

報道関係各位

2025年7月9日  
株式会社クロス・マーケティング

## 機能性ウェア リカバリー、涼感、睡眠サポートに興味あり 懸念点は、価格の高さや洗濯後の効果維持

－機能性ウェアに関する調査（2025年）－

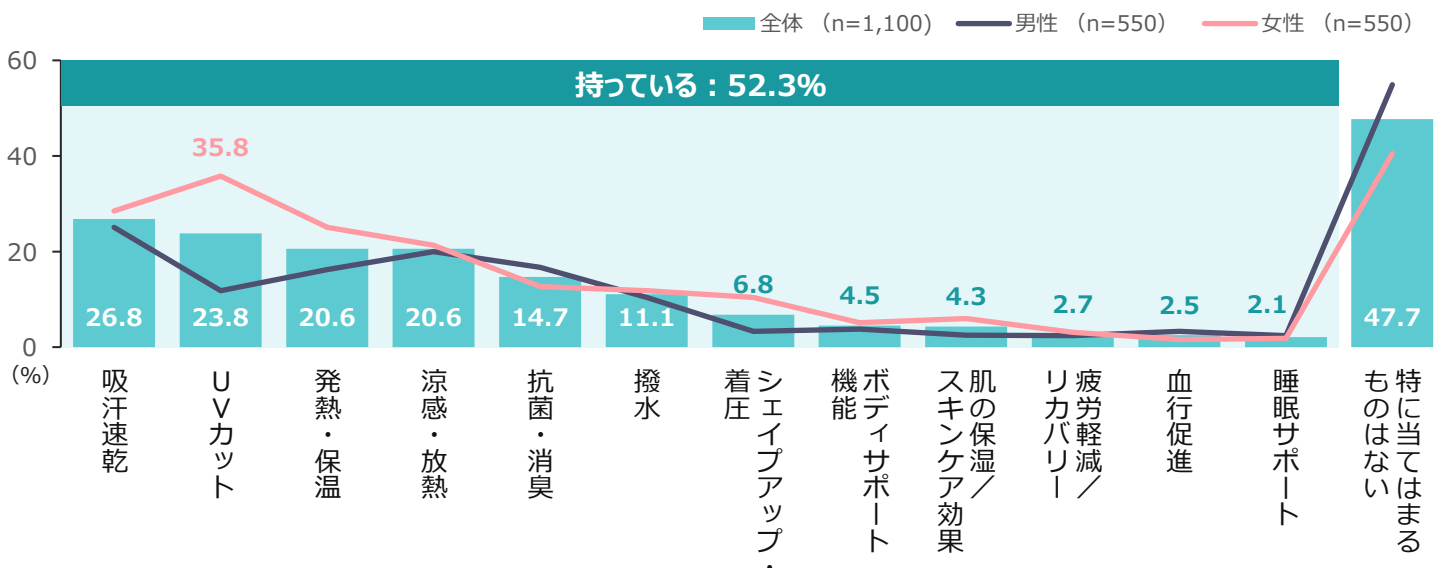
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「機能性ウェアに関する調査（2025年）」を実施しました。連日の猛暑のなか、接触冷感や吸汗速乾などの機能を備えた衣料品や、睡眠の質を高めたり、日々の疲れを癒す目的で着用される「リカバリーウェア」が話題となっています。今回は、機能性ウェアについて「持っているもの」「興味がある／試してみたいもの」「取り入れたい機能性ウェアのタイプ」「印象・懸念点」「実際に使ってよかった／今気になっている商品」を聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250709clothes>

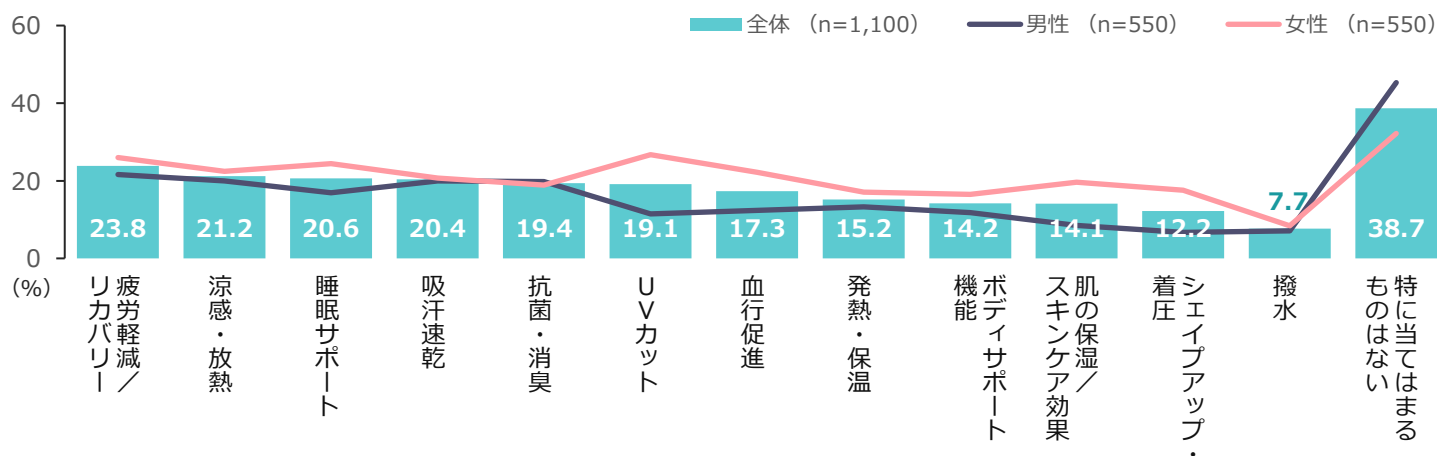
### ■調査結果

- ✓ 機能性ウェアを持っている割合は52.3%。保有率が高いものは、「吸汗速乾」「UVカット」「発熱・保温」「涼感・放熱」が2割台。  
「UVカット」は女性が35.8%と持っている割合が高い。＜図1＞
- ✓ 興味がある／試してみたい機能性ウェアは、「疲労軽減／リカバリー」「涼感・放熱」「睡眠サポート」「吸汗速乾」が上位。  
「疲労軽減／リカバリー」「睡眠サポート」の機能がある服の保有率は3%未満と低いものの、興味を持たれている。＜図2＞
- ✓ 取り入れたい機能性ウェアのタイプは、「下着・インナー」が39.5%で最も高い。次いで、「トップス」「パジャマ・ルームウェア」が2割台で続く。  
特に女性は、「下着・インナー」や「パジャマ・ルームウェア」など、日常着に人気が集まっている。＜図3＞
- ✓ 機能性ウェアに対する印象や懸念は、「価格が高く、気軽に試しにくい」「洗濯すると効果感が薄れないか不安」「効果が本当にあるか不安・怪しく感じる」が上位。価格に対する抵抗感や取り扱い・効果感への不安が見受けられる。＜図4＞
- ✓ 実際に使ってよかった商品は、涼しさや吸汗・消臭といった機能性に加え、価格以上の価値を感じられる高コスパなアイテムが多くあがった。一方、今気になっている商品では、リカバリーウェアや睡眠改善系のウェアに関心が集まっており、価格の高さや効果への不安から購入をためらう声とともに、体験機会を求める意見もみられた。＜図5＞

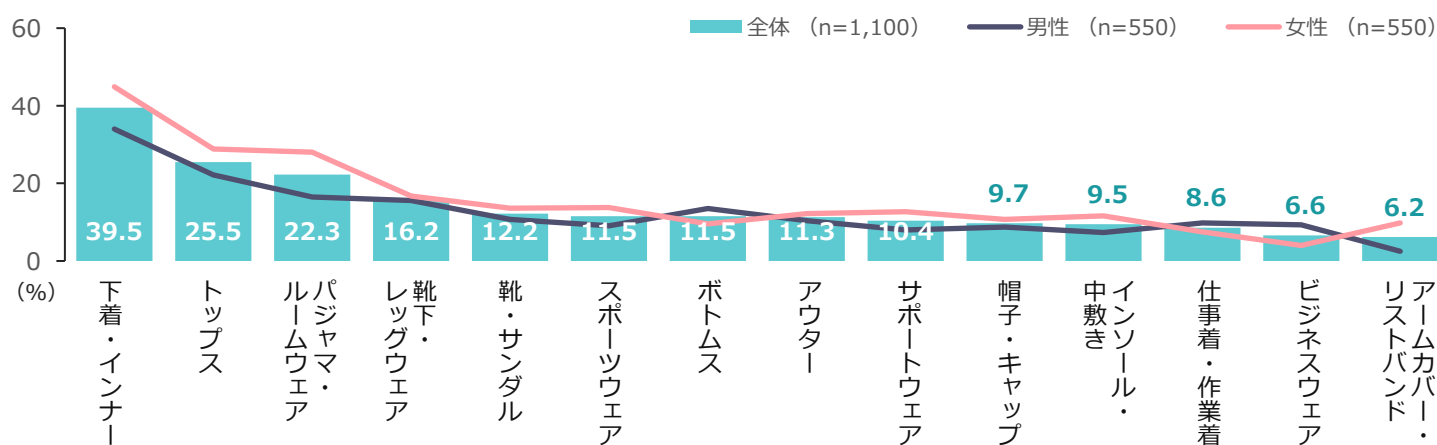
＜図1＞ 持っている機能性ウェアの種類（複数回答）



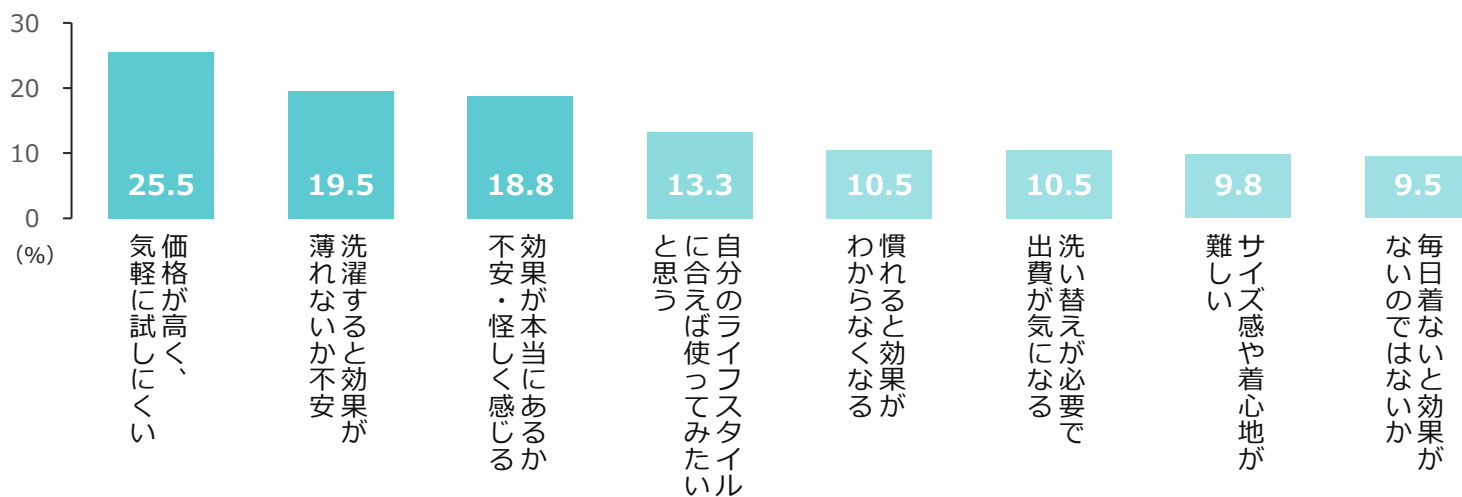
＜図2＞ 興味がある／試してみたい衣料の機能（複数回答）



＜図3＞ 取り入れたい機能性ウェアのタイプ TOP14（複数回答）



＜図4＞ 機能性ウェアに対する印象・懸念 TOP8（複数回答：n=1,100）



### <図5> 実際に使ってよかった・今気になっている商品（自由回答抜粋）

実際に使ってよかった商品	今気になっている商品
<ul style="list-style-type: none"> <li>ユニクロのUVカットパーカー、日差しが厳しい日に着ると暑くて耐えられないのではと思いましたが、実際に着用して外出すると予想以上に快適でびっくりしました。（男性60代）</li> <li>イオンのセリアント。高いものと比べたら安くて効果あるのか疑わしかったけど、最初は肩こりが楽になったような気がした。（女性40代）</li> <li>ユニクロのシルキードライシャツは着心地も軽く通気性に優れ冷感も強く感じられ、暑い日に重宝しており気に入っている（男性30代）</li> <li>メディキュットの着圧ソックス、ストッキングは日中も寝るときも欠かさず使用している。24時間手放せないアイテム（女性40代）</li> <li>デオスの消臭シャツが買って良かったです。汗をかいても匂いが気になりません（女性40代）</li> <li>ユニクロのエアリズムのインナーを購入したが、夏場の汗を吸収してくれる上に生地が薄くて涼しいので使いやすい。（女性30代）</li> <li>無印良品のUVカット速乾性のあるTシャツがとても涼しくサラサラしてとても肌触りが良く快適だと思いました（女性60代）</li> <li>ワークマンの接触冷感シリーズ。価格と機能性のバランスがよく、デザインもオシャレ（女性40代）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リライブという製品（シャツ）がテレビやネットでよく宣伝されていて、とても気になっている。お店でも見かけるのだが、実際どこまで信用出来るか分からなく、買うのに戸惑っている。体験できるコーナーなどあれば絶対やってみたいと思っている。（女性60代）</li> <li>出川哲郎さんがCMに出ているリライブシャツが気になる。血行が良くなるみたいだが、価格が高いので試しに買えない。（男性40代）</li> <li>リカバリーウェアは気になっています。眠りの心地を良くして深い眠りや体力を効率よく回復できると嬉しいなと思っているので興味があります。（男性30代）</li> <li>睡眠サポートのパジャマが気になる。実際に使ってみたいが値段が高くて試すということができない。（女性30代）</li> <li>BAKUNE 睡眠問題があるので試してみたいけど高いのでなかなか手が出ない（女性50代）</li> <li>BAKUNEなどの疲労回復パジャマが本当に効果があるのが試してみたい（男性20代）</li> <li>暑いので涼しく感じる衣類が気になるが、効果がわからないので購入していない。買ってから後悔したくないので購入に至らない。（女性50代）</li> </ul>

#### ■調査項目

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問              | <input type="checkbox"/> 取り入れたい機能性ウェアのタイプ      |
| <input type="checkbox"/> 持っている機能性ウェアの種類    | <input type="checkbox"/> 機能性ウェアに対する印象や懸念       |
| <input type="checkbox"/> 興味がある／試してみたい衣服の機能 | <input type="checkbox"/> 実際に使ってよかった・今気になっている商品 |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250709clothes>

#### ■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7月4日（金）～6日（日）  
 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 <http://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](mailto: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・・・」