

女性の生活意識・行動と

化粧意識・行動に関する調査

昭和 55 年 6 月

ポークラ文化研究所

調査の概要

1. これは、ポーラ文化研究所が実施した「女性の生活意識・行動と化粧意識・行動に関する調査」の結果をまとめたリポートです。

2. 本調査は、現代の日本の女性の生活と化粧に関する意識や行動の変化を継続的に捉えようという意図で実施しました。

今回が、その第1回調査ですが、今後、3年毎に調査を行い、その変化の方向を探っていくことにします。

3. 調査概要

調査地域…………… 首都圏内1都3県（東京，神奈川，埼玉，千葉）の都市部

調査対象…………… 15才以上の女性 1,350名

有効回答数 1,305（96.7%）

調査時期…………… 昭和54年11月下旬

調査方法…………… アンケート方式（留置）

4. お問い合わせ先

○ ポーラ文化研究所（添谷または渡辺）

結 果 の 要 約

1. 「結婚は幸せの条件」, 「子育ては母親の役割」と考えている女性が多く, 「女性に生れたことを幸せに思う」という女性が約半数を占めた。
2. 現在の日常生活には過不足はなく, まあ充実した生活を送っているが, 老後の生活には不安感が強い。
3. 国政に民意が反映しているとは思えず, デモ・陳情・請願の効果にも確信が持てないが, 選挙権の行使によって国の政治に影響を及ぼすことができると考えている。なお, 「支持政党なし」が60%に達し, 政党離れ現象が見受けられる。
4. 宗教や信仰に関しては現世ご利益主義の傾向が強く, 何かの時の『神だのみ』の効き目やおみくじ・占いなどは広く信じられている。
5. 自然への憧れは強いが, 住むのはやはり都会が望ましいと考えていて, 都会の便利な生活を享受しながら, 時にあるがままの自然に触れたいという現代人の心情がよく示されている。
6. 好きなアルコール類はウイスキーとビールが上位で, 嗜好飲料では日本茶とコーヒーが上位にある。この点では男女の性差がなくなってきたといえる。
7. 化粧と服装については, 「自分の個性を生かすこと」を重視する女性が多い。
8. 将来, 「化粧品が次第に使われなくなる」と考えている人は極く僅かで, 化粧品の容器には, やはり「夢」がある方がよいという女性が多い。
9. 化粧品を使い始めた年齢は16~18才が最も多く, その時に使った化粧品は「自分専用のもの」という女性が多い。また, 使用開始時の使い方についての情報ルートは, 「店頭またはセールスマン」と「友人」が主なものである。
10. 化粧品については, 「衣服と同じようなもの」という感覚を持つ女性が最も多く, 第2位の「習慣として使うもの」と考える人を合わせると約45%となる。

11. メークアップする理由については、「身だしなみ」と考える女性が他を圧して多く、56%を越える。
12. 化粧品購入額の多寡を一つの指標としてライフスタイルを描くと
 - ・購入額の多い女性は消費志向が強い傾向がある。
 - ・新自由クラブ，自民党，民社党支持者の購入額が高く，社会党，共産党支持者のそれは低い。公明党支持者と無党派は平均的である。
 - ・お茶類の好みでは中国茶党，コーヒー党の購入額が高く，日本茶党が最も低い。
 - ・化粧品について，「美しさの必需品」と考える女性の購入額が高く，「アクセサリーのようなもの」と考える女性の購入額は意外に低い。
 - ・メークアップする理由については，「創作するのが楽しいから」というメーク楽しみ派の購入額が非常に高い。となる。

項 目 別 調 查 結 果

1. やはり、「結婚は幸せの条件」、「子育ては母親の役割」
——女性の生き方として——

「女性に生れたことは幸せ」と考える女性が約50%、「結婚することは、ある程度、女性の幸せの条件」と考える女性は67%に達する。

この両意見についての否定派は、それぞれ10%、5%程度に止まった。

「女性は仕事よりも育児を重視すべきだ」という意見については、肯定派も多いが「どちらともいえない」という中間派が僅かにそれを上回った。そして「仕事をもつ女性は、子供が小さい時は、仕事をやめてでも、自分で育てる方がよい」という意見には、何んと47%に近い女性が「全くその通り」と答え、肯定派の総数は68%近くにまで達した。

自立し、翔ぶとはいえ、まだまだ、日本の女性の意識の中には「結婚は幸せの条件」、「育児は母親の役割」という考えが強く根付いているといえる。そして、そういう生き方が、「女性に生れたことへの幸せ感」にもつながっているのであろう。

あなたの考え方 意見	全く その通り	やゝ その通り	どちらとも いえない	やゝ そうでない	全く そうでない	無回答
女性に生れたことを幸せだと思ふ	23.1%	26.6%	37.0%	7.3%	3.1%	2.9%
結婚することは、ある程度、女性の 幸せの条件といえる	26.0%	41.5%	25.0%	2.5%	2.2%	2.9%
女性は仕事よりも育児を重視すべき だ	20.8%	19.0%	41.7%	9.0%	6.5%	2.9%
仕事をもつ女性は、子供が小さい時は、 仕事をやめてでも、自分で育て る方がよい	46.7%	21.2%	21.0%	3.9%	4.6%	2.6%

——関連データ——

1) 家庭優先か、仕事優先か

2) 夫婦の役割分担について

意見	構成比	意見	構成比
結婚したら家庭に専念	11.0%	妻は夫をもちたてる役割を	26.4%
子供ができたなら仕事をやめる	12.3%	妻は自分の生き方を大切に	26.7%
子供ができて仕事も続ける	9.9%	妻は家庭、夫は仕事という分担で	7.0%
育児の間、休職しても、仕事を持ち続ける	26.7%	妻と夫は相互に協力して	31.0%
成り行き次第でどちらともいえない	34.9%	妻は夫に従うのがよい	3.6%
その他・無回答	5.1%	その他・無回答	5.4%

2. 現在の生活には満足，しかし老後の生活には不安が
 ——日常生活を通じて——

現在の日々の生活については，48%近い女性が「生きがいをもち，心に安らぎのある生活」を送っており，「周囲に打ちとけて話し合ったり，気持ちよく付き合える人が多い」と考える女性も61%に達している。この両意見について，「どちらともいえない」という中間派がそれぞれ30%前後いるが，総じて現在の生活には過不足なく，満足している女性が多いことが伺える。

しかし，「老後の生活や今の社会制度に不安をもっている」という意見については肯定派が過半数近くとなり，否定派は16%程度に止まっている。

意見	あなたの考え方					無回答
	全くその通り	ややその通り	どちらともいえない	ややそうでない	全くそうでない	
日ごろの暮らしては，生きがいをもち心に安らぎのある生活を送っている	9.4%	38.2%	32.4%	15.1%	2.4%	2.5%
住んでいる地域や学校，職場には打ちとけて話し合ったり，気持ちよく付き合える人が多い	20.2%	40.9%	26.4%	7.3%	2.2%	3.0%
老後の生活や今の社会制度に不安をもっている	18.8%	29.9%	32.8%	10.7%	5.4%	2.4%

＝ 関連データ ＝

1) 周囲の人々との関係

2) 年賀状差出し枚数 3) 日常の友人数

関係	構成比			枚数	構成比	友人数	構成比
	困った時に相談する人	話をするのが楽しい人	付き合っていて面白くない人				
両親，夫，子供，兄弟，姉妹	52.4%	21.1%	3.4%	なし	2.8%	なし	0.3%
親戚	1.8%	1.1%	15.3%	5枚以下	4.1%	1~2人	7.6%
学校，趣味を通じた友人，知人	25.9%	46.2%	2.9%	6~10枚	9.2%	3~4人	29.2%
職場や仕事での友人，知人	11.6%	17.4%	19.7%	11~20枚	24.7%	5~6人	29.4%
近隣の人	2.0%	6.6%	22.2%	21~30枚	26.5%	7~8人	12.6%
自治会，PTAでの友人，知人	0.2%	1.1%	16.8%	31~50枚	22.0%	9~10人	7.0%
その他・無回答	6.1%	6.4%	19.7%	51~100枚	8.5%	11~20人	3.1%
				101枚以上	1.9%	21人以上	2.5%
				無回答	0.4%	無回答	8.4%

(コメント)

- ・「困った時に相談する人」は，やはり肉親が第一で，「話をするのが楽しい人」で

は、学校、趣味を通じた友人、知人が一番多い。「付き合っていて面白くない人」では近隣の人や職場・仕事での友人、知人が上位を占めた。

- 年賀状の差出し枚数は、21~30枚がピークで、11~50枚で73%を占める。
- 昭和49年3月、(財)関西経済研究センター調べの男性一般社員の平均枚数、80.8枚に比較すると、かなり少ないことがわかる。

3.

国政に民意は余り反映していないが
選挙権行使は有効に働く

——政治について——

一般国民の意見や希望が国の政治に反映していると思う女性は、僅かに10%弱、そう思わない女性が50%を越えている。

一般国民のデモ、陳情、請願については、影響を及ぼすと思う女性と思わない女性の比率がほぼ同率である。しかし、「どちらともいえない」という人が43%弱にのぼり、積極否定派（全くそうでない）が積極肯定派（全くその通り）を上回る点からいけば、さしたる影響は与えられないというところであろうか。

一方、選挙での投票によって影響を及ぼすという女性は約45%であり、そう思わない女性（約22%）をかなり引き離した。選挙権行使の有効性には、かなりの確信をもっているといえよう。但し、下記の[※]関連データ[※]に示される通り、「支持政党なし」は60%であって、政党離れ現象がはっきり出ている。

意見	あなたの考え方					
	全くその通り	ややその通り	どちらともいえない	ややそうでない	全くそうでない	無回答
私たち一般国民の意見や希望は、国の政治に反映していると思う	2.4%	7.4	36.4	26.1	24.6	3.1
私たち一般国民のデモや陳情、請願は国の政治に影響を及ぼすと思う	5.5%	20.7	42.8	18.4	9.1	3.5
選挙の時私たちが投票することは国の政治に影響を及ぼすと思う	18.8%	26.1	30.6	12.3	9.3	2.9

——関連データ——

支持政党

政党	自民	社会	公明	共産	新自タ	民社	社民連	その他	支持政党なし	無回答
構成比	15.3%	6.4	5.4	4.1	1.8	1.5	0.2	0.7	60.0	4.7

4. 宗教や信仰は余り大切だと思わないが
 何かの時の『神だのみ』は効き目があると考える
 ——宗教，信仰に関連して——

「宗教や信仰というのは，大切だ」という女性は25%程度であるのに対して，「身の安全や商売繁盛，入試合格などの祈願には意味がある」とする女性は43%弱にまでなり，「おみくじや易，占いを比較的信用する」という女性になると47%強にまで達する。

「苦しい時の神だのみ」は，日本人の伝統的特性だといわれるが，この調査結果にも亦，その現世ご利益主義がよく表われている。

意 見	あなたの考え方					
	全く その通り	やゝ その通り	どちらとも いえない	やゝ そうでない	全く そうでない	無回答
宗教や信仰というのは，大切なもの だと思う	9.7	15.6	48.9	12.4	10.6	2.8
身の安全や商売繁盛，入試合格など を祈願するのは全く無意味だと思う	4.8	8.1	40.9	28.9	14.0	3.3
おみくじや易，占いを比較的信用す る	10.2	37.2	24.7	13.6	11.7	2.4

5.

自然に憧れがあるが、

住むのは、やはり都会がいい

——自然と都会について——

施設の完備したリゾート地と自然のままのリゾート地の選択では、後者を選ぶ女性が断然多い。

山の中とか小さな島のような自然の中に1年間ぐらい生活することについては、さすが否定派が多くなるが、それでも肯定派の方のパーセンテージが高くなっている。

しかし、都会の生活と田舎の生活の選択では、調査地域が首都圏の都市部ということもあってか、やはり都会生活を選ぶ女性が多い。便利な都会に住んで、時に豊かな自然を味わうという現代人の心情がよく出ているといえる。

意見	あなたの考え方					
	全くその通り	ややその通り	どちらともいえない	ややそうでない	全くそうでない	無回答
施設の完備したリゾート地と自然のままのリゾート地があれば、自然のままの方を選ぶ	30.5%	22.5	31.4	8.8	3.7	3.1
山の中とか小さな島のような自然の中で、1年間ぐらい生活してみたいと思う	25.1%	21.2	14.7	13.0	23.5	2.5
都会の生活と田舎の生活を比較すると都会の生活の方が好きだ	19.5%	27.0	35.3	10.2	5.3	2.7

6. アルコール類ではウィスキーとビール。お茶類では日本茶とコーヒー
雑談では、「友人・知人」の話に花が咲く

女性ならば、アルコール類はワイン，ブランデー，ビールぐらい，飲みものは日本茶と紅茶といった時代は既に過去の話である。

ウィスキー党が最も多く，26.8%で，第2位のビール党（18.5%）を引き離している。また，「全く飲まない人」は14.3%。

お茶類では，さすがに日本茶が42.8%と断然トップであるが，コーヒー党も33.1%で第3位の紅茶党（12.3%）を圧している。昭和45～46年ぐらいまでは，コーヒー党より紅茶党の女性が多かったといわれるが，ウィスキー党が多いことと合わせ考えると，嗜好飲料での男女差はなくなってきたといえそうである。

一方，雑談の際の話題では「友人・知人」が第一位で，以下，「スポーツ・旅行」「家族・子供の教育」……と続いているが，ここら辺りは，従来の女性像と余り変わった感じはしない。

一番好きなアルコール類

種 類	構成比
ウィスキー	26.8%
ビール	18.5
ワイン	12.8
日本酒	12.3
カクテル	7.8
ブランデー	3.2
焼酎	0.5
その他	1.4
全く飲まない	14.3
無回答	2.4

一番好きなお茶類

種 類	構成比
日本茶	42.8%
コーヒー	33.1
紅茶	12.3
ココア	5.4
中国茶	1.2
その他	2.7
無回答	2.5

雑談の際の話題

種 類	構成比
友人・知人	18.8%
スポーツ・旅行	13.3
家族・子供の教育	12.1
ファッション・アクセサリー・化粧	10.7
TV・ラジオ・雑誌	9.6
仕事・勉強	8.6
音楽・映画・演劇	8.0
買物・物価	7.3
食事・レストラン	3.5
その他・無回答	8.0

7.

何よりも 自分の個性を生かして

— 化粧と服装 —

自分の個性を大切に。これが、化粧や服装に対する基本的な態度である。そして、自分が良いと思う化粧や服装であれば、他の人がどう思おうとたいした問題ではないと考える傾向が強い。

流行に気をつけるかどうかについては、化粧では否定派が多く、服装では肯定派が多い。

化粧の今後について、「素肌の手入れより、メイクアップを重視する人がふえてくる」という意見には肯定派、中間派、否定派がほぼ同率となった。また、「女性は次第に化粧品を使わなくなる」という意見に対しては、否定派が61%を越え、肯定派は8%に止まった。

化粧品の容器については、やはり「夢」がある方がよいという女性が多い。

意見		あなたの考え方		全く その通り	やや その通り	どちらとも いえない	やや そうでない	全く そうでない	無回答
		全く その通り	やや その通り						
化 粧	自分の個性を大切にするような化粧をしようと思う	%	3 8.2	3 1.7	1 8.5	4.2	4.8	2.7	
	自分が良いと思う化粧であれば、他の人がどう思おうと、たいした問題ではない	%	2 2.9	1 8.3	2 5.7	2 2.0	8.4	2.7	
	化粧の流行には気をつけるようにしている	%	4.2	1 3.6	2 9.8	2 1.2	2 7.5	3.7	
	素肌の手入れより、メイクアップを重視する人がふえてくる	%	1 2.0	1 9.3	3 2.9	1 7.2	1 5.3	3.3	
	女性は次第に化粧品を使わなくなる	%	1.7	6.3	2 7.3	1 9.9	4 1.7	3.2	
	化粧品の容器は夢がある方がよい	%	2 1.6	2 6.4	2 9.0	9.5	1 1.0	2.5	
服 装	自分の個性を大切にするような服装をしようと思う	%	4 5.5	3 4.3	1 4.3	1.9	0.5	3.5	
	自分が良いと思う服装であれば、他の人がどう思おうと、たいした問題ではない	%	1 9.4	2 2.3	2 5.1	2 2.6	7.7	3.0	
	服装の流行には気をつけるようにしている	%	9.9	3 9.8	2 7.7	1 3.5	6.3	2.9	

8. 化粧行動と意識

1) 化粧品を使い始めた時

化粧品を使い始めた年齢は，16～18才が最も多く（41.1％），これに19～20才で使い始めた人（38.9％）をプラスすると，全体の80％の女性が16～20才で化粧品を使い始めたことになる。

その時使った化粧品は「自分専用のもの」が41.9％，「母親のもの」が23.6％，「姉のもの」が17.8％であり，専用派と肉親のものの借用派がほぼ同率となっている。

また，化粧品を使い始めた頃，どのようにして使い方を覚えたかについては，「店頭，またはセールスマンから（21.9％）」と「友人から（21.4％）」が並んでトップになっている。

○化粧品を使い始めた年齢は？

年 令	構成比
12才以下	2.2%
13～15才	8.5
16～18才	41.1
19～20才	38.9
21～22才	6.8
23～24才	0.9
24～25才	0.5
25才以上	1.1
無 回 答	0.0

○使い始めた時の化粧品は誰のもの？

化 粧 品	構成比
自分専用のもの	41.9%
母親のもの	23.6
姉のもの	17.8
友人のもの	4.4
試供品	10.8
その他	1.1
無回答	0.4

○使い方を覚えたルートは？

ル ー ト	構成比
母親から	10.5%
姉から	15.6
友人から	21.4
雑誌から	10.5
店頭またはセールスマンから	21.9
高卒時の美容講習会から	14.9
その他	3.8
無回答	1.4

2) 現在のお化粧生活

a) 1ヶ月の平均化粧品購入金額

購入金額	1,000円未満	1,000～2,000円未満	2,000～3,000円未満	3,000～5,000円未満	5,000～10,000円未満	10,000～20,000円未満	20,000円以上	購入しない	無回答
構成比	24.5%	24.1	21.8	13.9	7.1	1.4	0.4	5.4	1.5

(注) 上記より全体の平均化粧品購入金額を試算すると，1ヶ月当り2,687円と推計できる。

b) 化粧品所有個数

個数	2個以下	3～5個	6～10個	11～15個	16～20個	21～30個	31個以上	なし	不明
構成比	2.5%	15.2	26.7	18.9	13.9	11.2	9.0	1.7	0.9

c) 普段の日の1日に費す化粧時間

時間	10分以下	11～20分	21～30分	31～45分	46～60分	61～75分	76分以上	なし	無回答
構成比	53.6%	31.0	5.4	1.0	0.2	0.1	0.0	7.8	0.9

d) 美容院の利用回数

利用回数	殆ど毎日	週に2～3回	週に1回	月に2～3回	月に1回	2～3ヶ月に1回	年に3回以下	全く行かない	無回答
構成比	0.5%	0.7	1.2	2.4	24.0	51.6	16.8	2.2	0.6

e) 化粧品使用頻度

化粧品の種類	使用頻度	毎日1回は使う	よく使うが毎日ではない	週に1～2回は使う	月に1～2回は使う	殆んど使わない	全く使わない	無回答
口紅		65.5%	12.5	3.9	3.4	7.0	4.0	3.8
ファンデーション		57.6%	15.2	4.8	3.5	8.7	6.0	4.3
マスカラ		19.5%	9.4	4.2	5.7	24.3	29.5	7.4
マニキュア		3.9%	9.8	7.1	16.3	34.0	20.2	8.7
乳液		74.0%	7.7	2.5	1.8	5.8	4.8	3.6
香水・オーデコロン		18.3%	21.2	8.3	10.7	25.4	9.9	6.3
ヘアスプレー		6.4%	9.9	6.5	5.6	25.5	40.3	5.8

3) 化粧品についての認識とメイクアップをする理由

「化粧品はあなたにとってどういうものだと思いますか」という質問に対しては、「衣服と同じようなもの」と答えた女性が最も多かった。

一方、メイクアップをする最大の理由としては「身だしなみだから」と答えた女性が過半数(56.6%)を占めて第1位となっている。

a) 化粧品は、あなたにとってどのようなものだと思いますか

認識	衣服と同じようなもの	習慣として使うもの	自己満足を得るもの	アクセサリのようなもの	美しさの必需品	夢を与えてくれるもの	肌にとっての薬	全く不要なもの	無回答
構成比	26.6%	18.3	14.1	13.5	11.8	6.9	4.8	1.5	2.5

b) メイクアップをする最も大きな理由は何ですか

理由	身だしなみだから	美しく見せたいから	気分がひきしまるから	創作するのが楽しいから	していないと不安になるから	職業上の理由から	男性のため	家族、同僚が望むから	特に理由はない	メイクはしない	無回答
構成比	48.2%	11.6	8.0	3.9	1.6	1.5	0.3	0.3	8.5	14.8	1.2

4) 化粧品購入金額から見た女性のライフスタイル

化粧品への嗜好度を極めて端的に示す指標の一つとして化粧品購入金額をとりその多寡が他の行動や意識とどう関連しているかを見ると、次のようなことが明らかになる。

(注) 以下では、前出の全体の平均化粧品購入金額(1ヶ月当たり)2,687円を100として、それぞれの指数を示した。

a) 世帯年収が増加するに従って、化粧品購入金額が増加する。但し、世帯年収221万円未満では逆に購入金額が高くなる。これは、独身女性の自由裁量支出が多いためと考えられる。

世帯年収	221万円未満	221万～291万円未満	291万～365万円未満	365万～490万円未満	490万～800万円未満	800万円以上
購入額指数	106	85	92	95	101	109

b) 消費・貯蓄態度との関係では「楽天的消費型」の女性の化粧品購入額が一番多く、「計画的消費型」の女性のそれが少い。

1ヶ月分程度の臨時収入があったら、あなたは？	構成比	購入額指数
先のことは考えないで、思い切りよく使う(楽天的消費型)	8.8%	117
一部貯金して、残りは使ってしまう(一部貯蓄型)	39.8	102
将来のため貯金しておく(全額貯蓄型)	22.7	98
何に使うか計画をたてて使う(計画的消費型)	27.2	94
その他	1.0	80
無回答	0.5	73

c) 支持政党別では、新自由クラブ支持者の化粧品購入額が一番多く、共産党支持者のそれが少ない。

支持政党	新自ク	自民	民社	公明	社会	共産	社民連	その他	支持政党なし	無回答
購入額指数	130	112	110	98	91	89	56	66	99	90

注) 前掲(P6)の通り、社民連支持者は0.2%と少ないので、上記の購入額指数は、必ずしも当てにはならない。

d) 嗜好飲料(お茶類)別では、中国茶党の化粧品購入額が頭抜けて高く、これにコーヒー党が続いている。

好きな飲料	中国茶	コーヒー	紅茶	ココア	日本茶	その他	無回答
購入額指数	253	107	96	95	92	97	115

e) 「化粧品はあなたにとって、どのようなものか」を質問した結果と化粧品購入額との関係では、「美しさの必需品」と答えた女性の購入額が第一位であった。また、当然のことながら、化粧品は「全く不要なもの」と答えた女性の購入額が最も低かった。

化粧品についての認識	購入額指数	化粧品についての認識	購入額指数
美しさの必需品	109	肌にとって薬	100
習慣として使うもの	106	アクセサリーのようなもの	84
自己満足を得るもの	103	全く不要なもの	70
衣服と同じようなもの	101	無回答	94
夢を与えてくれるもの	100		

f) メイクアップをする理由別では、「創作するのが楽しい」と答えた女性の化粧品購入額が高くなっている。

メイクアップをする理由	購入額指数	メイクアップをする理由	購入額指数
創作するのが楽しい	146	男性のため	95
職業上の理由から	129	家族、同僚が望むから	93
していないと不安になるから	122	特に理由はない	82
美しく見せたいから	104	メイクはしない	78
身だしなみだと思うから	103	無回答	103
気分がひきしまるから	99		

注) 前提(P13)の通り、「男性のため」と「家族、同僚が望むから」という理由を上げた女性は、0.3%と数が少ないので、上記の購入額指数は必ずしも当てにはならない。