

**【家具・インテリア購入調査】家具購入・検討経験者の
77.8%が、欲しい家具の購入をためらった経験あり
価格の安さより「品質」「長く使えること」を重視する一
方、4人に1人が希望より安い家具へ変更**

**～約6割がEC上の分割払いに前向き、ブランド独自EC等での柔
軟な支払い手段が購入を後押し～**



エンベデッド・ファイナンスを展開する GeNiE 株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：齊藤雄一郎）は、全国の 20 歳～69 歳の男女を対象に「家具購入と支払い手段に関する実態調査」を実施しました。

本調査では、家具の購入・検討経験者の 77.8%が、欲しい家具の購入を何らかの理由でためらった経験があることが分かりました。購入をためらった理由として「サイズ感や設置後のイメージが不安だった」が最多となった一方、「他に優先すべき出費があった」「一度に大きな支出が発生することに抵抗があった」「総額が予算を超えていた」など、支払

い負担に関する項目も上位に並びました。

また、購入をためらった後に「希望より安い家具に変更した」と回答した人は、20～30代で 33.2%、40～50代で 22.0%、60代以上で 18.8%でした。一方、全体の 64.7%が、柔軟な支払い手段があれば「希望していた家具を購入・買い替えしやすくなる」と回答しています。

価格だけでなく、品質やデザインにもこだわって家具を選びたいというニーズがある一方で、支払い負担によって希望する家具を諦めるケースも少なくありません。今回の調査では、家具購入における理想と実際の購入行動の間にあるギャップや、EC上で提供される柔軟な支払い手段へのニーズについて詳しく探りました。

《調査サマリー》

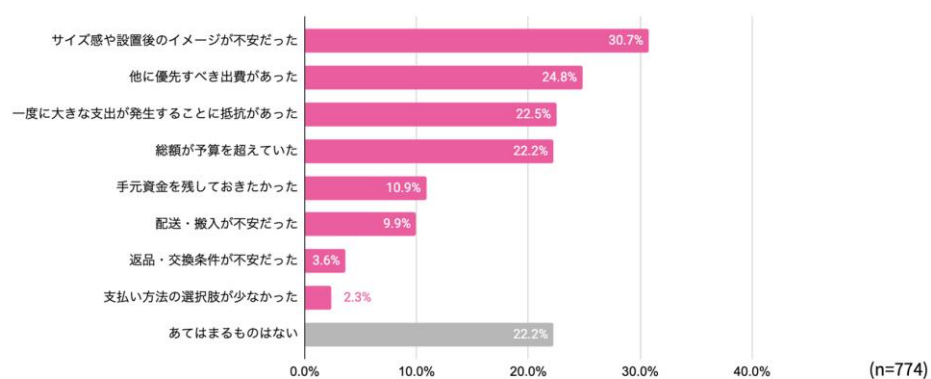
- ・購入をためらった経験は、20～30代で 84.2%、40～50代で 77.5%、60代以上で 67.5%。年代が若いほど購入をためらう傾向
- ・購入をためらった後、20～30代の 33.2%が「希望より安い家具に変更」。40～50代は 22.0%、60代以上は 18.8%
- ・家具購入時に重視することは「品質が良いこと（59.0%）」が最多。「長く使えること（56.3%）」「部屋に合うこと（49.7%）」が続き、「価格が安いこと（29.0%）」を上回る
- ・全体の 64.7%が、柔軟な支払い手段があれば希望していた家具を購入・買い替えしやすくなると回答

■若い世代ほど家具購入をためらう傾向、20～30代の3人に1人が希望より安い家具に変更

家具の購入・検討経験者に、欲しい家具の購入をためらった理由を聞いたところ、「あてはまるものはない」と回答した人を除く 77.8%が、何らかの理由で購入をためらった経験があると回答しました。理由としては、「サイズ感や設置後のイメージが不安だった（30.7%）」が最も多く、「他に優先すべき出費があった（24.8%）」「一度に大きな支出が発生することに抵抗があった（22.5%）」が続き、設置後の不安の他、様々な金銭的な理由が欲しい家具の購入ハードルになっていることがわかりました。

購入をためらった理由は「サイズ感や設置後のイメージへの不安」が最多

Q.購入をためらった理由について、選択肢の中で当てはまるものをすべて教えてください。

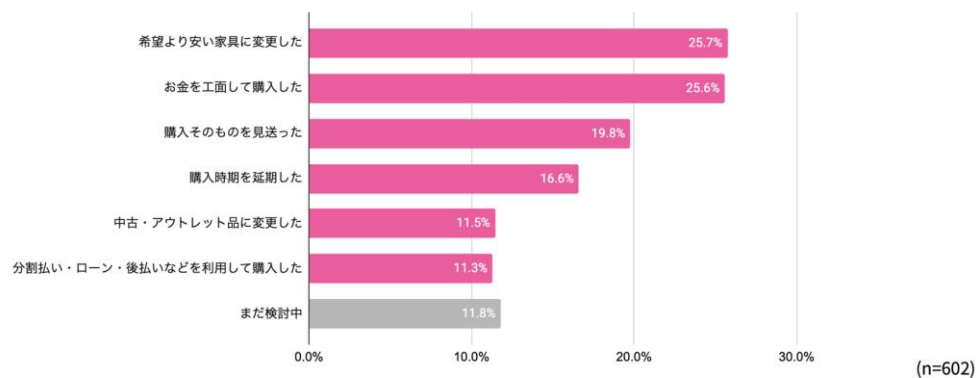


年代別に見ると、購入をためらった経験がある人は 20～30 代で 84.2%、40～50 代で 77.5%、60 代以上で 67.5%となり、年代が若いほど割合が高くなる傾向が見られました。

欲しい家具の購入をためらった後、最終的にどのようにしたかを聞いたところ、「希望より安い家具に変更した（25.7%）」が最も多く、僅差で「お金を工面して購入した（25.6%）」が続きました。次いで、「購入そのものを見送った（19.8%）」となっています。

購入をためらった後、**4人に1人**が「希望より安い家具に変更」

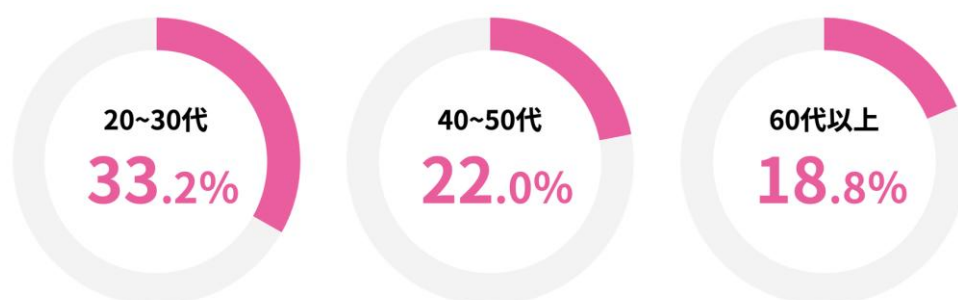
Q.欲しい家具の購入をためらった後、最終的にどのようにしましたか。



購入をためらった後に「希望より安い家具に変更した」と回答した人は、20～30代で33.2%、40～50代で22.0%、60代以上で18.8%でした。若い世代ほど、一度にまとまった支払いが発生することへの抵抗が強く、希望より価格を抑えた家具へ変更していることがうかがえます。

若い世代ほど「希望より安い家具に変更」する割合が高い

Q.欲しい家具の購入をためらった後、最終的にどのようにしましたか。



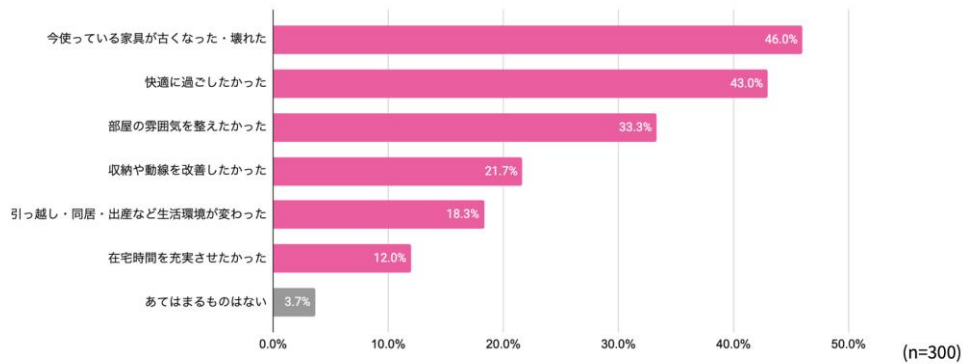
(20~30代 n=235、40~50代 n=255、60代以上 n=112)

■家具購入では「価格の安さ」よりも「品質」「長く使えること」を重視

家具を購入・買い替えたいと思った理由を聞いたところ、「今使っている家具が古くなった・壊れた（46.0%）」が最多となり、「快適に過ごしたかった（43.0%）」「部屋の雰囲気を整えたかった（33.3%）」が続きました。

購入・買い替え理由は「今使っている家具が古くなった・壊れた」が最多

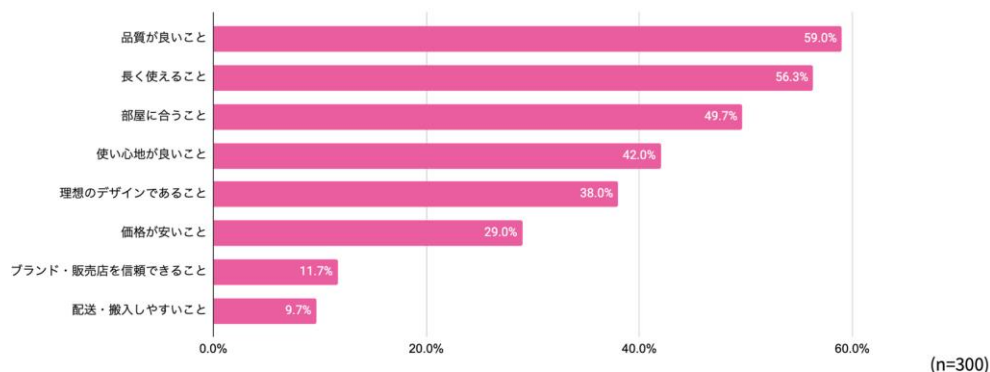
Q.直近3年以内に、家具を購入または具体的に購入検討したことがあるかたにお伺いします。
家具を購入・買い替えたいと思った理由を教えてください。



また、家具購入時に重視することは「品質が良いこと（59.0%）」が最も多く、次いで「長く使えること（56.3%）」「部屋に合うこと（49.7%）」「使い心地が良いこと（42.0%）」という結果になりました。「価格が安いこと」は29.0%にとどまり、価格だけでなく、長く納得して使える品質や耐久性、部屋との相性が重視されていることがうかがえます。

家具購入では「価格の安さ」よりも「品質」「長く使えること」を重視

Q.家具購入時に重視することについて選択肢の中で当てはまるものを教えてください。

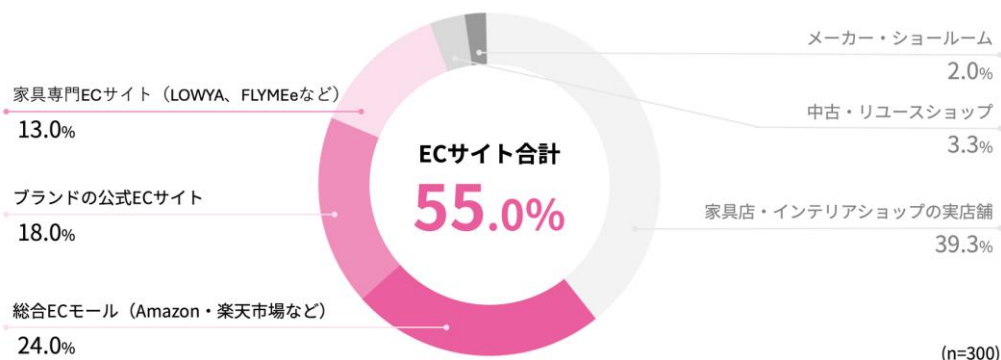


■家具 EC は、購入場所であると同時に比較検討の主要な接点に

最も高額な家具を購入した場所、または購入を予定していた場所を聞いたところ、「家具店・インテリアショップの実店舗（39.3%）」が最多となりました。一方で、「総合 EC モール（24.0%）」「ブランドの公式 EC サイト（18.0%）」「家具専門 EC サイト（13.0%）」を合計すると、EC での購入・購入予定は 55.0%にのびりました。

最も高額な家具の購入・購入予定先、EC合計は55.0%

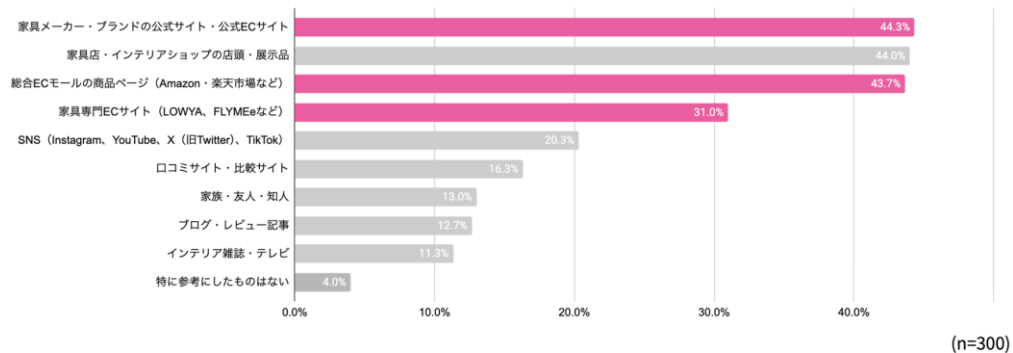
Q.直近で購入・検討した家具のうち、最も高額な家具について、購入した場所（購入しなかった方は購入を予定していた場所）を教えてください。



家具を購入するまでに参考にした情報では、「家具メーカー・ブランドの公式サイト・公式 EC サイト（44.3%）」「家具店・インテリアショップの店頭・展示品（44.0%）」「総合 EC モールの商品ページ（43.7%）」が上位となりました。実物を確認できる店頭に加え、EC サイトも商品や価格を比較し、購入を判断するための主要な接点となっていることがうかがえます。

家具購入時の情報源は、公式サイト・店頭・ECモールが上位

Q.家具を購入するまでの検討期間に、参考にした情報を教えてください。



■約 3 人に 2 人が、柔軟な支払い手段で「希望する家具を購入しやすくなる」

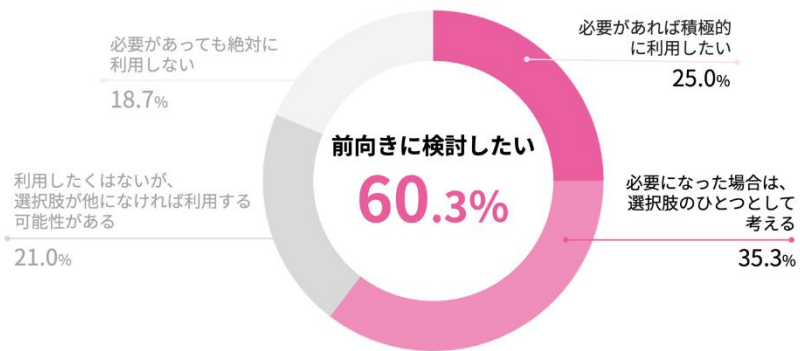
と回答

ブランド独自 EC や家具専門 EC 上で分割払いを利用できる場合、「必要があれば積極的に利用したい（25.0%）」「必要になった場合は選択肢のひとつとして考える

（35.3%）」と回答した人は合計 60.3%となりました。約 6 割が、EC 上の分割払いを前向きに捉えています。

約6割がEC上の分割払いを前向きに検討

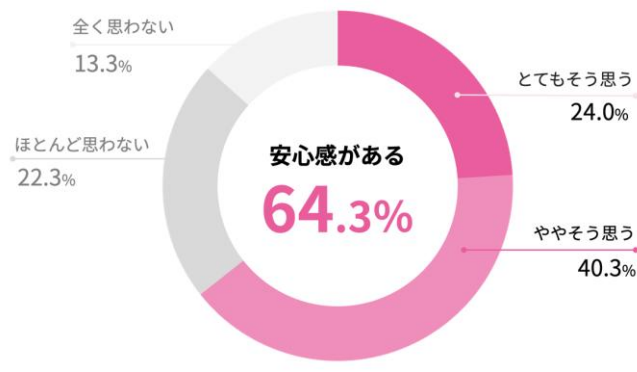
Q.ブランド独自ECや家具専門EC上で、分割払いサービスが利用できるとしたら、あなたはその分割払いを利用したいと思いますか？



また、ブランド独自 EC や家具専門 EC 上の分割払いについて、他の金融サービスと比較して「安心感がある」と回答した人は 64.3%でした。

約3人に2人がブランド独自ECや家具専門EC上の分割払いに安心感

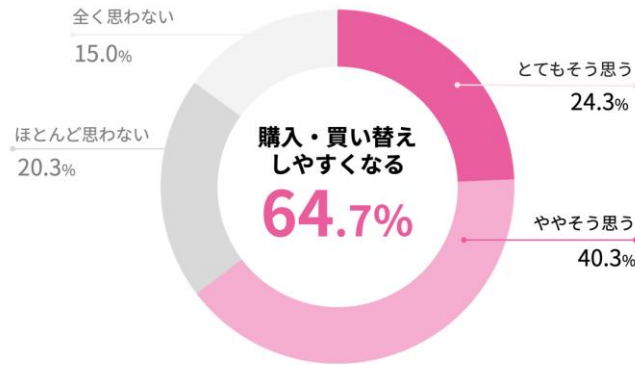
Q.ブランド独自ECや家具専門EC上で、分割払いが利用できるとしたら、他の金融サービスと比較して安心感があると思いますか？



さらに、64.7%が、分割払いやローンのような柔軟な支払い手段がある場合、「希望していた家具を購入・買い替えしやすくなる」と回答しています。

約3人に2人が柔軟な支払い手段で希望する家具を購入しやすくなる

Q.分割払いやローンのような柔軟な支払い手段がある場合、希望していた家具を購入・買い替えしやすくなると思いますか。



これらの結果から、単に支払い手段を追加するだけでなく、普段商品を検討しているブランド独自 EC や家具専門 EC の中で提供することが、利用意向と安心感の両方を高め、希望する家具の購入を後押しする可能性があると考えられます。

【調査概要】

調査名：家具購入と支払い手段に関する実態調査

アンケート対象：全国、20 歳～69 歳の男女

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026 年 7 月

調査人数：3,000 名

■エンベデッド・ファイナンスが切り拓く、家具購入の新しい選択肢

今回の調査では、家具購入時には「価格の安さ」よりも「品質が良いこと」や「長く使えること」が重視されている一方で、購入・検討経験者の 77.8%が、欲しい家具の購入をサイズ感や金銭が原因でためらっていることが分かりました。

年代別に見ると、購入をためらった経験や、希望より安い家具に変更した割合は、年代が若いほど高くなる傾向が見られました。一方で、全体の 64.7%が、柔軟な支払い手段によって希望していた家具を購入・買い替えしやすくなると回答しています。支払い方法の選択肢は、支払い負担によって希望する家具を諦めていた人の購入を後押しする可能性があります。

GeNiE が提供する組込型金融サービス「マネーのランプ」は、購入導線からシームレスに、ローンの申し込み・審査・契約までを完結させることができるサービスです。ブランド独自 EC や家具専門 EC の中で、商品を検討しているタイミングに支払い方法の選択肢を提示することで、支払い負担による購入の変更や見送りを防ぎ、生活者の納得した家具選びと、事業者の収益機会の拡張に貢献します。

■「マネーのランプ」について

顧客の願いを叶える“あなたらしい”金融サービス



「マネーのランプ」は、レンディング（貸付）機能に特化した組込型金融サービスです。レンディング事業は、貸金業ライセンスの取得や厳格な法対応、金融庁による監督指針などを遵守するための態勢整備が必要であり、参入障壁の高いビジネスです。しかし「マネーのランプ」であれば、最短 2 週間で事業会社によるレンディング機能の提供開始を実現します。これにより、エンドユーザーは普段から利用しているショッピングサイトやアプリ内で商品を購入する際、迅速にレンディングサービスへ申し込むことができ、必要な資金をその場で受け取ることができます。顧客の資金ニーズが高まっているタイミングでのシームレスな金融サービスの提供を可能にすることで、顧客体験の向上および企業の収益向上に貢献します。

「マネーのランプ」の特長：

- ①初期費用・貸金業ライセンス不要で早期に収益化可能
- ②最短 2 週間で事業会社によるレンディング機能の提供開始を実現
- ③アコム 100%出資のフィンテック企業だから提供できる高精度の与信システム

サービスページ：<https://genie-ml.com/money-lamp/>

■ GeNiE 株式会社について

会社名：GeNiE 株式会社

本社所在地：東京都中央区八丁堀二丁目 10 番 9 号

代表者：代表取締役社長 齊藤 雄一郎

設立：2022 年 4 月 1 日

URL：<https://genie-ml.com/>