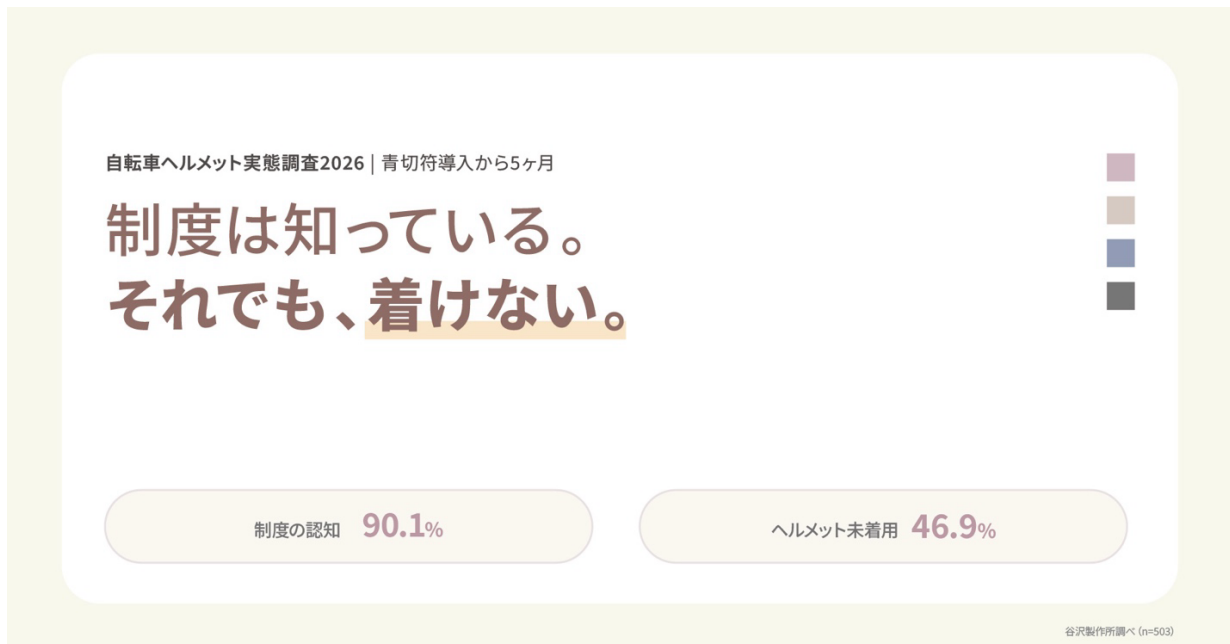


制度は知っている。それでも着けない。

自転車の青切符導入から 5 ヶ月、ヘルメット非着用の理由は“意識の低さ”ではなかった【自転車ヘルメット実態調査】



- 青切符制度の認知は 90.1%。一方、ヘルメットを「一度も着用したことがない」人は 46.9%
- 制度を「内容までよく知っている」人の 36.5%が内容を誤解——“知っているつもり”ほど間違える逆転現象
- 60.2%が「人と会う場面ではヘルメットを着けたくない」。女性では 71.0%に
- 女性が安全性の次に重視するのは、髪型やメイクなどの見た目が崩れにくいこと、が全年代で 1 位

産業用ヘルメットメーカーの株式会社谷沢製作所（本社：東京都中央区、代表取締役社長：谷澤和彦、以下「当社」）は、週 1 回以上自転車を利用する全国の 16～69 歳男女 503 名を対象に「自転車ヘルメットの着用実態と意識に関する調査」を実施しました。

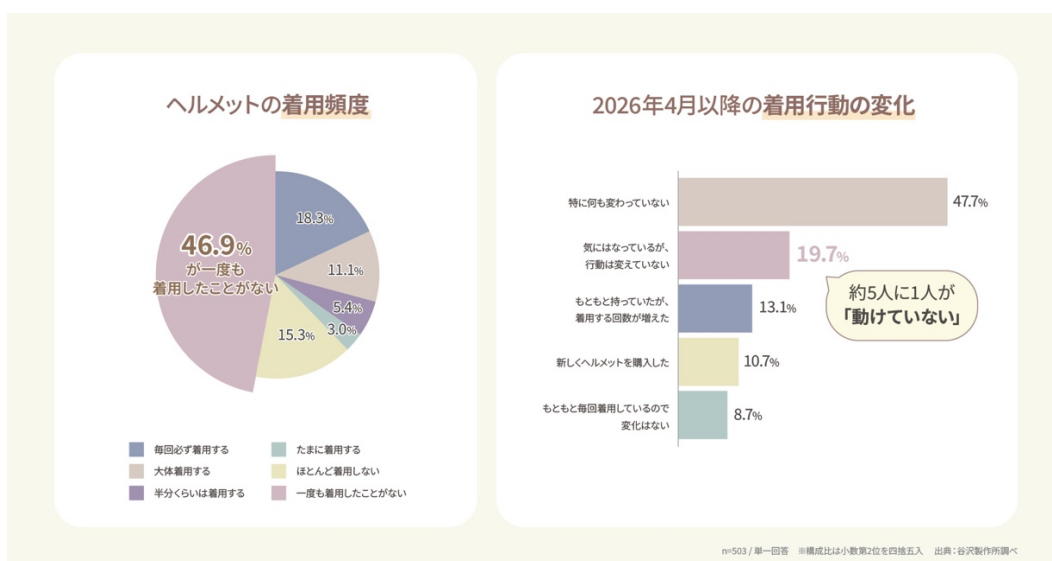
2026 年 4 月の青切符制度導入から 5 ヶ月。制度の認知は 90.1%に達した一方、ヘルメットを「一度も着用したことがない」人は 46.9%にのびりました。調査から見てきたのは、着用を阻んでいるのは安全意識の低さではなく、「人と会う前は着けたくない」という、誰もが心当たりのある生活場面の壁でした。

1. 制度は届いた。しかし、行動はまだ変わっていない

2026年4月に導入された青切符制度（自転車の交通違反に対する反則金制度）について尋ねたところ、「内容までよく知っている」41.4%、「聞いたことがある程度」48.7%を合わせ、認知は90.1%に達しました。5ヶ月で制度は生活者にほぼ行き渡ったといえます。

一方、ヘルメットの着用実態は、「毎回必ず着用する」が18.3%にとどまり、「一度も着用したことがない」が46.9%と半数近くを占めました。

制度導入後の行動変化を尋ねると、「新しくヘルメットを購入した」10.7%、「着用する回数が増えた」13.1%と、約4人に1人（23.9%）に行動変化が生まれています。注目すべきは「気にはなっているが、行動は変えていない」19.7%の存在です。約5人に1人が、着用の必要性を感じながら、最後の一步を踏み出せずにいます。



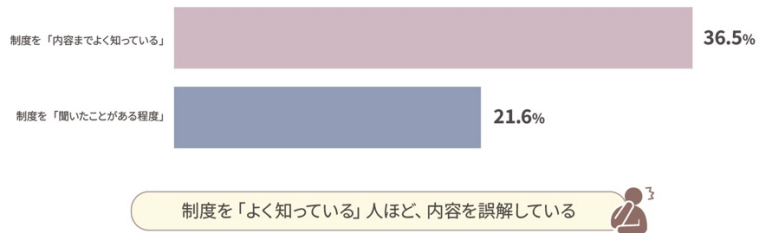
2. 「知っているつもり」ほど、間違えている

制度の理解度を確認すると、意外な結果が出ました。「ヘルメット非着用は反則金（青切符）の対象になると思うか」という設問に対し、「対象になると思う」26.2%、「わからない」16.5%を合わせた42.7%が、制度の内容を正確に理解していませんでした。

さらに認知度別に見ると、制度を「内容までよく知っている」と答えた人の誤答率は36.5%と、「聞いたことがある程度」の人（21.6%）を大きく上回りました。「知っているつもり」の人ほど間違えるという逆転現象が起きています。

※**制度の正確な内容**：2026年4月に導入された反則金制度（青切符）の対象は、信号無視や一時不停止、ながらスマホ運転などの交通違反です。ヘルメットの着用は引き続き「努力義務」であり、非着用は反則金の対象ではありません。

「ヘルメット非着用も反則金の対象になる」と誤答している人の割合



n=503 / 単一回答 ※正解は「対象にならない」(非着用は努力義務であり反則金の対象外) 出典: 谷沢製作所調べ

3. 着けない理由は、怠慢ではなく「場面」だった

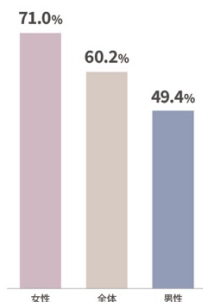
では、何が着用を阻んでいるのでしょうか。「ヘルメットを着けたくないと感じる場面」を尋ねたところ、人と会う約束・職場到着前・美容院の後など対人場面 8 項目のいずれかを挙げた人は、全体の 60.2%にのびりました。女性では 71.0%と、男性（49.4%）を 21.6 ポイント上回ります。

最も多かった場面は「人と会う約束・予定がある時」32.0%（女性 42.1%）。女性では「美容院に行った直後・髪をセットした日」26.6%、「職場や学校に到着する前」22.6%が続く、髪型・身だしなみを起点とした対人場面が上位に並びました。なお、対人 8 項目のうち男性が女性を上回ったのは「打ち合わせ・商談など仕事の場に向かう時」のみでした。

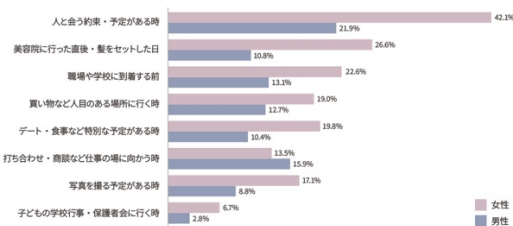
非着用の最大の理由（単一回答）でも性差は明確です。女性の 1 位は「髪型が崩れる・乱れるのが嫌だから」24.7%で、男性（8.4%）の約 3 倍にのびりました。

ヘルメットを着けない理由は、安全意識の欠如ではありません。人と会う、働く、装う——日常の社会生活そのものが、着用の壁になっているのです。

対人場面で「着けたくない」人 (対人8項目のいずれかを選択)



「ヘルメットを着けたくない」と感じる対人場面 (複数回答)



n=503 (男性251・女性252) / 複数回答 ※対人場面ネット = 上記8項目のいずれかを選択した人の割合 出典: 谷沢製作所調べ

4. 売り場でも、同じ声が上がっていた

当社は 2026 年 3 月から 6 月にかけて、蔦屋家電+（東京・二子玉川）で自転車用ヘルメット「Liaura（リオーラ）」の体験型展示を実施し、体験された多くのお客様のうち、114 名の方のご意見・ご感想を記録しました。その内容を分析したところ、114 名中 61 名（53.5%）が「髪型」に言及していました。

通勤に自転車を使うのですが、毎回ヘルメットのせいで髪がぼさぼさになってしまって困っていた（30 代女性）

髪をしっかりセットした日でも崩れなくて良い（40 代女性）

出勤前にかぶりたくなかったヘルメットのハードルがグッと下がる（50 代男性）

全国調査で最も多かった「人と会う前は着けたくない」という声と、店頭で語られた悩みは一致していました。

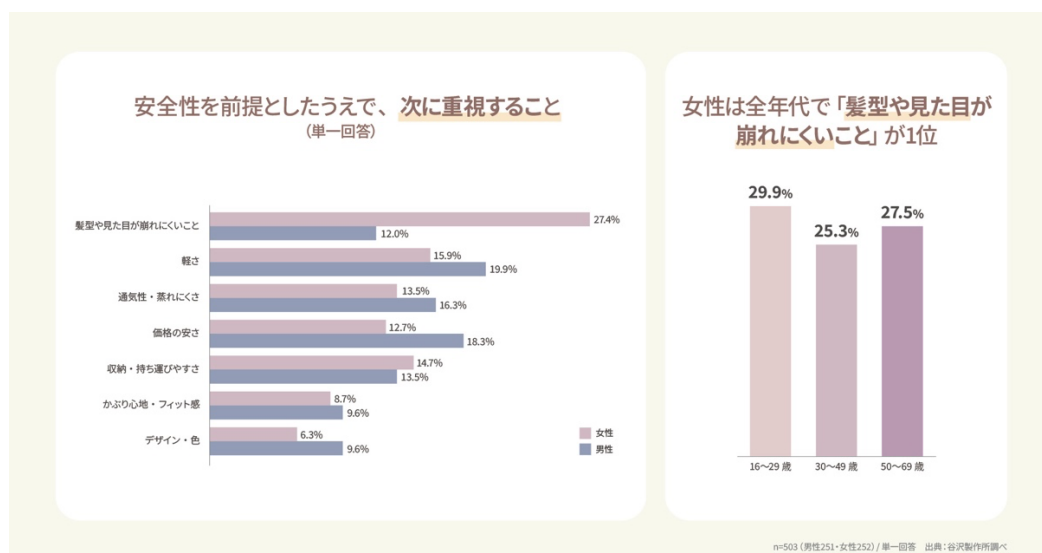
5. 安全性は大前提。その次に求められているもの

「ヘルメットは安全性を満たしていることが前提。それを満たした上で、次に重視すること」を尋ねたところ、女性の 1 位は「髪型や見た目が崩れにくいこと」27.4%でした。この結果は 16～29 歳 29.9%、30～49 歳 25.3%、50～69 歳 27.5%と、全年代で 1 位。年齢を問わず、女性にとって「見た目」が製品選びの最重要軸であることが分かりました。一方、男性の 1 位は「軽さ」19.9%で、男女で解くべき課題が異なることも明らかになりました。

また、現在ヘルメットを着用している人にきかけを尋ねると、「2023 年の努力義務化」41.1%、「2026 年の青切符制度」37.1%と法改正が上位を占めた一方、「自分に合うデザインの製品を見つけた」ことをきかけに着用を始めた人も 14.3%いました。制度が着用の入口をつくり、製品が最後の一步を後押しする――その構図が見えてきます。

なお、子どもと同居する保護者では、子どもにヘルメットを毎回・大体着用させている人のうち約 4 割（39.4%※）が、自分自身はヘルメットを着用していないという実態も分かりました。

※子どもに着用させている保護者 66 名ベースの参考値



6. 調査で見えた壁への、谷沢製作所の答え「Liaura（リオーラ）」

Liaura は、約 100 年にわたり産業の現場で「命を守る」ものづくりを続けてきた当社が、女性たちの声に真正面から向き合って開発した自転車用ヘルメットです。2026 年 2 月 20 日の発売以来、「髪型が崩れにくいヘルメット」として反響をいただいています。

- バングポケット：前髪がつぶれにくい専用空間を確保
- エアリーピン：頭頂部の髪をやさしく支え、トップのぺたんこを防ぐ
- ポニーテールライン：結んだ髪を自然に出せる設計
- 約 270g の軽量設計・SG 規格認証・UV カットバイザー付き
- カラー：ベージュ／ダスティモーブ／ディープネイビー／ブラックの 4 色展開
- 希望小売価格：9,680 円（税込）／適応サイズ：頭周 54～59cm



■ 開発部門コメント（タニザワラボ 商品企画部）

開発の起点にあったのは、「必要だとはわかる。でも、かぶろうと思えない」という、これまで何度も耳にしてきた声でした。命を守るものづくりを続けてきたメーカーだからこそ、「これならかぶれた

い」と思えるヘルメットをつくりたい。安全性と、かぶる人らしさ。そのどちらも大切にすることが、Liaura の出発点です。今回の調査で見えた「人と会う前は着けたくない」という壁に、私たちはこれからも製品で応えていきます。

店頭では「男性でも使えるサイズが欲しい」という声も多く寄せられています。今後の展開にも、ぜひご期待ください。

7. 調査概要

調査名	自転車ヘルメットの着用実態と意識に関する調査
調査主体	株式会社谷沢製作所（谷沢製作所調べ）
調査手法	インターネットリサーチ
調査期間	2026 年 8 月 11 日～8 月 14 日
調査対象	全国の 16～69 歳男女で、週 1 回以上自転車を利用する人
有効回答数	503 名（男性 251 名・女性 252 名）
備考	性別均等割付。子どもと同居する層をオーバーサンプリングしており、回答者構成は人口構成比とは一致しません。構成比（%）は小数第 2 位を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合があります。

※本調査結果を引用いただく際は、「谷沢製作所調べ」と明記をお願いいたします。

※対人場面ネット値は、Q6（複数回答）のうち対人 8 項目（人と会う約束・職場や学校への到着前・仕事の場・人目のある場所・写真撮影・美容院の直後・特別な予定・学校行事）のいずれかを選択した人の割合です。

8. 会社概要・本件に関するお問い合わせ

会社名	株式会社谷沢製作所
所在地	東京都中央区新富 2-15-5 RBM 築地ビル
代表者	代表取締役社長 谷澤和彦
事業内容	産業用保護帽・安全装備等の製造販売。約 100 年にわたり「命を守る」ものづくりを継続。自転車用ヘルメットブランド「tanizawa lab（タニザワラボ）」を展開
製品サイト	https://tanizawalab.jp/liaura/

【本リリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

営業部 谷沢 明弘

070-4423-9922

a.tanizawa@tanizawa.co.jp