

「梅雨・初夏のニオイ」に関する意識調査

電車より“職場”がクサイ？約8割が梅雨時期に他人のニオイを意識 40・50代ほど「言えない」若年女性は“自分も臭っているかも”不安 約7割が「洗濯しているのに臭う」経験あり 20代では“香りが混ざる不快感”も

酸素系漂白剤「オキシクリーン」を販売する株式会社グラフィコ（代表取締役：マイケル・リード）は、全国の20代～50代の働く男女807人を対象に、「梅雨・初夏のニオイ」に関する意識調査をインターネットリサーチにて実施いたしました。



■調査サマリー

1. 約8割「梅雨時期に他人のニオイ気になる」電車よりも“職場”がニオイ問題の中心に
2. 他人のニオイ問題は若者の悩みではなく中高年層ほど「言えない」傾向
3. 約9割が他人のニオイをきっかけに“私は大丈夫？”不安 若年女性で高い傾向
4. 全体の約6割が「ニオイが気になって仕事に影響」若年層の約3割は「集中できない」
5. 約7割「洗濯しているのに臭う」経験、世代問わず梅雨時期の“ニオイ残り”が共通課題に
6. 約半数が「香りで隠しても根本解決しない」 20代では“香りが混ざる不快感”も

■調査背景

梅雨・初夏の時期は、湿気や汗の影響により、衣類や生活空間におけるニオイの悩みが顕在化しやすい季節です。特に、「他人のニオイが気になっても指摘できない」「自分自身も臭っているかもしれない」といった対人関係における心理に着目し、ニオイに関する“言えない問題”や不安の実態を定量的に明らかにします。また、ニオイが日常生活や職場でのコミュニケーション、行動意識にどのような影響を与えているのかを把握するとともに、梅雨・初夏時期に求められる身だしなみ対策のあり方について検討することを目的としています。

■調査概要

【調査方法】インターネット調査

【調査地域】全国

【調査対象】20代～50代の働く男女

20代：男性107人、女性110人 / 30代：男性108人、女性106人

40代：男性105人、女性104人 / 50代：男性81人、女性86人

【サンプル数】807人

【調査期間】2026年4月20日(月)～4月27日(月)

※グラフ内の数値は小数点第二位以下四捨五入

◆引用・転載時のクレジット表記のお願い

本内容の転載にあたりましては、

①「オキシクリーン調べ」である旨

②オキシクリーンブランドサイト (<https://www.oxicleanjapan.jp/>) へのリンクを付記のうえご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■調査結果から各年代別まとめ

<20代はニオイが気になり「仕事への影響」を感じやすい>

- ・女性は「集中できない」「距離を置く」など、ニオイによる仕事への影響が比較的高い傾向
- ・男性は「洗濯しているのに臭う」経験や、“香りが混ざる不快感”を感じやすい

<30代は“ブーメラン臭”不安が強い>

- ・女性は「他人のニオイをきっかけに自分も臭っているのでは」と感じる割合が最多
- ・他人のニオイを“自分ごと化”しやすい傾向が見られる

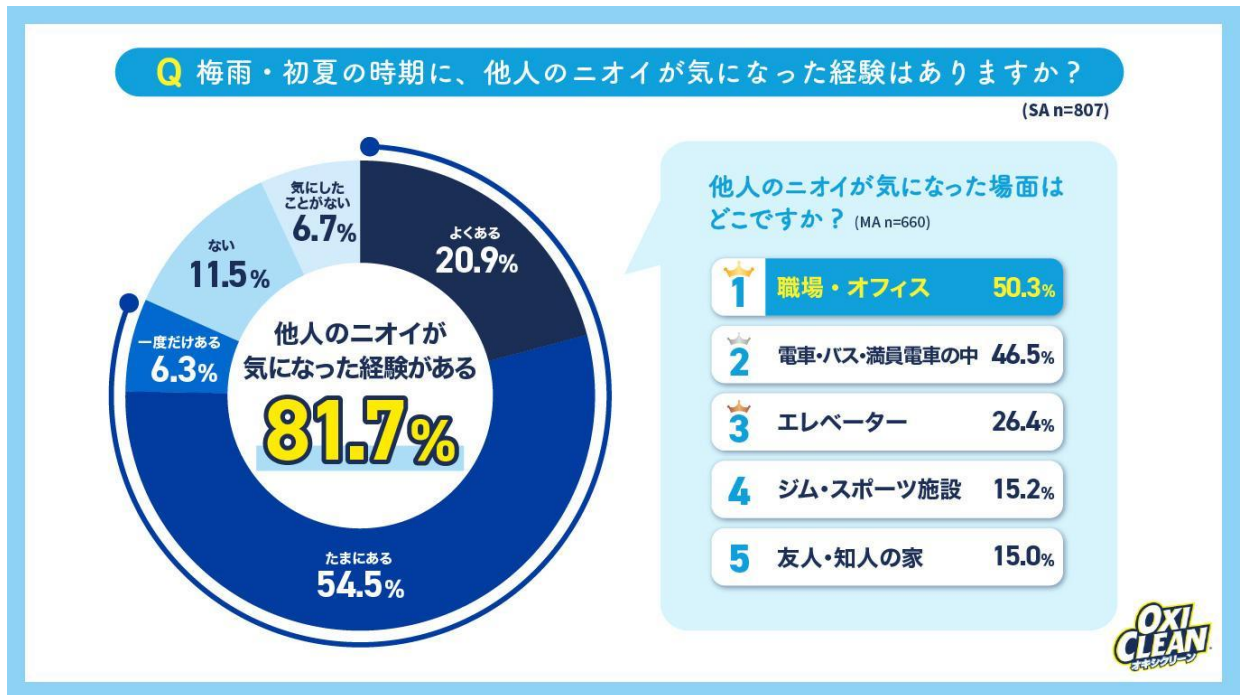
<40代は「気になっても言えない」傾向>

- ・男女共通でニオイ問題を“指摘しづらい問題”として捉える
- ・20～30代と比べると、自身のニオイへの不安や仕事への影響は低下

<50代は「仕事への影響なし」「自分も臭っているかも不安なし」が比較的高い>

- ・一方で、女性は「気になったが言い出せなかった」が57.5%で最多
- ・若年層と比べ、ニオイへの不安は低い一方、相手に“言えない”傾向が強く見られた

1. 約8割「梅雨時期に他人のニオイ気になる」電車よりも“職場”がニオイ問題の中心に

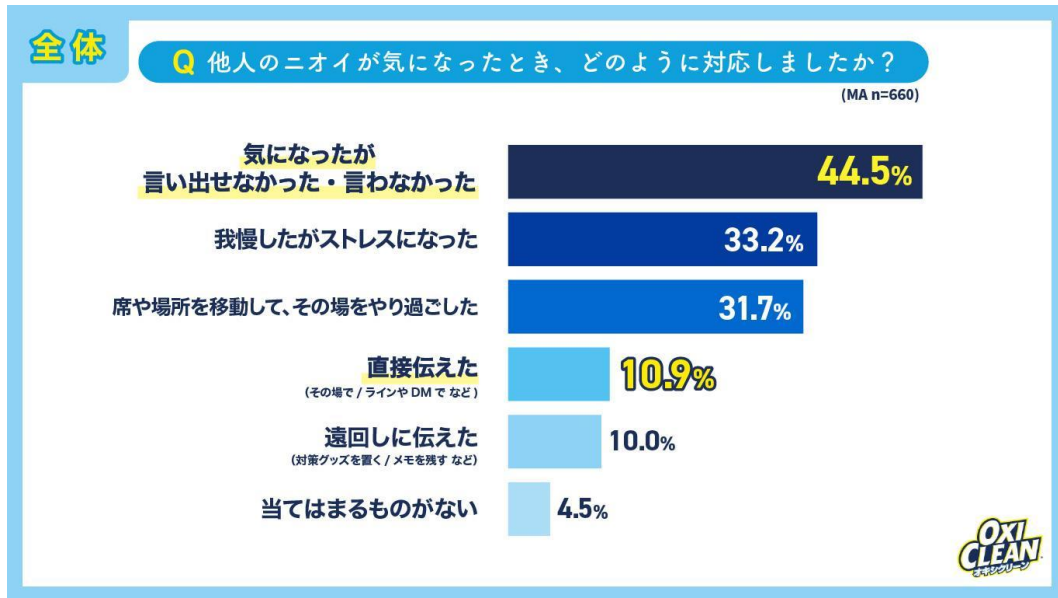


梅雨・初夏時期に他人のニオイが気になった経験について、「よくある」「たまにある」「一度だけある」の合計は81.7%となりました。

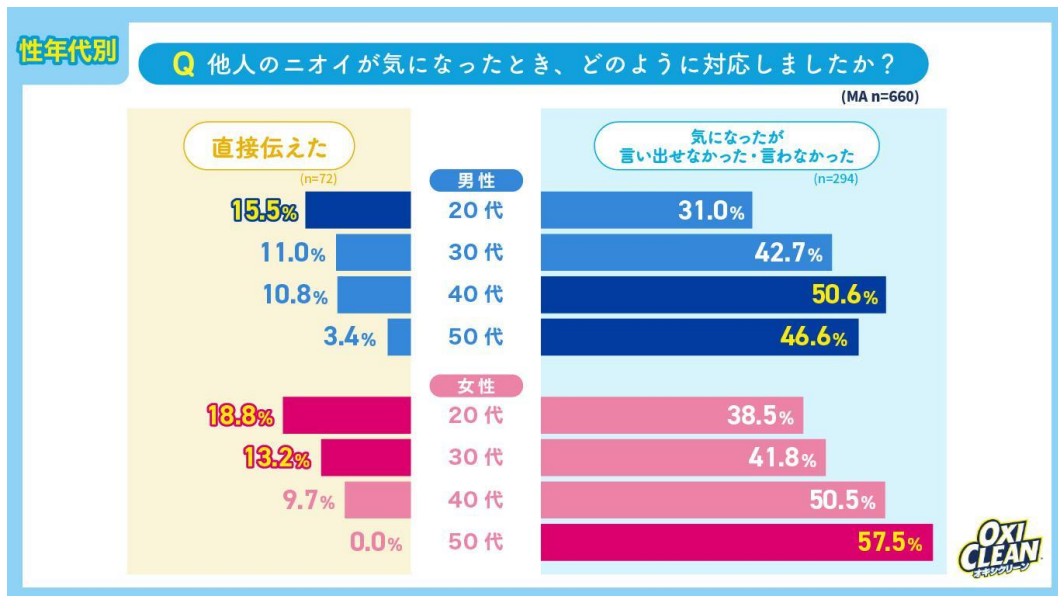
他人のニオイが気になる場面をたずねると、「職場・オフィス（50.3%）」が最多となり、「電車・バス・満員電車（46.5%）」を上回る結果となりました。

梅雨時期のニオイ問題は、これまで通勤中や公共交通機関などで語られることも多くありましたが、今回の調査では、日常的に長い時間を過ごす“職場”において、より身近な問題として認識されている実態が明らかになりました。

2. 他人のニオイ問題は若者の悩みではなく中高年層ほど「言えない」傾向



他人のニオイが気になった際の対応について、最も多かったのは「気になったが言い出せなかった・言わなかった (44.5%)」でした。

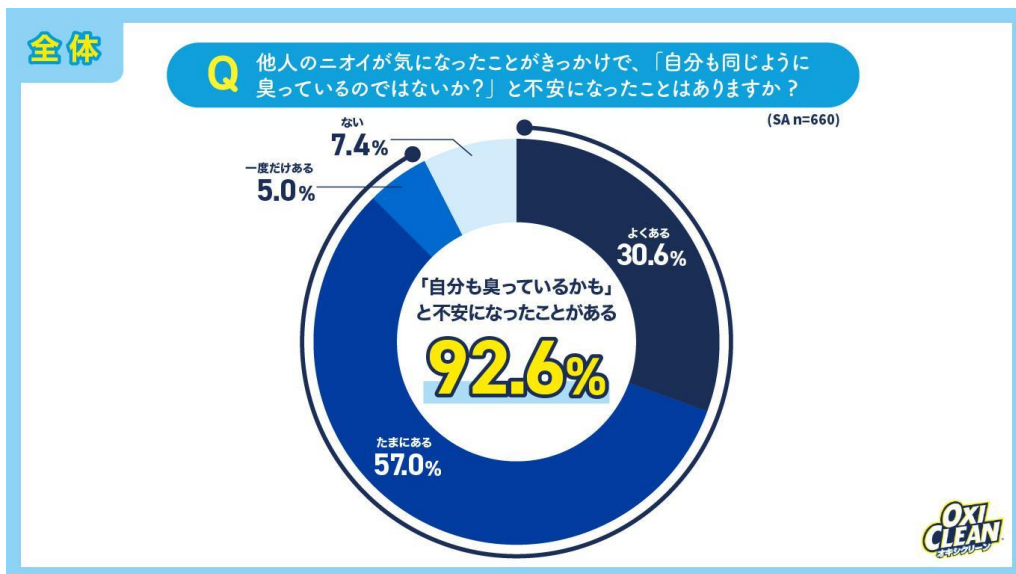


性年代別に比較すると「直接伝えた」と回答した上位3位は、女性20代・男性20代・女性30代となっており、男女ともに若年層で比較的高い傾向が見られました。

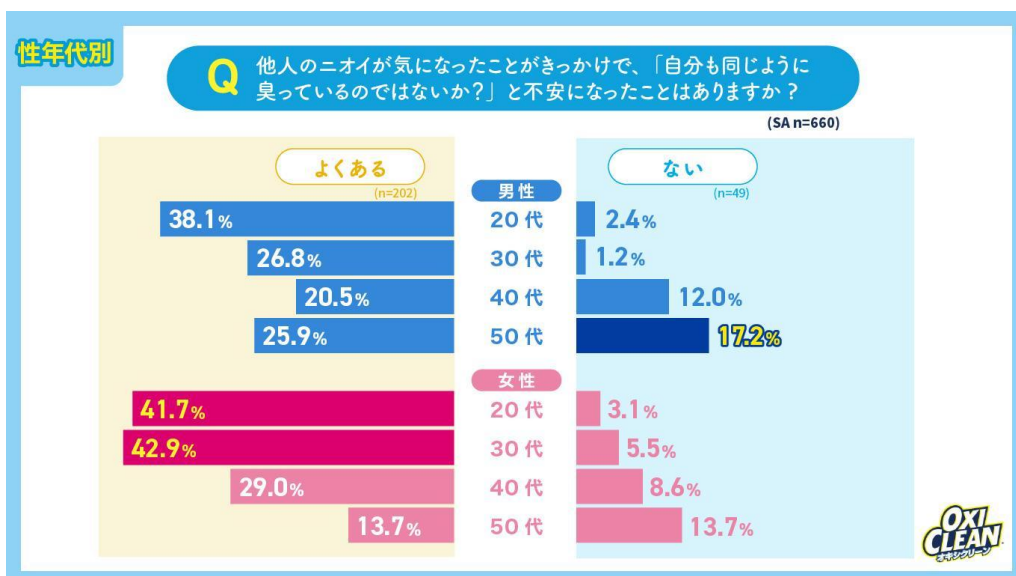
一方、「気になったが言い出せなかった・言わなかった」と回答した上位3位は、女性50代・男性40代・女性40代と、40・50代ほど“言えない”傾向が強い結果となりました。

ニオイは非常に個人的かつデリケートな問題であり、近年はハラスメント意識の高まりなどもあることから、“指摘しづらい問題”となっていることが考えられます。

3. 約9割が他人のニオイをきっかけに“自分もクサイ？” 若年女性で「ブーメラン臭」不安



他人のニオイをきっかけに、「自分も臭っているのでは」と不安になった経験について、「よくある」「たまにある」「一度だけある」の合計は**92.6%**にのぼり、多くの人が“自分ごと”としてニオイを意識している実態が明らかになりました。

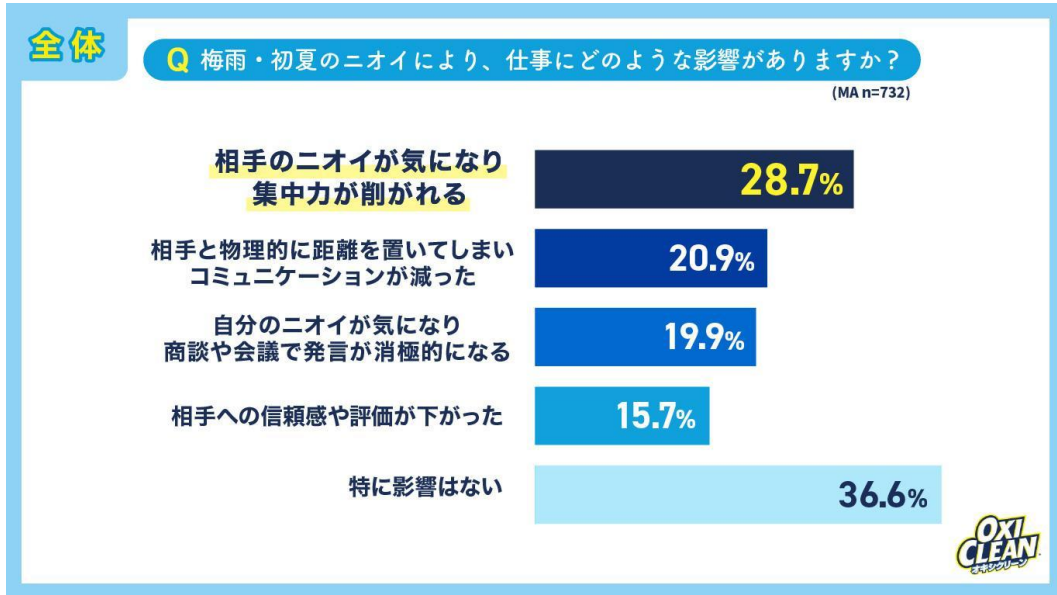


「自分も臭っているのではないかと不安になった経験について、「よくある」「ない」を性年代別で比較すると、「よくある」と回答した割合は、男女ともに若年層で高い傾向が見られました。

「ない」と回答した割合は、年代と比例して高い傾向が見られました。特に男性20代では2.4%にとどまった一方、男性50代では17.2%で最多となり、約7倍の差がつく結果に。同じニオイ問題でも、世代・性別による不安意識の差が見られました。

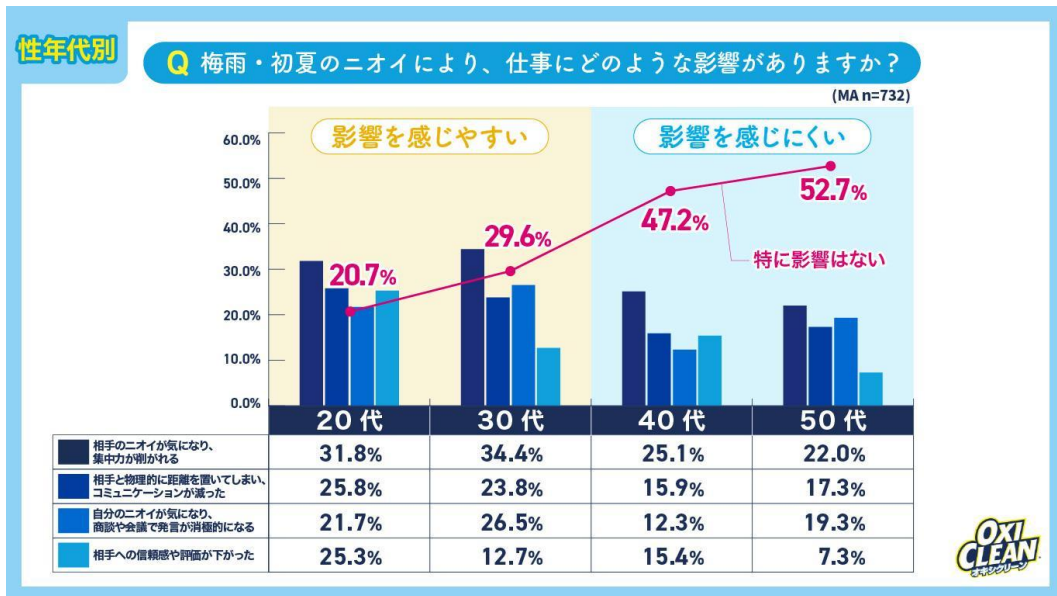
また、他人のニオイをきっかけに、その不安が自分自身へ返ってくるように「自分も臭っているかもしれない」と感じる、「ブーメラン臭」ともいえる心理傾向が特に若年女性で見られました。

4. 全体の約6割が「ニオイが気になって仕事に影響」若年層の約3割は「集中できない」



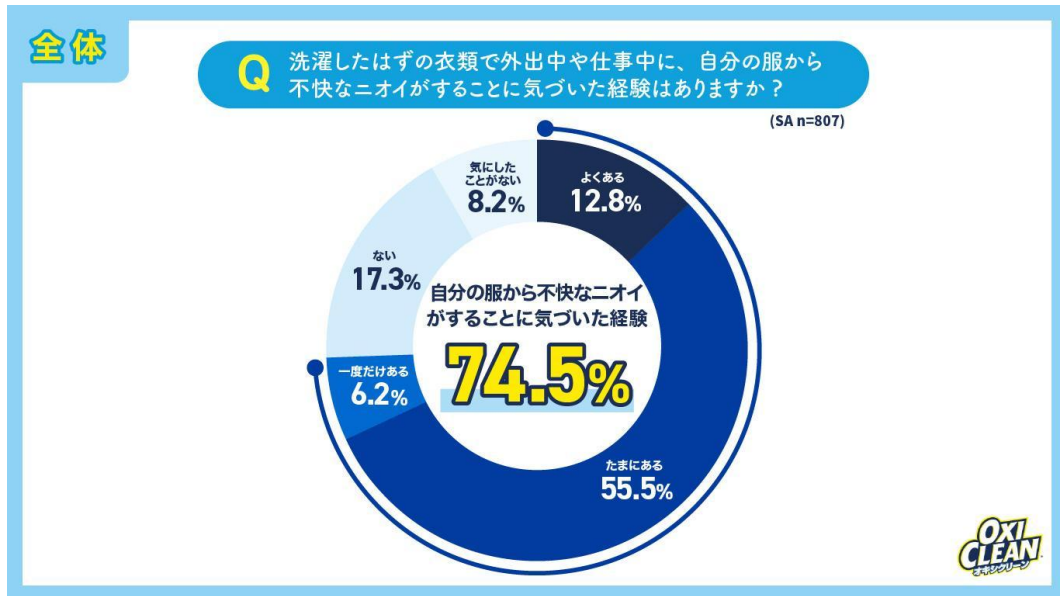
梅雨・初夏に「気になるニオイがある」と回答した人に、ニオイによる仕事への影響についてたずねたところ、約6割の方が何らかの影響を感じていることが分かりました。

最も多かったのは「相手のニオイが気になり集中力が削がれる（28.7%）」、次いで「距離を置いてコミュニケーションが減少した」「発言が消極的になった」となりました。

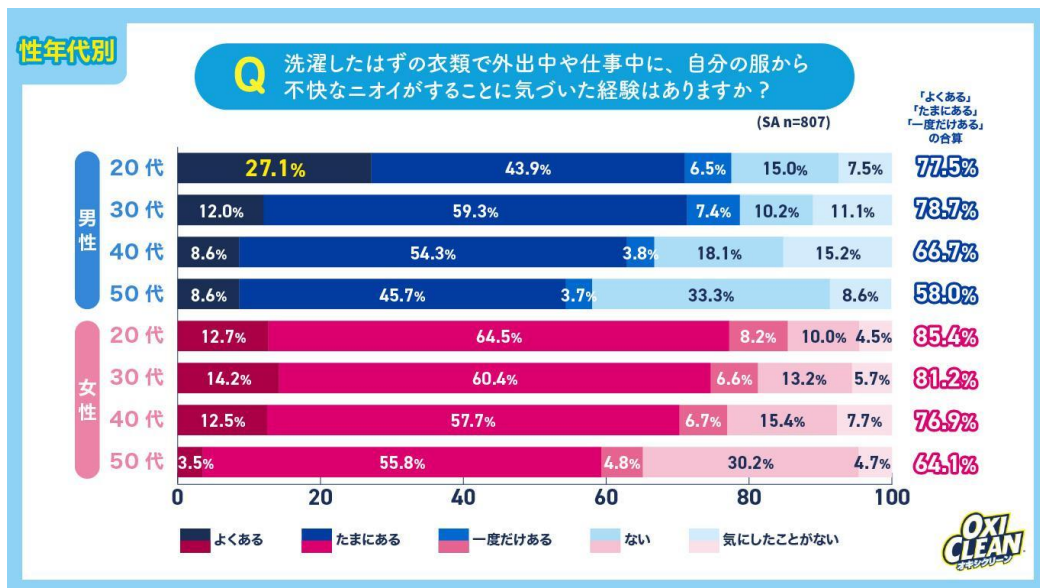


年代別で比較すると、20-30代では「集中力が削がれる」「距離を置いてしまう」といった回答が比較的高い一方、40-50代では「特に影響はない」が過半数となっており、年代が上がるにつれてニオイによる仕事への影響は小さくなる傾向が見られました。ニオイ問題が単なる不快感にとどまらず、仕事でのコミュニケーションや行動にも影響を与えている実態がうかがえます。

5. 約7割「洗濯しているのに臭う」経験、世代問わず梅雨時期の“ニオイ残り”が共通課題に



洗濯したはずの衣類で外出中や仕事中に、自分の服から不快なニオイがすると気づいた経験について、「よくある」「たまにある」「一度だけある」の合計は全体で74.5%となりました。

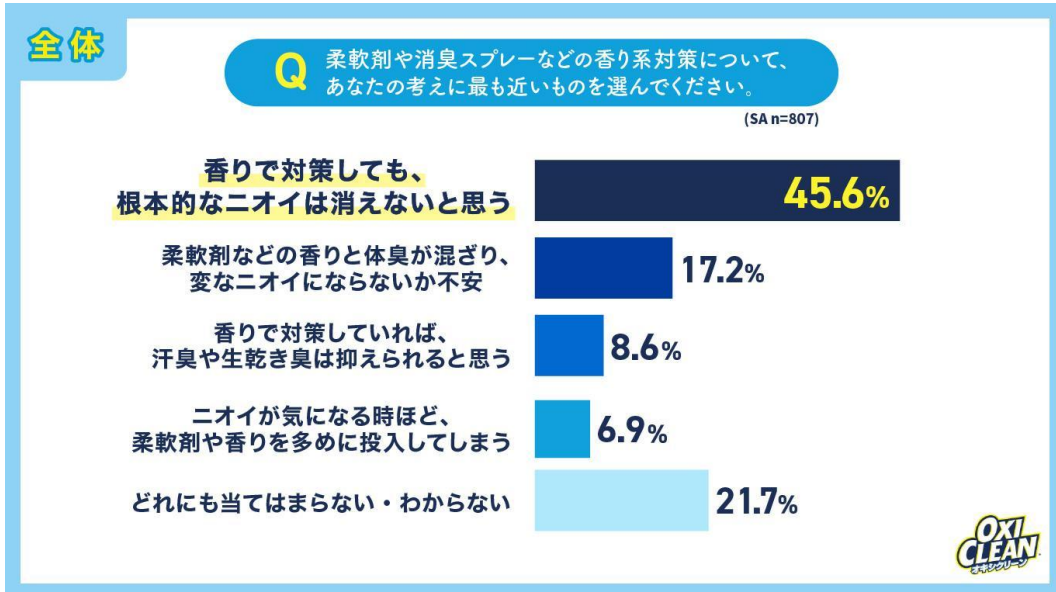


性年代別に見ても、いずれの層でも過半数を超えており、“洗濯しているのに臭う”問題は男女・世代を問わない共通課題となっていることが分かりました。

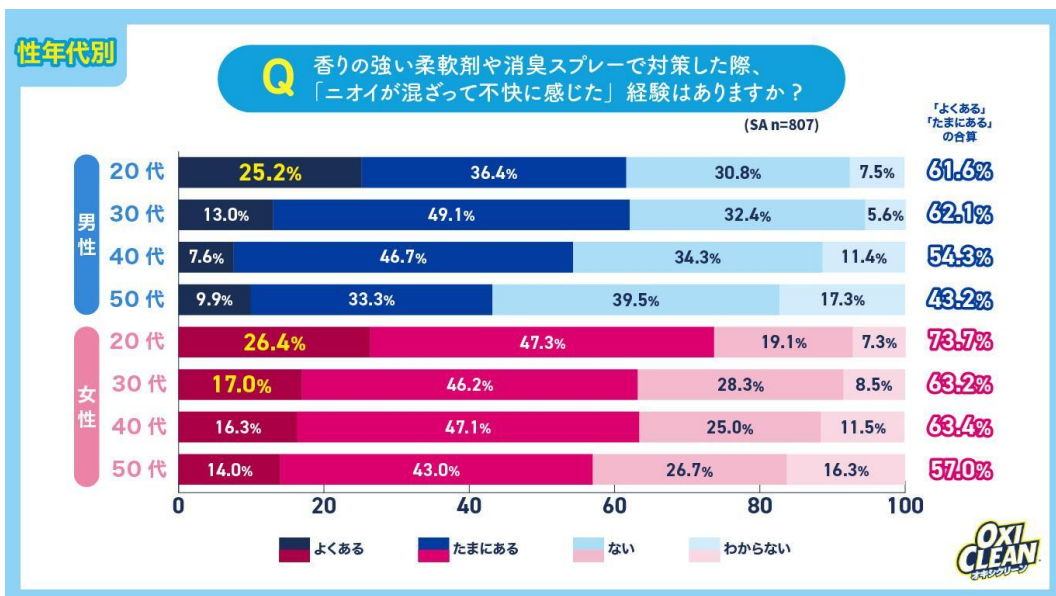
特に「よくある」と回答した割合は男性20代で27.1%と高く、若年男性ほど“頻繁なニオイ残り”を実感している傾向も見られました。

梅雨・初夏は、湿気や汗の影響で衣類に皮脂汚れや雑菌が残りやすく、洗濯後もニオイ戻りが発生しやすい時期です。多くの人にとって身近な悩みとなっている実態が明らかになりました。

6. 約半数が「香りで隠しても根本解決しない」 20代では“香りが混ざる不快感”も



柔軟剤や消臭スプレーなどの香りで対策しても「根本的なニオイは消えない」と考える人は、全体で45.6%にのぼり、香りによるマスキングでは解決できていない悩みがあることが分かりました。



また、香りの強い柔軟剤や消臭スプレーで対策した際、「香りとニオイが混ざって不快に感じた」経験について性年代別に比較すると、「よくある」の上位3位は女性20代・男性20代・女性30代となり、若年層で高い結果となりました。

近年は香り付き製品の多様化が進む一方で、“強い香りで覆う”対策そのものに違和感を持つ人も一定数存在することがうかがえます。

「香りがある＝安心」ではなく、“自然な清潔感”や“根本的なニオイケア”を重視する意識が高まっている傾向が見られました。



クリンネスト1級 田邊 謙司

広告販促、広報企画などのオキシクリーンに関するコミュニケーション全般を担当。ほったらかしても、ちゃんと家事になるアイテムで家事をラクに！という「ほったら家事®」を提唱している。各地で家事に関するワークショップも開催中。

いよいよ本格的な梅雨シーズンがやってきます。温度と湿度の上昇とともに、薄着になる機会も増えて、コートやジャケットで抑えられていた汗のニオイが誤魔化せなくなってくる季節でもあります。今回の調査では、20代では男女ともに年配者よりも他人のニオイを伝えられる傾向という結果に。私にはハードルが高いと思ってしまったのですが、デリケートな話と捉えられがちな内容をきちんと伝えられることに感心してしまいました。

そこで私は、ニオイ対策となる洗濯のちょいテクをお伝えしたいと思います。

1 洗濯物は洗濯カゴに入れておく

汚れた衣類は洗濯するまでは洗濯カゴに入れておきましょう。洗濯槽の中は高温多湿で雑菌が繁殖しやすい環境になっています。洗濯前の衣類についている汗や皮脂汚れは雑菌のエサとなり、分解されてニオイを出す一因となってしまいます。洗濯カゴは、空気に触れやすい網目の粗いものがおすすめです。



2 靴下や下着類は裏返して洗う

靴下や下着類などの肌に直接触れる衣類は、裏返して洗濯することとよいでしょう。汗や皮脂汚れがついた生地に洗剤の水流をしっかりと当てて、汚れを落としやすくするためです。脱ぎっぱなしでいいので簡単ですね。靴下のドロ汚れがひどい場合は、まずは乾かして砂の状態に。軽く払うだけで、ある程度きれいになります。



3 衣類用漂白剤を使う

洗濯洗剤だけでは落としきれない頑固な汚れは、ニオイの原因にもなります。そこで、衣類用の漂白剤を使って、繊維の奥から汚れを落としましょう。洗濯には、色柄物にも使える酸素系漂白剤が便利です。毎日の洗濯には使いやすい液体タイプ、頑固なニオイには粉末タイプ、汚れの程度に応じて使い分けるとよいでしょう。



快適な職場環境のために、ご自宅でできる洗濯のちょいテク。ぜひお試しください。

夏もシャツを気持ちよく！東京シャツとオキシクリーンがコラボレーション！

オキシクリーンは、洗濯悩みが増える夏に向けて気持ちよくシャツを着ていただくために、「BRICK HOUSE by Tokyo Shirts」などの店舗ブランドで、高品質なシャツ専門チェーン全国約130店舗を展開する東京シャツ株式会社と2026年6月よりコラボレーション施策を実施いたします。

全国の「東京シャツ」「BRICK HOUSE by Tokyo Shirts」計91店舗の店頭で、商品を購入いただいた方を対象にオキシクリーンサンプルセットを配布いたします。※無くなり次第終了

そのほか「東京シャツ」会員様向けキャンペーンやSNSキャンペーンも実施予定です。詳細はSNS等にて告知いたします。

東京シャツ

公式サイト：<https://www.tokyo-shirt.co.jp/shop/default.aspx>

公式X：<https://x.com/tokyoshirts>

オキシクリーン

公式X：<https://x.com/OXICLEANJP>

夏もシャツを気持ちよく



コラボキャンペーン

数量限定

店内商品お買い上げで
オキシクリーンサンプルセット
をプレゼント



無くなり次第終了となります。

オキシクリーンとは



1997年にアメリカで誕生した洗剤ブランドです。日本には1999年に上陸、酸素の泡で衣類のシミ・汚れを落とす粉末タイプの酸素系漂白剤が人気となっています。衣類、食器、タイルなどの水洗いできる素材に使用でき、家じゅうのほとんどの汚れを落とすことができます。ツンとした刺激臭も無く、小さなお子様のいらっしゃるご家庭にもおすすめです。

オキシクリーン ブランドサイト <https://www.oxicleanjapan.jp/>

報道関係の方からの
お問合せ先

株式会社グラフィコ
広報担当：長江、田中、田邊
TEL：03-5759-5292（直通）
FAX：03-5759-5088
mail：press@graphico.co.jp

お客様からの
お問合せ先

東京都品川区大崎1-6-1
グラフィコカスタマーセンター
TEL 0120-498-177
(平日10:00～16:00年末年始除く)