

2014年3月1日(土) 第1号店としてルミネ新宿にいよいよオープン!  
3月中には都内3店舗、以降全国に続々オープン!

## 「Chut! INTIMATES (シュット! インティメイツ)」

“インナーウェアに関する調査”を発表

**現代女性にインナーウェアにこだわりがない、“ずぼらンジェリー女子”が多発!  
インナーウェアに気をつかう“美ランジェリー女子”は、女子心も高く、ライフスタイルも充実。**

総合ダンス用品メーカー チャコット株式会社(本社 東京・代表取締役会長 山田博明、代表取締役社長 早川政美)は、3月1日(土) 新たなインナーウェアブランド「Chut! INTIMATES (シュット! インティメイツ)」の発売を開始するにあたり、1月31日(金)~2月2日(日)に全国の20~40代女性を対象に、「インナーウェアに関する調査」をインターネットを通じて実施、その結果、多数の女性がインナーウェアに対してこだわりをもっていないということがわかりました。「シュット! インティメイツ」は、そのような多くの日本の女性がインナーウェアをもっと気軽に日常的に楽しんでいただけるようなブランドとして、3月中に東京都内(新宿、錦糸町、日本橋)に3店舗をオープン、4月以降全国各地でも店舗をオープンします。またオンライン(<http://www.chut-intimates.com/>)での販売も3月上旬より開始し、全国の多くのお客さまに商品をお求めいただけるようになります。

### = 調査ダイジェスト =

#### 1.インナーウェアにこだわりがない“ずぼらンジェリー女子”が多数発生!!

- ▶ブラジャーの平均所持枚数は5.8枚、ショーツは8.4枚。
- ▶3年以上同じインナーウェアを所持している人は3割以上。
- ▶ブラジャーとショーツを上下セットで身につけない人は4割以上。

#### 2.インナーウェアはファッションにあらず? インナーウェアはまだ実需品としてのイメージが高い。

- ▶インナーウェアと洋服の購入では、洋服を買い替え、買い足す頻度は「3カ月に1回程度」が最多であるのに対し、インナーウェアは「6カ月に1回程度」が最多。
- ▶インナーウェアと洋服の買い替え、買い足す理由についても、洋服は「たまたまかわいい・気に入ったものを見つけた」「季節の変わり目」が多いのに対し、インナーウェアは「使っているものを捨てた後」「サイズが合わなくなった」など、実需面での理由が多い傾向。
- ▶インナーウェア購入重視点は「価格」が1位にあがる結果に。

#### 3.インナーウェアにこだわりがある人は女子心が高い! ライフスタイル、恋愛面でも充実している結果に。

- ▶お気に入りのインナーウェアを所持している割合は半数程度。
- ▶【お気に入りのインナーウェアがあり派となし派のライフスタイル・恋愛の傾向】  
生活が充実している：あり派は76.5%、なし派は55.8%。  
生活へのこだわり：あり派は「料理」「ファッション」「インテリア」など、総じてなし派よりこだわりが強い。  
異性との関係が良好：あり派は72.8%、なし派は57.7%。  
異性との時間：あり派は、なし派よりも異性と過ごす時間が長い傾向。  
性格との関係：あり派はなし派より「かわいい・キュート」「家庭的」「社交的」の項目が特に高い。

#### 【調査概要】

- 【調査対象と回収サンプル数】 20~40代女性600名
- 【調査地域】 全国
- 【調査方法】 インターネット調査(調査会社の登録モニター活用)
- 【調査期間】 2014年01月31日(金)~2月2日(日)

※本リリースに含まれる調査結果をご掲載いただく際は、必ず「チャコット株式会社調べ」と明記ください。

※本リリースに記載していない調査結果もございます。詳細は下記までお問い合わせください。



【報道関係者 お問い合わせ先】

Chut! INTIMATES PR事務局 小宮山 大信田 秋山

TEL.03 (5572) 6064 FAX.03 (5572) 6065 e-mail : Chut2014@vectorinc.co.jp

## 【ブランド概要】

ブランド名： Chut! INTIMATES (シュット! インティメイツ)

※“Chut!”はフランス語で「シーーー!」(静かに、内緒)を意味します

ターゲット：自分の感性で、自分に必要なものを選ぶ眼をもっているおとなの女性

主要商品：インナーウェア、ランジェリー、レッグアイテム、雑貨等

ブランドサイト：[www.chut-intimates.com](http://www.chut-intimates.com)

※3月上旬よりオンラインショップを開始いたします。



## 【店舗情報】

①シュット! インティメイツ ルミネ新宿店

オープン日：2014年3月1日(土)

店舗データ：東京都新宿区西新宿1-1-5 ルミネ新宿 ルミネ1 4F  
18坪

営業時間：11:00~22:00 (不定休)

②シュット! インティメイツ 錦糸町テルミナ店

オープン日：2014年3月13日(木)

店舗データ：東京都墨田区錦糸1-2-47 TERMINA2  
14坪

営業時間：10:00~21:00 (不定休)

③シュット! インティメイツ 日本橋店

オープン日：2014年3月中旬

④シュット! インティメイツ 大丸梅田店

オープン日：2014年4月中旬予定

店舗データ：大阪府大阪市北区梅田3-1-1 大丸梅田店 4F

営業時間：10:00~20:30(日~木曜日) / 10:00~21:00(金・土曜日) ※元日のみ休業



(ルミネ新宿店イメージ図)

## 【オープンキャンペーン情報】

ルミネ新宿店オープンを記念したプレゼント企画を実施いたします。

**Present 01：オンラインショップ専用1000ポイントクーポン**

シュット! インティメイツオンラインショップオープン後にご利用いただける1000ポイントクーポンをプレゼント。  
(オフィシャルサイトからメールマガジンにご登録いただいた方全員に後日メールにてクーポンコード付きのチケットをお送りいたします。)

**Present 02：オリジナルショーツ**

シュット! インティメイツルミネ新宿店オープンを記念して、オリジナルショーツを先着300名さまへプレゼント。  
(オフィシャルサイトからメールマガジンにご登録いただいた方に後日メールにてプレゼントチケットをお送りいたします。)

## — 会社概要 —

- 会社名：チャコット株式会社
- 所在地：〒150-0041 東京都渋谷区神南1-20-8
- 代表取締役社長：早川 政美
- 資本金：4億円
- 売上高：105億4,100万円(平成25年2月期)
- 店舗数：直営店30店舗、直営スタジオ7店舗(平成25年12月末時点)

## 【報道関係者 お問い合わせ先】

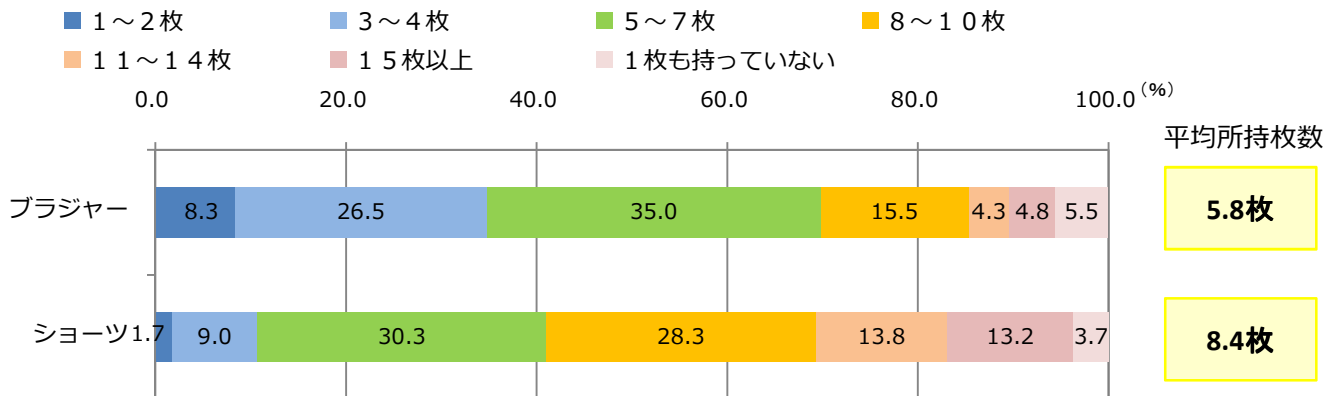
Chut! INTIMATES PR事務局 小宮山 大信田 秋山  
TEL.03 (5572) 6064 FAX.03 (5572) 6065  
e-mail : Chut2014@vectorinc.co.jp

**【現代女性のインナーウェア事情】**  
**インナーウェアにこだわりのない**  
**“ずぼらンジェリー女子”多数発生！！**  
**3年以上同じインナーウェアを所持している人は3割以上！**

現代女性のブラジャーの平均所持枚数は5.8枚、ショーツは8.4枚。  
 3年以上同じインナーウェアを所持している人が3割以上。  
 また、ブラジャーとショーツを上下セットで身につけない人は4割以上いるという結果に。

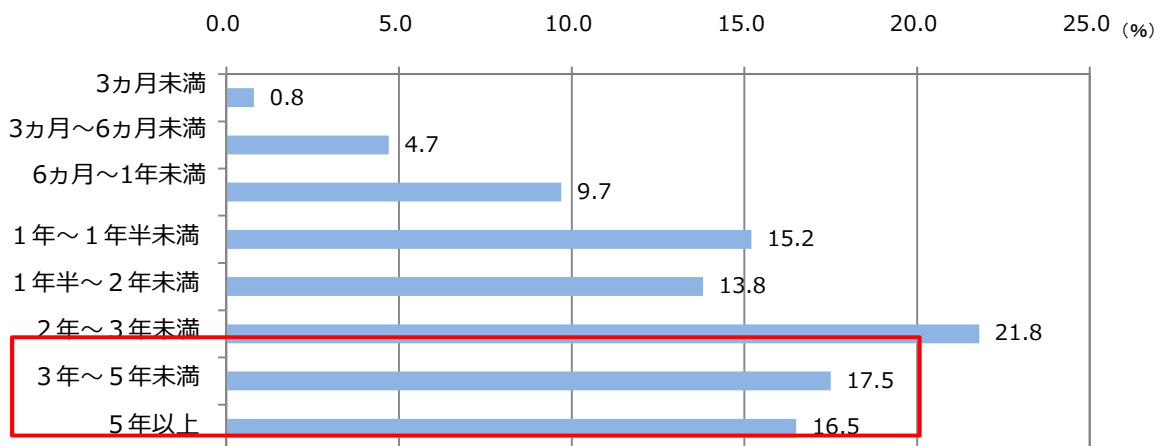
**①インナーウェア（ブラジャー・ショーツ）の所持枚数**

[Q] 現在持っているインナーウェア（ブラジャー・ショーツ）の所持枚数はどのくらいですか。(SA) (N = 600)



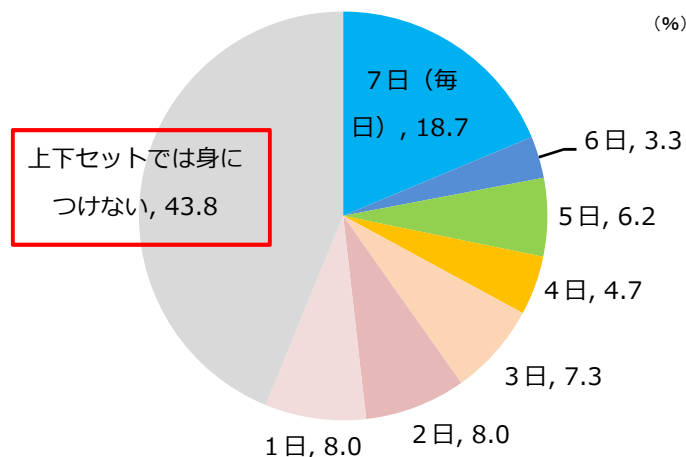
**②インナーウェア（ブラジャー・ショーツ）の最長保持記録**

[Q] 現在、あなたが持っているインナーウェア（ブラジャー・ショーツ）の中で、一番長く所持しているものはどのくらい使っていますか。(SA) (N = 600)



**③ブラジャーとショーツをセットで身につける割合**

[Q] 1週間のうち、あなたがブラジャーとショーツを上下セットで身につける頻度はどのくらいですか。(N = 600)

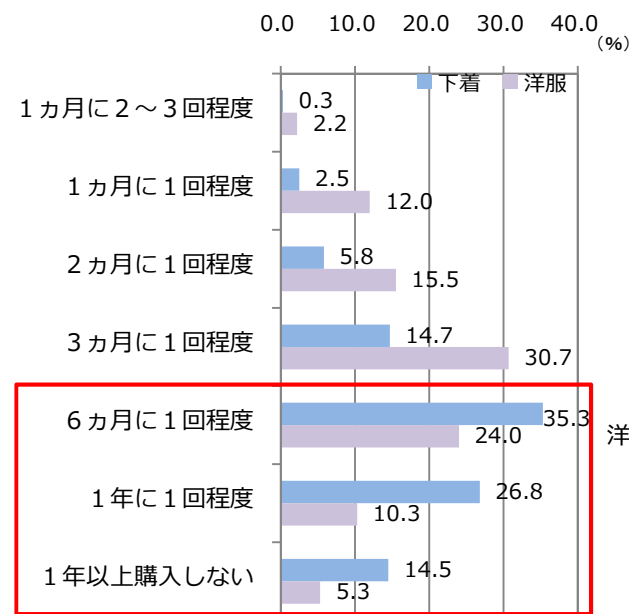


## 【インナーウェアとファッションの関係】 インナーウェアはファッションにあらず？ インナーウェアはまだまだ実需品としてのイメージが高い。

現代女性のインナーウェアと洋服の購入では、洋服を買い替え、買い足す頻度は「3カ月に1回程度」が最多であるのに対し、インナーウェアは「6カ月に1回程度」が最多。また、買い替え、買い足す理由についても、洋服は「たまたまかわいい・気に入ったものを見つけた」「季節の変わり目」が多いのに対し、インナーウェアは「使っているものを捨てた後」「サイズが合わなくなった」など、実需面での理由が多い傾向。その他、インナーウェア購入重視点でも「価格」が1位にあがる結果に。

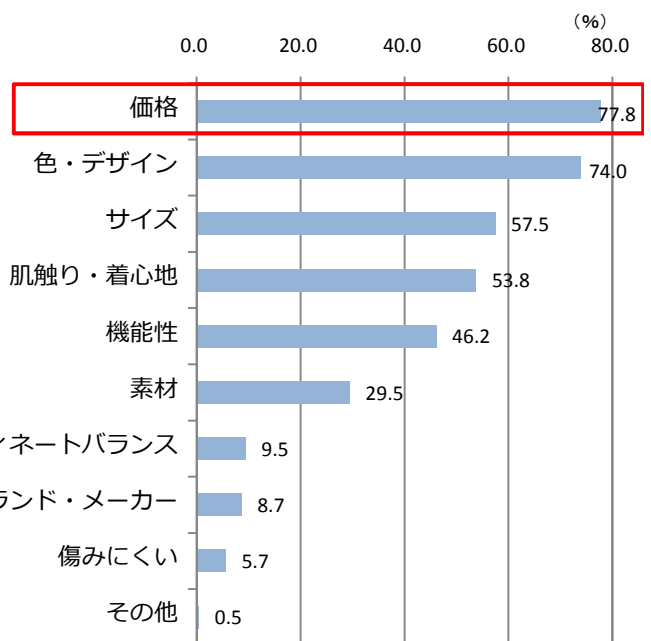
### ④インナーウェアを買い替える頻度 (洋服との比較)

[Q] 1年間で、インナーウェアおよび洋服ははどのくらいの頻度で買い替え、買い足しますか。(SA)(N=600)



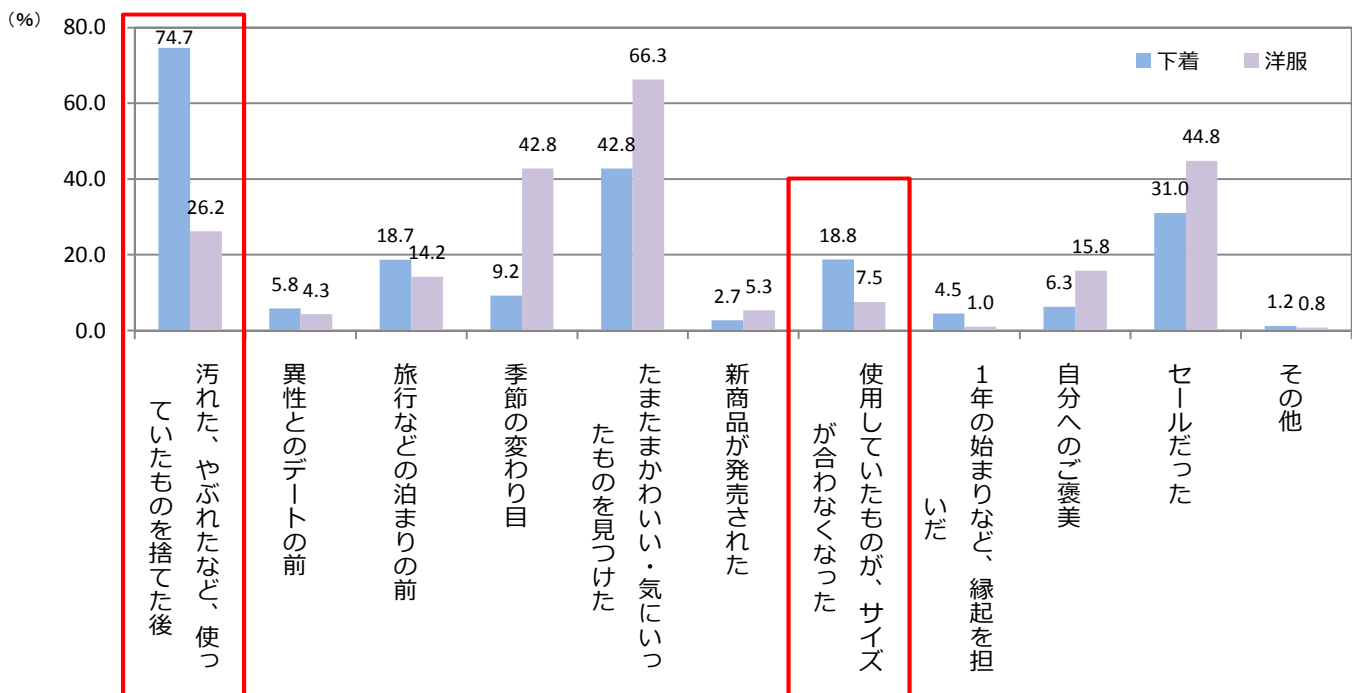
### ⑤インナーウェア購入時の重視点

[Q] インナーウェアを購入する際に重視する点はどこですか。(MA)(N=600)



### ⑥インナーウェアを買い替える理由 (洋服との比較)

[Q] インナーウェアおよび洋服を買い替え、買い足す理由は何ですか。(3MA)(N=600)



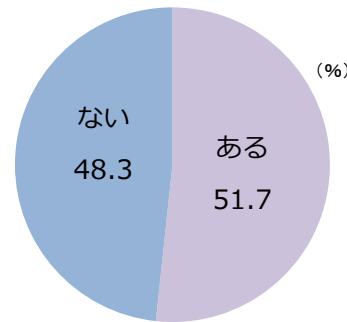
## 【インナーウェアとライフスタイルの関係】 インナーウェアにこだわりがある人は女子心が高い！！ ライフスタイル、恋愛面でも充実している結果に。

現代女性が、お気に入りのインナーウェアを所持している割合は半数程度。  
また、お気に入りのインナーウェアの有無で、ライフスタイルとの関係を調査したところ、お気に入りのインナーウェアを持っている女性の方が、ライフスタイル、恋愛面でも充実しているという結果に。  
人から見えないインナーウェアに気を遣っている女性は、ライフスタイル、恋愛面でも充実している、女子心が高い女性が多いことがうかがえる。

【お気に入りのインナーウェアがあり派となし派の傾向】  
生活が充実している：あり派76.5%、なし派55.8%  
生活へのこだわり：あり派は「料理」「ファッション」「インテリア」など、総じてなし派よりもこだわりが強い。  
異性との関係が良好：あり派72.8%、なし派57.7%  
異性との時間：あり派は、なし派よりも異性と過ごす時間が長い傾向。  
性格との関係：あり派は、なし派より「かわいい・キュート」「家庭的」「社会的」の項目が特に高い。

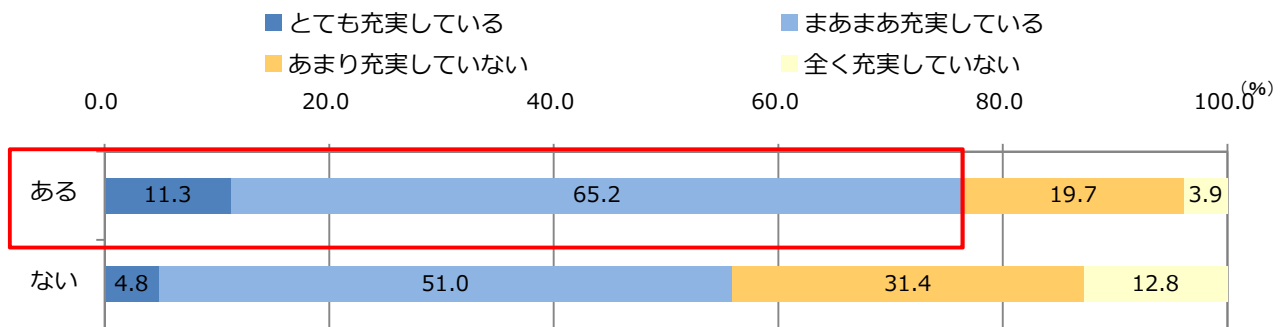
### ⑦お気に入りのインナーウェアの有無

[Q]現在持っているインナーウェアの中で、特にお気に入りのものはありますか。(SA) (N=600)



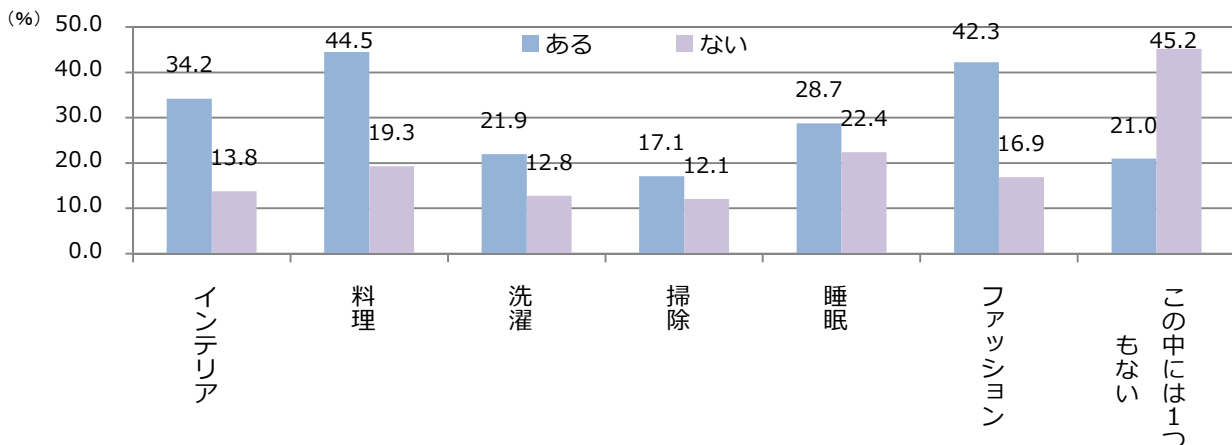
### ⑧お気に入りのインナーウェアの有無×生活の充実度

[Q]あなたの日々の生活に対する充実度について、あてはまるものを選択してください。  
(お気に入りのインナーウェアの有無 別) (SA) (N=600)



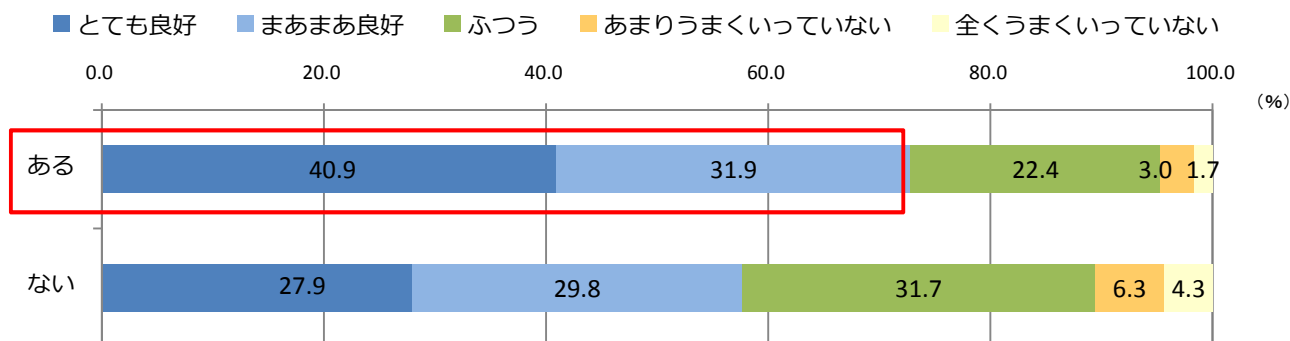
### ⑨お気に入りのインナーウェアの有無×生活へのこだわり

[Q]あなたがこだわっていることについて、あてはまるものを選択してください。  
(お気に入りのインナーウェアの有無 別) (MA) (N=600)



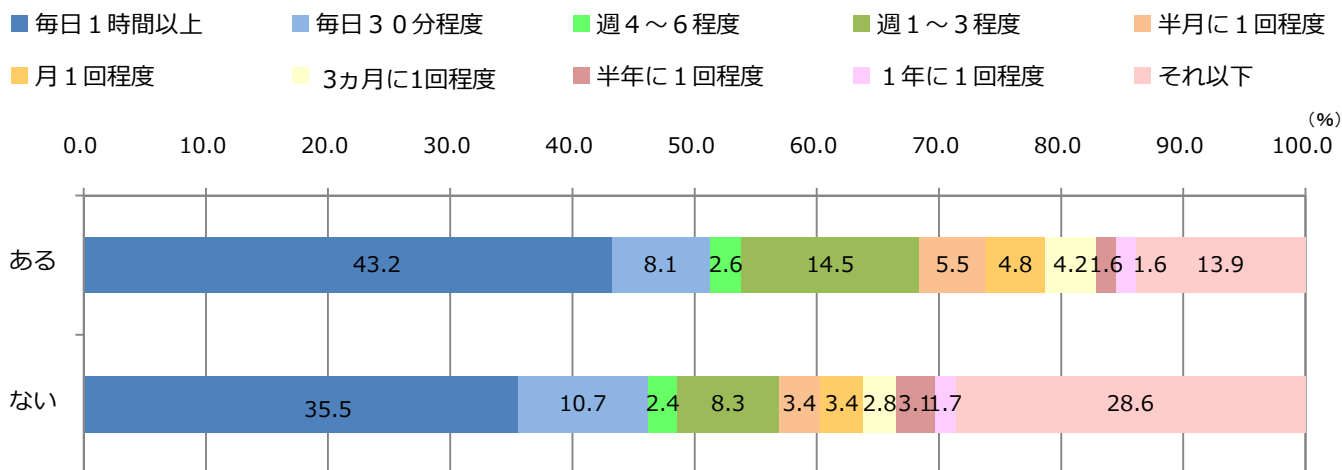
### ⑩お気に入りのインナーウェアの有無×異性との関係

[Q]現在、あなたと、恋人および配偶者との関係について、あてはまるものを選択してください。  
(SA) (既婚・恋人がいるn=440)



### ⑪お気に入りのインナーウェアの有無×異性と過ごす時間

[Q]あなたが異性と2人で過ごす時間は平均してどのくらいですか。未婚の方は、恋人または気になる異性との時間について、既婚の方は、配偶者と2人で過ごす時間についてお答えください。(SA) (N=600)



### ⑫お気に入りのインナーウェアの有無×性格

[Q]あなた自身をイメージするキーワードについて、選択してください。(3MA) (N=600)

