

【猛暑・酷暑日に関する意識調査】

約 8 割（84.6%）が猛暑・酷暑に不安を抱えるも、備えは 1 割未満（4.6%）

気温 40℃時代に広がる「酷暑備え不足」が明らかに
～20～59 歳の男女 1,000 人に聞いた、猛暑への意識と行動の実態とは～

この度、FWD 生命保険株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長 兼 CEO：伊地知剛、以下 FWD 生命）は、20～59 歳の男女 1,000 名を対象に【猛暑・酷暑日に関する意識調査】を実施しましたので、調査結果を公表します。

猛暑の長期化は、熱中症リスクや家計負担の増加に加え、働き方や健康管理への意識にも影響を及ぼしています。新区分である「酷暑日※」なども年々増加傾向にあることから、生命保険会社として、お客さまが安心して日常生活を送るためには、病気やケガへの備えだけでなく、日々の健康維持やリスクへの備えも重要であると考えています。こうした背景から、生活者が猛暑をどのように受け止め、実際にはどのような行動を取っているのかを明らかにするため、本調査を実施しました。

※「酷暑日」とは、最高気温が 40℃以上となる日を指す呼称です。

1. 調査サマリー

<1> 猛暑に対して不安は高まるも薄い“備え”

- ・猛暑に何らかの不安を抱える人は 8 割超（84.6%）にのぼり、不安の内容は「電気代の高騰（56.2%）」、「熱中症（54.3%）」が上位を占めました。
- ・6 割近く（59.3%）が支出増も実感し、備えの重要性を感じる人も約 6 割（57.6%）。
- ・いざという時に備えて「かかりつけ医・相談先の確認」を行った人も 4.6%にとどまり、不安や備えの必要性は認識されている一方、具体的な行動には結び付いていないことが明らかに。

<2> 気温 40℃時代における働き方の実態

- ・約 7 割（69.0%）が評価・周囲の目を気にして猛暑でも“出社”。
 - ・「出社したくない」と感じ始める気温は、真夏日の基準である「30℃程度（24.6%）」が最多。
 - ・猛暑を理由に在宅勤務へ切り替えたい人は 4 割以上（42.9%）。
 - ・猛暑日の仕事への影響で強く感じるものは、「集中力の低下（51.5%）」が 1 位。
- 次いで「休憩・中断の増加（28.8%）」、「判断スピードの低下（23.4%）」という結果に。

<3> 猛暑時代に求められる社会環境・制度

- ・酷暑日で外出を控えた人は約 4 割（39.8%）。社会には「シエスタ導入（31.5%）」「学校の休校基準（27.1%）」など仕組みの見直しを求める声も。
- ・近年の猛暑で失われた風景としては、「子どもの外遊びが減った（37.8%）」で最多。「公園で遊ぶ人（33.4%）」「セミの声（18.4%）」なども一定数の票を集め、“夏の原風景”が減少傾向に。

2. 調査結果

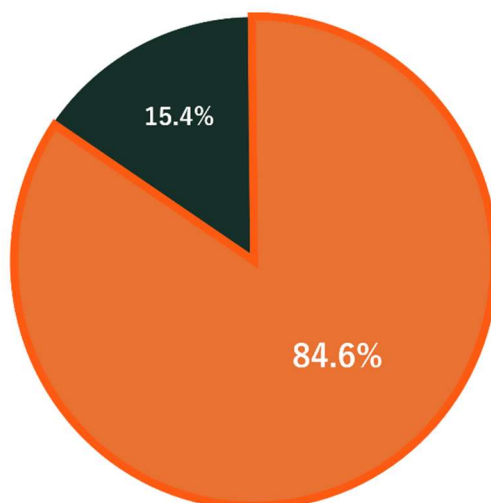
<1> 猛暑に対して不安は高まるも薄い“備え”

猛暑に何らかの不安を抱える人は8割超（84.6%）にのぼり、不安の内容は「電気代の高騰（56.2%）」、「熱中症（54.3%）」が上位を占めました。

猛暑に対して何らかの不安を感じている人の割合。

(n=1000)

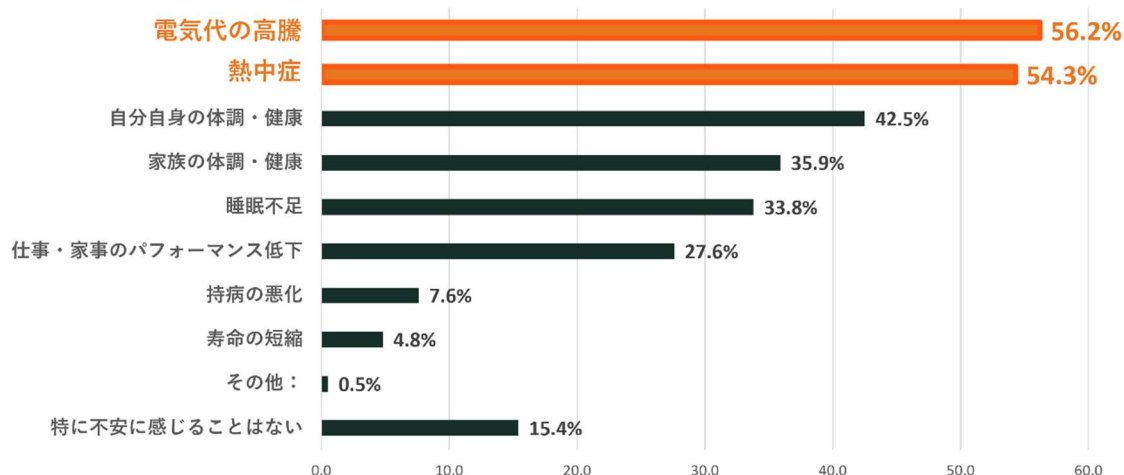
- 何らかの不安を感じている
- 特に不安に感じることはない



FWD生命

猛暑で不安に感じるリスクは何ですか。

(n=1000) 複数回答

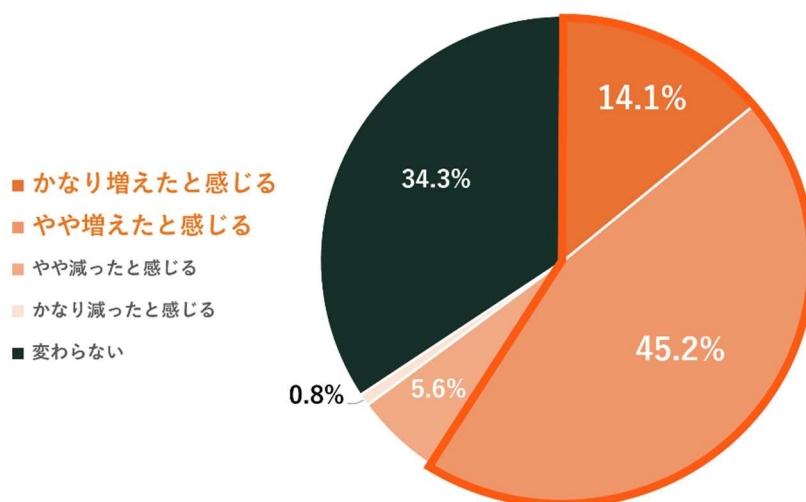


FWD生命

さらに約6割（59.3%）が支出の増加を実感しており、支出が増えたと感じる人の約7割（74.0%）が電気代の高騰に不安を抱えています。

猛暑によって支出に変化を感じますか。

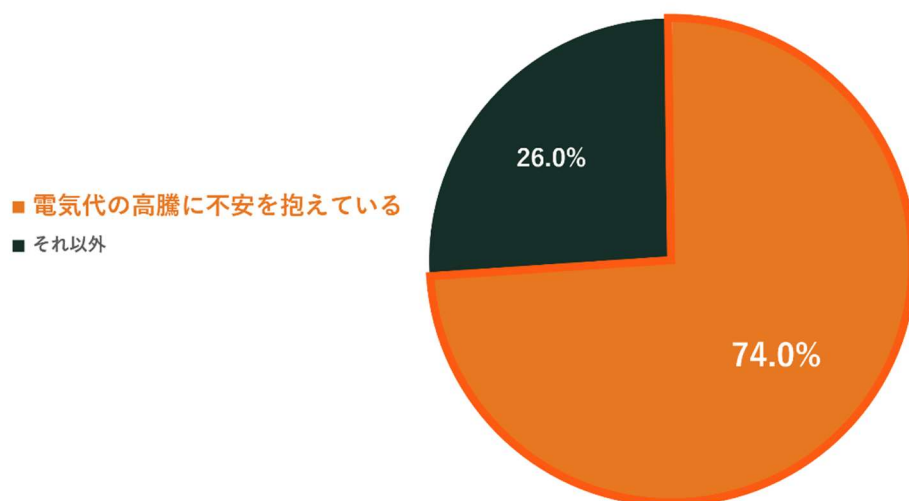
(n=1000) 単一回答



FWD生命

支出が増えたと感じた人のうち、電気代高騰に不安を抱えている割合。

(n=593)



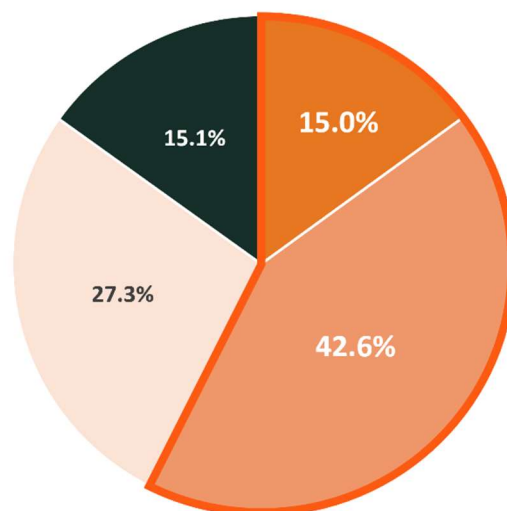
FWD生命

一方で「保険・健康への備えの重要性を感じる」と回答した人は57.6%にのびりました。しかし、実際に行っている対策を見ると、「かかりつけ医・相談先の確認」は4.6%、「保険内容の確認・見直し」は2.5%にとどまっています。猛暑への不安や備えの必要性は認識されている一方で、具体的な行動には結び付いていない様子がうかがえます。こうした“意識と行動の差”は、40℃時代における「ギャップ」といえるかもしれません。

猛暑をきっかけに、保険や健康への備えの重要性を感じましたか。

(n=1000) 複数回答

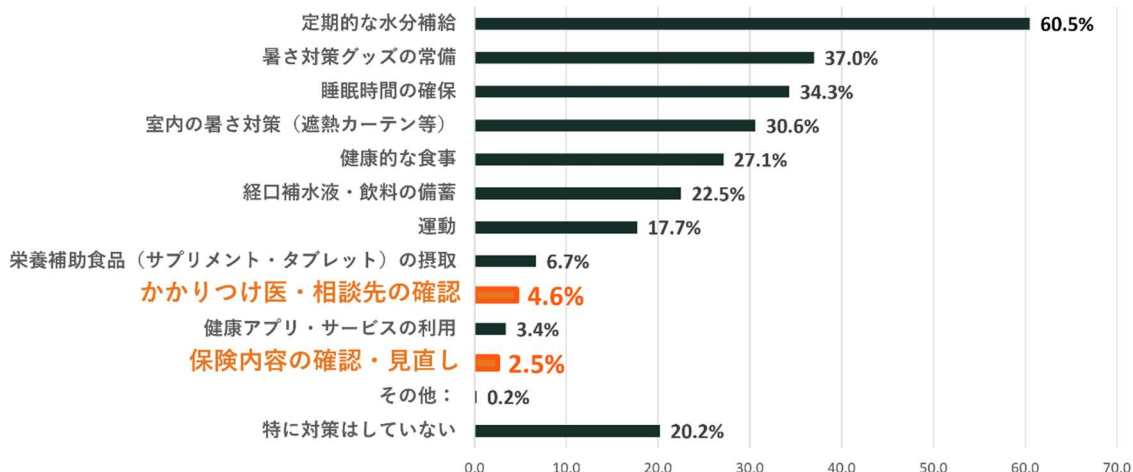
- 強く感じた
- やや感じた
- あまり感じなかった
- まったく感じなかった



FWD生命

猛暑による体調悪化に備えてどのような対策をしていますか。

(n=1000) 複数回答



FWD生命

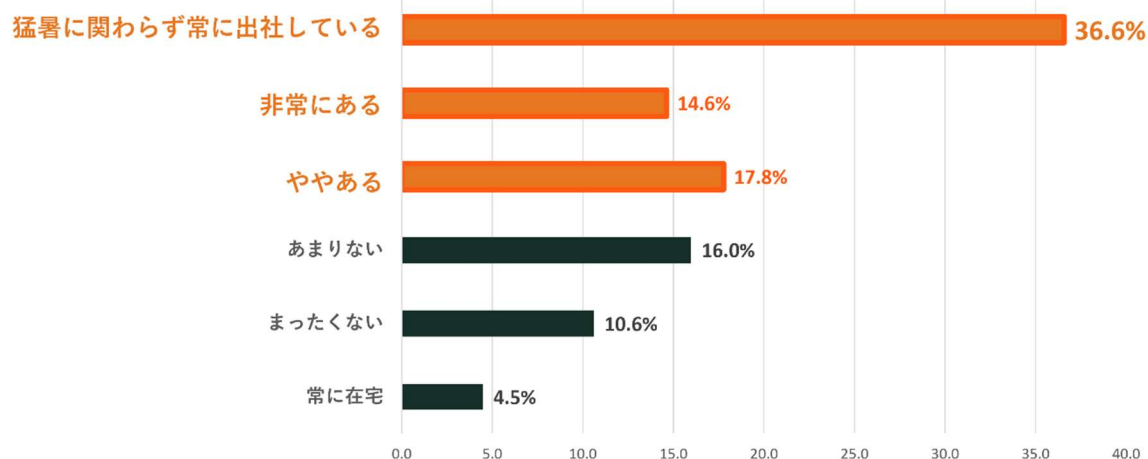
<2> 気温 40℃時代における働き方の実態

約 7 割（69.0%）が評価・周囲の目を気にして猛暑でも“出社”を選択。

「出社したくない」と感じ始める気温は、真夏の基準である「30℃程度（24.6%）」が最多となり、企業や組織としての働く人々の通勤時の暑さ対策が求められることが明らかになりました。

猛暑でも、評価や周囲の目を気にして出社することはありますか。

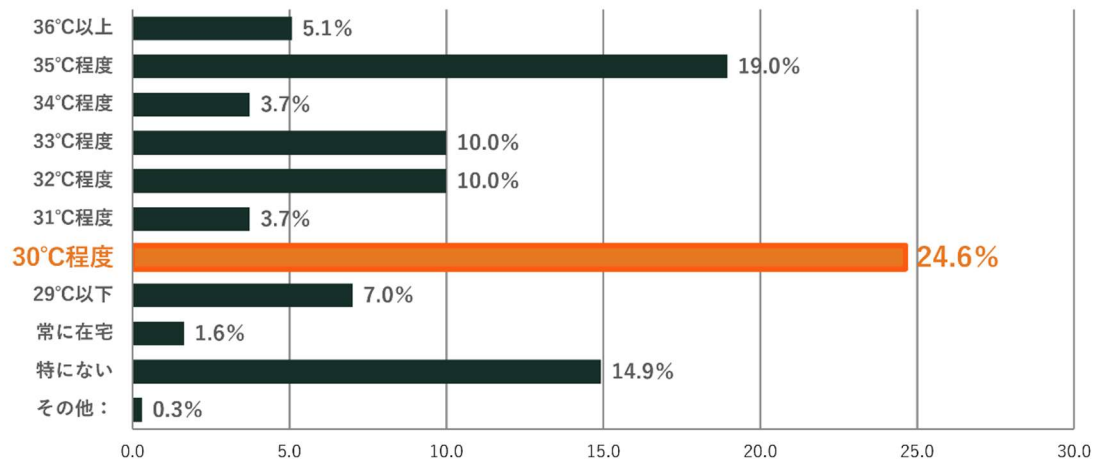
(n=670) 複数回答



FWD生命

出社したくないと感じ始める気温は何度くらいからですか。

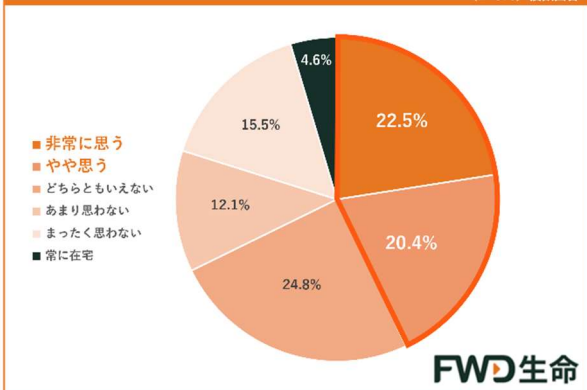
(n=670) 複数回答



FWD生命

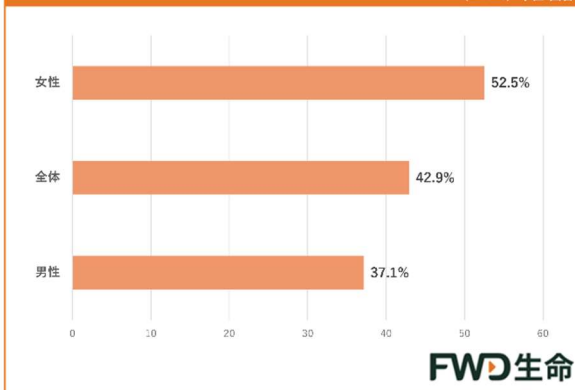
こうした中、猛暑を理由に在宅勤務へ切り替えたい人は4割以上（42.9%）にのぼり、在宅希望は女性（52.5%）が男性（37.1%）を上回り、特に女性で在宅勤務への切り替え希望が高い傾向がみられました。

猛暑を理由に、在宅勤務へ切り替えたいと思いますか。
(n=670) 複数回答



在宅勤務へ切り替えたい割合。(性別)

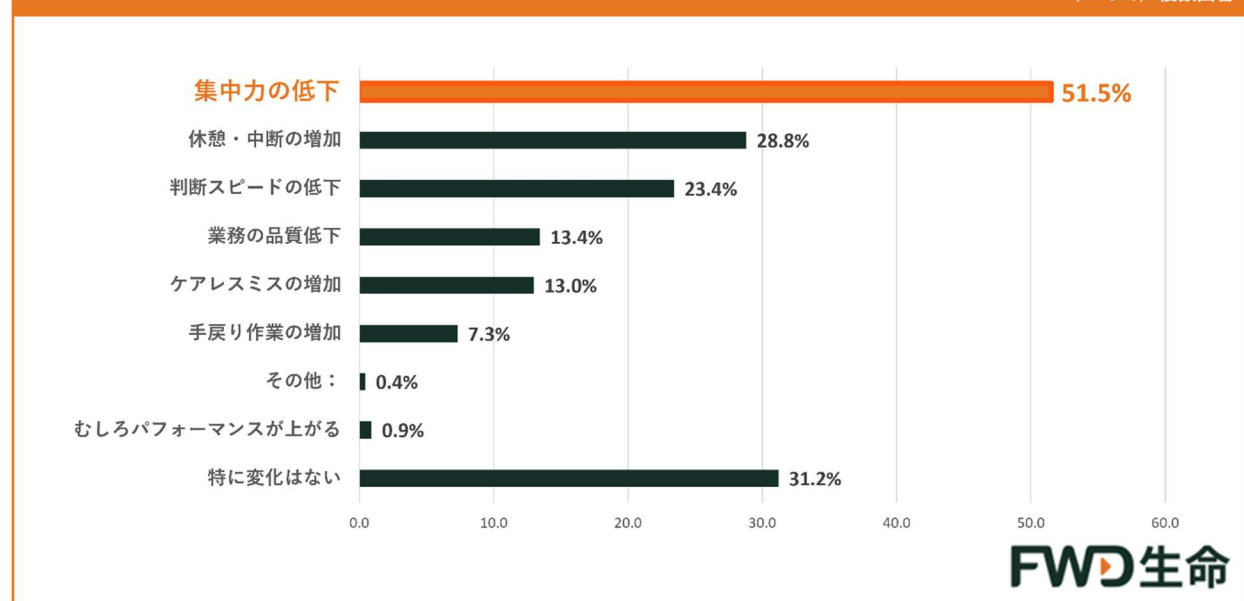
(n=670) 単位t回答



また、猛暑日の仕事への影響で強く感じるものは、「集中力の低下 (51.5%)」が1位。次いで「休憩・中断の増加 (28.8%)」、「判断スピードの低下 (23.4%)」となり、業務中の暑さ対策も喫緊の課題であることがわかりました。

猛暑の日の仕事への影響として強く感じるものはどれですか。

(n=670) 複数回答

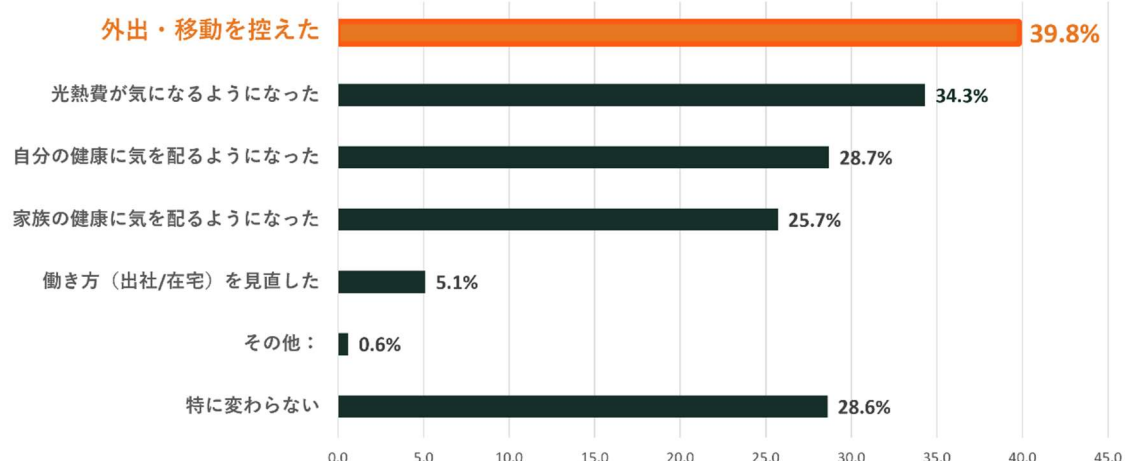


<3> 猛暑時代に求められる社会環境・制度

「酷暑日 (40℃以上)」を意識して外出を控えた人は 39.8%、光熱費を気にするようになった人は 34.3%。こうした変化を受け、生活者からは「インフラ (電力) の強化 (47.1%)」や「サマータイムやシエスタの導入 (31.5%)」、「学校・保育施設の休校基準づくり (27.1%)」など、猛暑を前提とした社会環境の整備を求める人が多いことが見受けられました。

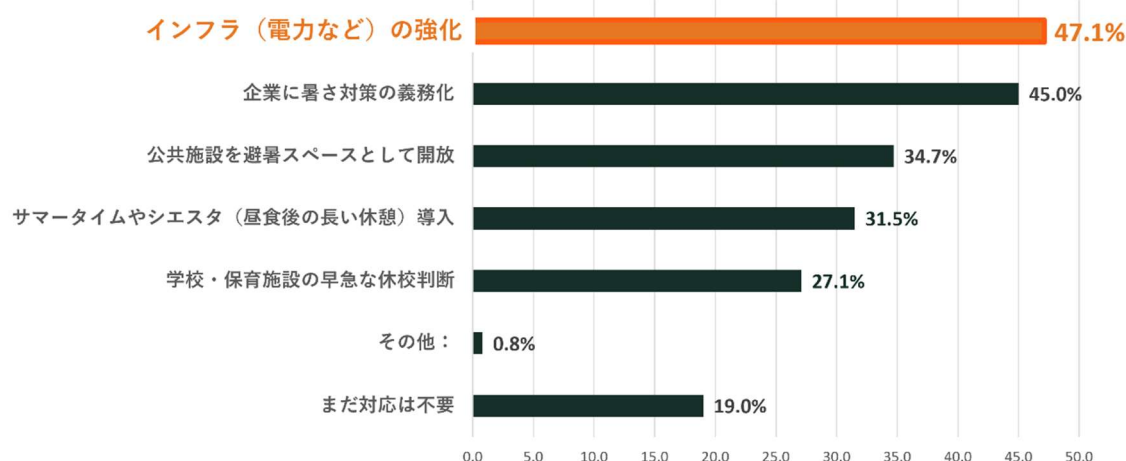
「酷暑日」という言葉を聞いて、行動や意識はどう変化しましたか。

(n=1000) 複数回答


FWD生命

「酷暑日」が今後、頻繁に発生するとしたら 社会としてどのような対応が必要だと感じますか。

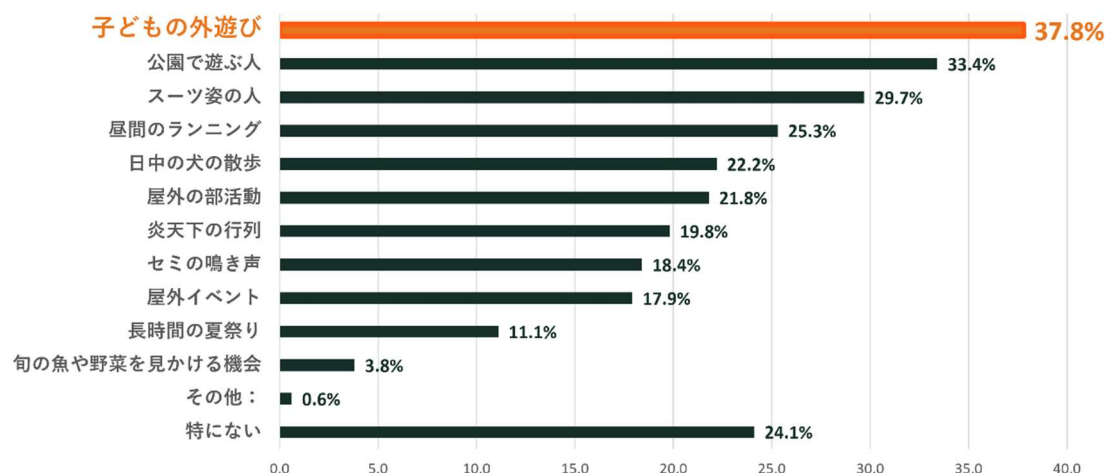
(n=1000) 複数回答


FWD生命

また、近年の猛暑で「減った」と感じる夏の風景を尋ねたところ、「子どもの外遊び（37.8%）」が最多となりました。「公園で遊ぶ人（33.4%）」、「スーツ姿の人（29.7%）」、「セミの鳴き声（18.4%）」、「長時間の夏祭り（11.1%）」なども一定数の票を集め、私たちが思い描く“夏の原風景”そのものが薄れつつあります。

近年の猛暑で、減ったと感じる夏の風景は何ですか。

(n=1000) 複数回答



FWD生命

<調査概要>

- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査期間：2026年6月15日（月）～6月16日（火）
- ・調査対象：20～59歳の男女1,000名（性年代均等割付）／調査対象地域：日本全国
- ・有効回答数：1,000サンプル／調査主体：FWD生命保険株式会社

※本調査結果をご利用の場合は、「FWD生命調べ」のクレジットを併記ください。

<当社からのコメント>

近年、最高気温40℃以上の「酷暑日」が観測されるなど、夏季の暑さは一層厳しさを増しています。今回の調査では、猛暑に不安を抱える人が8割を超える一方で、具体的な備えは十分に進んでいないことや、「本当は在宅勤務に切り替えたい」と感じながらも出社を続ける人が一定数存在するなど、暑さに対する意識と行動のギャップが明らかになりました。

当社としても、こうした環境変化への対応は重要な課題と認識しています。そのため、通勤時や外出を伴う業務に従事する社員に対する塩分補給タブレットの配布、猛暑日（最高気温35℃以上）の予報が出ている日に出勤した社員への体調配慮として身体を冷やすグッズ等を含む「猛暑日対応キット」を、さらに酷暑日（最高気温40℃以上）においても、熱中症防止ドリンクを含む「酷暑日対応キット」のテスト配布を開始しています。

FWD生命は今後も、お客さまが安心して生活を送るための情報発信やサービス提供を通じて、健康や暮らしに関するリスクへの備えを支援してまいります。

FWD 生命保険株式会社について

FWD グループは、香港証券取引所のメインボードに上場しており、アジアの 10 の地域で生命保険事業を展開しています。

FWD 生命は「人々が抱く“保険”に対する感じ方・考え方を刷新すること」をビジョンに掲げ、1996 年 8 月の創業以来、常にお客さまの視点で考え、シンプルでわかりやすく、独自性豊かな商品・サービスを提供し、200 万件を超えるご契約をお預かりしています。今後も FWD グループの一員としてアジアを代表する保険会社になることを目指します。

2025 年 11 月 28 日発売の NEW よい保険・悪い保険 2026 年版（徳間書店）において、『FWD 収入保障』が 7 年連続で、ベストランキング第 1 位を獲得しました。

FWD 生命に関してより詳しく知りたい方は、www.fwdlife.co.jp をご覧ください。