

2018年8月30日

博報堂キャリアジョ研、シティリビング・リビングくらし HOW 研究所との共同研究により 働くアラサーシングル女性のキレイと仕事の“いい関係”を発見

株式会社博報堂（本社：東京都港区）は、博報堂キャリアジョ研（博報堂及び博報堂D Yメディアパートナーズの女性社員にて立ち上げた社内プロジェクト）にて、20～30代の働く女性「キャリアジョ」に関する研究を行っています。このたび、働く女性のトレンドとインサイトのノウハウを活かし、株式会社サンケイリビング新聞社（本社：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」とリビングくらし HOW 研究所と共同で、働くアラサーシングル女性の「キレイと仕事の関係」や「キレイに関する意識」の調査を実施いたしました。

2回の定量調査と、グループインタビュー形式での定性調査を行い、25～34歳の働く女性の「キレイ」に対する意識や実態を聴取。「キレイ」と「仕事」が相互にパフォーマンスを高め合う相乗効果をもたらしていることや、いまどきの働くアラサー女性が目指す「キレイ」は、身につけた知識・教養などの、内面から湧き出る・醸し出す「キレイ」である様子が示唆されました。人生100年時代と言われる中、結婚や出産後も長く働き続けることが当たり前の意識になりつつあり、他者や社会に接する機会が増えていくことで、職場の女性たちを参考にしながら直接的な外面要素だけではなく、「自然と外に出る美しさ」も求めるようになってきているようです。

今後も博報堂は、「キャリアジョ研」を通じて、働く女性の生活・消費意識を研究し、マーケティング活動の一助として情報発信をしてまいります。

【「働くアラサーシングル女性の「キレイ」に関する調査」結果サマリー】

- 「キレイと仕事の関係」について、「仕事」が「キレイ」になることに役立つは6割強であり、「キレイ」は「仕事」をする上で役に立つという意見が9割。キレイと仕事は相乗効果のプラス関係があると考えられる。
- 職場の中に「憧れている女性がいる」は21.7%に対して、実は「反面教師としている女性がいる」は52.5%と多い。
- 「キレイになりたい」と思うキッカケは、「人に認められたいとき」や「キレイな・素敵な女性を見たとき」など、他者がキッカケになっている。
- 自身の身体的な要素の「キレイ」のピークは平均22.6歳、外面・内面を含めた総合的な「キレイ」のピークは平均24.4歳。アラサー女性自身は曲がり角を感じつつあるが、外見を「努力してもっとキレイになりたい」は50%超、もっと身に付けたいと思っている要素も色々あり、「大人のキレイ」を目指す意識は高い。
- 「憧れる女性」の条件は「知性や教養がある女性（41.4%）」、「穏やかで余裕がある女性（38.2%）」、「気遣いや気配りができる女性（36.7%）」がTOP3。10位の「美人でスタイルがいい女性（14.8%）」と比べ、内面的な要素とそこから表れる所作や行動が上位に上がってきている。加えてインタビューでは、「余裕と自信がある人は醸し出すオーラみたいなモノが違ってくる。（31歳）」といった内面から湧き出る「キレイ」を志向している様子がうかがえた。

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂 広報室 戸田

TEL: 03-6441-6161

参考資料①：調査概要と調査報告書の構成

【第1回定量調査】

- 調査期間：2018年3月13日～28日
- 調査方法：Webアンケート
- 調査対象：シティリビング Web 会員および外部調査パネル
- 有効回答数：429票

【グループインタビュー】

- 調査日：2018年5月14日・15日
- 調査対象：シティリビング会員組織
- 実施数：2グループ ①20代後半（5名）/②30代前半（6名）

【第2回定量調査】

- 調査期間：2018年6月12日～24日
- 調査方法：Webアンケート
- 調査対象：シティリビング Web 会員および外部調査パネル
- 有効回答数：461票

【調査報告書の構成】

0.現在の働く女性取り巻く時代背景や意識

1.「キレイ」に関する意識

- ①キレイの自己評価、パーツや内面要素別の自己評、②曲がり角の年齢と身体パーツ別曲がり角と感ずるきっかけ、③キレイへの意欲やもっとよくなりたいこと、④キレイになりたいと思うきっかけ、⑤キレイの情報源

2.「キレイ」の条件

- ①外面の条件（社会人になる前/今/5年後の時代別比較と年代別比較）、②外面に関する今の条件、③内面の条件（社会人になる前/今/5年後の時代別比較と年代別比較）、④内面に関する今の条件

3.「キレイ」のためにしていること

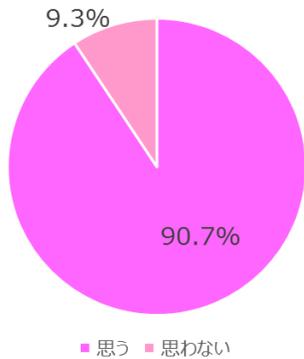
- ①外面、②内面

4.「キレイ」と「仕事」、「キレイ」と「恋愛」の関係

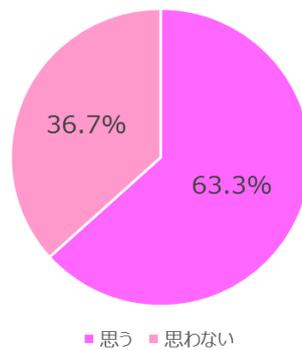
5.目指す「キレイ」（憧れる女性の条件や芸能人・著名人で一番憧れている女性）

参考資料②： 調査結果の抜粋

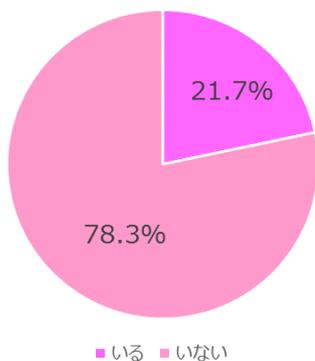
Q.仕事をするうえで、キレイは役に立つと思いますか？
(n=461)



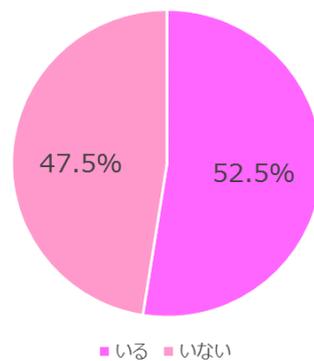
Q.仕事をしていることが、キレイになることに役に立つと思いますか？ (n=461)



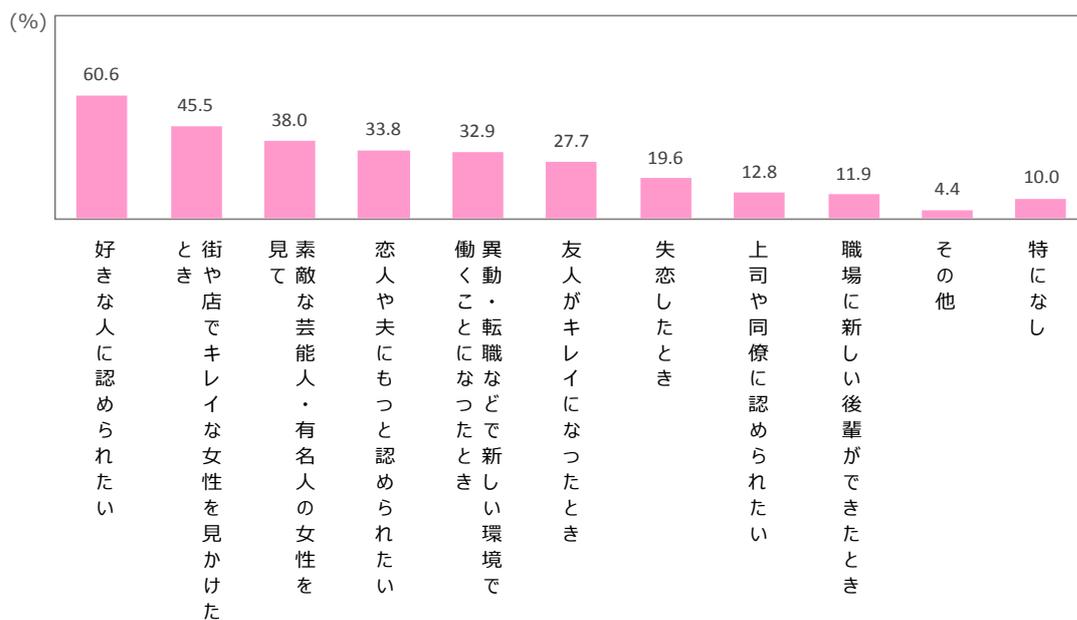
Q.職場の中に、あなたが憧れている女性はいますか？ (n=461)



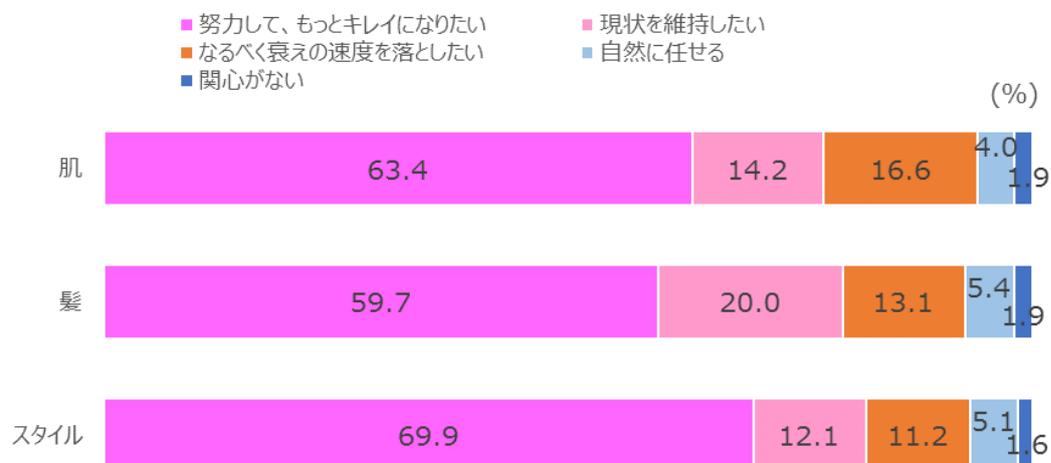
Q.職場の中に、あなたが反面教師としている女性はいますか？ (n=461)



Q.「キレイになりたい」と思うきっかけについて、あてはまるものをすべてお選びください。(MA ; n=429)



Q.「肌」「髪」「スタイル」について、あなたの気持ちに近いものをそれぞれお選びください。(n=429)



Q.「現状に満足していないので、もっと身に付けたい」要素 TOP5 (MA ; n=429)

1位	姿勢の美しさ	62.9%
2位	ココロの余裕	62.7%
3位	色気	60.6%
4位	立ち居振る舞いの美しさ	60.1%
5位	知性	58.3%

「憧れる女性」 TOP10 (MA ; n=461)

1位	知性や教養がある女性	41.4%
2位	穏やかで余裕のある女性	38.2%
3位	気遣いや気配りができる女性	36.7%
4位	活動的でイキイキしている女性	33.8%
5位	仕事もプライベートも充実・両立している女性	29.9%
6位	自分のスタイルを持っている女性	27.3%
7位	優雅で洗練された女性	27.1%
8位	向上心や好奇心が強い女性	18.0%
9位	キラキラ輝いている女性	16.9%
10位	まわりから大切にされる女性	14.8%
10位	美人でスタイルがいい女性	14.8%

【博報堂キャリアジョ研とは】



博報堂および博報堂D Yメディアパートナーズの女性メンバーにて、2013年に立ち上げた社内プロジェクト。キャリア（職業）を持つ、特にお金と時間を自分のために使いやすい子どものない女性を「キャリアジョ」と定義し、インタビューや定量調査、トレンド分析などを通じて「キャリアジョ」を徹底的に研究。その成果を社内外にナレッジとして共有し、日々のマーケティング・プランニング業務に生かしています。

【シティリビングとは】

1984年創刊のオフィスで働く女性のための情報紙。紙面だけではなく、読者モニター組織、イベント・セミナー、プロモーションなどにより、好奇心旺盛で自分投資にお金と時間を惜しまない、都心で働く女性たちの行動喚起を図ります。

<https://ad.sankeiliving.co.jp/media/cityliving/>

【リビングくらし HOW 研究所とは】

1998年に誕生して以来、「生活者、女性を消費の主役にしたい」という願いのもと、一貫して、女性の気持ちと行動を調査・研究してきました。様々な手法を通して、女性の気持ちと行動をリアルに見つめ、考え、ひとつひとつひもといていきます。

<https://www.kurashihow.co.jp/>