

アクティブシニアの美容意識を調査、440人が回答

「キレイ」願望8割、あふれる情報に悩む実態浮き彫りに

朝日新聞社Re ライフプロジェクト

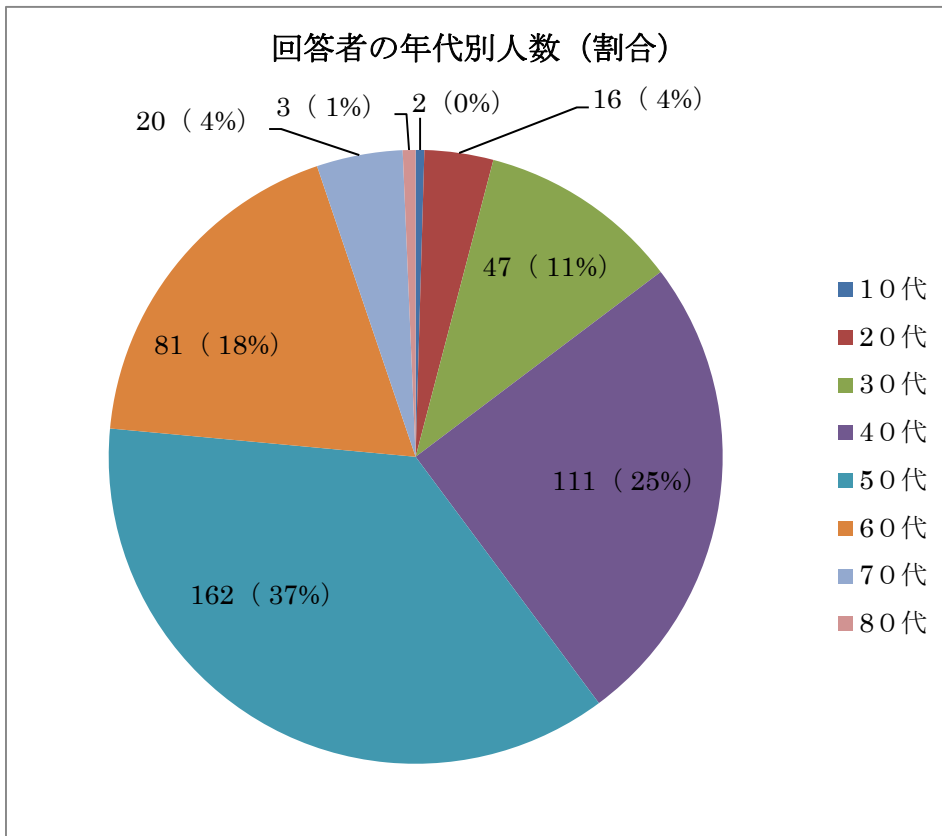
朝日新聞社「Re ライフプロジェクト」は、アクティブ世代の女性の美容や健康ニーズを探るアンケートを朝日新聞デジタル上で実施した。40代～60代の女性を中心に442人から回答があり、その8割が「いくつになってもキレイでいたい」と願う一方で、3人に1人は、情報や商品があふれるなか、「どれを選んでいいかわからない」「何を参考にしてよいか分からない」と悩んでいる実態が浮き彫りになった。

【調査結果概要】

- ◆美容やおしゃれへの関心・願望は高い一方で、「何を参考にしていいかわからない」と考えている女性が、3人に1人にのぼった。
- ◆年齢を重ねるほど、近く買い物に行くなど、ちょっとした外出にも、化粧品に気を遣っている。
- ◆50代以上の3人に1人が「髪が細い、薄い」ことで悩んでいた。ほかにも、「目元・口元のしわ」「肌のたるみ」「視力のせいでメイクできない」などの悩みが多かった。
- ◆シニアも、数は少ないものの美容施術やエステに一定の関心がある。5人に1人がエステに通っているか、通うことに関心があった。
- ◆全体の4割が「化粧品の機能や種類が多すぎて何を調べばいいかわからない」と考えていた。
- ◆購買方法は「ドラッグストアでセルフで」が4割超と最も多かった。ただ20代は6割、60、70代は3割と差があった。シニアはカタログ通販や新聞通販などが多かった。

◆調査手法：

朝日新聞Reライフプロジェクトでは、8月2日～31日、朝日新聞のwebアンケートシステム「イー・ポスト」を使い「女性限定Reライフ『きょうもキレイ』美容アンケート」を実施、女性442人から回答を得た。年代別にみると、50代が最も多く162人、次いで40代111人、60代81人などと続き、中高年女性が大半を占めた。なお、10代と80代については、n数が少ないため年代別の分析はしなかった。



◆Reライフプロジェクトとは：

朝日新聞は、仕事や子育てが一段落した世代を「Reライフ世代」と呼び、自分らしく生きるお手伝いをしています。2014年にスタートした特集面「Reライフ」(月曜朝刊)では、趣味や学び、人生設計とお金、健康・美容・ファッションなど、ライフステージが変化する方々に役立つ情報を発信してきました。

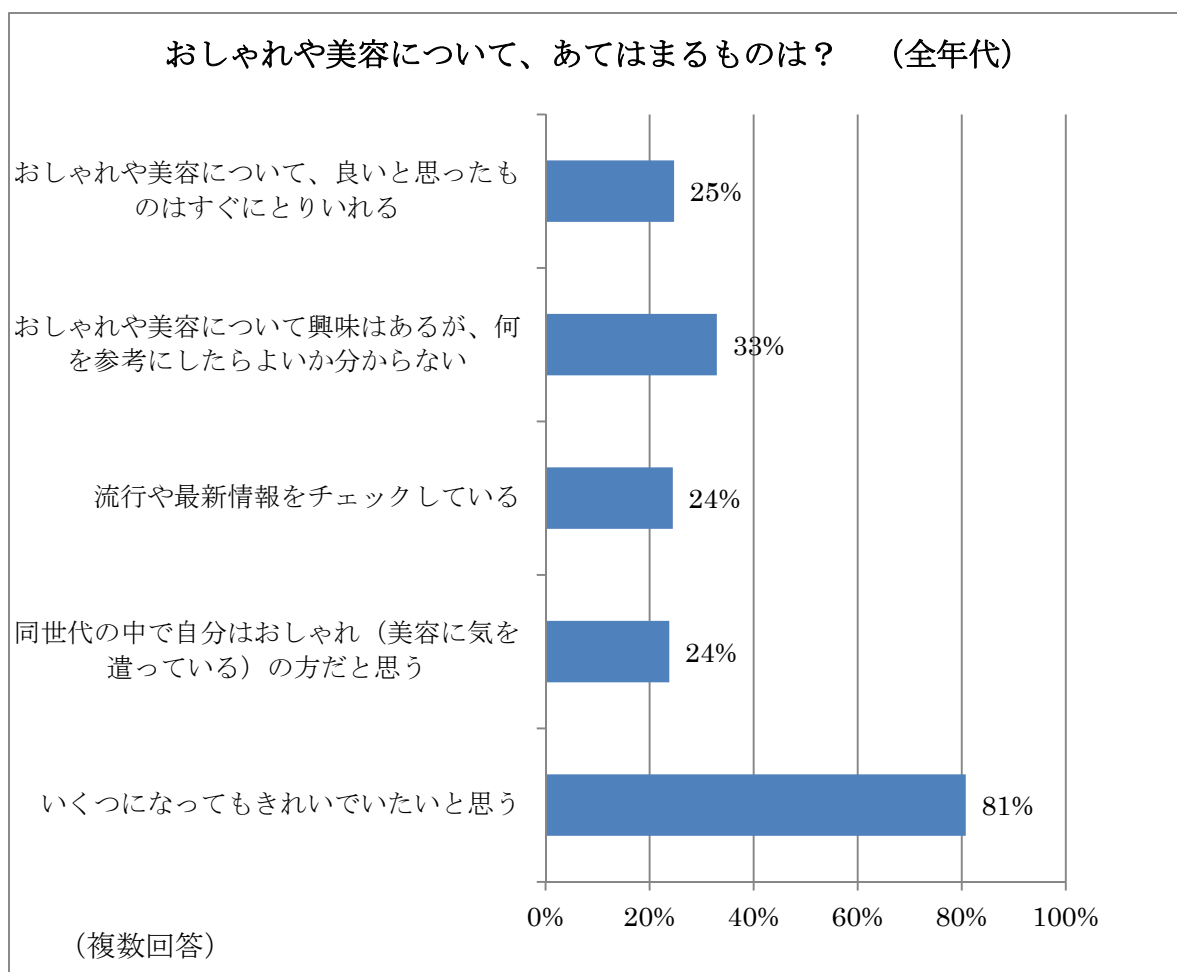
2016年2月に「Reライフフェスティバル」を開催したのをきっかけに、紙面での情報提供だけでなく、イベントや講座、アンケートの定期的な実施、読者との継続的な接点を広げています。5月にはReライフプロジェクトを立ち上げ、全社の各部門が総力を挙げ、紙面やイベントを通じ、Reライフ世代の応援をしています。今回の「美容アンケート」も、その一環です。

Q1. おしゃれや美容について、あてはまると思うものは？

A. 3人に1人「何を参考にしていいかわからない」

「おしゃれや美容について、あてはまると思うもの」について尋ねたところ、「いくつになってもキレイでいたい」と答えた女性が約8割いる一方で、「何を参考にしていいかわからない」と答えたのは3人に1人にのぼった。美容やおしゃれへの願望が強い一方で、何を参考にしたらいいかわからないか迷っている実態が浮き彫りになった。

「おしゃれや美容について、あてはまると思うものを選んでください」との設問に対し、「いくつになってもキレイでいたいと思う」（81%）を選んだ人が群を抜いて多かった。「流行や最新情報をチェックしている」（25%）、「自分はおしゃれの方だと思う」（24%）などが続いた。一方で、「おしゃれや美容について興味はあるが、何を参考にしたらいいかわからない」と答えたのは、33%にのぼった。様々な手段で美容情報を入手しているものの、その選択に迷っていることがみてとれる。



Q2. どんな時に、おしゃれをしたり、化粧品に気を遣ったりするか？

A. シニアは、買い物など近所への外出でも「おしゃれ」する傾向

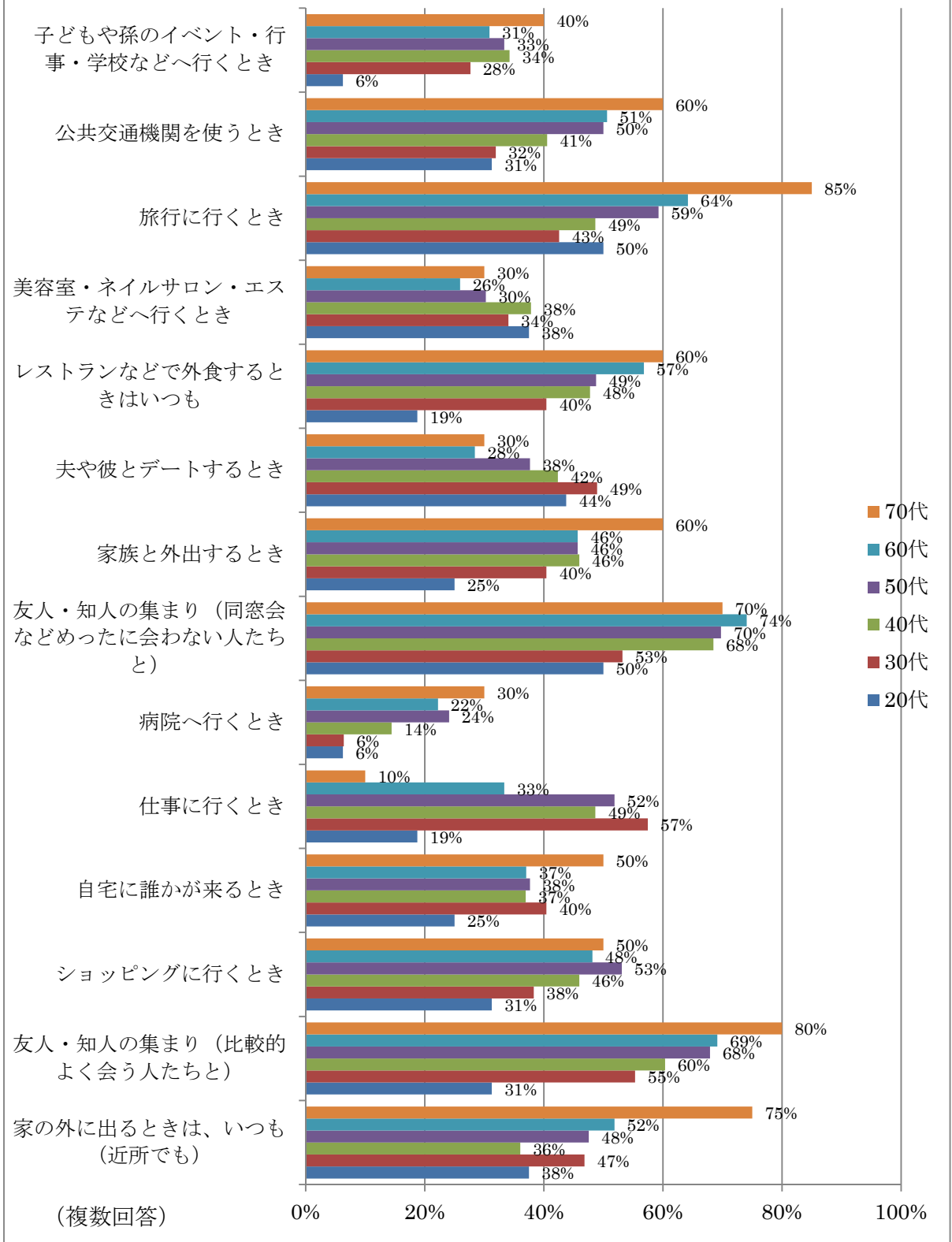
「どんな時に、おしゃれをしたり、化粧品に気を遣ったりするか」を尋ねたところ、50代以上のシニアの方が、おしゃれや美容に気を遣っていることがわかった。同窓会など特別な場だけでなく、日常的な場面でも意識しているようだ。

「どんな時におしゃれをしたり、化粧品に気を遣ったりしているか」を尋ねたところ、全年代では、「友人・知人の集まり（同窓会などめったに会わないと人たち）」（68%）が最も高く、「友人・知人の集まり（比較的よく会う人）」（64%）、「家の外に出るときはいつも（近所でも）」（46%）などと続いた。

一方、年代があがるほど、「ショッピングに行くとき」「友人・知人の集まり（比較的よく会う人たち）」「家の外に出るときはいつも（近所でも）」など「ちょっとした外出」でも、化粧品やおしゃれに気を遣っていた。「家の外に出るときは、いつも（近所でも）」と回答した年代別の割合は、20代は38%だったが、50代48%、60代52%、70代75%と高くなった。

一方で、「夫や彼とデートするとき」や「美容室・ネイルサロン・エステなどへ行くとき」などの質問では、若い層の割合が高かった。

どんなときにおしゃれをしたり、化粧に気を遣ったりするか



Q3. 美容やいう視点で、あなたが気になっている悩みは何ですか？

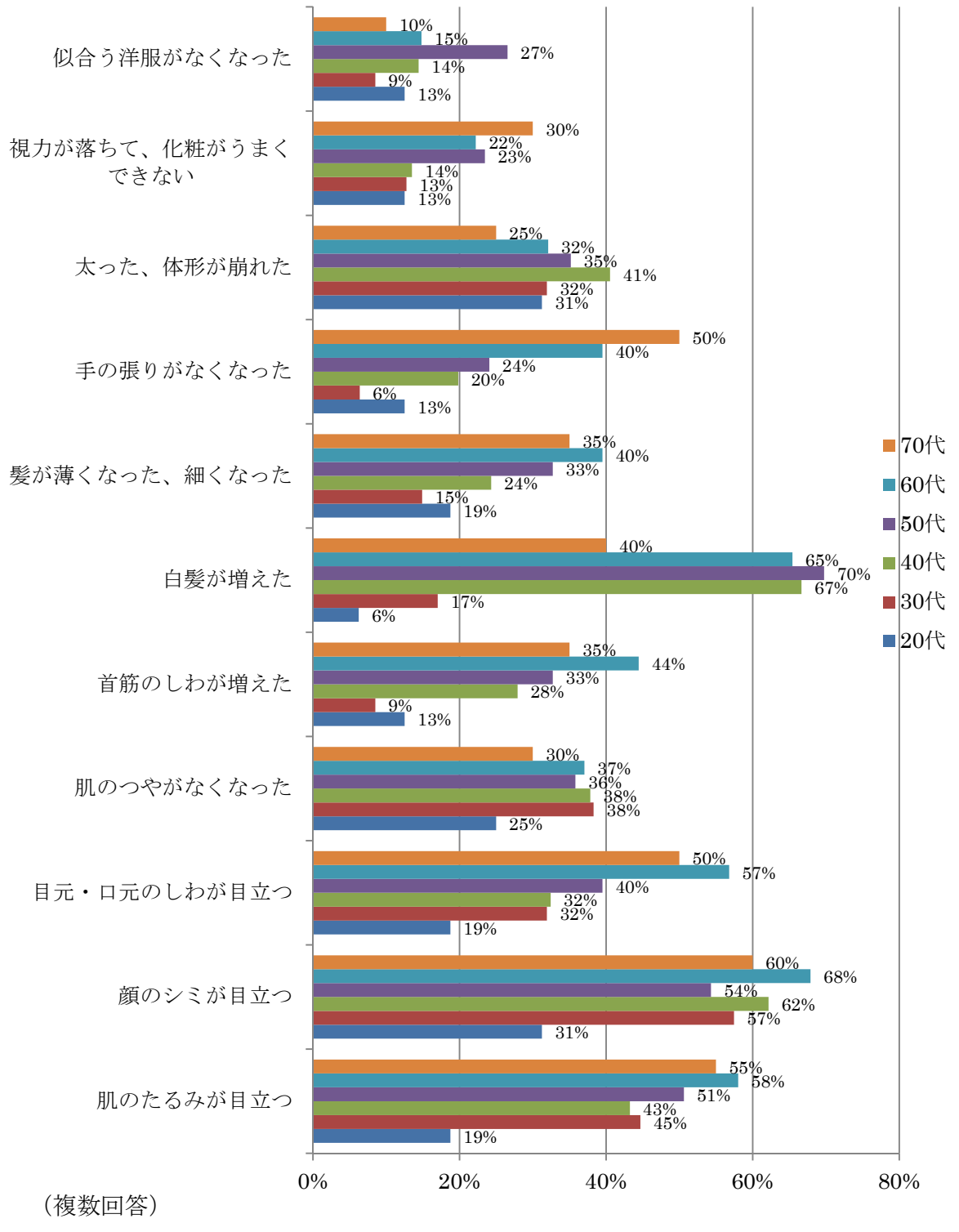
A. 50代以上の3人に1人が「髪の薄さで悩み」

「美容やおしゃれという視点で気になっている悩み」を尋ねたところ、シニアならではの悩みが多かった。全体で見ると、「白髪が増えた」（59%）が最も多く、「顔のシミが目立つ」（58%）、「肌のたるみが目立つ」（48%）「目元・口元のしわが目立つ」（40%）が続いた。

年代ごとにみると、「髪が細くなった、薄くなった」「目元・口元のしわが目立つ」「肌のたるみが目立つ」「視力が落ちて、化粧がうまくできない」などで、年代が上がるにつれ高くなる傾向がみられた。特に「目元・口元のしわ」でその傾向が強く、20～30代は32%だったのが、50代で40%、60代で57%と大きく増えていた。

髪の毛の悩みも深刻だ。「髪が薄い、細い」と回答したのは、20～30代は20%未満だったが、50～70代は33～40%だった。3人に1人が、髪の薄さで悩んでいることが浮き彫りになった。一方、「白髪が増えた」は、若年層でも悩んでいる女性が多く、年代ごとに大きな差はみられなかった。

美容やおしゃれという視点で気になっている悩みは？



Q4. Q3のような悩みを解決するために、どんな対策に興味がありますか？

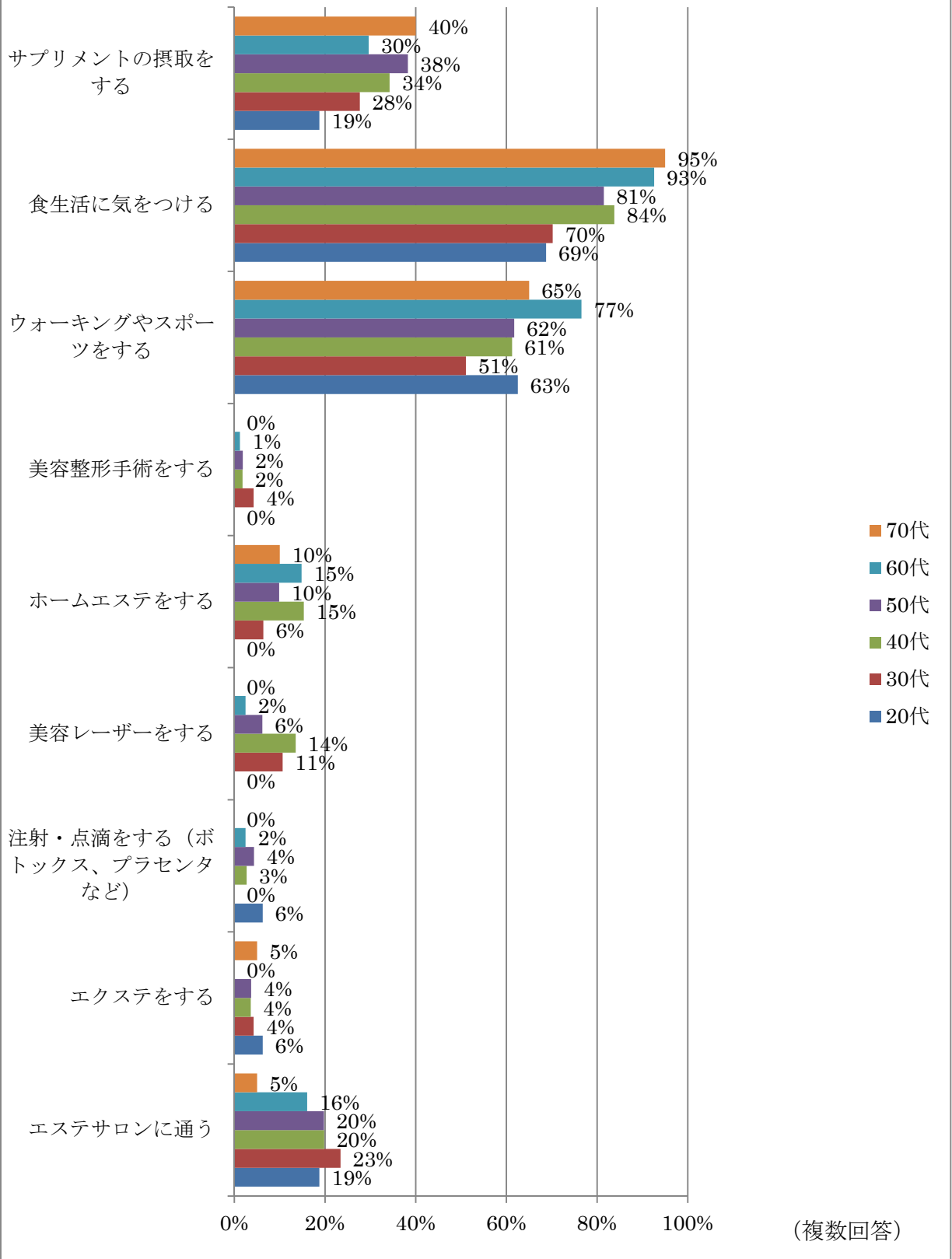
A. 美容施術やエステ、一定のニーズ

「美容上の悩みを解決するために、どんな対策に興味があるか」についても尋ねた。「食生活に気をつける」(83%)、「ウォーキングやスポーツをする」(64%)が多かった一方で、数としては少ないが、「美容レーザーをする」(7%)、「注射・点滴をする(ボトックス、プラセンタなど)」(3%)「美容整形手術」(2%)と答えた人もいた。

「注射・点滴をする」で見ると、20代6%、40代3%、50代4%、60代2%と、年代ごとに大きな差はなかった。最近、シニア層が被害に遭う美容トラブルが伝えられているが、こうした利用傾向も背景にありそうだ。

また、「エステサロンに通う」は全体で19%が回答。年代別に大きな差はなく、50代で20%、60代で16%と、およそ5人に1人が、エステサロンにすでに通っていたり、通うことを考えたりしていた。

美容の悩みを解決するために、どんな対策に興味があるか

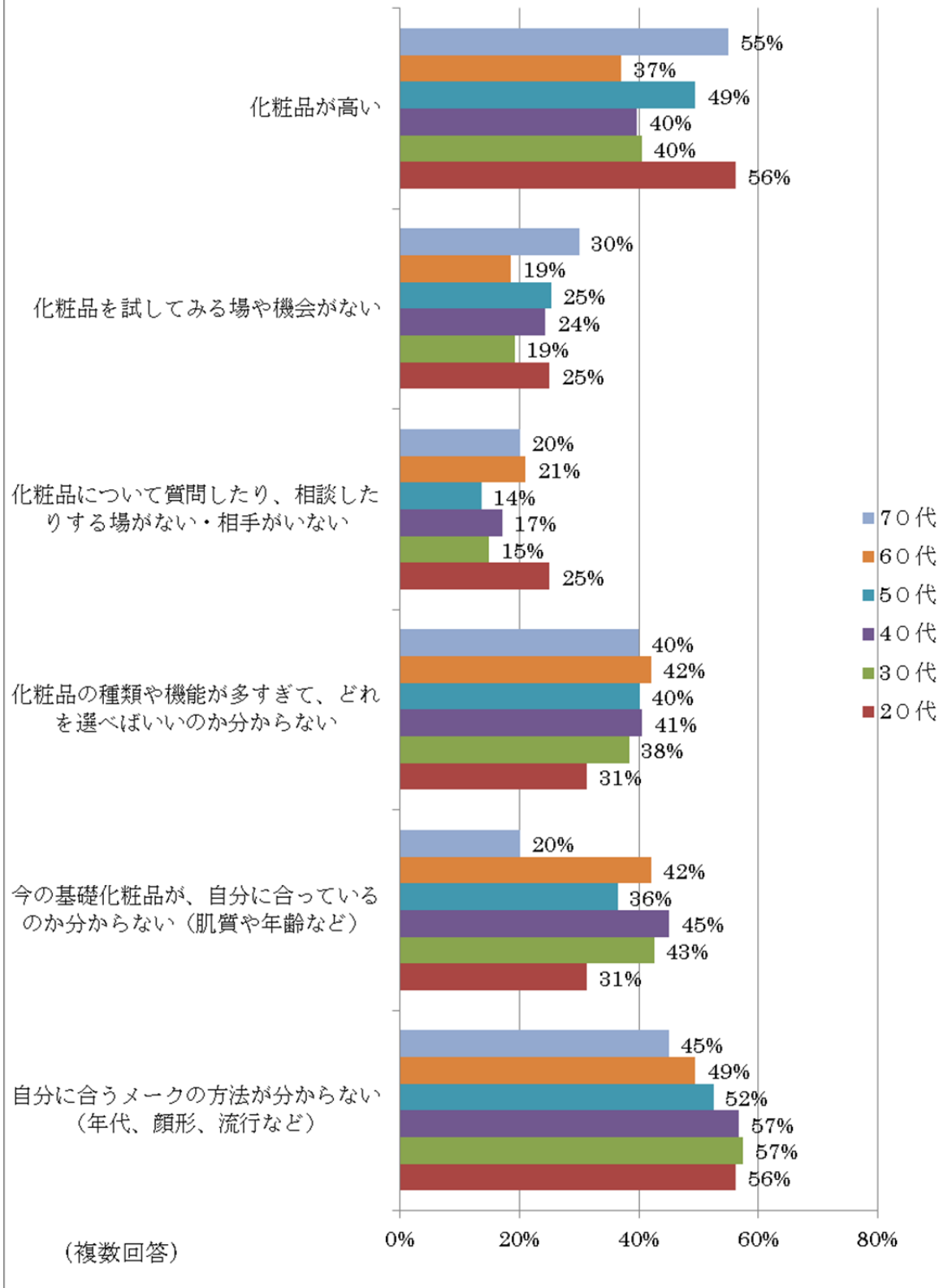


Q5. 化粧品を使ったり、選んだりする際の悩みは？

A. 4割「化粧品の種類や機能多すぎる」

「化粧品を使ったり選んだりする際の悩み」について尋ねたところ、「自分に合うメーカーの方法がわからない」と答えたのが53%と、最も多かった。次いで「化粧品が高い」が44%、「化粧品の種類や機能が多すぎて、どれを選べばいいかわからない」も40%いた。Q1の回答にもあった「おしゃれや美容について興味はあるが、何を参考にしたらいいかわからない」と同様に、美容に関する情報や商品があふれ、消費者が選択に悩んでいることがうかがえる。

美容やオシャレで気になっている悩みは？



Q6. どのような方法で化粧品を購入するか

A. シニア、少ないドラッグストアでの購入

「どのような方法で化粧品を購入するか」で、群を抜いて多かったのは「ドラッグストアで自分で選ぶ」(43%)。「デパートで専門家の助言を受けて」(25%)が続いた。

年代別にみると、いくつか傾向がみえる。「ドラッグストアで自分で」は、年代を追うごとに減る傾向がみてとれた。20代で63%、30代で53%と高めだが、40代47%、50代41%、60代32%、70代30%だった。逆に年代を追うごとに増えていたのが、「カタログ通販・定期会報誌」と「新聞・雑誌・テレビ広告などでの通販」の2つだ。「カタログ通販」は20代で6%だったのが、50~70代は15~16%だった。「新聞・雑誌広告など」は、20~30代で13%なのが、60代16%、70代30%と増える傾向にあった。

どのような方法で化粧品を購入するか

