

春から新生活！第一印象は目で決まる！アイメイクの重要度が判明！

“職場カラコン”は当たり前？4人に1人の働く女性はカラコンを使用

商社・コンサル女子「ビジネス上相手に与える印象がよくなる」に期待

職業別 働く女性の朝とメイク事情調査

～働く女性のモーニングルーティーンやお金事情も公開～

就職や進学などをきっかけに環境が変わる人が多い春。新生活のスタートをきっかけに、イメージチェンジを考える女性は多いのではないのでしょうか。株式会社シード（本社：東京都文京区、代表取締役社長：浦壁 昌広、東証1部：7743）は、全国の20～30代の女性800名を対象に「職業別 働く女性の朝とメイク事情」に関する調査を実施。職業別の朝の時間の過ごし方やメイク事情が浮き彫りになりました。

<トピックス>

- 働く女性の朝の時間の使い方 メイクにかかる時間は平均15分
- 力を入れるパーツ 最も多かったのは「目」で約9割
さらに半数以上が第一印象は目で決まると回答し、アイメイクの重要度が明らかに
- 働く女性のメイクの時短 1位「毎日使う一軍だけ別のポーチに入れておく(37.8%)」、2位「洗顔は“泡”で(21.4%)」、3位「カラコンを使用(21.1%)」
- “職場カラコン”は当たり前？4人に1人の働く女性はカラコンを使用
アイメイク意識の高い商社・コンサル女子は半数以上が週4以上使用！
- カラコンを装用することで気持ちに前向きな変化が？
装用者の5人に1人はカラコンで「自分に自信を持てる」と回答
- 商社・コンサル女子は「ビジネス上相手に与える印象がよくなる」ことに期待！
- 8割以上が「春に挑戦してみたいメイクがある」と回答！春はカラコンデビューにぴったりの季節？

【調査概要】

- 調査日 : 2020年2月4日～2020年2月6日
 - 調査方法 : インターネット調査
 - 調査人数 : 800名
 - 調査対象 : 全国20～35歳の有職女性
- ※一部の数字は、20～35歳の有職女性7,766名のデータを利用

商社・コンサル 女子

・アイメイクに
カラコン入っている人は
91%!

・サークルレンズ/カラコンの
装用理由は
「自分に自信を持つために」
が35%

・交際費には月平均
18,050円
かかっている!



サイトURL : <https://www.seed.co.jp/eyecoffret/special/2020spring/>

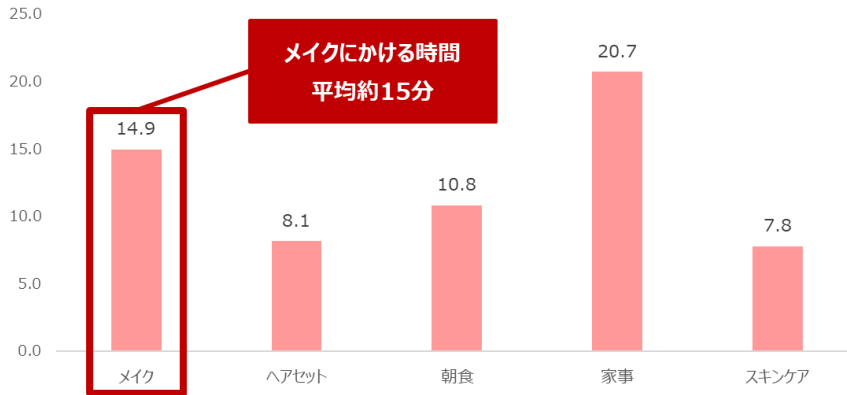
※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【シード調べ】とご明記ください。

■働く女性の朝の時間の使い方 メイクにかかる時間は平均15分

まず、働く女性の朝の時間の使い方について調査。平日（お仕事がある日）、出かける前にかかる準備の時間を聞いたところ、最も時間をかけているのは「家事」で、平均約20分という結果になりました。「メイク」は、「家事」に次いで2番目で、平均約15分と意外にも短時間であることがわかりました。

Q.平日（お仕事がある日）、あなたが出かける前にかかる準備の時間をそれぞれお知らせください。

<SA> n = 800（単位：分）

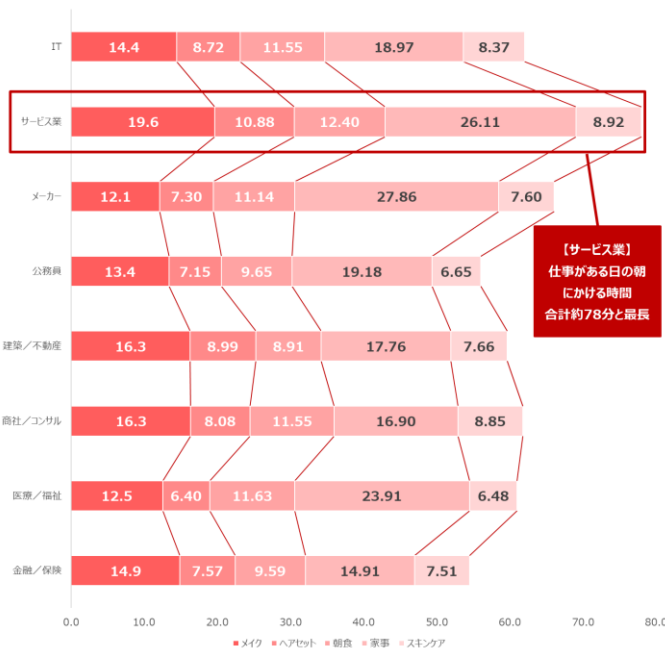


職業別で見てみると、「サービス業」女子がメイクにかかる時間の平均は約20分と、他業種と比べて長いことが判明。さらに、すべての項目において他業種より長く時間をかけており、平日の朝の準備にかかる平均時間は約78分と最長でした。

また、平日のメイクにかかる時間を職業別で比較してみると、最も短いのは「メーカー」で、平均12.1分でした。さらに、「メーカー」女子のうちメイクにかかる時間は0分と回答した、“ノーメイク女子”がなんと10%も存在している、という意外な事実が判明しました。

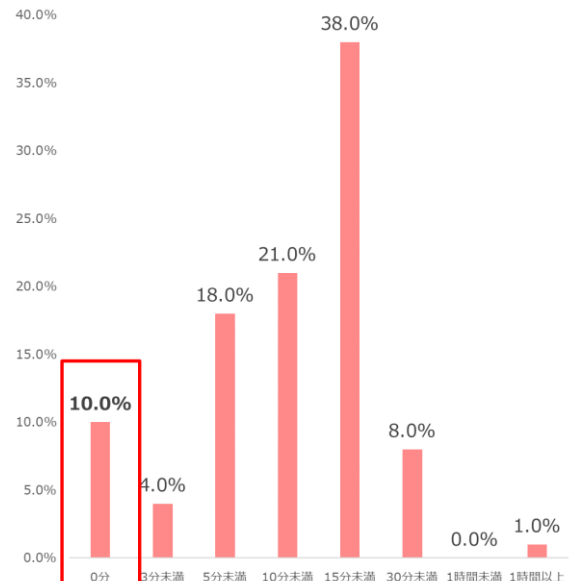
Q.平日（お仕事がある日）、あなたが出かける前にかかる準備の時間をそれぞれお知らせください。

<SA> n = 800（単位：分）



Q.【メーカー女子】平日（お仕事がある日）、あなたが出かける前にかかるメイクの時間をそれぞれお知らせください。

<SA> n = 100（メーカー女子のみ）



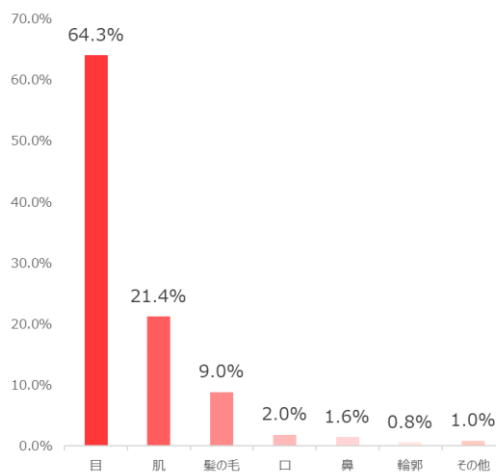
■ 力を入れるパーツ 最も多かったのは「目」で約9割 さらに半数以上が第一印象は目で決まると回答し、アイメイクの重要度が明らかに

普段のメイクで力を入れるパーツを調査したところ、88.4%と多くの女性が「目」と回答。また、初対面の人の第一印象を決める顔のパーツも調査したところ、64.3%と半数以上が「目」と回答し、女性にとってアイメイクは非常に重要であることが明らかになりました。



Q. 初対面の人の第一印象をどの顔のパーツで判断しますか。

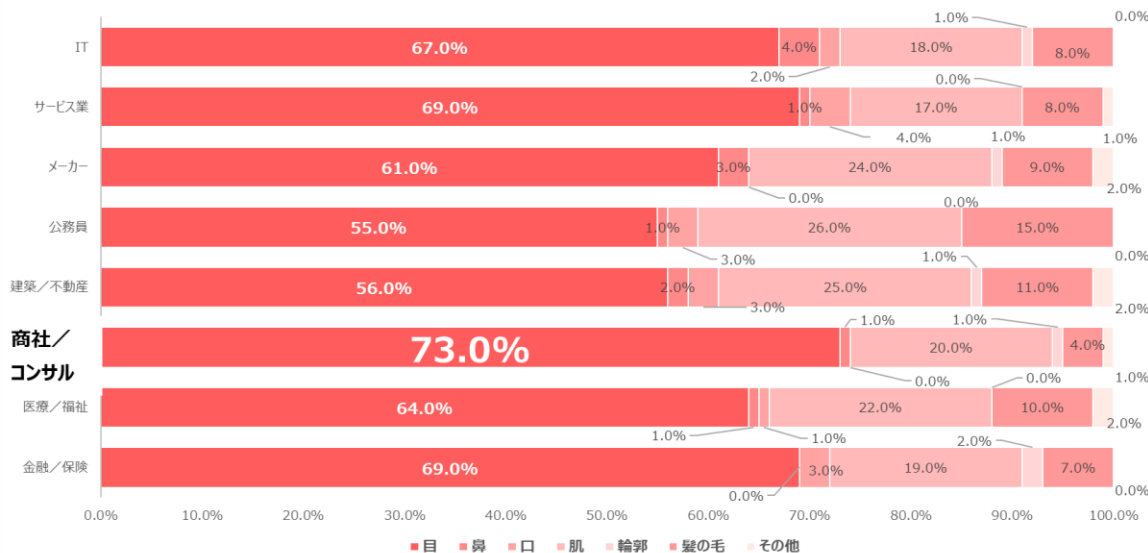
<SA> n = 800



さらに第一印象を決めるパーツの調査結果を職業別でみると、「目」と回答した人が最も多かったのは「商社・コンサル」女子で73.0%と、他業種と比較して最もアイメイクを意識していることが判明しました。

Q. 初対面の人の第一印象をどの顔のパーツで判断しますか。(職業別)

<SA> n = 800



■働く女性のメイクの時短 1位「毎日使う一軍だけ別のポーチに入れておく(37.8%)」、2位「洗顔は“泡”で出てくるものを使う(21.4%)」、3位「カラコンを使用(21.1%)」

続いて、働く女性の忙しい朝の時短テクニックを聞いてみたところ、最も多かったのは「朝ごはんは手軽なものにする(64.8%)」、次いで多かったのは「できることは寝る前にやっておく(59.5%)」でした。

朝の時短テクニックを、メイクについての回答のみに絞って見てみると、1位「毎日使う一軍だけ別のポーチに入れておく(37.8%)」、2位「洗顔は“泡”で出てくるものを使う(21.4%)」、3位「カラコンを使用(21.1%)」となりました。

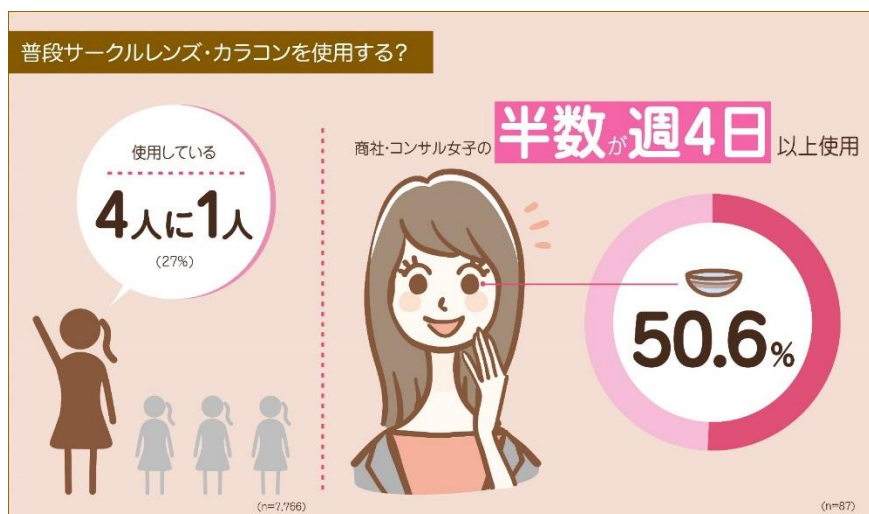
働く女性が積極的に使用している印象があまりないサークルレンズ・カラーレンズですが、イマドキの働く女性は“時短アイテム”のひとつとして活用していることがわかりました。



■“職場カラコン”は当たり前？4人に1人の働く女性はカラコンを使用 アイメイク意識の高い商社・コンサル女子は半数以上が週4以上使用！

イマドキの働く女性の“時短アイテム”として愛用されている、サークルレンズやカラーレンズの装用率を調べてみたところ、なんと働く女性の4人に1人はサークルレンズおよびカラーレンズを装用していることが判明。イマドキの働く女性にとって“職場カラコン”は珍しくないことが伺えます。

なかでもアイメイク意識の高い「商社・コンサル」女子は、半数以上が週4以上とほぼ日常的にサークルレンズおよびカラーレンズを装用していることがわかりました。

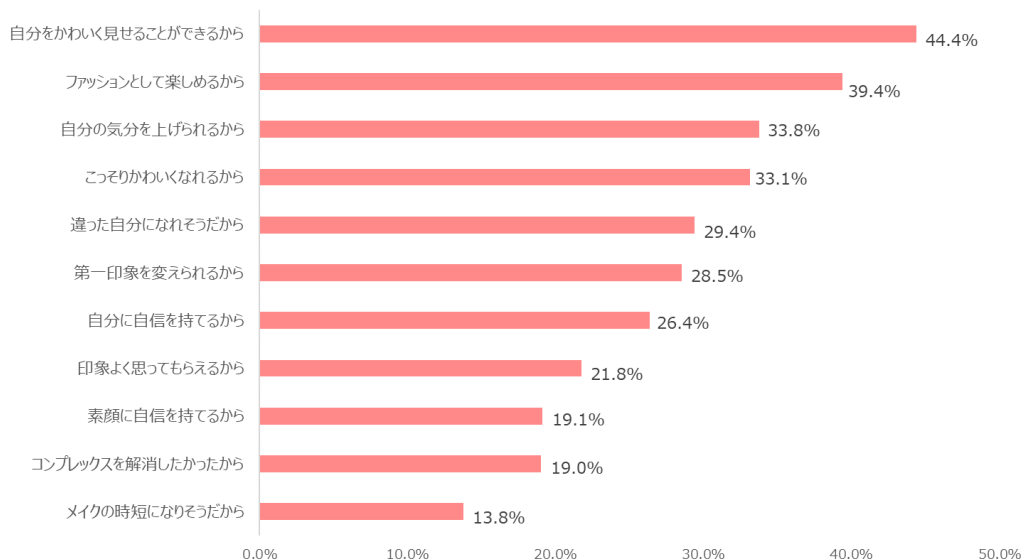


■ カラコンを装用することで気持ちに前向きな変化が？ 装用者の5人に1人はカラコンで「自分に自信を持てる」と回答

意外にも働く女性の装用率が高いサークルレンズやカラーレンズ。働く女性が最初に使いたいと思った理由を調査してみたところ、1位は「自分をかわいく見せることができるから（44.4%）」2位は「ファッションとして楽しめるから（39.4%）」、3位は「自分の気分を上げられるから（33.8%）」となりました。サークルレンズやカラーレンズは、見た目の変化だけではなく、気持ちの前向きな変化にも期待があることが伺えます。

Q.あなたがサークルレンズ・カラーレンズを使用したいと思った理由をお知らせください。

<MA> n = 800



サークルレンズやカラーレンズに期待することとして、「自分に自信を持てる」かどうか0点～10点で答えてもらったところ、10点満点を付けた人の割合は、非装用者が12.3%であったのに対し、装用者は23.0%と約2倍の結果となりました。

サークルレンズ・カラコンを使用すると自分に自信を持てる？

「自分に自信を持てる」に10点満点をつけた人が

2倍

非装用者

12.3%

装用者

23.0%



(n=800)

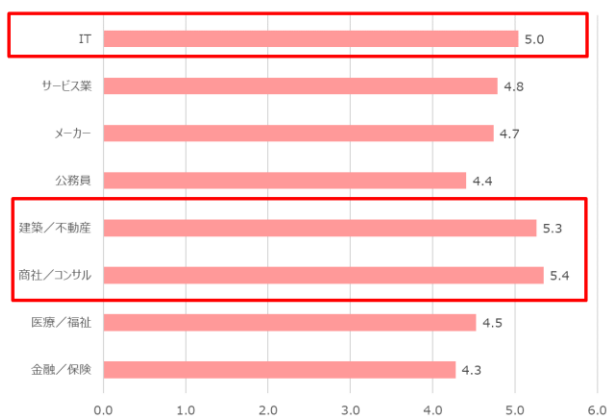
■ 商社・コンサル女子は「ビジネス上相手に与える印象がよくなる」ことに期待！

職業別で見ると、「商社・コンサル」「建築・不動産」「IT」のサークルレンズおよびカラーレンズ使用者は、「ビジネス上相手に与える印象が良くなる」や「仕事がうまくいくようになる」という項目に対して、他業種と比較すると期待値が高いという結果となりました。

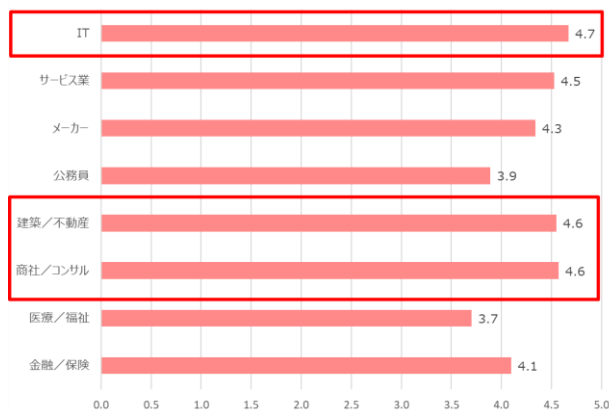
Q.あなたがサークルレンズ・カラーレンズに期待する効果について、点数でお知らせください。

<SA> n = 800 (単位：点)

【ビジネス上相手に与える印象が良くなる】



【仕事がうまくいくようになる】



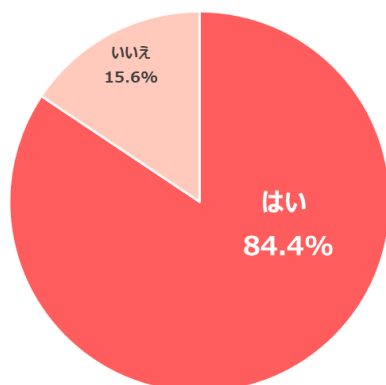
■ 8割以上が「春に挑戦してみたいメイクがある」と回答！ 春はカラコンデビューにぴったりの季節？

2020年春に挑戦してみたいメイクがあるかどうか聞いてみたところ、84.4%と8割以上の女性が挑戦してみたいメイクがあると回答。さらに、メイクの“時短アイテム”としても活用されているサークルレンズやカラーレンズを使用したいタイミングを非装用者に対して聞いてみたところ、進学や就職など含め“春”に挑戦してみたいと思っている人が27.8%という結果となりました。

メイクチェンジをする人が多い春、サークルレンズ・カラーレンズデビューするにはぴったりの季節かもしれません。

Q.この春にチャレンジしてみたいメイクはありますか。

<SA> n = 800



■ 職業別カラコン・メイク事情を発表！

職業別の、サークルレンズ・カラーレンズの装用理由やこの春に挑戦してみたいメイク、お金の使い方などを比較してみると、様々な特徴があることがわかりました。

商社・コンサル 女子

- ・アイメイクに
カを入れている人は
91%!
- ・サークルレンズ/カラコンの
装用理由は
「自分に自信を持つために」
が35%
- ・交際費には月平均
18,050円
かけている!



医療・福祉 女子

- ・この春「大人メイク」に
挑戦したい人は 39%!
- ・サークルレンズ/カラコンを
使おうと思ったきっかけは
約5人に1人が
「メイクの時間短」のため!
- ・68%が
サークルレンズ/カラコンの
ナチュラルさを重視!



メーカー 女子

- ・この春
「あげアニーメイク」に
挑戦したい人は
約5人に1人!
- ・平日 毎月のメイク時間は
平均 12分!
- ・サークルレンズ/カラコンを
使用しようと思ったきっかけは
「恋愛したくなったから」が
3人に1人
- ・64%が
サークルレンズ/カラコンの
うるおいが持続することを重視。



サービス業 女子

- ・この春「カラーメイク」に
挑戦したい人は
約6人に1人!
- ・41%が
サークルレンズ/カラコンで
「やさしい印象になること」
を重視。
- ・サークルレンズ/
カラコン装用率は
約4人に1人!



IT女子

- ・約3人に1人が
「大人メイク」を
している。
- ・約4人に1人が
「泥んこ出てる洗顔」
で 毎日のスキンケア!
- ・サークルレンズ/カラコンを
つけない理由は
約4人に1人が
「こっそり可愛いになれるから」!
- ・食費には月平均
27,870円
かけている!

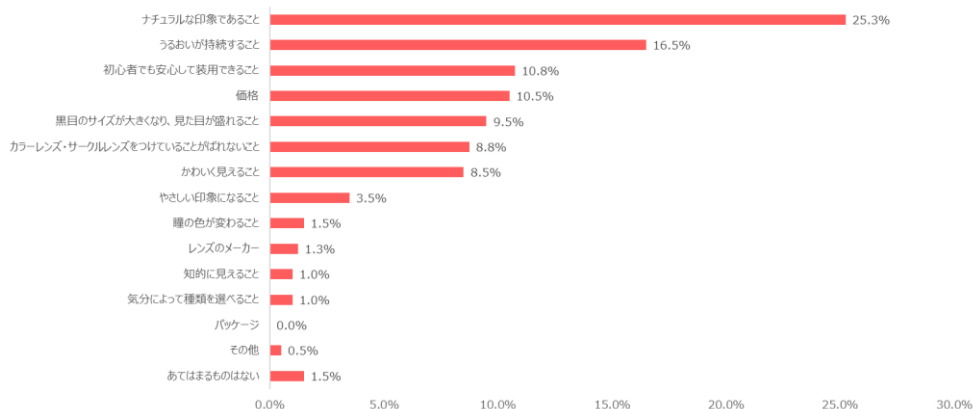


■ 非装用者が重要視するポイント 1位「ナチュラルな印象である(25.3%)」、 2位「うるおいが持続する(16.5%)」、3位「初心者でも安心して装用できる(10.8%)」

非装用者の方に、職場でサークルレンズやカラーレンズを使用する際、どのようなことを重視するかを聞いてみたところ、1位「ナチュラルな印象である(25.3%)」、2位「うるおいが持続する(16.5%)」について、3位に「初心者でも安心して装用できること(10.8%)」がランクイン。カラコンに挑戦してみたいと思っている女性にとって、ナチュラルさやうるおいに加えて「安心感」も非常に重要であることがわかりました。

Q.あなたが職場でサークルレンズ・カラーレンズを使用する際、どのようなことを最も重視しますか。

<SA> n = 400 (非装用者のみ)



※本リリースの調査結果・グラフをご利用いただく際は、必ず【シード調べ】とご明記ください。

イメージコンサルタント谷澤史子氏より、ビジネスでのサークルレンズ・カラーレンズの使い方について

社会人としてのマナーとして、健康的なメイクが必要です。何よりも目元は大切なパーツです。アイシャドウやアイライン、まつげのカーブやボリュームで、目は一段と印象的になります。「目は口ほどにものをいう」というように、(^ - ^) (√) と二つの顔文字を比べた時、前者のほうが心から微笑んでいると判断する人の方が多いです。

アンケートの結果をみると、商社・コンサルに勤める女性がアイメイクに力を入れていましたが、これは彼女たちは多くの方に会うことが多く、知的な清潔感と知性が求められるからです。時間がたつてメイクがよれてしまうと、知的な清潔感や知性までが失せてしまいかねません。その点、黒目を自然に際立たせるサークルレンズであれば時間がたつても印象が変わることがなく、安心です。

また販売職を含むサービス業に携わる方には、ブランドイメージの構築のためにサークルレンズやカラーレンズを活用するのをお勧めします。肌色や頬、口元の色をブランドイメージに合わせるように目の色もメイク感覚で調整してみましょう。お客様があなたのお勧めする言葉に説得力を感じてくれるようになります。

新入社員の方に向けたノーカラコンよりも印象が良く見える方法としては、違和感を感じさせない自然な色かつ、職場の雰囲気や職務の内容に合わせたサークルレンズ・カラーレンズをおススメします。また、職場の制服や好みの服がお似合いになる色ではなく悩んでいる方もいます。そんな時には目の色味を少し変えるだけで印象が変わり、素敵に見えるようになります。

■プロフィール

イメージコンサルタント カラーアナリスト ビジネスマナーインストラクター

muse Branding Academy 代表

1969年生まれ。1990年女子美術短期大学卒業。

独自のメソッドで、OL・ビジネスマンから起業家や政治家まで幅広いニーズに対応したコンサルティングとコーポレートブランディング業務を行い雑誌やテレビ等メディアへの出演も多数。

著書：「仕事は見た目」(あさ出版)「一瞬で好かれる初対面の技術」(すばる舎)

「初対面で相手の心をグッとつかむ 印象は1秒で決まる!」(大和書房) 他



■ 挑戦しやすいナチュラルなサークルレンズ『シード Eye coffret 1day UV M』

サークルレンズやカラーレンズが初めての女性の気持ちに応え、初心者の方でも挑戦しやすいナチュラルなコンタクトレンズがこのたび発売されました。



本ブランドは、2012年7月に好きな色のネイルを塗るように、新しい靴を履くように、日常の中で瞳にちょっとだけステキをプラスできるコンタクトレンズとして発売いたしました。

2018年12月には新たに保存液中にうるおい成分「アルギン酸」を配合した「シード Eye coffret 1day UV M」へリニューアルし、多くの女性からご好評をいただいております。

この度、女性たちの日々のおしゃれに合わせた既存4カラーに、新色「First make」が加わりました。

近年のサークルレンズは、“バレずに・とにかく自然に瞳を大きく見せたい”というニーズへ変化してきており、特に若い女性を中心に、虹彩の縁が瞳になじむ透明感のあるデザインの人気が高まっています。

新色「First make」は、現行品よりもさらに瞳になじみやすい2トーンのドットデザインを採用。これにより、“自然になじむレンズ”という市場のニーズを満たすと共に、新生活のサークルレンズデビューにもぴったりのデザインに仕上げています。

ブランドサイトURL : <https://www.seed.co.jp/eyecoffret/>

【会社概要】

会社名：株式会社シード (SEED Co., Ltd.)

代表：代表取締役社長 浦壁 昌広

本社：〒113-8402 東京都文京区本郷2-40-2

電話：03-3813-1111 (大代表)

ホームページ： <https://www.seed.co.jp>

設立：1957年10月9日

資本金：18億4,128万円 (東京証券取引所市場第一部：証券コード7743)

事業内容：●コンタクトレンズ事業 ●コンタクトレンズケア事業 ●眼鏡事業