

もはや「1年の半分が夏」！  
夏の始まりは「5月」、終了は「10月」の回答が最多  
長期化する暑さで、半数以上が「夏が苦手」に  
～6割以上が対策に課金。毎日の「汗ケア」は生活インフラへ～

株式会社マンドムは、生活者の汗に関連するお悩みの解消をサポートするため、10～50代の男女1,000名を対象に「汗とにおいに関する意識調査」を実施しました。

調査の結果から、近年の異常気象や季節外れの暑さにより、「夏の早期化・長期化」を感じている実態が明らかになりました。過酷な暑さに伴い、汗の不快感や夏への苦手意識を抱える人が増加しており、今や汗対策は快適に過ごすための「生活インフラ」になっていると考えられます。

### 調査結果サマリー

1. 夏の開始は「5月」、終了は「10月」と感じる人が最多。暦上の秋まで続く「夏＝半年間」という体感が広がる。
2. 4割以上がここ数年で汗の量や不快感が「増えた」と実感。全体の半数以上が「夏が苦手」になったと回答。
3. 6割以上が汗対策に課金。ひと夏に3,000円以上を費やす層も顕在化するなど、対策への課金が一般化。
4. 3割以上が汗ケアアイテムを毎日使用。約5人に1人がボディシートを「1日3枚以上」消費するヘビーユーザー。
5. 汗ケアアイテム利用シーンは、「通勤・通学後」や「身支度時の予防」などの日常づかいが上位に。

### 調査結果

#### ■体感上の夏は「半年間」に

##### 1. 夏の始まりは「5月」、終了は「10月」の回答が最多。もはや1年の半分が夏へ。

ここ数年(1～2年)における日本の夏の体感期間について尋ねたところ、夏の始まりは「5月」、終了は「10月」と感じている人が最多となりました。夏の始まりの体感として、4月までは10%を下回っていますが、5月に入ると約6割(57.9%)が「夏が始まった」と実感していることがわかります。一方で、夏の終わりを感ずる時期は10月下旬(28.9%)が最も多く、次いで10月上旬(25.9%)という結果に。10月に入ってようやく夏の終わりを感ずる人が過半数を占めています。暦の上では秋とされる時期まで暑さが続くことから、「夏といえば7・8月」という季節の概念は変容し、現代の日本において「1年の半分(5月～10月)が夏である」という新しい季節感が定着しつつあることがわかります。

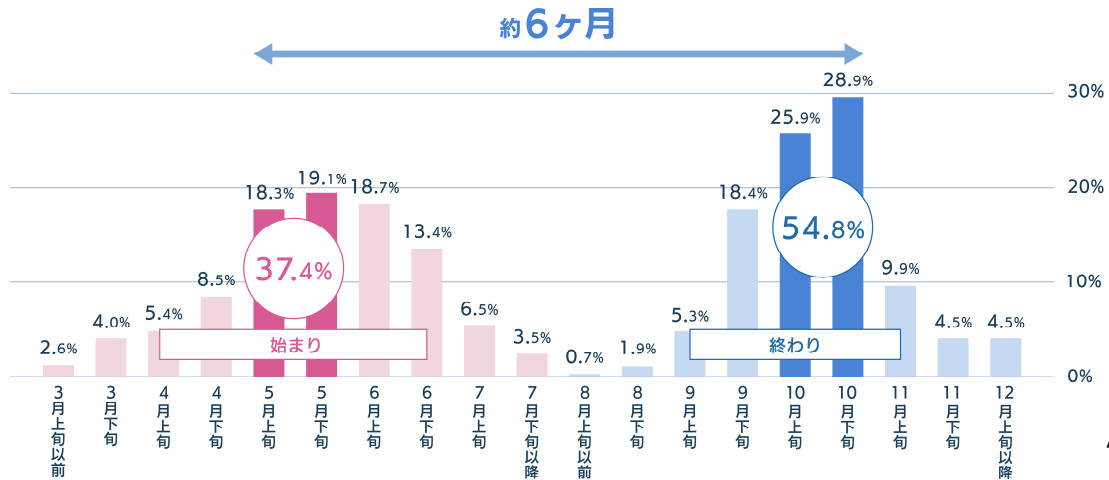
メディアからのお問合せ先：マンドム 広報部

大阪本社：奥田、辻、佐藤(実) TEL 06-6767-5021 FAX 06-6767-5045

青山オフィス：根岸 TEL 03-5766-2485 FAX 03-5766-2486

## 夏の開始は5月、終了は10月という回答が最多 「夏=6ヶ月間」という長期戦の実態

Q. ここ数年(1~2年)の日本の夏は、体感として何月ごろに始まり、何月ごろに終わったと感じますか。(N=1,000 / SA)

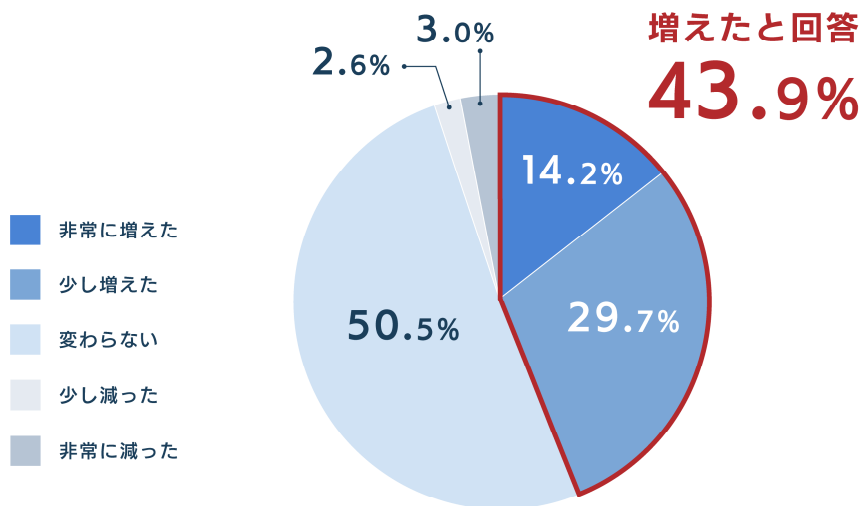


### 2. 4割以上がここ数年で「汗の量や不快感が増えた」と回答。猛暑の影響で「汗ストレス」が増加。

ここ数年における汗の量や不快感の変化について聞いたところ、全体の4割以上(43.9%)が「増えた」と回答し、汗に関する悩みの広がりが浮き彫りになりました。特に、10代男女、30代女性、40代男性では50%以上が「増えた」と実感しています。「夏の早期化・長期化」による厳しい暑さを背景に、世代や性別を問わず、汗に対する悩みがより広がっている現状がうかがえます。

### 4割以上が「汗の量や不快感が増えた」と回答

Q. ここ数年(3~5年前)と比較し、汗の量や不快感は増えたと感じますか。(N=1,000 / SA)



## 10代男女・30代女性・40代男性は、50.0%以上が増えたと感じている

Q. ここ数年(3~5年前)と比較し、汗の量や不快感は増えたと感じますか。(N=1,000 / SA) ※性年代別

(%)	変わらない	少し減った	非常に減った	非常に増えた	少し増えた	増えたの合計
男性10代	37.0%	2.0%	10.0%	17.0%	34.0%	51.0%
男性20代	63.0%	5.0%	4.0%	11.0%	17.0%	28.0%
男性30代	55.0%	4.0%	2.0%	14.0%	25.0%	39.0%
男性40代	47.0%	2.0%	1.0%	11.0%	39.0%	50.0%
男性50代	50.0%	2.0%	--	18.0%	30.0%	48.0%
女性10代	44.0%	1.0%	3.0%	13.0%	39.0%	52.0%
女性20代	56.0%	6.0%	5.0%	13.0%	20.0%	33.0%
女性30代	47.0%	--	2.0%	16.0%	35.0%	51.0%
女性40代	51.0%	2.0%	3.0%	14.0%	30.0%	44.0%
女性50代	55.0%	2.0%	--	15.0%	28.0%	43.0%



中には「リュックの跡の汗がついてしまい、下ろすたびに恥ずかしかった」や「外を歩くだけで汗をすぐにかき、外出するのが億劫になった」など、汗が原因で日常生活に支障を感じているという声が多く寄せられました。

## 「汗のせいで特に困ったこと」エピソード

Q. 汗のせいで特に困ったことや、困ったシーンはありますか。具体的に教えてください。

(N=1,000 / SA)



リュックの跡の汗がついてしまい、  
下ろすたびに恥ずかしかった



外を歩くだけで汗をすぐにかき、  
外出するのが億劫になった



メイクを直そうにも  
また汗が出るので困った



電車の吊り革に  
つかまることを躊躇った



ビジネスの場で汗をかいてシミができていて、  
少し恥ずかしい思いをした

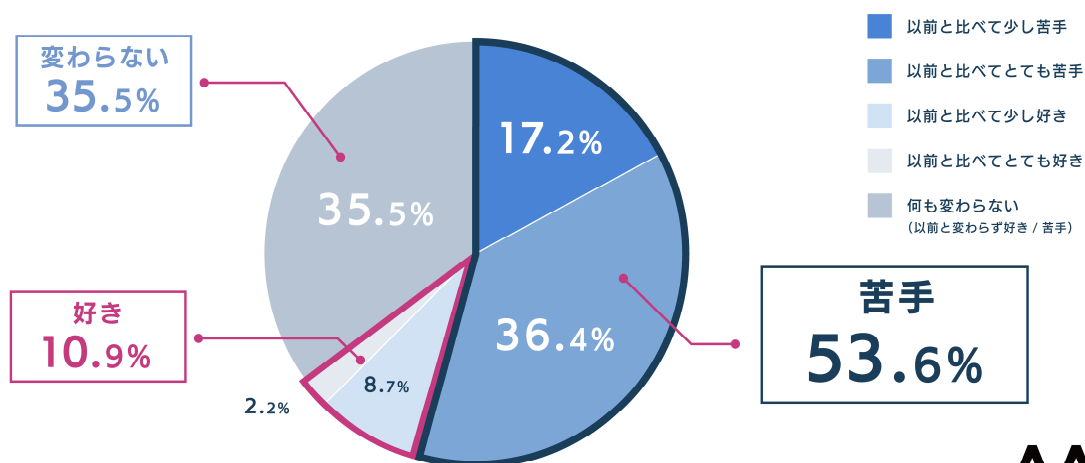


### 3. 猛暑の影響で半数以上が「夏が苦手になった」と回答。「楽しむ夏」から「耐える夏」に変化。

ここ数年の夏に対する印象の変化を聞いたところ、「以前より苦手になった」と答えた人が全体の半数以上(53.6%)を占め、「好きになった(10.9%)」を大きく上回る結果となりました。年代・性別を問わず幅広い層で夏を敬遠する傾向が見られますが、中でも顕著だったのが10代女性で、約7割(67.0%)に達しています。夏はお祭りや花火大会など、楽しいイベントが多い季節であるにもかかわらず、近年の過酷な暑さにより幅広い世代で「耐える季節」へと変化している実態がうかがえます。

#### イベントも多く開放的な季節である夏が、暑さにより「苦手になった」という切実な声。53.6%が苦手

Q. ここ数年の暑さと発汗によって、夏に対する印象は変わりましたか。(N=1,000 / SA)



#### 10代女性は約7割(67.0%)が苦手になったと回答 男性10代・40代、50代、 女性10代、30代、50代は50.0%以上が苦手になったと回答

Q. ここ数年の暑さと発汗によって、夏に対する印象は変わりましたか。(N=1,000 / SA) ※性年代別

(%)	何も変わらない (以前から変わらず 好き / 苦手)	以前と比べて 少し好き	以前と比べて とても好き	以前と比べて 少し苦手	以前と比べて とても苦手	苦手の 合計
男性10代	37.0%	11.0%	2.0%	23.0%	27.0%	50.0%
男性20代	48.0%	7.0%	3.0%	11.0%	31.0%	42.0%
男性30代	47.0%	10.0%	2.0%	10.0%	31.0%	41.0%
男性40代	33.0%	6.0%	1.0%	14.0%	46.0%	60.0%
男性50代	34.0%	6.0%	1.0%	23.0%	36.0%	59.0%
女性10代	24.0%	6.0%	3.0%	27.0%	40.0%	67.0%
女性20代	35.0%	14.0%	3.0%	14.0%	34.0%	48.0%
女性30代	24.0%	11.0%	3.0%	21.0%	41.0%	62.0%
女性40代	37.0%	10.0%	4.0%	17.0%	32.0%	49.0%
女性50代	36.0%	6.0%	--	12.0%	46.0%	58.0%



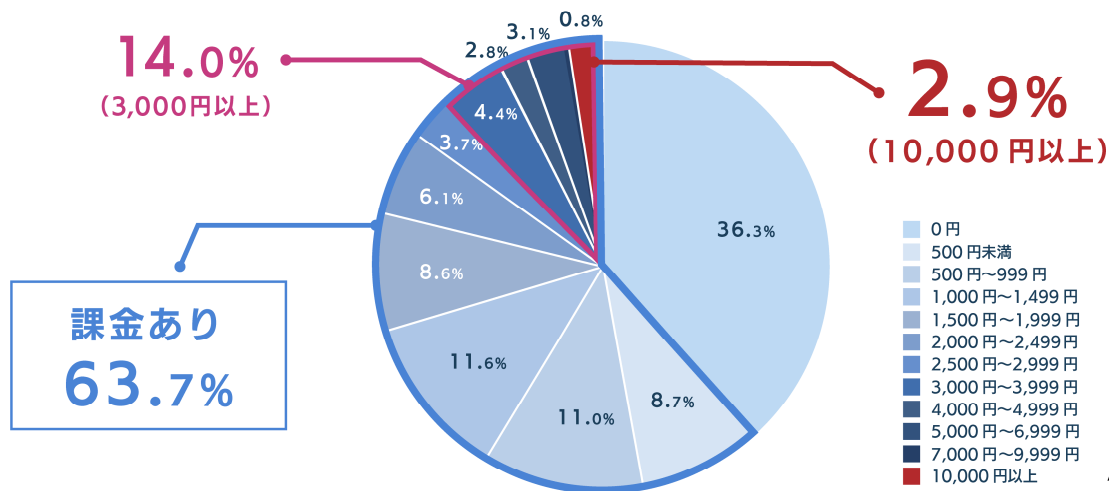
## ■汗ケアはもはや「生活インフラ」へ

### 4. 約6割が汗対策に課金する時代。3,000円以上を費やす層も顕在化。

夏の汗対策(アイテム購入やクリーニング等)にかかる金額について聞いたところ、6割以上(63.7%)が汗対策に課金していることが明らかになりました。支出額を見ると、ひと夏に 3,000円以上を費やす層が14.0%を占めるほか、中には10,000円以上を費やすヘビー層(2.9%)も見受けられます。長引く猛暑を背景に、人々の汗対策への意識の高さがうかがえます。汗ケアはもはや日常に欠かせない「生活インフラ」へと変化している実態が浮き彫りになりました。

### 63.7%が汗対策に課金、3,000円以上の課金層は14.0%

Q. ここ数年の、1シーズンの夏の汗対策(アイテム購入やクリーニング等)にかかる合計金額はおおよそいくらですか (N=1,000 / SA)

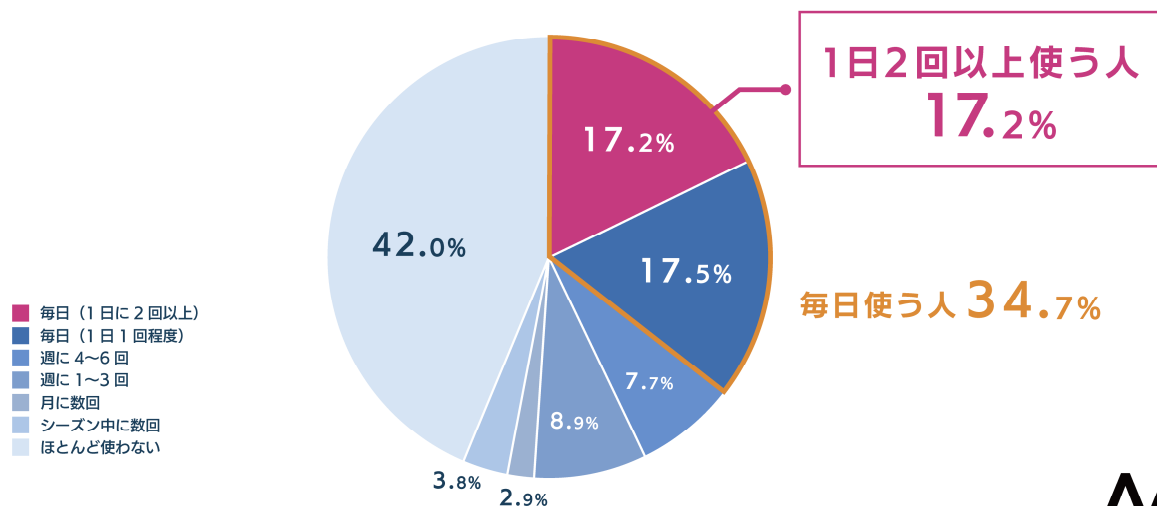


### 5. 3割以上が汗ケアアイテムを毎日使用と回答。「1日に2回以上」使うヘビー層も。

汗ケアアイテムの使用頻度について聞いたところ、34.7%が「毎日」使っていると回答し、中でも17.2%は「1日に2回以上」と複数回使用していることがわかりました。こまめな汗ケアが現代人にとって必要不可欠な生活のルーティンになりつつある実態が浮き彫りになりました。

### 汗ケアアイテムを毎日使う人は34.7%、1日に2回以上使う層も

Q. 暑い夏の時期、汗ケアアイテムを使用する頻度を教えてください。(N=1,000 / SA)



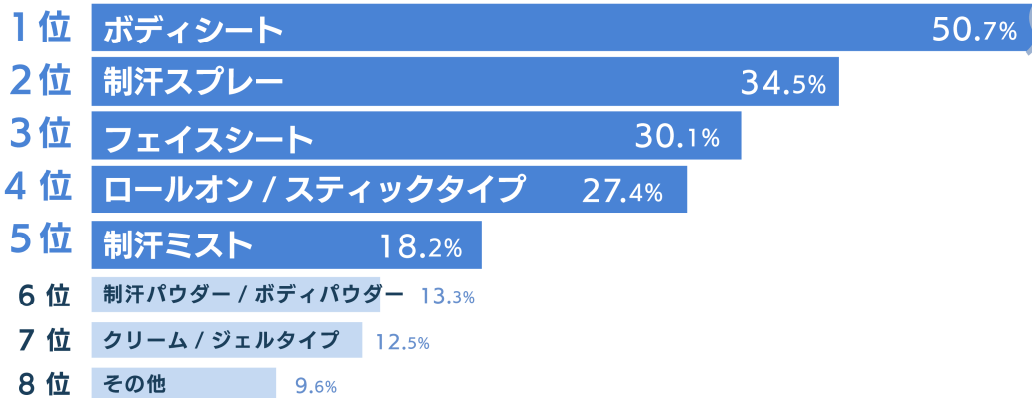
## 6. 夏の汗ケアアイテム第1位は「ボディシート」。3割が1シーズンに「2個以上」購入。

夏に使用している汗ケアアイテムを聞いたところ、1位「ボディシート(50.7%)」、2位「制汗スプレー(34.5%)」、3位「フェイスシート(30.1%)」、4位「ロールオン/スティック(27.4%)」、5位「制汗ミスト(18.2%)」という結果に。

1シーズンあたりのボディシート購入個数に着目すると、全体の3割(30.1%)が「2個以上」購入しており、中には「6個以上」購入する人も見受けられます。暑さが深刻化する中で、汗ケアアイテムが「もはや生活必需品」になりつつあることがうかがえます。

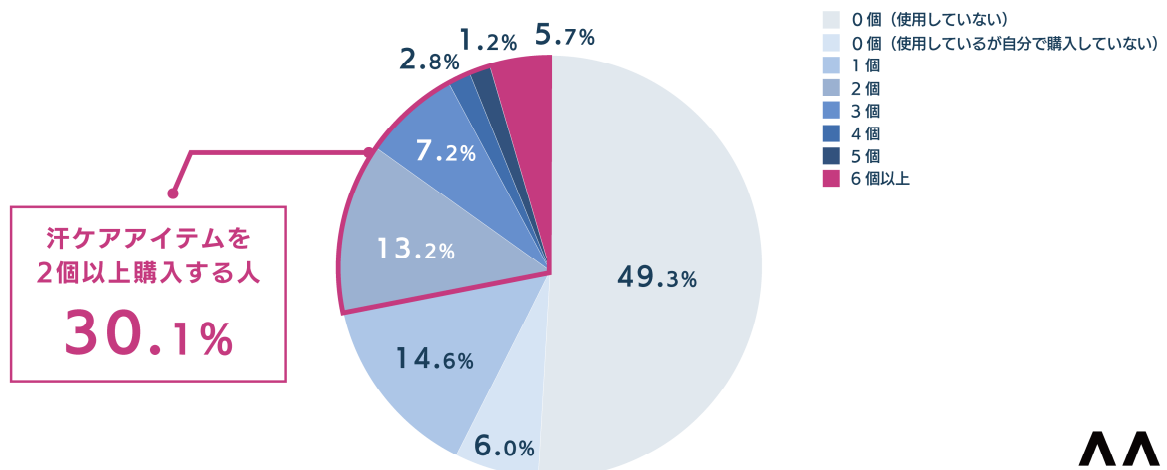
### 1位「ボディシート」2位「制汗スプレー」3位「フェイスシート」 4位「ロールオン/スティック」5位「制汗ミスト」

Q. 夏に使用している汗ケアアイテムと、そのアイテムの1シーズンあたりの購入個数をすべて教えてください。(N=1,000 / SAMT) ※夏に使用している汗ケアアイテム



### ボディシートを「1シーズンに2個以上購入する」人は3割、 6個以上購入するユーザーも

Q. 夏に使用している汗ケアアイテムと、そのアイテムの1シーズンあたりの購入個数をすべて教えてください。(N=1,000 / SA) ※ボディシート購入数

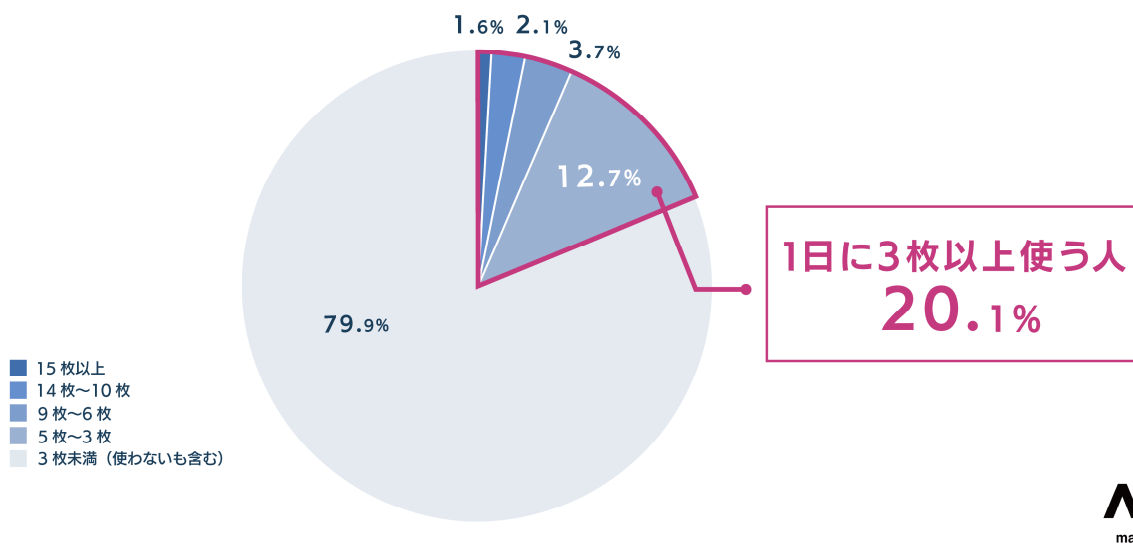


## 7. 約5人に1人がボディシートを「1日3枚以上」を消費。

夏場の1日あたりのボディシート使用状況について聞いたところ、約5人に1人(20.1%)が「1日に3枚以上」ボディシートを使用しており、ヘビーユーザーの存在が明らかになりました。

### 約5人に1人がボディシートを「1日3枚以上」使うヘビーユーザー

Q. 暑い夏の時期、ボディシートは「1日」に何枚程度使いますか。(N=1,000 / SA)

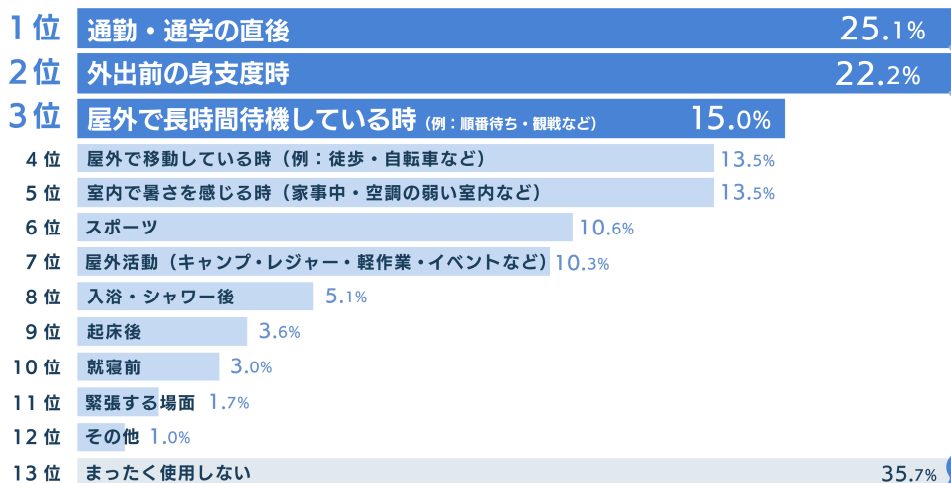


## 8. 汗ケアアイテムは「通勤・通学の直後」や「外出前の身支度時」などの日常づかいが上位に。

汗ケアアイテムを使用するシーンについて聞いたところ、1位「通勤・通学の直後(25.1%)」、2位「外出前の身支度時(22.2%)」、3位「屋外での長時間待機時(15.0%)」という結果になりました。「スポーツ時」や「レジャー時」などの大量に汗をかく場面での使用以上に、「外出前の予防」や「目的地到着後のリフレッシュ」など、毎日の当たり前の生活習慣として汗ケアが組み込まれている実態がうかがえます。

### 使用シーン 1位「通勤・通学の直後」 2位「外出前の身支度」、 3位「屋外で長時間待機」

Q. 汗対策アイテムを使用するシーンを3つまで教えてください。(N=1,000 / MA)



## ■まとめ

近年の暑さの長期化により、もはや日本の夏は「5月から10月までの半年間」続くものとして定着しつつあります。この長期化する過酷な暑さに伴い、汗の不快感や夏への苦手意識を抱える人が増加している実態が浮き彫りになりました。今回の調査から、現代における汗対策は、「スポーツ時」や「レジャー時」にとどまらず、毎日の身支度や通勤・通学時に欠かせない「生活インフラ」として日常化していることがわかります。「1年の半分以上が夏」と感じる時代において、汗によるストレスを我慢するのではなく、日々のルーティンとして早めの時期から「適切な汗ケア」を取り入れることが、自分らしくベストな状態で過ごすために不可欠です。生活のインフラとなりつつある汗ケアアイテムを通じて、長期化する暑さを少しでも快適に、そして前向きに乗り切ってほしいと考えております。

## ■「汗とにおいに関する意識調査」調査概要

- ・調査手法：インターネットリサーチ
- ・調査時期：2026年3月7日～3月10日
- ・調査対象：15～59歳/男女/n=1,000(マンダム調べ)

## ■マンダムの汗やにおいの研究について

マンダムは「汗」や「におい」を身体的な問題だけでなく、精神的に大きな影響を及ぼしQOLに大きく関わる“社会的な問題”と捉え、研究に注力してきました。その研究は、汗やにおいの発生メカニズムの解明やミドル特有の体臭成分の発見、汗腺の根本を眠らせる成分機能の発見など、幅広い成果につながっています。

研究情報サイト：汗とにおい総研

<https://www.mandom.co.jp/sweat-smell/>