



報道用資料

2010年7月
【2010-A-04】

ユニリーバ・ジャパン

AXE RESEARCH LAB

〒153-8578 東京都目黒区上目黒2-1-1

やっぱりモテる“慶應”、学内恋愛が盛んな“立教”
“ハンカチ王子”はもう古い!? 大学生の必需品は“リフレッシュシート”

(アックス リサーチ ラボ)

AXE RESEARCH LAB

6大学別調査 調査結果発表

**東大・早稲田・慶應・明治・立教・法政 大学生に聞いた
『恋愛・身だしなみに関する意識』 調査レポート**

ユニリーバ・ジャパンが展開する、男性用化粧品ブランド“AXE (アックス)”では、日本の男性の身だしなみ美容のさらなる向上をめざし、プロジェクトチーム「AXE RESEARCH LAB(アックス リサーチ ラボ)」を2009年春に発足させ、フレグランス・身だしなみに関連する新しい調査・研究を行っております。

第一弾の調査では、日本、アメリカ、イギリス、フランス、イタリアの“恋愛とフレグランス事情”を徹底比較、第二弾調査では、不況の中でも好調な男性の身だしなみ美容の実態について調査しました。

第三弾となる今回の調査では、11年ぶりに慶應大学が優勝した6大学野球にちなみ、東京大学、早稲田大学、慶應義塾大学、明治大学、立教大学、法政大学の男子大学生各100人を対象に調査を行い、各大学の恋愛や身だしなみ事情についての比較を行いました。

調査結果は、各大学の恋愛や身だしなみに対する意識の差が明らかになったと共に、恋愛に消極的で身だしなみへの関心が高い現在の大学生像が見えてきました。

つきましては、調査レポートをご送付させていただきますので、本調査結果を是非ご活用頂けますと幸いです。

(アックス リサーチ ラボ)

AXE RESEARCH LAB

日本の男性の身だしなみ美容のさらなる向上をめざし、身だしなみに関連する新しい調査・研究を行うためにユニリーバのAXEが発足させたプロジェクトチーム「AXE RESEARCH LAB(アックス リサーチ ラボ)」。

男性用フレグランス&デオドラントスプレーのリーディングブランドAXEが、香りや身だしなみに関する新しい発見や役に立つ情報を、マーケットリーダーとしてお届けしたいという趣旨のもとに発足したチームです。

今後も「AXE RESEARCH LAB」では随時、男性の身だしなみに関する新しい調査・研究を行っていく予定です。



＝ 調査結果ダイジェスト＝

今回の調査で、各大学で、恋愛や身だしなみの意識や実態が大きく違うことが分かりました。

草食系でもモテる“慶應大学”、恋愛より勉強重視の“東京大学”、身だしなみに気を遣う“法政大学”、学内恋愛が盛んな“立教大学”など、それぞれの大学の傾向が見えてきました。

また、恋愛に消極的で身だしなみへの関心が高い現在の大学生像が見えてきました。

【各大学生像】

✓東京大学：

- ・「恋愛」より「勉強」重視の傾向が強く、**学生生活の中で勉強が最も重要**という人が多い。
- ・学生生活の満足度が一番高く、**約80%の人が満足**している。
- ・**交際経験がない人が約3割も**

✓早稲田大学：

- ・身だしなみ、恋愛においても平均的な結果に。
- ・身だしなみをととのえる時、女性はあまり意識せず、性別を問わず周囲の人を意識する。

✓慶應義塾大学：

- ・**草食系が約7割と多く**、自らはアプローチしないが、**告白される回数が圧倒的に多い**。
- ・**“最もモテそう”、“おしゃれそう”**と“慶應ブランド”のイメージは良い。

✓明治大学：

- ・「遊び」、「恋愛」、「勉強」、平均的に重要視している。

✓立教大学：

- ・告白される回数は多くないが、**約半数が肉食系で、積極的にアプローチ**するため、交際経験は豊富。
- ・**大学内恋愛が盛んで**、4割の人が、大学内で付き合っている。

✓法政大学：

- ・6大学中、**身だしなみに一番気を遣っており**、スキンケアも6割の人が実施している。
- ・**約45%の人が10分以上鏡の前**にいる。
- ・他の大学と比べ「**周囲の女性**」を意識して身だしなみを整えている。

【現在の大学生像】

✓ “ハンカチ王子”の次は“リフレッシュシート男子”!?

大学生の身だしなみの3種の神器は「リップ」、「リフレッシュシート」、「ハンカチ」
～ **約4割の人がリフレッシュシートを週1回以上使用**

✓ 現在の大学生は、「勉強」よりも「恋愛」の方が難しいと感じている！

～最も顕著な慶應大生は、85%の人が、恋愛の方が難しいと感じている。

✓ 理想の男性像は、「親しみやすい」、「自然体」、「爽やか」、「面白い」

～「男らしさ」や「パワフルさ」よりも「ナチュラルさ」「フレンドリーさ」を理想に

✓ **スポーツ系の部活・サークル**に入っている人のほうが、文化系よりも**モテる!?**

～告白された回数は、文化系の部活・サークルの人の2倍弱。

～スポーツを行う人は、フレグランス・リフレッシュシートの使用率が高く、汗のケア・臭いのケアにも気を遣っている

～調査結果について～

AXE RESEARCH LAB

シャオ チーリン

(ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社 マーケティング アックスチーム)

今回、「AXE RESEARCH LAB」では、東京6大学の男子学生に調査対象を絞り、彼らの恋愛や身だしなみ事情について調査しました。調査結果は、大学によって違いが出た部分と、6大学の大学生全体に共通する傾向がみられた部分の両面があり、興味深いものとなりました。

各大学で違いが出た部分では、恋愛経験の豊富さで上位2校が慶応と立教となりましたが、慶応は自分から女性にアプローチしない”草食系”が多い一方、立教は6大学中で最も“肉食系”を自認する人が多く、この2校は女性への姿勢が対照的だったのが興味深い結果でした。草食系の男性が多い中、積極的に動けば成果もついてくる、ということなのでしょう。

6大学の男子学生全体の傾向として興味深かったのは、61%(慶応大学)～78%(東京大学)の人が“学生生活に満足している”と回答しており、大学生活への満足度が全般としてかなり高いことでした。

また、リフレッシュシートの市場は年々拡大していますが、実際に調査した結果、かばんにいれて持ち歩いているものに『ハンカチ』と『リフレッシュシート』を挙げた人が35%ずつと同じ数字となり、ハンカチ代わりにリフレッシュシートを使用している人が増えているのかもしれませんが。

6大学の男子学生の平均像としては、

- ・いまの大学生活には満足を感じていて
- ・合コンにはあまり行かず、恋愛にはそれほど積極的ではないものの
これまでに3～4人の女性との交際経験があり
- ・勉強よりも恋愛の方が難しいと感じながら、30歳までには結婚したいと想着いて
- ・毎月500円～2,000円程度、身だしなみ関連アイテムを購入し
- ・リップクリーム・リフレッシュシート・ハンカチを持ち歩いている

～というような姿が浮かびます。

そんな6大学の男子学生が目指す男性像は、「親しみやすい」「自然体(頑張りすぎていない)」「爽やか」「おもしろい」など。パワフルさや強烈な個性よりも、ナチュラルでフレンドリーなイメージでアピールしたいという、現代の若い男性の志向を象徴するような結果となりました。

恋愛も身だしなみも自然体で楽しみながら、さらに満足度が高い大学生活を送っていただきたいと思っています。

■草食系だけどもてる“慶應”・学内恋愛が盛んな“立教”

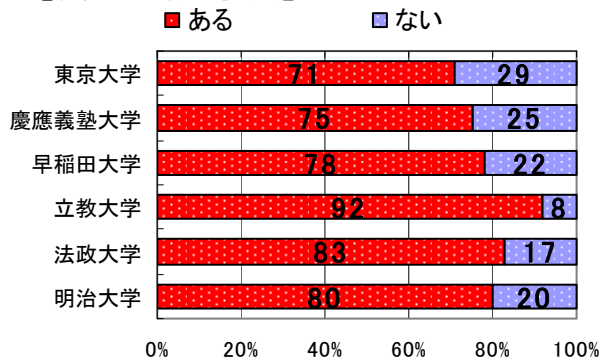
- ✓ 恋愛経験が豊富なのは慶應大学、立教大学
- ✓ 草食系が多いがモてる“慶應”、肉食系が多く学内恋愛が盛んな“立教”

女性との交際経験を聞いたところ、慶應と立教が交際経験が豊富だという結果となりました。しかし、両校の恋愛に対する姿勢は対照的で、“慶應大学”は草食系で自らアプローチはしないが、モテることがわかった一方、“立教大学”は自ら積極的にアプローチをし、学内恋愛も盛んであることがわかりました。

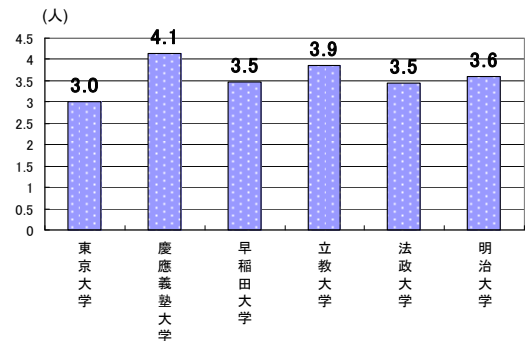
① 女性と交際した経験がありますか？

また、これまでに何人の女性と交際した経験がありますか？ [SA] (n =各大学100、計600)

【交際経験の有無】



【交際した人数】



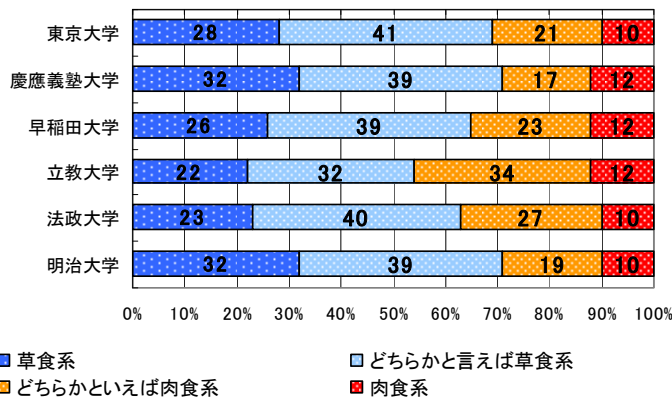
- ・東大生の約3割が女性と交際した経験がない。
- ・女性と交際した経験が多い1位は慶應(4.1人)。2位は立教(3.9人)。

・今まで女性と交際した経験があるかを聞いたところ、立教大学が最も多く92%の人が交際経験があると回答。一方、東大生の29%が女性と交際したことがないということがわかりました。

・また、交際した人数を聞いたところ、慶應大学が最も多く、今までで平均4.1人の女性とつきあっていたことがわかりました。慶應大学について、立教大学が多く、平均で3.9人となりました。

② あなたは草食系だと思いますか。肉食系だと思いますか。

[SA] (n =各大学100、計600)



- ・最も草食系と答えた人が多いのは“慶應大学”。
- ・最も肉食系と答えた人が多いのは“立教大学”。

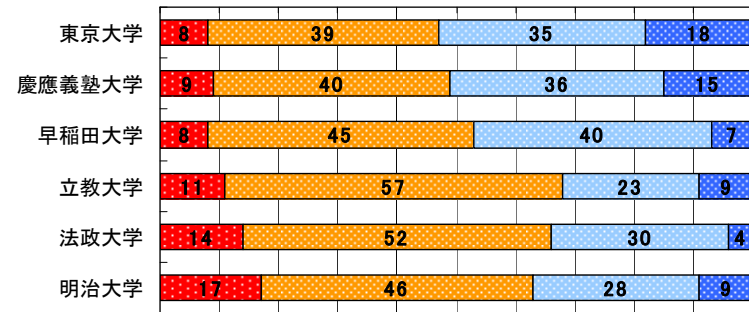
・自分が草食系だと思うか、肉食系だと思うかを聞いたところ、草食系だと思うと回答した人が最も多かったのは、慶應大学でした。一方、肉食系だと思うと回答した人が最も多かったのは立教大学でした。

・交際経験が多い、慶應と立教ですが、この2校は草食・肉食の面では対照的な答えとなりました。

③ あなたは好意を持った女性に対して、積極的にアプローチしますか？

[SA] (n =各大学100、計600)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



■ かなり積極的に(アプローチ)する ■ まあ積極的にする
 □ あまり積極的にはしない □ ほとんど積極的にはしない

・好意を持った**積極的に**女性にアプローチをするのが**“立教大学”**。
 ・**消極的な人**が多いのが**“東京大学”**、“慶應大学”。

・好意を持った女性に対して積極的にアプローチをするかを聞いたところ、積極的にアプローチをすると答えた人が最も多かったのが“立教大学”でした。一方、あまり積極的にアプローチをしないと答えた人が多かったのは、“東京大学”と“慶應大学”でした。

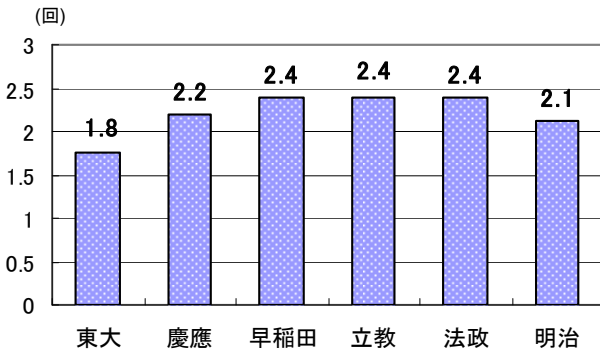
・この結果からも、肉食系でアプローチをする“立教大学”、草食系で消極的な“慶應大学”の対比が読み取れます。

④ いままで告白した回数、告白された回数を教えてください。

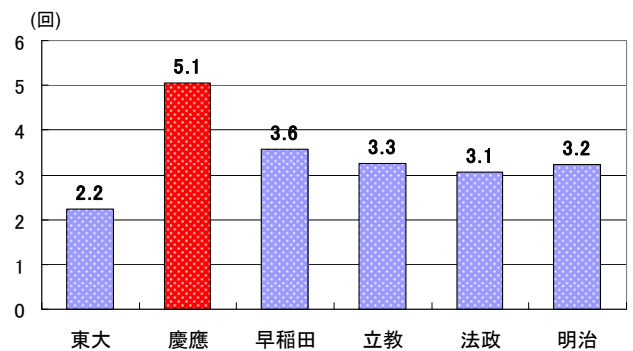
※各最多数・最少数を除いた後、平均値を算出

[FA] (n =各大学100、計600)

【告白した回数】



【告白された回数】



・告白した回数は、平均2回前後。
 ・告白された回数が多いのは**“慶應”で平均5回**。一方**“東大”は平均2回にとどまる**。

・今までに告白した回数と、告白された回数を聞いたところ、告白した回数は、東大生は平均して約1.8と若干少ないものの、約2回前後と各大学ほぼ変わらない結果となりました。

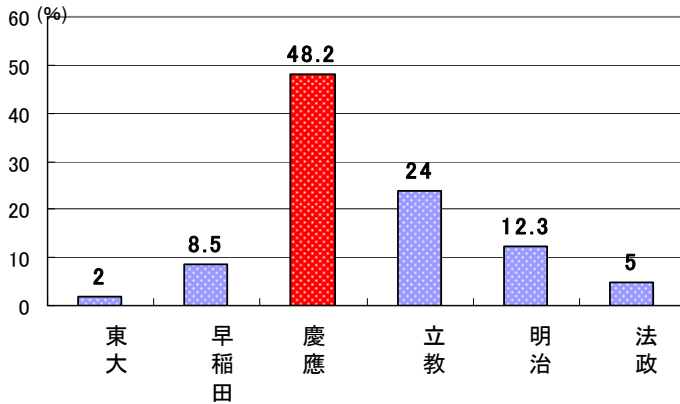
・その一方、告白された回数は、慶應大学は平均5.1人と、一番少ない東大の平均2.2人比べ2倍以上の差がありました。

・慶應大学は、草食系ながらも、交際経験が豊富なのは、告白される回数が多いからなのかもしれません。

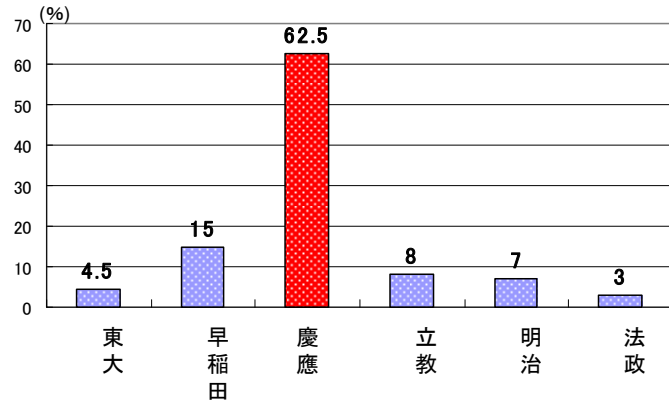
⑤ おしゃれな男子が多そうなイメージの大学はどこですか？
モテそうな男子が多そうなイメージの大学はどこですか？

[SA] (n =各大学100、計600)

【おしゃれそうな男子が多そう】



【モテそうな男子が多そう】



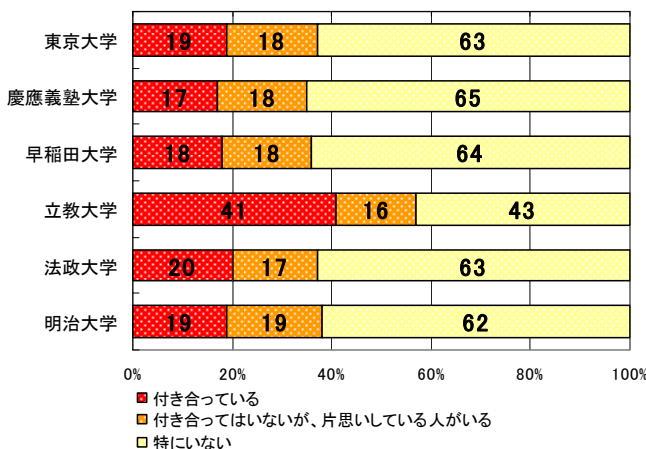
- ・おしゃれそうな男子が多そうな大学 1位は“慶應大学”。
- ・モテそうな男子が多そうな大学 1位は“慶應大学”。
- ～“慶應ブランド”のイメージの評価は高い。

・おしゃれそうな男子が多そうな大学、モテそうな男子が多そうな大学をそれぞれ聞いたところ、両方とも圧倒的に“慶應大学”という答えが多くあがりました。

・“慶應義塾大学”に対するイメージはとても高いようです。

⑥ 学校内で、お付き合いしている人、もしくは片思いしている人はいますか？

[SA] (n =各大学100、計600)



- ・“立教大学”が最も学内恋愛が盛んで、約4割の人が、学校内の人と付き合っている。

・学校内で、付き合っている人、もしくは片思いをしている人がいるかを聞いたところ、他の大学が約2割のところ、立教大学の約4割もの人が学校内で付き合っている人がいると答えました。学校内の人に片思いをしている人を含めると、57%の人が学内恋愛をしていることが分かりました。

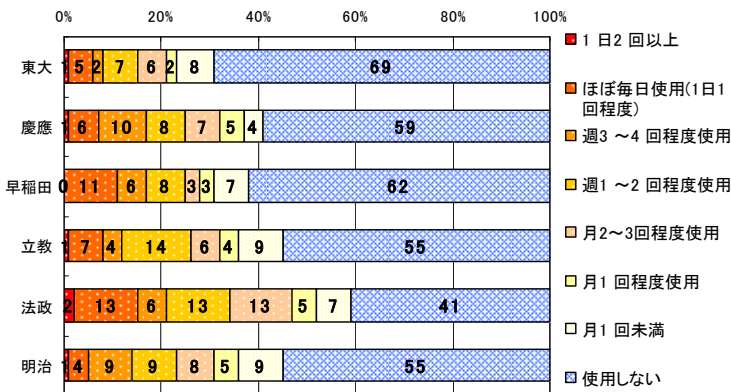
■ 身だしなみ偏差値の高い“法政大学”

- ✓ “法政大学”の人は、約45%の人が10分以上鏡の前におり、身だしなみへのこだわりが伺える。
- ✓ 身だしなみ実施率は各項目で“法政大学”が最も高く、スキンケアも約6割の人が行っている。
- ✓ “法政大学”は、他大学に比べて周囲の女性を意識して身だしなみを整えている。

各大学生に身だしなみに関することをどの程度実施しているか聞いたところ、各設問で最も身だしなみに関心が高いのが“法政大学”という結果が出ました。誰を意識して身だしなみをととのえているかを聞くと、他大学に比べ、“法政大学”は周囲の女性全般を意識していることがわかりました。

⑦ あなたは現在フレグランスをどの程度使用していますか？

[SA] (n =各大学100、計600)

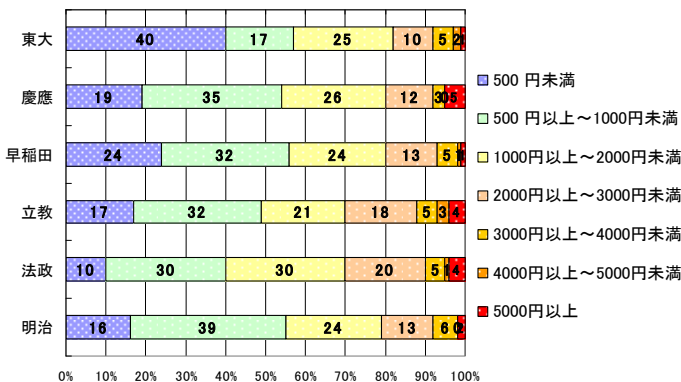


・フレグランス使用率が最も高いのは“法政大学”。
 ~約半数の人が月1回はフレグランスを使用している。

・現在どの程度フレグランスを使用しているかを聞いたところ、フレグランスの使用率が最も高いのは“法政大学”で、約半数の人が、月1回はフレグランスを使用していることがわかりました。
 また、週1回以上使用している人も34%となりました。

⑧ 身だしなみ・グルーミング関連のアイテム*購入に、毎月どのくらいお金を使っていますか？ (*例:ヘアスタイリング剤、スキンケア用品等)

[SA] (n =各大学100、計600)

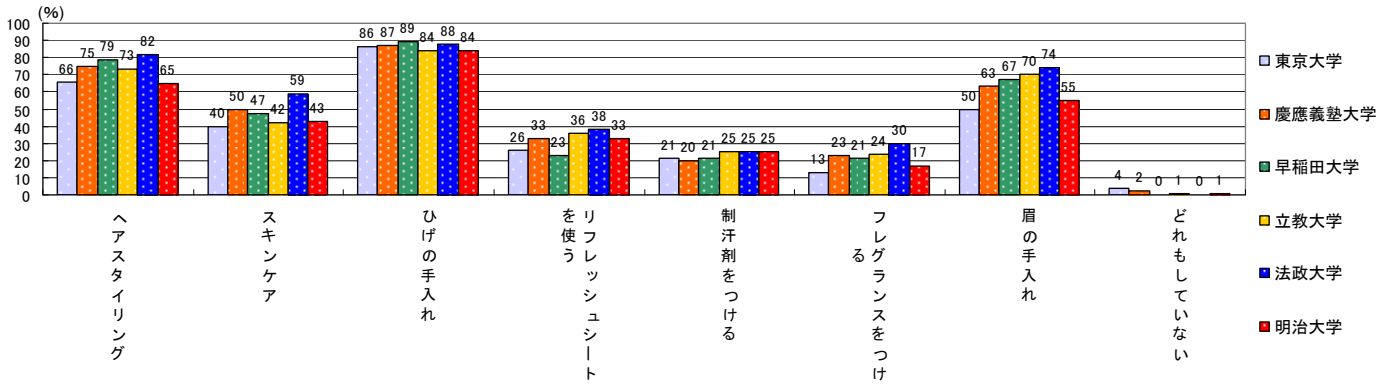


・身だしなみ・グルーミング関連で最もお金を使っているのは“法政大学”。
 ~月1,000円以上使っている人が約6割もいる。

・ヘアスタイリング剤やスキンケア用品など、身だしなみ・グルーミング関連のアイテム購入に、月どれくらいのお金を使っているかを聞いたところ、法政大学の約6割の人が、月1,000円以上使っているなど、他大学に比べ、最も高いことがわかりました。

⑨ 身だしなみ・グルーミング関連で、ふだん行っていることは次のうちどれですか？ (いくつでも)

[MA] (n =各大学100、計600)



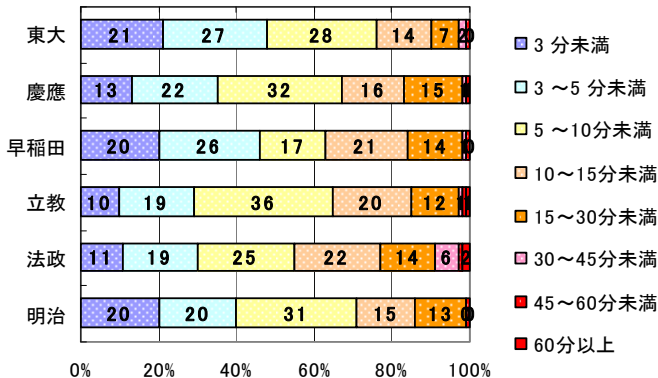
- ・ひげの手入れやヘアスタイリング、眉の手入れは当たり前となりつつある。
- ・**“法政大学”**が各項目で最も高く、**スキンケアも約6割**の人が行っている。

・身だしなみ・グルーミング関連で、ふだん行っていることを聞いたところ、ひげの手入れ、ヘアスタイリング、眉の手入れは、ほとんどの人が行っており、当たり前となりつつあることがわかりました。

・また、各項目で実施している率が最も高かったのが“法政大学”で、約6割の人がスキンケアを行っているなど、身だしなみへの関心の高さが伺えました。

⑩ 毎朝、ヘアスタイリングやひげの手入れなどで、鏡の前にいる時間はどれくらいですか？

[SA] (n =各大学100、計600)



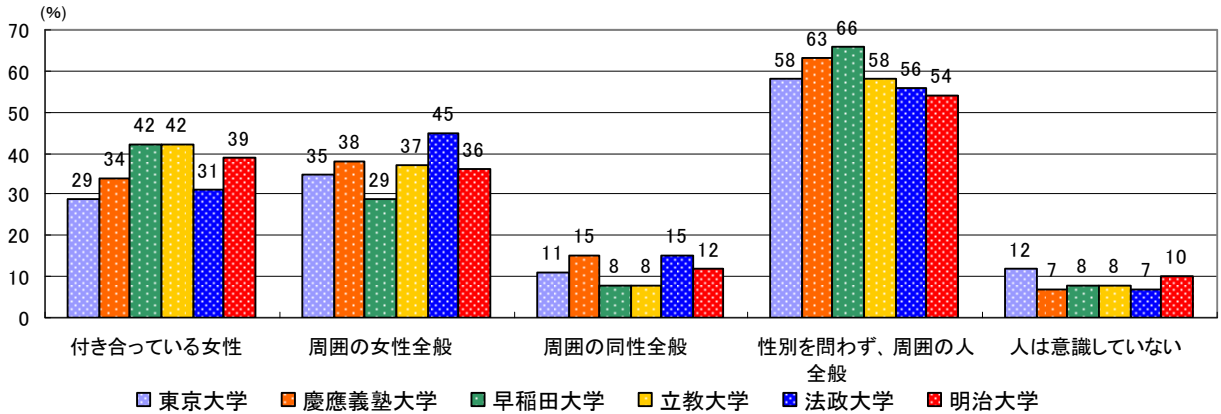
- ・毎朝鏡の前にいる時間は、平均5分～10分程度が多い。
- ・**“法政大学”**の人は、**約45%の人が10分以上鏡の前**におり、身だしなみへのこだわりが伺える。

・毎朝、ヘアスタイリングやひげの手入れなど、身だしなみを整えるのに鏡の前にどれくらいの時間いるかを聞いたところ、平均5分～10分という答えが最も多くあがりました。

・身だしなみに関心の高い“法政大学”では、最も鏡の前にいる時間が長く、約45%の人が、10分以上鏡の前にいると答えました。

⑪ 身だしなみをととのえる時、好印象を与えたいと思って意識する相手は誰ですか？
(いくつでも)

[MA] (n =各大学100、計600)



・“早稲田大学”は、性別を問わず周囲の人全般を意識している一方、“法政大学”は、**周囲の女性を意識して身だしなみを整えている。**

・身だしなみをととのえる時、好印象を与えたいと思って意識する相手を聞いたところ、性別を問わず、周囲の人全般を意識しているという答えが最も多く上がりました。

・中でも“早稲田大学”は、周囲の女性を意識する人は比較的少なく、性別を問わず、周囲の人全般をより意識していることがわかりました。

・一方、身だしなみに関心の高い“法政大学”は、性別を問わず、周囲の人全般も意識しながらも、他の大学に比べ、周囲の女性全般にも意識をしていることがわかりました。

「恋愛」より「勉強」重視の“東京大学”

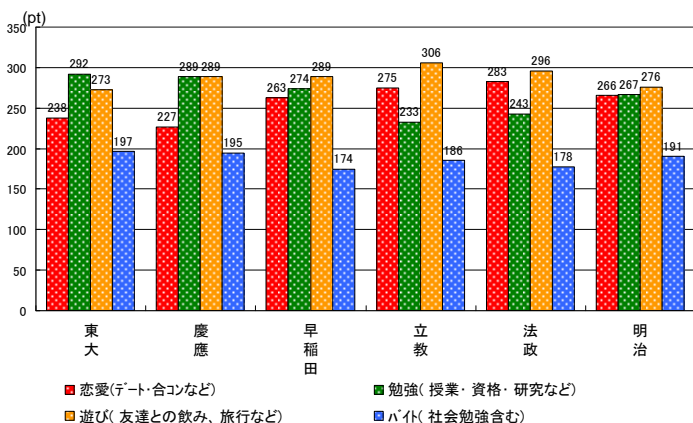
- ✓ “東京大学”では、唯一『勉強』が生活の中で一番重要度が高い。
- ✓ 学生生活への満足度が最も高いのは、“東京大学”。

現在の生活で重要度が高いものを聞いたところ、『遊び』や『恋愛』を重要視している他大学に比べ、東京大学は、唯一『勉強』が生活の中で最も重要度が高い結果となり、学業への高い姿勢がうかがえました。また、“東京大学”の学生は、学生生活への満足度が非常に高く、充実した学生生活を送っていることがわかりました。

⑫ 次の選択肢のうち、今の自分の生活で重要度が高い順に並べて下さい。

(勉強・恋愛・遊び・バイト) ※1位=4pt、2位=3pt、3位=2pt、4位=1ptで合算

(n=各大学100、計600)



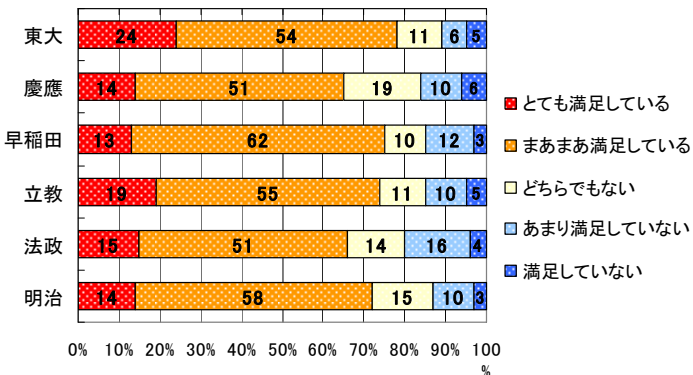
• “東京大学”では、唯一『勉強』が生活の中で一番重要度が高い。
 • “法政”・“立教”は『遊び』『恋愛』を重要視する人が比較的多い。

・『勉強』、『恋愛』、『遊び』、『バイト』のうち、今の生活での重要度を聞いたところ、各大学で『遊び』が最も重要度が高い中、“東京大学”では、『勉強』が最も重要度が高い結果となり、学業に対する高い姿勢がうかがえました。

・一方、“法政大学”、“立教大学”では、『遊び』や『恋愛』を重視する人が多く、『勉強』への重要度が比較的低い結果となりました。

⑬ 現在の学生生活に満足していますか？

[SA] (n=各大学100、計600)



• 学生生活への満足度が最も高いのは、“東京大学”。
 78%の人が“満足している”
 • 総じて6大学の学生の満足度は高い。

・現在の学生生活に満足しているかを聞いたところ、総じて6大学全てで満足度が高いことがわかりました。

・特に“東京大学”では、78%の学生が、“満足している”と答え、大学生生活の充実度が伺えます。

■ 大学生の身だしなみ事情

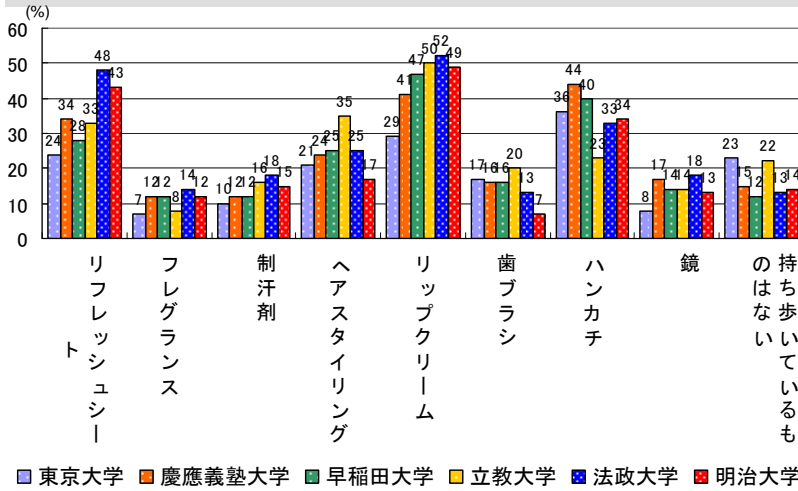
ハンカチ王子の次はリフレッシュシート男子！？

- ✓ 大学生の身だしなみ三種の神器は、「リップクリーム」、「リフレッシュシート」、「ハンカチ」。
- ✓ 6大学学生のうち37%の人がリフレッシュシートを週1回以上使用していると回答。

6大学の学生に身だしなみについて聞いたところ、リップクリームやハンカチに加え、『リフレッシュシート』を活用する人が多いことが分かりました。今までは汗を拭くのにハンカチを持ち歩いていた人も、リフレッシュシートに転向した人も多いのではないのでしょうか。

⑭ 普段かばんの中にいれて持ち歩いている身だしなみ関連の商品を、次のうちからすべて選んでください。

[MA] (n =各大学100、計600)



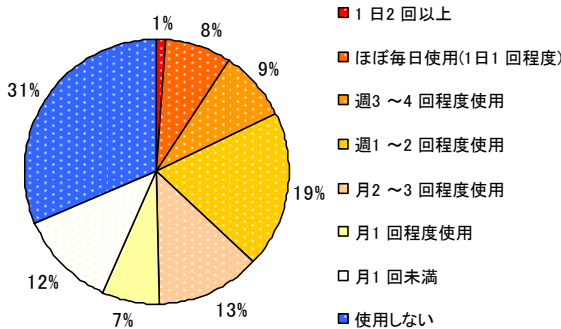
・大学生の三種の神器は、「リップクリーム」、「リフレッシュシート」、「ハンカチ」。

・「ハンカチ」を持ち歩く人と「リフレッシュシート」を持ち歩く人がそれぞれ35%ずつ。

・普段かばんの中にいれて持ち歩いている身だしなみ関連の商品を聞いたところ、最も多くあがったのが『リップクリーム』（45%）で、ついで『ハンカチ』と『リフレッシュシート』が35%ずつと同じ数字となりました。ハンカチ代わりにリフレッシュシートを使用している人も多いのかもしれませんが。

⑮ リフレッシュシート(顔や体の汗や皮脂汚れを拭き取るシート)は使用していますか？

[SA] (n =各大学100、計600)



・6大学学生のうち37%の人がリフレッシュシートを週1回以上使用していると回答。

・月1回以上使用という人は57%にも。

・リフレッシュシートをどれくらいの頻度で使用しているかを聞いたところ、37%の人が、週1回以上使用していると回答。男子大学生のリフレッシュシートの浸透が伺えました。

・また月1回以上使用しているという人は57%と過半数を超え、これから夏に向けて、ますますの需要が期待されることがわかりました。

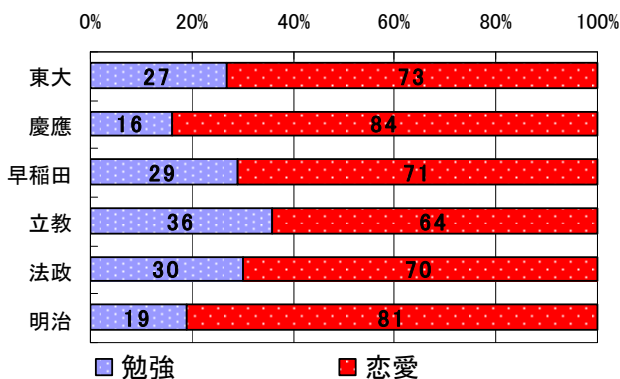
■ 恋愛への姿勢・理想の男性像

- ✓ 6大学の学生の**74%の人が**、“勉強よりも恋愛の方が難しい”と感じている
- ✓ 結婚したい年齢は、各大学差がなく、平均で**約30歳**。
- ✓ 理想の男性像は、“**親しみやすい**”、“**自然体**”、“**爽やか**”、“**面白い**”

6大学の学生に恋愛への意識などについて聞いたところ、勉強よりも恋愛の方が難しいと感じており、合コンにはほとんどいわず、30歳までに結婚できれば・・・というマイペースな姿勢がうかがえる結果となりました。また、理想の男性像はフレンドリーでナチュラルな人であることが分かりました。

⑩ 勉強と恋愛はどちらが難しいと思いますか。

[SA] (n=各大学100、計600)



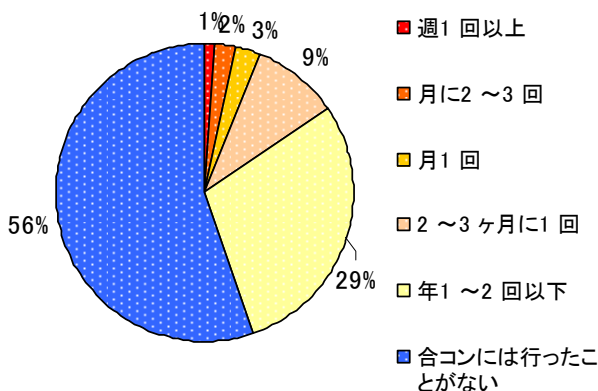
- 6大学の学生の**74%の人が**、“勉強よりも恋愛の方が難しい”と感じている。
- 最も恋愛の方が難しいと感じているのは、**慶應大学(84%)**。

・『勉強』と『恋愛』、どちらの方が難しいと思うかを聞いたところ、全体の74%の人が“勉強よりも恋愛の方が難しい”と感じていることが分かりました。6大学の学生にとって、一筋縄ではいかない『恋愛』は難しいと感じているようです。

・最も恋愛の方が難しいと感じているのは、“慶應大学”で、84%もの人が恋愛の方が難しいと感じています。

⑰ どれくらいの頻度で合コンに行きますか？

[SA] (n=各大学100、計600)

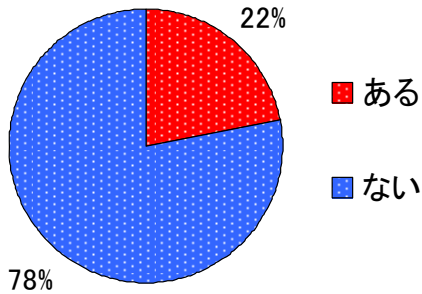


- **月1回以上合コンに行くという人はわずか6%**。
- **55%もの人が合コンに行ったことがないと回答。**
～合コンで出会いを求める人はかなり少なくなっている！？

・合コンにどれくらいの頻度で行くかを聞いたところ、月1回以上合コンに行くという人はわずか6%にとどまりました。一方、55%と過半数の人が、合コンに行ったことがないと回答し、出会いの場として、合コンを行う人がかなり少なくなってきたことが分かりました。

⑱ 浮気をしたことがありますか？

[SA] (n=各大学100、計600)



・6大学学生のうち、**22%の人が浮気経験がアリ。**

・浮気をしたことがあるかを聞いたところ、22%の人が浮気経験があると答えました。

⑲ 何歳までに結婚をしたいと思いますか。

※平均を計算

[FA] (n=各大学100、計600)

東京大学	30.3歳
慶應義塾大学	30.4歳
早稲田大学	29.8歳
立教大学	29.7歳
法政大学	29.3歳
明治大学	29.7歳
平均	29.9歳

・**結婚したい年齢は、各大学差がなく、平均で約30歳。**

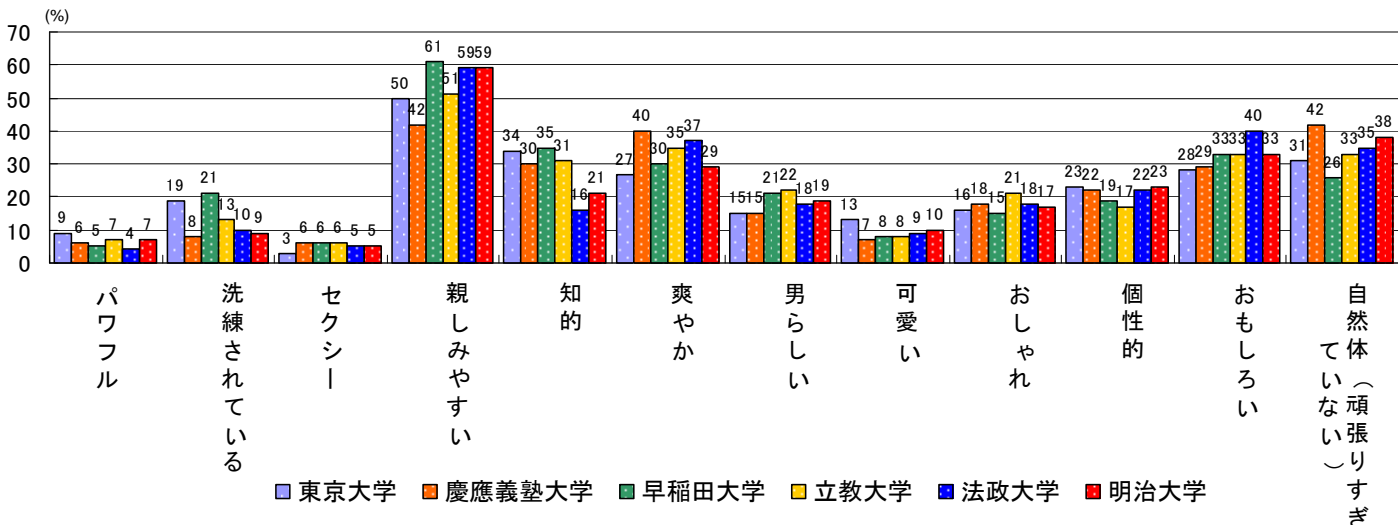
・何歳までに結婚をしたいと思うかを聞いたところ、平均して約30歳となり、大学間で差異はみられませんでした。

・晩婚化と言われる昨今ですが、大学生も結婚に対して焦らずといった感じのようです。

⑳ あなたは女性にどんな男性だと思われたいですか？

選択肢のうち、あてはまるものを3つまで選んでください。

[MA] (n=各大学100、計600)



・理想の男性像は、「**親しみやすい**」、「**自然体**」、「**爽やか**」、「**面白い**」
「**男らしさ**」や「**パワフルさ**」よりも「**ナチュラルさ**」「**フレンドリーさ**」を理想に。

・女性にどんな男性だと思われたいかを聞いたところ、『親しみやすい』を挙げた人が最も多くなりました。その他、『自然体』や、『爽やか』、『面白い』などの声が多くなり、「男らしさ」や「パワフルさ」よりも、『ナチュラル』で『フレンドリー』な男性像を目指していることが分かりました。

【番外編】スポーツ系部活・サークルはモテる！？

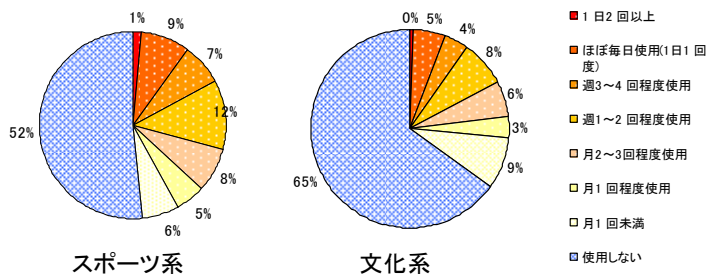
- ✓ スポーツを行う人は、フレグランス・リフレッシュシートの使用率が高く、汗のケア・臭いのケアにも気を遣っている
- ✓ スポーツ系の部活・サークルに所属する人が告白された回数は、文化系の部活・サークルの人の2倍弱。

今回の調査結果を、スポーツ系部活・サークルに所属している人と、文化系部活・サークルに所属している人で比較をしたところ、スポーツ系部活・サークルに所属している人のほうが、汗のケア・臭いのケアにも気を遣っていることがわかりました。また、スポーツ系は文化系に比べ、告白された回数が圧倒的に多く、スポーツマンの人気さがうかがえました。

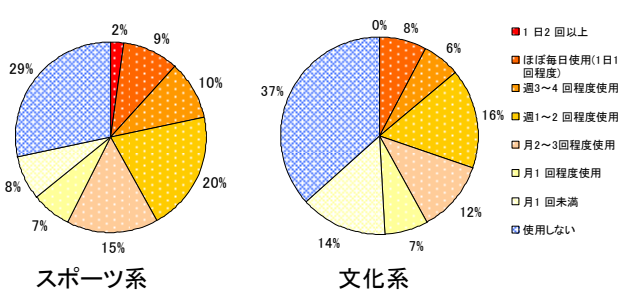
★ フレグランス、リフレッシュシート(顔や体の汗や皮脂汚れを拭き取るシート)は使用していますか？

[SA] (n=文化系208 スポーツ系312)

【フレグランス】



【リフレッシュシート】

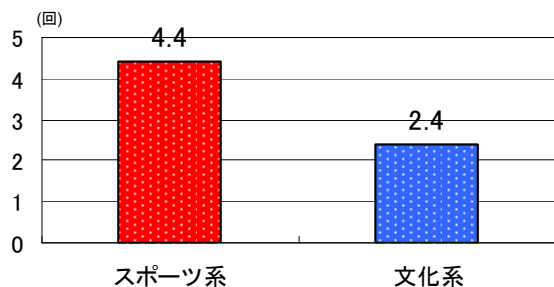


・スポーツを行う人は、フレグランス・リフレッシュシートの使用率が高く、汗のケア・臭いのケアにも気を遣っている

・フレグランス、リフレッシュシートの使用率を、文科系サークル・部活の人と、スポーツ系サークル・部活の人で比べたところ、両方ともスポーツ系の方が使用率が高い結果となりました。スポーツを行う人は、汗のケア・臭いのケアにも気を遣っていることが伺えます。

★ これまでに何回告白されたことがありますか？

[FA] (n=文化系208 スポーツ系312)



・スポーツ系の部活・サークルに所属する人が告白された回数は、文化系の部活・サークルの人の2倍弱。

・今までに告白された回数を、文科系サークル・部活の人と、スポーツ系サークル・部活の人で比べたところ、文化系2.4回に比べ、スポーツ系は4.4回と、2倍弱の差があることがわかりました。

・スポーツマンは今の時代もモテるのかもしれない。

= 参考資料:AXEについて=



■男性用フレグランス&デオドラントスプレーのリーディングブランド、AXE

“AXE”は、世界最大級の消費財メーカー、ユニリーバの日本法人ユニリーバ・ジャパンが展開する男性用化粧品ブランドで、2007年3月に“フレグランス ボ디スプレー”を発売により、日本上陸を果たしました。

本格的な香りが手軽に楽しめる「スプレータイプの新しいフレグランス」という商品特徴と、“THE AXE EFFECT(アックス エフェクト)=AXEを使った男性に女性が惹きつけられる”というメッセージを伝えるユニークな広告・販促活動により成功を収め、男性フレグランス市場を約2倍*に牽引し、男性用フレグランス&デオドラントスプレーのリーディングブランドのひとつとなっております。

2010年3月には新カテゴリー“アックス プレミアムブラックシート”を発売、総合男性用化粧品ブランドとして展開しています。

*2007年3月製品発売前後1年を比較 インテージ SRI調べ



■誰でも簡単に“ほのかにいい香り”が演出できる、スプレータイプのフレグランス

アックス フレグランス ボディスプレーは、上半身を中心に素肌に万遍なくスプレーするだけで、「全身からほのかにいい香り」という理想的な状態を、誰でも簡単に実現できるという使いやすさが特長です。フレグランスを霧にして吹き付けるアトマイザータイプのオーデコロンとは異なり、エアゾール形式のスプレー*なので、広い範囲に薄くスプレーでき、さりげなくよい香りを演出することができます。

フランス生まれのAXEですが、実は、きつい香りが苦手な日本人にもお薦めの商品設計になっているのです。

*エアゾール形式=アックス フレグランス ボディスプレーは、日本で初めて発売されたエアゾールタイプの男性用フレグランスです。

■見た目にもカッコいい、微香性のブラックシート

アックス プレミアムブラックシートは、顔と体の汗や皮脂汚れを拭き取るリフレッシュシートです。リフレッシュシートとしては珍しく、シートの色は“黒”。ハンカチのように人前でもオシャレに使って欲しいというAXEならではの視点から生まれた、ひと拭きで爽快感を実感できる微香性のブラックシートです。

今回の「プレミアムブラックシート」は、日本人男性のために開発した、世界で初めて発売となる製品です。

= 調査概要 =

(アックス リサーチ ラボ) AXE RESEARCH LAB

～ 6大学別 『恋愛・身だしなみに関する意識』 調査～

【調査対象と回収サンプル数】

東京大学、早稲田大学、慶應義塾大学、明治大学、立教大学、法政大学 大学生
男性各100人、計600人

【調査方法】 モバイル調査(調査会社の登録モニター活用)

【調査期間】 2010年4月8日(木)～4月22日(木)

【主な調査項目】

実践している身だしなみについて
恋愛や交際経験に関して
学生生活で重要度の高いものについて

ほか

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「AXE RESEARCH LAB調べ」(AXEリサーチラボ調べ)、または「AXE調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

当リリース記載のグラフ等のデータ、AXE RESEARCH LABのロゴ等の提供ご希望がございましたら下記PR事務局までお問い合わせ下さい。

〈この件に関する報道関係の皆様からのお問合せ先〉
“AXE” PR事務局 <(株)アンティル内> 担当:吉本・樋口
TEL:03-5572-6064 FAX:03-5572-6065
MAIL:axe@vectorinc.co.jp