

2023年8月7日

-夏の新マーケット徹底研究②-

「男の日傘」から学ぶ未来！

街の新しいライフスタイルとビジネスチャンス

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。

今回は、前回に引き続き、この夏に日傘の使用意向がある男性の人物像とその背後の価値観やライフスタイルを明らかにすることで、男性の日傘のさらなる拡販・浸透に向けたアイデアに加え、男性にとって新しい夏のライフスタイル提案のヒントを探りました。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. 日傘の使用意向がある男性は、健康・美容・環境、生活の中での実用性まで、高い意識を持つ
2. アクティブなライフスタイルをサポート。趣味が導く日傘の普及と進化
3. 新型コロナウイルスによる生活変化が男の日傘市場を変えた可能性あり

【設問リスト】

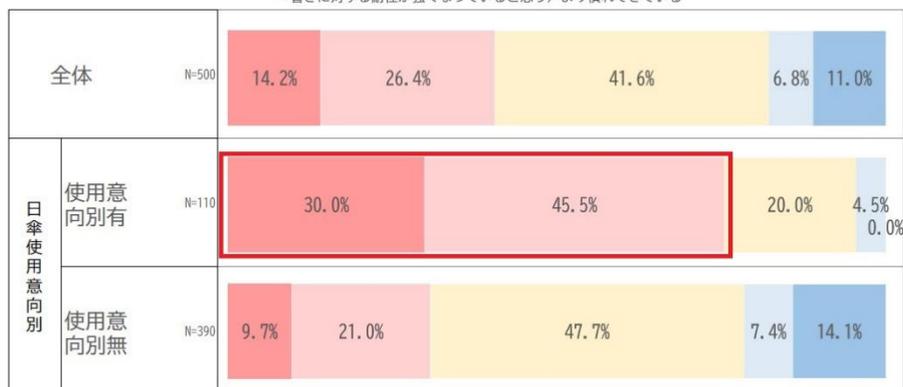
- ① (健康・美容・ファッション・流行/実用性のあるものの取り入れ^{など})基本的な価値観
- ② 現在の趣味
- ③ ここ数年における暑さへの耐性変化
- ④ 暑さへの耐性が弱くなっている理由

【集計結果の一部】

<ここ数年における暑さへの耐性変化>

n=500 *20~60代 500人

- 暑さに対する耐性が弱くなってきていると思う／慣れるのが難しくなっている
- どちらかといえば、暑さに対する耐性が弱くなってきていると思う／慣れるのが難しくなっている
- 変わっていないと感じる
- どちらかといえば、暑さに対する耐性が強くなってきていると思う／より慣れてきている
- 暑さに対する耐性が強くなってきていると思う／より慣れてきている



【全体考察】

私たちの周りのライフスタイルや環境の変化に応じて、以前は一般的でなかった行動やアイテムが、当たり前のように受け入れられていく現象が見られます。代表的な例として、日傘をさす男性の姿が挙げられるのではないのでしょうか。日傘以外にも、今年の4月から着用が努力義務化された「自転車用ヘルメット」や、日常のウォーキングをサポートするアイテムとしての「杖」が評価されており、さらにスタイリッシュなデザインのものが増えました。数年前から話題にのぼる「チェアリング」もその一つです。このような変化を捉えると、新しいビジネスのチャンスやライフスタイルの提案が見えてきます。日傘に関しては、駅や公共の場所に設置されている雨天用のレンタル傘を晴雨兼用として提供することを考えると、ビジネスの拡大が期待でき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