

2017年3月21日
株式会社オールアバウト
株式会社ピエール ファーブル ジャパン

「2017年 憧れの女性像に関する調査」を発表 基本を見直し、強くなりたい女性多数！？ 目指したい女性像は「前向き」「ぶれない」「自信がある」女性 ～基盤を整えたいことは「性格」「肌」「体型」～ ～7割の女性が生理周期・ストレス・季節変化による肌荒れを自覚～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：江幡 哲也）と、フランス製化粧品「アベンヌ」を輸入販売する株式会社ピエール ファーブル ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：牧野 美則）は、共同運営する美容情報サイト「素肌カレンダー」の読者である、毎日を忙しく生きる現代女性のインサイトを把握することを目的に、「憧れの女性像」に関する意識調査を実施いたしました。

■ 毎日を忙しく生きる現代女性のための美容情報サイト「素肌カレンダー」 <http://suhada.avene.co.jp/>
本調査では、20代～30代の女性1,050名を対象に、女性として身に着けたい要素や、自身の見直したいことを広く聞き、現代女性が目指す女性像を調査しています。

調査結果のポイント

- 2017年に目指したいのは「前向きな女性」、「ぶれない女性」「自信がある女性」。強く明るい女性像に支持が集まる。
- 自身の性格の見直したい、鍛えなおしたい点は「面倒くさがり」「自信がないこと」が上位に。
- 「ぶれない女性」を目指す理由は「自分の基盤を固めたいから」が最多。
- 基盤を整えたいところは「体型」「性格」「肌」、内面と外面の要素が混在する結果に。
- 主な肌悩みは20代・30代共に「毛穴」、7割の女性が生理周期・ストレス・季節変化による肌荒れを自覚。
- 約半数が1年間に化粧品を数回以上変更すると回答。肌の基盤を整えたい人ほど、頻繁に化粧品を変える傾向あり。

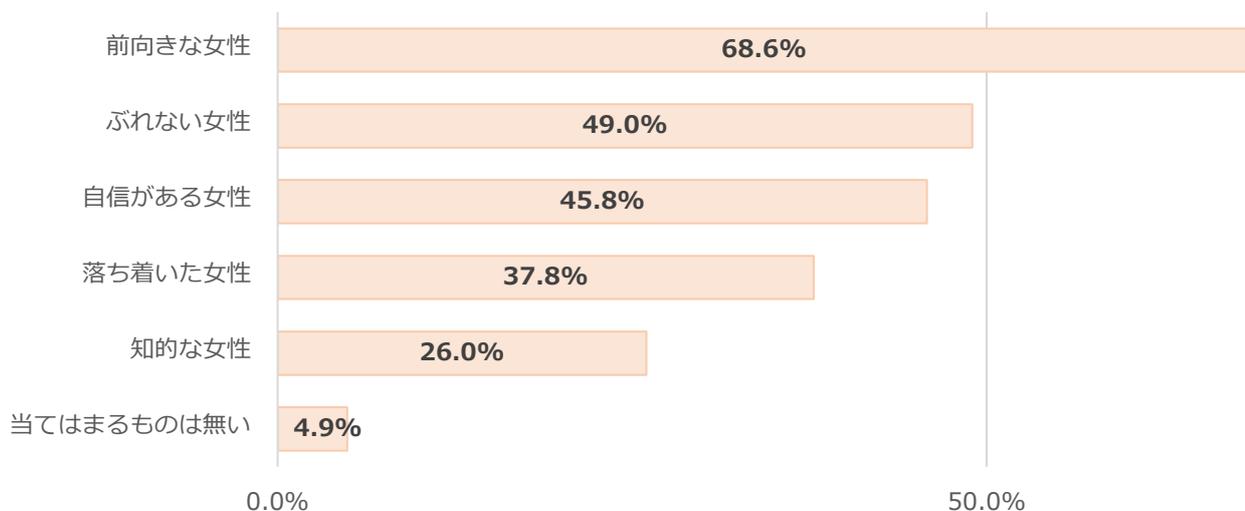
■ 調査概要

- ・ 調査日程：2017年2月10日（金）～2月13日（月）
- ・ 調査地域：首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）に居住
- ・ 年代：20代・30代
- ・ 性別：女性
- ・ 有効回答者数：1,050名
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ

**2017年に目指したいのは「前向き」「ぶれない」「自信がある」女性、
強くて明るい女性像に支持が集まる。
「ぶれない女性」を目指す理由は「自分の基盤を固めたい」「強くなりたい」。**

20代～30代の女性1,050名に対し、2017年に目指したいと考える女性像を聞いたところ、「前向きな女性」が約7割と最も多く、次いで「ぶれない女性」が約半数、3位に「自信がある女性」(45.8%)となり、軸がある強くて明るい女性像が支持されていることが分かりました。【グラフ1】

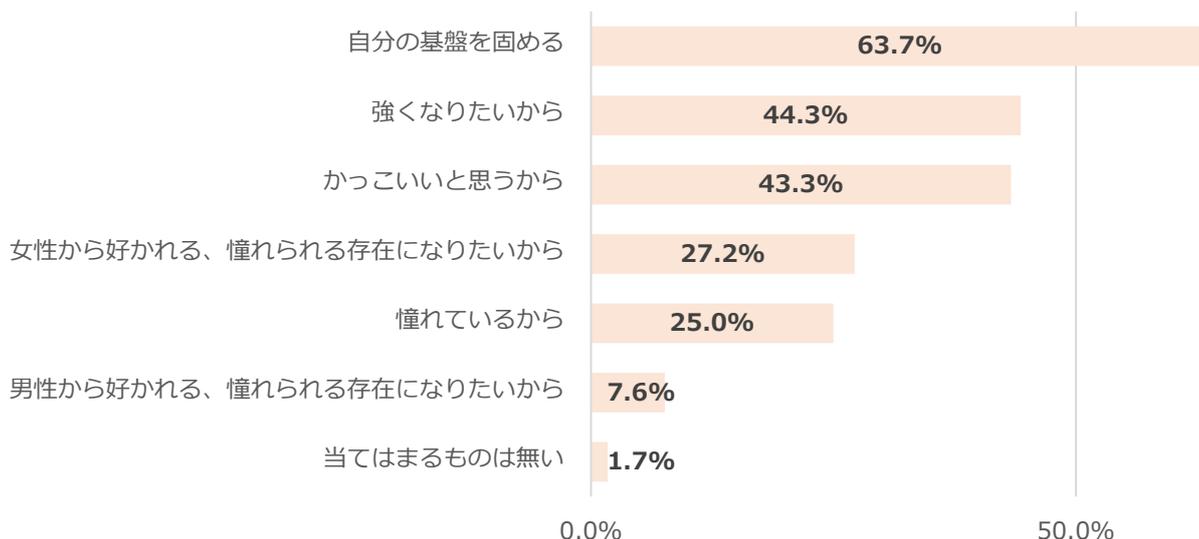
【グラフ1】 2017年 目指したい女性像 (N=1,050)



「ぶれない女性」と答えた人にそれを目指す理由について聞いたところ、1位が「自分の基盤を固めたいから」(63.7%)となり、2位が「強くなりたいから」(44.3%)、3位が「カッコいいと思うから」(43.3%)となり、基盤を固めて軸を持つことで、強くカッコよくありたいと考える女性が多いことがわかりました。また、約3割が「女性から憧れられる存在になりたい」と回答しており、異性からの支持よりも同性からの支持を求めている女性が多いようです。【グラフ2】

【グラフ2】 「芯が強い・ぶれない女性」を目指す理由

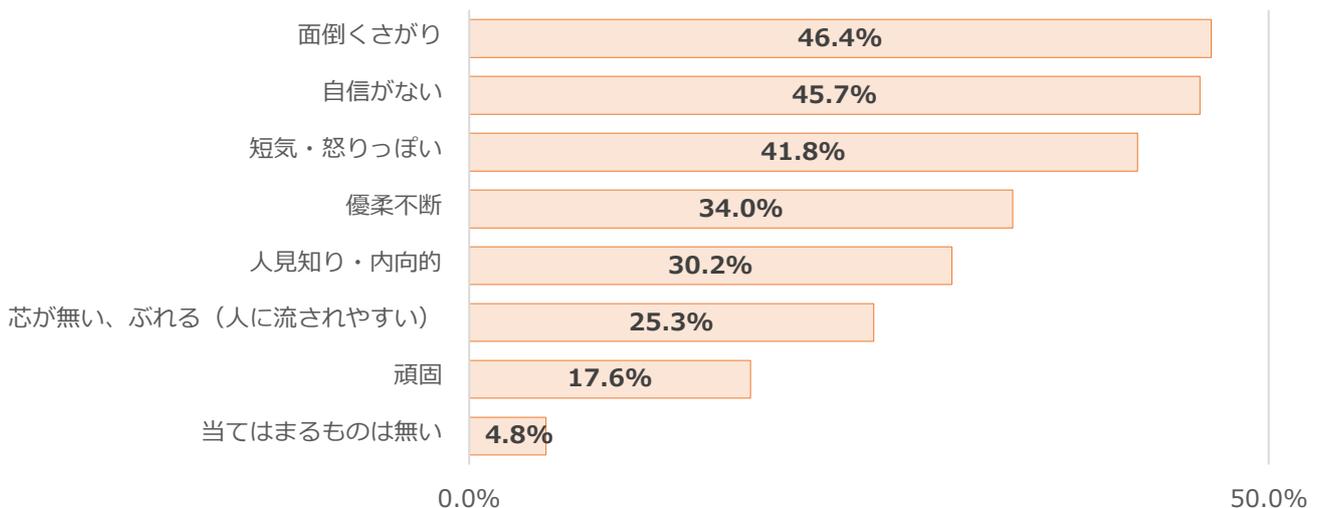
(N=515)



今年こそ見直したい自身の性格は「面倒くさがり」「自信がない」「短気」

今年こそ見直したい自身の性格を聞いたところ、約半数が「面倒くさがり」(46.4%)、「自信がない」(45.7%)と回答し、次いで「短気・怒りっぽい」(41.8%)となりました。軸が通った強くかっこいい女性、明るく、ぶれない女性が支持される中で、自信を持つことを重要と捉えている女性は多いと言えます。【グラフ3】

【グラフ3】 見直したい自身の性格 (N=1,050)



基盤を整えたいことは「体型」「性格」「肌」、内面と外面の要素が混在する結果に。

軸を持つこと、ぶれないことが支持され、基本を見直したいと考える女性が多い中、具体的に基盤を整えたいと思っていることについて聞いたところ、20代・30代共に「体型」が約半数と最も多く、20代は次いで「性格」(41.3%)、「肌」(37.9%)となり、見た目と内面の両方を見直したいと考えている女性が多いようです。一方、30代の女性は2位に「肌」(38.1%)、3位に性格(37.8%)となりました。【表1】

【表1】 基盤を整えたいと思う事 (N=1050)

	20代		30代	
	要素	割合	要素	割合
1位	体型	48.7%	体型	45.0%
2位	性格	41.3%	肌	38.1%
3位	肌	37.9%	性格	37.8%
4位	意思・考え方	30.4%	意思・考え方	33.5%
5位	仕事・キャリア	29.2%	生き方	27.5%
6位	生き方	25.7%	仕事・キャリア	25.0%

**主な肌悩みは 20代・30代共に「毛穴」、
2人に1人が生理周期・ストレス・季節変化による肌荒れを自覚**

外見に自信を持ちたいと考える女性が多いことから、現在の肌悩みに関して聞いたところ 20代・30代共に「毛穴」が多く、20代では2位に「乾燥」(41.3%)、3位に「ニキビ/吹き出物」(37.9%)となり、30代では2位に「しみ」(46%)、3位に「ハリや弾力の衰え」(43.4%)となりました。【表2】

また、肌悩みが最も生じるタイミングを聞いたところ、20代では「生理周期」(47.3%)、30代では「季節の変わり目」(41.4%)が最も多く、季節変化や生理周期以外では、20代で「ストレスを感じた時」(39.8%)に肌が荒れると回答している女性が多く見られました。

これら生理周期、季節変化、ストレスによる肌荒れを自覚している割合は全体で7割で、およそ2人に1人の女性が月周期や季節変化など一定のサイクルで肌荒れを起こしているようです。【表3】【グラフ4】

【表2】現在の肌悩み

※肌の基盤を整えたいと回答した人へ質問

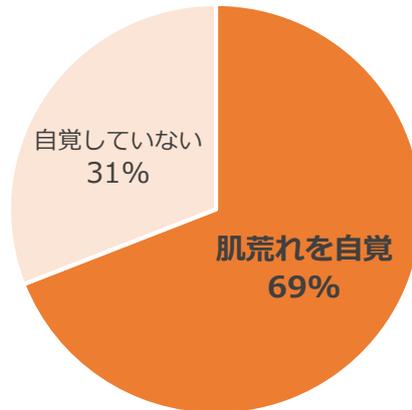
	20代 (N=201)		30代 (N=198)	
1位	毛穴	57.7%	毛穴	49.0%
2位	乾燥	41.3%	しみ	46.0%
3位	ニキビ/吹き出物	37.9%	ハリや弾力の衰え	43.4%
4位	しみ	30.4%	乾燥	42.4%
5位	くすみ	29.2%	たるみ・しわ	39.9%
6位	クマ	25.7%	くすみ	38.4%

【表3】肌の不調を最も感じるタイミング

※肌の基盤を整えたいと回答した人へ質問

	20代 (N=201)		30代 (N=198)	
1位	生理周期によって	47.3%	季節の変わり目	41.4%
2位	ストレスを感じた時	39.8%	生理周期によって	32.8%
3位	季節の変わり目	35.8%	冬	28.3%
4位	睡眠不足	28.9%	睡眠不足	27.8%
5位	冬	26.4%	ストレスを感じた時	27.3%
6位	不摂生が続いた時	15.9%	春	18.7%

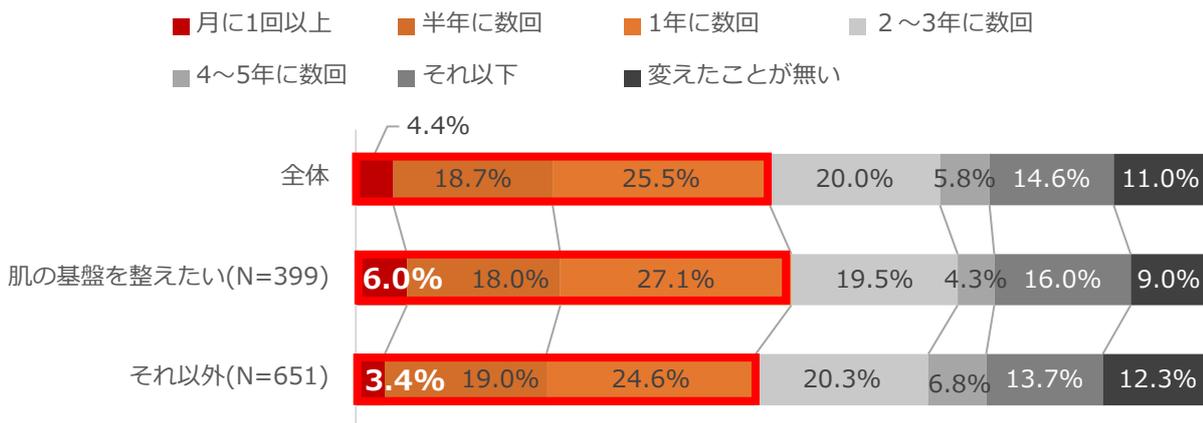
【グラフ4】 生理周期・季節変化・ストレスによる肌荒れ(N=1,050)



約半数が1年間に化粧品を数回以上変更すると回答。
肌の基盤を整えたい人ほど、頻繁に化粧品を変える傾向に。

化粧品をどれくらいの頻度で変えているかを聞いたところ、約半数の女性が1年間に数回以上変えていると回答しました。特に肌の基盤を整えたいと回答した女性は、そうでないと回答した女性と比較して、月に1回以上化粧品を変更する割合が約2倍となりました。1年間に数回以上変更する人まで含めると(51.1%)、そうでない女性よりも4ポイント高く、肌の基盤を整えたい人ほど頻繁に化粧品を変えている傾向にあるようです。【グラフ5】

【グラフ5】 化粧品を変える頻度



■ All About ガイドによる解説



「恋愛」ガイド：相沢あい

人間関係に悩む人の心を軽くする「コミュニケーションアドバイザー」

恋愛コラムニスト/コミュニケーションアドバイザー。早稲田大学人間科学部出身。高校生の時から執筆活動を開始。2004年にミスインターナショナル日本ファイナリスト選出を機に、芸能活動を始める。現在は、コラム執筆・インタビュー原稿作成などを行うライターや、広告やWEBの制作、レポーターとしても活動中

日本人は他人よりも目立ったり、自信を表に出すことをあまり良しとしない社会的風潮があるので、自分を抑圧しがちです。また、人に合わせることで和を乱さないようにする傾向もあり、事を荒立てるよりも、自分の意見を押し殺すことで事態を収束させようとする人が多いです。そういう環境では「自分」という認識や自己肯定感を得づらいので、自信が持てない人が多いのかもしれませんが。

そんな社会的背景のなか、TwitterやInstagramなどSNSの普及によって、芸能人やインフルエンサーなどの発信力が高まりました。投稿内容はライフスタイルに関するものだけでなく、彼らの考え方や、意見、スタンスも自由に発信されており、自分で人生を切り拓いて輝いている姿は、「強くて明るい」女性たちへの憧れの土台となっているように思います。

調査結果で、「ぶれない女性」を目指す理由の上位に「自分の基盤を固めたい」「強くなりたい」と回答した方が多かったのも、自信のなさからくる「ぶれやすく弱い自分」を変えたいという思いの現れなのではないでしょうか。見直したい性格でも「自信がない」が上位にきていますが、同時に「面倒くさがり」であることから、思うように自分の性格が直せていないことも伺えます。



「スキンケア」ガイド：吉田 貴子

皮膚科・美容皮膚科医。渋谷スキンクリニック院長。一般皮膚科と美容皮膚科の両方を開設し、男女問わずあらゆる肌の悩みに向き合う。なかでもニキビ治療を得意とし、しつこいニキビや深刻なニキビ痕をケア。保険診療の他、自費治療での美容皮膚科診療、メディカルエステを組み合わせ、ニキビケアに取り組んでいる。

肌の表面は、0.02~0.03mmほどの厚みしかない角質層と、その上に皮脂などでできている皮脂膜があります。この薄い角質層と皮脂膜は、「バリア機能」と呼ばれ、潤いを蓄え、外界からの刺激から身体を守る役割を果たします。この「バリア機能」が遺伝的、後天的に低下すると外的刺激に肌が弱くなり、皮膚炎を起こすリスクが高くなります。近年よく耳にする「花粉症皮膚炎」もそのひとつです。空気中に飛散された花粉が肌に付着し、それが肌内部に侵入し皮膚炎の症状である、赤み、痒みを引き起こすのです。バリア機能には肌のいくつかの要因が関係しています。加齢による変化も大きいのですが、スキンケアの怠りによる場合が多いのも現状です。これらの要因により肌のターンオーバー周期が乱れると、肌細胞の配列が乱れ、肌バリアの機能が低下してしまいます。特に、乾燥が気になる冬から花粉が飛ぶ春にかけては、バリア機能を高めるべく保湿を心がけてください。

また、調査をみると、全体の約2割の方が半年に数回化粧品を変えると回答しています。肌のターンオーバーは4週間とは言われていますが、私の診療では、実際に化粧品の使用を始めて効果が実感できるまでには3か月くらいはかかるとお話しています。

化粧品は肌との相性もありますが、肌の基盤が整っていると、その効果が得られやすいと言えます。そのため、肌の基盤が整っていない人は短い期間で効果を感じにくく、化粧品の頻りに変えてしまう傾向にあると考えられます。1ヵ月~2ヵ月で化粧品を判断せず、肌にあったもので日々丁寧なスキンケアを行うことが、ちょっとしたトラブルにもぶれない、美しい肌の土台作りにはとても大切です。

■オールアバウトについて URL : <http://corp.allabout.co.jp/>

株式会社オールアバウトが運営するAll Aboutは、約1,300のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する情報を提供する総合情報サイトです。2001年2月15日のサイトオープン以来、順調にユーザ数を伸ばし、月間総利用者数は約3,370万人（2016年3月実績、スマートフォン、モバイル含む）となっています。

■アベンヌについて URL : <https://www.avenne.co.jp/>

「素肌のチカラ、呼びおこせ。深層ミネラル温泉水スキンケア」

アベンヌ スキンケアシリーズは、アベンヌ“深層ミネラル温泉水”の「ミネラル」と「バイオ」のチカラ、さらに南仏ピエール ファーブル社による皮膚科学に基づく長年の研究と実績から生まれたスキンケアシリーズ。全品に、肌のターンオーバーを整えるミネラルバランスを持つアベンヌ温泉水を配合しており、使い続けることによって肌の土台をしっかりと整え、美しい肌に導きます。敏感な肌はもちろんのこと、すべての肌タイプの方に心地よくお使いいただけます。

■素肌カレンダーについて URL : <http://suhada.avenne.co.jp/>

素肌力を高める肌ケア情報、パリからの最新ビューティー情報、旬の食材を使用したレシピなど、女性の肌が芯から美しくなるための情報を日々発信しているビューティマガジンです。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：
株式会社オールアバウト 広報担当：柏原、大貫
TEL：03-6362-1309 FAX：03-6682-4229
E-mail：pr@staff.allabout.co.jp