

約1,800人のV会員に聞いた！

「夏のセール調査 | 年末商戦・ブラックフライデーの消費意識」 レポート



本資料「夏のセール調査レポート」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...

- ☒ 今年の夏のボーナス支給状況、夏のセールでの購買行動
- ☒ 秋～年始のセールへの参加意欲や買い物・節約に関する意識・行動

をご紹介します。



1. 調査概要

2. 夏のセール購買調査 結果

2-1 夏のボーナス支給状況

2-2 夏のボーナス使い道

2-3 夏のセールで買い物をした場所

2-4 セール購入金額・衝動買い金額

2-5 今後のセール参加意向・予算

2-6 セールに求める特典・サービス

2-7 買い物や節約に関する意識・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



夏のセール購買調査 調査概要	
調査地域	：全国 ※令和8年熊本地震の影響により熊本県のみ除外
調査対象者	：男女20～69歳のV会員
集計対象数	：1,791サンプル
調査期間	：2026年8月17日（月）～8月21日（金）
実査機関	：Vポイントマーケティング株式会社
調査方法	：インターネット調査「Vアンケート」

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。

	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	1791	155	160	195	219	174	148	154	189	216	181
%	100.0	8.7	8.9	10.9	12.2	9.7	8.3	8.6	10.6	12.1	10.1

【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。

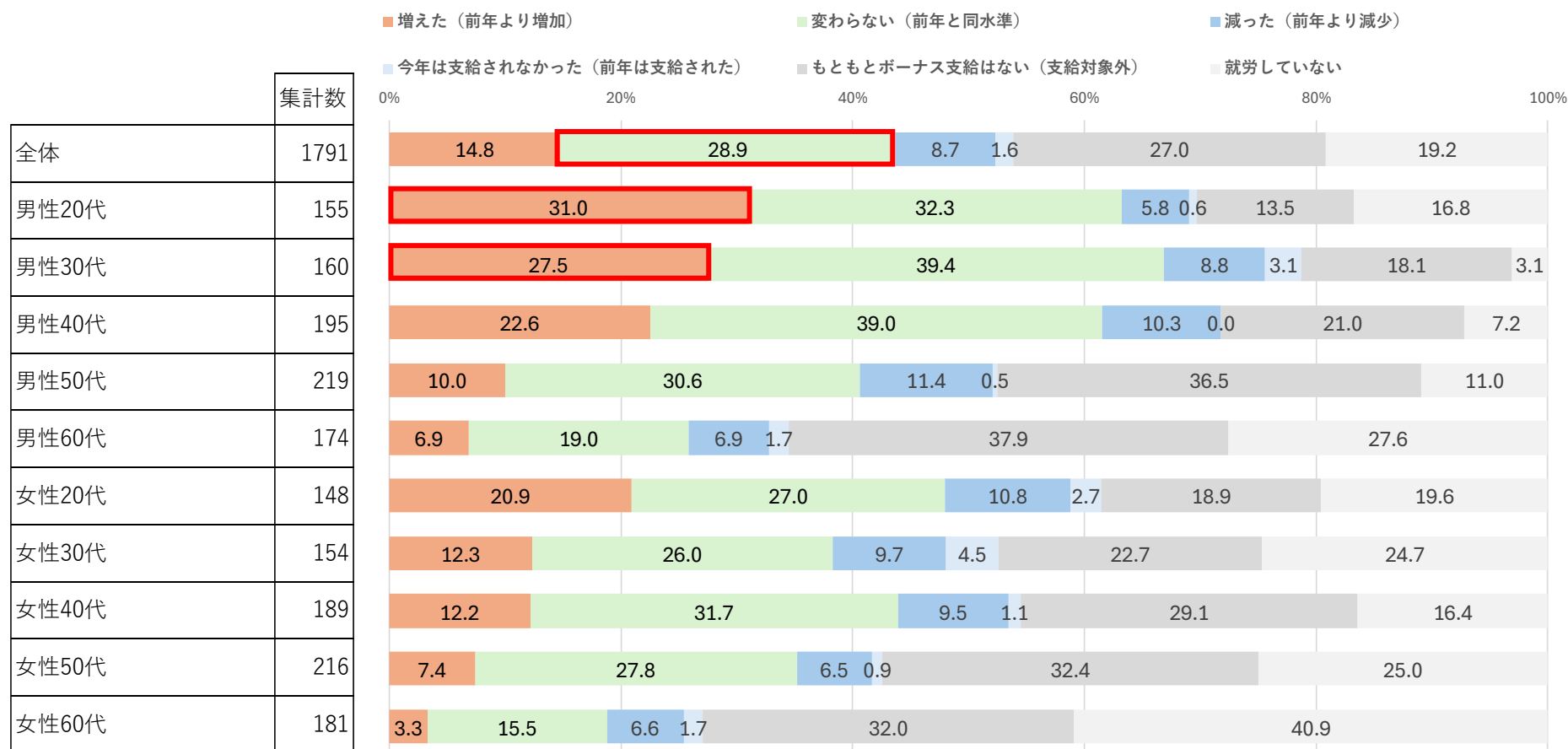
【比率の差】	
全体 + 10 ポイント	
全体 + 5 ポイント	
全体 - 5 ポイント	
全体 - 10 ポイント	



■ 全体では「前年並み」が最多、男性20~30代では約3割が「増えた」と回答

- 夏のボーナス支給状況は、「**変わらない（前年と同水準）**」が**28.9%**で最も多く、「**もともとボーナス支給はない**」（27.0%）や「**就労していない**」（19.2%）が続く。「増えた」は14.8%にとどまる。
- 性年代別では**男性20代の31.0%、男性30代の27.5%**が「**増えた**」と回答し、全体のスコアを上回る。

Q4 あなたの今年の「夏のボーナス」支給状況について、あてはまるものをお答えください。

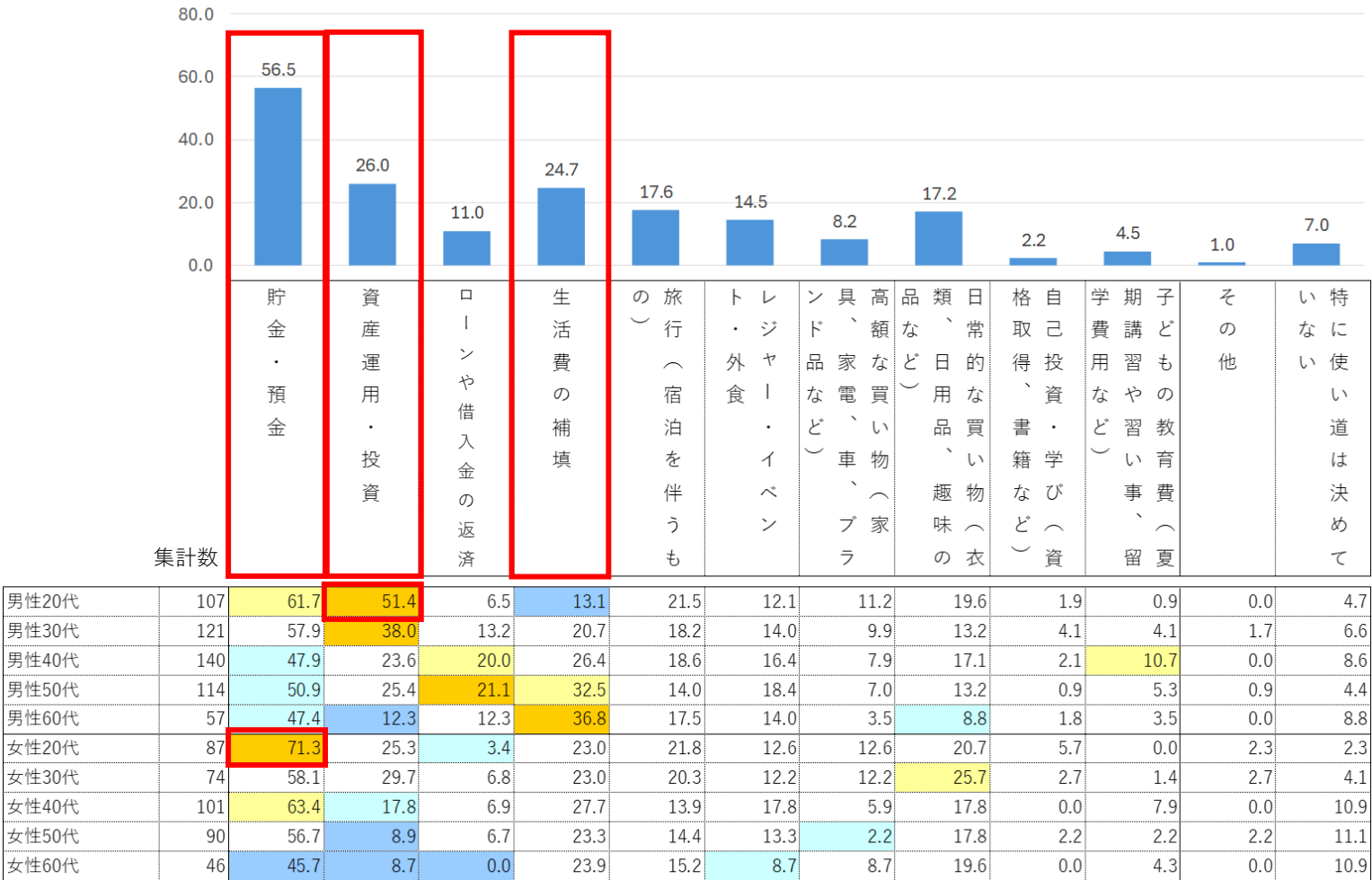




■使い道は「貯金・預金」が過半数でトップ。女性20代の「貯金・預金」7割に対し男性20代は「資産運用」過半数超え

- 夏のボーナスの使い道は「貯金・預金」(56.5%)が最多。次いで「資産運用・投資」(26.0%)、「生活費の補填」(24.7%)と手堅い項目が上位。
- 女性20代は「貯金・預金」が71.3%と高い貯蓄志向を示す一方、男性20代は「資産運用・投資」が51.4%。同じ年代でも性別で違いが出ている。

(%) Q5 あなたの今年の夏のボーナスの使い道として、あてはまるものをお答えください。(複数選択可、n=937)

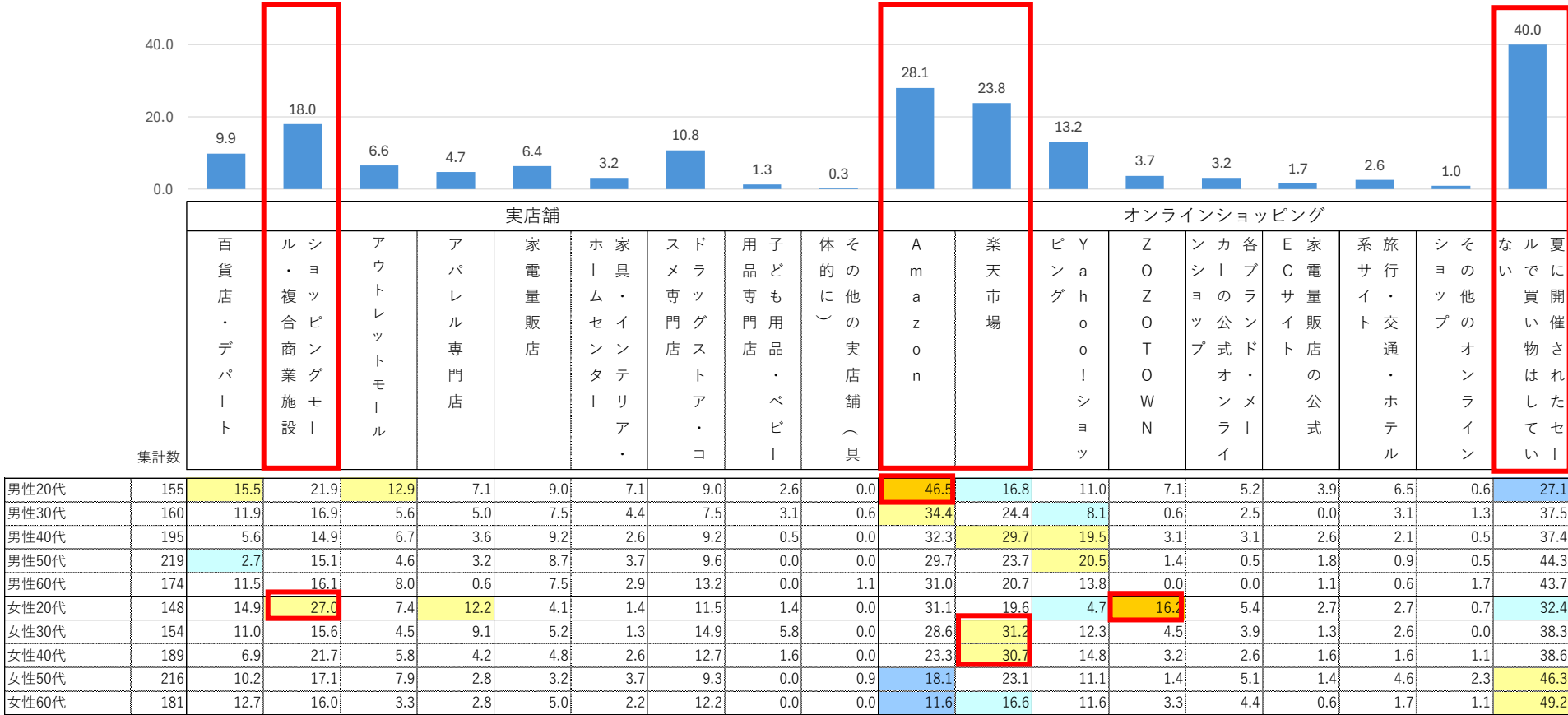




■ 「Amazon」「楽天市場」の大手ECサイトが存在感。全体の4割は夏のセールで買い物せず

- 夏のセールの購入場所は「Amazon」（28.1%）と「楽天市場」（23.8%）が実店舗の「ショッピングモール」（18.0%）を上回る。一方全体の40.0%はセールで買い物をしていない。
- 男性20代は「Amazon」が46.5%と突出、女性30～40代は「楽天市場」が3割超と高い。女性20代はショッピングモール（27.0%）やZOZOTOWN（16.2%）も全体と比べ高い。

(%) Q6 あなたは今年の夏（6～7月頃）に開催されたセール（百貨店やショッピングモールのセール、Amazonプライムデーや楽天お買い物マラソンなど）で買い物をしましたか。買い物をした場所をお答えください。（複数選択可、n=1791）



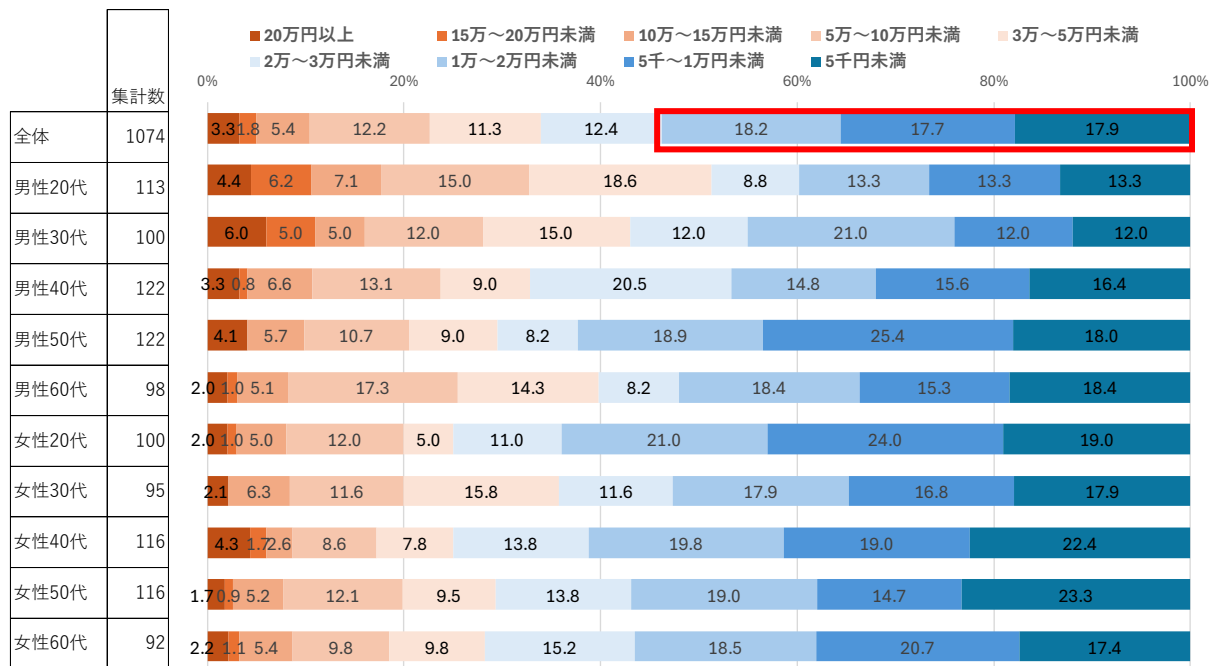


■セール支出額は「2万円未満」が半数超。またセール購入者の半数超が「衝動買いなし」

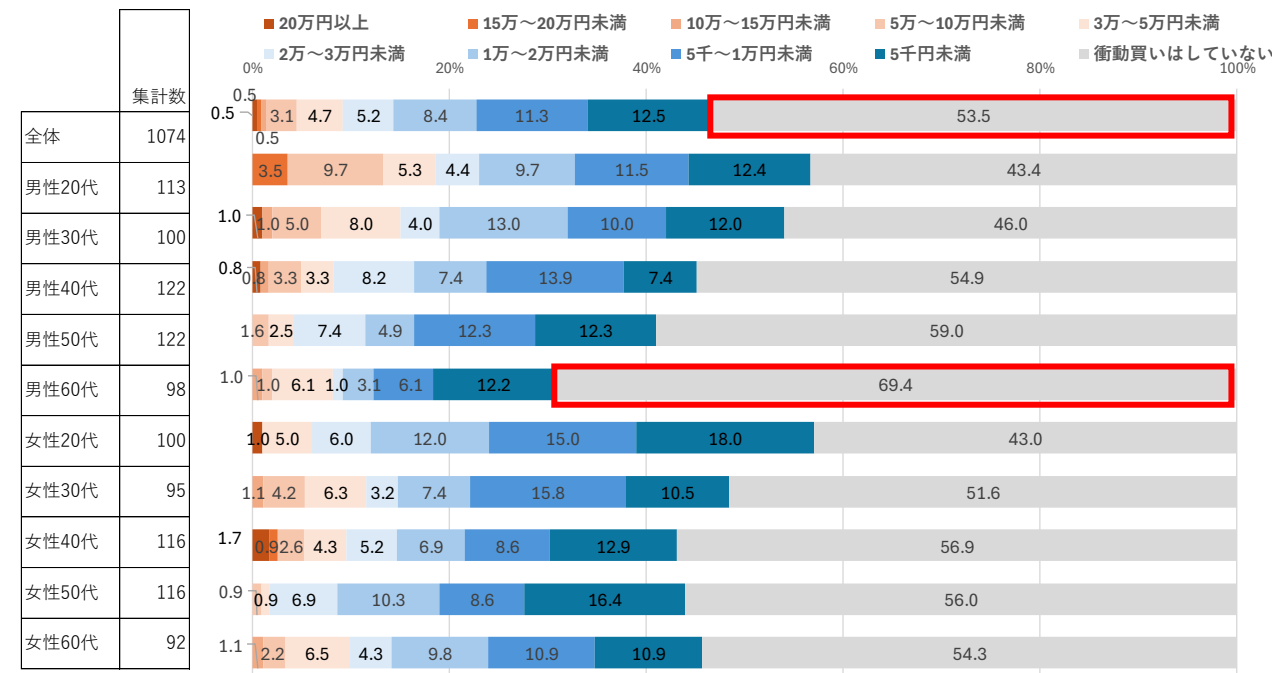
- ・ セール利用総額は「1万～2万円未満」（18.2%）や「5千円未満」（17.9%）など、**2万円未満の利用が計53.7%と過半数を占める。**
- ・ セール購入者のうち「**衝動買いはしていない**」と回答した人が**53.5%**。**男性60代（69.4%）**をはじめ、**男性は上の年代ほど衝動買いをする人が少ない結果。**

Q8 今年の夏（6～7月頃）に開催されたセールで使った金額、そのうち衝動買い（事前を買う予定のなかったものを購入）した金額の合計をお答えください。

Q8S1 【セールで使った金額の合計】



Q8S2 【そのうち衝動買いで使った金額の合計】

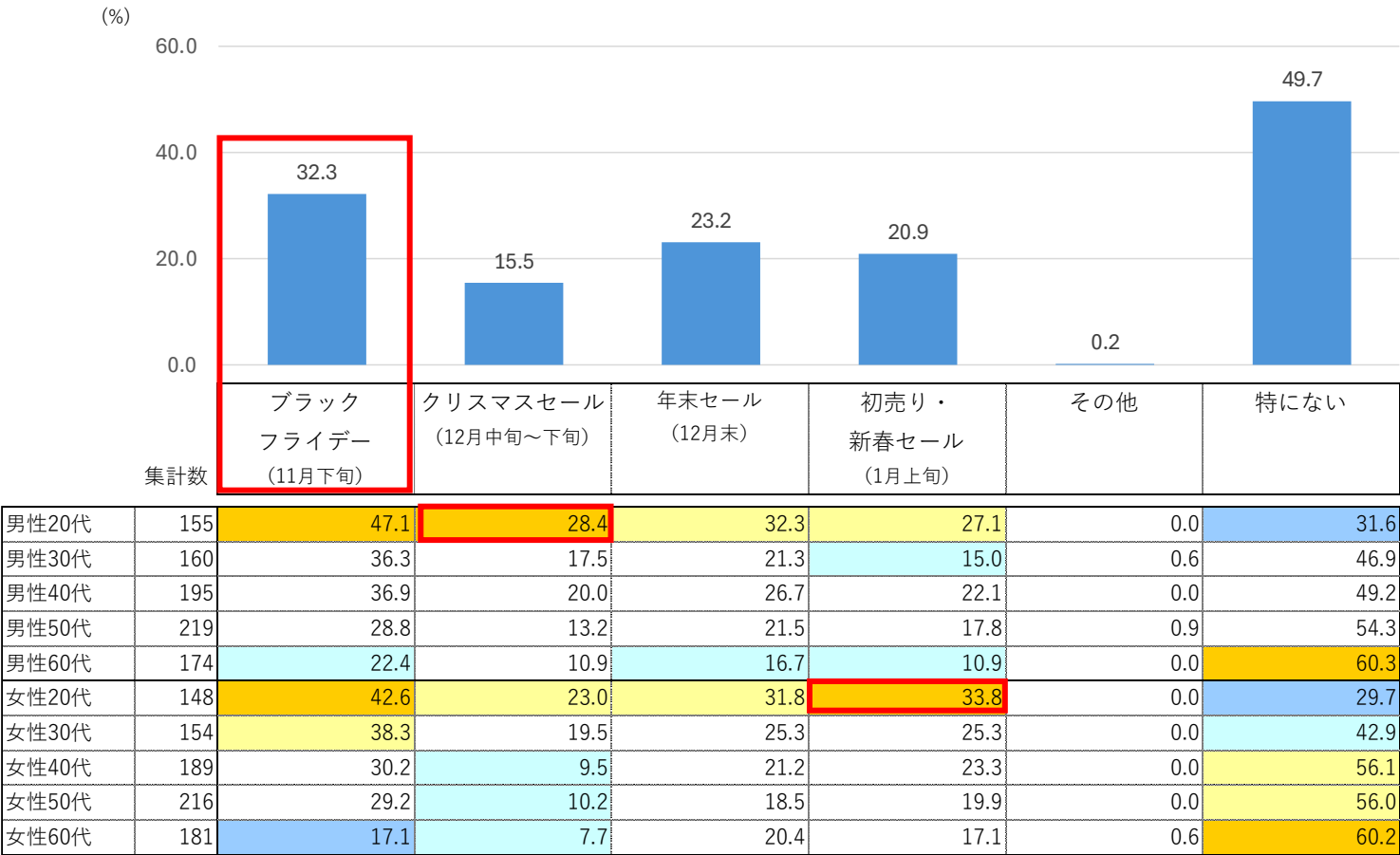




■最も期待が高いのは「ブラックフライデー」、約半数は年始までのいずれかのセールに参加意向

- 今後買い物したいセールは「ブラックフライデー」(32.3%)が首位。次いで「年末セール」(23.2%)、「初売り・新春セール」(20.9%)と続く。
- 全体の約半数は、ブラックフライデー～年始にかけてのいずれかのセールで買い物をしたいと回答。
- 男女20代は全体的に参加意向が高めだが、とくに男性20代で「クリスマスセール」(28.4%)、女性20代で「初売り・新春セール」(33.8%)が全体と比べ高い。

Q9 今後、秋～年始にかけて開催される以下のセールについて、積極的に買い物をしたいと思うものをお答えください。(複数選択可、n=1791)



- ・ セールに求める特典は「ポイント還元率の高さ・ポイントアップキャンペーン」(43.8%)が最多で、「割引クーポンの配布」(37.4%)、「無料配送・即日配送などの配送特典」(26.7%)と続く。
- ・ とくに女性30～40代は「ポイント還元率の高さ・ポイントアップキャンペーン」を半数超が求めている。

施策	集計数
キャンペーンポイント還元率の高さ	43.8
どの無料配送・即日配送などの配送特典	26.7
セールの限定商品や限定セットの販売	14.7
割引クーポンの配布	37.4
まとめ買いによる追加割引	18.9
福袋やアウトレット商品の充実	11.1
旅行やカタログギフトなどのプレゼントが当たる企画	6.8
く、売切れの心配を少なく、売り切れの心配を	17.1
なされること	4.9
予約などで混雑対策が	0.2
その他	24.7
いに期待することはな	

男性20代	155	45.8	22.6	18.1	38.1	27.1	11.6	9.7	18.7	8.4	0.0	20.6
男性30代	160	42.5	21.3	14.4	36.3	17.5	8.1	5.0	15.0	7.5	0.0	21.3
男性40代	195	40.0	21.5	11.8	29.2	21.0	11.3	6.2	13.3	4.1	0.5	30.8
男性50代	219	42.9	21.5	12.8	33.8	14.6	5.9	4.1	13.7	3.7	0.5	30.6
男性60代	174	29.3	20.1	5.2	29.9	10.3	9.2	5.7	9.2	1.1	0.0	39.7
女性20代	148	40.5	35.8	14.9	49.3	29.1	19.6	8.8	22.3	8.8	0.0	13.5
女性30代	154	52.6	38.3	24.0	46.1	30.5	13.0	7.8	19.5	5.8	0.0	18.8
女性40代	189	50.3	30.2	15.9	37.6	16.4	12.7	7.9	17.5	5.3	0.0	19.6
女性50代	216	48.6	28.7	16.7	40.3	16.7	13.9	6.5	22.2	2.8	0.5	22.2
女性60代	181	44.8	29.8	14.9	37.0	11.0	7.7	7.2	20.4	3.3	0.0	26.0

- 普段の行動では「ポイント・クーポンなどお得情報を調べてから買う」（36.7%）と「似たような商品であれば安い方を選ぶ」（35.4%）が上位。
- 男性20～30代は「収入を増やすための副業や投資を実施・検討」が約2割、女性20～30代は「普段は慎重、セール等では積極的に消費」が25%台と、収入を増やす取り組みやメリハリある消費を行う層も一定数見られる。また女性20～30代は「事前の口コミチェック」が全体と比べ高い。

(%)

[illegible]



■夏のボーナスは「前年並み」最多、主な使い道は「貯金・預金」。ボーナスの増えた若い男性は「資産運用」も。

- ・全体では「変わらない（前年と同水準）」が28.9%で最も多く、「増えた」は14.8%にとどまる。
- ・性年代別では男性20代の31.0%、男性30代の27.5%が「増えた」と回答し、全体のスコアを上回る。
- ・ボーナスの使い道は「貯金・預金」（56.5%）が最多。次いで「資産運用・投資」（26.0%）、「生活費の補填」（24.7%）と手堅い項目が上位。
- ・女性20代は「貯金・預金」が71.3%と高い貯蓄志向を示す一方、男性20代は「資産運用・投資」が51.4%。同じ年代でも性別での違いがみられる。

■夏のセールは実店舗よりオンラインで。購入金額も「2万円未満」が多く控えめな消費。

- ・購入場所は「Amazon」（28.1%）と「楽天市場」（23.8%）が実店舗の「ショッピングモール」（18.0%）を上回る。
- ・購入金額は2万円未満が計53.7%と過半数を占める。また、セール購入者のうち「衝動買いはしていない」と回答した人が53.5%。

■「ブラックフライデー」筆頭に半数は今後のセール参加意向あり。節約一辺倒ではない層もいるが、「ポイント還元やクーポン」、女性が重視する「口コミ」等、生活者のシビアな節約志向への対応が今後も求められる。

- ・今後買い物したいセールは「ブラックフライデー」（32.3%）が首位。全体の約半数は年始にかけてのいずれかのセールで買い物したい意向あり。
- ・セールに求める特典は「ポイント還元率の高さ・ポイントアップキャンペーン」（43.8%）が最多。
- ・普段の行動では「ポイント・クーポン等お得情報を調べてから買う」（36.7%）と「似たような商品なら安い方を選ぶ」（35.4%）が上位。
女性は若い世代ほど「口コミをチェック」が高く20代で38.5%。
- ・男性20～30代は「収入を増やすための副業や投資を検討」約2割、女性20～30代は「普段は慎重、セール等では積極的に消費」が25%台と、収入を増やす取り組みをしたり、節約するだけではないメリハリ消費を行う層も一定存在。



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
夏のセール購買調査	1,791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
夏のボーナス・セールについて	4	夏のボーナス支給状況	単数回答
	5	夏のボーナスの使い道	複数回答
	6	夏に開催されたセールで買い物をした店舗・サイト	複数回答
	7	夏に開催されたセールで購入したカテゴリ	複数回答
	8	夏に開催されたセールで使った金額、衝動買いの金額	単数回答（マトリクス）
今後のセールについて	9	今後買い物したいセール	複数回答
	10	各セールで使ってよいと思う金額	単数回答（マトリクス）
	11	セールまで買い控えるカテゴリ、セールに関わらず買いたいカテゴリ	複数回答（マトリクス）
	12	セールに求める特典・サービス	複数回答
消費・節約意識	13	買い物や節約に関する意識・行動	複数回答（マトリクス）



 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/>