

1,800人のV会員に聞いた！
「お盆・夏休みの消費行動調査」 レポート



本資料「**お盆・夏休みの消費行動調査レポート**」を
ダウンロードいただきまして、誠にありがとうございます。

今回は...

- ☒ 今年のお盆・夏休み期間の消費行動
- ☒ 商品購入キャンペーンの参加意欲

をご紹介します。

1. 調査概要

2. お盆・夏休みの消費行動調査 結果

2-1 今年のお盆・夏休みの予定

2-2 今年のお盆・夏休みの予算

2-3 今年のお盆・夏休みの消費意識

2-4 お盆・夏休みの買い物の特徴

2-5 今年のお盆・夏休みのジャンルごとの出費傾向

2-6 応募したくなる商品購入キャンペーンの特徴

2-7 キャンペーン時の購買行動

2-8 まとめ

3. データ販売のご案内

4. お問い合わせ先



お盆・夏休みの消費行動調査 調査概要											
調査地域：全国											
調査対象者：男女20～69歳のV会員											
集計対象数：1,800サンプル											
調査期間：2026年6月25日（木）～7月1日（水）											
実査機関：Vポイントマーケティング株式会社											
調査方法：Vアンケート（インターネット調査）											

性別・年代別の構成が日本の人口構成比に近くなるようにサンプルを回収しております。
本調査における性年代の構成比は以下の通りです。

【集計表の表示について】
レポートの性年代別集計表では、
全体との差を下の色で表示しています。

	全体	男性					女性				
		20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
回答者数	1800	156	160	199	220	174	147	154	192	218	180
%	100.0	8.7	8.9	11.1	12.2	9.7	8.2	8.6	10.7	12.1	10.0

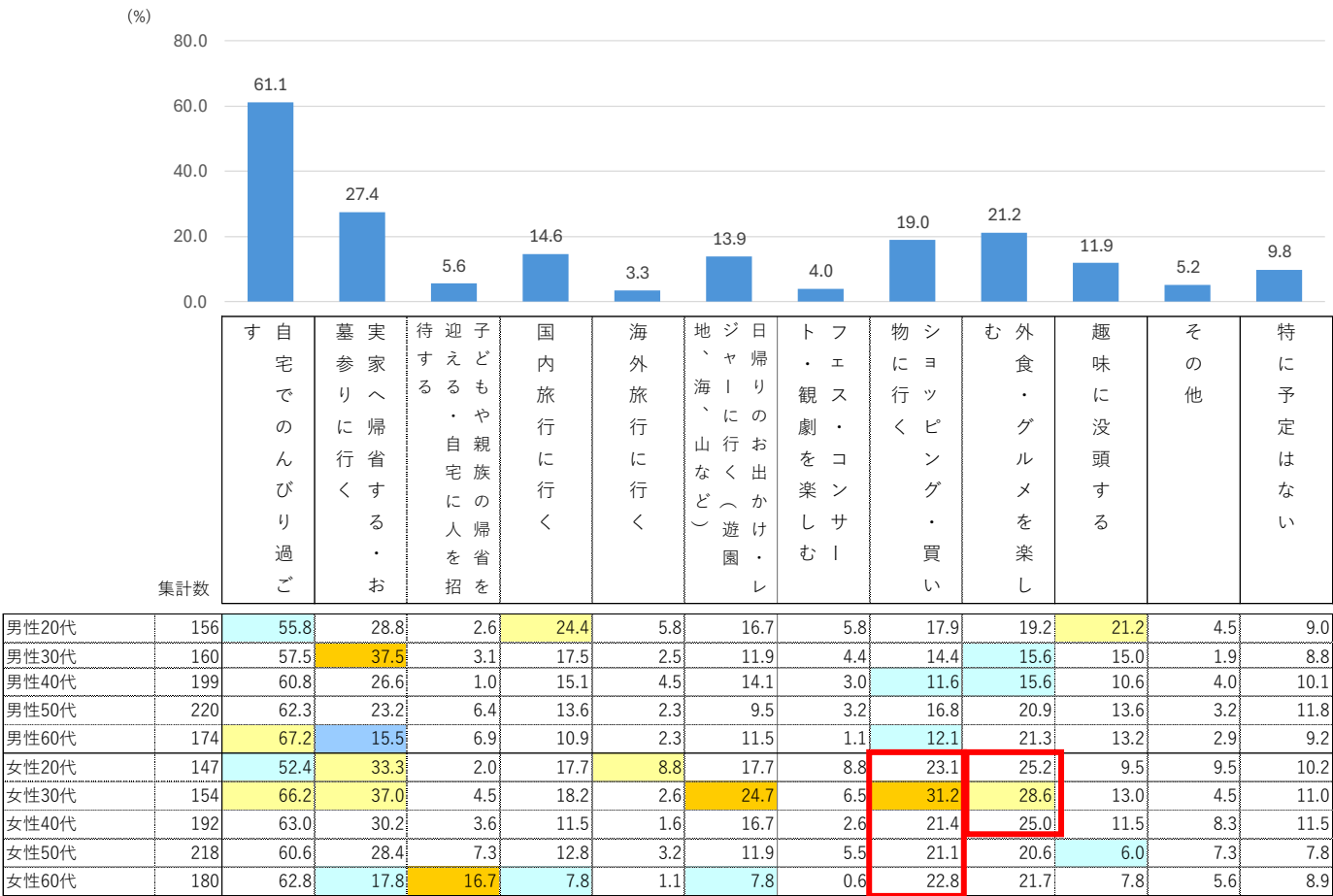
【比率の差】	
全体 + 10 ポイント	
全体 + 5 ポイント	
全体 - 5 ポイント	
全体 - 10 ポイント	



■ 夏休み・お盆の過ごし方は自宅派が主流

- 今年の夏休みの過ごし方は「**自宅でのんびり過ごす**」（61.1%）が突出して高く、「**実家へ帰省する・お墓参りに行く**」（27.4%）が2番目に回答が多い。
- 性年代別に見ると、**女性20～40代において「**外食・グルメを楽しむ**」がやや高い**。「ショッピング・買い物に行く」は男性に比べ女性が全体的に高い。

Q4 今年の夏休みやお盆の期間中、あなたはどのようなことをして過ごす予定ですか。（複数選択可、n=1800）

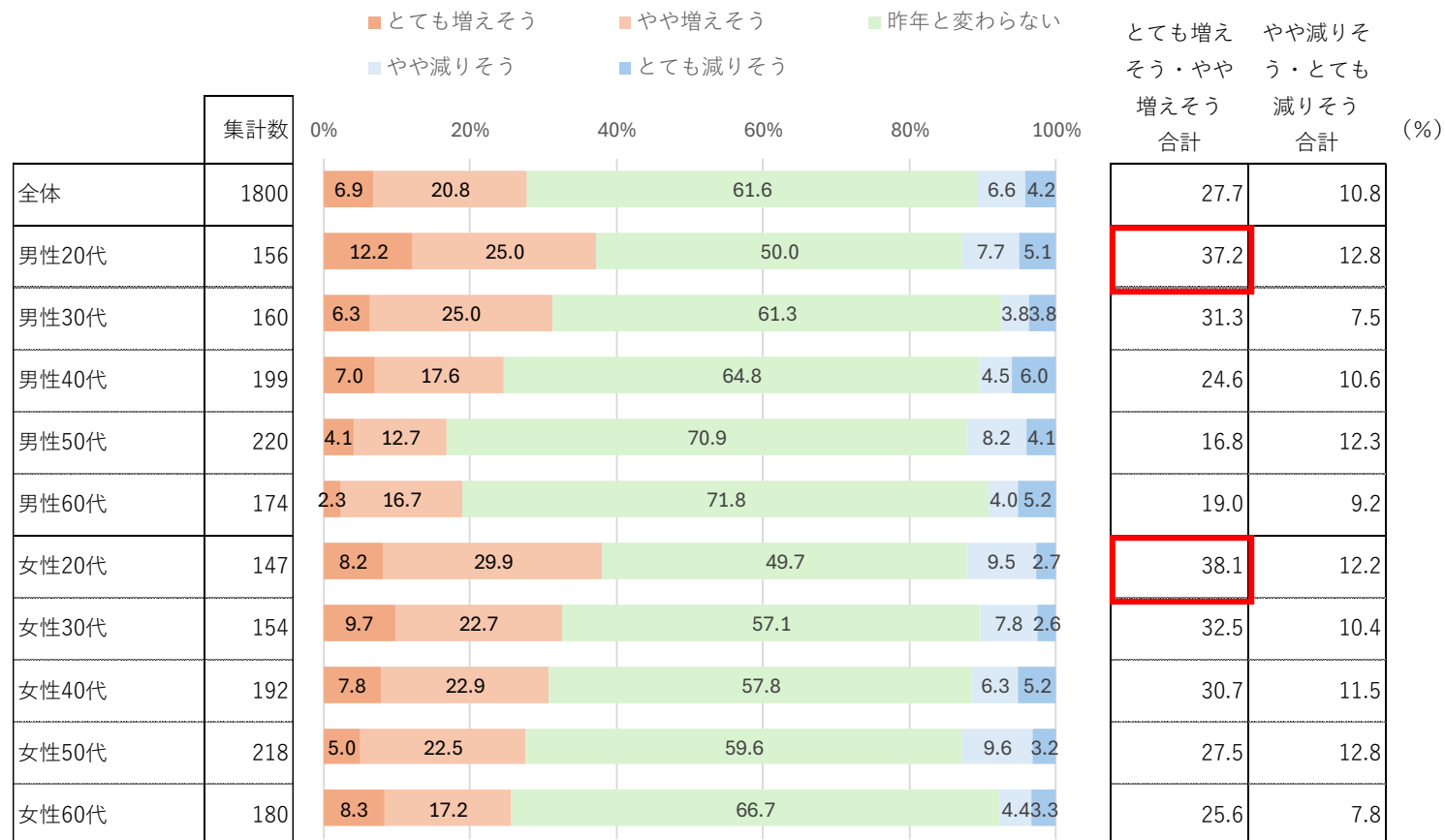




■ お盆・夏休みの時期の予算は「昨年と変わらない」が6割超

- 今年の夏休みやお盆の期間中に使う予算について、全体の61.6%が「昨年と変わらない」と回答。
また「増えそう（合計）」が27.7%であるのに対し、「減りそう（合計）」は10.8%にとどまっている。
- 年代別に見ると、男女ともに20代では「増えそう（合計）」が約4割（男性37.2%、女性38.1%）となっている。

Q5 今年の夏休みやお盆の期間中に使うお金（予算）の総額は、昨年の同時期と比べてどのように変化しそうですか。





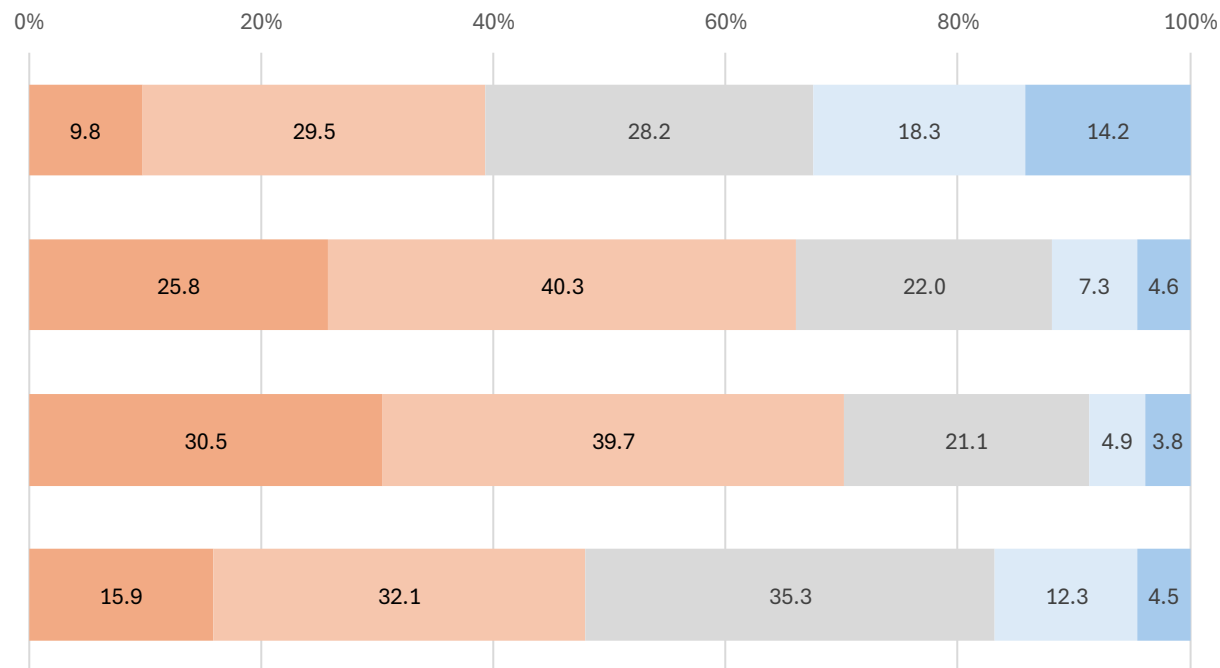
■夏休みでも「節約」や「賢い買い物」への意識が高い

- お盆・夏休みのお金の使い方に関する意識では、
「出費が増える時期だからこそ、キャンペーンやクーポン、ポイントを活用して賢く買い物をしたい」（あてはまる合計：70.2%）や、
「楽しみたい気持ちはあるが、物価高なのでできるだけ節約も意識したい」（同66.1%）が高い。
「せっかくの夏休み・お盆なので、贅沢をして楽しみたい」は「あてはまる」と「あてはまらない」で回答が分かれている。

Q7 今年の夏休みやお盆の期間中のお金の使い方について、あなたの気持ちにどのくらいあてはまりますか。

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない

せっかくの夏休み・お盆なので、贅沢をして楽しみたい
楽しみたい気持ちはあるが、物価高なのでできるだけ節約も意識したい
出費が増える時期だからこそ、キャンペーンやクーポン、ポイントを活用して賢く買い物をしたい
ふだんの食品や日用品にかかる生活費は、いつも以上にシビアに抑えたい



とてもあてはまる・ややあてはまるの合計 あまりあてはまらない・全くあてはまらないの合計 (%)

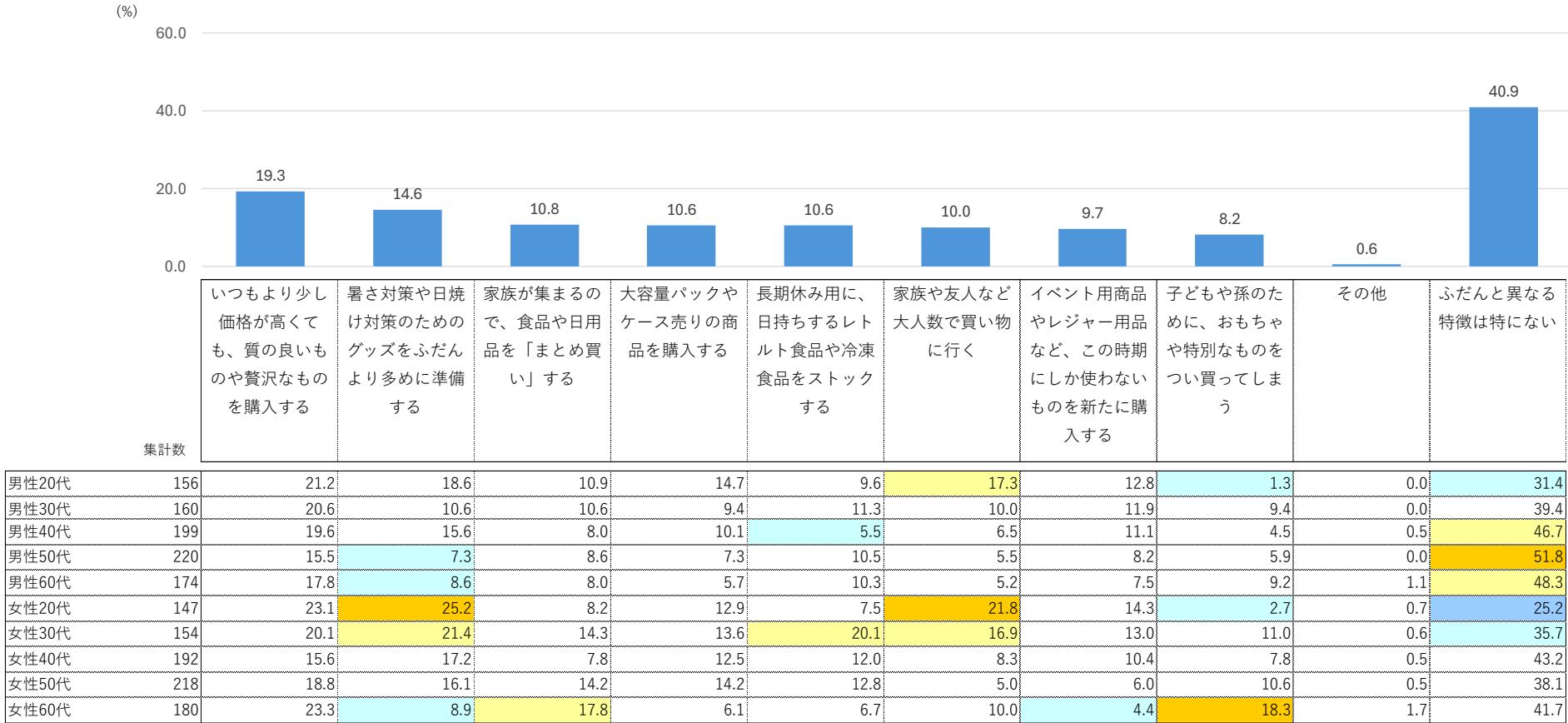
39.3	32.5
66.1	11.9
70.2	8.7
47.9	16.8



■お盆や夏休みは約2割が「ちょっと高くても良いもの」を購入

- 全体では、ほとんどが「ふだんと異なる特徴は特にならない」（40.9%）と回答している。
回答が高かったものとして「いつもより少し価格が高くても、質の良いものや贅沢なものを購入する」が19.3%、「暑さ対策や日焼け対策のためのグッズをふだんより多めに準備する」（14.6%）が続く。

Q9 夏休みやお盆の時期における、ふだんの時期とは異なる「買い物の特徴」として、あてはまるものはありますか。（複数選択可、n=1800）



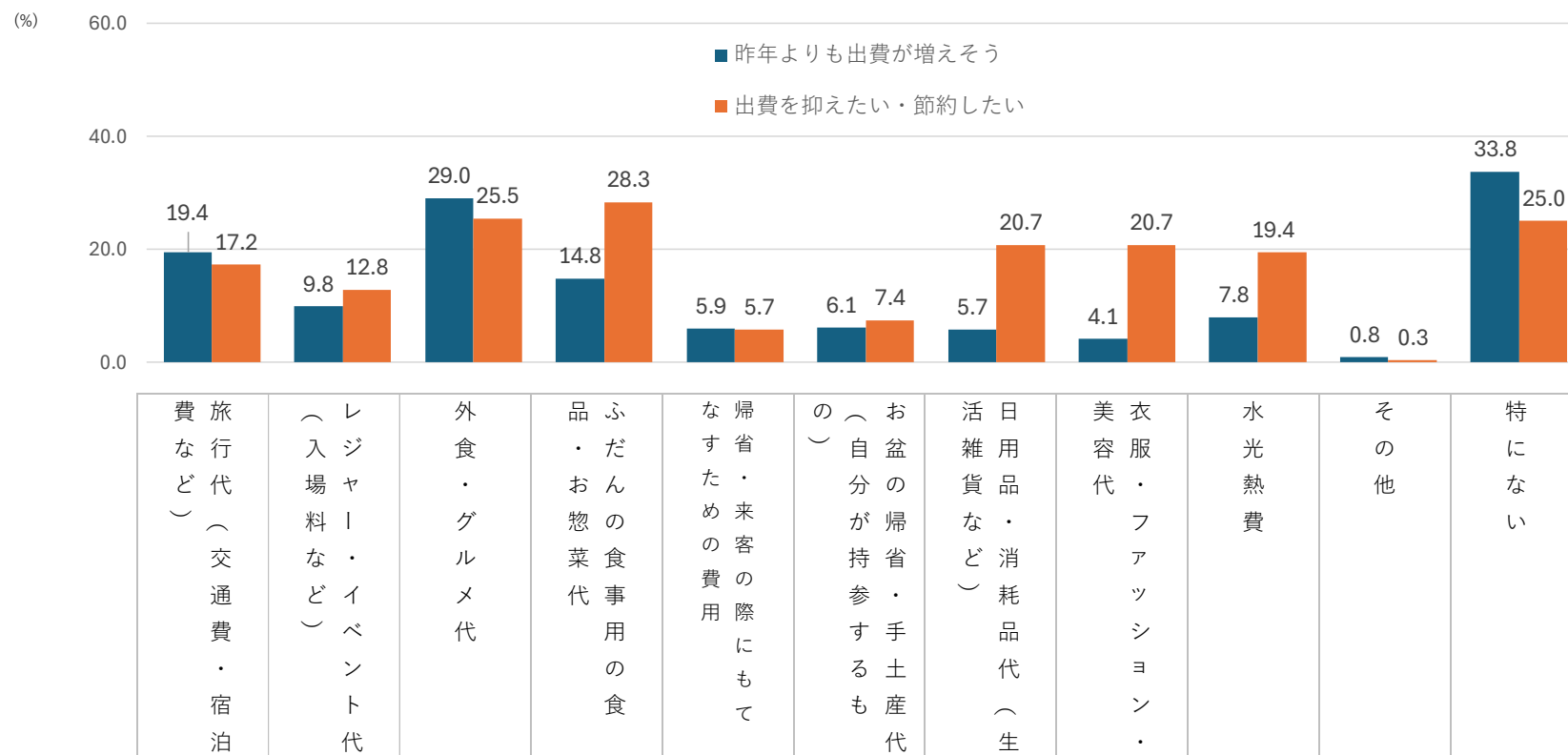


■ 日常生活での出費は、増える想定がなくても節約したいという意識が高い

- ・ 昨年よりも出費が増えそうなジャンルは「特にない」が33.8%。
回答されたジャンルで最も回答が多かったのが「**外食・グルメ代**」（29.0%）、次に「**旅行代**」（19.4%）。
- ・ 出費を抑えたいジャンルとして最も多く挙げられたのは「**ふだんの食事用の食品・お惣菜代**」（28.3%）、次いで「**外食・グルメ代**」（25.5%）。
「出費が増える」としては回答の低かった「日用品・消耗品代（生活雑貨など）」「衣服・ファッション・美容代」「水光熱費」で約2割が出費を抑えたいと回答している。

Q6S2 今年の夏休みやお盆の期間中に**出費（お金を使うこと）**が昨年よりも**出費が増えそうなジャンル**はどれですか。（複数選択可、n=1800）

Q8 今年の夏休みやお盆の期間中、あなたが**意識的に「出費を抑えたい・節約したい」**と思うジャンルはどれですか。（複数選択可、n=1800）

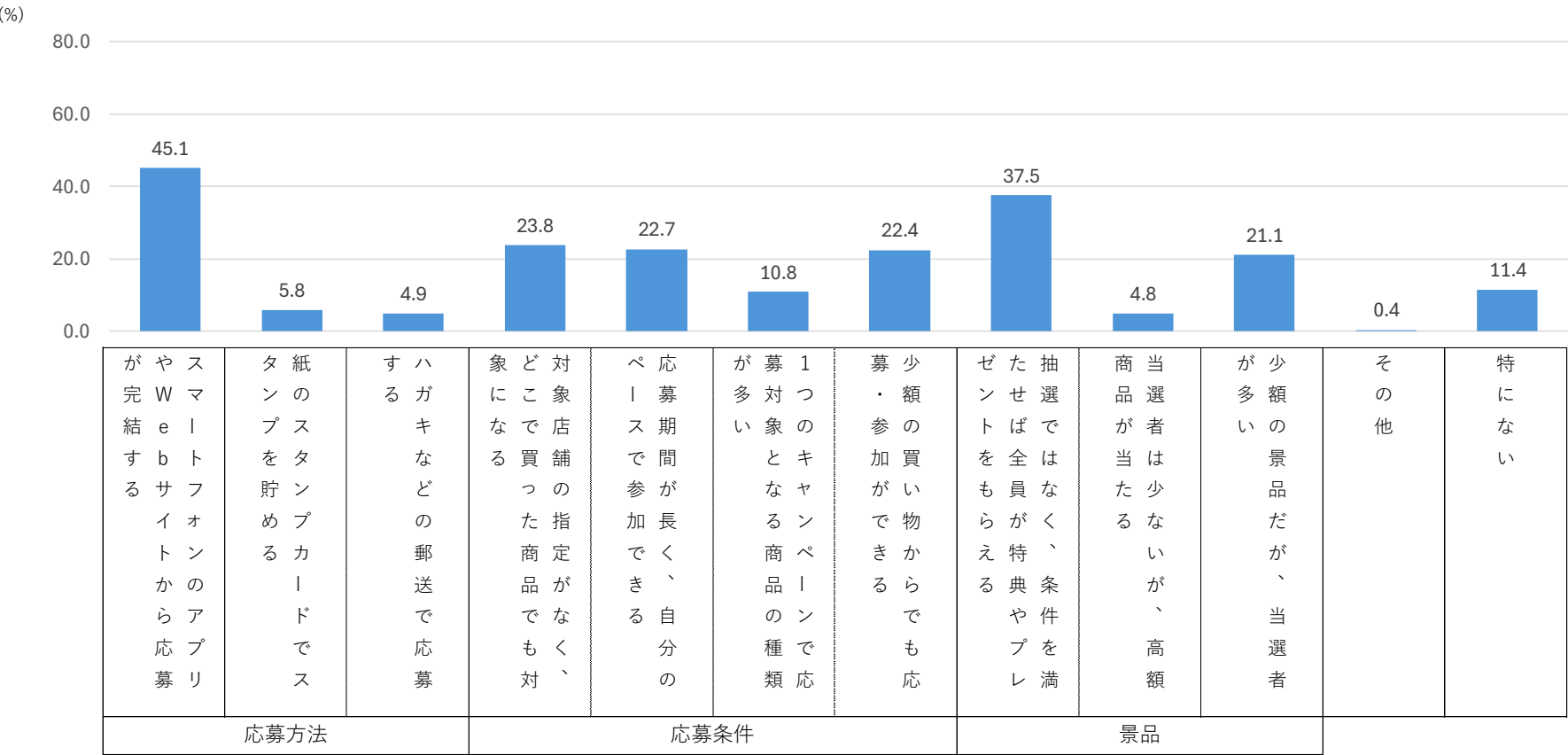




■参加しやすさではアプリやWeb応募のキャンペーンへの支持が高い

- 参加しやすいキャンペーンの特徴として、応募方法では「スマートフォンのアプリやWebサイトから応募が完結する」（45.1％）がトップで、「紙のスタンプカードでスタンプを貯める」（5.8％）や「ハガキなどの郵送で応募する」（4.9％）と大きな差が見られる。
- 景品では「抽選ではなく、条件を満たせば全員が特典やプレゼントをもらえる」（37.5％）が高い。「少額の景品だが、当選者が多い」は21.1％で、全員もらえる、あるいは当選者が多いタイプが好まれている。

Q12 あなたが「参加しやすい（応募したくなる）」と感じる、商品購入キャンペーンにはどのような特徴がありますか。（3つまで選択可、n=1800）

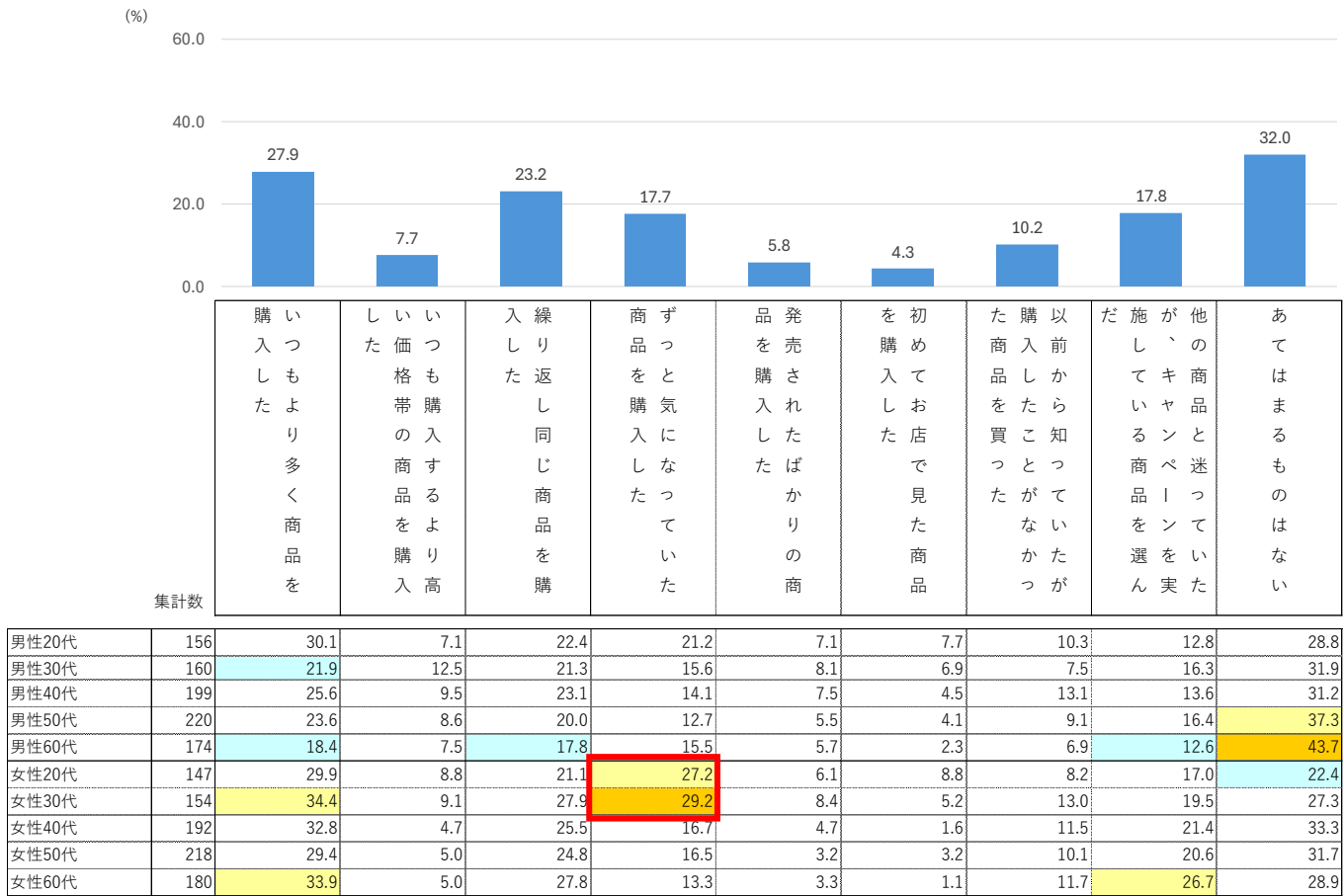




■キャンペーンが購入数の増加や商品選択のきっかけに

- ・ キャンペーン実施時の買い物行動として、「いつもより多く商品を購入した」(27.9%)や「繰り返し同じ商品を購入した」(23.2%)が2割を超えている。
- ・ 女性20～30代では「ずっと気になっていた商品を購入した」が3割近くとなっている。

Q13 商品購入を条件とするキャンペーンが実施されているタイミングで、あなたはどのような買い物をしたことがありますか。(複数選択可、n=1800)





■お盆・夏休みの過ごし方は自宅派が主流

- ・今年のお盆・夏休みの過ごし方は「自宅でのんびり過ごす」が6割を超えた。「実家への帰省」は3割弱であるが「国内旅行」は14.6%、「海外旅行」は3.3%となり旅行として遠出する人は多くはない。自宅や実家でゆっくり過ごすのが主流とみられる。

■支出を許容するもの・抑えるものを意識した消費傾向

- ・お盆・夏休みの予算は全体の約6割が「昨年と変わらない」と回答し、「減りそう（合計）」は1割程度にとどまった。
20代では男女とも他の年代より「とても増えそう・やや増えそう」とする割合が高く、4割近くに達した。
- ・お盆・夏休みの消費意識として贅沢をして楽しむ派とそうでない派に分かれた。全体的には「節約」や「賢い買い物」への意識が高い。
- ・お盆・夏休み期間の買い物の特徴としては「ふだんと異なる特徴は特にない」約4割と多くを占めたが、
「いつもより少し価格が高くて、質の良いものや贅沢なものを購入する」が2割ほど見られた。
- ・ジャンルごとの出費傾向は、昨年と比較して増えそうなものとして「外食・グルメ代」を約3割が回答した。
一方ふだんの食費や日用品代などで節約意識が高くなっており、支出増加を許容するものと抑えていくものでメリハリをつけた消費傾向がうかがえる。

■商品購入キャンペーンはアプリ完結や当選を期待できるものが支持を集める

- ・「賢い買い物」の一手段である「商品購入キャンペーン」はアプリやWebサイトからの応募が参加しやすさで評価された。
また、景品は高額商品が少人数に当選するよりも、応募者全員がもらえる、あるいは少額でも当選者が多いものが支持された。
- ・キャンペーン時の購買行動の特徴として、購入数の増加やリピート購入で20%台の回答が見られた。
また、以前から気になっていた商品の購入や他商品と迷っていた場合の購入を2割弱が回答しており、キャンペーンが商品選択に影響を与えている様子も見られた。



本レポートで使用したアンケート結果は販売しております。

調査・分析名	集計対象数	ご納品物	形式	質問数	価格
お盆・夏休みの消費行動調査	1,800サンプル	【基本納品物】 ・単純集計表 ・性年代別クロス集計表	エクセル ファイル	13問	【基本納品物】 1万円（税別）

集計表をご希望の方はお問い合わせください

■アンケート調査項目

	質問番号	質問	質問形式
属性	1	性年代	単数回答
	2	同居家族	複数回答
	3	居住都道府県	単数回答
今年の夏休み・お盆の消費行動	4	今年の夏休み・お盆の予定	複数回答
	5	今年の夏休み・お盆の予算（前年比での増減傾向）	単数回答
	6	夏休み・お盆期間中に 出費がありそうなジャンル／ 出費が増えそうなジャンル	複数回答（マトリクス）
	7	夏休み・お盆の出費に対する意識	複数回答（マトリクス）
	8	今年の夏休みやお盆の期間中、意識的に「抑えたい・節約したい」と思うジャンル	複数回答
	9	夏休み・お盆の時期の、ふだんと異なる消費行動	複数回答
	10	夏休み・お盆の時期の買い物における購入場所	複数回答
キャンペーンについて	11	商品購買キャンペーンの認知と応募経験	単数回答（マトリクス）
	12	参加しやすい（応募したくなる）キャンペーンの特徴	複数回答
	13	商品購買キャンペーンの消費行動	複数回答



 Vポイントマーケティングでは、**ご相談も無料**で受付中

分析やリサーチ、レシートキャンペーンに関する
ご相談はお気軽にお寄せください！

お打ち合わせ予約



分析の媒体資料を見る

リサーチの媒体資料を見る

レシタメの媒体資料を見る

ホームページ：<https://www.vpoint-biz.jp/>