

2026 年 7 月 23 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

約 9 割が冷房による寒暖差に悩む夏 7 割が夏服の新常識として「調整できる服」を支持 ～オンワードが「夏の寒暖差対応ファッションに関するアンケート調査」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 代の女性 608 名を対象に「夏の寒暖差対応ファッションに関するアンケート調査」を実施しました。

夏の服装で最も困るのは「暑さ」だけでなく「冷房との寒暖差」だと感じる人が 87.7%にのぼることが判明しました。真夏でも「半袖 1 枚では不安」と感じる人は 77.8%、羽織り・ストールを持ち歩く人は 76.1%と、「涼しければ十分」とは言えない夏の実態が浮き彫りになりました。また、このような結果から、今後の夏服の主役は「涼しい服」から「脱ぎ着・調温しやすい服」へ移ると考える人が 70.2%に達し、7 割近くが変化を予感していることもわかりました。



過去のアンケート調査はこちら：<https://crosset.onward.co.jp/cc/314972>

ONWARD Marketing Lab. 調査

「夏の寒暖差対応ファッションに関するアンケート調査」結果まとめ

TOPIC① 9 割近くが「冷房との寒暖差」を実感

TOPIC② 8 割が「半袖 1 枚では不安」、羽織り常備が当たり前の夏に

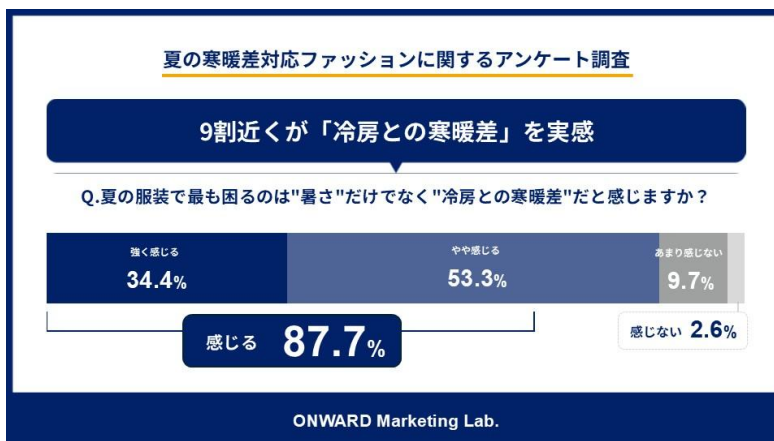
TOPIC③ 夏の期間、「羽織りがあると安心できる」と 8 割が回答、夏の必需品として定着

TOPIC④ 寒暖差のリアルな悩みが購買行動を後押し

TOPIC⑤ 「涼しさ」から「調整力」へ。7 割が夏服のシフトを予感

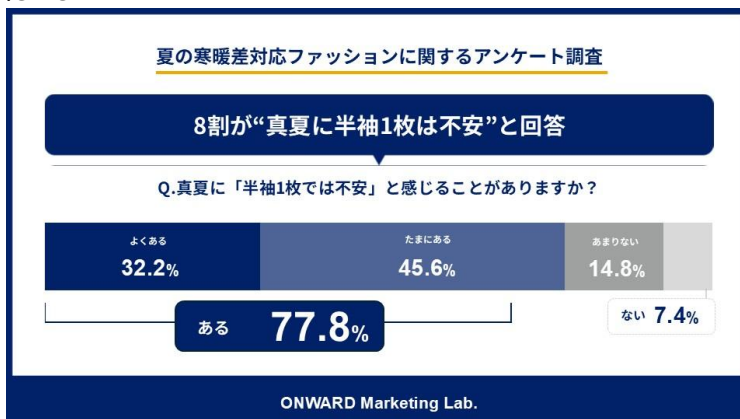
TOPIC① 9割近くが「冷房との寒暖差」を実感

「夏の服装で最も困るのは"暑さ"だけでなく"冷房との寒暖差"だと感じますか？」という設問に対し、「強く感じる」（34.4%）と「やや感じる」（53.3%）を合わせて 87.7%が実感していると回答しました。夏の悩みは単純な暑さ対策だけでなく、屋外と屋内の温度差にどう対応するかという新しい課題に変わりつつあることが読み取れます。

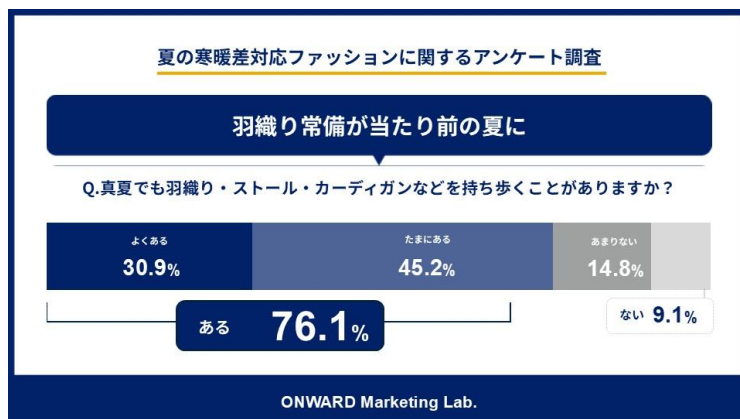


TOPIC② 8割が「真夏に半袖1枚は不安」、羽織り常備が当たり前の夏に

「真夏に"半袖1枚では不安"と感じることがありますか」という設問に対し、「よくある」「たまにある」を合わせて 77.8%が不安を感じると回答しました。

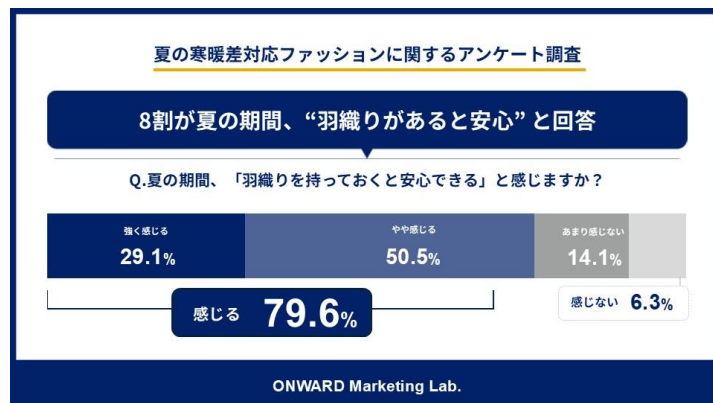


また「真夏でも羽織り・ストール・カーディガンなどを持ち歩くことがありますか」という設問に対し、76.1%が持ち歩くと回答しており、「半袖1枚への不安」が、実際に羽織りアイテムを携帯する行動につながっている様子がうかがえます。



TOPIC③夏の期間、「羽織りがあると安心できる」と8割が回答、夏の必需品として定着

「夏の期間、"羽織りを持っておく"と安心できる」と感じますか？」という設問に対し、「強く感じる」「やや感じる」を合わせて79.6%が安心すると回答しました。羽織りはもはや"防寒具"としてだけでなく、夏を快適に過ごすための"必需品"として定着している様子が見受けられます。



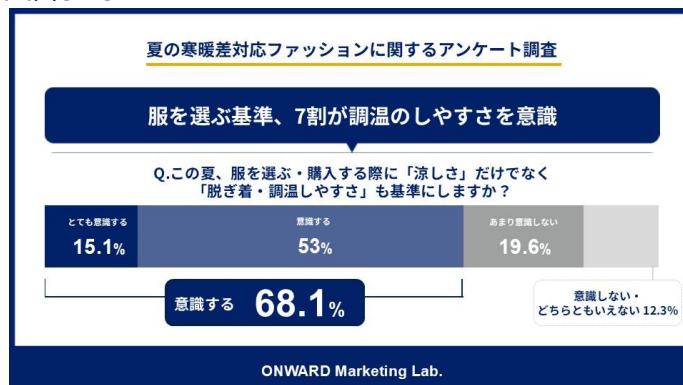
TOPIC④寒暖差のリアルな悩みが購買行動を後押し

「夏の服装で最も困るのは"暑さ"だけでなく"冷房との寒暖差"だと感じますか」という設問に対し、「強く感じる」「やや感じる」と回答した層(n=533)と、「あまり感じない」「感じない」と回答した層(n=75)に分けて、「3年～5年以内に冷房対策用として買った服・アイテムがありますか」という設問の回答率をクロス集計したところ、寒暖差を「感じる」層では67.9%が購入経験"あり"と回答した一方、「感じない」層では16%にとどまり、「冷房との寒暖差」を実感しているかどうか、購買行動に大きく影響していることがうかがえます。

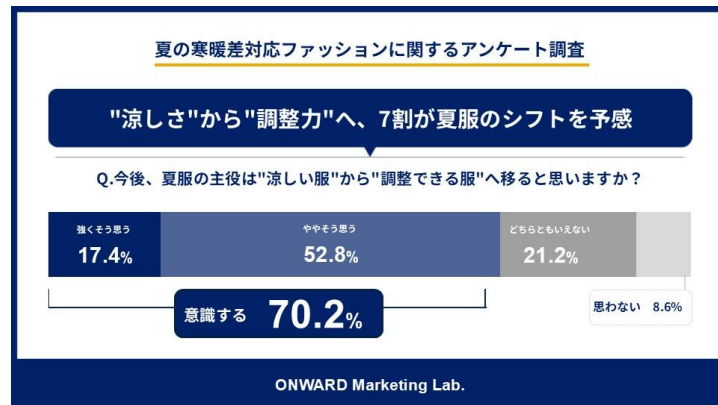


TOPIC⑤"涼しさ"から"調整力"へ。7割が夏服のシフトを予感

「この夏、服を選ぶ・購入する際に"涼しさ"だけでなく"脱ぎ着・調温しやすさ"も基準にしますか？」という設問に対し、68.1%が基準にすると回答しました。



さらに「今後、夏服の主役は"涼しい服"から"調整できる服"へ移ると思いますか？」という設問には、「強くそう思う」(17.4%)「ややそう思う」(52.8%)を合わせて 70.2%が肯定的に回答し、7 割の生活者が夏服の価値観の変化を予感していることがわかりました。



以上の調査結果から、「冷房との寒暖差」は世代を問わず多くの女性が共通して抱える夏の悩みであり、羽織りは夏の必需品として定着しつつあること、そして夏服の主役が「涼しさ」から「調整力」へと移りつつあることが明らかになりました。オンワードは、今後も「ONWARD Marketing Lab.」を通じて生活者のファッション意識・行動の変化を捉え、こうした声に応える商品開発や情報発信に取り組んでまいります。

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代の女性608名

調査期間：2026年6月22日(月)

過去のアンケート調査はこちら：<https://crosset.onward.co.jp/cc/314972>

株式会社オンワードホールディングス 概要

1927年に「櫛山商店」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」ともと、「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/>