

【男女の視線に関する調査】

パーティーでガッカリする点

男性は「顔」、女性は「顔」より「食べ方」「服装」

パーティー・海のシーン、6割以上が異性を見てガッカリ経験"なし"

クリエイティブサーベイ株式会社は、20~50代の男女600名を対象にインターネットで「男女の視線に関する調査」を実施しました。調査レポートの詳細は以下からご確認ください。

※調査に関しては、クリエイティブサーベイ調べとなります。

【調査結果サマリー】

- ①日常生活で見る場所、男女ともに「顔」
- ②パーティーで異性を見た時にガッカリした経験『ない』が62%
女性30代は、ガッカリした経験『あり』が多い結果に。
- ③パーティーでガッカリする点は、男性1位は『顔』第2位が『厚化粧』と顔を重視。
女性は顔よりも『食べ方』『服装』でガッカリすることが明らかに。
- ④海で異性を見た時にガッカリした経験『ない』が60%以上。
20.30代に比べ、40.50代の方がガッカリ経験が多い傾向に。
- ⑤海でガッカリする点、男女ともに『お腹』
女性は、『体毛』『痩せすぎ』が上位に。
- ⑥水着でのシーン、自意識と他意識に相違あり。
女性は、同性から見られていると思うパーツは『胸』、見ているパーツは『お腹』

※調査結果の数値は小数点以下を、適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差が出る場合があります。
<調査概要>

- ・対象エリア : 全国
- ・対象者 : 20代~50代の独身男女 男性300人/女性300人 (有効回答数)
20代、30代、40代、50代各世代男女75人づつ
- ・調査期間 : 2016年7月下旬
- ・方法 : インターネット調査

①日常生活で見る場所、男女ともに「顔」

日常生活でどのパーツを見ますか。という質問に対し、ほとんどの人が「顔」と回答したことがわかった。

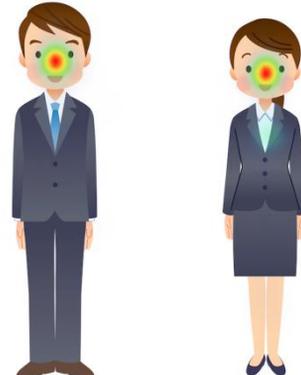
【同性への視線】

日常生活で、同性のどのパーツを見ますか。



【異性への視線】

日常生活で、どのパーツを見ますか。



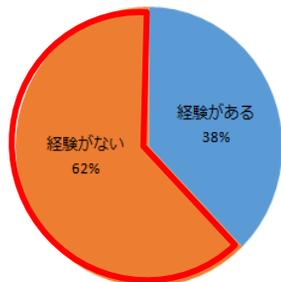
②パーティーでの、ガッカリ経験『なし』が62%。30代女性は、パーティーでのガッカリ経験が多い傾向に。

パーティーでガッカリした経験はありますか。という質問に62%が『ない』と回答し、予想以上にパーティーでガッカリした経験がないことがわかった。また30代女性は、半数以上がガッカリ経験があることがわかった。

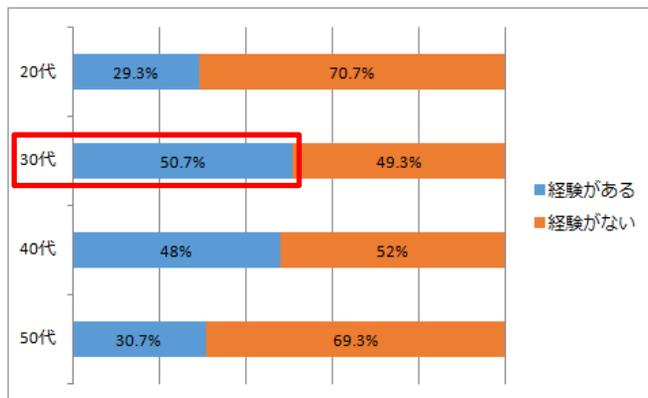
○あなたはパーティーに行ったとき、異性を見てガッカリした経験はありますか？（単一）

（男性n=300/女性n=300）

<全体>



<女性年齢別>



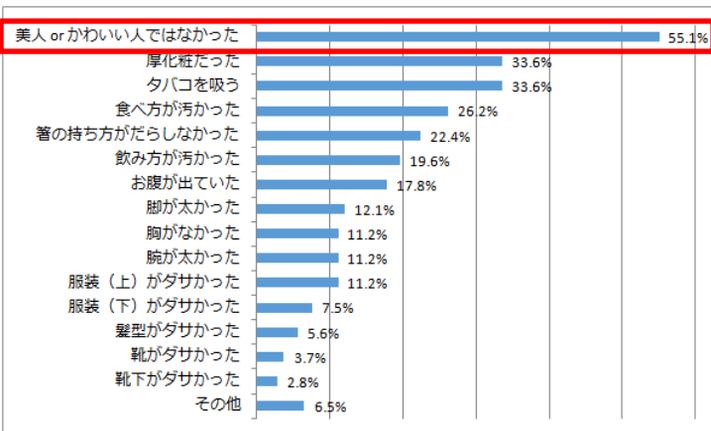
③パーティーでガッカリする点は、男性の1位は『顔』、2位『厚化粧』と顔を重視。

女性のガッカリする点は、顔ではなく『食べ方が汚い』『服装がダサい』が上位に。

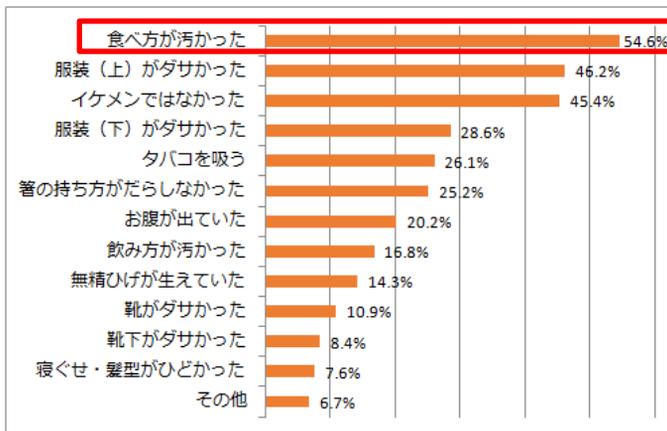
パーティーシーンで、異性のどこを見てガッカリしたかという質問では、男性は半数以上の55.1%が顔、33.6%で厚化粧が2位という結果となった。一方女性は、半数以上が『食べ方が汚かった』や『服装がダサかった』が上位となり、男性と比べ、女性は顔ではなく、食べ方や服装を気にする傾向があることがわかった。

○先ほどのご質問で「経験がある」を選択した方にご質問です。異性のどこを見てガッカリしましたか？（複数回答可）

<男性全体>



<女性全体>



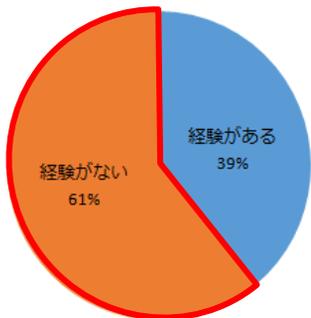
④海で水着姿の異性を見た時にガッカリした経験、『ない』が60%以上。

20.30代に比べ、40.50代の方がガッカリした経験が多い傾向に。

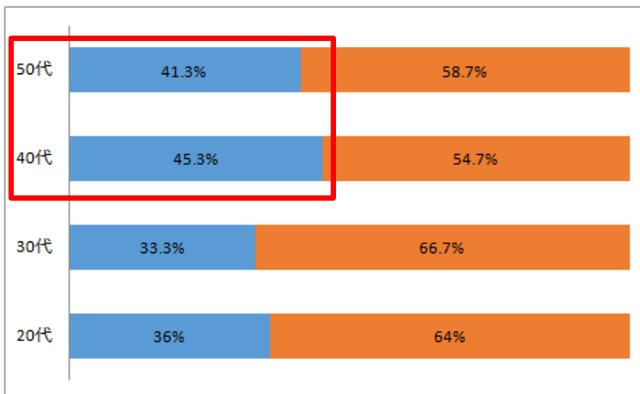
(男性n=300/女性n=300)
海にいる時、水着姿の異性を見てガッカリした経験があるかの質問では、全体の61%が経験が『ない』を選ぶ結果となった。年齢別の回答では、20.30代に比べ、40.50代の方が経験が『ある』を選択している人が多く、ガッカリ経験が多い傾向にあることがわかった。

○あなたは水着姿の異性を見てガッカリした経験はありますか？（単一）

<全体>



<年齢別>



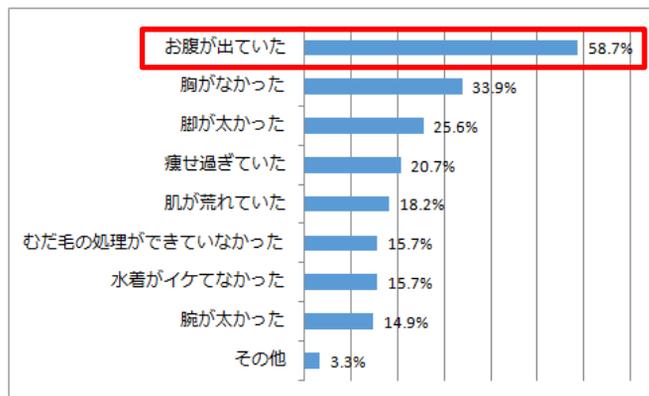
(男性n=300/女性n=300)

⑤海でガッカリする点、男女ともに『お腹』が1位に。女性は『体毛』『痩せすぎ』が上位に。

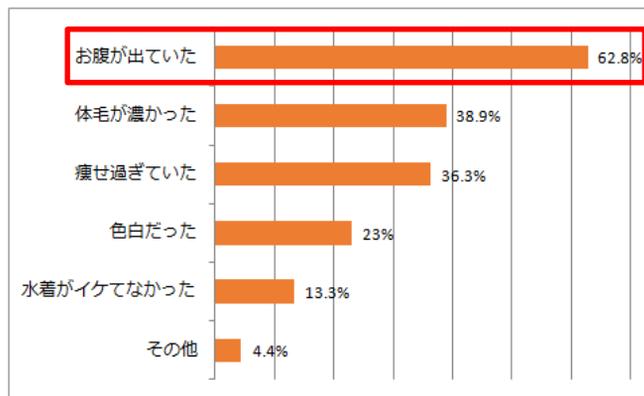
男女ともに海でガッカリするのは、『お腹』が1位という結果になった。女性は、『体毛が濃かった』『痩せすぎていた』という回答が上位となった。また、男女共に水着自体はあまり気にしておらず、水着ということでの露出している部分に目線がいく傾向があることがわかった。50代男性の結果をみると、『胸』よりも『足』を見ている人が多いという結果になった。

○先ほどのご質問で「経験がある」を選択した方にご質問です。異性のどこを見てガッカリしましたか？（複数回答可）

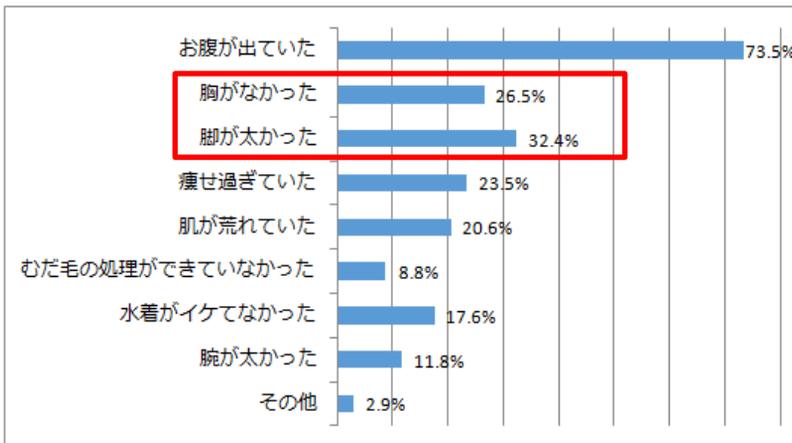
<男性全体>



<女性全体>



<50代男性>



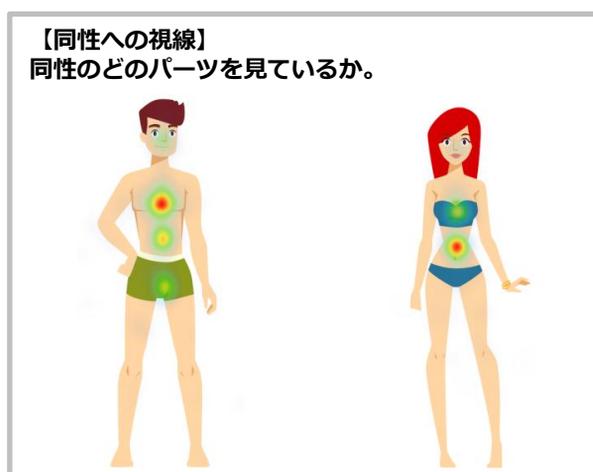
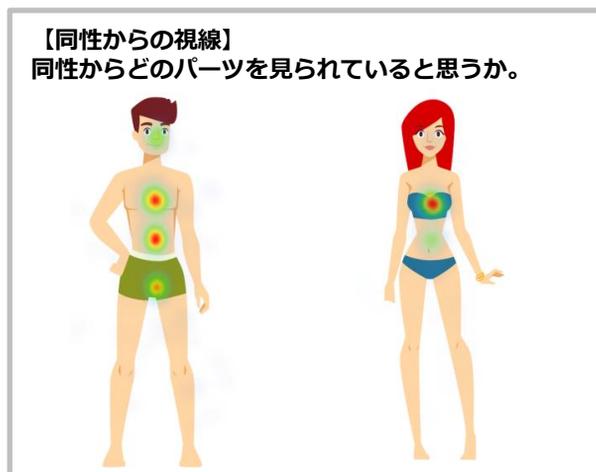
⑥水着でのシーン、自意識と他意識に相違あり。

女性は、同性から見られていると思うパーツは『胸』、見ているパーツは『お腹』

同性からどこを見られていると思うかという質問に対し、男性は「胸」「お腹」女性は「胸」と回答。
女性については、自分が見られていると思うパーツは「胸」となり、見ている部分は「お腹」となり異なる結果となった。

※クリック数が多い箇所が「赤色」になります。

(男性n=300/女性n=300)



■「Creative Survey」について

Creative Surveyは、デザインリサーチツールとして様々な調査・学術論文に使用されてきた実績とノウハウを持つツール。一般的なネットリサーチとしての用途はもちろん、広告や制作物のクリエイティブチェック、などの調査だけでなく、デザインカスタマイズと幅広い調査手法によって、企業活動における「顧客の声」「顧客の評価」を集めるカスタマーサーベイツールとして利用されています。

【会社概要】

本社 : 東京都渋谷区渋谷1-3-15 パリオンビル6階

URL : <https://creativesurvey.com>

設立 : 2014年7月

資本金 : 1,000万円

代表者 : 代表取締役 田口 亮

事業内容 : 「CREATIVE SURVEY」の提供・運用・開発

 **CREATIVE SURVEY**