

30代女性の美容価値観 アイメイクへのこだわりは自分らしさの表現

生活者研究センター
ビューティケア研究室

今の30代女性たちが10～20代を過ごした時期は、安室奈美恵さんがファッションリーダーとなって活躍した、いわゆる「アムラー^{*}」全盛期です。彼女たちがメイクを開始した時期とも重なり、美容行動も大きな影響を受けていると考えられます。30代になった彼女たちの美容行動を観察すると、それぞれ別のライフコースを歩んでいても共通するメイクの特徴がみえてきました。安室さんの引退発表により、再び注目されている「アムラー」世代。彼女たちの美容へのこだわりについて報告します。

^{*}アムラー:日本の歌手・安室奈美恵さんをまねしたファッションをする人をいう。1996年に女性の間で流行し、「新語・流行語大賞」のトップテンに入賞を果たした。

- 女性にとって30代はライフコース変化の時期
- 高校時代から続く、「アイメイクへのこだわり」は共通
- 美容関心の低下期間は短く、すぐに再上昇
- アイメイクは30代女性たちの「自分らしさ」のひとつに

【調査概要】

「30代女性の美容意識・行動実態」

調査期間：2016年7～8月、2017年5～6月

調査方法：家庭訪問インタビュー

調査対象：首都圏在住30代女性

対象者数：16人(シングル6人、DINKS3人、ワーキングマザー4人、専業主婦3人)

「ポイントメイク化粧品に関する意識・使用実態」

調査期間：2017年9～10月

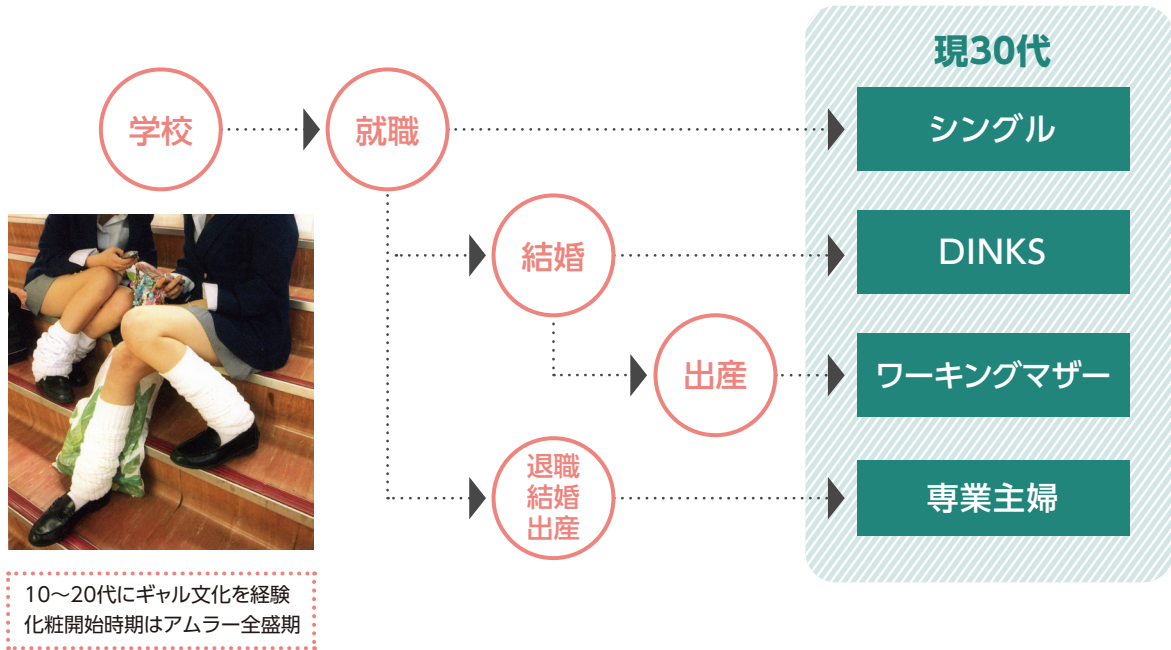
調査方法：調査員による個別訪問調査

調査対象：首都圏在住20～69歳女性

対象者数：602人

女性にとって30代はライフコース変化の時期

多くの女性にとって30代は、結婚・出産などによりライフコースが変化する時期です。結婚をしないシングル、子どもを持たずに仕事を続けるDINKS、出産後も仕事を続けるワーキングマザー、そして結婚・出産を機に仕事を辞めた専業主婦など、今の30代女性たちのライフコースは多様化しています(図1)。また、これから先、シングルが結婚をしたり、DINKSが出産したり、専業主婦が復職したりなど、30代女性のライフコースはさらに変化が続くと考えられます。



(図1) ライフコースの例

高校時代から続く、「アイメイクへのこだわり」は共通

ライフコースは多様化している30代女性たちですが、メイクの行動観察からは特徴的な共通点がみられました。インタビューした女性たちは、一様にスキンケアよりもアイメイクに強いこだわりを持ち、自分の気に入ったアイテムを複数使いこなし、思い通りに仕上げるテクニックにもたけていました。

友達と会う時はメガネをかけるが、マスカラもする。目をはっきりさせるにはマスカラが一番効果的。
(36歳、シングル、会社員)

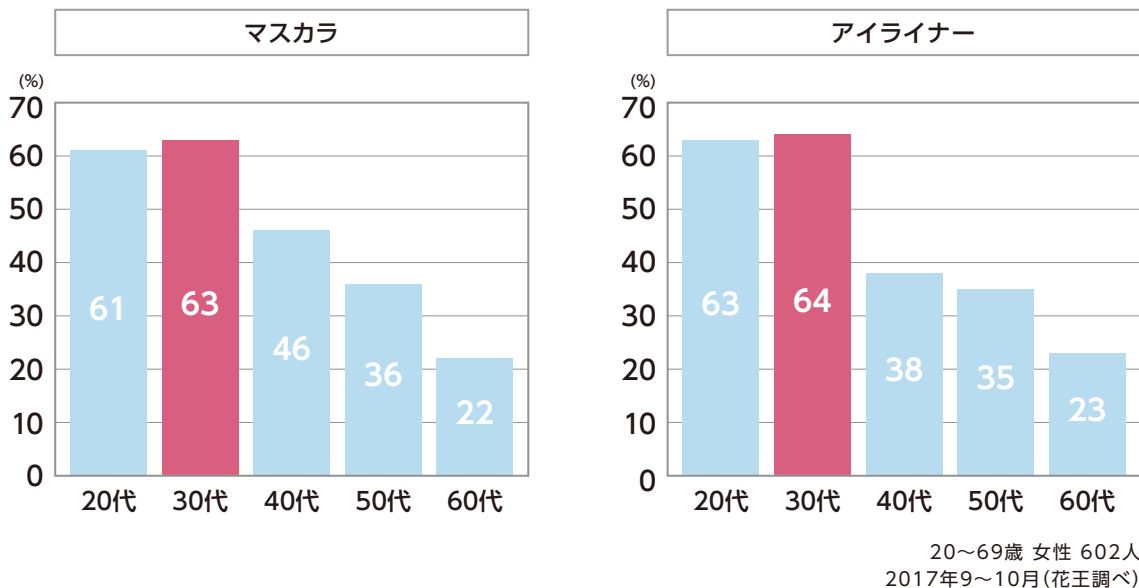
目をはっきりさせるためにアイメイクが大事。高校のとき、一番最初に使ったポイントメイクがアイライナーだった。今後も欠かせないと思う。
(31歳、DINKS、会社員)

理想の自分になるために一番大事なのは、マスカラまでしっかりすること。
(31歳、ワーキングマザー、会社員)

退職して専業主婦になった今もアイメイクは変えていない。外見は昔と変わらずにいたい。
(39歳、専業主婦)

彼女たちのアイメイクへのこだわりのベースは、メイクを開始した高校時代にあると考えます。当時は、アイラインやマスカラで目を強調する「ギャルメイク」がブームになっていました。自由に商品を選んで、自分を表現していた頃の彼女たちのアイメイクには「誰にどう思われたいか」という客観性ではなく、「自分がどうしたいか」「自分がどうありたいか」という強い主観性が感じられ、30代になった今でも継続していました。

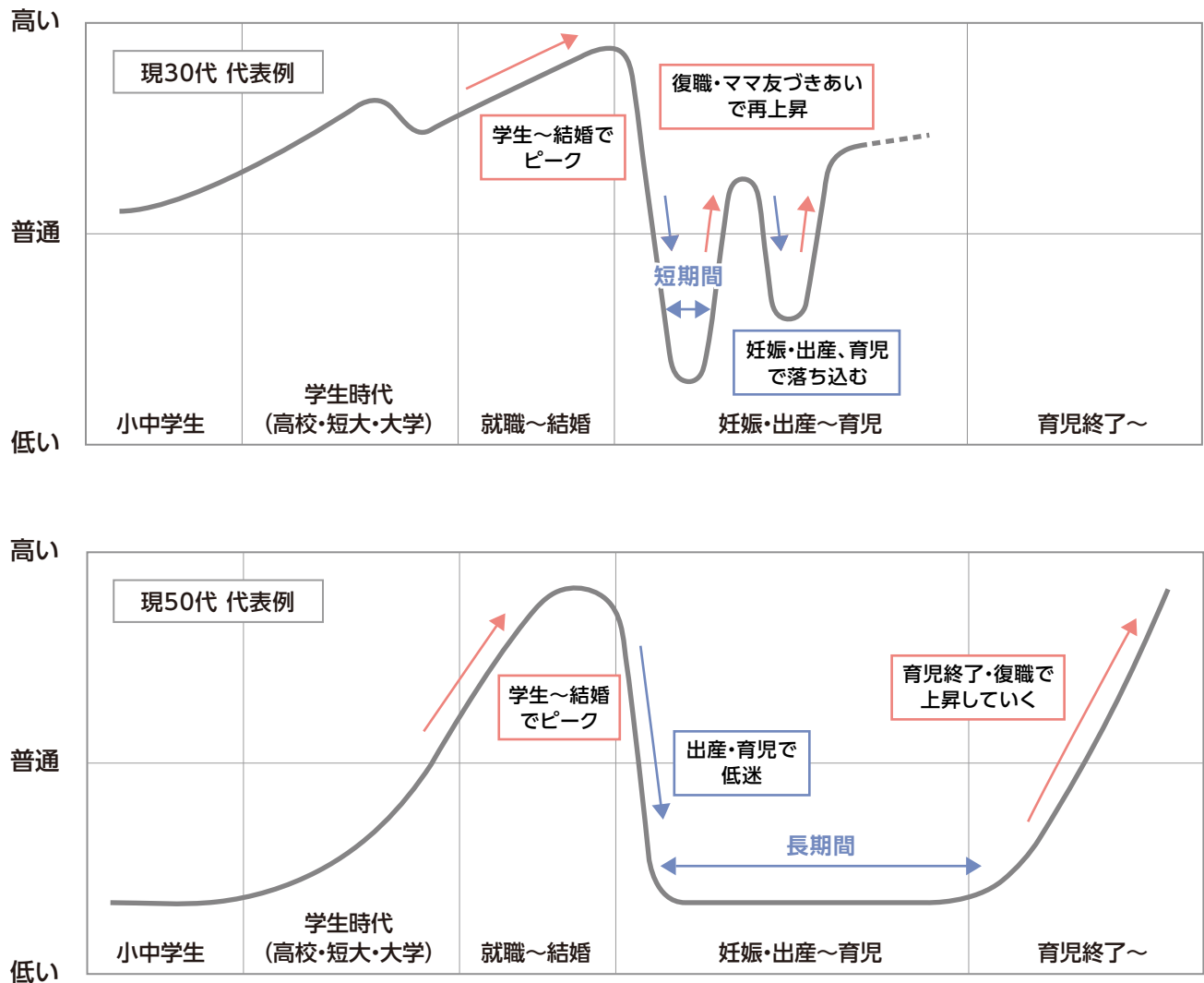
最近1ヶ月間の使用製品調査でも、30代はマスカラやアイライナーの使用率がどの年代よりも高く、特に40代以上とは大きな差がみられました(図2)。



(図2) 最近1ヶ月間の使用率

美容関心の低下期間は短く、すぐに再上昇

30代女性にこれまでの美容への関心を振り返って変化(美容曲線)を描いてもらったところ、小中学生の頃からすでに関心があり、さらに高校時代に高まるという特徴がありました(図3)。それは、子供の頃から自分の好きなファッションやヘアスタイルを選択できる時代の中で成長してきたことや、高校時代にメイクで自分を表現し始めたことが影響していると考えられます。その後、妊娠・出産、育児等、日常生活の変化により美容への関心が一時的に低下しますが、その期間は、今の50代女性の同時期と比べて短く、すぐに上昇しています。復職やママ友づきあいなど新たなコミュニティへの参加も上昇の背景にあるようです。



(図3)美容への関心の推移

アイメイクは 30代女性たちの「自分らしさ」のひとつに

今の30代女性たちは、前述の「美容曲線」からもわかるように、小中学生の時から美容への関心が高く、メイクを開始した10代のときから「自分がどうしたい」「自分がどうありたい」というおもいをメイクに反映してきました。彼女たちのアイメイクへのこだわりは「自分らしさ」のひとつになって今も継続していました。

40代に向かって、ライフコースがさらに変化したり、肌にも加齢変化による対応が必要になってくると予想されますが、こだわりを大事にする彼女たちの美容をこれからも見続けていきたいと思えます。



●お問い合わせ・ご意見は **花王株式会社 生活者研究センター**

〒131-8501 東京都墨田区文花 2-1-3 TEL. 03-5630-9963(月～金 9:00～17:00) FAX. 03-5630-9584

くらしの研究 <http://www.kao.co.jp/lifei/>

※掲載の記事・写真の無断掲載・複写を禁じます。