

2人に1人がレインブーツを所有  
レインブーツで出社も女性には常識に  
雨の日にしかできないオシャレで気分を上げる女性多数

- レイングッズ（雨具）に関する調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20140523/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学）は、レイングッズ（雨具）に関するインターネット調査を実施しました。今回の調査は、5月13日から14日の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国に在住する20代から50代の女性、計1000人を対象に行いました。

---

■□ 調査結果 □■

---

■レインブーツは2人に1人が所有している

はじめに、現在持っているレイングッズ（雨具）に関して聞いたところ、「傘」が97.7%と最も多く、次いで、「レインブーツ（長靴）」が49.3%、レインコート（パーカーやポンチョタイプを含む）が35.1%と続いている。

レインブーツ（長靴）はおおよそ2人に1人が所有しているが、30-50代は半数以上が所有していると回答しているのに対し、20代の所有は34.0%と、やや少なくなっている。

一方で、今後欲しいレイングッズ（雨具）に関して聞いてみると、「この中にはない／特にない」が37.4%とトップになったものの、「レインブーツ（長靴）」が25.8%と、約4人に1人がレインブーツ（長靴）が欲しいと回答しており、年代別にみると特に20代が高く、33.2%となっている。

20代女性は他の年代よりもレインブーツの所有率が低く一方で購入意向が高いことから、まだまだ今後も浸透していく可能性がありそうだ。

◇現在持っているレイングッズ（雨具）（n=1000）複数選択 単位：%

		n	傘	レインブーツ（長靴）	ポインチョタイプ（パーカーや含む）	ズレインパンプス（シュー）	傘ケース	雨用の撥水バッグ	レインバッグカバー	レインスカート	傘ハンガー	この中にはない／特にない
全体		1000	97.7	49.3	35.1	13.0	11.0	5.6	3.0	2.1	2.0	2.0
年代	20代	250	96.4	34.0	22.8	11.6	8.0	6.4	2.4	1.2	2.0	3.2
	30代	250	98.8	55.2	32.4	11.2	7.6	2.0	3.2	1.6	1.6	1.2
	40代	250	97.6	52.8	36.4	14.0	11.6	4.4	2.0	3.2	2.0	2.4
	50代	250	98.0	55.2	48.8	15.2	16.8	9.6	4.4	2.4	2.4	1.2

◇今後欲しいレイングッズ（雨具）（n=1000）複数選択 単位：%

		n	レインブーツ（長靴）	ズレインパンプス（シュー）	傘	ポインチョタイプ（パーカーや含む）	雨用の撥水バッグ	レインバッグカバー	傘ケース	レインスカート	傘ハンガー	この中にはない／特にない
全体		1000	25.8	25.1	14.4	13.3	13.2	10.6	7.1	4.4	3.7	37.4
年代	20代	250	33.2	24.4	15.2	12.8	12.8	9.6	7.2	2.8	4.8	34.8
	30代	250	24.4	28.4	16.8	17.6	14.8	11.6	5.6	5.2	3.6	36.4
	40代	250	23.6	27.2	12.8	10.8	12.0	12.0	6.8	3.6	2.8	41.2
	50代	250	22.0	20.4	12.8	12.0	13.2	9.2	8.8	6.0	3.6	37.2

■購入時、傘は価格重視、レインブーツ（長靴）は価格よりデザイン重視の傾向

次に、レイングッズ（雨具）をどのような基準で購入しているのか聞いたところ、傘については、「価格（70.8%）」が2位と僅差でトップとなっており、次いで「デザイン（68.2%）」、「軽量（32.8%）」となっている。年代別にみると、価格については比較的20代が重視をしており、逆に軽さについては年齢が高くなるにつれて重視する割合が高くなっている。

レインブーツ（長靴）においては、「デザイン（80.5%）」が最も重視され、次に「価格（63.7%）」となっており、その後は2割以下で続いている。

◇傘の購入基準 (n=977) 複数選択 単位：%

		n	価格	の高機能 機能 (基本機能以外)	デザイン	耐久性	ブランド	軽量	安全性	その他	特になし
全体		977	70.8	13.7	68.2	20.9	7.5	32.8	8.0	1.7	4.9
年代	20代	241	78.8	12.0	66.4	19.9	4.1	20.7	5.0	0.8	4.1
	30代	247	68.0	15.0	73.3	18.6	9.3	29.6	8.1	0.4	4.0
	40代	244	70.1	11.1	68.0	23.4	5.7	36.1	7.8	2.5	3.7
	50代	245	66.5	16.7	64.9	21.6	10.6	44.5	11.0	3.3	7.8

◇レインブーツ (長靴) の購入基準 (n=493) 複数選択 単位：%

		n	価格	の高機能 機能 (基本機能以外)	デザイン	耐久性	ブランド	軽量	安全性	その他	特になし
全体		493	63.7	15.0	80.5	16.4	8.9	19.3	8.3	2.4	3.0
年代	20代	85	76.5	18.8	84.7	15.3	11.8	16.5	5.9	3.5	0.0
	30代	138	60.9	15.2	86.2	16.7	13.0	17.4	7.2	1.4	0.7
	40代	132	63.6	14.4	78.0	14.4	4.5	22.7	9.8	2.3	3.8
	50代	138	58.7	13.0	74.6	18.8	7.2	19.6	9.4	2.9	6.5

■レインブーツやパンプスは「あると便利だと思ったから」が一番の新調理由

1年未満に購入したアイテムについて、新調理由を聞いたところ、傘は「使っていたものが壊れたから (43.9%)」が最も高く、次いで「お気に入りのデザインを見つけたから (24.8%)」、「古くなってきたから (19.6%)」という必要に迫られての再購入理由が目立つことに対し、レインブーツ (長靴) は「あると便利だと思ったから (32.6%)」、「お気に入りのデザインを見つけたから (29.1%)」、「雨の日を快適に過ごしたいと思ったから (22.0%)」といった、雨の日を快適に過ごすため、プラス要素での購入理由が上位となっている。

「レインパンプス (シューズ)」や、「レインコート (パーカーやポンチョタイプを含む)」に関してもレインブーツ (長靴) と同様の傾向が見受けられる。

◇傘の新調理由 (n=367) 複数選択 単位：%

		n	使 つ た か ら	古 く な っ て き た か ら	お 気 に 入 り の デ ザ イ ン	安 か っ た か ら	か ら あ る と 便 利 だ と 思 っ た	行 っ て い る と 思 う か ら	最 近 レ イ ン グ ツ が 流	て 、 友 人 ・ 知 人 が 持 っ て い る	雨 の 日 を 快 適 に 過 ご し た い と 思 っ た か ら	特 に 理 由 は な い
全体		367	43.9	19.6	24.8	16.9	10.1	0.3	0.5	5.7	6.8	
年代	20代	100	51.0	17.0	18.0	25.0	15.0	0.0	1.0	7.0	7.0	
	30代	87	47.1	20.7	23.0	10.3	10.3	0.0	0.0	5.7	6.9	
	40代	85	43.5	17.6	25.9	18.8	8.2	0.0	0.0	4.7	5.9	
	50代	95	33.7	23.2	32.6	12.6	6.3	1.1	1.1	5.3	7.4	

◇レインブーツ (長靴) の新調理由 (n=141) 複数選択 単位：%

		n	使 つ た か ら	古 く な っ て き た か ら	お 気 に 入 り の デ ザ イ ン	安 か っ た か ら	か ら あ る と 便 利 だ と 思 っ た	行 っ て い る と 思 う か ら	最 近 レ イ ン グ ツ が 流	て 、 友 人 ・ 知 人 が 持 っ て い る	雨 の 日 を 快 適 に 過 ご し た い と 思 っ た か ら	特 に 理 由 は な い
全体		141	15.6	9.2	29.1	17.7	32.6	4.3	1.4	22.0	5.0	
年代	20代	29	17.2	13.8	34.5	13.8	24.1	3.4	3.4	27.6	3.4	
	30代	45	13.3	4.4	40.0	15.6	37.8	2.2	0.0	20.0	2.2	
	40代	30	16.7	6.7	20.0	13.3	33.3	3.3	3.3	23.3	6.7	
	50代	37	16.2	13.5	18.9	27.0	32.4	8.1	0.0	18.9	8.1	

◇レインパンプス (シューズ) の新調理由 (n=58) 複数選択 単位：%

		n	使 つ た か ら	古 く な っ て き た か ら	お 気 に 入 り の デ ザ イ ン	安 か っ た か ら	か ら あ る と 便 利 だ と 思 っ た	行 っ て い る と 思 う か ら	最 近 レ イ ン グ ツ が 流	て 、 友 人 ・ 知 人 が 持 っ て い る	雨 の 日 を 快 適 に 過 ご し た い と 思 っ た か ら	特 に 理 由 は な い
全体		58	5.2	8.6	36.2	19.0	41.4	1.7	0.0	27.6	3.4	
年代	20代	14	7.1	7.1	35.7	28.6	57.1	0.0	0.0	14.3	0.0	
	30代	17	5.9	5.9	47.1	17.6	35.3	5.9	0.0	35.3	5.9	
	40代	16	6.3	6.3	25.0	18.8	37.5	0.0	0.0	12.5	6.3	
	50代	11	0.0	18.2	36.4	9.1	36.4	0.0	0.0	54.5	0.0	

◇レインコート（パーカーやポンチョタイプを含む）の新調理由

（n=82）複数選択 単位：%

		n	使 つ た か ら	古 く な っ て き た か ら	お お 気 に 入 り の デ ザ イ ン	安 か っ た か ら	か ら あ る と 便 利 だ と 思 っ た	行 最 近 レ イ ン グ ツ ツ が 流 行 っ て い る と 思 う か ら	て 友 人 ・ 知 人 が 持 っ た か ら い い と 思 っ た	雨 の 日 を 快 適 に 過 ご し たい と 思 っ た	特 に 理 由 は な い
全体		82	7.3	12.2	26.8	17.1	45.1	0.0	3.7	29.3	2.4
年代	20代	20	5.0	10.0	25.0	15.0	55.0	0.0	10.0	25.0	0.0
	30代	28	10.7	3.6	21.4	14.3	53.6	0.0	0.0	39.3	7.1
	40代	13	7.7	38.5	23.1	23.1	46.2	0.0	0.0	15.4	0.0
	50代	21	4.8	9.5	38.1	19.0	23.8	0.0	4.8	28.6	0.0

■職場へレインブーツ（長靴）での出社は女性には受け入れられている様子

レインブーツ（長靴）で職場に出社することをどのように思うかとの設問では、「マナー違反だと思う」はわずか4.2%しかおらず、「特に何も思わない（49.0%）」、「雨の日なのでしょうがないと思う（46.8%）」が大多数を占めた。レインブーツ（長靴）で職場に出社することは、女性には受け入れられているようだ。

◇レインブーツ（長靴）で職場に出社することをどのように思うか

（n=1000）単一選択 単位：%

		n	特 に 何 も 思 わ な い	雨 の 日 な の で し よ う が な い と 思 う	マ ナ ー 違 反 だ と 思 う
全体		1000	49.0	46.8	4.2
年代	20代	250	58.8	36.4	4.8
	30代	250	50.8	44.8	4.4
	40代	250	43.6	54.4	2.0
	50代	250	42.8	51.6	5.6

■憂鬱な雨の日でも、外出を楽しむ商品・サービスは今後浸透の余地がありそう

雨の日の外出を楽しむために行っている工夫を自由に記入してもらったところ、「予約の取りにくい飲食店等にアプローチしてみる」、「ポイントアップのお店に買い物に行く」といった雨の日のメリットを見つけている人や、「雨具を可愛いものに統一」、「傘は出来るだけ好きなデザインのものを選ぶ」といった形で、つい憂鬱になってしまいがちな雨の日を、女性ならではの方法で気分を上げようとしている回答が多く見受けられた。

お店や施設で雨の日限定のサービスを行っていることに対する認知では半数近くがサービス自体知らないと答えており、今後認知率をあげることで雨の日の外出を楽しもうと思

う層の取り込みにつながる可能性がありそうだ。

◇雨の日に何か対策をしているか (n=1000) 単一選択 単位：%

		n	対策をしている	対策をしていない
全体		1000	32.2	67.8
年代	20代	250	29.2	70.8
	30代	250	36.4	63.6
	40代	250	30.4	69.6
	50代	250	32.8	67.2

◇お店や施設などで、このサービスがあることを知っていた

(n=1000) 複数選択 単位：%

		n	日商 限定街 のポ イント アッ プ	引美 容室 など での 雨の 日限 定の 割	のデ 傘パ ー トの 貸し 出し	ゼ百 ント （試 供 品 な ど）	限レ 定ス ド リ ン ク 1 杯 無 料	く限 はレ スト ラ ン や カ フ エ で の 雨 の 日	レ ス ト ラ ン や カ フ エ で の 雨 の 日	この 中 に は な い ／ 特 に な い
全体		1000	33.6	25.2	23.3	14.3	13.2	12.9	47.9	
年代	20代	250	34.4	30.4	29.6	16.4	14.0	15.2	42.8	
	30代	250	38.4	28.4	24.0	16.0	17.6	14.4	40.4	
	40代	250	32.0	23.2	21.6	15.6	11.6	12.0	54.4	
	50代	250	29.6	18.8	18.0	9.2	9.6	10.0	54.0	

【調査概要】

調査エリア : 全国  
 調査対象者 : 20代から50代 女性  
 回収サンプル数 : 1000サンプル  
 調査期間 : 2014年5月13日から14日  
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上

**【お問い合わせ先】**

楽天リサーチ株式会社 マーケティング企画部

Email : pm-rsch-clama@mail.rakuten.com