

女性の生活意識・行動と
化粧意識・行動に関する調査
(化粧文化白書－II)

昭和 57 年 9 月

ポーラ文化研究所

目 次

	P.
調 査 目 的	1
調 査 方 法	1
お 問 合 せ 先	1
調査対象者の特性	2
なごやかな毎を送りたい・結婚は幸せの条件	3
1カ月のお小遣いは19,400円	5
小遣いが多ければ、夫に相談しなくても.....	6
小遣いが少ないと.....	6
話題が偏る30代	7
年賀状は、社会的関係の集積	9
ボランティア活動や勉強をするのはむづかしい	10
化粧時間は20分以内	11
すすめる仕事は、健康的な専門職	12
女性に生まれて幸せ	13
隣近所にクールな高学歴女性	14
学歴の高い女性は.....	15
18%の女性がマイコンに関心あり	17
まわりの眼が気になって.....	19
趣味は年齢と共に変化する	20
劇画・漫画に好意的なのは20代まで	21
ながら族は、56%	21

化粧行動と意識

調査目的

化粧という人間行動は、その時代の人々の意識や生活を反映して移り変わる。女性は社会の変動にもなり生活様式や考え方に敏感に反応し、それが化粧行動にも影響を与えられる。その意味で、化粧行動はその時代を反映する文化現象とも言える。

そこで本調査は、化粧品購買、使用層となっている女性の生活パターン、意識、嗜好等がどのようなものであるかを浮彫りにし、化粧意識や化粧行動としての化粧品購買や使用などとの関係を明らかにすることを目的としている。

調査方法

① 継続調査

本調査は、3年毎に実施して、経年変化をとらえると共に、その変化から将来への推論を行う継続調査である。第1回目の調査は、昭和54年（1979年）に実施したものであり、今回の調査は第2回目である。

② 調査実施方法

調査実施にあたっては、第1回調査と同様に、首都圏内1都3県（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）を配布対象地域とした。これら地域よりランダムに抽出した世帯を訪問し、留置回収方式でアンケート調査を行なった。

③ 調査対象者

調査対象者は、15歳以上の女性である。1,300票を配布し、1,250票を回収したが、無効票が2票含まれていたため有効回収票数は1,248票であり、回収率は96.0%となった。

④ 調査実施期間

調査実施期間は、昭和57年4月20日より配布を開始し、回収終了は5月15日であった。

お問合せ先

- ・ ポーラ文化研究所

（担当 渡辺）

調査対象者の特性

調査対象者の特徴は、化粧をしている年代を中心にアンケートを配布したので、国勢調査の年齢分布に比べて50歳以上の人が少ない。

学歴別に見ると高校卒が約2分の1強で、短大・高専卒が4分の1、4年制大卒者が8分の1、中学卒は16分の1である。

職業別でみると、無職の人は学生を含めて40%で、有職の人は60%である。

家族構成別でみると、独身者が3分の1で、その約70%が家族と同居しており、既婚者は全体の3分の2で、その約80%が核家族である。

表1 対象者の年齢分布

年齢層	今回調査
19歳以下	3.77 ^(%)
20～24歳	20.67
25～29歳	14.02
30～34歳	18.91
35～39歳	15.38
40～44歳	12.66
45～49歳	6.33
50歳以上	7.13
合計	98.87

表3 対象者の職業分布

職業		構成比(%)	職業を有する者の内訳(%)
なし	学生	5.77	—
	無職	4.41	—
	専業主婦	29.97	—
あり	パート勤務	12.50	21.76
	会社従業員・公務員	23.08	40.17
	専門職	8.41	14.64
	自営業	7.29	12.69
	その他	6.17	10.74
無回答		2.40	—
合計		100.00	100.00

表2 対象者の学歴分布

学歴	今回調査
小学校卒	0.24 ^(%)
中学校卒	6.17
高等学校卒	51.60
短大・高専卒	26.44
四年制大学卒	12.02
大学院卒	0.88
無回答	2.65
合計	100.00

表4 家族構成の分布

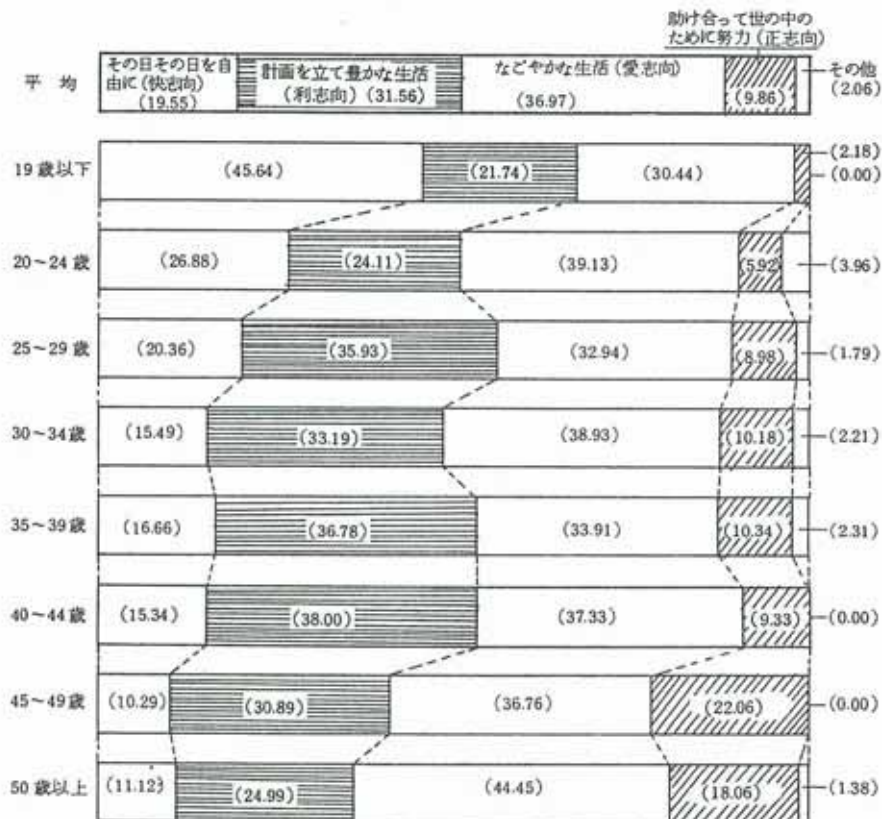
分類	構成比(%)	内訳比率(%)
未婚-1 家族と同居	21.63	69.04
未婚-2 家族と別居	9.70	30.96
既婚-1 子供なし、親と別居	5.77	9.27
既婚-2 子供なし、親と同居	1.68	2.70
既婚-3 子供あり、親又は孫と別居	43.35	69.63
既婚-4 子供あり、親又は孫と同居	11.46	18.40
無回答	6.41	
合計	100.00	

なごやかな毎を送りたい・結婚は幸せの条件

女性の生活目標で最も多いのは、身近かな人たちと、なごやかな毎を送る（37.0％）である。若いうちは、その日その日を自由で楽しく過ごすのがよいと思っていた女性も、30代に入るとなごやかな毎を求めるようになる。40代の女性は、しっかりと計画を立てて、豊かな生活を築くことを重要だと考え、みんなと助けあいながら、世の中のためになるよう努力しようという考えも40代後半からふえてくる。

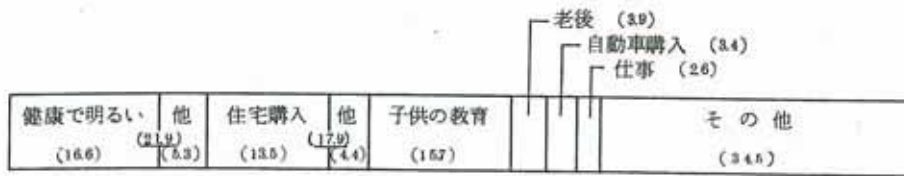
具体的な生活目標となると、健康で明るい生活（16.6％）や、住宅購入（13.5％）があげられる。やはり、家庭生活に関する目標が21.9％と多いが、続いて住宅に関するものも17.9％と多い。第3位は子供の教育に関する目標で15.7％であった。

ところで、女性は、結婚することがある程度、幸せの条件になると言えるだろうか。61.5％の女性がそうだと答え、そうでないと考える女性（6.2％）の10倍にも達している。結婚に対する女性の考え方が変化してきていると言われているが、結婚に関しては、やはり重要な幸せの条件であることには変わりがないようだ。

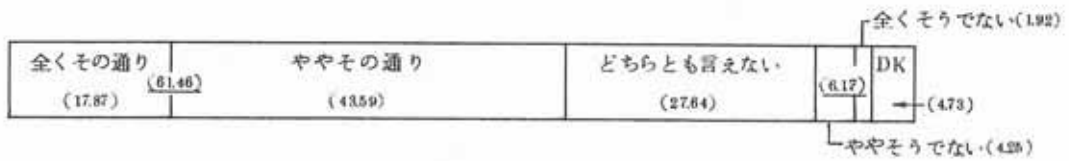


年齢別生活目標

フリーアンサーによる主な生活目標



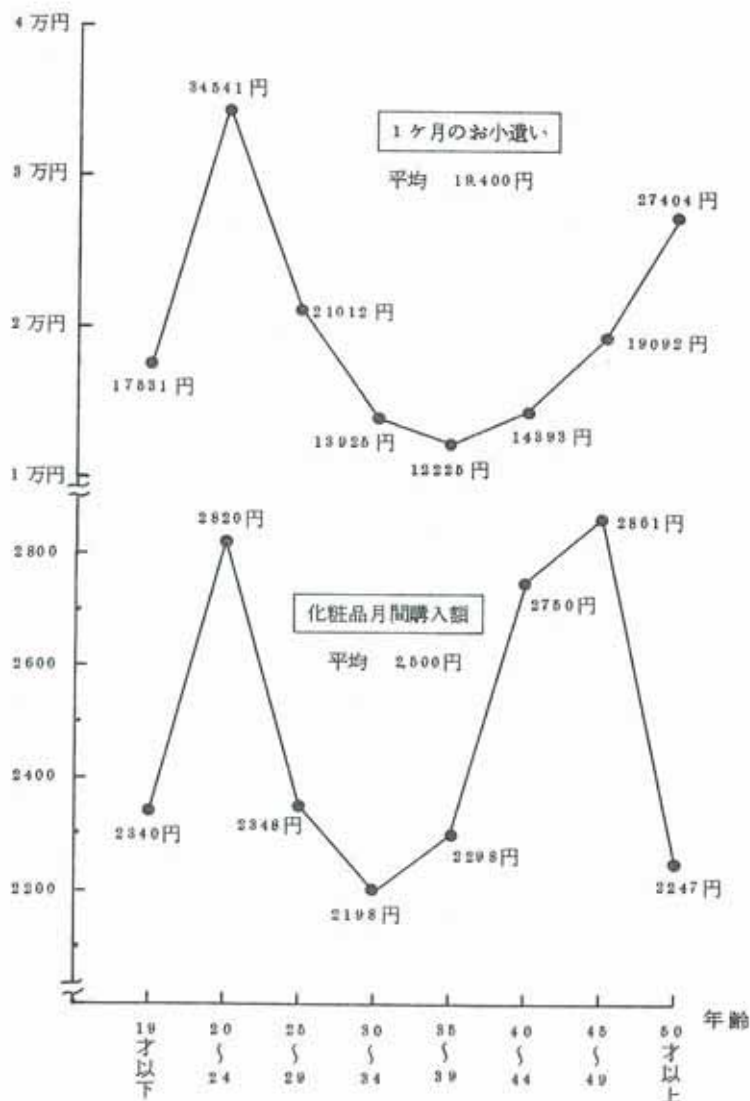
結婚することは、ある程度、女性の幸せの条件と言える。



1カ月のお小遣いは19,400円

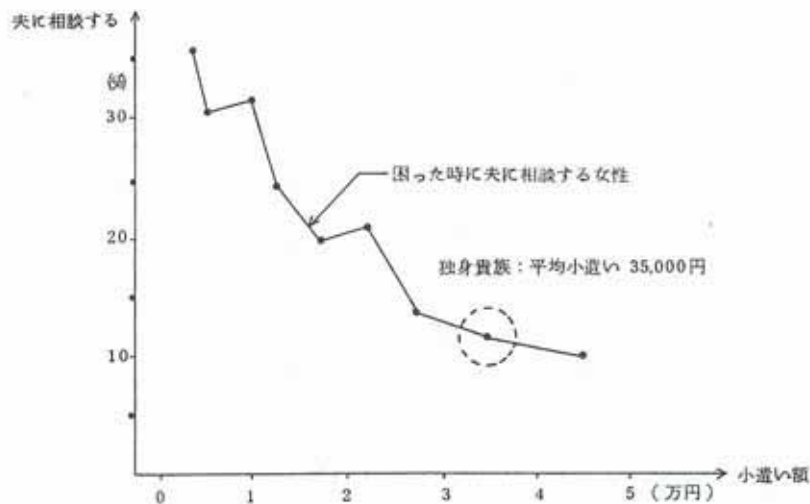
家計をあずかる主婦にとって、どこまでを自分のお小遣いとするかはむづかしい問題かもしれない。13.1%の女性がお小遣いはないとこたえている。しかし、平均値でみると、女性の1カ月のお小遣いは19,400円となる。世帯の年収が最も低いのは20代後半であるが、1カ月のお小遣いは30代後半で最も少なくなっている。世帯年収が少しずつ上昇しても、生活に必要な不可欠な支出の伸びの方が大きくて、お小遣いのふえる余裕がないということであろう。40代にはいと、いくらか生活に余裕が生まれてくるようである。

化粧品は、小遣いからの支出か、必需品としての支出にあたるのかは、人によって異なるであろうが1カ月平均2,500円である。もし、化粧品も小遣いの1部であるとするならば、30代後半から40代前半の女性にとって、化粧品に対する支出は、比較的高い割合を占めていると言える。



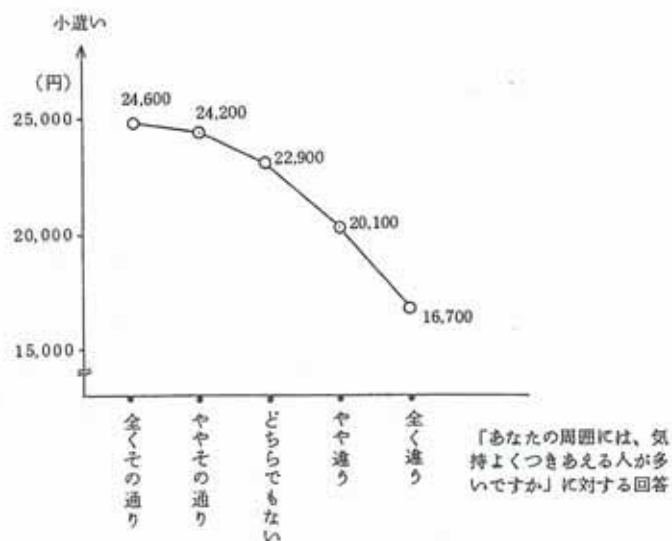
お小遣いが多ければ、夫に相談しなくても……

小遣いの額が多くなるに従って、困った時に夫に相談する女性が次第に少なくなってゆく。ただし困った時に夫に相談するというのは当然既婚者である。小遣いの額の多い層には夫に相談できない未婚者、いわゆる独身貴族が含まれていることを考慮する必要があるが、経済的余裕が女性の自立を促すと見るべきか、世の夫族が頼りないと言うべきであろうか。



お小遣いが少ないと……

小遣いが少ないと、周囲に対する考え方も変わってくるのであろうか。小遣いが多い人は、自分の周囲には気持よくつきあえる人が多いと感じ、少ない人はそうではないと感じている。小遣いの8千円の差が、生活の余裕をとりもどし、周囲の人に好感を持つための必要経費なのであろうか。

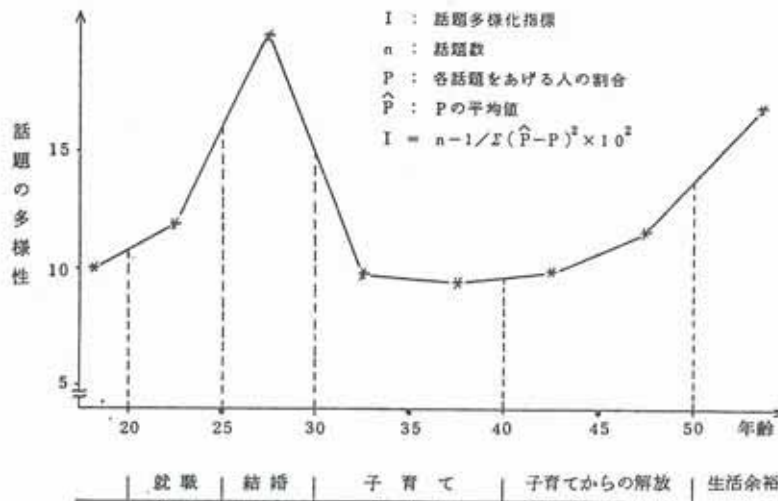


話題が偏る30代

女性の話題には、家族や子供の教育（24.3%）、友人・知人（12.9%）、スポーツ・旅行（11.1%）が多い。年齢と共に、個性的な話題から日常生活に密着した話題へと、変化してゆく傾向も見られる。

最も話題が多様なのは20代後半であり、30代に入ると話題の種類が限られてくる。しかし、40代の後半から、話題の種類が再びふえてくる。

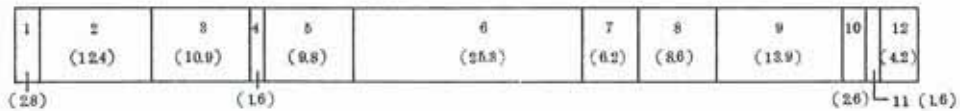
話をして楽しい人は、同窓生（25.3%）であり、趣味の友人（14.0%）、夫・子供・孫（12.4%）と続いている。夫・子供・孫といった家族が第1位となったのは40代後半と、50代以上だけであった。逆につきあってもあまりおもしろくない人は、婦人会・自治会・PTAの友人（20.1%）、親戚（18.9%）、近隣の人（18.4%）というところである。しかし、困った時に相談するのは、夫・子供・孫（22.9%）、両親・祖父母（16.6%）、兄弟・姉妹（16.5%）といった家族が断然多い。



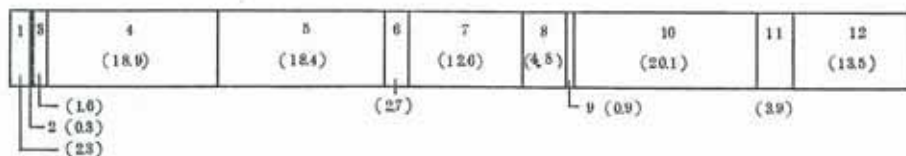
話題の多様性と年代

1. 両親・祖父母
2. 夫・子供・孫
3. 兄弟・姉妹
4. 親戚
5. 近隣の人
6. 学校の友人（同窓生を含む）
7. 職場の同僚・上役
8. 仕事上での友人
9. 趣味の友人
10. 婦人会・自治会・PTAでの友人
11. その他
12. DK

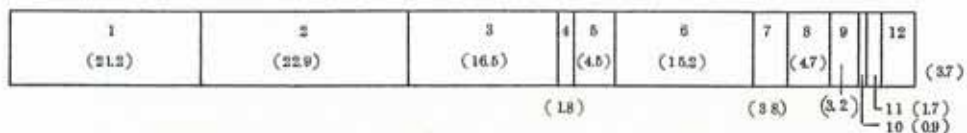
話をして楽しい人



つきあっても
おもしろくない人



困った時
相談する人



話 題	平均年齢	%
音楽・映画・演劇	27.5	4.8
友人・知人	28.0	12.9
ファッション・化粧 アクセサリ	30.4	8.6
スポーツ・旅行	31.0	11.1
仕事・勉強	31.5	8.9
マスコミ	32.9	8.6
食事・レストラン	36.2	3.5
家族・子供の教育	36.9	7.2
買物・物価	36.9	3.5
その他		3.4
D K		3.3

年代別話しをするのが楽しい人ベスト3

19歳以下	①同級生	②趣味の友	③兄弟
20-24歳	①同級生	②趣味の友	③同僚
25-29歳	①同級生	②夫	③趣味の友
30-34歳	①同級生	②夫	③隣人
35-39歳	①同級生	②隣人	③趣味の友
40-44歳	①夫	①趣味の友	③同級生
45-49歳	①隣人	②趣味の友	③同級生
50歳以上	①夫	②趣味の友	③同級生

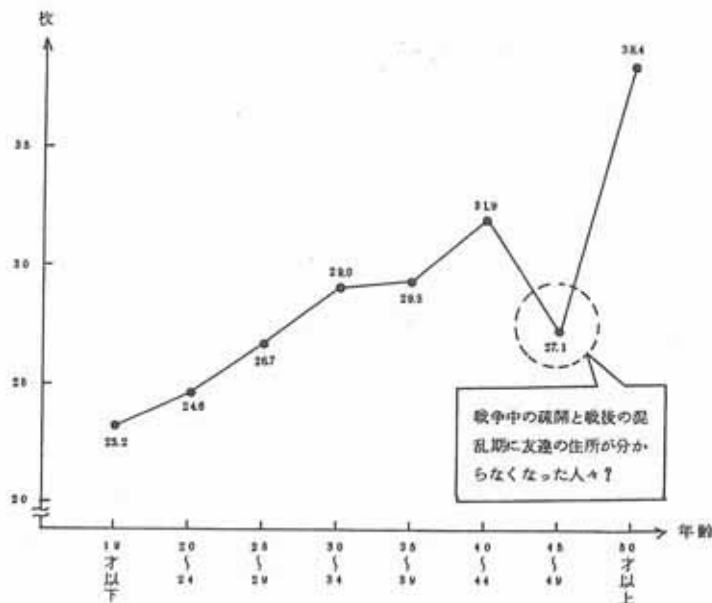
年賀状は、社会的関係の集積

年賀状の枚数は年令と共に多くなる。年賀状は親しい人だけではなく、それまでの人生で様々にかかわりあった人へ送る挨拶である。そのため22.5%の女性が21～30枚、21.1%の女性が11～20枚の年賀状を出しているが、年令別に見ると、高年令になるに従って枚数がふえてゆくのがわかる。年賀状は、個人交際や社会的関係の集積と言えるだろう。

老後の生き方に関しても、仕事をもち続ける多くの老人仲間と、にぎやかに過ごそうと考えている社会重視型の女性は年賀状枚数が多い。逆に、子供や孫と一緒に、あるいは夫婦2人でむつまじく暮らそうと考えている家族生活重視型の女性は、比較的年賀状枚数が少ない。

あなたが今年、自分の知人に出した年賀状の枚数は何枚位でしたか。

1 なし (0.49)	2	3 6～10枚 (12.26)	4 11～20枚 (21.07)	5 21～30枚 (22.52)	6 31～50枚 (17.55)	7 51～100枚 (9.13)	8 DK (5.83)	
6枚以下 (246)								101枚以上 (249)



社会的関係と老後の生き方

	年賀状枚数	
仕事をもち続ける (19.2%)	32.1枚	↑ 社会生活重視型
多くの老人仲間とにぎやかに (4.7%)	32.1	
若い人とつき合いながら (5.6%)	28.7	↓ 家族生活重視型
趣味をもって、のんびりと (43.1%)	28.1	
夫婦2人でむつまじく (14.7%)	26.9	
子供や孫と一緒に (10.7%)	25.9	

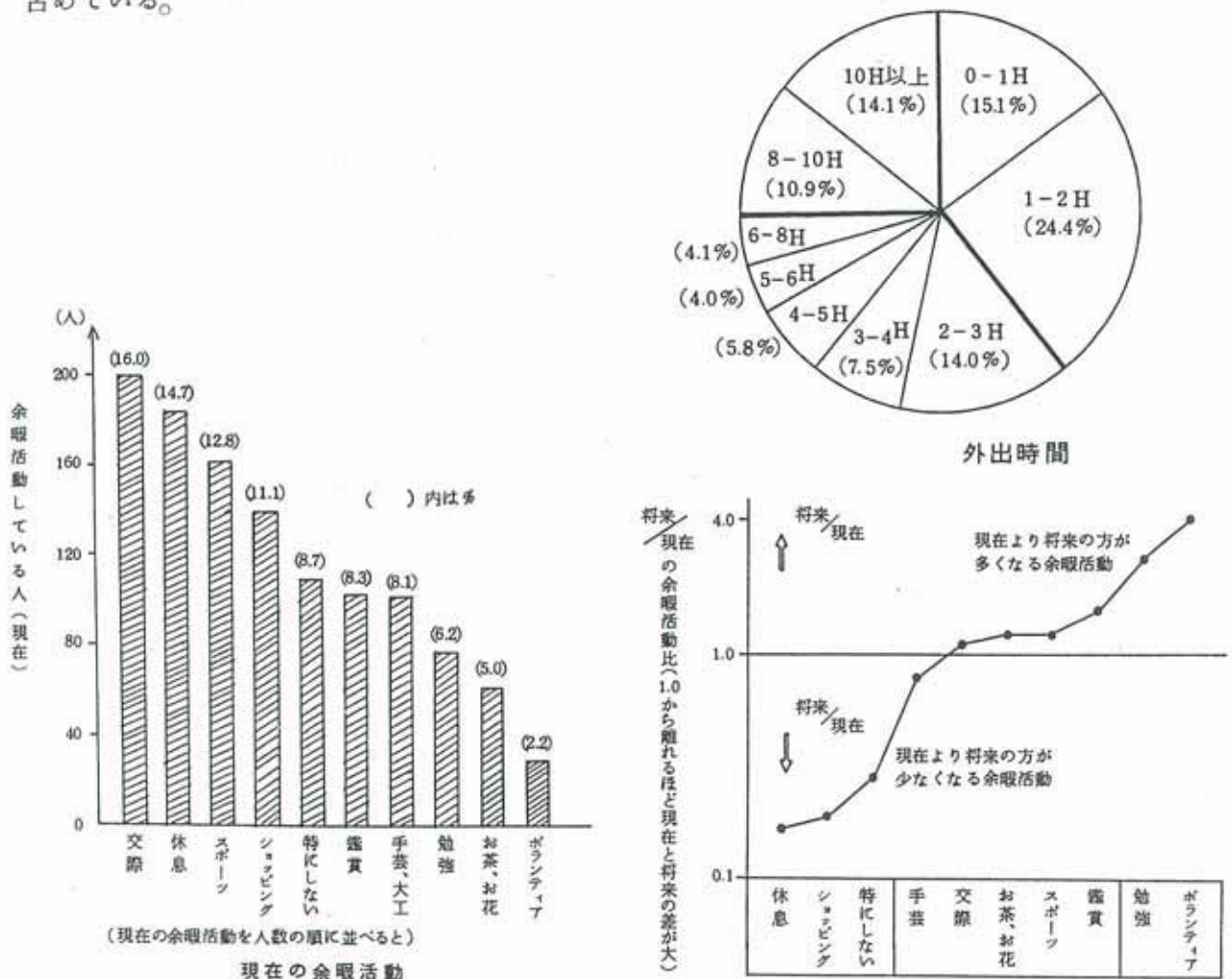
ボランティア活動や勉強をするのはむづかしい

女性は現在の余暇を、友人や家族との結びつきを深めたり（16.0%）、体を休めたり（14.7%）するのにあてている。スポーツ（12.8%）やショッピング（11.1%）も比較的多い。ところが、みんなのためになる活動（2.2%）や、お茶・お花のけいこ（5.0%）、知識を身につける（6.2%）といった活動は少ない。

しかし、将来の余暇の過ごし方になると、ボランティア活動（8.8%）や勉強（16.8%）をしようとする人が大幅に増加する。逆に、休息（2.4%）、ショッピング（2.1%）、特に何もしない（2.4%）といった人は大幅に減少する。

このギャップは、現在はできていないが将来はできるかもしれないという期待の表明であり、ボランティア活動や勉強にとりかかるには努力を要すると言えそうだ。それに対し、休息、ショッピング、特に何もせずにごくしている現在の余暇に、多くの女性が反省しているとも考えられる。

ところで、女性の外出時間は、無職・自家営業・専業主婦といった人が少なく、会社従業員や専門職では長くなるのは当然であるが、2時間以内の人が4割、8時間以上の人が1/4程度を占めている。

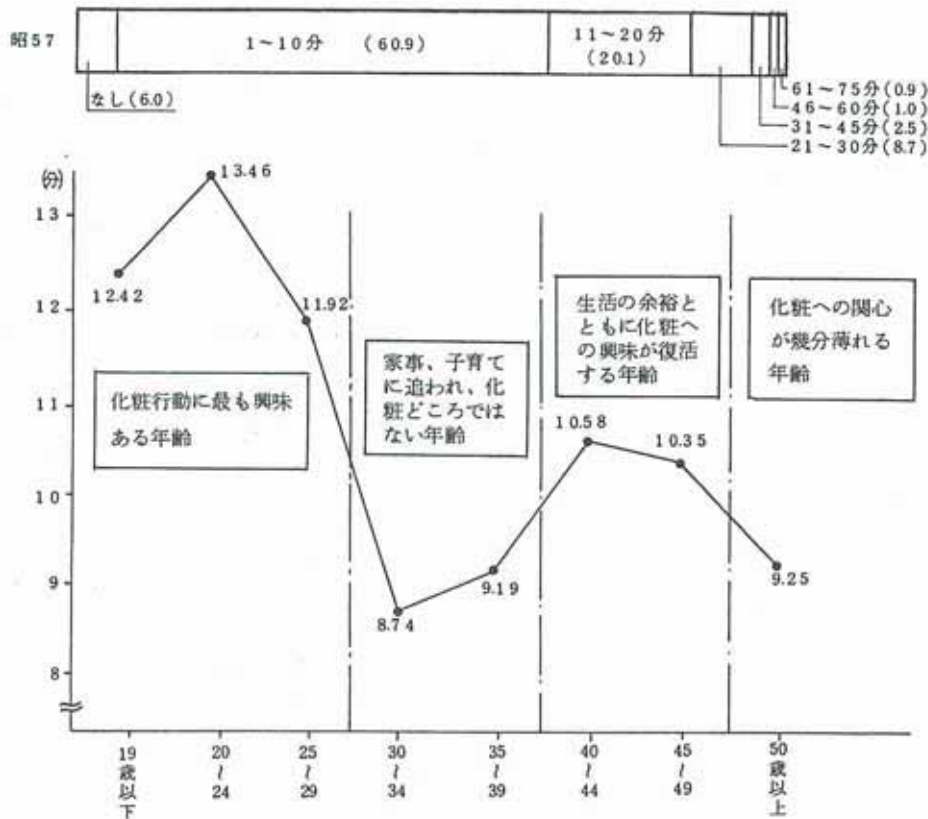


化粧時間は20分以内

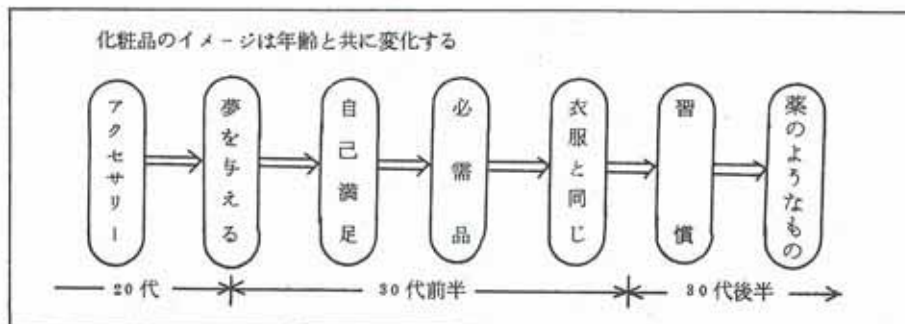
男性の眼には、女性の化粧時間は長く感じられる。しかし、実際は、大半（87%）の女性の化粧時間は20分以内である。10分以内の女性だけでも67%に達する。20代の女性は確かに若干化粧時間が長いようであるが、30代となるとぐっと短くなって来る。

ところで、本当に化粧品が必要と感じはじめるのは30代に入ってからである。20代の女性にとって、化粧品はアクセサリとか、夢を与えてくれるものでしかないが、30代にはいると、美しさの必需品、衣服と同じようなものとなり、次第に、習慣あるいは肌にとっての薬のようなものというイメージに変ってくる。

そして、メイクアップする女性の68.3%が、メイクアップせずに外出すると不安を感じるとこたえている。この傾向は30代後半から著しくなってくる。だが、メイクアップの理由は、気分がひきしまる（25.2%）、社会的エチケット（24.0%）、美しく見せたい（20.8%）というのが、女心のようである。（P.25を参照）



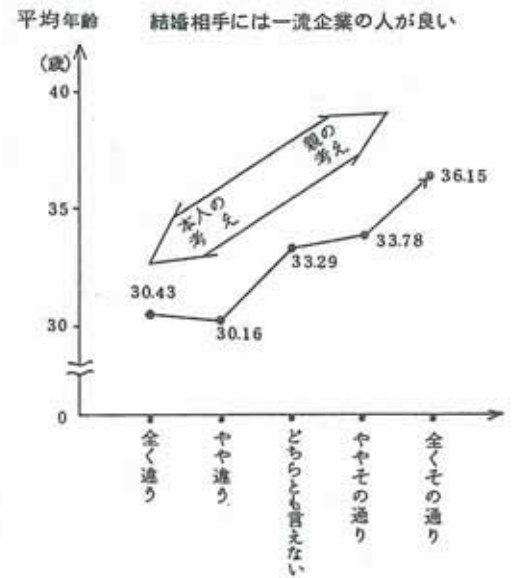
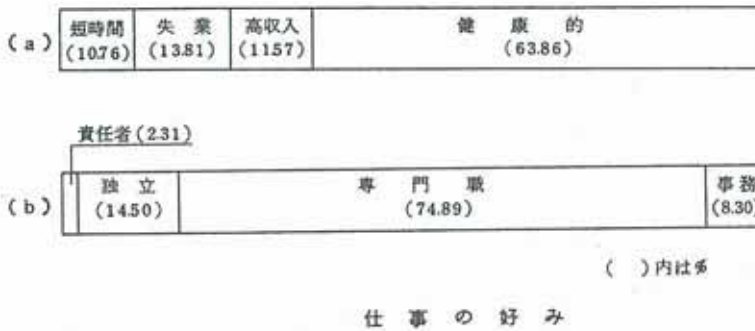
平均化粧時間（年齢別）



すすめる仕事は、健康的な専門職

女性が人にすすめる仕事は、まず健康をそこなう心配のない仕事（63.9%）であり、失業の心配がなく（13.8%）、高収入を得られれば（11.6%）言うことはない。職種は、専門知識や特技が活かせる仕事（74.9%）か独立して人に気兼ねなくやれる仕事（14.5%）と、やや自由業的志向が見られる。一般事務（8.3%）や責任者として采配のふるえる仕事（2.3%）はあまり好まれないようだ。だから、身内の就職にあっても、仕事の内容より一流企業を選ぶという女性（12.9%）は、そうでない女性（39.0%）より少ない。

しかし、結婚相手には、一流企業に勤めている人の方が良いと思う女性（23.6%）と、そうではないと思う女性（23.4%）がほぼ同数なのはどうしてなのだろうか。仕事をすすめる時と、結婚相手として考える時では評価尺度の異なるのが女心なのだろうか。もっとも、結婚相手には一流企業に勤めている人の方が良いと考えている人は、平均年齢が高く、そうではないと答える人は平均年齢が低くなっている。これを見ると、結婚当事者である本人は、相手がどこに勤めていても気にしないが、母親は一流企業の人との結婚を望んでいると言えそうだ。



身内の人が就職をする時には、仕事の内容より一流企業を選ぶ方がよい。

1	2	3	4	5	DK
(970)		(4287)	(2204)	(1891)	(529)
(321)					

結婚相手には、一流企業に勤めている人の方が良いと思う。

1	2	3	4	5	DK
(873)	(1482)	(4892)	(897)	(1442)	

(478)

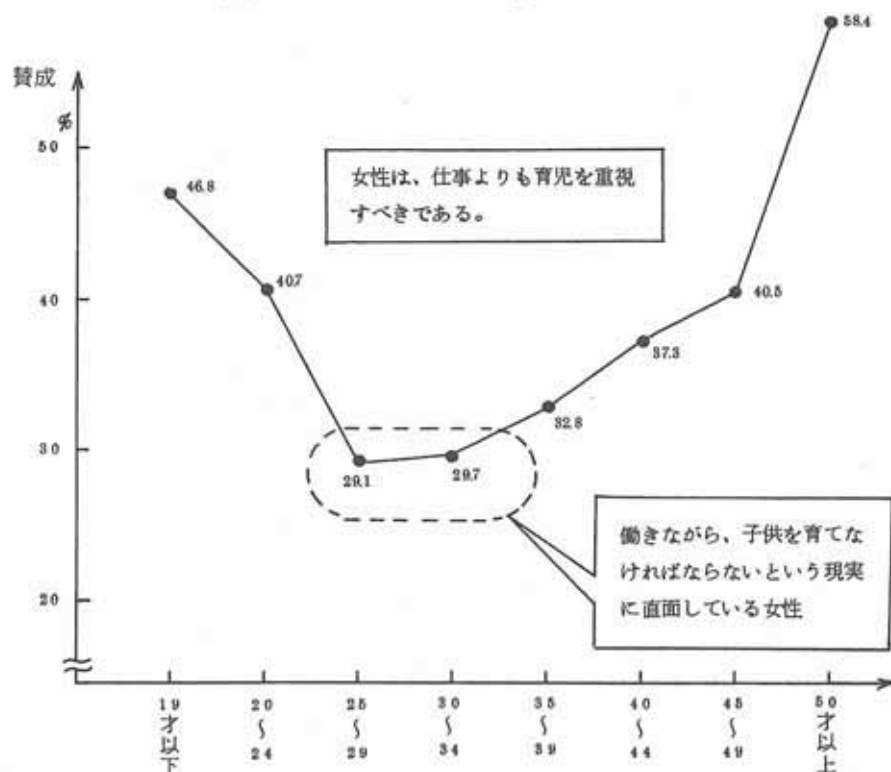
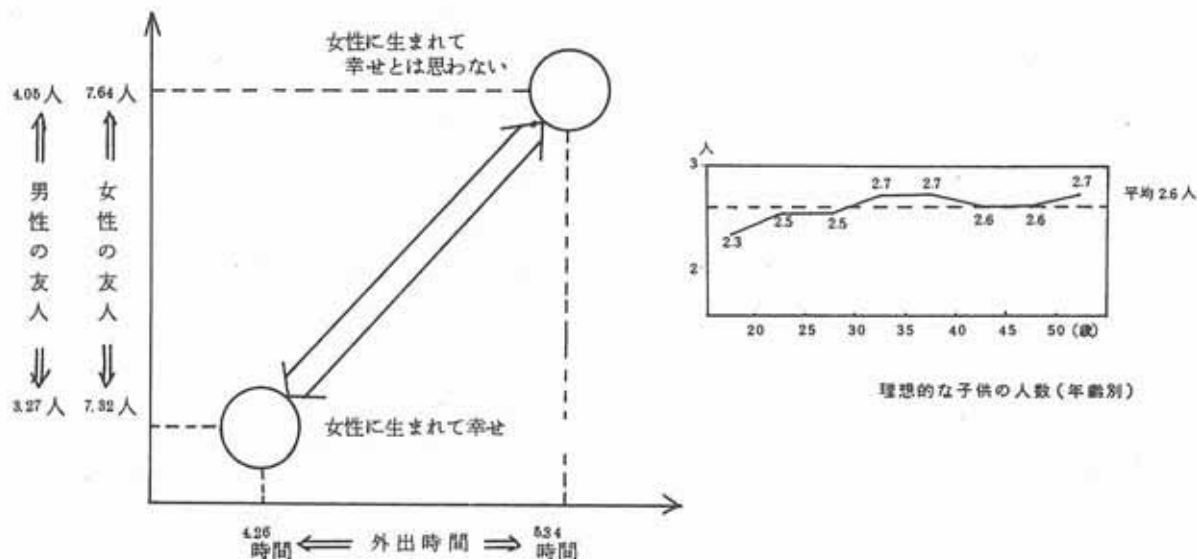
1 2 3 4 5
 全くその通り ややその通り どちらとも言えない ややその通り 全くその通りでない

女性に生まれて幸せ

約半数（49.7%）の女性が、女性に生まれて幸せだと考えているが、1割弱（9.8%）の女性はそうではないとこたえている。外出時間が長く、男性の友人も多いという女性は、社会的なハンデを感じることが多く、必ずしも女性に生まれて幸せとは言えないのかもしれない。

子育てと、仕事の両立については、20代前半までは育児が大切と考えていても、実際に結婚・子供の誕生という時期になると、仕事を続けたいと考える人が多くなるようだ。

理想的な子供の人数は平均2.6人で、2人とこたえた女性（38.7%）よりも、3人とこたえた女性（47.5%）の方が多かった。しかし、現実には理想よりも少なくならざるをえないということであろうか。

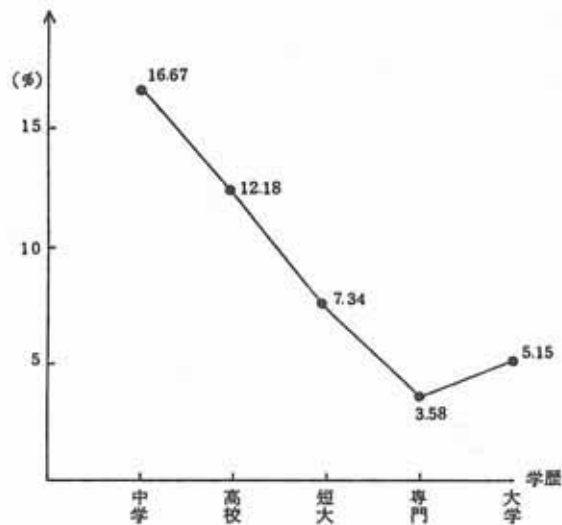


隣近所にクールな高学歴女性

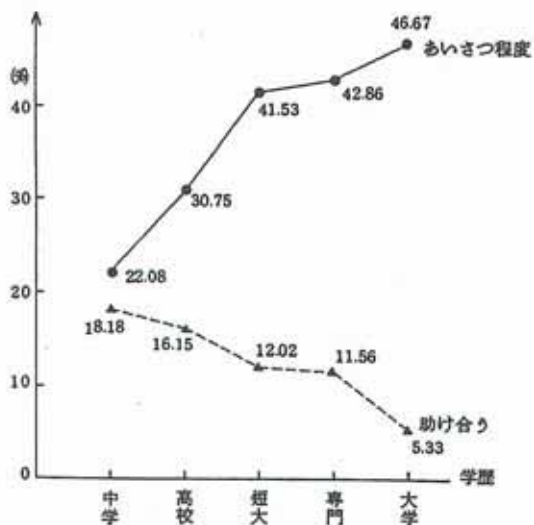
一緒に話をするのが楽しい人として、隣人をあげた女性は1割弱(9.8%)であったが、学歴が高くなるに従ってこの比率は低下してゆく。中卒16.7%に対し、大卒では5.2%と1/3以下である。

しかし、自分の周囲の人々に対しては、6割以上(62.2%)の女性が気持ち良くつきあえる人が多いと感じており、高学歴になるに従ってこの比率は増加してゆく。

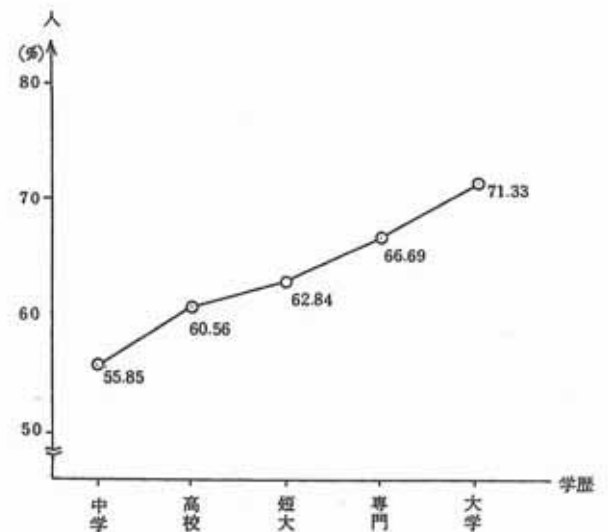
隣人に対しては、自己満足とも思えるほどの好意的イメージをもちながらも、必ずしもつき合いをふかめようとしないのが、学歴の高い女性の生き方と言えそうだ。だから、学歴の上昇と共に、隣近所となにかにつけ相談したり助け合えるようなつき合いをしている人は少なくなり、会った時にあいさつをする程度の人が増えてくる。高学歴化は、ますます「隣は何をする人ぞ」という関係を拡げてゆくであろう。せめて、周囲に対する好意的イメージがなくならなければ良いが。



隣人と話しをするのが楽しい人(学歴別)



望ましいつき合い方(学歴別)



自分の周囲に好意的イメージを持っている人

学歴の高い女性は……

学歴の高い女性は、お酒をたしなむ人が多い。全くお酒を飲まないという女性は短大卒で17.7%にすぎず、学歴が高くなるに従って飲む人の割合がふえてくる。

友人との話題では、大卒者では仕事・勉強が多く、短大卒ではスポーツ・旅行が上位となる。調査では、中学卒という女性は高令者が多いため、スポーツや旅行の話題は少なくなっているが、音楽・映画・演劇よりも高い。どうも、高学歴になるに従って、行動的な話題よりも受動的な話題の方がふえてゆく傾向にあるようだ。

男女の性的関係についても、結婚式がすむまでは性的関係をもつべきでないとする意見が、中卒(46.8%)、短大卒(26.0%)、大卒(19.9%)と、学歴が高くなるに従って減ってゆく。逆に、本人同志の責任とする意見が、中卒(17.7%)、短大卒(39.2%)、大卒(46.6%)とふえてくる。

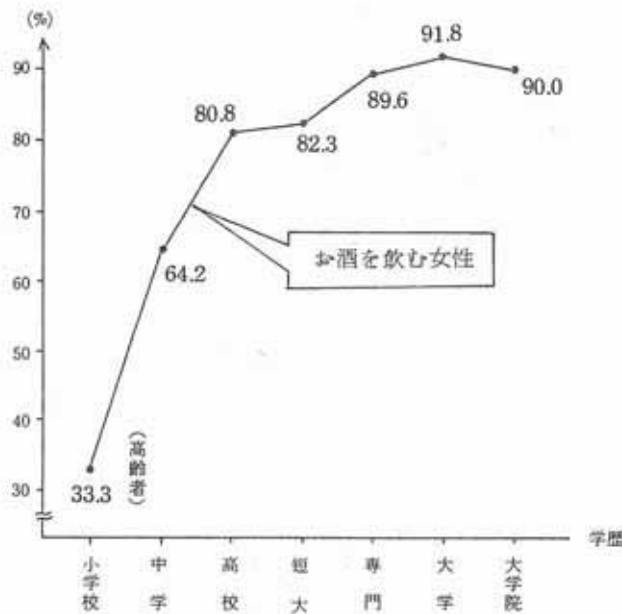
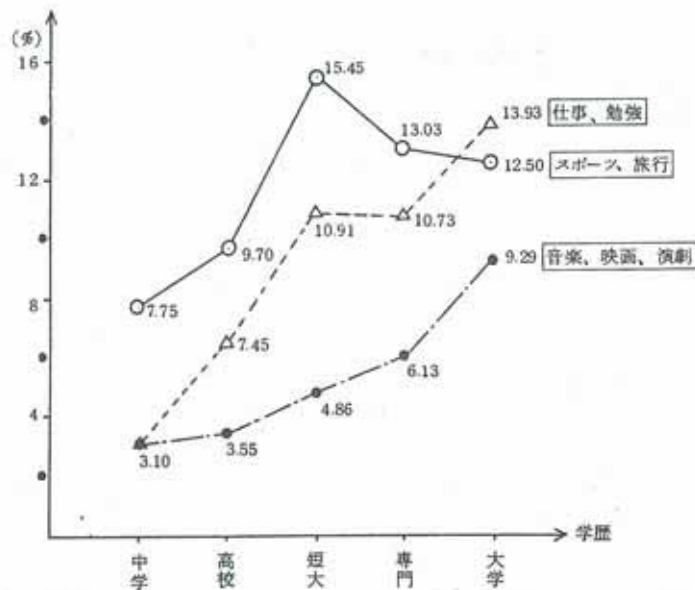


図3-9 学歴別酒を飲む人の割合

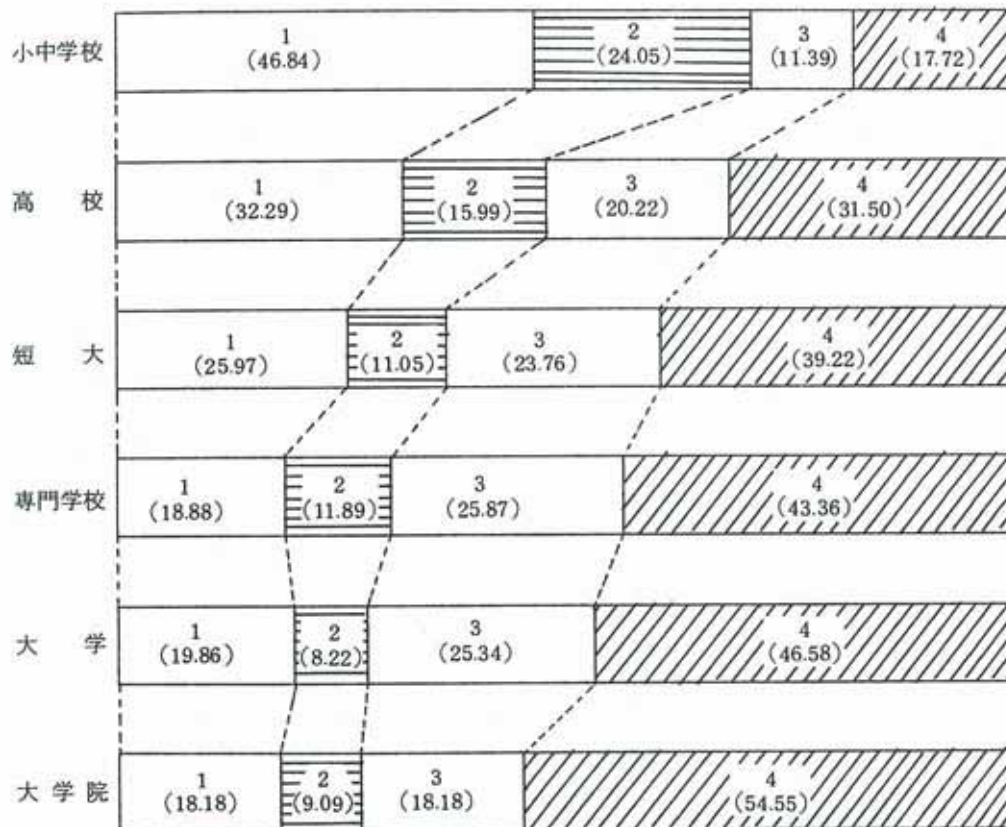


友人との話題と学歴

結婚していない若い人達の男女関係

1. 結婚式がすむまでは、性的関係をもつべきではない。
2. 結婚の約束をした間柄なら、性的関係があってもよい。
3. 深く愛し合っている男女なら、性的関係があってもよい。
4. 性的関係をもつのに、結婚とか愛とかに関係なく、本人同志の責任の問題である。

(学歴別)



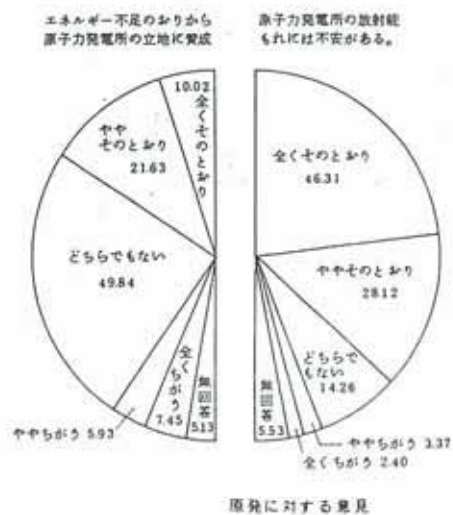
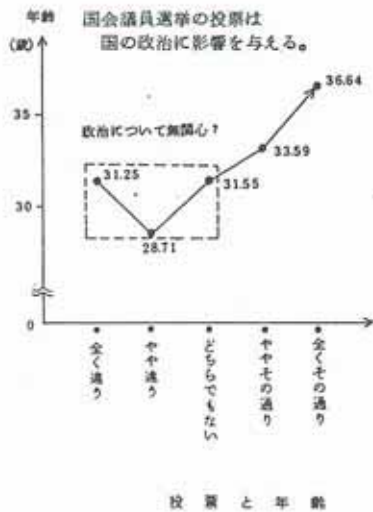
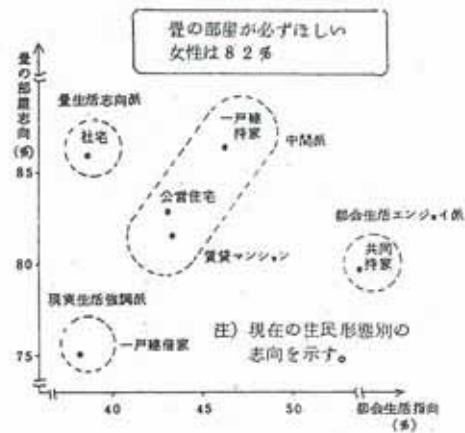
18%の女性がマイコンに関心あり

年齢や職業にかかわらず、18.4%の女性がマイコンの勉強をしなければならないと考えている。マイコンブームは、男性サラリーマンだけでなく家庭でも1つの課題となりそうである。

エネルギー問題でも、31.6%の女性が原子力発電所の立地に賛成している。しかし、放射能もれには74.4%が不安をいだいており、自分とは関係のない場所に立地する限り賛成という意見のようだ。

マイコン・原子力発電といった最新技術に関心をもちながらも、家の中に畳の部屋が必ずほしい(81.6%)、おみくじや、易や占いを比較的信用する(38.3%)、身の安全や商売繁盛、入試合格などの祈願は意味がある(42.2%)といった側面も見られる。

政治に対しては、年齢の若い層では、投票は国の政治に影響するとはあまり考えていなくて、53%の人が支持政党なしとこたえている。だが、私達の意見や希望が政治に反映されていると考える女性は、自民党や民社党を支持し、政治に不信感を抱いている女性は、共産党や社会党を支持する傾向があるようだ。



政党別政治不信度

区 分	政治不信度	
自 民 党	0.2326	不信の度合いが 弱 ↑ ↓ 不信の度合いが 強
民 社 党	0.3000	
公 明 党	0.4419	
新自由クラブ	0.6471	
支持政党なし	0.6483	
社 会 党	0.7619	
そ の 他	0.8571	
共 産 党	0.9070	

各政党において「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」に対する否定票から肯定票を引き、それを、どちらでもない無回答票を除く総数で除したものを政党別政治不信度とする。すなわち、次のような式で示される。

$$\text{政党別政治不信度} = \frac{\text{否定票} - \text{肯定票}}{\text{総数} - (\text{中間回答} + \text{無回答})}$$

身の安全や商売繁盛、入試合格など祈願しに行くのは全く無意味だと思う。

1.	2.	3.	4.	5.
全くそのおり	ややそのおり	どちらとも言えない	ややそのでない	全くそのでない

S 57

1.	2.	3.	4.	5.	DK
(4.89)	(6.25)	(41.43)	(28.85)	(13.30)	(5.29)
S 54					
(4.83)	(8.12)	(40.92)	(28.89)	(13.95)	

DK (3.29)

おみくじや、易や占いを比較的信用する。

S 57

1.	2.	3.	4.	5.	DK
(6.97)	(31.33)	(25.24)	(17.23)	(14.98)	(4.25)
S 54					
(10.19)	(37.24)	(24.67)	(13.64)	(11.65)	

DK (2.61)

マイコンの勉強をしなければならないと思う。

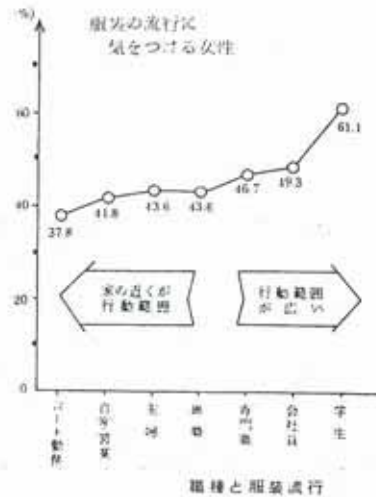
S 57

1.	2.	3.	4.	5.	DK
(4.25)	(14.18)	(38.86)	(14.90)	(21.47)	(6.33)

まわりの眼が気になって……

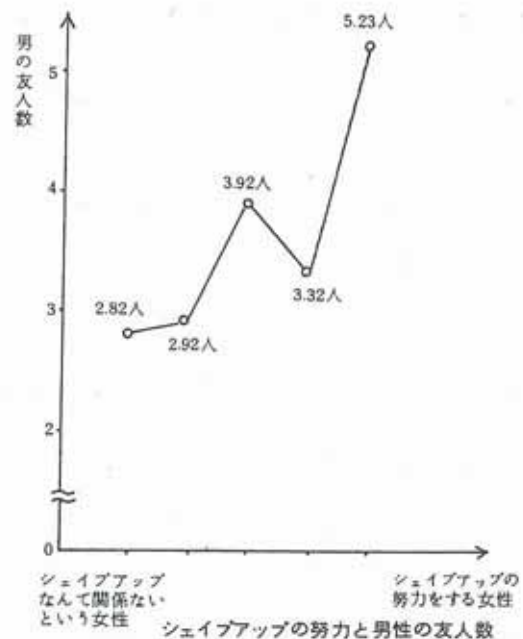
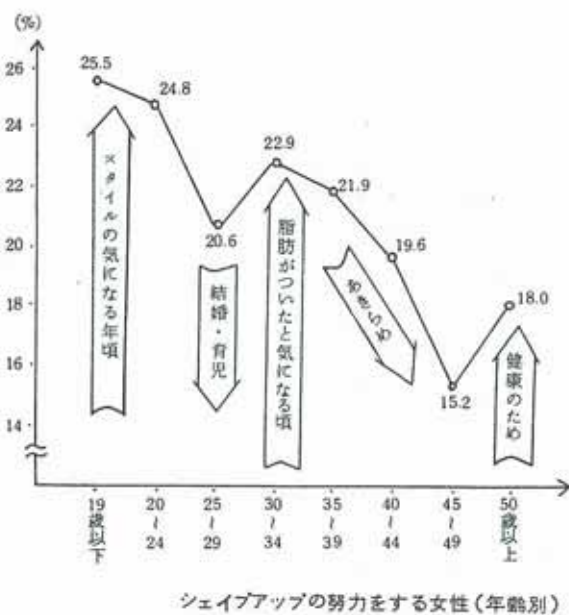
まわりの目を気にするのは、女性に限ったことではないが、ちょっとそんな見方をしてみよう。電車に乗っている時、他の女性の化粧に目がいく女性は41.8%、そうではないという女性の28.7%よりもぐっと多い。やはり、自分の目がいくから、他の人からも見られていると感じることになる。そして、化粧の流行には気をつけ(18.2%)、服装の流行にも気をつける(45.4%)ようになる。服装の流行に気をつける人の割合は、学生や会社員のように行動範囲の広い人ほど高く、パート勤務や自家営業、主婦といった家の近くが行動範囲の人では低くなっている。

シェイプアップについても、21.4%が努力していることを受けているが、努力している女性の方が、そうでない女性よりも男性の友人数が多いという特徴があらわれている。これは、男性の友人が比較的多い若い女性が、シェイプアップの努力をしているということであろう。年齢別でも、20代前半の女性が最もシェイプアップの努力をしている。これが結婚・育児期ではぐっと少なくなるが、30代ともなると、脂肪がついたと気になり再度挑戦をはじめ、次第にあきらめへと変ってゆく。50代以上で再びふえるのは健康のためということであろう。



電車に乗っている時、他の女性の化粧に目がいく。

全くその通り (8,09)	ややその通り (33,73)	どちらとも言えない (24,20)	ややそうでない (1,836)	全くそうでない (10,34)	DK (6,29)
---------------	----------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------

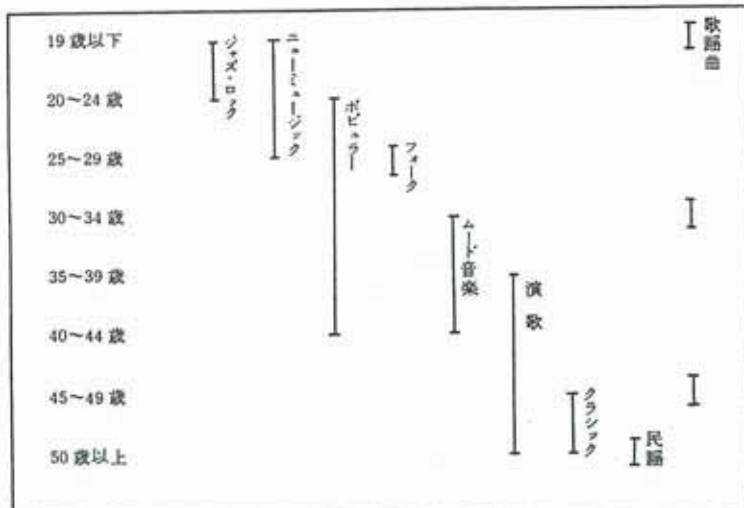


趣味は年齢と共に変化する

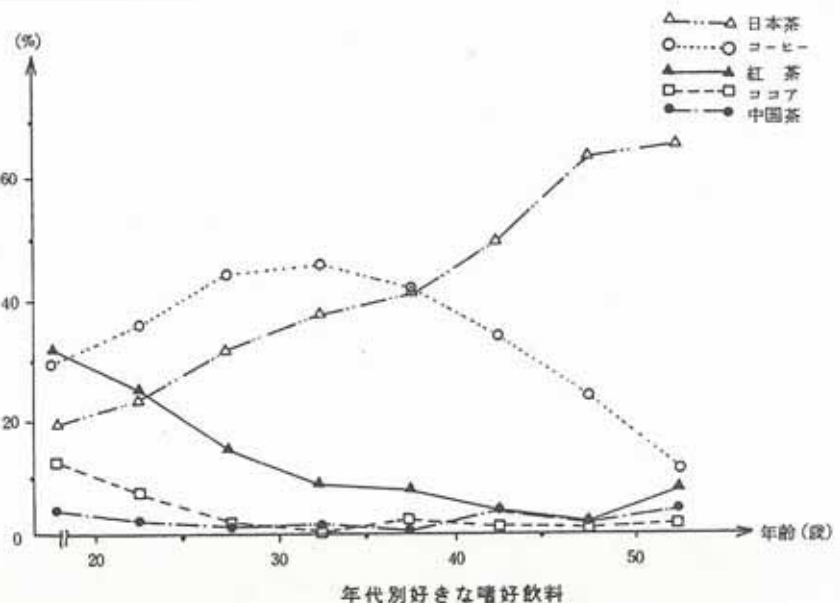
女性の好きな音楽は、昭和54年調査では1位フォークソング(27.6%)、2位ニューミュージック(19.7%)、3位歌謡曲(18.8%)の順であったが、今回の昭和57年度調査では1位ニューミュージック(27.0%)、2位ポピュラー(21.8%)、3位ムードミュージック・映画音楽(18.0%)となった。なお、4位は歌謡曲(17.0%)、5位は演歌(16.2%)であった。(但し、%は、上位5位までの百分率である)しかし、1位のニューミュージックを特に好きなのは20代までであり、ポピュラーの方が20代から40代まで幅広い層に受けいれられている。演歌とクラシックはやや高年齢で、民謡は50代以上である。

お酒は、ウイスキーを飲むという女性が最も多い(22.9%)が、これは20代、30代の女性であり、40代の女性はウイスキーよりもビール党である。カクテルは若い層に、ブランデーは高年齢層に好まれる。ワインは20代後半、日本酒は40代といった傾向もある。

し好飲料は、日本茶(38.9%)と肩をならべて、コーヒー党(36.5%)がふえてきている。紅茶は若い年齢層に好まれるようになってきているが、まだコーヒーに比べて12.5%と少ない。コーヒー党は30代前半で最も多く(45.3%)になっているが、この人達が日本茶党に変化するかコーヒー党であり続けるかは興味あるところである。

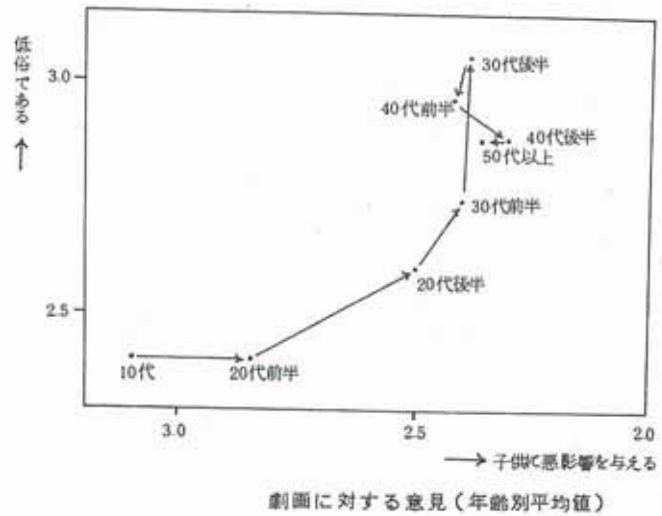


年齢別好きな音楽



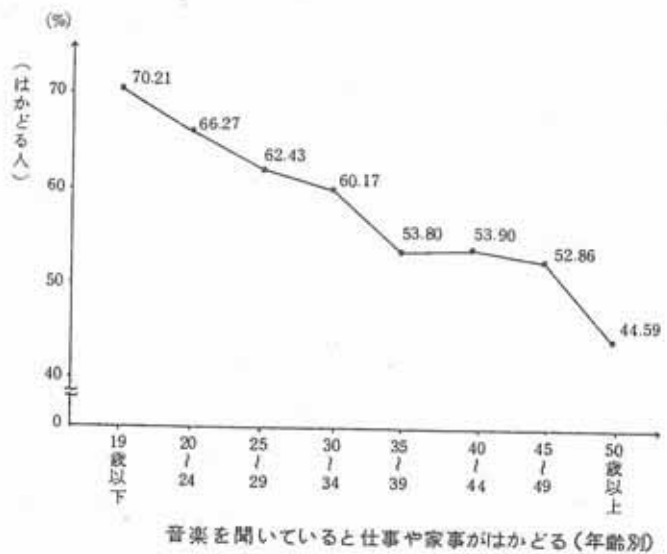
劇画・漫画に好意的なのは20代まで

46.4%の女性が、劇画や漫画は子供に悪影響を与えると考えており、低俗だという批判は誤っているとする意見(34.8%)を上まわっている。年令的には、30代に入ると子供に悪影響を与えると感じはじめ、30代後半になると低俗だと思いはじめるようだ。劇画や漫画が社会的に認知されるようになったとはいえ、好意的なのは20代までであるかのようだ。



ながら族は、56%

音楽を聞いていると仕事や家事がはかどるとい女性は56.2%にも達しており、そうでないという女性(10.3%)の5倍以上である。やはり20代から、30代前半にかけての若い世代ほどこの傾向が強いが、50才以上の女性でも44.6%がいわゆるながら族である。



化粧行動と意識

化粧品は、女性にとって必需品であり、次第に使われなくなるとは考えられない。しかし、必需品とはいっても、実用性のみが大切なのではなく、夢のある容器が求められている。

服装の流行に気をつける人は多いが、化粧の流行を気にする女性は2割弱である。しかし、他の人の化粧には目がいくのだから、流行を無視しているのではなく、個性を大事にするような化粧が考えられているのだろう。

化粧品を使い始めるのは16～20才の頃であり、ほぼ8割の女性がこの時期に自分の化粧品（43.9%）や、母親や姉の化粧品（38.2%）を借用して、化粧をはじめ。使い方は、店頭やセールスマンより覚えるが、友人の影響も大きい。

化粧品の所有個数は、6～10個という女性が、3割であり、11～15個が18%、3～5個が16%と続いている。普段の日に費す化粧時間は、8割の女性が20分以下である。しかし、21～45分という女性も1割いる。美容院の利用回数は、2～3ヶ月に1回という女性が4割、月に1回の女性が3割である。

化粧品は、衣服と同じように（25.5%）習慣として使うもの（19.2%）であり、自己満足を得る（15.4%）とわりきってみても、理由もなくメイクアップするわけではない。やはり、気分がひきしまり（25.2%）、社会的エチケット（24.0%）だと考え、美しくみせたい（20.8%）から、女性はメイクアップをする。

○ 化粧品はあなたにとってどのようなもの？

○ メイクアップをする理由は？

認 識	構 成 比 (%)	
	54年	57年
全く不要なもの	1.5	1.4
習慣として使うもの	18.3	19.2
夢を与えてくれるもの	6.9	4.8
自己満足を得るもの	14.1	15.4
美しさの必需品	11.8	9.8
衣服と同じもの	26.6	25.5
アクセサリーのようなもの	13.5	12.1
薬のようなもの	4.8	5.9
無 回 答	2.5	5.9

理 由	構 成 比 (%)	
	54年	57年
創作するのが楽しい	3.9	4.4
美しくみせたい	11.6	20.8
社会的エチケット	48.2	24.0
していないと不安になる	1.6	3.3
気分がひきしまる	8.0	25.2
家族・同僚が望むので	0.3	0.9
男性のため	0.3	0.0
職業上の理由から	1.5	4.9
理由なし	8.5	15.4
メイクしない	14.8	
無 回 答	1.2	1.1

上段：昭和54年
下段：昭和57年

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	
化粧	女性は、次第に化粧品を、使わなくなる。	1.7	6.3	27.3	19.9	41.7	3.2
		1.5	5.9	31.3	21.9	34.5	4.9
	化粧品の容器は、夢がある方がよい。	21.6	26.4	29.0	9.5	11.0	2.5
		17.6	30.6	24.8	13.0	9.5	4.5
	化粧の流行には、気をつけるようにしている。	4.2	13.6	29.8	21.2	27.5	3.7
		4.0	14.2	28.5	21.8	26.5	5.0
	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。	22.9	18.3	25.7	22.0	8.4	2.7
		21.9	23.2	25.0	18.0	7.4	4.5
素肌の手入れより、メイクアップを重視する人が増えてくる。	12.0	19.3	32.9	17.2	15.3	3.3	
	7.0	17.0	40.6	18.2	11.9	5.4	
映画、演劇を見ている時、スター、役者の化粧に目がいく。	-	-	-	-	-	-	
	9.1	27.6	24.0	17.5	17.5	4.5	
電車に乗っている時、他の女性の化粧に目がいく。	-	-	-	-	-	-	
	8.1	33.7	24.2	18.4	10.3	5.3	
服装	服装の流行には、気をつけるようにしている。	9.9	39.8	27.7	13.5	6.3	2.9
		8.6	36.9	29.3	14.1	6.4	4.7
	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。	19.4	22.3	25.1	22.6	7.7	3.0
18.6		24.0	24.0	22.4	6.2	4.8	

数字は%

○ 化粧品を使い始めた年齢は？

年 令	構 成 比 (％)	
	54年	57年
12才以下	2.2	1.2
13～15才	8.5	3.5
16～18才	41.1	38.8
19～20才	38.9	44.9
21～22才	6.8	8.0
23～24才	0.9	2.1
25～26才	0.5	0.5
27才以上	1.1	0.5
無 回 答	0.0	0.5

○ 使い始めた時の化粧品は誰のもの？

化 粧 品	構 成 比 (％)	
	54年	57年
自分専用のもの	41.9	43.9
母親のもの	23.6	23.3
姉のもの	17.8	14.9
友人のもの	4.4	4.4
試 供 品	10.8	11.4
そ の 他	1.1	1.0
無 回 答	0.4	1.1

○ 使い方を覚えたルートは？

ル ー ト	構 成 品 (％)	
	54年	57年
母 親 か ら	10.5	11.3
姉 か ら	15.6	13.7
友 人 か ら	21.4	19.3
雑 誌 か ら	10.5	8.4
店頭またはセールスマンから	21.9	23.0
高卒時の美容講習会から	14.9	19.1
そ の 他	3.8	4.2
無 回 答	1.4	1.0

○ 化粧品所有個数

個 数	構 成 比 (%)	
	54年	57年
2 個 以 下	2.5	2.4
3 ~ 5 個	15.2	16.0
6 ~ 10 個	26.7	31.4
11 ~ 15 個	18.9	18.3
16 ~ 20 個	13.9	12.8
21 ~ 30 個	11.2	7.7
31 個 以 上	9.0	4.3
な し	1.7	1.2
不明・無回答	0.9	5.9

○ 普段の日の1日に費す化粧時間

時 間	構 成 比 (%)	
	54年	57年
10 分 以 下	53.6	58.7
11 ~ 20 分	31.0	20.4
21 ~ 30 分	5.4	7.6
31 ~ 45 分	1.0	2.4
46 ~ 60 分	0.2	0.7
61 ~ 75 分	0.1	0.3
76 分 以 上	0.0	
な し	7.8	4.2
無 回 答	0.9	5.7

○ 美容院の利用回数

利用回数	構 成 比 (%)	
	54年	57年
ほとんど毎日	0.5	0.4
週に2~3回	0.7	0.6
週に1回	1.2	2.6
月に2~3回	2.4	4.1
月に1回	24.0	30.1
2~3ヶ月に1回	51.6	42.3
年に3回以下	16.8	11.9
全く行かない	2.2	2.4
無 回 答	0.6	5.6

○ 化粧品の使用頻度

上段：54年
下段：57年

化粧品 使用頻度	口紅	ファンデー ション	マスカラ	マニキュア	乳液	香水 ・ オーデコロン	ヘアスプレー
	毎日1回は使う	65.5 64.5	57.6 52.6	19.5 13.9	3.9 3.0	74.0 72.6	18.3 15.4
よく使いが毎日ではない	12.5 14.4	15.2 16.3	9.4 7.6	9.8 9.1	7.7 9.1	21.2 18.5	9.9 10.3
週に1~2回は使う	3.9 5.2	4.8 5.8	4.2 3.9	7.1 6.0	2.5 2.5	8.3 7.6	6.5 6.4
月に1~2回は使う	3.4 3.6	3.5 4.6	5.7 5.2	16.3 13.8	1.8 1.7	10.7 13.1	5.6 6.7
ほとんど使わない	7.0 7.9	8.7 11.7	24.3 28.5	34.0 36.2	5.8 6.6	25.4 31.8	25.5 28.9
全く使わない	4.0 2.4	6.0 6.4	29.5 36.4	20.2 27.2	4.8 5.0	9.9 10.6	40.3 37.2
無回答	3.8 2.0	4.3 2.6	7.4 4.5	8.7 4.5	3.6 2.5	6.3 3.0	5.8 3.5

数字は%