

- 女性から見た男性のメガネ魅力度調査 -

同じ職場の男性の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

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、毎年、お盆の週はメガネの売上げが伸びます。昨年のコロナ禍においても、お盆の週は年間の週平均と比較し127%と好調でした（一店舗当たりの平均売上）。売上げ好調の要因のひとつに、ビジネスマンの客層増があげられます。会社の夏季休暇によりショッピングに行きやすいということがあります、中には長期休暇明けにイメチェンを狙ってメガネを新調するという人もいないでしょうか。

そこでZoffでは、ビジネスシーンでの男性向けメガネの販売を強化しているメガネの新調シーズンともいえるお盆週に向けて、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、20代～50代の女性800名（各年代200名）を対象に「女性から見た男性のメガネ魅力度調査」を実施しました。

調査の結果からは、多くの女性が同じ職場で働く異性のメガネのかけ替えに敏感で、場合によってはその人の印象に影響することが明らかになりました。

アンケート調査結果概要

- 女性の8割以上が同じ職場の男性のメガネが変わったことに「気づく」と回答
- 「仕事の目的ごと」や「季節ごと」のメガネのかけ替えが魅力度アップの傾向
- 特に20代～30代で「目的ごと」や「季節ごと」のメガネのかけ替えへの評価が高い
- 同じメガネを長く愛用していることがマイナスになるわけではないとの傾向も



【アンケート調査概要】

調査名：女性から見た男性のメガネ魅力度調査

日時：2021年7月21日～26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：800ss（各世代200名）

調査方法：インターネット調査

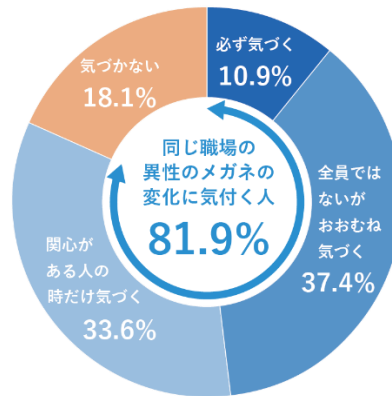
※本アンケート調査を引用いただく際は出所を明示してください。

（記載例：Zoff Eye Performance Studio調べ「女性から見た男性のメガネ魅力度調査」）

女性の8割以上が同じ職場の異性のメガネが変わったことに「気づく」と回答

同じ職場で働いている異性がメガネを変えた時、「必ず気づく」が10.9%、「全員ではないが、おおむね気づく」が37.4%と、合わせてほぼ半数が「気づく」と回答。さらに「関心がある人の時だけ気づく」の33.6%まで入れると8割を越えており、異性のメガネのかけ替えに対し、多くの女性が敏感である実態が明らかになりました。

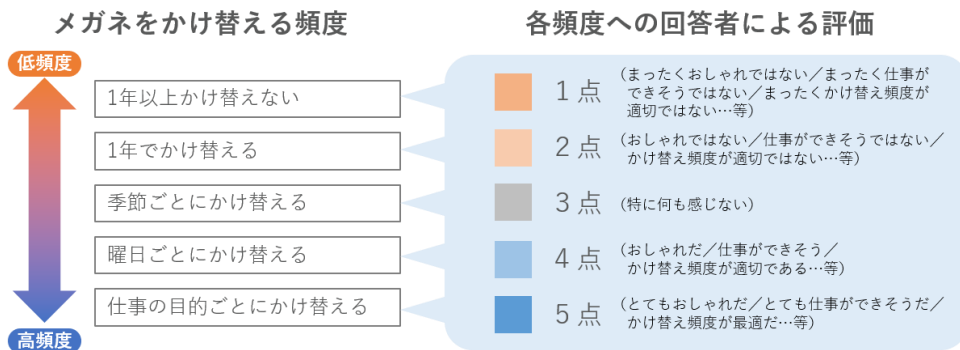
同じ職場で働いている異性が
眼鏡を変えた時、気づくか（全年代）



20代～50代の女性 各世代200名 n=800

「仕事の目的ごと」や「季節ごと」のメガネのかけ替えが魅力度アップの傾向

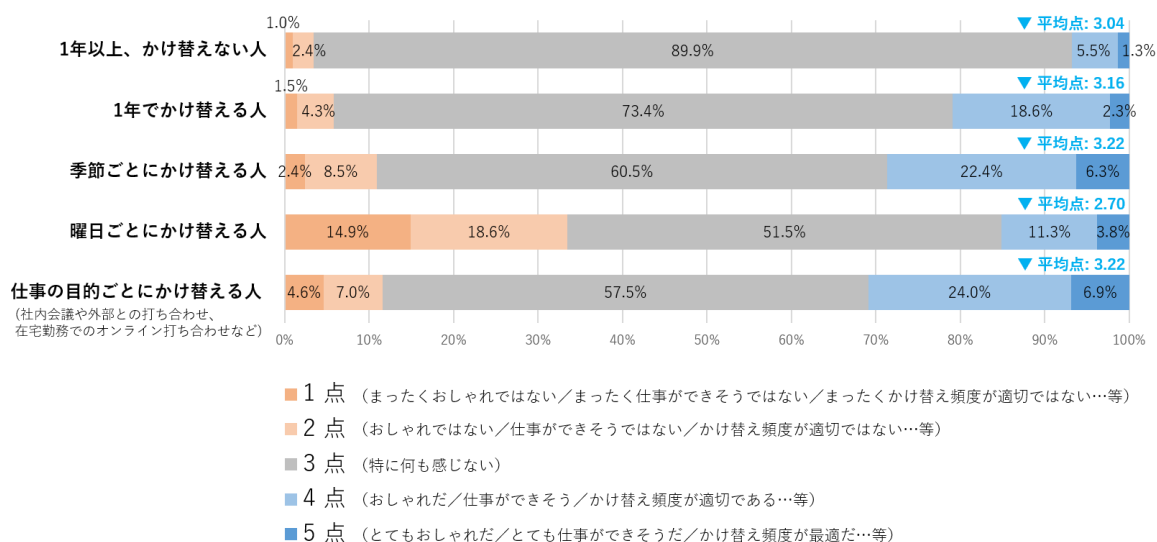
メガネのかけ替え頻度の違いで同じ職場で働く異性に対する魅力が変化するかを調べるために、主なかけ替えの頻度ごとにおしゃれと感じたり、仕事ができそうと感じたりといった魅力度を5段階で評価してもらいました。



その結果、魅力度が高まる傾向にあったのは社内会議や外部との打ち合わせ、オンラインでの打合せなど「仕事の目的ごとにかける人」で、4点以上の評価をつけた人が30.9%で、平均点は3.22でした。当調査では、「同じ職場のメガネをかける男性を魅力的に感じる理由」も尋ねており、その回答では『目的に対してメガネを変えていることに、こだわりとおしゃれさを感じる』『下心ではなく、仕事をスムーズに行うためにメガネを掛け替える姿は、仕事にしっかり向き合っている表れ』といった、上記結果を支持する内容も確認できました。

また「季節ごとにかける人」も4点以上の評価が28.7%、平均点は3.22と魅力度が高い数字になっています。一方、「4点」以上の評価をつけた人が最も少なかったのは「1年以上かけ替えない人」で6.8%、平均点は3.04という数字でした。ただ「曜日ごとにかける人」は、2点以下の人が33.5%と高い数字になっており、平均点は最も低い2.70でした。目的が分かりにくいかけ替え頻度は、魅力度が低くなる傾向が伺えます。

メガネのかけ替え頻度による同じ職場の異性の魅力変化（全年代）

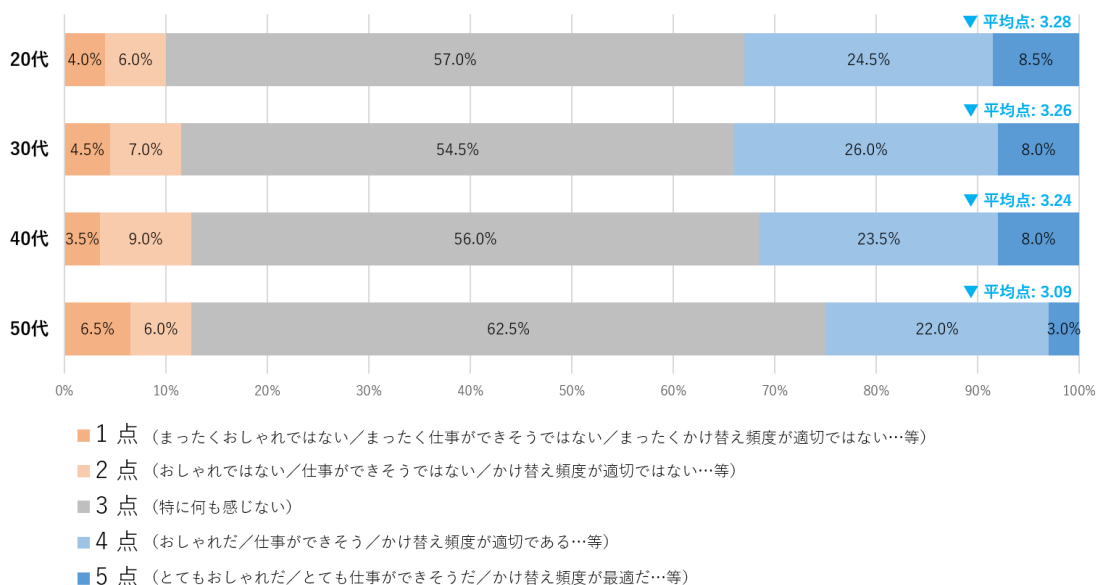


特に20代~30代で「目的ごと」や「季節ごと」のメガネのかけ替えへの評価が高い

4点以上の評価をつけた人が最も多かった「仕事の目的ごとにかけ替える人」について年代別の評価を見ると、30代で4点以上が最も多く34.0%、20代で33.0%となっており、特に20代~30代の女性視点での評価が高まることが分かります。

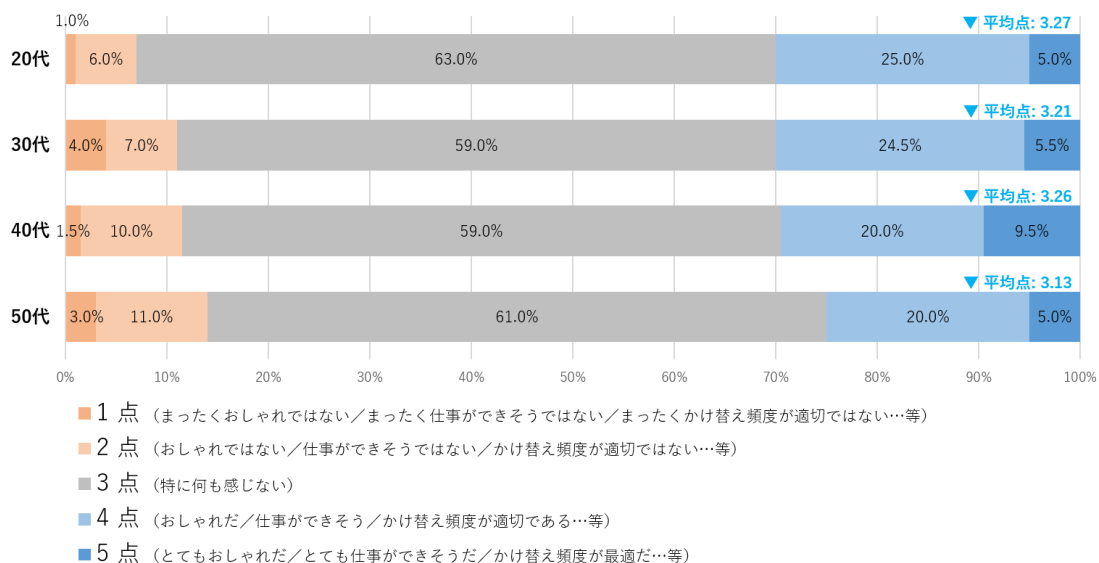
メガネのかけ替え頻度による同じ職場の異性の魅力変化（年代別）

仕事の目的ごとにかけ替える人 (社内会議や外部との打ち合わせ、在宅勤務でのオンライン打ち合わせなど)



「季節ごとにかけ替える人」に対する評価でも年代別では、20代、30代とともに4点以上の評価が30%と高くなっており、同様の傾向が見られました。

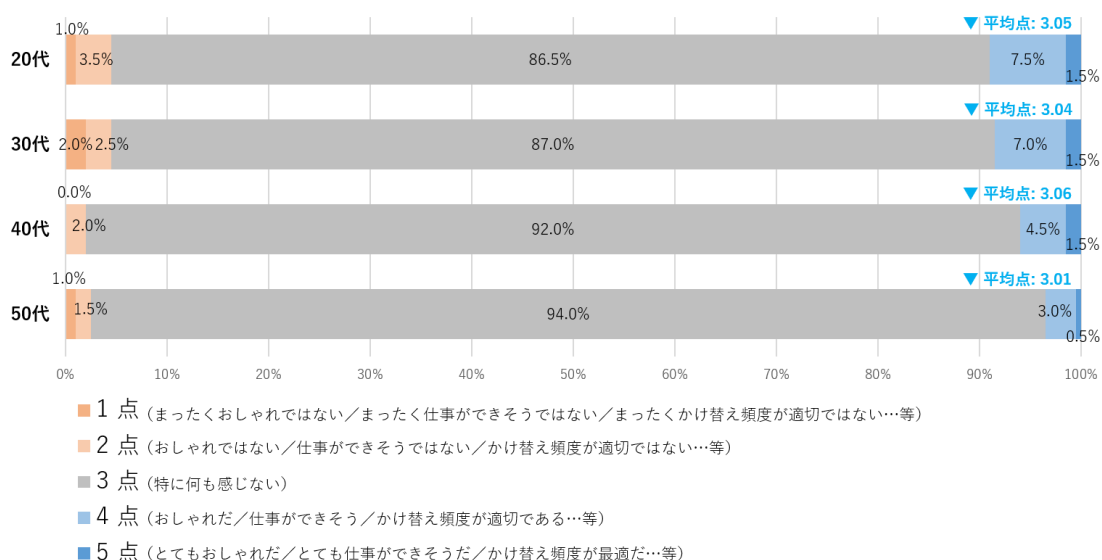
メガネのかけ替え頻度による同じ職場の異性の魅力変化（年代別）
季節ごとにかけ替える人



同じメガネを長く愛用していることがマイナスになるわけではないとの傾向も

「1年以上かけ替えない人」に対する評価でも、4点以上の評価が20代で9.0%、30代で8.5%と他の年代に比べると高い数字になっていますが、全年代で4点以上の評価が少ない結果となっています。一方で、2点以下の評価をつけた人も少ないのが特徴で、同じメガネを長くかけ続けていても悪い印象にはならないことがわかりました。

メガネのかけ替え頻度による同じ職場の異性の魅力変化（年代別）
1年以上、かけ替えない人



メガネで手軽に印象操作が可能。なりたい自分をメガネで叶えられる？！

8割もの女性が同じ職場で働いている異性のメガネのかけ替えに気づくとの調査結果が示す通り、実は「メガネは印象操作」にも使えるアイテムなのです。メガネは洋服ほど選ぶのに慣れていないお客様がほとんどなので、店舗ですらっと並ぶメガネを見て、自分に似合うメガネがわからなくてお困りのお客様もいらっしゃいます。そういった場合はぜひスタッフに「なりたい自分」「見せたい印象」をお伝えいただければと思います。メガネを選ぶプロがマンツーマンでメガネ選びのお手伝いをさせていただきます。今回の調査により、仕事の目的ごとや季節ごとのかけ替えは「おしゃれ」「仕事ができそう」などプラスの魅力に感じる女性が多いということが明らかになった通り、積極的に印象を高める手軽な方法としてメガネを活用いただければと思います。

<目的や季節から見たメガネトレンド>

今回特に30代の女性で「仕事の目的ごと」にメガネを替えることに対し「魅力が高まる」という方が多くいましたので、30代男性に実際のところどういったメガネが人気か、各カテゴリーごとにベスト3を紹介します。

メンズおすすめ商品特設サイト：<https://www.zoff.co.jp/shop/contents/men.aspx>

・社内・社外の打ち合わせ時には、しっかりした印象になるメタル系フレーム

会議や商談など、きちんとした場面ではメタル系のフレームが好まれます。スーツとの相性も抜群です。



ZY182007_14F1



ZY212006_72F1



ZO211009_14E1

・オンラインミーティングでは、長時間の着用でも苦にならないZoff SMART×ブルーライトカットレンズが最強

発売以来ベストセラーをも誇るZoff SMARTシリーズは、超軽量で強度としなやかさを兼ねた高機能プラスチックのフレーム。Zoffではブルーライトが無料で選択できるので、ビジネスマンとして1本は持っておきたいPCメガネです。



ZJ71017_B-1



ZJ71012_B-1B



ZJ191007_14F1

・カジュアルシーンで人気のZoff CLASSIC

メガネのトレンドでもあるCLASSICフレームは、オフシーンでも活用間違いなしのファッションアイテム。こだわりが感じられるフレーム選びで差をつけよう！



ZA201014_14E



ZA201016_49A1



ZK192001_14E1