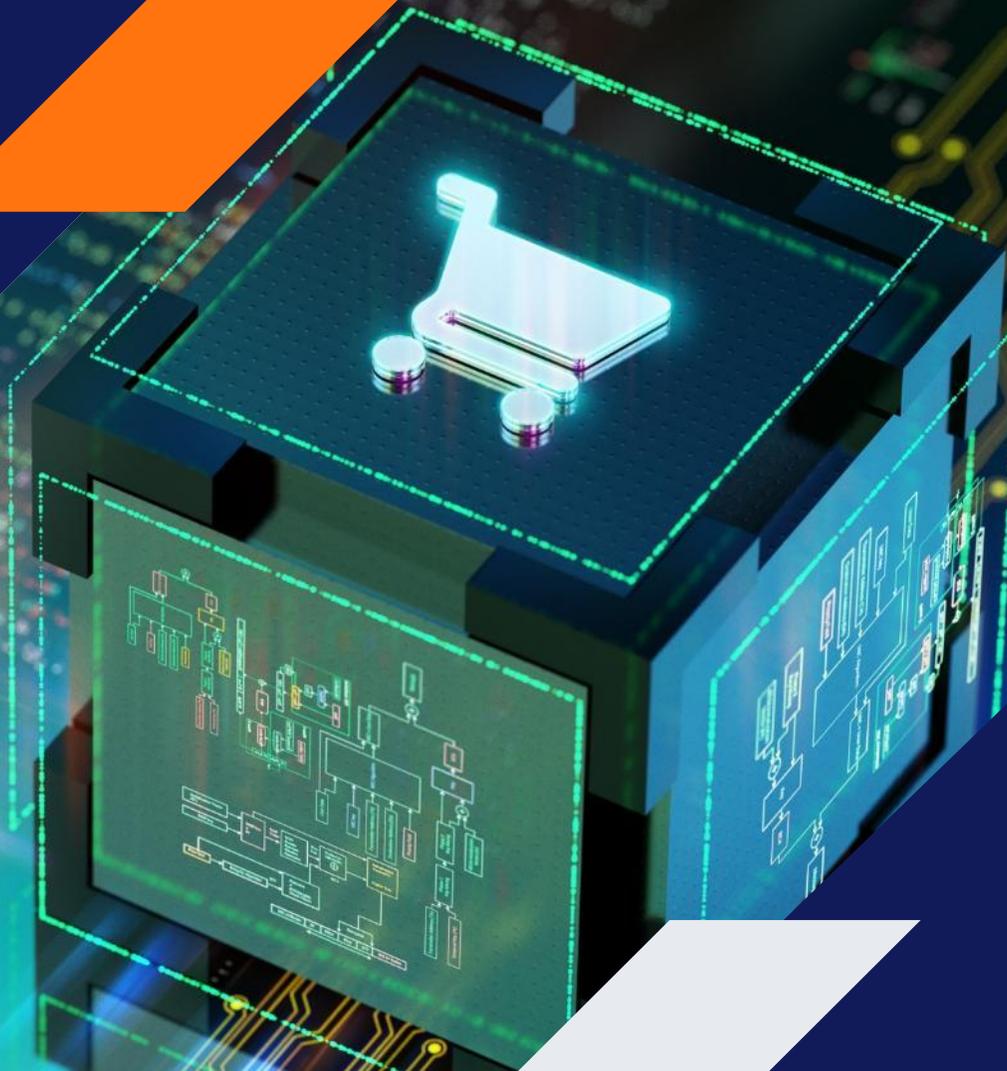


オンラインショッピング 実態調査

Prepared for Temu
2025/8/4



Contents

3

調査概要

5

まとめ

9

オンラインショッピング
利用実態

17

Temuの顧客体験

調查概要



調査設計

調査目的

- 消費者のオンラインショッピングに対する実態、意識を把握すること
- 日本の消費者により良質なサービスを提供するとともに、国内EC市場の健全な発展に貢献するために、Temuブランドが提供するサービスについて顧客体験を多面的に把握すること

対象エリア	日本全国							
調査方法	オンライン調査							
対象者	<ul style="list-style-type: none"> - 20～69才男女 - 過去1カ月にオンラインショッピング(購入)した人 							
サンプルサイズ	2,000サンプル							
割付 集計・ベースサイズ		20代	30代	40代	50代	60代	合計	● 左記の回収数に対してウエイト付き集計を行い、日本の人口構成を反映
		200	200	200	200	200	1,000	
		200	200	200	200	200	1,000	
	合計	400	400	400	400	400	2,000	

まとめ



オンラインショッピングの利用者は「安価でしっかりした商品を購入できること」を重視している



価格と品質

「価格の安さを優先するが、品質は一定以上のものを選ぶ」が全体の約**7割**を占める



重視点

「値段が安いのに、しっかりした商品を買える」が全体の約**6割**を占める



利用頻度

全体の**8割**が月一回以上オンラインショッピングを利用している



支出を減らす工夫

「セールやクーポンの活用」
「より安い商品の探索」
「不要なものは買わない意識」で節約する人が約**4割**を占める

Temu利用者は「コストパフォーマンスの良さ」を評価しており、知人への推奨意向が高い



Temuのコストパフォーマンスの良さ

価格と価値の評価で
ポジティブ評価が約**7割**を占める



Temu利用による節約

利用者の約**3／4**が日常の買い物支出で「節約できた」と感じている



Temuについて最も満足している点

「値段のわりに使いやすくて、お得だと感じる」が最も多い



Temuの推奨意向

利用者の約**7割**がTemuを家族や友人に「すすめたい」と感じている



Temuの優先利用

他のECサイトよりもTemuを「常に利用／よく利用」している利用者は約**3割**を占める

Temu利用者プロフィール

Temu利用者は20代が比較的多い。子供のいる勤労世帯が多く、年収は高め。ネットショッピングの利用は活発で、コスパ重視の傾向が強い。

年代	Temu利用者	全対象者
20-29歳	19%	15%
30-39歳	15%	18%
40-49歳	23%	25%
50-59歳	23%	22%
60-69歳	21%	21%
平均年齢	46.2	46.4

	Temu利用者	全対象者
子供あり	40%	32%
有職者	74%	69%
平均世帯年収	706万円	634万円
ネットショッピング 月1回以上利用者	91%	79%
ネットショッピング支出 増を見込むユーザー	57%	37%
重視項目1位 コスパの高さ	42%	39%
信頼できるブランド	19%	25%
価格を 「常に+よく比較する」	82%	73%

オンラインショッピング 利用実態



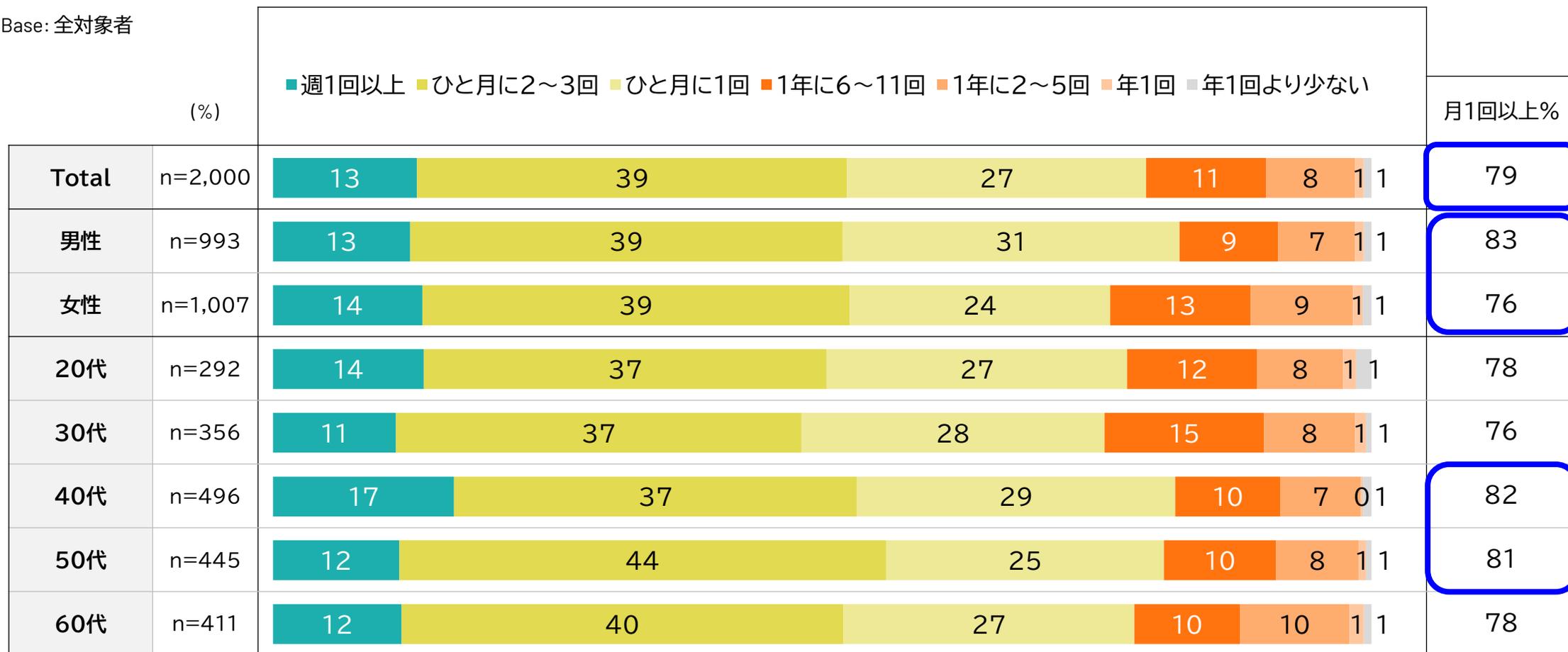
利用頻度

全体の約8割が月1回以上、ネットショッピングで買い物をしている。

男女別で見ると、男女ともに月1回以上の利用者が約8割を占めており、性別を問わず買い物頻度は高い。

年代別で見ると、40代、50代は他年代よりも買い物頻度が高く、月1回以上のユーザーが8割を超える。

Base: 全対象者



購入カテゴリー

購入者の割合で見ると、「衣料品・靴」と「食料品・飲料」が6割超で最上位のカテゴリー。「衣料品・靴」では40代、50代、「食料品・飲料」では50代が高い購入率を示している。

Base: 全対象者

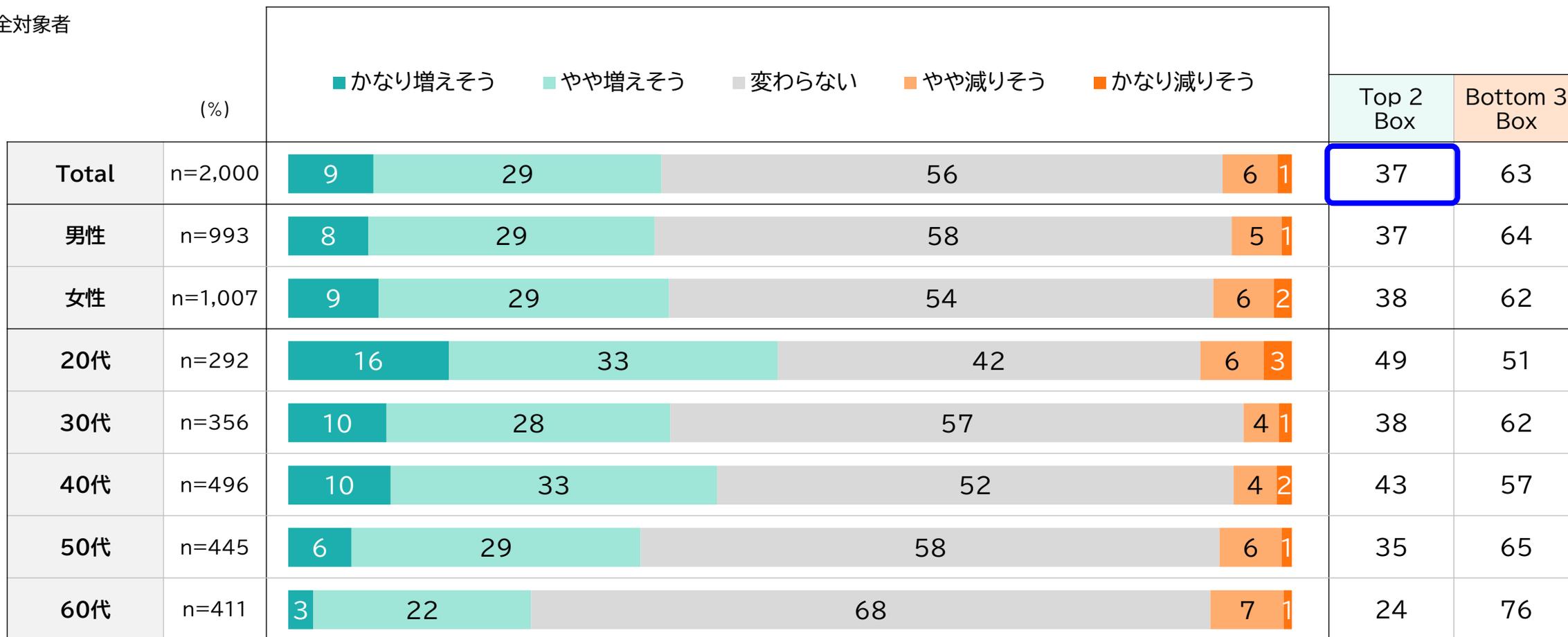
カテゴリー (%)	Total	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
	n=2,000	n=993	n=1,007	n=292	n=356	n=496	n=445	n=411
衣料品・靴	67	64	69	55	64	73	71	65
食料品・飲料	65	64	66	52	65	64	70	69
家電製品	55	64	46	35	47	59	61	62
インテリア・家具・生活雑貨	50	48	52	43	47	55	54	47
パーソナルケア用品・化粧品	49	38	60	42	47	53	52	48
キッチン用品	40	35	46	30	37	45	44	39
掃除用洗剤・洗濯洗剤・食器用洗剤	39	36	41	28	39	42	42	37
スポーツ用品	25	35	16	19	24	30	29	23
アクセサリ・貴金属	22	20	24	24	27	26	21	13
アウトドア用品	20	25	14	15	21	23	20	17
ペット用品	19	18	19	14	17	22	21	17
マタニティ・育児用品	6	4	9	8	13	7	3	3
その他	8	9	6	5	6	6	9	11

年代間トップ2

消費額増減

昨年比の支出総額は「変わらない」が過半数を占めるものの、支出増を見込むユーザーは約4割にのぼる。20代は支出増を見込むユーザーが約半数を占め、他年代を上回っている。一方、60代は「変わらない」が約7割と他年代より高い。

Base: 全対象者



買い物習慣の変化

支出の抑制に直結する「セールやクーポンを活用」「より安い商品を探す」「不要なものを買わないよう意識」が4割超と多く見られ、支出意識の変化がうかがえる。

「セールやクーポンを活用」「不要なものを買わないよう意識」では、女性が男性を上回っている。

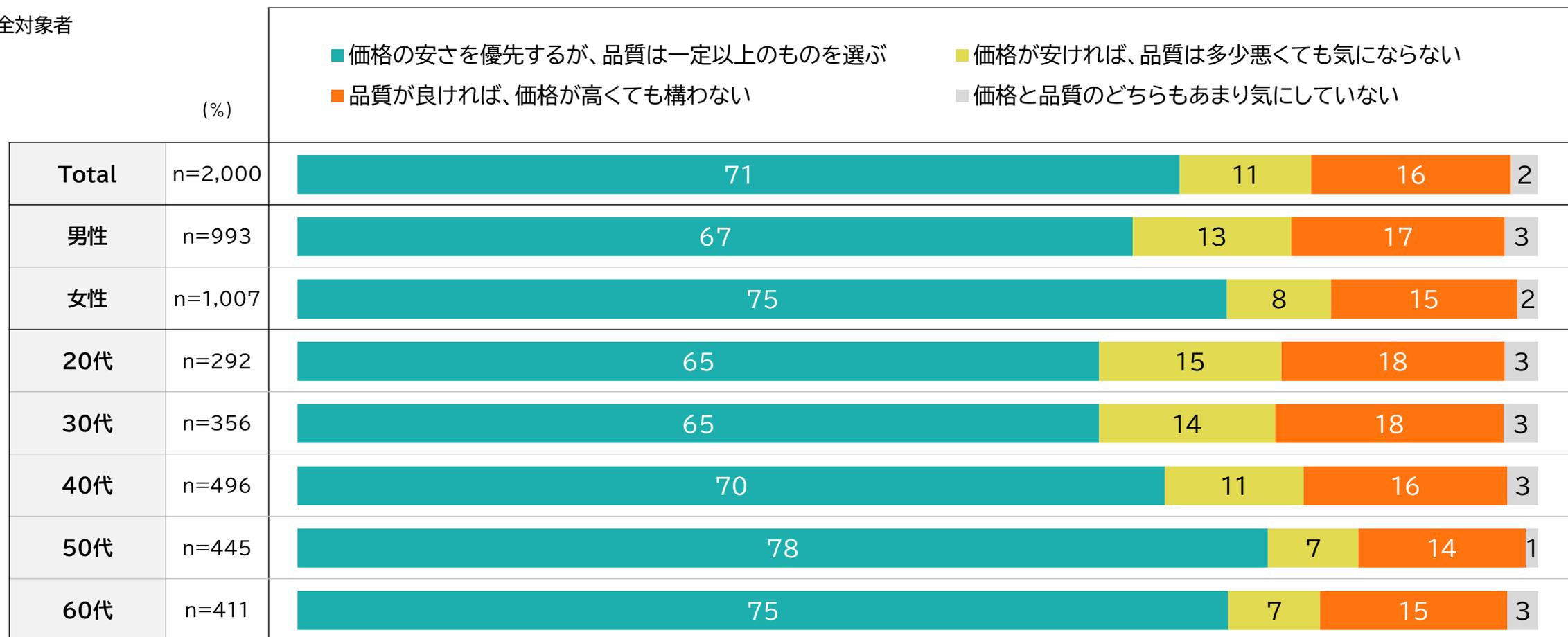
Base: 全対象者

	Total	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
(%)	n=2,000	n=993	n=1,007	n=292	n=356	n=496	n=445	n=411
セールやクーポンを活用するようになった	48	46	50	47	48	56	50	38
より安い商品を探すようになった	47	46	49	43	47	55	50	38
不要なものを買わないよう意識するようになった	43	39	48	35	39	46	48	45
まとめ買い・大容量を選ぶことが増えた	25	22	28	28	32	29	22	16
リサイクル品(中古品)を買うことが増えた	10	10	10	12	10	13	9	6
海外の通販サイトを利用することが増えた	6	7	5	9	7	8	3	4
その他	1	1	1	-	1	1	1	1
特に変化はない	19	23	16	14	20	15	18	29

価格と品質の関係

「価格の安さを優先するが、品質は一定以上のものを選ぶ」が全体の約7割を占め、最も多い。

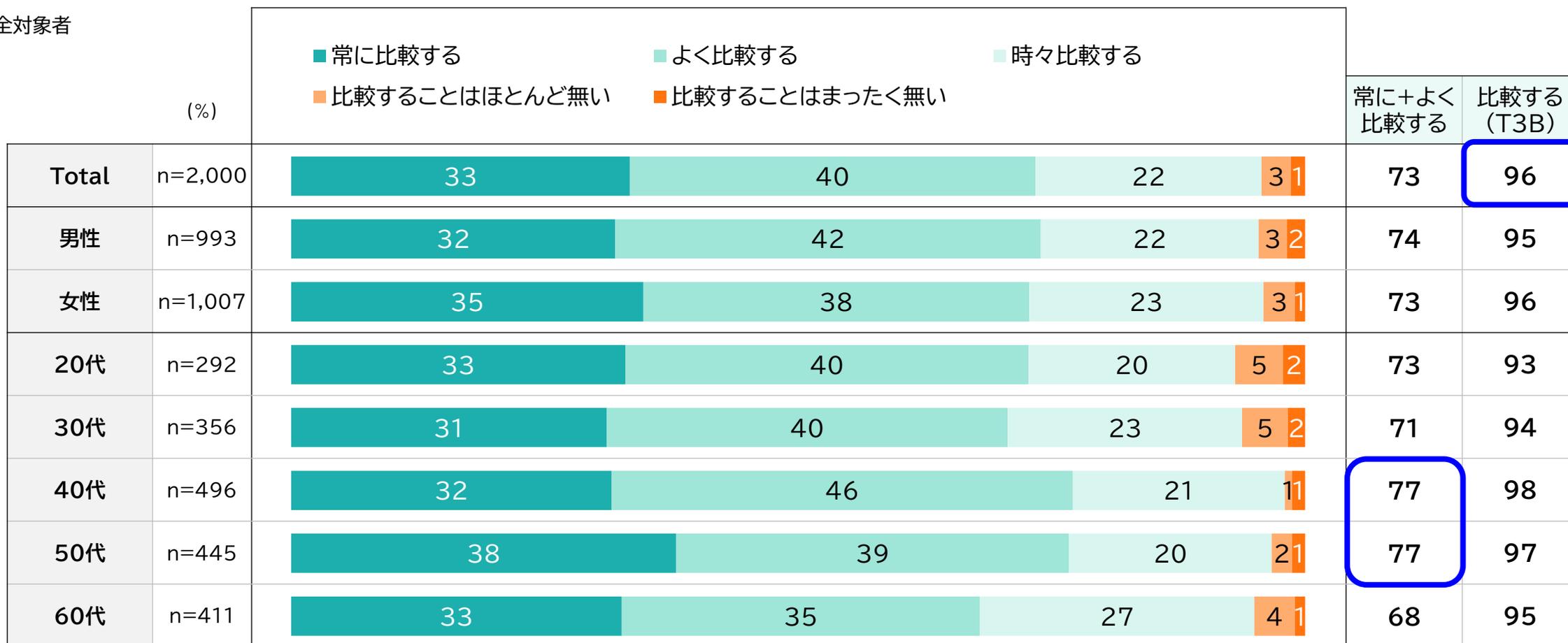
Base: 全対象者



価格の比較

9割超のユーザーが購入前に価格比較を行うことがあり、価格比較は一般的な手順となっている。特に40代、50代は「常に比較／よく比較」が約8割と高く、価格比較を行う傾向が他年代より強い。

Base: 全対象者



ECサイト選択時に大事なこと

「値段が安いのに、しっかりした商品を買える」が全体の約6割を占めトップ。高品質・低価格への支持が強い様子が見えてくる。

Base: 全対象者

	Total	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
(%)	n=2,000	n=993	n=1,007	n=292	n=356	n=496	n=445	n=411
値段が安いのに、しっかりした商品を買えること	59	59	59	55	56	60	61	60
ポイントがたまったり、会員だけの特典があること	41	40	42	36	43	41	43	42
欲しいものがたくさんそろっていること	32	34	30	29	35	33	32	31
問い合わせやトラブル対応がていねいなこと	17	14	19	13	13	15	21	21
買い物が便利になるオプションがあること (配送関連、支払関連、通知等のオプション)	14	14	14	17	15	16	12	12
自分に合ったおすすめや対応があること	10	12	9	12	11	12	8	9
返品すればお金が戻ってくる仕組みがあること	9	9	9	10	6	7	12	12
その他	1	1	1	-	1	0	2	1

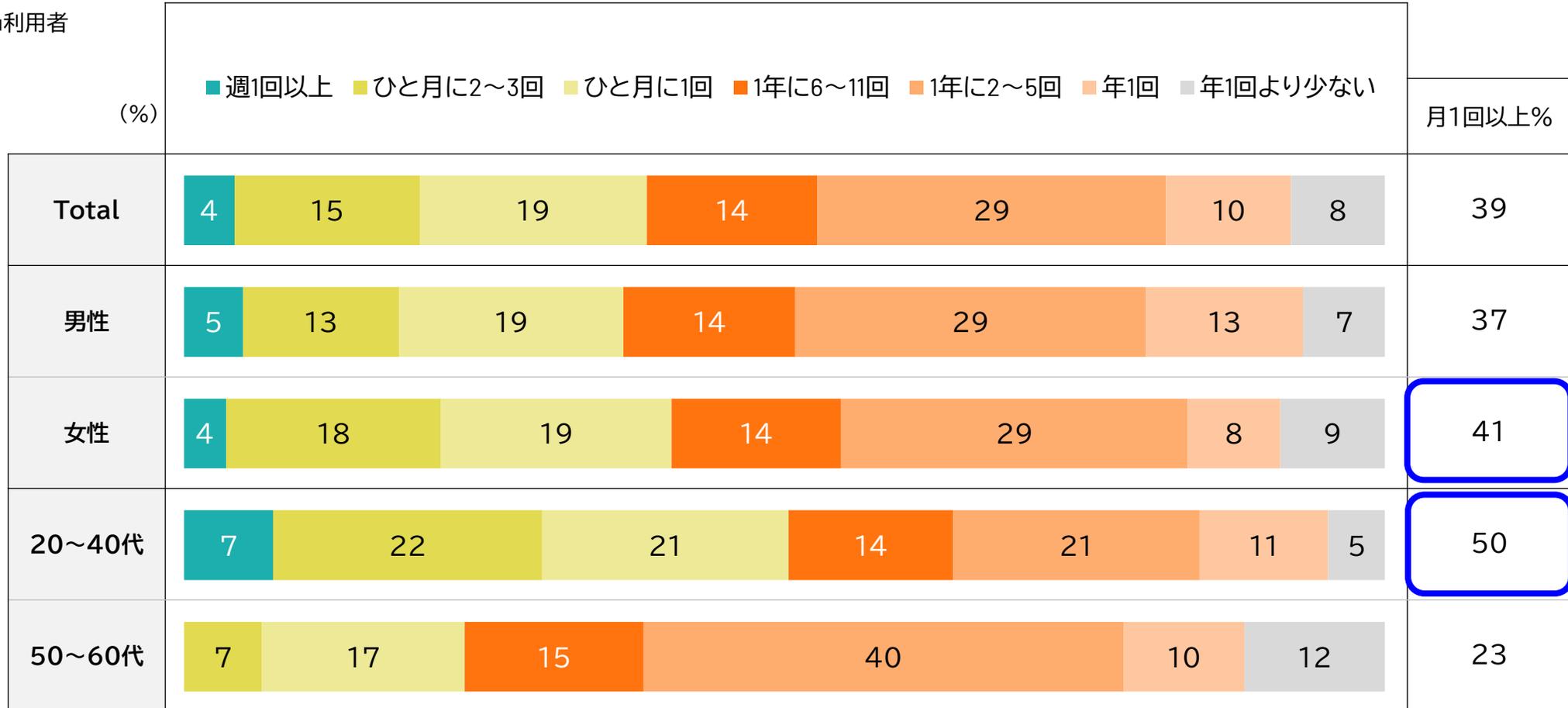
Temuの顧客体験



Temu利用頻度

Temu利用者全体の約4割がTemuを月に1回以上利用しており、特に20～40代では月1回以上利用者が半数を占め、高頻度となっている。
性別で見ると、女性の利用頻度が男性を上回っている。

Base: Temu利用者



Temuでの購入カテゴリーと影響

Temu利用者がよく購入するカテゴリーは、EC全体と同様「衣料品・靴」が1位だが、「アクセサリ・貴金属」「スポーツ用品」「アウトドア用品」などのカテゴリーも上位にランクインしており、生活必需品だけではなく、趣味に関する用品も多く買われている。

また、Temuを利用することで購入するようになったカテゴリーとして、「アクセサリ・貴金属」「インテリア」「家電製品」などが上位に位置している。

Base: Temu利用者

Temuでの
購入カテゴリー
トップ6

(%)	Total	男性	女性	20~40代	50~60代
衣料品・靴	58	53	63	55	63
インテリア・家具・生活雑貨	40	44	36	38	43
家電製品	25	32	19	32	17
アクセサリ・貴金属	24	19	30	32	15
スポーツ用品	21	29	13	24	17
アウトドア用品	20	27	12	23	15

Temuの利用で
購入するようになった
カテゴリートップ6

衣料品・靴	16	14	19	23	8
アクセサリ・貴金属	11	10	13	16	5
インテリア・家具・生活雑貨	10	8	11	14	3
家電製品	8	11	6	14	2
スポーツ用品	8	12	4	13	2
アウトドア用品	7	9	4	10	2

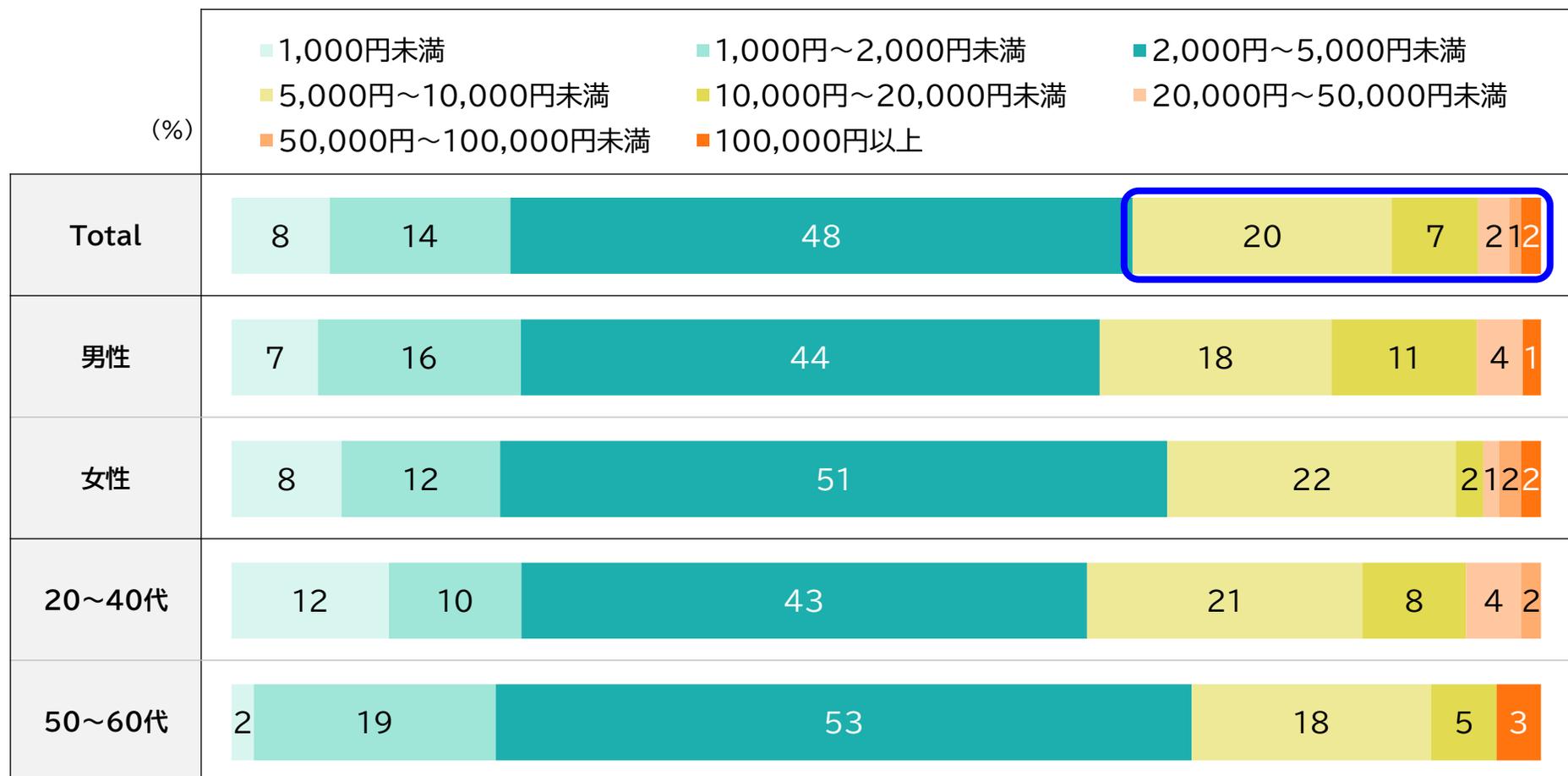
Q15. Temuで購入することのある商品カテゴリーをすべてお答えください。(いくつでも)

19 Q16. Temuを利用するようになって、新たにネットショッピングで購入するようになったカテゴリーがあれば、すべてお答えください。(いくつでも)

Temuで購入したことのある高額商品

「2,000円～5,000円未満」が最多となっているものの、5,000円以上が3割超にのぼる。

Base: Temu利用者



Temu初回利用のきっかけ

初回利用のきっかけは、「手頃な価格」がTemu利用者全体の約7割、「割引やプロモーション」が約半数を占め突出している。

「手頃な価格」は50～60代、「割引やプロモーション」は20～40代のきっかけとなることが多い。

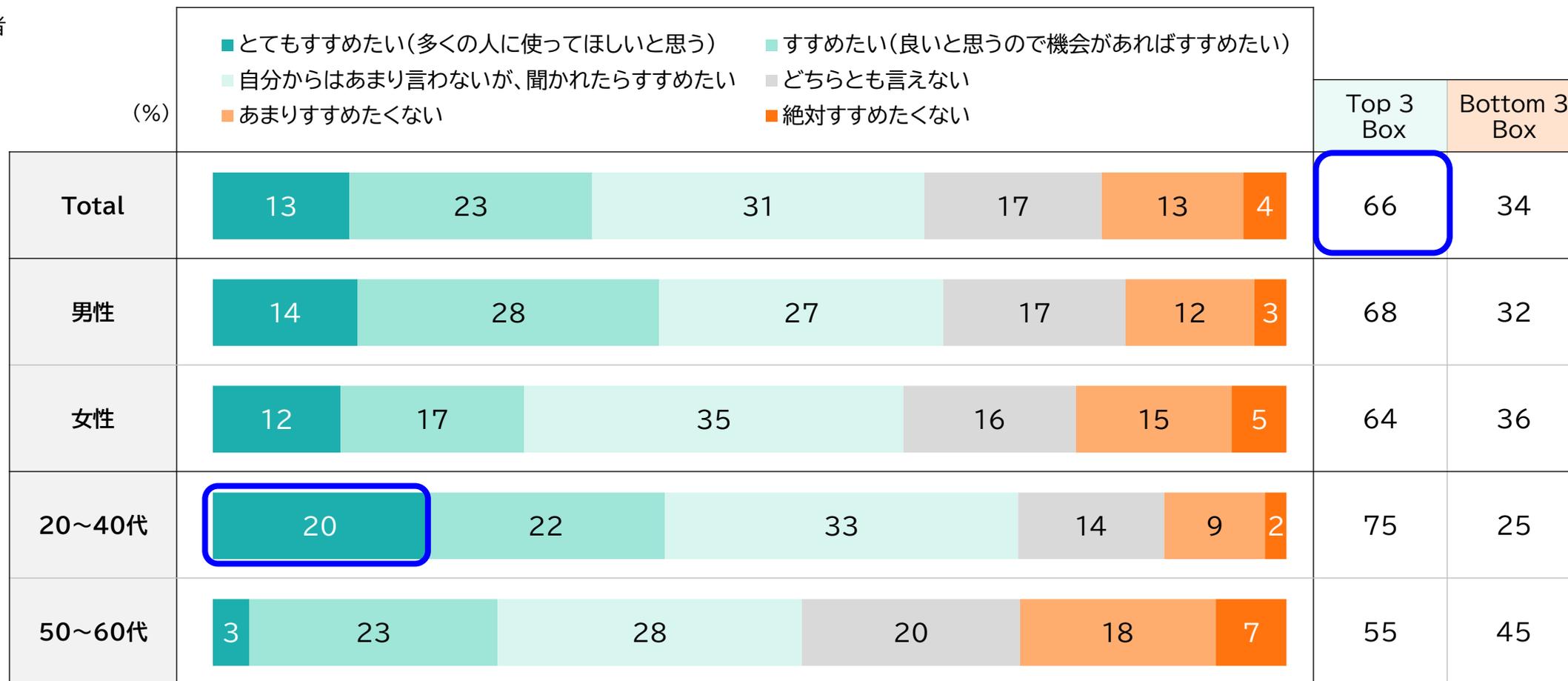
Base: Temu利用者

(%)	Total	男性	女性	20～40代	50～60代
手頃な価格	67	72	62	61	75
割引やプロモーション	51	47	55	57	42
送料無料	36	28	44	37	35
豊富な品揃え	30	25	35	28	33
初回購入者向けの特典	26	27	25	35	15
配送の速さ	18	14	22	25	8
Temuという名前を知っていたこと	16	16	15	20	10
簡単な返品手続き	14	13	14	17	10
商品の品質の良さ	13	13	13	14	11
知人からのおすすめ	12	12	12	18	5
良いカスタマーレビュー	10	9	11	16	3
その他	-	-	-	-	-

推奨意向

Temu利用者全体の約7割がTemuを家族や友人に「すすめたい」と感じている。
 年代別で見ると、20～40代は「とてもすすめたい」が2割を占め、50～60代より推奨意向が高い。
 男女別で見ると、男性のほうが推奨意向が高めとなっている。

Base: Temu利用者



推奨行動の理由

推奨の理由はコストパフォーマンスの高さが約7割を占め突出している。

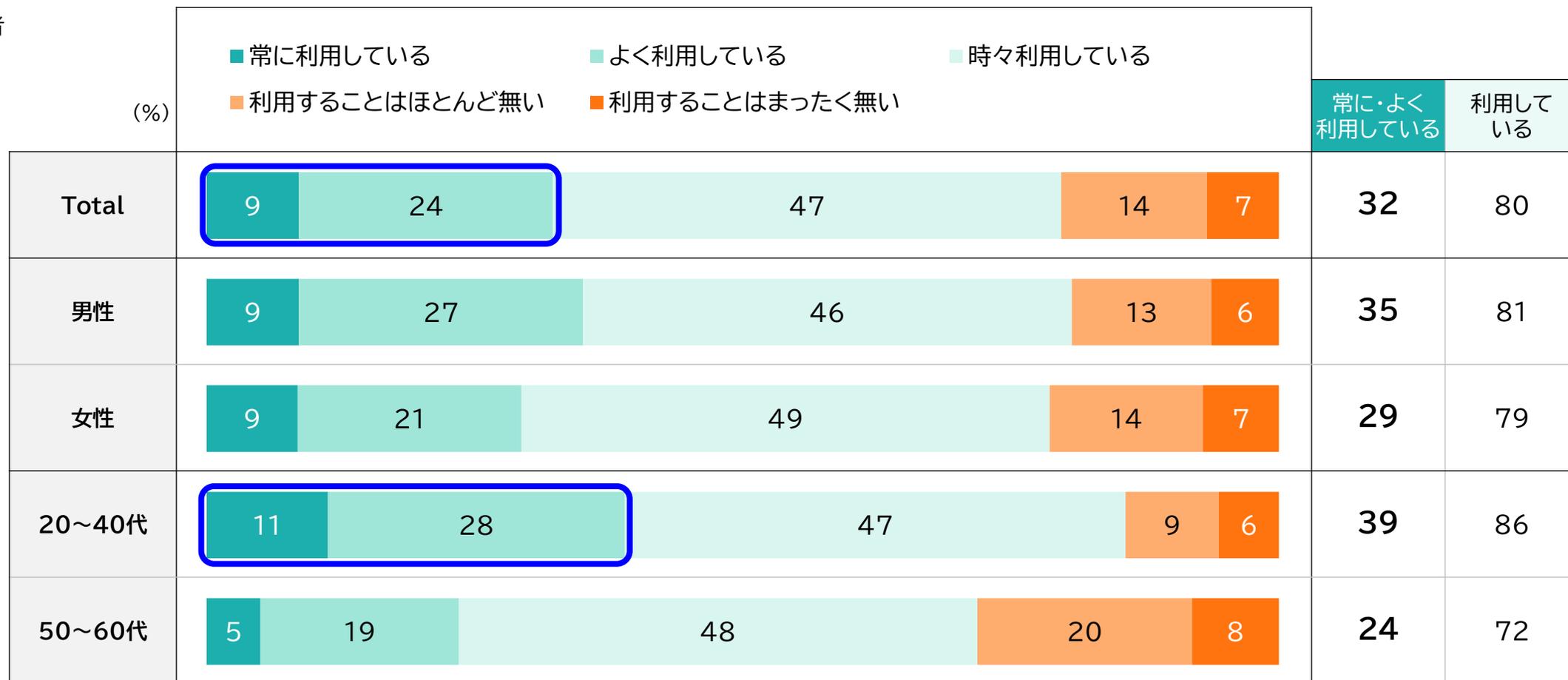
Base: 推奨経験者

(%)	Total	男性	女性	20~40代	50~60代
コストパフォーマンスが高く、お得だと感じる	73	70	78	68	86
珍しい商品・おもしろい商品がある	47	47	47	44	54
欲しいものがたくさん見つかる(種類が豊富)	46	52	39	44	49
品質が良い	30	26	35	36	18
配送が正確で安心できる	24	28	19	23	27
その他	2	2	2	3	-

Temuの優先利用

他のECサイトよりもTemuを「常に利用している／よく利用している」Temu利用者は約3割を占める。年代別で見ると、20～40代は「常に利用している／よく利用している」が約4割を占め、Temuへのロイヤリティが高い。

Base: Temu利用者

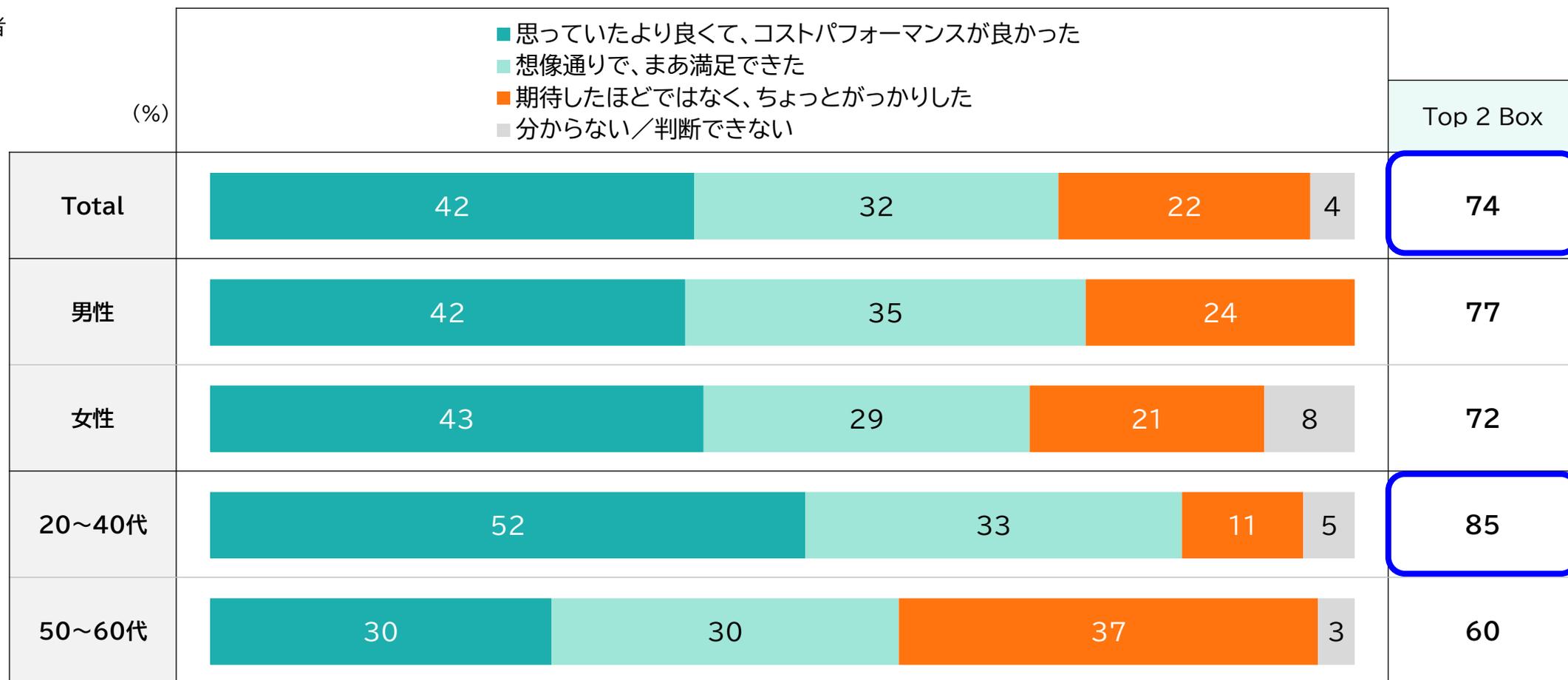


利用後の感想

利用後の感想では、「コストパフォーマンスが良かった」が最多。ポジティブな感想を持ったTemu利用者は全体の約7割を占めており、総じて満足度は高い。

年代別で見ると、20～40代のほとんどがポジティブな感想を持っている。

Base: Temu利用者



最も満足している点

Temuについて最も満足している点は「値段のわりに使いやすく、お得だと感じる」がTemu利用者全体の約半数を占め突出している。

Base: Temu利用者

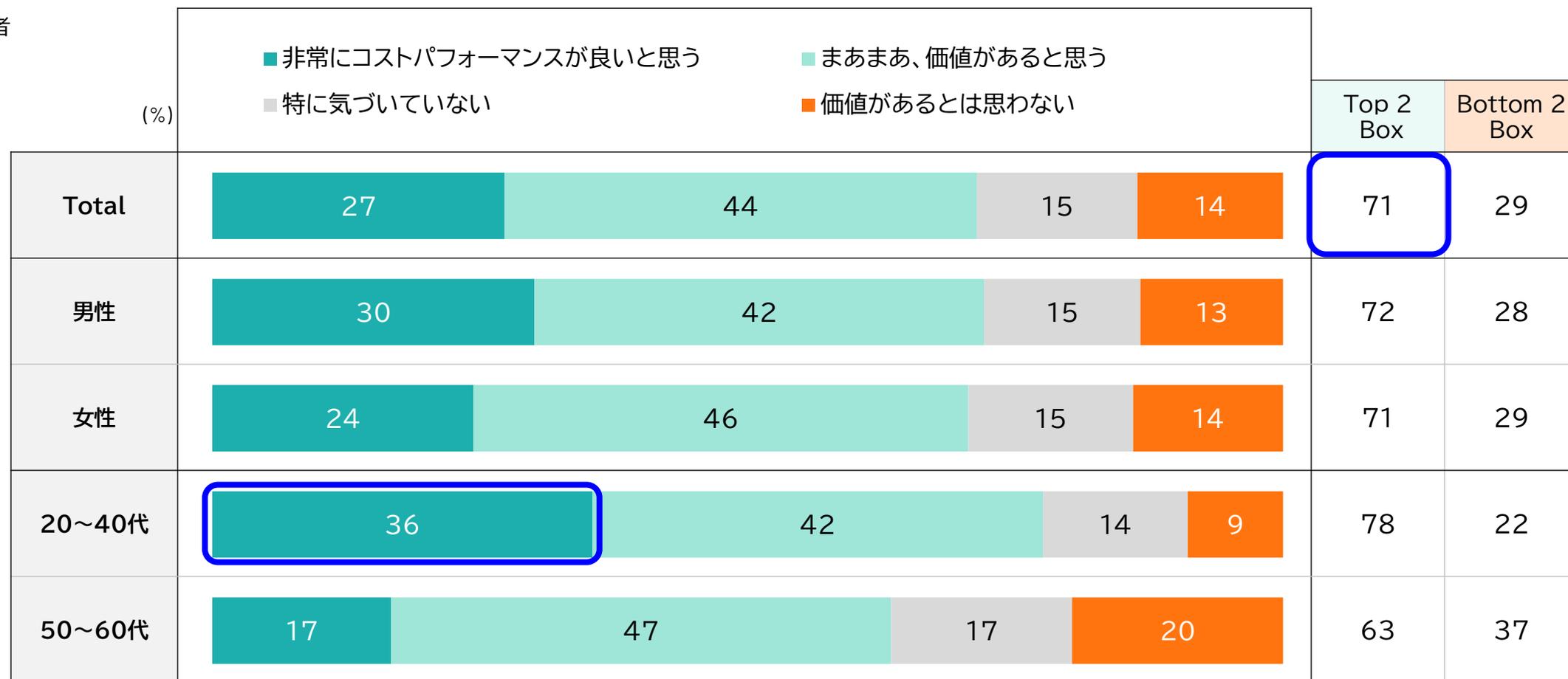
(%)	Total	男性	女性	20~40代	50~60代
値段のわりに使いやすく、お得だと感じる	48	50	46	49	47
欲しいものがたくさん見つかる(種類が豊富)	19	13	24	22	15
他にはないユニークなデザインの商品が多い	14	13	14	17	10
届くのが早かったり、きちんと届くので安心できる	10	13	8	10	10
返品や交換がしやすい	4	4	3	1	7
ゴルフ用品や電化製品などの高額商品でも、安心して買うことができる	1	-	1	1	-
その他	6	7	4	1	12

価格と価値の評価

Temuの評価では「非常にコストパフォーマンスが良い」「まあまあ、価値がある」というポジティブ評価が約7割を占め、全体として高い評価を得ている。

20～40代は「非常にコストパフォーマンスが良い」が約4割を占め、高評価である。

Base: Temu利用者



Temuがもたらす価値(1)

Temuが提供する価値では「好みに合わせた、自由な買い物」「日々の出費をおさえられる／節約」がTemu利用者全体の約半数を占め上位となっている。

Base: Temu利用者

	(%)	Total	男性	女性	20~40代	50~60代
自分の好みに合わせて、自由に買い物できる		49				
日々の出費をおさえられる／節約につながる		46				
以前は購入しにくかったものも入手できる		33				
新しい趣味にチャレンジするきっかけになる		22				
ゴルフ用品や電化製品などの高額商品でも、安心して買うことができる		12				
個人事業や小規模ビジネスに役立つ商品が見つかる		11				
あてはまるものは無い		16				

Temuがもたらす価値(2)

Temuでの買い物によって、生活に何らかの変化があった利用者は約半数を占める。
 具体的には、「部屋の中をおしゃれにしたり、飾りつけを工夫」がトップ、「新しい趣味を始めた」が続く。

Base: Temu利用者 (%)

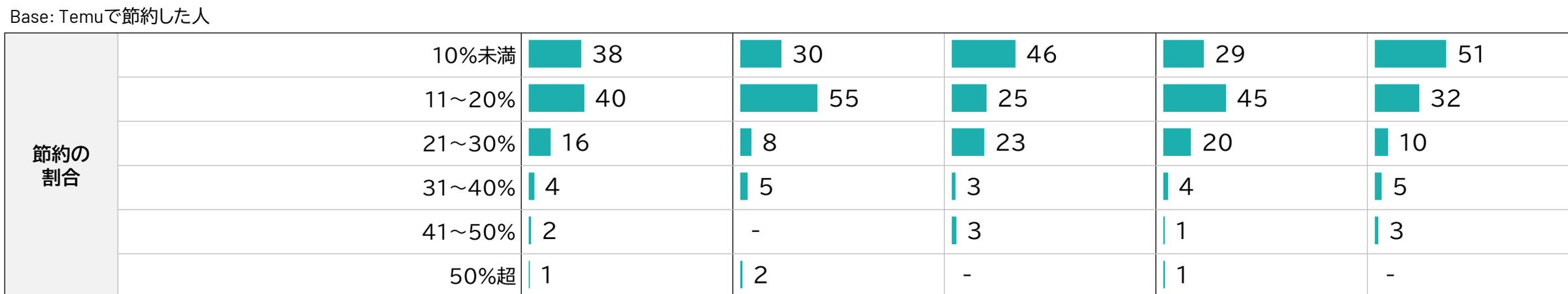
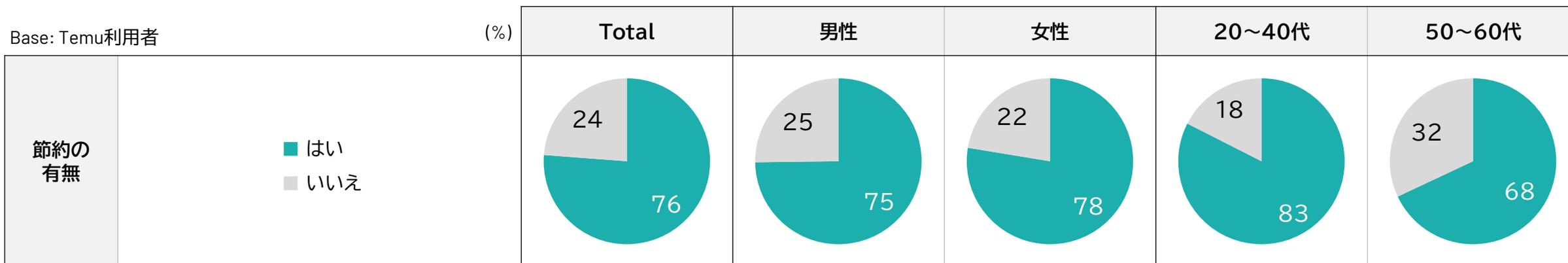
	Total	男性	女性	20~40代	50~60代
部屋の中を少しおしゃれにしたり、飾りつけを工夫するようになった	28	22	33	35	18
Temuで買った商品をきっかけに、新しい趣味を始めた	22	24	20	25	17
デスク周りなど、仕事場の環境を変えた	14	17	12	20	7
前からやってみたかったDIYやハンドメイドにチャレンジできた	13	10	15	15	10
Temuで買った道具で、新しく運動やスポーツを始めてみた	11	13	9	17	3
Temuで買った商品をきっかけに、ビジネスが広がった	9	11	7	15	2
個人事業や副業を始めるきっかけになった	4	1	8	6	2
その他	2	2	3	-	5
特に変わったことは無い	48	51	45	40	58

Q23. Temuを使って買い物をするようになってから、あなたの生活の中で「ちょっとした変化」や「やってみようかなと思ったこと」はありましたか。
 あてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも)

節約の有無と割合

Temu利用者の3/4が節約できたと感じている。

年代別で見ると、20～40代は節約できた利用者が8割超で節約の割合も高い。



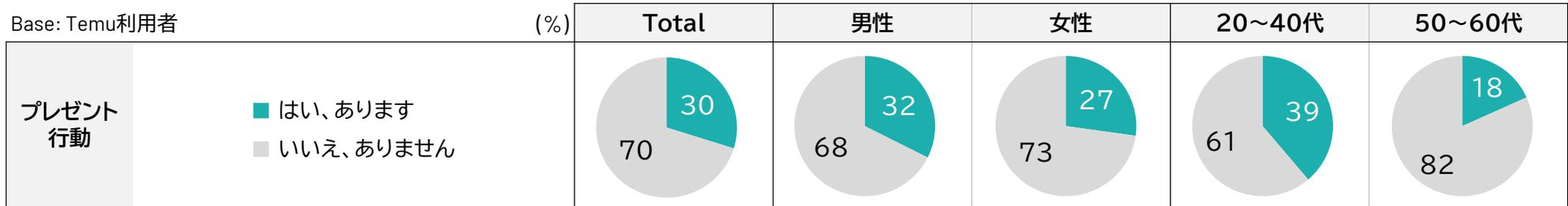
Q35. Temuを利用することで、日常の買い物支出が節約できたと思いますか。(ひとつだけ)

Q36. Temuを利用することで、普段の1か月あたりの買い物支出をどのくらい節約できたと思いますか。(ひとつだけ)

プレゼント行動 送った相手と場面

Temuを利用したプレゼント経験者は3割。場面は「誕生日」、相手は「配偶者／パートナー」が多い。

Base: Temu利用者



Base: 家族や友人にプレゼントを購入したことがある人

送った相手	配偶者／パートナー	50	47	54	48	56
	子ども	34	38	29	36	28
	母親	31	27	36	32	27
	友人	26	21	33	26	27
	父親	19	17	21	16	27
	兄弟	15	7	25	14	18
	職場の人・知人(贈答・お礼など)	13	8	19	14	9
	その他親戚	12	9	16	6	27
	祖父母	8	9	6	10	-
	その他	-	-	-	-	-
場面	誕生日	56	48	66	57	54
	母の日／父の日	21	19	23	22	19
	こどもの日	19	18	19	22	9
	クリスマス	18	9	29	21	9
	お中元／お歳暮	14	12	17	19	-
	敬老の日	8	-	17	10	-
	入学／卒業／進級	7	9	4	9	-
	その他記念日	13	3	25	18	-
	これと言ったタイミングや理由は無い	24	32	14	23	28

Q34. Temuを利用して、家族や友人にプレゼントを購入したことはありますか。(ひとつだけ)

Q34_1. Temuを利用して、これまでにプレゼントを贈った相手をすべてお選びください。(いくつでも)

31 Q34_2. Temuでプレゼントを購入したときのタイミングや理由としてあてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

THANK
YOU

