

現代女性の
“生活感”と“セクシー観”

平成 2 年 2 月

株式会社ワコール

現代女性の“生活感”と“セクシー観” 《目次》

調査企画	1
調査結果の内容	3
I 現代女性の生活観を探る	4
1. 好きな購入の仕方	4
2. きちんとした装いと着くずした感じのどちらが好きか	6
3. 着くずした装いをする時	8
4. 生活行動に対する抵抗感	10
5. 生活態度や生き方に対する抵抗感	13
6. 大切な人(男性)に自分のすべてを知ってほしいか	15
7. 大切な人(男性)のことは全部知りたいか	18
8. 友人に対してどの程度、心(胸)を聞いていたいと思うか	20
II 現代女性のセクシー観を探る	21
1. どんなタイプ・雰囲気の女性でありたいか	21
2. “セクシー”とはどのようなイメージか	23
3. “セクシーだ”と思う方	25
4. “セクシー”と言われるのはうれしいか	28
5. 自分自身の“セクシ度”を自己採点すると	30
6. 自分自身で“セクシーだ”と思う点	32
7. “セクシーな”下着の色というと何色か	33
8. “セクシーな”下着といえば何を思い浮べるか	34
III ブラジャーについて	35
1. ブラジャーの所有枚数	35
2. 所有しているブラジャーの色	37
3. ブラジャーのカップの形の認知状況	38
4. ブラジャーを購入する時、カップの形を意識するか	40

調 査 企 画

1. 調 査 目 的

この調査は、現代女性が買い物やファッションなどの日常生活において、どのような生活態度でいるのかを捉えるとともに、“セクシー”についてどのように考えているのかを明らかにすることを目的に実施しました。

2. 調 査 対 象

首都圏に居住する14～16歳、24～26歳、34～36歳の女性を対象としました。

3. 調 査 対 象 の 抽 出 方 法

調査地点を無作為に抽出し、地点内に居住する対象年齢の女性を対象とするエリアサンプリング法によりました。

4. 調 査 方 法

調査票を用いた自記式留置法によりました。

5. 標 本 構 成

有効回収300名（各年齢層100名）の標本構成は次の通りです。

（上段：サンプル数、下段：構成比 %）

① 職 業

	サ ン プ ル 数	中 学 生	高 校 生	常 勤	パ ー ト ・ バ イ ト	そ の 他 の 有 職	専 業 主 婦	無 職 ・ そ の 他
全 体	300 100.0	31 10.3	69 23.0	101 33.7	45 15.0	1 0.3	53 17.7	- -
【 年 齢 】	100	31	69	-	-	-	-	-
14～16歳	100.0	31.0	69.0	-	-	-	-	-
24～26歳	100	-	-	69	13	1	17	-
	100.0	-	-	69.0	13.0	1.0	17.0	-
34～36歳	100	-	-	32	32	-	36	-
	100.0	-	-	32.0	32.0	-	36.0	-

② おしゃれ関心度

	サンプル数	高い	ふつう	低い
全体	300 100.0	88 29.3	177 59.0	35 11.7
【年齢】	100	21	66	13
14～16歳	100.0	21.0	66.0	13.0
24～26歳	100	40	53	7
	100.0	40.0	53.0	7.0
34～36歳	100	27	58	15
	100.0	27.0	58.0	15.0

③ ボディラインに対する自信度

	サンプル数	ある	いくらかある	ない
全体	300 100.0	38 12.7	114 38.0	148 49.3
【年齢】	100	9	41	50
14～16歳	100.0	9.0	41.0	50.0
24～26歳	100	16	40	44
	100.0	16.0	40.0	44.0
34～36歳	100	13	33	54
	100.0	13.0	33.0	54.0

④ 恋人・ボーイフレンドの有無

	サンプル数	恋人がいる	ボドボーイフレンドがいる	どっちもいな
全体	300 100.0	64 21.3	93 31.0	143 47.7
【年齢】	100	14	45	41
14～16歳	100.0	14.0	45.0	41.0
24～26歳	100	34	33	33
	100.0	34.0	33.0	33.0
34～36歳	100	16	15	69
	100.0	16.0	15.0	69.0

注) 分析で、恋人・ボーイフレンドが“いる”人とあるのは、「恋人がいる」と「ボーイフレンドがいる」を加えた層です。

⑤ 血液型

	サンプル数	A型	A B型	B型	O型
全体	300 100.0	103 34.3	50 16.7	67 22.3	80 26.7
【年齢】	100	31	20	26	23
14～16歳	100.0	31.0	20.0	26.0	23.0
24～26歳	100	29	19	24	28
	100.0	29.0	19.0	24.0	28.0
34～36歳	100	43	11	17	29
	100.0	43.0	11.0	17.0	29.0

⑥ 1ヵ月の平均小遣い額

	サ ン プ ル 数	3 千 円 未 満	3 5 "	5 未 満 千 1 万 円	1 2 "	2 3 "	3 4 "	4 5 "	5 7 "	7 万 円 以 上	無 回 答	平 均
全 体	300 100.0	34 11.3	15 5.0	74 24.7	42 14.0	28 9.3	25 8.3	10 3.3	35 11.7	33 11.0	4 1.3	24607.4
【年 齢】	100	23	12	48	16	1	-	-	-	-	-	5498.0
14～16歳	100.0	23.0	12.0	48.0	16.0	1.0	-	-	-	-	-	-
24～26歳	100	3	1	8	8	10	17	10	22	20	1	41697.0
	100.0	3.0	1.0	8.0	8.0	10.0	17.0	10.0	22.0	20.0	1.0	-
34～36歳	100	8	2	18	18	17	8	-	13	13	3	26866.0
	100.0	8.0	2.0	18.0	18.0	17.0	8.0	-	13.0	13.0	3.0	-

6. 調査期間

1989年12月9日～12月18日

調査結果の内容

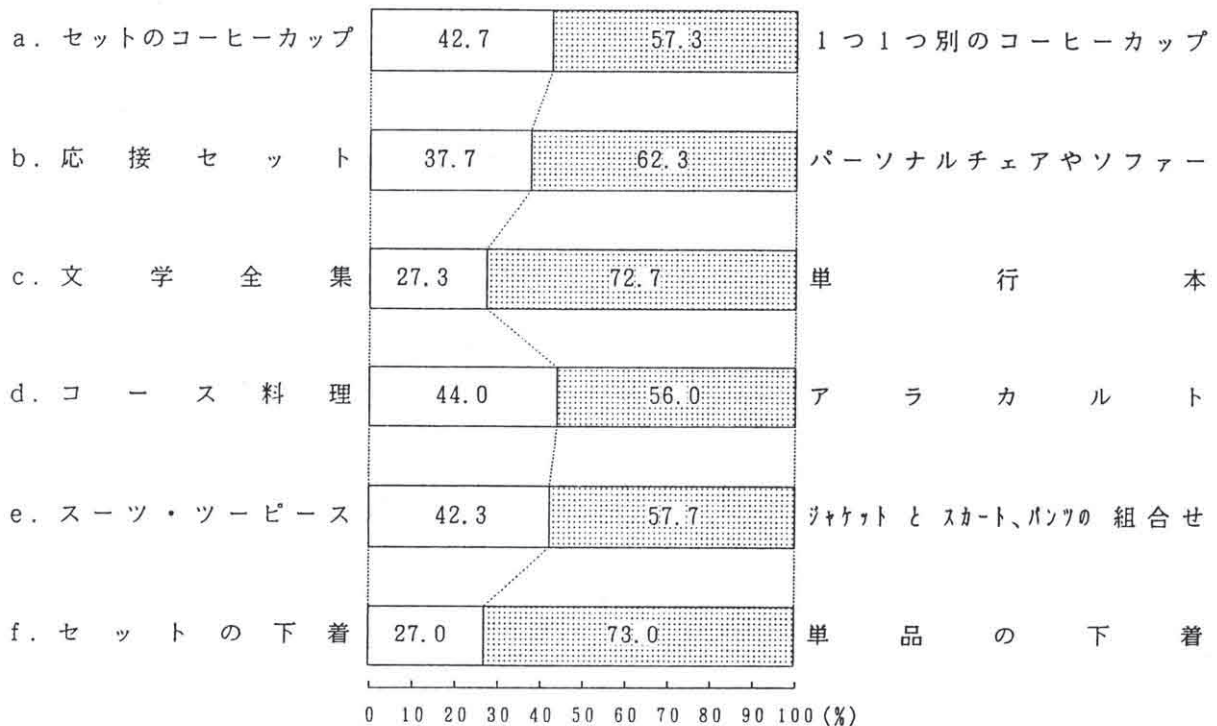
I. 現代女性の“生活観”を探る

1. 好きな購入の仕方

- コーヒーカップは「セット」(42.7%)より「1つ1つ別」(57.3%)、本は「文学全集」(27.3%)でなく「単行本」(72.7%)、料理は「コース料理」(44.0%)より「アラカルト」(56.0%)
- 家具では「応接セット」(37.7%)よりは「パーソナルチェアやソファ」(62.3%)を購入する
- 服装は「スーツ・ツーピース」(42.3%)より「ジャケットとスカート、パンツの組み合わせ」(57.7%)、下着は「セット」(27.0%)で購入するより「単品」(73.0%)

ここでは、<セットのコーヒーカップ/1つ1つ別のコーヒーカップ>など対になった6項目について、どちらの購入の仕方が好きか選んでもらいました。

<図-1>好きな購入の仕方(全体)



購入の仕方について好き嫌いがはっきりしているのは、下着の「セット」(27.0%)より「単品」(73.0%)、それに本の「文学全集」(27.3%)より「単行本」(72.7%)の2項目で、いずれも“単品購入”の方が好きという人が4割以上多くなっています。また、家具についても「応接セット」(37.7%)、「パーソナルチェアやソファ」(62.3%)と、“単品購入”が2割以上多く、その他、コーヒーカップの「セッ

ト」(42.7%)より「1つ1つ別」(57.3%)、料理の「コース料理」(44.0%)より「アラカルト」(56.0%)、服装の「スーツ・ツーピース」(42.3%)より「ジャケットとスカート、パンツの組み合わせ」(57.7%)など、いずれも“セット購入”よりはいわゆる“単品購入”の方が好きという人が多くなっています。最近は自分の好みにあったものを単品で購入して楽しむ女性が多いようです。

年齢別にみると、本や料理に関しては年齢による差はなく、いずれも「単行本」、「アラカルト」など“単品”で楽しむのが好きという人が多くなっていますが、全般に若い人ほど“単品購入”が好きという傾向が強くなっています。なお、年齢が上の人ほど「セットのコーヒーカップ」、「応接セット」、それに「セットの下着」など“セット購入”が好きという割合が高く、35歳前後(34~36歳)では「セットのコーヒーカップ」(56.0%)、「応接セット」(53.0%)が5割を超えているのが目につきます(他の層では「1つ1つ別のコーヒーカップ」、「パーソナルチェアやソファー」が過半数)。また、25歳前後(24~26歳)や35歳前後では服装について「スーツ・ツーピース」、「ジャケットとスカート、パンツの組み合わせ」がほぼ拮抗した割合を示しているのに対し、15歳前後(14~16歳)では「ジャケットとスカート、パンツの組み合わせ」(78.0%)が圧倒的に多くなっています。

未婚別に見ると、全般に既婚者より未婚者の方が“単品購入”が好きという割合が高くなっているのが目につきます。特に、未婚者では「パーソナルチェアやソファー」(73.2%)、「1つ1つ別のコーヒーカップ」(66.5%)が過半数を占めているのに対し、既婚者では「応接セット」(57.5%)、「セットのコーヒーカップ」(59.4%)が過半数を占め、逆転しているのが目立ちます。

<表-1>好きな購入の仕方

(%)

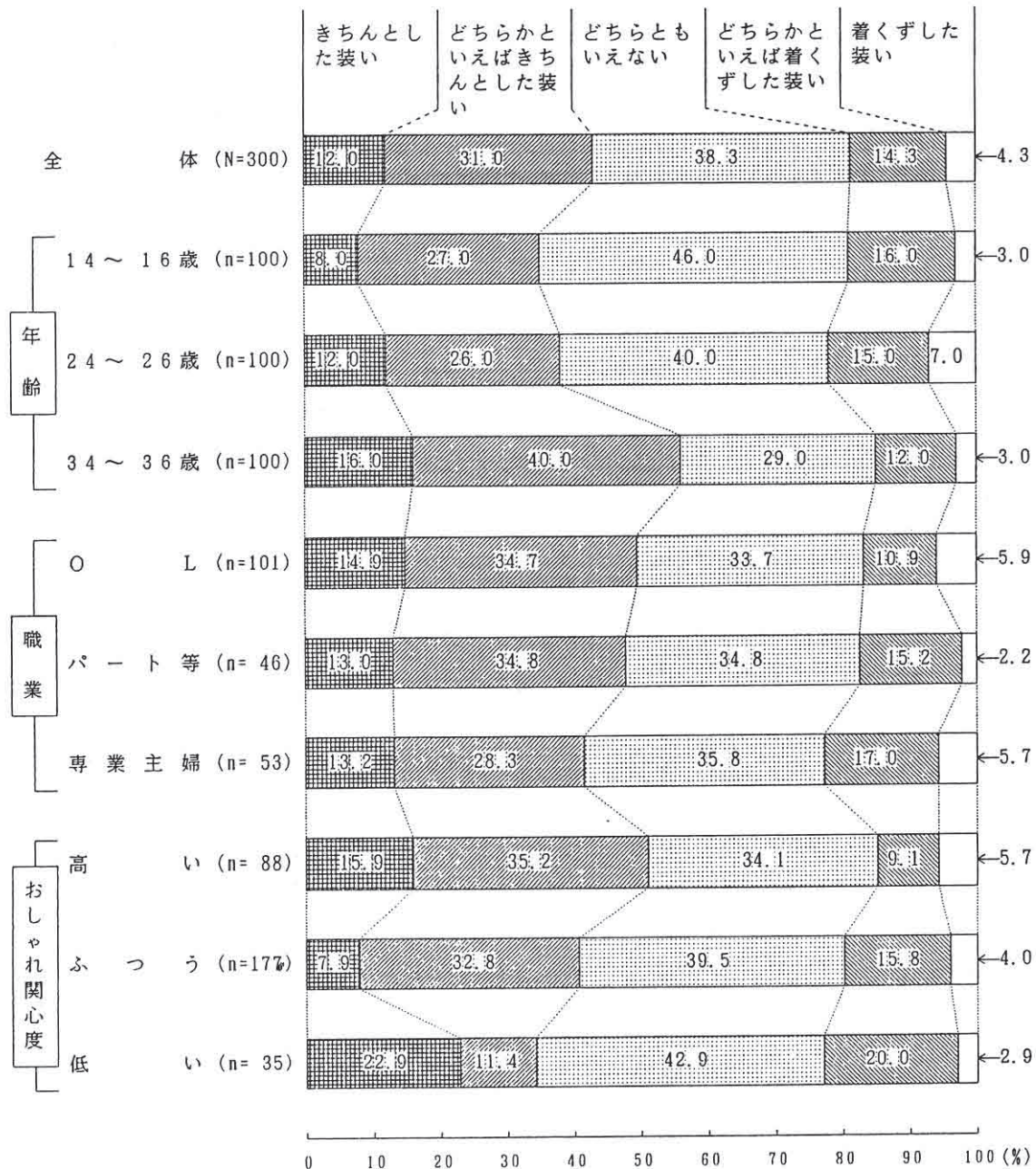
		a		b		c		d		e		f	
		セットの コーヒー カップ	1つ1つ 別の カップ	応接 セ ット	パ ー ソ ナ ル ソ フ ァ ー	文 学 全 集	単 行 本	コ ー ス 料 理	ア ラ カ ル ト	ス ー ツ ・ ツ ー ピ ー ス	セ ッ ト の 下 着	単 品 の 下 着	
全 体		42.7	57.3	37.7	62.3	27.3	72.7	44.0	56.0	42.3	57.7	27.0	73.0
年 齢	14~16歳	31.0	69.0	19.0	81.0	28.0	72.0	45.0	55.0	22.0	78.0	15.0	85.0
	24~26歳	41.0	59.0	41.0	59.0	28.0	72.0	42.0	58.0	50.0	50.0	31.0	69.0
	34~36歳	56.0	44.0	53.0	47.0	26.0	74.0	45.0	55.0	55.0	45.0	35.0	65.0
未 既 婚	未 婚	33.5	66.5	26.8	73.2	25.3	74.7	44.3	55.7	40.7	59.3	24.7	75.3
	既 婚	59.4	40.6	57.5	42.5	31.1	68.9	43.4	56.6	45.3	54.7	31.1	68.9

2. きちんとした装いと着くずした感じのどちらが好きか

■ 4割強（43.0%）が「きちんとした装い」。「着くずした装い」は2割弱（18.6%）

■ 年齢が上の人ほど「きちんとした装い」が好き

<図-2>好きな装い



次に、「きちんとした装い」と「着くずした装い」ではどちらが好きか聞いてみたところ、「きちんとした装い」という人が1割強（12.0%）、加えて「どちらかといえばきちんとした装い」が31.0%となっており、4割強（43.0%）が「きちんとした装い」が好きと答えています。一方、「着くずした装い」（4.3%）、「どちらかといえば着くずした装い」（14.3%）など「着くずした装い」が好きという人は2割弱（18.6%）います。

また、ケースバイケースなのでしょうか「どちらともいえない」という人も4割弱（38.3%）と相当数います。

年齢別にみると、年齢が上の人ほど「きちんとした装い」が好きという割合が高く、15歳前後や25歳前後では3割台ですが、35歳前後では56.0%と過半数を占めています。また、若い人ほど「どちらともいえない」という割合が高く、15歳前後ではほぼ半数（46.0%）の割合を示しています。

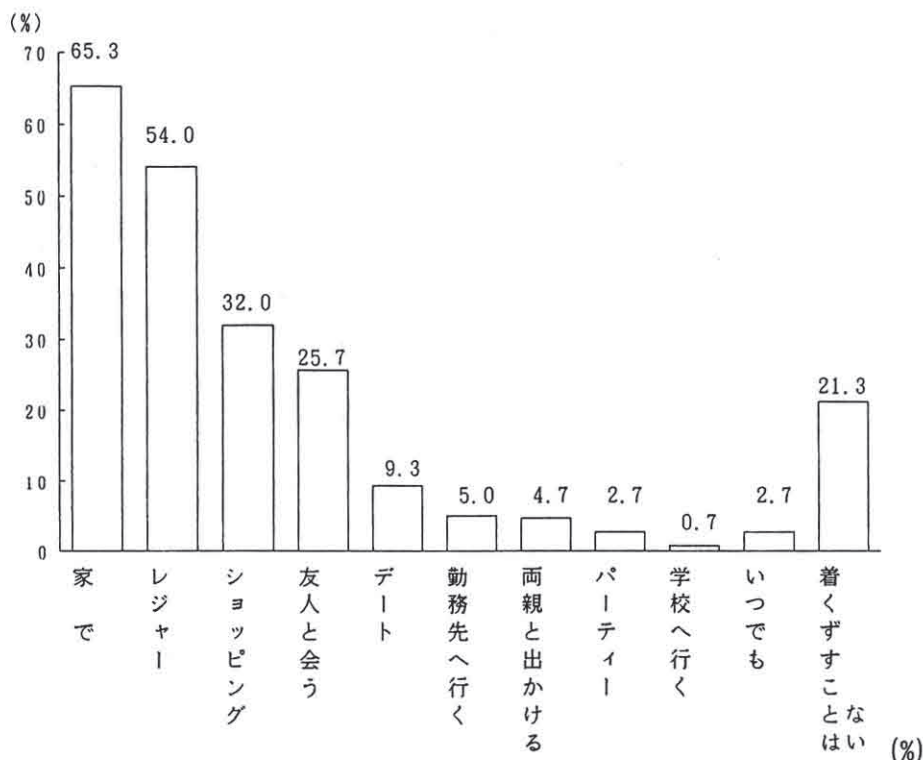
また、職業別（25歳前後と35歳前後の層）では、「きちんとした装い」が好きという割合はOL（49.6%）が最も高く、専業主婦は4割強（41.5%）です。

なお、おしゃれ関心度別にみると、おしゃれ関心度が“高い人”では「きちんとした装い」が好きという割合が5割強（51.1%）を示しているのに対し、おしゃれ関心度が“低い人”では34.3%と、両者に2割近い開きがあります。

3. 着くずした装いをする時

- 「家で」（65.3%）、あるいは「レジャー」（54.0%）の時は着くずした装いをする
- 若い人ほど「友人と会う」時も着くずした装いをする

<図-3>着くずした装いをする時（全体：複数回答）



年齢別	14～16歳	24～26歳	34～36歳
家で	61.0	61.0	74.0
レジャー	45.0	61.0	56.0
ショッピング	27.0	37.0	32.0
友人と会う	36.0	29.0	12.0
デート	8.0	19.0	1.0
勤務先へ行く	-	14.0	1.0
両親と出かける	8.0	5.0	1.0
パーティー	3.0	4.0	1.0
学校へ行く	2.0	-	-
いつでも	5.0	1.0	2.0
着くずすことはない	25.0	19.0	20.0

ここでは「着くずした装い」をするのはどんな時なのかを聞いてみました。

その結果、「家で」という人が65.3%と最も多く、次いで「レジャー」が54.0%で続き、この2つのケースが主になっています。そのほかでは「ショッピング」（32.0%）、「友人と会う」（25.7%）が目立つくらいで、「デート」（9.3%）、「勤務先へ行く」（5.0%）、「両親と出かける」（4.7%）時などに「着くずした装い」をする人はあまりいません。また、「着くずすことはない」という人も21.3%と5人に1人強の割合で見られます。

年齢別にみても、いずれも「家で」、「レジャー」が主ですが、若い人ほど「友人と会う」をあげる割合が高くなっています。また、25歳前後では「デート」（19.0%）、「勤務先へ行く」（14.0%）場合が目立ちます。

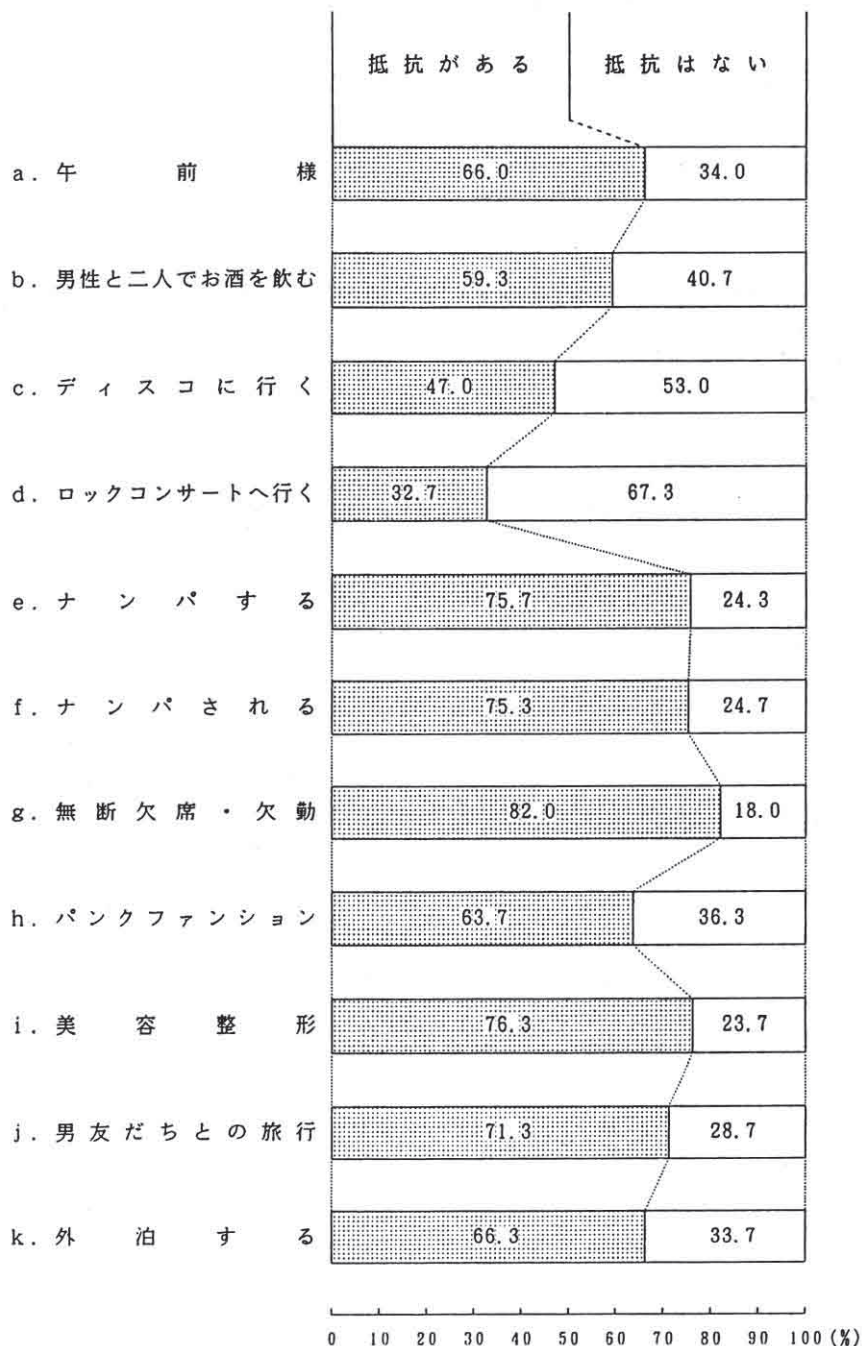
では、着くずした装いをする時はどのような工夫をしているのか、具体的なコツをあげてもらったところ、服装の雰囲気としては「ゆったりとした着こなし」（14名）、「ラフな感じを出す」（11名）、「動きやすさ・スポーツーティさ」（9名）などがポイントで、着こなし方としては「大きめな服をゆったりと着る」（14名）、「シャツのボタンを1つ多めに開ける」、「色のバランスを工夫する」（各11名）、「洗いざらしのものを着る」（8名）、「袖をまくって着る」（6名）、「男物を着る」、「シャツとTシャツの重ね着」、「シャツの襟を立てる」（各5名）などがあげられています。

また、服装の組み合わせとしては「Gパンにセーター」、「Gパンにトレーナー」、「Gパンにセーター、レザージャケット」、「パンツとトレーナーにGジャン」、「コーデュロイシャツにGパン」、「コーデュロイシャツ、ベストにコザックパンツ」、「Gパンにテーラードジャケット」、「ワンピースにレザーのジャンパー」などがあげられています。さらに「ルーズフィットの服をベルトでしめる」、「首にバンダナ」、「皮のコートにスカーフをかける」、「洗いざらしのシャツにスカーフ」、「スカーフとチーフを使う」など小物による演出もコツのようです。

4. 生活行動に対する抵抗感

- 3人に2人以上が「無断欠席・欠勤」(82.0%)、「美容整形」(76.3%)、「ナンパする」(75.7%)、「ナンパされる」(75.3%)、「男友だちとの旅行」(71.3%)、「外泊する」(66.3%)、「午前様」(66.0%)などは“抵抗がある”
- 「ディスコに行く」、「ロックコンサートに行く」ことは半数以上が“抵抗はない”
- 25歳前後が最も『跳んでる』(?)世代

<図-4> 次のことをしたり、行ったりすることに抵抗を感じるか(全体)



ここでは「午前様」、「男性と二人でお酒を飲む」など、11項目の生活行動について、その抵抗感を聞いてみました。

その結果、“抵抗がある”という割合は「無断欠席・欠勤」が82.0%と最も高く、以下「美容整形」(76.3%)、「ナンパする」(75.7%)、「ナンパされる」(75.3%)、「男友だちとの旅行」(71.3%)、「外泊する」(66.3%)、「午前様」(66.0%)が続いています。これら7項目については3人に2人以上が“抵抗がある”としています。また、「パンクファッション」(63.7%)、「男性と二人でお酒を飲む」(59.3%)も6割前後が“抵抗がある”としていますが、「ロックコンサートに行く」、「ディスコに行く」は“抵抗はない”という人が順に67.3%、53.0%と過半数を占めています。

しかし、別な観点からみると、3人に1人が「午前様」や「外泊する」ことに、4人に1人前後が「男友だちとの旅行」、「ナンパされる」、「ナンパする」ことに対して“抵抗はない”との見方です。

年齢別にみると、15歳前後と35歳前後は全体の傾向とあまり変わりませんが、25歳前後では11項目すべてにおいて“抵抗はない”という割合が最も高く、最も『跳んでる』世代(?)といえそうです。特に、「ディスコに行く」(78.0%)、「男性と二人でお酒を飲む」(74.0%)、「午前様」(62.0%)などは“抵抗はない”という割合が6割以上を示しているのに対し、15歳前後や35歳前後ではいずれも“抵抗がある”が過半数を占めており、意識に大きな違いがみられます。なお、15歳前後でも3割が「外泊する」、2割強が「男友だちとの旅行」、「ナンパする」に対して“抵抗はない”としているのは驚かされる結果です。

また、未既婚別にみると、すべての項目において既婚者より未婚者の方が“抵抗はない”という割合が高くなっています。特に、未婚者の4割前後が「男性と二人でお酒を飲む」、「外泊する」、「午前様」、「男友だちとの旅行」、3人に1人が「ナンパする」、「ナンパされる」ことに対して“抵抗はない”としているのが注目されます。

おしゃれ関心度別にみると、全般におしゃれ関心度が高い人ほど“抵抗はない”という割合が高い項目が多く、関心度が“高い”人では半数以上が「ディスコに行く」(67.0%)、「男性と二人でお酒を飲む」(56.8%)、「外泊する」(53.4%)、「午前様」、「パンクファッション」(各51.1%)などに対して“抵抗はない”としています。

<表-2> 抵抗感

(% : + 抵抗がある、- 抵抗はない)

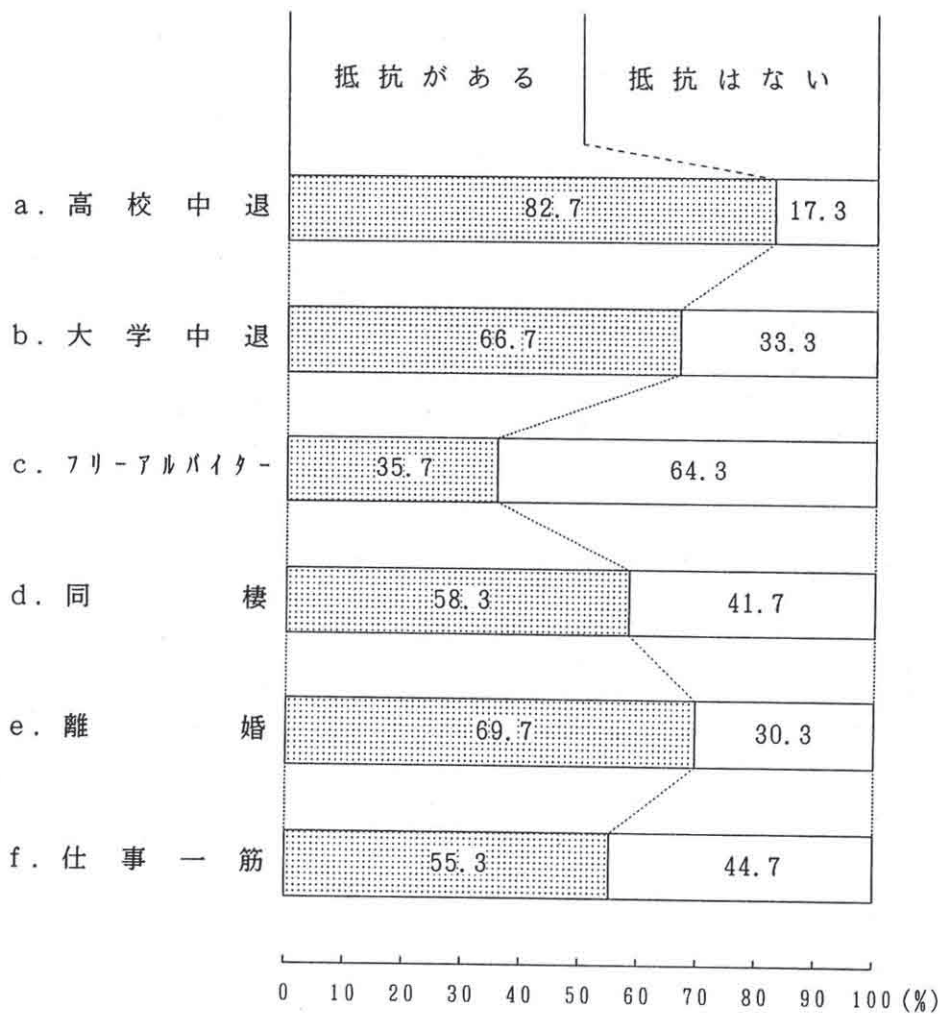
		午 前 様		男性と二人 で酒を飲む		ディスコに 行く		ロックオン に行く		ナンパする		ナンパ される	
		+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
全 体		66.0	34.0	59.3	40.7	47.0	53.0	32.7	67.3	75.7	24.3	75.3	24.7
年 齢	14~16歳	88.0	12.0	88.0	12.0	58.0	42.0	34.0	66.0	80.0	20.0	82.0	18.0
	24~26歳	38.0	62.0	26.0	74.0	22.0	78.0	21.0	79.0	67.0	33.0	65.0	35.0
	34~36歳	72.0	28.0	64.0	36.0	61.0	39.0	43.0	57.0	80.0	20.0	79.0	21.0
未 既 婚	未 婚	59.8	40.2	55.2	44.8	38.1	61.9	23.2	76.8	64.4	35.6	66.0	34.0
	既 婚	77.4	22.6	67.0	33.0	63.2	36.8	50.0	50.0	96.2	3.8	92.5	7.5
おし ゃ関 れ心 度	高 い	48.9	51.1	43.2	56.8	33.0	67.0	23.9	76.1	59.1	40.9	64.8	35.2
	ふ っ っ	71.2	28.8	63.8	36.2	50.3	49.7	35.6	64.4	81.4	18.6	78.5	21.5
	低 い	82.9	17.1	77.1	22.9	65.7	34.3	40.0	60.0	88.6	11.4	85.7	14.3

		無断欠席・ 欠勤		パンク ファッション		美容整形		男友だち との旅行		外泊する	
		+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
全 体		82.0	18.0	63.7	36.3	76.3	23.7	71.3	28.7	66.3	33.7
年 齢	14~16歳	82.0	18.0	63.0	37.0	82.0	18.0	77.0	23.0	70.0	30.0
	24~26歳	77.0	23.0	50.0	50.0	67.0	33.0	58.0	42.0	52.0	48.0
	34~36歳	87.0	13.0	78.0	22.0	80.0	20.0	79.0	21.0	77.0	23.0
未 既 婚	未 婚	75.8	24.2	52.6	47.4	71.1	28.9	62.4	37.6	56.2	43.8
	既 婚	93.4	6.6	84.0	16.0	85.8	14.2	87.7	12.3	84.9	15.1
おし ゃ関 れ心 度	高 い	71.6	28.4	48.9	51.1	60.2	39.8	51.1	48.9	46.6	53.4
	ふ っ っ	85.3	14.7	70.6	29.4	82.5	17.5	78.0	22.0	72.9	27.1
	低 い	91.4	8.6	65.7	34.3	85.7	14.3	88.6	11.4	82.9	17.1

5. 生活態度や生き方に対する抵抗感

- 「高校中退」に対しては8割強（82.7%）が“抵抗がある”としているが、「大学中退」は3人に1人（33.3%）が“抵抗はない”
- 4割強（41.7%）が「同棲」、3割（30.3%）が「離婚」に対して“抵抗はない”
- 「フリーアルバイター」は“抵抗はない”（64.3%）が、「仕事一筋」は“抵抗がある”（55.3%）

<図-5>生活態度や生き方に対する抵抗の有無（全体）



次に、「高校中退」、「大学中退」など6項目の生活態度や生き方に対する抵抗感を聞いてみたところ、“抵抗がある”という割合は「高校中退」が82.7%と最も高く、以下「離婚」（69.7%）、「大学中退」（66.7%）、「同棲」（58.3%）、「仕事一筋」（55.3%）の順で、この5項目については過半数が“抵抗がある”としています。しかし「フリーアルバイター」に関しては3人に2人弱（64.3%）が“抵抗はない”としています。

これを別な観点でみると、4割強（41.7%）が「同棲」、3人に1人前後が「大学中退」（33.3%）、「離婚」（30.3%）に対して“抵抗はない”という見方です。

年齢別にみると、「高校中退」、「大学中退」、それに「離婚」など全般に15歳前後の抵抗感が最も高くなっているのが目につきます。25歳前後では「同棲」に対する抵抗感が他の層に比べて低く、“抵抗がある”（49.0%）と“抵抗はない”（51.0%）に二分されています。

未婚別にみると、全般に未婚者より既婚者の方が抵抗感は強くなっていますが、既婚者の4人に1人（26.4%）が「離婚」に対して“抵抗はない”としているのが注目されます。また、未婚者では「同棲」に対して“抵抗がある”層（52.1%）と“抵抗はない”層（47.9%）にほぼ二分されているのが目につきます。

<表-3>抵抗感

(% : + 抵抗がある、- 抵抗はない)

		高校中退		大学中退		フリー アルバイト		同棲		離婚		仕事一筋	
		+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
全 体		82.7	17.3	66.7	33.3	35.7	64.3	58.3	41.7	69.7	30.3	55.3	44.7
年 齢	14~16歳	87.0	13.0	71.0	29.0	34.0	66.0	64.0	36.0	77.0	23.0	61.0	39.0
	24~26歳	79.0	21.0	66.0	34.0	32.0	68.0	49.0	51.0	65.0	35.0	57.0	43.0
	34~36歳	82.0	18.0	63.0	37.0	41.0	59.0	62.0	38.0	67.0	33.0	48.0	52.0
未 既 婚	未 婚	83.0	17.0	70.6	29.4	32.5	67.5	52.1	47.9	67.5	32.5	54.6	45.4
	既 婚	82.1	17.9	59.4	40.6	41.5	58.5	69.8	30.2	73.6	26.4	56.6	43.4

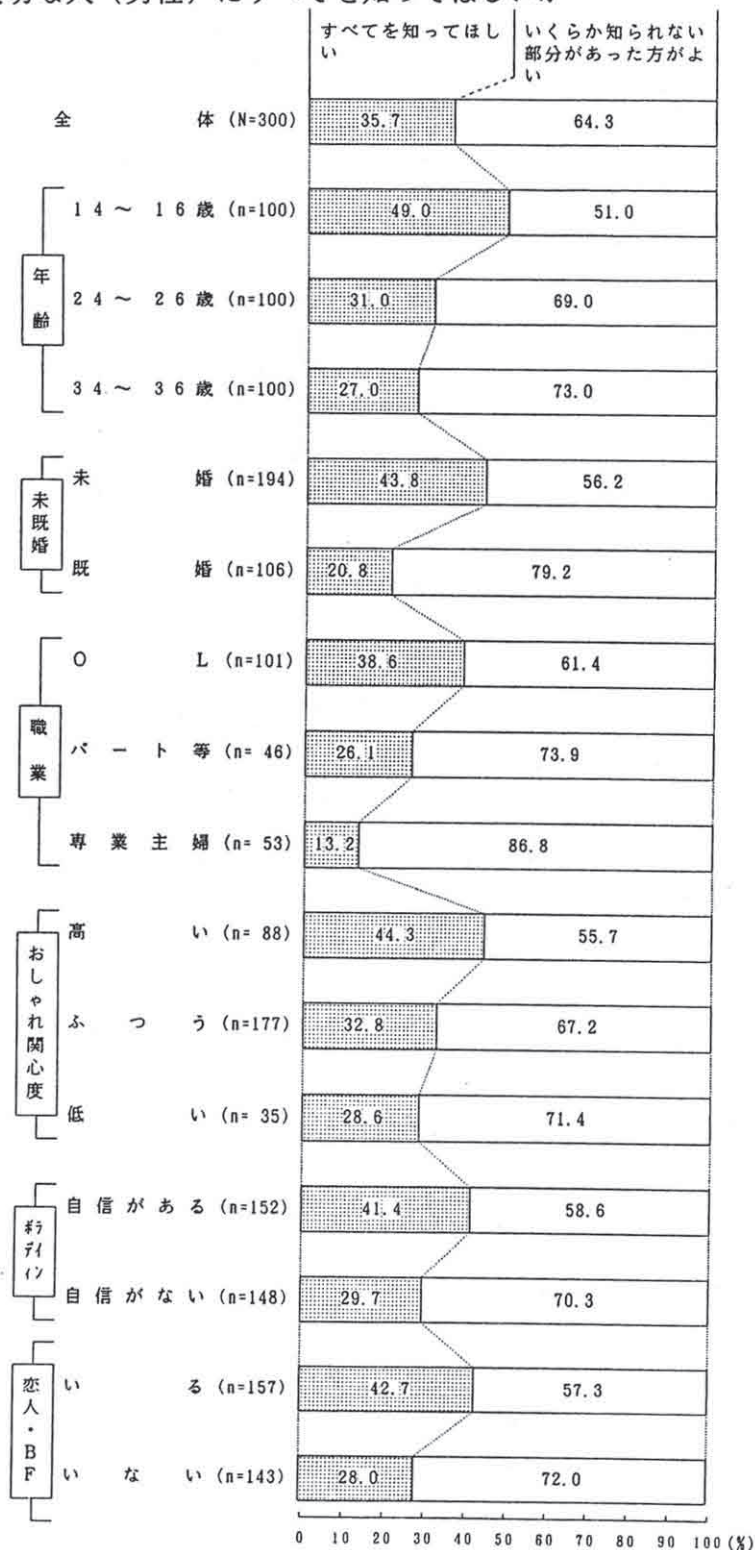
6. 大切な人（男性）に自分のすべてを知ってほしいか

■「すべて知ってほしい」は3人に1人強（35.7%）で、ほぼ3人に2人（64.3%）が「いづらか知られない部分があった方がよい」

—平均18.3%は知られないで残しておきたい

■若い人ほど「すべて知ってほしい」

<図-6>大切な人（男性）にすべてを知ってほしいか



自分の大切な人（男性）に「すべてを知ってほしい」という人は35.7%と3人に1人強の割合にとどまり、ほぼ3人に2人（64.3%）が「いくらか知られない部分があった方がよい」としています。やはり、いくらか『神秘のベール』につつまれた部分があった方が魅力的と考えているのでしょうか。

年齢別にみると、若い人ほど「すべてを知ってほしい」という割合が高く、15歳前後では「すべてを知ってほしい」（49.0%）と「いくらか知られない部分があった方がよい」（51.0%）に二分されていますが、25歳前後、35歳前後では7割前後が「いくらか知られない部分があった方がよい」としています。

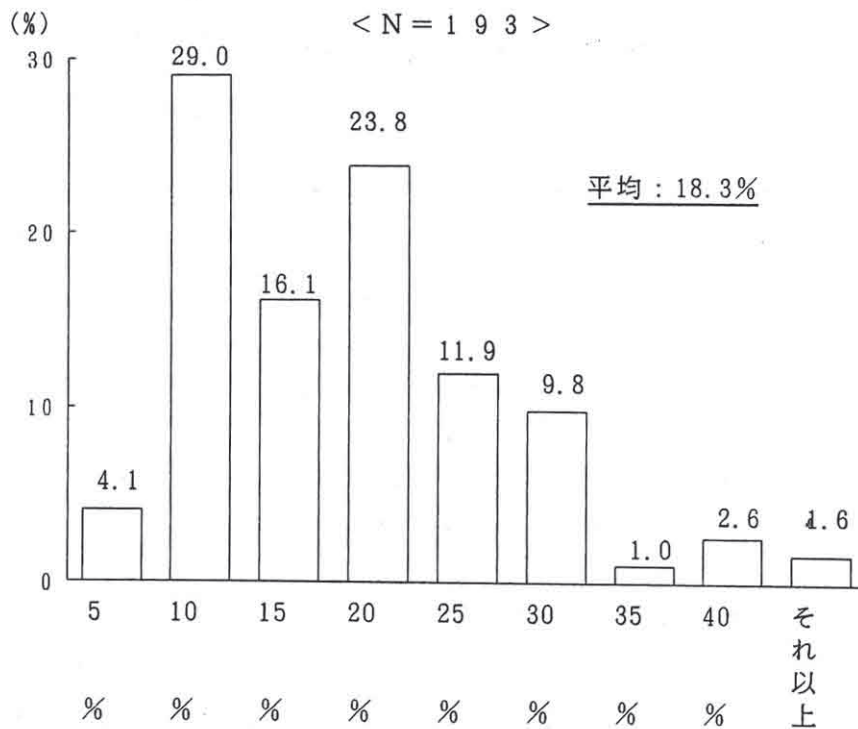
未婚別にみると、未婚者では4割強（43.8%）が「すべてを知ってほしい」としているのに対し、既婚者では2割（20.8%）と半減し、8割（79.2%）が「いくらか知られない部分があった方がよい」としています。夫婦間でも知られない部分があった方がよいのでしょうか。

職業別にみると、専業主婦では「すべてを知ってほしい」という割合が13.2%と、OL（38.6%）のほぼ3分の1の値で、多くの人々が「いくらか知られない部分があった方がよい」（86.8%）としているのが注目されます。

おしゃれ関心度別でみると、関心度が高い人ほど「すべてを知ってほしい」という割合が高く、おしゃれ関心度が“高い”人では4割強（44.3%）を示しているのに対し、“低い”人では3割弱（28.6%）にとどまっています。

なお、ボディラインに“自信がある”人（41.4%）の方が“自信がない”人（29.7%）より、また恋人やボーイフレンドが“いる”人（42.7%）の方が“いない”人（28.0%）より「すべてを知ってほしい」という割合が高くなっています。

<図-7>何%くらい知られないで残しておきたいか



では、大切な人に「いくらか知られない部分があった方がよい」と考えている人は、何%くらい知られないで残しておきたいと思っているのでしょうか。

「10%」という人が29.0%と最も多く、以下「20%」(23.8%)、「15%」(16.1%)、「25%」(11.9%)が続き、3人に2人(68.9%)は“10~20%”は残しておきたいと思っています。レアケースとして“40%以上”(4.2%)という人もみられますが、「25%」辺りが上限のようです。平均は18.3%、自分のほぼ5分の1は大切な人にも『秘密のベール』につつんでおきたいという結果です。

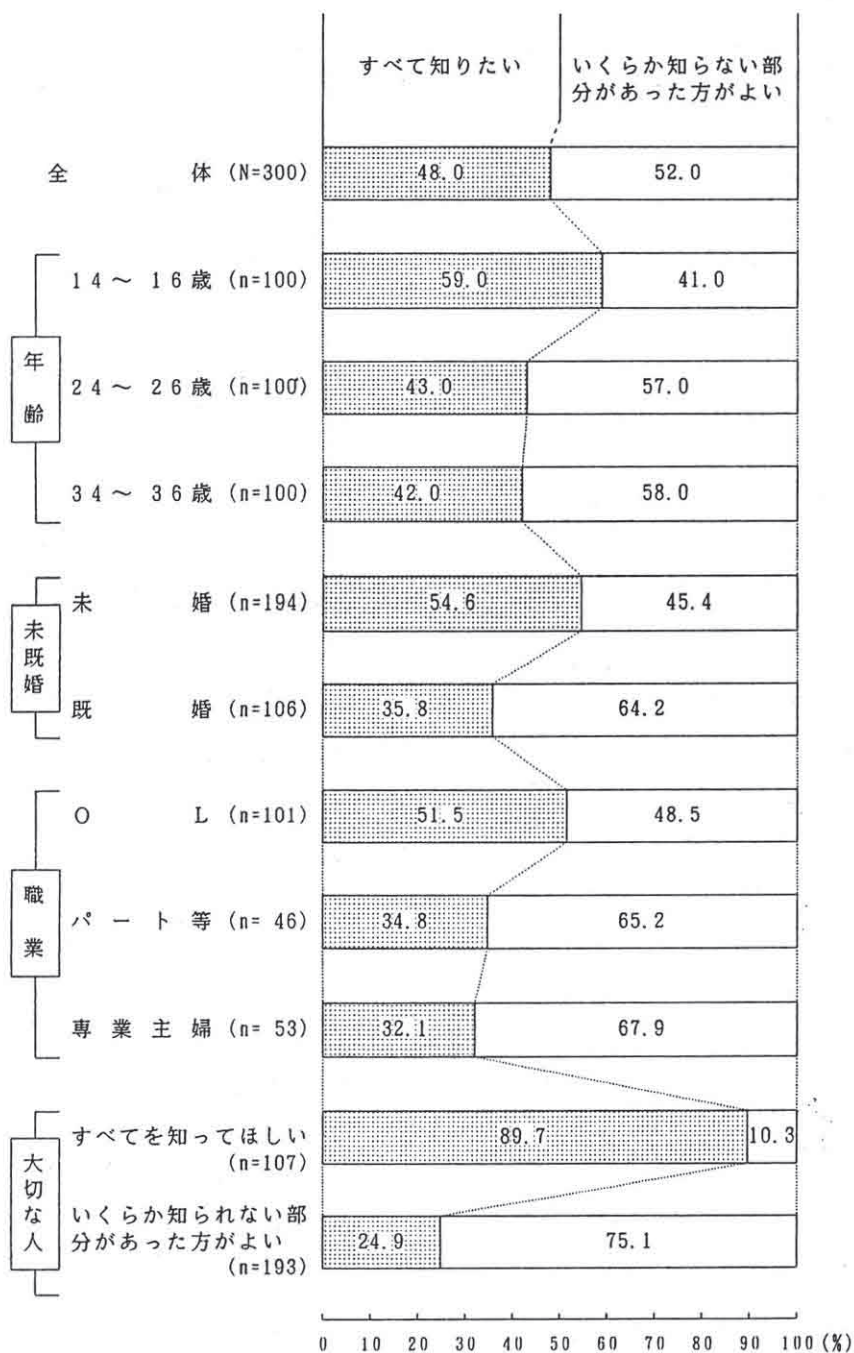
7. 大切な人（男性）のことは全部知りたいか

■「すべて知りたい」（48.0%）と「いくらか知らない部分があった方がよい」（52.0%）にほぼ二分

—平均16.8%は知らないで残しておきたい

■若い人ほど「すべて知りたい」

<図-8>大切な人のことは全部知りたいか



では、大切な人（男性）のことは全部知りたいと思っているのでしょうか。

「すべて知りたい」という人が48.0%、「いくらか知らない部分があった方がよい」と

いう人が52.0%と意見がほぼ二分されており、前述の自分のことを知られるよりは、相手のことを知りたいという割合の方が幾分高くなっています。

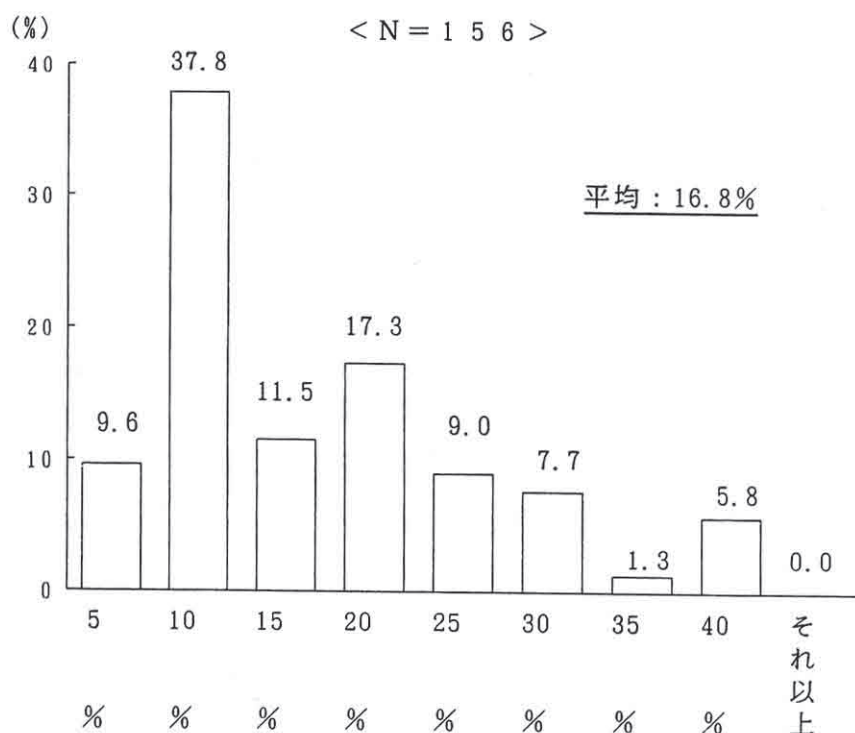
年齢別にみると、若い人ほど「すべて知りたい」という割合が高く、15歳前後では59.0%と過半数を占めています。25歳前後、35歳前後では6割弱が「いづらか知らない部分があった方がよい」としています。

未婚別にみると、未婚者では「すべて知りたい」が54.6%と過半数を占めています。既婚者ではほぼ3人に2人(64.2%)が「いづらか知らない部分があった方がよい」としています。

職業別にみると、OLでは「すべて知りたい」(51.5%)と「いづらか知らない部分があった方がよい」(48.5%)に二分されていますが、専業主婦やパート・アルバイトの層では3人に2人前後が「いづらか知らない部分があった方がよい」と思っています。

また、前項で大切な人に自分を「すべて知ってほしい」という人では大半(89.7%)が相手のことを「すべて知りたい」としていますが、「いづらか知られない部分があった方がよい」という人でも4人に1人(24.9%)が「すべて知りたい」と虫のいい(?)考えをしています。

<図-9> 何%くらい知らないで残しておきたいか



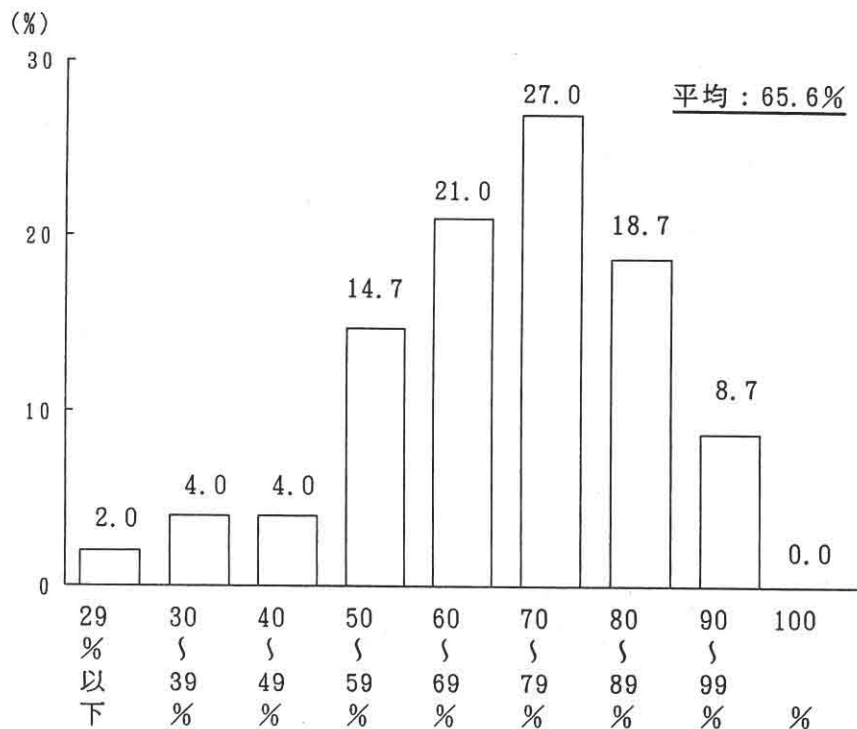
では、「いづらか知らない部分があった方がよい」という人は、何%くらい知らないで残しておきたいと思っているのでしょうか。

「10%」残しておきたいという人が37.8%と最も多く、以下「20%」(17.3%)、「15%」(11.5%)が続き、3人に2人(66.6%)が「10~20%」は知らないで残しておきたいと考えています。平均は16.8%と、自分自身が知られないで残しておきたい割合(18.3%)より少なめです。

8. 友人に対してどの程度、心（胸）を開いていたいと思うか

■平均65.6%、ほぼ3分の2は“胸襟を開いていたい”

<図-10>友人に対してどの程度、心（胸）を開いていたいと思うか（全体）



よく『胸襟を開く』とありますが、ここでは学校・会社などの友人に対して、自分の心（胸）をどの程度開いていたいと思っているのかを聞いてみました。

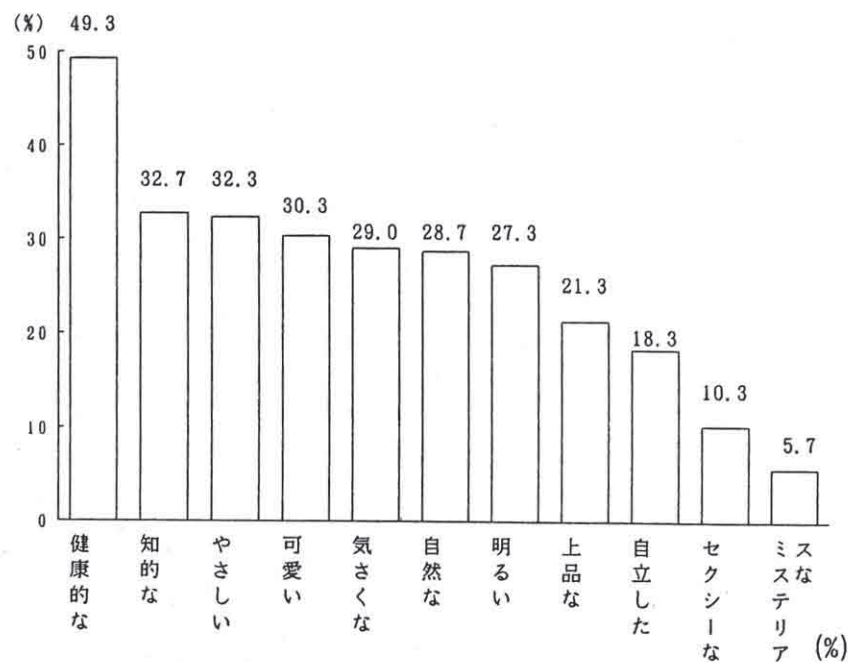
「70～79%」が27.0%と最も多く、以下「60～69%」（21.0%）、「80～89%」（18.7%）、「50～59%」（14.7%）などとなっています。また、「90～99%」（8.7%）という人も1割近くいますが、「100%」という人は皆無、「49%以下」、すなわち自分の半分以上、友人に対して心（胸）を開きたくないと思っている人も10人に1人の割合で見られます。平均は65.6%、自分のほぼ3分の2は心を開いて、残りの3分の1（34.4%）は『秘密のベール』に包んでおきたいと思っているようです。

Ⅱ. 現代女性の“セクシー観”を探る

1. どんなタイプ・雰囲気的女性でありたいか

- 「健康的で」(49.3%)、「知的で」(32.7%)、「やさしく」(32.3%)、「可愛い」(30.3%)女性でありたい
- 若い人ほど“可愛さ”、年齢が上の人ほど“知的”、“自然さ”を追求

<図-11>どんなタイプ・雰囲気的女性でありたいか(全体:回答は3つまで)



属性	年齢	職業	関心度	恋人	健康的な	知的な	やさしい	可愛い	気さくな	自然な	明るい	上品な	自立した	セクシーな	ミス터리な
年齢別	14~16歳				56.0	29.0	30.0	40.0	19.0	24.0	27.0	19.0	19.0	11.0	7.0
	24~26歳				43.0	32.0	26.0	35.0	38.0	29.0	28.0	15.0	23.0	13.0	7.0
	34~36歳				49.0	37.0	41.0	16.0	30.0	33.0	27.0	30.0	13.0	7.0	3.0
職業別	O				41.6	37.6	25.7	25.7	35.6	28.7	18.8	27.7	22.8	15.8	5.0
	L				65.2	39.1	41.3	21.7	28.3	26.1	32.6	13.0	17.4	4.3	4.3
	パート等 専業主婦				37.7	24.5	41.5	28.3	35.8	39.6	39.6	20.8	9.4	3.8	5.7
関心度	高い				40.9	31.8	25.0	21.6	36.4	20.5	22.7	29.5	23.9	18.2	9.1
	中				53.7	33.9	35.0	35.6	24.9	31.1	27.7	16.9	17.5	7.9	4.0
	低い				48.6	28.6	37.1	25.7	31.4	37.1	37.1	22.9	8.6	2.9	5.7
恋人	B				45.2	33.1	25.5	29.3	33.8	24.8	22.9	19.1	22.3	16.6	6.4
	F				53.8	32.2	39.9	31.5	23.8	32.9	32.2	23.8	14.0	3.5	4.9

まず、どんなタイプ・雰囲気的女性でありたいと思うか3項目以内であげてもらったところ、「健康的な」という人が49.3%と最も多く、以下「知的な」(32.7%)、「やさしい」(32.3%)、「可愛い」(30.3%)、「気さくな」(29.0%)、「自然な」(28.7%)、「明るい」(27.3%)などを4人に1人以上があげています。なお、「セクシーな」女性でありたいという人は10.3%と10人に1人の割合です。

年齢別にみても、いずれも「健康的な」がトップですが、若い人ほど「可愛い」をあげる割合が高く、15歳前後では第2位（40.0%）にランクされています。一方、年齢が上の人ほど「知的な」、「自然な」をあげる割合が高くなっています。また、35歳前後では「やさしい」（40.6%）が他の層に比べて高く、第2位にランクされているのが目立ちます。

職業別にみると、OLでは「健康的な」（41.6%）、「知的な」（37.6%）、「気さくな」（35.6%）が、専業主婦でも「やさしい」（41.5%）、「自然な」（39.6%）、「健康的な」（37.7%）がそれぞれ同程度で続きベスト3となっています。しかし、パート・アルバイトの層では「健康的な」（65.2%）が目立ち、第2位の「やさしい」（41.3%）をやや引き離しています。なお、「セクシーな」という割合はOLが15.8%と最も高く、パート・アルバイトの層や専業主婦より1割ほど高くなっています。

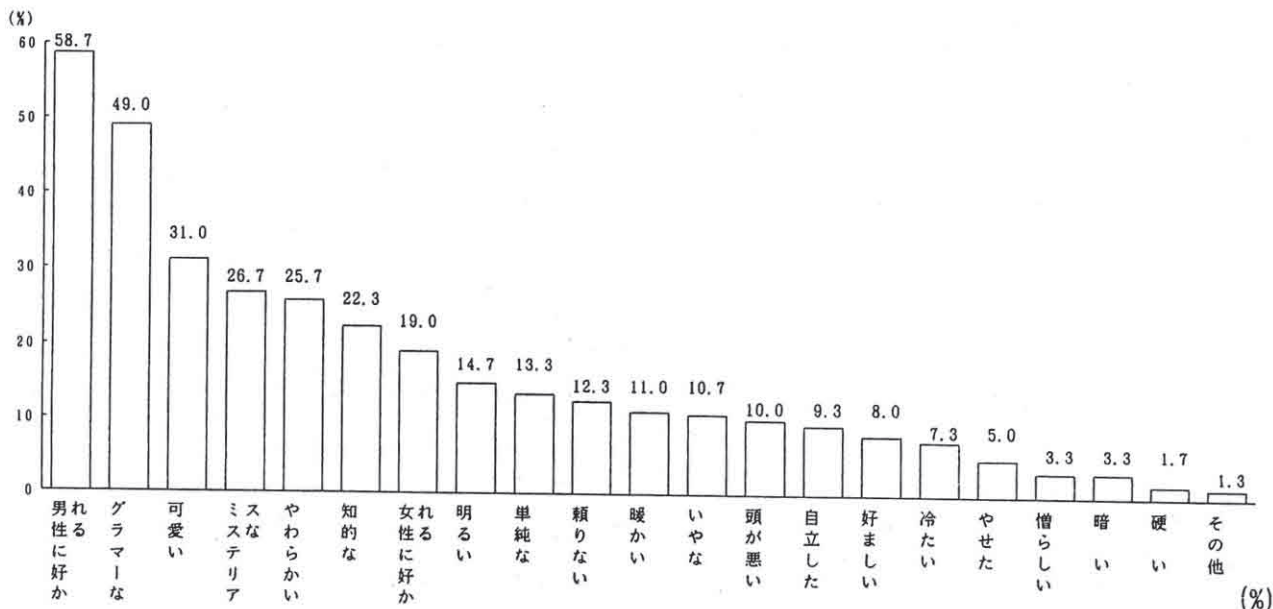
おしゃれ関心度別にみると、いずれも「健康的な」がトップですが、おしゃれ関心度が高い人ほど「自立した」、「セクシーな」、おしゃれ関心度が低い人ほど「優しい」、「自然な」、「明るい」などをあげる割合が高くなっているのが目につきます。

また、恋人・ボーイフレンドの有無別にみると、「気さくな」、「自立した」、「セクシーな」をあげる割合は恋人・ボーイフレンドが“いない”人より“いる”人の方が高くなっています。反対に、「健康的な」、「やさしい」、「自然な」、「明るい」は恋人・ボーイフレンドが“いない”人の方が高くなっています。

2. “セクシー”とはどのようなイメージか

■「男性に好かれる」(58.7%)、「グラマー」(49.0%)で「可愛い」(31.0%)。一方、「知的な」(22.3%)、「女性に好かれる」(19.0%)などのイメージもみられる

<図-12> “セクシー”から受けるイメージ(全体:複数回答)



年齢別	年齢	イメージ (%)																				
		男性に好かれる	グラマーな	可愛い	ミスティアスな	やわらかい	知的な	女性に好かれる	明るい	単純な	頼りない	暖かい	いやな	頭が悪い	自立した	好ましい	冷たい	やせた	憎らしい	暗い	硬い	その他
年齢別	14~16歳	56.0	55.0	29.0	27.0	30.0	21.0	17.0	17.0	7.0	7.0	14.0	17.0	13.0	5.0	5.0	6.0	4.0	5.0	5.0	3.0	3.0
	24~26歳	54.0	51.0	27.0	31.0	18.0	22.0	24.0	13.0	13.0	18.0	10.0	6.0	6.0	12.0	8.0	10.0	7.0	4.0	-	2.0	-
	34~36歳	66.0	41.0	37.0	22.0	29.0	24.0	16.0	14.0	20.0	12.0	9.0	9.0	11.0	11.0	11.0	6.0	4.0	1.0	5.0	-	1.0
婚姻別	未婚	51.5	47.9	31.4	26.3	27.8	22.7	21.6	17.0	9.8	13.4	12.9	11.3	9.8	8.2	7.7	6.7	5.2	4.6	2.6	2.6	1.5
	既婚	71.7	50.9	30.2	27.4	21.7	21.7	14.2	10.4	19.8	10.4	7.5	9.4	10.4	11.3	8.5	8.5	4.7	0.9	4.7	-	0.9
職業別	OL	46.5	38.6	30.7	28.7	22.8	27.7	24.8	16.8	11.9	14.9	10.9	7.9	5.9	12.9	8.9	9.9	5.0	3.0	-	2.0	-
	パート等	69.6	43.5	37.0	10.9	34.8	15.2	15.2	21.7	30.4	8.7	8.7	15.2	4.3	15.2	4.3	6.5	2.2	-	-	-	-
	専業主婦	77.4	62.3	30.2	35.8	15.1	20.8	15.1	5.7	20.8	1.9	7.5	5.7	7.5	15.1	5.7	7.5	5.7	1.9	9.4	-	1.9
おしゃべり度	高い	45.5	45.5	26.1	28.4	20.5	30.7	19.3	9.1	8.0	11.4	6.8	11.4	9.1	8.0	8.0	3.4	5.7	1.1	1.1	2.3	-
	ふつう	63.3	49.7	32.2	24.3	29.9	21.5	19.2	17.5	16.4	14.7	13.0	11.3	9.6	10.2	9.0	7.3	4.5	4.5	2.8	1.7	1.7
	低い	68.8	54.3	37.1	34.3	17.1	5.7	17.1	14.3	11.4	2.9	11.4	5.7	14.3	8.6	2.9	17.1	5.7	2.9	11.4	-	2.9

ここでは“セクシー”というとき、どのようなイメージを受けるのか聞いてみました。

「男性に好かれる」というイメージを持っている人が58.7%と最も多く、次いで「グラマーな」が49.0%で続き、この2つのイメージが主になっています。以下、4人に1人以上が「可愛い」(31.0%)、「ミスティアスな」(26.7%)、「やわらかい」(25.7%)をあげています。一方、「知的な」(22.3%)、「女性に好かれる」(19.0%)、「明るい」(14.7%)というイメージを持っている人もおり、“セクシー”も時代とともに変わってきているようです。なお、マイナスイメージとしては「単純な」(13.3%)、「頼りない」(12.3%)、「いやな」(10.7%)、「頭が悪い」(10.0%)などがあげられています。

年齢別にみても、いずれも「男性に好かれる」、「グラマーな」が主になっていますが、若い人ほど「グラマーな」をあげる割合が高く、15歳前後や25歳前後では両者の割合が拮抗しています。なお、年齢が上の人ほど「単純な」、「好ましい」という割合が高くなっていますが、それほど年齢による意識の違いはみられません。

未既婚別にみると、未婚者では「男性に好かれる」（51.5%）、「グラマーな」（47.9%）が同程度で続き、1位、2位を占めていますが、既婚者では「男性に好かれる」（71.7%）が第2位の「グラマーな」（50.9%）を大きく引き離しているのが目につきます。「やわらかい」、「女性に好かれる」、「明るい」というイメージをあげる割合は既婚者より未婚者の方が、「単純な」は未婚者より既婚者の方が高くなっています。

職業別にみても、いずれも「男性に好かれる」がトップ、第2位に「グラマーな」があげられていますが、2つとも専業主婦の割合が最も高率を示しています。なお、OLで「女性に好かれる」（24.8%）、パート・アルバイトの層で「やわらかい」（34.8%）、「頼りない」（30.4%）が他の層に比べて高くなっているのが目立ちます。

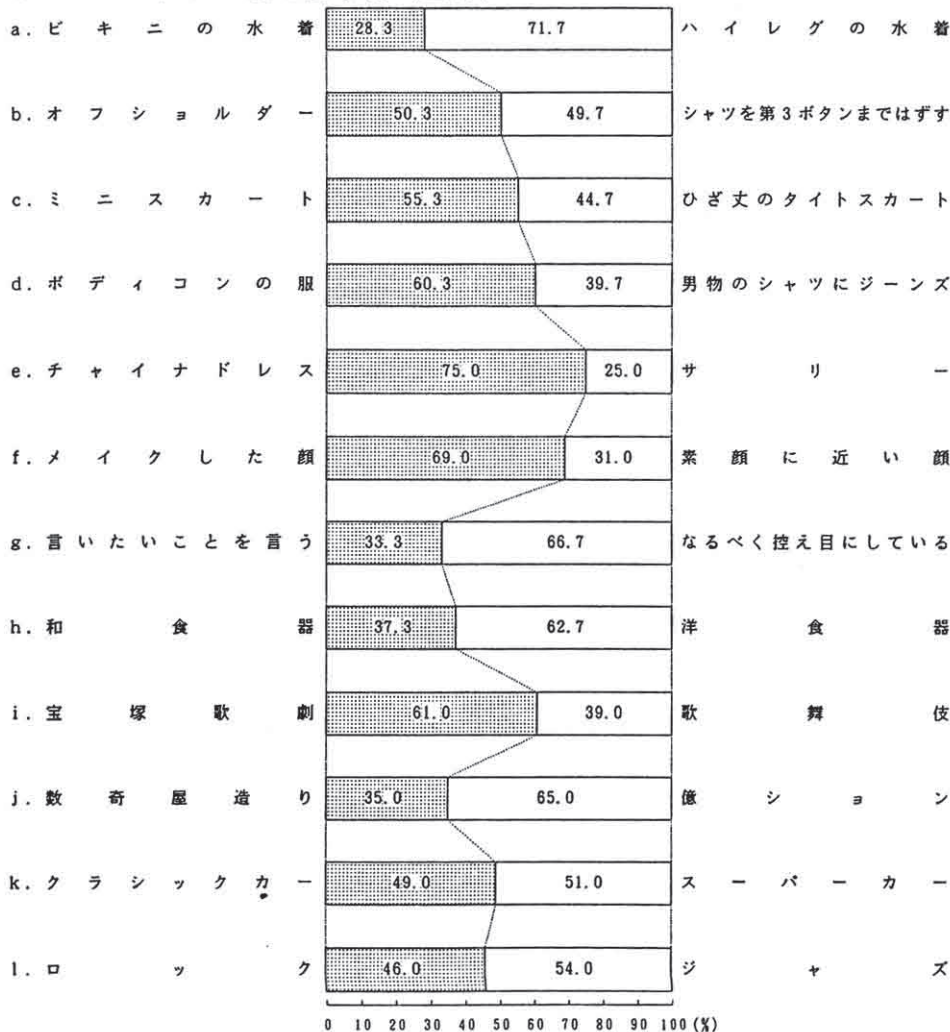
また、おしゃれ関心度別にみても、いずれも「男性に好かれる」がトップ、第2位が「グラマーな」ですが、その割合はおしゃれ関心度が低い人ほどより高率を示しています。また、「可愛い」、それに「頭が悪い」、「冷たい」、「頼りない」などのマイナスイメージも同様の傾向です。反対に、おしゃれ関心度が高い人ほど「知的な」、「女性に好かれる」というイメージが強くなっています。

3. “セクシーだ”と思う方

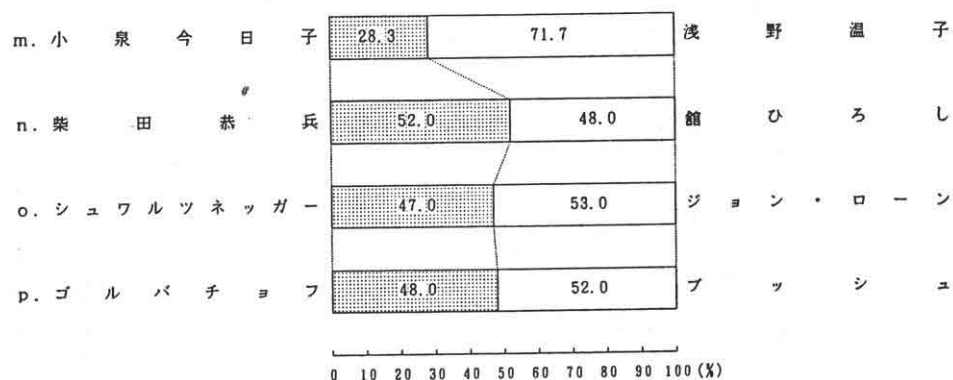
- 水着は「ビキニ」(28.3%)より「ハイレグ」(71.7%)、「男物のシャツにジーンズ」(39.7%)よりは「ボディコンの服」(60.3%)、ドレスは「サリー」(25.0%)より「チャイナドレス」(75.0%)の方がセクシー
- 「素颜に近い顔」(31.0%)より「メイクした顔」(69.0%)の方がセクシーで、「言いたいことを言う」(33.3%)より「なるべく控え目にしている」(66.7%)方がセクシー
- 「和食器」(37.3%)より「洋食器」(62.7%)、「歌舞伎」(39.0%)より「宝塚歌劇」(61.0%)、「数寄屋造り」(35.0%)より「億ション」(65.0%)の方が“セクシー”
- タレント・有名人では、「浅野温子」(71.7%)の方が「小泉今日子」(28.3%)よりセクシーだが、「柴田恭平 VS 舘ひろし」、「シュワルツネッガーVSジョン・ローン」、「ゴルパチョフVSブッシュ」は見解が二分

ここでは、「ビキニの水着/ハイレグの水着」、「ミニスカート/ひざ丈のタイトスカート」など対になった16項目について、どちらが“セクシーだ”と思うか聞いてみました。

<図-13-1>セクシーだと思う方(全体)



<図-13-2>セクシーだと思う方（全体）



その結果、次の6項目については

「オフショルダー」(50.3%) VS 「シャツを第3ボタンまではずす」(49.7%)

「クラシックカー」(49.0%) VS 「スーパーカー」(51.0%)

「ロック」(46.0%) VS 「ジャズ」(54.0%)

「柴田恭平」(52.0%) VS 「館ひろし」(48.0%)

「シュワルツネッガー」(47.0%) VS 「ジョン・ローン」(53.0%)

「ゴルバチョフ」(48.0%) VS 「ブッシュ」(52.0%)

見解が二分されています。

“セクシーだ”という割合に大きな差があるのは、「サリー」(25.0%)より「チャイナドレス」(75.0%)、「ビキニの水着」(28.3%)より「ハイレグの水着」(71.7%)、「小泉今日子」(28.3%)より「浅野温子」(71.7%)、「素颜に近い顔」(31.0%)より「メイクした顔」(69.0%)、「言いたいことを言う」(33.3%)より「なるべく控え目にしている」(66.7%)、「数寄屋造り」(35.0%)より「億ション」(65.0%)などの6項目で、それぞれ両者に30%以上の“セクシー度”の開きがあります。

年齢別にみると、若い人ほど「ビキニの水着」や「ミニスカート」が“セクシーだ”という割合が高くなっているのが目につきますが、水着ではいずれも「ハイレグ」の“セクシー度”が圧倒的に高くなっています。また、若い人ほど「小泉今日子」をあげる割合が高くなっていますが、いずれも「浅野温子」の“セクシー度”の方が圧倒的に高くなっています。さらに「ゴルバチョフ」も若い人ほど“セクシー”という割合が高く、25歳前後、35歳前後では「ブッシュ」の方が高くなっていますが、15歳前後では「ゴルバチョフ」の方が高くなっています。

<表-4>セクシーだと思う方

(%)

		a		b		c		d		e		f		g		h	
		ビキニの水着	ハイレグの水着	オフショルダー	しまではずす第3ボタン	ミニスカート	ひざ丈のタイトスカート	ボディコンの服	男物のシャツにジーンズ	チャイナドレス	サリー	メイクした顔	素颜に近い顔	言いたいことを言う	なるべく控え目にいる	和食器	洋食器
全	体	28.3	71.7	50.3	49.7	55.3	44.7	60.3	39.7	75.0	25.0	69.0	31.0	33.3	66.7	37.3	62.7
年 齢	14~16歳	35.0	65.0	54.0	46.0	59.0	41.0	60.0	40.0	71.0	29.0	70.0	30.0	40.0	60.0	42.0	58.0
	24~26歳	26.0	74.0	55.0	45.0	54.0	46.0	63.0	37.0	76.0	24.0	69.0	31.0	31.0	69.0	46.0	54.0
	34~36歳	24.0	76.0	42.0	58.0	53.0	47.0	58.0	42.0	78.0	22.0	68.0	32.0	29.0	71.0	24.0	76.0

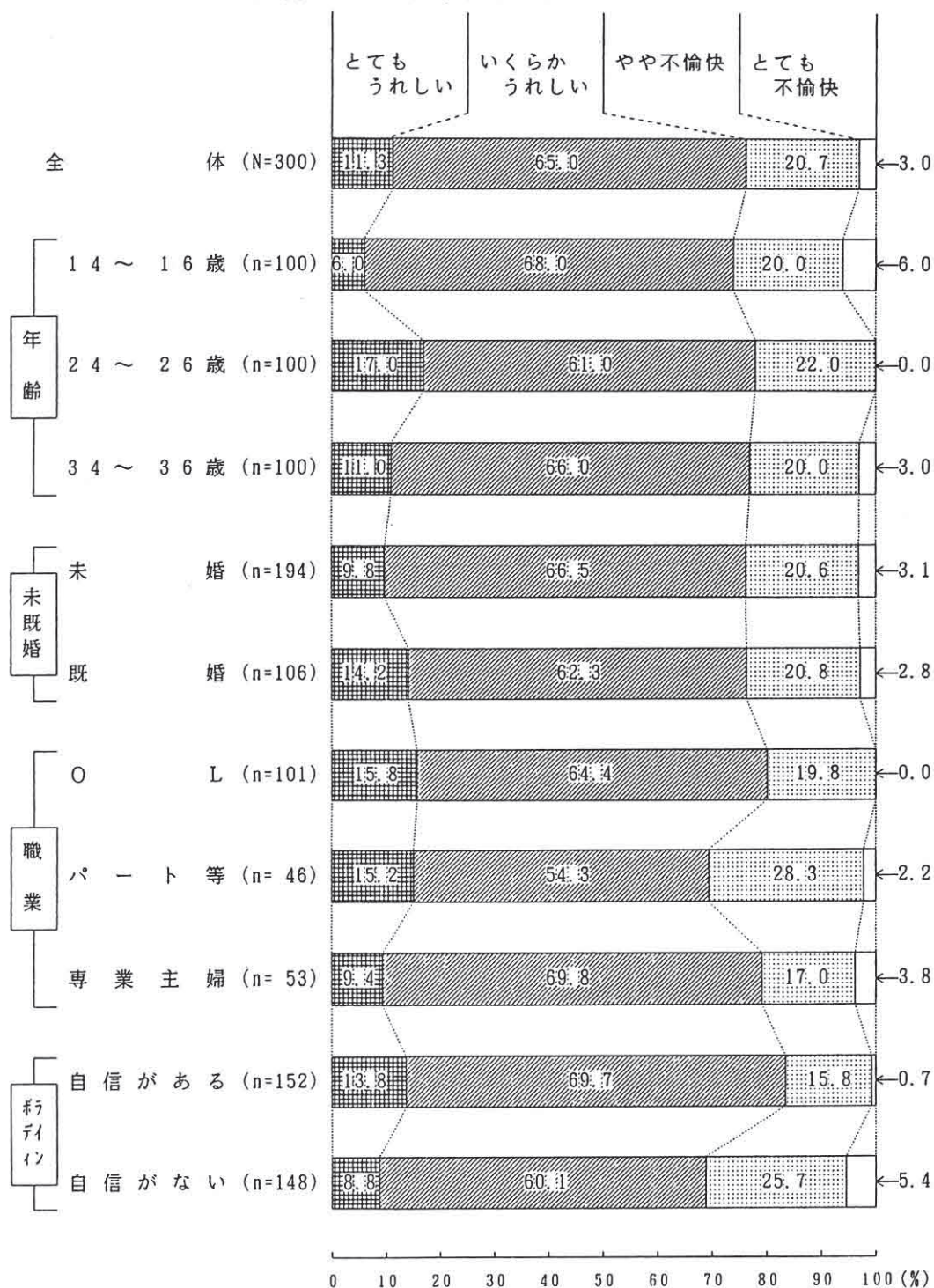
		i		j		k		l		m		n		o		p	
		宝塚歌劇	歌舞伎	数寄屋造り	億ション	クラシックカー	スーパーカー	ロック	ジャズ	小泉今日子	浅野温子	柴田恭兵	館ひろし	シュワネツガー	ジョン・ローン	ゴルフ	ブッシュ
全	体	61.0	39.0	35.0	65.0	49.0	51.0	46.0	54.0	28.3	71.7	52.0	48.0	47.0	53.0	48.0	52.0
年 齢	14~16歳	64.0	36.0	30.0	70.0	43.0	57.0	53.0	47.0	39.0	61.0	55.0	45.0	46.0	54.0	57.0	43.0
	24~26歳	55.0	45.0	42.0	58.0	60.0	40.0	46.0	54.0	25.0	75.0	51.0	49.0	50.0	50.0	44.0	56.0
	34~36歳	64.0	36.0	33.0	67.0	44.0	56.0	39.0	61.0	21.0	79.0	50.0	50.0	45.0	55.0	43.0	57.0

4. “セクシー”と言われるのはうれしいか

■ 4人に3人（76.3%）が“うれしい”

■ ボディラインに自信がある人ほど“うれしい”

<図-14> “セクシー”と言われるのはうれしいか



では、他人から“セクシー”と言われたら、うれしいのでしょうか。

「とてもうれしい」という人は1割強（11.3%）にとどまっていますが、ほぼ3人に2人（65.0%）が「いくらかうれしい」としており、4人に3人（76.3%）が“セク

シー”と言われれば“うれしい”ようです。

年齢別や未既婚別にみても、いずれも“うれしい”という割合が75%前後と差はなく、女性にとってはある種の『殺し文句』のようです。

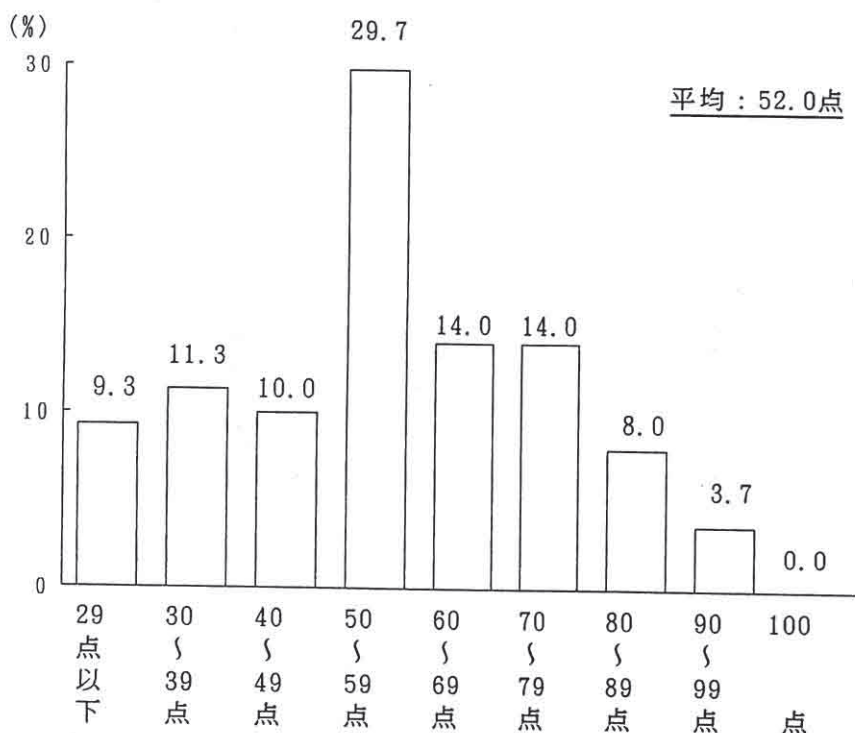
職業別にみると、“うれしい”という割合はOL（80.2%）と専業主婦（79.2%）が同程度を示しています。

また、ボディラインに自信がある人ほど“うれしい”という割合が高く、ボディラインに“自信がある人”では8割強（83.5%）と、“自信がない人”（68.9%）より1割以上高くなっています。

5. 自分自身の“セクシー度”を自己採点すると

- 「50～59点」（29.7%）が最も多く、平均52.0点で“中の中”のセクシー度
- 年齢別では25歳前後がトップ、未婚者の方が既婚者よりセクシー度は高いと自負

<図-15>セクシー度の自己採点（全体：100点満点）



自分自身の“セクシー度”を100点満点で自己採点してもらったところ、「50～59点」という人が29.7%と最も多くなっていますが、以下「60～69点」、「70～79点」（各14.0%）、「30～39点」（11.3%）、「40～49点」（10.0%）が1割台で続き、かなりバラつきがみられ、人それぞれといった感じがします。なお、「100点」満点をつける人は皆無です。平均は52.0点となっており、“中の中”のセクシー度という自己採点です。

年齢別にみると、25歳前後が平均57.0点と、最も“セクシー度”が高く、以下15歳前後（52.4点）、35歳前後（46.7点）の順です。

また、未既婚別では、未婚者が56.4点、既婚者が44.1点と、両者に10点以上の開きがあります。

職業別では、OLの“セクシー度”が平均61.5点と最も高く、専業主婦（42.7点）やパート・アルバイトの層（41.1点）を大きく引き離しています。

また、おしゃれ関心度が高い人ほど、ボディラインに自信がある人ほど、さらに恋人・ボーイフレンドが“いる人”の方が“セクシー度”が高くなっています。

なお、他人からセクシーといわれて“うれしい”という人（前問で229名）は平均55.7点と、“不愉快”な人（前問で71名、平均40.4点）より“セクシー度”が高くなっているのは当然の結果でしょうか。

<表-5>セクシー度の自己採点（平均点） (点)

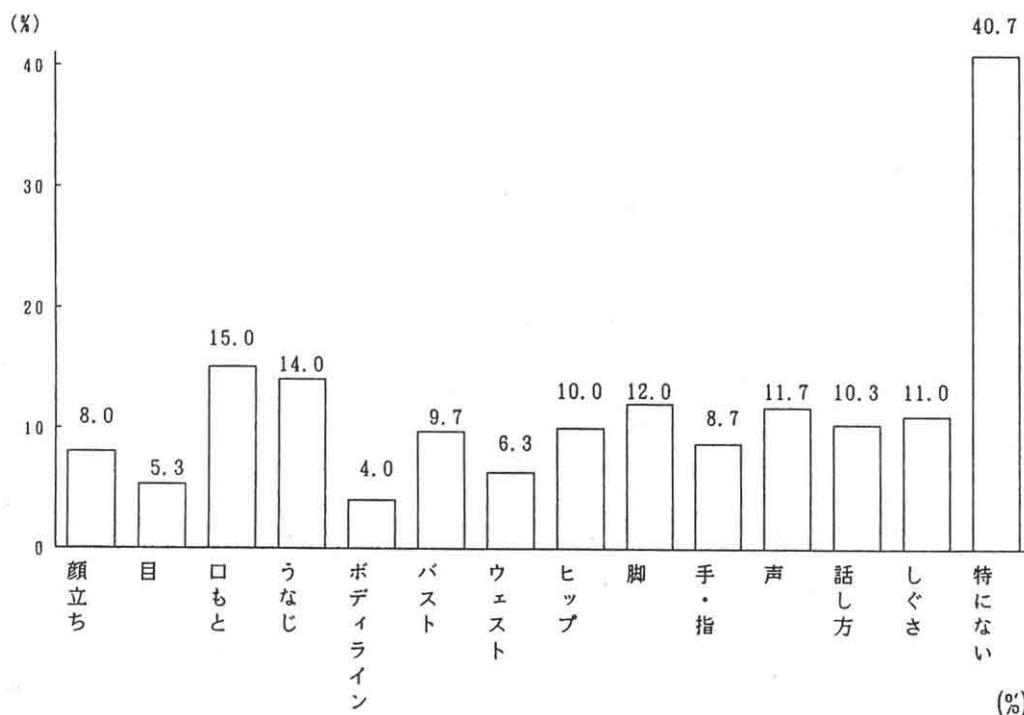
全 体	年 齢			未既婚		職 業		
	15歳 前後	25歳 前後	35歳 前後	未婚	既婚	OL	パート・ アルバイト	専業 主婦
52.0	52.4	57.0	46.7	56.4	44.1	61.5	41.1	42.7

おしゃれ関心度			ボディライン		恋人・ ボーイフレンド		セクシーと いわれて	
高い	ふつう	低い	自信 がある	自信 がない	いる	いない	うれしい	不愉快
60.0	50.1	41.7	59.9	43.9	58.6	44.8	55.7	40.4

6. 自分自身で“セクシーだ”と思う点

■ 5人に3人（59.3%）が「口もと」（15.0%）、「うなじ」（14.0%）、「脚」（12.0%）．．．などの“セクシーポイント”がある

<図-16>自分自身で“セクシーだ”と思う点（全体：複数回答）



年齢別	14～16歳	7.0	5.0	12.0	11.0	6.0	9.0	7.0	8.0	10.0	6.0	11.0	9.0	9.0	42.0
24～26歳	7.0	7.0	18.0	16.0	5.0	17.0	11.0	15.0	16.0	16.0	11.0	13.0	13.0	30.0	
34～36歳	10.0	4.0	15.0	15.0	1.0	3.0	1.0	7.0	10.0	4.0	13.0	9.0	11.0	50.0	

自分自身で“セクシーだ”と思うのはどんな点か聞いてみたところ、際立って高率な項目はありませんが、「口もと」（15.0%）、「うなじ」（14.0%）、「脚」（12.0%）、「声」（11.7%）、「しぐさ」（11.0%）、「話し方」（10.3%）、「ヒップ」（10.0%）などが1割台を示しており、人それぞれの感がしますが、5人に3人（59.3%）が何らかの“セクシーポイント”をあげています。一方、セクシーだと思う点が「特になし」という人も40.7%と相当数います。

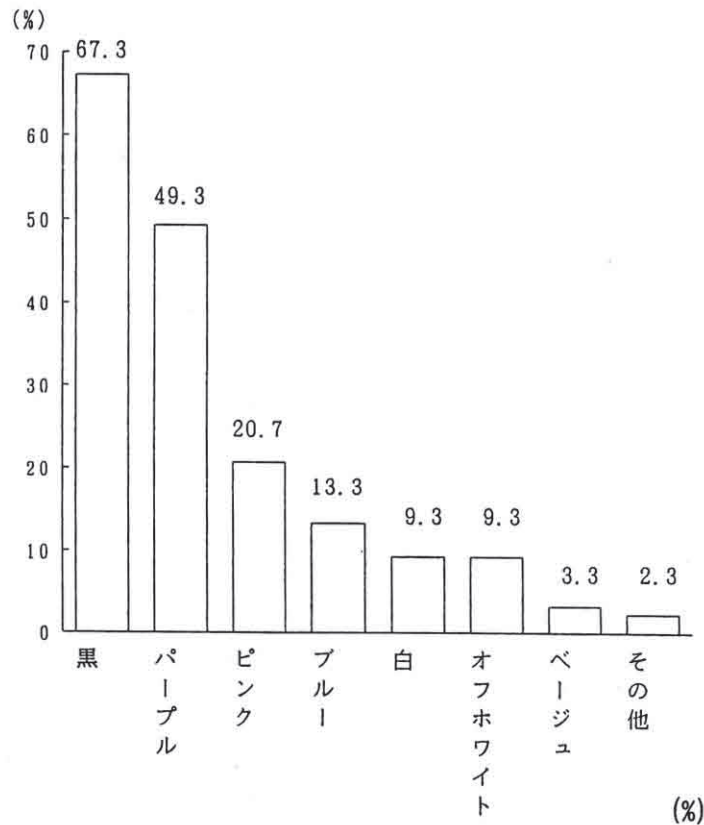
年齢別にみても、どの層も際立って高率を示している項目はありませんが、25歳前後で最も高率を示している項目が多くなっているのが目につきます。何らかの“セクシーポイント”をあげている割合は25歳前後が70.0%で最も高く、以下、15歳前後（58.0%）、35歳前後（50.0%）の順です。

7. “セクシーな” 下着の色というは何色か

■第一に「黒」（67.3%）、そして「パープル」（49.3%）

■若い人で目立つ「ピンク」

<図-17> “セクシーな” 下着の色（全体：複数回答）



年齢別	14～16歳	24～26歳	34～36歳
黒	62.0	67.0	73.0
パープル	43.0	51.0	54.0
ピンク	31.0	17.0	14.0
ブルー	14.0	10.0	16.0
白	13.0	11.0	4.0
オフホワイト	9.0	7.0	12.0
ベージュ	1.0	7.0	2.0
その他	2.0	1.0	4.0

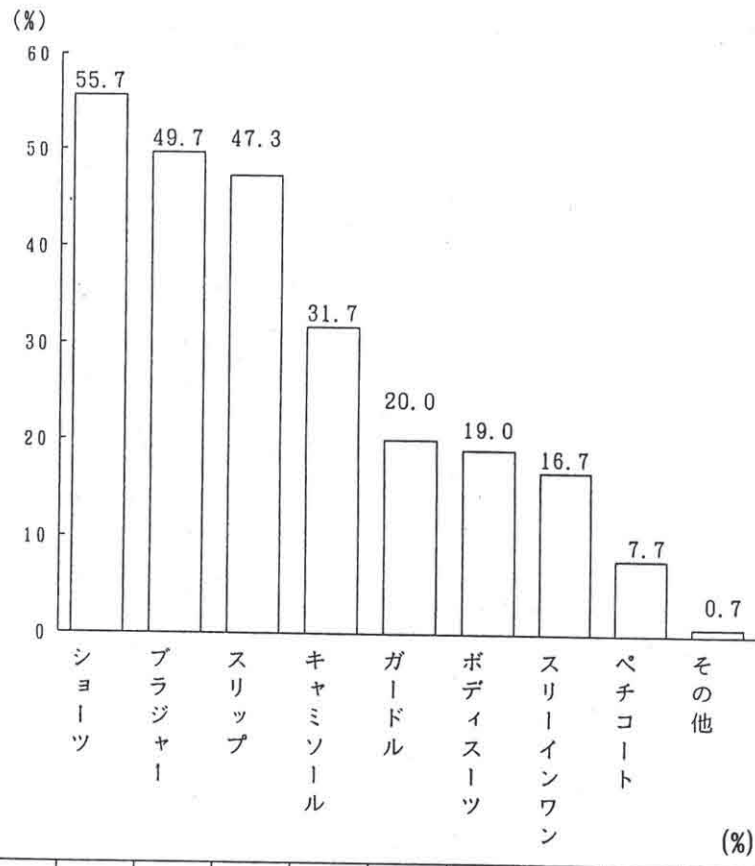
“セクシーな” 下着の色といえば、何色を思い浮べるか聞いてみたところ、「黒」という人が67.3%と最も多く、次いで「パープル」が49.3%で続き、2人に1人以上がこの2つの色を思い浮べ、主になっています。そのほかでは「ピンク」（20.7%）、「ブルー」（13.3%）、「白」、「オフホワイト」（各9.3%）などがあげられています。

年齢別にみても、いずれも「黒」と「パープル」が主ですが、その割合は年齢が上の人ほど高率を示しています。一方、若い人ほど「ピンク」、そして「白」をあげる割合が高くなっています。

8. “セクシーな”下着といえば何を思い浮べるか

■ 「ショーツ」 (55.7%)、「ブラジャー」(49.7%)、「スリッパ」(47.3%) がベスト3

<図-18>セクシーな下着 (全体：複数回答)



年齢別	14～16歳	24～26歳	34～36歳
ショーツ	54.0	61.0	52.0
ブラジャー	52.0	56.0	41.0
スリッパ	38.0	45.0	59.0
キャミソール	23.0	30.0	42.0
ガードル	19.0	23.0	18.0
ボディースーツ	23.0	21.0	13.0
スリーインワン	16.0	19.0	15.0
ペチコート	10.0	3.0	10.0
その他	1.0	1.0	

“セクシーな”下着といえば何を思い浮べるか聞いてみたところ、「ショーツ」をあげる人が55.7%と最も多く、次いで「ブラジャー」(49.7%)、「スリッパ」(47.3%)が同程度で続きベスト3となっています。以下「キャミソール」(31.7%)、「ガードル」(20.0%)、「ボディースーツ」(19.0%)、「スリーインワン」(16.7%)などがあげられています。

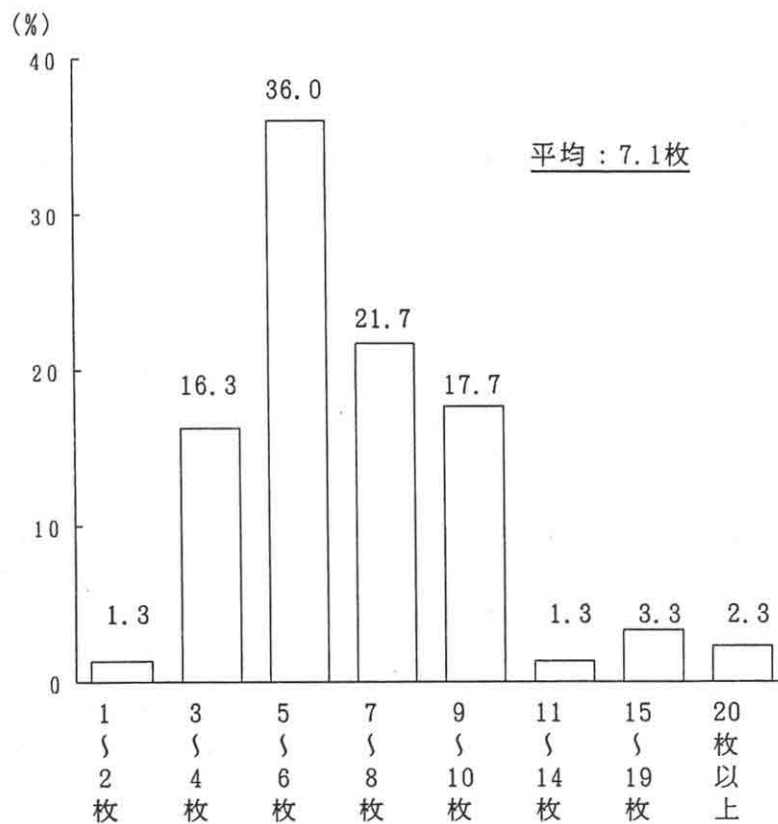
年齢別にみると、15歳前後、25歳前後では「ショーツ」がトップ、第2位に「ブラジャー」があげられています。年齢が上の人ほど「スリッパ」や「キャミソール」をあげる割合が高く、35歳前後では「スリッパ」(59.0%)がトップ、「キャミソール」(42.0%)も第3位にランクされています。また、若い人ほど「ボディースーツ」をあげる割合が高くなっています。

Ⅲ. ブラジャーについて

1. ブラジャーの所有枚数

- 「5～6枚」 (36.0%)、「7～8枚」 (21.7%) 所有している人が多く、平均7.1枚
- 平均所有枚数は、15歳前後 6.2枚、25歳前後 7.7枚、35歳前後 7.5枚

<図-19> ブラジャーの所有枚数 (全体)



まず、ブラジャーの所有枚数をみると、「5～6枚」という人が36.0%と最も多く、次いで「7～8枚」(21.7%)が続き、この範囲の枚数を所有している人はほぼ5分の3(57.7%)を占めています。以下「9～10枚」(17.7%)、「3～4枚」(16.3%)などとなっており、平均は7.1枚です。

年齢別の平均は、15歳前後が6.2枚で、25歳前後(7.7枚)、35歳前後(7.5枚)よりやや少なめとなっています。

また、未婚別ではいずれも平均が7.1枚と差はありませんが、職業別でみると、OLが8.3枚で最も多く、以下パート・アルバイトの層(7.5枚)、専業主婦(6.2枚)の順です。

所有枚数の平均は、おしゃれ関心度が高い人ほど、ボディラインに自信がある人ほど、さらに恋人・ボーイフレンドが“いる人”の方が多くなっています。

<表-6>ブラジャーの所有枚数(平均:枚)

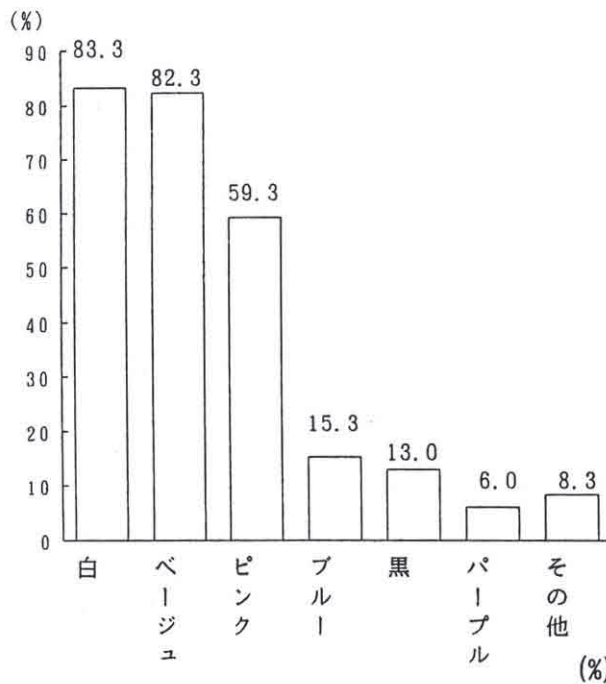
全 体	年 齢			未既婚		職 業		
	15歳 前後	25歳 前後	35歳 前後	未婚	既婚	OL	パート・ アルバイト	専業 主婦
7.1	6.2	7.7	7.5	7.1	7.1	8.3	7.5	6.2

おしやれ関心度			ボディライン		恋人・ ボーイフレンド	
高い	ふつう	低い	自信 がある	自信 がない	いる	いない
8.2	6.8	6.1	7.9	6.4	7.5	6.7

2. 所有しているブラジャーの色

■「白」(83.3%)と「ベージュ」(82.3%)が主流。「ピンク」も5分の3(59.3%)

<図-20>所有しているブラジャーの色(全体)



次に、所有しているブラジャーの色をみると、「白」(83.3%)と「ベージュ」(82.3%)が同程度で、主となっています。以下「ピンク」(59.3%)、「ブルー」(15.3%)が続き、“セクシー度”NO.1とみられている「黒」(13.0%)や第2位の「パープル」(6.0%)などを持っている人はそれほど多くありません。

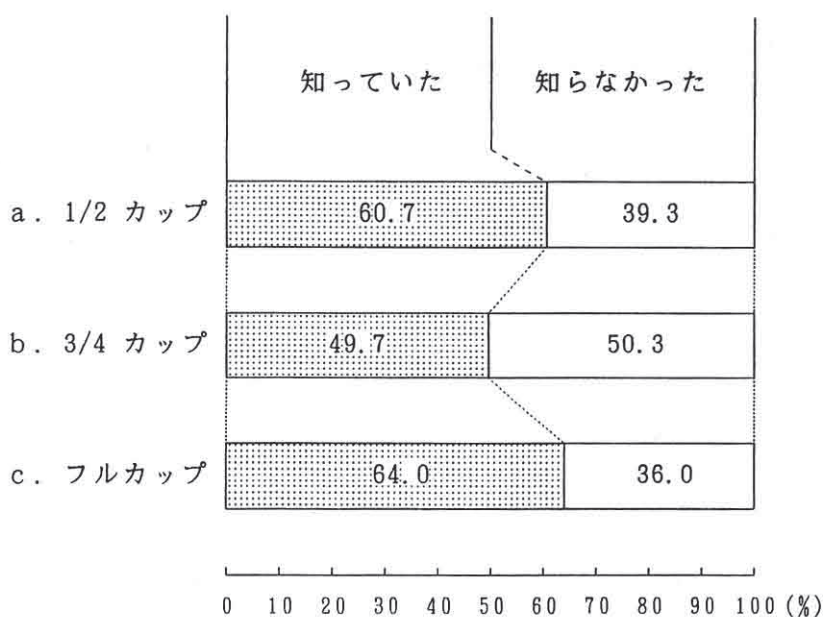
年齢別にみると、若い人ほど「白」の割合が高く、15歳前後では94.0%と大半の人が所有しており、「ベージュ」(62.0%)、「ピンク」(42.0%)を大きく上回っています。一方、年齢が上の人ほど「ベージュ」の割合が高く、25歳前後、35歳前後では9割台で最も多くなっています。また、「黒」も年齢が上の人ほど所有率は高く、35歳前後では2割強(22.0%)を示しています。

年齢別	白 (%)	ベージュ (%)	ピンク (%)	ブルー (%)	黒 (%)	パープル (%)	その他 (%)
14~16歳	94.0	62.0	42.0	14.0	1.0	2.0	12.0
24~26歳	80.0	91.0	75.0	17.0	16.0	9.0	7.0
34~36歳	76.0	94.0	61.0	15.0	22.0	7.0	6.0

3. ブラジャーのカップの形の認知状況

- 「フルカップ」(64.0%)、「 $\frac{1}{2}$ カップ」(60.7%)は5人に3人以上が「知っていた」が、「 $\frac{3}{4}$ カップ」は半数どまり(49.7%)
- 15歳前後では「フルカップ」の認知率は半数以上(59.0%)であるが、他は5割に達していない

<図-21> ブラジャーのカップの認知の有無(全体)



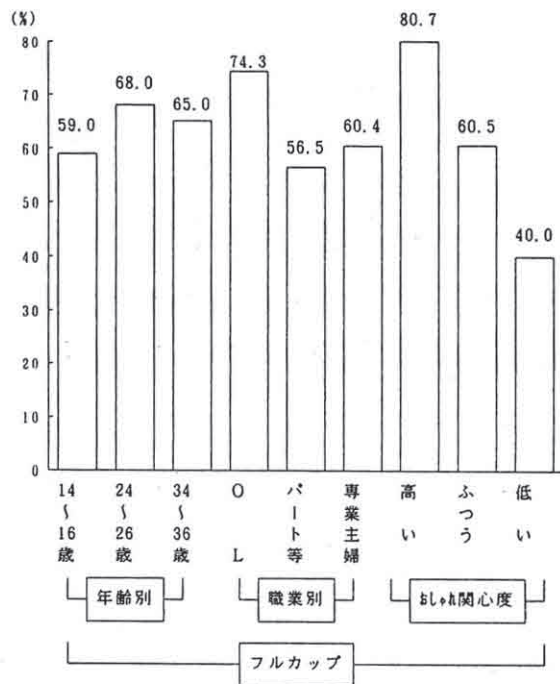
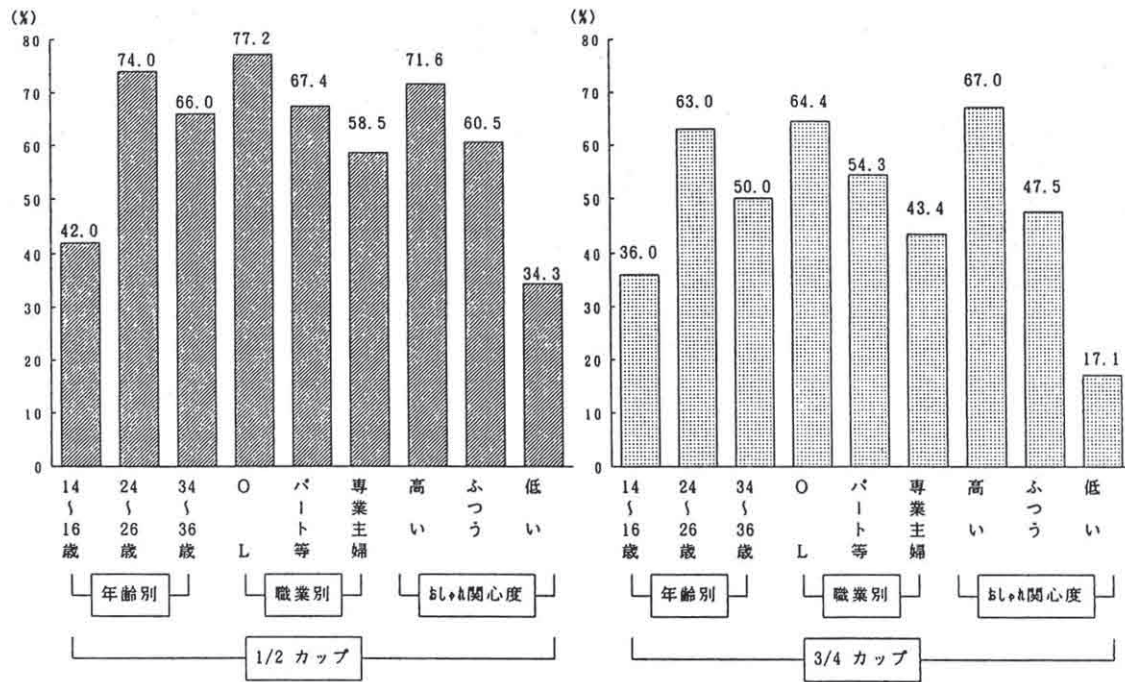
ブラジャーのカップの形の認知率をみると、「フルカップ」が64.0%と最も高く、次いで「 $\frac{1}{2}$ カップ」が60.7%となっており、この2つに関しては5人に3人以上が認知していますが、「 $\frac{3}{4}$ カップ」は「知っていた」層(49.7%)と「知らなかった」層(50.3%)に二分されています。

年齢別にみると、いずれも15歳前後の認知率が最も低く、25歳前後の認知率が最も高くなっています。15歳前後では「 $\frac{1}{2}$ カップ」(42.0%)、「 $\frac{3}{4}$ カップ」(36.0%)の認知率が半数を割っています。

また、職業別にみると、いずれもOLの認知率が最も高く、「 $\frac{1}{2}$ カップ」、「 $\frac{3}{4}$ カップ」は専業主婦の認知率が最も低くなっています。特に、専業主婦では「 $\frac{3}{4}$ カップ」の認知率が43.4%と半数に達していません。

おしゃれ関心度別にみると、いずれも関心度が高い人ほど認知率が高く、おしゃれ関心度が“高い”人では、最も低率な「 $\frac{3}{4}$ カップ」(67.0%)でも3人に2人が認知しています。一方、おしゃれ関心度が“低い”人ではいずれも認知率が半数を割っており、特に「 $\frac{3}{4}$ カップ」(17.1%)の認知率の低さが目を引きます。

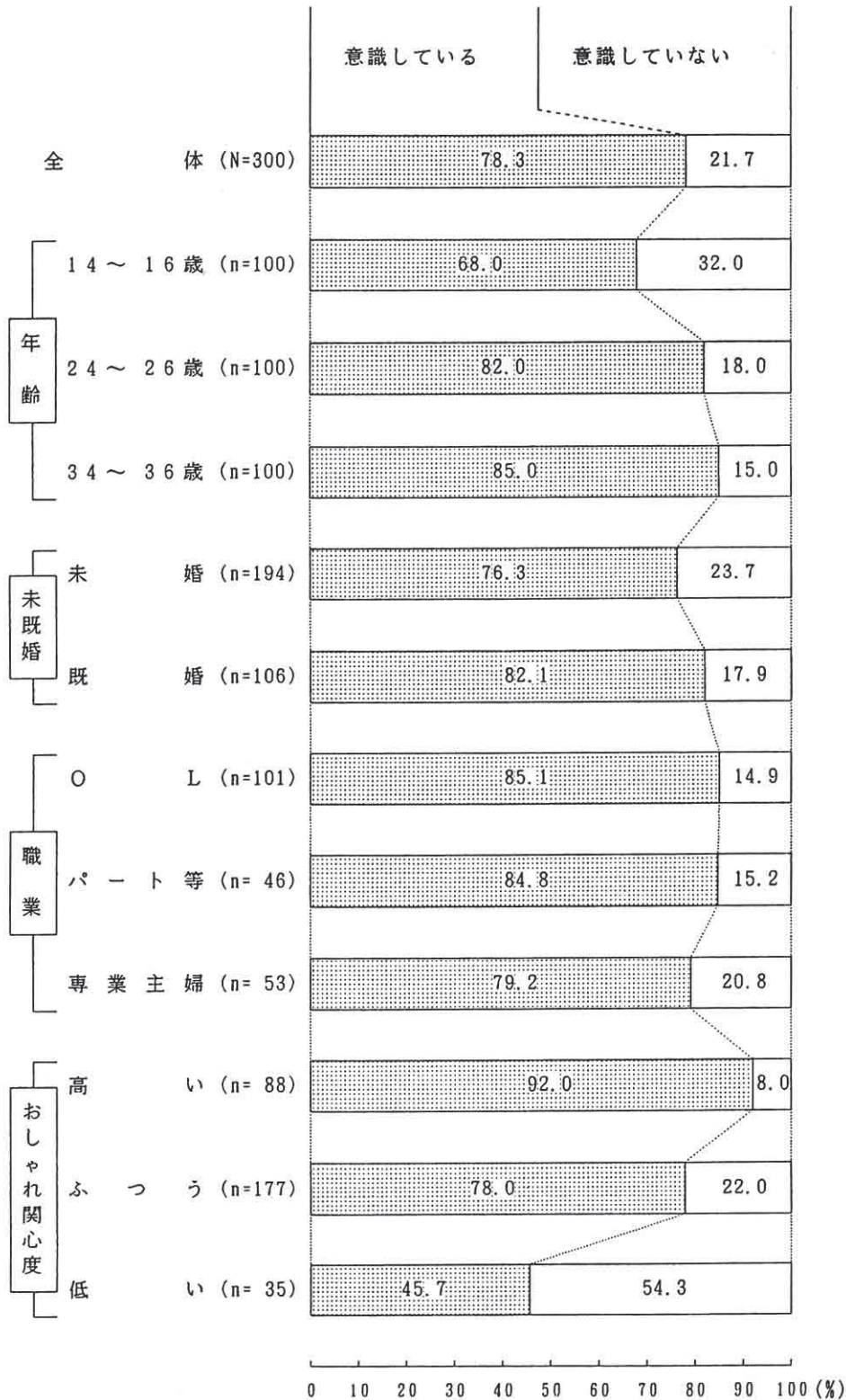
<図-22> 認知率



4. ブラジャーを購入する時、カップの形を意識するか

- 8割弱（78.3%）が「意識している」が、「意識していない」人も5人に1人強（21.7%）
- 15歳前後では3人に1人（32.0%）が「意識していない」

<図-23> ブラジャーを購入する時、カップの形を意識するか



では、ブラジャーを購入する時は、カップの形を意識して購入しているのでしょうか。

「意識している」という人が78.3%と圧倒的多数ですが、「意識していない」という人も21.7%と5人に1人強の割合で見られます。

年齢別にみても、いずれも「意識している」という人が過半数を占めていますが、若い人ほど「意識していない」割合が高く、15歳前後では3人に1人(32.0%)の割合となっています。

未婚別に見ると、「意識している」割合は未婚者(76.3%)より既婚者(82.1%)の方が高く、職業別ではOL(85.1%)、パート・アルバイトの層(84.8%)に比べて専業主婦(79.2%)が若干低めです。

また、おしゃれ関心度別に見ると、関心度が高い人ほど「意識している」割合が高く、関心度が“高い人”では大半(92.0%)が「意識している」のに対し、“低い人”では45.7%と半数を割っています。