

【今どき女子高生の美容事情】

「盛る」より「研く」へ。自分らしさを重視、多様化する美容意識と行動

＜花王 生活者研究センター調べ＞



いつの時代も流行を生み出してきた女子高生たち。現在の高校生たちは、個性や多様性を認め、ダイバーシティ化していく教育環境のなかで育ち、スマホや SNS が当たり前のデジタルネイティブ。知りたい情報はすぐに入手 & 発信し、多くの人とつながりながら暮らしています。花王株式会社「生活者研究センター」(※1)では、彼女たちの美容意識や実態について調査を実施。その結果、過度なメイクで「盛る」よりも、高校生らしい今の「素」を活かしながら、周囲の親や教師をはじめ、男女を問わず評価される美容を心がけていることがわかりました。

【主な調査結果のポイント】

● 憧れの人は幅広く多様、“自分なりのかわいい”を極めたい

かつてはアムラーのように一斉に同じタレントのファッションやメイクを追いかける流行がみられました。しかし、スマホの普及により、身近な友達から海外セレブまで幅広く写真を見ることができるようになり、憧れの対象は多様に。自分の顔や雰囲気似ている人を理想とし、似ている部分を「自分の強み」として活かそうと工夫している様子がみられました。そして、自分の写真を SNS 上に UP することも多く、自撮りした顔のパーツを観察しベストな表情や角度を研究しながら、“自分なりのかわいい”を極めたいと思っているようでした。

● 盛りすぎず、高校生らしい「素」を活かして、誰からも高評価を得たい

過度なメイクで「盛る」よりも、高校生らしい今の「素」を活かしたいという声が多く、「メイクでかわいくなるのは誰でもできる」、「今はリップくらいで十分」とメイクをする時でも素肌に近いナチュラルな仕上げに。髪は傷めないように手入れをして、スタイリングは乱れがないよう手間をかけていました。肌や髪そのものの「素材」の美しさを「研く」ケアをしながら、周囲の親や教師からも受け入れられ男女を問わずまんべんなく評価されるように、高校生らしい「素」を活かした美容を心がけていました。

今どき女子高生の美容意識と行動例

フェイス

日々、スマホで自分の顔の観察・研究、わずかな変化も見逃さない。
(高2)

太ったなど変化があったら、すぐ対処!化粧水を塗るときは、顔をたるませないように下から上に手を動かす。

童顔でかわいいタレントSさんが憧れ。憧れのタレントと同じ角度から自分の写真を撮って比較。鼻・口・輪郭が似ている!
(高2)

より童顔の輪郭に見せるため、触角ヘアを伸ばす。



ヘア

友達から、だらしなく見られたくない!
(高1)

朝は入念にスタイリング。前髪はコテで丁寧に伸ばす。後ろ髪は内巻きに。キープしたいから仕上げにスプレーする。

盛りすぎはNG。飾らずに肌や髪のをきれいさを大事にしたい。
(高2)

シャンプー・リンスなど、当たり前のことをきちんとし、髪をツルツルに。ファンデーションは化粧下地で肌を守ってから塗る。

スキンケア

肌が汚いとかわいく見えない。わたしは肌からかわいくなりたい。
(高1)

ニキビができればいつも持っている薬を塗って、すぐ治すようにしている。

友人にほめられた肌の白さを強調していきたい!
(高2)

より肌を白くするために、白くなる効果のある保湿クリームを使う。

ファッション

憧れの人に身長や体型が似ているのでメイクやファッションもまねしやすい。
(高2)

服は、自分と感じが似ているタレントやモデルのコーディネートを参考にする。



メイク

メイクが濃すぎると男子からひかれる。やらないと女子から地味に思われる。
(高2)

高校生らしいナチュラルメイク! ファンデーションで粉々しくならないように、おしろいとブラシで薄づきすっぴん風。

濃いメイクは、制服に合わないし、先生に怒られるのは面倒。
(高2)

首都圏在住高校1,2年生女子 14人
(花王 生活者研究センター調べ)

【調査概要】

「若年女性の美容意識・美容実態」

調査期間：2016年10月／調査方法：インターネット調査／調査対象：全国16~29才未婚女性／回答者数：865人

調査期間：2017年3月／調査方法：インターネット調査／調査対象：首都圏在住10~20代未婚女性／回答者数：400人

「現在の女子高校生の美容意識・行動実態」

調査期間：2017年1月~2月／調査方法：インタビュー調査／調査対象：首都圏在住高校1,2年生女子／対象者数：14人

詳しい情報はこちら

くらしの研究「くらしの現場レポート」

<http://www.kao.co.jp/life/life/report-41/>

<http://www.kao.co.jp/content/dam/sites/kao/www-kao-co-jp/life/report/pdf/41.pdf>

(2018年2月掲載)

■女子高生ビジネスのパイオニア 中村泰子氏が、女子高生のトレンド変遷を分析

30年以上にわたり、女子高生を中心としたマーケティング調査などで彼女たちのリアルを見つけてきた株式会社ブームプランニングの中村泰子さんへのインタビューを「達人コラム」で紹介しています。「今どき女子高生」の美容意識の特徴とは？



くらしの研究「達人コラム」 <http://www.kao.co.jp/lifei/life/column-40/>

※1 花王株式会社「生活者研究センター」 <http://www.kao.co.jp/lifei/about/>

「生活者研究センター」では、花王グループの使命である「よきモノづくりを通じて人々の豊かな生活文化へ貢献すること」の実現をめざし、生活者ひとりひとりの暮らしを見つめた生活者研究を行っています。生活現場での観察と対話を重ねながら、行動に表れない本音、説明できないこだわりなど、行動の裏にひそむ「おもい」まで読み解いて、課題を発掘し、商品やコミュニケーション開発に活かすとともに、生活者研究のウェブサイト、花王「くらしの研究」から、広く社会に発信しています。

花王「くらしの研究」 <http://www.kao.co.jp/lifei/>

■本リリース（MK ニュース）に関するお問い合わせ先



花王株式会社 商品広報センター

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 TEL:03-3660-7259 / FAX:03-3660-7848

<http://www.kao.com/jp/> ©Kao Corporation

※本資料記載の記事・写真の無断転載・複写を禁じます。リンク先は本件掲載時の情報であり、予告なく変更になる場合がございます。