

## 今、働く女性に刺さるキーワードは“シンプル”

彼女たちの約9割は「シンプルでありたい」  
「シンプルな自分でいたい」と思っている

“Simple Life, Simple coffee”をテーマに、女性をターゲットとしたコーヒーブランド「ルアーナ」を展開する日本コカ・コーラ株式会社(東京都港区)は、株式会社サンケイリビング新聞社(東京都千代田区)が発行するオフィスで働く女性のための情報紙「シティリビング」とともに、働く女性を対象に「彼女たちにとってのシンプル」について意識と実態を調査しました。

### 【調査サマリー】

#### 働く女性の“シンプル”に対する意識

- “シンプル”という言葉ポジティブなイメージとして捉えているのは94.2%
- 約9割の女性に“シンプル”願望！しかし、自分自身を“シンプル”だと思っているのはまだ半分強

#### “シンプルライフ”の憧れの場所

- シンプルライフを送るなら住んでみたい場所第1位、海外は「ハワイ」、国内は「沖縄」

#### 仕事や恋愛などにおける“シンプル”の実態

- 仕事のコミュニケーションにおいて、タテの関係(上司・部下)よりも、ヨコの関係(同僚・先輩・後輩)に実は気を遣っている！？
- 恋愛において、もっとも“シンプル”にしたいのは「自分のキモチ」！自信のなさのあらわれ？

#### “シンプル”であるために必要なのは

- 第1位は、「自分にとって大切なものを見極める力」
- 働く女性にとって“シンプル”とは、究極の形？最高の贅沢？

#### マーケティングライター牛窪恵氏から

都心で働く女性の実態を調査・研究している「シティリビングOLマーケット研究会」を監修し、また、テレビ・雑誌をはじめ、様々なメディアで活躍している牛窪恵氏に、本件についてコメントをいただきました

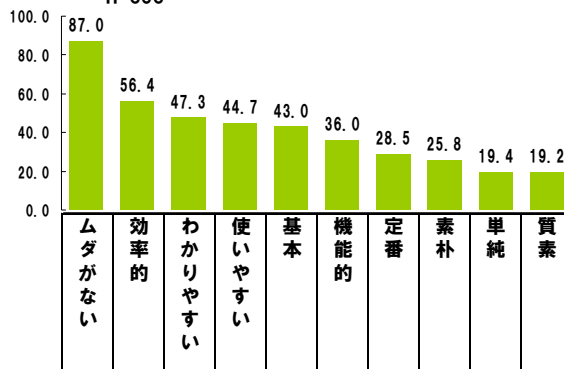
- 調査期間:2014年4月15日～4月21日
- 調査対象:シティリビング メール会員656人(正社員総合職21.6%、正社員一般職49.5%、契約・嘱託社員8.7%、派遣社員11.4%、パート・アルバイト8.7%)
- 調査方法:Webアンケート

**「シンプル」という言葉をポジティブなイメージとして捉えているのは94.2%**

「シンプル」と聞いて瞬時に抱くイメージはポジティブとネガティブどちらかを聞いたところ、94.2%が「ポジティブ」と回答しました。

また、あなたにとって「シンプル」とは？で当てはまるキーワード、第1位は「ムダがない」87.0%で、第2位の「効率的」56.4%とは30ポイント強、第3位の「わかりやすい」47.3%とは40ポイント弱の差がついており、働く女性の多くが、「シンプル」＝「ムダがない」と捉えているようです[グラフ1]。

[グラフ1]あなたにとってシンプルで当てはまるキーワード上位抜粋(MA) n=656



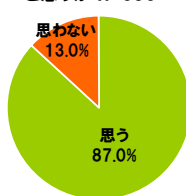
**約9割に「シンプル」願望！しかし、自分自身を「シンプル」だと思っているのはまだ半分強**

「シンプルでありたい」「シンプルな自分でありたい」と思っている＝シンプル願望があるのは87.0%[グラフ2]。それに対して、自分自身を「シンプル」だと思っているのは53.2%[グラフ3]と、願望と現状にはまだまだギャップがあるようです。ただ、自分自身を「シンプル」だと思っていない人でも4人に3人が「シンプル」願望を持っています[グラフ4]。

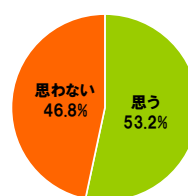
一方、人から「シンプルな人だね」「シンプルな生き方だね」と言われることを嬉しくないと思う人が35.5%と、人から言われると「シンプル」をネガティブに捉えてしまうことがあるようです。

多彩なニュアンスを含む言葉だけに、他者から言われる場合は発する人やシーンが重要。その分、理想とするイメージの中で評されると、最大のほめ言葉に。

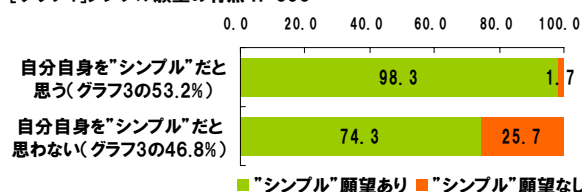
[グラフ2]「シンプルでありたい」「シンプルな自分でありたい」と思うか n=656



[グラフ3]自分自身を「シンプル」だと思うか n=656



[グラフ4]シンプル願望の有無 n=656



**シンプルライフを送るなら住んでみたい場所第1位は、海外は「ハワイ」、国内は「沖縄」**

海外、国内を問わず、第1位は「南の島」でした。「シンプルライフ」と「南の島」は親和性が高いことが伺えました[右表 ※FAをカウント]。

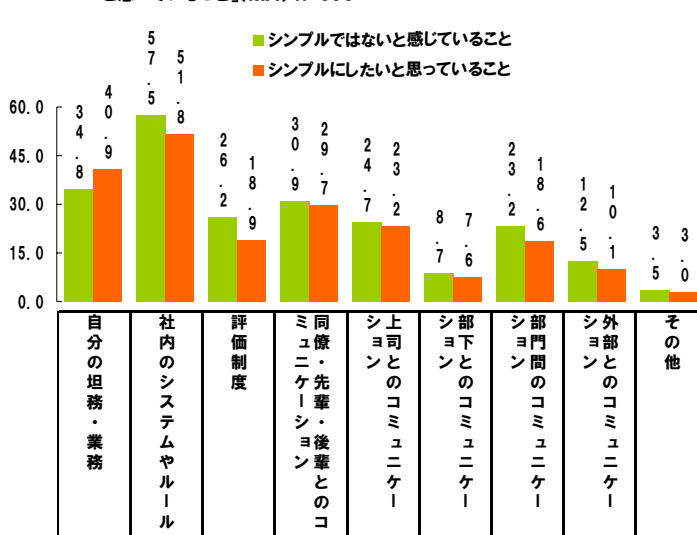
	第1位	第2位	第3位
海外	ハワイ(172票)	フランス(31票)	カナダ(26票)
国内	沖縄(178票)	東京(76票)	北海道(64票)

**仕事のコミュニケーションにおいて、タテの関係(上司・部下)よりも、ヨコの関係(同僚・先輩・後輩)に実は気を遣っている！？**

仕事において、「シンプルではないと感じていること」「シンプルにしたいと思っていること」は、ともに「社内のシステムやルール」が第1位(57.5%と51.8%)で、また、コミュニケーション関係で一番ポイントが高かったのは、ともに「同僚・先輩・後輩とのコミュニケーション」(30.9%と29.7%)でした。

「シンプルではないと感じていること」よりも「シンプルにしたいと思っていること」のポイントが上回っているのは、「自分の担務・業務」(34.8%と40.9%)だけで[グラフ5]、これは自分で何とかできることだからかもしれません。逆にその他のことは、自分だけでどうこうできるものではないので受け容れざるを得ないというキモチが出ているのではないのでしょうか？

[グラフ5]仕事において、あなたが「シンプルではないと感じていること」「シンプルにしたいと思っていること」(MA) n=656



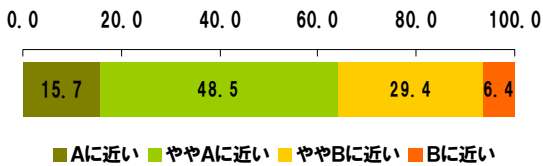
**恋愛において、もっとも“シンプル”にしたいのは「自分のキモチ」！自信のなさのあらわれ？**

恋愛において、A・Bどちらに当てはまるかを聞いたところ、「好きな人に対して、色々と考えてしまい想いを伝えられない」64.2%、「恋愛において、自分の感情を素直に出している人をうらやましいと思う」73.5%という結果になりました(「ややAに近い」を含む)[グラフ6]。

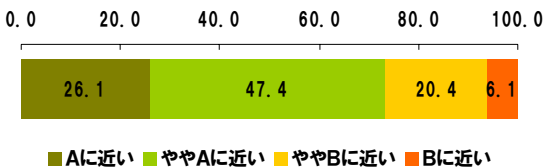
また、恋愛において、「シンプルではないと感じていること」「シンプルにしたいと思っていること」は、ともに「自分のキモチ」が第1位でした(34.3%と32.8%)[グラフ7]。相手や周りに変化を求めるよりは、自分で何とかできるであろう「自分のキモチ」が第1位になっているのは、それが上手くコントロールできていない＝自信のなさのあらわれではないでしょうか？

[グラフ6]恋愛において、A・Bどちらに当てはまるか n=656

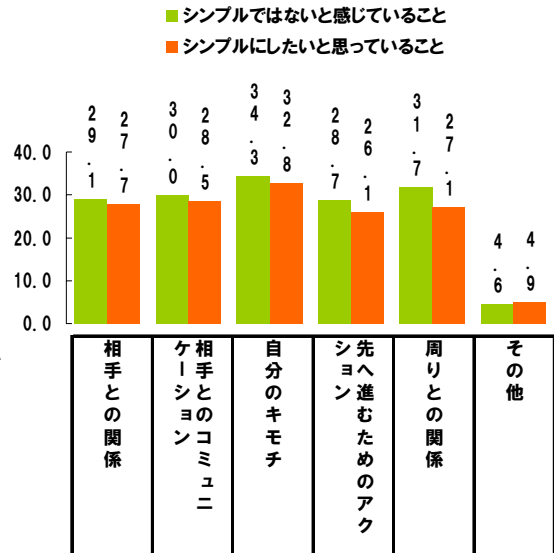
- A. 好きな人に対して、色々と考えてしまい想いを伝えられない
- B. 好きな人に対して、常に自分の想いを伝えている



- A. 恋愛において、自分の感情を素直に出している人をうらやましいと思う
- B. 恋愛において、自分の感情を素直に出している人をうらやましいとは思わない



[グラフ7]恋愛において、あなたが「シンプルではないと感じていること」「シンプルにしたいと思っていること」(MA) n=656



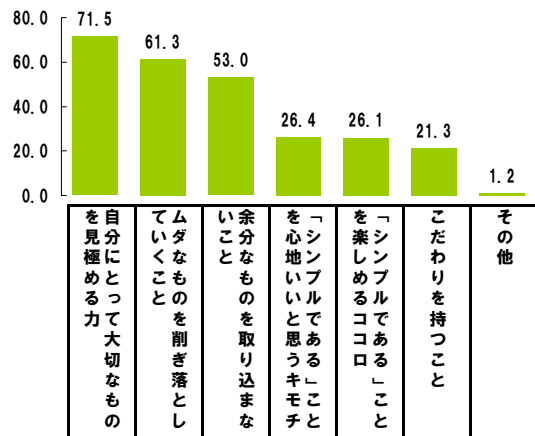
当事者同士の関係よりも、2人を取り巻く“周囲”への気遣い、根回し等に翻弄され、恋愛が複雑化している様子が伺えます。

**“シンプル”であるために必要なのは？第1位は、「自分にとって大切なものを見極める力」**

“シンプル”であるために何が必要か聞いたところ、「ムダなものを削ぎ落としていくこと」61.3%や、「余分なものを取り込まないこと」53.0%が高いポイントだが、一番必要なのは「自分にとって大切なものを見極める力」71.5%(第2位と10ポイント差)という結果になりました[グラフ8]。

また、「シンプルとは、●●だ」の●●に入る言葉を聞いたところ、「究極の形」「最高の賛沢」をはじめとして様々な回答があり、働く女性の“シンプル”の捉え方に非常に広がりがあることが伺えました[右下]。

[グラフ8]“シンプル”であるために必要なもの(MA) n=656



- シンプルとは、究極の形だ
- シンプルとは、最高の賛沢だ
- シンプルとは、人生の最終形態だ
- シンプルとは、素材が輝くことだ
- シンプルとは、捕われないことだ
- シンプルとは、クールなことだ
- シンプルとは、哲学だ
- シンプルとは、濁りがいいことだ
- シンプルとは、美しさだ

## マーケティングライター牛窪恵氏から

リーマンショックや東日本大震災、兼ねてからの断捨離ブームもあって、無駄なものを持たない「シンプルライフ」が女性に見直されています。さらに今年4月の消費税率アップで、自分にとって本当に必要なものを厳選する流れに拍車がかかりました。

ファッションや美容、飲食でも、2000年代半ばまでは「甘さ」「カワイさ」が女性に人気でしたが、最近は「甘くない」「シンプル」へと移行。とくに現代は、結婚、出産しても働くことが当たり前になりつつあり、女性は「仕事も家庭もプライベートも」と、並行して何役もこなす“マルチタスク”を要求されます。だからこそ、余分なものをそぎ落とし、自分らしさを追求したいと願うのでしょう。

現代の働く女性に「シンプル」というキーワードが響くのも、まさに時代の必然なのです。



牛窪 恵氏

マーケティングライター  
世代・トレンド評論家

現在、「日経新聞」「朝日新聞be」「プレジデント」「AERA」ほかに連載、定期寄稿中。  
また、NHK総合「サキどり↑」、朝日放送「キャスト」、フジテレビ「ホンマでっか!? TV」ほかでコメンテーター等を務める。

## “Simple Life, Simple Coffee” 「ルアーナ」のご紹介

仕事も恋愛も暮らしもできるだけシンプルに、ありのままの自分で、心地よく。そう願う女性たちに、“シンプルなおいしさ”を届ける「ルアーナ」。5月19日(月)、マカダミアナッツが香る新フレーバー“カフェモカ”が仲間入りしました。

※ルアーナ カフェラテ(写真左)とカフェモカ(写真右)



製品名	カフェラテ	カフェモカ
製品特長	<ul style="list-style-type: none"> <li>■女性がカフェラテに期待する“ミルク感”を強化</li> <li>■グアテマラ、コロンビアspreモ、ハワイコナの3種の素材の良さを活かしたブレンド、焙煎、抽出</li> <li>■コーヒーに上質なミルクを加えた、砂糖不使用で甘くないシンプルな美味しさのカフェラテ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■厳選したコーヒー豆とミルクに、マカダミアナッツの香ばしい香りと、カカオエキスを加えた、ルアーナならではのカフェモカが新登場</li> <li>■グアテマラ、ブラジルに加えて、希少なハワイコナを使用</li> </ul>
パッケージサイズ	280ml スリムペットボトル	280ml スリムペットボトル
賞味期間	6ヶ月	6ヶ月
希望小売価格	139円(税別)	139円(税別)

LUANA(ルアーナ)公式ブランドサイト <http://luana-cafe.jp/>

 <https://www.facebook.com/luanacafe.jp>

### 【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社サンケイリビング新聞社 担当:山田(ymdnorio@sankeiliving.co.jp)  
TEL:03-6703-4410 FAX:03-3261-7182

### 【製品に関するお問い合わせ先】

コカ・コーラお客様相談室 TEL:0120-308509 <土日祝日を除く 月～金曜日 9:30～17:00>