

15～64 歳の男女 2,000 人を対象に調査

化粧・美しさの価値観と未来予想

ポーラ文化研究所が最新調査レポートを発行

ポーラ・オルビスグループで化粧文化に関する研究活動を行うポーラ文化研究所(所在地:東京都品川区)は、調査レポート「化粧・美しさの価値観と未来予想」を 8 月 30 日に発表しました。15～64 歳の男女 2,000 人を対象とし、自分にとってのスキンケアやメイクの位置づけ、現在と 20 年後の未来における化粧・美しさに関する価値観について分析を行っています。

レポート詳細はポーラ文化研究所ホームページで公開しています。

調査レポート : <https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/report/pdf/220830mirai.pdf>

【調査結果サマリー】

＜スキンケア＞女性は生活で欠かせないこと、男性は対人関係に関わるものととらえている人も

- ・女性は、「必要・欠かせないこと」28.4%、「行うことが自然、当たり前なこと」24.7%、「人への印象を良くすること」23.6%がトップ 3。
- ・男性は、「特に考えはない」27.4%が多いものの、「人への印象を良くすること」20.0% といったコミュニケーションに関わる要素があるととらえているようだ。

＜メイク＞女性はコミュニケーションや社会との協調に関わることと位置づける人が多い

- ・女性は、「人への印象を良くすること」31.2%、「社会のマナー、礼儀に近いこと」29.7%、「コンプレックスや気になるところをカバー、ケアすること」25.6%がトップ 3。
- ・男性は、「特に考えはない」43.7%、「わからない」19.8%、「人への印象を良くすること」11.6%がトップ 3。

男女ともに「メイクは TPO に合わせるもの」「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」が上位

- ・化粧や美しさに関する価値観をたずねたところ、女性は、「メイクは TPO に合わせるもの」72.8%、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」72.5%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」68.2%がトップ 3。
- ・男性は、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」48.6%、「メイクは TPO に合わせるもの」44.1%、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」37.8%がトップ 3。

未来予想では、「化粧は性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人が増える」と予想

- ・男女ともに「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」が 20 年後の未来予想で増加した項目トップ 3。減少した項目は「メイクは TPO に合わせるもの」「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」。

本調査について

首都圏一都三県に居住する 15～64 歳の男女 2,000 人を対象に、2021 年 11 月 9 日～11 月 12 日にインターネットにて調査を実施しました。

ポーラ文化研究所とは

ポーラ文化研究所は、化粧を美しさの文化としてとらえ、学術的に探究することを目的として、1976 年に設立されました。日本と西洋を中心に、化粧文化に関わる資料の収集と調査研究を行っているほか、国内外の美術館への展示協力や、現代の化粧・美意識やライフスタイルに関する調査の実施・公開などを行っています。

ポーラ文化研究所 HP : <https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp>

【報道関係者の皆さまからのお問い合わせ先】(株)ポーラ・オルビスホールディングス コーポレートコミュニケーション室

広報担当 Tel 03-3563-5540 / Mail: webmaster@po-holdings.co.jp

※在宅勤務を推奨しているため、電話がつかない場合はメールにてお問い合わせください。

【調査内容に関するお問い合わせ】ポーラ文化研究所 Mail: infobunken@po-holdings.co.jp

【参考資料】

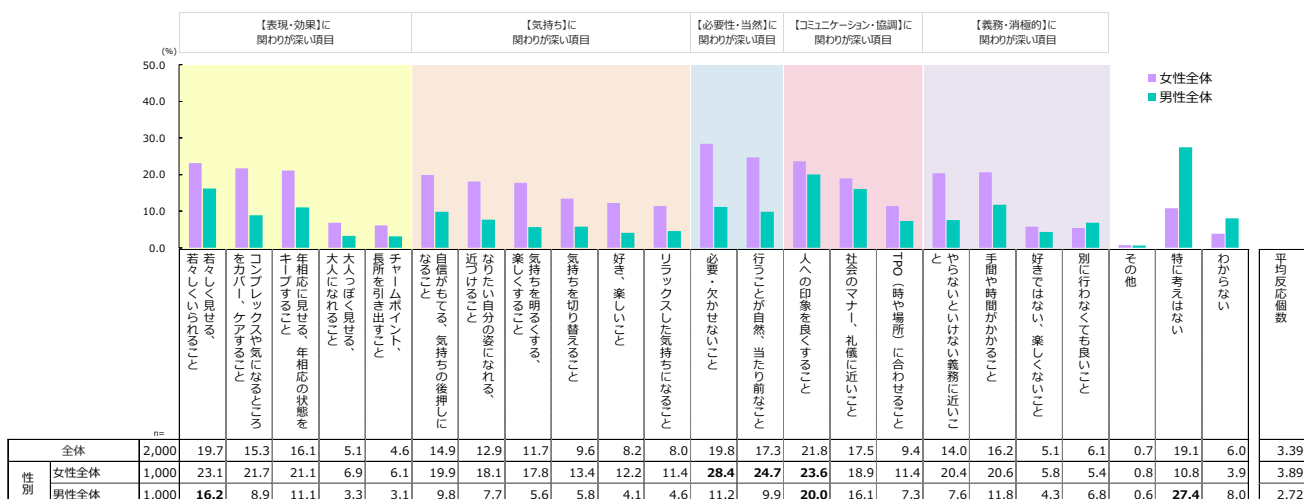
自分にとっての化粧の位置づけ ①スキンケア(一部抜粋)

※自分にとって、スキンケアとはどのようなことかたずねた。

- 女性は、「必要・欠かせないこと」28.4%、「行うことが自然、当たり前のこと」24.7%、「人への印象を良くすること」23.6%がトップ3。
- 男性は、「特に考えはない」27.4%、「人への印象を良くすること」20.0%、「若々しく見せる、若々しくいられること」16.2%がトップ3で、「社会のマナー、礼儀に近いこと」16.1%がそれに続いた。
- 「特に考えはない」「わからない」「別に行わなくてもよいこと」を除く全項目で、女性が男性のスコアを上回り、スコア差が特に大きい項目は「必要・欠かせないこと」(スコア差+17.2ポイント)、「行うことが自然、当たり前のこと」(スコア差+14.8ポイント)。スキンケア実行率の高い女性では(※)、スキンケアは生活で欠かせないことと位置づける人が多い。
- 男性は「特に考えはない」人が多いものの、スキンケアには「人への印象を良くすること」といったコミュニケーションに関わる要素があるととらえているようだ。

※スキンケアを行っている女性は93.1%、男性は55.0%(ポーラ文化研究所、「ウィズコロナ時代の美容行動「画面越しに見せたい顔」とは?」2022年6月23日より)。

■ 自分にとって、スキンケアとはどのようなことか(基数:対象者全員(女性全員1,000人、男性全員1,000人))



※自分にとって、メイクとはどのようなことかたずねた。

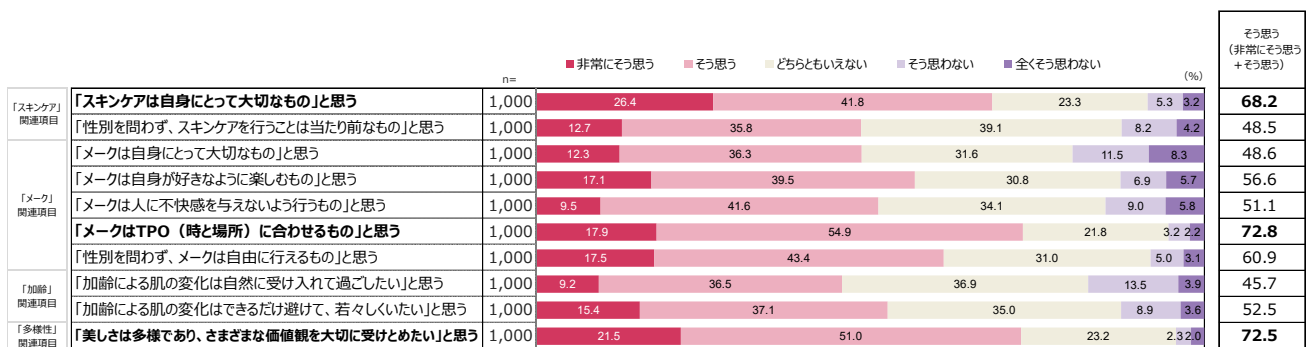
- ※メイクを行っている女性は81.8%、男性は16.6%(ポーラ文化研究所、「ウィズコロナ時代の美容行動「画面越しに見せたい顔」とは？」2022年6月23日より)。

[illegible]

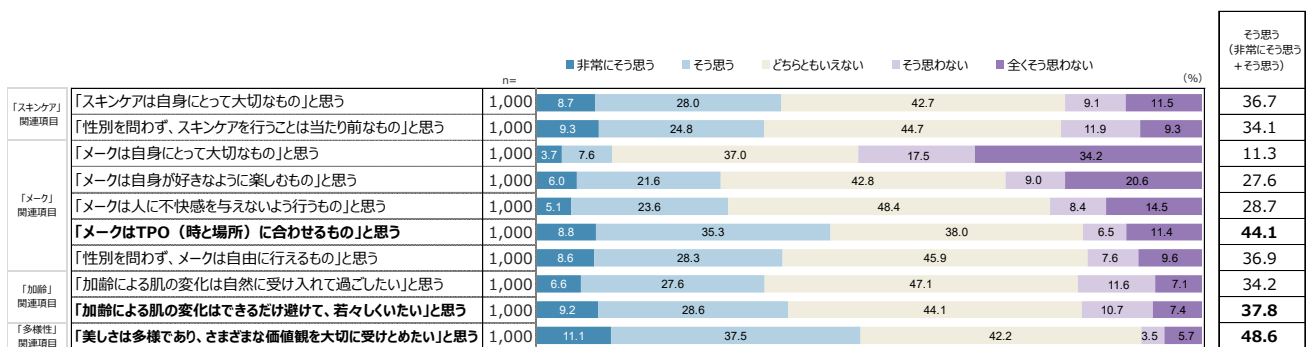
化粧・美しさに関する価値観 自分自身(一部抜粋)

- ※10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」を提示し、自分自身の思いとして、「そう思う(非常にそう思う+そう思う)」と答えた割合をみた。
- 女性は、「メイクは TPO に合わせるもの」72.8%、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」72.5%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」68.2%がトップ 3。以下、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」60.9%、「メイクは自身が好きなように楽しむもの」56.6%が続く。「メイクは TPO に合わせるもの」がトップだが、メイクは自由に、好きなように楽しむといった価値観もみられる。
 - 男性は、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」48.6%、「メイクは TPO に合わせるもの」44.1%、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」37.8%がトップ 3。全項目で男性の「そう思う(非常にそう思う+そう思う)」の割合は女性を下回る。男性のスキンケア・メイク実行率は女性より低く、実際に自分が行っているかどうかの違いが回答に影響しているようだ。

■ 提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは(基数:女性全員 1,000 人) 【女性】



■ 提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは(基数:男性全員 1,000 人) 【男性】



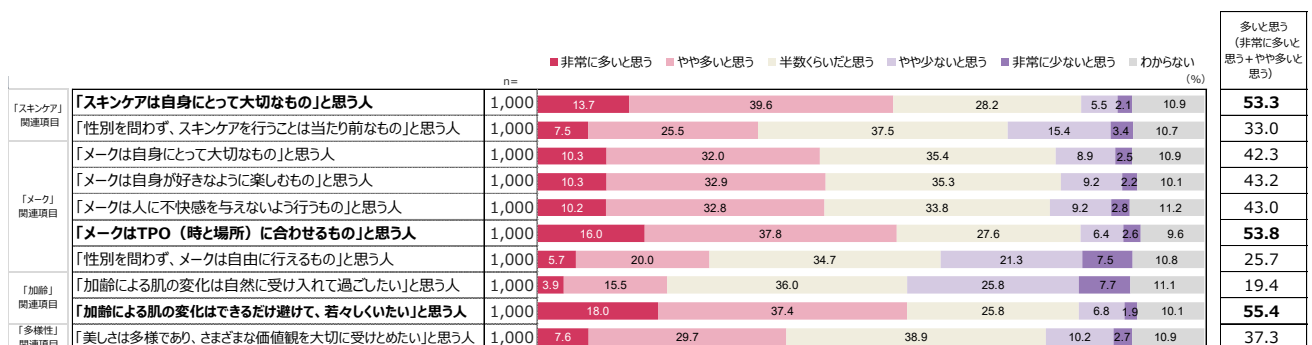
化粧・美しさに関する価値観 現在の社会の人々【現在の推測】(一部抜粋)

※提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人について、現在の日本社会において、どれくらいいいと思うかたずね、「多いと思う(非常に多い+やや多いと思う)」の割合をみた。

- 女性では、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」55.4%、「メイクは TPO に合わせるもの」53.8%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」53.3%が過半数を占めた項目。
- 男性では、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」36.2%、「メイクは TPO に合わせるもの」35.1%、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」28.7%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」28.6%が上位にあがった。男性は全項目で女性のスコアを下回る。

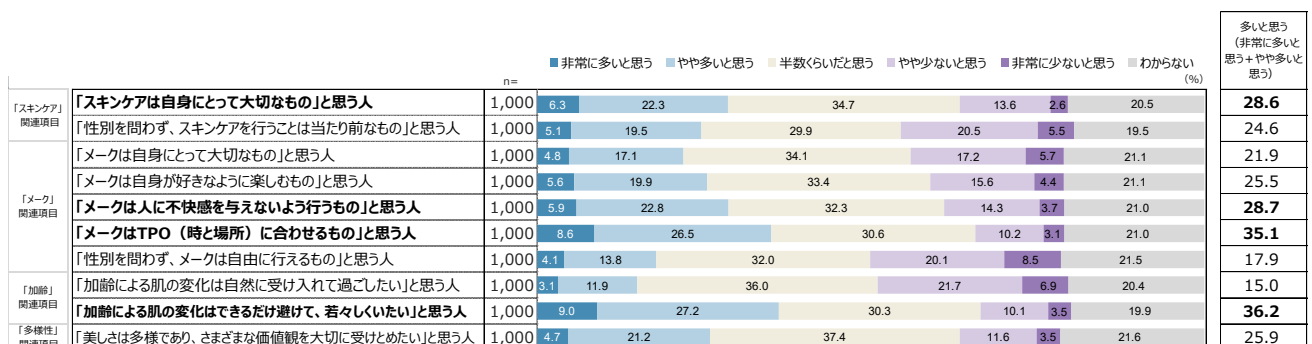
■ 提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいいと思うか (基数:女性全員 1,000 人)

【女性】



■ 提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいいと思うか (基数:男性全員 1,000 人)

【男性】



化粧・美しさに関する価値観【現在の推測】と【未来予想】を比較 女性（一部抜粋）

※提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在の推測と 20 年後の未来予想の回答を比較、女性が回答した「多いと思う(非常に多い+やや多いと思う)」の割合をみた。

- 未来予想で現在より「多いと思う」が増加した項目トップ 3 は、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」+25.5 ポイント、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」+20.4 ポイント、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」+16.4 ポイント。スキンケアやメイクは性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人は今後増えると思っている様子。
- 未来予想で現在より「多いと思う」が減少した項目は、「メイクは TPO に合わせるもの」-9.3 ポイント、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」-8.2 ポイント、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」-3.2 ポイント。TPO に合わせる、人に不快感を与えないよう行うといった社会的な役割にメイクを紐づける価値観をもつ人は、現在より多いとは思っていないようだ。

■ 提示した 10 項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20 年後の日本社会ではどれくらいいると思うか(基数:女性全員 1,000 人)

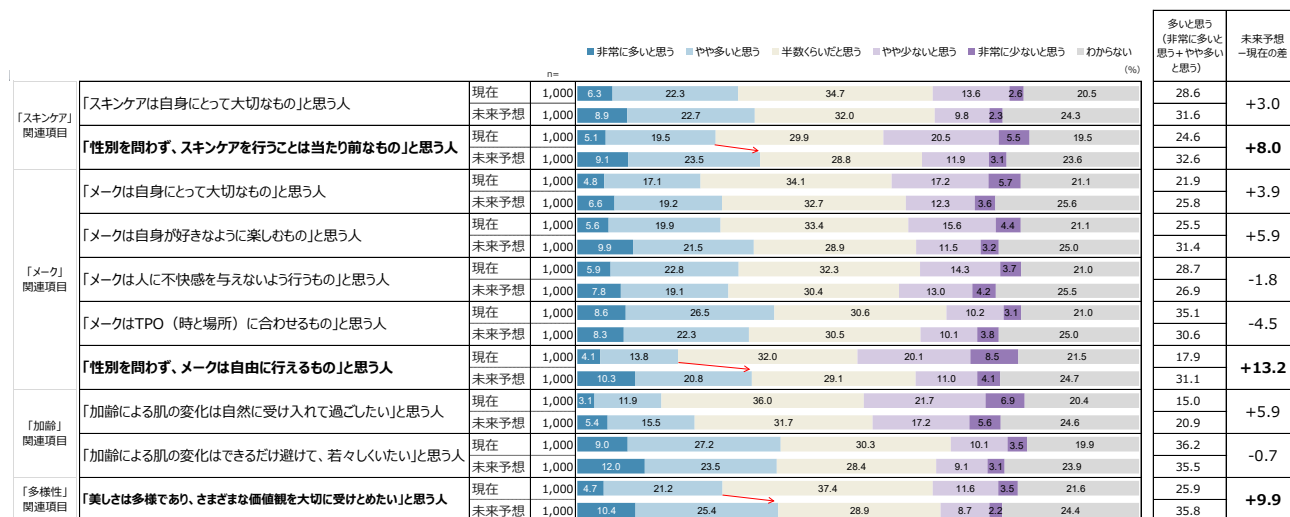
■ 非常に多いと思う ■ やや多いと思う ■ 半数くらいだと思う ■ やや少ないと思う ■ 非常に少ないと思う ■ わからない (%)										多いと思う (非常に多いと 思う+やや多い と思う)	未来予想 —現在の差
		n=									
「スキンケア」 関連項目	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	現在	1,000	13.7	39.6	28.2	5.5	2.1	10.9	53.3	
		未来予想	1,000	18.4	37.3	25.2	4.1	1.4	13.6	55.7	+2.4
	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	現在	1,000	7.5	25.5	37.5	15.4	3.4	10.7	33.0	
		未来予想	1,000	17.3	36.1	24.9	7.0	2.1	12.6	53.4	+20.4
「メイク」 関連項目	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	現在	1,000	10.3	32.0	35.4	8.9	2.5	10.9	42.3	
		未来予想	1,000	14.2	30.8	32.1	7.6	1.9	13.4	45.0	+2.7
	「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う人	現在	1,000	10.3	32.9	35.3	9.2	2.2	10.1	43.2	
		未来予想	1,000	19.1	35.7	24.8	6.1	1.7	12.6	54.8	+11.6
	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	現在	1,000	10.2	32.8	33.8	9.2	2.8	11.2	43.0	
		未来予想	1,000	9.6	25.2	33.6	13.7	4.5	13.4	34.8	-8.2
	「メイクはTPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人	現在	1,000	16.0	37.8	27.6	6.4	2.6	9.6	53.8	
		未来予想	1,000	12.2	32.3	33.9	6.8	2.0	12.8	44.5	-9.3
「加齢」 関連項目	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	現在	1,000	5.7	20.0	34.7	21.3	7.5	10.8	25.7	
		未来予想	1,000	18.2	33.0	26.8	7.5	1.9	12.6	51.2	+25.5
	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	現在	1,000	3.9	15.5	36.0	25.8	7.7	11.1	19.4	
		未来予想	1,000	6.9	22.2	34.1	16.0	7.0	13.8	29.1	+9.7
「多様性」 関連項目	「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」と思う人	現在	1,000	18.0	37.4	25.8	6.8	1.9	10.1	55.4	
		未来予想	1,000	19.6	32.6	26.7	6.3	1.9	12.9	52.2	-3.2
	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人	現在	1,000	7.6	29.7	38.9	10.2	2.7	10.9	37.3	
		未来予想	1,000	18.4	35.3	25.3	6.3	1.6	13.1	53.7	+16.4

化粧・美しさに関する価値観【現在の推測】と【未来予想】を比較 男性（一部抜粋）

※提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在の推測と20年後の未来予想の回答を比較、男性が回答した「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合をみた。

- 未来予想で現在より「多いと思う」が増加した項目トップ3は、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」+13.2ポイント、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」+9.9ポイント、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前のもの」+8.0ポイント。トップ3の項目は女性と同一となっている。女性と同様に男性においても、スキンケアやメイクは性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人は今後増えると思っている様子。
- 未来予想で現在より「多いと思う」が減少した項目は、「メイクはTPOに合わせるもの」-4.5ポイント、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」-1.8ポイント、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」-0.7ポイントと、女性と同じ項目が減少。男性においても、TPOに合わせる、人に不快感を与えないよう行うといった社会的な役割にメイクを紐づける価値観をもつ人は、現在より多いとは思っていないようだ。

■ 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか(基数:男性全員1,000人)



化粧・美しさに関する価値観【現在の推測】と【未来予想】を比較 年代別(一部抜粋)

※提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在の推測と20年後の未来予想の回答を比較、「多いと思う(非常に多い+やや多いと思う)」の割合を年代別にみた。

- 「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前のもの」は、男女ともに各年代で増加。特に、女性10代後半～40代では20ポイント以上増加している。
- 「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」「メイクは自身が好きなように楽しむもの」は、男女ともに各年代で増加。「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」では、女性各年代、男性10代後半で20ポイント以上増加している。男性10代後半では「メイクは自身にとって大切なもの」も20ポイント以上増加しており、メイクは性別を問わないもの、行う人にとって大切なものといった価値観をもつ人が今後増えると思っている様子。
- 「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」は、男女とも各年代で増加。女性20～30代では20ポイント以上増加している。

■ 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか「非常に多い+やや多いと思う」と答えた割合(基数:対象者全員(女性全員1,000人、男性全員1,000人))

		「スキンケア」関連項目										「メイク」関連項目										「加齢」関連項目										「多様性」関連項目										(%)									
		「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人					「性別を問わず、スキンケアを行うことは当然の事なの」と思う人					「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人					「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う人					「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人					「メイクはTPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人					「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人					「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごすことに」と思う人					「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しいに」と思う人					「美しさは多様であり、さまざまな価値観大切に受けとめたい」と思う人				
		現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差														
		n=																																																	
女性全体		1,000	53.3	55.7	+2.4	33.0	53.4	+20.4	42.3	45.0	+2.7	43.2	54.8	+11.6	43.0	34.8	-8.2	53.8	44.5	-9.3	25.7	51.2	+25.5	19.4	29.1	+9.7	55.4	52.2	-3.2	37.3	53.7	+16.4																			
男性全体		1,000	28.6	31.6	+3.0	24.6	32.6	+8.0	21.9	25.8	+3.9	25.5	31.4	+5.9	28.7	26.9	-1.8	35.1	30.6	-4.5	17.9	31.1	+13.2	15.0	20.9	+5.9	36.2	35.5	-0.7	25.9	35.8	+9.9																			
女性年代別	女性10代後半	100	55.0	57.0	+2.0	31.0	56.0	+25.0	49.0	58.0	+9.0	52.0	61.0	+9.0	42.0	32.0	-10.0	57.0	49.0	-8.0	37.0	60.0	+23.0	24.0	34.0	+10.0	62.0	57.0	-5.0	45.0	57.0	+12.0																			
	女性20代	200	55.5	65.0	+9.5	37.0	64.0	+27.0	49.0	56.5	+7.5	54.5	64.0	+9.5	45.5	37.0	-8.5	60.5	51.5	-9.0	31.5	58.5	+27.0	22.5	31.0	+8.5	58.0	56.5	-1.5	43.0	63.5	+20.5																			
	女性30代	200	52.0	55.0	+3.0	32.5	54.0	+21.5	40.0	40.5	+0.5	35.0	57.0	+22.0	42.5	32.0	-10.5	50.5	39.0	-11.5	20.5	52.0	+31.5	13.0	24.0	+11.0	57.0	46.5	-10.5	31.0	52.5	+21.5																			
	女性40代	200	50.0	50.5	+0.5	30.0	50.0	+20.0	38.0	42.5	+4.5	36.0	45.0	+9.0	47.5	34.0	-13.5	52.5	39.0	-13.5	23.5	46.5	+23.0	19.5	29.5	+10.0	49.5	47.5	-2.0	34.5	46.0	+11.5																			
	女性50代	200	54.5	52.5	-2.0	34.0	47.0	+13.0	41.5	38.0	-3.5	46.5	53.0	+6.5	41.0	37.5	-3.5	53.5	45.0	-8.5	23.5	45.0	+21.5	20.5	31.0	+10.5	55.0	55.0	0.0	34.5	48.5	+14.0																			
	女性60代前半	100	54.0	54.0	0.0	32.0	48.0	+16.0	37.0	37.0	0.0	36.0	49.0	+13.0	35.0	35.0	0.0	47.0	47.0	0.0	22.0	48.0	+26.0	19.0	26.0	+7.0	53.0	54.0	+1.0	42.0	59.0	+17.0																			
男性年代別	男性10代後半	100	43.0	49.0	+6.0	40.0	48.0	+8.0	29.0	49.0	+20.0	39.0	52.0	+13.0	41.0	39.0	-2.0	42.0	42.0	0.0	27.0	52.0	+25.0	21.0	34.0	+13.0	40.0	43.0	+3.0	42.0	50.0	+8.0																			
	男性20代	200	24.5	31.0	+6.5	26.0	34.0	+8.0	23.5	27.5	+4.0	26.0	29.0	+3.0	28.0	27.5	-0.5	37.5	29.0	-8.5	18.0	31.5	+13.5	18.5	21.0	+2.5	32.5	32.5	0.0	26.0	35.5	+9.5																			
	男性30代	200	29.0	30.0	+1.0	27.0	34.5	+7.5	23.5	26.5	+3.0	25.0	33.5	+8.5	26.5	24.5	-2.0	37.5	31.5	-6.0	18.5	31.5	+13.0	14.5	22.0	+7.5	38.0	36.0	-2.0	22.5	36.0	+13.5																			
	男性40代	200	28.0	29.0	+1.0	17.5	29.5	+12.0	16.5	19.0	+2.5	22.0	27.0	+5.0	25.5	26.5	+1.0	32.0	26.5	-5.5	16.5	27.5	+11.0	9.5	19.0	+9.5	35.5	37.5	+2.0	22.0	32.5	+10.5																			
	男性50代	200	27.5	31.5	+4.0	23.0	28.5	+5.5	21.0	21.5	+0.5	23.5	29.0	+5.5	26.5	23.0	-3.5	30.5	28.5	-2.0	16.0	29.0	+13.0	15.0	17.5	+2.5	36.0	34.5	-1.5	25.5	34.5	+9.0																			
	男性60代前半	100	25.0	24.0	-1.0	19.0	25.0	+6.0	21.0	20.0	-1.0	23.0	25.0	+2.0	33.0	27.0	-6.0	34.0	33.0	-1.0	14.0	20.0	+6.0	14.0	16.0	+2.0	38.0	31.0	-7.0	25.0	31.0	+6.0																			

※表の色付け：現在-未来予想のスコア差が増加したものは■、減少したものは■で色付け。スコア差が20ポイント以上あるものはスコアを赤字とした。

＜実施概要＞

調査名:ポーラ文化研究所 化粧文化調査 2021

調査時期:2021 年 11 月 9 日(火)15:30～2021 年 11 月 12 日(金)9:00

調査方法:インターネット調査

回答デバイス:PC・スマートフォン

調査対象者:首都圏一都三県(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)に居住する 15～64 歳の男女 2,000 人

女性の 15～19 歳、20～24 歳、25～29 歳、30～34 歳、35～39 歳、40～44 歳、45～49 歳、50～54 歳、55～59 歳、60～64 歳:各 100 人

男性の 15～19 歳、20～24 歳、25～29 歳、30～34 歳、35～39 歳、40～44 歳、45～49 歳、50～54 歳、55～59 歳、60～64 歳:各 100 人

※調査会社のアンケートモニター(約 220 万人)のうち、47,008 人にメールにて調査を依頼。回答者 12,808 人の中から年齢層(男女別 5 歳刻み)ごとに 100 人を無作為に選び、合計 2,000 人を調査対象として抽出した。

※本調査はインターネット調査であるため、対象者はインターネットユーザーであることが前提である。

※属性に関する情報(年齢、居住地、未婚、職業)は、アンケートモニターを保有する調査会社で事前(「ポーラ文化研究所 化粧文化調査 2021」回答時より 1 年以内)に聴取した情報である。

※本レポートで表記した構成比(%)の数値は、小数点以下第二位を四捨五入し表記している。そのため、内訳の合計が 100%とならないことがある。

※本レポートで表記した「平均反応個数」は、複数回答形式の設問において、他選択肢と「排他」の関係となる「特にない」「わからない」といった選択肢(複数選択できない選択肢)の回答者を算出のベースから除いている。

※本レポートの調査は 2022 年 6 月 23 日に発表した調査レポート「ウィズコロナ時代の美容行動 「画面越しに見せたい顔」とは？」の調査と同一である。

調査レポート:<https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/report/pdf/220830mirai.pdf>

※詳細データはホームページのレポートでご覧いただけます。