

2025年9月30日
三菱地所・サイモン株式会社

10月10日は『プレミアム・アウトレットの日』 「秋のお出かけ」と「アウトレットモール」に関する調査2025

全国10カ所にあるプレミアム・アウトレットは今年で日本上陸25周年を迎えます。そこで、プレミアム・アウトレットを運営する三菱地所・サイモン株式会社は、10月10日の「プレミアム・アウトレットの日」※1に因み、2025年8月1日～8月4日の4日間にわたって、全国の15歳～69歳の男女を対象に1,000名の有効サンプルを集計し、『「秋のお出かけ」と「アウトレットモール」に関する調査2025』を実施しました。（調査協力機関：ネットエイジア株式会社）

※1：アウ“ト”（10）レッ“ト”（10）の語呂に合わせ、10月10日は「プレミアム・アウトレットの日」です。2020年に、プレミアム・アウトレットの日本誕生20周年を記念し、三菱地所・サイモン株式会社が、一般社団法人 日本記念日協会に申請し、記念日として認定を受けました。

秋のお出かけ

気候が過ごしやすくお出かけに最適な秋のレジャーとしては「温泉」「グルメ」「ショッピング」が人気。現在も物価高が止まらない状況にある一方で、給付金支給やガソリン減税が実施された場合、お出かけに前向きになる人が過半数ではありますが、慎重な傾向がみられました。他方、秋のお出かけの際に「人多すぎて疲れた」「渋滞に巻き込まれて予定が狂った」など、中には行楽シーズンゆえの失敗を経験している人もみられました。

今秋のお出かけ意向では温泉やグルメ、ショッピングが人気

どのようなお出かけをしたいかでは「温泉」「グルメ」「ショッピング」がTOP3に。いずれも3人に1人が挙げており、秋のレジャーの定番ともいえそうです。

今秋のお出かけ予算は平均 3.1 万円、60 代は 4.2 万円

お出かけ 1 回の予算は平均 31,018 円。予算は年代が上がるにつれ高くなる傾向がみられ、60 代では 41,742 円に。特にシニア層が消費に積極的な様子がわかります。

秋のお出かけの情報収集ツールはインターネット、若年層では SNS が 1 位

秋のお出かけの情報収集ツールの 1 位は「インターネット」。年代別では 10 代の 1 位は「Instagram」、20 代の 1 位は「YouTube」と、若年層では SNS が最多に。SNS が主な情報収集手段になっていることがうかがえます。

秋のお出かけでの“失敗あるある”の要因は混雑

秋のお出かけで経験した失敗の 1 位は「人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた」、2 位は「渋滞に巻き込まれて予定が狂った」。行楽シーズンゆえの混雑をきっかけに悔しい思いをした人は少なくないようです。

【秋のお出かけ（行楽）の予定】 p.5-8

- [1] 今秋、どのようなお出かけをしたい？ TOP3は「温泉」「グルメ」「ショッピング」
- [2] 今秋のお出かけで利用したい交通手段 1位「自家用車」2位「電車」
20代では「レンタカー・カーシェア」の利用意向率が高傾向
- [3] 今秋一緒にお出かけしたい人 1位「配偶者」2位「子ども」3位「友人」
お出かけを希望するドッグオーナーの4人に1人が「ペット」と一緒に行きたいと回答
- [4] 「今秋のお出かけでは宿泊をしたい」65%
- [5] 今秋のお出かけ予算 1人1回あたりの平均は31,018円、
“宿泊派”は平均37,933円、“日帰り派”は平均14,223円

【秋のお出かけ（行楽）意向と支援策】 p.9-11

- [1] 「物価高対策の給付金が支給されたら、秋のお出かけに前向きになる」55%
- [2] 「ガソリン減税が実施されたら、秋のお出かけに前向きになる」51%
- [3] 「全国旅行支援が実施されたら、秋のお出かけに前向きになる」61%
- [4] 「全国旅行支援が実施されたら、秋のお出かけの予算を増やしたい」59%

【秋のお出かけ（行楽）の魅力と実態】 p.12-14

- [1] 秋のお出かけに関する情報収集で利用するもの
10代では「Instagram」、20代では「YouTube」が1位に
- [2] 秋のお出かけの魅力だと思うことは？
1位「食べ物がおいしい」2位「気温が暑すぎず寒すぎない」3位「自然の風景が美しい」
- [3] 秋のお出かけで経験した失敗 1位「人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた」
2位「渋滞に巻き込まれて予定が狂った」3位「紅葉が見頃ではなかった」
子どもがいる人では「渋滞時に子どもがトイレに行きたくなった」も上位に

アウトレットモール

アウトレットモールの利用経験や楽しみ方は買い物だけでなく、家族やペットとのお出かけ先としても人気で、「掘り出し物に出会えた」「つい買いすぎた」など“あるある”も多数。価格の魅力やワクワク感が、多くの人を惹きつけていることがわかりました。

アウトレットはリーズナブルだけでなくワクワク感も魅力に

アウトレットの魅力 TOP3 は「価格が安い」「セール・バーゲンが開催される」「なにかワクワクする」。リーズナブルさが注目されるアウトレットですが、ワクワク感も魅力と捉えられているようです。

アウトレットでの平均支出は 2 万円超、50 代は 3 万円超え

1 回の訪問で使う金額は平均 22,101 円。特に 50 代では 30,701 円と高めで、購買力のある層がアウトレットを積極的に活用している様子がうかがえます。

衝動買い・掘り出し物が購買意欲を刺激

利用経験者の 66%が「衝動買い経験あり」、60%が「掘り出し物に出会ったことがある」と回答、アウトレットならではのお得さが購買意欲を刺激している結果に。

ペットとのお出かけニーズが拡大中

アウトレットモールに行ったことのあるドッグオーナーの 5 人に 1 人が「愛犬とのお出かけ」を目的に訪問。ペット同伴 OK の店舗や飲食店、通行しやすさなど、ペットフレンドリーな施設への関心が高まっています。

【アウトレットモールの利用経験・目的】 p.15-17

- [1] 「アウトレットモールに行ったことがある」73%、パパ・ママでは87%
- [2] アウトレットモールに行ったことがある人の41%が
「買い物以外の目的でアウトレットモールに行ったことがある」と回答
- [3] 「お出かけ先・旅行先にアウトレットモールがあるとうれしい」53%、女性では60%
- [4] 「今秋のお出かけでアウトレットモールに行きたい」44%、30代女性では69%
- [5] アウトレットモールを訪れる目的
1位「セール品の購入」2位「欲しい商品の購入」3位「掘り出し物探し」
アウトレットモールに行ったことのあるドッグオーナーの5人に1人が「愛犬とのお出かけ」と回答

【アウトレットモールの魅力とお買い物実態】 p.18-21

- [1] アウトレットモールの魅力
1位「価格が安い」2位「セール・バーゲンが開催される」3位「なにかワクワクする」
- [2] アウトレットモールでお買い物をする際に使う金額は？ 1回の訪問で平均22,101円、50代では30,701円
- [3] アウトレットモールに行ったことがある人の66%が
「アウトレットモールで衝動買いしたことがある」と回答
- [4] アウトレットモールで衝動買いしたことがあるもの 1位「洋服」2位「靴・スニーカー」
- [5] アウトレットモールに行ったことがある人の60%が
「アウトレットモールで掘り出し物に出会ったことがある」と回答
- [6] アウトレットモールで掘り出し物に出会ったことがあるもののTOP3 「洋服」「靴・スニーカー」「カバン」

【アウトレットあるある】 p.22-25

- [1] 未就学児と一緒にいきたいアウトレットモールは？
1位「子どもが遊べる施設がある」2位「フードコートが空いている」3位「子ども服が安く買える」
- [2] 愛犬と一緒にいきたいアウトレットモールは？ 1位「ペット同伴で入れる店舗が多い」
2位「ペット同伴で入れる飲食店がある」3位「ペットと一緒に通行しやすい」
- [3] アウトレットモールあるある TOP5「広すぎて行きたいお店を全部回れない」「予定より買いすぎてしまう」
「歩き疲れたときはスイーツを食べて一休みする」「衝動買いしてしまう」「駐車場所がわからなくなる」
- [4] アウトレットモールを訪れた際の楽しかった思い出
「いいカバンを値引きされた値段で購入できた」「子どもが遊び場でかなり楽しんでいる姿を見た」
「見たことがないデザート店があったときテンションが上がる」「観覧車に乗った」
「愛犬を連れて歩き、色々な人から可愛いと声をかけられた」など

【秋のお出かけ・アウトレット×芸能人】 p.26-27

アウトレットモールにまつわる芸能人のイメージを調査。さまざまな視点からアウトレットと芸能人のイメージを聞いた結果、憧れのお買い物デートや楽しみ方が垣間見えます。

- [1] アウトレットモールで掘り出し物を見つけるのが上手だと思う芸能人 1位「アンミカさん」
- [2] アウトレットモールで愛犬とのお出かけを楽しんでいそうな芸能人 1位「坂上忍さん」
- [3] アウトレットモールデートしたい芸能人 男性回答では1位「吉岡里帆さん」2位「今田美桜さん」
女性回答では2位「佐藤健さん」「目黒蓮さん」、1位は？

調査結果・データ

《秋のお出かけ（行楽）の予定》

【1】 今秋、どのようなお出かけをしたい？ TOP3は「温泉」「グルメ」「ショッピング」

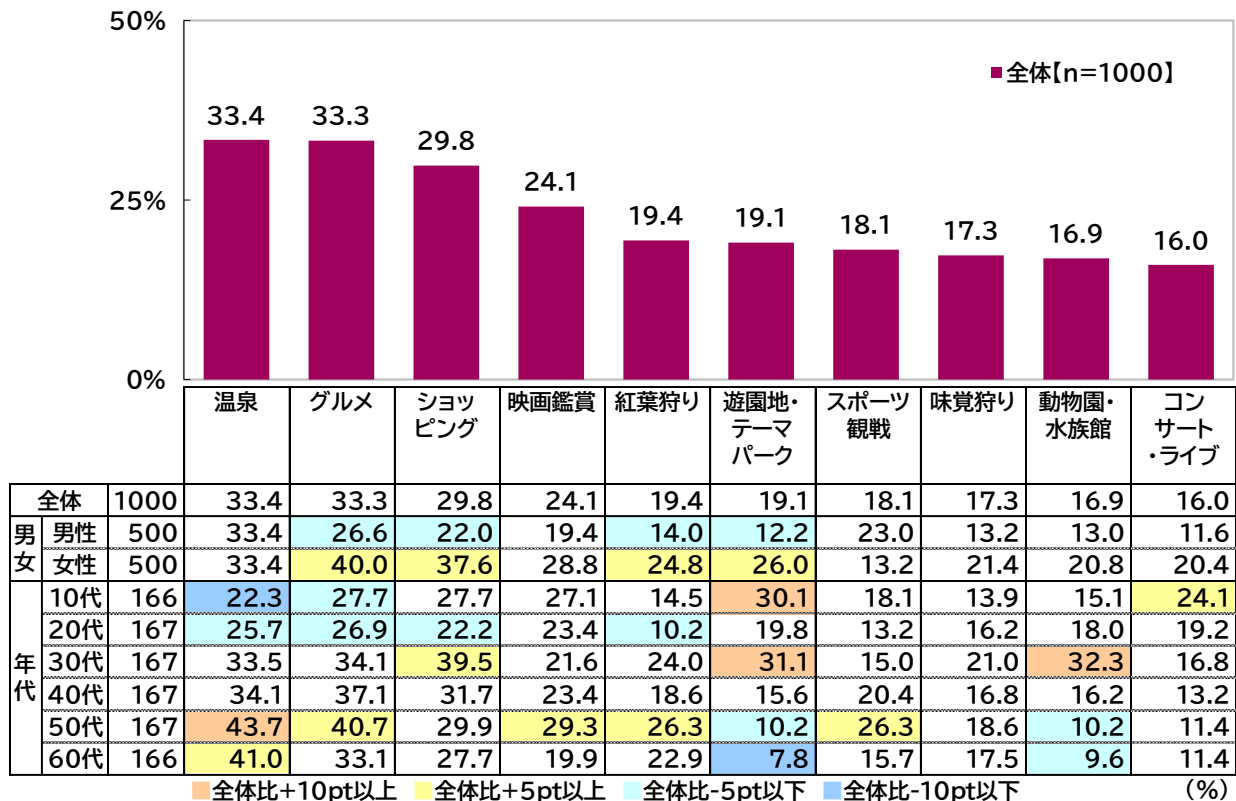
全国の15歳～69歳の男女1,000名（全回答者）に、今秋のお出かけ・行楽について質問しました。

はじめに、全回答者（1,000名）に、今秋、どのような“お出かけ”（行楽）をしたいか聞いたところ、「温泉」（33.4%）と「グルメ」（33.3%）が高くなり、「ショッピング」（29.8%）、「映画鑑賞」（24.1%）、「紅葉狩り」（19.4%）が続きました。

男女別にみると、「グルメ」（男性26.6%、女性40.0%）や「ショッピング」（男性22.0%、女性37.6%）、「紅葉狩り」（男性14.0%、女性24.8%）、「遊園地・テーマパーク」（男性12.2%、女性26.0%）は、男性と比べて女性のほうが10ポイント以上高くなりました。

年代別にみると、10代では「遊園地・テーマパーク」（30.1%）、20代と40代では「グルメ」（20代26.9%、40代37.1%）、30代では「ショッピング」（39.5%）が1位でした。

◆今秋、どのような“お出かけ”（行楽）をしたいか【複数回答形式】※上位10位までを表示

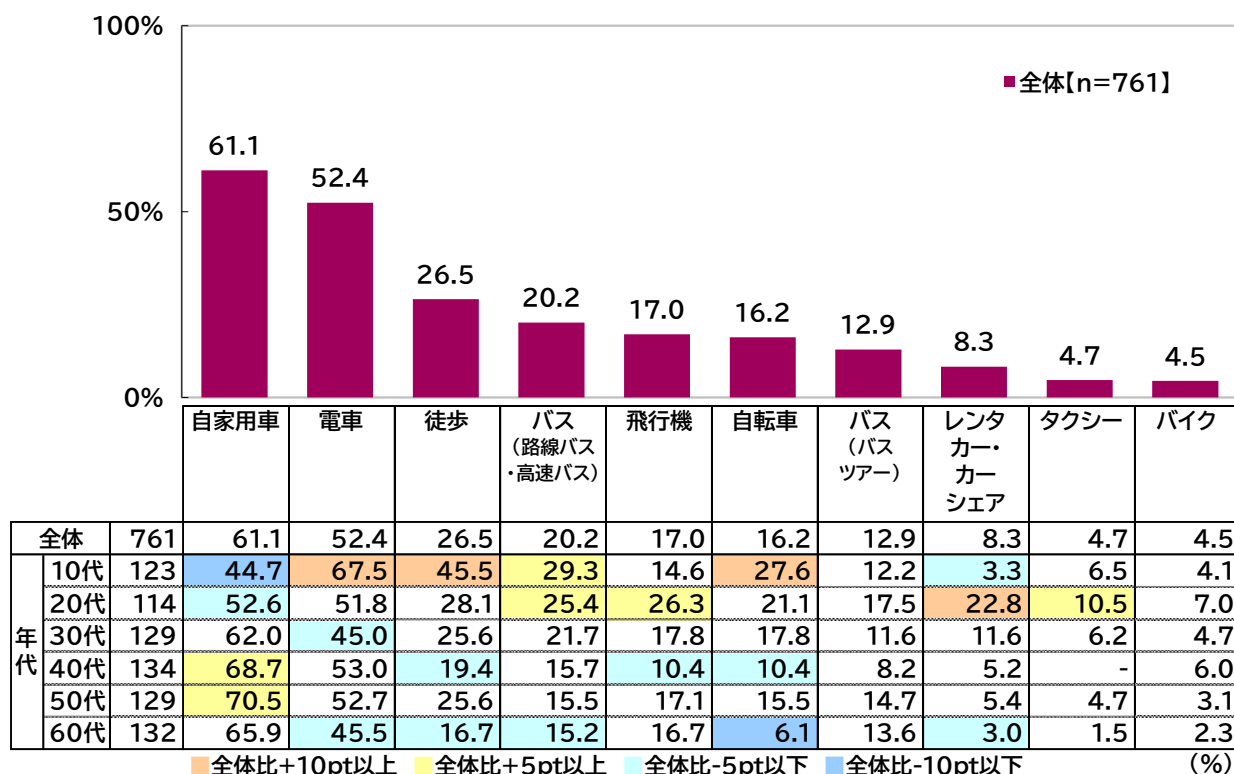


【2】 今秋のお出かけで利用したい交通手段 1位「自家用車」2位「電車」
20代では「レンタカー・カーシェア」の利用意向率が他年代より高い傾向

今秋お出かけをしたい人（761名）に、今秋“お出かけ”（行楽）をする際、どのような交通手段を利用したいか聞いたところ、「自家用車」（61.1%）が最も高くなりました。この秋、マイカーでお出かけしたいと考えている人が多いようです。次いで高くなったのは、「電車」（52.4%）、「徒歩」（26.5%）、「バス（路線バス・高速バス）」（20.2%）、「飛行機」（17.0%）、「自転車」（16.2%）、「バス（バスツアー）」（12.9%）、「レンタカー・カーシェア」（8.3%）、「タクシー」（4.7%）、「バイク」（4.5%）でした。

年代別にみると、10代では「電車」（67.5%）、「徒歩」（45.5%）、「自転車」（27.6%）、20代では「レンタカー・カーシェア」（22.8%）が、全体と比べて10ポイント以上高くなりました。

◆今秋“お出かけ”（行楽）をする際、どのような交通手段を利用したいか〔複数回答形式〕※上位10位までを表示
 対象：今秋お出かけをしたい人



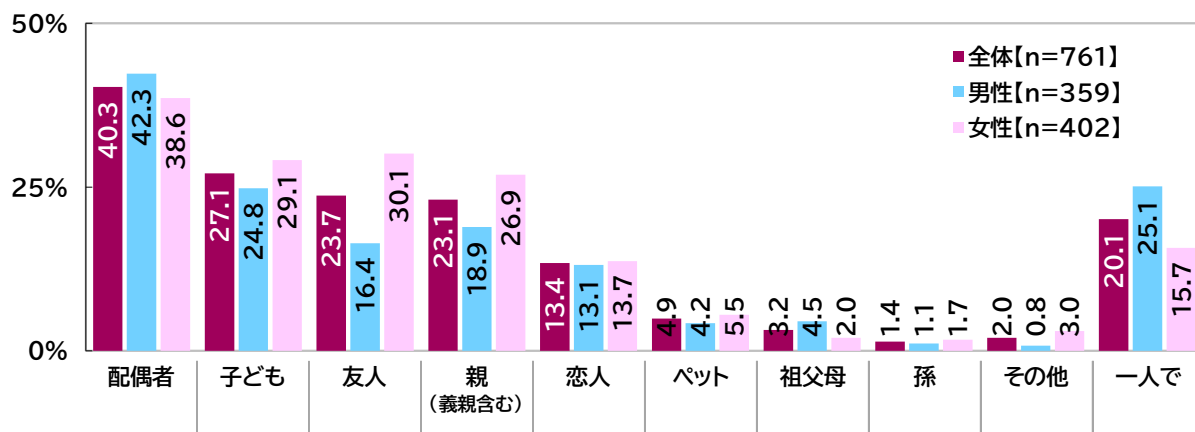
【3】 今秋一緒にお出かけしたい人 1位「配偶者」2位「子ども」3位「友人」

お出かけを希望するドッグオーナーの4人に1人が「ペット」と一緒に行きたいと回答

今秋お出かけをしたい人（761名）に、今秋の“お出かけ”（行楽）は、誰と一緒にいきたいか聞いたところ、「配偶者」（40.3%）が最も高くなり、「子ども」（27.1%）、「友人」（23.7%）、「親（義親含む）」（23.1%）が続きました。また、「一人で」は20.1%でした。

男女別にみると、「友人」（男性16.4%、女性30.1%）は、男性と比べて女性のほうが13.7ポイント高くなりました。また、「一人で」（男性25.1%、女性15.7%）は、女性と比べて男性のほうが9.4ポイント高くなりました。

◆今秋の“お出かけ”（行楽）は、誰と一緒にいきたいか【複数回答形式】
対象：今秋お出かけをしたい人



子どもがいる人（277名）の回答をみると、「配偶者」（75.1%）と「子ども」（74.4%）が7割半となり、「友人」（12.6%）、「親（義親含む）」（11.9%）、「ペット」（5.1%）が続きました。今秋お出かけを計画しているパパ・ママの大半が、子連れでのお出かけを希望していることがわかりました。

また、犬を飼っている人（130名）の回答をみると、「配偶者」（42.3%）、「子ども」（33.8%）、「親（義親含む）」（27.7%）に続いて、「ペット」（25.4%）が高くなりました。

◆今秋の“お出かけ”（行楽）は、誰と一緒にいきたいか【複数回答形式】 ※上位5位までを表示
対象：今秋お出かけをしたい人

子どもがいる人【n=277】

1位	配偶者	75.1%
2位	子ども	74.4%
3位	友人	12.6%
4位	親(義親含む)	11.9%
5位	ペット	5.1%

犬を飼っている人【n=130】

1位	配偶者	42.3%
2位	子ども	33.8%
3位	親(義親含む)	27.7%
4位	ペット	25.4%
5位	友人	20.0%

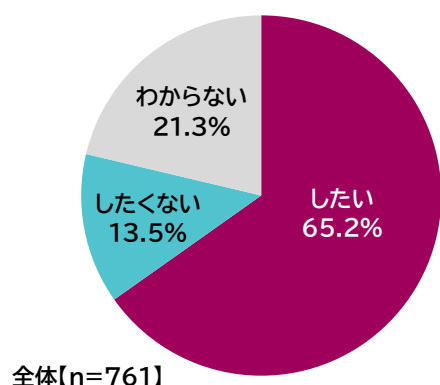
【4】「今秋のお出かけでは宿泊をしたい」 65%

**【5】今秋のお出かけ予算 1人1回あたりの平均は31,018円、
“宿泊派”は平均37,933円、“日帰り派”は平均14,223円**

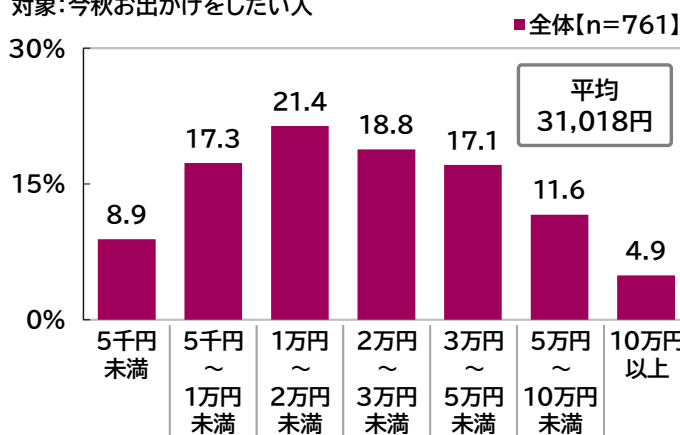
今秋お出かけをしたい人（761名）に、今秋の“お出かけ”（行楽）では宿泊をしたいか聞いたところ、「したい」は65.2%、「したくない」は13.5%と、“宿泊派”が多い結果となりました。

今秋の“お出かけ”（行楽）の予算（お出かけ1回・1人あたり。宿泊費、食事代、交通費、お土産代などすべての費用を含む）を聞いたところ、「1万円～2万円未満」（21.4%）や「2万円～3万円未満」（18.8%）、「5千円～1万円未満」（17.3%）、「3万円～5万円未満」（17.1%）などに回答が分かれ、平均は31,018円でした。

◆今秋の“お出かけ”（行楽）では宿泊をしたいか
【単一回答形式】
対象：今秋お出かけをしたい人



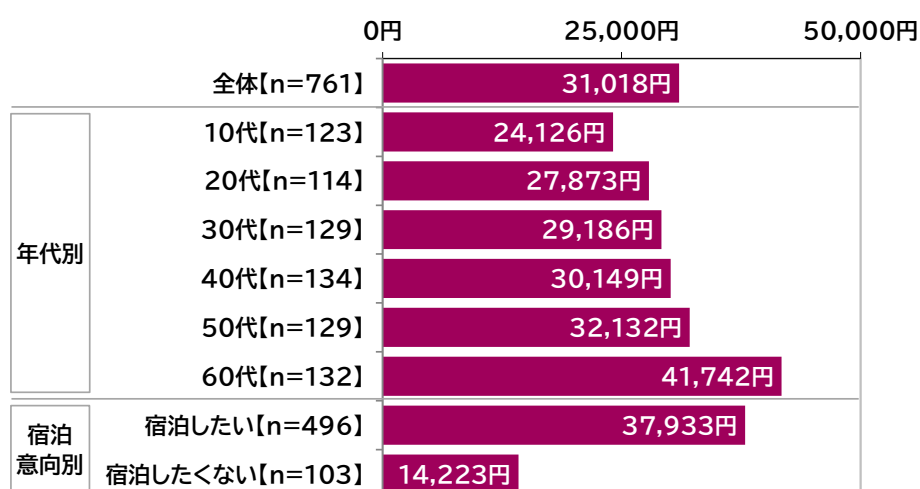
◆今秋の“お出かけ”（行楽）の予算【単一回答形式】
対象：今秋お出かけをしたい人



年代別にみると、平均は年代が上がるほど高くなり、60代（41,742円）が最も高くなりました。

宿泊意向別にみると、平均は宿泊したい人では37,933円、宿泊したくない人では14,223円となりました。

◆今秋の“お出かけ”（行楽）の予算の平均 対象：今秋お出かけをしたい人



《秋のお出かけ（行楽）意向と支援策》

【1】「物価高対策の給付金が支給されたら、秋のお出かけに前向きになる」55%

【2】「ガソリン減税が実施されたら、秋のお出かけに前向きになる」51%

【3】「全国旅行支援が実施されたら、秋のお出かけに前向きになる」61%

【4】「全国旅行支援が実施されたら、秋のお出かけの予算を増やしたい」59%

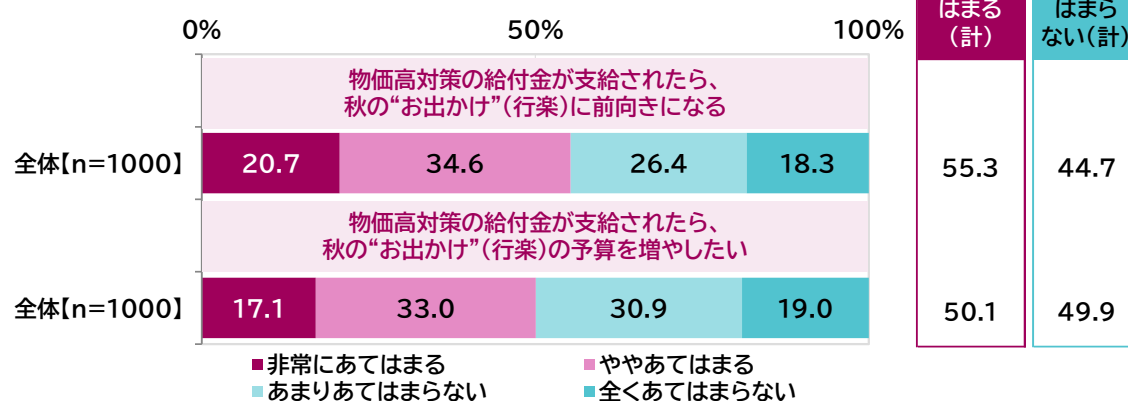
物価高が続くなか、もし今後、給付金支給やガソリン減税、高速道路料金の割引、地域限定クーポンの配布、全国旅行支援といった景気対策が実現したら、秋の“お出かけ”計画に影響はあるのでしょうか。

全回答者（1,000名）に、給付金支給やガソリン減税、高速道路料金の割引、地域限定クーポンの配布、全国旅行支援の影響による、秋の“お出かけ”意識の変化についての内容を提示し、自身の気持ちや考えがどのくらいあてはまるか聞きました。

【物価高対策の給付金が支給されたら、秋の“お出かけ”（行楽）に前向きになる】では、「非常にあてはまる」が20.7%、「ややあてはまる」が34.6%で、合計した『あてはまる（計）』は55.3%、「全くあてはまらない」が18.3%、「あまりあてはまらない」が26.4%で、合計した『あてはまらない（計）』は44.7%となりました。給付金は秋のお出かけの後押しになると思う人が過半数となりました。

【物価高対策の給付金が支給されたら、秋の“お出かけ”（行楽）の予算を増やしたい】では、『あてはまる（計）』は50.1%、『あてはまらない（計）』は49.9%でした。

◆物価高対策の給付金と秋の“お出かけ”に関する意識〔各単一回答形式〕

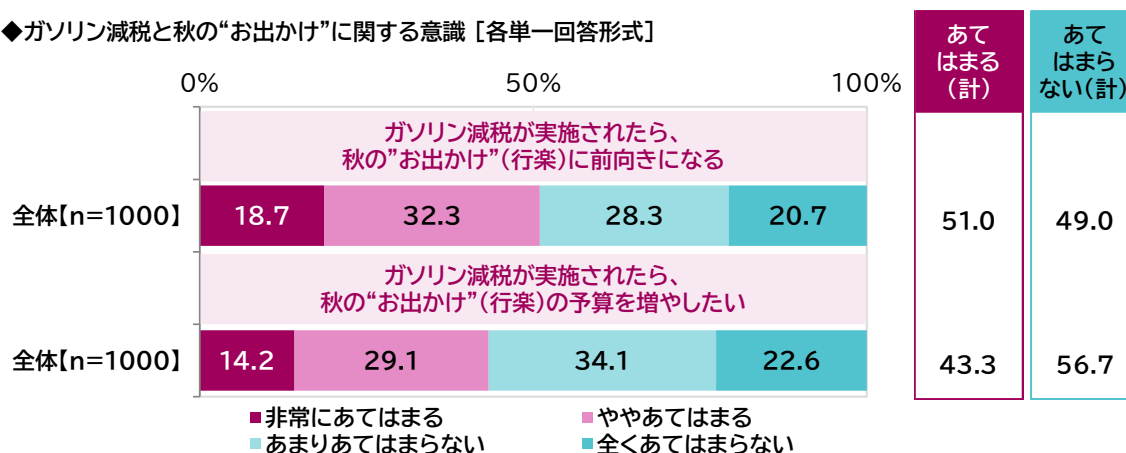


ガソリンの暫定税率（1リットルあたり約25.1円）は、2025年内に廃止される見通しとなっています。

【ガソリン減税が実施されたら、秋の“お出かけ”（行楽）に前向きになる】では、『あてはまる（計）』は51.0%、『あてはまらない（計）』は49.0%と、前向きになる人が半数を超えました。

【ガソリン減税が実施されたら、秋の“お出かけ”（行楽）の予算を増やしたい】では、『あてはまる（計）』は43.3%、『あてはまらない（計）』は56.7%でした。

◆ガソリン減税と秋の“お出かけ”に関する意識【各単一回答形式】

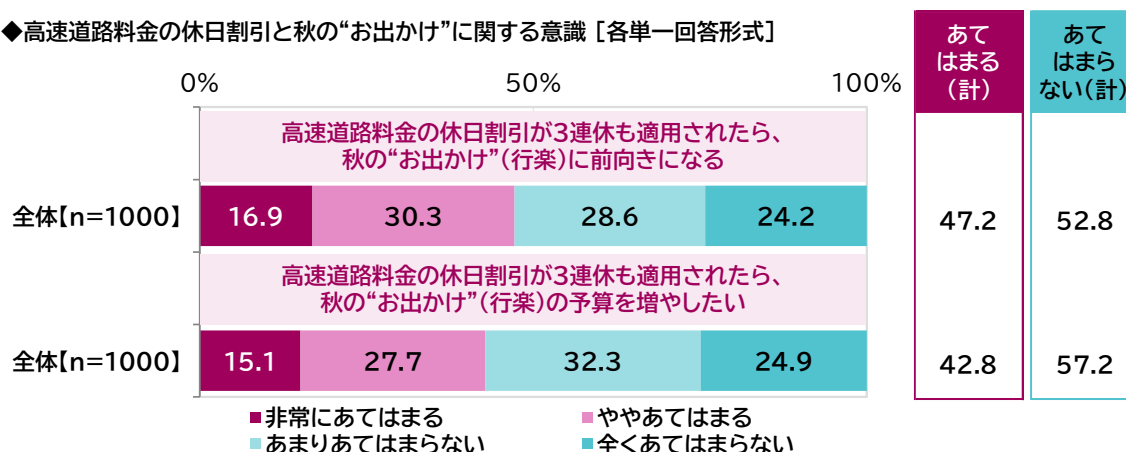


ETCシステムを利用する軽自動車・普通車で、土日祝日に地方部の高速道路の通行が30%割引となる“休日割引”は、2025年度から3連休には適用されないこととなりました。

【高速道路料金の休日割引が3連休も適用されたら、秋の“お出かけ”（行楽）に前向きになる】では、『あてはまる（計）』は47.2%、『あてはまらない（計）』は52.8%となりました。

【高速道路料金の休日割引が3連休も適用されたら、秋の“お出かけ”（行楽）の予算を増やしたい】では、『あてはまる（計）』は42.8%、『あてはまらない（計）』は57.2%でした。

◆高速道路料金の休日割引と秋の“お出かけ”に関する意識【各単一回答形式】

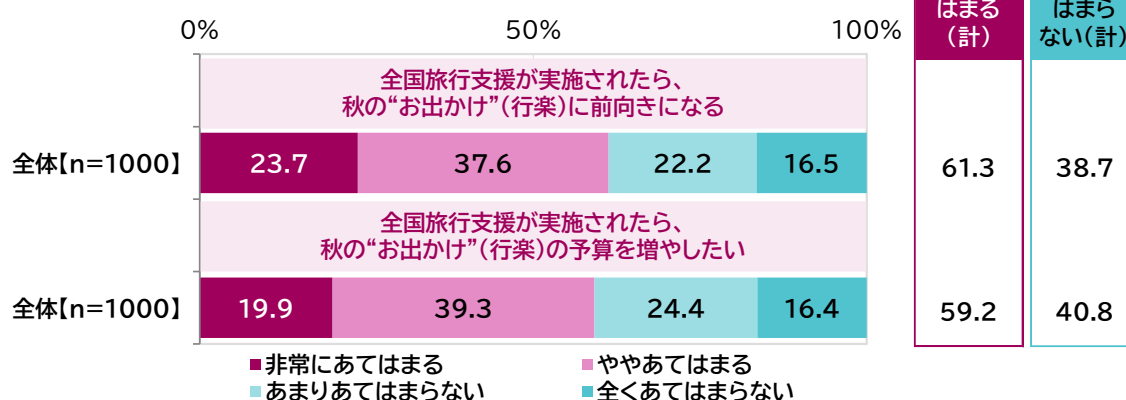


都道府県を主体とした観光振興事業である全国旅行支援は2023年で終了しましたが、もし同様の支援策が行われたらと仮定して質問しました。

【全国旅行支援が実施されたら、秋の“お出かけ”（行楽）に前向きになる】では、『あてはまる（計）』は61.3%、『あてはまらない（計）』は38.7%となりました。

【全国旅行支援が実施されたら、秋の“お出かけ”（行楽）の予算を増やしたい】では、『あてはまる（計）』は59.2%、『あてはまらない（計）』は40.8%となりました。全国旅行支援があれば、旅行プランを充実させたいと考える人が多いようです。

◆全国旅行支援と秋の“お出かけ”に関する意識 [各単一回答形式]

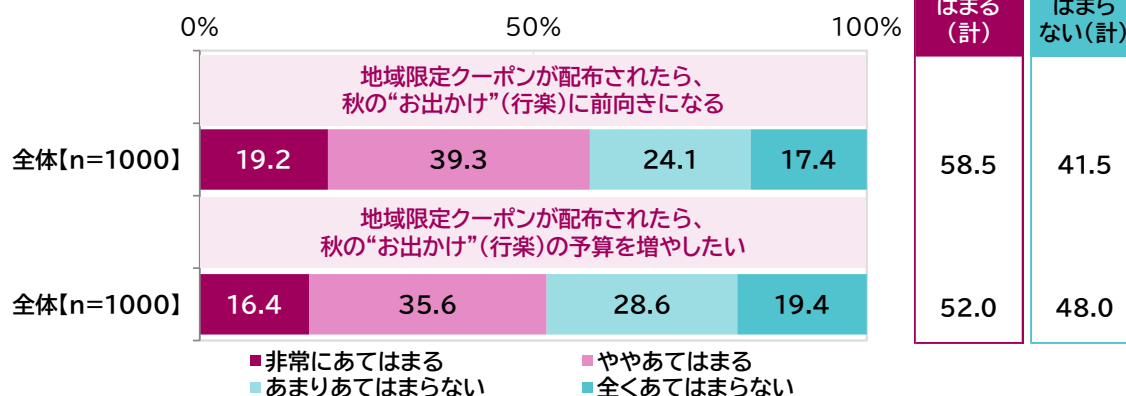


全国旅行支援終了後も、地域独自の支援策を実施している都道府県があります。

【地域限定クーポンが配布されたら、秋の“お出かけ”（行楽）に前向きになる】では、『あてはまる（計）』は58.5%、『あてはまらない（計）』は41.5%となりました。

【地域限定クーポンが配布されたら、秋の“お出かけ”（行楽）の予算を増やしたい】では、『あてはまる（計）』は52.0%、『あてはまらない（計）』は48.0%でした。

◆地域限定クーポンと秋の“お出かけ”に関する意識 [各単一回答形式]



《秋のお出かけ（行楽）の魅力と実態》

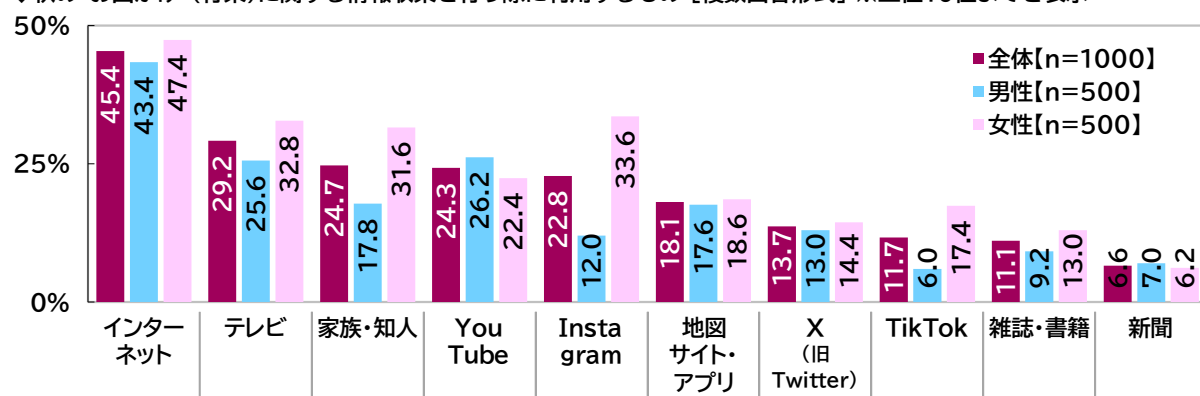
【1】秋のお出かけに関する情報収集で利用するもの

10代では「Instagram」、20代では「YouTube」が1位に

全回答者（1,000名）に、秋の“お出かけ”（行楽）に関する情報収集を行う際に利用するものを聞いたところ、「インターネット」（45.4%）が最も高くなり、「テレビ」（29.2%）、「家族・知人」（24.7%）、「YouTube」（24.3%）、「Instagram」（22.8%）が続きました。

男女別にみると、「Instagram」（男性12.0%、女性33.6%）は、男性と比べて女性のほうが21.6ポイント高くなりました。Instagramの投稿やリールなどで気になった情報を、お出かけの参考に使っている女性が多いのではないのでしょうか。

◆秋の“お出かけ”（行楽）に関する情報収集を行う際に利用するもの【複数回答形式】 ※上位10位までを表示



年代別にみると、10代では「Instagram」（35.5%）、20代では「YouTube」（29.9%）、30代以上では「インターネット」（30代38.9%、40代53.3%、50代58.1%、60代60.2%）が1位でした。また、10代では「TikTok」（4位：28.9%）、40代以上では「地図サイト・アプリ」（40代5位：22.8%、50代5位：18.6%、60代4位：18.7%）、50代以上では「雑誌・書籍」（50代5位：18.6%、60代5位：14.5%）が5位以内にランクインしました。年代によって、お出かけ情報の収集手段に違いがみられる結果となりました。

◆秋の“お出かけ”（行楽）に関する情報収集を行う際に利用するもの【複数回答形式】 ※上位5位までを表示

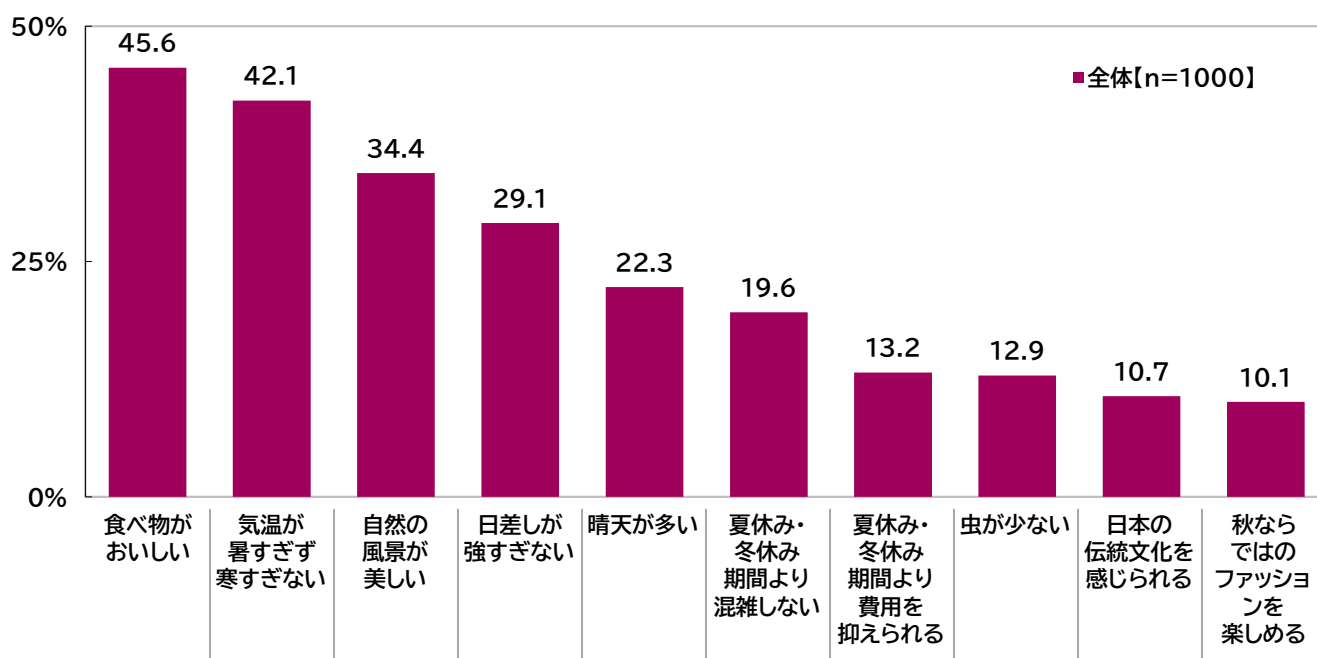
10代[n=166]			20代[n=167]			30代[n=167]		
1位	Instagram	35.5%	1位	YouTube	29.9%	1位	インターネット	38.9%
2位	インターネット	33.1%	2位	インターネット	28.7%	2位	Instagram	28.7%
2位	YouTube	33.1%	3位	Instagram	28.1%	3位	テレビ	26.9%
4位	TikTok	28.9%	4位	家族・知人	21.0%	4位	家族・知人	26.3%
5位	X(旧Twitter)	26.5%	5位	X(旧Twitter)	17.4%	4位	YouTube	26.3%
40代[n=167]			50代[n=167]			60代[n=166]		
1位	インターネット	53.3%	1位	インターネット	58.1%	1位	インターネット	60.2%
2位	テレビ	40.7%	2位	テレビ	33.5%	2位	テレビ	37.3%
3位	家族・知人	32.3%	3位	家族・知人	28.1%	3位	家族・知人	21.1%
4位	YouTube	26.9%	4位	Instagram	19.8%	4位	地図サイト・アプリ	18.7%
5位	地図サイト・アプリ	22.8%	5位	地図サイト・アプリ	18.6%	5位	雑誌・書籍	14.5%
			5位	雑誌・書籍	18.6%			

【2】秋のお出かけの魅力だと思うことは？

1位「食べ物おいしい」2位「気温が暑すぎず寒すぎない」3位「自然の風景が美しい」

全回答者（1,000名）に、秋の“お出かけ”（行楽）の魅力だと思うことを聞いたところ、「食べ物おいしい」（45.6%）が最も高くなりました。旬の農産物や海産物、季節限定メニューなど、秋の味覚を堪能できる点に魅力を感じる人が多いようです。次いで高くなったのは、「気温が暑すぎず寒すぎない」（42.1%）、「自然の風景が美しい」（34.4%）、「日差しが強すぎない」（29.1%）、「晴天が多い」（22.3%）でした。気候の良さや、紅葉など風景の美しさに関する内容が上位に挙がりました。

◆秋の“お出かけ”（行楽）の魅力だと思うこと〔複数回答形式〕※上位10位までを表示



【3】 秋のお出かけで経験した失敗 1位「人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた」
2位「渋滞に巻き込まれて予定が狂った」3位「紅葉が見頃ではなかった」
子どもがいる人では「渋滞時に子どもがトイレに行きたくなった」も上位に

全回答者（1,000名）に、秋の“お出かけ”（行楽）で経験した失敗を聞いたところ、「人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた」（15.9%）が最も高くなり、「渋滞に巻き込まれて予定が狂った」（12.5%）、「紅葉が見頃ではなかった」（11.0%）、「上着を忘れて寒かった」（9.6%）、「紫外線対策を忘れて日焼けした」（7.0%）が続きました。混雑や想定外の事態、準備不足によって苦い経験をした人が多いようです。

子どもがいる人（318名）では「渋滞時に子どもの機嫌が悪くなった」（7.5%）が7位、「渋滞時に子どもがトイレに行きたくなった」（6.9%）が8位と、渋滞関連の項目が10位以内に多くランクインしました。犬を飼っている人（152名）では「ペットが歩くのを嫌がって抱っこしなければいけなくなった」（9.2%）が7位でした。

◆秋の“お出かけ”（行楽）で経験した失敗【複数回答形式】 ※上位10位までを表示

全体【n=1000】

1位	人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた	15.9%	6位	厚着しすぎて汗だくになった	6.9%
2位	渋滞に巻き込まれて予定が狂った	12.5%	7位	虫よけを忘れて虫に刺された	6.5%
3位	紅葉が見頃ではなかった	11.0%	8位	予定を詰め込みすぎて疲れた	6.4%
4位	上着を忘れて寒かった	9.6%	9位	秋の味覚を食べすぎた	5.9%
5位	紫外線対策を忘れて日焼けした	7.0%	10位	急な雨に降られてずぶ濡れになった	5.2%

◆秋の“お出かけ”（行楽）で経験した失敗【複数回答形式】 ※上位10位までを表示

子どもがいる人【n=318】

1位	人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた	22.3%	6位	予定を詰め込みすぎて疲れた	7.9%
2位	渋滞に巻き込まれて予定が狂った	15.7%	7位	渋滞時に子どもの機嫌が悪くなった	7.5%
3位	紅葉が見頃ではなかった	13.2%	8位	渋滞時に子どもがトイレに行きたくなった	6.9%
4位	上着を忘れて寒かった	11.3%	9位	厚着しすぎて汗だくになった	6.6%
5位	紫外線対策を忘れて日焼けした	8.2%	9位	虫よけを忘れて虫に刺された	6.6%

犬を飼っている人【n=152】

1位	人気スポットに行ったら人多すぎて疲れた	16.4%	6位	思ったより日没が早く見たい景色が見られなかった	9.9%
2位	渋滞に巻き込まれて予定が狂った	15.8%	7位	カメラやスマホのバッテリー切れで写真が撮れなかった	9.2%
3位	予定を詰め込みすぎて疲れた	13.2%	7位	ペットが歩くのを嫌がって抱っこしなければいけなくなった	9.2%
4位	上着を忘れて寒かった	12.5%	9位	紅葉が見頃ではなかった	8.6%
5位	虫よけを忘れて虫に刺された	11.2%	9位	厚着しすぎて汗だくになった	8.6%
			9位	秋の味覚を食べすぎた	8.6%

《アウトレットモールの利用経験・目的》

【1】「アウトレットモールに行ったことがある」73%、パパ・ママでは87%

【2】アウトレットモールに行ったことがある人の41%が

「買い物以外の目的でアウトレットモールに行ったことがある」と回答

秋のお出かけでは、温泉やグルメに次いで、ショッピングが人気となりました。

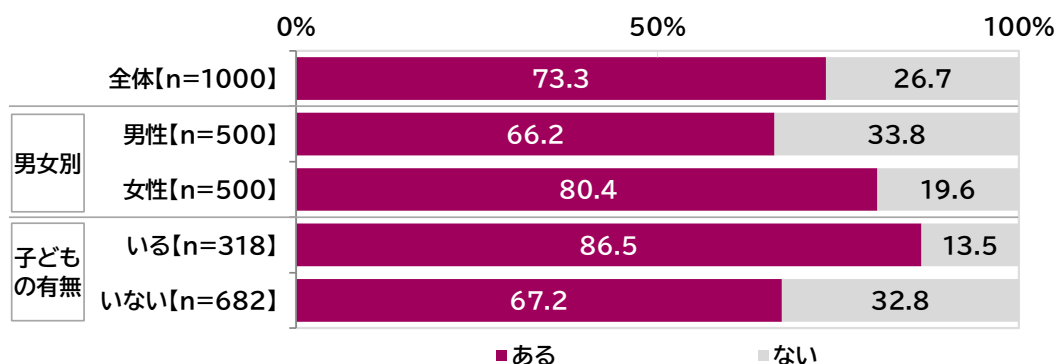
ショッピングを楽しめるスポットの一つ、アウトレットモールについて質問しました。

全回答者（1,000名）に、アウトレットモールに行ったことがあるか聞いたところ、「ある」は73.3%、「ない」は26.7%でした。

男女別にみると、「ある」と回答した人の割合は、女性では80.4%と、男性（66.2%）と比べて14.2ポイント高くなりました。

子どもの有無別にみると、「ある」と回答した人の割合は、子どもがいる人では86.5%となり、パパ・ママの大多数がアウトレットモールの利用経験者であることがわかりました。

◆アウトレットモールに行ったことがあるか【単一回答形式】



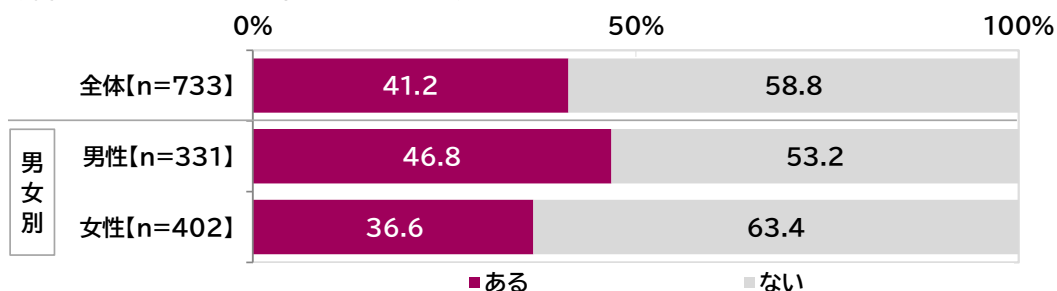
アウトレットモールのなかには、ショップ以外にイベントスペースや飲食店、アトラクション、ドッグランといった施設を併設しているところがあり、さまざまな楽しみ方が用意されています。

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、買い物以外の目的でアウトレットモールに行ったことがあるか聞いたところ、「ある」は41.2%、「ない」は58.8%でした。

男女別にみると、「ある」と回答した人の割合は、男性では46.8%と、女性（36.6%）と比べて10.2ポイント高くなりました。

◆買い物以外の目的でアウトレットモールに行ったことがあるか【単一回答形式】

対象：アウトレットモールに行ったことがある人



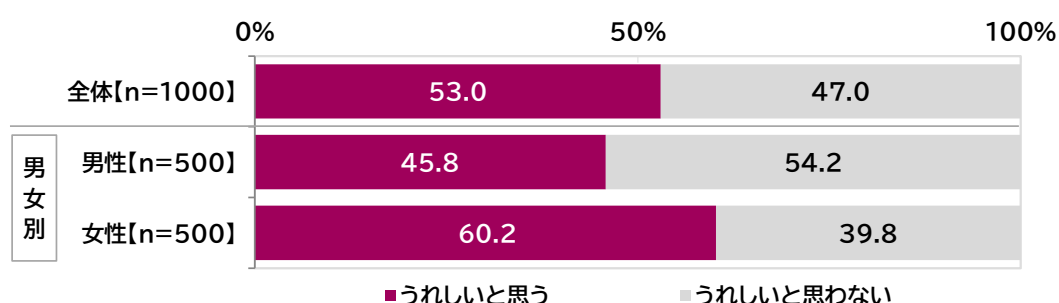
【3】「お出かけ先・旅行先にアウトレットモールがあるとうれしい」53%、女性では60%

【4】「今秋のお出かけでアウトレットモールに行きたい」44%、30代女性では69%

全回答者（1,000名）に、お出かけ先・旅行先にアウトレットモールがあるとうれしいと思うか聞いたところ、「うれしいと思う」は53.0%、「うれしいと思わない」は47.0%と、うれしい気持ちになる人が半数以上でした。

男女別にみると、「うれしいと思う」と回答した人の割合は、女性では60.2%と、男性（45.8%）と比べて14.4ポイント高くなりました。

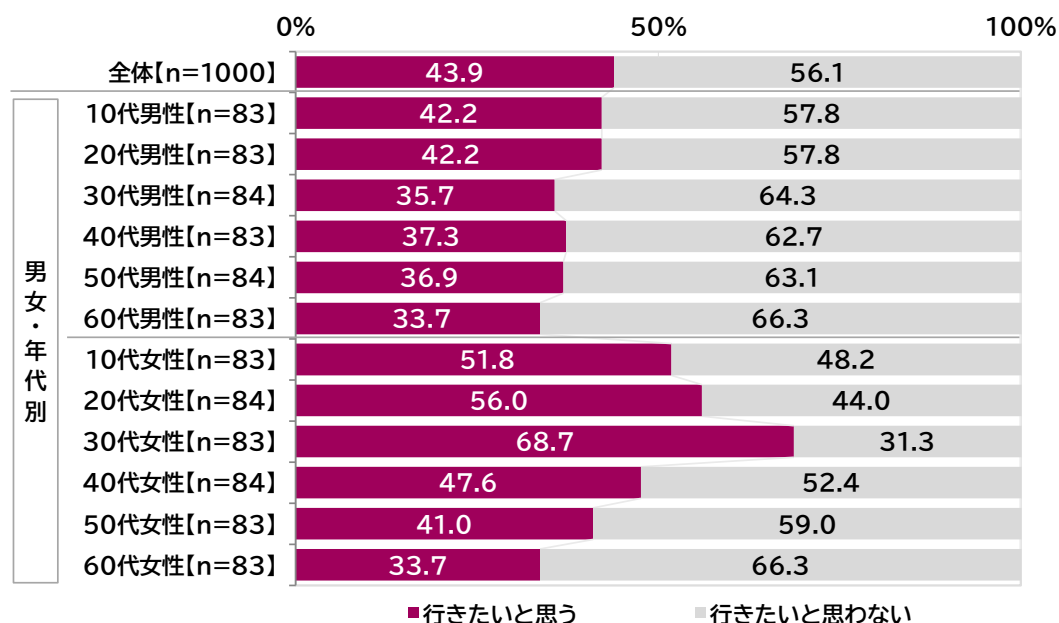
◆お出かけ先・旅行先にアウトレットモールがあるとうれしいと思うか〔単一回答形式〕



今秋の“お出かけ”（行楽）でアウトレットモールに行きたいと思うか聞いたところ、「行きたいと思う」は43.9%、「行きたいと思わない」は56.1%でした。

男女・年代別にみると、「行きたいと思う」と回答した人の割合は、30代女性（68.7%）が最も高くなりました。

◆今秋の“お出かけ”（行楽）でアウトレットモールに行きたいと思うか〔単一回答形式〕



【5】 アウトレットモールを訪れる目的

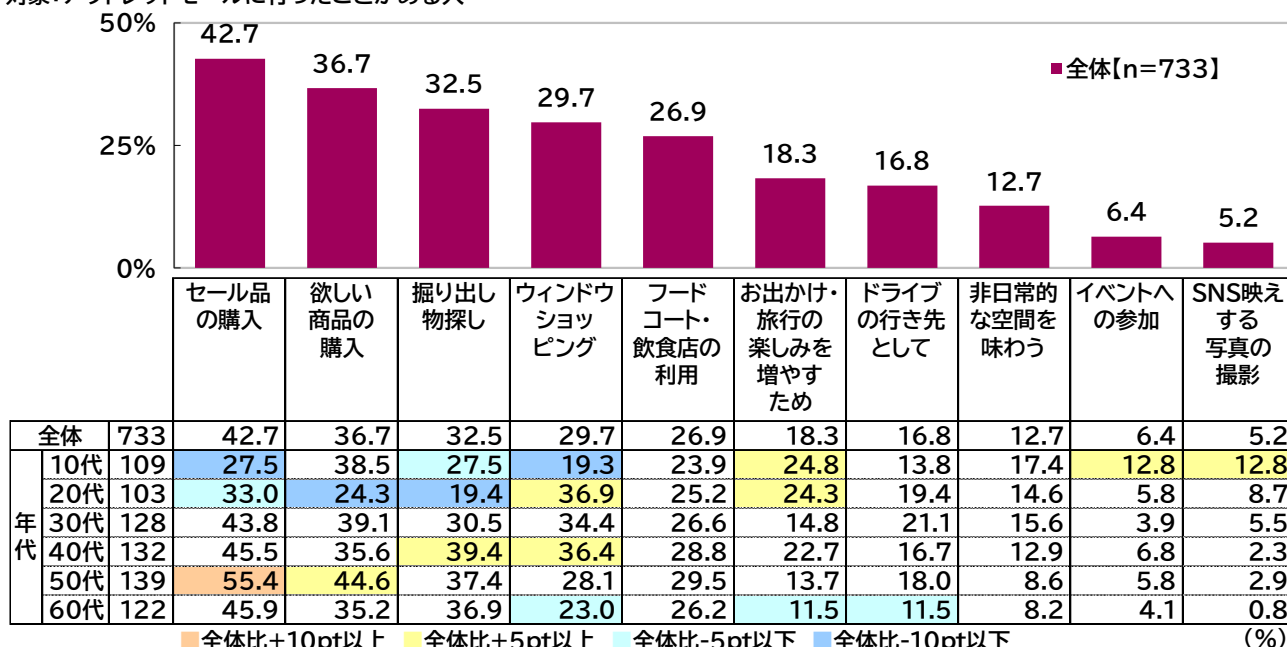
1位「セール品の購入」2位「欲しい商品の購入」3位「掘り出し物探し」

アウトレットモールに行ったことのあるドッグオーナーの5人に1人が「愛犬とのお出かけ」と回答

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、アウトレットモールを訪れる際、どのようなことを目的に訪れることが多いか聞いたところ、「セール品の購入」（42.7%）が最も高くなりました。初売りや夏、冬のセールといった時期を狙って、アウトレットモールに行くという人が多いようです。次いで高くなったのは、「欲しい商品の購入」（36.7%）、「掘り出し物探し」（32.5%）、「ウィンドウショッピング」（29.7%）、「フードコート・飲食店の利用」（26.9%）でした。

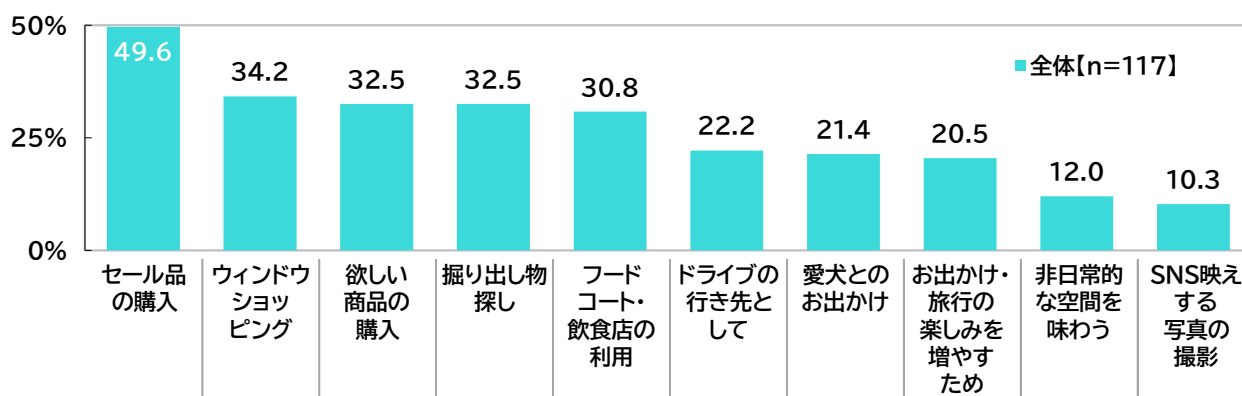
年代別にみると、10代では「欲しい商品の購入」（38.5%）、20代では「ウィンドウショッピング」（36.9%）が1位でした。また、10代では「イベントへの参加」と「SNS映えする写真の撮影」（いずれも12.8%）が、他の年代と比べて高くなりました。

◆アウトレットモールを訪れる際、どのようなことを目的に訪れることが多いか【複数回答形式】※上位10位までを表示
対象：アウトレットモールに行ったことがある人



犬を飼っている人の回答をみると、「愛犬とのお出かけ」（21.4%）が7位となりました。

◆アウトレットモールを訪れる際、どのようなことを目的に訪れることが多いか【複数回答形式】※上位10位までを表示
対象：犬を飼っている人で、アウトレットモールに行ったことがある人



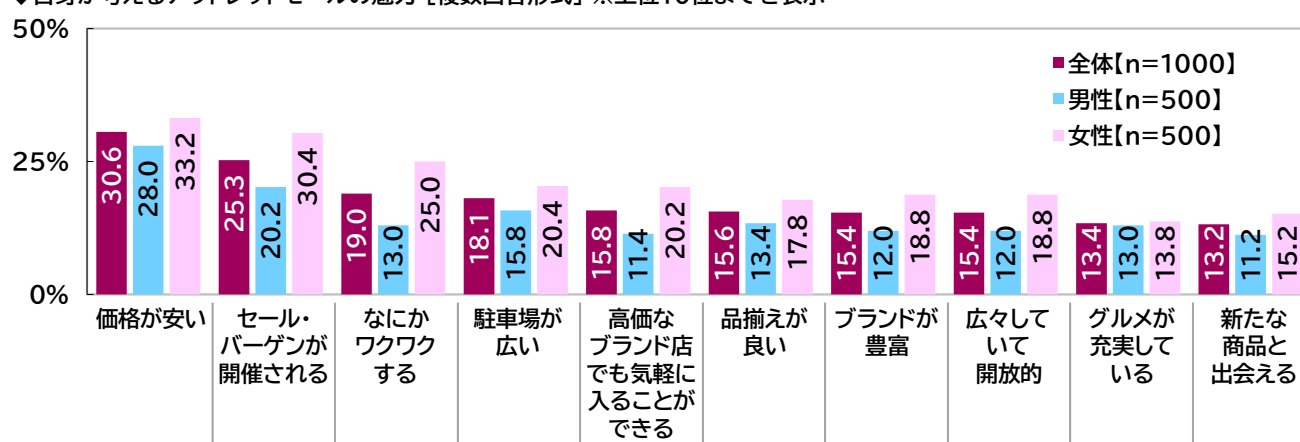
《アウトレットモールの魅力とお買い物実態》

【1】アウトレットモールの魅力

1位「価格が安い」2位「セール・バーゲンが開催される」3位「なにかワクワクする」

全回答者（1,000名）に、自身が考えるアウトレットモールの魅力を聞いたところ、「価格が安い」（30.6%）が最も高くなり、「セール・バーゲンが開催される」（25.3%）、「なにかワクワクする」（19.0%）、「駐車場が広い」（18.1%）、「高価なブランド店でも気軽に入ることができる」（15.8%）が続きました。リーズナブルに買い物ができることに加え、ワクワクできる雰囲気、駐車場の広さ、高級ブランド店の敷居の低さなどに魅力を感じる人が少なくないようです。

◆自身が考えるアウトレットモールの魅力【複数回答形式】※上位10位までを表示



年代別にみると、10代と20代では「なにかワクワクする」（10代21.1%、20代18.6%）が1位でした。

◆自身が考えるアウトレットモールの魅力【複数回答形式】※上位3位までを表示

10代【n=166】			20代【n=167】			30代【n=167】		
1位	なにかワクワクする	21.1%	1位	なにかワクワクする	18.6%	1位	価格が安い	32.9%
2位	セール・バーゲンが開催される	15.1%	2位	価格が安い	16.8%	2位	セール・バーゲンが開催される	24.0%
2位	グルメが充実している	15.1%	3位	セール・バーゲンが開催される	15.0%	2位	なにかワクワクする	24.0%
40代【n=167】			50代【n=167】			60代【n=166】		
1位	価格が安い	35.3%	1位	価格が安い	41.3%	1位	価格が安い	45.8%
2位	セール・バーゲンが開催される	29.9%	2位	セール・バーゲンが開催される	38.9%	2位	セール・バーゲンが開催される	28.9%
3位	駐車場が広い	24.6%	3位	高価なブランド店でも気軽に入ることができる	26.3%	3位	駐車場が広い	19.3%

【2】 アウトレットモールでお買い物をする際に使う金額は？

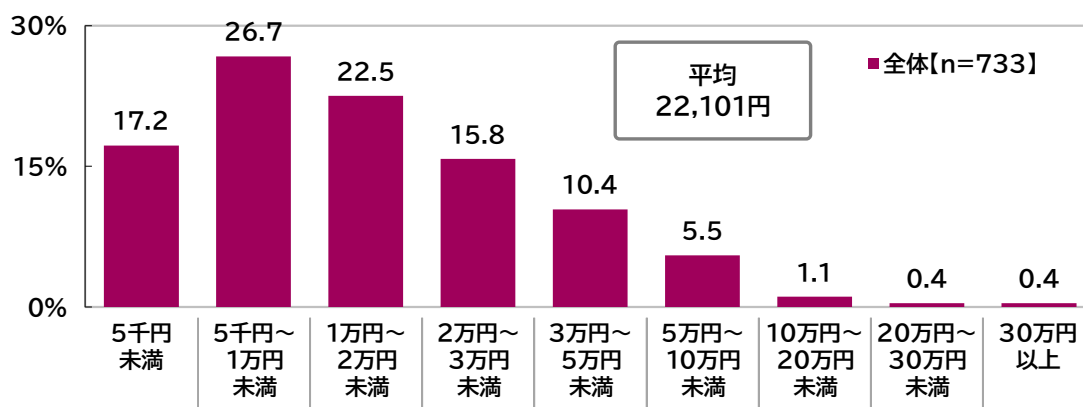
1回の訪問で平均22,101円、50代では30,701円

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、アウトレットモールでお買い物をする際、1回の訪問でいくらくらい使うことが多いか聞いたところ、「5千円～1万円未満」（26.7%）や「1万円～2万円未満」（22.5%）、「5千円未満」（17.2%）に回答が集まり、平均は22,101円となりました。

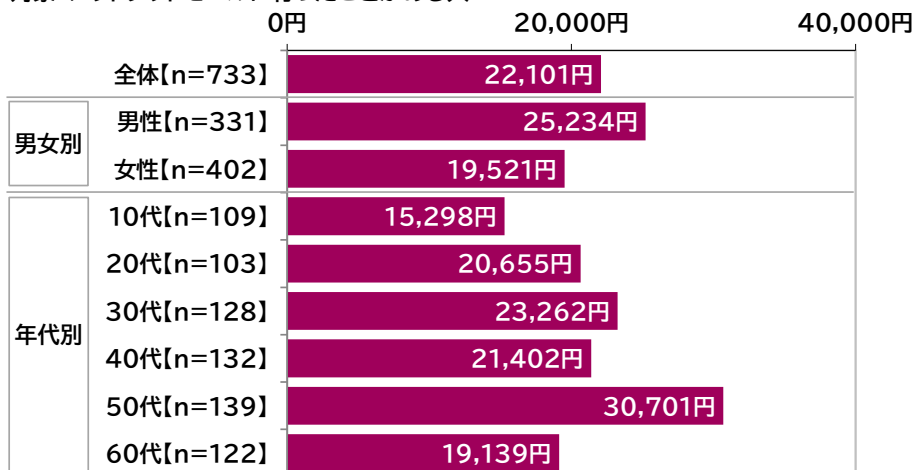
男女別にみると、平均は男性25,234円、女性19,521円と、男性のほうが5,713円高くなりました。

年代別にみると、平均は50代（30,701円）が最も高くなりました。

◆アウトレットモールでお買い物をする際、1回の訪問でいくらくらい使うことが多いか【単一回答形式】
対象：アウトレットモールに行ったことがある人



◆アウトレットモールでお買い物をする際、1回の訪問で使うことが多い金額の平均
対象：アウトレットモールに行ったことがある人



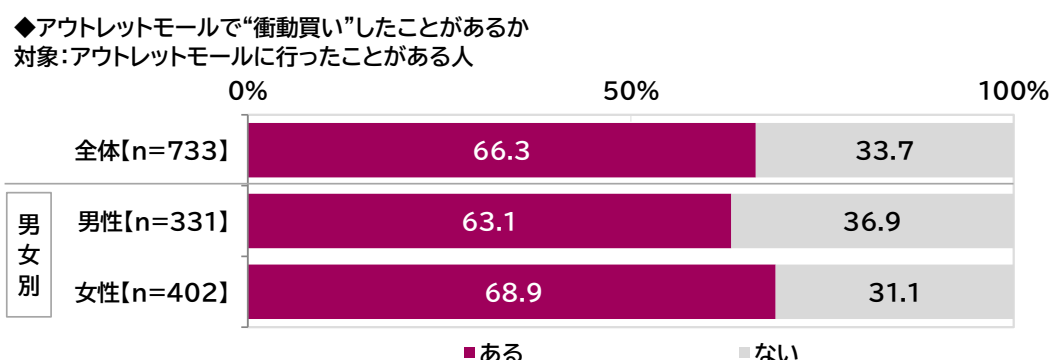
【3】 アウトレットモールに行ったことがある人の66%が

「アウトレットモールで衝動買いしたことがある」と回答

【4】 アウトレットモールで衝動買いしたことがあるもの 1位「洋服」2位「靴・スニーカー」

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、アウトレットモールで“衝動買い”したことがあるか聞いたところ、「ある」は66.3%、「ない」は33.7%となりました。アウトレットモールの店先で目についた商品が欲しくなり、思わず財布のヒモがゆるんでしまった経験のある人は多いようです。

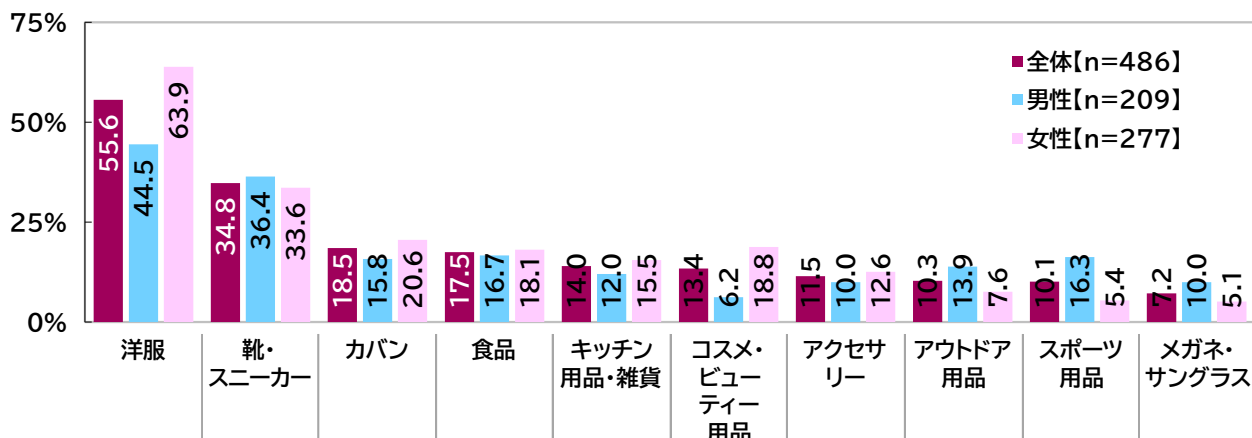
男女別にみると、「ある」と回答した人の割合は、女性では68.9%と、男性（63.1%）と比べて5.8ポイント高くなりました。



アウトレットモールで“衝動買い”をしたことがある人（486名）に、アウトレットモールで“衝動買い”したことがあるものを聞いたところ、「洋服」（55.6%）が最も高くなり、「靴・スニーカー」（34.8%）、「カバン」（18.5%）、「食品」（17.5%）、「キッチン用品・雑貨」（14.0%）が続きました。洋服や靴といったファッショングッズを衝動買いした人が多い結果となりました。

男女別にみると、「洋服」（男性44.5%、女性63.9%）や「コスメ・ビューティー用品」（男性6.2%、女性18.8%）は男性と比べて女性のほうが10ポイント以上高くなり、「スポーツ用品」（男性16.3%、女性5.4%）は女性と比べて男性のほうが10ポイント以上高くなりました。

◆アウトレットモールで“衝動買い”したことがあるもの【複数回答形式】※上位10位までを表示
対象：アウトレットモールで“衝動買い”をしたことがある人



【5】 アウトレットモールに行ったことがある人の60%が

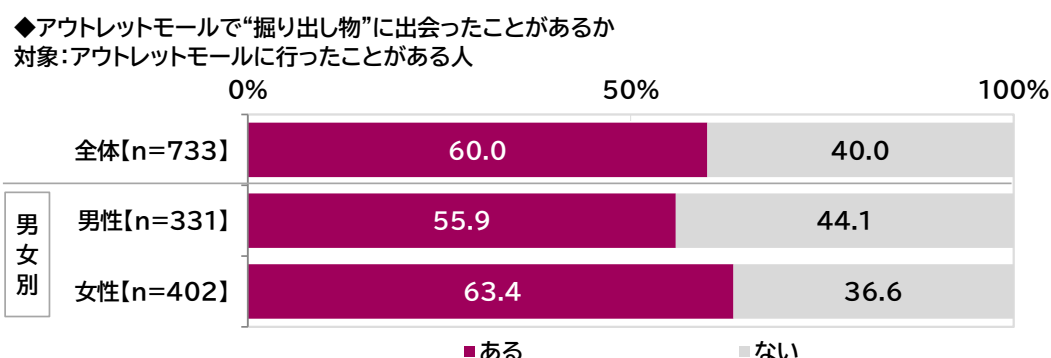
「アウトレットモールで掘り出し物に出会ったことがある」と回答

【6】 アウトレットモールで掘り出し物に出会ったことがあるもののTOP3

「洋服」「靴・スニーカー」「カバン」

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、アウトレットモールで“掘り出し物”に出会ったことがあるか聞いたところ、「ある」は60.0%、「ない」は40.0%でした。アウトレットモールで、予想外の逸品やお得な商品と出会い、良い買い物できたという人は多いようです。

男女別にみると、「ある」と回答した人の割合は、女性では63.4%と、男性（55.9%）と比べて7.5ポイント高くなりました。

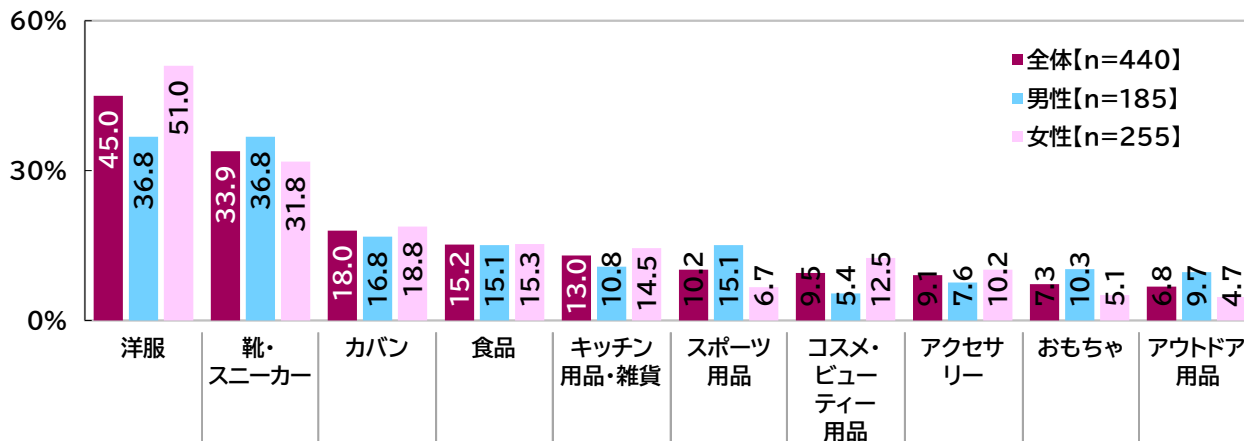


アウトレットモールで“掘り出し物”に出会ったことがある人（440名）に、アウトレットモールで“掘り出し物”に出会ったことがあるものを聞いたところ、「洋服」（45.0%）が最も高くなり、「靴・スニーカー」（33.9%）、「カバン」（18.0%）、「食品」（15.2%）、「キッチン用品・雑貨」（13.0%）が続きました。

男女別にみると、「洋服」（男性36.8%、女性51.0%）は、男性と比べて女性のほうが14.2ポイント高くなりました。

◆アウトレットモールで“掘り出し物”に出会ったことがあるもの【複数回答形式】※上位10位までを表示

対象：アウトレットモールで“掘り出し物”に出会ったことがある人



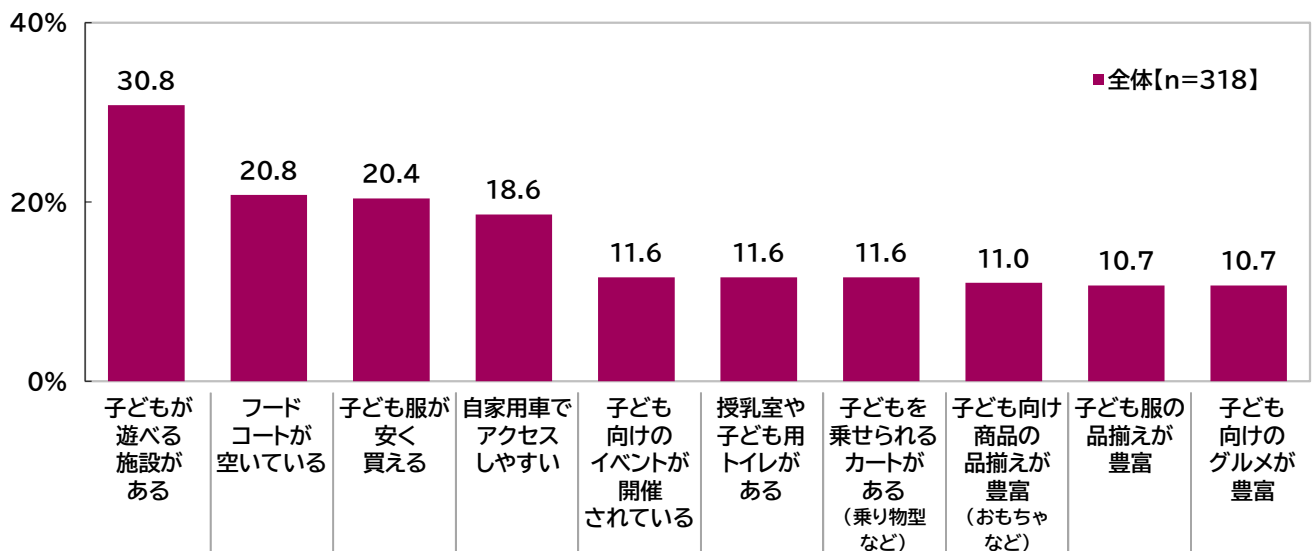
《アウトレットあるある》

【1】未就学児と一緒にいきたいアウトレットモールは？

1位「子どもが遊べる施設がある」2位「フードコートが空いている」3位「子ども服が安く買える」

子どもがいる人（318名）に、未就学児（6歳以下）と一緒にいくとしたらどのようなアウトレットモールに行きたいか聞いたところ、「子どもが遊べる施設がある」（30.8%）が最も高くなりました。遊具のあるプレイグラウンドや遊園地などが設置されていると、子どもが飽きずに楽しめると思うパパ・ママが多いのではないのでしょうか。次いで高くなったのは、「フードコートが空いている」（20.8%）、「子ども服が安く買える」（20.4%）、「自家用車でアクセスしやすい」（18.6%）、「子ども向けのイベントが開催されている」「授乳室や子ども用トイレがある」「子どもを乗せられるカートがある（乗り物型など）」（いずれも11.6%）でした。小さな子どもが快適に過ごせるような環境や配慮があること、子ども向けの商品を安く購入しやすいことなどが、アウトレットモール選びのポイントとなっているようです。

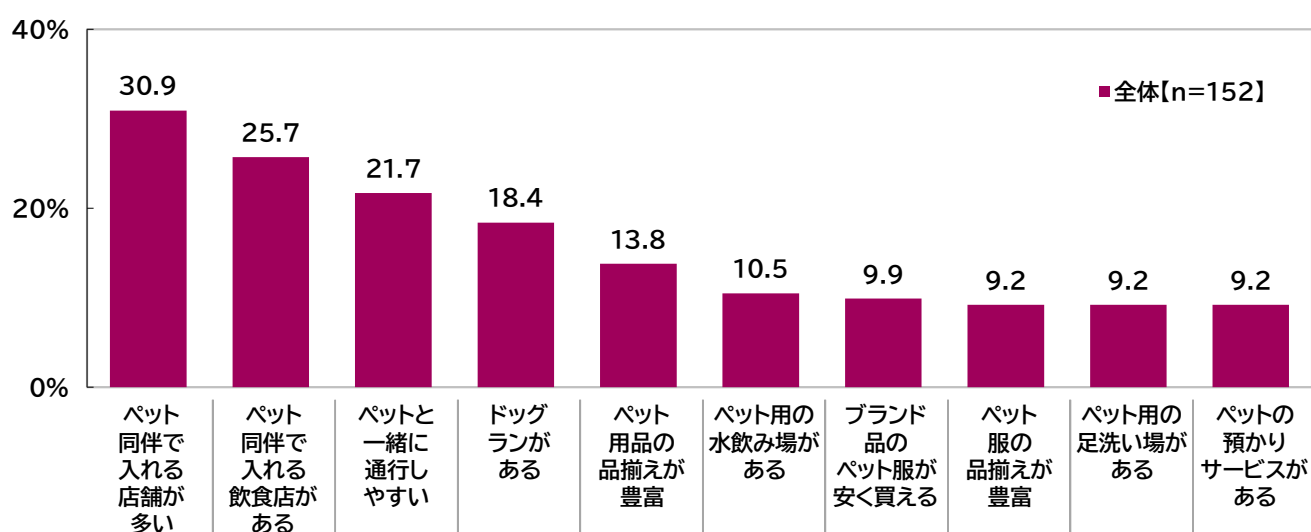
◆未就学児(6歳以下)と一緒にいくとしたらどのようなアウトレットモールに行きたいか【複数回答形式】※上位10位までを表示
対象:子どもがいる人



**【2】愛犬と一緒にいきたいアウトレットモールは？ 1位「ペット同伴で入れる店舗が多い」
2位「ペット同伴で入れる飲食店がある」3位「ペットと一緒に通行しやすい」**

犬を飼っている人（152名）に、愛犬と一緒にいくとしたらどのようなアウトレットモールに行きたいか聞いたところ、「ペット同伴で入れる店舗が多い」（30.9%）が最も高くなり、「ペット同伴で入れる飲食店がある」（25.7%）が続きました。店舗に“ペット入店可”などの表示があると、愛犬と一緒に、気兼ねなくショッピングや食事を楽しめると思うドッグオーナーが多いのではないのでしょうか。次いで高くなったのは、「ペットと一緒に通行しやすい」（21.7%）、「ドッグランがある」（18.4%）、「ペット用品の品揃えが豊富」（13.8%）でした。

◆愛犬と一緒にいくとしたらどのようなアウトレットモールに行きたいか【複数回答形式】※上位10位までを表示
対象：犬を飼っている人



【3】 アウトレットモールあるある

TOP5「広すぎて行きたいお店を全部回れない」「予定より買いすぎてしまう」

「歩き疲れたときはスイーツを食べて一休みする」「衝動買いしてしまう」

「駐車場所がわからなくなる」

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、アウトレットモールを訪れた際に経験したことを聞いたところ、「広すぎて行きたいお店を全部回れない」（28.5%）が最も高くなり、「予定より買いすぎてしまう」「歩き疲れたときはスイーツを食べて一休みする」（いずれも19.2%）が続きました。広大な敷地のなかに数多くの店舗が軒を連ねるアウトレットモールでは、さまざまなブランドを比較しながら買い物をできるため、1日では回りきれないと感じたり、ついつい予定外の買い物をしてしまったりするケースがあるのではないのでしょうか。また、広々とした空間を歩き回り、疲れを感じたら甘いものを食べるという人も多いようです。次いで高くなったのは、「衝動買いしてしまう」（17.5%）、「どこに駐車したかわからなくなる」（16.9%）でした。

◆アウトレットモールを訪れた際に経験したこと【複数回答形式】 ※上位10位までを表示

対象：アウトレットモールに行ったことがある人

全体【n=733】

1位	広すぎて行きたいお店を全部回れない	28.5%	6位	行きたいお店がバラバラで同行者と別行動になる	13.8%
2位	予定より買いすぎてしまう	19.2%	7位	フードコートで狙っていた席が取られる	13.2%
2位	歩き疲れたときはスイーツを食べて一休みする	19.2%	8位	空いているトイレを探して歩き回る	10.8%
4位	衝動買いしてしまう	17.5%	9位	自分が買った値段より安く売っていてショックを受ける	9.7%
5位	どこに駐車したかわからなくなる	16.9%	10位	後で買おうと思っていた商品が売り切れになる	7.5%

【4】 アウトレットモールを訪れた際の楽しかった思い出

「いいカバンを値引きされた値段で購入できた」「子どもが遊び場でかなり楽しんでいる姿を見た」
「見たことがないデザート店があったときテンションが上がる」「観覧車に乗った」
「愛犬を連れて歩き、色々な人から可愛いと声をかけられた」など

アウトレットモールに行ったことがある人（733名）に、これまでにアウトレットモールを訪れた際の、楽しかった思い出を聞いたところ、買い物関連では「時間限定のセールがあると吸い込まれるようにお店に入ってしまう」、「いいカバンを値引きされた値段で購入できた」、家族・友人関連では「子どもが遊び場でかなり楽しんでいる姿を見た」「素敵な靴を見つけて、友達とおそろいにした」、グルメ関連では「イベントをやっていて、旬のものを食べられた」「見たことがないデザート店があったときテンションが上がる」、ペット関連では「愛犬と一緒にカフェでくつろげた。ほかの犬と交流できた」「愛犬を連れて歩き、色々な人から可愛いと声をかけられた」、その他では「初秋の夕暮れどきに行って、景色と気温と匂いにワクワクした」、「観覧車に乗った」といった回答が挙げられました。

◆これまでにアウトレットモールを訪れた際の、楽しかった思い出〔自由回答形式〕 ※抜粋して表示

対象：アウトレットモールに行ったことがある人

全体【n=733】

【買い物】

セールの時期はとても安く買えるので、爆買いできて楽しかった
時間限定のセールがあると吸い込まれるようにお店に入ってしまう
いいカバンを値引きされた値段で購入できた
安く可愛いジム用の服を買えてテンションが上がった
推しのグッズを見つけられてうれしかった

【家族・友人】

初詣と初売りを兼ねて家族みんなで出かけて、おいしい食事をした
子どもがはしゃいで、自分の買い物よりも子どもの撮影を優先した
子どもが遊び場でかなり楽しんでいる姿を見た
子どもと一緒にそろいの服が買えた
友人複数人と普段入らない店に入って冒険してみた
素敵な靴を見つけて、友達とおそろいにした

【グルメ】

ご当地グルメがおいしかった
イベントをやっていて、旬のものを食べられた
見たことがないデザート店があったときテンションが上がる
近所にはないスイーツがあっておいしかった

【ペット】

ドッグランで犬と遊んだ
愛犬と一緒にカフェでくつろげた。ほかの犬と交流できた
愛犬を連れて歩き、色々な人から可愛いと声をかけられた

【その他】

富士山が見えて景色が最高だった
初秋の夕暮れどきに行って、景色と気温と匂いにワクワクした
観覧車に乗った

《秋のお出かけ・アウトレット×芸能人》

【1】 アウトレットモールで掘り出し物を見つけるのが上手だと思う芸能人 1位「アンミカさん」

【2】 アウトレットモールで愛犬とのお出かけを楽しんでいそうな芸能人 1位「坂上忍さん」

最後に、全回答者（1,000名）に、秋のお出かけやアウトレットについて、イメージに合う芸能人を聞きました。

アウトレットモールで掘り出し物を見つけるのが上手だと思う芸能人を聞いたところ、1位「アンミカさん」（14名）、2位「モモコさん（ハイヒール）」「若槻千夏さん」（いずれも13名）、4位「北斗晶さん」「仲里依紗さん」（いずれも10名）となりました。

回答した理由をみると、1位の「アンミカさん」では「おしゃれで目が肥えているから」「掘り出し物を見きわめる力がありそうだから」、2位の「モモコさん（ハイヒール）」では「関西人で買い物上手だから」、「若槻千夏さん」では「安いものを見つけるのが上手そうだから」といった回答がみられました。

◆アウトレットモールで掘り出し物を見つけるのが上手だと思う芸能人【自由回答形式】
※上位10位までを表示

全体【n=1000】

1位	アンミカ	14名	7位	春日俊彰	7名
2位	モモコ(ハイヒール)	13名	8位	藤本美貴	6名
2位	若槻千夏	13名	9位	有吉弘行	5名
4位	北斗晶	10名	9位	王林	5名
4位	仲里依紗	10名	9位	出川哲朗	5名
6位	ヒロミ	8名	9位	松本明子	5名

アウトレットモールで愛犬とのお出かけを楽しんでいそうな芸能人を聞いたところ、1位「坂上忍さん」（48名）、2位「大久保佳代子さん」（19名）、3位「木村拓哉さん」（18名）となりました。

回答した理由をみると、1位の「坂上忍さん」では「愛犬家で有名だから」「たくさんの犬を飼育しているから」、2位の「大久保佳代子さん」では「愛犬の話をテレビでよく聞くから」、3位の「木村拓哉さん」では「愛犬との写真をインスタに載せているから」といった回答がみられました。

◆アウトレットモールで愛犬とのお出かけを楽しんでいそうな芸能人【自由回答形式】
※上位10位までを表示

全体【n=1000】

1位	坂上忍	48名	7位	工藤静香	5名
2位	大久保佳代子	19名	7位	長嶋一茂	5名
3位	木村拓哉	18名	7位	北斗晶	5名
4位	森泉	11名	10位	相葉雅紀	4名
5位	デヴィ・スカルノ	10名	10位	神田うの	4名
6位	ヒロミ	8名	10位	道枝駿佑	4名

**【3】 アウトレットモールデートしたい芸能人 男性回答では1位「吉岡里帆さん」2位「今田美桜さん」
女性回答では2位「佐藤健さん」「目黒蓮さん」、1位は？**

アウトレットモールデートしたい芸能人を聞いたところ、男性回答では1位「吉岡里帆さん」（8名）、2位「今田美桜さん」（7名）、3位「橋本環奈さん」（6名）となりました。

回答した理由をみると、1位の「吉岡里帆さん」では「一緒にいて楽しいし癒されそうだから」「ゆっくり見てまわりながら、色々な話がしてみたい」、2位の「今田美桜さん」では「そばにいただけで楽しくなりそうだから」といった回答がみられました。

女性回答では、1位「木村拓哉さん」（6名）、2位「佐藤健さん」「目黒蓮さん」（いずれも5名）となりました。

回答した理由をみると、1位の「木村拓哉さん」では「上手にエスコートしてくれそうだから」「楽しく一緒に洋服を選んでくれそうだから」、2位の「佐藤健さん」では「おしゃれなので服を選んでほしい」、「目黒蓮さん」では「どんなところに行っても優しそうだから」といった回答がみられました。

◆アウトレットモールデートしたい芸能人【自由回答形式】 ※上位5位までを表示

男性【n=500】

1位	吉岡里帆	8名
2位	今田美桜	7名
3位	橋本環奈	6名
4位	広瀬すず	5名
5位	綾瀬はるか	4名
5位	長澤まさみ	4名

女性【n=500】

1位	木村拓哉	6名
2位	佐藤健	5名
2位	目黒蓮	5名
4位	ディーン・フジオカ	4名
4位	橋本環奈	4名
4位	福山雅治	4名

「調査概要」

調査タイトル : 「秋のお出かけ」と「アウトレットモール」に関する調査2025
調査対象 : ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
15歳～69歳の男女
調査地域 : 全国
調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2025年8月1日～8月4日
有効回答数 : 1,000サンプル

(内訳) 男女・年代によりほぼ均等割付

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	計
男性	83	83	84	83	84	83	500
女性	83	84	83	84	83	83	500

実施機関 : ネットエイジア株式会社

報道関係の皆様へ

本ニュースリリースの内容の転載にあたりましては、
「プレミアム・アウトレット調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

会社概要

商号 三菱地所・サイモン株式会社
会社設立日 1999年7月2日
本社所在地 〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-7
大手町フィナンシャルシティ サウスタワー19階
事業内容 三菱地所・サイモン株式会社は、三菱地所株式会社と Simon Property Group, Inc. の
2社による合併会社で、日本におけるアウトレットの開発、所有、運営を主な事業として
います。現在、日本において10カ所のプレミアム・アウトレットを展開しています。
<https://mes.premiumoutlets.co.jp/>