

2026 年 8 月 5 日

報道関係各位

V ポイントマーケティング株式会社

【お盆・夏休みの消費行動調査】

賢く節約したい！購買意欲を高めるのは「手軽さ」と「確実なお得感」

ーV 会員の購買・行動データを活用したリサーチ「V アンケート」による独自調査ー

V ポイントマーケティング株式会社（本社：神奈川県横浜市、代表取締役 社長執行役員：廣田 精吾、以下「V ポイントマーケティング」）は、このたび、全国 20～69 歳の V 会員 1,800 名を対象に、インターネット上での意識調査「V アンケート」によって、「お盆・夏休みの消費行動調査」を実施しましたのでお知らせいたします。



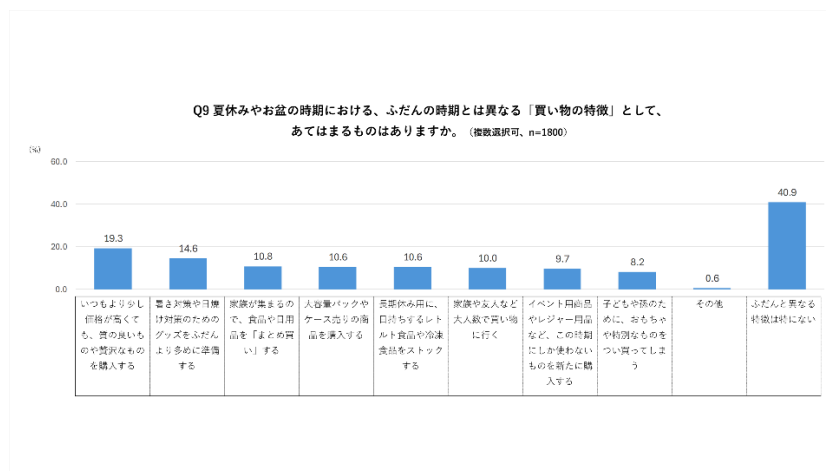
■「お金の使い方に関する調査」ダイジェスト

- (1) お盆・夏休みの過ごし方は自宅派が主流
- (2) 夏休みを楽しみたいけれど、「賢い買い物」「節約」を意識
- (3) お盆・夏休み期間には「ちょっと高くても良いもの」を買う人も
- (4) 夏休みの期間は日常生活で発生する費用を抑えたい
- (5) キャンペーンは手軽さと確実なお得感があるものが好まれる

物価高が続くなかで迎える、今年のお盆や夏休み。「生活者の消費意識はどう変化しているのか」「この時期に効果的な販促施策とは何か」など、需要の取り込み方に頭を悩ませるマーケティング・

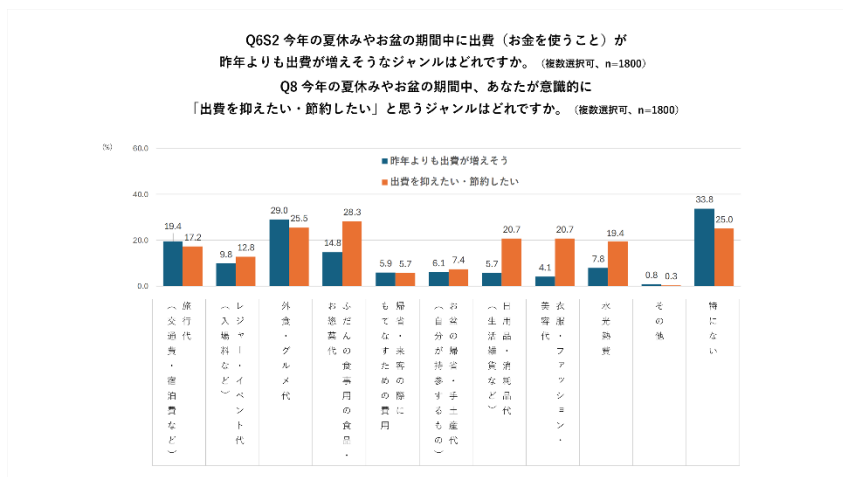
(3) お盆・夏休み期間には「ちょっと高くても良いもの」を買う人も

続いて、お盆・夏休み期間は普段と異なる買い物をしているのかを調査しました。調査の結果、40.9%の方が「ふだんと異なる特徴は特にない」と回答しましたが、「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%となりました。来客へのおもてなしや夏のイベントに向けた準備として「ちょっと良いもの」を購入する方もいるようです。物価高で節約を意識しつつも、こうした支出は許容範囲と捉えられていると考えられます。また、まとめ買いや大容量パックの購入、食品をストックするといった行動も1割程度見られました。



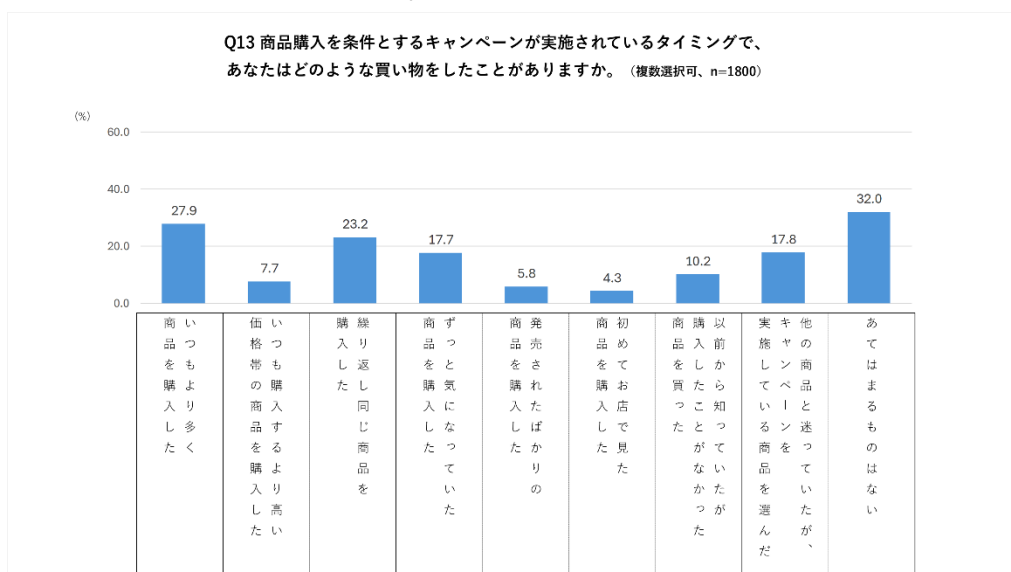
(4) 夏休みの期間は日常生活で発生する費用を抑えたい

続いて、ジャンルごとの消費傾向について調査しました。昨年よりも出費が増えそうなジャンルは「外食・グルメ代」(29.0%)、次に「旅行代」(19.4%)が挙げられています。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%)となりました。「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」については、昨年と比べ支出が増えると考えている人は多くありません。一方で、節約対象として挙げた人は約2割であり、日常生活で発生する出費を抑えたいとする意向が見られます。

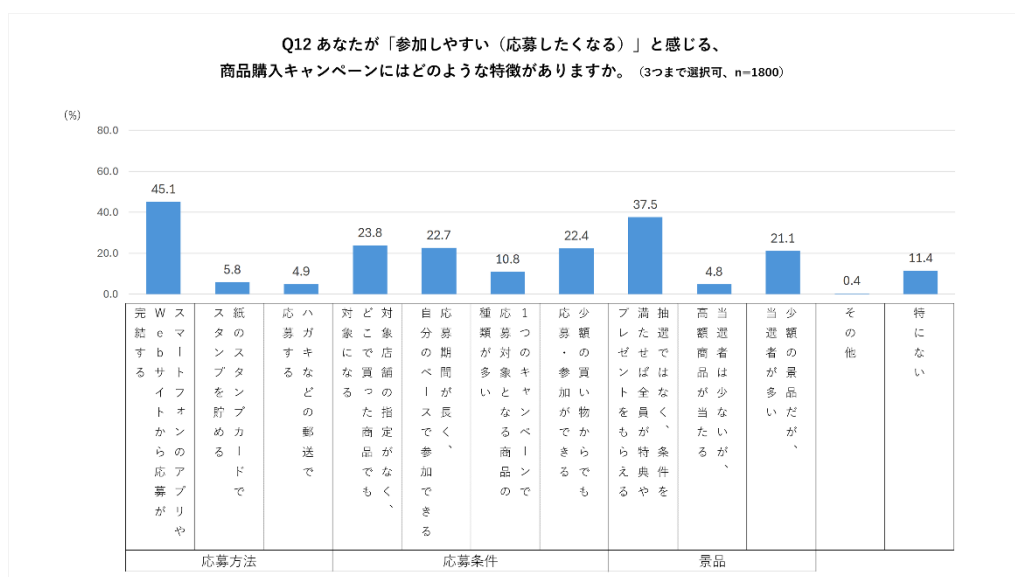


(5) キャンペーンは手軽さと確実なお得感があるものが好まれる

最後に、賢い買い物・節約につながる商品購買キャンペーンについて、行動や参加意識を調査しました。商品購買キャンペーンによる行動として「いつもより多く商品を購入した」(27.9%)、「繰り返し同じ商品を購入した」(23.2%)が挙げられています。キャンペーンの条件を達成するため、あるいは複数回応募するためなどの理由が、商品購入数に影響を与えている可能性があります。「まとめ買い」や「複数回の購入」を考えているユーザーにとって、このタイミングでのキャンペーンはお得に商品を購入できるチャンスとなるようです。



参加しやすいキャンペーンの特徴は、「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、スタンプカード(5.8%)やハガキ応募(4.9%)と大きな差が見られます。また、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%)が高い結果となりました。手軽に応募でき、確実にお得感を得られるキャンペーンが人気のようです。



【簡単・スピーディな販促施策には「レシタメ」】

節約志向が高まる連休シーズンに自社商品の購入を促すには、参加ハードルを下げつつ、確実なお得感を提供できる施策が有効です。Vポイントアプリ上のサービス「レシタメ」は、レシートによる購買判定が可能な成果報酬型マストバイキャンペーンです。生活者は対象商品のレシートをアップロードするだけで、Vポイントが貯まります。メーカーさまは掲載する商品とインセンティブのポイント額を決めるだけで、3,000万MAUのアプリユーザー（※）に一括でリーチできます。スマホアプリ完結の「即時性」「手軽さ」を備え、最短1か月で実施できるため、大型連休のメリハリ消費を狙ったマストバイ施策に最適です。

※ レシタメが属する「Performance Media Network」合計規模

・媒体資料：https://www.vpoint-biz.jp/download_files/61/download_form

【本調査詳細データのご案内】 <https://www.vpoint-biz.jp/columns/research22>

Vポイントマーケティングでは消費行動に関する意識や行動に関するマーケティングのご相談も承っています。こちらの資料では、今回のレポートに掲載しきれない調査の詳細をご紹介します。無料でダウンロードいただけますので、ぜひご覧ください。

※ Vポイントマーケティングでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと、個人を特定できない状態でマーケティング分析を行っております。

※ 本コラムに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

※ 本記事を引用・転載をご希望の方は、事前にお問い合わせください。

【調査概要】

- ・調査方法：Vアンケート
- ・調査地域：全国
- ・調査対象者：男女 20～69 歳の V 会員
- ・調査期間：2026 年 6 月 25 日（木）～2026 年 7 月 1 日（水）
- ・有効回答数：1,800 サンプル

※ 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います。

報道関係者からのお問い合わせ：

Vポイントマーケティング株式会社
経営企画・広報グループ TEL：045-522-8174／MAIL：vpmpkr@vpoint.co.jp
問い合わせフォーム：<https://www.vpoint.co.jp/contact/press/>