

報道関係各位

No.16-2001



住宅・不動産情報ポータルサイト『HOME'S』調査報告 男性の56.0%が「女性の車内での化粧」に、 女性の54.7%が「男性の体臭・口臭」にがっかりと回答

～2010年度 社会人の通勤時における恋愛意識調査～

住宅・不動産情報ポータルサイト『HOME'S』を運営する株式会社ネクスト(本社:東京都中央区、代表取締役社長:井上高志、東証第一部:2120)は、株式会社 毎日コミュニケーションズ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中川信行)と共同で、全国の若手社会人を対象に、通勤時における恋愛意識調査を実施いたしました。つきましては、調査結果をまとめましたので、ご報告いたします。

<調査概要>

調査対象:全国の社会人男女

調査手法:インターネット調査(毎日コミュニケーションズが運営する若手社会人のための情報サイト「コブスオンライン」(<http://cobs.jp>)の登録ユーザーに対してアンケートを実施)

有効回答数:(社会人全体):1,000人(男性309人、女性691人)

調査時期:2010年4月26日(月)～5月3日(月)

<主な調査結果>

1. 男性の56.0%が「女性の車内での化粧」に、女性の54.7%が「男性の体臭・口臭」にがっかり

若手社会人に「通勤途中でがっかりする異性の姿」について聞いたところ、男性の56.0%が「女性の車内での化粧」に、女性の54.7%が「男性の体臭・口臭」にがっかりすると回答しています。一方で通勤中に異性を意識して体臭・口臭に気を遣っている男性はわずか15.9%に留まっています。

2. 通勤中に惹かれる異性の行動のトップは、男性は女性の「イスに座った時の足がキレイに揃っている姿」(30.7%)、女性は男性の「周りの人に席を譲っている姿」(28.5%)

男性が女性に惹かれる行動は、「イスに座った時の足がキレイに揃っている姿」(30.7%)、「見つめられた時」(25.2%)、「上着を脱いで肌の露出が上がった時」(20.4%)。男性が女性にがっかりするポイントで「女性の車内での化粧」が高い数値を出していることから、男性が女性を意識するポイントは「女性のマナー」という傾向がうかがえます。女性では、「周りの人に席を譲っている姿」(28.5%)、「自分以外の老若男女の荷物を網棚にあげている姿」(27.5%)、「自分の荷物を運ぶ・持ち上げるのを手伝ってくれた」(25.0%)などが高い数値を示していることから、女性は男性の「周囲へのやさしさ・親切」に惹かれるという傾向が見られます。

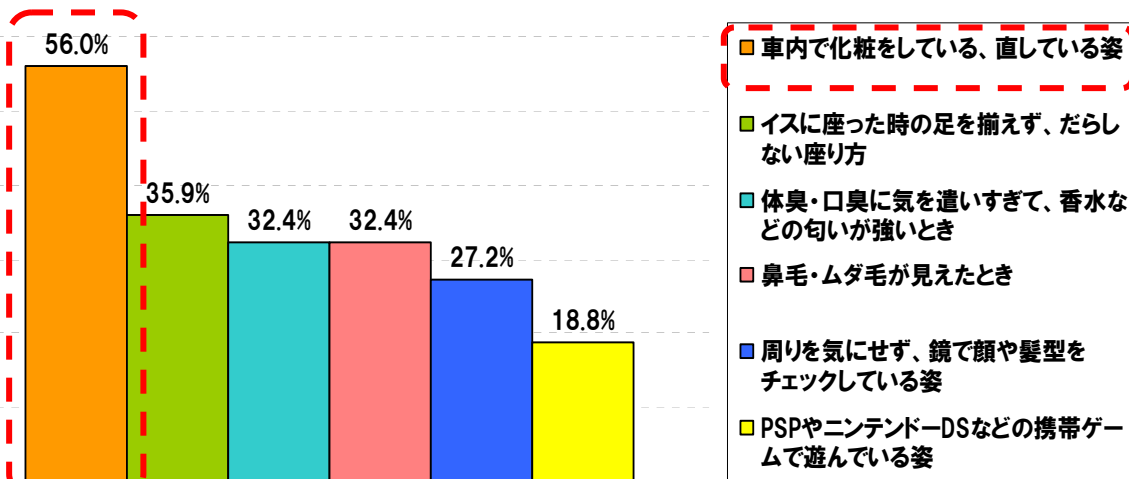
3. 60分以上かけて通勤する男女は全体の25.7%。通勤中に行うことは「音楽を聴く」(48.0%)

若手社会人の4人に1人が60分以上かけての通勤をしている結果となりました。「通勤時間を利用して行っていること」では、1位「音楽を聴く(48.0%)」、2位「外の景色を見る(41.6%)」、3位「寝る(38.6%)」という結果となりました。

1. 通勤時の異性に対するがっかりポイント

男性の56.0%が「女性の車内での化粧」に、
女性の54.7%が「男性の体臭・口臭」にがっかり

図1-1. 男性ががっかりする通勤中の女性



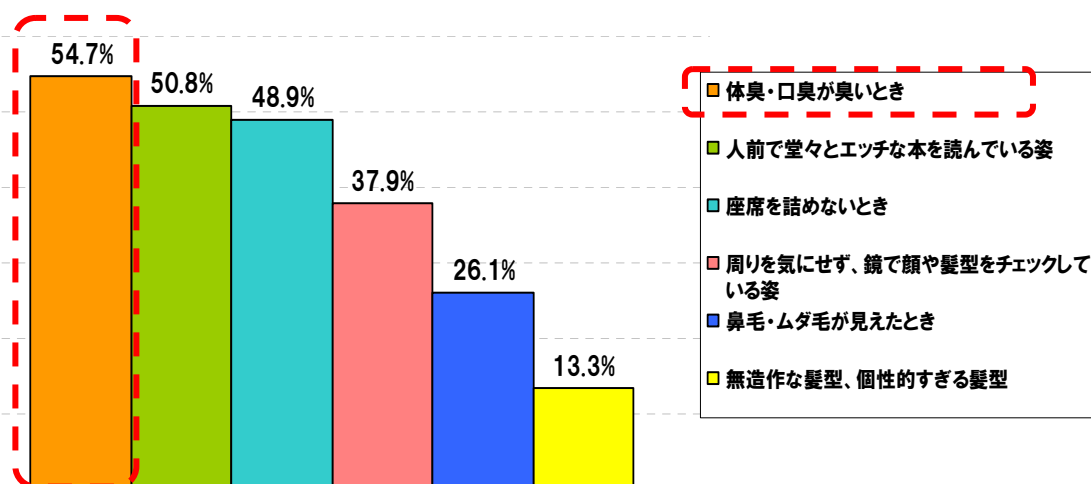
(若手男性社会人:309人、複数回答)

通勤時の「異性に対してがっかりする」理由について、**男性回答者の56%が「女性の車内での化粧」に、女性回答者の54.7%が「男性の体臭・口臭」にがっかり**と回答しています。男女共通では「鼻毛・ムダ毛が見えたとき」が25%を超え、男女ともに4人に1人以上ががっかりするポイントの1つに当てはまるようです。

男女別で見たところ、特徴的なのは男性のがっかりポイントである「女性の車内での化粧」です。「イスに座った時の足を揃えず、だらしない座り方」に20%以上差をつけるダントツの数値で**男性の過半数は電車内での女性の化粧姿にがっかりしている**という結果になりました。

女性の男性に対するがっかり大きなポイントが「体臭・口臭」。「人前で堂々とエッチな本を読んでいる姿」や、「座席を詰めない」行為に対しても半数以上ががっかりしているという結果となりました。

図1-2. 女性ががっかりする通勤中の男性



(若手女性社会人:691人、複数回答)

【お願い】本調査データを引用・紹介いただく際は、「住宅・不動産情報ポータルサイト HOME'S調べ」と、明記をお願いいたします。

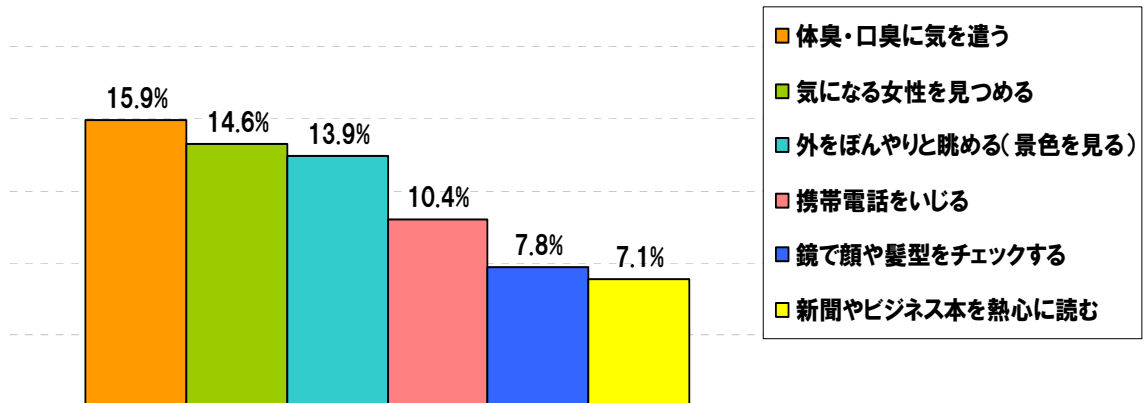
■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ネクスト 管理本部

経営企画部 コーポレートコミュニケーショングループ 皆川、鈴木、桑波田

TEL : 03-6204-4067 FAX: 03-6204-3963 E-MAIL: press@next-group.jp

図1-3. 男性が女性を意識して行うこと

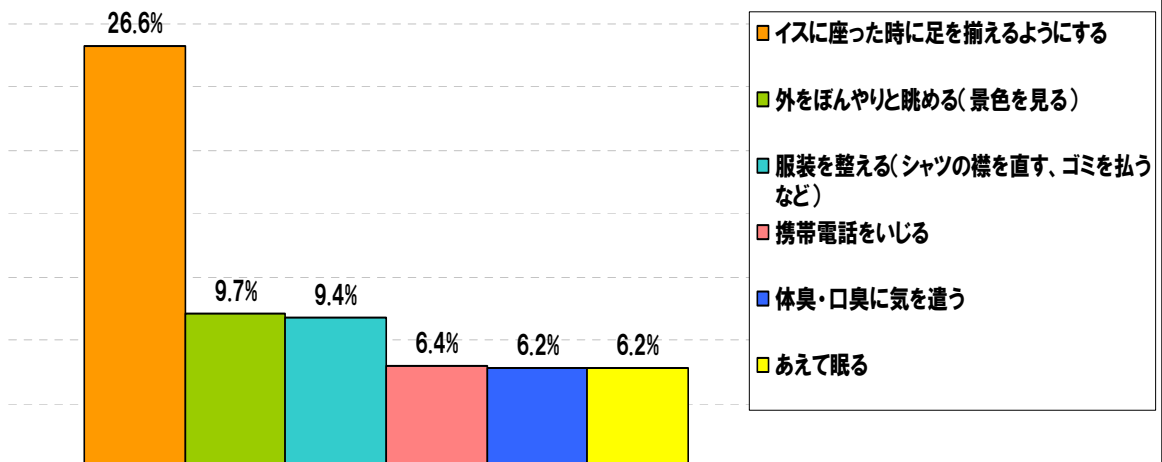


(若手男性社会人:309人、複数回答)

女性の男性に対する大きながっかりポイント(回答者の54.7%)の「男性の体臭・口臭」という回答がありましたが、「男性が女性を意識して行うこと」として、**男性はわずか15.9%しか「体臭・口臭」に気を遣っていない**という現状もあらわれました。その他には、「気になる女性を見つめる」(14.6%)、「外をぼんやりと眺める」(13.9%)などの結果となっています。

女性が男性を意識して行うこととして、「イスに座ったときに足を揃えるようにする」(26.6%)、「外をぼんやりと眺める」(9.7%)、「服装を整える」(9.4%)が高い回答率の結果となりました。「イスに座ったときに足を揃えるようにする」については、次ページの「2. 通勤電車で異性に惹かれる行動」での考察にもありますが、男性が女性に対して惹かれるポイントの第1位であることから、**「意識して行っていること」がそのまま「男性が惹かれるポイント」として結びついている**ことがわかります。

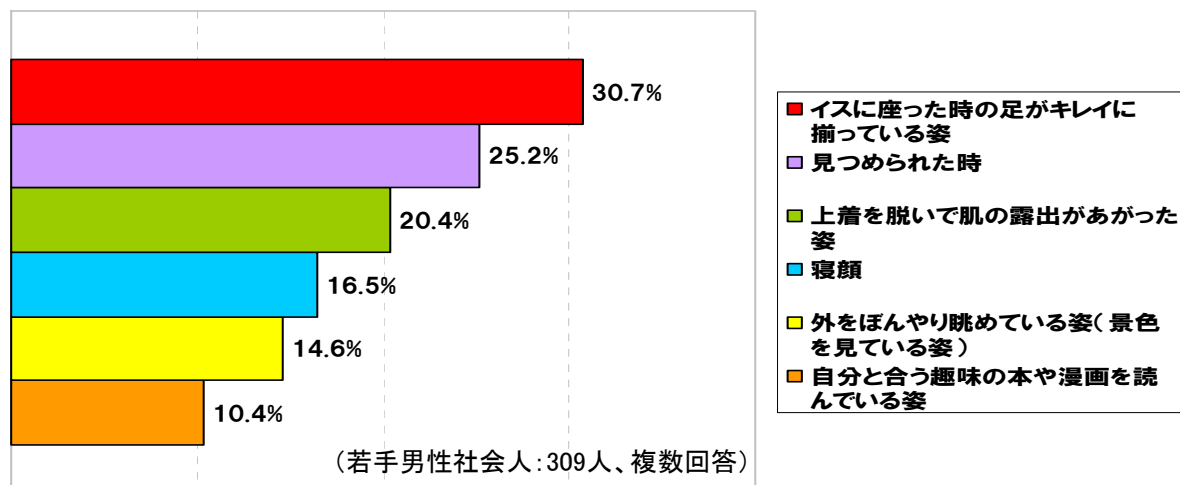
図1-4. 女性が男性を意識して行うこと



(若手女性社会人:691人、複数回答)

2. 通勤電車で惹かれる異性の行動

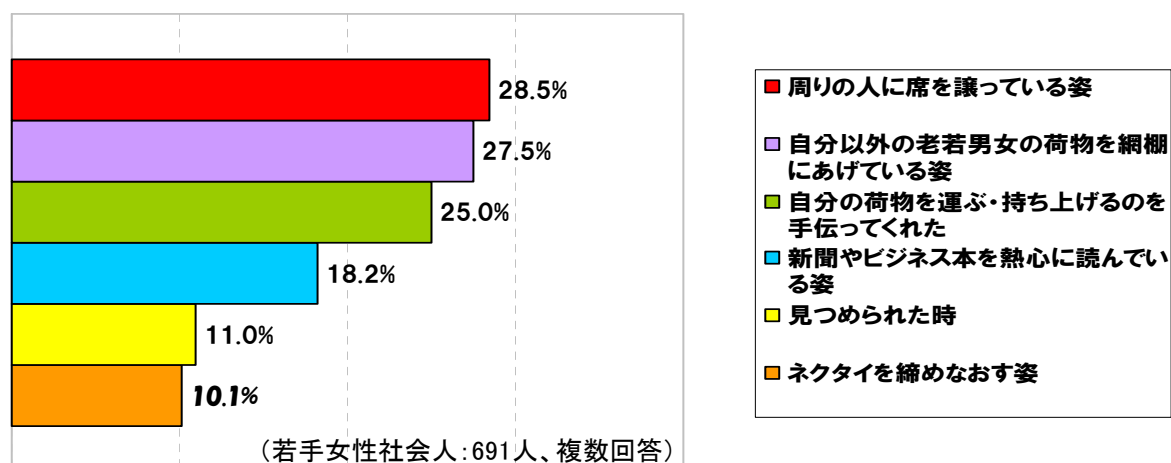
図2-1. 男性が通勤中に惹かれる女性の姿



通勤中に惹かれる異性の行動はどんなものなのでしょうか。ここでは男女別に結果を見ていきたいと思います。まず、男性が女性に対して惹かれるポイントの「イスに座った時の足がキレイに揃っている姿」(30.7%)。がっかりするポイント(図1-1)で「女性の車内での化粧」が高い数値を出していることから、**男性が女性を意識するポイントは「女性のマナー」という傾向があるようです。**そのほかでは、「上着を脱いで肌の露出があがった姿」(20.4%)、「寝顔」(16.5%)、「外をぼんやり眺めている姿」(14.6%)など、やはり外見に惹かれているということがわかります。

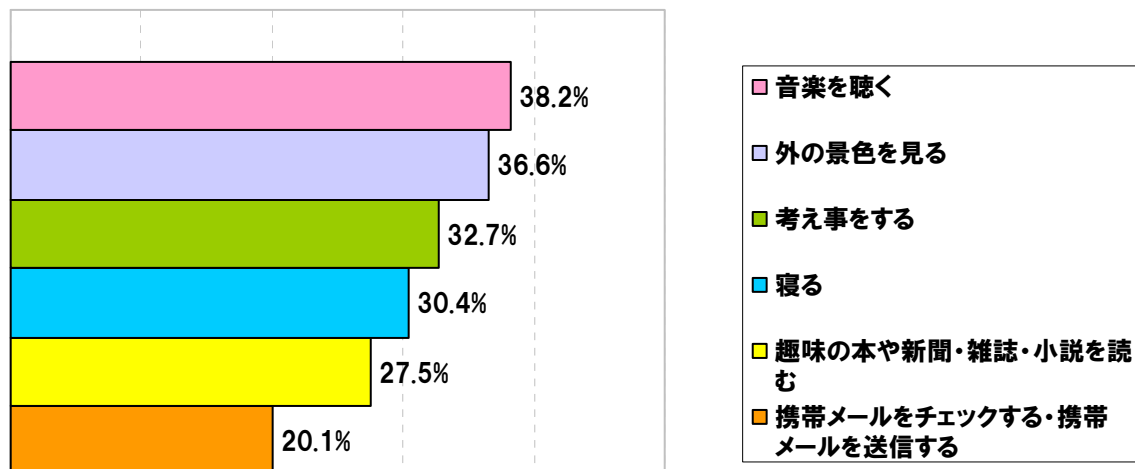
女性はどうでしょうか。図2-2で「周りの人に席を譲っている姿」(28.5%)、「自分以外の老若男女の荷物を網棚にあげている姿」(27.5%)、「自分の荷物を運ぶ・持ち上げるのを手伝ってくれた」(25.0%)などが高い数値を示していることから、**女性は男性の「周囲へのやさしさ・親切」に惹かれるという傾向が見られます。**「新聞やビジネス本を熱心に読んでいる姿」(18.2%)、「ネクタイを締めなおす姿」(10.1%)と、男性で傾向の強かった「外見」は比較的低い数値で表れています。さらに**男性が女性に対して惹かれるポイントの「見つめられた時」(25.2%)は、女性では10.1%と男性に比べて数値に大きな差が表れました。**さらに、「女性が男性を意識して行う行動」では、「見つめる」と回答した女性はわずか3.7%程度に留まりました。

図2-2. 女性が通勤中に惹かれる男性の姿



3. 60分以上かけて通勤する男女は全体の25.7%。通勤中に行うことは「音楽を聴く」(48.0%)

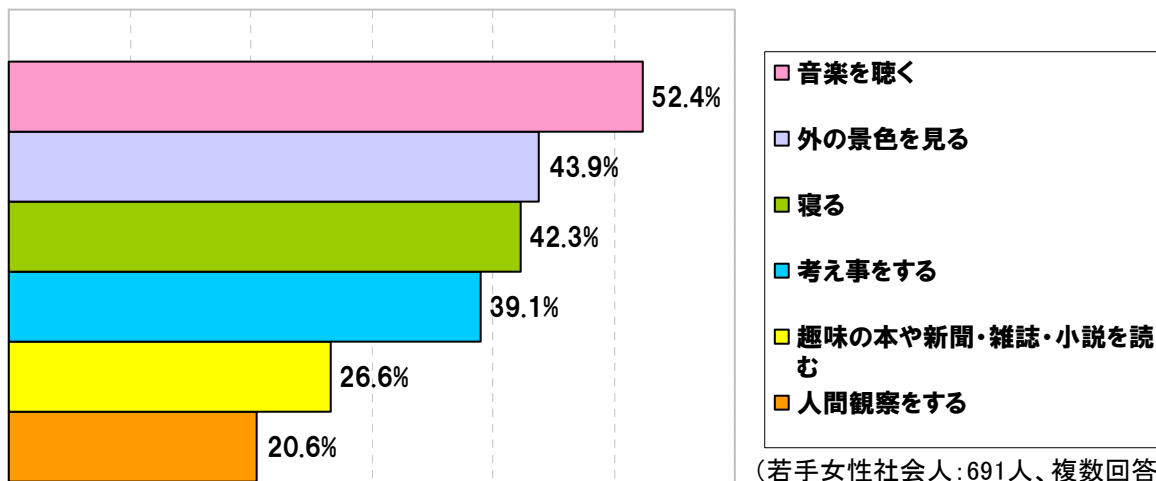
図3-1. 男性が通勤時間を利用して行うこと



(若手男性社会人:309人、複数回答)

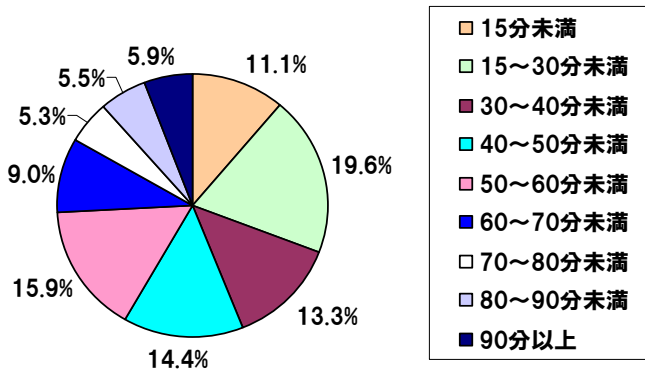
通勤時間を利用して行っていることについて、**男女ともに最も多かったのが「音楽を聴く」(回答者全体で48.0%)**。男女別に見ると**男性の38.2%、女性の52.4%が「音楽を聴く」と回答**しており、昨今のiPod、音楽再生機能つき携帯電話などの普及が大きな要因になっていると考えられます。図3-1、2では男女別に通勤時に行うことを項目別に表しています。男性2位「外の景色を見る」、3位「考え事をする」、女性は2位「外の景色を見る」、3位「寝る」という回答でした。男女で違いが見られたところでは、男性「携帯メールをチェックする・携帯メールを送信する」(20.1%)・女性「人間観察をする」(20.5%)という結果になっています。最近話題のTwitterは2.1%、iPhoneアプリは1.7%程度に留まっています。

図3-2. 女性が通勤時間を利用して行うこと



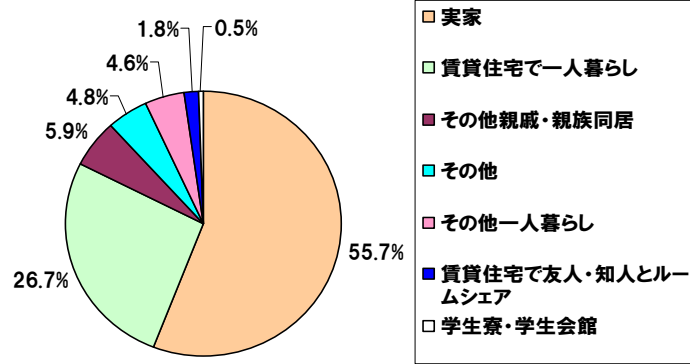
(若手女性社会人:691人、複数回答)

図3-3. 通勤時間



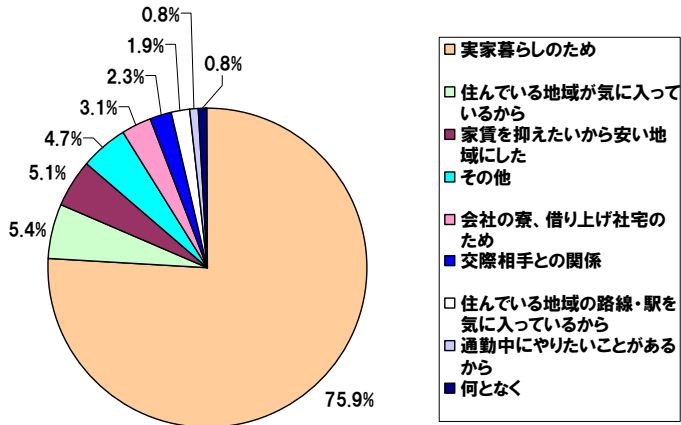
(若手社会人:1000人)

図3-4. 住まい形態



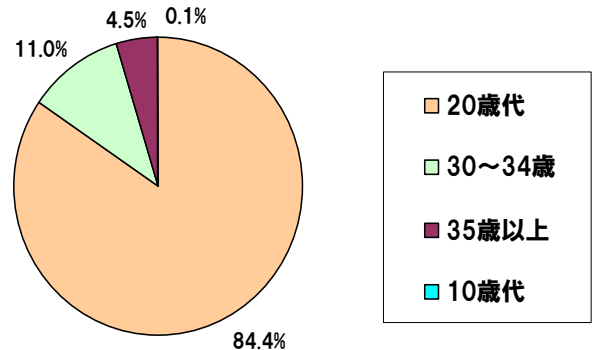
(若手社会人:1000人)

図3-5. 通勤60分以上かかるワケ



(通勤に60分以上かかる若手社会人:257人)

図3-6. 回答者の年代



(若手社会人:1000人)

通勤にかかる時間は、74.3%が「60分未満」と回答しています。中でも「30分未満」の通勤時間である男女は、全体の30.7%を占めました。一方で全体の25.7%は「60分以上」と回答しており、60分以上かけて通勤する要因として、**回答者の75.9%が「実家暮らしのため」と回答**しています。回答者の住まい形態では、やはり**「実家」がダントツで55.7%**。対して、賃貸住宅で一人暮らしのビジネスパーソンは26.7%程度でした。回答者の84.4%が20代の若手社会人であることを考えたとしても、昨今の不景気の波をうけてか、「社会人になれば家を出る」という概念は当たり前とは言えなくなっているようです。

※「iPod」「iPhone」はApple Inc.の商標です。iPhone 商標は、アイホン株式会社のライセンスに基づき使用されています。

【お願い】本調査データを引用・紹介いただく際は、「住宅・不動産情報ポータルサイト HOME'S調べ」と、明記をお願いいたします。

■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ネクスト 管理本部
経営企画部 コーポレートコミュニケーショングループ 皆川、鈴木、桑波田
TEL : 03-6204-4067 FAX: 03-6204-3963 E-MAIL: press@next-group.jp

■『HOME'S』とは

北海道から沖縄まで、全国約135万件以上の不動産物件情報をご希望にあわせて検索できる、日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイトです。物件情報だけでなく、家賃相場や各種ノウハウ、気になる駅・地域の周辺情報、住まいのトレンド、契約・引越し関連サービスまで、住み替えに関するあらゆる情報、サービスをワンストップで提供しています。『HOME'S』は、“人と住まいのベストマッチング”を図ることを理念に、今後もより使いやすく、より便利で、ひとりひとりに最適なサービスと機能を目指して、コンテンツの充実とユーザー満足度の向上に努めてまいります。

URL: <http://www.homes.co.jp/>

【株式会社ネクストについて】

社名: 株式会社ネクスト
証券コード: 2120 東証第一部
設立: 1997年3月12日
代表者: 代表取締役社長 井上 高志
資本金: 1,990百万円(2010年3月末現在)
所在地: 〒104-6215 東京都中央区晴海1-8-12
晴海アイランドトリトンスクエアオフィスタワーZ棟15階
連絡先: 電話: 03-6204-4040(代) FAX: 03-6204-3963
URL: <http://www.next-group.jp/>

事業内容:

■不動産ポータル事業

- ・日本最大級の住宅・不動産情報ポータルサイト『HOME'S』の企画・運営
- ・賃貸物件情報ポータルサイト「HOME'S賃貸」の企画・運営
- ・売買物件情報ポータルサイト「HOME'S不動産売買」の企画・運営
- ・新築分譲マンション情報ポータルサイト「HOME'S新築分譲マンション」の企画・運営
- ・新築分譲戸建住宅情報ポータルサイト「HOME'S新築一戸建て」の企画・運営
- ・不動産投資情報ポータルサイト「HOME'S不動産投資」の企画・運営
- ・高齢者施設・住宅情報ポータルサイト「HOME'S介護」の企画・運営
- ・マンションクチコミサイト「マンション100%」の企画・運営

■地域コミュニティ事業

- ・地域コミュニティサイト「Lococom」の企画・運営

■その他事業

- ・「HOME'S引越し見積もり」の企画・運営
- ・有料職業紹介サービス「ネクスト転職支援」の企画・運営
- ・Web広告プロモーション、バナー広告の企画提案

関係会社: 株式会社ウィルニク、株式会社レンターズ、株式会社ネクストフィナンシャルサービス

【お願い】本調査データを引用・紹介いただく際は、「住宅・不動産情報ポータルサイト HOME'S調べ」と、明記をお願いいたします。

■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ネクスト 管理本部
経営企画部 コーポレートコミュニケーショングループ 皆川、鈴木、桑波田
TEL: 03-6204-4067 FAX: 03-6204-3963 E-MAIL: press@next-group.jp