

【8月2日は「パンツの日」。パンツに関する意識調査】

パンツに階層。エース級パンツから1軍、2軍まで、パンツの使い分け実態

株式会社ワコールは、8月2日がパン(8)ツ(2)の語呂合わせからパンツの日であることにちなみ、20代～50代の男女を対象に「パンツに関する意識調査」を実施しました。

今回の調査対象はパンツを、勝負パンツとして活躍する“エース級パンツ”、普段頻繁に使用する“1軍パンツ”、あまり使わずタンスにしまわれている“2軍パンツ”などの階層で使い分けている男女500名。それぞれの階層によって、はく場面や選ぶ基準に男女差があることや、夏には、総じてパンツをはきかえる回数が増え、「ドライ性に優れた機能のパンツを買うようになった」、「仕事での冷え対策で股上深めをはくようになった」といった、蒸し暑い日本の夏ゆえの対策として、特別な習慣を取り入れる傾向があることも分かりました。

さらに、パンツの購入金額から明らかになったのが、既婚女性のシビアな一面。未婚女性は自分のものよりもやや高価なパンツをパートナーに贈る反面、既婚女性は夫のパンツの金額を、自身のパンツより抑えているという実態が分かりました。毎日着用するパンツ。8月2日の「パンツの日」を機に一度、タンスの中を見直してみてもいいでしょうか？

〈調査概要〉パンツを階層に分けている男女500名を対象にインターネットによる調査を実施。(20代～50代 男性250名・女性250名)ワコール調べ。 調査期間：2013年7月17日(水)～7月18日(木)

※エース級パンツとは・・・ここぞという勝負の時に使うパンツ

※1軍パンツとは・・・普段よく着用している、着用頻度が高いもの

※2軍パンツとは・・・1軍から落ちてきたもので捨てるまでではないが着用頻度が少なく、主にタンスの中にしまわれているもの

＜エース級パンツ、1軍、2軍・・・パンツも階層で出番が違う＞

■エース級パンツをはく場面、男性の1位は「デート・合コン」、女性は「旅行」

エース級パンツをはく場面の第1位は、男性は「デート・合コン・お見合い」(59.2%)となる一方、女性は「旅行」が最も多く(58.0%)、女性は同性の目も気にしている、という結果に。

■毎日活躍する1軍パンツの条件は「からだとの相性」

日々活躍する1軍パンツで重視されるのは「サイズ」(46.4%)、「素材」(43.2%)、「着用感」(38.2%)や「はき慣れ」(43.0%)といった「からだとの相性」でした。

＜日本の夏ならではの。パンツに夏の習慣あり＞

■1日に2回以上、パンツをはき替えるのが夏の常識？

夏は冬よりも「2回」以上パンツをはき替える割合が多いという結果。さらに夏には「ドライ性に優れた機能のものを買うようになった」などパンツを季節で買い替えるなどの習慣も。

＜男女で違う、パンツの買い方とその好み＞

■夫のパンツは、自分の価格以下が妻の常識？

自分以外の誰かにパンツを代理で購入してもらっている男性は約4人に1人。パートナーのパンツを代理で購入している「未婚女性」は自分のものよりもやや高価なものを購入する傾向にある一方、「既婚女性」は夫への購入金額を自身の購入金額より抑えているというシビアな結果に。

■男女ともに異性のパンツの色は「黒」が好き

異性のパンツは男女ともに「黒」が人気。タイプでは、男性は女性の「ビキニタイプ」、女性は男性の「ボクサータイプ」が一番人気。

エース級パンツ、1軍、2軍・・・パンツも階層で出番が違う

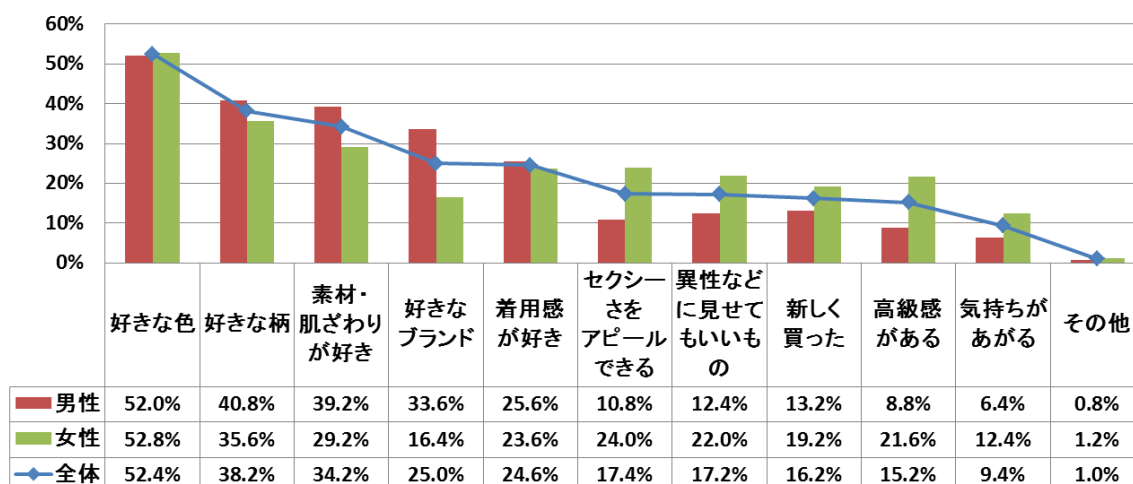
■エース級パンツの選び方、男性は「ブランド」、女性は「色気」が大事！

男女問わず存在しているパンツの階層。勝負パンツとして活躍する“エース級パンツ”、普段頻繁に使用する“1軍パンツ”、あまり使わずタンスにしまわれている“2軍パンツ”と分かれる中、それぞれ選ぶ理由をうかがうと、エース級パンツを選ぶ理由は、男女ともに、好きな「色」、「柄」、といった見た目によるポイントが上位にあがりました。男女で大きく差が出たのは、男性は「好きなブランド」で選ぶ人が女性より多く、女性は「セクシーさをアピールできること」が男性よりも選ぶポイントとして際立っていることが分かり、ブランド志向の男性、自分の審美眼で選ぶ女性と、男女の違いが分かりました。

さらに、エース級パンツをはくシチュエーションを聞いたところ、男性は「デート・合コン・お見合い」が最も多く(59.2%)、次いで、「大事な場面(商談・プレゼン・試験)」となる(50.4%)一方、女性は「旅行」が最も多く(58.0%)、次いで「デート・合コン・お見合い」が45.2%という結果に。旅行には、女性との旅行も含まれており、女性は同性の目も気にしていることも垣間見られました。

また、「いいことがあった日のパンツはエース級パンツに格上げする。」(43歳女性)という回答もありました。ちなみに、エース級パンツの所有枚数は8割強が4枚以下。男性は「1~2枚」が最も多い結果となっています(54.8%)。

Q. エース級パンツとしているのはどんな理由ですか？(複数回答)



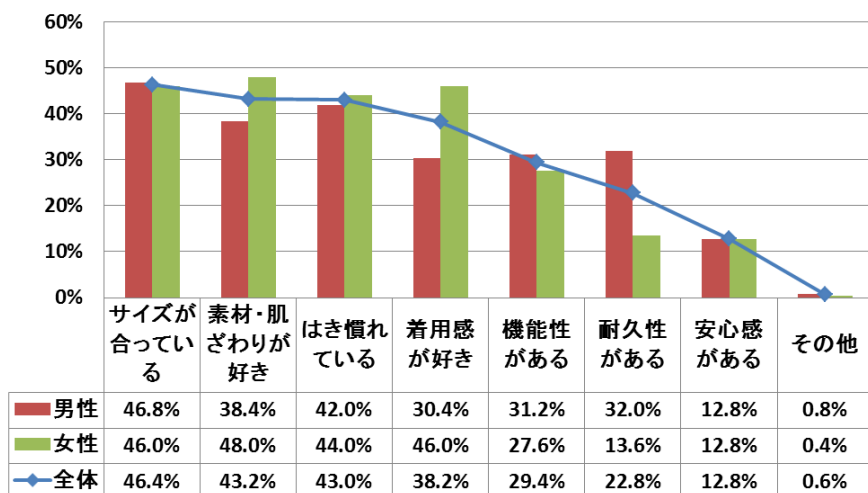
Q. エース級パンツをはくシチュエーションは？(複数回答)

	男性	%	女性	%
1位	デート・合コン・お見合い	59.2%	旅行	58.0%
2位	大事な場面(商談・プレゼン・試験など)	50.4%	デート・合コン・お見合い	45.2%
3位	旅行	42.8%	結婚式・パーティ	33.2%
4位	結婚式・パーティ	26.4%	大事な場面(商談・プレゼン・試験など)	29.6%
5位	同窓会・同期会	19.2%	同窓会・同期会	21.2%

■毎日活躍する1軍パンツの条件は「からだとの相性」。

毎日をはくことが前提の1軍パンツでは、男女ともに「サイズ」、「素材」、「着用感」や「はき慣れ」が重視されるほか、男性については「耐久性」を重視する傾向にあるようです。

Q. 1軍パンツとしているのはどんな理由ですか？(複数回答)

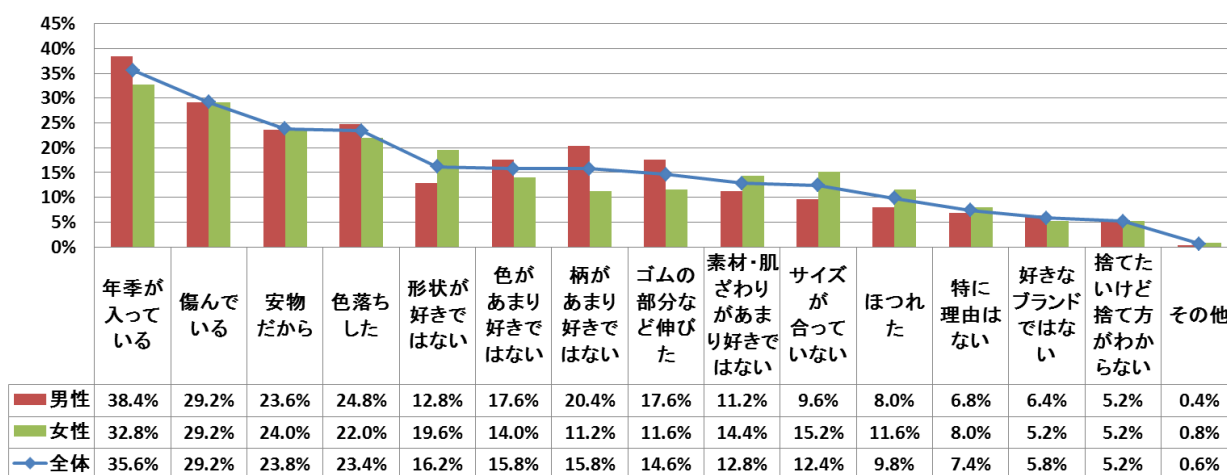


■2軍落ちの条件は、「色・柄」が気に入らない男性、「形状」「サイズ」が気に入らない女性

2軍パンツをはくシチュエーションはというと、男女ともに「家でくつろぐとき」が1位(69.6%)。次いで「寝るとき」(48.0%)となっており、くつろぎタイムに、2軍パンツの出番がやってくるなど、1日のうちでもパンツをはき分けている人が多いことが分かりました。

また2軍落ちの理由は、男女ともに、「年季が入っている」「傷んでいる」が最も多い結果となりました。次いで、男性は「色落ちした」「柄があまり好きではない」など「色・柄」へのこだわりが見える一方、女性は、「形状」や「サイズ」への不満による回答が男性よりも高く、男女ともにポイントはことなるものの、そもそも買った当初から気に入っていないと、一気に2軍落ちしている現状もあることがうかがえます。

Q. 2軍パンツとなってしまったのはどんな理由ですか？(複数回答)



日本の夏ならではの。パンツに夏の習慣あり

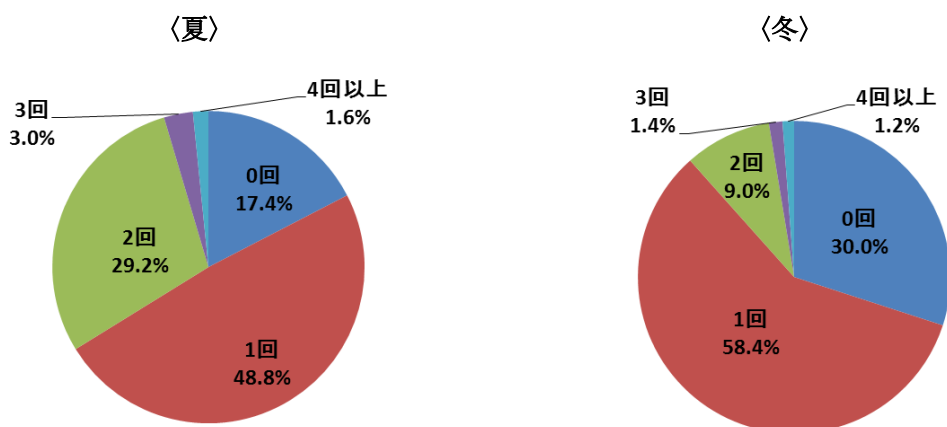
■ 1日に2回以上、パンツをはき替えるのが夏の常識？

1日の中でパンツを替える回数を調べると、夏のパンツのはき替えは冬のはき替えに対し「2回」以上の割合が多くなりました。やはり夏は汗やムレからか、はき替える機会も多いようです。

また、パンツに関する夏の習慣を聞いたところ、「ドライ性に優れた機能のパンツを買うようになった」(27歳男性)、「汗のかき方に応じて機能性の違うパンツを着用する。厚手薄手。ボクサー、ビキニを使い分ける」(47歳男性)、「仕事中の冷え対策で股上深めをはくようになった」(51歳女性)、「汗をかいたら1日のうちでどのタイミングでもはき替えるようにしている」(47歳女性)などの回答があげられました。

実際、男性はパンツを買うきっかけを「季節に合わせて」と答える人が33.6%と、きっかけの第2位になっており、女性も「季節に合わせて」と答える人が24.1%いることから、パンツを季節で買い替える習慣があることや、夏ならではのパンツの習慣も垣間見られる結果となりました。

Q：夏と冬のパンツをはき替える回数を教えてください。(単数回答)



Q：夏のパンツに関する習慣を教えてください。(自由回答)

〈代表回答〉

- ・「はき心地がいいものを選びようになった」
- ・「ドライ性に優れた機能のパンツを買うようになった」
- ・「今までは、デザイン重視だったが、機能性を重視するようになった」
- ・「仕事中の冷え対策で股上深めをはくようになった」
- ・「汗をかいたら1日のうちでどのタイミングでもはき替えるようにしている」
- ・「小さめだと見た目がよけいに太って見えるので、少しゆったりしたものを選んでる」
- ・「汗のかき方に応じて機能性の違うパンツを着用する。厚手薄手。ボクサー、ビキニを使い分ける」

男女で違う、パンツの買い方とその好み

■夫のパンツは、自分の価格以下が妻の常識？

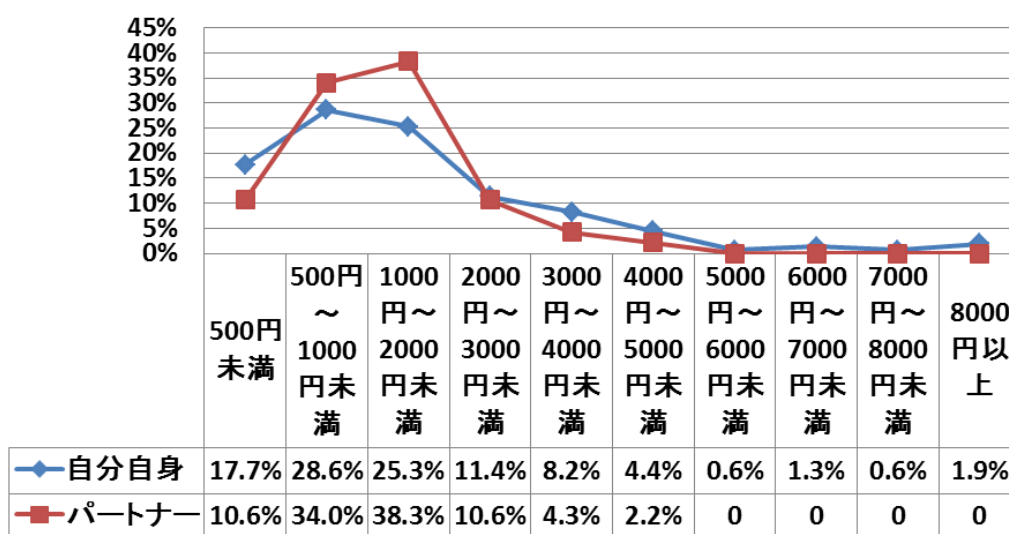
代理でパンツを購入してもらっている人はどの程度いるのか？と調べてみたところ、男性は約4人に1人、女性は約20人に1人という結果となりました。

代理購入者でもっとも多いのが、「配偶者」。

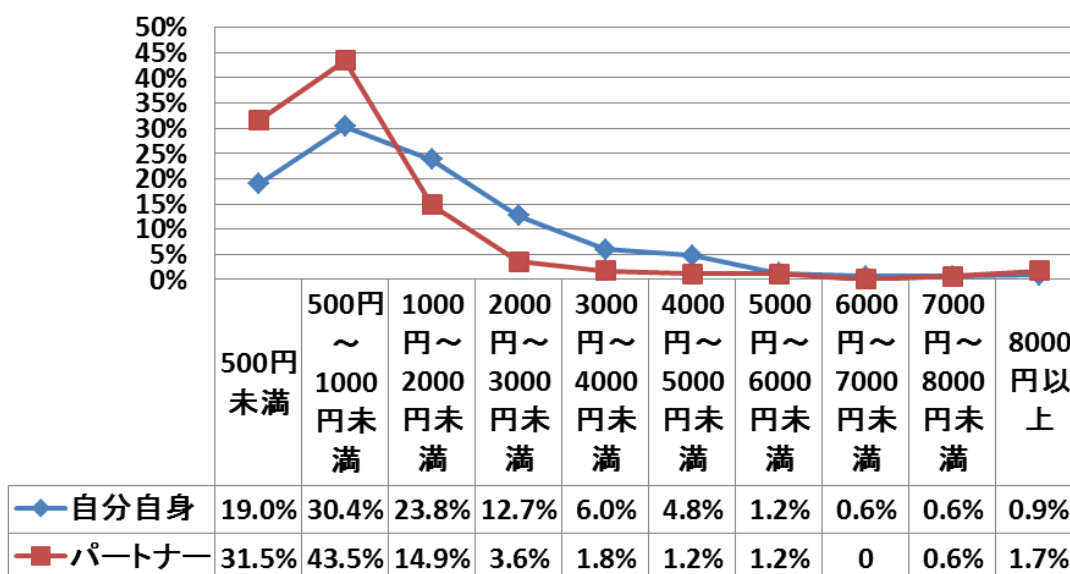
そこで、代理購買をしている女性に「あなたが、パートナー（夫、彼など）のパンツを購入する際の平均価格（1枚）は？」と聞いたところ、「既婚女性」は夫への下着購入金額が自身の購入金額より、抑えられているという結果が分かりました。既婚女性のシビアな一面がうかがえます。

一方、「未婚女性」は下着をギフトとして購入するケースがあるためなのか、既婚者に比べて、パートナーへの購入金額が高くなっており、自身の購入金額をやや上回る傾向が見られます。

Q:(未婚女性への質問) ご自身のパンツとパートナーのパンツを購入する際の平均価格を教えてください。(単数回答)



Q:(既婚女性への質問) ご自身のパンツとパートナーのパンツを購入する際の平均価格を教えてください。(単数回答)



■男性、女性ともに異性のパンツの色は「黒」が好き。

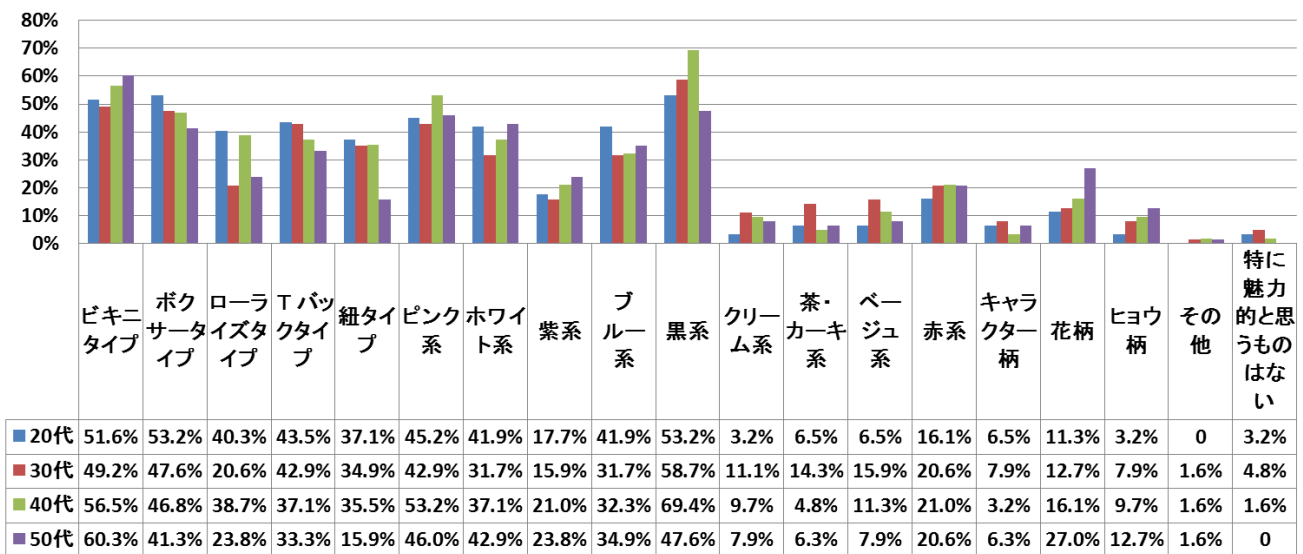
男性は女性の「ビキニタイプ」、女性は男性の「ボクサーパンツ」が人気

男性、女性に「異性がいっていて魅力的だと思うパンツをお選びください。」と聞いたところ、男性、女性ともに色は「黒」が人気。タイプでは、男性の最も好きなのは「ビキニタイプ」(54.4%)、次いで「ボクサータイプ」と続きますが、この「ボクサータイプ」は、嫌いなタイプの上位にもあがっており、男性の中でも好き嫌いの意見が分かれる結果に。とはいえ、男性が魅力的だと思うタイプはどの選択肢も差がない結果となっています。

一方、女性の間では男性のパンツの好き嫌いがはっきりしており、ダントツで「ボクサーパンツ」が人気、という結果に。男性はモテを狙うのなら、形は「ボクサータイプ」、色は「黒系」が無難なようです。

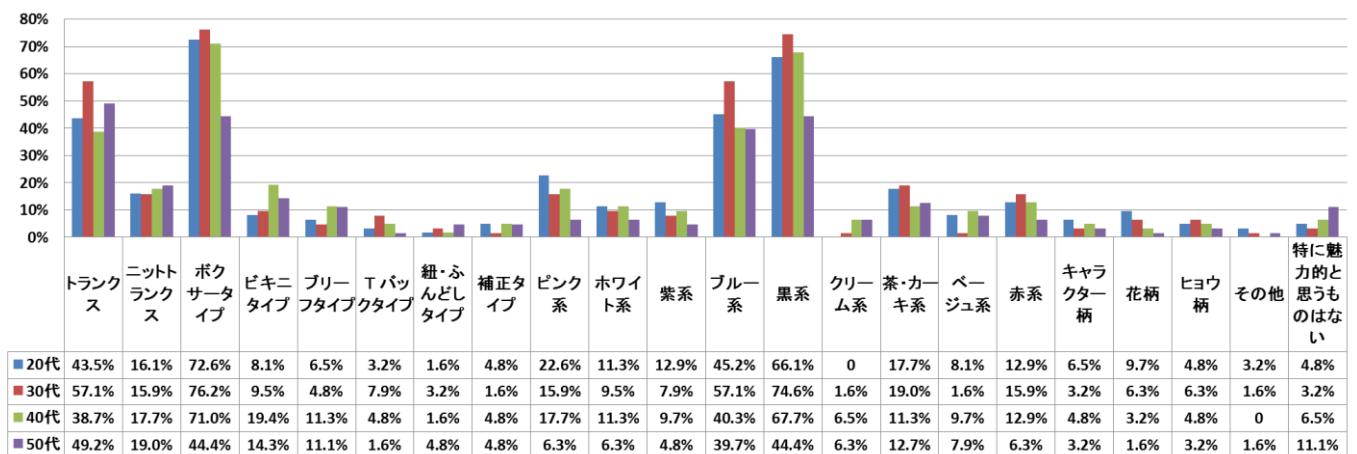
Q：(男性への質問) 異性(女性)がいっていて魅力的だと思うパンツをお選びください。

(複数回答)



Q：(女性への質問) 異性(男性)がいっていて魅力的だと思うパンツをお選びください。

(複数回答)



グループ各社・各ブランドにおける「パンツの日」関連フェア内容

■ワコール

『パンツの日』店頭プレミアムフェア開催

- 期間：8月1日（木）～
- 内容：期間中、『すそピタショーツ』をお買い上げの方に先着で、プレミアム（冷凍保存パック）をプレゼントします。（フェアを実施していない店舗もあります。）

■ウイング

『新 FIT SHORTS（フィットショーツ）』発売記念キャンペーン開催

- 期間：7月17日（水）～
- 内容：新商品である『新 FIT SHORTS』の“おなかをつつむタイプ”と“おへそが見えるタイプ”のそれぞれ同品番・同色2枚をパッケージに入れたセットを販売。2枚セットで、1枚分が半額となるお得なセット企画です。

■AMPHI（アンフィ）

「PANTS WEEK」開催

- 期間：8月1日（木）～25日（日）
- 内容：期間中、対象商品（14品番）のショーツどれでも1枚あたり945円（税込価格）で販売。さらに、好きなものを組み合わせてまとめ買いをするとよりお得になる企画です。2枚で1,680円、3枚で1,980円、4枚以上は1枚あたり660円で販売。

■PEACH JOHN（ピーチ・ジョン）

「パンツの日」50%オフ開催

- 期間：8月2日（金）～4日（日）※通信販売は8月5日（月）12:00で終了
- 内容：期間中、対象のパンティを50%オフの価格で販売。

◎「パンツの日」WEB 特別サイト

『Wacoal style』「Pant's Day 8月2日はパンツの日」特集

<http://www.wacoal.jp/style/backnumber/201307/vol5.html>

- 公開日：7月30日（火）～
- 内容：レディース・メンズともに、各ブランドのショーツをミックスした特別サイトを編集。楽しく選べるコンテンツを提供します。

※『すそピタ』『ウイング』『AMPHI（アンフィ）』は、株式会社ワコールの登録商標です。

【報道関係の方からのお問い合わせ先】

株式会社ワコール 総合企画室 広報・宣伝部

（東京） TEL03-3239-1117 FAX03-3239-1118

（京都） TEL075-682-1006 FAX075-682-1103

【一般のお客様からのお問い合わせ先】

株式会社ワコール お客様センターフリーダイヤル 0120-307-056（平日：9:30～17:00）