

2025 年 3 月 17 日
一般財団法人 日本気象協会

ウェザーマーケティングレポート Vol.2

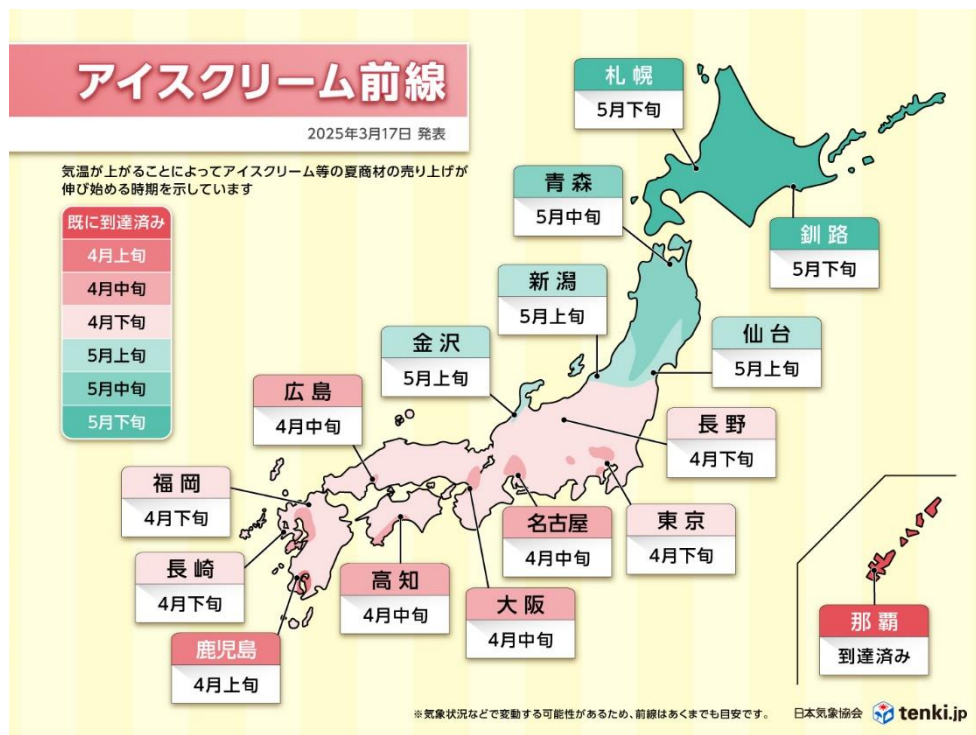
2025 年春は寒暖差大、夏はかなりの猛暑に ～記録的高温となった前年との違いは～

日本気象協会では以前より気象データとビジネスデータを用いて商品需要予測を行っており、2017 年からは AI などの最新技術と気象の専門知見を用いて「需要予測コンサルティング」を行ってきました。これまでの知見を基に、気象データのビジネス活用を提案するウェザーマーケティングレポートを発信します。

今年の冬（昨年 12 月～2 月）は記録的暖冬となった昨シーズンと異なり、繰り返し強い寒気が南下して冬商材の需要が高まりました。2025 年春は寒暖の変化が大きく、夏商材の立ち上がりは昨年と比較するとやや遅めになるでしょう。一方で、2025 年夏は平年よりもかなり気温が高く、観測史上 1 位の高温となった過去 2 年（2023 年、2024 年）には及ばないものの、近年の中ではかなりの猛暑になりそうです。

1. 春の傾向と夏商材立ち上がりタイミング

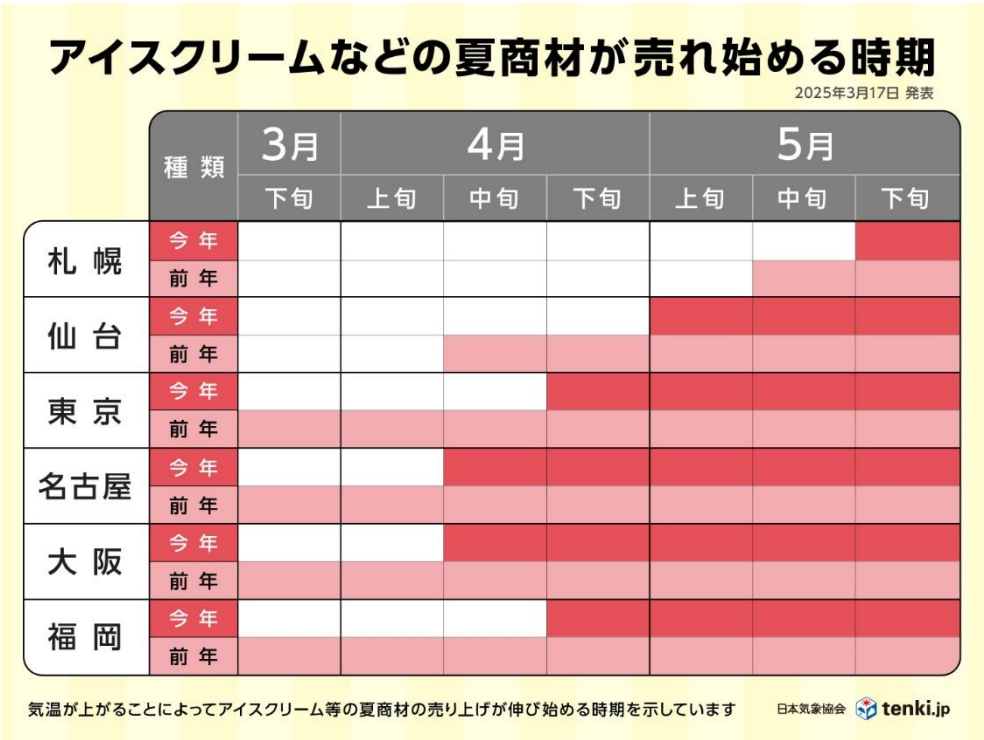
2025 年春は平年と比較すると北日本ほど高温傾向となる予想ですが、西日本を中心に寒気の影響を受けやすく、寒暖の変化が大きくなるでしょう。観測史上 3 位の暖かさとなった昨年 2024 年の春と比べると気温の上昇ペースは遅く、夏商材の需要の立ち上がりも昨年よりは遅い見通しです。



最高気温 20℃を超えると、アイスクリームやスポーツドリンクなどの夏商材の需要が増加します。そこで日本気象協会は夏商材のひとつである「アイスクリーム」を例に、夏商材の立ち上がりの目安を示す「アイスクリーム前線」を作成しました。この「アイスクリーム前線」は気温が上がることによってアイスク

リーム等の夏商材の売り上げが伸び始める時期を示しています。

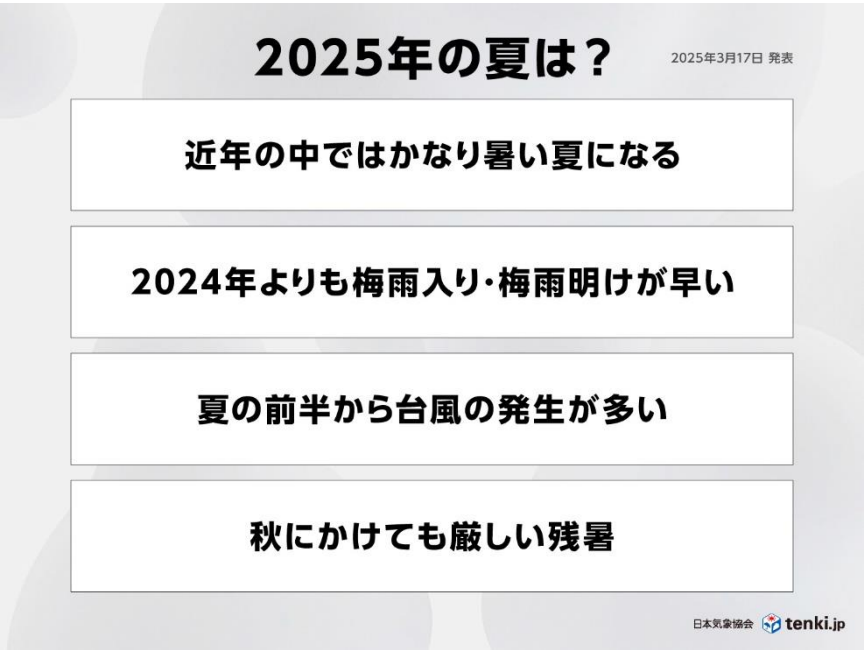
「アイスクリームなどの夏商材が売れ始める時期」の図は、主要 6 都市で夏商材が売れ始める時期の目安と前年比較を示しています。3 月下旬から 4 月にかけて高温傾向となった前年と比較すると、夏商材の立ち上がりは遅い見込みです。



ただし、平年と比較すると気温は北日本を中心に高めで推移することが予想され、季節を先取りした陽気の日もあるでしょう。寒暖の変動とともに、需要の変動も大きくなりそうです。

2. 2025 年の夏の予報と秋以降について

2025 年夏も全国的に猛暑が予想されています。鍵となるのが「ラニーニャ現象（*1）」です。
ラニーニャ現象とはエルニーニョ現象（*2）と対になり、太平洋熱帯域の海面水温が変化する現象です。



現在、ラニーニャ現象発生の定義は満たしていませんが、太平洋熱帯域の海面水温はラニーニャ現象寄りの分布となっています。ラニーニャ現象が発生すると、冬は寒く、夏は猛暑となる傾向があります。

今年の冬はたびたび強い寒波がやってきましたが、このあともラニーニャ現象寄りの影響が残り、夏は暑くなる予想です。

2025 年は、前年（2024 年）と比較して太平洋高気圧の北への張り出しが強く、梅雨前線の北上が早いでしょう。

梅雨入りは、各地で6月下旬となった前年より早く、梅雨明けも前年より早いところが多くなりそうです。梅雨明け後は全国的に猛暑となるでしょう。

観測史上1位の高温になった過去2年の夏と比較すると、地球の大気全体の昇温はやや落ち着く予想となっています。そのため、過去2年には及ばないものの、平年よりかなり気温が高く、2025年も猛暑となるでしょう。

また、梅雨前線の活動が活発になる時期がある予想で、今年も梅雨末期の大雨には警戒が必要です。

さらに、前年よりもフィリピン付近で積乱雲が発生しやすいため、夏の前半から台風の発生が多くなる可能性があり、台風が接近する時期もありそうです。

今年の夏も猛暑と大雨への備えが必要でしょう。

また、秋にかけても厳しい残暑が予想されます。

前年ほどの顕著な高温にはならない予想ですが、冬商材の立ち上がりは今年もゆっくりでしょう。

*1 ラニーニャ現象：太平洋赤道域の日付変更線付近から南米沿岸にかけて海面水温が平年より低くなり、その状態が1年程度続く現象。日本では猛暑・寒冬になりやすい傾向があります。

*2 エルニーニョ現象：太平洋赤道域の日付変更線付近から南米沿岸にかけて海面水温が平年より高くなり、その状態が1年程度続く現象。日本では冷夏・暖冬になりやすい傾向があります。

※本予報は、エルニーニョ現象やラニーニャ現象に代表される熱帯の海洋の変動をもとに予測を行っています。熱帯の海洋に明確なシグナルがない状況においては予測が難しく、精度が低下すると考えられます。

また、数週間程度の顕著な高温や低温、長雨などが予測できるのはひと月前を切ってからとなります。利用に当たってはご注意ください。

3. 2025 年の春夏に気象がビジネスへ与える影響

<製造業>

2025 年も平年より気温の高い傾向が続くものの、春、夏、秋を通して顕著な高温となった前年と比較すると、気温はやや低めに推移する見通しです。夏商材の需要は引き続き高いものの、前年との需要の違いに注意が必要です。

<小売業>

春は寒暖の変化が大きく、夏商材の需要も週ごとに大きく変化しそうです。夏は暑すぎることによる外出控えや大雨による客足への影響が大きいです。

<アパレル業>

春は、前年と比較すると気温が低めに推移するため、春物需要が長く続くでしょう。夏は前年ほどではないものの残暑が厳しい予想のため、冬物需要の立ち上がりが遅く、夏物需要が長く続きそうです。

4. 長期の気象予測をいかして、ビジネスのロスを減らす

2025 年の夏も猛暑が予想されています。また、梅雨や台風による大雨の懸念もあります。

気象の変化はますます顕著になり、資材の高騰や人手不足などさまざまな社会問題が深刻化する中、気象は唯一「物理学的に未来を予測することができる」要素です。

全産業の3分の1が天候関連のリスクに直面していると推定されており、「気象予測」はビジネスにとって非常に重要です。

前年実績をベースに生産計画を立てるよりも、気象予測に基づいた計画を立てることで、気象要因にともなう廃棄ロスや機会ロスを3割から4割減らすことが可能となります。

日本気象協会では、直近の予報から、最長2年先まで、さまざまな気象データの提供、専門知見からのコンサルティングを行っています。

5. 2年先長期気象予測について

日本気象協会では、製造・発注・マーケティングなどの長期的な計画への活用ニーズにお応えし、気象業界で初めてとなる最長2年先までの長期間の気象予測「2年先長期気象予測」の提供およびコンサルティングを開始しました。

2年先までの気象予測の提供に加え、特定商材の2年先までの需要予測も提供が可能です。2025年後半から2026年にかけての気象傾向の予測・コンサルティングも行っています。お問い合わせください。

*ウェザーマーケティング情報メディア Weather X <https://weather-jwa.jp/contact/>



一般財団法人 日本気象協会

社会・防災事業部 シニアデータアナリスト

気象予報士・データ解析士・健康気象アドバイザー・防災士

おこし くみ
小越 久美

筑波大学第一学群自然科学類地球科学専攻（気候学・気象学）卒。

2004年から2013年まで、日本テレビ「日テレ NEWS24」にて気象キャスターを務める。

現在は日本気象協会の商品需要予測事業にて、食品、日用品、アパレル業界などのマーケティング向け解析や商品の需要予測を行い、さまざまな企業の課題を解決するコンサルティングを行っている。

著書に「かき氷前線予報します～お天気お姉さんのマーケティング～」 「天気が悪いとカラダもココロも絶不調 低気圧女子の処方せん」がある。

◆◆◆お問い合わせ先◆◆◆

一般企業・自治体の方

日本気象協会 社会・防災事業部

TEL：03-5958-8143 MAIL: eigyousosai@jwa.or.jp

当レポートは情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。また、本資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。当社までご連絡ください。商品ごとの情報やコンサルティングにつきましても当社までお問い合わせください。