



人と社会を楽しく元気に

宝島社

2014年6月5日
株式会社ワコール
株式会社宝島社

ワコールと宝島社が女性誌読者 5,600 人にアンケート

ファッション好き女子の『ブラ実態調査』

バストの悩み1位は、「小さい」！ とっておきのブラは「デート」時に。

株式会社ワコール(本社:京都府京都市、代表取締役社長:安原弘展、以下ワコール)と、株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一、以下宝島社)は、10~50代の女性読者 5,664名に自身のバスト・ブラジャーに関する意識調査を実施しました。

「自分のからだに合ったブラジャーを着けることで、もっとファッションを楽しんでほしい」という想いを持つワコールが、ファッション雑誌シェア No.1(※)の宝島社と協業し、20代から40代の女性をターゲットとする6誌『SPRING』『steady.』『sweet』『InRed』『リンネル』『GLOW』の読者にアンケートを実施。〈バストの悩み〉や〈理想のバスト〉、〈ブラジャーの悩み〉や〈ブラジャーの選び方〉など23項目の結果から、女性たちのからだに対する意識を把握することで、各誌読者の興味・嗜好に合わせた表現や切り口を開発し、コミュニケーション活動に生かすことを目的としています。

今回の調査によると、最も自信をつけたいからだの部位の第1位は「バスト」で、バストへの意識が高く、バストの悩みとしては、約4割の女性が「小さい」を挙げていました。また、とっておきのブラジャーを着ける時としては、全誌・全世代を通して「デート」が1位になるなど、ファッション好きな読者ならではの女子力の高さがうかがえる結果となりました。

ワコールと宝島社では、今回の調査結果を受け、女性誌の誌面で、ブラジャーを選ぶ際の採寸・試着の大切さを伝えながら、ファッション好きな各誌読者が、自分にあったブラジャーを選ぶことで、もっとバストに自信を持ち、ファッションを積極的に楽しめるような企画を展開します。

※日本ABC協会 2013年下半期(2013年7~12月)雑誌発行社レポート

■〈バストの悩み〉 第1位 「小さい」 41%

30代半ばを境に「小さい」から「下がっている」や「ハリがない」などの加齢によるバスト変化に対する悩みに変化。

■〈理想のバスト〉 第1位 「ハリのある」バスト (全誌・全世代共通)

第2位は、30代前半までが、「まるみがある」。30代後半からは「脇流れしていない」。

■〈とっておきのブラジャーを着ける時は?〉 第1位 「デート」 (全誌・全世代共通)

いくつになっても女子力の高い、ファッション好きな読者ならではの意識が表れる結果に。

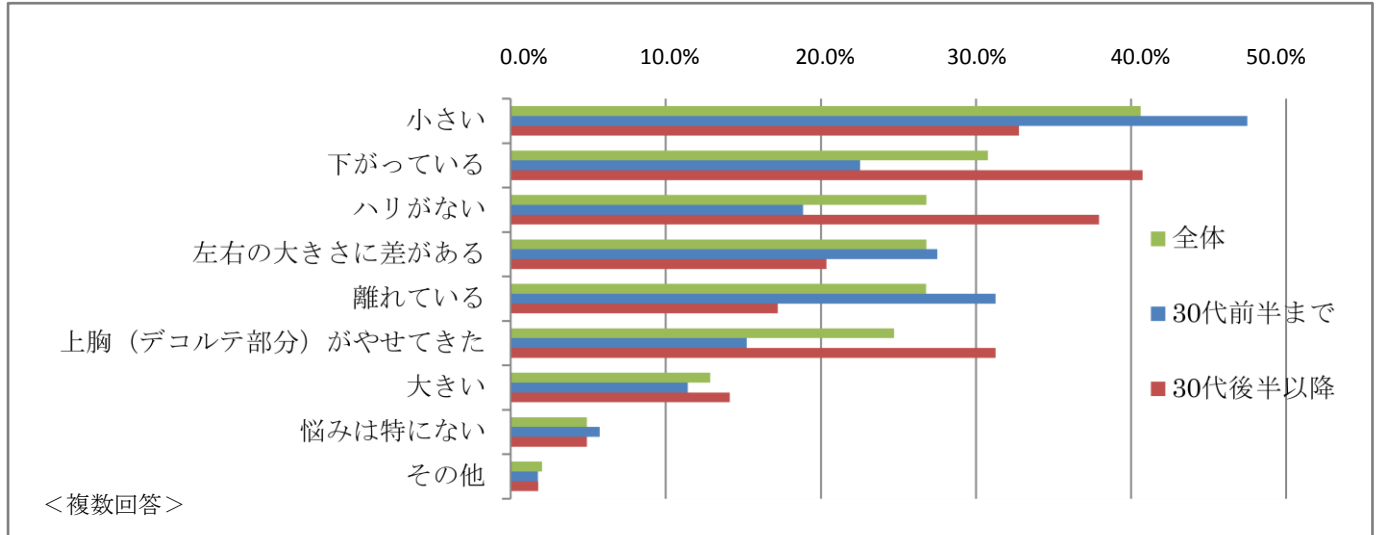
■バスト変化だけでなく、意識に変化がでてくる境界線は、「30代半ば」

バストの悩みもブラの悩みも、30代後半からエイジングによるものが増えてくる。

(詳しい調査結果はWEBサイトでも公開いたします。URL: <http://www.wacoal.jp/takarajimasha/>)

■ **バストの悩み**は、「小さい」がトップで、若い世代ほど多く回答。

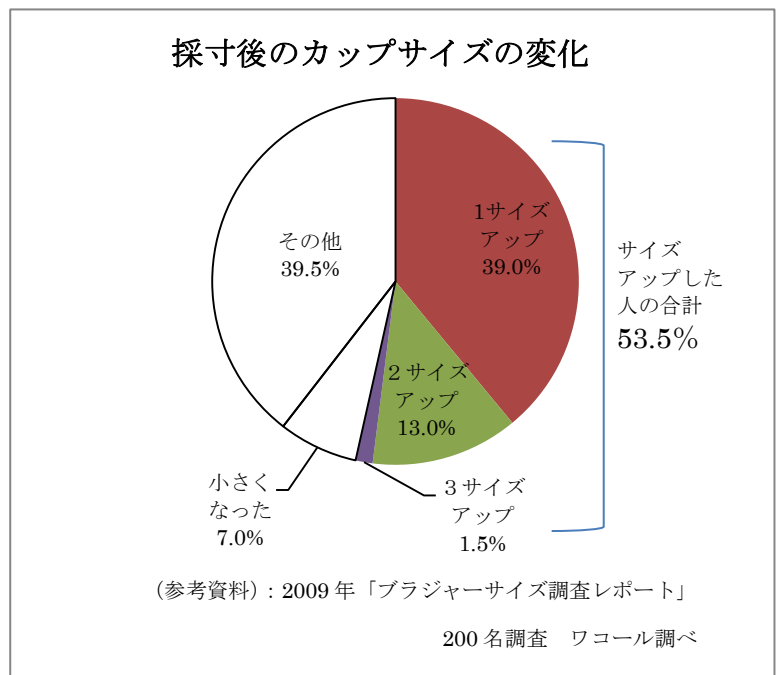
全体を通してのバストの悩みは「小さい」がダントツ1位。「大きい」ことに悩む人の割合に比べ、バストのボリュームアップを望んでいる女性が断然多いことがうかがえます。



では、本当にバストは小さいのでしょうか？

ワコールが 2009 年に発表した「ブラジャーのサイズ調査レポート」によると、7 割の女性が自分のサイズを勘違いしており、正しく、採寸と試着をすると、右の円グラフ(※)の通り、5 割以上の方が、ブラジャーサイズが1カップ以上アップしたというデータがあります。

実は、女性の多くは、そもそも自身のバストを「小さい」と思い込んでいるだけでも言えそうです。



またその悩みも、世代別に見てみると、30代前半までは「小さい」がトップですが、30代後半からは「下がっている」が1位になり、「ハリがない」や「上胸(デコルテ部分)がやせてきた」など加齢によるバスト変化に対する悩みがあがってきます。

ワコールでは、ブラジャーを選ぶ際には、自分自身の正しいサイズを知るため、また加齢による体型変化の悩みに応えるためにも、採寸してから、試着することをお勧めしています。

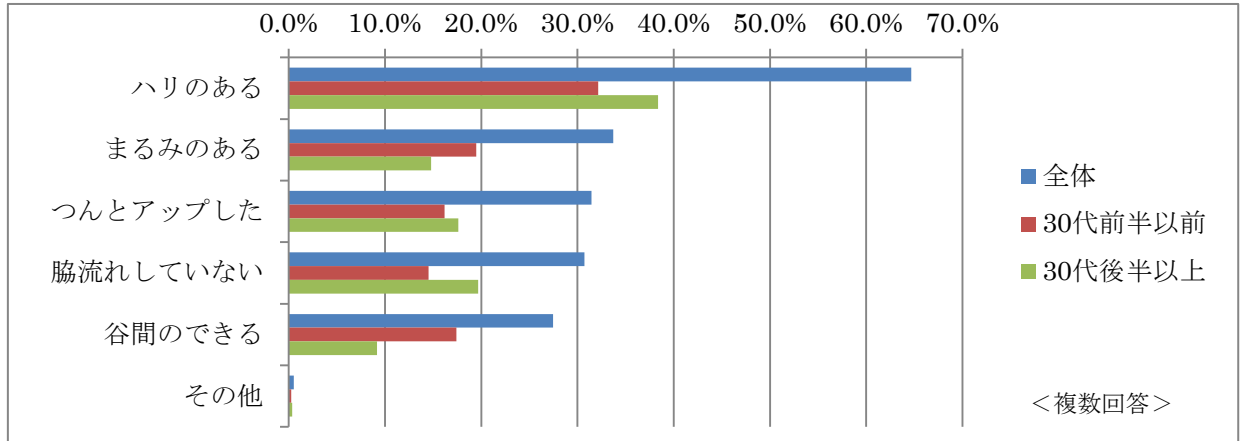
30代・40代女性に向けた誌面では、体型変化を実感する読者たちの生の声などを紹介しながら、その「悩み」を解決する方法として、正しいブラジャー選びを解説します。

■全世代で共通！「理想のバスト」は「ハリのある」バスト

理想のバストは？という問いに対しては、全世代で、「ハリのある」バストが1位に挙がりました。続いて「まるみ」や「谷間」を挙げたのは、30代前半までで、30代後半以降は、「脇流れしていない」が上位を占めます。

バストの「ハリ」を長く保つうえでも、普段から自分のからだにあったブラジャーで、しっかり支えておくことが大切です。

そこで、「現状をキープしたい」と考えている女性たちのニーズに応える誌面を展開します。

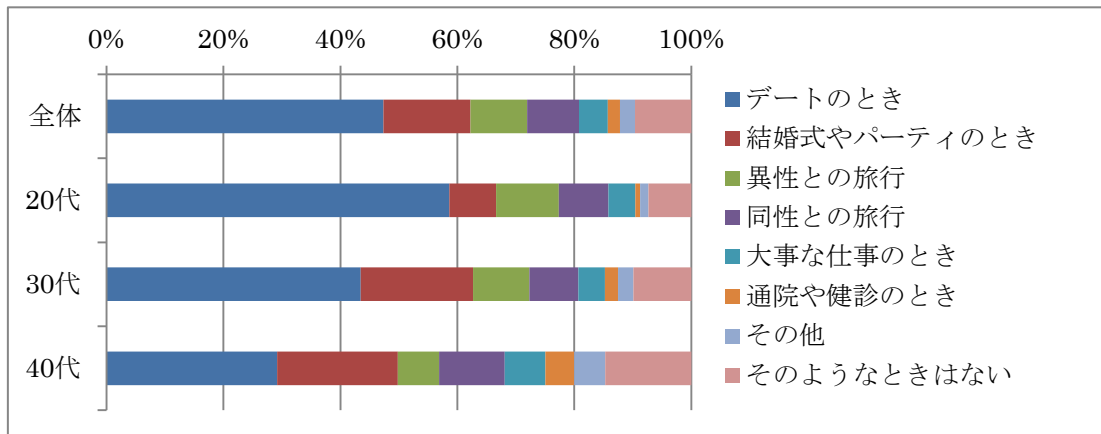


■いくつになっても女子力強し！とっておきのブラを着ける時は「デート」が1位。

普段からおしゃれへの関心度が高く、ファッション誌を愛読する女性が、とっておきのブラジャーを着ける時として最も多かったのは、「デート」でした。これは全誌・全世代に共通して1位に挙げられており、女子力の高さがうかがえる結果となりました。

異性を意識する一方で「リピート買いするブラジャー」の条件としては、最も多くの女性が、「着けごこち」と回答しており、「デザイン」を大きく引き離していることから、見た目だけでなく、そのブラジャーを着けた時のこちよさや、サイズのピッタリ感を重視する傾向も明らかです。

誌面では、いかにして「リピート買い」したくなるようなブラジャーに出会うか、そのためには、事前の採寸や試着が重要であることを伝えていきます。

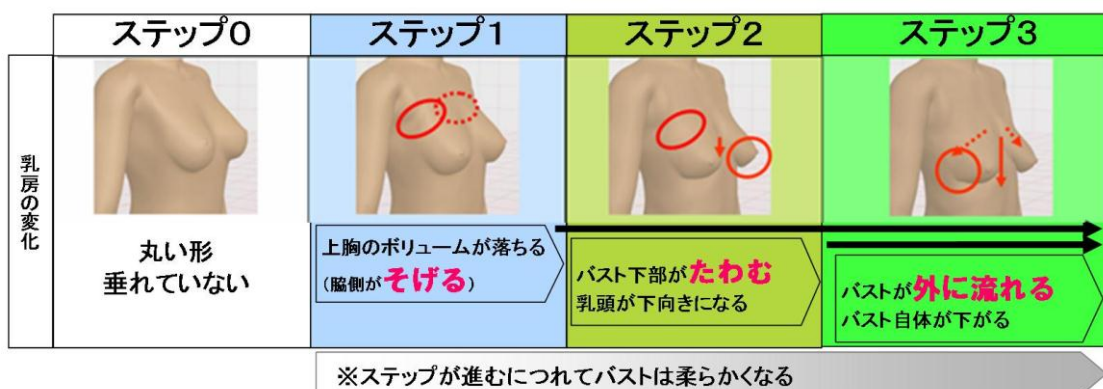


■バスの加齢変化だけでなく、意識にも変化が見られる境界線が「30代半ば」

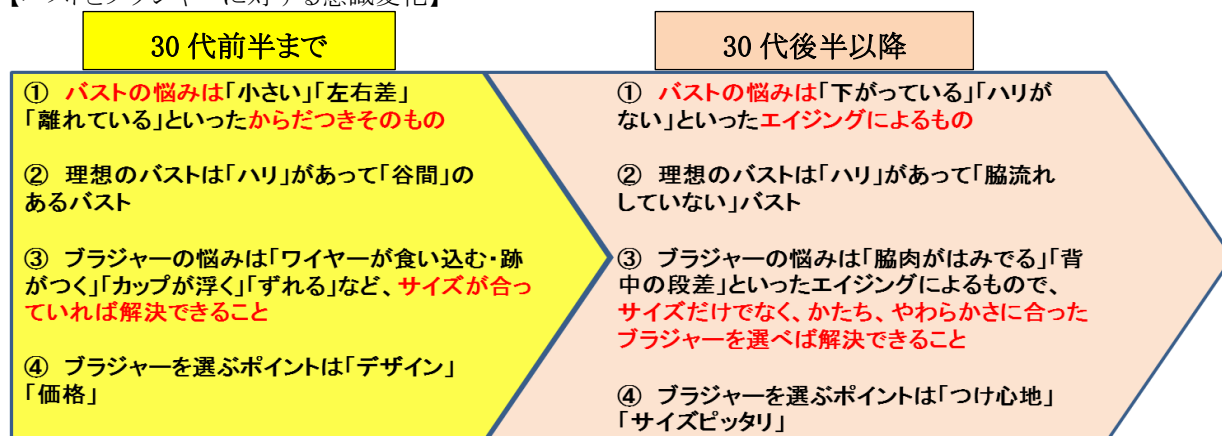
ワコールのエイジング研究によると、バスの加齢変化には一定の順序があり、変化は大きく分けてステップ1～3の3段階あります。20代では、まだ7割がステップ0(下垂なし)であるのに対し、ステップ1の「そげる」段階、ステップ2の「たわむ」段階になると、30～40代の8割が該当します。

また、今回の調査を世代別に見てみると、「30代前半まで」と「30代後半以降」では回答の傾向が異なることが分かりました。下段の【バスとブラジャーに対する意識変化】の表にある通り、「30代後半以降」の世代では、「バスの悩み」、「ブラジャーの悩み」とともに、「下がっている」「脇肉がはみでる」といったエイジングによるものが上位に上がり、ブラジャーを選ぶ際、重視するポイントも「30代前半まで」とは違いがはっきりと見られました。からだの変化におけるターニングポイントと、意識のターニングポイントは、「30代半ば」で一致していると言えます。

【バスの加齢変化ステップ】



【バスとブラジャーに対する意識変化】



＜調査概要＞ 方法：宝島社サイトでのWEBアンケート方式 対象：宝島社発行ファッション誌6誌の読者
有効回答数：5664名 調査実施日：2014年2月7日～3月21日

■報道関係の方からのお問い合わせ先

株式会社ワコール 広報・宣伝部 TEL：03-3239-1117 FAX：03-3239-1118
株式会社宝島社 広報課 TEL：03-3239-0967 FAX：03-3288-1305