

報道関係各位

2021年6月2日  
株式会社クロス・マーケティング

## 梅雨時のマスク「蒸れて暑い」が多数 エアコンの次に狙うは「通気性の良いマスク」「寝心地のよい寝具」

－ 梅雨に関する調査（2021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「梅雨に関する調査」（2021年）を実施しました。梅雨の時期の心配事や困りごと、快適に過ごすために準備しているものや欲しいもの等を調査しました。また、天気予報を見て、変える行動についても分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210602rainyseason/>

### ■調査結果

- ✓ コロナ禍における梅雨の時期の心配事・困りごととしては、「マスクを着けていると蒸れて暑い」が50%で最も多い。男性より女性の方が、心配事・困りごとが多い。

他には「室内がムシムシ、ジメジメする」や「洗濯物が乾きにくい」「外に干せる日が少ない」など、洗濯物に関する困りごとが多く挙げられた。また、全項目で女性の方が男性より多くの心配事・困りごとを抱えており、特に「買い物や仕事のために外出するのがおっくう」「髪がまとまりにくい」などは男女で大きな差がみられる。〈図1〉

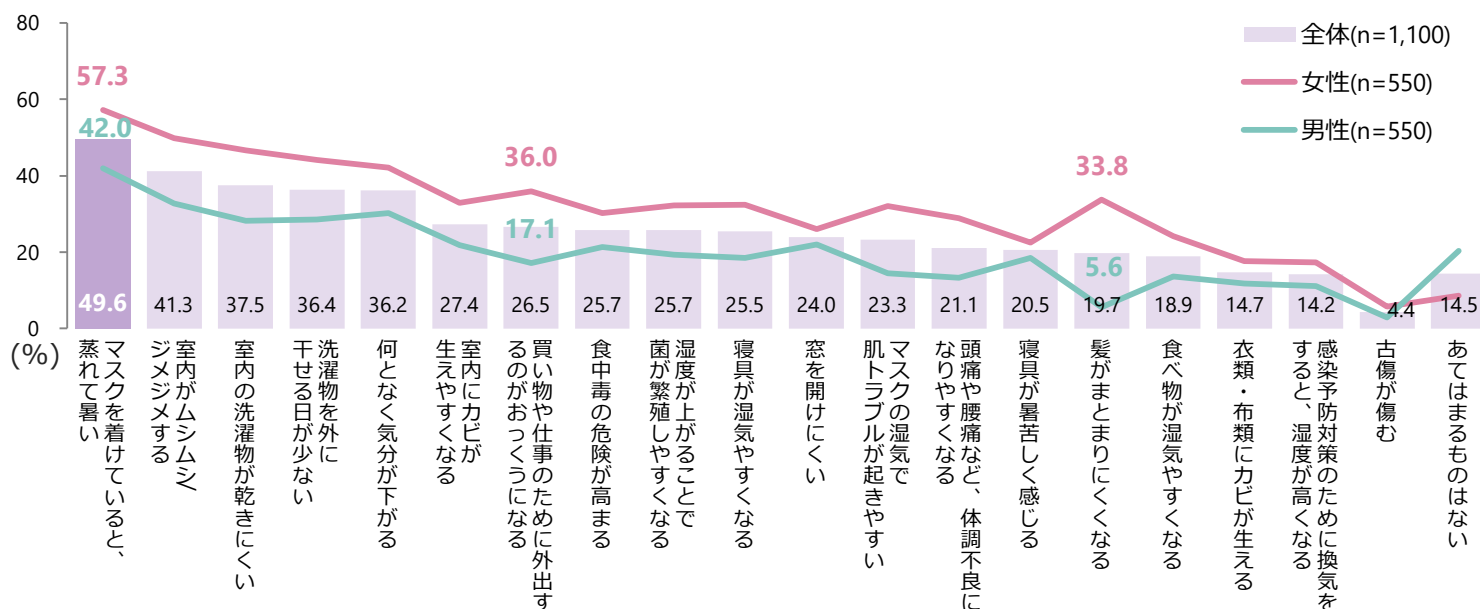
- ✓ 梅雨を快適に過ごすためにすでに準備しているものは「エアコン」が41%、これから欲しいものは「通気性の良いマスク」が19%で1位に。

その他、すでに準備しているものは「サーキュレーター」「除湿器」などで、家電を準備している人が多いことがわかった。一方で、これから欲しいものとしては「寝心地の良い寝具」のほか、「肌ざわりのいい衣服」「通気性の良い衣服」など、身につけるものが上位に挙げられている。〈図2〉

- ✓ 天気予報を見てからどうするか決める行動は、「傘を持って行くかどうか」「洗濯物を干すかどうか」が上位。女性は外出時の衣服や靴も天気によって使い分けしている。

「洗濯物を干すかどうか」「外出時の衣服をどれにするか」「外出時の靴をどれにするか」は男女で約2割の差がある。また、「外出自体をするかどうか」を天気予報によって決める人も3割程度いることがわかった。〈図3〉

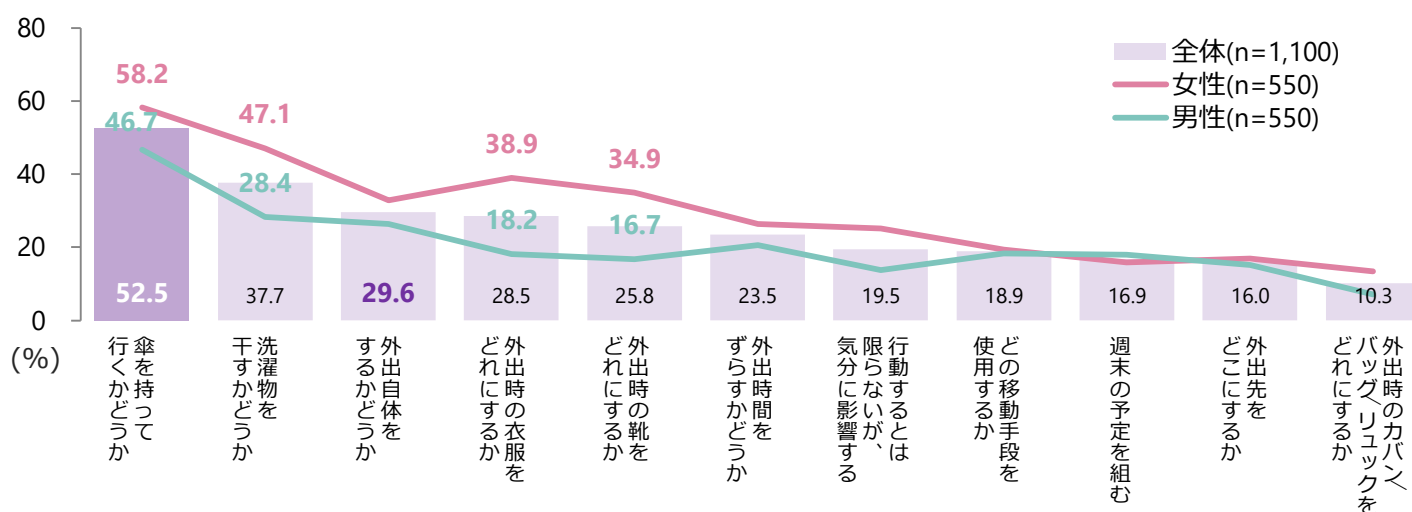
〈図1〉 コロナ禍における梅雨の時期の心配事、困りごと（複数回答）



<図2> 梅雨を快適に過ごすために準備していたもの、これから欲しいもの（複数回答）※上位5項目

すでに準備しているもの (n=1,100)			これから欲しいもの (n=1,100)		
1	エアコン	41.4%	1	通気性の良いマスク	18.6%
2	サーキュレーター	13.1%	2	寝心地のよい寝具	17.1%
3	除湿器	13.0%	3	除湿器	16.5%
4	肌ざわりのいい衣服	12.5%	4	肌ざわりのいい衣服	13.9%
5	頭痛薬・胃腸薬	12.1%	5	通気性の良い衣服	11.7%

<図3> 天気予報を見てからどうするか決める行動（複数回答）



■調査項目

属性設問

コロナ禍における梅雨の時期の心配事、困りごと

梅雨を快適に過ごすために、これから欲しいもの

梅雨を快適に過ごすために、準備していたもの

天気予報を見てからどうするか決める行動

◆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/life/20210602rainyseason/>

■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 : 2021年5月28日（金）～5月31日（月）

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

◆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・・・」