

女子小学生とその母親1,200名に聞く、「女子小学生の化粧意識と実態調査」
今どきのJS(女子小学生)とそのママは“友だち母娘(ハハコ)”
JSママも、自分の娘の美容について関与度高し!

～化粧の情報源は97.3%がママ/子どもの化粧について「正しい情報を知りたい」ママ5割以上～

株式会社JMR生活総合研究所(東京都千代田区、代表取締役:松田久一)は、小学1年生から6年生までの女子小学生とその母親1,200名を対象に、化粧に関するアンケート調査を行いました。

近年少子化が進み、子どもの数は減少傾向にあります。そんな中で“JS”^{ジェイエス}と呼ばれる今どきの女子小学生は、幼いころから紫外線対策などのスキンケアを行うなど、彼女たちの美容に関する意識の高さが注目されています。彼女たちやその母親が化粧に関してどのような意識を持っているのか。その実態を紹介します。

**今どきのJSは、
高学年の約4割が
肌のキレイさを重視する
“美肌小学生”**

JSにとって「顔がかわいい」(52.2%)、
「おしゃれ」(47.5%)、
「スタイルがよい」(38.5%)は当たり前。

注目は学年と共に高まる
美肌意識!

「肌がきれい」なワタシになりたい
低学年18.5%
中学年31.5%
高学年38.5%

**美容意識の高いJSの
化粧の情報源は、
97.3%がママだった!**

化粧について教わった経験がある
小学生は約4割(38.8%)で、
年に1回以上スキンケアをするJSの
97.3%が「母親」から教わっている!

教わった内容は「正しい顔の洗い方、
洗顔石鹸・洗顔料の使い方」(74.2%)
がトップ。でも本音は、
「かわいくみえるお化粧の仕方」
(54.9%)が知りたいJS。

**JSママの5割以上が
子どもの化粧について
「正しい情報を知りたい」と
熱望していた!**

母親の子どもの化粧についての
関心は高く、約5割が
「正しい情報を知りたい」と回答。
また、日常的にメイクや
スキンケアをするのは、
「社会人になってから」でいい
と考えているJSに対し、
母親は、子どものメイクは
「大学生」(52.8%)、スキンケアは
「中学生」(29.7%)からと、
子どもより寛容。

<JSと向き合う方々の意見>今どきのJS&ママは“友だち母娘(ハハコ)”

- 母娘の関係が濃密になっている現代。ママが正しい知識で化粧の楽しさを伝えてほしい。(資生堂)
- 正しい美容知識を知らないJS。ママが一番身近なお化粧先生。(ピチレモン)
- 自分が可愛く&ママもキレイに。一緒にキレイを目指す友だち母娘が増えている。(三越伊勢丹)

■実施時期 2013年5月23日(木)～25日(土)

■調査手法 インターネット調査

■調査対象 小学校低学年(1・2年)、中学年(3・4年)、高学年(5・6年)の女子各200名 計600名
およびその母親600名 合計1,200名

本資料に関するお問い合わせ先

「女子小学生の化粧意識と実態調査」広報事務局(電通PR内) 担当:長谷川・荒川

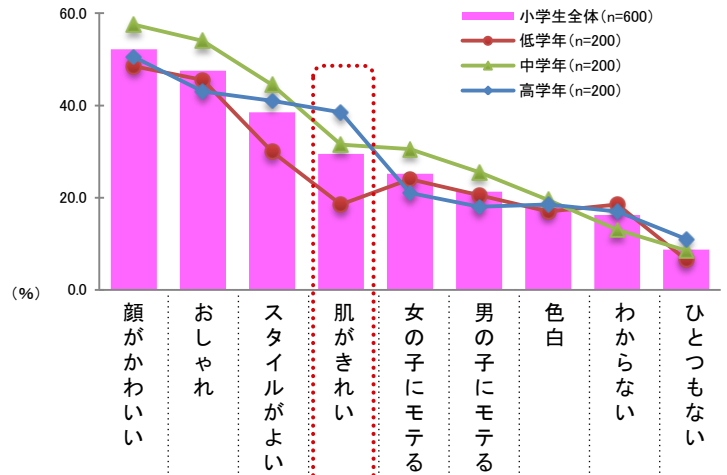
TEL:03-5565-8475 / FAX:03-3542-0616

■JSが目指すのは、かわいくてオシャレでスタイルいいワタシ

「肌のキレイさ」にも関心が高い今どきのJS、なんと高学年JSの4割は「美肌小学生」

JSになりたいワタシ像を聞くと、「顔がかわいい」(52.2%)、「おしゃれ」(47.5%)、「スタイルがよい」(38.5%)女の子になりたいと望んでいます。美肌意識は全体では第4位ですが、低学年(1~2年生)でも18.5%が「肌がきれい」なことを望み、中学年(3~4年生)では31.5%に急増。高学年(5~6年生)では38.5%と、実に4割ものJSが“美肌小学生”を目指しています[グラフ1]。

[グラフ1]なりたいワタシ

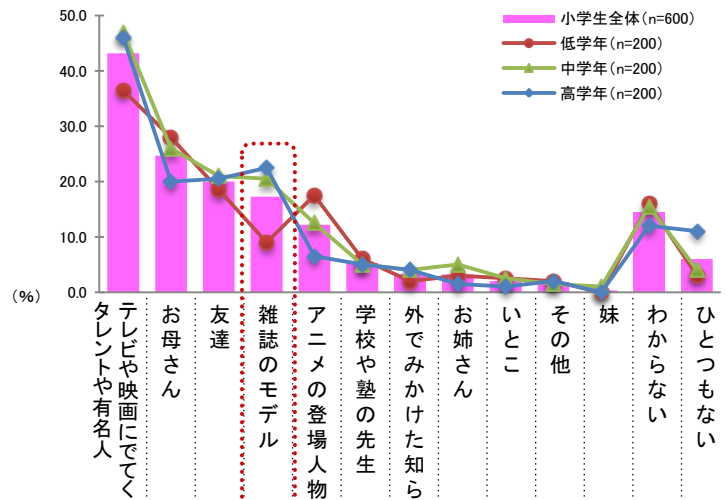


学年	顔がかわいい	おしゃれ	スタイルがよい	肌がきれい	女の子にモテる	男の子にモテる	色白	わからない	ひとつもない
小学生全体 (n=600)	52.2	47.5	38.5	29.5	25.2	21.3	18.3	16.2	8.7
低学年 (n=200)	48.5	45.5	30.0	18.5	24.0	20.5	17.0	18.5	6.5
中学年 (n=200)	57.5	54.0	44.5	31.5	30.5	25.5	19.5	13.0	8.5
高学年 (n=200)	50.5	43.0	41.0	38.5	21.0	18.0	18.5	17.0	11.0

■JSがなりたいのは「タレントさん」、次いで「お母さん」。中学年になると「読モ」も人気！

見た目重視のJS。なりたい・真似したい人は、「テレビや映画にでてくるタレントや有名人」(43.2%)、「お母さん」(24.7%)の順で、テレビの中のアイドルを目標にしつつも、身近な存在であるママにも憧れをもっているようです。また、中・高学年になると「雑誌のモデル」(中学年20.5%、高学年22.5%)への憧れが高くなります。昨今の読モ人気は、中学年から始まっているようです[グラフ2]。

[グラフ2]なりたい対象



学年	テレビや映画にでてくるタレントや有名人	お母さん	友達	雑誌のモデル	アニメの登場人物	学校や塾の先生	外でみかけた知らない女の子	お姉さん	いとこ	その他	妹	わからない	ひとつもない
小学生全体 (n=600)	43.2	24.7	20.0	17.3	12.2	5.3	3.3	3.2	2.0	1.8	0.3	14.5	6.0
低学年 (n=200)	36.5	28.0	18.5	9.0	17.5	6.0	2.0	3.0	2.5	2.0	0.0	16.0	3.0
中学年 (n=200)	47.0	26.0	21.0	20.5	12.5	5.0	4.0	5.0	2.5	1.5	1.0	15.5	4.0
高学年 (n=200)	46.0	20.0	20.5	22.5	6.5	5.0	4.0	1.5	1.0	2.0	0.0	12.0	11.0

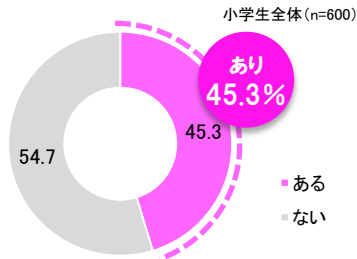
■今どきJSにとって化粧はもはやあたりまえ?!

JSの半数がメイク経験があり、8割がメイク体験でうれしさを実感!

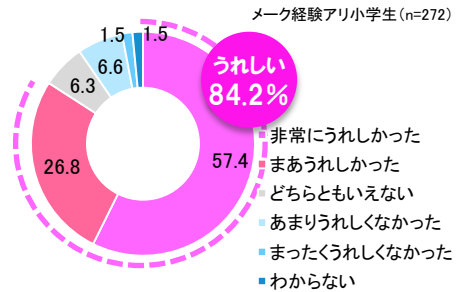
JSの約半数はメイク経験が「ある」(45.3%)と答えており[グラフ3]、8割以上が初めてのメイク体験を「うれしい」(84.2%)と感じています[グラフ4]。

メイクの経験もあり、楽しさも知り、化粧に関する知識もある。今どきJSの美容意識の高さが感じられます。

[グラフ3]メーキャップ経験



[グラフ4]初メイクのときの気持ち



■美容意識の高い今どきJS。その背景にママの存在アリ!! JSのスキンケア情報源はママ。

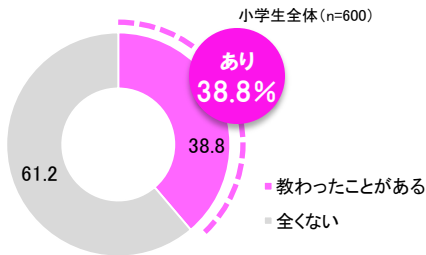
でも実は、JSが化粧について「教わったこと」と「知りたいこと」にギャップあり…

美容意識が高い今どきJS。JSの約4割が化粧に関して教わったことが「ある」(38.8%)と答えています[グラフ5]。

また、年に1回以上スキンケアをするJSがスキンケア情報を教わった相手は、「お母さん」(97.3%)が圧倒的。中学年では「お姉さん」(8.7%)、高学年では「雑誌」(16.2%)からもスキンケア情報を学んでいますが、それでも「お母さん」の影響力は他の追従を許しません[表6]。

さらに、JSに化粧に関して教わった内容を聞くと、「正しい顔の洗い方、洗顔石鹸・洗顔料の使い方」(74.2%)がトップで、8割近いJSが教わっています。一方、化粧に関して知りたいことを聞くと、「かわいくみえるお化粧の仕方」(54.9%)がトップで教えてもらったことと知りたいことにギャップがあります[グラフ7]。本音はカワイイメイク術が気になっているようです。

[グラフ5]化粧についての教育経験



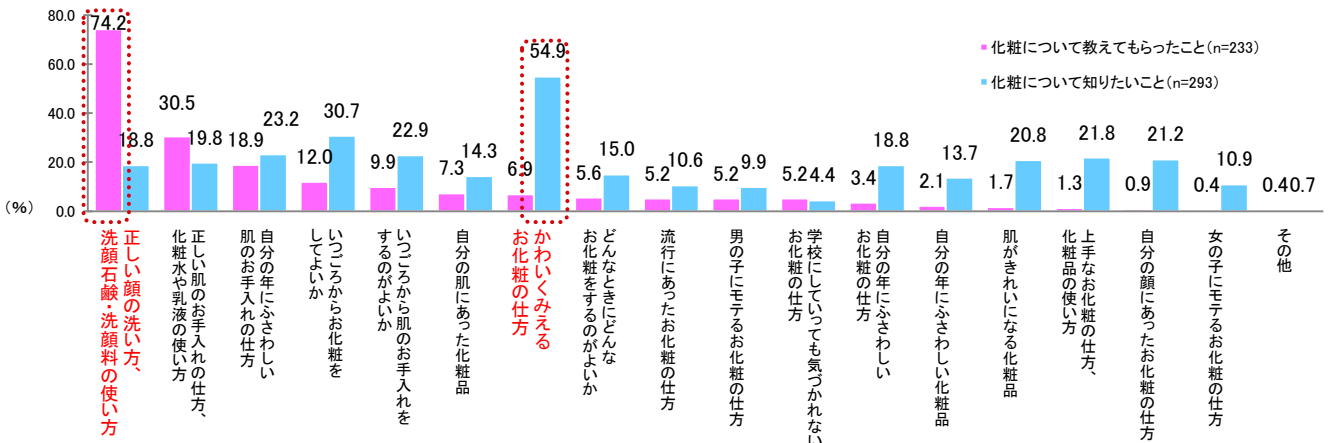
[表6]スキンケアを教わった相手

	小学生全体 (n=74)	低学年 (n=14)	中学年 (n=23)	高学年 (n=37)
お母さん	97.3	100.0	95.7	97.3
雑誌をみて	8.1	0.0	0.0	16.2
お姉さん	4.1	0.0	8.7	2.7
友達	4.1	0.0	4.3	5.4

n=74 年に1回以上スキンケアをする小学生

(%)

[グラフ7]化粧に関して教わった情報、知りたい情報



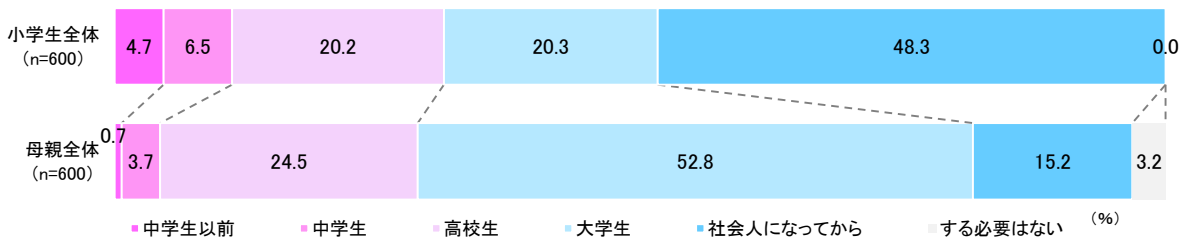
■メイクに関心の高いJS。でも、毎日メイクするのは、もっと大人になってから。

一方、母親が考える子どものメイクとスキンケアの解禁時期は、子どもより寛容に！

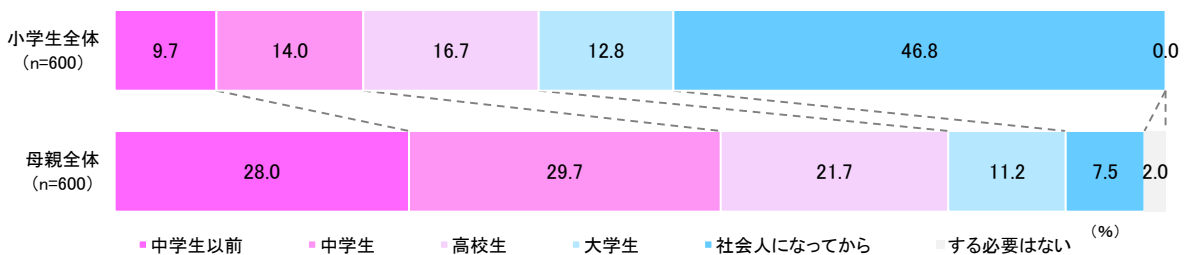
「かわいくみえるメイク」を知りたいとメイクに興味津々のJSですが、日常的なメイクの開始時期は「社会人になってから」(48.3%)が最も多く、学生時代(小学生～大学生)からメイクをしたいJSは少数派です。スキンケアについても「社会人になってから」(46.8%)が最多ですが、「中学生」(14.0%)や「高校生」(16.7%)からスキンケアを始めたいJSが約3割と、メイクよりも早めのスタートを望んでいるようで、「中学生以前」と答えたJSも9.7%いるようです[グラフ8]。

次に、母親が考える子どものメイクの開始時期は「大学生」(52.8%)が最も多く、JS本人よりもメイク解禁は早めです。スキンケアも同様で、半数の母親が「中学生」(29.7%)または「高校生」(21.7%)から始める方がよいと考えており、JS本人よりも早めのお手入れを望んでいる傾向が見られました[グラフ9]。

[グラフ8]メーキャップの開始時期



[グラフ9]スキンケアの開始時期



※グラフ8とグラフ9の「する必要はない」の選択肢は母親のみで、小学生への質問にはありません。

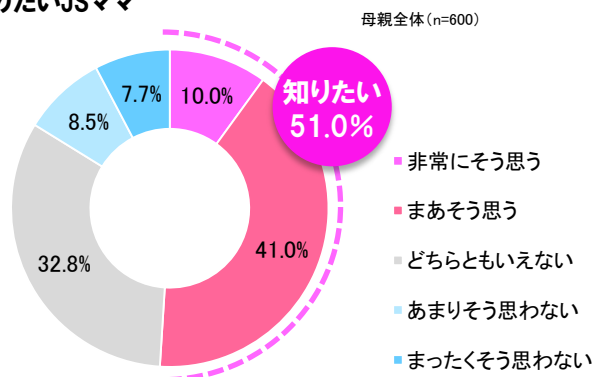
■JSママは子どものメイク・スキンケアに興味津々？！

JSママの半数以上が、子どもの化粧情報を正しく知りたい、と熱望！

メイクに関心の高いJSですが、そのママもJSの化粧について関心が高く、約半数が「子どもの化粧情報について正しい知識を身につけたい」(51.0%)と、子どもの正しい化粧知識の収集に意欲的です[グラフ10]。

小学生にとって最大の化粧情報源となるママの化粧知識。子どもの10年後、20年後にも影響することだけに、正しい知識を身につけさせたいものです。

[グラフ10]子どもの化粧情報を正しく知りたいJSママ



自分がかわいく見せたいことに関心が高い今どきのJS。オトナたちは、どう捉えているのでしょうか？

子どもが主役の街「キッズニア*1）」で「ビューティーサロン*2）」を展開する資生堂の上野さん、三越日本橋本店で子供服を担当する井上さん、ティーン誌の草分け「ピチレモン」の瀧井編集長。

JSと接点の多い3名の方にお話を伺いました。

*1)キッズニア…子ども向けの職業・社会体験施設で、さまざまな職業の模擬体験を通じて社会の仕組みを体験する子どもが主役の街。

キッズニアでは3歳から15歳の子どもの対象とした各種のパビリオンを展開。2013年5月末現在、世界9カ国で展開中。

*2)ビューティーサロン…2013年7月8日にキッズニア甲子園内にオープン。10月1日にはキッズニア東京内にもオープン予定。



上野朋子さん
株式会社資生堂
事業企画部
コミュニケーション戦略室
商品PRグループ

1995年資生堂入社。

営業、企画、化粧品開発、秘書、企業広報などを担当。現在は、キッズニアプロジェクトのPR担当。プライベートでは3人の子どものママ。

株式会社資生堂 上野朋子さん

■JS世代に必要な化粧情報を正しく発信することが、資生堂としての基本姿勢です

「一瞬も一生も美しく」をコーポレートメッセージとして掲げる資生堂では、シニアからキッズまで、すべての人が美しく生きるためのさまざまな取り組みを行っています。

JS向けの雑誌を見ると、オシャレになりたい、かわいくなりたいという意識が低年齢化しており小学生がメーキャップに関心を持っていることがわかります。とはいえ、小学生の肌は成長途中なので、まずは肌を健やかに保つことが肝心。正しい洗顔方法や紫外線対策、肌のうるおいを保つことの大切さなど、成長過程にふさわしい化粧情報を伝えることが大切です。

資生堂では、正しい知識の上に、段階に合わせ、メイクの楽しさを伝えていきたいと考えています。

■キッズニア「ビューティーサロン」オープン 子どもの化粧体験の情報拠点

この考えのもと、資生堂では今夏より、子どもが主役の街「キッズニア」にて、化粧の楽しさを体験できるパビリオン「ビューティーサロン」を展開しています。

お客さまを接客するビューティーコンサルタント(以下BC)役と、BCからサービスを受けるお客さま役があり、それぞれに

- ①お客さまの肌状態を診断し正しいスキンケア情報をアドバイスする「スキンケア」
- ②お客さまのなりたいイメージにあわせてメーキャップをする「メーキャップ」
- ③お客さまにネイルカラーを施す「ネイル」

の3つのプログラムが用意されています。

7月にキッズニア甲子園でスタートしたばかりですが、現在のペースで行くと年間目標来場者の2倍に達しそうなほどの盛況ぶり。改めて、子どもの化粧に対する関心の高さを肌で感じています。

10月1日にはキッズニア東京にもオープンし、正しい化粧体験を伝える場が増えることとなります。

■濃密化する今どきの母娘関係 お母さんの正しい知識で化粧の楽しさを伝えて欲しい

今回の調査結果では、「かわいくみえるお化粧の仕方を知りたい」「顔がかわいくなりたい」など、カワイイ願望の高さは今どきの小学生らしいなと思いました。反面、「肌のきれいさ」への関心が高く、「装う」のではなく「肌」に意識が向いていることは大変驚きでした。

また、子どものスキンケアに関する情報源のほとんどがお母さんで、お母さんも子どもの美容情報を正しく知りたいという結果でしたが、資生堂では子ども向けの化粧品情報サイト「キッズのためのキレイクラブ」を運営し、その中で保護者向けの情報提供も行っています。

少子化が進み、お母さんと子どもの関係がより濃密になっている現代。化粧の情報源となるお母さんにも、正しい知識と正しい判断で、化粧の楽しさを伝えてあげていただきたいと思います。



瀧井 繭子さん

「ピチレモン」編集長

株式会社学習教育出版

児童・ティーンズ出版事業部

2004年入社。

2005年6月より「ピチレモン」編集部へ。

2012年10月より編集長。

ピチレモン読者は、中1～中2女子が一番多く、小6(JS)読者も2割程度を占める。

「ピチレモン」編集長 瀧井 繭子さん

■JSのビューティー関心事はネイル、ヘアアレンジ、アイメイクでかわいく変身

「ピチレモン」読者のいちばんの関心事はファッションです。

ビューティーに関しては、中学生になるとニキビがではじめるので、スキンケアへの関心も高まりますが、小学生の間は肌トラブルがさほどないので、ネイルやヘアアレンジ、アイメイクやチークへの関心が最も高いようです。

見た目の変化が大きいアイメイクへの関心は高く、囲み目や猫目、困り眉などのトレンドメイクにもビビッドに反応します。

「ピチレモン」の読者の場合、中学生になるとアイメイクはそこそこできるのが一般的です。マスカラ使いは当たり前で、つけまつげを使いこなす^{ジェイシー}JC(女子中学生)もいます。

■自分専用の美顔器やスチーマーでお手入れ 顔用コロコロで小顔を目指す

JS・JCのローティーンモデルたちは、自分専用の美顔器やスチーマーを使い、撮影の合間には、小顔を目指して顔用コロコロでマッサージをしています。彼女たちはキレイになりたい意識が高く、クリスマスや誕生日に、おもちゃではなくこのようなビューティーグッズを買ってもらうのだそうです。

「読者解放日」という読者参加型イベントで読者のJS・JCと接しますが、アイメイクをしている子がだいたい4人に1人、フルメイクしている子は1割程度です。学校に行く時に日常的にメイクをする子はそれほど多くはありませんが、美容への関心が非常に高いことは間違いありません。

■メイクはしても意外と知らない正しい美容知識 一番身近なお化粧先生として、お母さんの出番です

美容への関心が高く、自分なりにメイクを楽しんでいても、基礎情報は意外と知らない子が多いものです。

例えば、ニキビはつぶした方が早く治るとか、洗顔は1日に何度もした方がいいとか、日やけ止めが用途に合わせて選べていないとか…。誌面では間違った知識でトラブルにならないよう、正しいスキンケア情報を特集しています。

またメイク情報に関しても、例えばアイメイクを紹介するときはビューラーの使い方から紹介するなど、メイクのプロセスも可能な限り詳しく、わかりやすく紹介することを心がけています。

今回の調査では、中学生までにスキンケアをスタートして欲しいというお母さんが多いことがわかりましたが、子どもに正しい知識を身につけてもらい、キレイな素肌でいて欲しいという親心が感じられます。

今の母娘は本当に仲が良く、「やさしくて何でも相談できる」「ママはあまり怒らない」と言う子が多く、とてもオープンな親子関係を感じます。以前であれば、子どもの化粧に反対して叱るお母さんもいらしたのですが、今では子どもの美容に協力的なお母さんが多いようです。

化粧に興味がありいろんな情報に接する子どもたち。でも、実際やってみるとうまくできなかつたり、わからないことも多いことでしょう。そんなとき、お母さんが子どもの一番身近なお化粧先生として、正しい知識を教えてあげるといいですね。



井上将大さん

株式会社三越伊勢丹
三越日本橋本店
ベビー子供服用品営業部
セールスマネージャー

2006年入社。

新宿伊勢丹本店にて子供服
を担当し、今年4月から三越
日本橋本店で現職。

入社以来、子供服ひと筋。

三越日本橋本店 子供服ご担当 井上将大さん

■情報量が圧倒的に多い今どきの子どもたち。オトナ顔負けの服選びも

今の子どもたちは、スマートフォンやパソコン、タブレットなどを使いこなし、ファッションに関してもさまざまな情報に接しているため、以前に比べるとその情報量は圧倒的に多くなっています。

例えば、東京ガールズコレクションなどもしっかりチェックし、そこで見た服と似たデザインの服を探して着こなしを真似したり、雑誌に掲載された服が欲しい指名買いで売り場にご来店になります。また、最近の小学生はダンスやゴルフなどの習い事で毎日忙しいため、お店に来店したときに、上から下まで、インナーからアウターまでまとめ買いするケースも増えています。かつてオトナたちがやっていたファッションの選び方を、今では子どもたちがごく普通に行っています。

■自分もかわいく、ママもキレイに 一緒にキレイになりたい“友だち母娘(ハハコ)”

とはいえ、子どもたちの服選びはお母さんと一緒に、が今でも定番スタイル。以前は、子どもがしたいこと・着たい服と、お母さんがさせたいこと・着させたい服に「差」がありましたが、最近はお母さんが年齢的にも感覚的にも若いことに加え、大人も子どももいろいろな情報に接しているせいか、その志向が似ており、母娘の感覚の近さを強く感じます。

売り場でも、親が子どもへ一方的にアドバイスするのではなく、「ママにはこの服が似合うよ」と、お互いに服選びをし合う小学生のお嬢さんとお母さんの姿をよく見かけます。自分もかわいくなりたし、ママにもキレイになって欲しいと思っているようで、母と娘の目線が同じ“友だち母娘”が増えているように感じます。

■ファッションに敏感なJS 服だけでなくヘアメイクも含めたトータルコーディネートが大事

三越伊勢丹では、キッズニア東京とアパレルのワールドとの三社コラボ企画として、「パーティーに着ていきたい服」をテーマに子どもたちがデザインしたパーティー服のファッションショーを、三越日本橋本店にて8月3日に開催しました。

まず、キッズニア東京内のワールドのパビリオンで、パーティーに着て行きたい服のデザイン画を募集。次に応募作品を展示し、三越伊勢丹のパビリオンでのお仕事として、バイヤー役の子どもたちが商品化して売れる服という視点で選考。ワールドのデザイナーや当社のバイヤーも参加し、30作品を選び、文化服装学院の協力で、実際のパーティーウェアを制作しました。最後に、三越伊勢丹の店舗でこのモデルを公募し、ファッションショーで入賞30作品をお披露目するという、半年以上の時間をかけたファッションショーが行われました。選ばれた30人のモデルのほぼ全員が自分からモデルをやりたいと応募しており、ファッションやモデルへの関心の高さがわかります。

ファッションショーでは、プロのヘアメイクも施し、女の子たちはとても喜んでいました。オシャレを楽しむJSは、ファッションだけではなく、髪型やメイクも含めてトータルでコーディネートすることが重要となっているようです。

今回の調査では、小学生のメイクはまだ早いと考えるお母さんが多いようですが、子どもたちは色々なところでメイク情報に接しており、メイクしている友だちがいれば、自分もしたいと思うのは当然です。一方的にダメだと言っても子どもは納得できないので、キレイになるためには正しいスキンケアが必要なことや、子どもの肌に合った正しいメイク方法をお母さんが教えてあげることが大切だと思いました。