

2026年1月16日

博報堂 Woman Wellness Program

「女性の外見とのつきあい方とルッキズムに関する意識調査レポート」を公開
—生活者から見たルッキズムとその課題、心身の健康のために企業ができることを考察

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）の、女性の心身の健康に関わる課題解決を目指す事業をサポートする「博報堂 Woman Wellness Program（以下、WWP）」は、「女性の外見とのつきあい方とルッキズムに関する意識調査レポート」を公開いたしました。

▶ レポートはこちら：https://hakuholdo-rdc.com/posts/news_260115/

※ 本リンク先からは、レポートの一部をご覧いただけます。全文をご希望の方は、下記アドレスまでお気軽にお問い合わせください（お問い合わせ先：hwwp@hakuholdo.co.jp）



本レポートでは、15-74歳の女性1,034名を対象に実施したインターネット調査をもとに、女性の「外見」に対する意識や行動の実態、ならびに、近年注目を集める「ルッキズム」という概念に対する認識を定量的に明らかにしています。加えて、大学生を中心とする若者40名との対話やヒアリングと、有識者2名へのインタビューから得られた示唆をご紹介します。女性の「外見」を取り巻く状況や葛藤、ならびに「ルッキズム」の課題について考察し、それらに対して企業は何ができるのかを掘り下げています。

スマートフォンやSNSが日常に浸透した現代では、対面の場面だけではなく、カメラやスクリーンを通じて外見に対する他者の視線を意識する機会が増加しています。さらに、美容医療の浸透という美容を取り巻く大きな環境の変化も起きています。女性にとっての外見は、おしゃれなどを通じたエンパワーメントの源となる一方で、コンプレックスやストレスなど心身の健康に影響を及ぼす要因にもなり得ます。

WWPはこうした状況を踏まえ、現代社会における女性の「外見」そしてまだ新しい概念である「ルッキズ

ム」について、生活者の視点から理解を深めることが、このテーマに関する女性の心身の健康課題解決を目指す企業の事業構想・事業成長に貢献するための大事な一歩になると考え、本レポートを作成いたしました。WWP は今後も、女性の心身の健康課題に関するナレッジ提供や事業構想の伴走支援に取り組んでまいります。

■ レポートの構成

1. 「外見」に対する意識
2. 「外見」を整える行動と意識
3. スクリーンにうつる「外見」を整える行動と意識
4. 生活者から見た「ルッキズム」
5. イベントレポート：「ルッキズム」の課題と、企業にできること

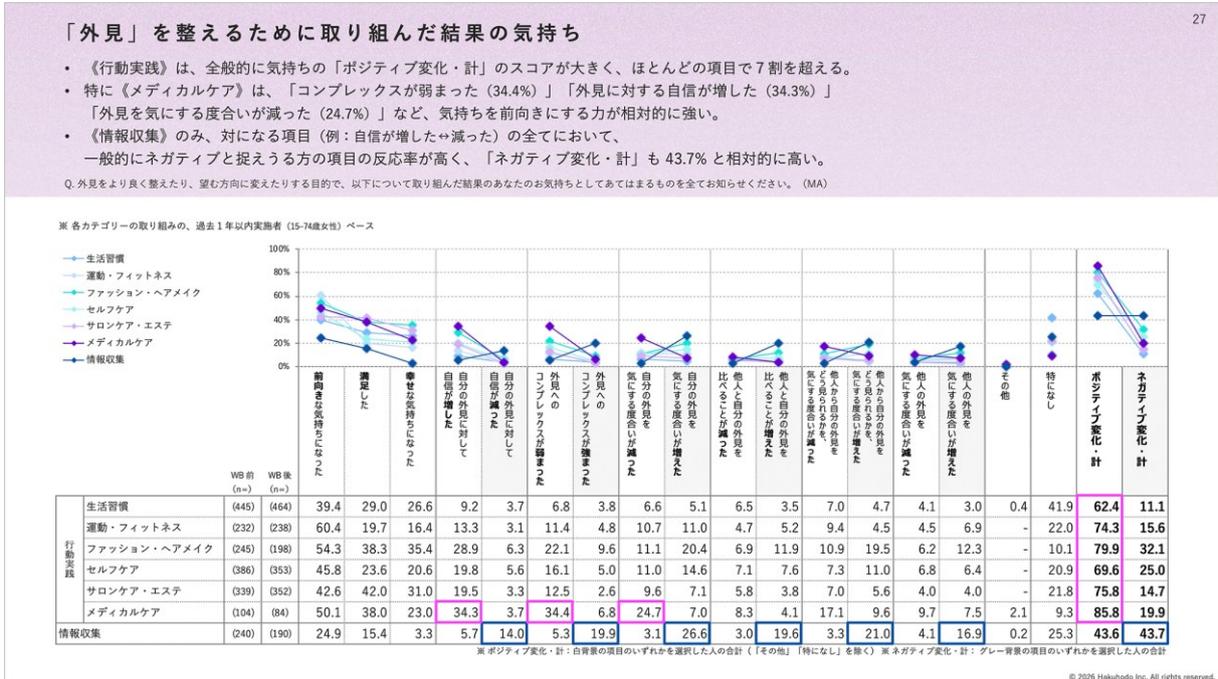
■ レポートの主な内容（抜粋）

1. 「外見」に対する意識
 - ・ 自分の「外見」に対する好意度
 - ・ 「顔の見た目」「体型」に対する意識
 - ・ 「人の見た目のよさが重視される社会」についての意見 など



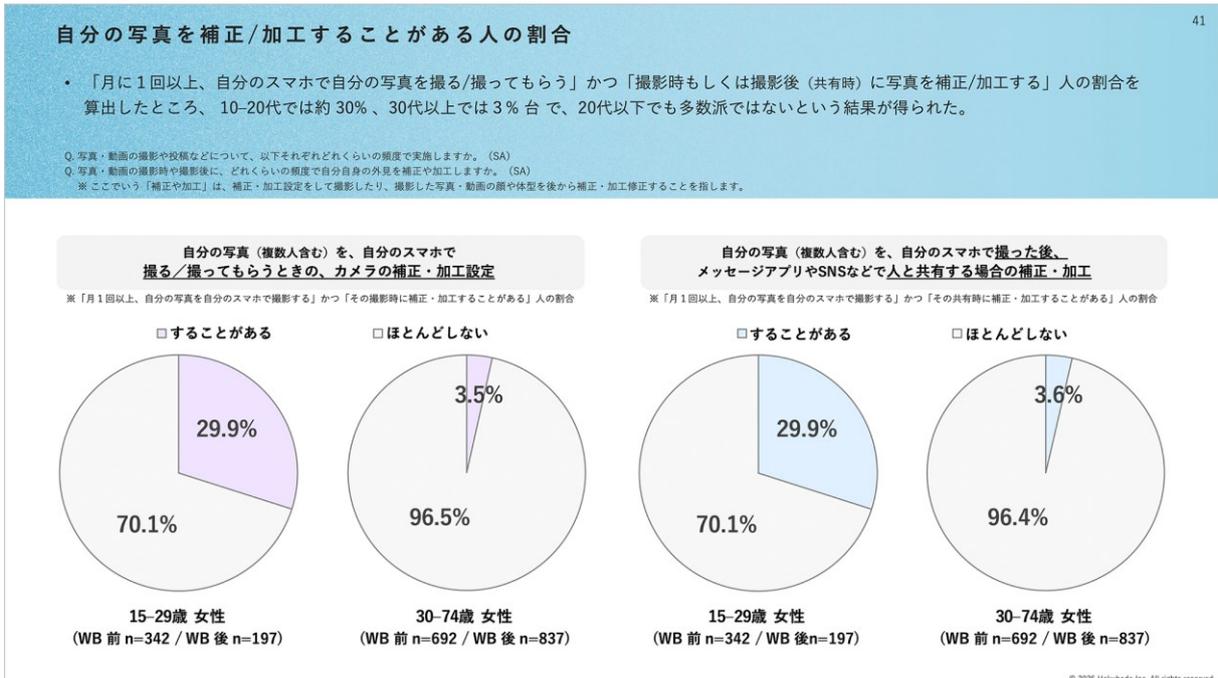
2. 「外見」を整える行動と意識

- ・ 「外見」を整えるために取り組んだことと、その結果の気持ち
- ・ 「外見」に関する SNS の利用実態と意識
- ・ 「美容医療」に対する意識と経験 など

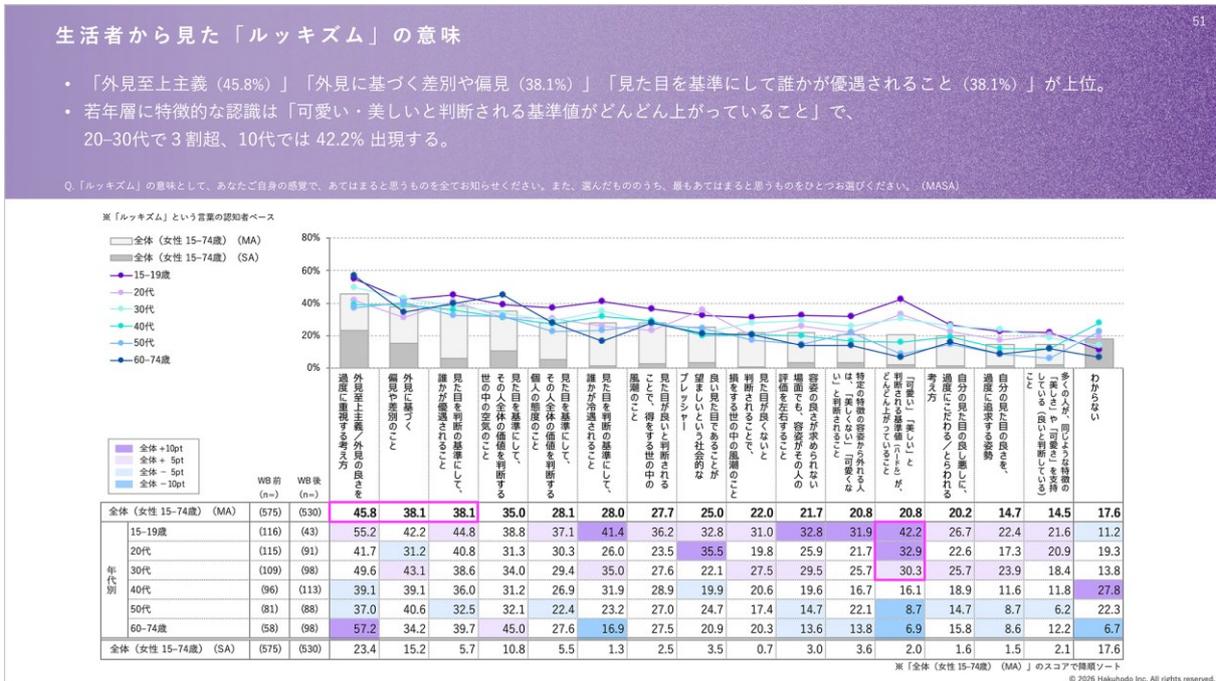


3. スクリーンにうつる「外見」を整える行動と意識

- ・ 写真や動画の、撮影、補正/加工、共有、閲覧の頻度
- ・ 自分の写真や動画の、補正/加工の内容と目的
- ・ 写真や動画、スクリーンにうつる外見に対する意識 など



4. 生活者から見た「ルッキズム」
- ・ 「ルッキズム」の認知と経験
 - ・ 生活者から見た「ルッキズム」の意味
 - ・ 「ルッキズム」を取り巻く状況についての考察 など



5. イベントレポート：「ルッキズム」の課題と、企業にできること
〈登壇者〉

- ・ 藤嶋 陽子さん (立命館大学 産業社会学部 准教授)
- ・ 前川 裕奈さん (kelluna. 代表 / コラムニスト / 講師)
- ・ 杉本 奈穂 (博報堂 Woman Wellness Program / 博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員)

Women's Future Meetup 65

トークイベント¹において、本レポートの「ルッキズム」に関する調査データをご紹介のうえ、有識者2名に対して、私たちから問いを投げかけさせていただく形で、クロストークを実施しました。そこでの対話のまとめをご紹介します。

《お伺いしたい》

Q. お二人にとって、「ルッキズム」とは何あるいはどのようなもので、女性の心身の健康を考える上では、どんな点が問題だと思われますか？

Q. ルッキズムの問題点を改善していくためには、何が有効だと思われますか？ 私たち個人もしくは企業ができることについて、お考えを教えてください。

¹ 「Women's Future Meetup」(2025年11月11日) : <https://www.hakuodo.co.jp/news/info/119728/>

© 2026 Hakuodo Inc. All rights reserved.

《博報堂 Woman Wellness Program について》

女性の心身の健康課題に着目し、女性たち一人ひとりが長く心地よく生きていくことができる社会を目指して、クライアント企業の関連する事業・サービスなどの支援を行うプログラム。マーケティング、ブランディング、PR、ビジネス開発、クリエイティブ、研究開発などの専門性と、女性特有の心身の健康課題に関する知識を併せ持つ社員で構成。社外のコミュニティや有識者の協力を得るマルチステークホルダー型で、女性の心身の健康課題に関わる事業・サービス開発支援、マーケティング支援などを行います。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/112845/>

《博報堂 生活者発想技術研究所 について》

クライアント企業の生活者発想を推進するための研究開発を目的に設立された専門組織です。「未来生活者発想」をコンセプトに、「生活者発想経営」「フォーカス型生活者洞察」「生活者心理・行動」「ウェルビーイング社会の共創」「生活者発想に基づく創造性」等に関する、研究・開発・教育・発信を行っています。傘下に多彩なラボ・研究開発プロジェクトが集合しており、WWP もそのうちのひとつです。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/111845/>

【本件に関するお問い合わせ】

報道関係： 株式会社博報堂 広報室 三矢・高橋 koho.mail@hakuhodo.co.jp

調査内容： 博報堂 Woman Wellness Program 杉本・安並・白根 hwwp@hakuhodo.co.jp