



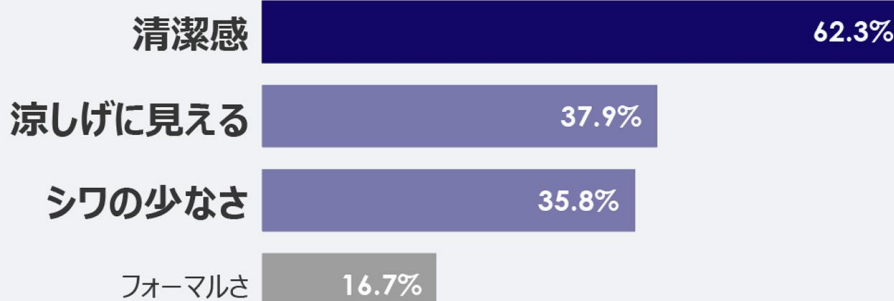
2026 年 7 月 13 日
株式会社オンワードホールディングス
コーポレートコミュニケーション室

猛暑で変わる仕事服の「きちんと感」 判断基準は「フォーマルさ」より「清潔感」、6 割超が「快適さも身だしなみの一部」と回答 ～オンワードが「猛暑で変わる仕事服に関する意識調査」を実施～

株式会社オンワードホールディングス（本社：東京都中央区 代表取締役社長：保元 道宣）のコーポレートコミュニケーション室は、全国の 20 代～60 代の男女 467 名を対象に「猛暑で変わる仕事服に関する意識調査」を実施しました。近年、厳しい暑さが続くなか、仕事服には蒸れ、汗・におい、シワ、周囲の目など、猛暑にともなうさまざまな課題への対応が求められています。

猛暑で変わる仕事服に関する意識調査

Q. 猛暑日に、仕事服が「きちんと見える」と感じる要素は何ですか？



カジュアル化が進む中、「フォーマルさ」より「清潔感」で判断

ONWARD MARKETING Lab.

厚生労働省は、2026 年 3 月に新たに定められた「職場における熱中症防止のためのガイドライン」に基づき、5 月から 9 月まで「STOP！熱中症 クールワークキャンペーン」を実施し、職場での熱中症予防対策の徹底を呼びかけています。また、環境省も令和 8 年度のクールビズにおいて、「オフィス服装改革」や「快適で働きやすい軽装」を呼びかけています。

本調査では、猛暑日の仕事服が「きちんと見える」要素として「清潔感」が 62.3%で最多となり、「正装感がある」は 16.7%にとどまりました。仕事服は「何でもよい」に変わったのではなく、清潔感やシワになりにくいなど、軽装でも整って見える要素が新たな判断軸になっていることが明らかになりました。

※Marketing Lab. 調査

「猛暑で変わる仕事服の意識に関する意識調査」結果まとめ

TOPICS① 猛暑日に求める“きちんと感”。清潔感 62.3%に対し、フォーマルさは 16.7%

TOPICS② 「快適さも身だしなみの一部」65.1%、猛暑時代の仕事服意識が変化

TOPICS③ 軽装への抵抗感は 52.2%が減少。求められるのは“整って見える軽装”

TOPICS④ 不快な仕事服が、集中力や印象面にも影響。92.9%が仕事への影響を実感

TOPICS⑤ 暑さ・汗・蒸れ対策だけでは不十分。高くても選ぶ機能 1 位は「自宅で洗える」

※1 厚生労働省「令和 8 年『STOP！熱中症 クールワークキャンペーン』を実施します」

(https://www.mhlw.go.jp/stf/coolwork_2026.html)

※2 環境省「令和 8 年度クールビズについて～デコ活で働き方を快適に～」

(https://www.env.go.jp/press/press_04384.html)

TOPICS① 猛暑日に求める“きちんと感”。清潔感 62.3%に対し、フォーマルさは 16.7%

「猛暑日に、仕事服が『きちんと見える』と感じる要素は何ですか。」という設問に対し（複数選択・最大 3 つまで）、「清潔感」が 62.3%で最多となりました。次いで「涼しげに見える（37.9%）」「シワの少なさ（35.8%）」「職場になじむ（34.3%）」「サイズ感（31.3%）」が上位となり、「フォーマルさ」は 16.7%にとどまりました。

猛暑日の“きちんと感”は、ジャケットなどの形式的なフォーマルさだけで判断されるのではなく、清潔感やシワの少なさ、職場になじむ見え方といった、軽装でも整って見える要素へと基準が移行していることがわかりました。特に 50 代では「清潔感」を挙げた割合が 79.6%と高く、年代が上がるほど清潔感を重視する傾向も見られます。暑さ・蒸れ・汗などの不快が増すなか、仕事服にも“快適であること”と“きちんと見えること”の両立が求められています。

順位	Q.猛暑日に、仕事服が「きちんと見える」と感じる要素は何ですか？ (複数選択可)	回答率(%)
1位	清潔感	62.3%
2位	涼しげに見える	37.9%
3位	シワに少なさ	35.8%
4位	職場になじむ	34.3%
5位	サイズ感	31.3%
6位	フォーマルさ	16.7%

TOPICS② 「快適さも身だしなみの一部」65.1%、猛暑時代の仕事服意識が変化

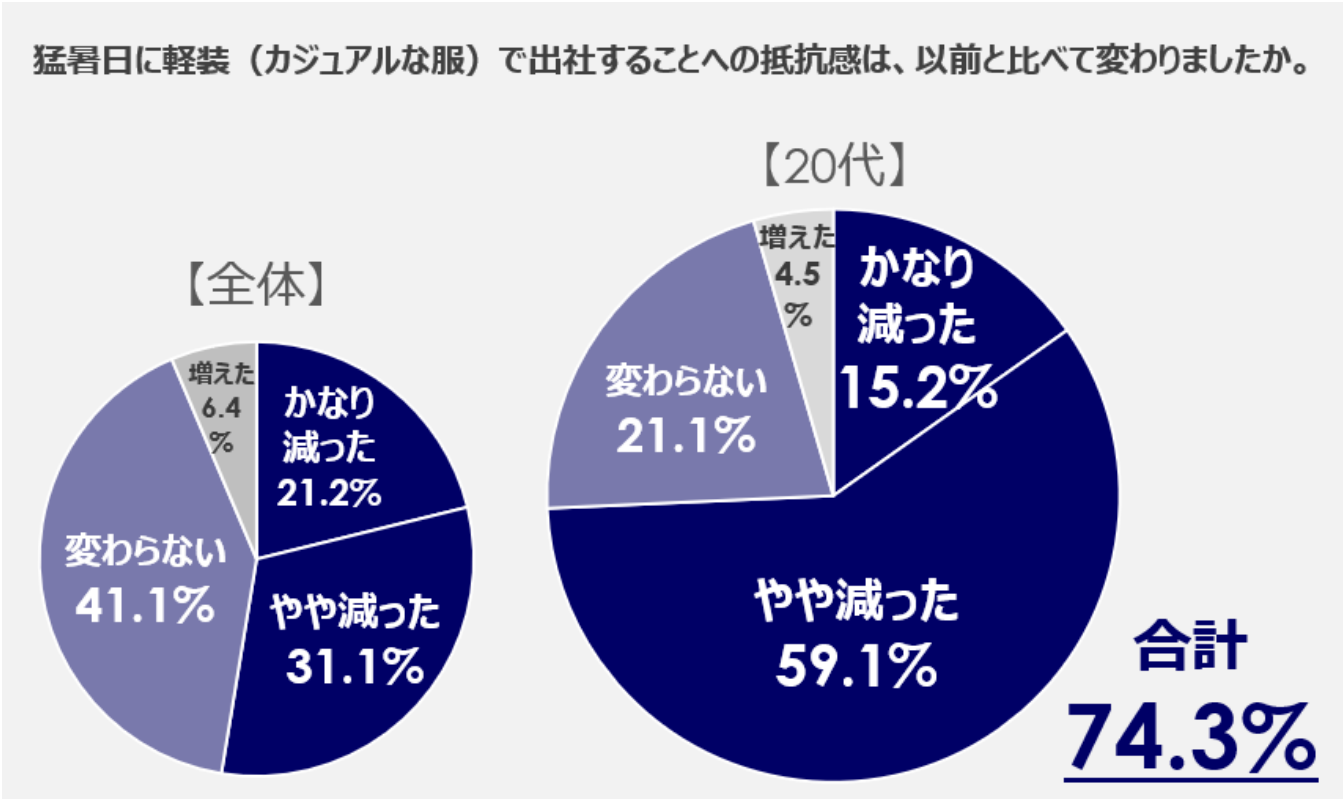
「ここ数年で、猛暑日の仕事服を選ぶ際に『正装感』より『清潔感』を重視するようになりましたか。」という設問に対し、「かなり重視するようになった（17.1%）」「やや重視するようになった（43.9%）」を合わせた61.0%が、清潔感重視へシフトしたと回答しました。性別で見ると、男性は 66.3%、女性は 52.3%となり、男性の方が 14.0 ポイント高い結果となりました。

また、「ここ数年で、猛暑日の仕事服において『快適さ』を身だしなみの一部だと考えるようになりましたか。」という設問では、65.1%が「重視するようになった」と回答しました。猛暑下では、見た目の形式だけでなく、快適に過ごせること自体が身だしなみの条件として捉えられ始めており、“猛暑時代の身だしなみ”ともいえる価値観が広がっていることが明らかになりました。

項目	全体	男性	女性
「正装感」より「清潔感」を重視するようになった	61.0%	66.3%	52.3%
「快適さ」を身だしなみの一部だと考えるようになった	65.1%	67.4%	61.4%

TOPICS③ 軽装への抵抗感は 52.2%が減少。求められるのは“整って見える軽装”

「猛暑日に軽装（カジュアルな服）で出社することへの抵抗感は、以前と比べて変わりましたか。」という設問に対し、「かなり減った（21.2%）」「やや減った（31.1%）」を合わせた 52.3%が、軽装への抵抗感が減ったと回答しました。年代別では 20 代が 74.3%と最も高く、若年層を中心に軽装への心理的ハードルが下がっています。



一方で、「猛暑日の仕事服についてもっと選択肢が増えてほしいと思うものは何ですか？」という設問に対して聞くと、1 位は「涼しく着られる服（40.9%）」、2 位は「軽装でもきちんと見える服（25.7%）」でした。

順位	Q.猛暑日の仕事服についてもっと選択肢が増えて欲しいと思うものは何ですか？	割合(%)
1位	涼しく着られる服	40.9%
2位	軽装でもきちんと見えする服	25.7%
3位	楽に着られる服	21.2%
4位	自宅で洗える服	6.6%
5位	きれいに見える服	1.9%

また、今後広がる考え方としては「清潔感があれば軽装（カジュアル）可」が 48.6%で最多となり、単なる“何でもよい”ではなく、清潔感が担保された軽装が新しい正解として受け入れられつつあることがわかりました。環境省が呼びかける「快適で働きやすい軽装」の流れとも重なる結果です。

順位	Q.今後、猛暑日の仕事服について、どの考え方が広がると思いますか。	割合(%)
1位	清潔感があれば軽装(カジュアル)可	48.6%
2位	健康・安全を優先	25.5%
3位	場面に応じて柔軟に	18.4%
4位	わからない	4.7%
5位	従来通り整えるべき	2.8%

TOPICS④ 不快な仕事服が、集中力や印象面にも影響。92.9%が仕事中的影響を実感

「猛暑日の仕事服が不快だと、仕事にどのような影響がありますか。」という設問に対し、「疲れやすい（47.1%）」「人目が気になる（43.3%）」「集中しにくい（40.1%）」「外出が億劫になる（32.1%）」「印象が気になる（27.0%）」が上位となりました。いずれかの影響があると答えた人は 92.9%に達し、仕事服の不快感は身体的な疲れだけでなく、集中力や心理面にも関わることがうかがえます。

順位	Q.猛暑日の仕事服が不快だと、仕事にどのような影響がありますか。 (複数選択可)	回答率(%)
1位	疲れやすい	47.1%
2位	人目が気になる	43.3%
3位	集中しにくい	40.1%
4位	外出が億劫になる	32.1%
5位	印象が気になる	27.0%
—	何らかの影響あり (n=467)	92.9%

また、「猛暑日の仕事服において、周囲のために最も重視することは何ですか」という設問では、「清潔感（62.3%）」が1位、「快適さ（37.9%）」が2位となり、「きちんと見え（35.8%）」を上回りました。自分自身の快適性と、周囲から見た清潔感を同時に満たすことが、猛暑時の仕事服に求められています。

順位	Q.猛暑日の仕事服において、周囲のために最も重視することは何ですか？	割合(%)
1位	清潔感	62.3%
2位	快適さ	37.9%
3位	きちんと見え	35.8%
4位	職場になじみ	34.3%
5位	その他	31.3%

TOPICS⑤ 暑さ・汗・蒸れ対策だけでは不十分。高くても選ぶ機能1位は「自宅で洗える」

「猛暑日の仕事服で、価格が高くても選びたい機能は何ですか。」という設問では、「自宅で洗える（49.9%）」が1位となり、「接触冷感（45.8%）」「速乾性（44.5%）」「汗ジミ対策（38.8%）」が続きました。清潔感を保ちやすく、快適に着られる機能へのニーズが高まっていることがわかりました。

順位	Q.猛暑日の仕事服で、価格が高くても選びたい機能は何ですか。	割合(%)
1位	自宅で洗える	49.9%
2位	接触冷感	45.8%
3位	速乾性	44.5%
4位	汗ジミ対策	38.8%
5位	シワ対策	18.8%

また、「ここ2～3年、夏の暑さが厳しくなる中で、夏の仕事服に取り入れるになったものはありますか」という設問では、「涼しい服（53.7%）」「自宅で洗える服（47.1%）」が上位に挙がりました。猛暑対応は、単に涼しくするだけでなく、洗える・速乾・汗ジミ対策といった、清潔感と快適さを両立する機能を重視する方向へ広がっています。暑さ対策需要が高まるなか、仕事服にも“涼しいだけではない”価値が求められています。

順位	Q.ここ2～3年、夏の暑さが厳しくなる中で、夏の仕事服に取り入れるようになったものはありますか。(複数選択可)	回答率(%)
1位	涼しい服	53.7%
2位	自宅で洗える服	47.1%
3位	シワに強い服	29.8%
4位	軽い羽織り	23.8%
5位	きれいめ服	19.5%

以上の調査結果から、猛暑による仕事服の多様化への関心が高まるなか、「仕事の日はきちんと見える服装であるべき」という価値観は見直されつつあることが明らかになりました。一方で、仕事服が「何でもよい」になったわけではなく、清潔感・シワの少なさ・職場になじむ見え方といった、軽装でも整って見える条件が新たな判断軸として広がりつつあります。猛暑を背景に、通勤服の基準の変化がみられます。当社では、今回得られた生活者のリアルな声をもとに、猛暑の中でも清潔感と快適さを両立できる仕事服の提案を強化してまいります。

調査概要

調査主体：オンワードホールディングス コーポレートコミュニケーション室

調査方法：インターネットアンケート

調査システム：knowns

調査対象：全国の20代から60代の男女 467名

調査期間：2026年6月25日(木)

過去のマーケティング調査はこちら <https://crosset.onward.co.jp/cc/312804>

株式会社オンワードホールディングス 概要

1927年に「櫻山商店」として創業し、ファッション、ウェルネス、コーポレートデザインの3領域において国内外で事業を推進し、各事業会社の専門性を活かしながら、生活者の多様な価値創造に取り組んでいます。ミッションステートメントである「ヒトと地球（ホシ）に潤いと彩りを」のもと、“社員の多様な個性をいかしたお客さま中心の経営”により、地球と共生する“潤いと彩り”のある生活づくりに貢献する「生活文化創造企業」として前に進み続けます。

代表者：代表取締役社長 保元 道宣

本社：〒103-8239 東京都中央区日本橋3丁目10番5号オンワードパークビルディング

URL：<https://www.onward-hd.co.jp/>