

2025 年 7 月 15 日（火）

株式会社マルアイ

【2025 年お盆玉に関する実態調査と夏休みの動向調査】**お盆玉の認知度は約 3 割、そのうち 20 代 30 代の 5 割近くがお盆玉をあげる****金額 1,000 円～4,999 円主流、物価高でも金額は変わらない・増える多数****～今年の夏休みは昨年同様「自宅でゆっくりする」が最多も“お出かけ需要”上昇傾向～**

「こころ くらし 包む」をモットーに、さまざまな製品を通じて毎日のくらしに彩りと楽しさを提供する紙製品・化成品メーカーの株式会社マルアイ（本社：山梨県市川三郷町、代表取締役社長：村松道哉、以下「当社」）は、この度、20 代以上の男女を対象に【2025 年お盆玉に関する実態調査】と【2025 年夏休みの動向調査】を実施しました。

20 代以上の男女 4,797 人を対象に事前調査（※1）を実施したところ、「お盆玉」の認知度は約 3 割でした。そのうち約 3 割が今年の夏にお盆玉をあげる予定で、あげる人を年代別にみると、特に若年層が多いことがわかりました。

さらに、お盆玉をあげると回答した人のうち 309 名に【2025 年お盆玉に関する実態調査】を実施したところ、あげる相手は子どもが中心で、金額は子どもも大人も 1,000 円から 4,999 円が主流でした。物価高が続く家計への負担が増す中でも、今年 2025 年にあげるお盆玉の総額は昨年 2024 年と変わらない人が約 5 割で、増やす人が約 2 割いることがわかりました。

また、【2025 年夏休みの動向調査】を 20 代以上の男女 599 名に実施した結果、今年の夏休みは約 6 割が自宅で過ごす予定でした。一方、旅行や日帰りレジャー、自宅近辺で外出する予定がある人が昨年よりも増加しており、今年は昨年よりも“お出かけ需要”が高まっていることがうかがえました。

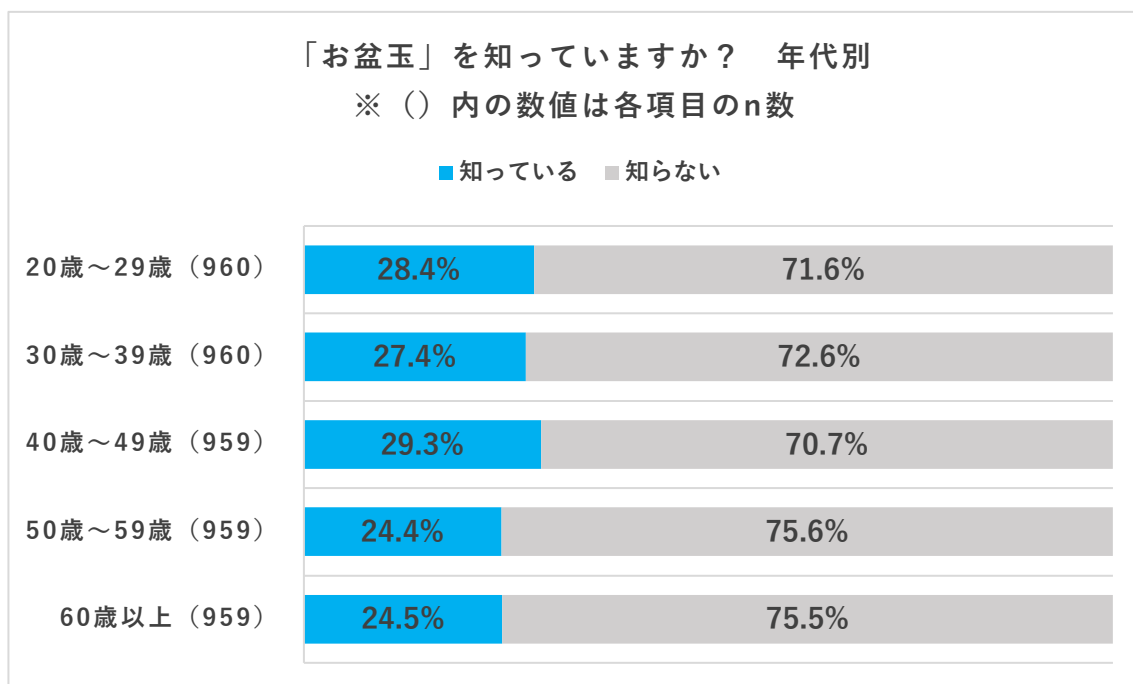
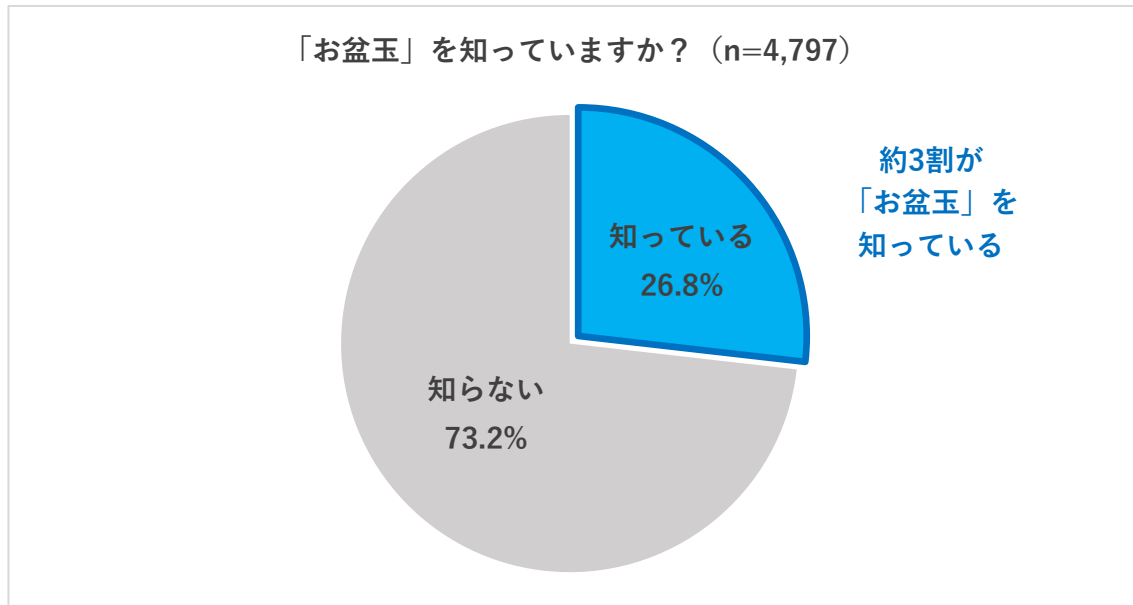
【主な調査結果】

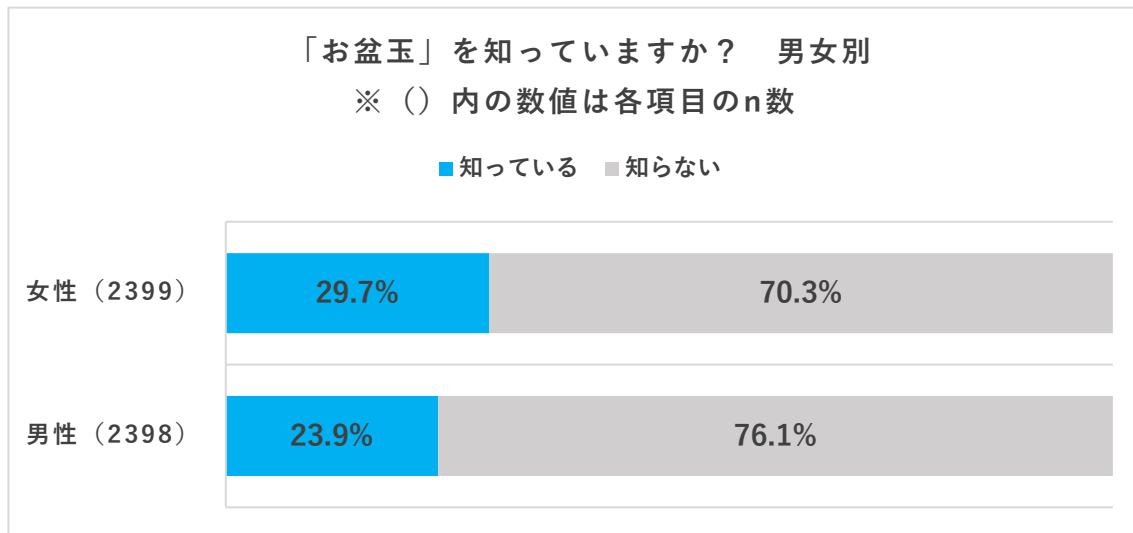
- ① お盆玉を知っている人は約 3 割。そのうち今年の夏にお盆玉をあげる人は約 3 割で特に若年層が多い。
- ② お盆玉をあげる相手は子どもが中心。あげる金額は「1,000～4,999 円」が主流。
- ③ 今年 2025 年にあげるお盆玉の総額は、昨年 2024 年の総額と比較すると「変わらない」が最多の 56.0%。次いで「増える」が 26.5%で、その背景には物価高の影響も見受けられた。
- ④ 今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が 63.4%と昨年同様に最多。「自宅近辺で外出する」「国内旅行に行く」「日帰りレジャーに出かける」「海外旅行に行く」は昨年から増加傾向。
- ⑤ この夏は家族や親戚とのおつきあいで「何もしない」が 46.4%と昨年同様に最多で、次いで「会いに行く」が 25.0%。

【詳細】

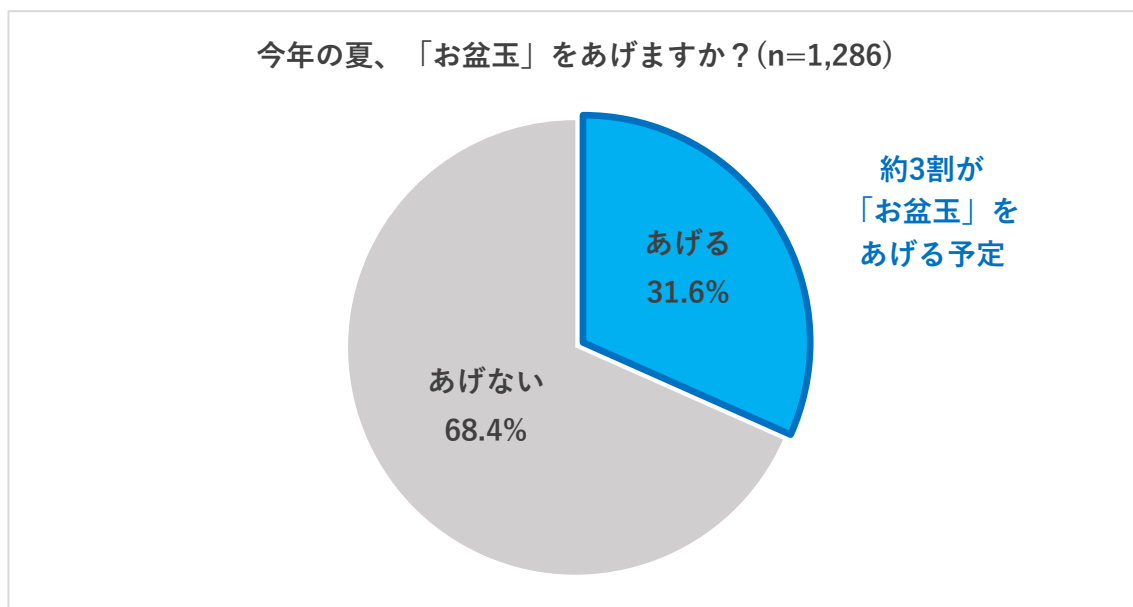
① お盆玉を知っている人は約3割。そのうち今年の夏にお盆玉をあげる人は約3割で特に若年層が多い。

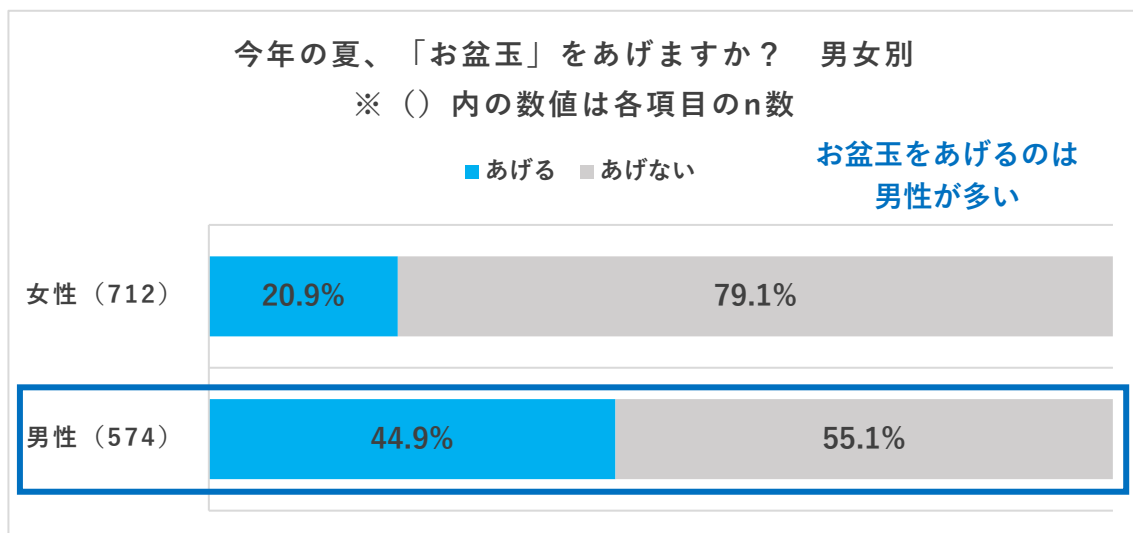
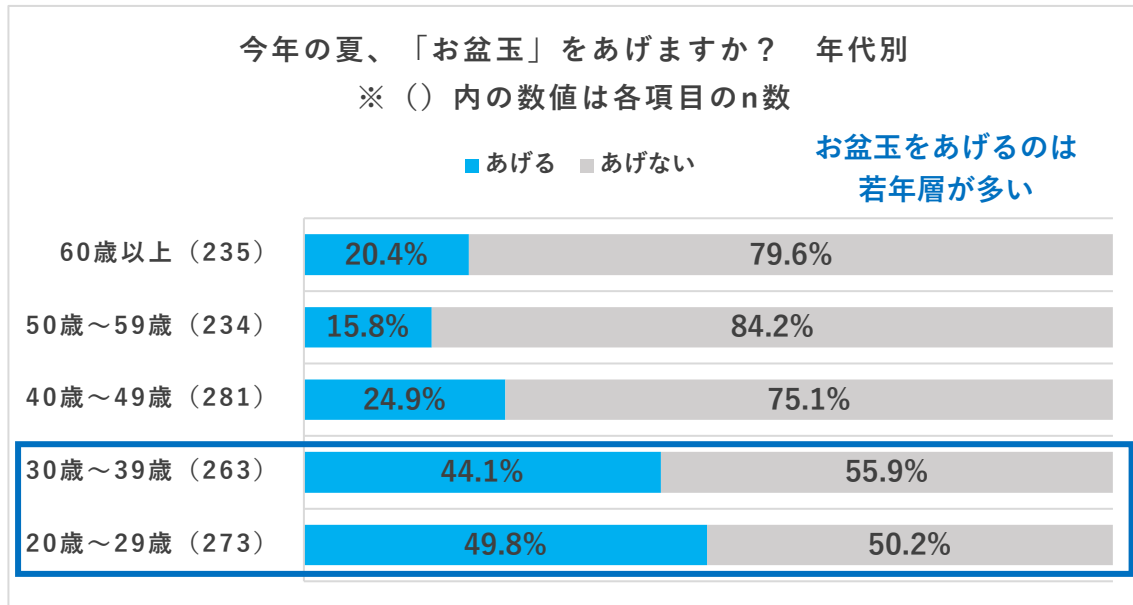
20代以上の男女4,797人を対象にした事前調査（※1）で「お盆玉を知っているか」と質問したところ、「知っている」26.8%、「知らない」73.2%だった。「知っている」と回答した人を年代別で見ると最多が40代29.3%、次いで20代28.4%だった。男女別で見ると女性29.7%、男性23.9%だった。





「知っている」と回答した 1,286 名に対し、「今年の夏、お盆玉をあげるか」と質問したところ、「あげる」と回答した人は 31.6%だった。年代別では最多が 20 代 49.8%、次いで 30 代 44.1%と、お盆玉をあげるのは若年層（20 代・30 代）が多いことがわかった。男女別では男性 44.9%、女性 20.9%で、今年の夏にお盆玉をあげる予定があるのは男性の方が多いことがわかった。

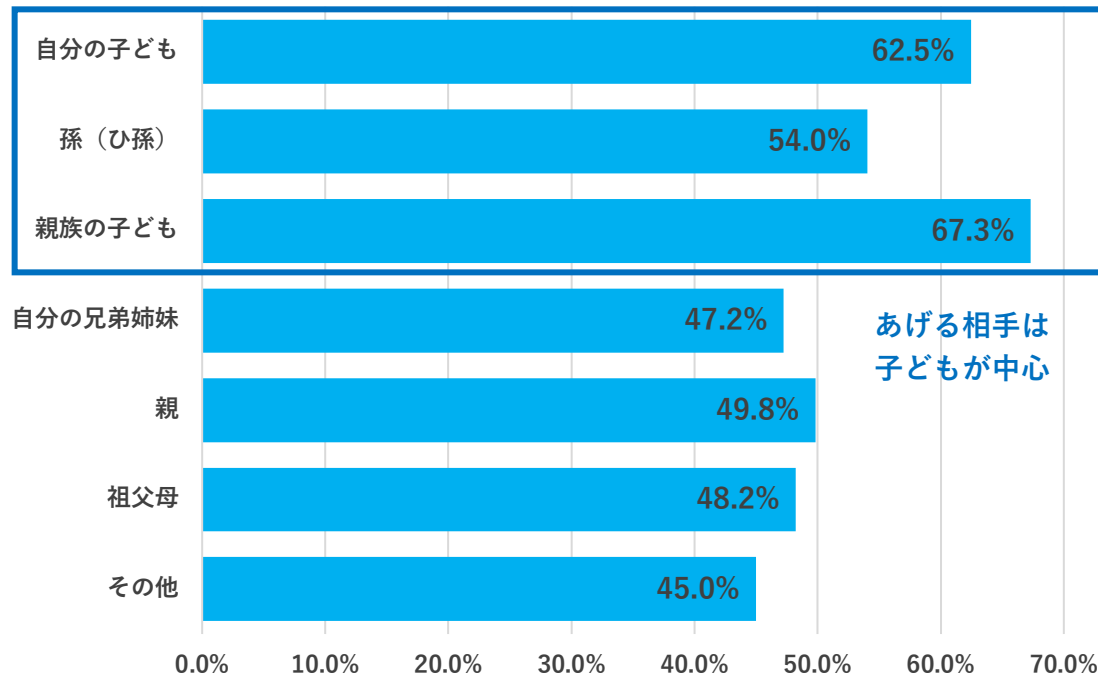




② お盆玉をあげる相手は子どもが中心。あげる金額は「1,000～4,999円」が主流。

「今年の夏にお盆玉をあげる」と回答した309名に対し、「お盆玉を誰にあげるか」と質問すると、あげる相手は最多が「親族の子ども」67.3%、次いで「自分の子ども」62.5%、「孫」54.0%と、子どもにあげる割合が高かった。一方、「親」49.8%、「祖父母」48.2%、「自分の兄弟姉妹」47.2%と、子ども以外にあげる人も一定数存在することがわかった。また、あげる金額は、あげる相手との関係性にかかわらず「1,000～4,999円」が主流だった。

今年はお盆玉を誰にあげますか？（n=309、複数回答）

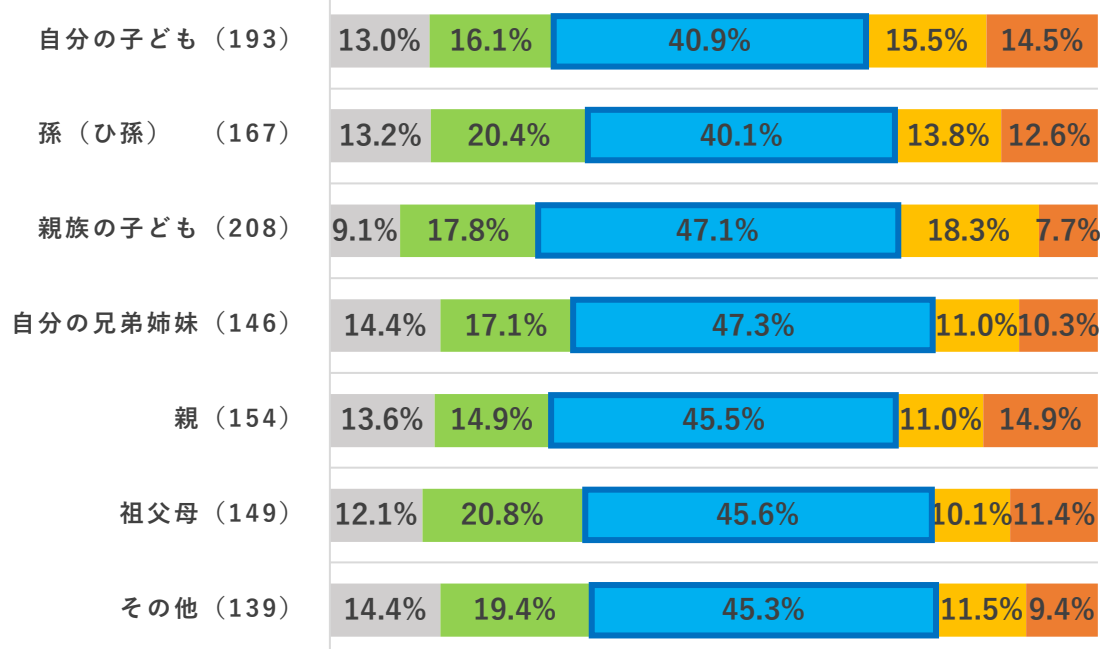


今年はお盆玉を誰にいくらあげる予定ですか？

※（）内の数値は各項目のn数

■ 1～500円 ■ 501～999円 ■ 1,000～4,999円 ■ 5,000～9,999円 ■ 10,000～30,000円以上

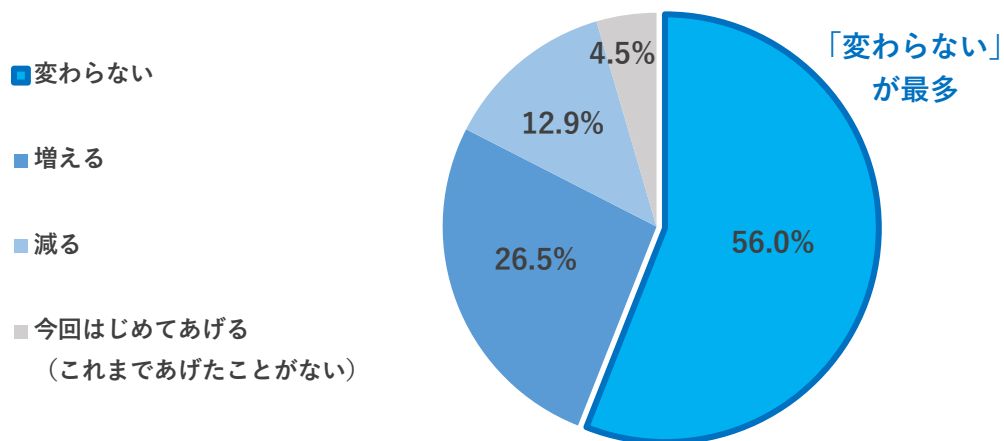
あげる金額は1,000円から4,999円が主流



③ 今年 2025 年にあげるお盆玉の総額は、昨年 2024 年の総額と比較すると「変わらない」が最多の 56.0%。次いで「増える」が 26.5%で、その背景には物価高の影響も見受けられた。

「今年 2025 年にあげるお盆玉の総額は、昨年 2024 年と比較するとどのようになるか」の質問に対し回答は、「変わらない」が 56.0%と最多で、次いで「増える」が 26.5%だった。

今年2025年にあげるお盆玉の総額は、
昨年2024年と比較するとどのようになりますか？(n=309)



「変わらない」と回答した人にその理由を聞いたところ、「毎年同じ金額をあげている（30代／男性）」といった習慣的な理由のほかに、「物価が上がったから（30代／男性）」「自分の収入が変わらないから（30代／女性）」といった、経済的な事情により増やしたくても増やせない人も一定数いることがわかった。

一方、「増える」と回答した人の理由は、「子どもの成長に合わせて増やす（30代／男性）」「孫が増えたので金額も増える（70代／男性）」など、子どもの成長や家族構成の変化に応じた理由が多かった。また、「物価が上がっているので金額を増やす（20代／女性）」といった声もあり、経済的な負担がある中でも、相手を思いやる気持ちから金額を増やすケースも見受けられた。

お盆玉の総額が「変わらない」と回答した理由

- ・ 毎年同じ金額をあげている（30代／男性）
- ・ 金額は一律にしているので変わらない（40代／女性）
- ・ 物価が上がったから（30代／男性）
- ・ 自分の収入が変わらないから（30代／女性）

お盆玉の総額が「増える」と回答した理由

- ・ 子どもの成長に合わせて増やす（30代／男性）
- ・ 子どもが大きくなったので少し増やす（40代／女性）
- ・ 孫が増えたので金額も増える（70代／男性）
- ・ 物価が上がっているので金額を増やす（20代／女性）
- ・ 物価高だから（50代／男性）

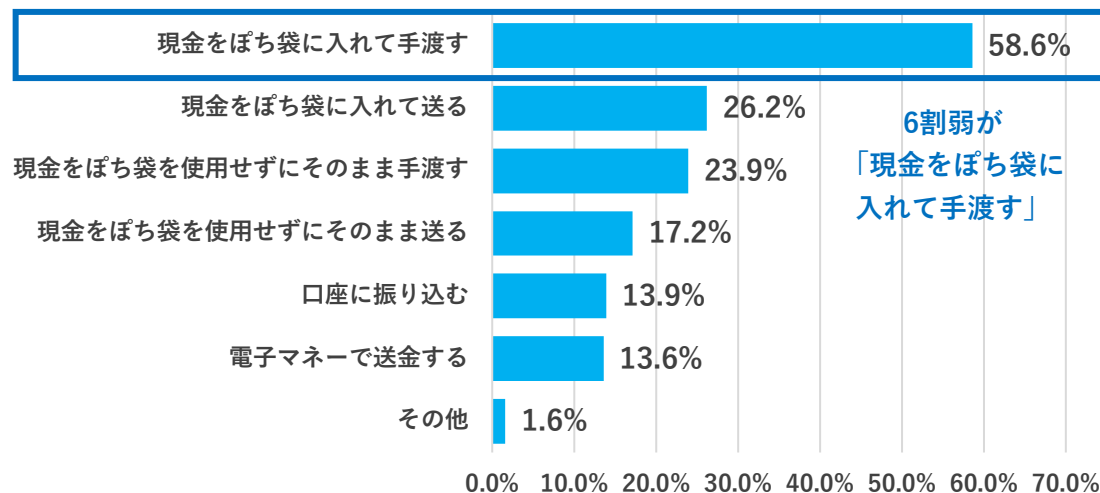
さらに、お盆玉をあげる目的を聞いたところ、「孫が楽しみにしているから（70代／女性）」「子どもを喜ばせたい（30代／男性）」など、相手の喜ぶ姿が見たいという気持ちや、「日頃の感謝の気持ちとして（30代／男性）」「夏の楽しみ（30代／男性）」など、コミュニケーションや季節のイベントとして楽しむ意識がうかがえた。

お盆玉をあげる目的は何ですか？

- ・孫が楽しみにしているから（70代／女性）
- ・子どもを喜ばせたい（30代／男性）
- ・自分も子どもの頃に貰って嬉しかったので、あげたい（50代／女性）
- ・日頃の感謝の気持ちとして（30代／男性）
- ・夏の楽しみ（30代／男性）
- ・サプライズ（20代／男性）

また、「どのようにお盆玉をあげるか」と質問したところ、最多が「現金をぼち袋に入れて手渡す」58.6%で、現金以外は「口座に振り込む」13.9%、「電子マネーで送金する」13.6%で1割程度にとどまった。

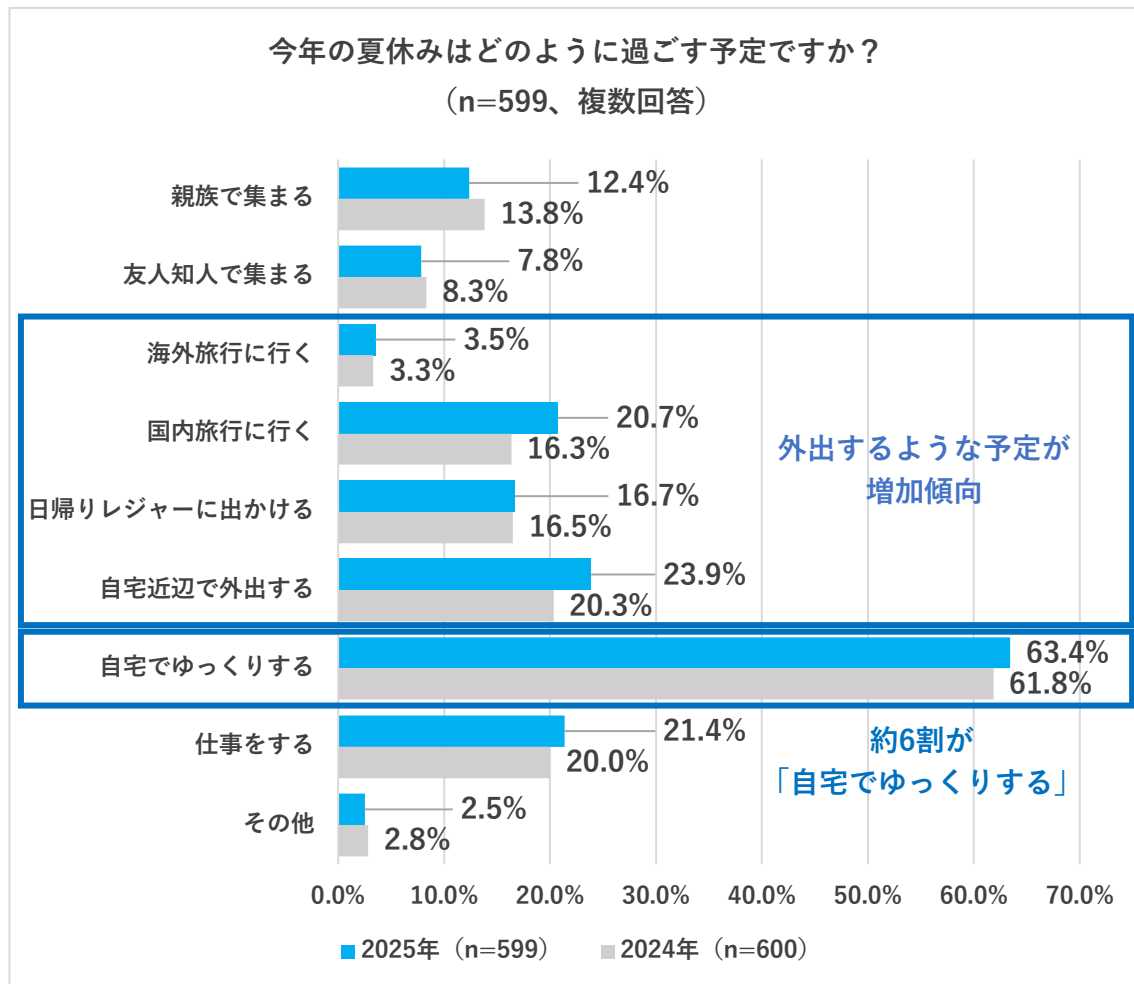
どのように「お盆玉」をあげますか？（n=309、複数回答）



④ 今年の夏休みは「自宅でゆっくりする」が63.4%と昨年同様に最多。「自宅近辺で外出する」「国内旅行に行く」「日帰りレジャーに出かける」「海外旅行に行く」は昨年から増加傾向。

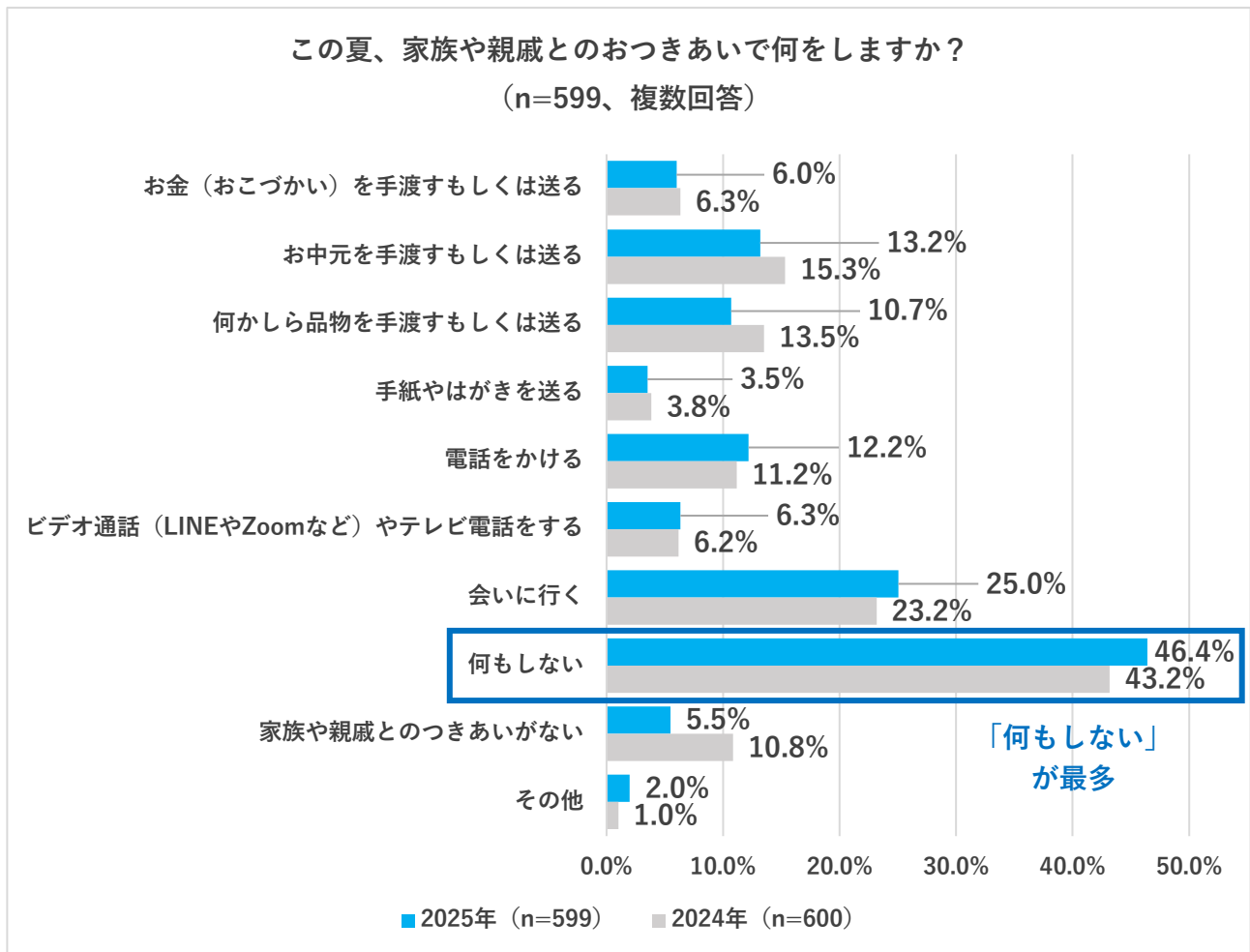
夏休みの動向調査を20代以上の男女599名に実施したところ、「今年の夏休みはどのように過ごす予定か」の質問に対し回答は、「自宅でゆっくりする」が63.4%と最多で、次いで「自宅近辺で外出する」23.9%、「仕事をする」21.4%だった。

昨年の調査結果（※2）と比較すると、「国内旅行に行く」は16.3%から4.4%増の20.7%、「自宅近辺で外出する」は20.3%から3.6%増の23.9%、「日帰りレジャーに出かける」は16.5%から0.2%増の16.7%、「海外旅行に行く」は3.3%から0.2%増の3.5%と、外出するような予定が全体的に増加傾向だったことから、今年の夏休みは昨年よりも“お出かけ需要”が高まっていることがわかった。



⑤ この夏は家族や親戚とおつきあいで「何もしない」が46.4%と昨年同様に最多で、次いで「会いに行く」が25.0%。

「今年の夏、家族や親戚とおつきあいで何をするか」の質問に対し回答は、最多が「何もしない」46.4%、次いで「会いに行く」25.0%だった。昨年の調査結果（※2）と比較すると、「会いに行く」は23.2%から25.0%へと1.8%増加した。一方で「何かしら品物を手渡すもしくは送る」は2.8%減の10.7%、「お中元を手渡すもしくは送る」は2.1%減の13.2%で、会いに行く人は増えているものの、品物のやりとりについては控えめになってきていることがわかった。



【考察】

「お盆玉」の認知度は約3割と、一定層に夏の習慣として定着してきていることがわかりました。特に20代や30代の若年層に多く親しまれていることから、今後も夏の風物詩のひとつとして受け継がれていくことが考えられます。また、物価高による家計の圧迫が続く中でも、お盆玉の金額を昨年から減額する人は少なく、相手の喜びや楽しみを大切にする気持ちが感じられました。

当社は、祝儀袋やのし紙、封筒やレターなどの商品を通じて、人と人のところをつなぐお手伝いをしてきました。これからも日本ならではの文化を大切に、お盆玉袋などのコミュニケーションアイテムの提供により、人々の暮らしに楽しさを届けていきます。

■お盆玉とは

「お盆玉」は、お盆に帰省した際に子どもや孫、祖父母へ、日ごろの感謝を込めてお心付けやお小遣いを贈る習慣を、当社が、お正月の風物詩である「お年玉」になぞって名付けた造語です。2010年に商標登録をしました。

【調査概要】

調査名：2025年お盆玉に関する実態調査

対象条件：全国20代～60代以上の男女

調査期間：2025年6月11日～6月17日

調査方法：インターネットを利用したアンケート

調査有効回答数：309名（※1）

調査名：2025 年夏休みの動向調査

対象条件：全国 20 代～60 代以上の男女

調査期間：2025 年 6 月 10 日～6 月 11 日

調査方法：インターネットを利用したアンケート

調査有効回答数：599 名

※1：全国の 20 代以上の男女 4,797 人を対象に事前調査を実施し、そのうち「今年の夏、お盆玉をあげる」と回答した 309 名に対して、「2025 年お盆玉に関する実態調査」を行いました。

※2：2024 年お盆玉に関する実態調査と夏休みの動向調査（2024 年 7 月 17 日）

<https://maruai.co.jp/news/p7597/>

マルアイについて

1888（明治 21）年創業。山梨県市川大門に本社を構え、祝儀袋や事務用封筒などの日用紙製品と、食品や精密機器を保護するための産業用包材を製造・販売しています。中でも祝儀袋・不祝儀袋は合わせて約 500 種類以上を展開し、業界で高いシェアを占めています。「こころ くらし 包む」をモットーに、みなさまの暮らしを豊かにする製品を提供しています。

社名：株式会社マルアイ

代表：村松道哉

本社所在地：山梨県西八代郡市川三郷町市川大門
2603 番地

設立：昭和 22 年 5 月 30 日

HP：<https://maruai.co.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社マルアイ 広告宣伝課

E-MAIL：pr@maruai.co.jp TEL：070-7416-9987