

化粧と嗜好と関心からみた30代女性

はじめに

30代女性の一般像は「子育て中につき、お忙し」ということで、あまりマスコミにうける話題とはなりにくいようである。マスコミにはキャリアウーマンとしてバリバリ活躍する人達が登場する事が多い。だが華やかなのはほんの一部の人達である。もう少し普通の30代の女性の実態を知りたいと考えた。そのため、95%が既婚者(93%が子持ちである)の30代の女性300人と30代未婚者100人のデータより、その化粧と嗜好と関心の特徴を探った。

まとめ

年代としてみると未既婚の格差が大きく、一括りにはできない。だが未既婚で同じ結果になる項目もある。そこから彼女達の本音が見えてくる。

自由になる「こづかい」は「なし」が既婚者では大変増える。だが化粧支出は極端に下がるわけではない。つつましいはずの30代既婚者も必要なものは手に入れている、と考えられる

30代は肌が大きく変わる時期であり、20代よりも未既婚共、旺盛な化粧意欲を持っている。

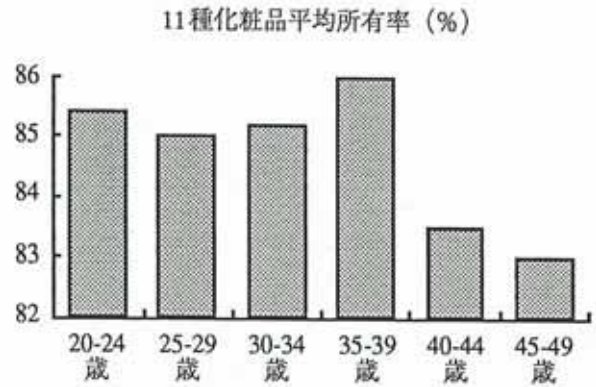
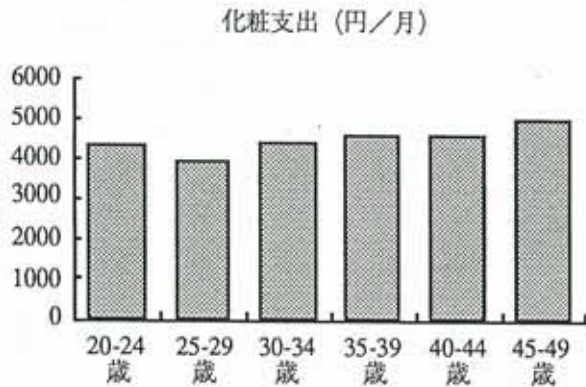
世代としては、従来「はざま」と考えられ、あまり特徴が云々されてこなかったが、化粧や嗜好品に、年代と言うよりは世代の特徴とも言えるものを認めることができた。化粧で言えば、他の世代より、目の周りを重視している。嗜好品では、煙草とコーヒーを好んでいる。果汁飲料や紅茶は20代への浸透に比べると30代には受け入れられていない。

30代未婚層の特徴としては大多数が「働かなければ生活できない」と考えていることと、20代前半と同じくらいに「ナイーブな男女平等観」にある。これは彼女達が現在の日本の企業にあって、大きなストレスを受ける原因になっているはずである。女性の戦力化を真剣に考えるならば企業がこの点に踏み込むべきである。

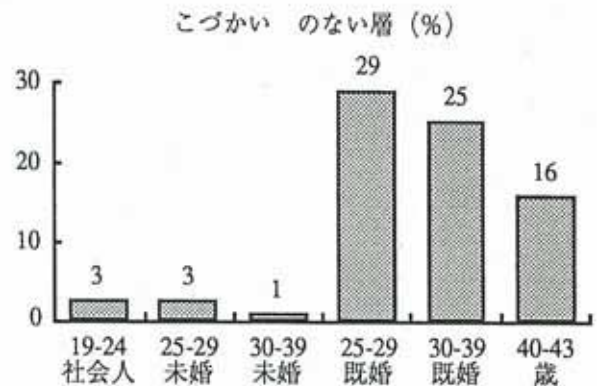
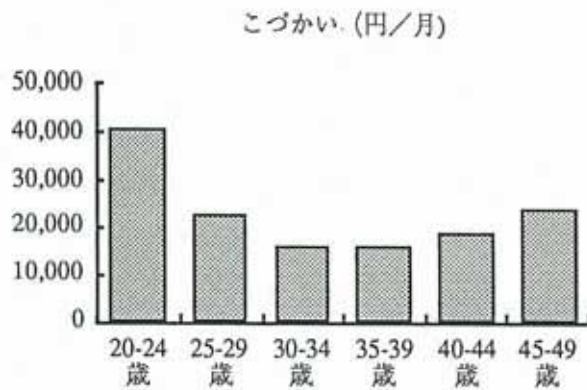
一方彼女達は子育ては大切だとしながらも、仕事よりも家事や夫を優先する既婚の同僚には批判的であり、この点でもストレスが強まるだろう。

1 「こづかい」「化粧支出」「化粧品所有率」から見た30代全体と未既婚層の特徴

★化粧品支出、化粧品所有率は年代間の差は小さいが、こづかいは30代で大きく落ち込む。これは30代の95%が既婚者であり、「こづかい」「なし」と答える層が多い為である。



注) 11種化粧品=化粧水、乳液、クリーム、美容液、パック、ファンデーション、口紅、アイメイク、マニキュア、香水、ヘアトリートメント

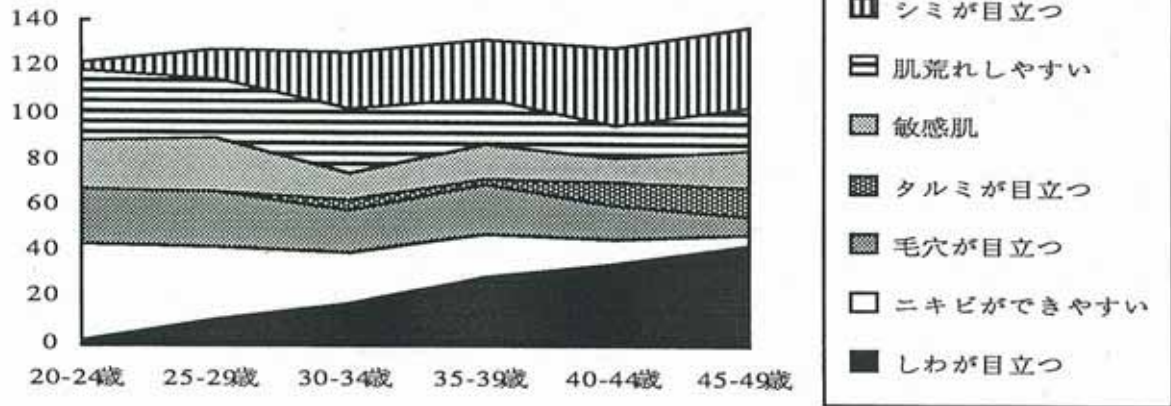


2 「こづかい」が減っても「化粧支出」が減らない理由は2つ考えられる。

①既婚者にとって「こづかい」が自分の為の消費を賄う経費の全てではなく、あくまで贅沢品に当てる支出とされ、化粧支出は保健費等の必要経費と見做されている。

②皮膚が本格的に変るのは30代であり、30代後半になって肌が落ち着くまで化粧パターンの変化が大きい年代である。新たに「しみ」「しわ」の悩みが飛躍的にふえ、「肌荒れしやすい」の悩みも30代前半までは高く、その為化粧品に対する需要が高い年代である。具体的には水による洗顔の頻度が減り、乳液の使用頻度があがる。これは皮脂分泌の減少からもたらされるものである。ファンデーションの使用個数が増えるのは「しみ」を隠したり、冬場の肌の乾燥に対応する等幾つもの機能をファンデーションに求めるためである。

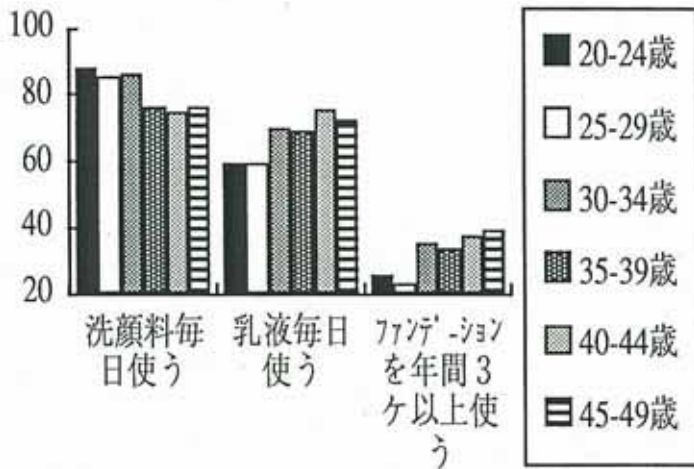
肌の悩み (MA %)



	しわが目立つ	ニキビがしやすい	毛穴が目立つ	タルミが目立つ	敏感肌	肌荒れしやすい	シミが目立つ
20-24歳	2	41	25	0	20	30	3
25-29歳	11	31	25	0	22	27	12
30-34歳	19	21	19	3	11	29	24
35-39歳	30	19	22	3	15	20	25
40-44歳	35	11	15	10	11	15	33
45-49歳	43	5	8	13	15	19	35

	洗顔料毎日使う	乳液毎日使う	ファンデーションを年間3ヶ以上使う
20-24歳	87	59	25
25-29歳	85	59	23
30-34歳	85	69	35
35-39歳	77	69	33
40-44歳	74	75	37
45-49歳	76	73	38

化粧習慣の変化(%)



20代の主な悩みは「肌アレ」と「毛穴ニキビのトラブル」であり、40代では「シミ」「しわ」がおき変わる。30代は20代と40代の両方の悩みを持ちながら肌に変化していく時期だと言える。

特に皮脂分泌の衰えへの対応として、洗顔料による水性洗顔を抑えるようになり、乳液の使用頻度が増大する。

またファンデーションの年間使用する種類が3つ以上になるのも30代からである。これは冬の乾燥肌の悩みが本格化し、

肌性からも2種類を使い分ける必要が出てくる為と思われる。その上にシミなどのトラブルを隠す必要も切実になり、種類が増えると思われる。

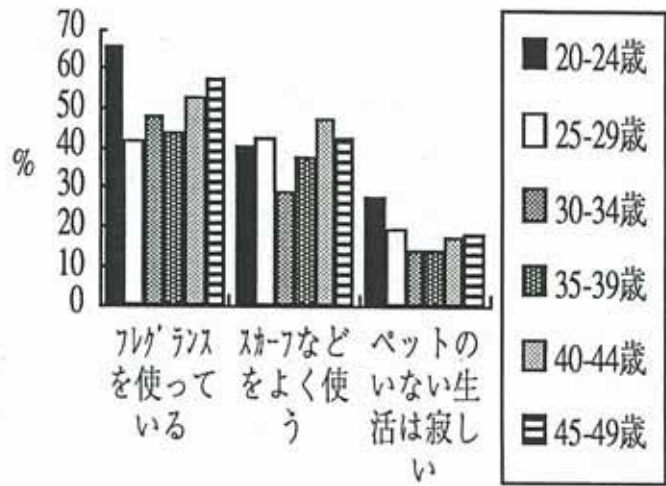
全年代で切実な敏感肌も20代よりは大きく減るがその記憶は未だ生々しく、化粧品を選択でも重要な因子であると考えられる。

このように30代女性の肌の悩みが究めて多岐にわたりかつ変化がはげしい為、結婚育児に忙しく、他の消費行動はともすれば不活発な30代女性が旺盛な化粧消費をしていると考えられる。

3 「こづかい」が少ないと言うことは、生活に余裕が無いということであるか？

特に消費生活が慎ましいものになることは、よく知られている。だが肌の手入れに密着する消費はむしろ30代で旺盛であることを先のページでみた。ところが「おしゃれ」の部分では、やはり30代は他の年代に比べ活力が弱まっている。それは「フグランスを使うか」「スカーフなどよく使うか」などのとりわけ楽しむ「おしゃれ」部分が少なくなることで確認できる。一方、精神的な余裕から求められるであろう「ペット」については必要を感じている層は少ない。これは一方で生活に対する充実感を意味すると考えられる。

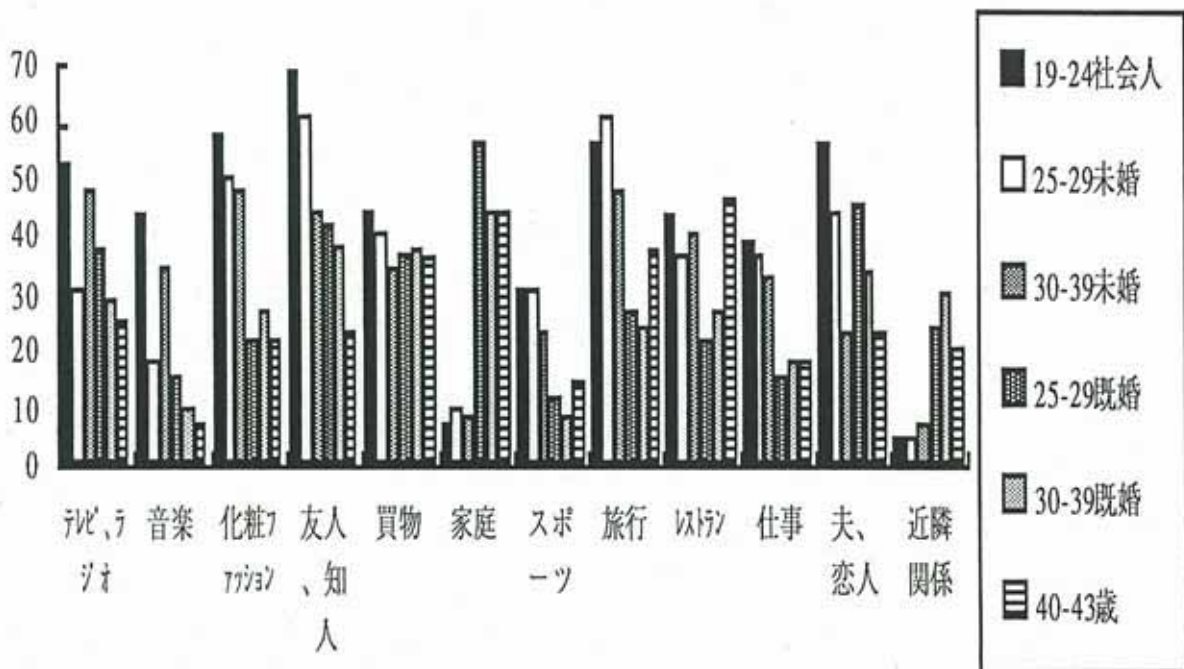
生活のゆとり



これらの余裕が未既婚によりどの程度変わるのかを友人との雑談時の話題から以下に示す。全年代で変わらないのは「買物」でもっとも頻度が多い。既婚で激減するのが「化粧ファッション」「友人知人」「スポーツ、旅行、レストラン」「仕事」。

反対に増加するのは「家庭」「近隣関係」。年代で下がるのは「夫、恋人」。「ラジオ、テレビ」「音楽」は年代で下がる傾向だが、30代未婚が突出して高く、特徴である。

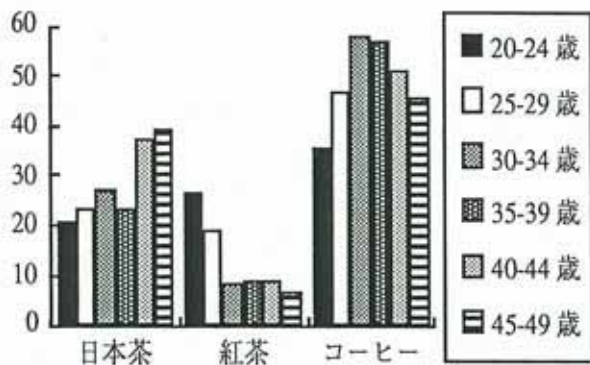
友人との雑談時の話題(MA %)



4 「嗜好」

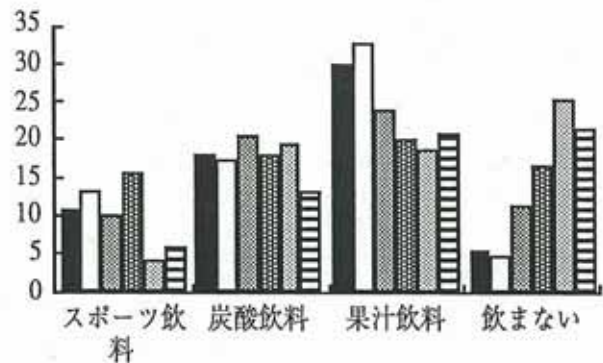
- ①嗜好は——カフェイン系では日本茶、紅茶に比べコーヒーを好む
 軽飲料では20代と並んでスポーツ飲料と炭酸飲料を好むが、
 果汁飲料では絶対値は高いものの、20代より嗜好が低い。
 音楽は20代と同じくニューミュージックが高い。
- ②食事への関心——30代になると、既未婚を問わず、健康に留意した食事を心掛けている。むしろ既婚者では未婚に比べ、「旬のものを取り入れる」などの工夫が目立つ。
- ③化粧では——ポイントメイクで「目の周り」を重視する点が他の年代と大きく異なる。
- ④生活全般——「職業」「ワープロ」「飲酒」既未婚が大きく左右する。「海外旅行」は20代より少ないがかなり普及している。「喫煙」はむしろ30代が高い。

カフェイン系飲料 (SA、%)



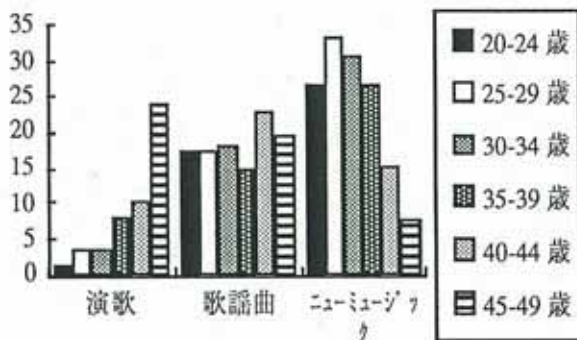
シック	日本茶	紅茶	コーヒ
20-24歳	21	27	35
25-29歳	23	19	47
30-34歳	27	8	58
35-39歳	24	9	57
40-44歳	37	9	51
45-49歳	40	7	46

清涼飲料 (SA %)



	スポー	炭酸飲	果汁飲	飲まな
20-24歳	11	18	30	5
25-29歳	13	17	33	5
30-34歳	10	21	24	11
35-39歳	15	18	20	17
40-44歳	4	19	19	25
45-49歳	6	13	21	22

好きな音楽 (%)

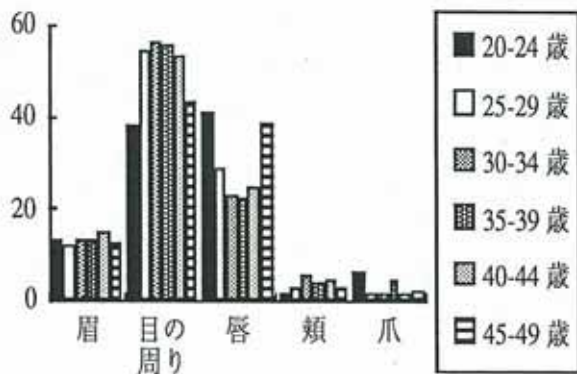


	演歌	歌謡曲	ニューミュージック
20-24歳	1	17	27
25-29歳	3	17	33
30-34歳	3	18	31
35-39歳	8	15	27
40-44歳	10	23	15
45-49歳	24	20	7

食事への関心(%)

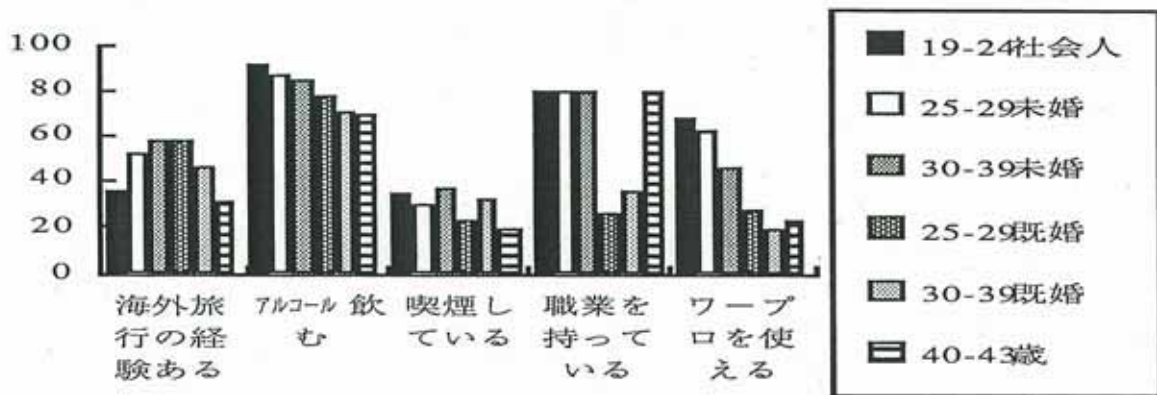


一番重視するポイント(%)



	眉	目の周り	唇	頬	爪
20-24歳	13	38	41	1	6
25-29歳	12	55	29	3	1
30-34歳	13	57	23	5	1
35-39歳	13	56	22	3	4
40-44歳	15	53	25	4	1
45-49歳	12	44	39	3	2

生活習慣(%)



	A	B	C	D	E	F	G
16		海外旅	アルコール	喫煙し	職業を	ワープ	こづかい
17	19-24社	36	90.7	34.7	78.8	68	34,700
18	25-29未	52	86.7	29.3	78.8	61.3	37,900
19	30-39未	57	85	37	79	45	37,500
20	25-29既	57.3	77.3	22.6	25.3	26.7	11,600
21	30-39既	46	70.7	32	36	18.7	11,400
22	40-43歳	31	69	19	79	23	15,100

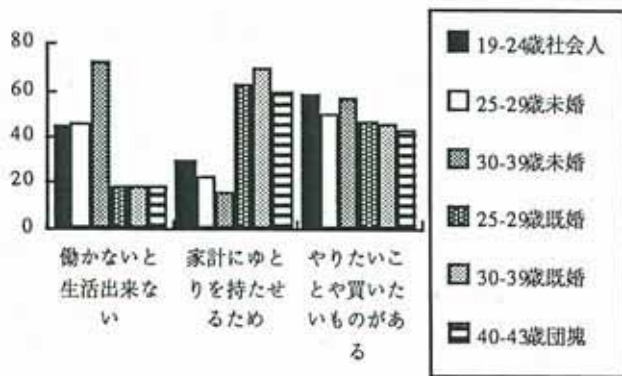
5 30代未婚層の関心からみた特徴

20代未婚者に比べて、大学、専門学校卒業者が多い。年収は300万円台が多いと思われる。こずかいは20代に比べ、若干低く月44000円が平均である。これは4人に一人が親から独立しており収入の増加以上に家計費が増えている為と考えられる。その為か圧倒的多数（7割以上）が働かなければ生活できないと答えている。

《職場での男女不平等》に対しては他の層よりも否定的であり、20代前半と同じくらいナイーブである。

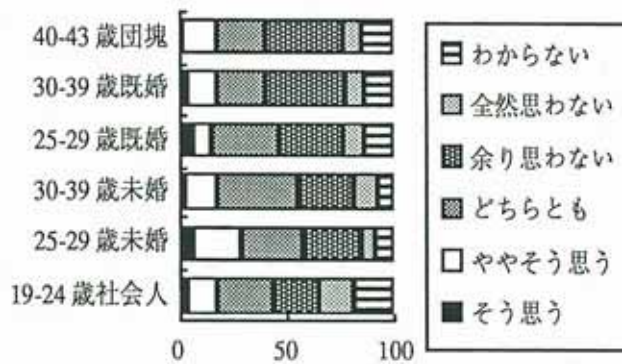
仕事と家庭の両立については自立志向は他の層より高いものの、子育ては重視すべきものとしている。家事や夫については既婚者に比べ仕事を優先すべきだとしている。

職業についている理由



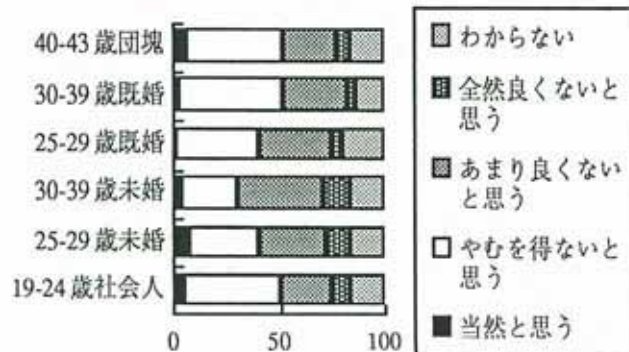
	19-24	25-29	30-39	25-29	30-39	40-43
働かな	44	45	72	18	18	18
家計に	29	23	16	63	69	60
やりた	59	51	58	46	45	43

職場で男女平等になっているか

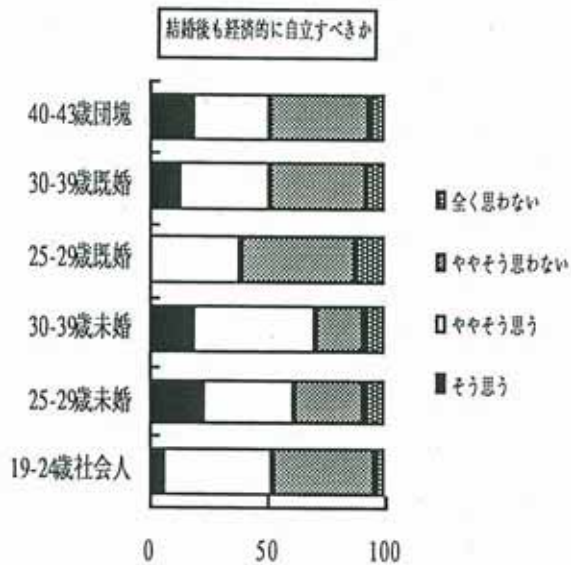


	19-24	25-29	30-39	25-29	30-39	40-43
そう思	4	7	3	7	5	2
ややそ	15	23	16	9	13	16
どちら	25	28	37	31	23	23
余り思	21	27	25	29	36	35
全然思	16	7	11	11	9	9
わから	19	9	8	13	14	15

職場の男女不平等仕方無いか



	19-24	25-29	30-39	25-29	30-39	40-43
当然と	5	8	4	1	2	7
やむを	45	33	27	40	50	45
あまり	24	31	39	33	31	26
全然良	9	12	13	5	3	5
わから	16	16	17	20	14	17

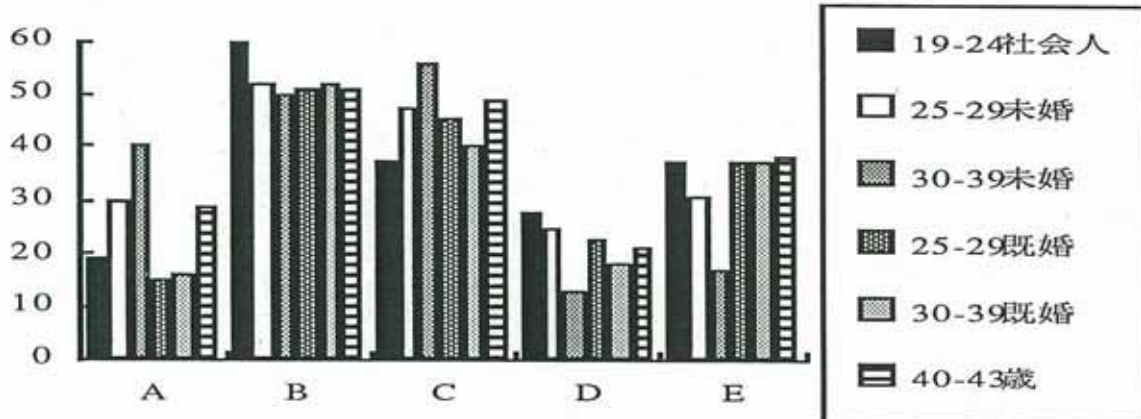


	19-24歳	25-29歳	30-39歳	25-29歳	30-39歳	40-43歳
そう思	5	23	18	0	12	18
ややそ	47	39	52	39	39	33
ややそ	43	29	20	49	41	42
全く思	5	9	10	12	8	7

質問

- A 結婚後もできるだけ女性は経済的に自立すべきである
- B 子供が小さいときには、母親は子育てに専念すべきである
- C 子育てと家事で一生を終えたくない
- D 家事を手抜きしてまで仕事にでるべきでない
- E 仕事についていても、夫より早く帰宅するのが好ましい

「そのとおり」と答えた人の割合 (%)



	A	B	C	D	E
19-24歳	19	60	37	28	37
25-29歳	30	52	47	25	31
30-39歳	40	50	56	13	17
25-29歳	15	51	45	23	37
30-39歳	16	52	40	18	37
40-43歳	29	51	49	21	38

本レポートは以下の2つの調査をもとにまとめた。

①おしゃべり白書 '91

年齢構成

②女性の意識と行動調査 '90

年齢構成

年齢	人数
15 - 19歳	100
20 - 24歳	150
25 - 29歳	150
30 - 34歳	150
35 - 39歳	149
40 - 44歳	150
45 - 49歳	149
50 - 54歳	101
55 - 59歳	101
60 - 64歳	100
全体	1300

年齢	人数
高校生	75
19-24歳 学生	75
19-24歳 社会人	75
25-29歳 未婚	75
25-29歳 既婚	75
30-34歳 既婚	75
35-39歳 既婚	75
30-39歳 未婚	100
40-43歳	100
44-49歳	100
50-59歳	100
60-65歳	75
全体	1,000

実施時期 : 1991年5月

実施時期 : 1990年9月

以下については上記2つの調査に共通

調査対象 : 東京駅30km圏内に居住する女性

対象者抽出法 : エリアサンプリング法

実施方法 : 個別訪問面接聴取法および留置法の併用

報告書の中の用語

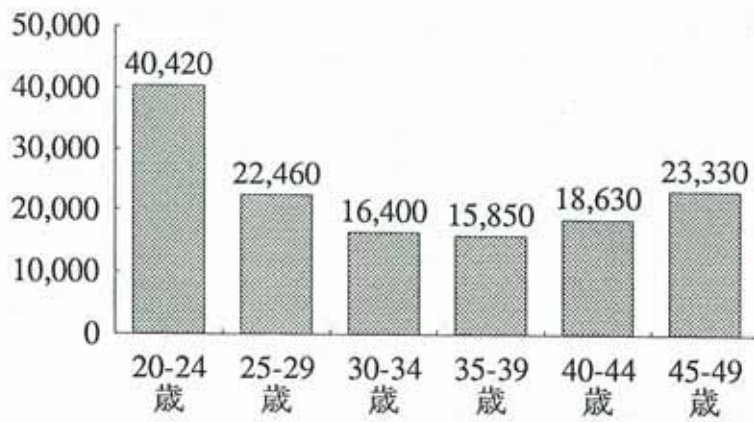
SA : 選択肢の中から、一つの回答を選ぶ場合

2LA : 選択肢の中から、当てはまる回答を2つまで選ぶ場合

MA : 選択肢の中から、当てはまる回答を幾つでも選ぶ場合

Gこづかい

こづかい (円/月)



化粧支出 (円/月)

