



『ドコ?・モビリティ・リサーチ』 #1

“避暑旅”に関する調査

—暑い夏は家族と牛を見に行くべき!?!—



2026年7月31日

角川アスキー総合研究所

KADOKAWA ASCII Research Laboratories, Inc.

1. 調査概要

2. 調査結果

- 2-1. 調査結果サマリー
- 2-2. 避暑旅で関心のあるエリア
- 2-3. とっておきの避暑地
- 2-4. 夏に経験したいこと
- 2-5. 避暑旅のスタイル
- 2-6. 避暑旅の日数と予算
- 2-7. 避暑旅で重視すること・困っていること
- 2-8. 夏に行く暑さ対策
- 2-9. 避暑旅の情報収集
- 2-10. 避暑旅で求めている情報

3. 分析と考察

- 3-1. 夏場のお出かけ概念の変化
- 3-2. 暑い時は牛を見に行く!?
- 3-3. 避暑旅で選ばれるエリアになるために
- 3-4. 関東の避暑地「北茨城市」の紹介

4. 「ドコニク」ご紹介

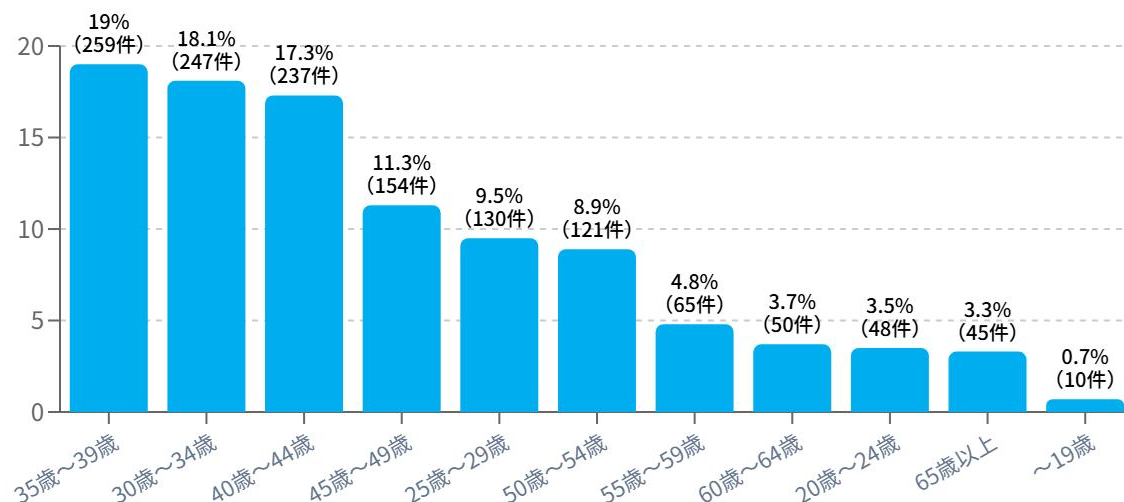
1. 調査概要



調査目的	移動や運転、旅行にまつわる話題について、それらに感度の高い層（「モビリティ先進層」）に対してアンケート調査を行い、一般層より先んじた、あるいはより詳細な調査結果を得ることで、一般層の今後の動向を把握する。今回のテーマは「避暑旅」とした。
調査地域	全国
調査対象者	ドコニワ公式Xアカウント フォロワー
調査手法	オンラインアンケート調査
サンプル数	1,336
調査期間	2026年6月9日（火）～21日（日）
実施機関	株式会社角川アスキー総合研究所

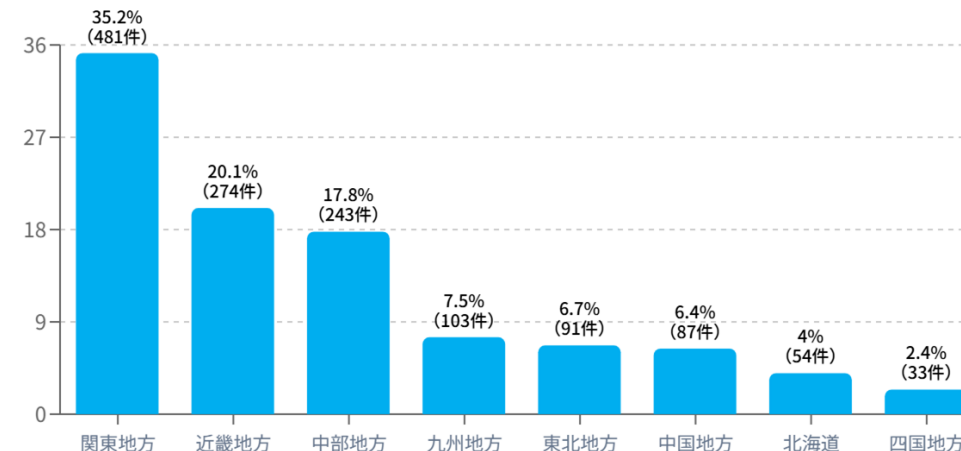
回答者の年代

n=1,336



回答者の居住エリア

n=1,336



定番に行くか、近場で涼をとるか、二極化する避暑旅

北海道や軽井沢などの定番か、各地域の特色ある避暑地に行くか

「避暑旅の旅先として関心のあるエリア」「とっておきの避暑地」では北海道や甲信エリア（特に軽井沢）の人气が際立って高く、古くからの避暑地が現在でも人気であることがわかる。一方で、各地域を個別に見ていくと、東北では蔵王、関東では勝浦、近畿では六甲（山）など、地域ごとにアクセスしやすい避暑地が上位に入る傾向が強く見られ、二極化している様相が見て取れる。

夏のお出かけはグルメや楽しさより、涼しさを優先

夏の暑い時期の旅行において、課題は「暑さ」と「人混み」、重視することは「涼しさ」と「混雑の少なさ」、経験したいことは「森林・自然散策」がトップとなっている。もちろん「花火」や「夏祭り」も上位には入るが、夏の旅行の優先順位は大きく変わったと言える。

日帰りはしないが、1～2泊でさっと行って帰ってくる

暑い時期の旅行のスタイルとして、日数は「1泊2日」もしくは「2泊3日」が全体の約75%を占め、日帰りは少数派。予算は「3～10万円」に集中していて、1～2泊でさっと行って帰ってくるかたちが多い。なお、移動手段では自家用車、同行者には家族を挙げる回答が最も多かった。

2-2. 避暑旅で関心のあるエリア

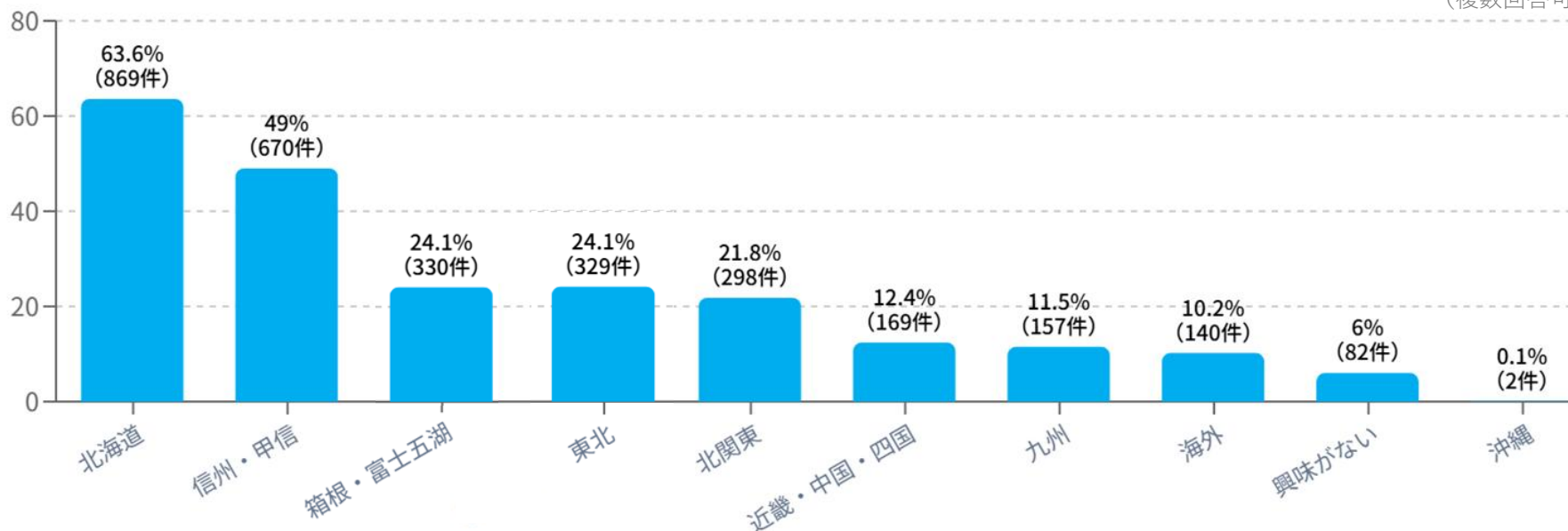
避暑旅の旅先として、北海道・甲信エリアに多くの関心が寄せられる

- 1位は「北海道」。全体の半数以上の回答者が選択しており、猛暑を避ける旅先として不動の地位を築いている。自然環境や、本州とは一線を画す涼しい気候が最大の魅力となっている。
- 2位は「信州・甲信エリア（軽井沢、上高地、八ヶ岳など）」。軽井沢や上高地といった洗練された高原リゾートが高い支持を集めている。首都圏や中京圏からのアクセスの良さも手伝い、現実的かつ魅力的な選択肢として定着している。
- ランキングは概ね日本列島の北から順に並んでいるが、人口の多い関東からアクセスしやすい「信州・甲信」「箱根・富士五湖」が、「東北」を上回るかたちとなっている。

Q6. 猛暑回避の旅行先として興味のあるエリアを教えてください

n=1,336

(複数回答可)



2-2. 避暑旅で関心のあるエリア（居住地方別）

どの地方でもトップは北海道だが、関東／関西で軽井沢の順位は分かれる

アンケート結果を回答者の居住地方別に分析したところ、大きく2つの傾向が確認された。まず、どの地方でも、避暑旅で関心のあるエリアは「北海道」がトップ。北海道にそもそも住む人から、九州・沖縄に住む人に至るまで、避暑旅を考えた際、あらゆる人がまず北海道を想起すると言える。

一方で、全体では2位の「信州・甲信エリア」（概ね軽井沢と考えられる）について。東北を除いて、近畿地方以东は信州・甲信エリアが2位だが、中国・四国・九州地方では3位。西日本ではやや軽井沢は縁遠い存在になっている。

Q6. 猛暑回避の旅行先として興味のあるエリアを教えてください（各地方ごとの順位）

n=1,336

興味のあるエリア	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
北海道	1	1	1	1	1	1	1	1
信州・甲信エリア	2	3	2	2	2	3	3	3
箱根・富士五湖エリア	6	5	4	3	5	4	4	4
東北エリア	3	2	5	4	4	4	6	4
北関東エリア	6	4	3	5	6	7	6	6
近畿・中国・四国エリア	9	9	9	7	3	2	2	7
九州エリア	5	7	8	8	7	4	5	2
海外	8	7	6	6	8	8	9	8
沖縄	10	10	10	10	10	10	9	10
興味がない	4	6	7	9	9	9	8	9

近畿地方以东では、東北を除いて、信州・甲信エリア（軽井沢等）が2位に入る

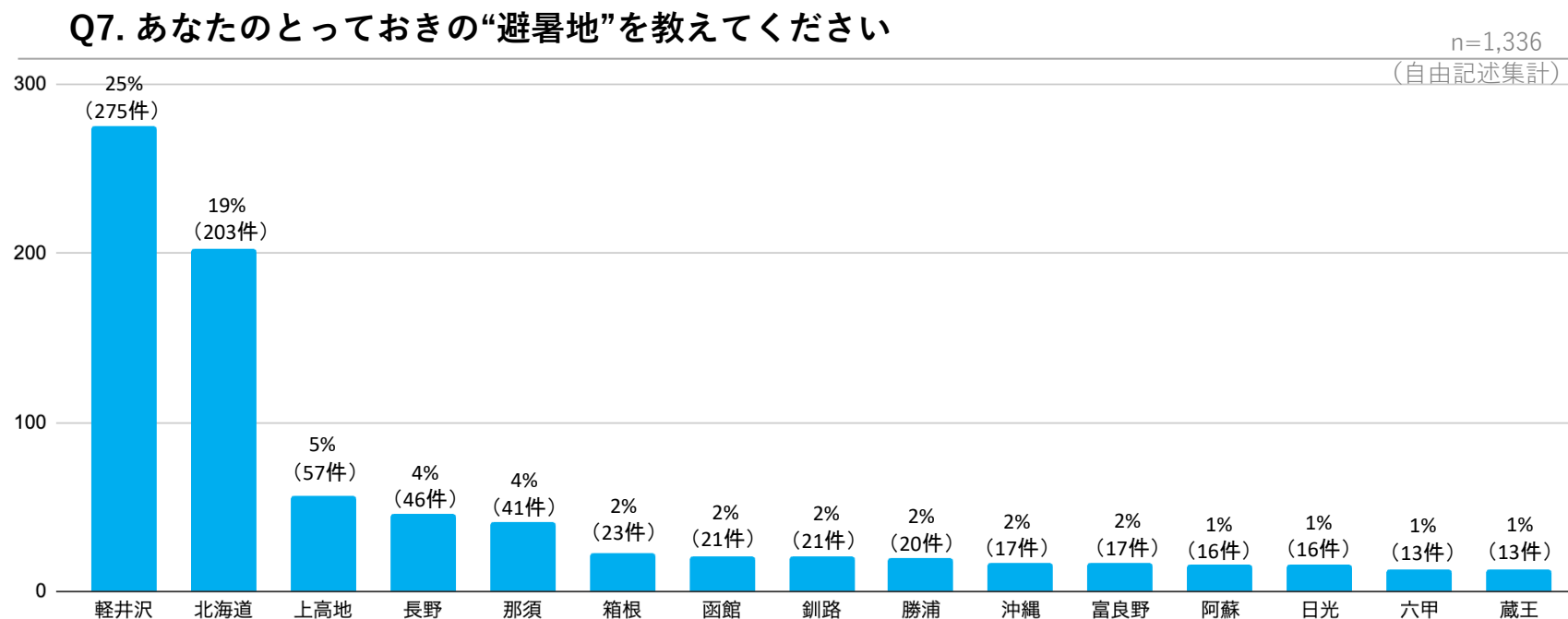
近畿地方以西では、信州・甲信エリアは3位となる

2-3. とっておきの避暑地

定番の避暑地に加え、「勝浦」「阿蘇」など涼しさ重視の地域選択も顕在化

自由記述でとっておきの避暑地を答えてもらって集計したところ、最も多くの支持を集めたのは「軽井沢」で、それに次ぐ「北海道」の2つが抜きん出ており、日本の代表的な避暑地として広く認知されていることがわかる。

それらのような上位ではなくとも、5位以下には特徴的な地名として、関東では「那須」や「勝浦」「日光」など、東北では「蔵王」、関西では「六甲（山）」、九州では「阿蘇」、北海道でも「函館」や「釧路」などといった具体的な地名が並ぶ。「勝浦」は千葉県の太平洋岸であるにもかかわらず、夏の気温が比較的低い地域として注目されているなど、それぞれの地方に著名な避暑地が存在している。



2-3. とっておきの避暑地（居住地方別）

軽井沢・北海道が著名だが、各地方ごとに特色ある避暑地が並ぶ

- 居住地方別に見ても、「軽井沢」と「北海道」が、どの地方でもほぼ上位2つを占める。
- 東北地方では「蔵王」「奥入瀬」、関東地方では「那須」「勝浦」、中部地方では「上高地」や「蓼科」、近畿地方では「六甲（山）」、中国地方では「大山」「蒜山」、四国地方では「四国カルスト」、九州地方では「阿蘇」や「高千穂」「えびの高原」など、各地方にもそれぞれ、アクセスがしやすく特色ある避暑地のあることがわかる。

Q7. あなたのとおきの“避暑地”を教えてください（各地方ごとの自由記述の集計）

n=1,336

順位	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
1	釧路	北海道	軽井沢	軽井沢	北海道	北海道	北海道	軽井沢
2	北海道	軽井沢	北海道	北海道	軽井沢	軽井沢	四国カルスト	北海道
3	稚内	蔵王	那須	上高地	上高地	大山	軽井沢	阿蘇
4	函館	奥入瀬	勝浦	長野	長野	蒜山	上高地	沖縄
5	二世コ	函館	箱根	那須	六甲	秋芳洞	長野	長野
6	網走	那須	上高地	函館	富良野	上高地	白馬	高千穂
7	洞爺湖	十和田	日光	富良野	飛騨	富良野	安曇野	那須
8	軽井沢	岩手	長野	蓼科	美瑛	阿蘇	高千穂	上高地
9	長野	釧路	青森	釧路	白馬	那須	貴船神社	札幌
10	沖縄	長野	清里	安曇野	箱根	長野	大山	えびの高原

色のついているセルは、その地方にある地名

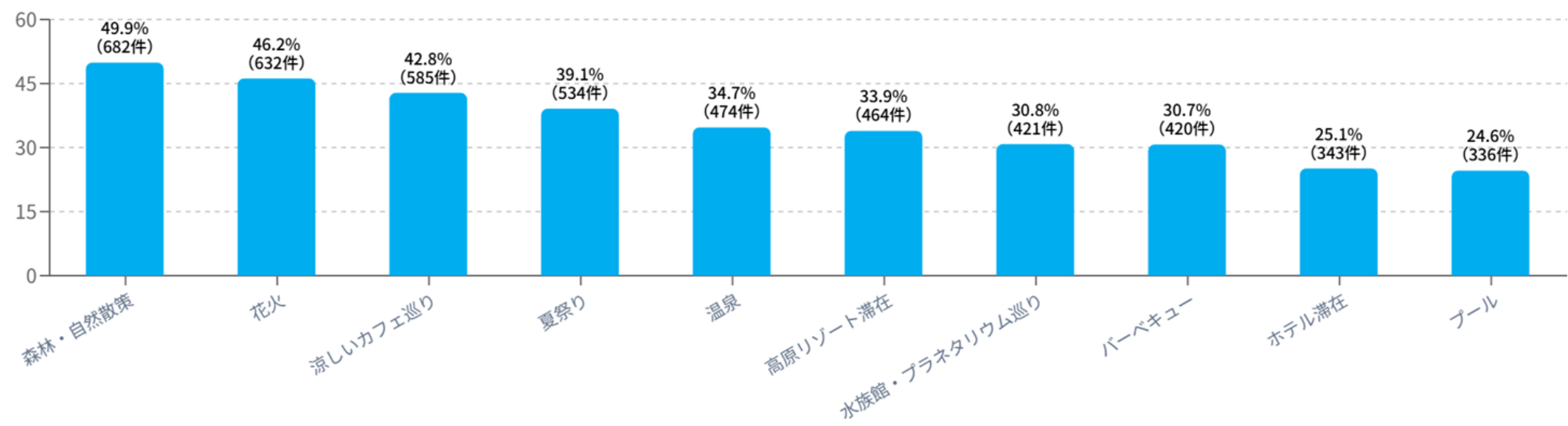
2-4. 夏に体験したいこと

夏の体験は、夏ならではの楽しさと、暑さを避ける方向とに分化

- 最も回答が多かったのは「森林・自然散策」、3位は「涼しいカフェ巡り」、6位に「高原リゾート滞在」と、都市部の厳しい猛暑を避け、自然や高原に涼を求めたい、またはカフェで涼みたいという避暑ニーズの高さがうかがえる。
- 2位に「花火」、4位の「夏祭り」など、かねてからの夏の風物詩や、一般的な夏の旅行で体験したいことも並ぶ。
- 夏の風物詩や一般的な夏の旅行で楽しむことだけではなく、暑さを避けるような体験が複数入っており、夏というものが、暑い中で楽しむだけではないという認識が拡大していることがうかがえる。

Q8. あなたが夏に体験したいことを教えてください

n=1,336
(複数回答可)



2-5. 避暑旅のスタイル



同行は家族が中心、移動手段は自家用車が最多

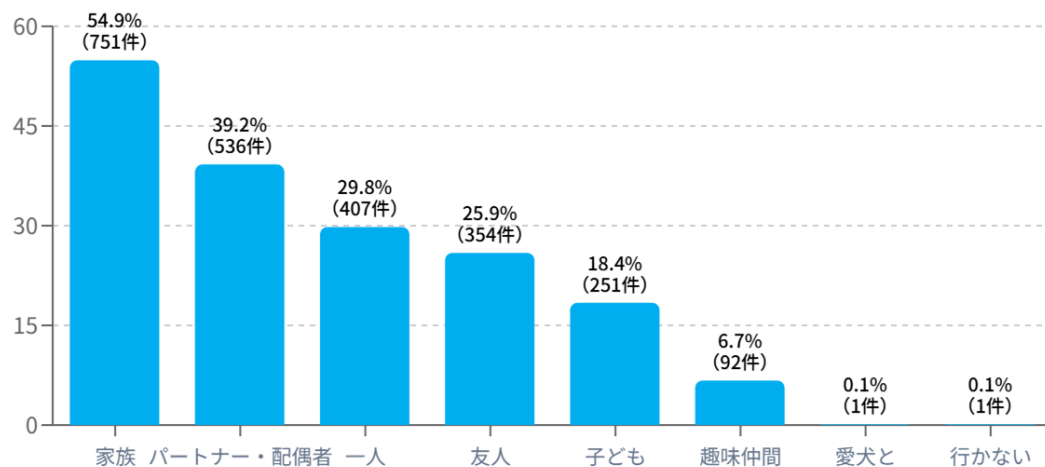
暑い時期の旅行に一緒に行きたい同行者としては、「家族」が1位となった。続いて2位に「パートナー・配偶者」、5位に「子ども」と、家族や近親者が大半を占める。「友人」や「一人」も一定規模を占めるが、「趣味仲間」は7%以下と少なく、夏の旅行は家族で行くものという意識が強い。

利用したい移動手段としては、「自家用車」が1位で、「新幹線」や「飛行機」を上回った。新幹線や飛行機を利用したあとにレンタカーや在来線を利用する、あるいは最初から高速バスを利用するといった移動手段よりも、自家用車での移動が明らかに上回る。

Q9. “暑い時期の旅行”に出かける場合、誰と一緒に
行きたいか教えてください

n=1,336

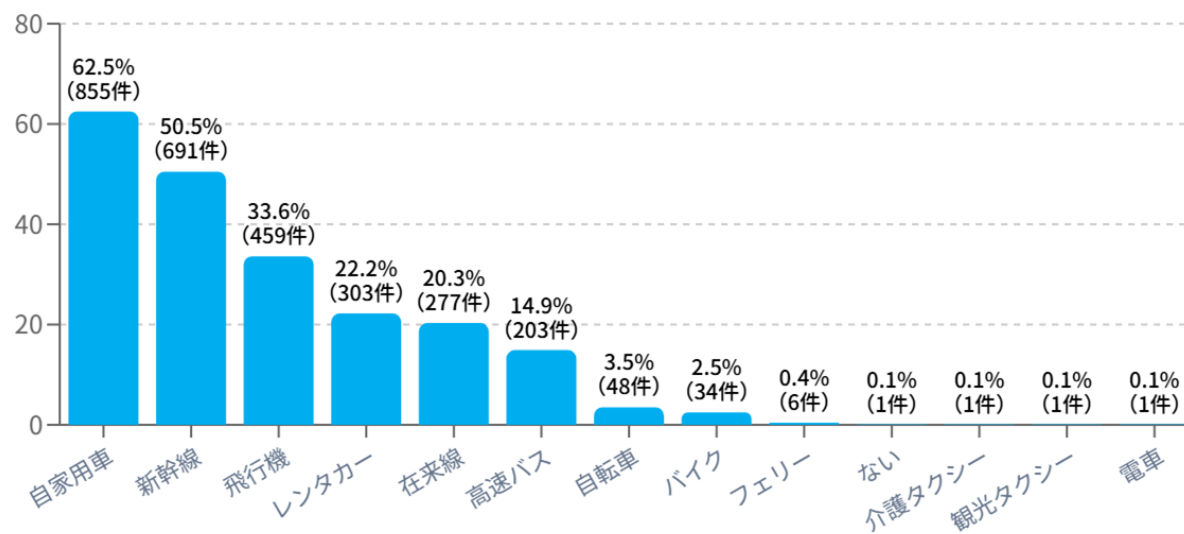
(複数回答可)



Q12. “暑い時期の旅行”で利用したい移動手段を教えてください

n=1,336

(複数回答可)



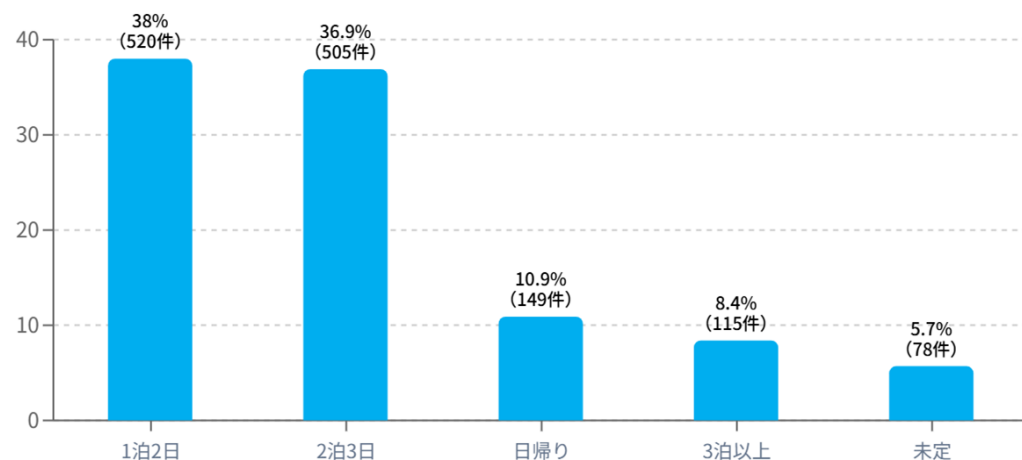
2-6. 避暑旅の日数と予算

夏の旅行は1～2泊が主流。予算は3万～10万円に分布

- 旅行日数では「1泊2日」が最も多く、僅差で「2泊3日」が並び、この2つで全体の約75%を占めている。3位の「日帰り」を大きく引き離しており、暑い時期、すなわち夏の旅行は、日帰りではなく1泊以上が一般的となる。
- 旅行予算としては「3万～5万円未満」を中心に、「5万円～10万円未満」と「1万～3万円未満」が大半を占める。
- 旅行日数と予算を掛け合わせて分析すると、最も多かった組み合わせは「2泊3日」と「5万～10万円未満」で（17%）、次いで「1泊2日」と「3万～5万円未満」で（15%）となっている。

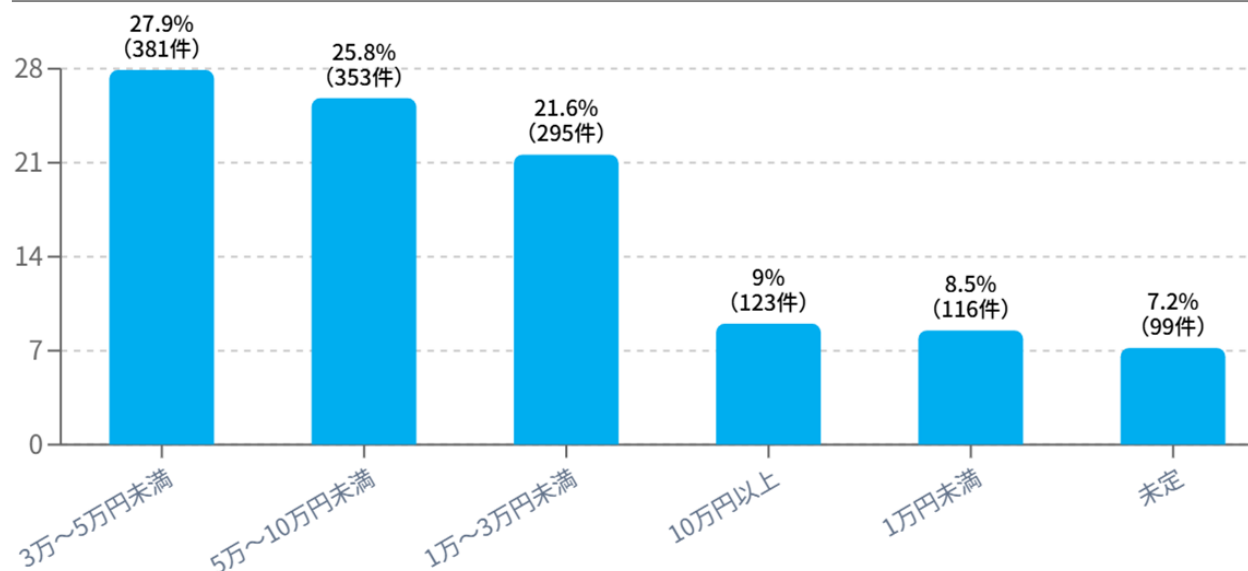
Q10. “暑い時期の旅行”に要する日数を教えてください

n=1,336



Q11. “暑い時期の旅行”の予算を教えてください

n=1,336

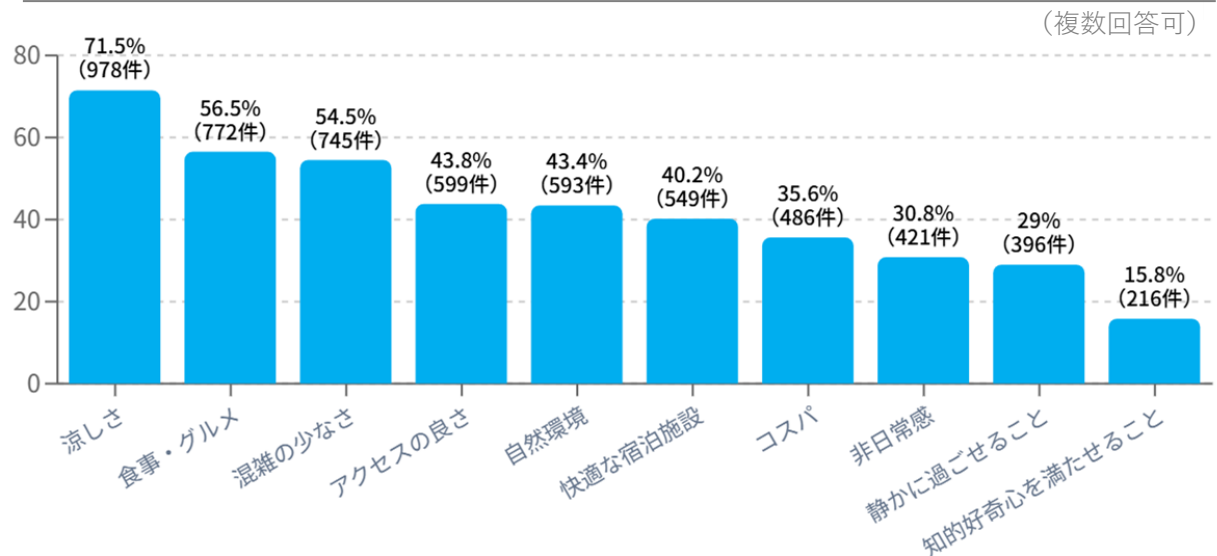


2-7. 避暑旅で重視すること・困っていること

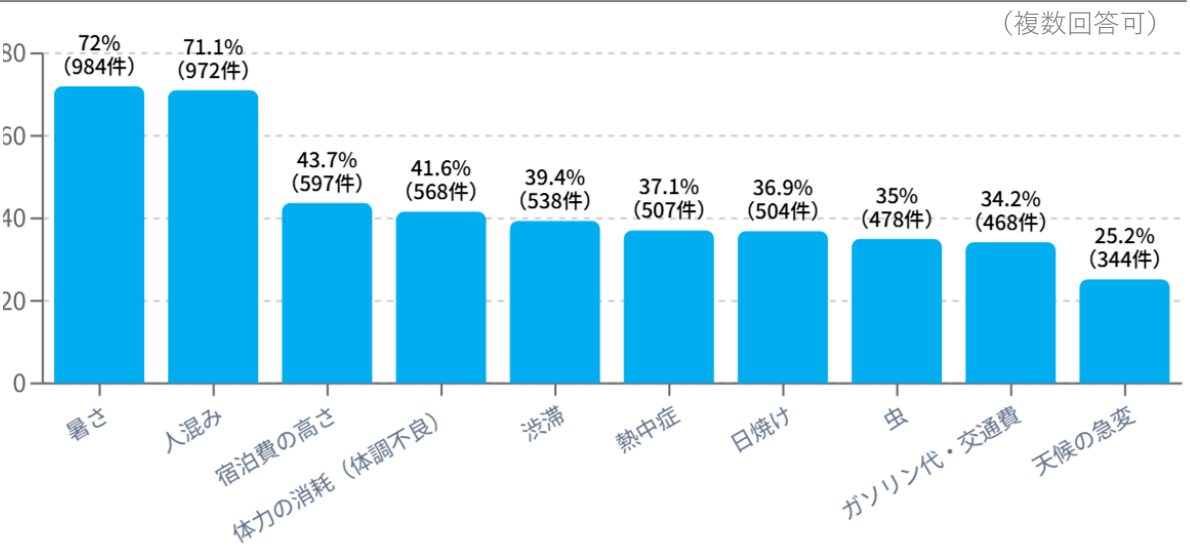
夏旅行は「快適さ」を重視、暑さや混雑が最大の課題

- 暑い時期の旅行で重視するポイントのトップは「涼しさ」。他に「混雑の少なさ」「自然環境」「快適な宿泊施設」といった項目も涼しさに関連する。「食事・グルメ」も2位に入っているが、それよりも涼しいことが重視されている。
- 困っていることのトップは「暑さ」で、「人混み」もほぼ同率で並び、この2つで困っている比率はどちらも約7割と他に比べて非常に高い。3位以降も「体力の消耗」「熱中症」「日焼け」といった暑さに起因・関連する項目が多くなっている。
- “暑い時期の旅行”と聞かれているからという面もあるが、総じて「暑さ」が大きな課題で、旅行の楽しさや便利さ以上に「涼しさ」が求められていると言える。

Q13. “暑い時期の旅行”で重視するポイントを教えてください
n=1,336 (複数回答可)



Q14. “暑い時期の旅行”で困っていることを教えてください
n=1,336 (複数回答可)



2-8. 夏に行く暑さ対策



「涼しい場所へ行く」か「何らかの方法で冷やす」のどちらかが主流

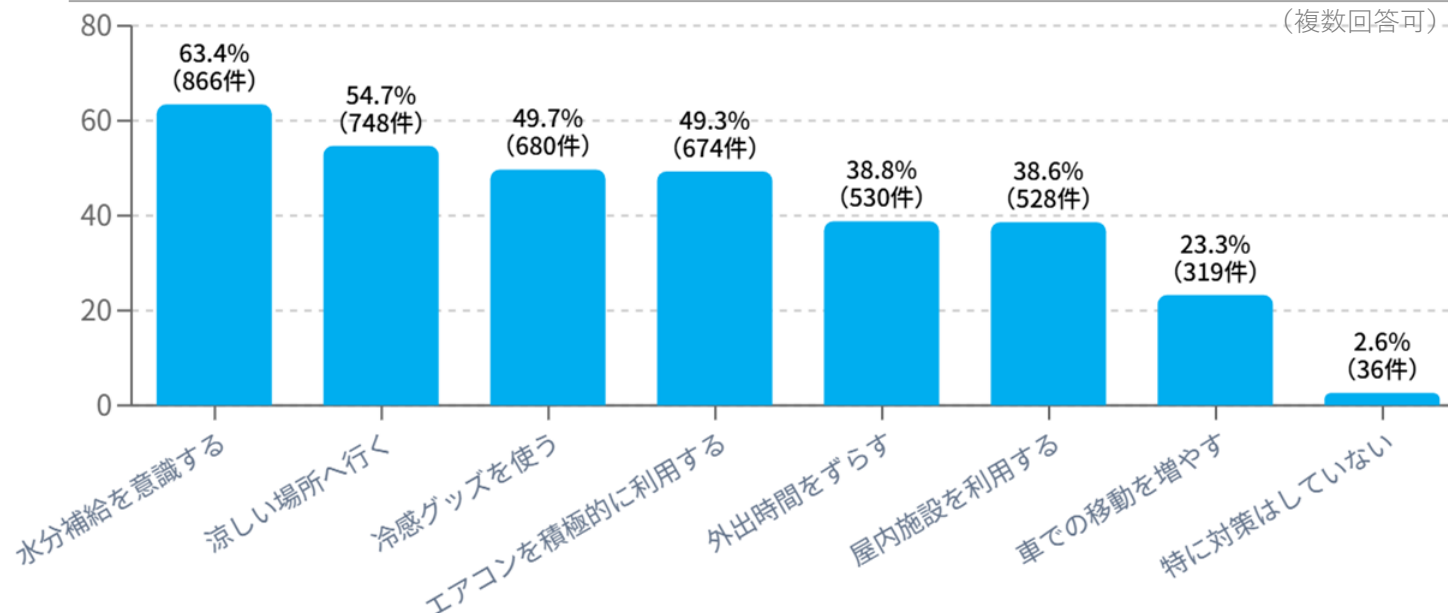
夏場の暑さ対策として最も回答が多かったのは「水分補給を意識する」だった。3位は「冷感グッズを使う」、4位は「エアコンを積極的に利用する」で、どちらも身体を冷やすという対策。一方で、「涼しい場所へ行く」が2位に入っており、水分補給を除く5割前後の回答率のもので言えば、冷やすか、移動するかのどちらかが主な対策と言える。

なお、自由記述ではごく少数だが、「ハッカ水を散布する」や「白い服を着る」といった工夫によって、暑さを和らげようとする回答もあった。

Q15. 夏場に行っている“暑さ対策”を教えてください

n=1,336

(複数回答可)

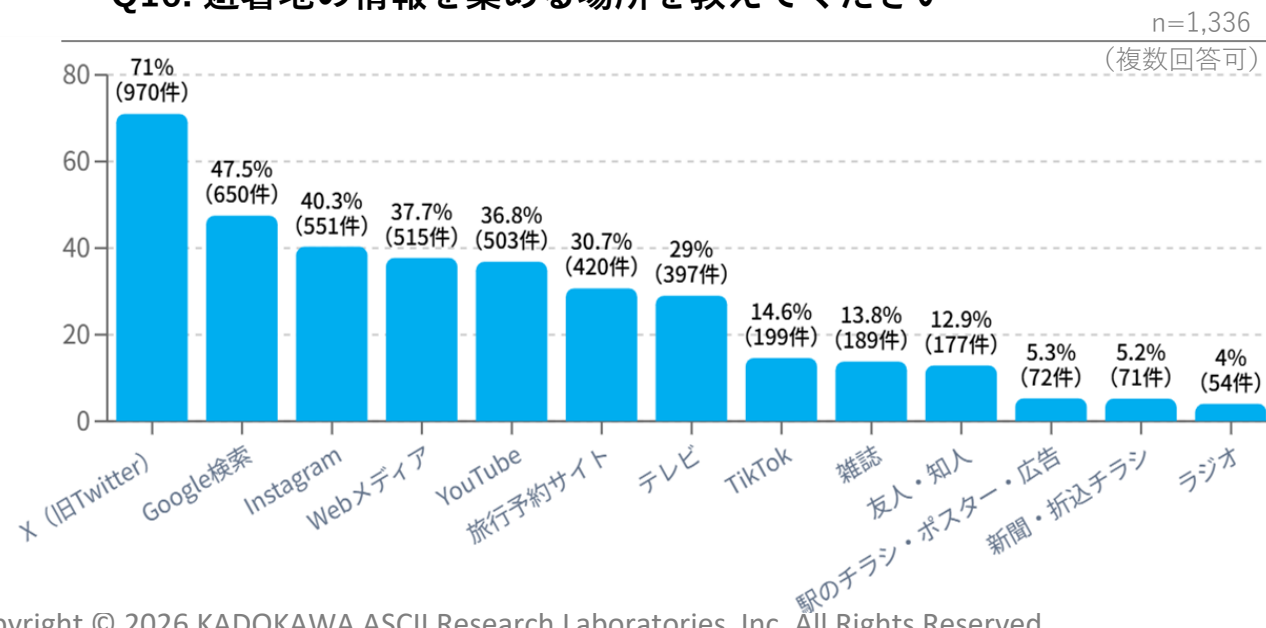


約6割以上がSNSを起点に避暑旅の目的地を選ぶ

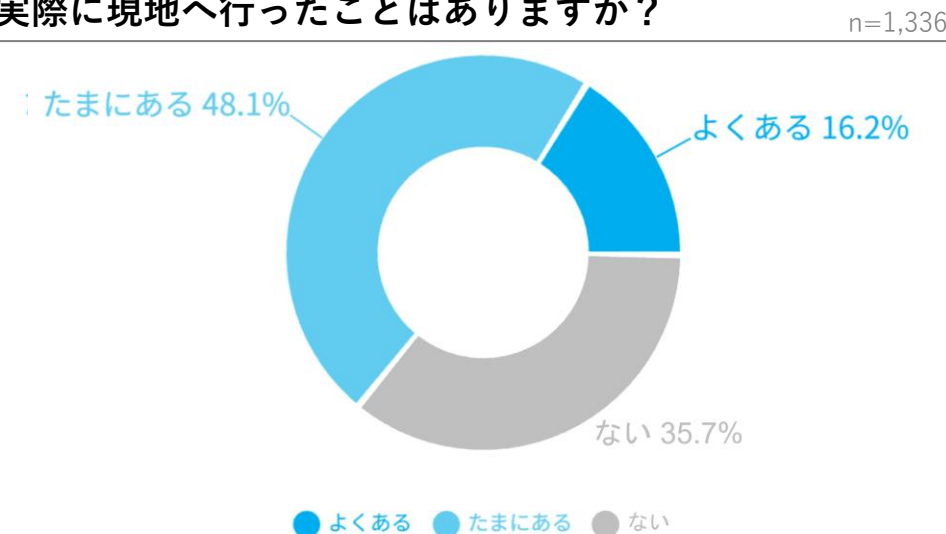
避暑地の情報収集手段では、71%の回答者が「X（旧Twitter）」で最多。「Google検索」（49%）、「Instagram」（41%）が続く。概ね、Xでは実際の訪問者による口コミを得て、Google検索ではアクセスや詳細情報を調べ、Instagramでは景観やスポットの雰囲気を確認するなど、目的に応じてツールが使い分けられている。

SNSで得た情報をきっかけに実際に避暑地を訪れた経験については、「よくある」「たまにある」を合わせて約64%に達しており、情報源として定着していることが見て取れる。

Q16. 避暑地の情報を集める場所を教えてください



Q17. SNSで見た避暑地の情報をきっかけに、実際に現地へ行ったことはありますか？



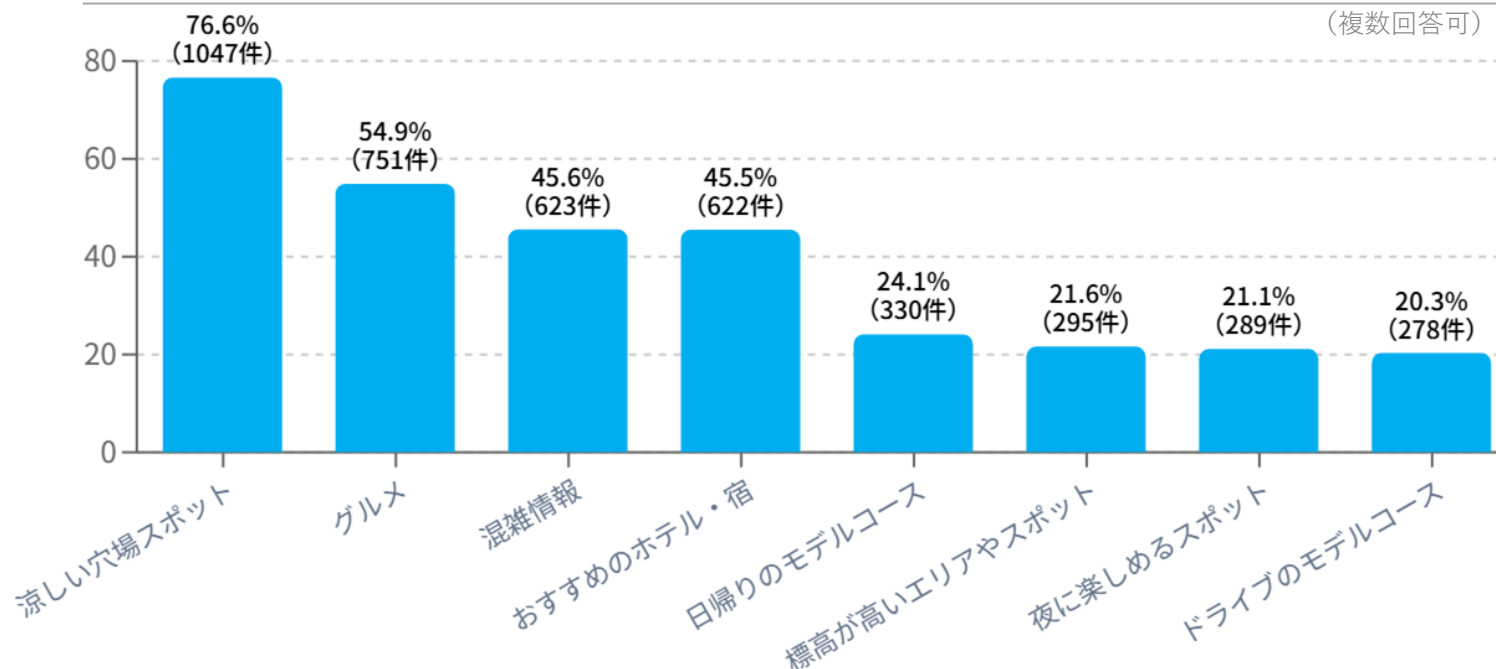
涼しい穴場や混雑情報など快適な旅への情報にニーズが集中

最も多かった回答は「涼しい穴場スポット」。定番の避暑地を避け、混雑の少ない快適な場所を、他の情報より強く求めている。2位は「グルメ」で、猛暑を避ける旅行であっても、現地での食事は外せない大きな要素であることが分かる。3位の「混雑情報」、4位の「おすすめのホテル・宿」は僅差で、このあたりは猛暑回避に限らず求められる情報だろう。

Q18. 猛暑回避のための旅行で、特に知りたい情報を教えてください

n=1,336

(複数回答可)



3-1. 夏場のお出かけ概念の変化

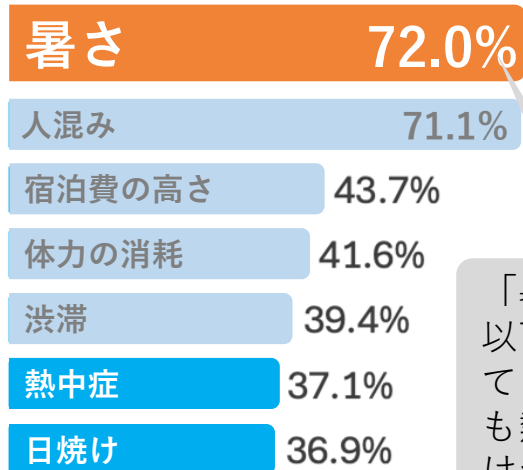
「夏を楽しむ」から「涼しく快適に過ごす」へ、夏のお出かけの目的は変化

猛暑の常態化により、夏のお出かけはグルメやレジャーだけでなく「いかに涼を確保するか」が起点となっている。“暑い時期の旅行”という聞き方をしているとはいえ、Q14の困っていることでは「暑さ」が「人混み」を上回ってトップ。そしてQ13の「重視するポイント」では「涼しさ」が最多となっていることから、その傾向が垣間見える。

避暑旅の関心エリアは、北海道や甲信エリアといった涼しさを想起させる定番地に集中しており（Q6）、旅先選びの段階から「涼しさ」がスクリーニング条件になっている。そして、夏に経験したいこと上位に「森林・自然散策」「涼しいカフェ巡り」が挙がる一方（Q8）、旅のスタイルは1～2泊・3～5万円のコンパクトな設計が主流（Q10、Q11）であることから、“長時間・広範囲を移動して楽しむ夏休み”から“短時間・近距離で涼を取る夏休み”への移行が見て取れる。

Q14. “暑い時期の旅行”で困っていること

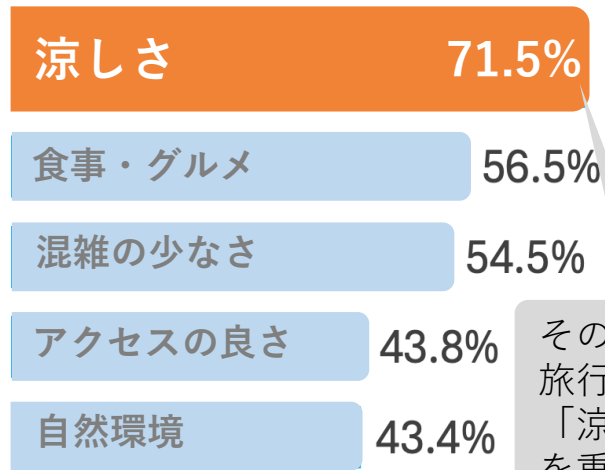
n=1,336



「暑さ」が3位以下を引き離してトップ。他にも熱中症や日焼けが困りごと

Q13. “暑い時期の旅行”で重視するポイント

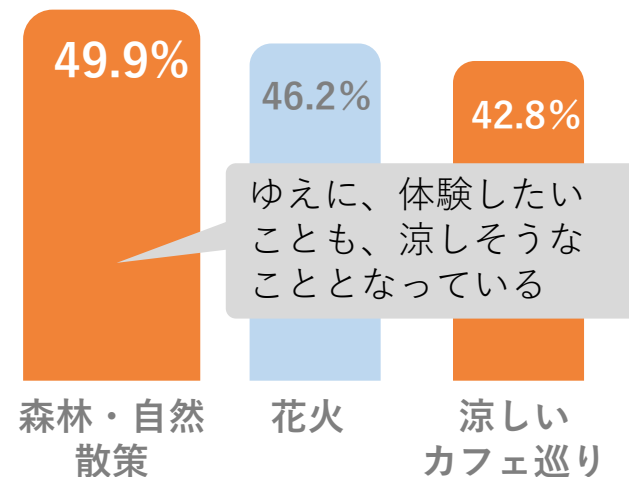
n=1,336



そのため、旅行では「涼しさ」を重視する

Q8. あなたが夏に体験したいことを教えてください

n=1,336



ゆえに、体験したいことも、涼しそうなこととなっている

3-2. 暑い時は牛を見に行く!?

高原・牧場は「避暑」×「体験」×「家族」の三拍子が揃った選択肢

- 避暑旅における同行者は「家族」が突出して1位（Q9）、経験したい内容は「森林・自然散策」が最多（Q8）という結果から、家族連れで自然の中を楽しめる高原エリアは、避暑旅との親和性が非常に高いと考えられる。
- 実際、“とっておきの避暑地”の地域別回答では、蓼科・六甲（山）・大山・蒜山・阿蘇・えびの高原など、高原性の牧場・観光農園を擁するエリアが複数の地域でランクインしている（Q7）。これらは軽井沢や北海道ほどの知名度はないものの、標高による気温の低さ・広い自然環境・家族向けの体験コンテンツ（動物とのふれあい、乳製品グルメなど）を兼ね備えており、「重視すること」の上位である涼しさ・食事（Q13）を同時に満たせるポテンシャルを持つ。
- 移動手段は自家用車が最多（Q12）であることも、車でのアクセスが前提となる牧場・高原エリアとの相性の良さを裏付けている。上記から、“暑い時期は牛を見に行く”のが、避暑旅のセオリーと言えるかもしれない。

Q7. あなたのとっておきの“避暑地”を教えてください（各地方ごとの自由記述の集計）

順位	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
1	釧路	北海道	軽井沢	軽井沢	北海道	北海道	北海道	軽井沢
2	北海道	軽井沢	北海道	北海道	軽井沢	軽井沢	四国カルスト	北海道
3	稚内	蔵王	那須	上高地	上高地	大山	軽井沢	阿蘇
4	函館	奥入瀬	勝浦	長野	長野	蒜山	上高地	沖縄
5	ニセコ	函館	箱根	那須	六甲	秋芳洞	長野	長野
6	網走	那須	上高地	函館	富良野	上高地	白馬	高千穂
7	洞爺湖	十和田	日光	富良野	飛騨	富良野	安曇野	那須
8	軽井沢	岩手	長野	蓼科	美瑛	阿蘇	高千穂	上高地
9	長野	釧路	青森	釧路	白馬	那須	貴船神社	札幌
10	沖縄	長野	清里	安曇野	箱根	長野	大山	えびの高原

n=1,336

色をつけたセルは高原

3-3. 避暑旅で選ばれるエリアになるために



隠れた避暑地の魅力発信はSNSと「快適性を伝える」具体的情報が鍵

避暑旅で求められる情報は、「涼しい穴場スポット」「グルメ」「混雑情報」「宿泊施設」が上位となっている（Q18）。このことから、旅行者は単に涼しい場所を探しているだけではなく、混雑を避けながら快適に過ごせるか、現地でどのような体験ができるかといった具体的な情報をもとに旅行先を選択していることがわかる。

一方で、こうした情報は検索だけでは十分に得られないケースも多く、魅力ある避暑地であっても認知されにくいという課題がある。特に、知名度の低い地域では「情報不足」が、旅行先の選択肢に入ることを妨げる要因となっている。

その中で、情報収集の起点として最も多く利用されているのがX（旧Twitter）で回答者の71%が利用。次いでGoogle検索（49%）、Instagram（41%）となった（Q16）。また、SNSで得た情報をきっかけに実際に避暑地を訪れた経験がある人は約64%に達しており（Q17）、SNSは単なる情報収集手段ではなく、旅行行動を促す重要な接点となっている。

つまり、現時点で広く知られていない避暑地であっても、SNSを活用してリアルタイムの混雑状況やアクセス情報、現地の魅力を発信することで、旅行先として選ばれる可能性は十分にある。

さらに、居住地方別の分析では、全国的な人気エリアに加えて、各地方からアクセスしやすい近隣の避暑地も支持を集めている（Q7）。このことから、全国区の知名度を持たない地域であっても、「都市圏から気軽に訪れられる近場の避暑地」として価値を訴求することで、新たな需要を獲得できる可能性が示唆される。

3-4. 関東の避暑地「北茨城市」の紹介



茨城県・北茨城市は実は関東随一の「避暑地」

ここまでの調査で得られたように、避暑地としては軽井沢や北海道のイメージが強い一方で、各地方に固有の避暑地がある。関東では近年、太平洋岸にある勝浦が、海流等の影響で意外と涼しいと話題だが、もう1カ所。「北茨城」も、同様に涼しい場所として注目を集めつつある。同市の担当者に、コメントをいただいた。

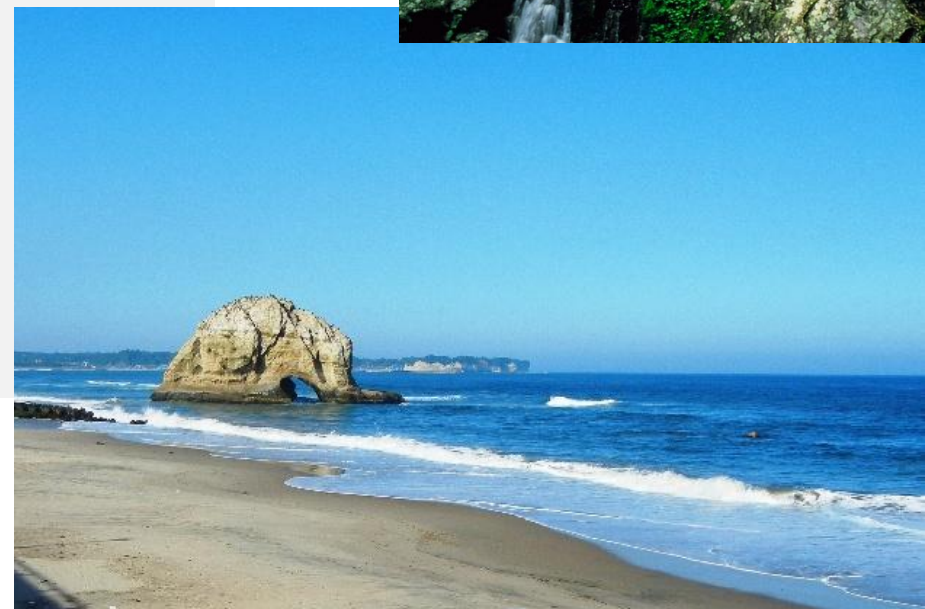
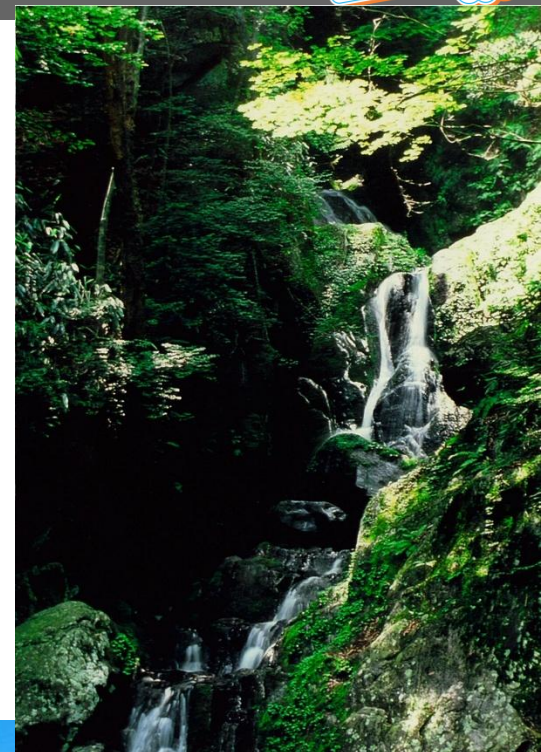
北茨城市は、都心から約2時間で訪れることができる「身近な避暑地」です。地形的に涼しい海風が流れ込みやすいこと、ヒートアイランド現象の影響を受けにくいことが、涼しさの理由だと考えられています。

最近「酷暑日」という言葉も出てきましたが、北茨城市は**猛暑日すら珍しく、過去10年間でわずか4日**でした。

北茨城市は、花園溪谷や五浦海岸など自然豊かな場所なので、年々夏の暑さが厳しくなっているいま、一度足を運んでいただき、自然を感じながら北茨城市の涼しさを実感してもらえたらうれしいです。

最近「関東一涼しいまち」として様々なメディアで取り上げていただく機会が増えましたが、軽井沢などに比べると知名度が足りていません。もっと多くの方に知っていただけるようPRしていきたいと思っています。

担当：北茨城市 市長公室 企画政策課 主幹 山縣 邦大



上：七つ滝
右：磯原海岸

4. 調査・分析パートナーとしての「ドコニーク」



『ドコニーク』は、ユーザーの声を捉え、行動につながるコンテンツを提供します

ドコニークは、レジャー領域に関心を持つ生活者との接点、X（旧Twitter）上のトレンド解析、当社の各種データベースを活用し、調査・分析・発信までを一貫して支援する **リサーチプラットフォーム** です。

前身のフリーマガジン『ハイウェイウォーカー』で培ったメディア基盤と編集知見を継承し、ドライブに限らず旅行・グルメ・レジャーなど、より広いレジャー領域へと対象を拡張しています。

単なる数値の集計や認知獲得にとどまらず、来訪・購買・回遊といった **実行動につながる** 示唆を導き出すコンテンツを届けることを重視しています。

発信力とリサーチを掛け合わせてお届けする唯一のコンテンツを、ぜひお楽しみください。

3つの強み

① 行動派のコアファンに届く

おでかけ意欲が極めて高いアクティブ層へダイレクトなアプローチが可能。
興味関心は「旅先での食・体験・癒し」を網羅しています。

② つい行きたくなる企画・編集力

魅力的なルート提案と綿密な事前リサーチをもとに発信を行うため、ユーザーの実際の消費や行動を強力に促します。

③ データに裏付けられた戦略PR

弊社の持つデータ分析の知見を活かし、高精度なターゲット分析から効果検証までをワンストップでサポートします。

媒体資料のダウンロードはこちら▶ <https://mediaguide.kadokawa.co.jp/media/ww4emdnu0/>

4.「ドコニーク」が提供できる調査・企画支援



調査から発信・施策活用まで、一貫してご支援可能です

アンケート・ インサイト調査



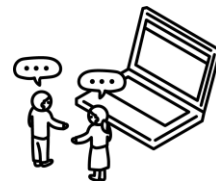
フォロワーアンケート、Xトレンド解析、当社データベースを組み合わせ、様々な領域における関心・行動のきっかけを分析。**数値集計にとどまらないインサイトを提供**します。

レポート・記事・ SNSコンテンツ制作



地域情報メディア運営で培った編集力を生かし、調査レポート、記事、SNS投稿、キャンペーン告知などさまざまな手法で認知・集客のお手伝いを行います。「ドコニーク」を用いた発信のお手伝いも可能です。

プロモーション・ 施策設計支援



認知拡大にとどまらず、訪問意向の形成、SNS上での話題化、実際の来訪や購買につながる導線づくりまで、目的に応じた施策を設計します。単発キャンペーンから長期的な戦略設計まで、豊富な実績を元にご支援します。

ご相談テーマ例

- 地域誘客・観光資源の認知拡大
- 商業施設・交通事業者の回遊促進
- 地域連動型プロモーション
- 商品・サービスへの生活者反応分析
- SNS上の話題化要因の把握
- キャンペーン実施後の反応分析

調査結果を、次のアクションにつなげるアウトプットへ 調査設計から分析、レポート制作、発信活用までご相談いただけます

生活者インサイト調査や
プロモーション設計にご関心のある
企業・自治体・団体のご担当者さまへ。

調査テーマの設計段階からのご相談も承ります。
まずはお気軽にお問い合わせください。

<ドコニーク誕生の裏側>

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000249.000017610.html>

<お問い合わせ先>

dokoni_iku@lab-kadokawa.com

※当アドレスにて、日本全国すべてのエリアの内容を受け付けております。



公式Xはこちら▶ https://x.com/dokoni_iku



公式HPはこちら▶ <https://dokoniiku.jp/>