

# 今、ブラジャーは断然“快適性”重視 話題の“サードウェーブ・ブラ”に 未購入者77.7%が「興味あり」！ ～インナーウェアについてのアンケート～

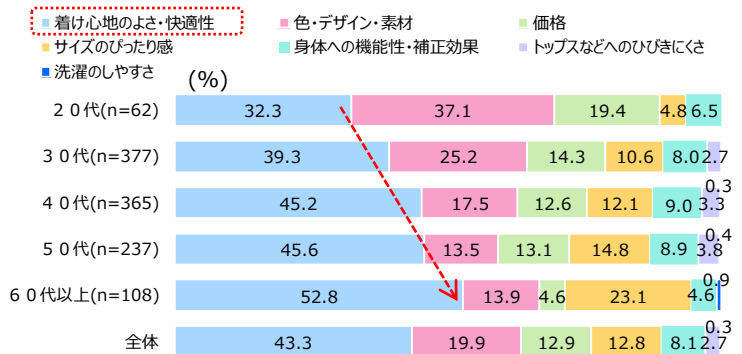
リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビングくらしHOW研究所（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 和田 直樹）では、全国の女性1176人を対象に「インナーウェア」についてのアンケート調査を実施。20代～60代の女性たちに、インナーウェアの購入事情や、話題のサードウェーブ・ブラへの興味ほか、インナーウェアを巡る女ゴコロを調べました。

リビングくらしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <http://www.kurashihow.co.jp>

## ■ブラジャーを購入する際、最も重視するのは「着け心地・快適性」

今、女性たちがブラジャー購入時に最も重視するのは「着け心地の良さや快適性」（43.3%）。20代では「色・デザイン・素材」が1位ですが、30代以降は「快適性」がトップを占め、年代が上がるにつれ「快適性」「サイズのぴったり感」を求める傾向が強まっています。谷間をつくる、胸を大きく見せるなどの「機能性・補正効果」は、全体では8.1%（グラフ1）。「快適性」の具体的なポイントは「締め付け感がない」「ズレにくい・動きやすい」「肌触りがよい」が上位でした。

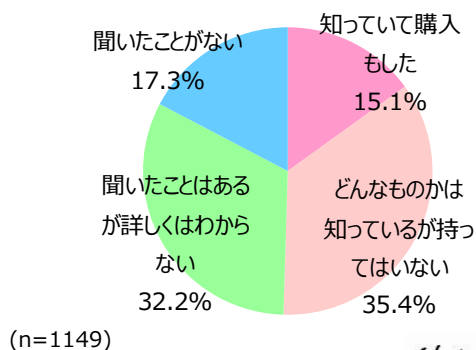
グラフ1. ブラジャーの購入時に最も重視すること



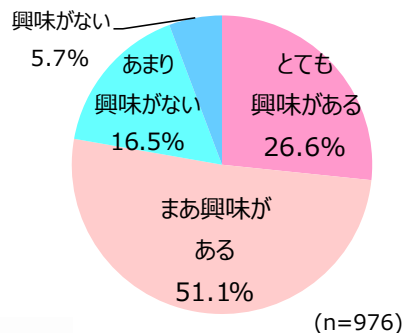
## ■話題の“サードウェーブ・ブラ”、未購入者の77.7%が「興味あり」

ワイヤーの代わりにソフトな樹脂などで胸を支え、きれいに見せる造形性と、着け心地の良さを両立した“サードウェーブ・ブラ”が各社から発売され、人気を博していますが、この“サードウェーブ・ブラ”について代表的な商品を挙げて聞いたところ、「知っていて購入した」人は15.1%。ただし「知っているが持っていない」「聞いたことはあるが詳しくはわからない」を加えた認知度は、82.7%（グラフ2）。持っていない・詳しく知らない人のうち「興味がある」が77.7%（グラフ3）と、ポテンシャルの高さが浮き彫りになりました。

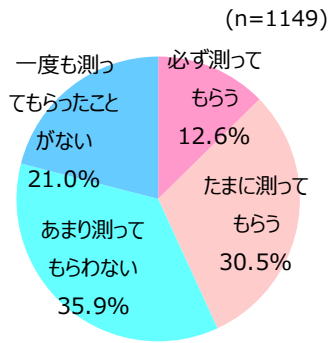
グラフ2. サードウェーブ・ブラを知っていたか？購入したか？



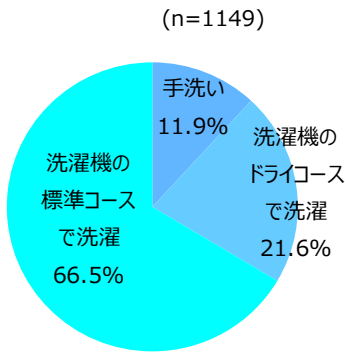
グラフ3. サードウェーブ・ブラに興味があるか？（持っていない・詳しく知らない人）



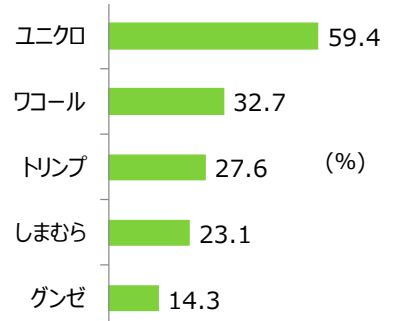
グラフ4. ブラジャー購入時、  
店員にサイズを測ってもらう？



グラフ5. ブラジャーの洗濯方法は？



グラフ6. 直近三年間で  
購入した下着のブランド  
(複数回答・上位5項目を抜粋)



## ■下着についての悩み、1位は「自分に合ったサイズがわからない…」でも、店員に必ずサイズを測ってもらう女性は12.6%と少数派

「下着選びや下着の扱いで困っていること」は、ダントツで「自分に合ったサイズがわからない」などのサイズ問題。一方で、ブラジャー購入時「必ず測ってもらう」女性は12.6%と少数派で、「一度も測ってもらったことがない・あまり測ってもらわない」が過半数でした（グラフ4）。「いちいち試着したり寸法を測ってもらったりするのが面倒くさい」（45歳）「ブラジャーのサイズがよくわからないが、いまさら下着売り場で計測する気にもなれない。いつも適当に選んでいるが、本当は自分に合うものを使いたい」（51歳）など、採寸にハードルを感じる女性も少なくないようです。

ほか「手洗いしなくてはいけないとわかっていても、面倒で洗濯機に入れてしまう」（31歳）などブラの洗濯方法についても多くの悩みの声が挙がりましたが、こちら「手洗いしている」女性は11.9%。悩みながらも、66.5%と大半の女性が「洗濯機の標準コースで洗濯」しているようです（グラフ5）。

## ■“もう着ないけど、高かったし可愛いから捨てられない。痩せたら着れるかも…” 箆笥のこやしになっている下着を捨てられない理由

お気に入りの下着を持っている女性は56.7%。身に着けようと思うのは「外出・お出かけ」「旅行・温泉」「彼氏や好きな人とデート」に次いで、「気分をあげたい、気合いを入れたとき」という声が多く、下着には、女性の気持ちやテンションを上げる側面があることがわかります。

使わずに箆笥の肥やしになっている下着がある女性（67.1%）に聞いた「使わないのに持っている理由」では、“昔買った高級下着や可愛い下着で捨てられない”“また痩せたら着れるかも…”などのコメントが多数。「可愛い柄はもう着なくなったけど、箆笥に可愛い柄がないと寂しい」（50歳）「箆笥のこやしだけど、心の肥やしにもなっている」（61歳）など、ここでも下着と女ゴコロの密接な関係が垣間見えました。

## ■直近三年間で購入した下着のブランド、1位は「ユニクロ」！

また、直近三年間で購入した下着のブランドは、「ユニクロ」が全年代で1位に（グラフ6）！ 次いで20代は「しまむら」、30代以降は「ワコール」が続く結果となりました。

【調査概要】 期間：2017.07.05～07.09 / サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「シティリビングWeb」「あんふあんWeb」でのアンケート / 調査対象：全国の女性 / 有効回答数：1176人（平均年齢：44.3歳）

【回答者プロフィール】 専業主婦33.1% フルタイム37.5% パート・アルバイト23.1% そのほか6.3% / 20代以下5.4% 30代33.1% 40代31.6% 50代20.6% 60代以上9.3% / 既婚72.7% 独身27.3% / 子どもがいる59.0% いない41.0%

詳細レポートはリビングくらしHOW研究所サイトで公開 <http://www.kurashihow.co.jp/markets/9802/>  
日々、Facebookで女性と暮らしのミニデータを更新中 <https://www.facebook.com/kurashiHOW/>

■本リリースに関するお問い合わせ 株式会社リビングくらしHOW研究所 担当：湖内  
TEL：03-5216-9420 FAX：03-5216-9430 E-mail：info@kurashihow.co.jp