

【猛暑に関する調査】

2025年猛暑で外出控えが6割。約3人に1人が旅行・お出かけを取りやめ
夏のイメージは6~9月の4か月に拡大し、83%が不調を実感。
だるさ・睡眠の質低下のほか、目の疲れ・乾燥などの悩みも顕在化

販売部数 No.1 (※1) 雑誌「ハルメク」などのマーケティングやリサーチのコンサルティングを通じて、50代以上のインサイトを日々探求する、ハルメク生きかた上手研究所は、50歳以上のハルトモの女性509名を対象に「猛暑に関する調査」をWEBアンケートにて実施しました。

(※1) 日本ABC協会発行社レポート (2025年1月~6月)

調査結果のポイント

- 約6割が猛暑により外出を控え、約3人に1人が旅行・お出かけを取りやめた。最高気温が35°Cに達する6月から外出控えが始まり、夏のイメージは従来の7~8月から6~9月へと拡大している
- 外出を控え、自宅ではテレビ・WEBの視聴、昼寝などの行動がメイン。猛暑による購入が増加したものの1位は「食品・飲料」で、外出時間のシフトやEC活用など猛暑を回避する生活習慣の変化も見られた
- 83%が猛暑や冷房による冷えに伴う不調を実感。3大悩みは「だるさ・倦怠感」「睡眠の質低下」「肌荒れ」。自宅時間の増加を反映し、「目の疲れ・乾燥」も上位

【調査背景】

ハルメク生きかた上手研究所は、シニアのインサイトについて調査・分析を行っています。観測史上最高の平均気温を記録した2025年の夏について、外出や消費への影響を調査しました。

【調査概要】

調査方法：WEBアンケート

調査対象・有効回答者数：50歳以上の全国のハルトモ（ハルメクのモニター組織）の女性・509名

調査実施日：2025年10月30日（木）~11月4日（火）

調査主体：株式会社ハルメク・エイジマーケティング ハルメク生きかた上手研究所

※ハルメク「夏の暮らしについてのアンケート」（2024年9月、2025年9月）は女性50歳以上・ハルメク通販サイトのメルマガ購読者が対象

※調査結果のパーセンテージは、小数点以下第2位を四捨五入したため、総数と内訳の合計が一致しないことがあります。

※本リリースの内容を掲載いただく際は、出典として「ハルメク生きかた上手研究所調べ」と明記をお願いいたします。

※調査主体の「ハルメク生きかた上手研究所」所長への取材、コメント提供も可能です。

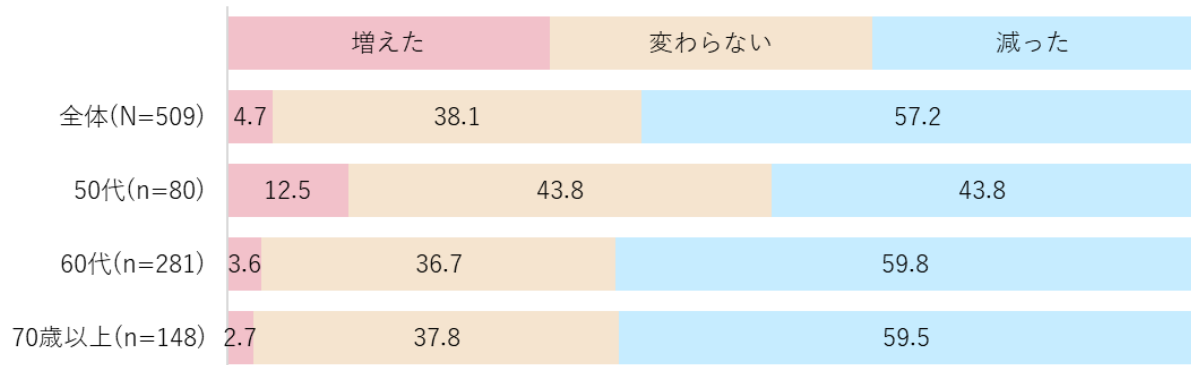
約 6 割が猛暑により外出を控え、約 3 人に 1 人が旅行・お出かけを取りやめた。

外出控えは最高気温が約 35°Cに達する 6 月から増え始め、

夏のイメージは 6~9 月へと拡大している。

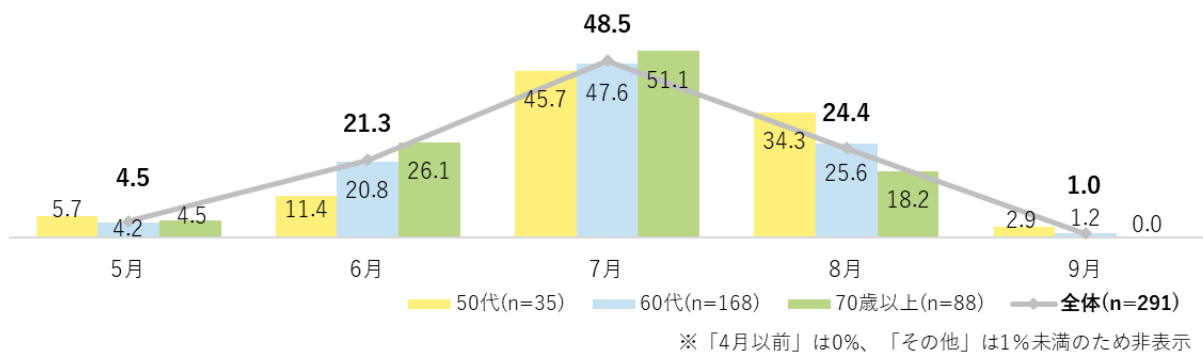
- ・ これまでの夏と比べ、2025 年の猛暑により外出が減少したのは 57.2%。50 代よりも 60 代以上で「減った」が多かった。
- ・ 外出が減少した人に、外出を控え始めた時期を聞いたところ、「6 月」21.3%、「7 月」48.5%と、7 月までが約 7 割を占める。また、年齢が高いほど、早い時期から外出控えを始めていた。
- ・ 居住地別では、関東・関西居住者も 2 割以上が 6 月から外出を控えており、各エリア同月の最高気温を見ると、6 月から 35°Cを超えていた。
- ・ 猛暑による旅行やお出かけへの影響は、「やめた」が 28.9%で特に 70 歳以上が高い。「時期を遅らせた」は 15.1%だった。
- ・ 「夏」と聞いてイメージする月として、2024 年は半数以上の回答者が「7 月」と「8 月」の 2 か月を選んだが、2025 年は「6 月」から「9 月」までの 4 か月へと拡大した。

■これまでの夏と比べた 2025 年の猛暑による外出の増減 (%)



■2025 年猛暑による外出控えの開始時期 (%) ベース：外出が減った人

<年代別>



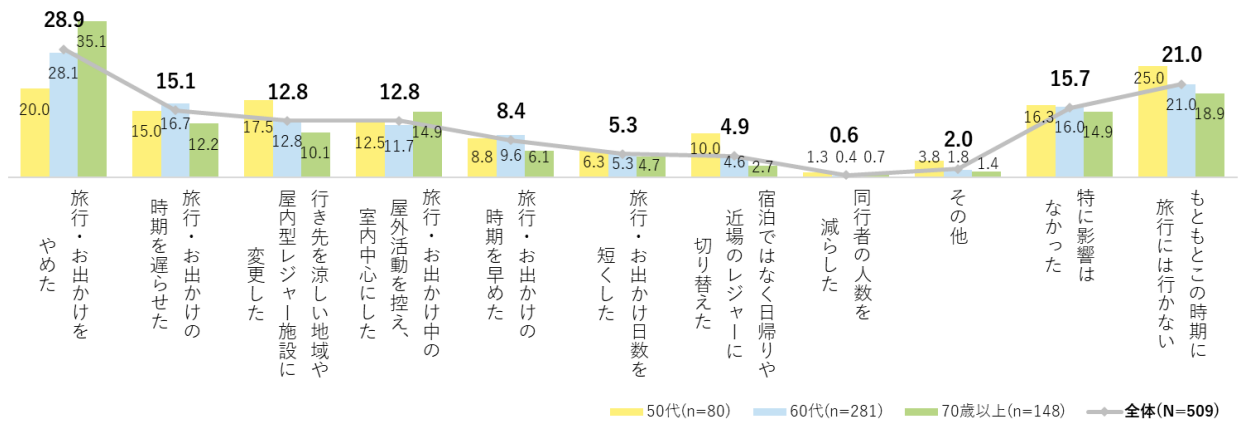
< 関東・関西居住者別 > と各エリアの最高気温 (°C)

		5月	6月	7月	8月	9月	
居住地	関東(n=168)	3.0	22.6	46.4	27.4	0.0	(%)
	関西(n=42)	9.5	23.8	47.6	19.0	0.0	
関東 最高気温	東京 (東京都)	31.1	34.8	36.4	38.5	37.0	(°C)
	伊勢崎 (群馬県)	31.8	37.1	39.4	41.8	38.1	
関西 最高気温	大阪 (大阪府)	30.5	34.4	38.7	38.1	36.5	
	柏原 (兵庫県)	29.4	35.4	41.2	36.9	35.0	■ 35°C以上

※関東：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、関西：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

※最高気温は気象庁「過去の気象データ検索」を元に作成。伊勢崎と柏原は各エリアの最高気温を記録した地点

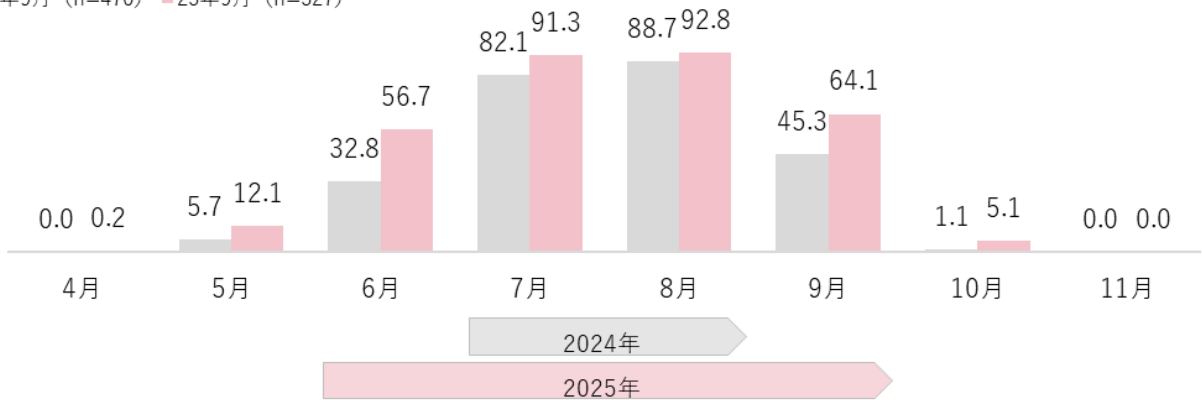
■ 猛暑による旅行やお出かけへの影響 (%・複数回答)



■ 「夏」と聞いてイメージする月 (%・複数回答)

ハルメク「夏の暮らしについてのアンケート」

■ 24年9月 (n=470) ■ 25年9月 (n=527)



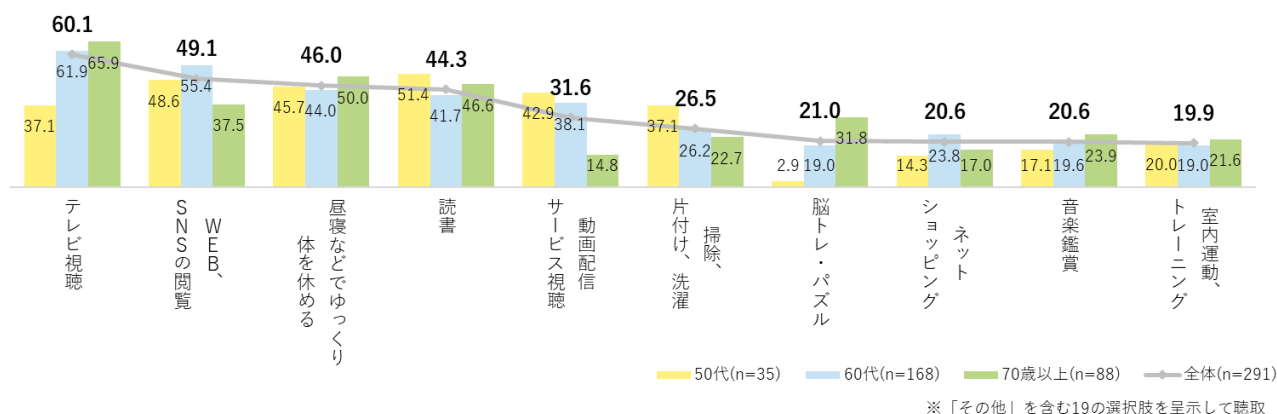
外出を控え、自宅ではテレビ・WEBの視聴、昼寝などの行動がメイン。

猛暑による購入増加1位は「食品・飲料」で、

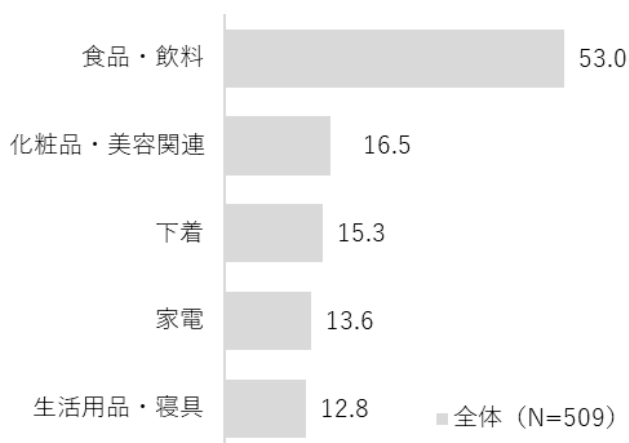
外出時間のシフトやEC活用など猛暑を回避する生活習慣の変化も見られた。

- ・ 外出控えにより、自宅では「テレビ視聴」「WEB、SNSの閲覧」「昼寝などでゆっくり体を休める」などの行動が多かった。70歳以上は「WEB、SNSの閲覧」が全体より低い一方、「脳トレ・パズル」が全体より約10ポイント高かった。
- ・ 猛暑により前年より多く購入したものの1位は「食品・飲料」だった。
- ・ 猛暑により生活で一番変化したことは、外出減少のほか、外出場所や時間帯の変更、熱中症・紫外線対策グッズの購入、ECの利用増加などが挙げられた。

■猛暑で外出を控えて自宅で行っていることTOP10（％・複数回答） ベース：外出が減った人



■猛暑により前年よりも多く購入したもののTOP5（％・複数回答）



■猛暑により生活で一番変化したこと（自由回答）

外出減少・在宅時間の増加

- ・ 家にいることが多かった。夏バテしないように鰻や肉類など食料品にお金をかけ、果実酢を炭酸で割ってよく飲んだ（65歳）
- ・ 日焼けが気になり、ウォーキングに行かない日のためにステッパーを購入した（65歳）
- ・ 外出が減り、食品や日用品の買い物の回数も減った。冷房を使って家で過ごし、運動不足で体力が落ちただけでなく、気分が落ち込みやすくなった（68歳）
- ・ 家に籠もり、読書中心の生活。涼しくなったら眼精疲労で頭痛と不眠（75歳）

外出場所や時間帯の変更

- ・ 涼しい宿泊施設に避暑に行く（65歳）
- ・ 犬の散歩は夜明け前、買い物は午前中に行く（69歳）
- ・ 運動がてらショッピングモールに出かける回数が増えた（80歳）

熱中症・紫外線対策

- ・ ネッククーラー、ドリンクホルダー、日除け帽子など冷却グッズをたくさん買った（62歳）
- ・ 通常よりスポーツドリンクの購入が増えた（64歳）
- ・ 外出時はサングラスに日傘が必須。日焼け止めはサラッとしたテクスチャーのタイプを使用し、毎日顔と首・手など入念に塗った（68歳）

買い物チャネル変更

- ・ ネットスーパーを利用するようになり、7月下旬から10月下旬までスーパーに行く回数が減った（66歳）
- ・ 生協で週1回の配達でいつもより多く購入し、買い物は控えた（75歳）

ファッション

- ・ 吸汗速乾性素材の下着が中心だったが、内臓や足が冷えるので綿素材にした（62歳）
- ・ 綿の服は汗だくになるので、麻の服が大量に必要になり、古着呉服の麻物をリメイクした（65歳）
- ・ 高齢のため、袖なし・半袖ワンピースだとみっともないので、羽織ものにお金をかけた（84歳）

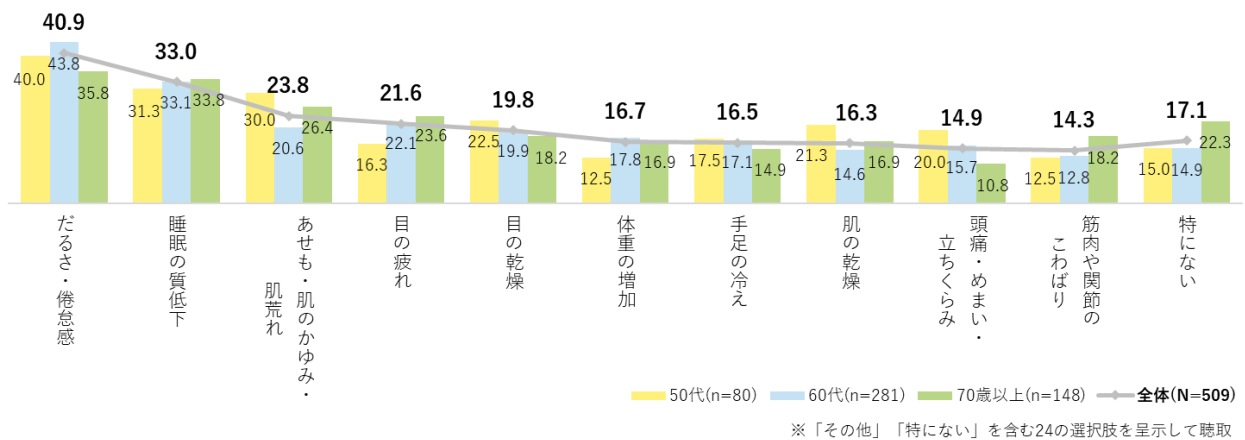
82.9%が猛暑や冷房による冷えに伴う不調を実感。

3大悩みは「だるさ・倦怠感」「睡眠の質低下」「肌荒れ」。

自宅時間の増加を反映し、「目の疲れ・乾燥」も上位に入った。

- ・ 猛暑や冷房による冷えに伴う不調を感じているのは 82.9%（100%－「特にない」で算出）。最も多かったのは「だるさ・倦怠感」。次いで「睡眠の質低下」「あせも・肌のかゆみ・肌荒れ」。4位・5位には「目」の不調が入った。
- ・ 2025 年を踏まえて 2026 年の夏に工夫・解消したいことは、在宅時間増加による健康や生活に関すること、紫外線や冷え対策などが挙がった。

■猛暑や冷房による冷えで生じた不調 TOP10（%・複数回答）



■2025 年を踏まえて、2026 年の夏に工夫・解消したいこと（自由回答）

健康面

- ・ 運動不足にならない程度に涼しく運動できるよう工夫する（52 歳）
- ・ 免疫力を高める食品を普段から摂取したい（62 歳）
- ・ 睡眠が十分取れるような過ごし方をしたい（67 歳）

自宅での過ごし方

- ・ 室内でできるソーイングや金継ぎなどの作業をまとめてやりたい（65 歳）
- ・ 食事は冷凍製品をうまく活用して体力の消耗を防ぎたい（76 歳）

涼感・紫外線対策・スキンケア

- ・ 涼しく感じる（見た目・着用感）おしゃれを楽しみたい（56 歳）
- ・ これ以上シミを増やさないように美白ケアを頑張りたい（64 歳）
- ・ 夏は素足なので、5 月頃から足や首にも日焼け止めクリームを塗る（67 歳）

冷え対策

- ・ お腹・胸・お尻が冷えて辛かった。解消方法を知りたい（52 歳）
- ・ 冷房で血行不良にならないよう、室内で手軽に身体を動かしたい（69 歳）

専門家の見解

ハルメク 生きかた上手研究所 所長
梅津順江（うめづゆきえ）

2016年から現職。年間約900人のシニアへの取材やワークショップを通じて、誌面づくりや商品開発、広告制作に役立っている。時代や世代も捉えて、半歩先の未来を予測・創造している。著書に『消費の主役は60代 シニア市場最前線』（同文館出版）など。



35°Cから生活が変わる 長い夏が生む50代以降の新しい消費

近年の猛暑は、単に「暑い」と感じるレベルを超え、生活そのものを変え始めています。今回の調査で印象的だったのは、最高気温 35°Cを境に外出控えがはっきりと起こり、行動が切り替わる点でした。50代以上女性の多くが「暑いから大変」と感じるだけでなく、生活の重心が自宅へと移り、「家事の量が減る」「旅行時期をずらす」など、日常の選択や生活の組み立て方そのものが変わっていました。さらに興味深いのは、「生活の時間帯」が動いていることです。早朝や夜間に活動する人が増え、日中は在宅時間が長くなります。その結果、スマホやテレビ、読書に向き合う時間が伸び、「目の疲れ」や「睡眠の質低下」といった世代特有の新しい課題も浮かび上がりました。猛暑は、静かに生活のリズムまで変えているようです。

夏のイメージそのものも変化しています。従来は7~8月だった夏の感覚が、今ではより長い期間に広がっています。四季というより「長い夏」を生きている感じでしょうか。しかし商品やサービスの提供は従来の季節設計のままのことも多く、ここに生活者とのミスマッチが生まれている可能性があります。盛夏の準備は、すでに5~6月頃から始まっているのです。これからは季節ではなく、気温によって暮らしが動く時代とも言えそうです。

自由記述からは、猛暑を前向きに乗り切ろうとする姿勢も多く見られました。エアコンの買い替えや冷凍庫の購入、家でできる趣味の充実、体力づくり、UVケアの強化など、住環境や生活を整える工夫が挙がっています。消費を減らすというより、暮らしを快適にするための投資が広がっている印象です。

猛暑は、生活の制限を生む一方で、新しいライフスタイルが生まれるタイミングでもあります。長い夏に適応する暮らし方を支えることが、これからの市場の重要なテーマになりそうです。

■販売部数 No.1！50代からの生きかた・暮らしかた応援雑誌「ハルメク」

50代からの女性が前向きに明るく生きるための価値ある情報をお届けしています。健康・料理・おしゃれ・お金・著名人のインタビューなど、幅広い情報が満載です。

また、雑誌「ハルメク」の定期購読者には、本誌とともに提供するカタログと、オンラインでの通信販売を行っています。販売している商材は、ファッション・インナー・コスメ・美容・健康など多岐にわたり、独自のシンクタンクである「ハルメク 生きかた上手研究所」を通じて利用者の声を徹底的に調査、反映した商品開発で、多くの女性から支持を得ています。

■ハルメク 生きかた上手研究所のシニアリサーチデータは、[「ハルメク シニアマーケティング LAB」](#)で掲載しています。

「ハルメク シニアマーケティング LAB」は、ハルメク世代（シニア）を顧客とする企業にとって有益な情報をお届けしている情報サイトです。ハルメクグループが提供する定期購読誌や通販等を通じて得たマーケティングデータや記事、シンクタンク「ハルメク 生きかた上手研究所」の調査レポートなど豊富な情報が満載です。