

報道関係各位

2025年3月5日
株式会社クロス・マーケティング

財布の人気タイプ、長財布と二つ折りに二分入っていると安心な金額は「1万円」

－ 財布に関する調査（2025年） －

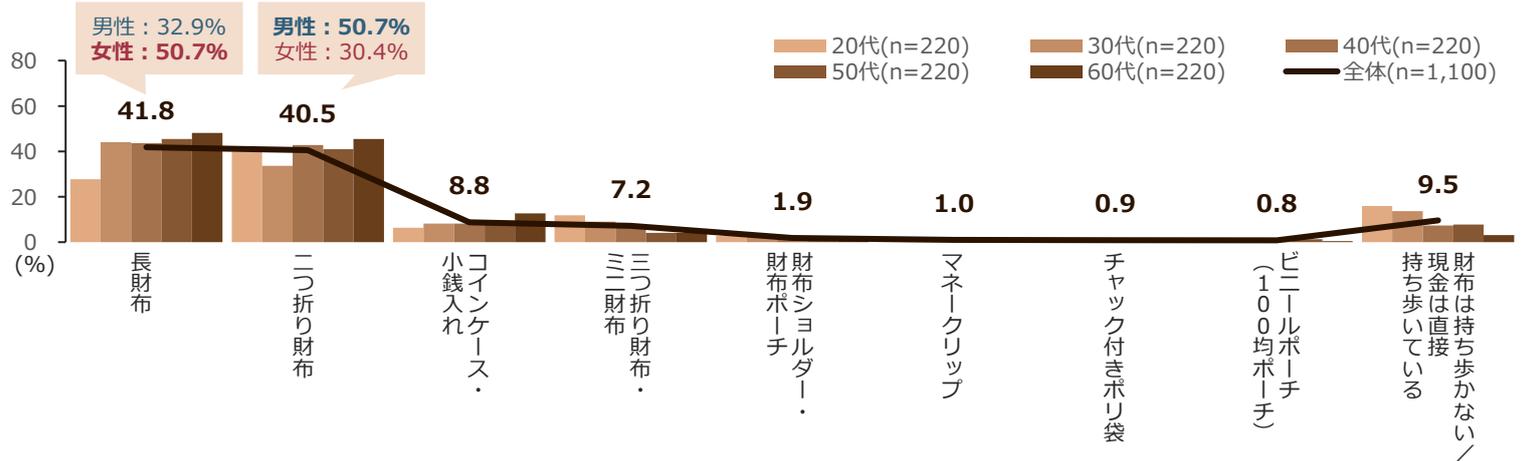
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「財布に関する調査（2025年）」を実施しました。キャッシュレス化やポイントカードのデジタル化が進んでいます。今回は、普段よく使っている財布の形や購入場所、財布に入っていると安心する金額、財布の使い方や選び方について分析しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250305wallet>

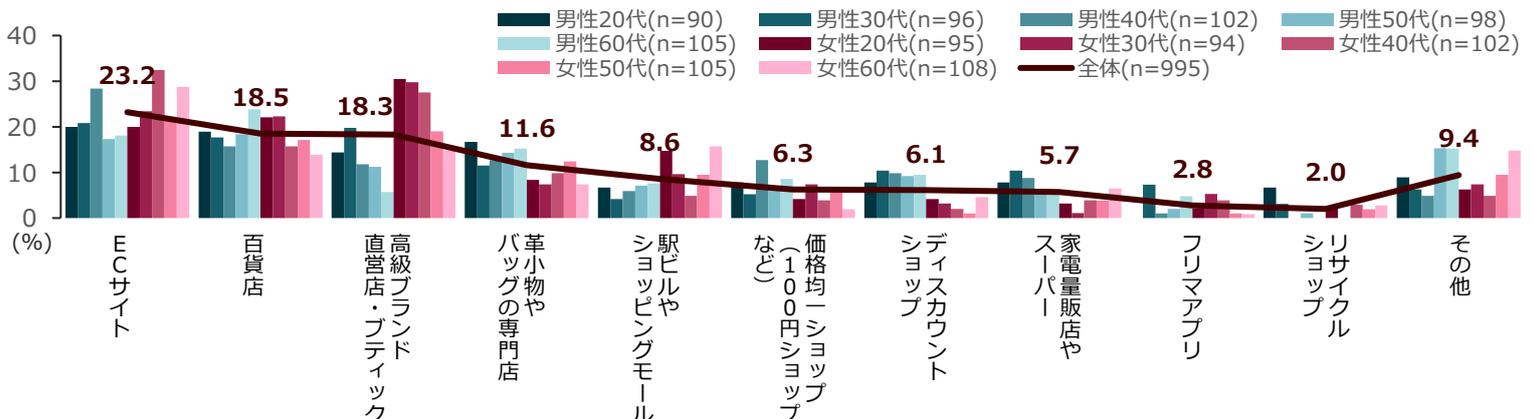
■ 調査結果

- ✓ 普段、使用している財布は、「長財布」「二つ折り財布」が4割。
男性は「二つ折り財布」、女性は「長財布」を半数が使用。年代が若くなるにつれて「財布を持ち歩かない」が高い。〈図1〉
- ✓ 財布の購入場所は「ECサイト」が最も高く、「百貨店」「高級ブランド直営店・ブティック」が続く。
男女ともに40代は「ECサイト」、女性20～40代は「高級ブランド直営店・ブティック」での購入率が目立つ。〈図2〉
- ✓ どの年代も財布に入っていると安心する金額は「10,000円程度」。
20代は半数近くが「5,000円以下」でも安心と回答。〈図3〉
- ✓ 財布の使い方や選び方は、「お気に入りを長く使用」「なるべく長く使いたいのですっかりしたものを選ぶ」がTOP2で、長く使うことを重視する傾向がうかがえる。
女性は、「お札は折らずに財布に入りたい」「新しい財布に替えると気分がいい」が男性と比べ差は大きい。〈図4〉

<図1> 普段使用している財布の形（複数回答）



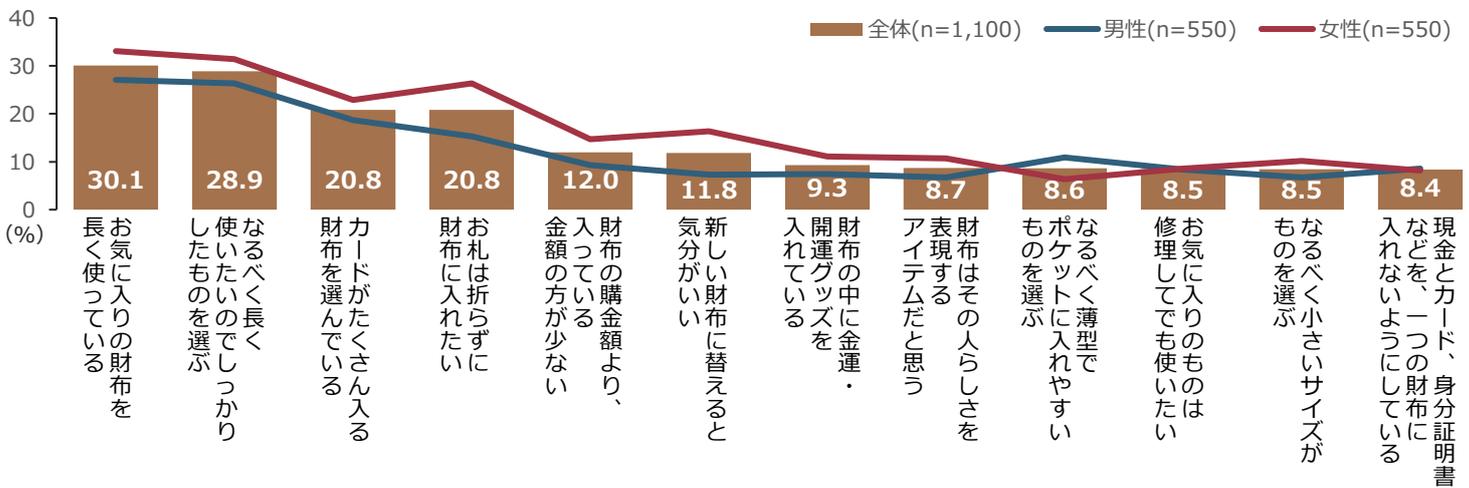
<図2> 普段使用している財布の購入場所（複数回答） ※財布を使用している人ベース



<図3> 財布に入っていると安心する金額 (単一回答)

n=	5,000円以下							5,000円以下
	1,000円程度	3,000円程度	5,000円程度	10,000円程度	30,000円程度	50,000円程度	50,000円以上	
全体 (1,100)	8.9	9.3	17.2	32.3	22.8	4.0	5.5	35.4
20代 (220)	14.1	12.7	20.9	26.4	17.3	2.3	6.4	47.7
30代 (220)	13.2	5.5	19.1	31.8	21.8	2.3	6.4	37.7
40代 (220)	7.3	9.5	14.1	40.0	20.9	4.5	3.6	30.9
50代 (220)	5.5	8.2	16.8	32.7	24.5	5.9	6.4	30.5
60代 (220)	4.5	10.5	15.0	30.5	29.5	5.0	5.0	30.0 (%)

<図4> 財布の使い方や選び方について TOP12 (複数回答)



■ 調査項目

- 属性設問
- 使用している財布の形
- 使用している財布の購入場所
- 財布に入っていると安心する金額
- 財布の使い方や選び方について

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250305wallet>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2025年2月28日 (金) ~3月2日 (日)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」