

働く女性の美意識・キレイ事情



2012年3月
株式会社アヴァンティ
avanti働く女性研究所事務局

働く女性たちは、「美」に関してどんな消費を行い、どんなことを気にしているのか。
今月は働く女性の美事情に迫った。

調査概要

1. 調査データ

avanti働く女性研究所

2. 調査方法

avanti働く女性研究所
登録メンバーに対するインターネット調査

3. 調査対象

メンバー登録をしている女性

4. 調査期間

平成24年3月1日（木）～3月12日（月）

5. 調査規模

92サンプル <回答者構成>

●年齢

20歳～24歳	5.4%	40歳～44歳	10.9%
25歳～29歳	22.8%	45歳～49歳	8.7%
30歳～34歳	16.3%	50歳以上	7.6%
35歳～39歳	28.3%		100%

●未既婚

未婚	54.3%
既婚	38.0%
不明	7.6%
	100%

●雇用形態

正社員	46.7%	経営者	6.5%
契約社員	14.1%	休職中	5.4%
派遣社員	8.7%	その他	4.3%
パート・アルバイト	14.1%		100%

●職種

事務	45.7%	専門職	27.2%
営業	7.6%	管理職	5.4%
販売	2.2%	その他	4.3%
接客	5.4%		100%

●子ども

いる	31.5%
いない	68.5%
	100%

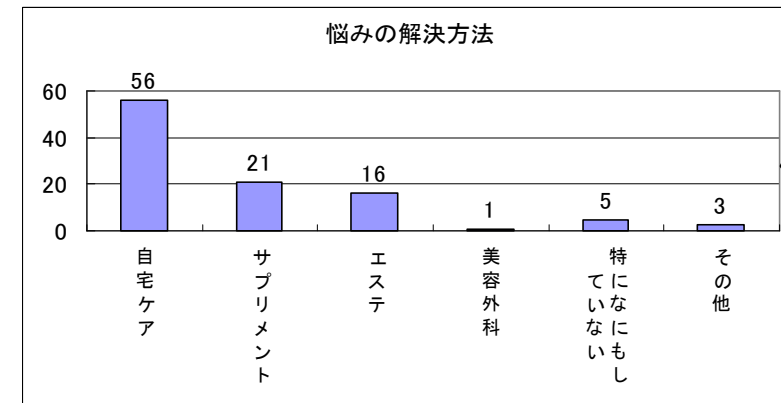
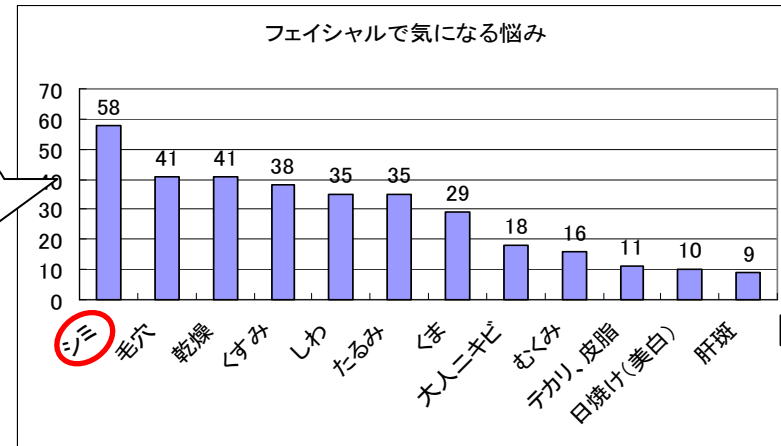
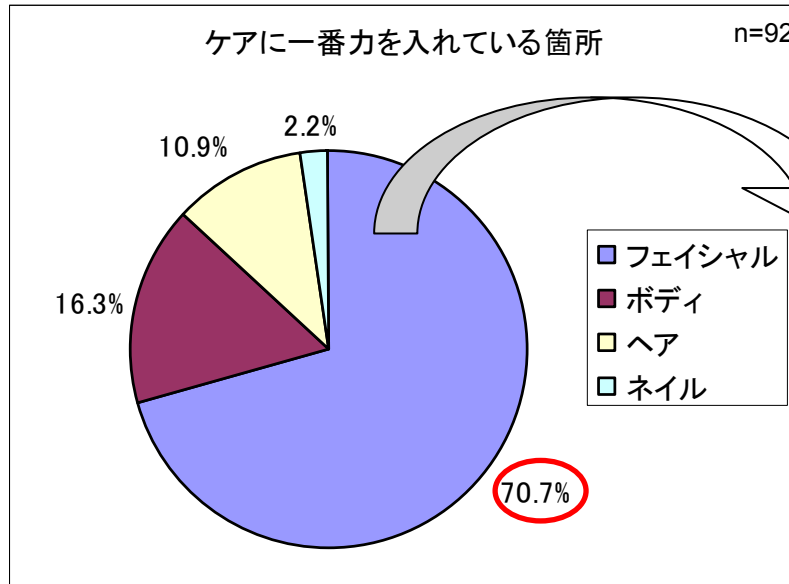
●住まい形態

一人暮らし	34.8%	子ども含む家族	20.7%
実家暮らし	23.9%	その他	4.3%
夫婦暮らし	16.3%		100%

※小数点第2位を四捨五入のため合計が100%にならないところもあります

ケア・悩みについて

Q1. 「ケアに一番力を入れているのは？」 Q2. 「フェイシャルで気になる悩みは？」
との間に

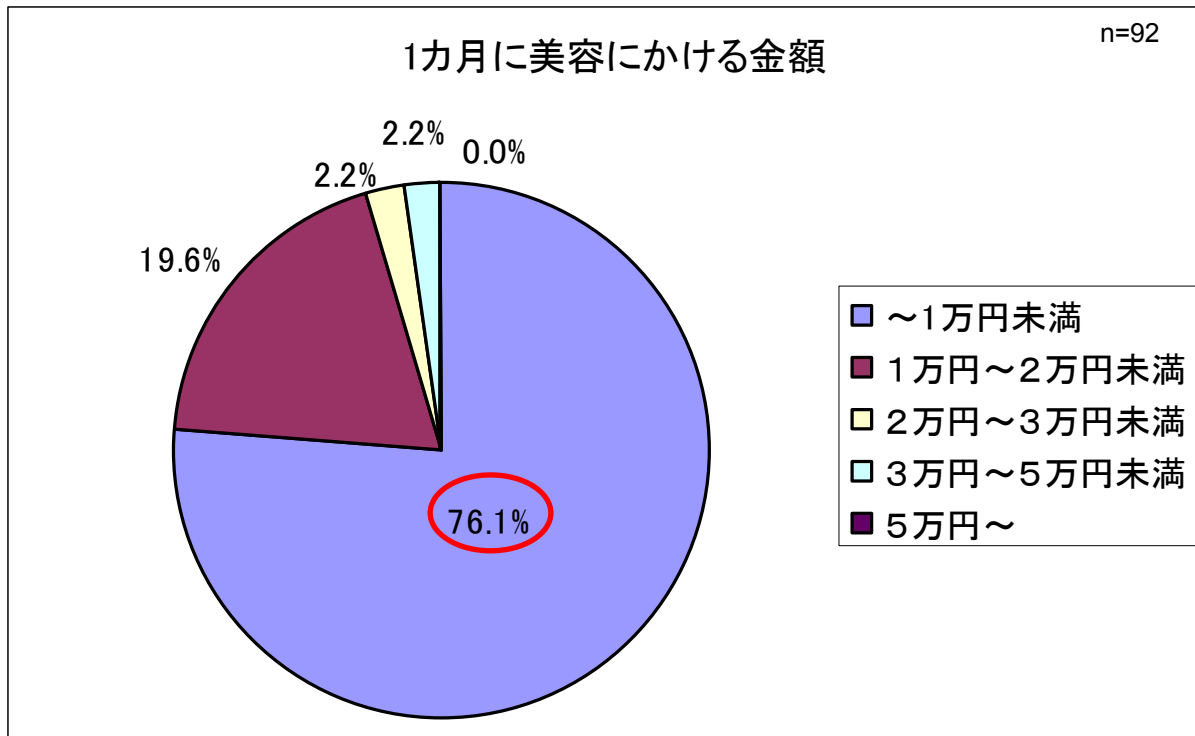


悩みを解決するために...

働く女性が一番ケアに力を入れているのが「フェイシャル」。3分の2以上を占めた。
そのフェイシャルでの悩みを聞いたところ、一番多かったのが「シミ」。続いて「毛穴」「乾燥」「くすみ」...とつづく。肌の悩みはつきることがない様子。

おこづかいと美容にかける金額について

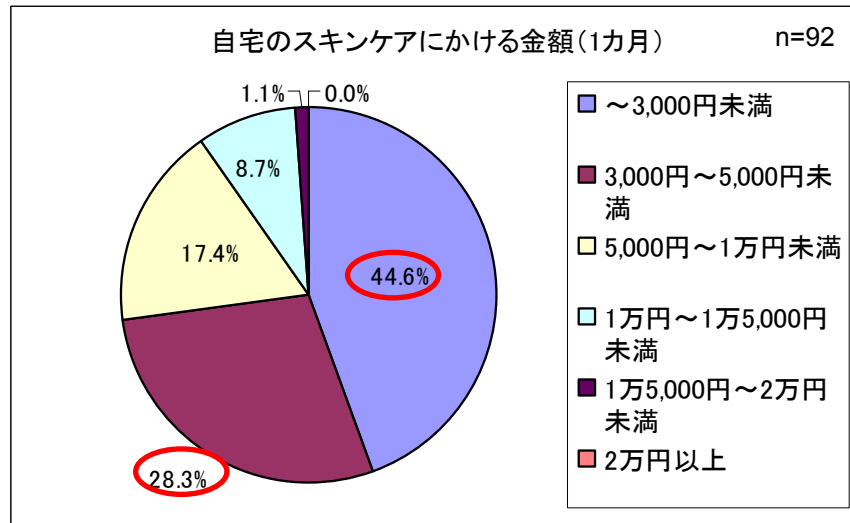
Q3. 1か月のうち美容にかける金額は？ との問いに



全体の**4分の3以上**の人が美容にかける金額は「**1万円以内**」が占める。約2割の「1万円~2万円以内」も入れると95%以上にのぼる。

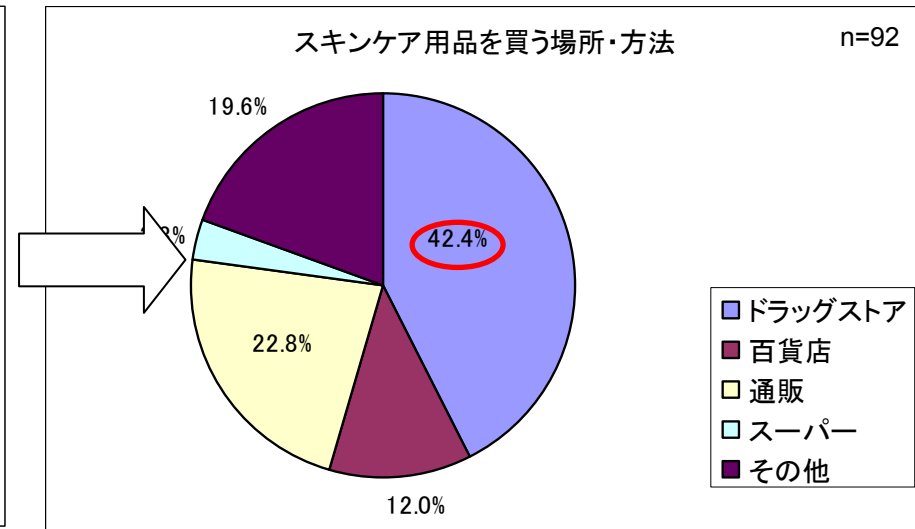
ケアについて

Q4. 美容にかける金額のうち、スキンケア用品にかける金額は？ との問いに



美容にかける金額が1カ月に1万円以内の人が多い。そのうちスキンケア用品には**5000円以内**で収めている人が**約4分の3**を占めている。

Q5. スキンケア用品を買う場所・方法は？ との問いに

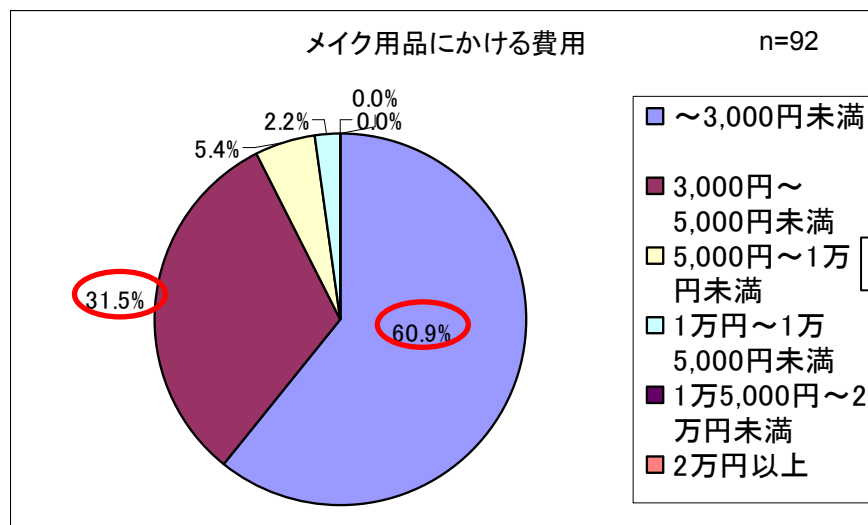


スキンケア用品は、**半数弱の人が「ドラッグストア」**で購入。次いで「通販」。身軽、気軽がキーワードか。

その他: 専門店、コンビニ、個人サロン、訪問販売、海外、皮膚科など

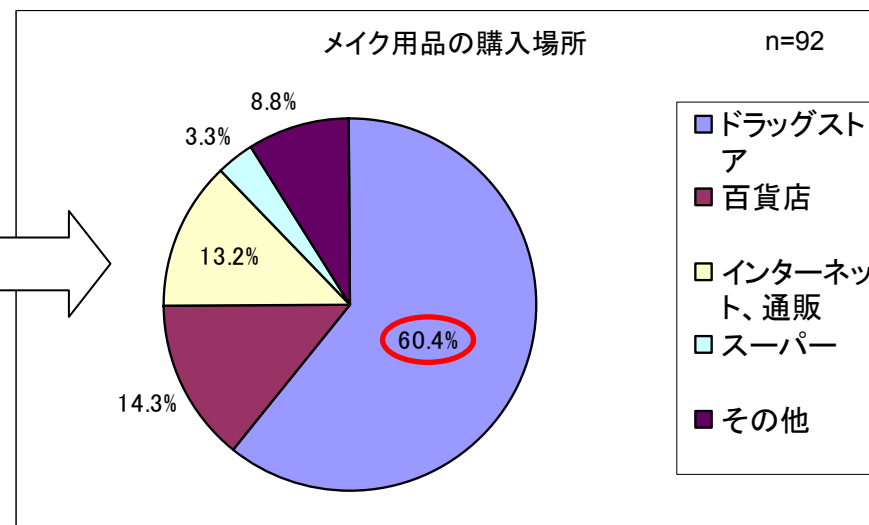
ケアについて

Q6. 美容にかける金額のうち、メイク用品にかける金額は？ との問いに



メイク用品は9割の人が1カ月に5000円以内で消費していることが分かる。
スキンケア用品に対して、メイク用品の方が安価に抑えている傾向が伺える。

Q7. メイク用品を買う場所・方法は？ との問いに



メイク用品も、半数以上が「ドラッグストア」で購入。次に「百貨店」が続いた。安いだけでなく、納得をした商品を買いたいという消費マインドが見え隠れしているようだ。

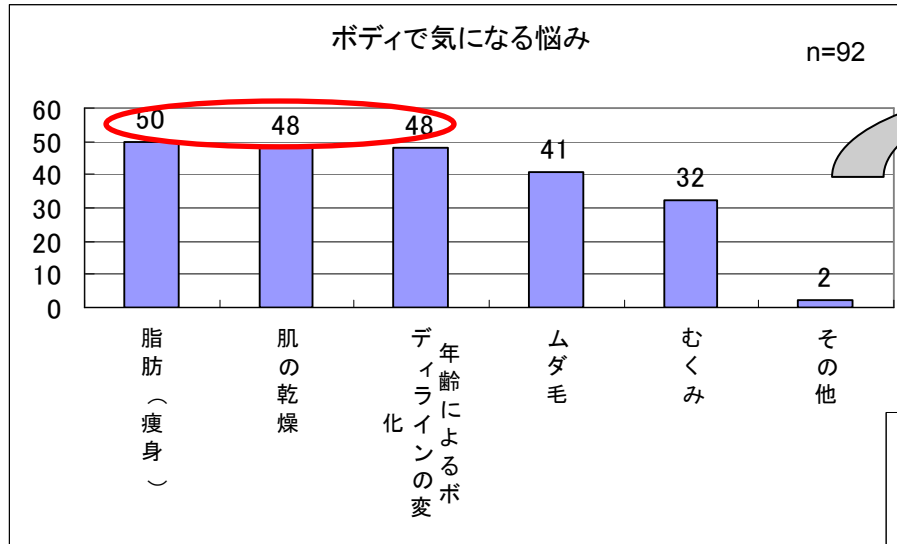
ケアについて

Q8. スキンケア、メイク用品をQ6、Q8で購入する理由は何ですか？ との問いに

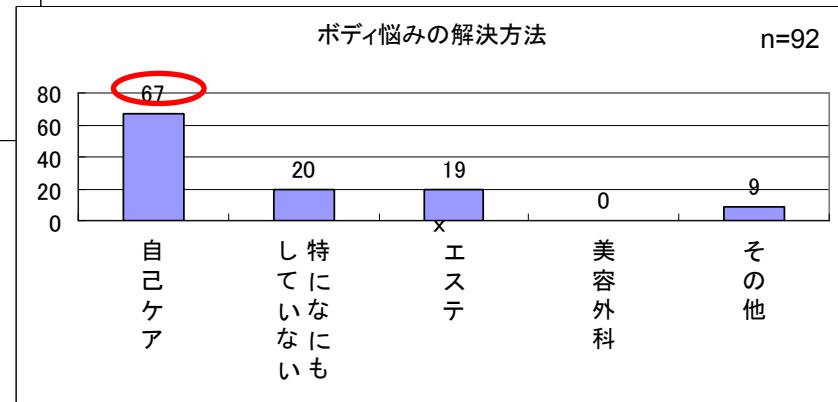
ドラッグストア	百貨店	通販	スーパー
時間が取れないので	肌診断をしてもらえるから	買いに行かなくて済むので。ポイントも貯まる。	ポイントが貯まるとクーポンが出るから
正規店より安いときがある	お試しできる	肌に合う	子連れでもいきやすい場所
多くの商品の中から選べる。	便利だから	店頭の対面販売だと色々提案をされ、断りきれない。欲しいものだけ買える。	
家の近くにあり、金額も高くなく、量をたくさん使えるから。	美容部員にアドバイスをしてもらえるので	韓国化粧品にてネットが安い。	
店舗によっては女性の専属の係の人が詳しく説明してくれるため。	いつも購入しているスキンケアのお店がデパートに入っているから。またメイクの相談に乗ってもらえるので。	気に入ったブランドを愛用しているから	
見比べたり、新商品を発見したりするのも楽しい	肌の問題を解決する化粧品を紹介してくれる。忙しくて肌のお手入れをさぼりがちなので、月1くらいでお話しするなかで、モチベーションをあげることができる。	家まで届けてくれるし、安くなる。	
流行りの成分コスメが選べる	カウンセリングしてもらえるから。	美容員にあれこれ買わされることが無いから	
安い。高いものはいいけど持続できなしいので。	百貨店のポイントがたまるから	通販でしか買えないから	
安くて、たっぷり入ってます。化粧水は惜しまず、たっぷり与えてあげたいので、安くてたっぷりの物を購入しております。	百貨店にしかない好きなメーカーのものを買うため	毎日使うほどに、効果が現れた商品だった為	
		通販は無添加のものが多い	

ケアについて

Q9. ボディで気になる悩みは？（複数回答可）との問いに



Q10. その悩みの解決方法は？との問いに

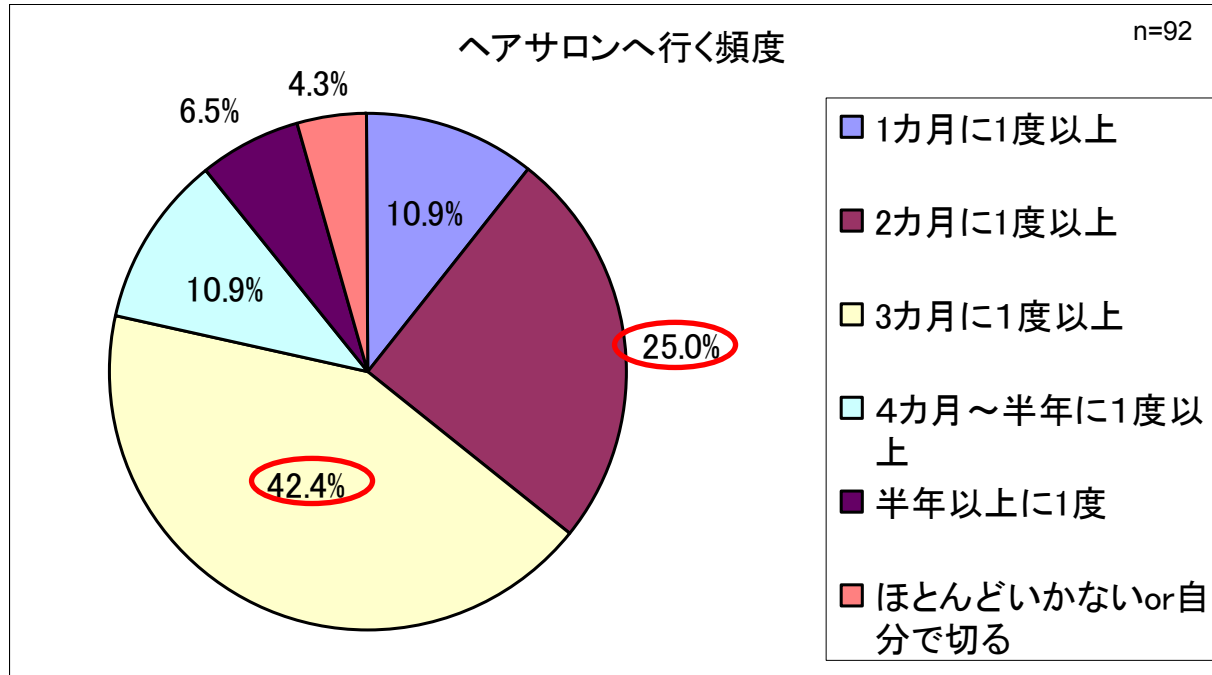


体の悩みは多岐にわたり、**悩みを複数抱えている**人が多いことが分かる。

一方、解決策として一番多いのは「**自己ケア**」。自分でどうにかしようとしている人の多いことが見える。顔の悩みではほとんどなかった「**特に何もしていない**」が**2番目**に上がってくるのが特徴的だ。

ケアについて

Q11. ヘアサロンへ行く頻度はどのくらいですか？との問いに



「3か月に一度」ヘアサロンでケアをする人は42%と一番多かった。次いで「2か月に一度」の25%。あわせると7割近くが、2～3か月に一度の頻度で髪をケアしている。

「1か月に一度以上」という人たちと、「半年以上に一度」、「ほとんど行かない」という人が 1割程度で同じくらいなのも面白い。

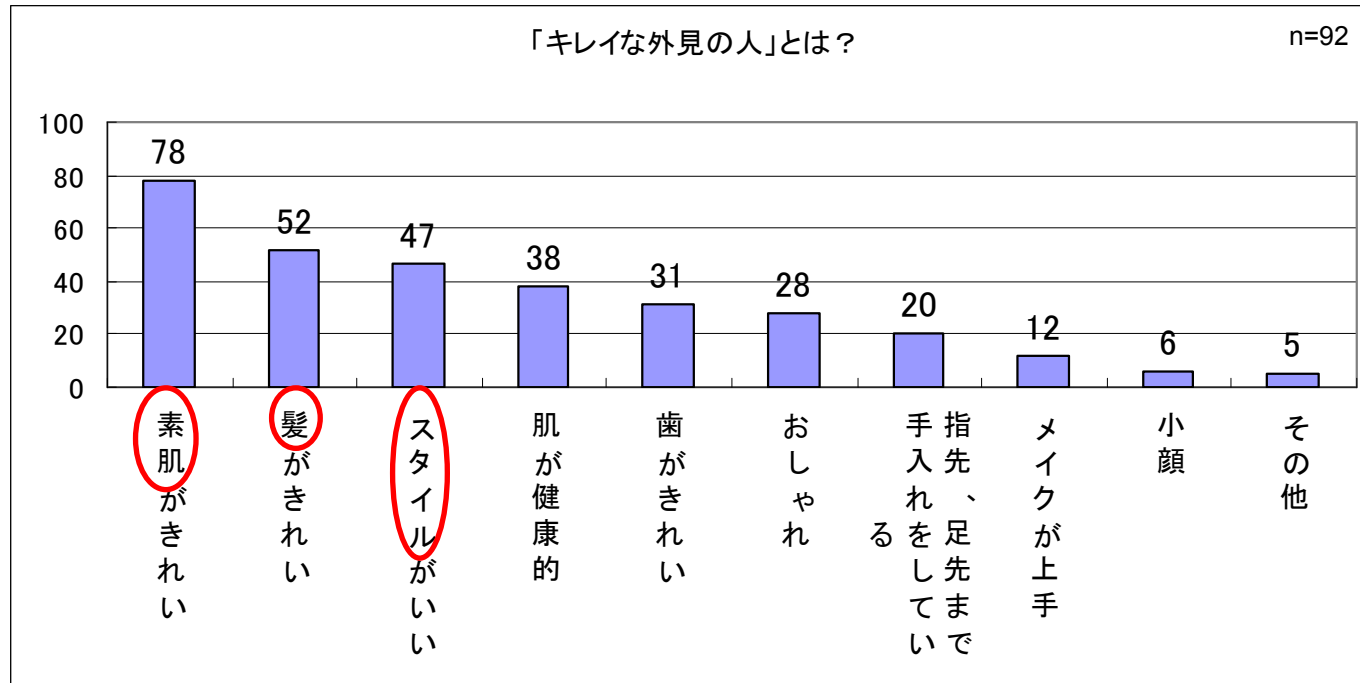
ケアについて

Q12. 必ずバッグに入れて持ち歩いている美容グッズは何ですか？ との問いに

- ジョンマスターオーガニックのボディクリーム。香りが良く気に入っていて、乾燥しがちな毎日に使用できるから。
- 市販のリップクリーム(唇がよく乾くから)フェイスパウダー(化粧直しのために)
- ユースキンのハンドクリーム(携帯サイズ:チューブ型)...すぐにうるおい、べたつかない。塗った瞬間だけ匂う薬っぽい香りも効果高そうでよいです。
- 美顔ローラー
- ばら園のハンドクリーム
- アボジューズのハンドクリーム
- アロインス化粧品の「オーデクリームS」自分の肌には一番あってるので、外出先でも手を洗ったあとは必須。
- アロマ、生活の木 気分をあげるため
- 歯ブラシ Q10のハンドクリーム ドクターシーラボの日焼け止め
- ミシャモイスト24ハンドクリーム(匂いが癒される)
- アヴェンヌのリップクリーム 体質に合うから。
- DHCのリップ
- 東急で買った 簡易加湿器(?)コンセントいらぬので仕事場のデスクの上に置いている。
- ネイルオイル。歯ブラシ。鏡。
- SAQINAのリップエッセンス！
- ettusan'sのリップエッセンス。(ぷっくりあかちゃんの唇になると記載されている商品です)。感想で唇が割れるとみっともないから。
- DHCの薬用リップクリーム 唇が乾燥すると不快なので、ノーメイクの日もこれだけは持ち歩きます。お手頃価格で保湿力抜群です。
- クロエの香水(アトマイザーに詰め替えます)
- インフィニストリアのハンドクリーム とてもなじみがよい
- ARTISTRYのマスカラ Black いままでに使ったどの mascara からよりも 極短い自分のまつ毛の根元から一本一本に薄く長く着けられる したまつ毛にも、しっかり着けられる コレなしでは、目力が作れないため
- メンソレータムのリップ。唇の乾燥には耐えられない！メンソレータムの物は安いけど、効果抜群！
- プロメディアルのトリートメントリップ:乾燥しかけて唇も高保湿のこれでもかなりぷるぷるに。唇のつやもとても良くなるので、魅力的にうつります。(あくまで唇のみですが/苦笑)
- ハッピーノーズ(鼻下クリーム):生活の木 花粉症対策の為
- 髪ブラシ。口紅
- ニベアのハンドクリーム。手が乾燥するので。
- シャネルのチークトッカのハンドクリーム
- ヴァセリン。唇にも、手荒れにも使える。
- 馬油(ソンバーク)液状 なんにでも使えるから ハンドクリーム・ヘアオイル・メイク落としなど
- シズルのリップ。唇のタテジワを防いで血行がよく見えるから
- 口紅とアイライナー。すぐに化粧直しができるように。
- オーガニック系リップクリーム 口紅のせいで唇が荒れやすいから。オーガニック系意外だと塗ると悪化して、意味がなかったの。。。口紅下地としてつかってます。
- コンタクトOKマイティア(目薬)
- Marks & web のハンドクリームと、チューブのハンドウォッシュ。アベンヌウォーター。
- IPSAの保湿ミスト(粒子が細かいので、しっかり入り込んでうるおう)
- 手荒れ防止のため皮膚科処方ハンドクリーム
- Dior のリップグロス 持ちがよく、色合いもかわいいから

美の意識について

Q13. 「キレイな外見の人」とはどんな人ですか？ との問いに (3つまで)



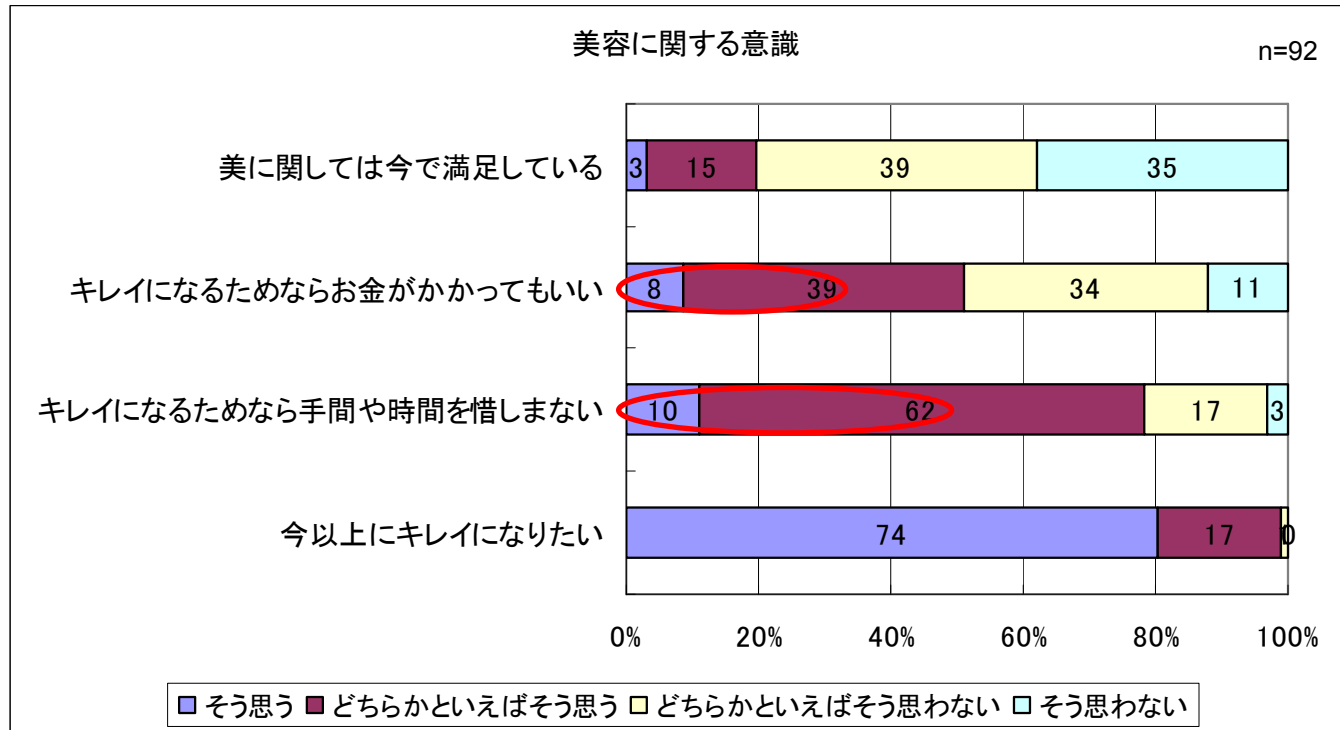
圧倒的に多かったのは「素肌がきれい」という回答。肌は、美しさに直結する。

続いて、「髪がきれい」「スタイルがいい」と続く。

「メイクが上手」等の技術より、人が持っている素材そのもので判断をするようだ。

美の意識について

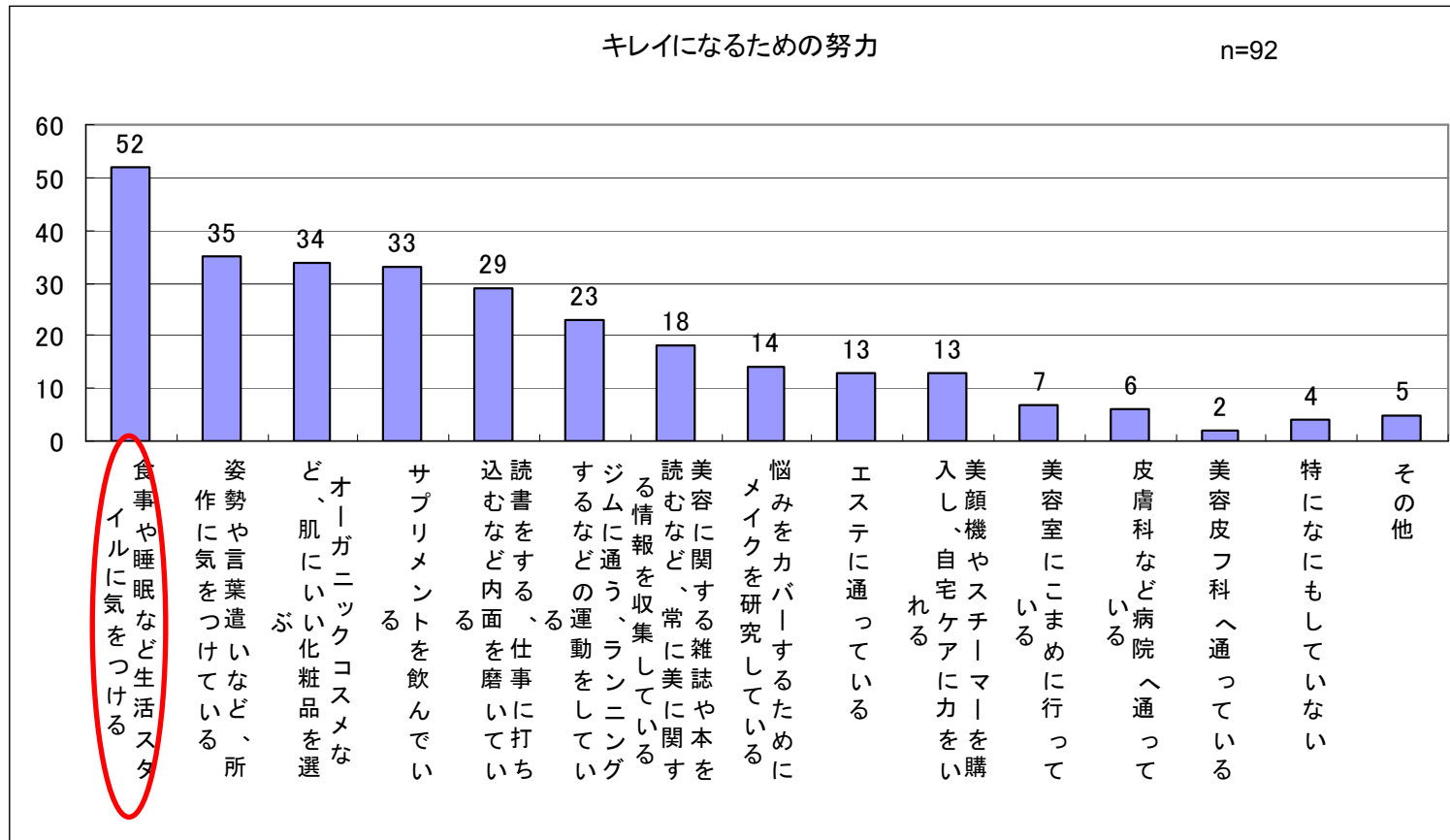
Q14. 美容に関する意識であなたの意見に近いものは何ですか？ との問いに



「現状で満足している」人は2割と少なく、「キレイになるためなら手間や時間を惜しまない」人は8割近くいる。さらに「キレイになるためならお金がかかってもいい」という人も半数いることから、女性たちの美に対する意識の高さが伺える。

美の意識について

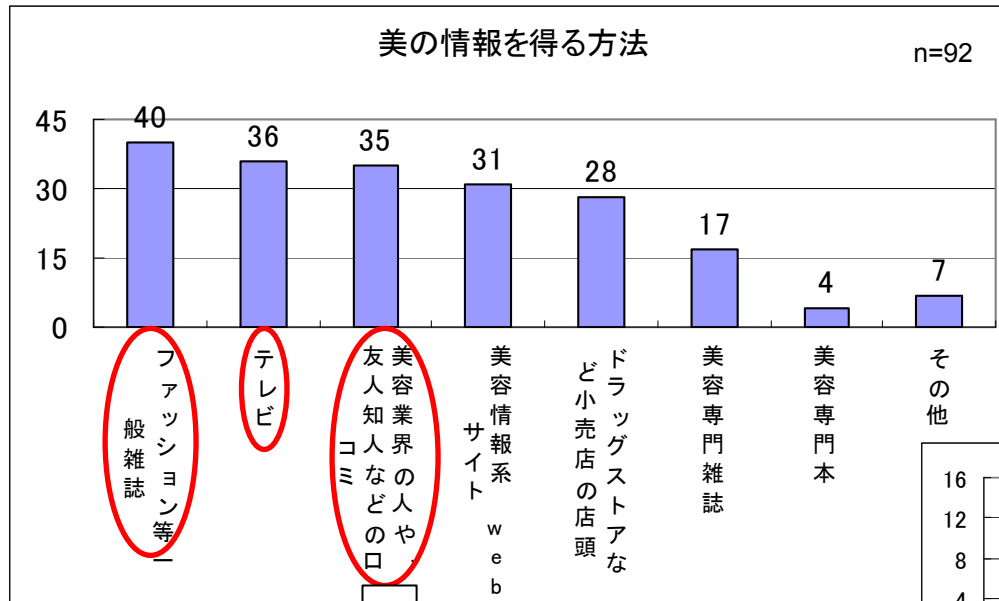
Q15. キレイになるためにどんな努力をしていますか？ との問いに （3つまで）



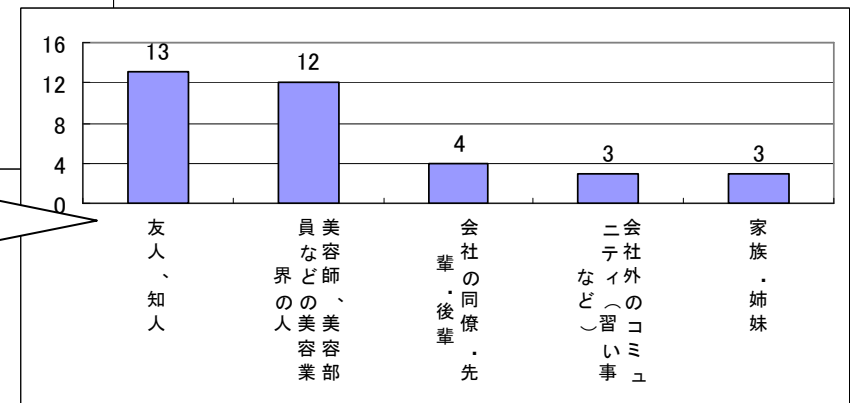
一番に実行している努力は「**食事や睡眠**」といった生活の基本。次いで「**姿勢や言葉遣い、所作**」、「**肌**にいい化粧品を選ぶ」、「**サプリメント**を飲む」等**毎日の生活に即したこと**から努力している姿がうかがえる。

美の意識について

Q16. 美に関する情報はどこから得ていますか？との問いに



Q17. 口コミはだれから？との問いに



美容に関する情報はどこから得るのかを尋ねたところ、「雑誌」「テレビ」「口コミ」が3大方法。次いで「美容情報が掲載されているウェブサイト」「店頭」と、複数の方法で常にチェックをしていることが分かる。

また、口コミは誰からの情報かを聞いたところ「友人」「美容業界の人」という声が多く、**身近な人とプロの人の声を参考にしている**ことがわかる。

さいごに

～総括～

美消費はお小遣いの中でも占める割合が大きい

- ・限られたおこづかいの中で美に関する消費はかなりの割合を占めている。

「素肌」が美しくない＝キレイじゃないという認識だからフェイシャルケアが優先！

- ・P10の何をもって「キレイ」と感じるか、に代表されるように「素肌」のきれいさは最重要。よって、悩みもフェイシャルに関して悩むし、ケアもマメに自宅で行なっている姿がうかがえる。
- ・一方、ボディの悩みも数多くあるものの、実施しているケアは「自宅で」が圧倒的に多く、中には「特に何もしていない」という回答も見受けられることから、気になりながらも行動が起こせていない女性たちの姿が垣間見える。ここに次のヒットの目が隠れているように感じる。
- ・自由な時間があまりない女性たちだからこそ、自宅ケアが多くなる。そう考えると、サロンへの誘導だけでなく、自宅で使うホームケア用品の存在も今後の貴重な美ツールとなり得そうだ。

「もっときれいになりたい」女性たち

- ・現状で満足した美を得られている人はごく僅か。今よりももっとキレイな私でいたい。
- ・さらに、キレイになるためなら「手間や時間を惜しまない」人や「お金がかかってもいい」という人も多いことから「美」に対しての女性たちの意欲の高さが伺える。現在の美消費額はそんなに多くはなくても、この意欲があり、よいもの、と実感すればこそ、女性たちの消費行動が行なわれる。

マスメディア＋身近＋プロ の情報を頼りにしている

- ・美の情報収集に大きな力を発する「雑誌」「テレビ」といったメディアと「口コミ」が美容情報を広げる有効な方法となっている。口コミも誰でもいいわけではなく、身近な人(頻度)、プロ(正確性)を求めている。