

## オンオフ切り替え上手な“メリハリ女子”は、仕事もプライベートも充実傾向！？

### エイボン調べ「働く女性のストレス」に関する実態調査

働くミレニアル女子の3大肌ストレスは「毛穴の開き・黒ずみ」「ニキビ」「乾燥」

自分の肌に合うコスメにまだ出会えていない“コスメ難民”は3割以上存在

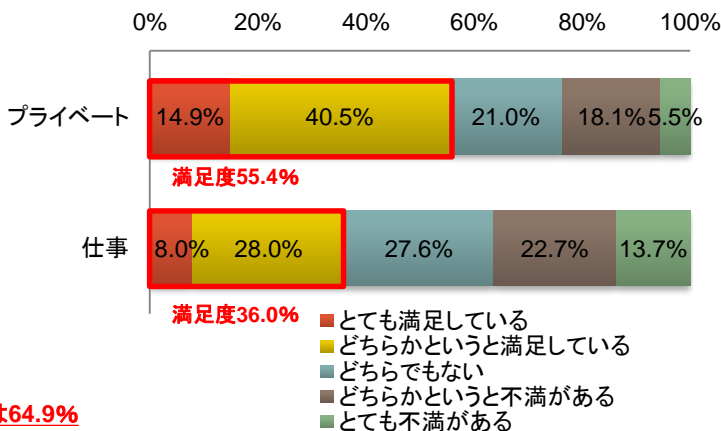
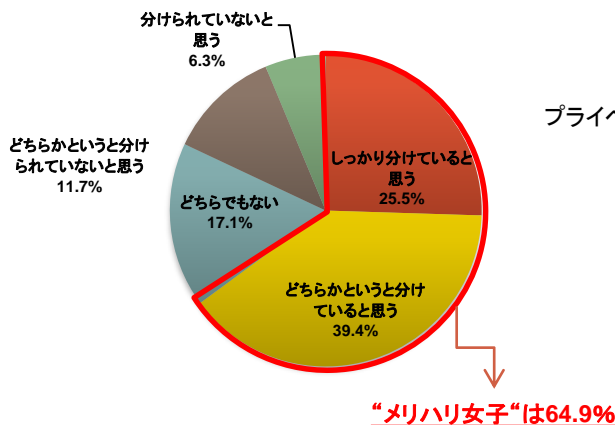
エイボン・プロダクツ株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:中 陽次、以下 エイボン)は、二面性をコンセプトとし、仕事とプライベート、オンとオフの2つの顔を使い分けながら頑張る、働く女性のためのスキンケアライン「Dual Face (デュアルフェイス)」から「カプセルインモイストクリーム」を発売することに合わせ、全国の26歳から34歳の有職者の女性1,000名を対象に、「働く女性のストレス」に関する実態調査を行いました。

#### <「働く女性のストレスに関する実態調査」結果概要>

- 6割以上の女性が、仕事とプライベートを切り替えて生活できている“メリハリ女子”。
- オンオフの切り替えができていないと回答した女性は、仕事もプライベートも不満足な傾向が明らかに。
- オンとオフで使い分けしていること、1位は「口調や表情」(56.3%)。
- プライベートでのストレス要因、最多は「経済問題(41.9%)」、次いで「人間関係(39.8%)」。
- 仕事のストレス要因、最多は「給与の低さ」。4人に1人が上司(男性・女性)と同僚女性にストレス有り。
- 働く女性の3大肌ストレスは「毛穴の開き・黒ずみ」「ニキビ」「乾燥肌」。
- 自分の肌タイプにあったスキンケア商品にめぐり逢えていない“コスメ難民”は30.3%。
- スキンケア用品を選ぶ歳の3大要素は「価格」「肌への安全性」「機能性」。

Q1.あなたは仕事とプライベートをしっかりと切り替えて生活できているとおもいますか？  
 (n=1,000・単一回答方式)

Q2.あなたは仕事とプライベートにそれぞれどれくらい満足していますか？ (n=1,000・単一回答方式)



#### 6割以上の女性が仕事とプライベートは切り替えられていると回答

仕事とプライベートをしっかりと切り替えて生活できているかを聞いたところ、「しっかりと分けていると思う」が25.5%、「どちらかというに分けていると思う」が39.4%と、合わせて64.9%の方が仕事とプライベートは切り替えて生活できていると回答しました。一方、切り替えて生活できていないと回答した方も18.0%存在することが分かりました。

#### プライベートは半数以上の55.4%が満足と回答、一方仕事の満足度は36.0%

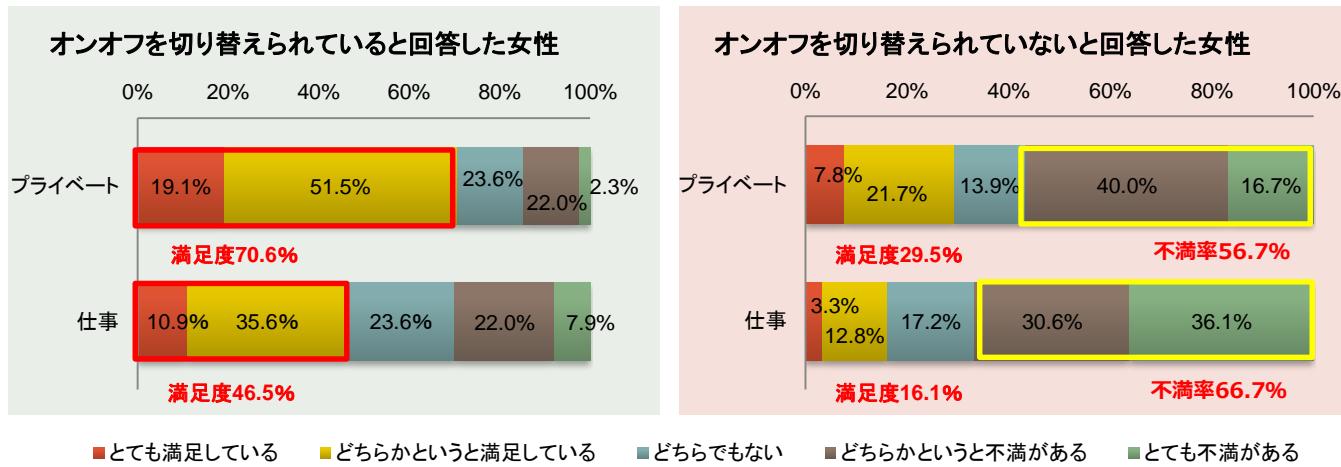
仕事とプライベートそれぞれの満足度を聞いたところ、プライベートの満足度は「とても満足している(14.9%)」、「どちらかという満足している(40.5%)」と、合わせて55.4%の方が満足していると回答しました。

一方、仕事に関する満足度は、プライベートと比較すると低い傾向にあり、「とても満足している(8.0%)」、「どちらかという満足している(28.0%)」と、満足度は合わせて36.0%にとどまりました。

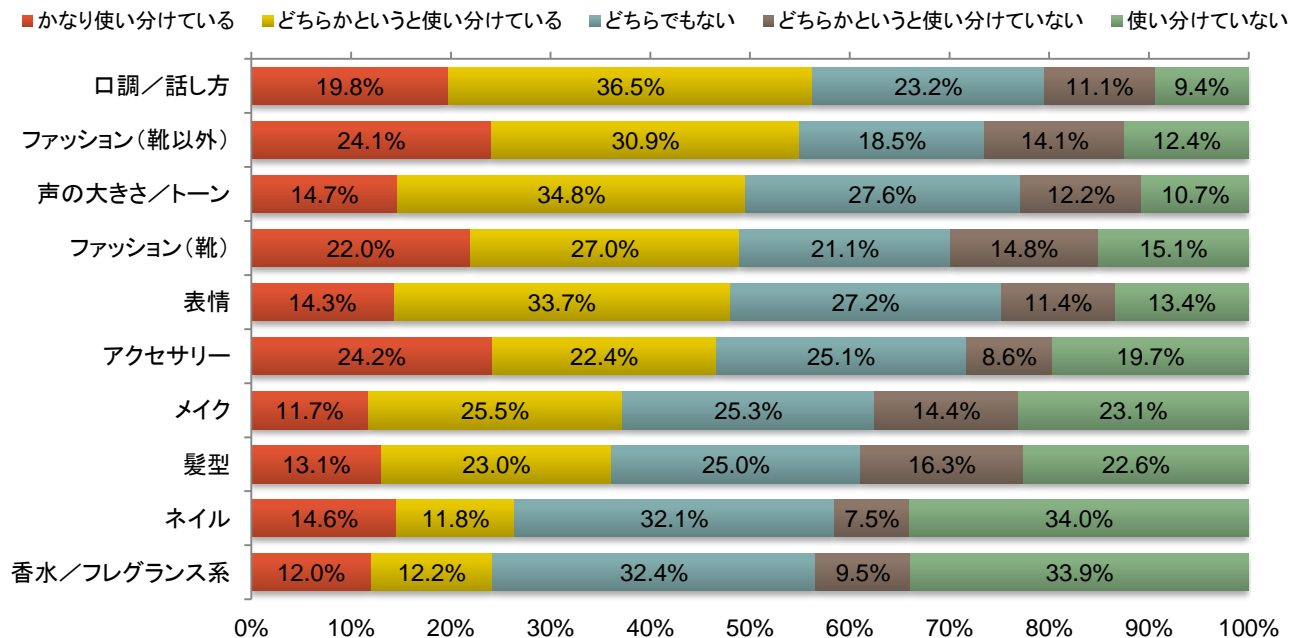
## オンオフ切り替え女子は、仕事もプライベートも満足！？

さらに仕事とプライベートのオンオフを「しっかり切り替えていると思う」及び「どちらかという切り替えていると思う」と回答したグループと、「どちらかという切り替えられていない」及び「切り替えられていないと思う」と回答したグループに分け、仕事とプライベートの満足度を調査したところ、オンオフを切り替えられていると回答したグループは、プライベートや仕事の満足度が比較的高く、プライベートで「とても満足」、「どちらかという満足」と回答した方を合わせると70.6%が満足しており、仕事でも46.5%が満足していることが分かりました。

一方、オンオフを切り替えられていないと回答したグループは、切り替えができていないと回答したグループと比較すると満足度が低い傾向にあり、プライベートでの「とても不満がある」、「どちらかという不満がある」を合わせると56.7%にのぼり、更に仕事では合わせて66.7%の方が不満を感じているという実態が分かりました。



## Q3.あなたは下記に挙げる項目に関して、仕事とプライベートそれぞれ使い分けをどれくらいしていますか？ (n=1,000・項目ごとに単一回答方式)

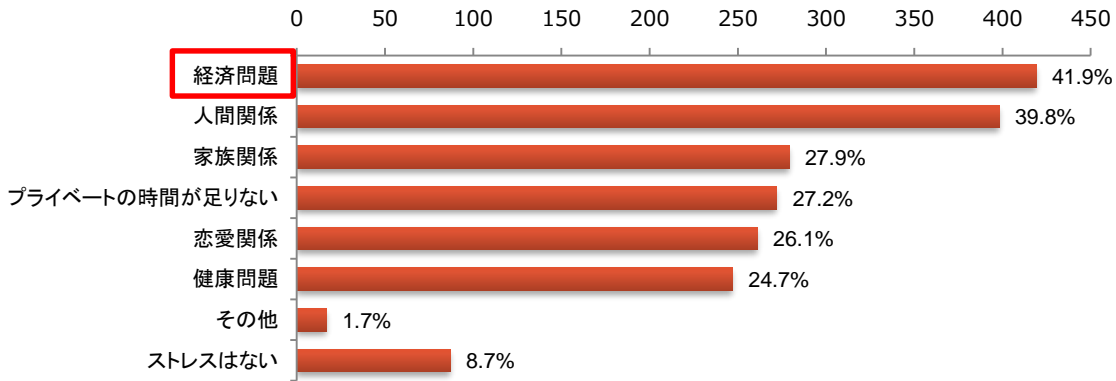


## 働くミレニアル女子は、オンとオフで「口調や表情」も使い分け！？

仕事とプライベートでそれぞれの項目に対してどれだけ使い分けをしているか聞いたところ、「かなり使い分けしている」、「どちらかという使い分けしている」の回答が多かった項目は「口調／話し方(56.3%)」、「ファッション(靴以外)(55.5%)」、「声の大きさ／トーン(49.5%)」、「ファッション(靴)(49.0%)」、「表情(48.0%)」、「アクセサリ(46.6%)」という結果になりました。ファッションやアクセサリ以外も、オンとオフでしっかり使い分けを意識していることがわかりました。

一方で、「使い分けしていない」、「どちらかという使い分けしていない」の回答が多かった項目としては、「香水／フレグランス系(43.4%)」、「ネイル(41.5%)」、「髪型(38.9%)」、「メイク(37.5%)」という結果になりました。

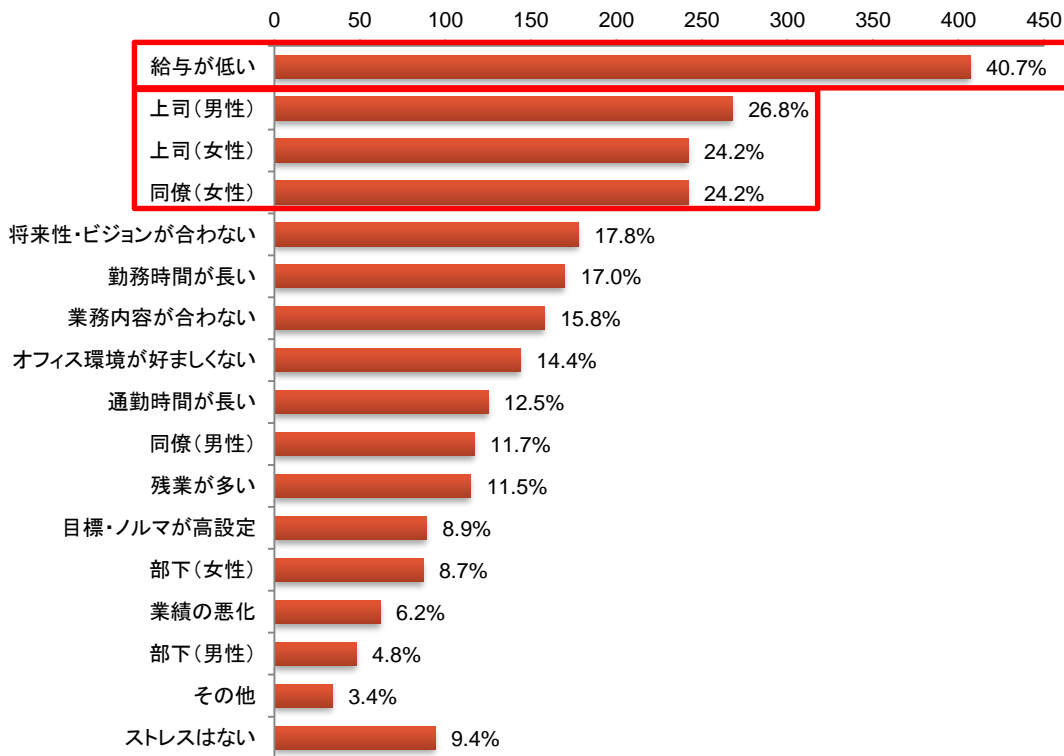
#### Q4.あなたのプライベートのストレスの要因をお答えください。(n=1,000・複数回答方式)



#### プライベートでのストレスの要因トップは「経済問題」、次いで「人間関係」

プライベートのストレスの要因トップは「経済問題(41.9%)」で、次いで僅差で「人間関係(39.8%)」という結果になりました。

#### Q5.あなたの仕事上でのストレスの要因をお答えください。(n=1,000・複数回答方式)

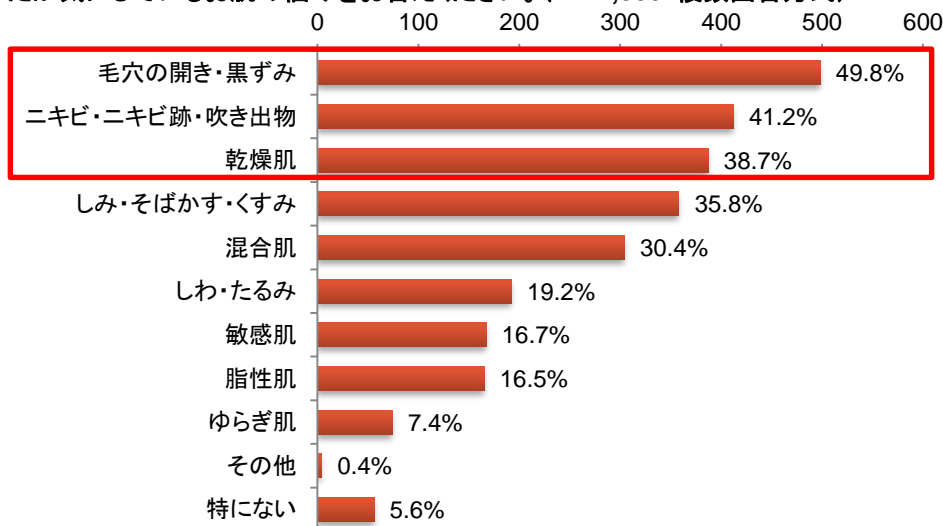


#### 仕事上でのストレスの要因トップは「給与が低い」

仕事上でのストレスの要因を聞いたところ、最も多かった答えは「給与が低い(40.7%)」で、次いで「上司(男性・女性)51%」、そして、「同僚(女性)」が24.2%と続きました。

働く女性のお肌のストレスについても質問をさせていただきました。

### Q6.あなたが気にしているお肌の悩みをお答えください。(n=1,000・複数回答方式)

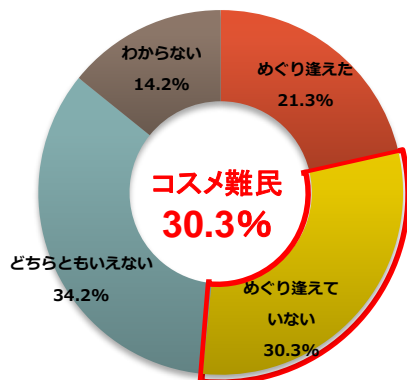


### 働くミレニアル女子の3大肌ストレス「毛孔の開き・黒ずみ」「ニキビ」「乾燥肌」

お肌のストレスに関して聞いたところ、第1位は「毛孔の開き・黒ずみ」で49.8%、第2位が「ニキビ・ニキビ跡・吹き出物」41.2%、第3位には「乾燥肌」38.7%が続きました。

### Q7.あなたは現在の自分の肌タイプにあったスキンケア商品にめぐり逢えていますか？

(n=1,000・単一回答方式)



### 自分の肌タイプにあったスキンケア商品にめぐり逢えていない女性は約3割

自分の肌タイプにあったスキンケア商品にめぐり逢えたかを聞いたところ、「めぐり逢えた」と答えた女性は21.3%にとどまり、「めぐり逢えていない」が30.3%、「どちらともいえない」34.2%、「わからない」が14.2%と、多くの女性が肌ストレスを解決できるような、納得できるスキンケア商品に未だめぐり逢えていないことがわかりました。

自分の肌タイプに合ったスキンケア商品にめぐり逢えていないと回答した方にお伺いします。

#### Q8.理想のスキンケア商品の特徴を教えてください。(n=303・自由回答)

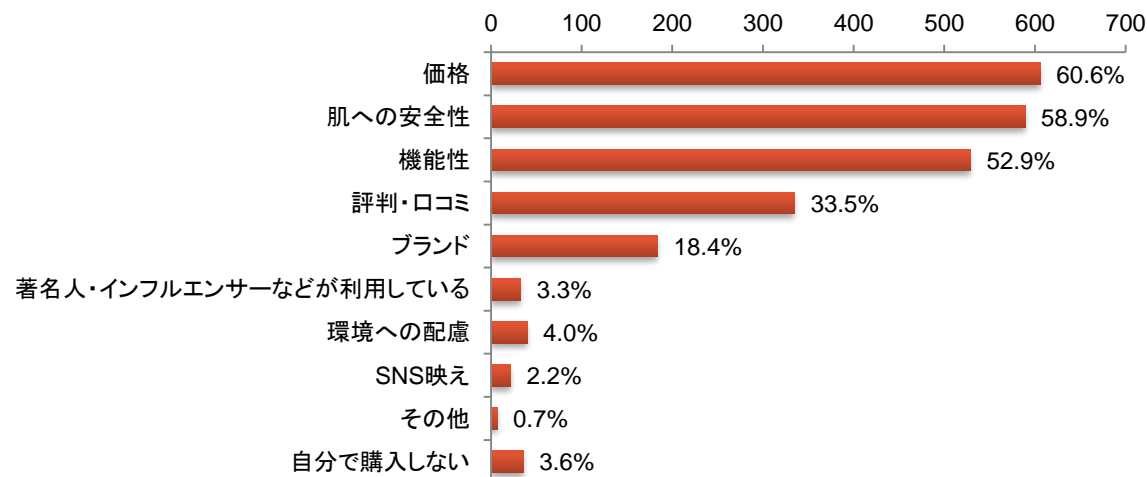
(一部抜粋)

- ・肌がツルツルプルプル、毛穴の黒ずみ等が目立たない。
- ・自分の肌にも環境にも優しい手頃な値段。
- ・浸透力があって肌がしっかり潤いつつ、表面はベタベタ感がないもの。
- ・肌に優しくて値段が安い。
- ・保湿と美白とエイジングケアが一本でできるもの。
- ・コスパが良いけど、肌トラブルに効くもの！。
- ・安くて保湿力が高い。
- ・繰り返しニキビができない化粧品がいいなと思う。
- ・しっかり保湿してくれて、肌が荒れない事。
- ・肌に負担の掛からない、本来の自分の肌に戻れるような商品。
- ・毛穴をキレイにしてくれるもの、メイクののりをよくしてくれるもの。
- ・価格が手頃で、肌がしっかり潤う商品。
- ・肌質が改善される。吹き出物や跡などが改善される毛穴レス。
- ・乾燥を防ぎ毛穴をひきしめる。
- ・つっぱらない、浸透する、吹き出物に効く、潤う、低価格で大容量。
- ・肌荒れしない。お肌もちもちになる。
- ・使っているうちに毛穴が目立たなくなる、さっぱりとした使い心地のスキンケア。
- ・安い。肌に負担がない。効果がある。使いやすい。オシャレ。
- ・乾燥せずしっかりと肌に合い、翌朝もモチモチとしている。ピリピリしない。価格が良心的。飽きないボトルのデザイン。
- ・毛穴が目立たない、赤ちゃんのようなみずみずしい肌。

#### 理想のスキンケア商品には2つ以上の特徴を期待

“コスメ難民”の方に理想のコスメを聞いたところ、「価格と機能性」、「安全性と機能性」など、2つ以上の特徴を求める声が多く集まりました。

#### Q9.あなたがスキンケア用品を購入する際、重視する要素は何ですか？(n=1,000・単一回答方式)



#### スキンケア用品を購入する際の3大要素は「価格」「肌への安全性」「機能性」

スキンケア用品を購入するときに重視するポイントを聞いたところ、最も多かったのは「価格(60.6%)」で、続いて「肌への安全性(58.9%)」、「機能性(52.9%)」と続きました。中には「SNS映え」と回答した方も2.2%いることが分かり、スキンケア用品にもフォトジェニックを求めている女性が少なからずいることが分かりました。

#### <調査概要>

有効回答数	仕事をしている26歳～34歳の全国の女性1,000名
調査期間	2017年10月12日～2017年10月16日
調査方法	インターネットリサーチ

※本リリースによる調査結果をご利用いただく際は、「エイボン・プロダクツ調べ」と付記のうえご使用くださいますようお願い申し上げます。



当社ではドラッグストアや量販店向けブランドとして、天然由来成分\*1 を全成分の90%以上配合し、肌へのやさしさと必要な機能性を兼ね備えたハイブリッド型スキンケアライン「Dual Face (デュアルフェイス)」を、2017年9月に発売いたしました。

2017年10月25日(水)より、これからの乾燥する冬の季節にも、しっとりつや肌を保つスペシャルケア用クリーム「Dual Face カプセルインモイストクリーム」を新発売しています。

### Dual Face カプセルインモイストクリーム

価格:2,800円(税抜)

内容量:30g

#### 商品特長

- ・カプセル化することで安定性を増したビタミンC誘導体\*2 を配合
- ・高保湿をかなえる厳選された植物由来成分を3種配合
  1. ブルビネフルテスセス葉汁
  2. 加水分解アカシアマクロスタチア種子エキス
  3. アリストテリアチレンシス果実エキス
- ・天然由来成分\*1 約92%

\*1 水を含む \*2 整肌保湿成分:リン酸アスコルビルMg



#### ブランド「Dual Face」について

「Dual Face」=二面性をコンセプトとし、仕事とプライベート、オンとオフの2つの顔を使い分けながら頑張る20代後半～30代前半の働く女性をユーザーとして想定。天然由来成分\*1 を主とし、肌へのやさしさにこだわりながら、機能性も重視したハイブリッド型スキンケアラインです。青緑とオレンジという反対色をブランドのイメージカラーとして、日常的に使い分けしている二面性を強調しました。

「ワタシがわたしにかえる瞬間(とき)」をキーメッセージに、人生も肌も迷いがちな30歳前後の、仕事もプライベートも全力で頑張っている女性がホッとひと息つくひとときを支えたいという思いから作られたブランドです。

ユーカリとベルガモットの天然アロマオイルの香りに包まれて、頑張る「ワタシ」が素顔の「わたし」に戻れる、そんなスキンケアラインです。

#### クレジット(お客様用 商品お問い合わせ先)

社名:エイボン・プロダクツ  
info@dual-face.com

TEL:03-3370-3320(月～金:10時～17時※土日祝休)