

2015年8月25日
株式会社オールアバウト
コーセープロビジョン株式会社

【オールアバウト、コーセープロビジョン共同調査】
「日本とニューヨークの“美容行動と意識”に関する比較調査」を発表
～自信をつけるための努力をしている日本女性は2人に1人。
ニューヨークの女性は9割が努力をしていると自負!!～
～ただし、ニューヨークと比べ、「化粧を落として寝る」「化粧水をつける」などの美容行動をごく自然な習慣として捉えている日本女性の実態が明らかに! ?～

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、コーセープロビジョン株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：花形 和昌）は、ニューヨーク在住のフルタイムで働く20～30代の女性206名と日本女性200名を対象に、“美容行動と意識”に関する比較調査を実施しました。本調査は、「やまとなでしこの“キレイ”を応援する」をコンセプトとした女性向けWEBメディア「maico（マイコ）」を開設したコーセープロビジョンが、2015年4月より、計2回にわたってオールアバウトと実施してきた日本女性の価値観や美容実態を明らかにする調査レポートの最終編となります。

調査結果のポイント

- ニューヨークの女性は約9割が自信をつけるための努力をしている一方、日本女性は2人に1人しかその努力をしていないと認識。
- ただし、「化粧水をつける」、「化粧を落としてから寝る」、「日やけ止めクリームを塗る」といった美容行動における実施頻度は日本女性の方がニューヨークを上回る結果に。
- 一方、健康面での実施頻度は「十分な睡眠を取る」、「適度な運動をする」など多く項目でニューヨークに軍配が上がった。
- 日本女性はニューヨークと比較して、「化粧を落として寝る」、「化粧水をつける」といった基本行動を“努力”ではなく日々の“習慣”として捉えている傾向。

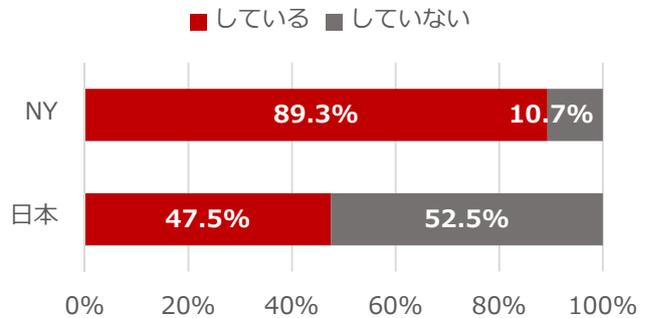
■ 調査概要

- ・ 調査日程：2015年7月14日（火）～7月21日（火）
- ・ 調査地域：日本（1都3県）、アメリカ（ニューヨーク）
- ・ 有効回答数：日本200件、ニューヨーク206件
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ

ニューヨークの女性は約 9 割が自信をつけるための努力をしている一方、日本女性は 2 人に 1 人しかその努力をしていないと認識。

ニューヨーク在住のフルタイムで働く女性 206 名と日本女性 200 名に対し、自信をつけるための努力をしているかどうかについて尋ねたところ、ニューヨークの女性の実に 9 割が「努力している」と回答した一方、日本女性は半数の 47.5% という結果になり、努力といった行動に大きな違いがあることがわかりました。【グラフ 1】

【グラフ 1】 自信をつけるための努力

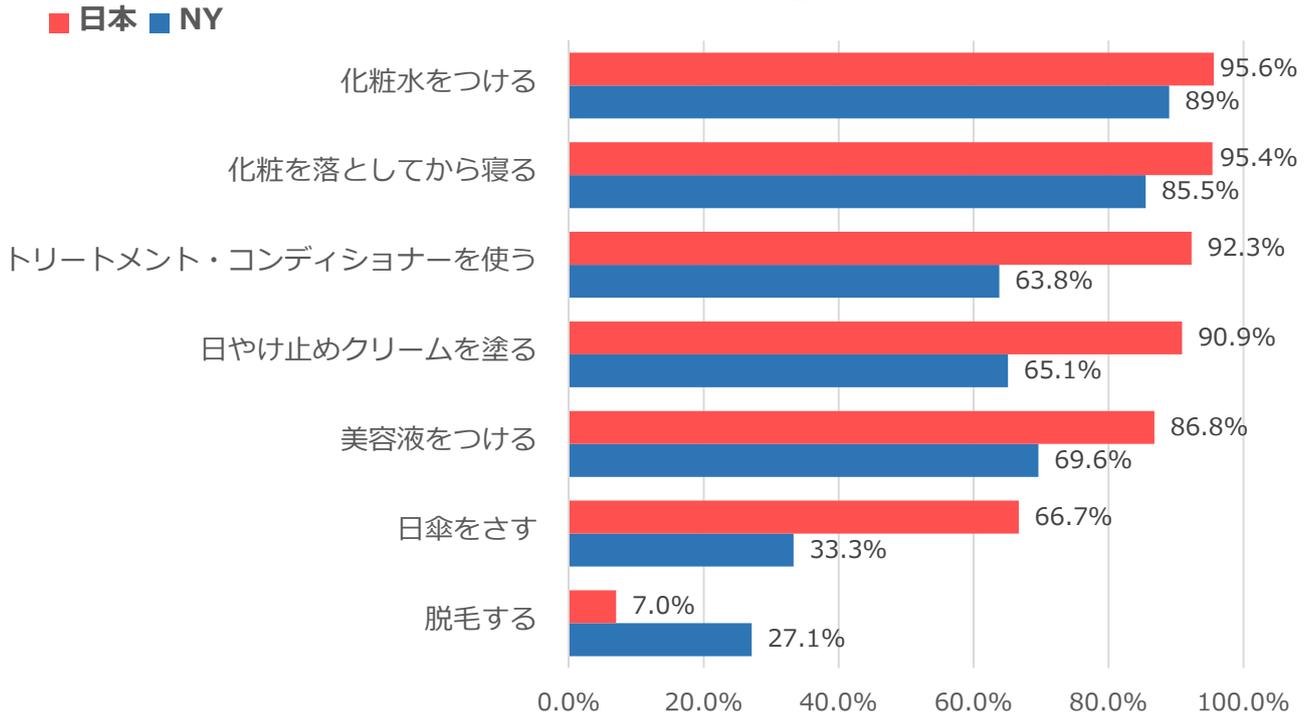


ただし「化粧水をつける」、「化粧を落としてから寝る」、「日焼け止めクリームを塗る」といった美容面における実施頻度は日本女性の方がニューヨークを上回る結果に。

美容面において行っていることのうち、それらの頻度を聞いたところ、「ほぼ毎日している」と回答した項目のうち、「化粧水をつける（日本＝95.6%、NY＝89%）」、「化粧を落としてから寝る（日本＝95.4%、NY＝85.5%）」など美容における基本行動をはじめ、「トリートメント・コンディショナーを使う（日本＝92.3%、NY＝63.8%）」、「美容液をつける（日本＝86.8%、NY＝69.6%）」といった多くの項目において、日本女性の方が高い頻度で実施していることが明らかになりました。

ただし、「脱毛する（日本＝7.0%、NY＝27.1%）」についてはニューヨークの方が 20 ポイント以上上回るなど国民性の違いも見ることができます。【グラフ 2】

【グラフ 2】 ほぼ毎日実践していること（美容編）

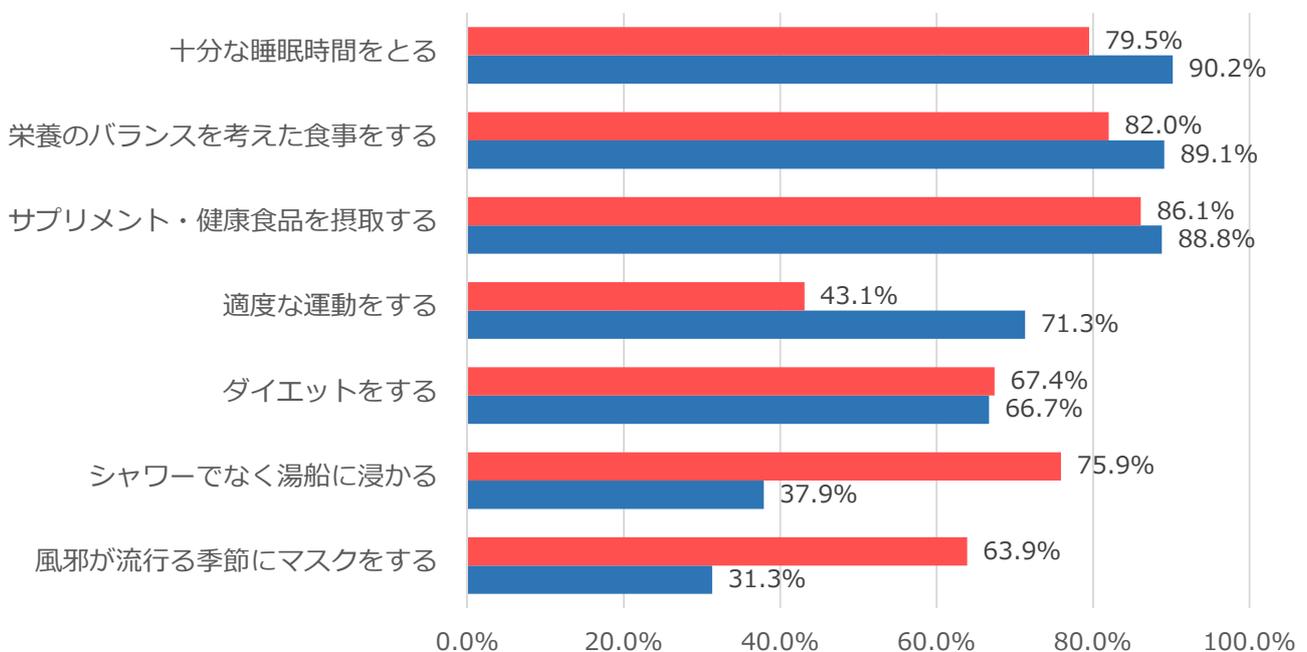


一方、健康面での実施頻度は「十分な睡眠をとる」、「適度な運動をする」など多く項目でニューヨークに軍配が上がった。

また、健康面においても“ほぼ毎日”といった頻度で実施している項目について尋ねたところ、「湯船に浸かる（日本＝75.9%、NY＝37.9%）」、「風邪が流行る季節にマスクをする（日本＝63.9%、NY＝31.3%）」といった日本ならではの文化を反映した行動を除き、ほぼ全ての項目でニューヨークの方が上回る結果となりました。特に「適度な運動をする（日本＝43.1%、NY＝71.3%）」については、ニューヨークと約30ポイントも差をつけられるなど、半数以下の日本女性が普段からあまり運動をしていませんでした。ニューヨークと比較すると、美容面とは異なり健康についてはまだまだ改善の余地があると言えます。【グラフ3】

■ 日本 ■ NY

【グラフ3】 ほぼ毎日実践していること（健康編）



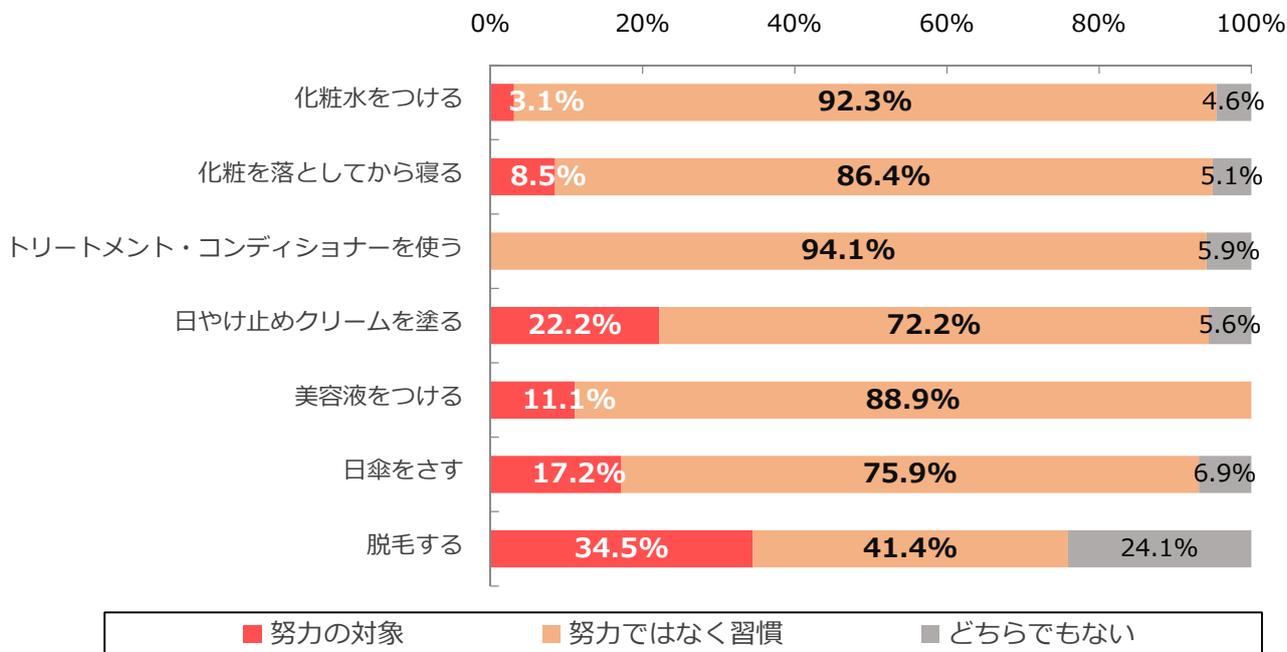
日本女性は「化粧水をつける」、「日焼け止めクリームを塗る」といった基本行動を、ニューヨークの女性よりも“努力”ではなく日々の“習慣”として捉えている傾向に。

美容面・健康面それぞれの行動を“努力の対象”もしくは“習慣”、どちらとして捉えているかを聞くと、日本とニューヨークで差が出てくる結果となりました。「化粧水をつける」、「化粧を落として寝る」、「日焼け止めクリームを塗る」といった美容面での基本行動を、日本女性はニューヨークと比べると“努力”ではなく“習慣”として捉えている事が明らかになりました。

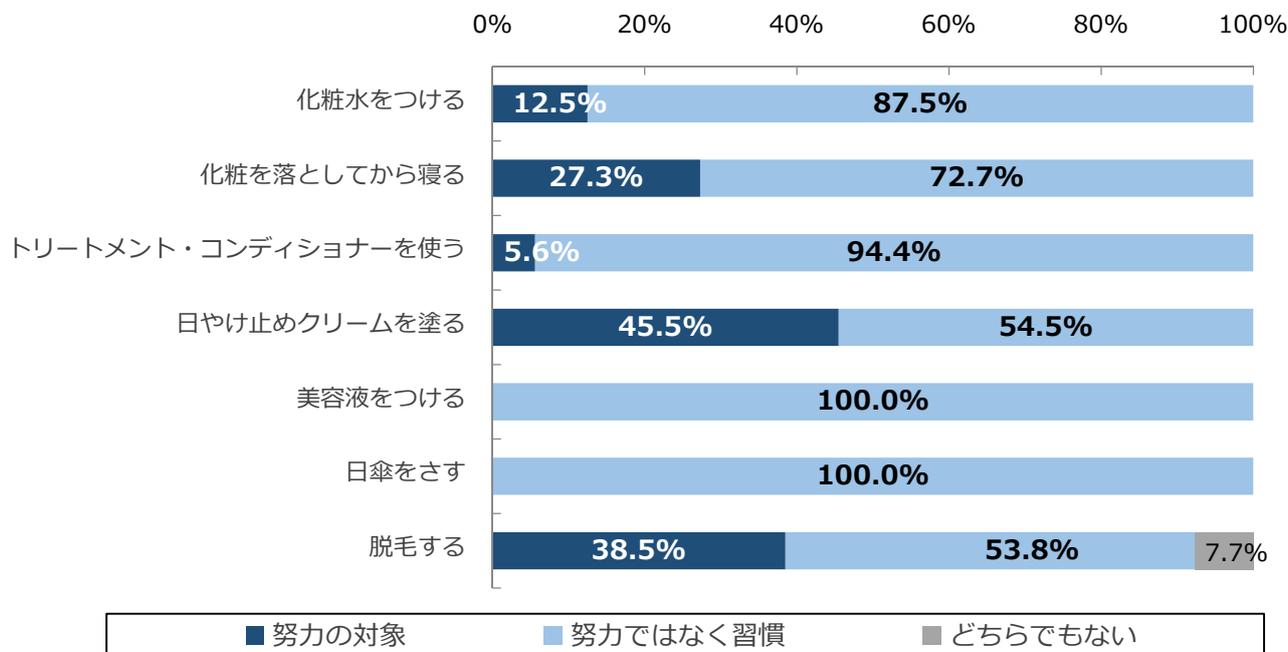
さらに健康面については「ダイエットをする」を除き、全ての項目で日本女性の方が“習慣”として捉える結果に。

冒頭の質問で、「自信をつける努力をしている」と回答した日本女性は 5 割にも満たなかったものの、実際には努力に足りうる行動を、ごくごく当たり前の習慣として認識・実践していたことが本調査を通じて浮き彫りになりました。【グラフ 4- i ~ ii】、【グラフ 5- i ~ ii】

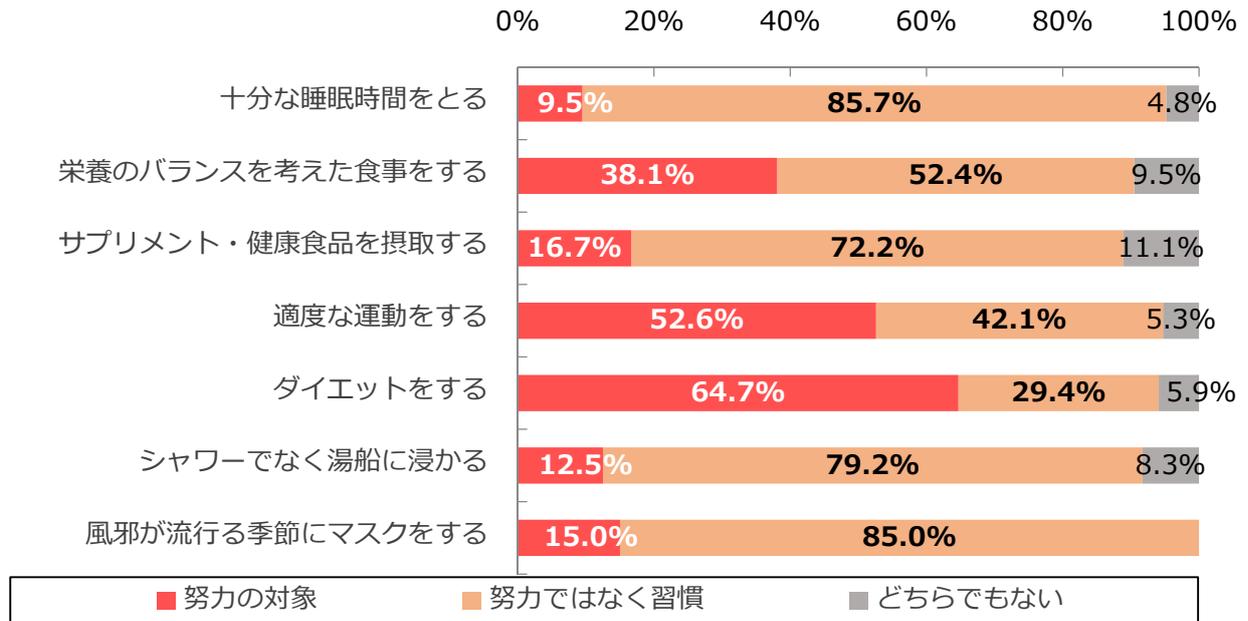
【グラフ4- i】実施してる事の捉え方～日本（美容編）



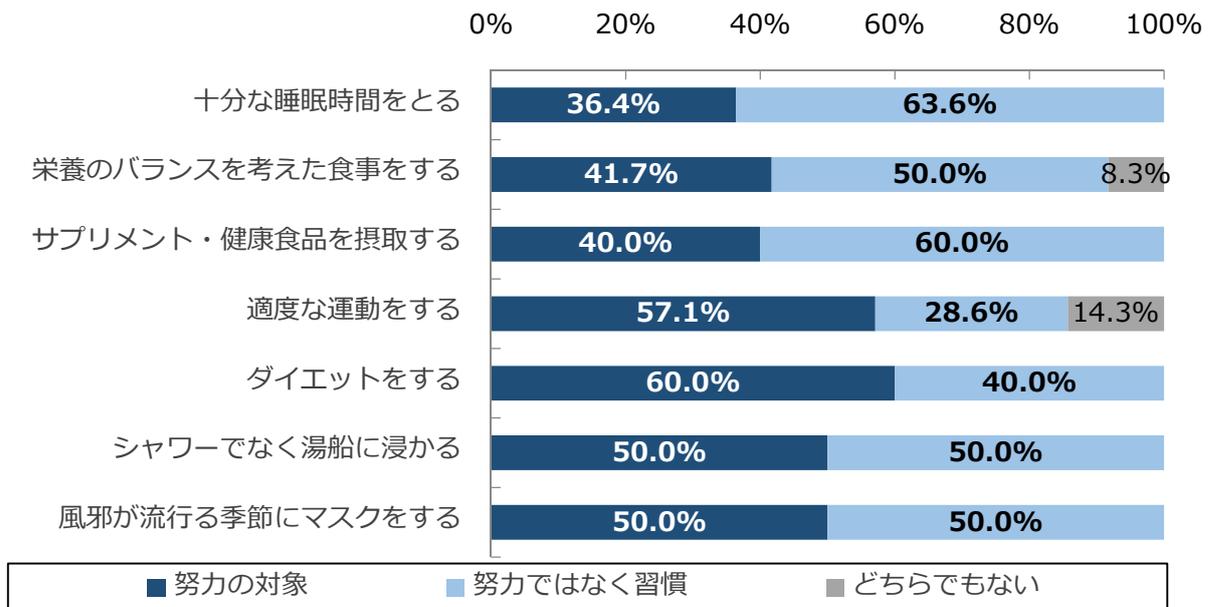
【グラフ4- ii】実施してる事の捉え方～NY（美容編）



【グラフ5-i】実施してる事の捉え方～日本（健康編）



【グラフ5-ii】実施してる事の捉え方～NY（健康編）



■All About「恋愛」ガイド 吉戸三貴氏のコメント



美しくなるための行動や意識を、「自信をつけるための努力をしているか」という軸で見ると、ニューヨークの女性（89.3%）と日本の女性（47.5%）の間には大きな差があることがわかりました。

これは、日本の女性が、すでに実践できていることを「努力」ではなく「習慣」と捉える傾向があるためとも考えられそうです。実際、運動など健康面の行動ではニューヨークの女性に及ばないものの、日本の女性が重視していると思われる美容行動（保湿、髪のトリートメントなど）については、全体に高い割合でケアを実践できています。

多くの女性にとって、自分の美しさに完全に満足するのは難しいことですが、「完璧ではないけれど、日々努力をしている」、そう思えることは、確かな自信につながります。過去2回にわたって日本女性の美や健康意識について調べてきましたが、海外と比較しても日本女性は十分に努力足りえる行動をしています。何を努力と捉えるかは本人次第。足りない部分、実践できていないところばかりを見るのではなく、習慣化できていることを評価して、自分自身の努力を認めることができたら素敵ですね。

「maico」の読者をはじめ、ひとりでも多くの日本女性がありのままの自分と向き合って、自分らしい“キレイ”を見つけていってほしいと思います。

【吉戸三貴氏 プロフィール】

コミュニケーションスタイリスト。極度の人見知りだったが、パリ留学を機に自分のコミュニケーションを徹底的に見直して克服。その後、沖縄美ら海水族館広報、PRプランナーなどを経て起業。企業のPRやアーティストのブランディング、個人の悩み相談まで様々なコミュニケーション課題の解決をサポートしている。

■ 「maico」について URL : <http://maico.maihada.jp/>



コーセープロビジョン株式会社が総合情報サイト「All About」の支援のもと、「やまとなでしこの“キレイ”を応援する」ことをコンセプトに2014年9月1日にオープン。

日本女性がもっている良さを“ほめて”、“応援する”ことを目的に美容や健康、恋愛、ファッションといった幅広い領域の情報を発信しています。

■ 参考資料

第1回調査（2015年4月16日）：<http://corp.allabout.co.jp/corporate/press/2015/150416.html>

第2回調査（2015年6月30日）：http://corp.allabout.co.jp/corporate/press/2015/150630_1.html

■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3,360万人（2015年1月実績、スマートフォン、モバイル含む）となっています。

■コーセープロビジョンについて URL : <http://shop.maihada.jp/>

コーセープロビジョン株式会社は、株式会社コーセー（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小林一俊）100%出資の通信販売業子会社として2011年8月に設立した通販化粧品会社です（設立時の社名は「株式会社プロビジョン」：2013年7月に現社名に変更）。

展開ブランド『米肌』は、あらゆる肌悩みの根源である「乾燥」にアプローチするスキンケア化粧品ブランド。日本人が古くから慣れ親しんできた「お米」と「発酵」の力で、日本女性の肌を潤いあふれる理想の素肌に導きます。

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
TEL：03-6362-1309 FAX：03-6682-4229
E-mail：pr@staff.allabout.co.jp

コーセープロビジョン株式会社 PR 担当：高橋
TEL：03-3273-0622