

I. 緒言

ほとんどの女性が毎日着用するブラジャーには、「胸を支える」、「胸を保護する」、「胸の形を美しく整える」、「ボディラインを美しく整える」、「下垂しやすいバストをベストな位置に整える」など様々な機能がある。ブラジャーは、服とは違って基本的には外から見えないプライベート的な要素が強い衣服だといえるが、服同様のこだわりがあるのではないかと思った。そこで、ブラジャーのこだわりについて調査し、洋服とブラジャーのこだわりの違い、さらに両者の年代間での違いについて明らかにすることとした。

II. 調査方法

調査は、ブラジャーを着用している 15 歳～76 歳の女性（平均年齢：37.36 歳）124 名を対象として、2021 年 10 月 1 日～10 月 31 日にかけて調査を行った。調査方法は、主にアンケートによる Web 調査であり、一部紙面による調査を行った。

調査項目

- ①基本情報（8 項目）
- ②洋服について（14 項目）
- ③ブラジャーについて（28 項目）

分析方法

単純集計、SPSS による因子分析、クラスター分析

III. 結果及び考察

3-1 ブラジャー着用時間

ブラジャーを着け始めた年齢と 1 日のブラジャー着用時間から生涯ブラジャー着用時間を算出した。1 日のブラジャー着用時間の平均は約 18 時間、ブラジャーを着け始めた年齢の平均は 12 歳であった。着け始めてから生涯ブラジャーを着用すると考えると、12 歳から 87 歳（厚生労働省令和 2 年簡易生命表による女性の平均寿命）までの 75 年間、1 日当たり約 18 時間ブラジャーを着用することになる。生涯換算すると、約 49 万時間（約 492,750 時間＝約 20531 日＝約 56 年）にもわたり、人生の半分以上ブラジャーを着用していることが分かった。

3-2 ブラジャーについて

ブラジャーの重視度に関する項目に関して、全体の平均値と各年代の平均値の両者間の平均値の差の検定（*t*-test）を行った結果を表 1 に示す。平均値 4 以上であった項目を色付けし、平均値 2.5 以下であった項目を太文字で表している。すべての年代で平均値が 4 以上であったのはサイズ、着け心地の項目であり、すべての年代において重視されていることが分かった。10 代は、サイズ、着け心地、20 代は、デザイン、色、素材、サイズ、補正機能（バストアップ）、着け心地、30 代は、デザイン、色、素材、サイズ、補正機能（バストアップ）、着け心地、価格、40 代は、色、素材、サイズ、着け心地、50 代は、素材、サイズ、着け心地、60-70 代は、色、素材、サイズ、着け心地の平均値が 4 以上であり、ブラジャーにおいて重視されていた。一方、10 代、50 代、60-70 代はブランドの平均値が 2.5 以下であり重視されていないことが分かった。

表 1 ブラジャーの重視度の全体と各年代の *t*-test 結果

		ブラジャー デザイン	ブラジャー 色	ブラジャー 素材	ブラジャー サイズ	ブラジャー 補正機能	ブラジャー 着け心地	ブラジャー 耐久性	ブラジャー 価格	ブラジャー ブランド
全体	平均	3.76	4.29	4.02	4.43	4.02	4.27	3.32	3.64	2.65
	標準偏差	1.28	0.9	1.05	0.77	1.01	0.9	1.11	1.04	1.4
	<i>t</i> -test									
10代	平均	3.56	3.84	3.48	4.32	3.8	4.04	2.96	3.64	1.92
	標準偏差	1.39	1.14	1.26	0.9	1.19	1.02	1.14	1.04	1.12
	<i>t</i> -test		*							*
20代	平均	4.71	4.67	4.13	4.63	4.42	4.25	3.21	3.96	3.04
	標準偏差	0.46	0.56	1.08	0.58	0.78	0.99	1.02	0.81	1.46
	<i>t</i> -test	**								
30代	平均	4.45	4.5	4.25	4.45	4.3	4.4	3.65	4.2	3.75
	標準偏差	1	1	1.25	1.05	1.17	1.14	1.39	1.11	1.48
	<i>t</i> -test	*						*		**
40代	平均	3.55	4.35	4.15	4.35	3.85	4.35	3.2	3.3	2.65
	標準偏差	1	0.59	0.59	0.59	0.81	0.59	1.01	1.17	1.14
	<i>t</i> -test									
50代	平均	3.25	3.95	4	4.35	3.85	4.25	3.5	3.3	2.4
	標準偏差	1.29	0.94	0.92	0.81	1.04	0.91	1.05	0.98	1.1
	<i>t</i> -test									
60-70代	平均	2.6	4.53	4.27	4.47	3.87	4.47	3.6	3.27	2.13
	標準偏差	1.24	0.64	0.8	0.52	0.83	0.52	0.91	0.8	1.36
	<i>t</i> -test	**								

3-3 洋服について

洋服の重視度に関する項目に関して、全体の平均値と各年代の平均値の両者間の平均値の差の検定（*t*-test）を行った結果を表 2 に示す。平均値 4 以上であった項目を色付けし、平均値 2.5 以下であった項目を太文字で表している。すべての年代で平均値が 4 以上であったのはデザインと色の項目であり、すべての年代において重視されていることが分かった。10 代は、デザイン、色、20 代は、デザイン、色、サイズ、30 代は、デザイン、色、素材、サイズ、補正機能（スタイルアップ）、着心地、価格、40 代は、デザイン、色、サイズ、着心地、50 代は、デザイン、色、60-70 代は、デザイン、色、素材、サイズ、着心地の平均値が

4 以上であり、洋服において重視されていた。一方、10 代、40 代、60-70 代はブランドの平均値が 2.5 以下であり洋服において重視されていないことが分かった。

表 2 洋服の重視度の全体と各年代の t-test 結果

		洋服デザイン	洋服色	洋服素材	洋服サイズ	洋服補正機能	洋服着心地	洋服耐久性	洋服価格	洋服ブランド
全体	平均	4.39	4.36	3.71	4.1	3.31	3.82	3.15	3.65	2.69
	標準偏差	0.82	0.67	1.08	0.81	1.21	1.04	1.15	1.02	1.22
10代	平均	4.44	4.32	3.28	3.88	3.32	3.12	2.72	3.68	2.4
	標準偏差	0.92	0.56	1.06	1.05	1.25	1.09	1.24	1.11	1.12
20代	t-test					**				
	平均	4.71	4.63	3.42	4.13	3.67	3.5	3.08	3.83	3.21
	標準偏差	0.46	0.49	1.06	0.68	1.05	0.93	0.97	0.82	1.18
30代	t-test									
	平均	4.45	4.45	4.05	4.45	4.05	4.1	3.35	4.05	3.45
	標準偏差	0.83	0.83	1.15	0.51	1.1	1.12	1.23	0.89	1.39
40代	t-test				*					*
	平均	4.15	4.2	3.85	4.1	2.7	4.2	3	3.4	2.45
	標準偏差	0.75	0.41	0.75	0.85	1.13	0.7	1.12	1.23	1.1
50代	t-test				*					
	平均	4.05	4.1	3.5	3.95	3	3.85	3.3	3.35	2.55
	標準偏差	0.89	0.85	1.24	0.94	1.03	0.99	1.13	1.04	0.94
60-70代	t-test									
	平均	4.47	4.47	4.53	4.2	2.93	4.6	3.73	3.47	1.87
	標準偏差	0.99	0.74	0.64	0.56	1.33	0.51	1.03	0.92	0.99
	t-test			**			**			*

3－4 ブラジャーと洋服の重視度の因子分析

ブラジャーの重視度と洋服の重視度の項目について因子分析（主因子法によるバリマックス回転）を行った結果を表 3 に示す。「洋服快適性」「ブラジャー快適性」「ブランド」「デザイン」「価格」の 5 つの因子が抽出された。累積寄与率は、65.50%である。

表 3 ブラジャーと洋服の重視度の因子分析結果

	第 1 因子	第 2 因子	第 3 因子	第 4 因子	第 5 因子
洋服素材	0.83	0.11	0.06	0.24	-0.01
洋服着心地	0.82	0.03	0.09	0.05	0.04
洋服耐久性	0.67	0.11	0.16	-0.17	0.29
洋服サイズ	0.54	0.10	0.08	0.17	0.39
ブラジャー耐久性	0.53	0.41	0.26	-0.09	0.35
ブラジャー着け心地	0.39	0.80	0.14	0.08	-0.04
ブラジャーサイズ	0.09	0.72	0.14	0.28	0.19
ブラジャー補正機能	-0.04	0.64	0.34	0.22	0.11
ブラジャー素材	0.37	0.48	0.29	0.31	-0.34
洋服ブランド	0.15	0.10	0.82	0.13	0.11
ブラジャーブランド	0.19	0.21	0.80	0.14	-0.04
洋服補正機能	0.15	0.33	0.55	0.09	0.23
ブラジャーデザイン	-0.20	0.38	0.44	0.37	0.27
洋服デザイン	0.07	0.08	0.12	0.75	0.19
洋服色	0.14	0.13	0.07	0.74	0.18
ブラジャー色	-0.01	0.31	0.18	0.63	-0.06
洋服価格	0.21	0.00	0.01	0.16	0.89
ブラジャー価格	0.17	0.18	0.24	0.22	0.71
固有値	2.91	2.46	2.29	2.09	2.04
寄与率（％）	16.18	13.66	12.71	11.61	11.34
累積寄与率（％）	16.18	29.83	42.55	54.16	65.50
因子名	洋服快適性	ブラジャー快適性	ブランド	デザイン	価格

3－5 ブラジャーと洋服の重視度のクラスター分析

因子分析により得られた因子得点を用いてワード法によるクラスター分析を行った。各グループの因子得点の平均値を表 4 に示す。5 つのグループに分け、各グループの

特徴を検討して命名した。

「価格非重視グループ」は、「ブラジャー快適性」の因子のみが正の値でありブラジャーの快適性のみ重視している。価格の重視度が低いことが特徴である。「価格重視・洋服快適性非重視グループ」は「デザイン」「価格」の因子が正の値でありデザイン、価格の重視度が高い。価格の重視度が高く、洋服の快適性の重視度が低いことが特徴で最も平均年齢が低いグループである。「ブラジャー快適性非重視グループ」は、「洋服快適性」の因子のみが正の値であり洋服の快適性のみ重視している。ブラジャーの快適性の重視度が低いことが特徴である。「ブランド非重視グループ」は、「洋服快適性」「ブラジャー快適性」「価格」の因子が正の値であり洋服の快適性、ブラジャーの快適性価格の重視度が高い。ブランドの重視度が低いことが特徴で、最も平均年齢が高いグループである。「ブランド重視グループ」は、「価格」の因子が負の値であったが、「洋服快適性」「ブラジャー快適性」「ブランド」「デザイン」の因子は正の値であり洋服の快適性、ブラジャーの快適性、ブランド、デザインの重視度が高い。ブランドの重視度が高いことが特徴である。

表 4 各グループの因子得点の平均値

	人数	平均年齢	第 1 因子 洋服快適性	第 2 因子 ブラジャー 快適性	第 3 因子 ブランド	第 4 因子 デザイン	第 5 因子 価格
価格非重視グループ	N=18	39.06	-0.59	0.12	-0.49	-0.37	-1.46
価格重視・洋服快適性非重視グループ	N=19	23.47	-1.26	-0.19	-0.13	0.25	1.06
ブラジャー快適性非重視グループ	N=6	36.00	0.26	-2.89	-0.24	-0.23	-0.19
ブランド非重視グループ	N=38	43.47	0.48	0.13	-0.66	-0.26	0.38
ブランド重視グループ	N=43	37.19	0.34	0.32	0.88	0.31	-0.16

IV. 総括

ブラジャーにおいてはサイズ、着け心地、洋服においては、デザイン、色がすべての年代において重視されていることが分かった。ブラジャーは内面的な重視度が高く、洋服は外面的な重視度が高かった。ブラジャー、洋服共に重視する点は年代によって異なった。

平均年齢が 1 番低かった「価格重視・洋服快適性非重視グループ」は洋服の快適性の重視度が低く、ブラジャー快適性の重視度もやや低かった。平均年齢が 1 番高かった「ブランド非重視グループ」は洋服の快適性の重視度が高く、ブラジャー快適性の重視度もやや高かった。5 つのグループの中で 1 番人数の多い「ブランド重視グループ」は、他のグループと比べて全体的に重視度が高く、今回の調査から洋服、ブラジャー共に重視度が高い人が多いことが明らかになった。