

主婦はもはや「おばちゃん」と呼ばれない 平均-5歳 約6割の主婦が実年齢より若いと回答 ～既婚・子有女性を対象に、「おばちゃんになることに対する意識」を調査～

株式会社ナリス化粧品(本社：大阪市福島区、代表取締役社長：村岡 弘義)は、忙しい生活でオシャレを後回しにしがちな30～40代女性に向けて、簡単に大人の可愛らしさを引き出すメイクアップシリーズ「オトナオトメ」を8月21日に新発売します。その発売にあたり、30～60代の主婦に対して、『年齢に対する意識や、メイクやファッションに関する意識』について調査を行いました。

【調査トピックス】

① **6割**の主婦が、自分の外見・気持ちを**実年齢より若い**と回答。

- ・外見を実年齢より若いと回答した割合：56% 実年齢と比較した平均値 ⇒ **-4.9歳**
- ・気持ちを実年齢より若いと回答した割合：64% 実年齢と比較した平均値 ⇒ **-7.7歳**

② 30代は、自身の外見を「**おばちゃんである**」と思っている人が**3割**に満たず、**6割**が「おばちゃんと呼ばれることに**抵抗がある**」と回答。

③ **30代・40代**の主婦の**6割**が、子供の頃、近所の主婦のことを「**おばちゃんと呼んでいた**」のに対し、自分が主婦の立場になった今、わずか**1.5割**しか近所の子供から「**おばちゃんと呼ばれていない**」。

④ 典型的なおばちゃんの外見、行動の**ベスト3**(※)

- 外見：1位『だらしく太っている』(56%) 2位『服がダサイ』(51%) 3位『メイクが古い・濃い』(39%)
行動：1位『列に割込む』(58%) 2位『大きな声で話す』(36%) 3位『同じ話を何度もする』(35%)

⑤ **4割**の主婦が「何年も前から変わらない**ワンパターンなメイクになってしまう**」というメイクに関する悩みを持っている。(※)

※④～⑤は、おばちゃんと呼ばれることに抵抗があると回答した30・40代女性が対象

※調査では、「おばさん(おばちゃん)」と表現しましたが、リリースでは「おばちゃん」に統一、簡略化しています。

【調査概要】

一次調査

調査実施日：2016年7月22日～24日

調査対象者：30代～60代の既婚、子有の女性2204人

調査方法：インターネットによるアンケート調査

二次調査

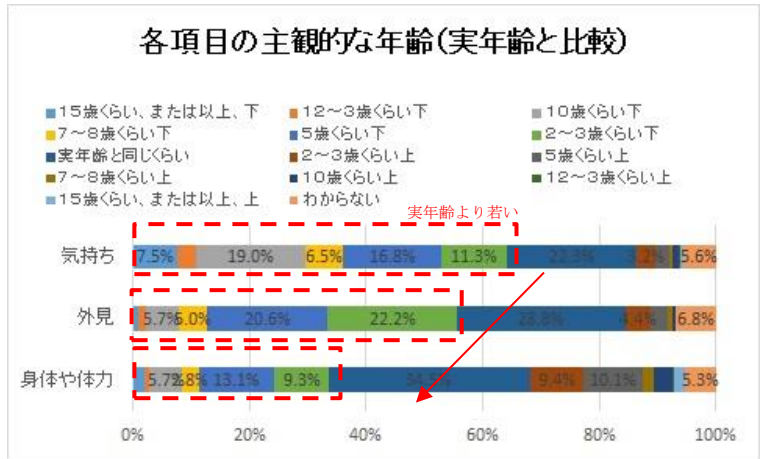
調査実施日：2016年7月25日

調査対象者：一次調査でおばちゃんと呼ばれることに抵抗があると回答した30～40代222人抽出

調査方法：インターネットによるアンケート調査

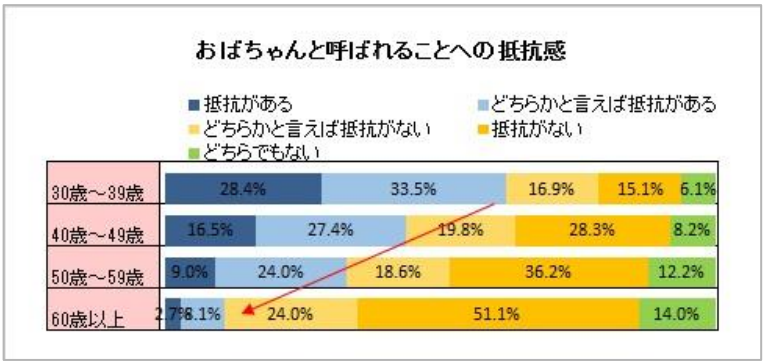
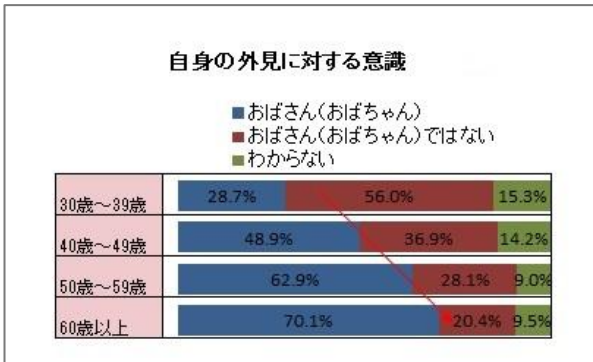
【調査結果】

① 自分自身の外見、気持ち、身体や体力について、実年齢と比べて若いかわからないかを質問したところ、外見 56%、気持ち 64%と約 6 割の主婦が、実年齢より若いと回答しました。全体の実年齢と比較した平均値は外見-1.6 歳、気持ち-4.9 歳、さらに外見、気持ちそれぞれについて実年齢より若いと答えた主婦のみの平均値は外見-4.9 歳、気持ち：-7.7 歳で、多くの人が、外見と、特に気持ちにおいては若さに自信を持っている事が分かりました。一方、対照的に、身体においては、34%しか実年齢より若いと思っている人はおらず、若さに自信がない傾向にある結果となりました。

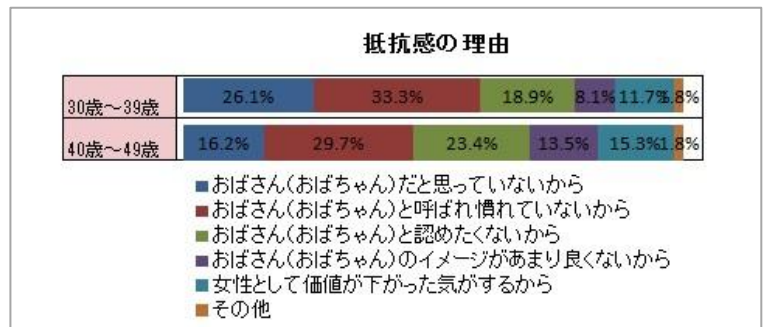


気持ち > 外見 > 身体や体力の順番で、若いと思っている。

② 自分自身の外見について、「おばちゃんか「おばちゃんではない」かを質問したところ、40代~60代では、「おばちゃん」と答えた人が「おばちゃんではない」を上回った一方、30代は、「おばちゃんではない」と答えた人が 56%と「おばちゃんではない」29%を大幅に上回りました。また、おばちゃんと呼ばれることに対して抵抗感があるかどうかの質問では、前問と同様、30代のみ「抵抗感がある」「どちらかと言えば抵抗感がある」が 62%と「抵抗がない」「どちらかと言えば抵抗がない」の割合を上回りました。30代と40代の年代の間には、おばちゃんに対する意識のボーダーラインが存在するようです。



また、おばちゃんと呼ばれることに抵抗があると回答した30~40代の主婦に2次調査を行い、その理由を聞いたところ、「おばちゃんと呼ばれ慣れていないから」が3割で一番多く、年代で比較すると、「おばちゃんと思っていないから」が30代は2位で40代は3位、その代わりに40代は「おばちゃんと認めたくないから」が2位となりました。30代はまだおばちゃんと思っておらず、40代はおばちゃんと多少思っているけれども、認めたくないという30代~40代女性の「おばちゃん」になる事や呼ばれる事に対する心理的な葛藤や微妙な意識の違いが浮き彫りになりました。



③ 「おばちゃんと呼ばれていない」ことが抵抗感がある大きな理由だと②で述べましたが、実際に甥・姪、近所の子供、子供の友達から、自身がどう呼ばれているかを確認しました。

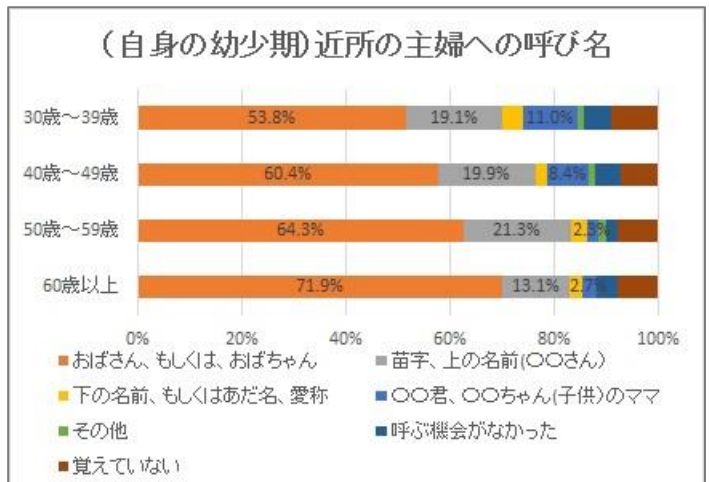
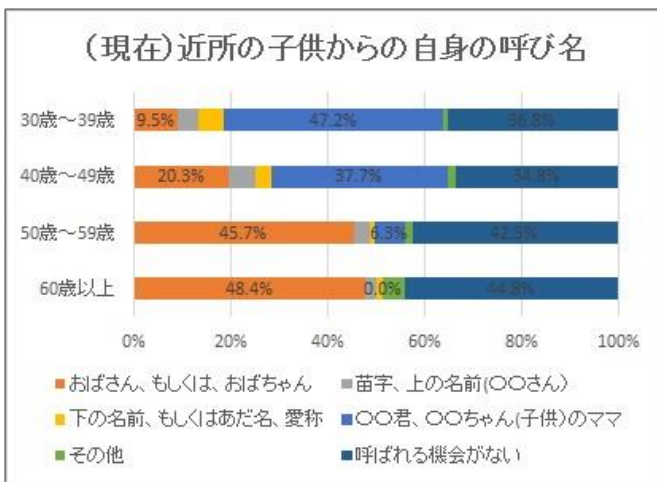
結果は、**50代～60代は甥・姪、近所の子供、子供の友達からは4～5割**(呼ばれる機会がない人が占める3割～5割を除くと6～8割)から「**おばちゃん**」と呼ばれているのに対し、**30～40代は、甥・姪、近所の子供、子供の友達からは1割～2割**(呼ばれる機会がない人が占める1.5割～3.5割を除いても1割～2割)しか「おばちゃん」と呼ばれておらず、**この世代間に大きなギャップがあることが分かりました。**

さらに調査において、30～40代は、子供の頃に伯母(叔母)や近所の主婦、友人の母親のことを4～7割の人がおばちゃんと呼んでいたという結果が出ていることから、**この20～30年の間に「おばちゃん」という言葉の使われ方が大きく変化してきている**ことが読み取れます。

ちなみに、彼女たちの主要な呼ばれ方は、「□□君、○○ちゃん(子供)のママ」(近所の子供から4割、子供の友達から7割)となっています。

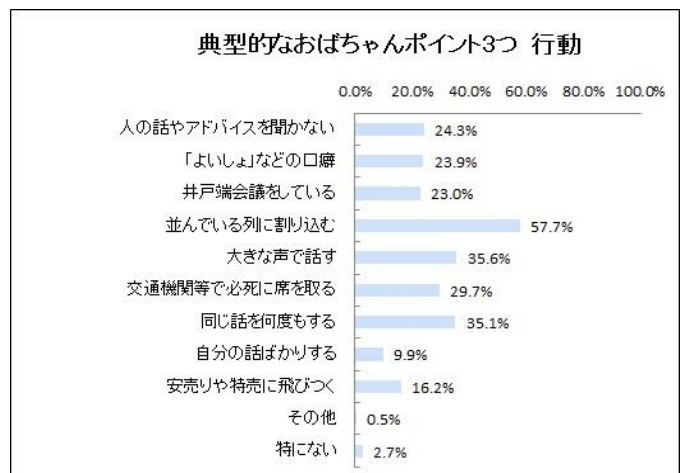
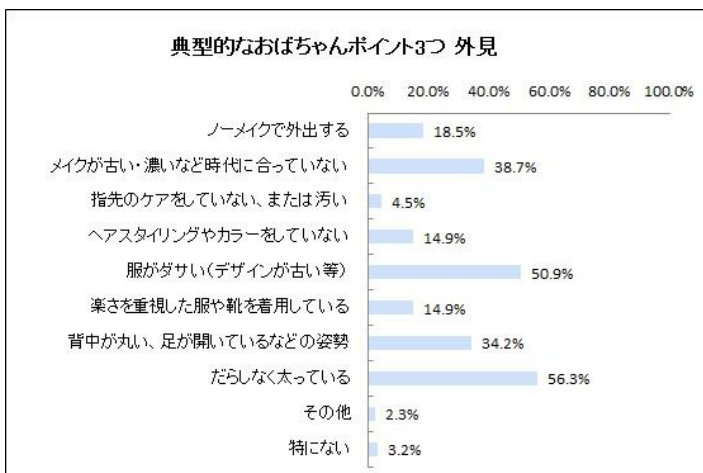
	甥・姪から	近所の子供から	自分の子供の友達から
30-40代	16.7%	14.9%	9.9%
50-60代	48.9%	47.1%	40.0%

	伯母(叔母)	近所の主婦	友人の母親
30-40代	68.3%	57.1%	40.7%
50-60代	78.5%	68.1%	53.6%

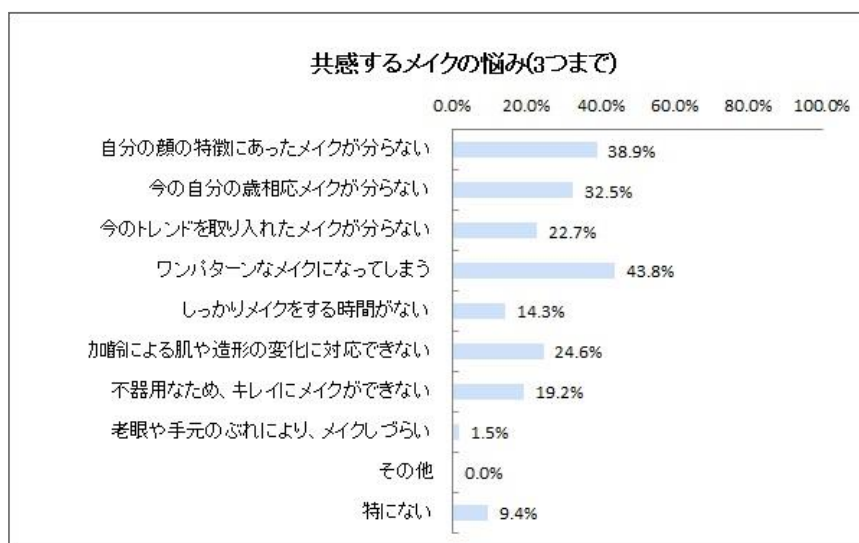


④ 次に二次調査にて、「おばちゃんだなぁと思う外見のポイント」及び「行動のポイント」を聞いたところ、1位「だらしく太っている(56%)」の他、2位「服がダサい(51%)」、3位「メイクが古い・濃い(39%)」など**トレンド感の欠落**といった特徴が挙げられました。一方「ノーメイクで外出(19%)」や「指先のケアをしていない(5%)」「ヘアのケアをしていない(15%)」など**身だしなみの手抜き**といった特徴はいずれも低いことから、外見においては、「トレンド感」を意識することが、おばちゃんにならないための強い要素であることが分かりました。

行動においては、「並んでいる列に割り込む(58%)」が圧倒的に高く、**おばちゃん=「あつかましい」イメージ**があるようです。それとは対照的に2位「大きな声で話す(36%)」、3位「同じ話を何度もする(35%)」など、一見おばちゃんとリンクしないような行動が2位、3位に挙げられました。常日頃から会話の際、おばちゃんと思われないように、話す相手を思いやり、声のトーンや話す内容を意識する必要があります。



- ⑤ さらに二次調査において、現在の「メイクの悩み」について聞いたところ、1位に「何年も前から変わらないワンパターンメイクになってしまう」という悩みを44%の主婦があげました。また、「今の自分の年相応のメイクが分らない」(33%)が3位となり、10代、20代のころに流行ったメイクスタイルをそのまま貫いている人が多く、年月が過ぎることで、自身の肌や顔およびトレンドが変化しているにも関わらず、それらに順応できず、悩んでいる人が多いと言えそうです。



以上の結果から、「おばちゃん」に対する意識は、当然ながら各年代で違い若ければ若いほど強いことが分りましたが、③で述べた通り、この20～30年で「おばちゃん」という言葉自体のネガティブなイメージが強くなったことにより、より「おばちゃん」になること及び、呼ばれる事への抵抗感が高まっているようです。

確かに若くみられることは良いことですが、実際に歳を重ねれば、顔や肌も変化し「おばちゃん」になってしまいます。一方で若い人には決してない、大人の「余裕」や「美しさ」なども確実に存在します。歳を重ねることをネガティブにとらえるのではなく、相応なファッションやメイクを取り入れつつも、トレンド感や節度ある行動を意識し、大人の「余裕」や「美しさ」を存分に演出することが、「脱おばちゃん」において大切でしょう。



佐々木 誠二 (ササキ セイジ)

ナリス化粧品専属チーフメーキャップアーティスト / Japan Makeup Artist Network 認定講師 / 美容師

ナリス化粧品のトップメーキャップアーティストとして、メーキャップ製品のコーディネートをはじめ社員・販売員へのメーキャップ技術指導を主な業務とし、15年間で述べ3,000人にメイクのノウハウを教えてきた。また各種イベント・プロモーション活動も積極的に展開。国内ではモデル・タレントとのトークショーをはじめ国外では、米国でファッションショーのチーフアーティストを務めたほか、上海・北京で1,000人規模のショーを手がけた経験を持ち、いずれも高い評価を受けている。社内やナリス販売員からは「王子」と呼ばれている。現在 50 歳。

30~40代必見!

佐々木メーキャップ アーティスト 直伝 「脱おばちゃん化」あか抜けメイクアドバイス

■脱ワンパターンメイク ~程よくトレンドを取り入れて~

実に4割の人が「何年も前から変わらないワンパターンなメイクになってしまう」とメイクの悩みを挙げていました。確かに、若いときのメイクを変えられず、そのまま同じメイクをしている人が多いです。30代は、アイメイク全盛世代、40代は眉毛命世代、50代以降は鮮やかな口紅・・・など、世代によって傾向は違います。ただ、「メイクが古い」はおばちゃんと思わせる外見ポイント第3位。慣れ親しんだワンパターンメイクは卒業して、トレンドを取り入れることが重要です。

○艶肌:

艶肌で抜け感を演出。カバーカも大事ですが、それより透明感を意識したファンデ作りを。厚化粧は老け顔の原因に。トラブルはファンデーションではなくコンシーラーで隠しましょう。

○太眉:

眉は時代を映す鏡です。細眉・困り眉は古さを助長するため、太さのある眉でお洒落な印象に。ただし、手入れしていない眉は清潔感を感じられません。

○ツヤのあるナチュラルカラーのアイシャドウ:

程よいツヤがありナチュラルカラーのアイシャドウはハリ感やトレンド感を演出します。反対にトーンの暗い色味はかえってくすみを助長します。ミディアムカラーは明るめの色を選びましょう。

■男爵ひげに気を付ける

20代と30~40代の一番顕著な肌変化は「男爵ひげ」のような形の影が目立ち始めること。クマやたるみによる目の下の影と、頬のボリュームの低下や法令線によりできた小鼻の周りの影との間が、「男爵ひげ」の形のように盛り上がり見え始めます。



○クマと小鼻の補正 & 適度な涙袋メイク:

目の下の影や小鼻の補正をすることで、頬がフラットに見え、若々しさを演出します。適度なハイライトで涙袋メイクも効果あり。

○チークはやや高め、外側 & Cゾーンのハイライトは大きめに:

男爵ひげの部分を目立たせなくするために、その部分を避け、顔の外側気味にチークを入れましょう。

最近の30~40代は洋服やメイクへの関心や意欲も高く、若く見える人が多いようです。しかしながら、メイクをするにあたっては、顔はあくまでも20代とは違うので、自分の年齢を自覚しつつ、トレンド感や大人の可愛らしさを取り入れることが、「脱おばちゃん」のための王道です。また、やりすぎると清潔感が損なわれてしまうので、大人になるほど清潔感を大切に、適度な抜け感を意識することが必要です。

佐々木 誠二の実践若返りメイク 動画公開中

JMAN

ポイントメイク動画

佐々木アーティスト

で動画を検索頂けます。

「オトナ」のきちんと感×「オトメ」のかわいらしさの両立を叶える
アイカラー&チークカラー「オトナオトメ」限定発売
(8月21日新発売)

自分のことは後回しにしがちな子育て世代に向けた、新しいメイクシリーズ「オトナオトメ」を、アイカラー2色とチークカラー2色を数量限定で発売します。2016年8月21日(日)より訪問販売及び全国のナリス化粧品店舗「ナリスビューティスタジオ DeI'm(デアイム)」19店舗(2016年7月現在)にて購入いただけます。



オトナオトメ アイカラー 2色 各 1,944円(税込)

オトナオトメ チークカラー 2色 各 1,944円(税込)

おしゃれへの意識が高いのに実現できない30~40代の子育て世代女性たちを、無理なくより輝かせるための、アイカラーとチークカラーを開発。「オトナ」のきちんと感と「オトメ」のかわいらしさの両方を叶えるシリーズです。

■製品特長

「スキンカラー」×「ツヤ感」で簡単にオトナオトメへ

「オトナ」の肌になじみやすいスキンカラーにツヤ感をプラス。落ち着いた中にピュアでかわいらしい印象を与えます。

アイカラー2色	チークカラー2色
<p style="text-align: center;">「オトナ」なツヤと発色で、 大人の目元を印象的に彩るアイカラー</p>  <p style="text-align: center;">ベージュブラウン ピンクベージュ チップ・ブラシ付き 各 1,944円(税込)</p>	<p style="text-align: center;">4色をくるとブレンド 肌に溶け込むように自然に色づくチークカラー</p>  <p style="text-align: center;">ピンク コーラル ブラシ付き 各 1,944円(税込)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ●使いやすい4色が1セットになったアイカラー。 ●クリアな発色と微細なパールが目元の印象を引き立てます。 ●なりたいイメージにあわせて、ミディアムカラーを使い分け。 ●まぶたに溶け込むしっとりとしたツヤ感を与えます。 ●きちんとした「オトナ」の印象を叶えながらトレンド感と女性らしい目元に。 	<ul style="list-style-type: none"> ●4色をくると混ぜることで、肌に溶け込む絶妙なツヤ感と色づきを演出。 ●ナチュラルに仕上げたいときは、明るいカラーから、かわいらしく仕上げたいときは濃いカラーからスタート。1つのパレットで違う色が楽しめます。 ●オトナのきちんと感とピュアなかわいらしさの両方を生み出すカラー設計。