

プライベートシーンにおける「女性から見た男性のメガネ魅力度調査」 前回のビジネスシーンに続き、第2弾調査として実施 メガネが変わったことに気づく女性が9割以上

「ファッションごと」「目的、TPOごと」のメガネのかけ替えが高い魅力度

株式会社インターメスティック（本社：東京都港区）が運営するメガネブランド「Zoff」では、メガネのかけ替えに対する異性からの印象を調べるため女性800名（各年代200名）を対象に「プライベートシーンにおける女性から見た男性のメガネ魅力度調査」を実施しました。

当調査は、2021年8月10日に発表したビジネスシーンにおける「女性から見た男性のメガネ魅力度調査」の第2弾です。同じ職場の男性に対する魅力度を調査した前回は、“メガネが変わったことに気づく女性が8割”、“「仕事の目的ごと」「季節ごと」のかけ替えで魅力度はアップし、「曜日ごと」は逆にダウン”など、メガネのかけ替えがその人の印象に影響を与えることが明らかになりました。

今回の第2弾調査では、プライベートシーンでも、メガネのかけ替えが印象を左右するかを確認するために実施。調査結果からは、前回と同様に、特定タイミングでのメガネのかけ替えによって、魅力度が変化する傾向などが明らかになりました。

アンケート調査結果概要

- 女性の9割以上がプライベートシーンで異性のメガネが変わったことに「気づく」と回答
- 20-30代が「ファッションごと」「目的、TPOごと」のメガネのかけ替えに高い魅力度
- 「ファッションごと」「目的、TPOごと」のメガネのかけ替えは、幅広い世代から支持



【アンケート調査概要】

調査名：プライベートシーンにおける女性から見た男性のメガネ魅力度調査

日時：2021年9月6日～15日

性別：女性

年齢：20代～50代

地域：全国

その他：年代均等割付

サンプル数：800名（各年代200名）

調査方法：インターネット調査

※本アンケート調査を引用いただく際は出所を明示してください。

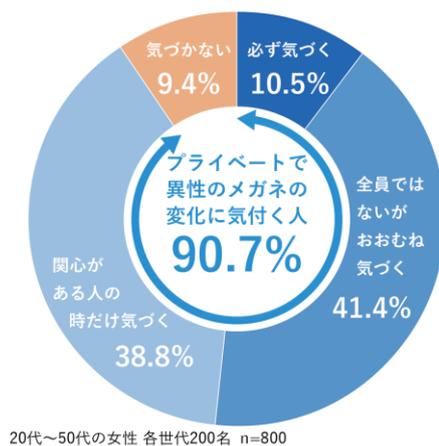
（記載例：Zoff Eye Performance Studio調べ「プライベートシーンにおける女性から見た男性のメガネ魅力度調査」

女性の9割以上がプライベートシーンで異性のメガネが変わったことに「気づく」と回答

プライベートシーンで異性がメガネを変えた時、「必ず気づく」が10.5%、「全員ではないが、おおむね気づく」が41.4%と、合わせて半数以上が「気づく」と回答。「関心がある人の時だけ気づく」の38.8%まで入れると9割以上もの女性が、異性のメガネのかけ替えに「気づく」という結果となりました。前回のビジネスシーンにおける調査でも、8割を超える女性が「気づく」と回答しておりますが、仕事に集中しているビジネスシーンよりもプライベートのほうが相手の変化に「気付きやすい」という結果が調査からわかりました。

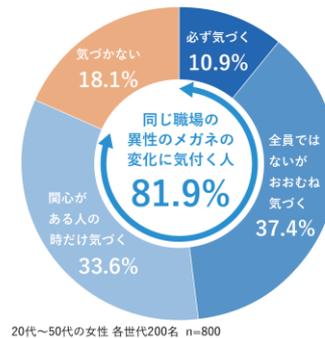
< 今回調査:プライベートシーン >

プライベートシーンで異性が
メガネを変えた時、気づくか（全年代）



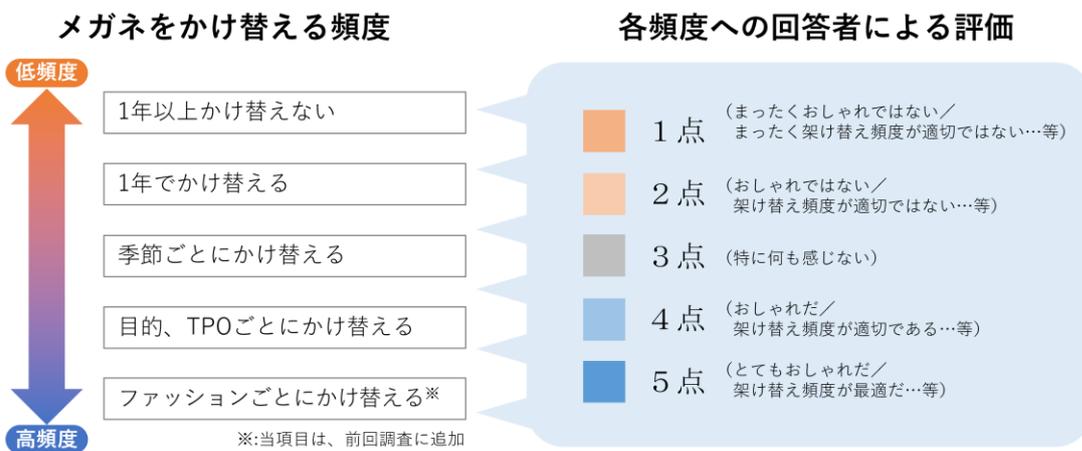
< 前回調査:ビジネスシーン >

同じ職場で働いている異性が
メガネを変えた時、気づくか（全年代）



20-30代が「ファッションごと」「目的、TPOごと」のメガネのかけ替えに高い魅力度

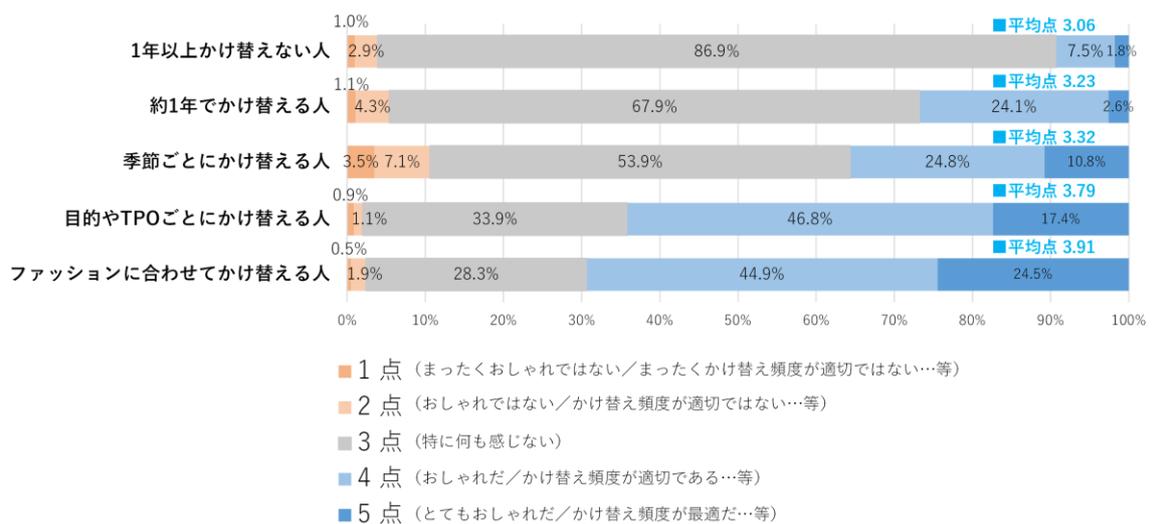
メガネのかけ替え頻度の違いでプライベートシーンでの異性に対する魅力が変化するかを調べるため、主なかけ替えの頻度ごとの魅力度を5段階で評価してもらいました。



調査の結果、最も魅力度が高かったのは「ファッションごとにかけ替える人」で、4点以上の評価をつけた人が69.4%、平均点は3.91でした。当調査では、“プライベートシーンでメガネをかけ替える男性を魅力的に感じる理由”も記述式で尋ねており、その回答では『メガネはその人を引き立たせるファッションや個性の一部なので、コーディネートによって変えるとオシャレだと思う』『主人が洋服に合わせて眼鏡を変えているのでとてもオシャレ』といった、この結果を支持する内容が確認できました。

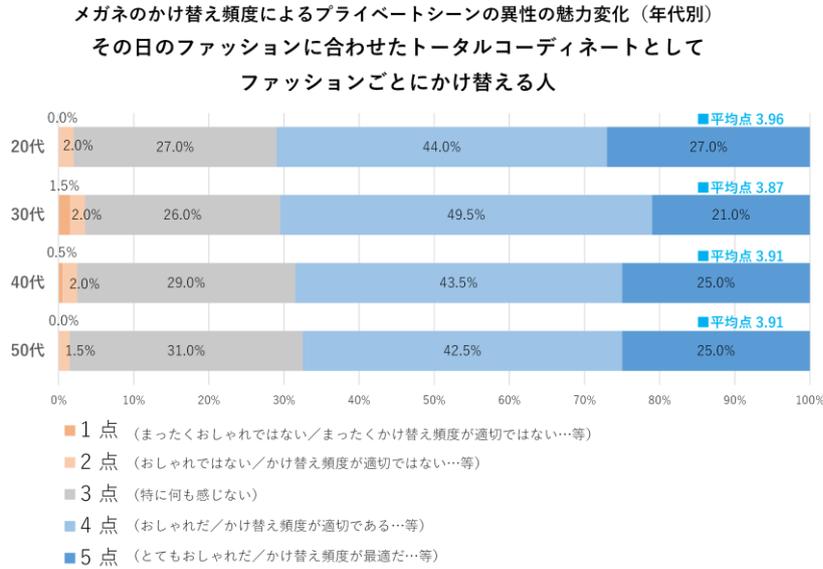
次に魅力度が高かったのは、スポーツ・出かける場所・過ごす時間帯・記念日や行事などのタイミングなど「目的、TPOごとにかけ替える人」で、4点以上の評価が64.2%、平均点は3.79という結果でした。この2種のかけ替え頻度の魅力度が高く、プライベートシーンでのメガネ選びは用途に合わせて使い分けることで魅力度に大きく影響することがわかりました。

メガネのかけ替え頻度によるプライベートシーンでの異性の魅力変化（全年代）

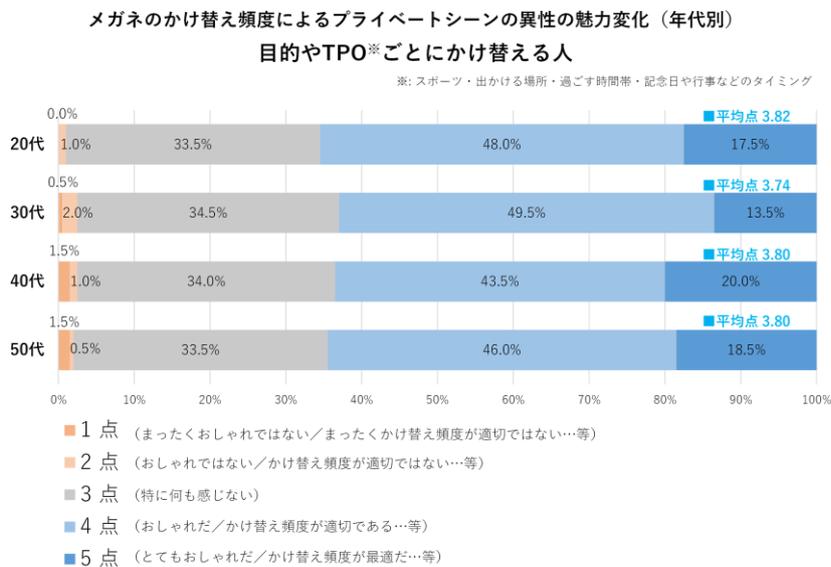


「ファッションごと」「目的、TPOごと」のメガネのかけ替えは、幅広い世代から支持

4点以上の評価をつけた人が最も多かった「ファッションごとにかけ替える人」について、年代別で見ても大きな差がないことが分かりました。20代から30代といった若い世代からの評価が7割を超え高く、メガネをファッションの一部だと考えてトータルコーディネートして気を配っている男性を魅力的に感じている方が多いようです。



4点以上の評価をつけた人が次に多かった「目的、TPOごとにかけ替える人」に対する評価でも、年代別で大きな差は無く、幅広い年代が、このかけ替え頻度に魅力を感じることが分かりました。記述式回答では、『主人は、冠婚葬祭によって掛け替えていて、それによってイメージが変わるし、出来る人だなあと思う』(30代)、『服装やTPOで変えるのは素敵な事だし、似合えばなお良い』(50代)といった、この結果を支持する内容が各年代で確認できました。



今年の秋・冬のファッショントレンドから見たオススメアイテム

当社では、メガネをファッションアイテムの一部として生活がより豊かになるライフスタイルの提案を行ってまいりました。この2回の調査から、多くの女性が異性のメガネの変化に敏感であること、同じメガネを使い続けるよりも適切にかけ替えることで魅力がアップすることなどが分かりました。リーズナブルにメガネが入手できるようになった昨今において、ファッションアイテムとしてもさることながら、釣り用メガネ、ランニング用メガネなど多機能になってメガネの選択肢が増えた背景が伺えます。

当リリースでは、この秋冬に男性にオススメのアイテムをご紹介します。

■ダークカラーで秋冬コーデの主役になれる新作「Zoff CLASSIC」

エスプレッソをイメージした、渋めのカラーリングとシャープなフォルムのデザイン。少し小ぶりなサイズ感もトレンドさを感じさせるオーセンティックでアメリカンビンテージなデザイン。



ZN211011_14E1 ¥8,800



ZY212020_14F1 ¥8,800



ZF211002_49E1 ¥11,100

■ファッション性と機能性を併せ持つ熊谷隆志氏の手掛ける個性あふれるコレクション



ZY212011_16E1 ¥8,800



ZO211001_50A1 ¥13,300

フロント部分を二重構造にした跳ね上げ式メガネ。手元用レンズやカラーレンズを入れて用途に合わせてお使いいただけます。



ZO211002_71A1 ¥11,100

スライド式コードが頭を360度包み込みホールドする構造。スポーツシーンでも活躍するアイテム。

■参考URL

- ・ Zoff CLASSIC : <https://www.zoff.co.jp/shop/contents/zoff-classic.aspx>
- ・ Zoff × takashi kumagai vol.4 : <https://www.zoff.co.jp/shop/contents/takashi-kumagai.aspx>