

## 夏休み予算は平均 58,902 円。3 年ぶり増も物価高影響大

### 「自宅で過ごす」人が増加傾向で、4 割に迫る

#### ホルムズ危機 26%、クマ出没 18%が予定に影響。猛暑不安も 8 割で巣ごもりを後押し

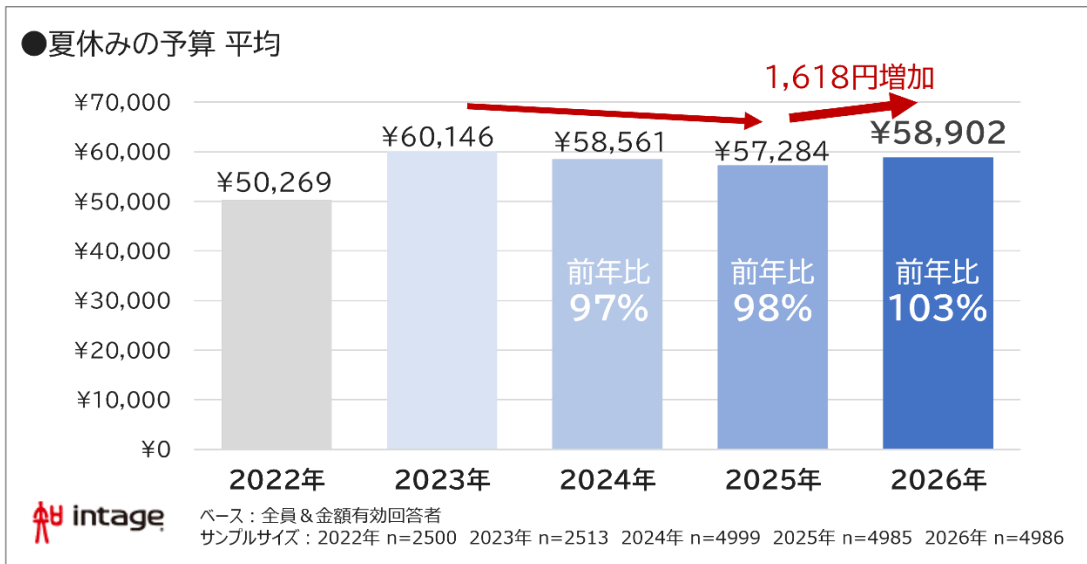
株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国の15歳から79歳の男女(5,000人)を対象に、2026年6月17日~6月22日に実施した「夏休み」に関する調査結果を公開します。

#### [ポイント]

- ・夏休みの予算は58,902円。3年ぶり増も、理由は「物価高・円安」が大幅増で45.7%。「自宅で過ごす」人38.6%に
- ・宿泊を伴う国内旅行予定者は18.3%で横ばい。予算は増加し、109,305円。理由1位は「宿泊料金高騰」
- ・海外旅行予定者増えず2.1%。一方予算は大幅増で、531,505円。遠方への渡航復調も一因
- ・ホルムズ危機やクマの出没が夏のレジャーに影響。予算やアウトドア、旅行を控える動きも
- ・猛暑への不安は79.1%。猛暑がなければ遊園地へ行きたい人は予定者の3.5倍

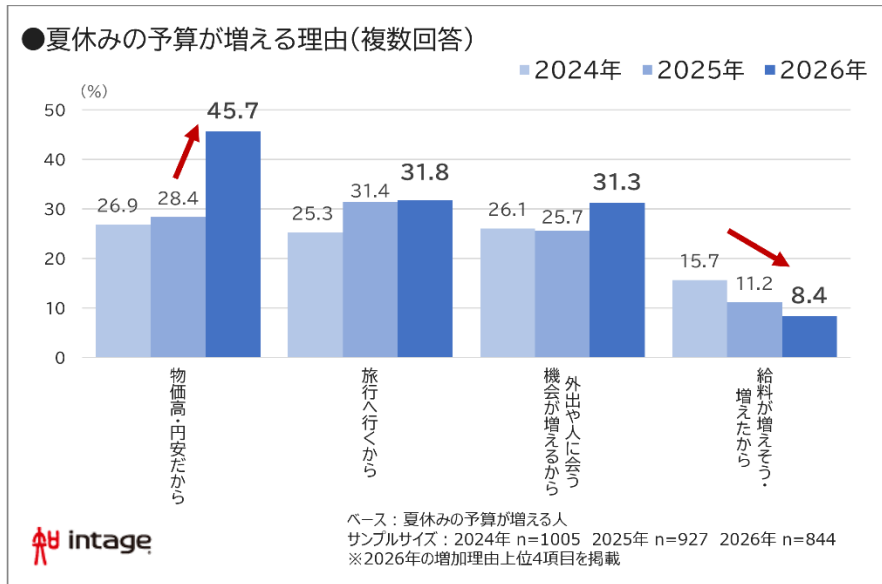
今年の夏休み期間(7月18日~9月30日)の予算総額は、2023年の平均60,146円をピークに、2024年58,561円、2025年57,284円と2年連続の減少から一転し、1,618円の増加で58,902円(前年比102.8%)となりました(図表1)。

図表 1



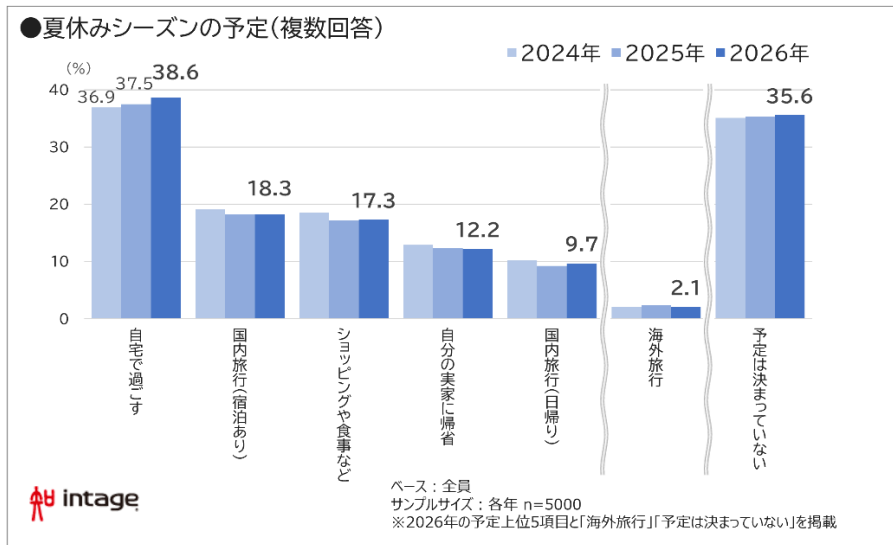
予算が増える理由として最も多かったのは「物価高・円安だから」(45.7%)。昨年の28.4%から17.3ポイントと大きく増加しました。一方、「給料が増えそう・増えたから」はこの2年間でほぼ半減しています。今年から聴取した「世界情勢・地政学リスクが影響して」は7.1%でした。昨年も物価高の影響を受け、行動・予算は控えめという結果でしたが、今年も財布の紐を締めながらの夏休みとなりそうです(図表2)。

図表 2



夏休みをどのように過ごすかを確認したところ、最も多いのは「自宅で過ごす」(38.6%)で、「国内旅行(宿泊あり)」(18.3%)、「ショッピングや食事など」(17.3%)が続きました。「自宅で過ごす」は増加傾向で、今年4割に迫る水準となっています。夏休みの予定として注目の海外旅行については、2.1%と増加せず、その他の予定も概ね前年並みの水準でした。昨年減少した「キャンプ／バーベキュー」「公園」などの屋外アクティビティも同水準で、今年も猛暑への警戒感が高く、屋外での行動は引き続き控えられる見込みです(図表 3)。

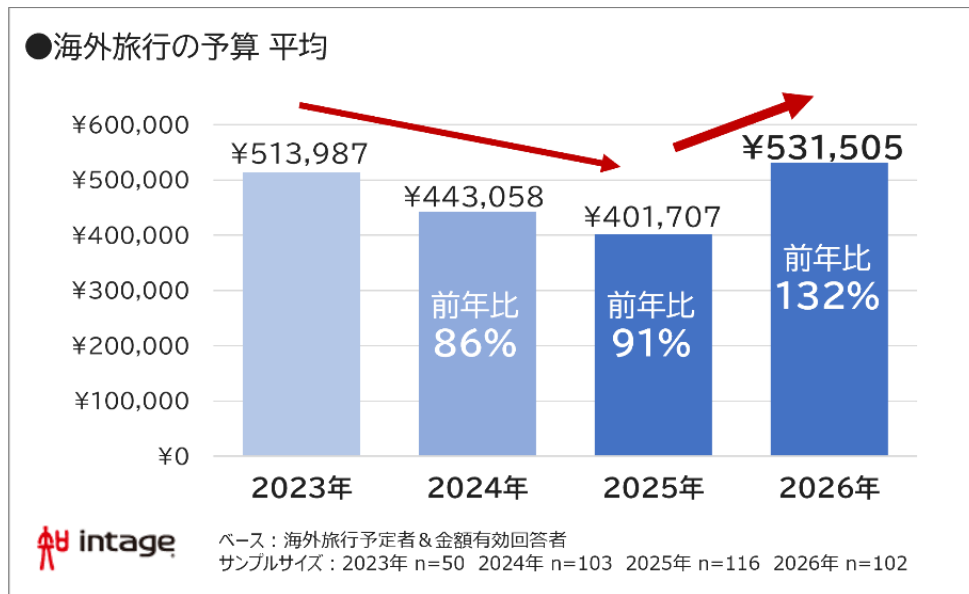
図表 3



宿泊を伴う国内旅行の予算は、昨年の平均 102,693 円から 109,305 円へ増加し、前年比 106.4%となりました。予算が増える理由 1 位は、昨年に続き、「宿泊料金が高くなっているから」(35.0%)で、夏休みの予算と同様、物価高の影響が強く、予算増加の一因になっていると考えられます。

海外旅行の予算は、2023 年の平均 513,987 円から、2024 年(443,058 円)、2025 年(401,707 円)と 2 年連続で減少しており、旅費を抑えやすい近場の国(アジア)が増加したことが要因でした。一転、2026 年の予算は、昨年プラス 129,798 円(前年比 132.3%)と大きく増加し、新型コロナの感染症法上の分類が「第 5 類」へ移行した後の 2023 年夏休みを超える水準となりました(図表 4)。

図表 4

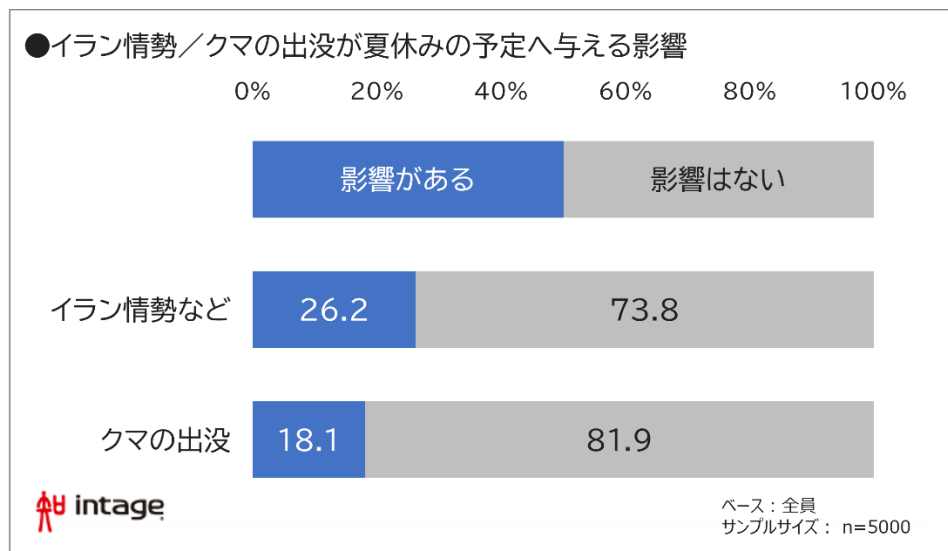


渡航先を見ると、1位は、昨年 23.7%と人気急増した「韓国」で、2026年も 23.1%とその人気は継続しています。加えて、「ハワイ」「北米」「イタリア」「フランス」と、遠方への渡航に復調の兆しが見られます。円安やホルムズ海峡危機の他、こうした遠方渡航先の回復が、海外旅行予算の大幅な上昇の一因となっていると考えます。

では、ホルムズ海峡危機は海外旅行や夏休みの行動全般にどのような影響を与えるのでしょうか。昨今のイラン情勢などが夏休みの予定に何らかの「影響がある」と回答したのは全体の 26.2%で、具体的な影響として上位のものは、「夏休み全体の予算や予定を控えめにする」(17.0%)、「海外旅行を控える／中止した」(6.7%)、「海外旅行を国内旅行に変更する／変更した」(2.3%)でした。

続いて、今年は早い時期からクマの出没や被害が報告されていますが、国内旅行や帰省などへの影響はあるのでしょうか。何らかの「影響がある」と回答したのは全体の 18.1%で、「アウトドアを控える／中止した」(9.7%)、「国内旅行の行先を変更する／変更した」(4.9%)、「国内旅行・帰省を控える／中止した」(4.2%)が上位となりました(図表 5)。また、宿泊を伴う国内旅行をする人に、予定している地域を複数回答形式で聴取したところ、「東北」が昨年 14.0%から 3.4ポイント減少し 10.6%となっており、昨今のクマの出没や地震への警戒感の影響がうかがえました。

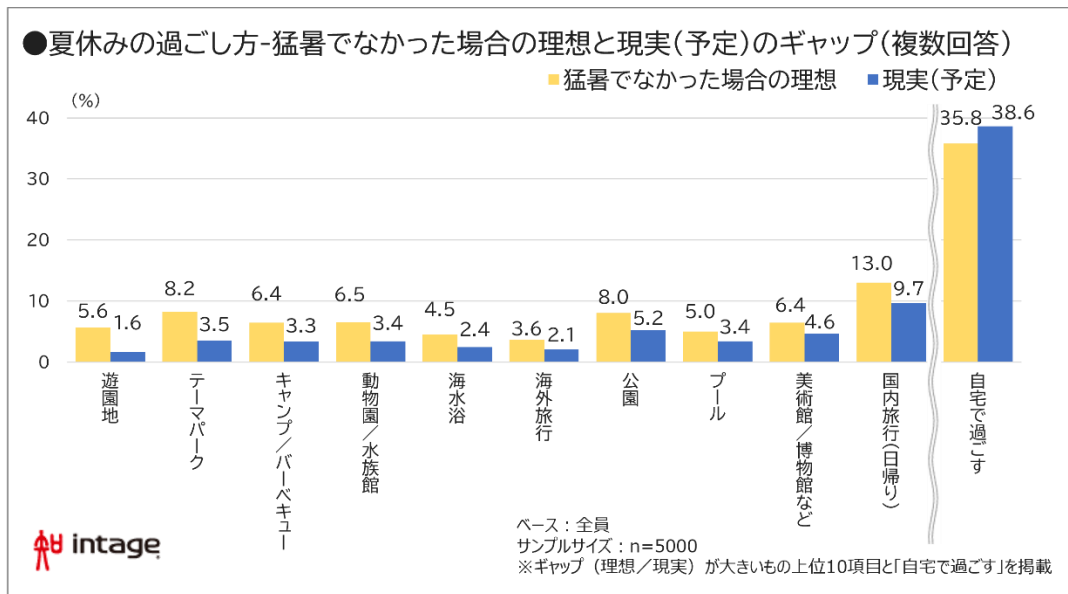
図表 5



最後に、猛暑の影響について見ていきます。どの程度不安を感じるかを7段階で確認したところ、「とても不安」または「不安」と回答した人は、全体の53.1%と半数を超えました。「やや不安」も加えると、79.1%にもなります。

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「遊園地」で予定者の3.5倍が希望していました。他、「テーマパーク」(2.3倍)、「キャンプ／バーベキュー」「動物園／水族館」「海水浴」(1.9倍)と、屋外で過ごす時間が長いと思われるアクティビティで2倍前後と、行きたい気持ちと実際の予定との間に大きなギャップが見られました(図表6)。

図表6



2026年の夏休みは、物価高の影響を強く受けつつ、ホルムズ海峡危機や猛暑、クマの出没の不安と折り合いをつけながらの夏となりそうです。

→「2025年夏休み予算は平均57,284円。猛暑・物価高で2年連続微減」をあわせてご参照ください。

## 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：2026年6月17日(水)～6月22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 2025」に基づく(グループ連結売上高ベース)

**【インテージグループ】** <https://www.intageholdings.co.jp/>（東証プライム市場 証券コード:4326）

インテージグループは1960年の創業以来、さまざまなデータを収集・加工・分析し、当グループならではのインサイトを加えてお客さまに提供。その意思決定を支援してきました。お客さまのパートナーとして「問い」に寄り添い、生活者理解とテクノロジーを融合させて「次の一手」を導きます。

**【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/>