

報道関係各位

2025年5月21日
株式会社クロス・マーケティング

日傘は男性でも4人に1人が利用 男性は暑さ、女性は紫外線対策が目的

－ 傘に関する調査（2025年） －

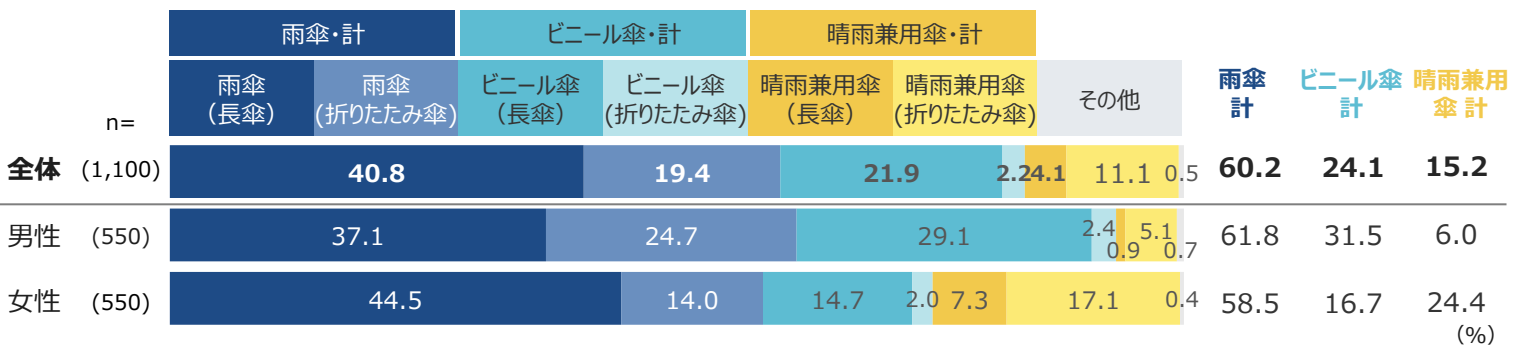
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「傘に関する調査（2025年）」を実施しました。日差しが日ごとに強まり、梅雨入りも気になり始めるこの時期は、傘を使用する機会も増えるのではないでしょうか。今回は、「普段よく使用している傘の種類」「普段よく使用している傘の購入場所」「日傘の使用有無」「日傘を使い始める時期」「日傘の使用目的」「傘に関して普段思うこと」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250521umbrella>

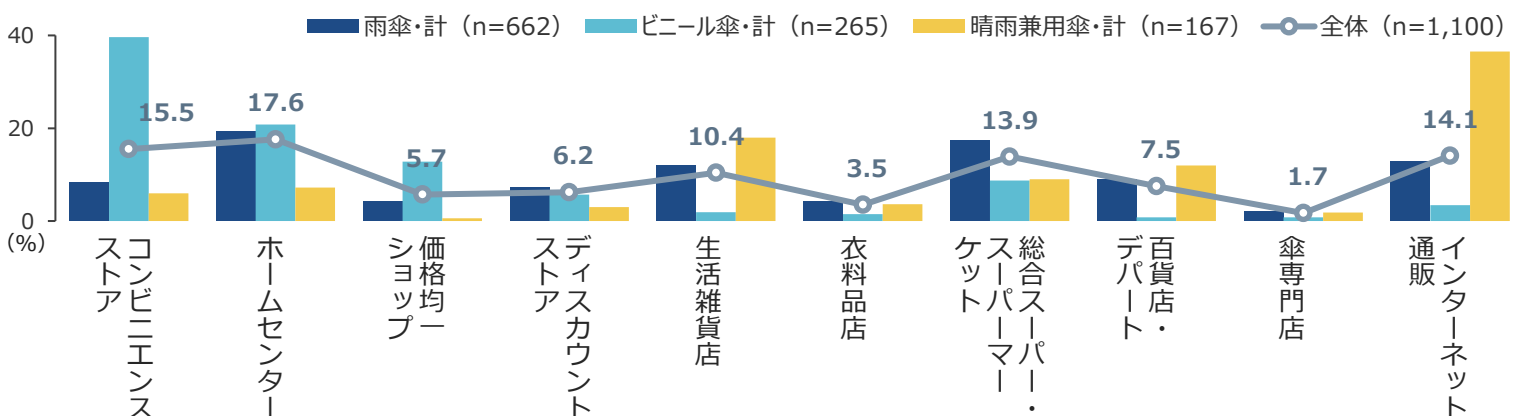
■ 調査結果

- ✓ 普段よく使用している傘のタイプは、「雨傘（長傘）」が40.8%とTOP。次いで、「ビニール傘（長傘）」「雨傘（折りたたみ傘）」が続く。
男性は「ビニール傘（長傘）」、女性は「晴雨兼用傘（折り畳み傘）」が高め。＜図1＞
- ✓ 雨傘は「ホームセンター」「総合スーパー・スーパーマーケット」、ビニール傘は「コンビニエンスストア」、晴雨兼用傘は「インターネット通販」で購入。＜図2＞
- ✓ 日傘を使っている人は47.4%で、使い始める時期は「5月」が20.9%。
若年層ほど使用率は高まる。男性は4人に1人が日傘を使用。＜図3・図4＞
- ✓ 日傘の使用目的は、「どちらかといえば暑さ対策」が35.3%、「どちらかといえば紫外線対策」が64.7%。
男性は「暑さ対策」、女性は「紫外線対策」で使用している。＜図5＞
- ✓ 傘に関して普段思うことは、「濡れた傘は乾かしてからしまう」「ちょっとした雨ならできるだけさしたくない」「傘を置き忘れたことがある」「台風にも負けない頑丈な傘がほしい」が上位。
女性は「おしゃれな傘をさしているのを見かけるといいなと思う」が高く、傘はおしゃれアイテムのひとつとして考えている。＜図6＞

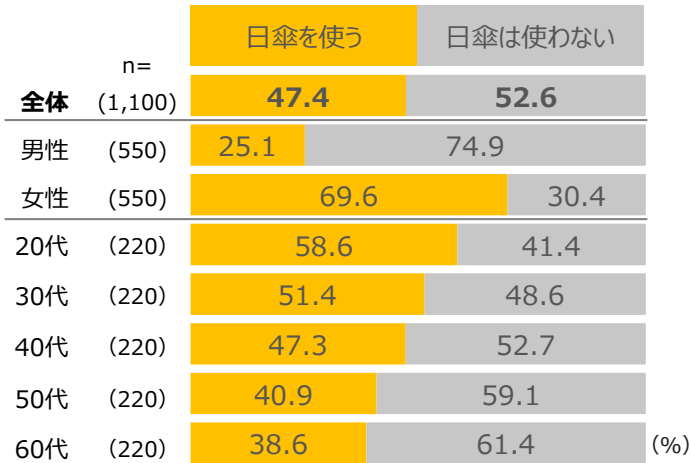
＜図1＞ 普段よく使用している傘のタイプ（単一回答：n=1,100）



＜図2＞ 普段よく使用している傘の購入場所（単一回答：n=1,100）

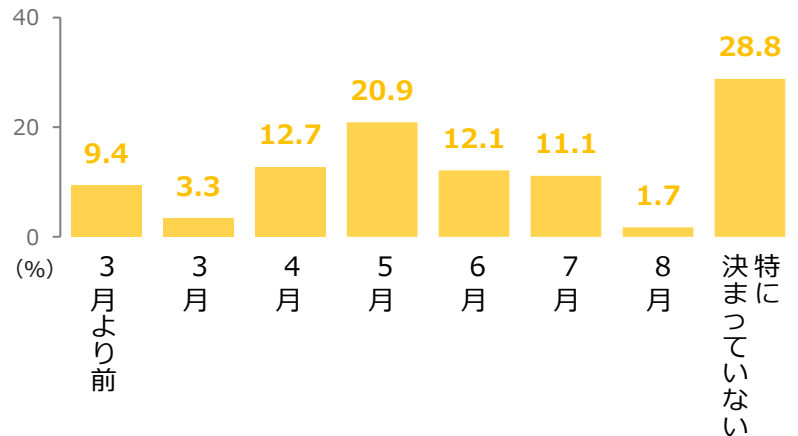


<図3> 日傘の使用有無（単一回答：n=1,100）

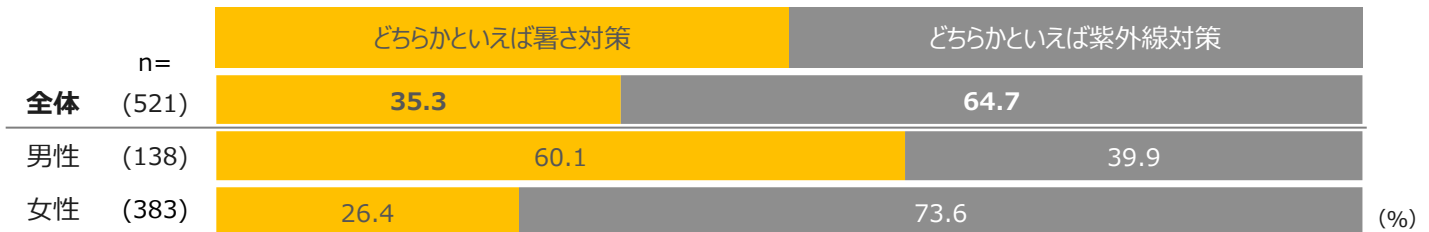


<図4> 日傘の使用開始月（単一回答：n=521）

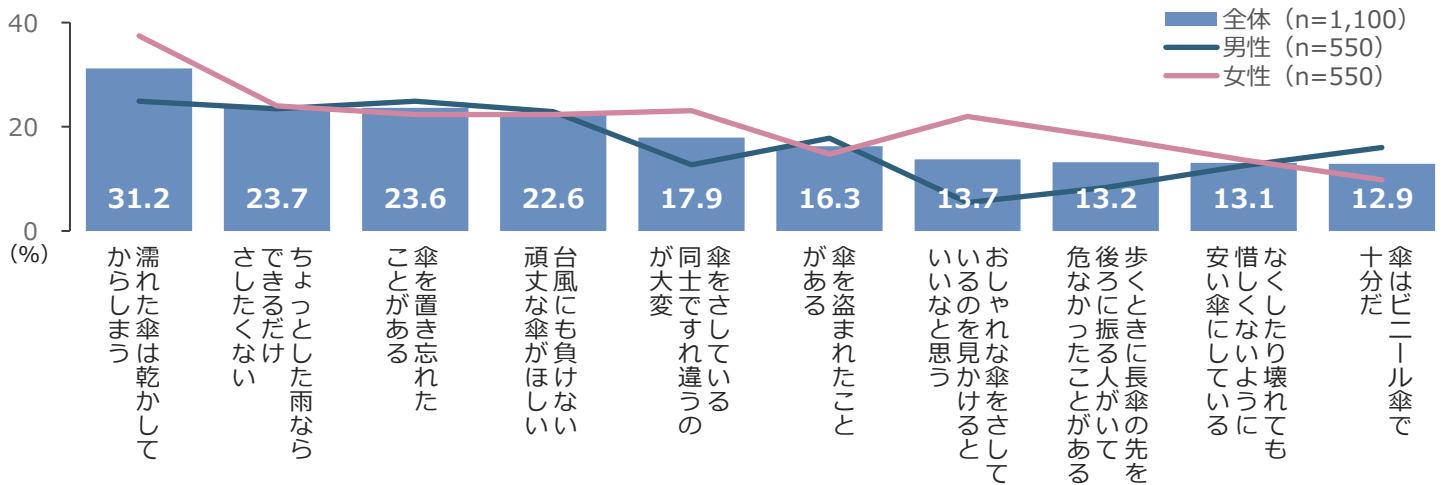
※日傘を使用している人ベース



<図5> 日傘の使用目的（単一回答：n=521）※日傘を使用している人ベース



<図6> 傘に関して普段思うこと TOP10（複数回答：n=1,100）



調査項目

- ☐ 属性設問
- ☐ 日傘を使い始める時期
- ☐ 普段よく使用している傘のタイプ
- ☐ 日傘の使用目的
- ☐ 普段よく使用している傘の購入場所
- ☐ 傘に関して普段思うこと

◆クロス集計表のダウンロードはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250521umbrella>

調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2025年5月16日（金）～17日（土）
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞ 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」