

想いを伝えられない日本人？**自分の想いを「十分に伝えられている」人はわずか2.7%!?****日本人女性の“想い”と“言葉”に関する調査****あなたの想いは届いていますか？****～Attenir Short Movie「Returned Letter-届かない手紙-」発表～**

今年ブランド創業25周年を迎えた株式会社アテナ（所在地：神奈川県横浜市栄区飯島町 53 代表取締役社長：須釜 憲一）は、このたび全国の20代～60代の女性600名に対し「日本人女性の“想い”と“言葉”に関する調査」をインターネットを通じて実施いたしました。

アテナは、ブランド創業以来一環して、お客様一人一人の“想い”に向き合い、それらの“想い”に応える形で様々な商品・サービスを生み出して参りました。今年25周年を迎え、改めてこの企業姿勢を見つめ、これからもお客様一人一人の“想い”に真摯に向き合いつづけるブランドであり続けるために、このたび日本全国の女性を対象に「想い」をテーマとした調査を実施いたしました。

その結果、多くの日本人女性が“想い”を言葉に出して伝えることが苦手だと感じており、また“想い”を十分に伝えられないもどかしさを抱えているという実態が明らかになりました。

この実態をふまえ、アテナでは日本人女性に向けて“**想いはきっと伝わる**”というブランドからのメッセージを広く発信すべく、ショートムービーを制作し6月3日（火）よりアテナオンライン（<http://www.attenir.co.jp/movie>）にて本調査結果とともに公開いたします。お客様の想いから最高の商品が誕生したエピソードを元にした、一人の女性が成長の過程で、自分自身の“想い”と向き合い変化していくストーリーを通じて、このメッセージをご体感ください。

＝調査結果ダイジェスト＝**■自分の想いを他人に「十分に伝えられている」と思っている人はわずか2.7%!**

- 日本人女性は自分の想いを言葉で伝える事が苦手な傾向に!?
- 日本人女性は空気の読みすぎ!?想いを伝える事が苦手な理由の上位は、伝え方やタイミングが分からないから。
- 自分の頭に浮かんだ想いのうち、他人に伝わっているのはわずか18.6%!?
- 頭の中に浮かんだ想いを言葉にして伝える手段として、SNSを利用している人は7.0%という結果に。

■“想い”を飲み込む日本人～多くの女性が想いを言葉に出さず、後悔した経験がある

- 93.2%が想いを言葉にせずに飲み込んだ経験がある。
- さらに、63.1%が、自分の想いを伝えず後悔した経験があり、友人関係においての後悔が一位という結果に。
- 伝えられなくて後悔した想いは「相手に対する自身の望み・希望」が第一位に。
- 想いを言葉にだして伝える量が最も少なかった時期は「中高生」の時。

**■“想い”を言葉で伝える事は重要だと思っている人は8割以上、
相手にも伝えて欲しいと感じている人が多数**

- 84.7%が想いを伝える事が重要だと感じており、その理由の一位は「相手に自分の事を理解してもらうため」
- また、83.2%が相手にも想いを言葉にして欲しいと感じている。
- さらに、92.3%が「想いをストレートに伝えてくれる人」を好ましいと感じる結果に。
- 自分の想いを「伝えられている」と回答した人で「幸福だと感じる」と回答した人は79.5%。

■Attenir Short Movie「Returned Letter-届かない手紙-」6月3日公開

株式会社アテニアは、創業25周年を迎えた2014年、お客様との想いに向き合い形にし続けてきたブランドとして新たに“おしみなく、うつくしく。”というブランドコンセプトを定めました。

お客様の想いに応えることそれは、お客様の「美しくなりたい」という想いに真摯に向き合うことでもあります。“おしみなく、うつくしく。”というブランドコンセプトには、一人一人のお客様に最高の化粧品をおしみなく使っていただき、おしみなく美しくなっていたきたいというアテニアの想いが込められています。

今回「日本人の想いと言葉に関する調査」でも明らかになった、想いを伝えられない日本人女性にむけてこのメッセージを広く伝えるために、アテニアでは主力商品でもある『インナーエフェクターEX』の開発秘話に着想を得たショートムービーを制作し6月3日(火)より、アテニアオンライン(<http://www.attenir.co.jp/movie>)ならびにYoutubeチャンネル(<https://www.youtube.com/user/JpAttenir>)上で公開いたします。

ストーリー

誰しもが頭の片隅にある、子供時代の記憶。小学校の教室からそのストーリーはスタートします。ざわめく教室。一心に鉛筆を走らせる一人の少女。その手元では友人にむけた何気ない“想い”を綴る手紙がしたためられています。チャイムがなり静まる教室、そして少女の前に立つ担任の先生。少女の“想い”のつまった手紙は、教師によって取り上げられ、少女の手から離れてしまいました。成長した少女はその時を振り返ります。「言葉にするとつまらなくなりそうだった。」懸命に綴る想い、でもその想いが届かない経験は、少女が年齢を重ねるにつれて増えてゆきます。少女の成長過程で、訪れる様々な出会いや別れ。その中で積み重なってゆく“届かない手紙”。徐々に自分の想いを形にすることをしなくなってゆく少女。でも、あるとき変化が訪れます。想いを伝えることに臆病になってしまった日本人女性にむけて、「それでも想いは届く」というメッセージを、一人の女性が成長する姿に込めました。



【動画概要】

タイトル	: アテニア ショートムービー「Returned Letter-届かない手紙-」
公開日	: 2014年6月3日(火)
URL	: アテニアオンライン http://www.attenir.co.jp/movie Youtubeチャンネル https://www.youtube.com/user/JpAttenir ※6月3日より新規開設

エピソード

実は、今回のストーリーは、アテニアが1999年に発売した『インナーエフェクター』(※現、インナーエフェクターEX)という商品の開発秘話に着想を得て制作されたものです。この『インナーエフェクター』は、アテニアに届いた一人のお客様からの手紙をきっかけに開発された商品です。

「たっぷり使える質の高い美容クリームがほしい」この“想い”に応えるべく、2年の歳月をかけて開発され、生み出された商品は、発売以来15年間、リニューアルを重ねながら、多くのお客様から愛されるアテニアの主力商品へと成長しました。

アテニアに届いた1通の手紙。この手紙がモチーフとして、本ムービーの中にも登場します。

【参考】アテニア「インナーエフェクターEX」に関して

アテニアは、お客様に最高の化粧品をおしみなく使っていただきたいという創業時からの変わらぬ想いを大切に、厳選された美容成分を贅沢に配合しながらも肌へのやさしさにこだわり、お求めやすい価格を実現した＜価格以上の価値ある＞化粧品を提案しています。中でも高機能と充足感を携えたプレステージ総合美容クリーム「インナーエフェクターEX」【12,960円(税込)】は、常にお客様の声を反映して1999年の発売より進化を続けてまいりました。

加齢に伴う複合的な肌ダメージに立ち向かうため、“生命力”と“成長力”に着目した新理論を構築。コクのあるリッチなテクスチャーと心地よいほのかなフローラルの香りによるお手入れで、ハリと輝きに満ちた美しさへと導く最高峰の美容クリーム。



=====【商品概要】=====

『インナーエフェクターEX』(プレステージ総合美容クリーム)
35g 約2ヶ月分(夜のみ) スパチュラ付
12,960円(税込)

- 弱酸性・無着色・合成香料不使用・無鉱物油・パラベンフリー・アルコールフリー
(色・香りは天然の成分によるものです)
- アレルギーテスト済み
(すべての方にアレルギーが起きないわけではありません)
- 肌にうるおいを与えて乾燥による小ジワを目立たなくし、※ハリ、弾力に満ちた肌を保ちます。

※効能評価試験済み

■アテニアに関して

2014年、創業から25周年を迎えたアテニアは、厳選された美容成分を贅沢に配合しながら、肌へのやさしさやお求めやすい価格を実現した化粧品、そして充実したファッショングッズなど、世界に通用するBeauty & Fashion Brandを目指しています。創業当初より「お客様の立場に立ち、お客様の声に応えながら共に製品を創りあげる」ことをかけ、通信販売を中心に多くのお客様からの評価にささえられて今日をむかえました。

創業から四半世紀を迎える本年、この理念をあらためて表現すべく「おしみなく、うつくしく。」というブランドメッセージを定めました。お客様に最高の化粧品をおしみなく使っていただきたい。そして、おしみなく美しくなっていたきたいという“想い”を込めて、お客様ひとりひとりの“想い”に応え続けるブランドとしての使命を果たしてまいります。

<動画、調査に関する報道関係の皆様からのお問合せ先>

アテニア PR事務局(株イニシャル内)担当: 筑摩・吉木・村木
TEL:03-5572-6064 /FAX:03-5572-6064
Mail:attenir_pr@vectorinc.co.jp

<商品に関する報道関係者からのお問い合わせ先>

株式会社アテニア 広告宣伝部PRグループ
間崎 美佐(mimasaki@fancl.co.jp)
〒231-0023 横浜市中区山下町89-1-9F
TEL:045-226-1634 / FAX:045-226-1459

<商品に関する読者からのお問い合わせ先>

アテニア美容相談室
☎ 0120-165-333
www.attenir.co.jp

PART1 日本人女性の、想いを伝えることに関する実態 ～日本人女性は想いを伝えるのが苦手!?～

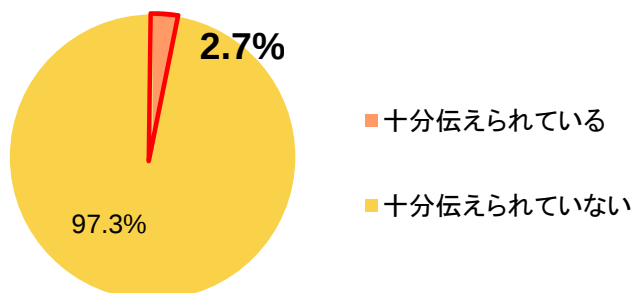
- 自分の想いを「十分に他人に伝えられている」と思っているのはわずか2.7%！
- 日本人女性は空気の読みすぎ!? 苦手な理由の上位は、伝え方やタイミングが分からないから。
- 自分の頭に浮かんだ想いのうち、他人に伝わっているのはわずか18.6%!?
- 頭の中に浮かんだ想いを言葉にして伝える手段として、SNSを利用している人は7.0%という結果に。

まずはじめに、日本人女性の、想いを伝えることに対する意識を調査しました。
自分の想いを「十分に伝えられている」と思う人はわずか2.7%にとどまり、自分の想いを“言葉”にして他人に伝えるのが「得意」だと感じている人は22.7%という結果になりました。得意ではないと感じる理由として「伝えるのが難しいと感じる」「自分の想いを正しく表現するボキャブラリーがない」などの回答が上位に上がり、相手へ自分の想いを言葉にして伝える方法に関しても悩みを持っている女性が多い事が判明しました。また、想いを伝える手段として、FacebookやTwitter, BlogなどのSNSをよく利用するという回答は7.0%にとどまり、半数以上が実際に会う事で想い伝えているという事が分かりました。

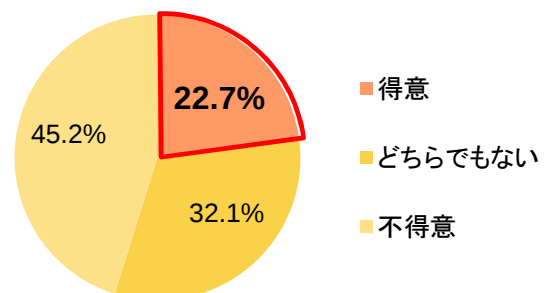
■日本人女性は想いを伝える事が苦手な傾向に!? 十分想いを伝えられていると思っているのはわずか2.7%

回答者全員に、想いを言葉で伝える事について聞いたところ、9割以上の日本人女性が十分伝えられていないと感じており、得意だと感じている人は22.7%にとどまるという結果となりました。

Q1. あなたは自分の想いを十分に他人に伝えられていますか？ (SA/n=600)



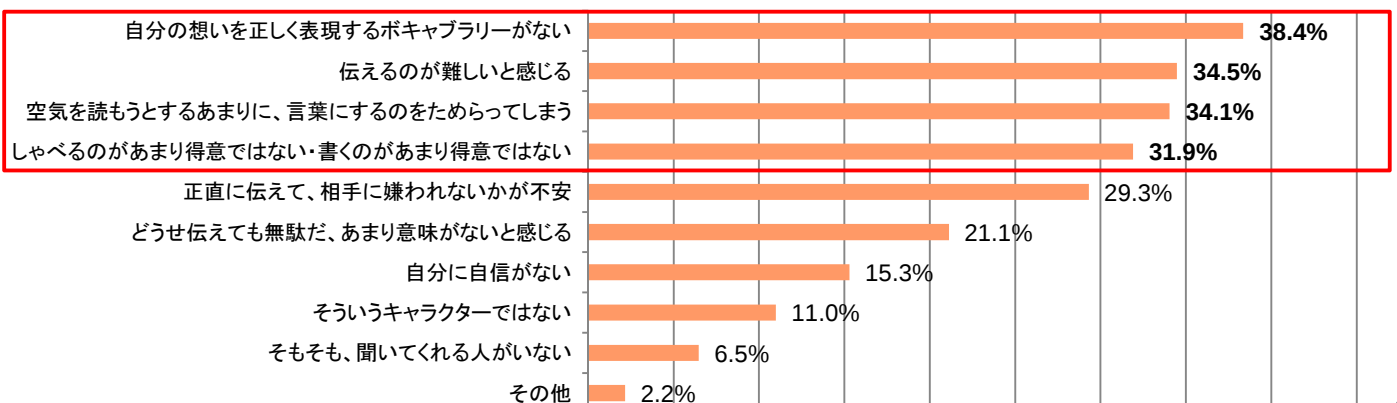
Q2. あなたは自分の想いを言葉にして他人に伝えるのは得意ですか？ (SA/n=600)



■空気の読みすぎ!? 苦手な理由は、伝え方やタイミングが分からないから。

得意でないと感じる理由の上位には「ボキャブラリーがない」「難しい」「空気を读もうとするあまりにためらう」と自信のなさが表われた回答が上位に。言葉やタイミングが分からず、空気を读もうとするあまり、伝える事に苦手意識を持つ日本人女性が多い傾向にあるのかもしれない。

Q3. 想いを、言葉にして伝える事が得意ではない理由は何ですか。
(MA/n=464 : Q2で想いを伝えるのが得意と回答した人以外)

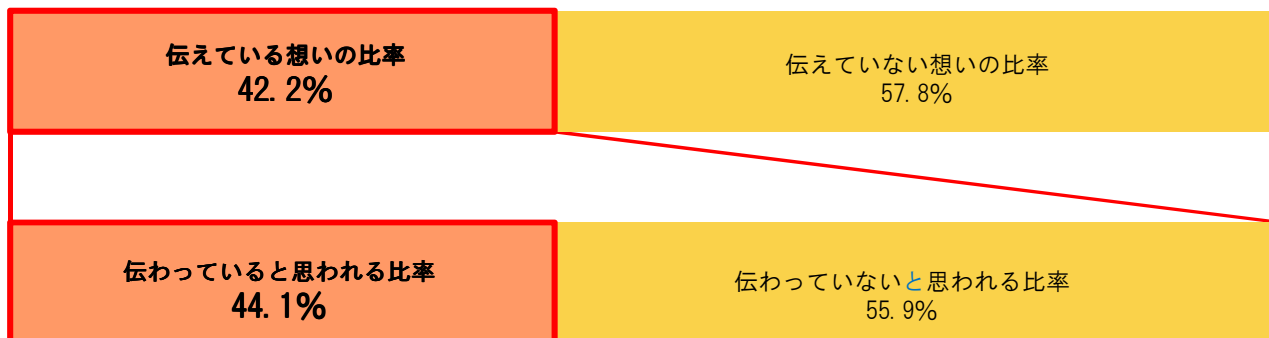


■自分の頭に浮かんだ想いのうち、相手に伝わるっているのは約18.6%

回答者全員に、想いを言葉で伝える割合と、そのうちどれ位の想いが相手に伝わっているかを質問しました。頭の中に浮かんだ想いの内、伝えている想い平均42.2%のうち、相手に伝わっていると感じるのは平均44.1%という結果から、相手に伝わる想いは約18.6%となりました。

Q4あなたは、想いのうち何割を相手に伝えていきますか？（FA/n=600）※全体平均値で算出

Q5その内、何割が相手に伝わっていると思いますか？（FA/n=600）※全体平均値で算出



42.2% × 44.1% = 伝わっている想いは18.6%

■SNSは“想い”を伝える手段になりにくい!? 伝達手段1位は「会話」

回答者全員に、想いを伝える時に使用する連絡手段を聞いたところ、「実際に会って会話をする(52.0%)」人という回答が半数以上を超え、圧倒的に選択する人が多い結果となりました。

近年、気軽なコミュニケーションツールとして利用者が急増している、「Facebook、Twitter、ブログなどのSNS」を利用するという回答は7.0%にとどまり、「会話」の7分の1以下。同時に多数に向けて気軽に情報を発信するツールであるSNSは、“想い”を伝える手段としては選ばれにくいのかもかもしれません。

Q6あなたは想いを、言葉にして伝える為にそれぞれの手段をどれくらい利用しますか。（SA/n=600）※それぞれの利用手段に対し、利用頻度を質問

【よく利用する手段】

	想いを伝える手段	よく利用する
1位	実際に会って会話をする	52.0%
2位	メール、チャット、SMSなどで伝える	30.0%
3位	電話で伝える	15.8%
4位	Facebook、Twitter、Blog等のSNSで伝える	7.0%
5位	手紙を書いて伝える	6.0%

PART2 想いを言葉にして伝える経験 ～半数以上が想いを伝えず後悔した経験アリ～

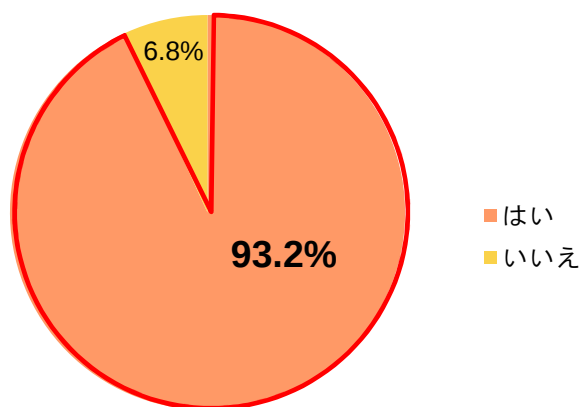
- 93.2%が想いを言葉にせず飲み込んだ経験がある。
- 63.1%が自分の想いを伝えず後悔した経験があり、友人関係においての後悔が一位という結果に。
- 伝えられなくて後悔した想いは「相手に対する自身の望み・希望」が第一位に。
- 想いを言葉にだして伝える量が最も少なかった時期は「中高生」の時。

次に、想いを伝えることに対して後悔した経験に関して調査をしました。93.2%が自分の想いを言葉にせず飲み込んだ経験がある事が分かりました。「中高生」の時に、想いを伝える量が最も少なかったと感じている日本人女性が多いという傾向も分かりました。さらに、想いを伝えなかった事により、6割以上が後悔した経験を持っており、特に「相手に対する自身の望み・希望」を伝えられなかった事に後悔を感じる女性が多いようです。

■ 想いを言葉にせず飲み込んだ経験のある女性は93.2%

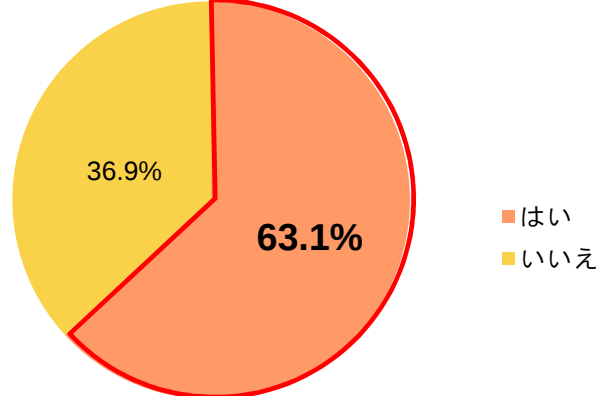
■ そのうち60%以上の方は、伝えなかったことによる“後悔”を経験

Q7. あなたは、頭の中に浮かんだ想いのうち、実際に言葉として外に発さずに、自分の中で飲み込んだ経験はありますか。（SA/n=600）



Q8. あなたは、頭の中に浮かんだ想いを、実際に言葉に出さなかったことで、後悔した経験はありますか。

（SA/n=559：Q7ではいと経験した人559）

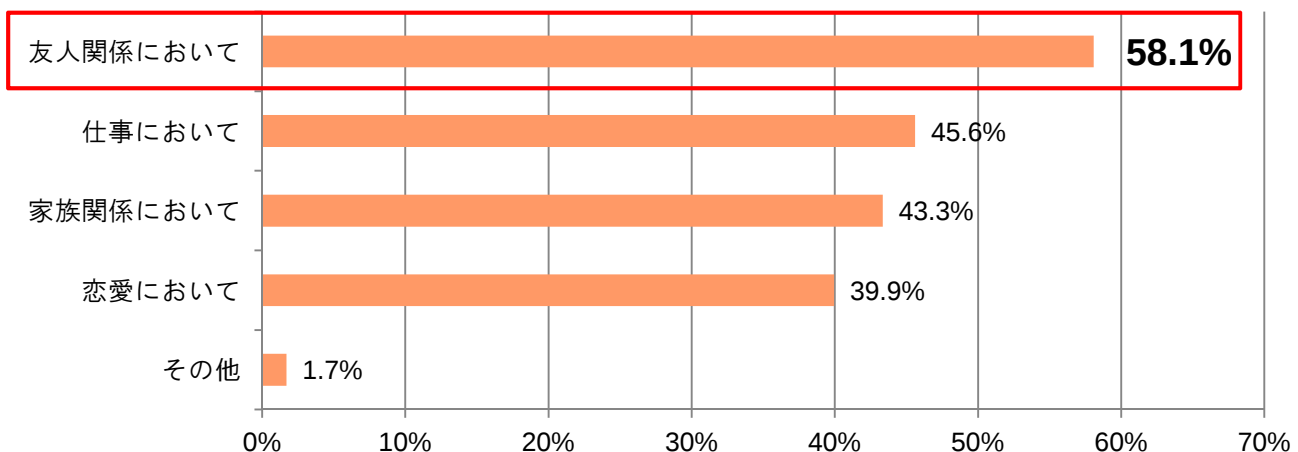


■ 想いを伝えなかった事で後悔したのは「友人関係」においてが一位

「友人関係において」想いを伝えず後悔したことがある人が半数以上を越え、家族関係や仕事においても、4割以上の方が想いを伝えず後悔したことがあることが分かりました。

Q9. 後悔したと感じたのは、どのようなシチュエーションですか。

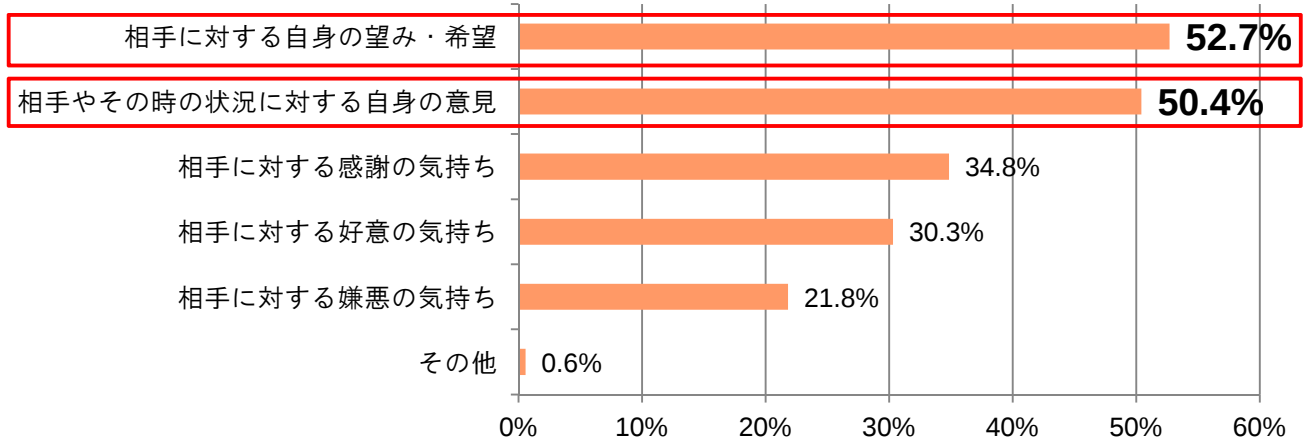
（MA/ n=353: 想いを伝えなかったことによる後悔を感じている人）



■自分の意見を伝えなかったことへの後悔が最も多いという結果に

「相手に対する自身の望み・希望」や「相手やそのときの状況に対する自身の希望」など、こころに浮かんだ想いを言葉にしなかったことによる後悔が多いことが分かりました。

Q10. あなたが経験した後悔は、どのような想いを伝えなかった事による後悔ですか。当てはまるものすべてを選択ください。（MA/n=353：想いを伝えなかったことによる後悔を感じている人）



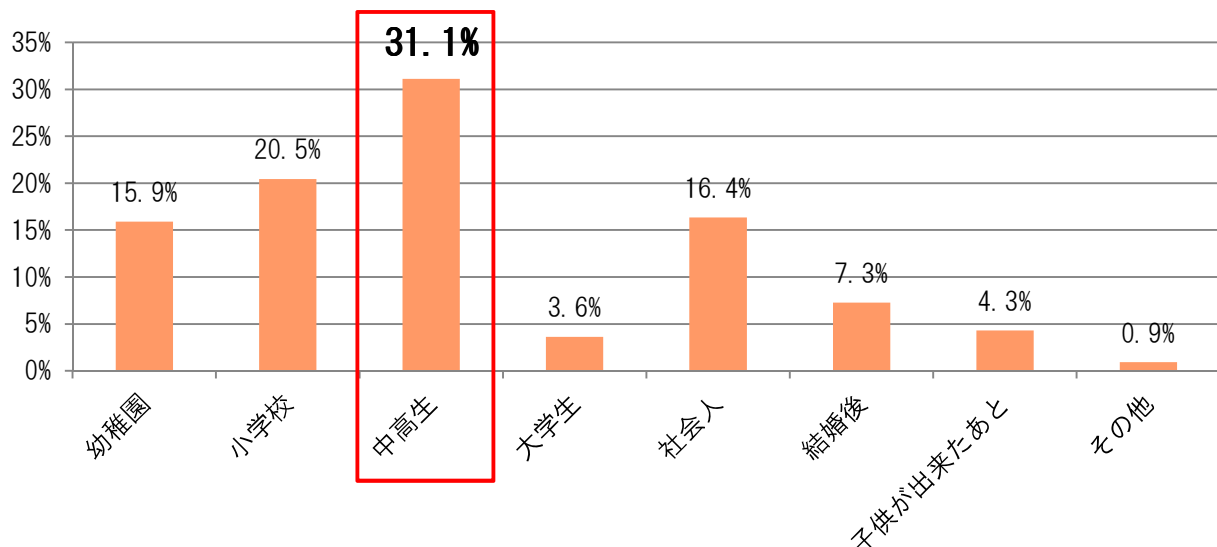
■想いを言葉にだして伝える量が最も少なかった時期は「中高生」

回答者全員に、これまでの人生でそれぞれの時期における、想いを伝える量の変化について質問したところ、7割以上が子供の時と現在では想いを伝える量は変化していると回答しました。また、最も少なかった時期を質問したところ、一番想いを伝えられていなかったと感じている時期は「中高生」という結果になりました。

. Q11あなたは子供時代と、現在とを比較して想いを伝える量が変化したと感じますか？（SA/n=600）



. Q12これまでの人生で、最も想いを言葉に出して伝える量が最も少なかった時期を選択ください。（SA/n=440：Q11で想いを伝える量が変化した人）



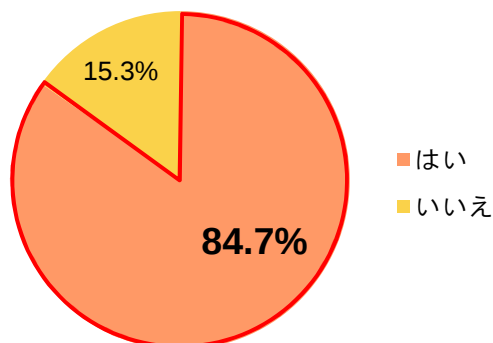
PART3 想いを言葉にして伝える重要性 ～想いを伝える事の重要性が明らかに～

- 84.7%が想いを伝える事が重要だと感じており、その理由の一位は「相手に自分の事を理解してもらうため」
- また、83.2%が相手にも言葉にして欲しいと感じている。
- さらに、92.3%が「想いをストレートに伝えてくれる人」を好ましいと感じる結果に。
- 自分の想いを「伝えられている」と回答した人で「幸福だと感じる」と回答した人は79.5%

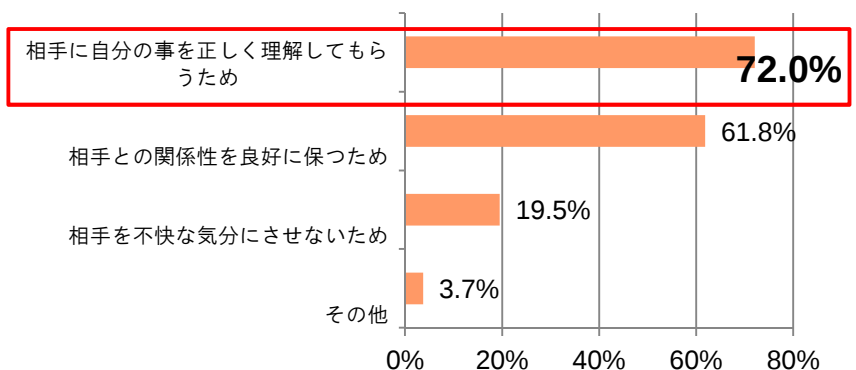
最後に、言葉にして伝えることの重要性についての調査を行いました。想いを言葉にして伝えることが重要だと感じている人は84.7%に及び、その理由として「相手に自分のことを正しく理解してもらうため」と考えている人が7割以上という結果となりました。また、8割以上が相手にも言葉にして伝えてほしいと感じており、9割以上が「想いをストレートに伝えてくれる人」を好ましいと感じているという事が明らかになりました。想いを言葉にすることが得意ではないと感じていながらも、その重要性を感じている女性が多いようです。

■想いを言葉にすることが重要だと感じているのは84.7% 理由は「自分の事を正しく理解してもらうため」

Q13あなたは、想いを伝えることが重要だと感じていますか。（SA/n=600）

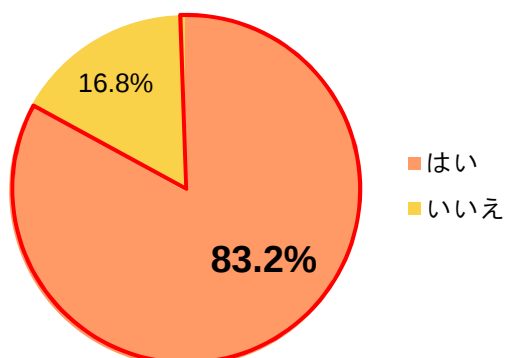


Q14. 想いを、伝える事が重要だと感じる理由は何ですか。（MA/n=508：想いを伝える事が重要だと感じている人）

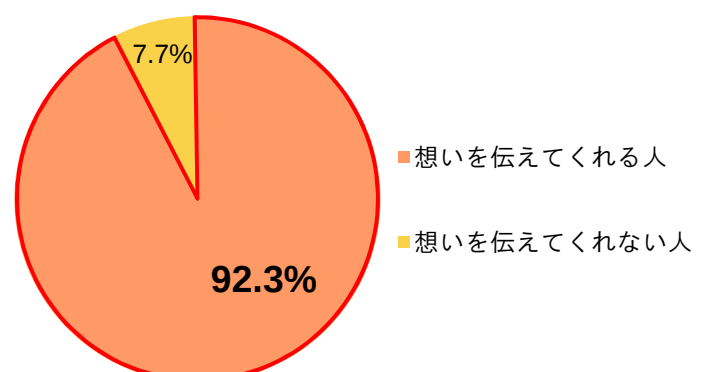


■想いを伝えられる人は好ましく思われる傾向に!?

Q15. あなたは、自分の周囲の人に想いを言葉にして伝えてほしいと感じますか。（SA/n=600）



Q16. あなたは、想いをストレートに伝えてくれる人と伝えてくれない人、どちらの人が好ましいと思いますか。（SA/n=600）



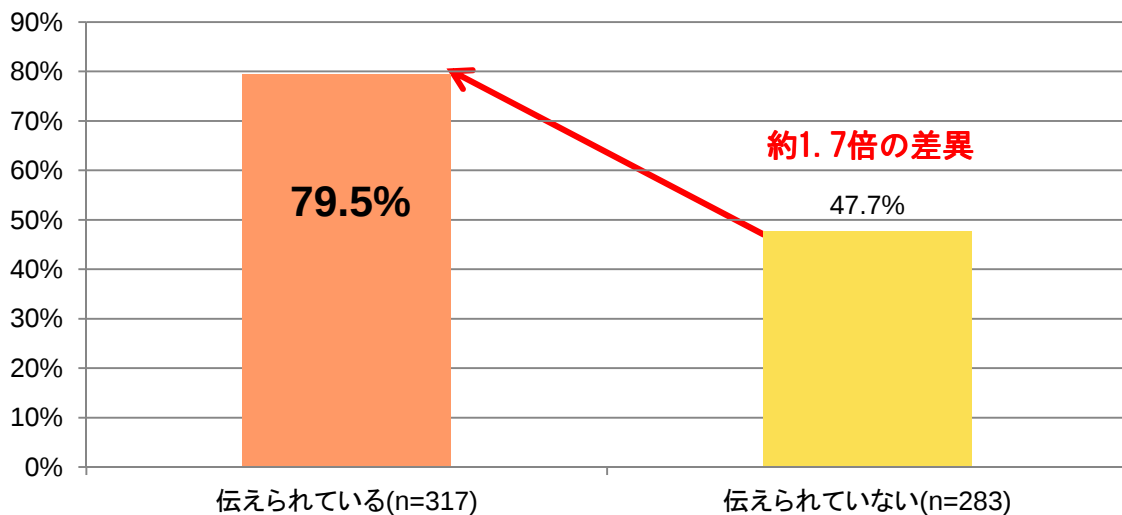
■想いを伝えられる女性は幸福な傾向に!?

回答者全員に対して、自分の想いを伝えられているかと、現在感じている幸福度を質問したところ、想いを伝えられていると感じている女性ほど、人生に幸福感を感じている傾向にある事が分かりました。

Q1. あなたは自分の想いを他人に伝えられていますか? (SA/n=600)

Q17あなたは今自分の人生を幸福だと感じていますか? (SA/n=600)

Q17で「幸福だと感じている」と回答した人



【調査概要】

【調査対象と回収サンプル数】 全国の20～60代の女性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4月～5月

【想い定義】 頭の中で考える自分自身の本音や気持ち

※当リリース記載のグラフ等のデータの提供ご希望がございましたら、PR事務局までお問い合わせください。

※本ニュースリリースに記載されている調査結果に掲載に関しては、「アテナ」調べと記載ください。

＜動画、調査に関する報道関係の皆様からのお問合せ先＞

アテナ PR事務局(株イニシャル内)担当: 筑摩・吉木・村木
TEL: 03-5572-6064 / FAX: 03-5572-6064
Mail: attenir_pr@vectorinc.co.jp

＜商品に関する報道関係者からのお問い合わせ先＞

株式会社アテナ 広告宣伝部PRグループ
間崎 美佐 (mimasaki@fancl.co.jp)
〒231-0023 横浜市中区山下町89-1-9F
TEL: 045-226-1634 / FAX: 045-226-1459

＜商品に関する読者からのお問い合わせ先＞

アテナ美容相談室
☎ 0120-165-333
www.attenir.co.jp

【参考】日本人女性の“想いを”“言葉”で伝えるコミュニケーションについて1/2

今回の調査では、日本人女性は想いを言葉で伝える事が苦手であるという実態が分かりました。
実際の日本人女性の“想い”を“言葉”で伝えるコミュニケーションについて、心理コンサルタント/コミュニケーション学研究者である晴香葉子先生にお話を伺いました。



【プロフィール】

晴香葉子 はるかようこ

作家/心理コンサルタント/コミュニケーション学研究者

著書は75万部を突破し、海外でも出版。カウンセリング実績1万時間。社会データの収集/分析/研究を続け、メディア監修/出演実績多数。現在は、心理学・社会心理学・コミュニケーション学・心理統計学などの知識と、カウンセリング実績をベースに、心理コンサルティングを行っている。新刊「もてる『星の王子さま』効果 女性の心をつかむ18の法則」(講談社+α新書)が発売中。

■日本人女性は想いを伝える事が苦手！？

●想いを伝えるのが苦手。その背景には「ディスコミュニケーション」の経験が

心理学では、プラスの経験よりもマイナスの経験の方が、強く印象に残るといわれています。ネガティブな経験は想起されやすく、「伝える」という行動の消極性の原因になります。

また、日本人は、自分の意見を主張する事で嫌われたり、誤解されたりするくらいなら、黙っていることを選択する人が多いとも言われています。その結果、失敗を恐れ、「もう言わないでおこう」とリスク回避を行い、想いを伝える事を避けるという負のスパイラルを招いてしまうのです。

●日本は「想いを伝えない」文化

元来、日本には、「あうんの呼吸」「背中を見て学ぶ」「和歌に込める」など、相手の気持ちや考えをお互いに察して動くことをよしとしてきました。

でも、人はそれぞれ違うもの。経済学者全員がお金持ちとは限らないように、心理学の専門家であっても、気持ちを伝えるのが得意な人ばかりではありません。
大事なのは、試行錯誤を繰り返し、ちょっとずつ相手の嫌なことや好む表現などを理解して、想いを伝える努力をすること。価値観が多様化している現代においては、察するだけではなく、言葉で伝える事も重要になってきているといえるでしょう。

■実は伝え方も重要～想いのじょうずな伝え方って？

●想いを言葉で伝える事は重要。ただし、ストレートすぎるのはNG。

想いは言葉にしないと伝わりませんが、何もかもストレートに話し合うことが、必ずしも良好な関係に繋がるわけではありません。言葉は相手の受け取り方によって、伝わり方が変わる事もあります。

例えば、全体の話の内容を細かく検討せず、ちょっとした言葉尻をとって怒り出してしまう人っていますよね。

人は、多くの情報を細かく精査する手間を省き、少しの目立つ情報のみで判断をくだす傾向があり、これは認知的節約と呼ばれています。思い当たることもあるのではないのでしょうか？

何でも率直に伝えれば良いというのではなく、想いを相手にも受け入れられやすいように話すことがポイントです。そうする事でコミュニケーションギャップを防ぐことができるのです。

●人はSNSで本心は話さない。

私たちは普段、使われる言葉や文字情報だけでなく、相手の表情や身振りなどのノンバーバルコミュニケーションも合わせて、相手の真意を判断しています。

そういった理由から、本心など心を通じ合わせるコミュニケーションが必要な場合は、直接会うなど、相手の状態が見える方法で想いを伝える人が多いのでしょう。

一方で、今回の調査では、“想い”を伝える手段としてあまり選ばれなかったSNSは、LINEに代表されるスタンプで感情表現をするなど、独特の伝え方もあります。SNSは新しい想いを伝える方法として、今後も進化していくのかもしれないですね。

■大人になることが生み出す、“想い”の壁

●人は大人になるにつれて素直に想いを伝えられない傾向に

未来や自分自身に対する楽観的な期待を「ポジティブイリュージョン」といいます。

子どもの頃はあたりまえのように持っているのですが、大人になるにつれて、様々な社会的経験を通してすり減り、まるで飼いならされた猫のように大人しくなっていくとされています。人との関わりにおいても、このような傾向は強くみられます。

ただし、大人になるにつれて社会との関係性の中で、自分らしい行動パターンを形成する事が出来るようになるので、幼いころとはまた違った形で、自分の意見が言いやすくなるという変化も見られます。

●思春期はコミュニケーションが控えめになりがち。

しかし、自分らしいコミュニケーション力をつけるためには重要な時期

大人に成長していく過程で、思春期は、自分らしさや自分らしいコミュニケーションを確立するプロセスにあたります。

試行錯誤を繰り返す中で、傷ついたり傷つけたり。

迷いや悩みも増えるので、その経験によっては、「様子をみている」という控え目なコミュニケーションを選択しがちになり、意見を言うのを控える傾向も強くなります。

思春期というのは、コミュニケーションが様子見になっていくのがあたりまえ。

でもそれは、自分らしいコミュニケーション力をつけるために、大事な時期にいるということの表れでもあるのです。

■それでも、伝えることには意味がある。失敗をおそれず“想い”を伝える意味

●想いを伝える重要性。想いを伝える行為の先には幸せがあるのかも？

このきもち伝えたい、わかってほしい、そのような欲求を受容欲求といいます。人間の基本的な欲求です。

今回の調査では、想いを伝えられる女性ほど、人生に幸福感を感じている傾向にあることがわかりました。

約85%もの人が、想いを伝えることは大事だと考えており、90%を超える人が、「想いを伝える人を好ましいと思う」と回答しています。

想いを相手に伝える際、うまくいかないことも多いですが、想いは伝えてみないと伝わりませんし、相手のタイプを考えつつ伝え方を変えてみれば、伝わりやすくなります。

傷つけないで生きていくためには、伝えることを諦めるという選択もあるでしょう。

けれど、想いを伝えるという行動は、お互いの幸せにつながっています。

少し勇気が必要ですが、してみる価値のある努力だと思います。

相手がドンぴしゃな理解を示してくれたとき、ストレートに感謝を表現してくれたとき、

自分も相手のことを理解してあげることができたとき、じわっと胸が熱くなるのは、伝え合うことの重要性を物語っています。

言葉は贈り物。真に相手を大切に思う気持ちをベースに、出し惜しみせず、失敗を恐れず、贈りあいたいものです。