

2023年7月14日

-夏の新マーケット徹底研究-

「男の日傘」がこの夏ブームに?! 普及の鍵は「携行性」と「アウトドア人気」

株式会社スコープ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:横山 繁)データドリブンプロモーション本部(DDP 本部)は、「男性の日傘の使用」に関する意識・行動についての調査結果を発表しました。

今回の調査から、男性の日傘利用に対する心理的なハードルは高くないことが明らかになりました。所有率や使用意向から、日傘の使用が広まりつつあり、特に若年層において高い傾向が見られました。以下に一部の調査結果を掲載します。

【TOPICS】～回答から見えたこと(抜粋)～

1. 10人に1人に迫る日傘の所有率。今夏の使用意向は2割を超える
2. 日傘利用のハードル、携行性に課題。周囲の目は気にしない
3. 男性が求める日傘要素「軽さ」「携行性」「UVカット」が絶対条件

【設問リスト】

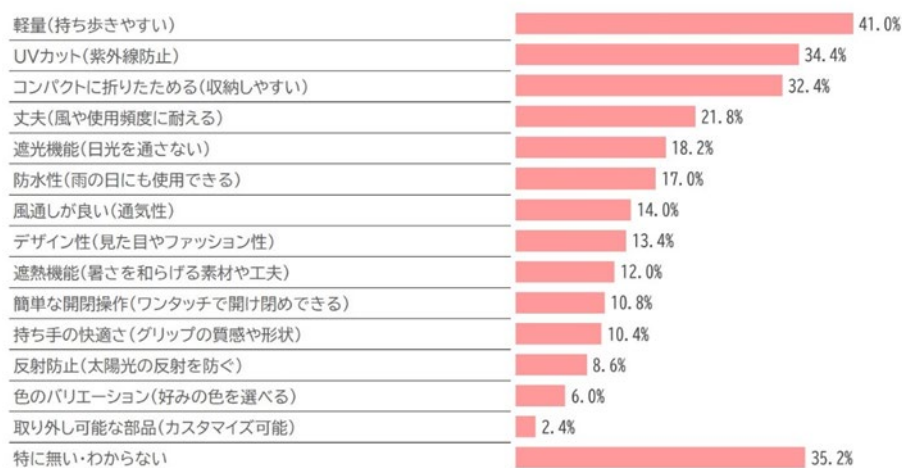
- ① 日傘の所有率
- ② 今夏における日傘の使用意向
- ③ 日傘を使用したい理由／使用したくない理由
- ④ 日傘に求める機能

【集計結果の一部】

<日傘に求める機能>

n=500 *20~60代 500人

(仮に使うとした場合に)日傘に求める機能



【全体考察】

今回の調査で、今後の普及の鍵として「携行性」と「アウトドア人気」という2つのキーワードが見えてきました。男性が日傘を使用したいと思う理由は、UV対策をはじめとする「健康保護」と移動時における暑さを和らげるなどの「快適性」の2つに分けることができ、さらに、機能として携行性と利便性を重視していることがわかりました。日傘を使用したくない理由としても「携行性」を挙げている人が多い一方、周囲からの目を気にする人は多くなく、心理的なハードルは比較的低いことがわかりました。

また、注目すべきは、アウトドア活動における日傘の有用性に対する認識です。「アウトドア活動(釣り、ハイキング、キャンプ等)での日差しや紫外線からの保護のため」を理由にした人が25.5%というデータは、アウトドアブームの中で、日傘が新たなニーズに応える存在となっていることを示しています。これは、日傘の利用が日常的なものに広がる一つの契機となる可能性も秘めているのではないのでしょうか。

▶さらに詳しい集計データを含む調査結果は [こちら](#) をご覧ください。

※本情報の引用・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致します。

<調査概要>

- 調査方法:ウェブ調査
- 調査エリア:全国
- 調査対象者:20~69歳男性
- サンプル数:合計500サンプル(20代~60代まで各100名)
- 調査期間:2023年6月20日(火)~21日(水)
- 株式会社ディーアンドエムの登録会員を対象に調査を実施

【株式会社スコープ】

代表取締役社長:横山 繁

設立:1989年4月1日 所在地:東京都千代田区富士見2-10-2 飯田橋グラン・ブルーム28階

事業内容:総合企画業務、総合広告・販売促進業務

企業サイト:<https://www.scope-inc.co.jp/> 問合せ先:koho@scope-inc.co.jp