

要約版

御朱印巡りから推し活まで！
女性の6割以上が体験する

御祈願消費

生活者インサイト総研
HERSTORY
一月刊生活者レポート

2026

11



CONTENTS 目次

01

アンケート調査①
御祈願消費の実態

02

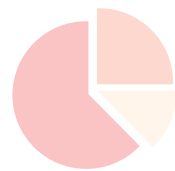
アンケート調査②
御祈願消費の目的

03

インタビュー調査
パワースポットで購入したもの

04

今月の女性トレンド
ピックアップトレンド商品3選



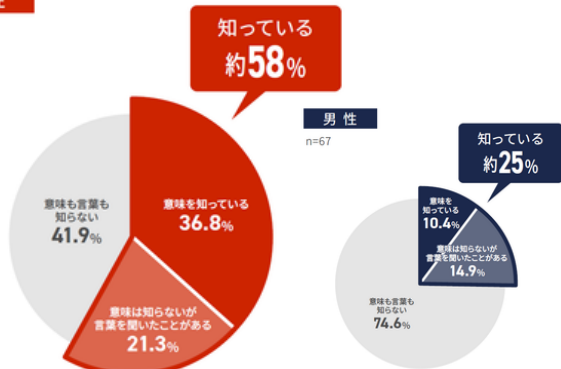
御祈願消費の実態とは？

「スピ活」の認知

Q.「スピ活」という言葉を知っていますか？

女性

n=451

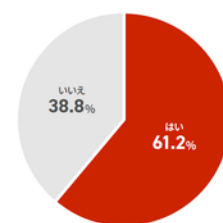


御祈願消費の経験

Q.過去1年以内に御祈願や願掛けに関する体験や購入をしましたか？

女性

n=451



特に体験・購入の割合が高いクラスター

プレ社会人 (15~24歳/独身)

n=7



中堅シングル (独身/40代)

n=22

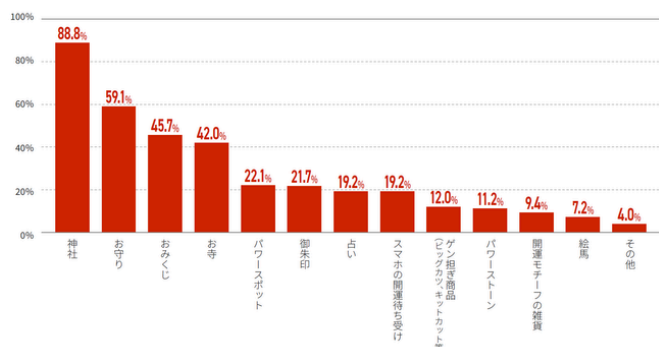


御祈願消費の内容

Q.過去1年間でどんな御祈願・願掛け関連のものを体験・購入しましたか？

女性

n=276

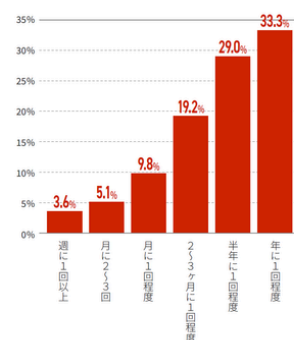


御祈願消費の頻度

Q.過去1年間で御祈願・願掛け関連のものを体験・購入した頻度を教えてください

女性

n=276

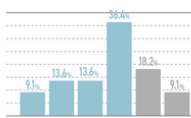


特に頻度が高いクラスター



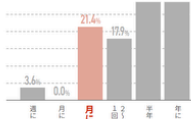
中堅シングル (独身/40代)

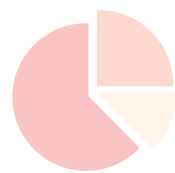
n=22



児童・思春期世代 (35~54歳/小・中学生の子どもと同居)

n=28

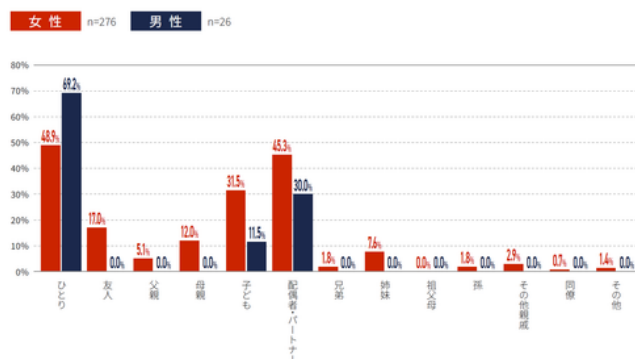




御祈願消費の目的とは？

男女で異なる、誰と行くか

Q.過去1年間で御祈願関連のものを体験・購入した際、誰と一緒にしましたか？



御祈願消費の目的

Q.どんな目的で御祈願・願掛け関連のものを体験・購入しましたか？

n=302

1位	自分の祈願のため	63.6%
2位	家族の祈願のため	52.0%
3位	運気を上げたかった	42.1%
4位	おみくじを引く	26.5%
5位	ルーティーンとしていつも行っている	18.2%
6位	御朱印帳集め	15.6%
7位	デトックス・リラックスのため	12.6%
8位	推し活(チケットの当選・推しの健康など)	10.3%

考察

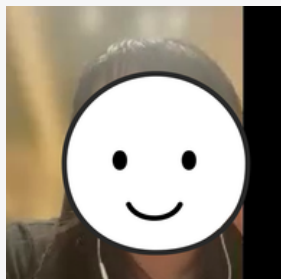


過去1年以内に御祈願等を体験・購入した女性は61.2%に上り、男性の約1.6倍となりました。男性の7割が「ひとり」で行うのに対し、女性は同行者や目的が多岐にわたります。独身層は自らの運氣上昇、子育て世帯は家族の祈願が中心であり、御祈願消費はライフステージに応じた絆や交流を深める手段となっています。



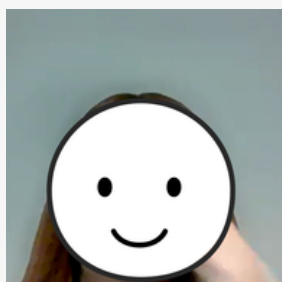
御祈願消費に関するインタビュー結果

パワースポットで購入したもの



＜中堅シングル＞
40代前半・未婚
正社員・一人暮らし

生田神社では絵馬以外にもファミリアコラボのお守りなどがあり、自分用に御朱印帳袋、甥っ子・姪っ子にチェック柄の可愛いお守りを買いました。他に、下鴨神社ではBTS好きの友達から頼まれた星のお守りを買いました。他に、神社で自分用にお清めの塩を買うのですが、悩んでいる友達がいるとあげちゃうこともあります。



＜児童・思春期世帯＞
40代前半・既婚
個人事業主・夫、娘、息子と同居

もともと父が御朱印集めをしていた影響と、スタンプラリーが好きで、御朱印を集めてます。お守りはあまり買わないのですが、増上寺の『勝守』をスポーツをする息子に、歩くのが好きな両親には鎌倉で『健脚守』と、その神社ならではののお守りは購入しています。息子が中学受験を控えていた年は湯島天神に参拝したり合格祈願のお菓子や五角形の消しゴムなどとにかくご利益がありそうなものはなんでも買っていました。



＜青年・成人期世帯＞
40代後半・既婚
アルバイト・夫、娘と同居

娘の七五三で参拝したときから始めた御朱印集めは今も続いています。この前は、娘が好きなリラックマのお守りを見つけたので、娘に購入しました。私も一粒万倍日だけのお米のお守りなど限定のお守りは好きで買っちゃいます。他に、私の地元の徳島にある「学駅」には入場券とお守りが入った「合格切符」があり、受験生がいるママ友には帰省時に買ってくることがあります。

04 今月の女性トレンド

2026.11月号より



最新トレンド

ピックアップトレンド商品3選

01



2026-27年秋冬トレンドカラー 「パープル」

2026-27年秋冬のトレンドカラーとして、紫が注目されている。今季は、鮮やかなパープルから深みのあるディープパープル、落ち着いたダークパープルまで、さまざまなトーンが登場。特に深みのある紫は、黒やボルドーとはひと味違う上品さやモード感を演出でき、大人の装いにも取り入れやすい。ドレスやニット、アウターなどの洋服はもちろん、バッグやシューズなどの小物で差し色として取り入れるのもおすすめ。大人から若者まで、世代を超えて人気となっている。

02



限定デザインやコラボ商品が人気 「ロールバーン」リングノート

「ロールバーン」(Rollbahn)は、日本の文具メーカー・デルフォニックスが2001年に立ち上げたステーションリーブランド。「ロールバーン」のリングノートが、紙ものの人気やシール帳ブームを背景に、注目されている。厚みのある表紙やゴムバンド、クリアポケットなど機能性に加え、豊富なデザインから選べるほか、表紙にシールを貼ったり、リングにチャームを付けたりと、自分好みにカスタマイズできることも魅力。文具女子博では毎年、限定デザインが先行販売され、2026年も大人気となった。限定品やコラボ商品もさまざま発売され、根強い存在感となっている。

03



パスタソースのアレンジレシピが話題 「あさりコンソメ」

マ・マーの「香味野菜たっぷりのあさりコンソメ」を使ったアレンジレシピがSNSで話題となっている。パスタ用のソースをパスタに使うのではなく、米と一緒に炊飯器に入れて炊き込みご飯やピラフにする意外なアレンジで、手軽に作れることも人気の理由。さらに、ピラフやクラムチャウダーなど、パスタ以外の料理へのアレンジレシピがSNSで次々と紹介され、スーパーなどで売り切れが続出するほど話題となった。