

なぜ見えない下着にこだわるのか2

成熟世代の“若さ志向”と、からだや下着意識の変化

～『女性の下着へのこだわりと身体意識に関する調査』結果について～

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)との共同研究として、女性が「なぜ見えない下着にこだわるのか……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影響するのか」を解明する調査に2006年から取り組んでいます。

今回は「加齢(実年齢)と若さ志向」に着目し、30代後半から60代前半の、首都圏の女性約1,200人を対象に、『女性の下着へのこだわりと身体意識に関する調査』を実施。女性にとって「実際の年齢に対してどれほど“若さ”を意識しており、それが下着へのこだわり心や、“お気に入りの下着”の心理的効果にどのように表れているのか」を考察しました。(詳しい調査結果は報告書をご参照下さい)

調査の実施概要 調査対象:35歳～64歳の女性(居住地:首都圏)1,236人  
(35～39歳、40～44歳、45～49歳、50～54歳、55～59歳、60～64歳にほぼ等分)  
調査方法:Web調査(インターネット調査)  
調査時期:2007年12月20日(木)～21日(金)  
※25～39歳のデータは「女性の心理と下着に関する意識調査2007年3月」より補足使用しています。

〈年齢にとらわれず、若さを追求し、“お気に入りの下着”を楽しむ女性たち〉

女性の約9割が“お気に入りの下着(インナーウェア)”を持ち、その下着から、心と行動を変える“心理的効果”を受けています。一方、実年齢よりも平均5歳は若く感じている女性が全体の8割。年齢に束縛されず、ココロの若さを下着のファッションやライフスタイルで追求する女性像が浮かび上がってきました。

(1)年齢に制限されない、“お気に入りの下着”の心理的効果

①「気合」の効果は、年齢による差は比較的少なく、②「魅力アピール(性的アピール)」の効果は年齢が上がるほど減少する傾向ですが、「好きな異性に下着姿をほめられるとうれしい」は60代前半でも19.4%。5人に1人が下着姿の魅力を意識しています。③「ゆとり感(癒し)」は年齢に比例して高くなります。

(2)“若さ”は実年齢ではない…いつまでも気持ちは若く、ロマンチック…

60代前半で、実年齢よりも1～5歳若く感じている人は48.1%。「11歳以上若く」感じている人は14.6%。「いくつになっても恋心を持ちたい」ロマンチック派は60代前半で48.6%。

(3)“若さ志向”から見えてきた3つのタイプ

- ①気持ち若いタイプ…加齢による体型変化も、気持ちの若さで吹き飛ばす…
- ②外見若いタイプ…昔と変わらない体型を維持しつつ、ファッションにも興味津津…
- ③年相応タイプ…恋やオシャレはとりあえずパス、あるがままでいたい…

## 〈共同研究の趣旨〉

通常、インナーウェア(下着)はアウター(服)の下に隠されています。自分の下着姿を確認する機会も、下着姿を他人に見せる機会も限られます。それなのに、女性たちは着心地だけでなくデザインにも強い関心を持っています。「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、下着の新たな可能性を探るために、共同研究を進めています。

## 〈調査結果の要旨〉

### 年齢に制限されない、“お気に入りの下着”の心理的効果

設問で「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”のアイテムは？」とお聞きしたところ、調査した35～64歳の女性全体の92.3%が「ある」と答え、ブラジャーやショーツなどをあげました。そこで“お気に入りの下着”を着用するときの気分や態度をお聞きしたところ、主に下記の3種の心理的効果が認められました。

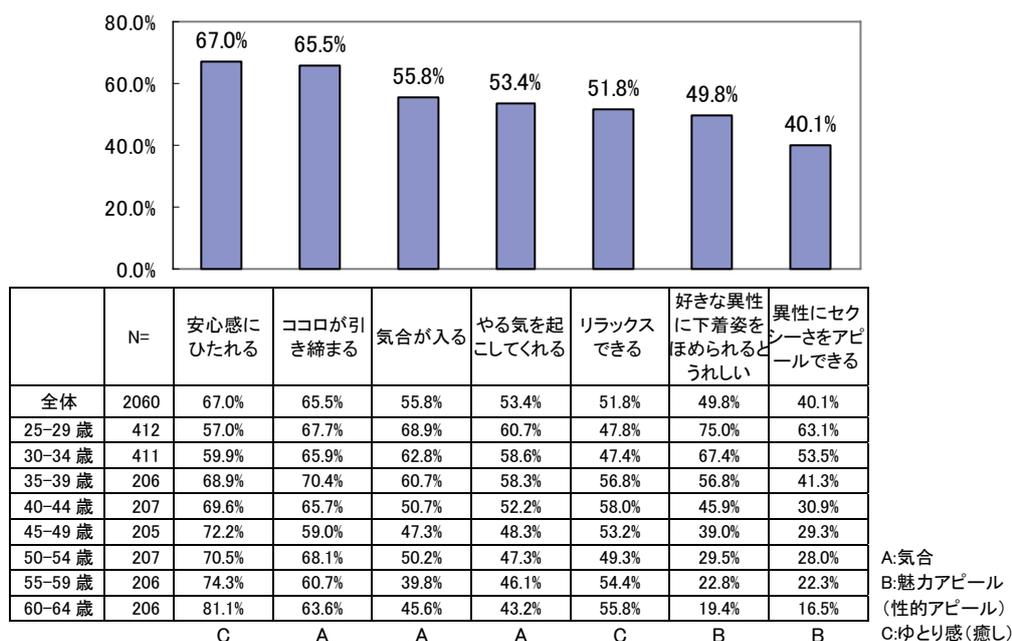
**(1) 気合**…「ココロが引き締まる(全体 65.5%)」「気合が入る(全体 55.8%)」など、大事な場面に臨んで、自分を律して気力を強める効果。いずれも40代から上はやや低まるものの、その後60代前半まで著しく減少することなく、おおむね40%以上の人が「気合」の効果を感じています。

**(2) 魅力アピール(性的アピール)**…「好きな異性に下着姿をほめられるとうれしい(全体 49.8%)」「異性にセクシーさをアピールできる(全体 40.1%)」といった、女性としての自信や行動力、魅力がアップすると感じる効果。年齢層が上がれば、やや減少する傾向にありますが、それでも「好きな異性に下着姿をほめられるとうれしい」は50代前半で29.5%、60代前半で19.4%。60代の5人に1人が、異性に対する自分の下着姿の魅力を意識しています。

**(3) ゆとり感(癒し)**…「安心感にひたれる(全体 67.0%)」「リラックスできる(全体 51.8%)」といった、安らぎと癒しの効果。これは20代から60代へと年齢が上がるにつれて、やや増える傾向にあります。

40代以上のいわゆる“成熟”世代にとって、下着は20～30代ほど異性を意識するアイテムではありませんが、それでも5～6人に1人が『魅力アピール』の効果を感じています。また『ゆとり感(癒し)』の効果は若い層よりもやや強く、『気合』の効果も40代以上は比較的減少しません。むしろ若い世代よりも、心のゆとり感や充足感を演出する、自分のためのアイテムとして着こなしている実態がうかがえます。(報告書 P6)

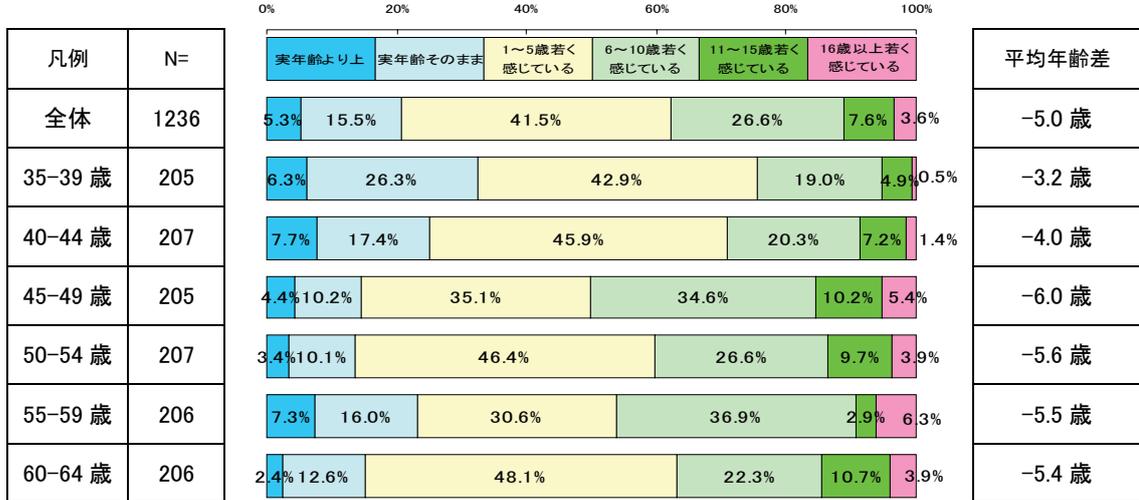
〈図表 1〉 “お気に入りの下着”を着用するときの気分や態度(複数回答)



## “若さ”は実年齢ではない…いつまでも気持ちは若く、ロマンチック

マインド年齢はマイナス5歳。「実年齢よりも若い！」と感じている人は全体の8割。

〈図表 2〉 自分で自分を何歳くらいに感じているか(実年齢との差)



自分自身を、実年齢と比較してどれほど若く感じているか(マインド年齢)をお聞きしました。全体のおよそ4割(41.5%)が「1~5歳以上若く」感じていて、若く感じる年齢差の平均は「マイナス5歳」。40代後半が、最も「実年齢よりも若く感じる」差が大きく、平均6.0歳となっています。

また60代前半では平均5.4歳若く感じていて、「11歳以上若く」感じている人は14.6%。実年齢が60代でも、気持ちは40代後半から50代前半…という若々しい人が10人に1人はおられることになります。(報告書 P14)

### ロマンチックな心はずっと…。ときめき、恋心は忘れません。

「いつまでもなにかにときめいていたい」は年齢が上がっても著しく減少せず、「いくつになっても恋心を持ちたい」は30代後半が74.9%(あてはまる+ややあてはまる)に対して、60代前半で48.6%。多少減少するとはいえ、いわゆる“成熟”層でも、ロマンチックな乙女心を持つ人が相当数おられることを示しています。(報告書 P23)

〈図表 3〉ロマンチック志向

|         | いつまでも何かにときめいていたい |         | いくつになっても恋心を持ちたい |         |
|---------|------------------|---------|-----------------|---------|
|         | あてはまる            | ややあてはまる | あてはまる           | ややあてはまる |
| 全体      | 31.1%            | 52.9%   | 16.7%           | 46.3%   |
| 35~39 才 | 31.2%            | 57.8%   | 23.4%           | 51.5%   |
| 40~44 才 | 33.3%            | 52.2%   | 20.3%           | 46.9%   |
| 45~49 才 | 35.6%            | 51.2%   | 17.6%           | 52.2%   |
| 50~54 才 | 32.4%            | 51.7%   | 18.4%           | 46.4%   |
| 55~59 才 | 27.7%            | 48.1%   | 9.7%            | 43.2%   |
| 60~64 才 | 26.2%            | 56.3%   | 10.7%           | 37.9%   |

### 積極的、下着のおしゃれ心

「“お気に入りの下着”を着用したいと思う状況」をお聞きしました。「恋人、パートナーと旅行に行くとき」や「デートするとき」を答えた人は40代以上は減少傾向にありますが、60代前半でも3人に1人(33.0%)が「デートするとき」を意識しています。

また、「結婚式に出席するとき」「健康診断などで病院に行くとき」「同窓会で久しぶりの友人に会うとき」は逆に若い世代よりも増加しています。下着のおしゃれ心はいつまでも衰えることはなく、むしろさまざまな生活シーンに対応して、若い世代に負けず積極的におしゃれを楽しむ状況があると言えるでしょう。歳を重ねても、おしゃれ心は若いのです。(報告書 P8)

## “若さ志向”から見えてきた3つのタイプ

年齢を重ねることによって、からだや下着への意識がどのように変化し、影響を受けるのか…それは、単純に「実年齢」だけでとらえることができません。年齢を重ねても自分をまだまだ若いと感じている人もいれば、実年齢が十分若いのに、気持ちや行動が若さを失っていく人もいます。そのような“年齢意識の違い”が、下着へのこだわりやライフスタイルにどのように影響するのかを検証しました。

「自分の年齢をどのような姿勢で受け止めているのか」を尋ねる設問に答えていただき、その回答を点数化し、平均点を基準に対象者を分類しました。実年齢に対して若さを求める傾向を示す“若さ志向”が強い層と弱い層にまず分類し、「若さ志向が強い」層について、その若さが「内面」と「外見」のいずれを志向しているかで分類しました。その結果、すべての対象者が3つのグループに分けられました。(報告書 P11~13, 31~33)

### 〔1〕外見的な若さは求めないが、内面的な若さを大切にしようとする「気持ち若いタイプ」…292名(24%)

- ・着心地が良いのはもちろん、おしゃれでないと物足りない。(37歳)
- ・太目の体型にもブラジャーとパンティのかわいいセットがあるといいのに。(42歳)
- ・新しいものを買うと心が弾む。お気に入りを着けると安心感がある。(46歳)
- ・理想と現実にギャップがあり、10年前まで軽蔑していたサイズやデザインでないと合わなくなった事がショック。(56歳)
- ・装いは下着から始まると思う。良い下着をつけることで、自分が輝いているとひそかに思えることが嬉しい。(64歳)
- ・誰の為でもなく、自分のために下着にこだわりたい。(64歳)

### 〔2〕とにかく外見的な若さを維持しようとする「外見若いタイプ」…270名(22%)

- ・人に見えない部分だからこそきちんとしていきたい。下着は本性が出る。(37歳)
- ・最近、下着と服の境目がなくなってきて、見せてもいいモノになってきていると思う。セクシーで、でもいやらしすぎないものがあつたらいいな。(47歳)
- ・体のラインを崩さずに保つには、やはり下着が一番大事。仕事のない日でも、キチンと下着はつけている。(48歳)
- ・下着に合った体作りを意識している。(50歳)
- ・いつまでも女でいたいと願う女心は年齢に関係なし。豪華で可愛いブラとショーツに包まれていると、中まで見通されているような快感さえ覚えます。(63歳)

### 〔3〕自分の年齢を受け入れて、上記の2タイプほどは若さを求めない「年相応タイプ」…674名(54%)

- ・消耗品なので出来るだけ安く、でも自分にフィットして気に入ったものがいい。(35歳)
- ・若くないのでこだわり等はない。関心がない。(37歳)
- ・バストアップとかはどうでもいい。着けていて楽なのが一番。というかブラジャーなんてつけたくないくらい。(41歳)
- ・自分の体に合ったものを捜すのが面倒くさい。(48歳)
- ・取り敢えずつけているという感じになってきている。おしゃれを意識していないと思った。(48歳)
- ・「他人の目を気にする」必要はないと思う(52歳)

調査対象者 1,236 人の8割は、実年齢よりも若く感じています(P3 図表 2 参照)。ですから、全体の 54%を占める「年相応タイプ」は若さを全く求めないというのではなく、3タイプを通じて全体に「若さ志向」があります。その中で「気持ち若いタイプ」「外見若いタイプ」は相対的に若さ志向が強く、さらに内面と外見の若さへのこだわりで特化して分類したものです。

〈図表 4〉 3つのグループを分ける尺度とした設問例

(「あてはまる」と回答)

|                           | 気持ち若いタイプ | 外見若いタイプ | 年相応タイプ |
|---------------------------|----------|---------|--------|
| 外見よりも考え方はいつも(実年齢より)若くありたい | 76.7%    | 34.4%   | 9.6%   |
| 見た目は年相応でも、中身は若くありたいと思う    | 76.7%    | 31.5%   | 10.2%  |

|                    | 気持ち若いタイプ | 外見若いタイプ | 年相応タイプ |
|--------------------|----------|---------|--------|
| できるだけ実年齢よりも若く見られたい | 44.9%    | 80.0%   | 3.6%   |
| 同年代の中では若い方でいたい     | 56.5%    | 77.8%   | 4.3%   |

また、これら3つのタイプの実年齢の平均を比較すると、あまり差がないことが分かりました。したがって、この3つのグループの違いは、「実年齢」が反映されたものではありません。実年齢とは異なった視点で、その人の“年齢意識”が表れたものです。

## (1) 気持ち若いタイプ

### 【加齢による体型変化も、気持ちの若さで吹き飛ばすアクティブウーマン】

- 下着へのこだわり  
下着へのこだわりが強く、特に「着心地」「耐久性」「接客態度」のこだわりが強い。「ゆとり感(癒し)」への心理的効果を下着に期待する。
- 体型  
体型維持を意識するも、結果的にふくよかな傾向で、肥満とたるみは自覚している。
- 性格  
教養もあり社会文化活動への積極性が高く、アクティブな毎日を過ごす、人一倍安定志向が強い。ロマンチック志向は高く、自分への満足度が高い。
- オシャレ志向  
関心は高いが、体型が崩れてきたためか、楽な服装をすることが多い。



## (2) 外見若いタイプ

### 【昔と変わらない体型を維持しつつ、ファッションに興味が高いオシャレウーマン】

- 下着へのこだわり  
下着へのこだわりが強く、特に「色」へのこだわりが強い。「魅力アピール(性的アピール)」の心理的効果を下着に期待する。
- 体型  
比較的にスレンダーな傾向があり、肥満、たるみなどを感じていないが、アンチエイジングに肯定的。体型変化もあまりないことから、若く見られることが多い。
- 性格  
ブランド志向があり、ファッションや趣味にお金を惜しまない。外見への意識が高く、ロマンチック志向もやや強い。
- オシャレ志向  
ファッション感度が高く流行に敏感で、楽な服装を好まない。



## (3) 年相応タイプ

### 【恋やオシャレには興味がない、あるがままでいたいと願うナチュラルウーマン】



- 下着へのこだわり  
下着へのこだわりは全般的に弱い。下着の着用によって感情が変化することもない。
- 体型  
体への意識が低いせいか、肥満、たるみの自覚があまりない。
- 性格  
自分の魅力を伝えたいという賞賛獲得の意欲が低く、外見への自信もない。社会文化活動に消極的で、アクティブな生活も送っておらず、流行への興味もない。「ときめき」「恋心」といったロマンチック志向も低く、他者の目をあまり気にしない。
- オシャレ志向  
ファッション感度が低く、楽な服装を好み、服装をあまり気にしない。

\* イラスト作成: (株)ジャパンライフデザインシステムズ(イラストはイメージです)

「下着へのこだわり」: 報告書 P25-27・36・37、「体型」: P12・17、「性格」: P20・21、「オシャレ志向」: P19・20 を参照。

## 共同研究者考察（聖心女子大学教授 菅原健介）

35歳から64歳の女性およそ1,200人を対象とした今回の調査でも、女性たちは「お気に入りの下着」を身に着けることでさまざまな心の満足感(心理的効果)を得ていることが確かめられました。

まず①「気合」の効果として、重要な仕事など、ここの一番というときに自身の集中力などを高める効果があります。②「魅力アピール(性的アピール)」の効果では、異性に対する自分の魅力を確認し、恋愛気分を盛り上げると感じます。また、③「ゆとり感(癒し)」の効果で、充実感やゆとり感にひたれるという効果もあります。異性や恋愛に関連した効果は若い年齢層の方で強く意識されていますが、その他の感覚は全体を通じて多くの人たちが共有しているのです。

今回は特に「加齢(実年齢)」という要因に注目してみました。近年、女性の生き方の多様化に伴い、実年齢は女性の生活実態を反映する物差しではなくなってきています。

そこで物差しにしたのが2つの心理尺度です。

その1つめは、“どれだけ若さを重視するか”という“若さ志向”の程度です。これは下着に対する基本的なこだわりを決める重要な要素になります。「いつまでも若くありたい」という姿勢は女性的なロマンティズムや社会へのアクティブさを作り出します。そして下着に関しても、「デザイン」「補整性」「着心地」といった多面的な関心につながっています。いわば、下着選びへの“こだわり”は、この若さ志向によって動機づけられていると言えます。

2つめは、自分の年齢、特に“加齢による身体的な変化をどれだけ受け入れるか”という「年齢受容度」の尺度です。肥満やたるみは加齢に伴う身体変化ですが、これらを実感し、しかたのないこととして受け入れる態度は、下着については「着心地」へのこだわりを生じさせます。

その結果、3つの“若さ志向タイプ”が浮かび上がってきました。

第1に、外見的な若さは求めないが、内面的な若さを大切にしようとする「気持ち若いタイプ」。

第2に、とにかく外見的な若さを維持しようとする「外見若いタイプ」。

第3に、自分の年齢を受け入れて、上記の2タイプほどは若さを求めない「年相応タイプ」です。

これら3つのタイプの平均の実年齢を比較すると、あまり差がないことが分かりました。“若さ志向”や下着へのこだわり方と、実年齢との関係は薄いのです。

特徴的なのは「気持ち若いタイプ」です。こうした女性たちは外見面での若さではなく、内面的な若さを求めます。社会的にアクティブなだけでなく、環境問題や食の安全、社会的モラルなどへの関心も高く、安定し充実した精神生活を重視するようです。ライフスタイル的には、いわゆるロハス(Lifestyles Of Health And Sustainability)的なイメージが強いのですが、気に入ったデザインの下着に無理なく自分の身体が包まれているという実感を持つことでも、こうした心の平安を演出するものと考えられます。

見えないはずのインナーウェアが「加齢」という問題と絡み合い、独特の心理的効果を生み出しています。他者の目から隠され、自身のこだわりを追及できる被服であるからこそ、そして、自分の身体に直接触れる被服であるからこそ、インナーウェアは女性の心と強く結びつくのかもしれない。

### 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。