

夏休み予算は平均 57,284 円。猛暑・物価高で 2 年連続微減 行動控えめ「自宅で過ごす」最多 38%。屋外の予定、理想と現実でギャップ

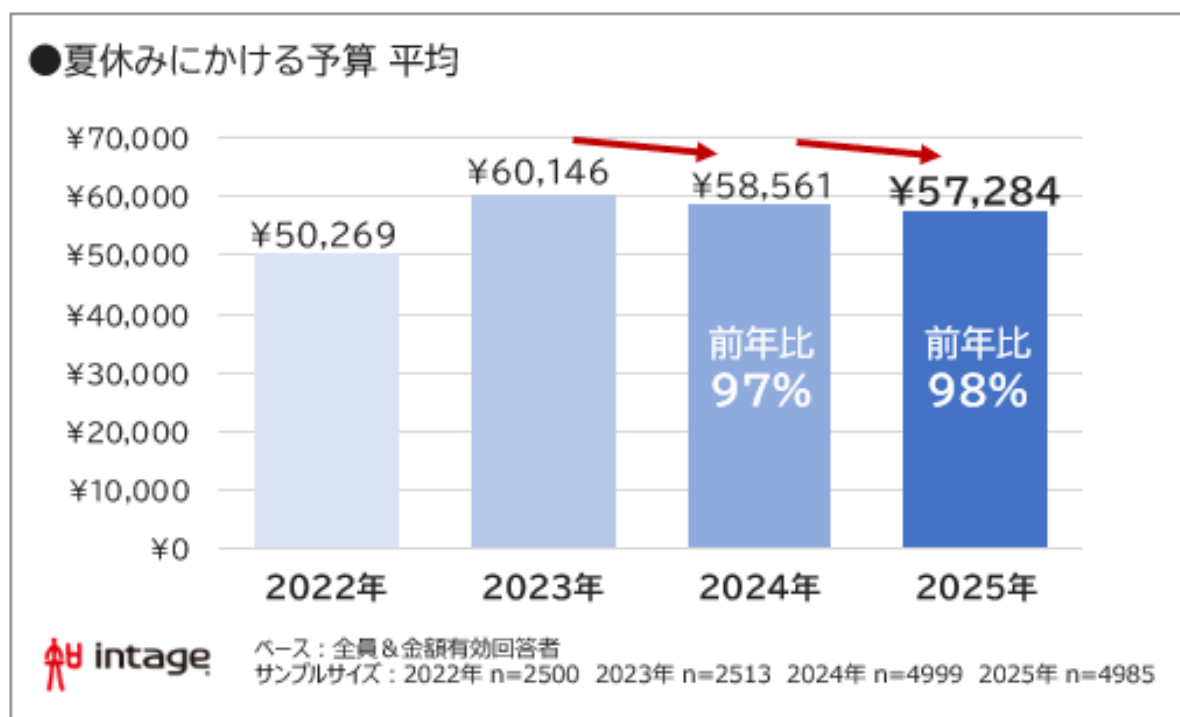
株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国の 15 歳から 79 歳の男女(5,000 人)を対象に実施した「夏休み」に関する調査結果を公開します。

[ポイント]

- ・夏休みの予算は平均 57,284 円。2023 年の 60,146 円をピークに 2 年連続の減少。「物価高・円安影響」7 割
- ・予定は猛暑影響で「キャンプ／バーベキュー」「公園」「テーマパーク」などの屋外アクティビティの減少が顕著
- ・猛暑でなかった場合の理想と現実「テーマパーク」(3.5 倍)「遊園地」(3.2 倍)「大阪・関西万博」(2.4 倍)でギャップ
- ・海外旅行の予算は平均 401,707 円で 4 万円超減少(前年比 90.7%)。「韓国」への渡航増加が予算を押し下げ
- ・海外旅行意向者の半数は 1 ドル「100 円未満」「110 円未満」を希望。最近の為替相場との開き大きく

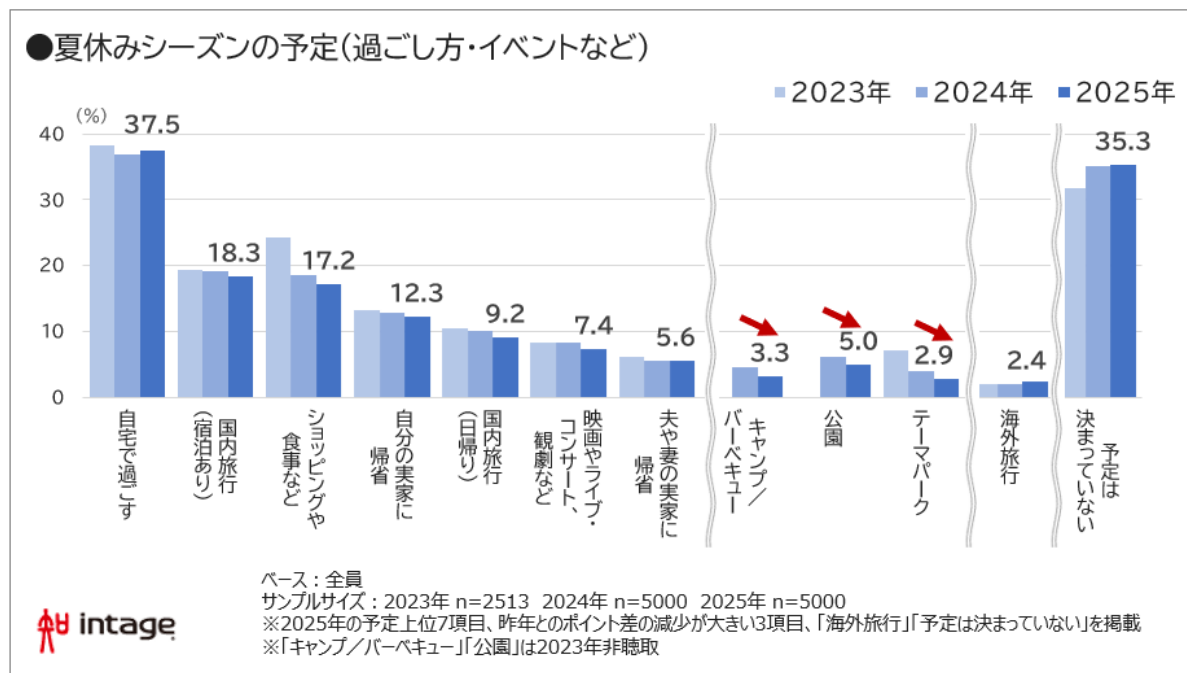
今年の夏休み期間(7 月 19 日～9 月 30 日)の予算総額は、2023 年の平均 60,146 円をピークに、2024 年 58,561 円、2025 年 57,284 円と、2 年連続の減少となりました(図表 1)。また、ここ数年続く物価高や円安が夏休みの予定に「影響する(「かなり影響する」または「やや影響する」)」と回答したのは、全体の 70.1%でした。

図表 1



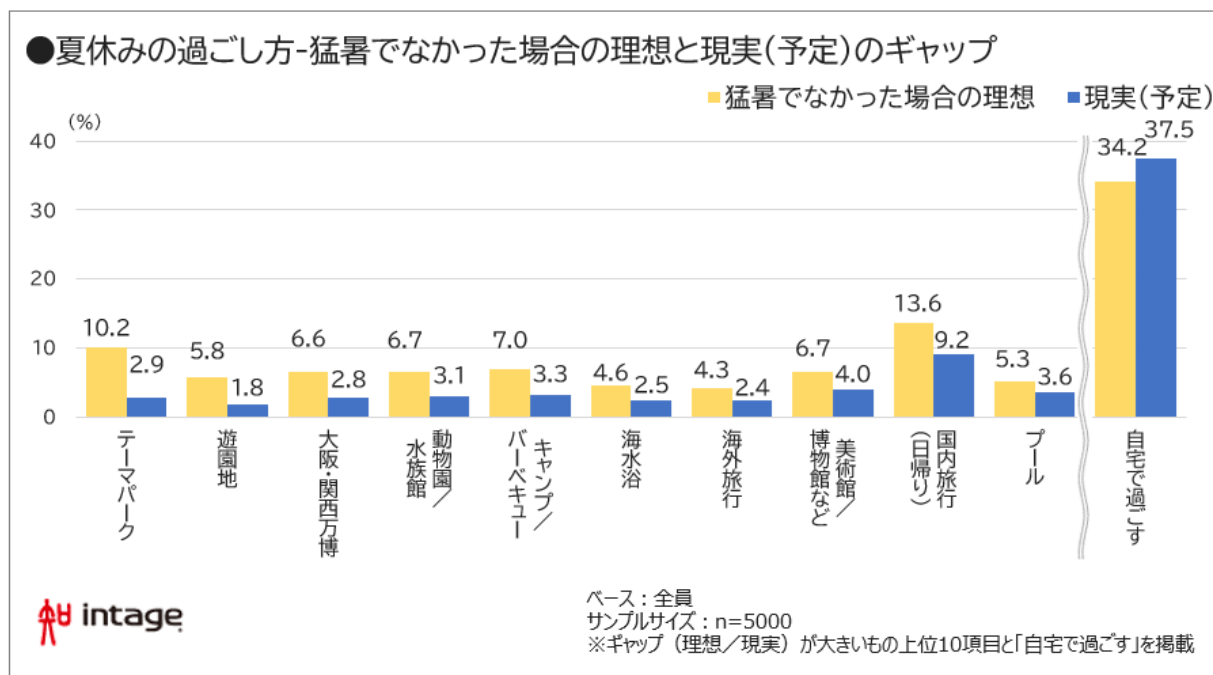
夏休みをどのように過ごすかを複数回答で確認したところ、最も多いのは「自宅で過ごす」(37.5%)、次いで「国内旅行(宿泊あり)」(18.3%)、「ショッピングや食事など」(17.2%)でした。昨年より減少しているものが多く、特に「キャンプ／バーベキュー」「公園」「テーマパーク」と屋外アクティビティでの減少が顕著で、猛暑のために暑いところで過ごすのを控えるという一層の防衛意識の高まりが伺えます(図表 2)。今年のゴールデンウィークに続き、行動は控えめとなる見込みです。

図表 2



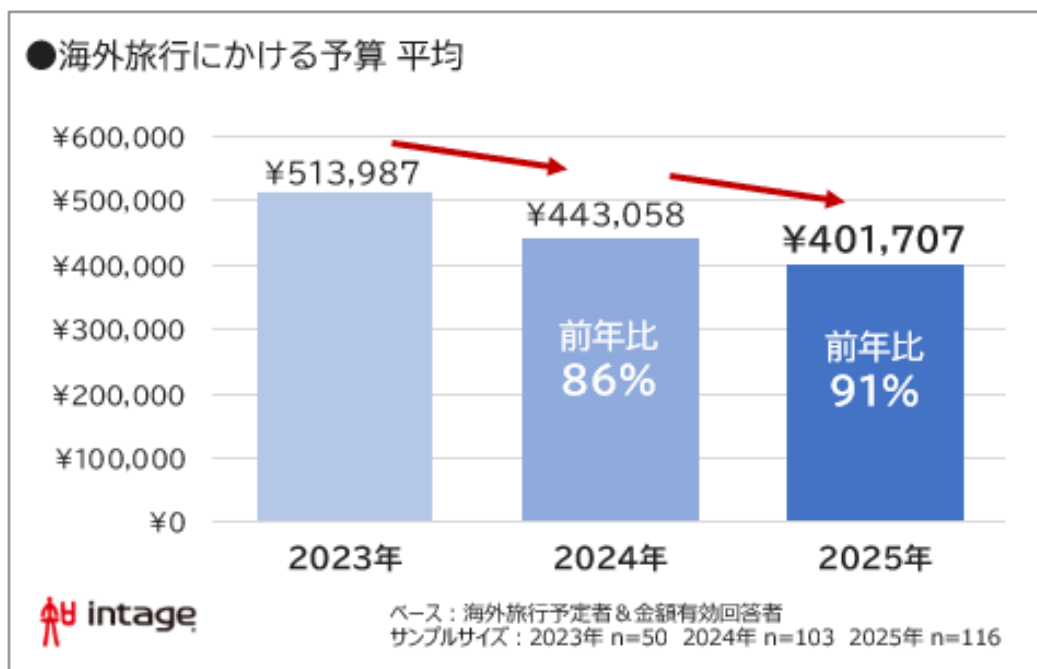
また、「今年の夏休みがもし猛暑でなかったら」と仮定して希望する過ごし方(理想)を聞いたところ、ギャップが最も大きかったのは「テーマパーク」で予定者の 3.5 倍が希望していました。続いて、「遊園地」が 3.2 倍、「大阪・関西万博」が 2.4 倍でギャップが大きく、屋外で過ごす時間が長いと思われる予定の多くで、行きたい気持ちはあるものの叶えられない現実も見えてきました(図表 3)。

図表 3



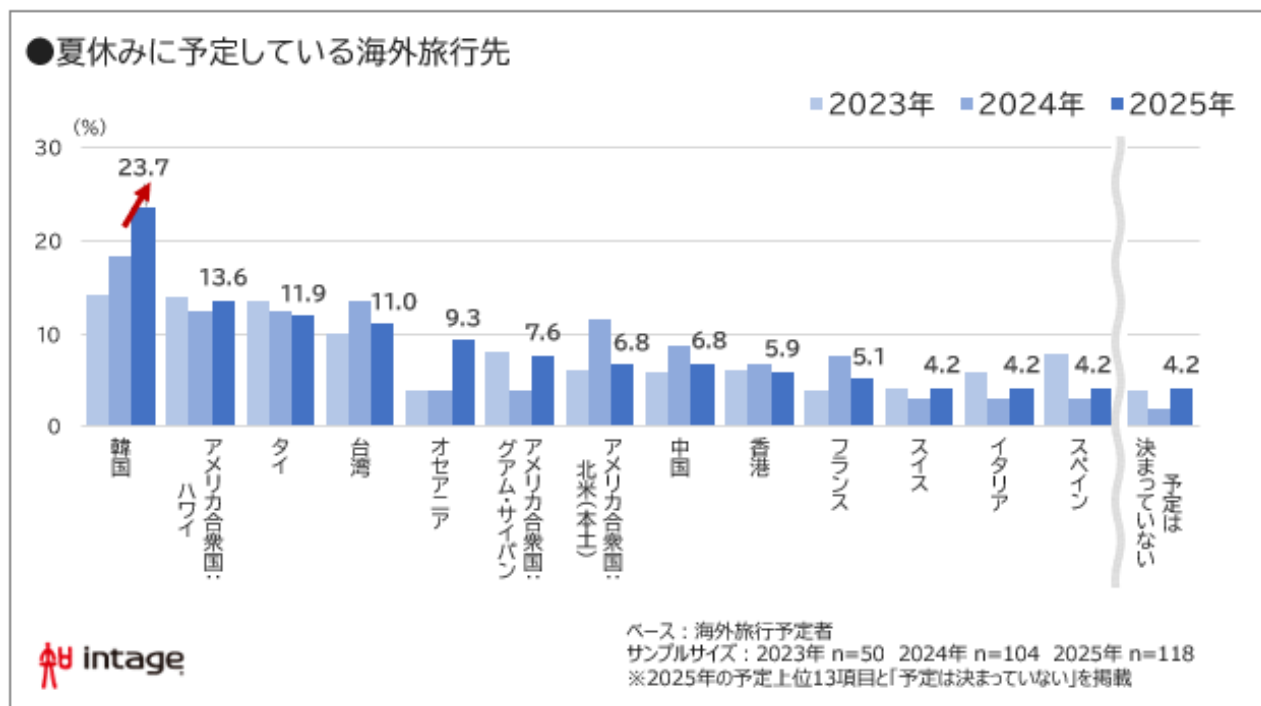
次は、今年の夏休みの「海外旅行」について詳しく見ていきましょう。海外旅行の予算は、2023 年の平均 513,987 円から 2024 年の 443,058 円、そして今年は 401,707 円と、2 年連続で減少しました。昨年から 4 万円減少し、前年の 90.7%の金額です。また、一昨年と比べると、2 割以上減少しています(図表 4)。

図表 4



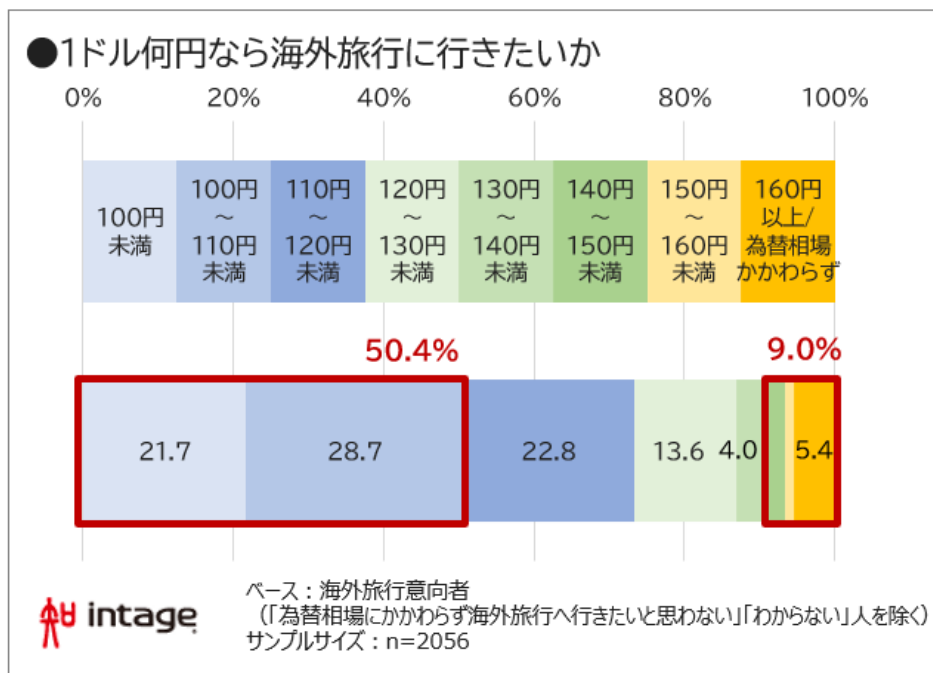
円安にもかかわらず、なぜ予算が減少するのでしょうか。渡航先を見ると、「韓国」が 23.7%でトップで、昨年に比べて人気が大きく増加しました。比較的予算が低めの「韓国」への旅行が多くなるため、全体の海外旅行にかかる予算が押し下がっています(図表 5)。

図表 5



ドル円相場は一時 160 円台に達し、最近では 145 円前後で推移していますが、生活者は 1 ドル何円くらいなら海外旅行に行きたいと思うのでしょうか。海外旅行に行きたいと思う為替相場は「100 円～110 円未満」が最多で、海外旅行意向者の約半数が「100 円未満」「110 円未満」を希望しています。最近の為替相場では旅行意向は低く、「140 円台以上」でも行きたい人は意向者のうち 1 割弱となっています。過半数が許容する「100 円未満」「110 円未満」とは 40 円以上の開きがあり、為替相場が大きな足かせとなっている可能性があります(図表 6)。

図表 6



調査結果から、今年の夏休みについて、「猛暑」と「物価高・円安」というキーワードが見えてきます。

ここ数年「猛暑」の夏が続いていますが、夏休みの過ごし方で屋外で長時間過ごさざるを得ないものは昨年に比べて減少し、また理想と現実のギャップも大きく、今年一層の猛暑に対する防衛意識の高まりを感じました。猛暑に対する危機感、2025 年 5 月に実施した「猛暑に関する調査」で猛暑対策費用が前年に比べて 2 桁近く増加という結果からも伺えます。

「物価高・円安」としては、全体の 7 割が夏休みの予定に「影響あり」と回答しているだけでなく、今年は猛暑影響も相まって、活動が全体的に控えらるという行動面にも現れそうです。

また、海外旅行においては、昨年も人気であった「韓国」に今年はさらに集中します。比較的安く楽しめる旅行先へのシフトが見られます。

このように、今年の夏休みは「猛暑」と「物価高・円安」が影響し、あまりお金をかけずに行動が控めとなる見込みです。

→「[夏休み予算微減。春闘賃上げ・定額減税実施も](#)(2024 年夏休みに関する調査)」

「[2025 年 GW 予算 29,237 円で前年比 105% 給与増減で 2 倍超差](#)(2025 年ゴールデンウィークに関する調査)」

「[2025 年、猛暑・熱中症対策はどうなる？](#)(2025 年猛暑に関する調査)」をあわせてご参照ください。

インテージでは、年間のイベントごとに自主調査を実施し結果を公開しています。今後、防災意識・行動に関する調査、ハロウィンに関する調査、クリスマス・年末年始に関する調査などを実施予定です。

使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/services/marketing-research/net/>

調査地域: 日本全国

対象者条件: 15～79 歳の男女

標本抽出方法: 弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ: n=5000 ※国勢調査にもとづき性別・年代・地域を母集団構成に合わせて回収

調査実施時期: 2025 年 6 月 19 日(木)～6 月 23 日(月)

【株式会社インテージ】 <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは 1960 年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9 か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当: 下河原／森／木地

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>