

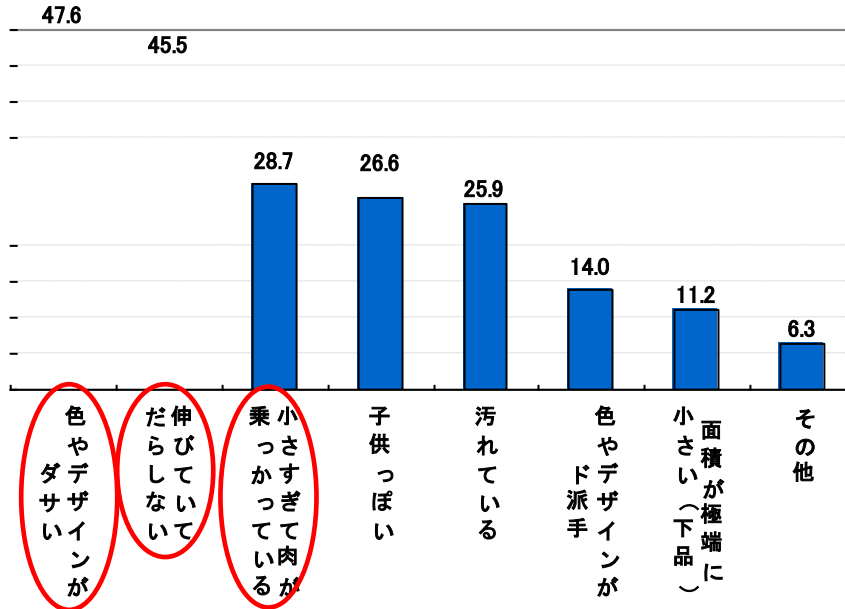
①あなたは大丈夫！？男性の3人に1人が女性の下着姿に幻滅！

今回の調査では、男性の3人に1人が、異性の下着で「これだけは許せない」「これだけは引いた」という経験をしていたことが明らかになりました。その幻滅理由として最も多かったのが、「色やデザインがダサイ」で、これに「伸びていてだらしない」、「小さすぎて肉が乗っている」が続きました。色やデザインなど、下着の見栄えもさることながら、下着の状態やボディラインについても男性はチェックしていることが見受けられます。

女性は、下着の買い替え時や自分の身体にフィットした下着を身につけているかなど、今一度見直した方がいいかもしれません。

結果：「(異性の下着に引いたことがある人に対し)それはなぜですか？」の回答 <複数回答>

【男性のみ(N=143)】



<ポイント>

女性の下着で引いたことがある男性は34.9%。
最低限のデザインセンスは求められるものの、男性を本当に幻滅させるのは、下着の見た目よりも下着のライン、ボディライン!?

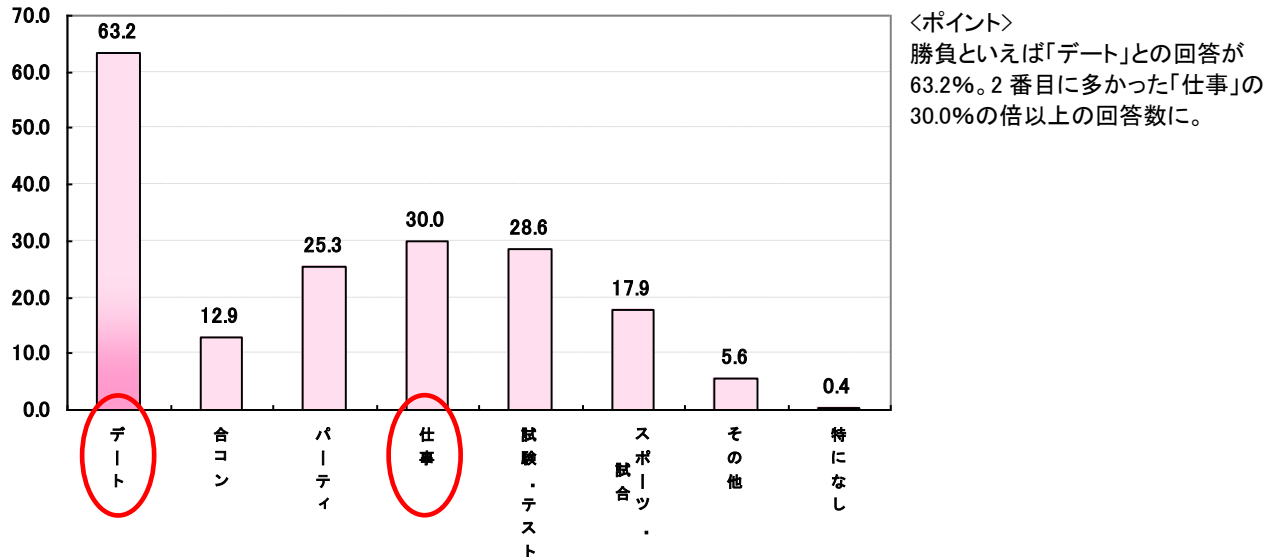
②勝負下着の価格は普段の3倍！？勝負に1万円以上かける女性たち

今回の調査で「勝負」とは何かを質問したところ、最も多く回答されたのが「デート」、続いて「仕事」という結果でした。この「勝負」にかかる意気込みの指標として、「勝負下着」といえばどのくらいの価格をイメージしているかというと、男性の回答は平均で 5,147円、女性の回答は平均で9,526円となりました。

84%もの男性が10,000円未満の回答だったのに対し、半数近くの女性が10,000円以上の金額を回答、20,000円以上の回答も多く見受けられました。普段のブラジャーの価格を考えると、女性の「勝負下着」への思い入れは、かなり強い傾向にあると言えます。

結果:「あなたにとって勝負とは何ですか？」の回答 <複数回答>

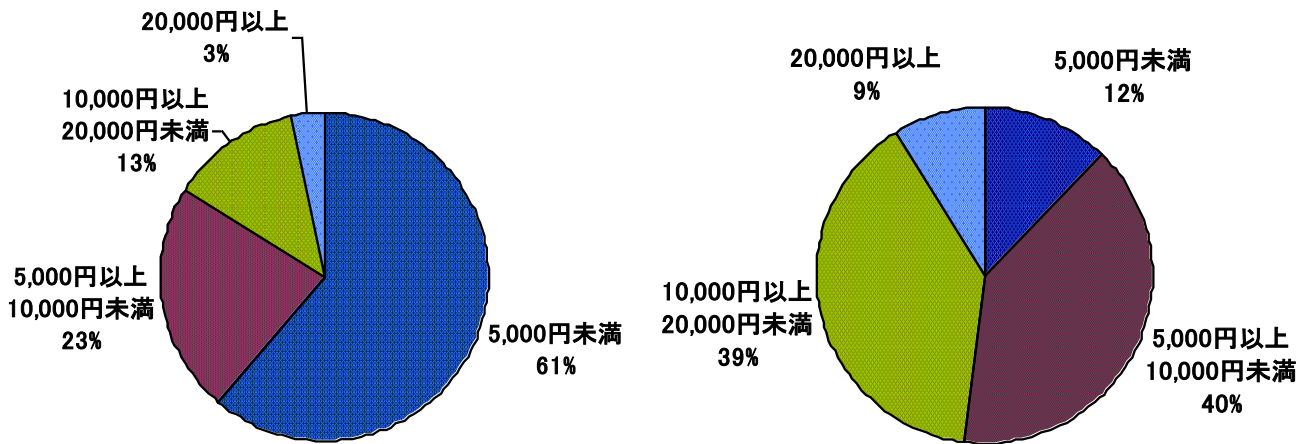
【全体(N=2,558)】



結果:「勝負下着といえばどれくらいの価格をイメージしますか？」の回答 <自由回答>

【男性(N=410)】

【女性(N=2,148)】



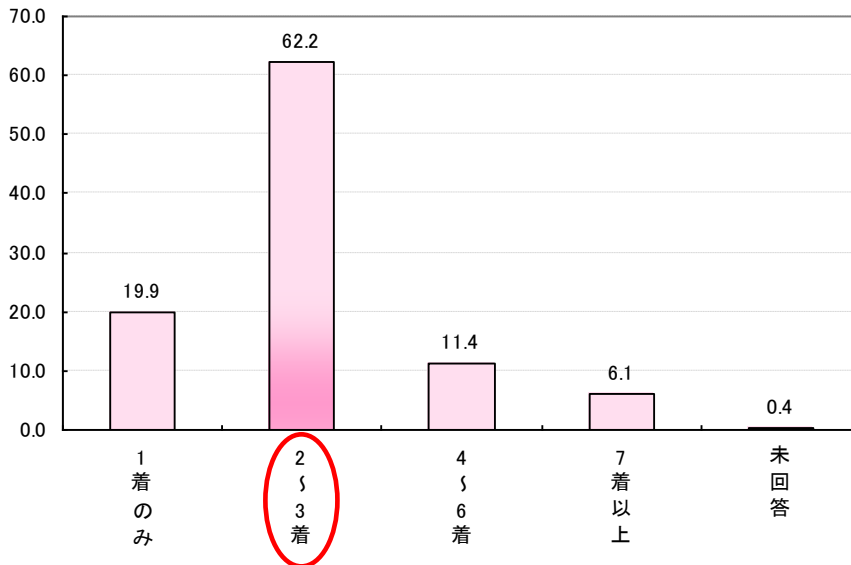
<ポイント>

勝負下着の価格について、84%もの男性が10,000円未満と回答したのに対し、半数近くの48%の女性が10,000円以上と回答。

③勝負下着は気分に合わせてチョイス！日替わり勝負の勝負師も！？

勝負下着の所有数は、6割以上が「2～3着」となっており、「1着のみ」所有している人を大きく上回ることが分かりました。複数着持っている理由として最も多かったのが「気分を変える」で、「ローテーションで使用」が続きました。中には「毎日が勝負」「狙っている相手が複数いる」という「勝負師」も1割弱いるようです。

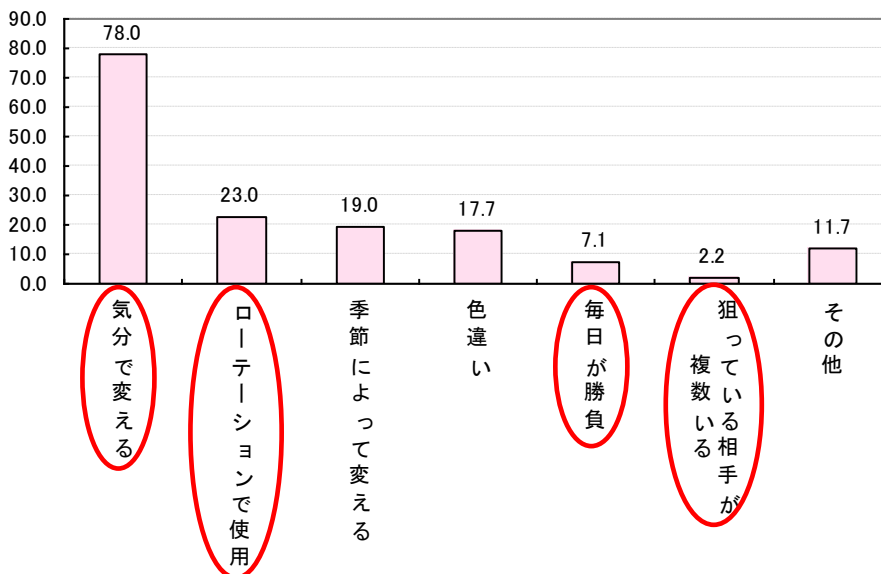
結果：「(勝負下着を持っていると回答した人に対し)勝負下着は何着持っていますか？」の回答 <単一回答>
【全体(N=1,497)】



<ポイント>

勝負下着を所有する人の約8割が複数着所有ということが分かりました。勝負とはいえ、「ここぞというときの1枚」というわけではなさそう。最も多かったのは「2～3着」という回答。

結果：「(勝負下着を複数持っていると回答した人に対し)複数持っているのはなぜですか？」の回答 <複数回答>
【全体(N=1,193)】



<ポイント>

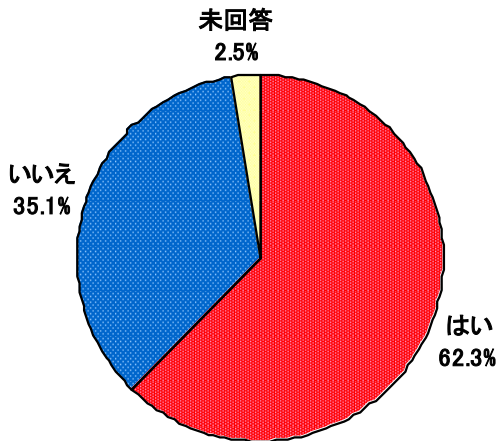
勝負下着を複数着所有する理由は、「気分によって変える」ため。中には「毎日が勝負」「狙っている相手が複数いる」という、非常にアグレッシブな回答をするツワモノも。

④勝負下着、買い替え時を間違えると負け組に！？

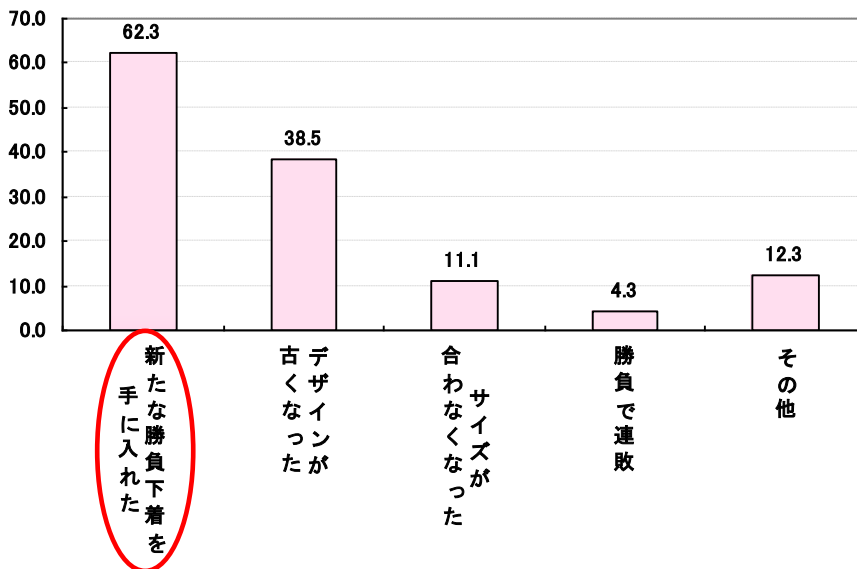
現在勝負下着を所有している人の約6割が、勝負下着から「格下げ」になった「格下げ下着」を所有していることも分かりました。理由として最も多いのは「新たな勝負下着を手に入れた」という回答で、全体の約6割を占めています。

一方、前述のように、男性が女性の下着姿に引いた理由として「伸びていてだらしがない」という意見も数多くあがっています。「まだ着られる」「高かったからもったいない」などさまざまですが、せっかくの勝負下着も、買い替え時を誤ると、負け組になってしまう可能性も。女性は一度、勝負下着も含め手持ちの下着をチェックした方がいいかもしれません。

結果:「(勝負下着を持っていると回答した人に対し)勝負下着から格下げになった下着はありますか?」の回答 <単一回答>
【全体(N=1,497)】



結果:「(格下げ下着があると回答した人に対し)それはなぜですか?」の回答 <複数回答>
【全体(N=933)】



<ポイント>
「新たな勝負下着を手に入れた」ときに「格下げ」となる他、直接的に勝負に敗れて「格下げ下着」となるケースもある。

⑤女性の仕掛ける“勝負”、空振りしないためのポイントは“手触り”!?

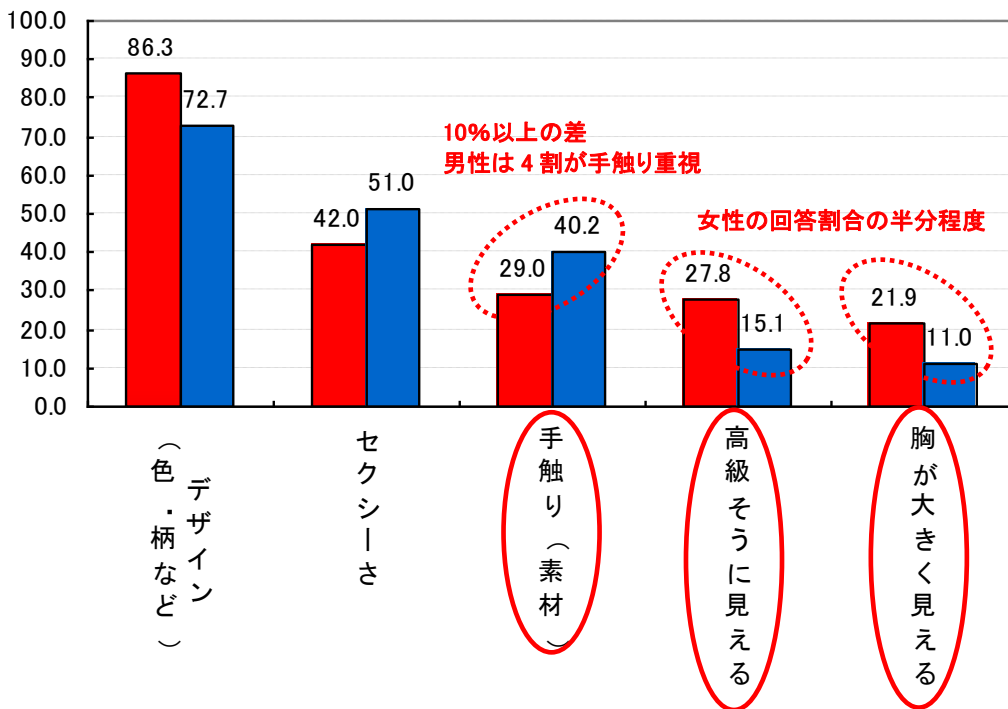
女性が勝負下着で重要視するポイントは「デザイン(色・柄)」で、これに続いたのが「セクシーさ」でした。男性に「異性の下着でチェックするポイント」を尋ねたところ、女性と同様に「デザイン」「色」「セクシーさ」という回答が上位に上がり、男女ともにある程度共通した価値観を持ち、女性の「勝負ポイント」の効果が発揮されていると言えます。

ただ、これ以外の要素については、男性と女性の意識差が浮き彫りになりました。男性は「手触り(素材)」への意識が比較的高く、約4割もの男性がチェックすると回答しています。逆に男性は意外にも「胸が大きく見える」必要はあまり感じておらず、1割程度の回答にとどまりました。また、女性が勝負下着にかかる金額からも見て取れるように高級志向なのに対し、男性は女性の下着に対して、それほど高級感は求めていないという結果に。女性は勝負どころを誤ると、せっかくの“勝負”も男性に響かないということもありそうです。

結果:「(勝負下着を持っていると回答した女性に対し)勝負下着で重要視するポイントは何ですか?」の回答 <複数回答>

結果:「(男性に対し)異性の下着でチェックするポイントは何ですか?」の回答 <複数回答>

【左:女性のみ(N=1,257)/右:男性のみ(N=410)】



<ポイント>

「デザイン」「セクシーさ」が重要であるという点については男女ともに共通する重要ポイント。

これに対し、「手触り(素材)」や「胸が大きく見える」、「高級そうに見える」という点など、男女で目の付けどころが違う要素が浮き彫りに。

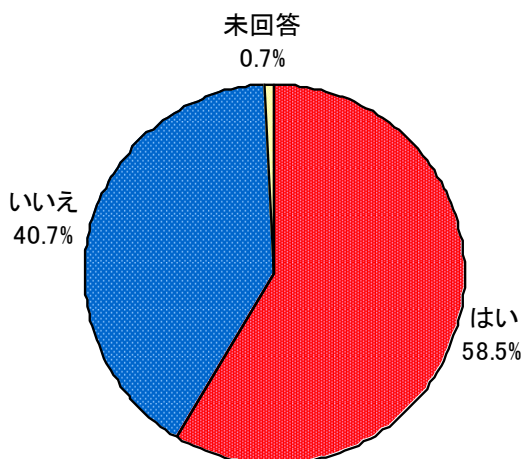
⑥草食返上!? 男性の4人に1人が1週間以内に勝負パンツを着用!

男女の勝負下着の所有率は全体の58.5%で、現在所有していないと回答した中にも、「今後購入予定」または「勝負下着は欲しいが、どれがいいかわからない」という所有願望者が40%近くいることが分かりました。男性だけで見た場合も、勝負下着を現在所有、または所有願望があるという人は男性全体の7割以上にのぼりました。

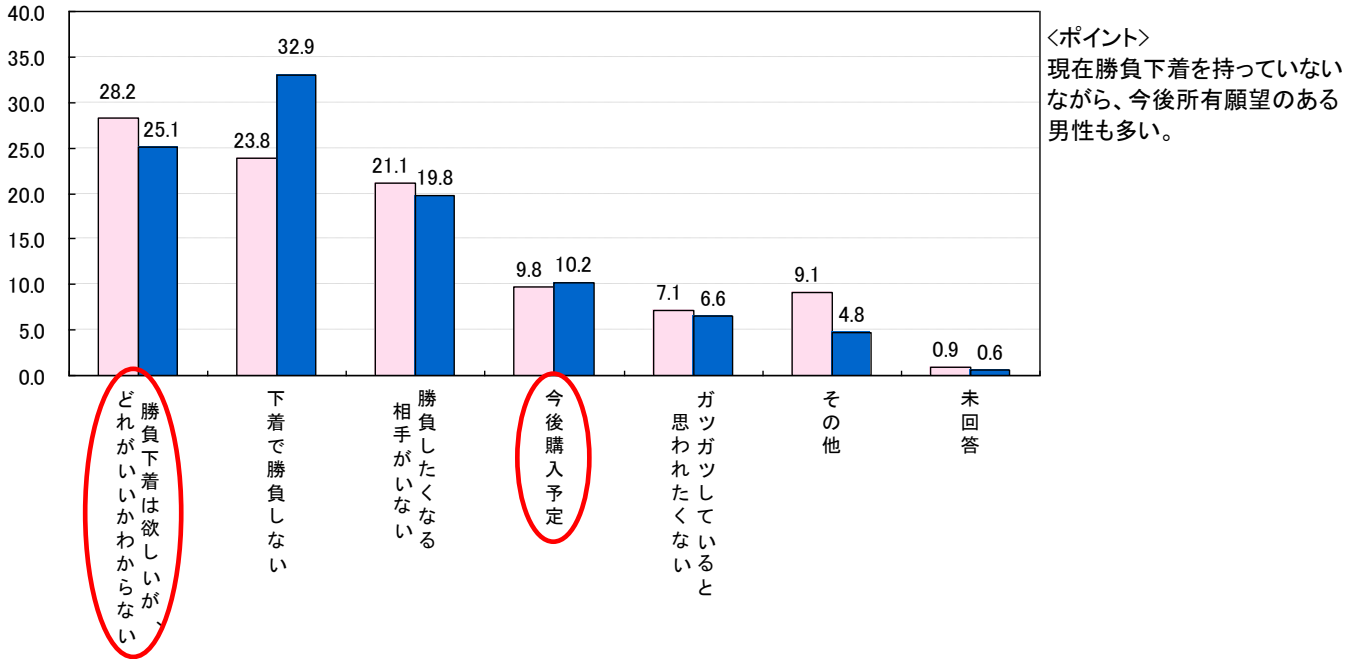
さらに、「最近いつ勝負下着を着ましたか?」の問いについても、男性の4人に1人が1週間以内と回答。女性の5人に1人よりも多い結果となりました。1ヶ月以内となると、男性の6割以上が勝負下着を着たという結果が出ています。この結果から、草食系と言われている男性も、実は勝負する準備は出来ているということが言えそうです。バレンタインを控えたこの時期、女性は“勝負”を仕掛けるチャンスかもしれません。

結果:「あなたは勝負下着を持っていますか?」の回答 <単一回答>

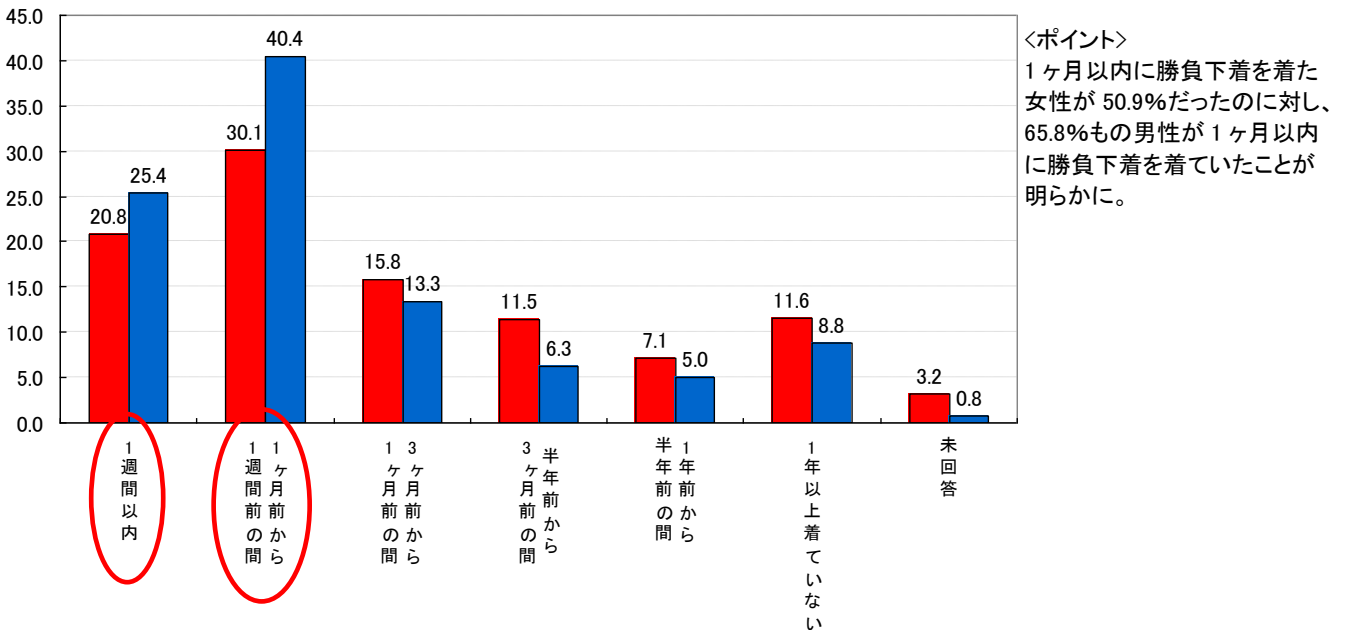
【男性のみ(N=410)】



結果：「(勝負下着を持っていないと回答した人に対し)それはなぜですか?」の回答 <複数回答>
 【左:全体(N=1,045)/右:男性のみ(N=167)】



結果：「(勝負下着を持っていると回答した人に対し)最近いつ勝負下着を着ましたか?」の回答 <単一回答>
 【左:女性のみ(N=1,257)/右:男性のみ(N=240)】



⑦毎日“勝負”をしようとするタレント・有名人に選ばれたのは杉本彩さん・石田純一さん

「毎日“勝負”をしようとするタレント・有名人は誰ですか?」の問いで最も多くの方から選ばれたのは杉本彩さんでした。これは、2位の方の3倍近い得票数を獲得してのものでした。なお、男性1位だったのは、総合でも2位になっている石田純一さんとなっています。

今回の調査で男女ともに、現在パートナーがいるの方が勝負下着の所有率が高いという結果が出ています。(パートナーあり男性:62.5%・パートナーなし男性:43.0%、パートナーあり女性:61.5%・パートナーなし女性:50.8%)パートナーがいてもデートや仕事など、“勝負”の気持ちを忘れないアグレッシブな層が、同じく“勝負”の気持ちを忘れていなさそうな二人を支持したと見ることができそうです。

なお、ワコールの会員サイト「My Wacoal」では、下着選びの悩みを解決するコンテンツを数多く用意しています。さらに現在、会員登録した方の中から抽選で「My Wacoal」厳選の“勝負下着”が当たるキャンペーンを実施中です。

My Wacoal キャンペーン URL: http://www.wacoal.jp/campaign_valentine/
http://sp.wacoal.jp/campaign_valentine/ (※スマートフォンはこちら)

<調査概要>

- 1) 調査名 : 「勝負下着に関する意識調査」
- 2) 調査方法 : ワコール自社サイト上でのアンケートにて選択・記述式にて回答を得た。
- 3) 調査対象 : 全国のインターネットユーザーの男女
- 4) 調査期間 : 2011年11月18日～12月5日
- 5) 有効回答数 : 2,558名<男性:410名、女性:2,148名>