PRESS RELEASE

報道関係各位

2026 年 11 月 16 日
ジオテクノロジーズ株式会社

ジオテクノロジーズ、Geo-Research で子育て世帯 3,146 人の購買実態を調査

子ども向けの商品選びで重視される点は「価格」より「子どもの好み」

ジオテクノロジーズ株式会社（本社：東京都文京区、代表取締役社長：八剱 洋一郎）は、位置情報×アンケートの統合リサーチ「Geo-Research（ジオリサーチ）」を活用し、全国の 20 歳から 59 歳で 0 歳から 12 歳の末子と同居する男女 3,146 人を対象とした「子ども関連商材の消費に関する調査」を実施・発表しました。

本調査を通じて、商品選定における重視ポイントや祖父母の関与の実態に加え、子どもの年齢や世帯年収によって、購買意識や購入先の選定基準に違いがあることを確認しました。

■ 調査結果のポイント

・商品選びで重視することは、「子どもの好み」46.6%が最多。「価格」38.6%、「安全性」23.7%が続く。
・EC モールの利用率は、世帯年収 400 万円未満と 1,000 万円以上の層で約 2 倍の差があり、世帯年収が高いほど利用率が高い傾向がみられた。
・子ども向け商品の購入を楽しんでいる人の合計は 65.8%。末子の年齢が高いほど、購入を楽しむ割合が低下する傾向がみられた。
・直近 3 か月に祖父母が自己負担で子ども向け商品を購入したと回答した割合は 60.8%。保護者だけでなく、祖父母も子ども向け商品の購入に関わっていることが分かった。

■ 調査の背景

子ども関連商材を扱うメーカーや小売企業は、消費者のニーズを把握したうえで、商品開発や販売促進を検討しています。子ども向け商品の場合は、保護者が重視する点や子ども本人の意思決定への関わり方に加え、子どもの年齢や世帯年収による購買意識・購入先の違いも、検討に必要な情報です。

当社は、子育て世帯の購買実態と消費者ニーズを明らかにするため、Geo-Research の登録モニターを対象に本調査を実施しました。調査結果は、企業の商品開発やマーケティング施策の検討に役立てていただくことを想定しています。

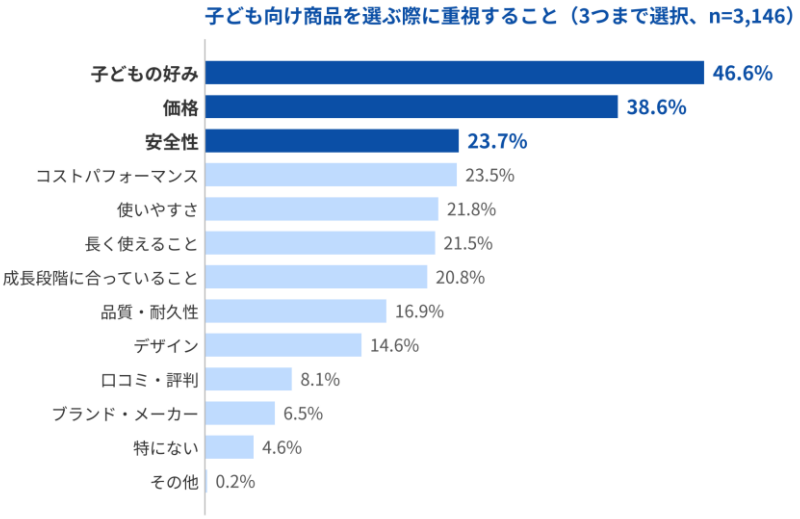
■ 調査結果の詳細

1. 商品選びで重視する点は「子どもの好み」が最多、3 人に 1 人以上は子どもが購入の決定に関わる

商品を選ぶ際に重視する点（3 つまで選択）は、「子どもの好み」が 46.6%で最多となり、「価格」が 38.6%、「安全性」が 23.7%と続きました。また、購入する商品を誰が決めるかについては、「お子さま本人が主に決める」が 8.6%、「自分または配偶者・パートナーとお子さまで相談して決める」が 27.1%でした。合計 35.7%で、子ども本人が購入の決定に関わっていることが分かりました。なお、回答を男女別にみると、女性の 35.6%が「自分が主

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

に決める」、男性の 28.0%が「配偶者・パートナーが主に決める」と回答しており、女性が商品選択を担う傾向がみられました。

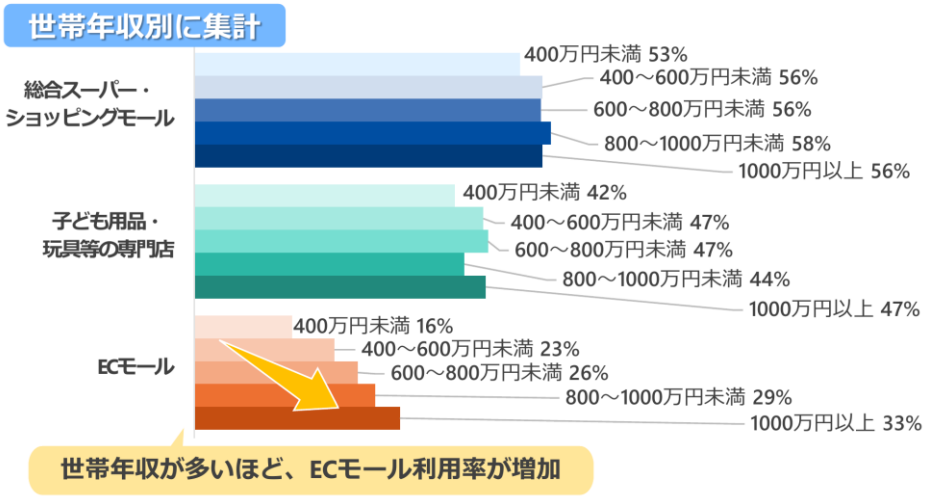


2. 世帯年収 1,000 万円以上は全体より「価格」の重視度が低く、「成長段階に合っていること」の重視度が高い

商品の選定基準を世帯年収別にみると、世帯年収 1,000 万円以上の層では、「価格」を重視する割合が 29.1%と、全体を 9.5 ポイント下回りました。一方、「成長段階に合っていること」は 26.5%と、全体を 5.7 ポイント上回っており、子どもの成長段階に合った商品選びを重視する傾向がみられました。

3. 子ども向け商品の購入先は「総合スーパー・ショッピングモール」が最多、世帯年収が高いほど EC モールの利用率が高い傾向

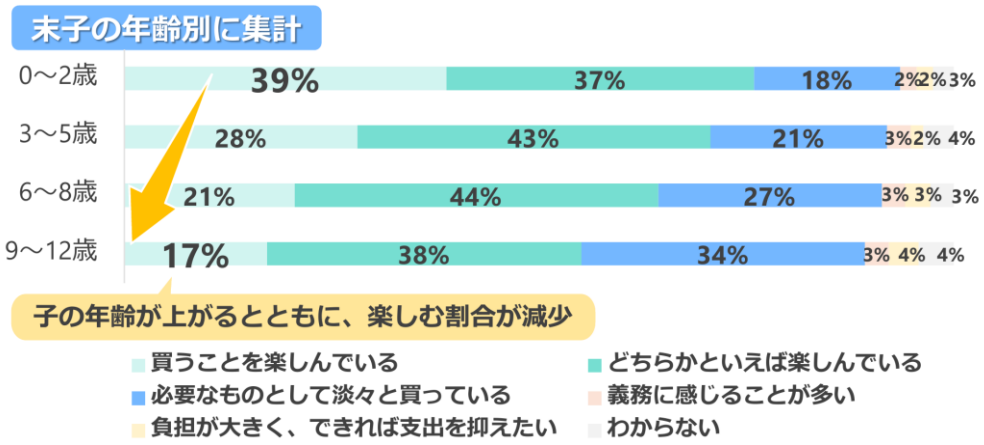
普段の購入場所（3 つまで選択）は、「総合スーパー・ショッピングモール」が 56.0%で最多となり、「子ども用品・玩具等の専門店」が 45.9%、「EC モール」が 25.4%と続きました。また、EC モールの利用率を世帯年収別にみると、400 万円未満では 15.8%だった一方、1,000 万円以上では 33.2%と約 2 倍の差があり、世帯年収が高いほど EC モールの利用率が高い傾向がみられました。



© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

4. 子ども向け商品の購入を楽しむ割合は 65.8%、末子の年齢が高いほど低下する傾向

子ども向け商品を買うことについて、「買うことを楽しんでいる」「どちらかといえば楽しんでいる」と回答した人は、合計 65.8%でした。末子の年齢別にみると、0-2 歳では 75.9%、3-5 歳では 70.7%、6-8 歳では 64.4%、9-12 歳では 55.1%となりました。0-2 歳と 9-12 歳では 20.8 ポイントの差があり、末子の年齢が高いほど、購入を楽しむ割合が低下する傾向がみられました。



5. 約 6 割が、祖父母に子ども向け商品を購入してもらったと回答

直近 3 か月に、祖父母が自己負担で子ども向け商品を購入したと回答した割合は 60.8%に上りました。保護者だけでなく、祖父母も子ども向け商品の購入に関わっている実態を確認しました。

6. 自由回答では価格・デザイン・サイズに関する要望が多数

任意回答の自由記述には、全回答者の約 2 割にあたる 633 件の回答が寄せられました。内容を分類すると、「価格・負担軽減」に関する回答が 196 件で最も多く、「デザイン・色・キャラクター」が 89 件、「サイズ・フィット」が 63 件と続きました。

※1 件の回答に複数の分類を付けているため、分類ごとの件数の合計は回答件数と一致しません。

具体的には、「服などはすぐサイズアウトしてしまうのでもう少しお手頃な価格だとありがたい」「ネット主流になり、試着が出来ず、サイズ感が分からなくなった」といった声が寄せられました。子どもの成長に伴う買い替えの負担や、サイズ選びに関する悩みがうかがえます。

■ 本調査で確認した Geo-Research の特長

本調査では、Geo-Research のモニターが登録している「同居している子どもの人数」の属性を使い、子どもと同居している方に絞ってアンケートを配信しました。調査期間は 6 日間で、3,146 人の有効回答を得ています。子育て世帯に絞った調査を短期間で実施できる点は、Geo-Research の強みです。Geo-Research では、特定の店舗を訪れた人に絞った調査も実施できます。回答者の人流分析と組み合わせれば、来店理由や競合商品の利用状況も分析できます。当社は、子ども関連商材を扱う企業の商品開発やサービス改善に、Geo-Research を活用いただけると考えています。

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。

■ **調査概要**

調査名：子ども関連商材の消費に関する調査
調査対象：20 歳から 59 歳で、0 歳から 12 歳の未子と同居する男女
調査エリア：全国
有効回答数：3,146 人
調査期間：2026 年 9 月 29 日から 10 月 4 日
調査方法：Geo-Research を利用したアンケート調査
実施主体：ジオテクノロジーズ株式会社

※本文の構成比は小数点第 2 位を四捨五入しています。図表の一部は整数で表示しています。
※本調査結果を引用・転載する際は、「ジオテクノロジーズ株式会社調べ」と明記してください。

【調査レポートのダウンロード】：https://business.mapfan.com/resources/download/9479

■ **位置情報×アンケートの統合リサーチ「Geo-Research（ジオリサーチ）」について**

「Geo-Research」は、GPS 位置情報とアンケート調査データを連動させ、生活者の行動と意識の関係を分析するリサーチサービスです。ポイ活アプリ「トリマ」のアクティブユーザー約 200 万人を基盤とし、性別・世帯年収・同居の子どもなど 13 種類の属性で対象者を絞り込めます。競合店など特定の場所を訪れた人に限定したアンケートも実施でき、広告効果測定や商品開発、出店戦略などに活用できます。

【サービスサイト】：https://business.mapfan.com/service/geo-research-lp-002/

■ **ジオテクノロジーズ株式会社について**

1994 年の創業以来、一貫してデジタル地図を提供しています。自社ブランド「MapFan」をはじめ、カーナビ・法人向けの地図データや、高度な自動運転の実現に不可欠な AD/ADAS 用地図など、幅広い地理空間データを保有しています。

さらに当社は、ポイ活アプリ「トリマ」に代表されるユーザーとの接点によって得られる「ダイナミックデータ」という、もう一つの資産を持っています。位置情報に人の移動や行動を掛け合わせることにより、そこにあるストーリーまでを提供することが可能となります。

当社は、地理空間データとダイナミックデータの提供・分析を通じて、より快適でサステナブルな社会の実現を目指します。

本社所在地：	東京都文京区本駒込 2-28-8 文京グリーンコートセンターオフィス 22F
代表者：	代表取締役社長　八剱 洋一郎
設立：	1994 年 5 月 1 日
事業内容：	オートモーティブビジネス／エンタープライズビジネス／コンシューマービジネス／マーケティングビジネス
コーポレートサイト：	https://geot.jp/

© 2026 GeoTechnologies, Inc.
※記載されている会社名、製品名などは該当する各社の商標または登録商標です。