

2020年5月25日

～2020年・美容トレンドレポート～

外出自粛中も油断できない「紫外線」対策…

2020年のUV対策トレンド

キーワードは「秒ケア」&「インナーケア」

サプリやヨーグルトなどの“飲むUVアイテム”にも注目！

生活者の意識・実態に関する調査をおこなう「トレンド総研」（東京都渋谷区）は、このたび株式会社 明治と共同で、「紫外線対策」の最新トレンドについてレポートします。

1：専門家に聞く、最新「UV対策」トレンド

はじめに、トレンドウォッチャーのくどうみやこさんに、2020年の紫外線対策における潮流についてお話をうかがいました。

＜専門家プロフィール＞

くどうみやこ / トレンドウォッチャー

2002年より、「トレンドウォッチャー」として活動をスタート。流行りもの情報サイト「kiteru」の編集長を務めた後、大人世代のライフスタイルからトレンドまで、時流をとらえた独自の視点で情報を発信。メディア出演から番組の企画、商品のプランニングやキュレーション、執筆、講演など、活動の幅は多岐にわたる。また、自分らしく自由に軽やかなライフスタイルを理想に掲げ、「大人ライフプロデューサー」として新たな価値観や生き方を提唱。これからの大人スタイルを追及している。



■ 外出自粛中でも注意したい「紫外線」…対策のキーワードは「秒ケア」

日差しが強くなり始める、これからのシーズン。今年は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から外出自粛が呼びかけられているため、例年に比べると日差しを浴びる機会は減ると考えられますが、**部屋の中にも紫外線自体は入ってきますので油断は禁物**です。また、外出自粛中は、体や精神の健康を保つために、**カーテンを閉じっぱなしにせず日差しを浴びたり、窓を開けて換気をしたり**といった行動が非常に重要ですが、そのぶん日焼けやシミのリスクは高まってしまいます。

こうした中で注目したいのが、**時間をかけることなく手軽に紫外線対策ができる「秒ケア」アイテム**です。最近では、スプレータイプ、ジェルタイプなど、肌に塗り込む手間がかからない日焼け止めのほか、**紫外線対策ができるマスクなども新登場**しています。外出自粛や在宅勤務の推奨により、メイク時間も相対的に短くなっている現在は、**紫外線対策についても例年以上に「時短」が求められる**ようになってきていると言えるでしょう。

■ サプリやヨーグルトでカラダの内側からUV対策！ 今年「インナーケア」にも注目

さらに現在は、美容意識が高い女性を中心に、外出自粛期間を「美肌ケア」に力を入れるチャンスとして**ポジティブに捉えるムーブメント**も起きています。具体的には、ファンデーションなど**肌に負担がかかるメイクを極力減らしたり**、漢方やサプリメントなど**カラダの中からキレイになることを目指したり**する女性が多いようです。

こうした流れに伴い、2020年は紫外線対策においても、メイクの延長としてカラダの「外側」からケアをするのではなく、**カラダの「内側」からUVケアをおこなう動きが加速する予感**。一般的な「塗るタイプ」の日焼け止めだけでなく、**サプリメントなど「飲むタイプ」の日焼け止めを活用する人が増えていき**そうです。また、最近では、**飲むことで紫外線から肌を守ることが**

きるドリンクヨーグルトも新登場。毎日の食事の中で、手軽に紫外線対策ができるようになりました。今後はこうした新しい「インナーケア」タイプのUV対策アイテムにも注目が集まってくるのではないのでしょうか。

外に出る時間自体が少なくなっている今、紫外線対策に時間を取られたくはない。けれども、家の中に入ってくる紫外線はきちんとケアしたい。そんな「時短」と「効果」の両方を求める女性が多いからこそ、今年は「秒ケア」と「インナーケア」を兼ねこなえたUV対策スタイルが人気になっていくと考えられます。

2：女性たちの「紫外線対策」事情を調査

さらに、今回は20～40代の女性500名を対象とした「紫外線対策」に関するアンケートもおこないました。（株式会社 明治との共同調査として実施）

<調査概要>

- ・調査名：「紫外線対策」に関する意識・実態調査
- ・調査期間：2020年4月13日～14日
- ・調査対象：20～40代女性（年代均等割付）500名
- ・調査方法：インターネット調査

■ネックは「面倒さ」と「物足りなさ」…現在の紫外線対策に不満を感じる女性は93%

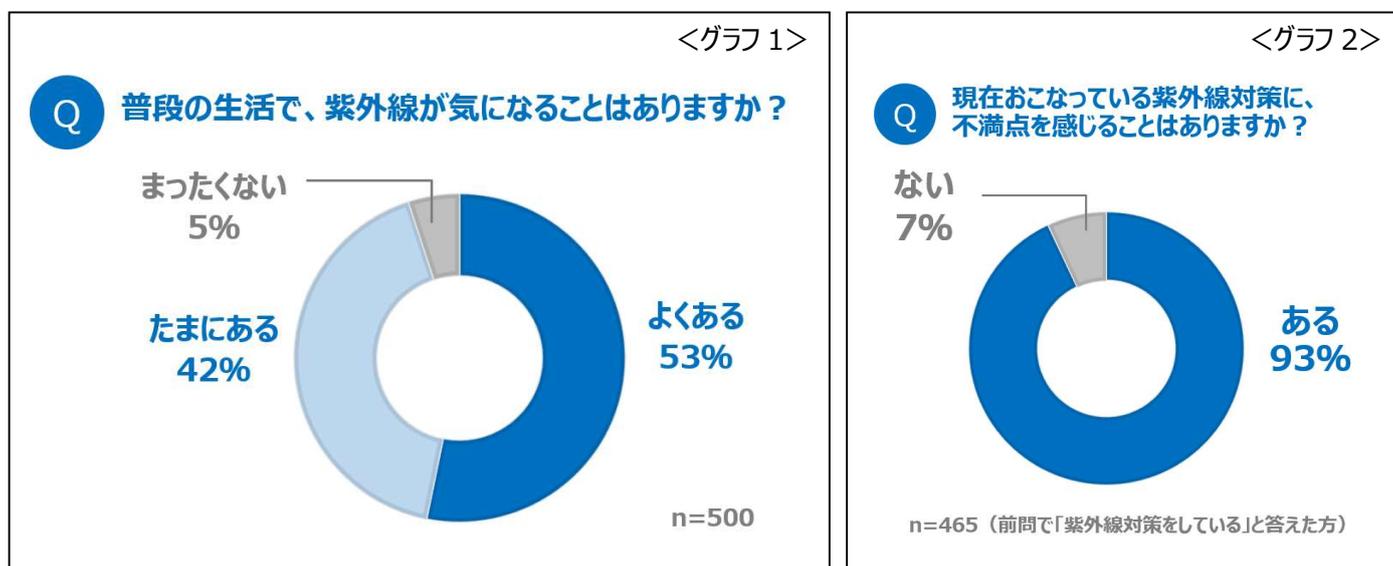
まず、「普段の生活で、紫外線が気になることはありますか？」と質問したところ、53%が「よくある」、42%が「たまにある」と回答。〈グラフ1〉 合計すると、**95%と大多数の女性が、普段から紫外線を気にしていること**になります。

また、「日常的に紫外線対策をしていますか？」という質問でも93%が「している」と回答。普段の紫外線対策について具体的に聞くと、「家の中にも日焼け止めを塗っている」（29歳）、「家の中も紫外線が入るので、窓にはすべて遮光カーテンを取り付けている」（40歳）、「リビングに日光を取り込んでいる間は、陽が当たらないキッチンに逃げ込む」（43歳）などの声があがりました。**外出中だけでなく、自宅にいる間も紫外線を気にしている人が多い**ようです。

しかし一方、前問で「紫外線対策をしている」と答えた女性に、現在の紫外線対策に対する満足度を聞くと、**93%が「不満点を感じることもある」と回答**。〈グラフ2〉 具体的には、対策が煩わしいなど**“面倒さ”を不満に感じたことがある人が95%**、紫外線を防ぎきれないなど**“物足りなさ”を不満に感じたことがある人が93%**にのぼっています。

そこで、どのようなときに不満を感じるかを聞くと、“面倒さ”については、「ムラのないように肌のにぼして塗るのが面倒」（27歳）、「近所のスーパーに行くためだけに日焼け止めを塗ったりするのが面倒くさい」（34歳）などの声が、“物足りなさ”については、「日焼け止めを使っても、効果を感じにくいときがある」（32歳）、「頭皮など、日焼け止めが行き届かないところがある」（23歳）などの回答がみられました。

UV対策の“面倒さ”と“物足りなさ”は、紫外線ダメージを気にする女性たちにとって大きな課題と言えそうです。

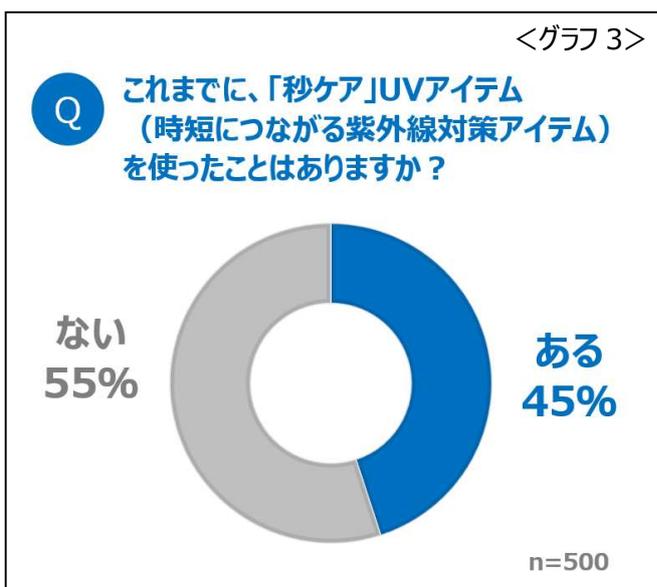


■「秒ケア」の時代が到来!? 女性の94%がUVアイテムに「時短」を求めたいと回答!

なお、このうち“面倒さ”については、**ケアの時間を短縮する「秒ケア」UVアイテムに注目する人も多い**ようで、「これまでに、『秒ケア』UVアイテム（時短につながる紫外線対策アイテム）を使ったことはありますか？」と聞くと、**45%と半数近くが「ある」と回答**。<グラフ3>

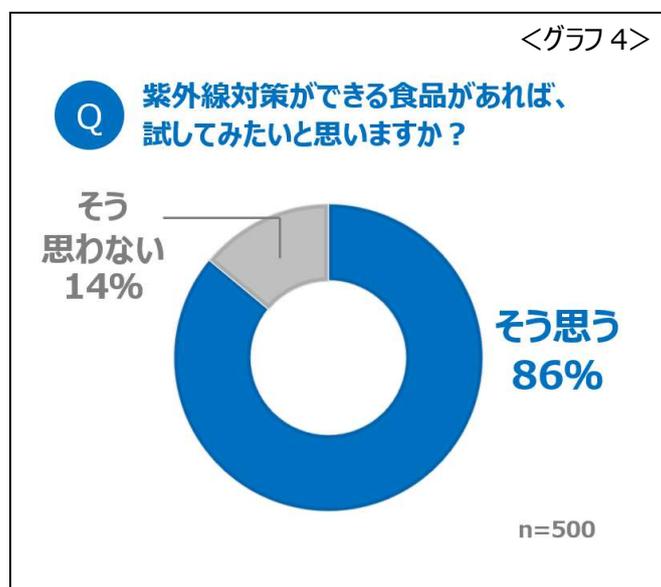
実際に使用したことがある「秒ケア」UVアイテムとしては、伸ばしたり塗りこんだりする手間がかからない「スプレータイプの日焼け止め」（73%）や「ジェルタイプの日焼け止め」（45%）、さすだけで紫外線対策ができる「紫外線カット効果のある日傘」（55%）、顔に日焼け止めを塗る手間が省ける「日焼け止め効果のあるメイクアイテム」（42%）などが上位にあがりました。

そこで、あらためて女性たちに理想の紫外線対策について聞いてみると、「**紫外線対策アイテムに時短を求めたい**」と答えた人が**94%**に。今後は、時間をかけることなく**手軽に紫外線対策**ができる「秒ケア」アイテムがますます支持されていきそうです。



■カラダの中からも紫外線対策を…「インナーケア」でUVケアの“物足りなさ”を解消!?

さらに、“物足りなさ”の解消に向けては、**カラダの外側に加えて、内側からも対策をする「インナーケア」UVアイテムに関心を寄せる女性が多い**ようで、「**紫外線対策ができる食品があれば、試してみたいと思いませんか？**」と聞いた質問では**9割近く（86%）の女性が「そう思う」と回答**。<グラフ4> また、「体の中から紫外線対策ができるのは嬉しい」と答えた女性は87%、「紫外線対策にはできるだけ体に良いものを使いたい」という人も96%にのぼっています。



3：ヨーグルトで手軽に紫外線対策！「明治スキンケアヨーグルト素肌のミカタ」

そして、紫外線対策において「秒ケア」と「インナーケア」を同時にかなえてくれるのが、**飲むことで紫外線から肌を守ることができる機能性表示食品「明治スキンケアヨーグルト素肌のミカタ」***です。

この商品は、“**抗紫外線作用**”、“**抗乾燥作用**”という2つの機能を持つ、機能性表示食品の**紫外線対策ヨーグルト**です。爽やかな風味で毎日飲み続けやすい味わいのため、日焼け止めや日傘といった「外側からのケア」にプラスすることで、内側からも手軽に紫外線対策を強化することができます。

今年のUV対策には、「明治スキンケアヨーグルト素肌のミカタ」を取り入れて、カラダの中から「秒ケア」を実践してみたいかがでしょうか。



<商品情報>

- ・商品名：明治スキンケアヨーグルト素肌のミカタ
- ・内容量：112ml
- ・発売日：2020年4月7日
- ・希望小売価格：132 円（税別）

▼「明治スキンケアヨーグルト素肌のミカタ」ブランドサイト

<http://suhadanomikata.jp>

※機能性表示食品

届出表示：本品には、SC-2 乳酸菌、コラーゲンペプチド、スフィンゴミエリンが含まれるので、紫外線刺激から肌を保護するのを助ける機能があります。また、肌の潤いを保ち、肌の乾燥を緩和する機能があります。

本品は、事業者の責任において特定の保健の目的が期待できる旨を表示するものとして、消費者庁長官に届出されたものです。ただし、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com/> 担当：山口
TEL：090-2502-5866 / mail：info@trendsoken.com