



2025 年 6 月 30 日
パーソルキャリア株式会社

Job 総研『2025 年 夏の出費実態調査』を実施

6 割がレジャー控え 物価高×猛暑に“攻めと守り”の支出で対抗

～今夏の外出費は「3 万円まで」 娯楽は“自宅回帰”へ移行～

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、544人の社会人男女を対象に「2025年 夏の出費実態調査」を実施しました。本調査は、今夏の出費予定や外出計画、夏の物価高・暑さ対策への出費を調査したものです。



【夏の経済負担】

2025 年の夏は、例年以上の酷暑と物価高が重なり、生活者の家計に大きな影響を及ぼしています。冷房による光熱費の増加や、食費・日用品の値上がりが続く中、多くの人が日常的な支出を見直し、「何にお金をかけ、どこを抑えるか」を選択する意識が高まっていると考えられます。さらに、レジャーや帰省など夏特有の出費機会も多く、日常生活と余暇にかける出費のバランスの取り方が課題となっています。このような状況で、社会人の夏の出費への意識や、夏の出費への意識や出費スタイルはどのように変化しているのでしょうか。

Job 総研では 544 人の社会人男女を対象に、今夏の出費予定や外出計画、夏の物価高・暑さ対策への出費を調査した「2025 年 夏の出費実態調査」を実施しました。

【調査概要】

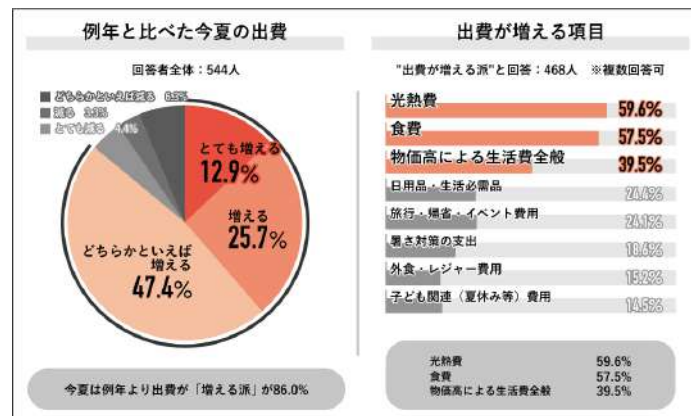
調査対象者：現在就業中のJobQ Town（ジョブキュータウン）登録者
調査条件：全国／男女／20～50代
調査期間：2025年6月4日～6月11日
有効回答数：544人
調査方法：インターネット調査

【TOPICS】

- ・全体の86.0%が例年と比べて今夏出費が「増える」 全体の79.2%が今夏の出費を「厳しく感じる」
- ・全体の65.4%が今夏のレジャー・外出「予定を変更・予算を抑える」 費用の中央値は5万円
- ・物価高によって「特売や安いものを選ぶ」「ポイント・値引きを重視」するように消費行動が変化
- ・猛暑によって「冷房機器の使用時間」「自宅で過ごす時間」が増加する消費行動が変化
- ・出費対策は「冷房の調整・クーポンの活用」 暑さ対策は「外出先での飲料購入」「電気代を気にしない」

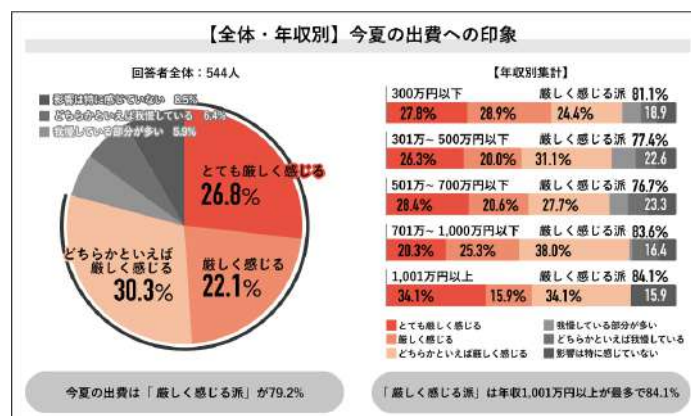
【今夏の出費増減】

回答者全体の 544 人に、例年と比べた今夏の出費を聞くと「増える派」が 86.0%で多数派となり、内訳は「とても増える」が 12.9%、「増える」が 25.7%、「どちらかといえば増える」が 47.4%となりました。また、出費が増えると回答した 468 人にその項目を聞くと、「光熱費」が 59.6%で最多となり、次いで「食費」が 57.5%、「物価高による生活費全般」が 39.5%となりました。



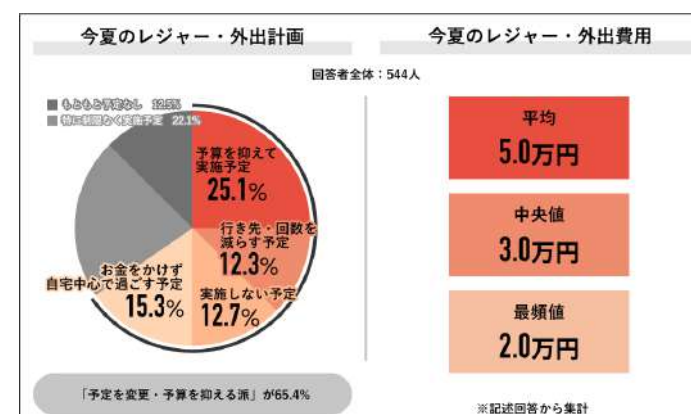
【今夏の出費と年収】

回答者全体の 544 人に、今夏の出費への印象を聞くと、「厳しく感じる派」が 79.2%で多数派となり、内訳は「とても厳しく感じる」が 26.8%、「厳しく感じる」が 22.1%、「どちらかといえば厳しく感じる」が 30.3%となりました。「今夏の生活費が厳しく感じる派」の年収別では、「1,001 万円以上」が 84.1%で最多となり、次いで「701 万～1,000 万円以下」が 83.6%、「300 万円以下」が 81.1%、「301 万～500 万円以下」が 77.4%、「501 万～700 万円以下」が 76.7%、「501 万～700 万円以下」が 76.7%となりました。



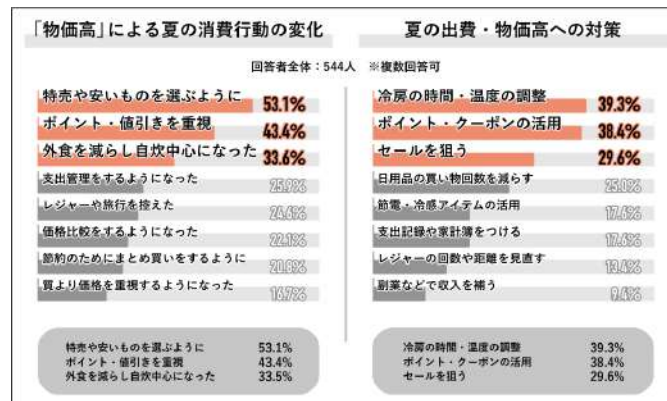
【今夏の外出計画】

回答者全体の 544 人に、今夏のレジャー・外出計画を聞くと、「予定を変更・予算を抑える派」が 65.4%で多数派となり、内訳は「予算を抑えて実施予定」が 25.1%、「行き先・回数を減らす予定」が 12.3%、「実施しない」が 12.7%、「お金をかけず自宅中心で過ごす予定」が 15.3%となりました。また、今夏のレジャー・外出費用を聞くと、平均額が 5.0 万円、中央値が 3.0 万円、最頻値が 2.0 万円となりました。



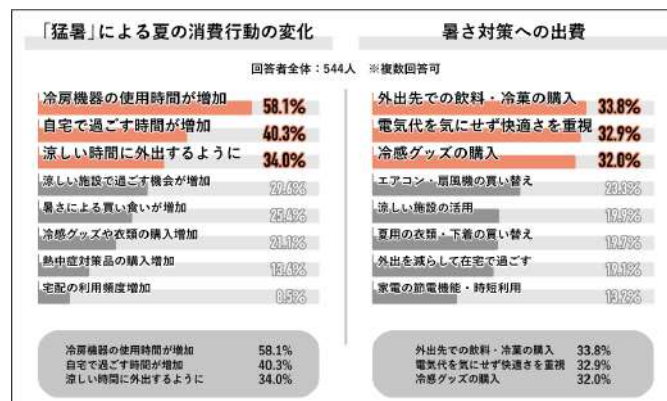
【夏の物価高対策】

回答者全体の 544 人に「物価高」による夏の消費行動の変化を聞くと、「特売や安いものを選ぶように」が 53.1%で最多となり、次いで「ポイント・値引きを重視」が 43.4%、「外食を減らし自炊中心に」が 33.6%となりました。また、夏の出費・物価高への対策を聞くと、「冷房の使用時間・温度の調整」が 39.3%で最多となり、次いで「ポイント・クーポンの活用」が 38.4%、「セールを狙う」が 29.6%となりました。



【暑さ対策への出費】

回答者全体の 544 人に「猛暑」による夏の消費行動の変化を聞くと、「冷房機器の使用時間が増加」が 58.1%で最多となり、次いで「自宅で過ごす時間が増加」が 40.3%、「涼しい時間に外出するように」が 34.0%となりました。また、暑さ対策への出費を聞くと、「外出先での飲料・冷菓の購入」が 33.8%で最多となり、次いで「電気代を気にせず快適さを重視」が 32.9%、「冷感グッズの購入」が 32.0%となりました。



(※1)集計データの詳細は別紙「2025 年 夏の出費実態調査 報告書」をご参照ください

【回答者自由記述コメント】

今夏の消費や出費対策に関するコメントが多く集まりました。

- ・光熱費は抑える努力よりも気にせず快適さを優先するほうがストレスにならず仕事もはかどる
- ・暑さに耐えられないのでエアコンも我慢しないようにしている。代わりに食費を抑える
- ・エアコン、アイス、帰省、夏服、全部が地味に高い。気づいたら出費が嵩んでいて焦る
- ・子の夏休みやお盆の帰省があるので出費が一気に増える。セールを活用して節約の工夫をしている
- ・冷たい飲料の購入が増えやすく、夏フェスなどイベントも増えるので、逆に節約意識が高まる

※夏のはたらき方のコメントや調査(※2)は右記「JobQ Town」にて確認いただけます。 <https://job-q.me/29181>

■(※1) 2025 年 夏の出費実態調査 報告書 (本調査)

報告書では、同調査の属性やその他設問の回答結果をより詳細にご確認いただけます

<https://job-q.me/articles/15837>

■(※2) 2025 年 夏のはたらき方実態調査 (2025 年 6 月 23 日公開)

<https://jobsoken.jp/info/20250623/>

【調査まとめ】

今回実施した「2025 年 夏の出費実態調査」では、8 割が今夏の出費は例年よりも増え、特に光熱費・食費など、生活費の負担感が高まっていることがわかりました。生活の基礎を支える支出に物価高の影響が色濃く表れる中、これらの出費に対して8割が「厳しさ」を感じており、一般に“ゆとり層”とされる年収1,000万円層でも、物価高による家計の厳しさが顕著でした。理由として、生活水準が高く支出額も大きいため光熱費や食費の上昇が直撃していること、また公的支援も受けにくい“制度の隙間”にあることなどが考えられます。こうした影響は、夏のレジャーや外出にも影を落としており、6割が計画の「予定を変更・抑える」と回答していることから、“節約型レジャー”が主流となると考えられだけでなく、外出費用の中央値が3万円となっていることから、今夏は外出を控える「自宅回帰」の傾向が伺えます。

物価高対策として「特売の活用」や「外食を減らし自炊中心」の生活にする、猛暑対策として「冷房の時間・温度調整」「自宅で過ごす時間を増やす」、「涼しい時間に外出する」など、生活費を抑制するための意識の変化やさまざまな創意工夫が見られる結果になりました。一方で、「暑さを我慢しないための出費」には一定の需要があり、快適さを重視する傾向も見られます。節約一辺倒ではなく、「かける」「抑える」つまり、「守る支出」と「削る支出」のバランスを見直す、“選択的支出”が進んでいます。節約を意識する人、快適さを求める人、何を優先したいかによって出費に対する価値観の違いが見えた調査結果になりました。

「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、はたらく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。

■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“制度・法律・お金”に関するQ&A

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

■**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、－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・Fax : 03-6757-4266 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