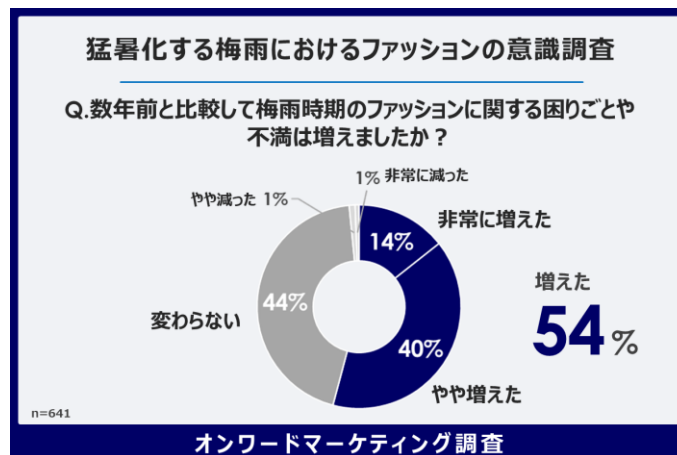


【梅雨とファッション意識】26年は“防水性”だけでは不足を感じる？ 汗・湿気・蒸れ対応がレインファッション需要を左右する傾向が明らかに ～オンワードが「猛暑化する梅雨におけるファッションの意識調査」を実施～



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～70代の男女641名を対象に「猛暑化する梅雨におけるファッションの意識調査」を実施しました。

今年の梅雨は短期集中型の大雨が予測される※なか、「梅雨＝雨対策」という従来の常識が揺らぎつつあります。本調査では、梅雨時期の不快感の主因が「大雨による濡れ」から「気温・湿度による蒸し暑さ」へと移行していること、そして通気性・速乾性を重視したファッション選択が急速に広がっていることが明らかになりました。

※5月13日付けウエザーニュース「2026年梅雨の見通し 期間は平年並か短い梅雨でも 雨量は平年並か多くなる予想」
(<https://weathernews.jp/news/202605/120221/>)

過去のマーケティング調査はこちら：<https://crosset.onward.co.jp/cc/308704>

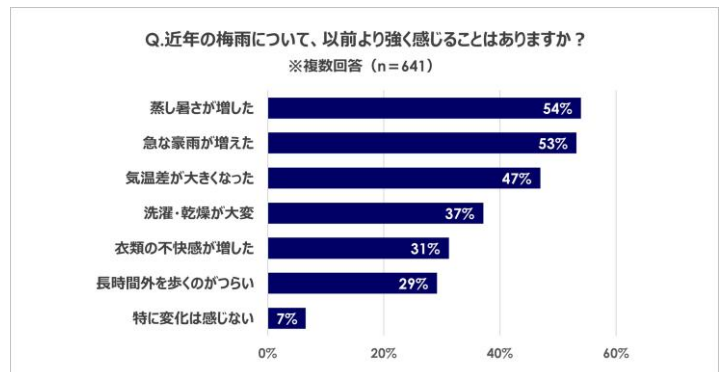
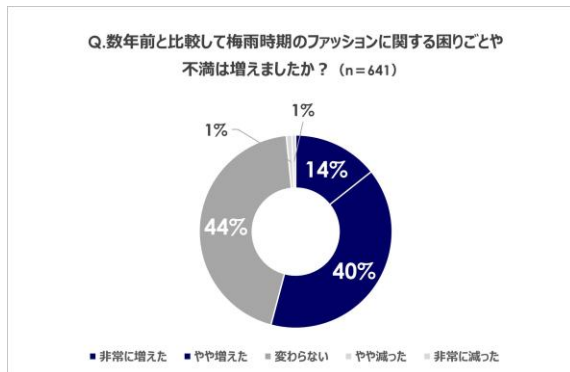
Marketing Lab. 調査

「猛暑化する梅雨におけるファッションの意識調査」結果まとめ

- 今年の梅雨は短期集中型の大雨予測の中、**54%が困りごとや不満の増加**を実感。蒸し暑さや急な豪雨、気温差など複数の要因が重なり、ファッション課題が複合化している。
- 梅雨の不快感は「濡れ」より「蒸れ」が主因に。蒸し暑さが最多で、バタつきや乾きにくさなどの不満も上位に。快適性重視のニーズが強まっている。
- 気候変化により**64%が服選びに変化**、特に20代は80%と顕著。速乾・通気性といった機能性重視が進み、汗や湿気対策への需要が拡大している。
- **レインウェアの不満1位は防水不足ではなく「蒸れる」こと**。通気性の悪さが課題として顕在化し、「防水＋快適」を両立する新たな商品価値が求められている。
- 機能とデザインを両立すれば、**9割以上が価格上昇でも購入を検討**することが明らかに。

TOPICS① 今年の梅雨は短期集中型の大雨予測。そんな中、54%が「困りごとや不満が増えた」と実感

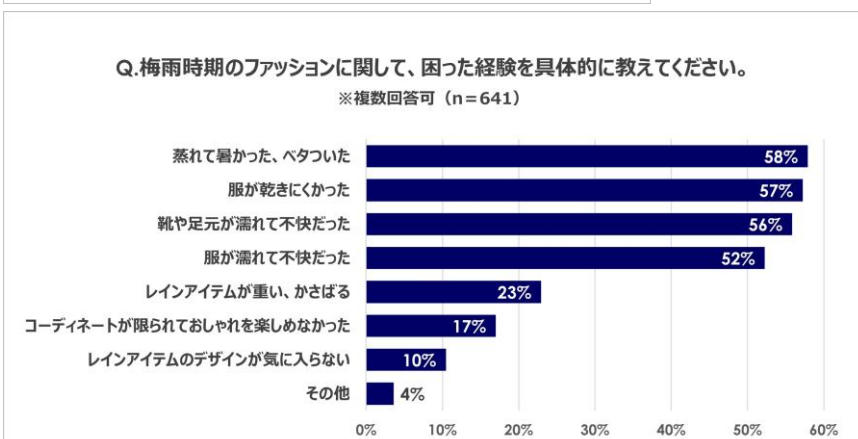
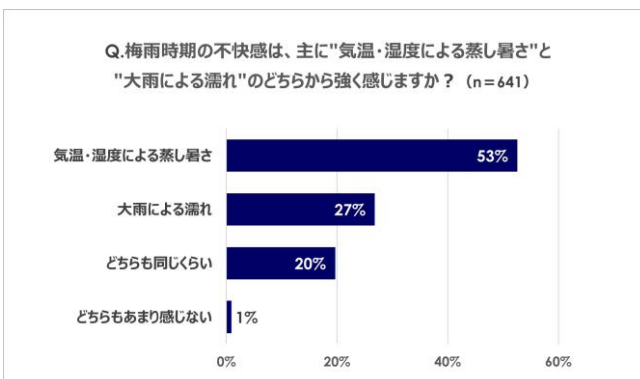
「数年前と比較して梅雨時期のファッションに関する困りごとや不満は増えましたか？」という設問に対し、「非常に増えた（14%）」「やや増えた（40%）」を合わせると54%が困りごとや不満の増加を感じていると回答しました。また、今年の梅雨は短期集中型の激しい雨量が予測されているなか、「近年の梅雨について、以前より強く感じることはありますか？」という設問に対しては、「蒸し暑さが増した（54%）」「急な豪雨が増えた（53%）」「気温差が大きくなった（47%）」が上位に並びました。ここから、梅雨のファッション課題が複合化していることがわかりました。



TOPICS② 梅雨時期のファッション、"濡れない"より"蒸れない"時代へ。不快の主因は蒸し暑さが53%

「梅雨時期の不快感は、主に「気温・湿度による蒸し暑さ」と、「大雨による濡れ」のどちらから強く感じますか？」という設問では、「気温・湿度による蒸し暑さ（53%）」が「大雨による濡れ（27%）」を大きく上回り、多くの人にとって「濡れ」より「蒸れ」が梅雨時期の不快感の主因となっていることが明らかになりました。

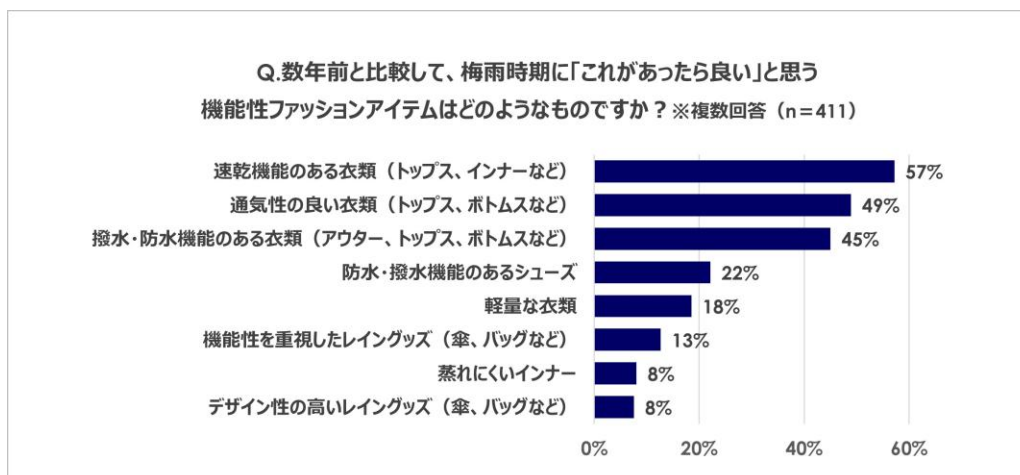
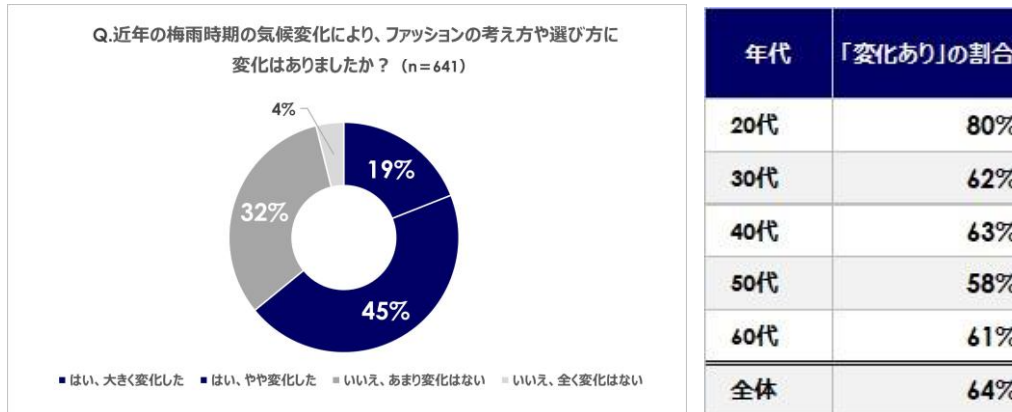
「梅雨時期のファッションに関して、困った経験を具体的に教えてください。」と聞いたところ、「蒸れて暑かった、ベタついた（58%）」が1位となり、「服が乾きにくかった（57%）」「靴や足元が濡れて不快だった（56%）」「服が濡れて不快だった（52%）」を上回りました。「濡れ対策」から「蒸れ対策」へのニーズシフトが鮮明になっています。



TOPICS③ "汗・湿気ストレス"対応が新たなファッション需要に。選び方に変化は64%、20代では8割に

「近年の梅雨時期の気候変化により、ファッションの考え方や選び方に変化はありましたか？」という設問では、「はい、やや変化した（45%）」「はい、大きく変化した（19%）」を合わせた64%が変化を経験していることが明らかになりました。特に20代では80%が変化ありと回答しており、若い世代ほど気候変化への感受性が高い傾向が見られました。

また、変化したと回答した411名に、「数年前と比較して、梅雨時期に「これがあったら良い」と思う機能性ファッションアイテムはどのようなものですか？」という質問をしたところ、「速乾機能のある衣類（57%）」「通気性の良い衣類（49%）」が高く、蒸れ・汗への不快感を解消するための機能性志向への転換が進んでいることが明らかになりました。



TOPICS④ レインウェアの不満1位は"防水不足"ではなく"蒸れる"こと

梅雨時期のレインアイテム（レインコート・傘・レインシューズなど）への不満を聞いた設問では、「蒸れる・通気性が悪い（52%）」が1位となり、「重い・かさばる（43%）」「価格が高い（33%）」「デザインが単調でファッション性が低い（25%）」を上回りました。

一般的に「防水性の不足」がレインウェアの課題と思われがちですが、ここでも最大の不満は「蒸れ」にあることが明らかになりました。雨に濡れないことは一定のレベルが達成されている一方、着用中の蒸れや不快感への不満が顕在化しており、「防水+通気性」を両立したアイテムへのニーズが高まっていることが読み取れます。

Q.梅雨時期のレインアイテム（レインコート・傘・レインシューズなど）に対して不満や課題に感じている内容（複数回答 / n=411）	回答率
蒸れる、通気性が悪い	52%
重い、かさばる	43%
価格が高い	33%
デザインが単調でファッション性が低い	25%
手入れが面倒	21%
収納場所に困る	16%
耐久性が低い	11%
あてはまるものはない	3%

TOPICS⑤ 機能とデザインを両立した商品は59%が高価であっても購入検討。特に男性で顕著

「梅雨時期のファッションアイテムに機能性だけでなくデザイン性も兼ね備えている場合、通常より多少価格が高くても購入を検討しますか？」という設問では、「はい、積極的に検討する（34%）」と「内容によるが、検討する（59%）」を合わせると93%が購入を前向きに検討すると回答しました。

性別で見ると、男性が「積極的に検討する」と答えた割合は42%で、女性の21%を大きく上回りました。男性は条件が揃えば即決寄りの意思決定傾向があります。一方で女性は「内容による」が多く、より吟味する傾向が見られました。

Q.梅雨時期のファッションアイテムに機能性だけでなくデザイン性も兼ね備えている場合、通常より多少価格が高くても購入を検討しますか？（n=411）			
属性	はい、積極的に検討する	内容によるが、検討する	あまり検討しない/全く検討しない（計）
男性（n=253）	42%	53%	5%
女性（n=158）	21%	68%	10%
合計（n=411）	34%	59%	7%

以上の調査結果から、梅雨時期の気候変化が生活者のファッション意識に大きな影響を与えており、「濡れないから蒸れない・快適に過ごせる」とニーズが変化していることが明らかになりました。当社では、今回得られた生活者のリアルな声を商品・サービス開発に活かし、引き続きお客さまに寄り添うファッション提案を行ってまいります。

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70代の男女641名

調査期間：2026年5月25日（月）

過去のマーケティング調査はこちら：<https://crosset.onward.co.jp/cc/308704>

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/>