

今年の「猛暑」、 上場 114 社で「プラス効果」 前年比 1.8 倍に急増

「避暑需要」で小売業など恩恵
アウトドア関連は苦戦と二極化目立つ

上場企業「今年の猛暑」影響調査—2025 年 10 月



本件照会先

飯島 大介（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343（直通）
情報統括部：tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/10/27

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2025 年の猛暑による影響や対応を開示した上場企業は 183 社にのぼり、そのうち 114 社が業績や新商品の開発でプラス効果を公表した。影響を受けた企業の総数は前年の 102 社から 79.4%増加し、プラス効果の企業も同 63 社から 81.0%増加した。他方、「マイナス」影響を受けた企業は 69 社で、前年の 39 社から 76.9%増加し、猛暑による外出減少で飲食店やアウトドア商材の苦戦が目立った。猛暑需要の取り込みには、同じ業態でも明暗が分かれた。

株式会社帝国データバンクは、国内の各証券取引所に株式を上場する全企業を対象に、2025 年 10 月 16 日までに「2025 年の猛暑」による影響や対応について、適時開示資料などを中心に情報を収集・分析した。

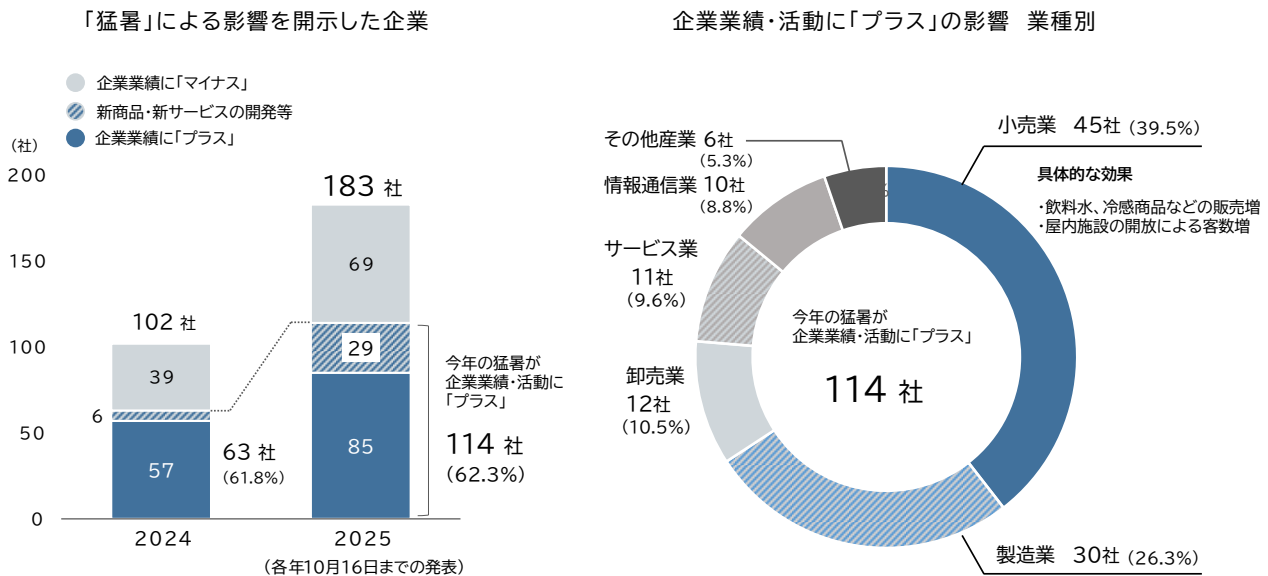
「プラス影響」「マイナス影響」は帝国データバンクの判断に基づく。

今年の「猛暑」、上場 114 社で「プラス効果」 前年比 1.8 倍

2025 年も記録的な暑さが続いたなか、「猛暑需要」を自社のビジネスに取り込む動きが広がった。2025 年の「猛暑」「酷暑」による影響や対応について具体的な情報開示を行った上場企業は、10 月 16 日までに少なくとも 183 社判明した。このうち、売り上げの増加や新商品の開発など、自社の業績・企業活動に「プラス」効果がみられた企業は 114 社にのぼり、開示企業の 6 割で猛暑が追い風となった。

「猛暑」「酷暑」による影響・対応を開示した企業数は、前年の同じ時期（2024 年 10 月 16 日時点）に判明した 102 社から 79.4%・81 社増加した。また、「プラス」効果の企業数も同 63 社から 81.0%・51 社増加した。増収・増益など、業績面でプラス効果を見込む企業は 85 社と、同 57 社から 49.1%・28 社増加した。

「2025 年の猛暑」における企業活動への影響



新商品開発や業績面など企業活動に「プラス」となった 114 社を業種別にみると、最も多いのは「小売業」（45 社）で約 4 割を占め、前年の 25 社から 1.8 倍に増加した。夏物衣料を中心としたアパレル製品や冷感商品、エアコンなどの空調機器、ハンディファンなど猛暑対策グッズの需要が急増した。熱中症対策による止渴需要の高まりを受けた清涼飲料水やアイスクリームなどの販売増も恩恵となった。また、今夏は飲料など直接的な「涼を求める」需要以外に、大手ショッピングセンターやスーパーなど涼しい屋内施設を開放することで「避暑」需要を取り込み、集客力の向上、滞在時間の長期化で消費を促す動きが広がった。その結果、アミューズメント施設など室内設備の稼働率上昇、出店テナントの販売増といった好循環が生まれたことも、小売業界にとって追い風となった。

「製造業」（30 社）は前年（15 社）から倍増し、エアコン関連部材やボディケア製品、飲料水、耐熱・遮光製品など、幅広い商材で恩恵を受けたケースがみられた。「卸売業」（前年 8 社→12 社）、「サービス業」（同 8 社→11 社）は、猛暑によるエアコン製品の販売や、空調関連設備の設置工事、メンテナンス需要が増加するといった影響がみられた。

一方、自社の業績・企業活動に「マイナス」となった企業は 69 社となり、前年（39 社）から 76.9%増加した。このうち、業種別ではプラス効果と同様に「小売業」が 28 社で最も多く、前年（18 社）から 55.6%・10

社増加した。小売業での「マイナス」は、飲食店をはじめ路面店を展開する企業で多く、猛暑により外出を控える動きを受けて入店客数が減少するといった影響が多かった。また、好調なインドア関連と対照的に、アウトドアやガーデニングなど屋外活動の商材を取り扱う業態での苦戦も目立った。「製造業」(16 社)は、前年(9 社)から増加し、清涼飲料水とは対照的に濃厚ドリンクでの需要が減少したほか、原材料高を受けた食料品の苦戦が目立った。

「猛暑」の影響、二極化進む

帝国データバンクが今年 8 月に行った試算では、2025 年夏における東京都内の家計消費支出が、猛暑により世帯当たりで月平均 3512 円増加する見込みとなった。飲料や冷菓・調理済み食品、エアコン類など家具・家事用品では増加する一方、猛暑による外出機会の減少で外食などは悪影響が見込まれるなど、同じ業態でも「猛暑需要」の取り込みには差異もみられた。

足元では、物価高による節約志向も背景に、好調だった夏物需要から一転して「秋物商戦への支出が慎重」といった反動もみられる。来年以降も、猛暑が経済活動に与える影響は気温上昇に連動して一層大きくなるとみられ、企業の戦略や取扱商品によって業績面でも二極化が進む可能性がある。