



2026年4月24日
パーソルキャリア株式会社

Job 総研『2026年 ゴールデンウィークの実態調査』を実施 物価高で行動が変化6割 外出予定あるも“昨年より節約”の声 ～低価格な選択で4万円削減 連休利用し収入補填4割～

転職サービス「doda」などを提供するパーソルキャリア株式会社が運営する調査機関『Job総研』は、376人の社会人男女を対象に「2026年 ゴールデンウィーク（以下、GW）の実態調査」を実施しました。本調査では、GWの外出予定有無や物価高と過ごし方の関係、過ごし方の理想と実態のギャップに加え、節約意識と消費意欲、さらには収入を増やすための行動などを調査したものです。



【GW（ゴールデンウィーク）の節約意識】

飛び石連休となる今年のGWは、物価高や混雑回避の意識を背景に、昨年からの近場志向や節約志向が続くと考えられます。連休による外出意欲への高まりは一定数見込まれるものの、レジャー費やガソリン価格の上昇がその意欲にブレーキをかける可能性もあります。自宅で過ごす場合においても、食品や光熱費の高騰が家計負担としてのしかかる状況です。2025年に実施したJob 総研の調査^(※1)でも、休日を「経済的負担」と感じる人が多数を占め、“休むなら稼ぎたい”という声も多くあがりました。今年のGWはこれまで以上に出費を意識した過ごし方になると考えられる中で、社会人のGWの過ごし方はどのように変化しているのでしょうか。

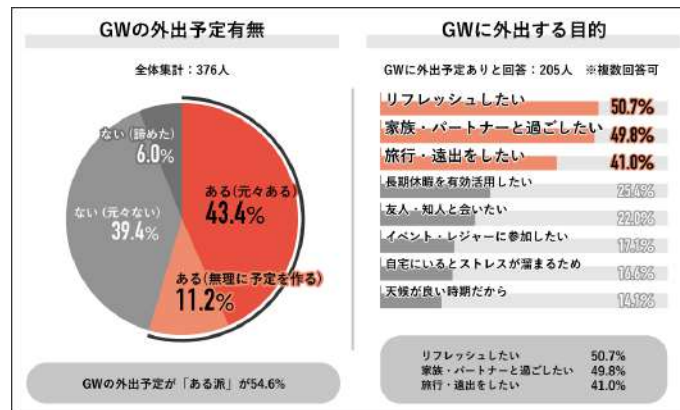
Job総研では376人の社会人男女を対象に、GWの外出予定有無や物価高と過ごし方の関係、過ごし方の理想と実態のギャップに加え、節約意識と消費意欲、さらには収入を増やすための行動などを調査した「2026年 GWの実態調査」を実施しました。

<p>【調査概要】 調査対象者：現在就業中のJobQ Town（ジョブキュータウン）登録者 調査条件：全国／男女／20～50代 調査期間：2026年4月1日～4月6日 有効回答数：376人 調査方法：インターネット調査</p>

- 【TOPICS】**
- ・全体の54.6%が今年のGWは外出予定が「ある」 目的は「リフレッシュ・家族と過ごす」が上位
 - ・GWの理想の過ごし方1位は「国内旅行（宿泊あり）」 実態は「自宅で過ごす」が1位
 - ・全体の58.8%が物価高によってGWの過ごし方が変化 「より低価格な選択をするようになった」が1位
 - ・全体の39.1%が「ポイ活」などGW中の収入を増やすための行動をする GWの主な出費項目は「外食」
 - ・全体の62.8%が今年のGWは「昨年より節約」「消費意欲あり」は52.4% 予算総額の平均は5.3万円

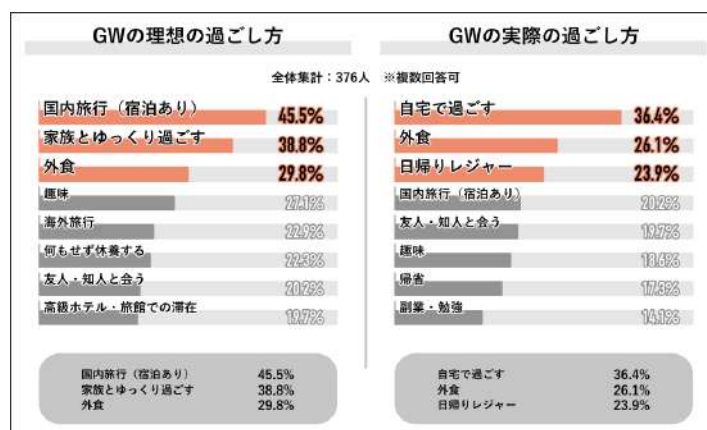
【GWの外出予定有無】

回答者全体の376人に、GWの外出予定有無を聞くと、「ある派」が54.6%で過半数を占め、内訳は「元々ある」が43.4%、「無理に予定を作る」が11.2%でした。外出予定ありと回答した205人にその目的を聞くと、「リフレッシュしたい」が50.7%で最多となり、次いで「家族・パートナーと過ごしたい」が49.8%、「旅行・遠出をしたい」が41.0%となりました。



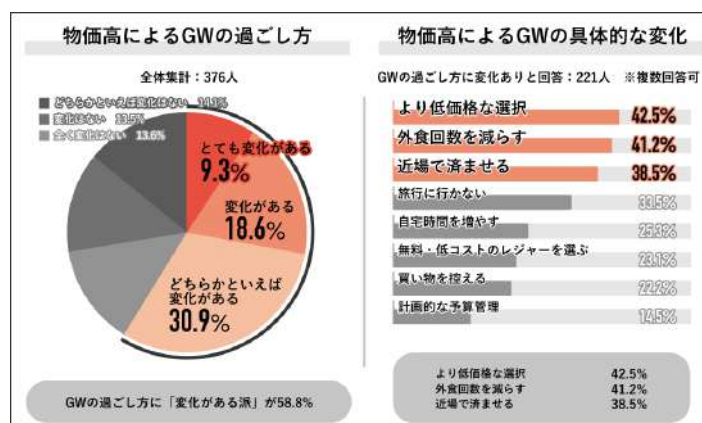
【GWの過ごし方の理想と実態】

回答者全体の376人に、GWの理想の過ごし方を聞くと、「国内旅行(宿泊あり)」が45.5%で最多となり、次いで「家族とゆっくり過ごす」が38.8%、「外食」が29.8%となりました。方で、今年のGWの過ごし方の実態を聞くと、「自宅で過ごす」が36.4%で最多となり、次いで「外食」が26.1%、「日帰りレジャー」が23.9%となりました。



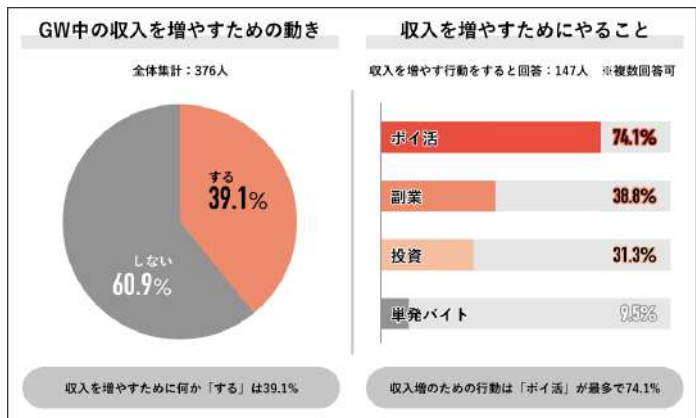
【物価高とGWの過ごし方の関係】

回答者全体の376人に、物価高の影響でGWの過ごし方に変化があるかを聞くと、「変化がある派」が58.8%で過半数を占め、内訳は「とても変化がある」が9.3%、「変化がある」が18.6%、「どちらかといえば変化がある」が30.9%でした。物価高によってGWの過ごし方が変わったと回答した221人にその内容を聞くと、「より低価格な選択」が42.5%で最多となり、次いで「外食回数を減らす」が41.2%、「近場で済ませる」が38.5%となりました。



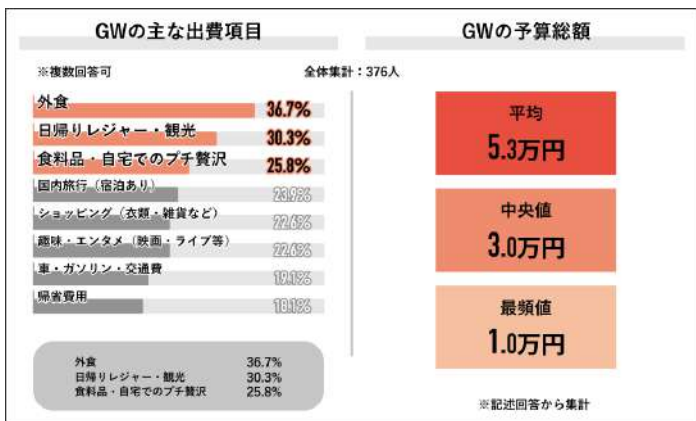
【GW 中の収入を増やすための行動】

回答者全体の 376 人に、GW 中の収入を増やすための行動を聞くと、「する派」が 39.1%、「しない」が 60.9% となりました。行動をすると回答した 147 人にその内容を聞くと、「ポイ活」が 74.1%で最多となり、次いで「副業」が 38.8%、「投資」が 31.3%となりました。



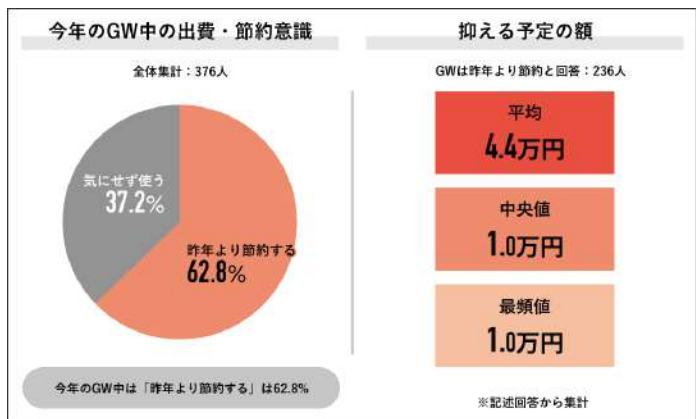
【GW の主な出費項目と予算】

回答者全体の 376 人に、GW の主な出費項目を聞くと、「外食」が 36.7%で最多となり、次いで「日帰りレジャー・観光」が 30.3%、「食料品・自宅でのプチ贅沢」が 25.8%となりました。また、GW の予算総額を聞くと、平均額が 5.3 万円、中央値が 3.0 万円、最頻値が 1.0 万円となりました。



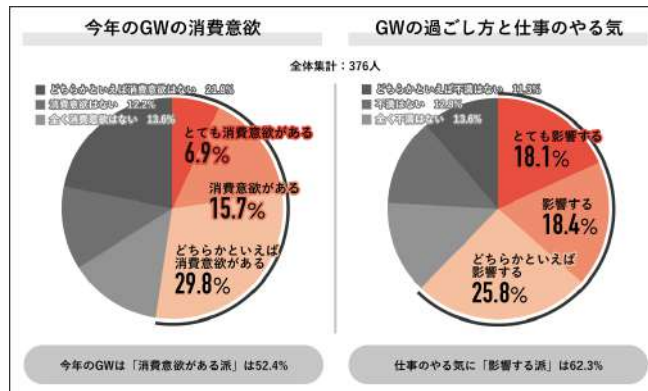
【GW 中の出費・節約意識】

回答者全体の 376 人に、今年の GW 中の出費・節約意識を聞くと、「昨年より節約する派」は 62.8%で多数を占め、「気にせず使う」が 37.2%となりました。昨年より節約すると回答した 236 人に、抑える予定の額を聞くと、平均額が 4.4 万円、中央値が 1.0 万円、最頻値が 1.0 万円となりました。



【GWの消費意欲】

回答者全体の376人に、今年のGWの消費意欲を聞くと、「消費意欲がある派」は52.4%で過半数を占め、内訳は「とても消費意欲がある」が6.9%、「消費意欲がある」が15.7%、「どちらかといえば消費意欲がある」が29.8%でした。また、GWの過ごし方が仕事のやる気に影響するかを聞くと、「影響する派」は62.3%で過半数を占め、内訳は「とても影響する」が18.1%、「影響する」が18.4%、「どちらかといえば影響する」が25.8%でした。



【回答者自由記述コメント】

物価高でGWの過ごし方が変わっているコメントが集まりました。

- ・今までは近場に外出していたが、ガソリン値上げや物価も高いので、今年は極力外出しない
- ・コロナ禍でさえ旅行をしていたが、ここまで物価高となると流石に予算管理をしなければ難しい
- ・5年前はお金を惜しみなく使っていたが、今は何をすることも出費を考える。思ったより高くなり諦めた
- ・子供と遊びに行きたいけど全てが高くなっているの、家や近場で楽しめることを調べている
- ・近郊で遊ぶにもGW価格で割高に感じてしまい、外出する意欲が出ない

【調査まとめ】

Job 総研が実施した「2026年GWの実態調査」では、外出予定がある人は過半数にのぼるものの、その内容は近場でのリフレッシュが中心であり、“出費を前提に楽しむ”というよりも、“出費を抑えながら楽しむ”行動が増えている様子うかがえました。理想の過ごし方では「宿泊を伴う国内旅行」が最多となった一方で、実態は「自宅で過ごす」が最多となるなど、理想と実態にギャップが見られました。背景には、「より低価格な(もの・ことを)選択をするようになった」「外食回数を減らした」「近場で済ませるようになった」など、約6割が物価高によって行動を変化させていると考えられます。なお、GWの過ごし方が仕事のやる気に影響する人が多い点からも、連休をどう過ごすかが、その後のはたらき方にもつながっている様子うかがえます。

また、消費意欲は過半数が「ある」と回答しているものの、「昨年より節約する」意識は6割を超えており、消費には慎重な姿勢もうかがえる結果となりました。実際の予算は3~5万円帯に集中し、外食や日帰りレジャーといった外出関連に加え、「自宅でのプチ贅沢」も挙がるなど、物価高が続く中でも連休の満足度を下げない意識も見られています。一方で、GWを収入の補填の機会と捉える動きも見られ、具体的な行動としては「ポイ活」や「副業」などがあがりました。終わりの見えぬ物価高が続く中で、社会人の長期休暇中の時間の使い方も影響を与えていることがうかがえる調査結果となりました。

「明日の常識を、ココから。」をコンセプトとする『Job 総研』では、世の中で当たり前とされている事を疑い、はたらき方に関連する様々な調査を実施してまいります。そしてリアルで透明度の高い情報を発信することで、個が活躍する社会の実現に向けて貢献してまいります。



パーソルキャリア株式会社 Job 総研 PR 担当
高木 理子 (たかぎ りこ)

2020年からのインターンを経て2022年に新卒入社。コンテンツマーケティンググループ所属後、2023年に広報へ異動し"はたらく社会人"を中心に様々な観点から意識や行動などについて調査研究を実施するJob 総研にて調査研究を担当。Job 総研を通して「社会とつながる」を個人のビジョンに掲げ、市場の現状と未来を分析し、社会へ発信することで「はたらく社会人」や就活生の選択機会に貢献する事を目的として活動している。

■^(※1) Job 総研 2025 年 休み方実態調査～物価高編～（2025 年 6 月公開）

「休日が経済負担」7 割 外出控え強まり“休むなら稼ぎたい”

～ 止まらぬ物価高 “自分時間”削り 6 割が「副業」意向～

<https://jobsoken.jp/info/20250324/>

■Job 総研について < <https://job-q.me/categories/job-souken> >

『Job 総研』は今後もキャリアやはたらくに関する調査を続けるだけでなく、調査で拾いきれない「社会・企業・個人」3つの観点からの声を収集することで、これまで以上に確立した取組を行ってまいります。その手段として、アンケート調査によって明らかにした事実をもとに、はたらく現場でのリアルな疑問を収集し、それに対する個人の回答も収集します。そして世の中で当たり前とされている事を疑い、明日の常識をココから見つけられるコンテンツとしての情報発信をしてまいります。

■JobQ Town について < <https://job-q.me/> >

「あなたが知りたい”はたらく”は誰かが知っている」をコンセプトに運営する JobQ Town の累計登録者数は 40 万人を超え、キャリアや転職に関する情報交換と相談ができるサービスです。具体的な企業名を検索して、現役社員や元社員による口コミだけではなく、仕事全般に関する悩みや就職・転職への不安など漠然とした内容も含まれ、匿名によるユーザ同士でコミュニケーションを取りながら、より良い選択をつくる場になっています。

■JobQ Town “休日・休暇”に関する Q&A

<https://job-q.me/categories/corporate/vacations>

■パーソルキャリア株式会社について < <https://www.persol-career.co.jp/> >

パーソルキャリア株式会社は、**一人々に「はたらく」を自分のものにする力を**をミッションとし、転職サービス「doda」やハイクラス転職サービス「doda X」を通じて人材紹介、求人広告、新卒採用支援などを提供しています。2022年5月にはプロフェッショナル人材の総合活用支援ブランド「HiPro」を立ち上げ、副業・フリーランス領域にも本格参入。グループの総力をあげて、これまで以上に個人の「はたらく」にフォーカスした社会価値の創出に努め、社会課題に正面から向き合い、すべての「はたらく」が笑顔につながる社会の実現を目指します。

当社のミッションについて : https://www.persol-career.co.jp/mission_value/

報道関係者様お問い合わせ先 パーソルキャリア株式会社 JobQ 部 PR 担当 : 高木 理子

Tel・携帯 : 070-3180-4798

Mail : pr-contact@persol.co.jp

※現在主にテレワークでの勤務形態をとっておりますので、誠に勝手ながらお問い合わせは携帯電話かメールにてお願い致します