

スニーカー全盛時代の陰で、女性の「靴難民」が43.9%

仕事・会食・オケージョンにも使える「足に負担の少ない靴」に94.6%が期待

女性インサイト総研
HERSTORY

スニーカー全盛時代の陰で 女性の靴難民 43.9%

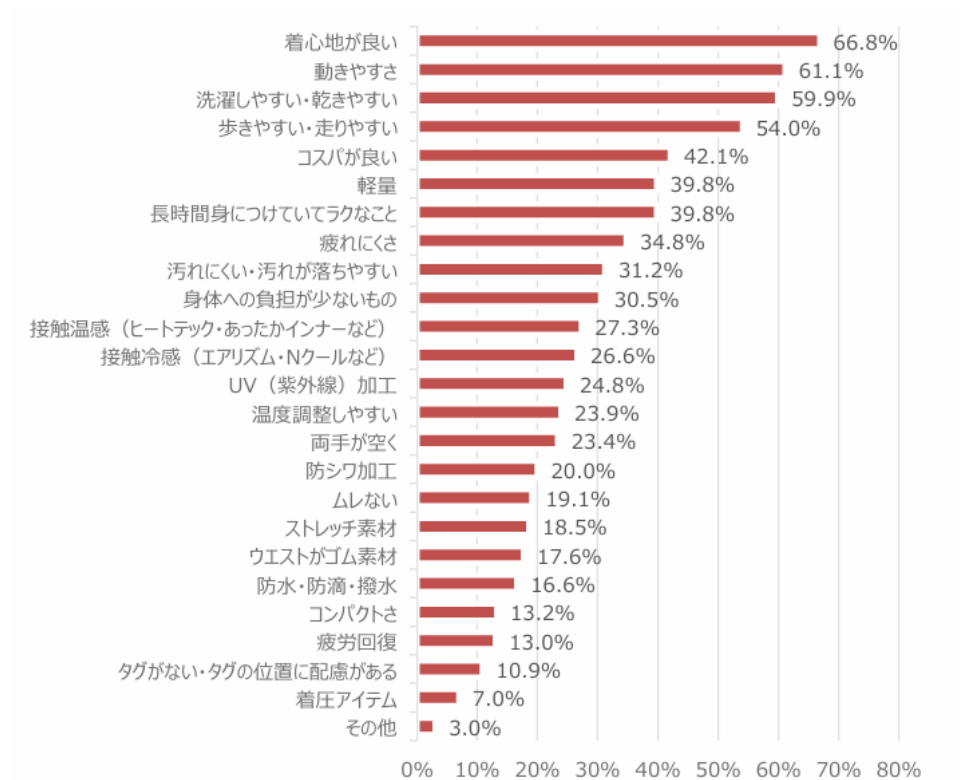


女性インサイト総研を有する株式会社ハー・ストーリィ(本社:東京都世田谷区、代表取締役:日野佳恵子)は全国の女性460名を対象に「靴選びと足の悩み」に関する意識調査を実施しました。その結果、近年スニーカーの需要が高まる背景には、単なるトレンドではなく「履き心地や動きやすさ」を求める強い生活者ニーズがあることが判明しました。

しかし同時に、既存のスニーカーでは「仕事などのやきちんとした場面(オン)にはラフすぎる」という課題を抱え、本当には欲しい「履き心地が良く、きちんとして見える靴」に出会えていない“靴難民”が43.9%に達するという実態が浮き彫りになりました。

◆調査結果1:なぜ今スニーカーがブーム?ファッションに求められる「動きやすさ」「着心地」

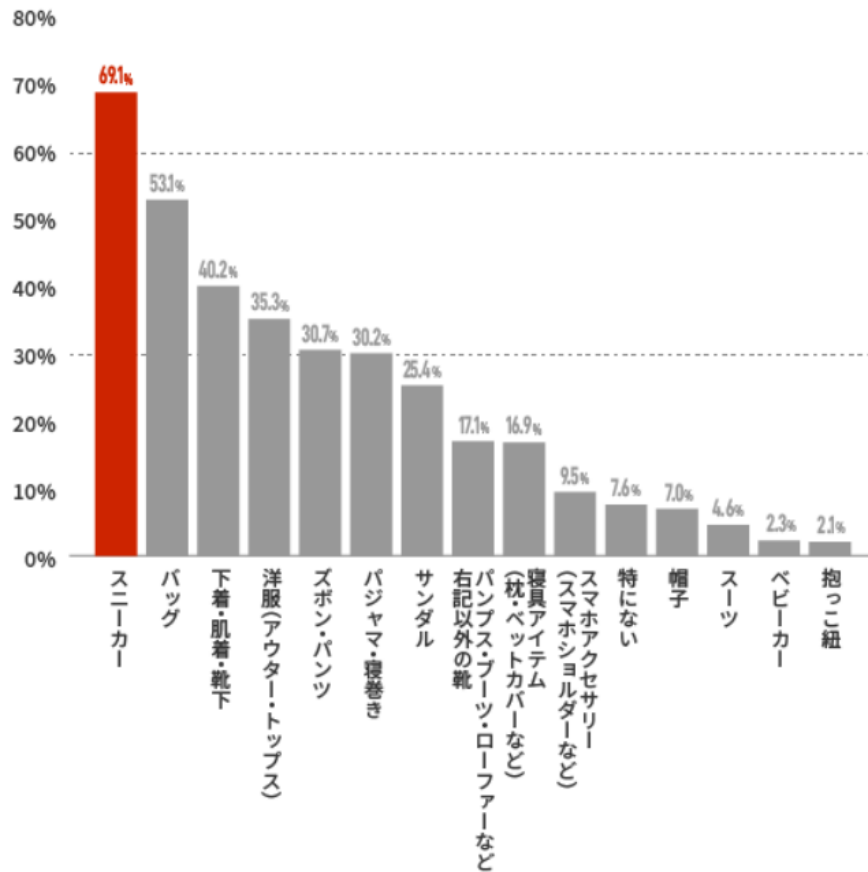
ファッションや持ち物において重視することを聞いたところ、「着心地が良い(66.8%)」「動きやすさ(61.1%)」「歩きやすい・走りやすい(54.0%)」が上位を独占し、全体の約9割が「ラクさ・機能性・動きやすさ」を求めていることがわかりました。



「ファッションや持ち物について重視すること」調査結果

さらに「ラクさ・軽さ・疲れにくさ」を理由に選ぶアイテムとして、スニーカー(68.1%)が2位のバッグ(52.9%)を大きく引き離して圧倒的1位となっています。

Q. 現在使用しているのもので、「ラクさ」「軽さ」「疲れにくさ」などを理由に選んだものを教えてください。

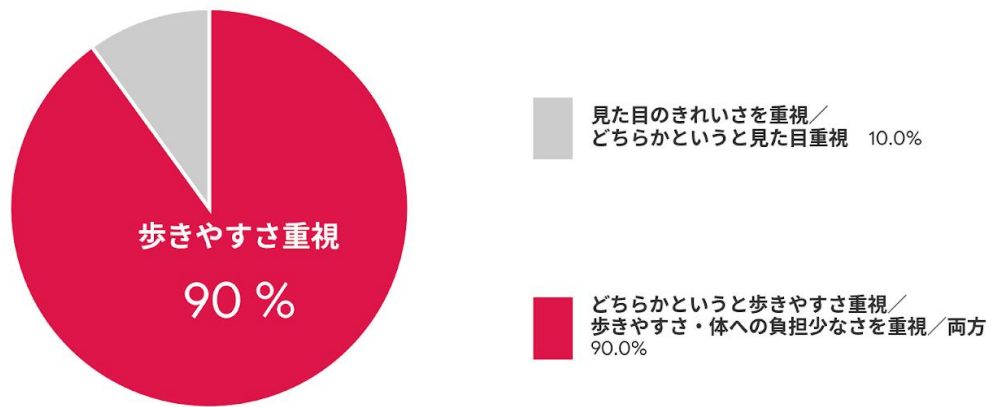


「ラクさ・疲れにくさ等を理由に選んでいるアイテム」調査結果

◆調査結果2:「歩きやすさ」重視が9割…でも理想の靴に出会えない「靴難民」が4割超！

「見た目のきれいさ」と「歩きやすさ・体への負担の少なさ」のどちらを重視するか尋ねたところ、9割の女性が「歩きやすさ」を重視(「歩きやすさ重視」+「両方重視」)していることがわかりました。

Q.「見た目のきれいさ」と「歩きやすさ・体への負担の少なさ」、靴を選ぶ際にどちらをより重視しますか。

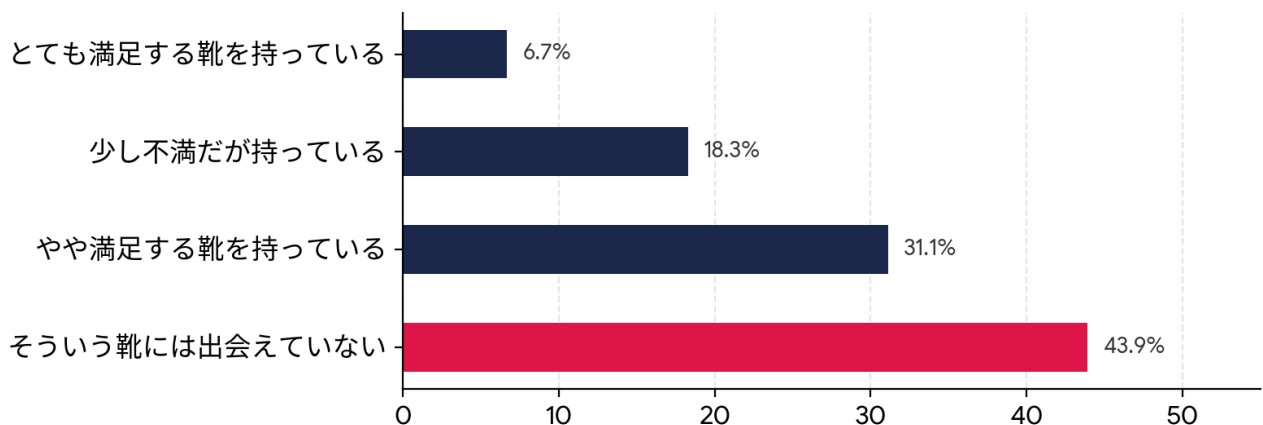


「見た目のきれいさ」vs「歩きやすさ・体への負担の少なさ」重視度調査結果

しかし、その両立を実現する靴を実際に持っているかを聞いたところ、「そういう靴には出会えていない」と答えた女性が43.9%（約4割）と最多となりました。

「仕事などきちんとした場に既存のスニーカーで行くにはラフすぎる」「だからといってパンプスを履くと足が痛む」というジレンマの中で、全体の4割を超える女性が「履き心地が良く、ちゃんとして見える靴」に出会えないまま悩む“靴難民”となっているのが実態です。

Q. 「見た目のきれいさ」と「歩きやすさ・体への負担の少なさ」を両立する靴を持っていますか？

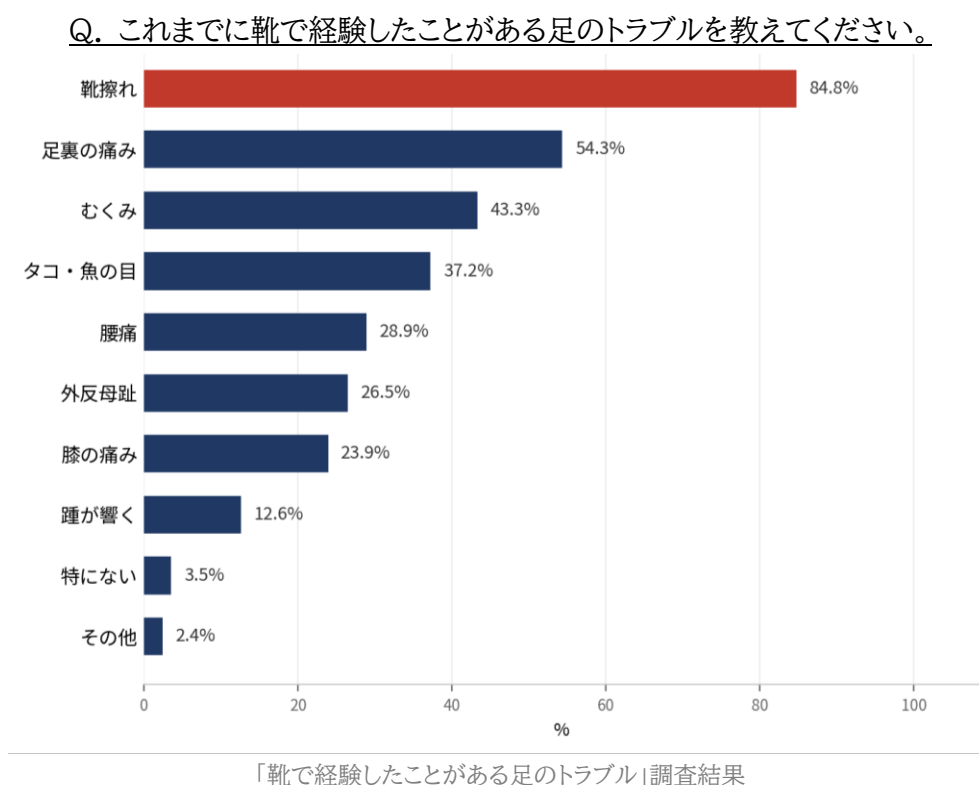


「見た目のきれいさ」と「歩きやすさ・体への負担の少なさ」を両立する靴の所有状況

◆調査結果3:なんと96.5%が経験!「ガマンして履く」ことで起きる足のトラブル

外出時に靴による足の痛みや疲れを「よくある」「時々ある」と回答した女性は合計73.3%にのびります。これまでに靴で経験したことがある足のトラブルを聞いたところ、「靴擦れ」84.8%をはじめ、「足裏の痛み」54.3%、「むくみ」43.3%など、実に96.5%の女性が何らかの足トラブルを経験していることが分かりました。「特にない」と答えた女性はわずか3.5%にとどまります。

自分の足に合わない靴や、TPOのために我慢して痛い靴を履き続けることが、女性たちの日常的なストレスや不調につながっています。



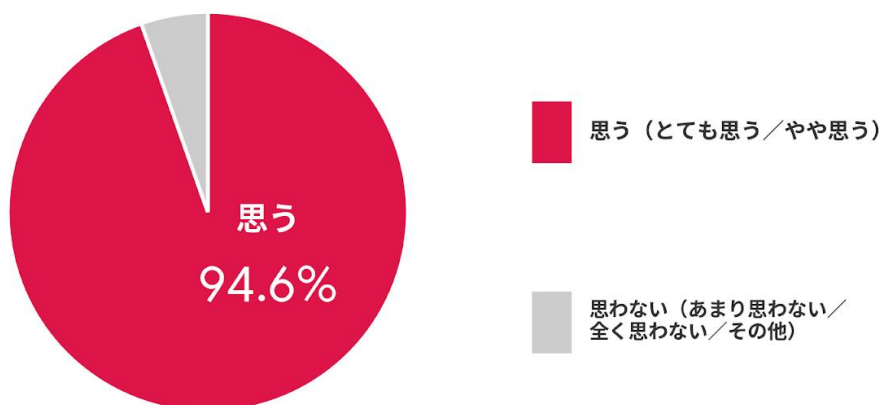
外出時に靴による足の痛みや疲れを「よくある」「時々ある」と回答した女性は合計73.3%。さらに、これまでに靴で経験したことがある足のトラブルを聞いたところ、「靴擦れ」84.8%をはじめ、「足裏の痛み」54.3%、「むくみ」43.3%など、実に96.5%の女性が何らかの足トラブルを経験していることが分かりました。「特にない」と答えた女性はわずか3.5%にとどまります。

◆調査結果4:94.6%が待望する「きちんとした見た目×履き心地」の融合

「オケージョン対応の履き心地にこだわったスニーカー(きちんとした靴)」があれば履きたいか尋ねたところ、94.6%の女性が「そう思う」と回答しました。「長時間歩いても疲れにくい(87.0%)」だけでなく、「きち

んとして見える(63.3%)」や「オケージョンでも使える(52.0%)」といった、外見的な品格や“きちんとした印象”が強く求められています。

Q.「オケージョン対応の履き心地にこだわったスニーカー」があれば履きたいと思いますか。



「オケージョン対応スニーカーがあれば履きたいか」調査結果

◆「おしゃれのために足を痛める」時代から、自分らしく快適に過ごす時代へ
これまで、「見た目の美しさ＝パンプスなどのフォーマル靴」と「快適さ＝スニーカー」という二者択一が当たり前とされてきました。しかし、多様な働き方や移動が増えた現代女性にとって、「きちんとした服を着るためには痛みを我慢する」という選択肢は時代に合わなくなりつつあります。

スニーカーブームの本当の理由は、単なるトレンドではなく「身体に無理をさせたくない」という女性たちの切実な本音です。しかし、仕事現場で履けるきちんとした美しさを備えた一足が少ないため、4割もの女性が「理想の靴に出会えない靴難民」になっています。

今求められているのは、「ラクさ(歩きやすさ)」と「きちんと感(見た目の美しさ)」をどちらも諦めない新しい靴の選択肢です。女性がTPOに縛られず、自分らしく快適に過ごせる足元環境づくりが広がっていくことが期待されます。

◆調査概要

<調査1>

調査タイトル:「靴選びと足の悩み」に関する女性意識調査

調査期間:2026年 8月14日(金)～17日(月)

調査対象:20歳以上の女性460人

調査方法:インターネット調査

調査会社:株式会社ハー・ストーリィ

企画協力:株式会社スピングルカンパニー

<調査2>

調査タイトル:ラク・快適・負担軽減の暮らしアンケート～ファッション・食・家事の意識調査～」

調査期間: 2026年5月22日(金)～27日(水)

調査対象: 15歳以上の男女561人(男性:51人、女性:510人)

調査方法:インターネット調査

調査会社:株式会社ハー・ストーリィ

◆女性インサイト総研 株式会社ハー・ストーリィについて

私たちは【女性の買う理由を世帯から読み解く】専門機関です。

日本の世帯消費の7割(※当社調べ)を握る女性。その意思決定はライフステージやライフイベントで複雑に変化します。私たちは、データや数値の背景にある女性の選択理由を掘り下げ、経営者の意思決定や商品開発、マーケティングに即活かせる調査・コンサルティングの専門会社です。

事業内容:女性インサイトマーケティング事業(専門研究/コンサルティング/専門情報出版/マーケティング支援/人材育成支援)

代表者:代表取締役 日野 佳恵子

所在地:東京都世田谷区

URL:<https://www.herstory.co.jp/>

◆ 本件に関するお問い合わせ

部署名:広報部

担当:羽田

連絡先:hs.pr@herstory.co.jp