

2025 年 8 月 25 日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

暑すぎる 2025 年夏の生活変化を調査

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

約 85%が「例年より暑い」と実感している

暑さの影響で高年層は外出控え、若年層は涼しい施設を活用する傾向

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～60 代の方を対象に調査した「酷暑による今夏の生活スタイル変化に関する調査」（実施期間：2025 年 8 月 1 日～8 月 4 日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～7:00 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

約 85%が「例年より暑い」と実感しており、特に高年層が強く感じている

・ TOPICS②

暑さで生活が変化したことは、「エアコンの使用時間が増えた」が 6 割超

・ TOPICS③

暑さ対策は水分補給がトップ、60 代では 7 割超が実践している

・ TOPICS④

暑さが買い物・レジャーに影響し、高年層は外出控え、20 代は涼しい施設を活用する傾向がうかがえる

【調査結果詳細】

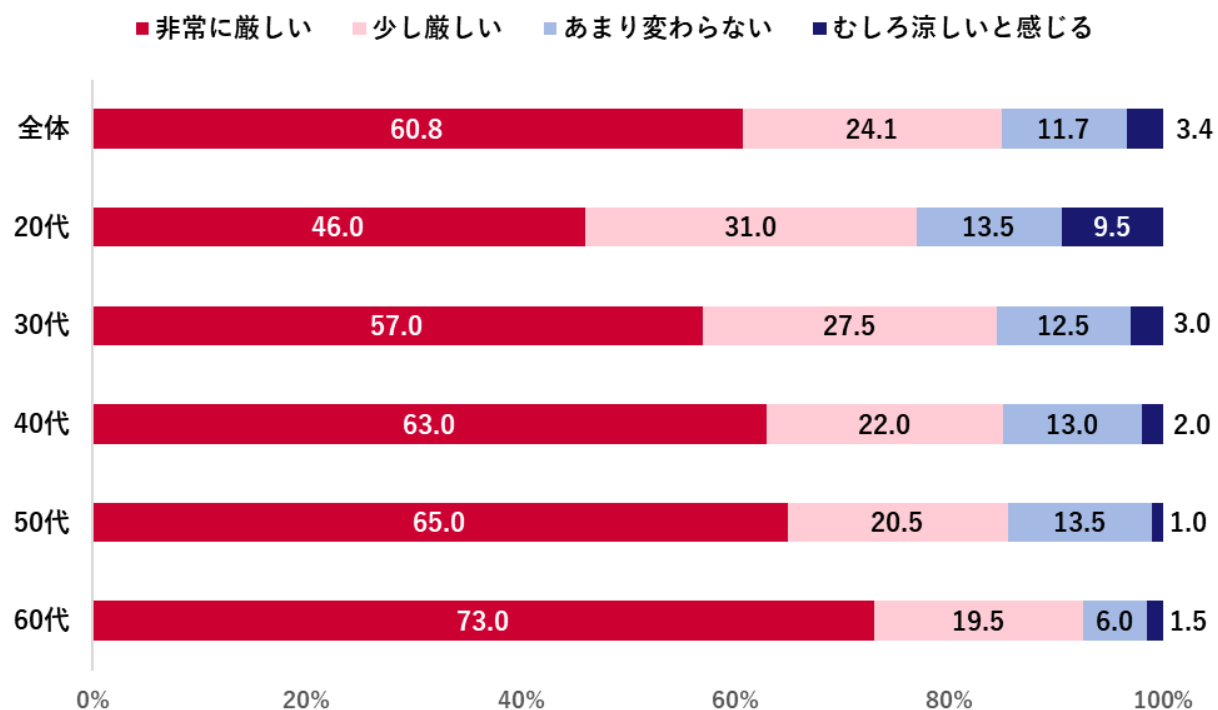
■TOPICS①

約 85%が「例年より暑い」と実感しており、特に高年層が強く感じている

今夏の暑さについて、例年と比べてどうかを尋ねたところ、「非常に厳しい」は全体の 60.8%、「少し厳しい」は 24.1%で、合計 84.9%が例年より厳しいと感じていた。

年代別では、年代が上がるほど「非常に厳しい」の割合が高くなり、20代は 46.0%だったのに対し、60代では 73.0%に達した。

▼今夏の暑さをどの程度「例年より厳しい」と感じているか (n=1,000)(%)

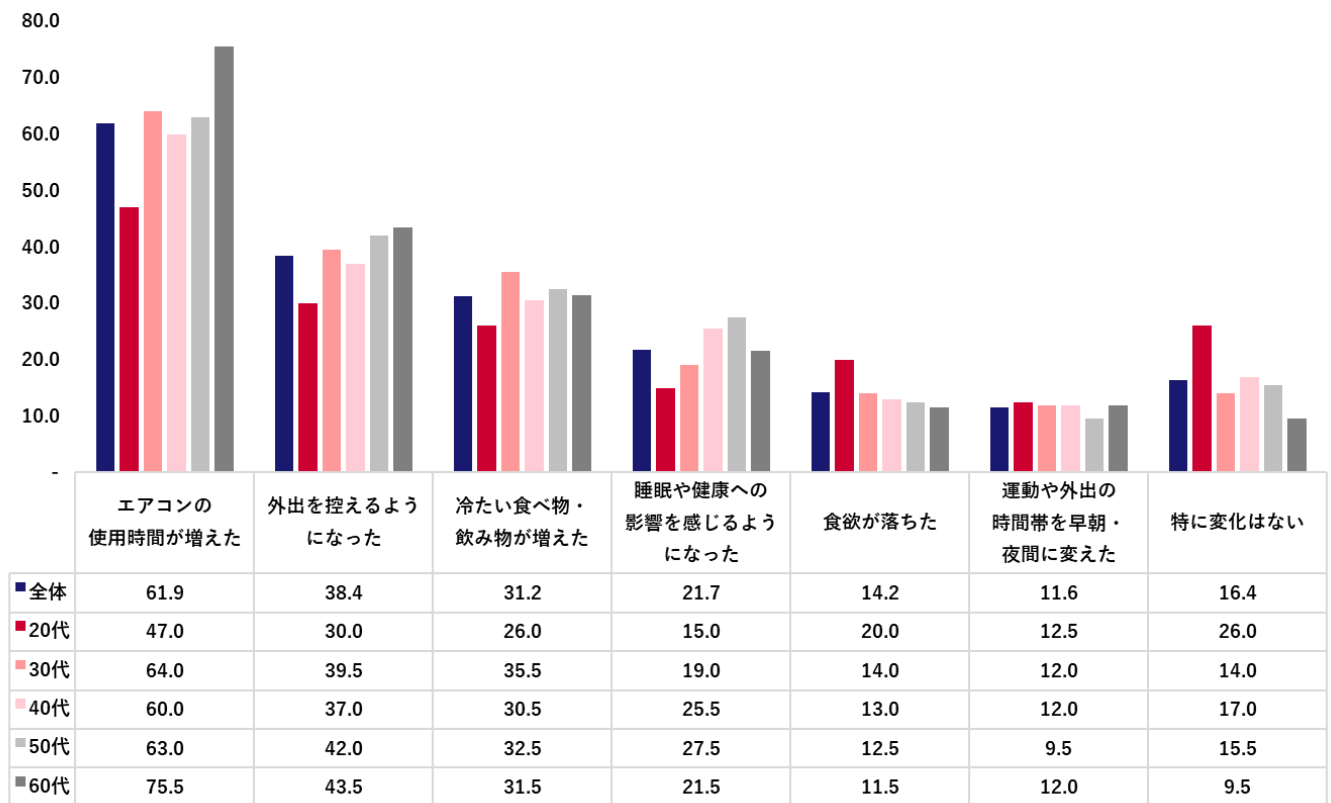


■TOPICS②

暑さで生活が変化したことは、「エアコンの使用時間が増えた」が6割超

暑さによる生活の変化では、「エアコンの使用時間が増えた」が全体の 61.9%で最も高く、次いで「外出を控えるようになった」(38.4%)、「冷たい食べ物・飲み物が増えた」(31.2%)となった。60代では「エアコンの使用時間が増えた」が75.5%と、他のいずれの年代と比較しても10ポイント以上高く、特に一番割合が低かった20代と比べると28.5ポイントの差があった。

▼暑さの影響で、生活の中で変化したこと ※複数回答 (n=1,000)(%)



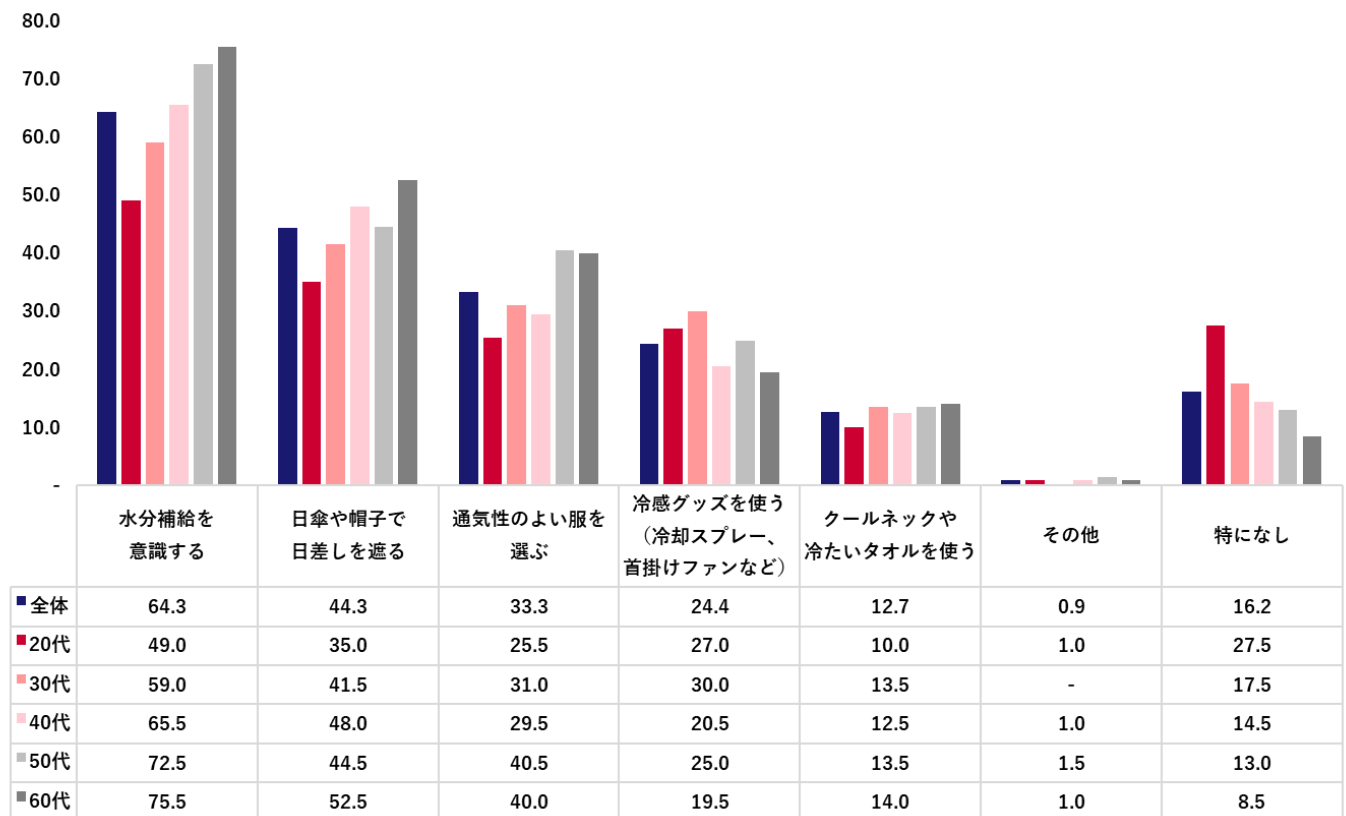
■TOPICS③

暑さ対策は水分補給がトップ、60代では7割超が実践している

暑さ対策として実践していることは、「水分補給を意識する」が全体の64.3%で最多、次いで「日傘や帽子で日差しを遮る」(44.3%)、「通気性のよい服を選ぶ」(33.3%)となった。

年代別では、年代が上がるほど「水分補給を意識する」の割合が高くなり、60代では75.5%だった。

▼暑さ対策として実践していること (n=1,000)(%)



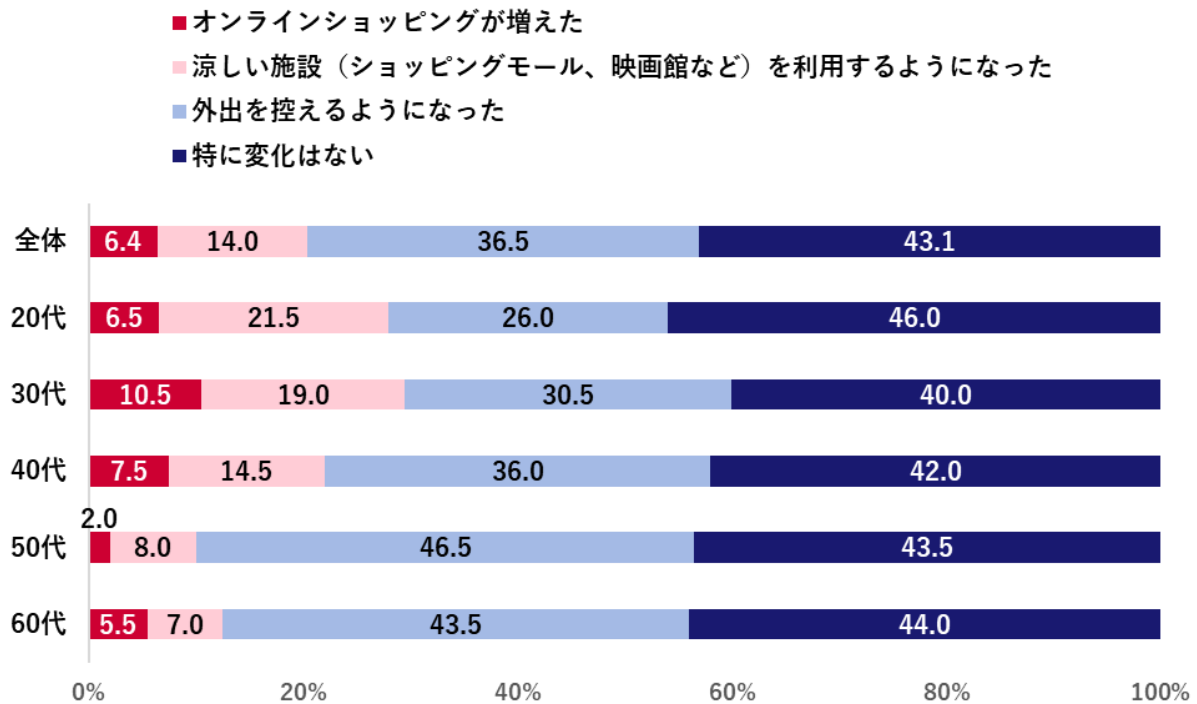
■TOPICS④

暑さが買い物・レジャーに影響し、高年層は外出控え、20代は涼しい施設を活用する傾向がうかがえる

暑さの影響による買い物やレジャーのスタイル変化については、「特に変化はない」が全体の43.1%で最多、続いて「外出を控えるようになった」が36.5%となった。

年代別では50代・60代で「外出を控えるようになった」が4割を超えた。20代では「涼しい施設（ショッピングモール、映画館など）を利用するようになった」が2割を超え、他年代より高い傾向が見られた。

▼暑さの影響による買い物やレジャーのスタイル変化 (n=1,000)(%)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

酷暑が生活様式を変え、商業施設や映画館など「涼しい空間」への需要が急増しています。高齢層は外出控えの一方、若年層は積極的に施設を利用しており、企業にとっては酷暑を逆手に取った需要創出の好機です。暑さ対策と快適な消費体験を掛け合わせれば、企業業績の押し上げにつながるでしょう。企業にとっては、猛暑そのものが新たな集客装置。酷暑需要をビジネスに巧みに変換できるかが、業績を左右する鍵となりそうです。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

地球沸騰化による酷暑が日本では当たり前になりつつある。暑さが例年より「非常に厳しい」「少し厳しい」の合計が84.9%というアンケート結果でも日本が熱帯化しつつある事が分かる。そんな中、コンビニは今までは気温が上がれば上がるほど飲料やアイス、冷やし麺などが売れて年間の最高の売上を記録していたが、フードデリバリーなど宅配が浸透した事もあり、暑すぎて外出を控える人が増えて、必ずしも売上が上がるとも言えなくなっている。コンビニに限らず、抗えない気候変動に対応して、様々な企業でビジネスモデルを見直す時期にきていそうだ。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2025年8月1日～8月4日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をされている方)
調査対象 : 国内在住 20～60 代の方
有効回答数 : 1,000 名 ※性年代別に各 100 サンプル回収
※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023 年 5 月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 60分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~7:00

出演者 : 消費経済アナリスト・渡辺広明(毎週)、経済アナリスト・馬淵磨理子(第1.2.4週)、
キャスター・石川奈津紀(第3.5週)

番組HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

番組X : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート(自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。