

なぜ見えない下着にこだわるのか

## 女性の心理と下着に関する意識調査

～“お気に入りの下着”と、その心理的効果～ 調査結果

株式会社ワコールホールディングスは、聖心女子大学文学部教授・菅原健介氏(専門:社会心理学・性格心理学)との共同研究で、首都圏・関西圏の女性約1,000人を対象に、『女性の心理と下着に関する意識調査』を実施しました。この共同研究は、女性が「なぜ見えない下着にこだわるのか」を大きなテーマとし、“他者からは見えない下着が女性の心と行動にどのように関わっているのか”を解明するものです。今回の調査では、特別な時や大切なシーンで身につける“お気に入りの下着”の存在に着目し、その心理的効果を考察しました。

調査の実施概要      調査対象:18歳～59歳の女性(居住地:首都圏ならびに近畿圏)1030人  
(18～24歳、25～29歳、30～39歳、40～49歳、50～59歳の区分で各206人)  
調査方法:Web調査(インターネット調査)  
調査時期:2007年2月21日(水)～22日(木)

調査の結果、インナーウェア(下着)でも、特に“お気に入りの下着”がある女性は約9割を占め、その背景には、女性の心と行動に関わる4つの心理的効果を持っていることがわかりました。

### ＜“お気に入りの下着”の、4つの心理的効果＞

#### (1)【気合力】…パワーが溢れてきて自信が…

「ココロが引き締まる」(77.7%)「気合が入る」(75.1%)など、大事な場面に臨んで、自分を律して気力を強める効果。

#### (2)【オンナ力:女性自覚】…そのとき、母から女になれます…

「女らしい気分になれる」(77.5%)「いつもより輝いて見える」(75.6%)など、女性としての自覚と自信を高める効果。行動力や魅力もアップすると感じる。

#### (3)【癒し力】…下着ひとつで気分が安らぐ…

「安心感にひたれる」(74.6%)「ココロが癒される」(62.4%)など、安らぎと癒しの効果。この心理的効果は、アウターウェアよりも強く感じられています。

#### (4)【開運力】…いいことがありそうな気が…

「いいことがありそうだと思う」(74.0%)といった明るい希望や期待感。あるいは「ツキが回ってくる」(34.1%)といった、幸運を呼ぶアイテムとしての効用。

※ この調査では、「下着の心理的効果」の種類を、「①気合力 ②オンナ力 ③癒し力 ④開運力」の四種に分類していますが、その後、『女性の下着へのこだわりと身体意識に関する調査』(2008年3月発表)以降の調査で「①アピール ②気合い ③安心感(癒し、ゆとり)」の三種に整理されました。

## 〈共同研究の趣旨〉

人は自分の外見を演出するアウターウェア(被服)や化粧品に強いこだわりを示してきました。自分の魅力や社会的地位をアピールするといった、重要な役割を果たしているからです。

対してインナーウェア(下着)は、通常、他の人に見せることはなく、自分の下着姿を鏡に映して見るのも、ごく限られた時間にすぎません。ならば、インナーウェアの外観(デザインやイメージ等)による情緒的な要素はこだわる意味がなく、体型の補整機能や、つけ心地の良さがあれば足りるということになってしまいます。

しかし女性はインナーウェアの外観にこだわっています。情緒的なデザインやイメージを追求した下着がカタログや店頭を華やかに彩り、最近はその傾向がさらに目立っているようです。

女性たちは「なぜ見えない下着にこだわるのか」。この基本的な疑問に対して、心理学的な視点からアプローチし、インナーウェアの新しい可能性を探るために、共同研究をスタートしました。

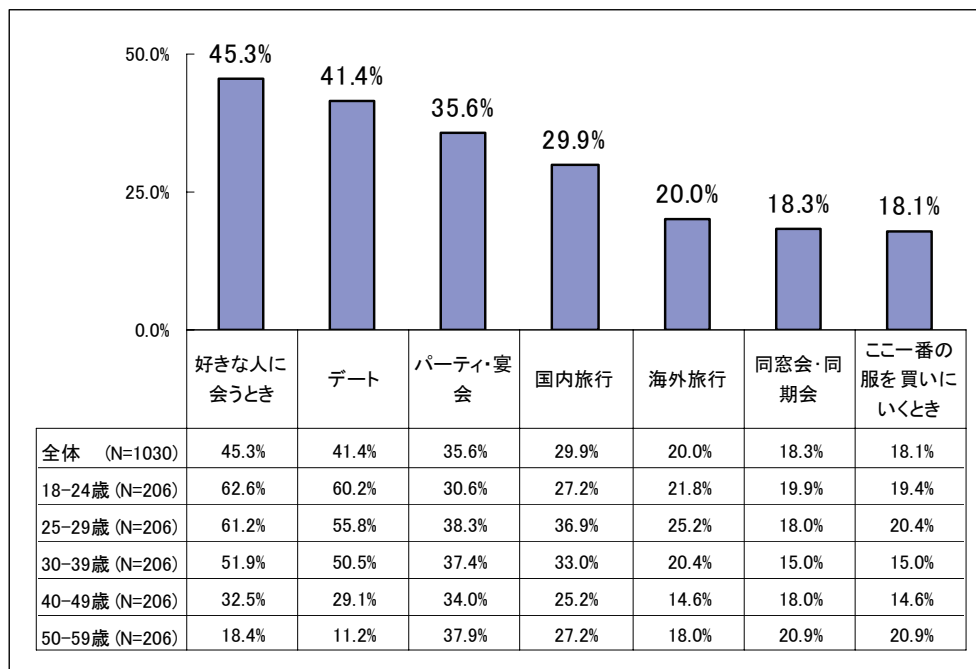
## 〈調査結果の要旨〉

### 恋愛シーンに着用したい“お気に入りの下着”

たとえば、「自分の好みに合わない下着をつけると気分がよくない(79.8%)」とか、「下着とは、見えなくてもこだわるべきだと思う(72.3%)」(いずれも「あてはまる」「ややあてはまる」の合計)と、女性は自分のインナーウェアに情緒的な思い入れを感じています。ならば、「特別な時や大切なシーンで身につける、とっておきの“お気に入りの下着”」があるはずで

「“お気に入りの下着”がある」という女性は、全体の 88.1%になり、“お気に入り”のアイテムは、ブラジャー 80.6%、ショーツ 76.2%、キャミソール 28.7%(複数回答)となりました。

〈図表1 “お気に入りの下着”を着用したいと思うのはどんなとき?〉(複数回答)



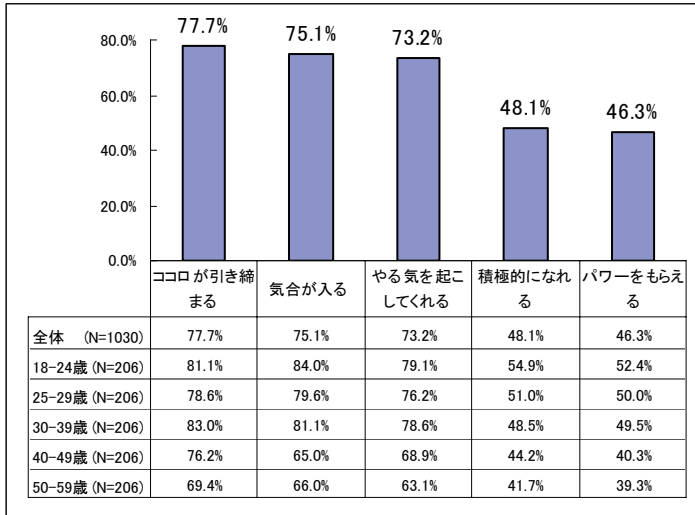
“お気に入りの下着”を着用したいと思うのは、18～24歳では「好きな人に会うとき(62.6%)」「デート(60.2%)」といった恋愛シーンです。一方、50代では「好きな人に会うとき(18.4%)」や「デート(11.2%)」が少なくなり、「パーティ・宴会(37.9%)」「国内旅行(27.2%)」の方が多くなります。いずれも日常生活を離れた“ハレ”の場面だといえるでしょう。

# “お気に入りの下着”がもたらす、4つの心理的効果

## (1)【気合力】…パワーが溢れてきて自信が…

「ココロが引き締まる(77.7%)」「気合が入る(75.1%)」「やる気を起こしてくれる(73.2%)」など、大事な場面に臨んで、自分を律して気力を強める効果。「気合が入る」は18～24歳では84.0%ですが、50代では66.0%と、年齢層が高くなれば、やや減少する傾向にあります。

(図表2 “お気に入りの下着”を着用したとしたら、どんな気分や態度になりますか?) (複数回答)

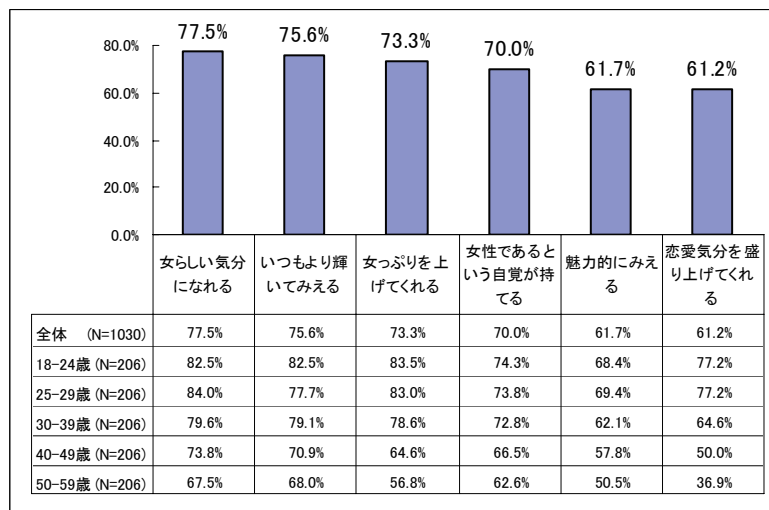


着けたときに「今日は気合入るなあ」って思う(20才)  
 普段ネガティブな私も少し胸を張って歩けるような、気がする(22才)  
 女っぷりが上がったような気がして、気合が入ります(29才)  
 お気に入りの下着を着て行くと朝から元気で、友達に”いつもと違うなあ”と毎回指摘される(34才)  
 普段着を着ていてもすごくおしゃべりしている気分、しゃきとした一日が過ごせる(46才)  
 大事な場面に着用するとパワーが溢れてきて自信が出る(52才)

## (2)【オンナ力:女性自覚】…そのとき、母から女になれます…

「女らしい気分になれる(77.5%)」「いつもより輝いて見える(75.6%)」など、女性としての自覚と自信を高める効果。行動力や魅力もアップすると感じています。年齢層が高くなれば、やや減少する傾向にあります。50代で「女っぷりを上げてくれる」が56.8%、「恋愛気分を盛り上げてくれる」も36.9%あります。

ちなみに、「女性は歳をとっても恋心を持ちたい」という設問に「あてはまる」「ややあてはまる」と答えた人は、18～24歳で84.5%、25～29歳で85.0%、30代で81.6%、40代で80.1%、50代で71.4%。いつまでも若々しく、女性として人生を積極的に楽しもうとする意欲がうかがわれます。



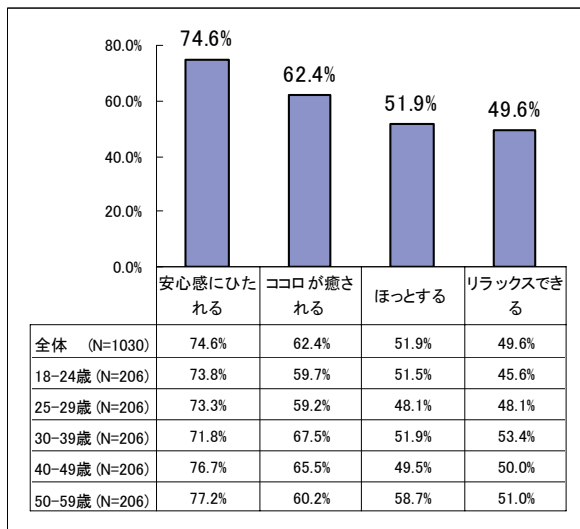
(図表3 “お気に入りの下着”を着用したとしたら、どんな気分や態度になりますか?) (複数回答)

イブの夜だけのために、クリスマス限定下着は毎年購入。やっぱりテンション上げなきゃ(22才)  
 恋愛体質になりたくて、下着のカラーはすべてピンク!(28才)  
 バレンタインにダークレッドのブラをつけて。見せるわけじゃないけど、気持ちが高揚しました(29才)  
 ステキな下着を身につけたときは、母から女になれます(47才)  
 着けていて自分で見とれた。(52才)  
 旅行先で、勝った、と思った(54才)

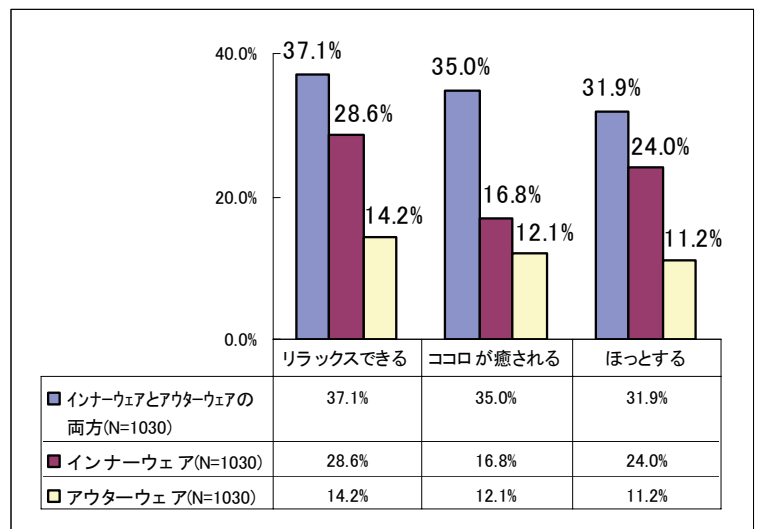
### (3)【癒し力】…下着ひとつで気分が安らぐ…

「安心感にひたれる(74.6%)」「ココロが癒される(62.4%)」といった、安らぎと癒しの効果。これは各年齢層の差が少なく、一定の割合の人が感じています(図表4)。また、この心理的効果は、アウターウェアよりもインナーウェアの方に感じる人が多くなっています(図表5)。

(図表4 “お気に入りの下着”を着用したとしたら、どんな気分や態度になりますか?) (複数回答)



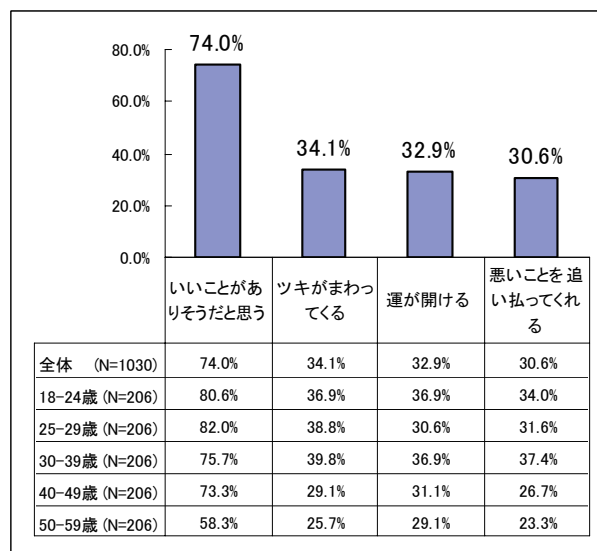
(図表5 “癒し効果”に関するインナーウェアとアウターウェアの比較) (複数回答)



- 気分が落ち込んだ日に着ると安心できる(24才)
- 気の持ちようかもしれないけど、その日1日平和に過ごせる(29才)
- お気に入りの下着は自分が一番リラックスできるもの。お気に入りの下着で過ごすオフは最高に癒されます(31才)
- 外でストレスなく自分を表現できるのがお気に入りの下着(44才)
- 下着ひとつで気分が安らぐのか、気持ちが落ち着くのか、周りの人に“優しくなったね”といわれた(57才)

### (4)【開運力】…いいことがありそうな気が…

「いいことがありそうだと思う(74.0%)」といった明るい希望や期待感。あるいは「ツキが回ってくる(34.1%)」といった、幸運を呼ぶアイテムとしての効用。年齢層が高くなれば、やや減少する傾向にあります。



(図表6 “お気に入りの下着”を着用したとしたら、どんな気分や態度になりますか?) (複数回答)

- 運気が上がる気がする(27才)
- プレゼンで必ず成功する(27才)
- なんでも前向きにスムーズにすごせる気がする(26才)
- 何かの時に気に入ったデザインの新品をおろすと必ずうまくいく(34才)
- 落ち込んでいるときは、新しい下着を買ってストレス発散&運気を変える(35才)
- 失恋した直後、下着をすべて新しく買い換えたら、すぐに新しい恋人が出来た(36才)
- きれいな下着をつけていると、テンションが上がって、いいことがありそうな気がします(45才)

### ●インナーウェアは、女性の心だけでなく、“振る舞い”にも作用します

インナーウェアは通常他者に見せることがないため、「他者に影響を与える外面的な効果よりも、自分自身に影響を与える内面的な効果があるのでは」との仮説を立てていました。事実、異性との交流場面やハレの場に出かける際、その心の準備のために重要な働きをしていることが分かったのです。自身が気に入ったインナーウェアを着ける事で、「女性的な気分になり」「気合が入る」と感じていました。

しかし、効果は内面効果には留まっていなかったようです。たとえば、「いつもより輝いて見える」など、女性としての自信が実際の社会的場における振る舞いにもよい方向で作用することも示されています。特に、若い世代においてこうした傾向は顕著でした。

### ●女性としての自覚と自信を高める効果

インナーウェアは女性の体に特化した商品であり、身体に直接フィットしボディラインを演出します。そのため、直接他者に見せなくても、「お気に入りの下着」をつけることで、自らの「女性」としての自覚と自信を高めるのかもしれませんが、さらに、そうした意識の高まりが積極的な行動を促すなどして、結果的に他者から好意的な反応を得て、間接的に自己の魅力を引き出す効果があるように思われます。

### ●アウターウェアよりも強いと言われる、癒しの効果

さらに、下着の心理的効果として特徴的なのが「癒し」でした。多くの女性がお気に入りのインナーウェアを着けることで「安心感にひたれる」「ココロが癒される」と感じていて、これはどの年齢層でも変わりませんでした。こうした癒しの効果は、アウターウェアよりも強いとする声も多く、インナーウェアの持つ重要な心理的効果の1つと考えられます。

### ●新しいインナーウェア文化の可能性

アウターウェアを選ぶときはどうしても他者の思惑を考えがちですが、インナーウェアは通常、他者の目に触れません。従って、自身の思い通りに“お気に入り”を決めることができます。そうした自己満足が、インナーウェアの心理的効果を生み出すのかもしれませんが、ただ、そのデザインはまだアウターウェアほど多様ではありません。そうした意味で、インナーウェアがさらなる進化を遂げ、自分自身の感性をもっと自由に楽しむためのファッションになったとき、新しいインナーウェアの文化が始まるのかもしれませんが、今回の調査から、他者に見えないオシャレという世界に、そのような新たな可能性が見えてくるのです。

#### 菅原 健介(すがわら けんすけ)

1958年東京都生まれ。横浜国立大学教育学部心理学科卒業。東京都立大学大学院人文科学研究科博士課程心理学専攻修了。文学博士。現在、聖心女子大学文学部教授。専門は社会心理学、性格心理学。研究テーマは羞恥心、対人不安、自己呈示。著書に、『人はなぜ恥ずかしがるのか』（サイエンス社）、『羞恥心はどこへ消えた？』（光文社）、編著書に、『ひとの目に映る自己』（金子書房）などがある。