

報道関係者各位

～働く女性のアイメイク実態調査～

朝のメイク時間は平均 16.8 分！ 9 割がメイクに対し時短を意識
求められるのは“コスパ”ならぬ“タイムパフォーマンス”

定番のアイライナー、シャドウをおさえ、 メイク必須アイテム第 1 位は「サークルレンズ」に！

これなしでは通勤できない女子が約 6 割も。

日本アルコン株式会社(本社: 東京都港区、代表取締役社長: ジム・マーフィー)は、1日使い捨てコンタクトレンズ「フレッシュルック® デイリーズ® イルミネート™」を対象として、Instagramと連動させた「私らしく×美しく」キャンペーンを12月31日(木)まで実施いたします。このキャンペーンを記念して、「サークルレンズ」*を使用している全国の20代～30代の働く女性を対象に、「働く女性のアイメイクトレンド」に関するアンケートを実施しました。*サークルのフチが入ったコンタクトレンズ。

まずアイメイクの必須アイテムを尋ねたところ、定番のアイライナー、シャドウをおさえ、9割以上が「サークルレンズ」と回答(Q1)。サークルレンズが働く女性にとって、もはやなくてはならないアイテムとして定着していることが浮き彫りとなりました。調査結果からは、「装用時に自分の顔に自信が持てる(Q3)」ことに加え、「朝のメイク時間を短縮したい(Q4:87.3%)」という、働く女性のニーズをサークルレンズが満たしていることが読み取れます。

一方、昨今のオフィスメイクのトレンドは「ナチュラルに見えること」(Q6:66.0%)であるためか、「黒目が大きすぎる」「レンズがズレている」など、65.3%(Q8)が他人のサークルレンズに対する不自然さや違和感を敏感に察知していることが分かりました。

《調査結果ポイント》 *データ詳細はP.4以降をご参照ください。

～メイクアイテムに関する質問～

1. 働く女子のメイクの三大重要アイテムは、アイライナー、アイシャドウをおさえ、サークルタイプのレンズが、第1位に。

サークルレンズ装用で「自分の顔」に対する自信がアップする女性は83.7%！

働く女性に、「普段使用しているアイメイクのアイテム」(Q1)を尋ねたところ、「サークルレンズ」が91.3%と最も高く、「アイライナー」「マスカラ」といった定番アイテムを、「サークルレンズ」が大きく上回りました。また、約6割が「これなしには、会社に行けない」(Q2)と回答しており、サークルレンズはもはやメイクの必須アイテムとしてとらえられていることがうかがえます。

そこで、「サークルレンズ」装用時の「自分の顔」に対する満足度(Q3)を10点満点でたずねたところ、何もつけていない時の自己評価の平均が3.9点と低評価である一方、サークルレンズを装用すると平

均で3.3ポイントもアップし、満足度は7.2点に。全体の83.7%ものユーザーがサークルレンズによって、「自分の顔に対する満足度がアップする」と回答しています。

～メイクの時短意識に関する質問～

2. 時短への意識も高く「メイク時間を短縮したい」という人は約9割

調査によると、働く女性のメイク時間は平均で16.8分という結果に。さらに「メイク」への時短意識(Q4)を聞いたところ、87.3%もの人が時短への意向を示しており、「時短アイテム」として取り入れている具体的アイテム(Q5)として1位に「サークルレンズ」(51.1%)、次いで「つけまつ毛」(20.2%)があがりました。

～メイクのトレンドに関する質問～

3. 6割強の人が、「他人のコンタクトに違和感を覚えたことがある」と回答。サークルレンズに求め条件も“ナチュラルな色で自然に大きく”！

メイク時の仕上がりがイメージ(Q6)は、「ナチュラル」(66.0%)と回答した人が最も多く、「ゴージャス」「盛り系」といったメイクは衰退傾向にあるようです。

このようなトレンドを受けてか、「サークルレンズ」に対して求める条件(Q7)は“ナチュラルな色味で”(70.7%)、“自然に大きく”(66.7%)、“自然にフチになじむこと”(40.3%)という結果に。

一方、「他人のサークルレンズに違和感を覚えた経験」(Q8)があると答えた人は65.3%にもおよび、具体的には(Q9)「黒目部分が大きすぎる」、「レンズのズレ」、「黒目部分のフチどりの違和感」などがあげられました。

自分では気づかなくても、周囲の人はのサークルレンズに対する不自然さは敏感に察知しているようです。サークルレンズの違和感や不自然さ、レンズのズレを感じたら眼科を受診し、自分の目にあったコンタクトレンズを処方してもらいましょう。

【調査概要】

調査時期：2015年7月17日(金)～22日(水)

調査エリア：全国

対象者数：300人

対象者条件：・20-30代有職女性

・週4回以上、職場で「サークルレンズ」(1日使い捨てタイプ)利用者

調査方法：インターネット調査(当社調べ)

【各調査項目の結果】

- ① 働く女性のアイメイク“必須アイテム”第1位「サークルレンズ」(91.3%)、第2位「アイライナー」(61.7%)、第3位「アイシャドウ」(58.7%) (Q1 参照)
- ② 「これなしに通勤できないアイテム」1位は、約6割(58.0%)が支持する「サークルレンズ」(Q2 参照)
- ③ 83.7%の女性が、「サークルレンズ」装用で「自分の顔」に対する自信がアップと回答(Q3 参照)
- ④ 87.3%が「メイク時間の短縮」を意識。「メイク時短アイテム」としても「サークルレンズ」(51.1%)を支持(Q4・Q5 参照)
- ⑤ 働く女性が目指すメイク時のイメージは「ナチュラル」(66.0%)がトップで、「盛り系」は衰退(Q6 参照)
- ⑥ 働く女性に支持される「サークルレンズ」の3大条件は、“ナチュラルな色味で”“自然に大きく”“自然にフチになじむこと”(Q7 参照)
- ⑦ サークルレンズ、65.3%の人は「他人の瞳で違和感をもったことがある」(Q8 参照)
- ⑧ 「他人のサークルレンズ」で気になったことは「黒目部分が大きすぎる」(29.3%)、「レンズのズレ」(25.0%)、「黒目部分のフチどりの違和感」(24.0%) (Q9 参照)

「イルミネート × Instagram

「私らしく、美しくあるために欠かせないアイテム 投稿キャンペーン」実施中

「フレッシュルック® デイリーズ® イルミネート®」が掲げる「私らしく×美しく」というテーマと連動した投稿キャンペーン。自分らしく、美しくあるために欠かせないアイテムやシーンの写真を Instagram に投稿頂くと、抽選でエステ付高級ホテルペア宿泊券などの豪華景品が当たります。キャンペーンサイトでは、「フレッシュルック® デイリーズ® イルミネート®」が瞳を自然に大きく見せるヒミツや、使用頂いたお客様へのアンケート結果を掲載。さらに、人気読者モデルによる投稿写真とメッセージや、メイクアップアーティストによる美容コラムなど、多彩なコンテンツを掲載してまいります。

◇キャンペーンサイト:

<http://www.freshlook.jp/illuminate/cp2015/>

◇応募期間: 2015年9月1日(火)~12月31日(木)

◇キャンペーンに関するお問い合わせ:

キャンペーン事務局 0120-075061

(受付時間: AM9:00~PM5:00 土日祝日を除く)



●「フレッシュルック® デイリーズ® イルミネート®」製品概要

製品名: フレッシュルック® デイリーズ® イルミネート®

製品内容: 1箱30枚入り(片眼30日分)

レンズカラー: ライトブラウン、リッチブラウン、ジェットブラック

価格: オープン価格

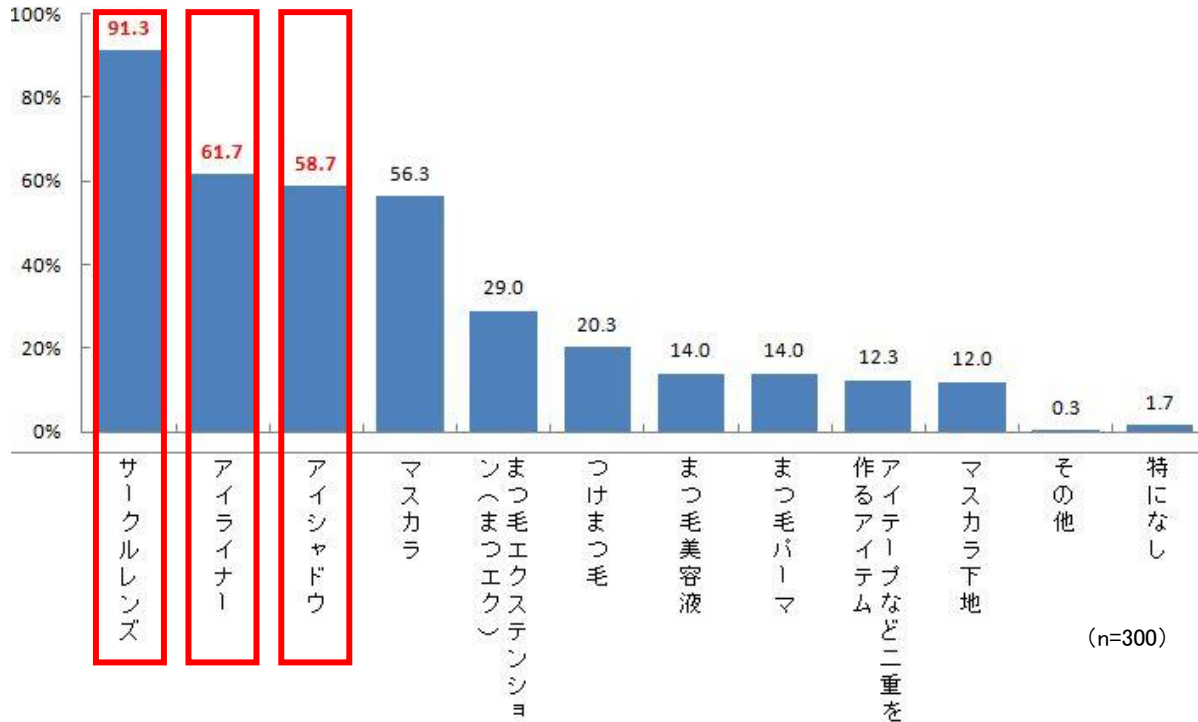
※コンタクトレンズは高度管理医療機器です。眼科医の検査・処方を受けることをお勧めします。

販売名	フォーカス® デイリーズ®	含水率	69%
承認番号	21000BZY00068000	直径	13.8mm
USAN	nelfilcon A	ベースカーブ	8.6mm
構成ポリマー	改良ポリビニルアルコール	中心厚	0.10mm (-3.00D)
着色剤	金属酸化物系着色剤、フタロシアン系着色剤、カルバゾール系着色剤	頂点屈折力	0.00 ~ -6.00 (0.25Dステップ) -6.50 ~ -8.00 (0.50Dステップ)
ソフトコンタクトレンズ分類	グループⅡ (非イオン性・高含水)	デザイン	前面・後面: 球面設計 (トライカーブデザイン)
酸素透過係数 (Dk 値)	26×10 ⁻¹¹ (cm ² /sec)・ (mLO ₂ /mL × mmHg)	製造方法	モールド製法 (ライトストリームテクノロジー)
酸素透過率 (Dk/t)	26×10 ⁻⁹ (cm/sec)・ (mLO ₂ /mL × mmHg)	包装	レギュラーパック 30枚入り ミニパック 10枚入り

《調査結果詳細》

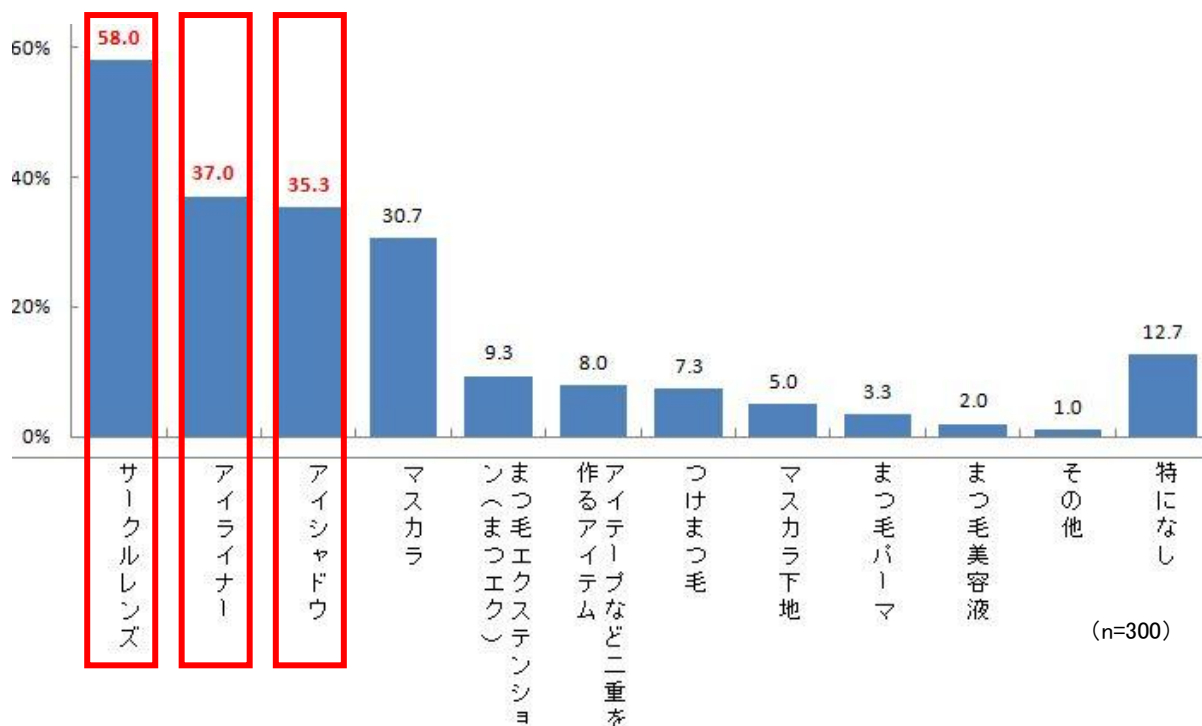
働く女性のアイメイク“必須アイテム”第1位「サークルレンズ」(91.3%)、第2位「アイライナー」(61.7%)、第3位「アイシャドウ」(58.7%)。

Q1. あなたが普段使用している「アイメイク」のアイテム(アイシャドウ、アイライナー、マスカラなど)の中で、「メイク後の自分の印象が良くなる」と思うアイテムにあてはまるものをお選びください。



「これなしに通勤できないアイテム」1位は、約6割(58.0%)が支持する「サークルレンズ」。

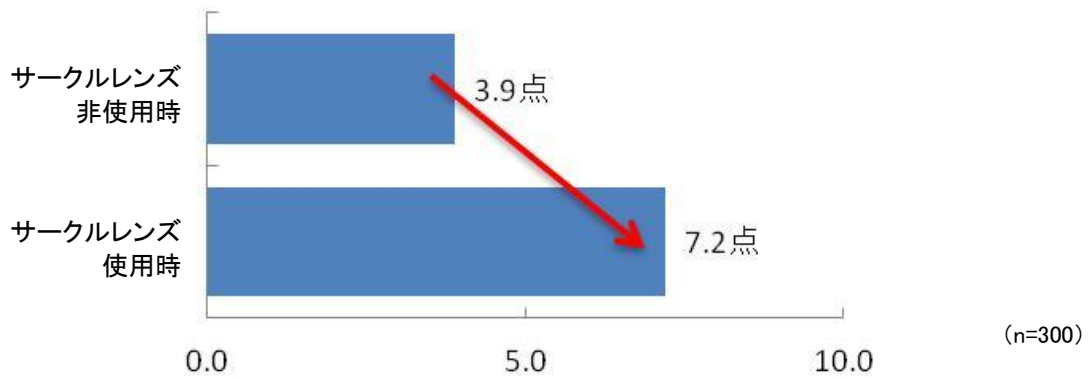
Q2. あなたが普段使用している「アイメイク」のアイテム(アイシャドウ、アイライナー、マスカラなど)の中で、「これなしではオフィスに行けない」と思うアイテムにあてはまるものをお選びください。



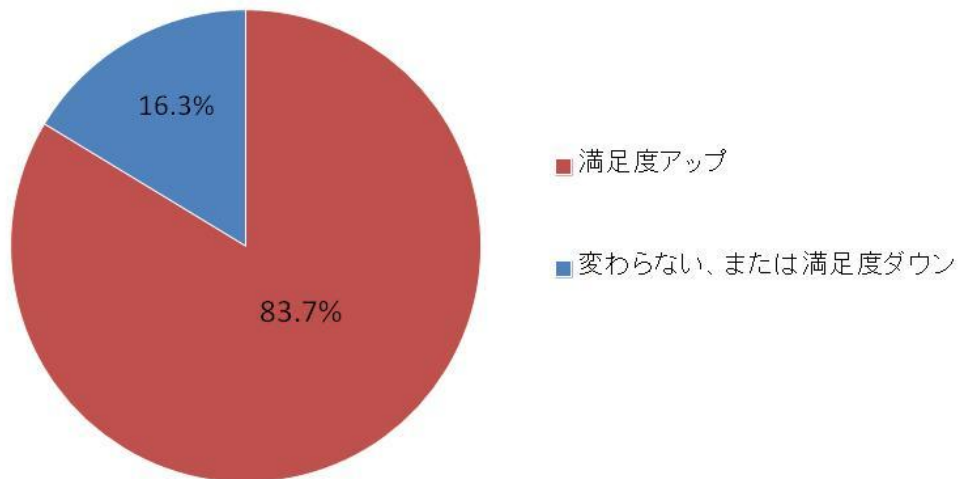
「サークルレンズ」装用で、83.7%の女性の「自分の顔」に対する自信が未装用時に比べアップ。

Q3. 「サークルレンズ」を非使用時と使用時の「自分の顔」に対する満足度を 10 点満点 (最小:1 点、最大:10 点) でお答えください。

⇒ サークルレンズ使用時の満足度 (平均 7.2 点) が高く、未使用 (平均 3.9 点) 平均の時に比べ自信が 84.6%アップ。



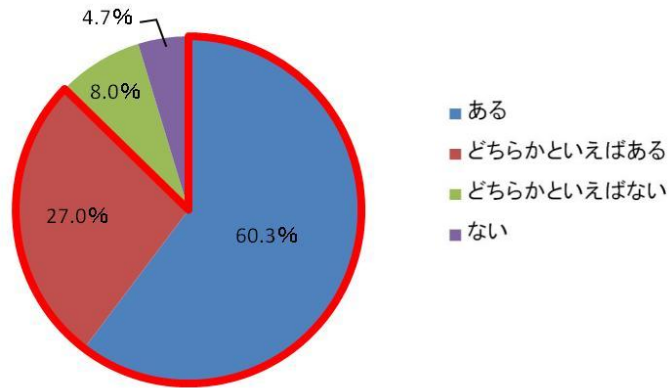
⇒ 「サークルレンズ」使用時に「自分の顔」に対する満足度が高くなる女性は全体の 83.7%。



(n=300)

87.3%が「メイク時間の短縮」を意識。

Q4. あなたが普段、朝(1日のはじめ)のメイクをしている時、もっと「メイク時間を短縮したい」と感じた経験はありますか？

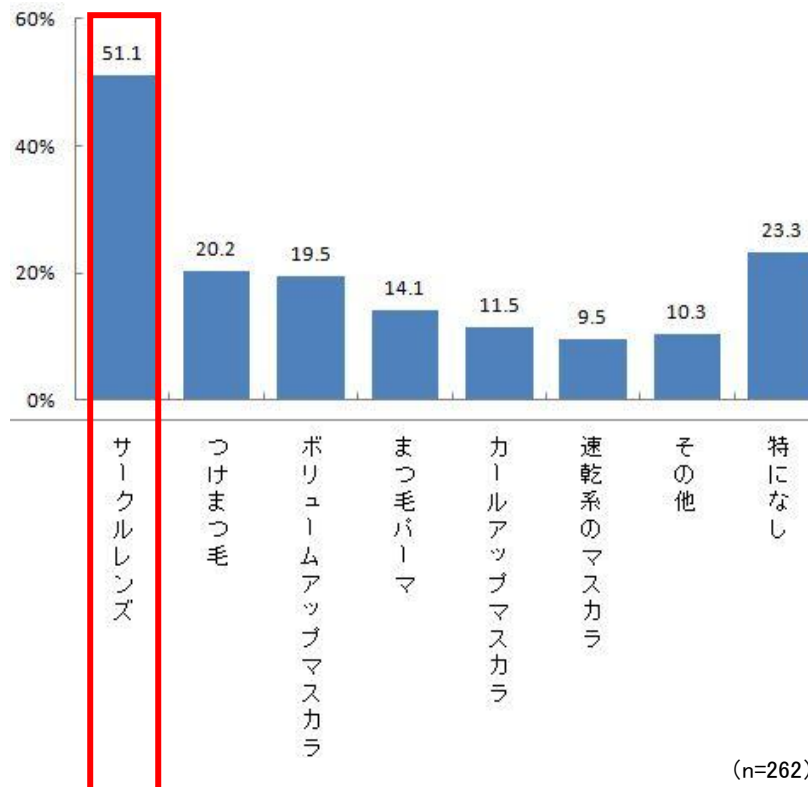


(n=300)

⇒時短志向の働く女子、メイク時間は平均 16.8 分。

「メイク時短アイテム」としても「サークルレンズ」(51.1%)を支持。

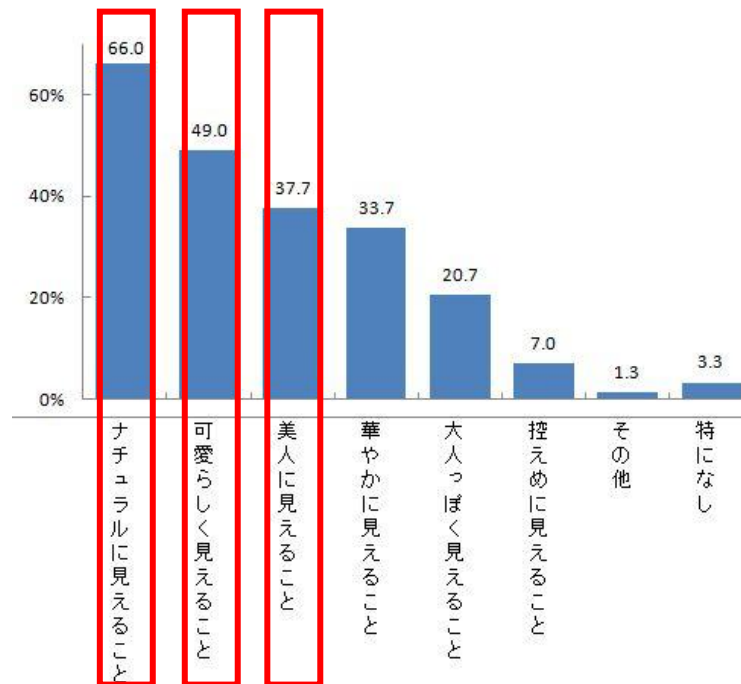
Q5. あなたが「メイク時間を短縮するため」に取り入れている「アイメイク」のアイテムを下記からお選びください。



(n=262)

働く女性が目指すメイク時のイメージは「ナチュラル」(66.0%)、「可愛らしく」(49.0%)が Top2で、「美人」(37.7%)をも上回る結果に。

Q6. あなたが普段メイクをする際に「意識している自分のイメージ」について、あてはまるものを下記からお選びください。

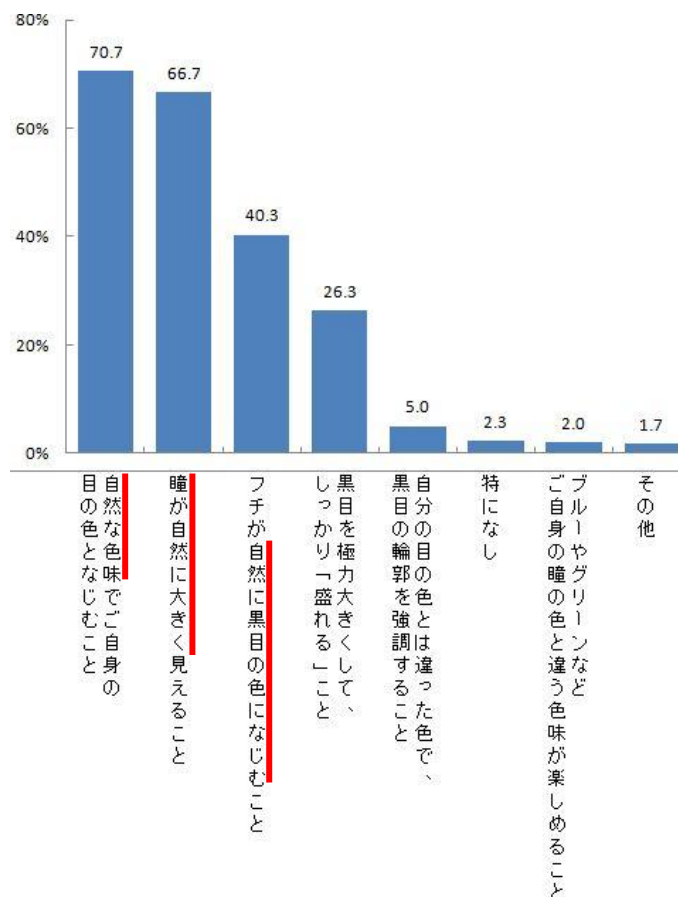


(n=300)

ユーザーの「サークルレンズ」の3大条件は、「ナチュラルな色味で」「自然に大きく」「自然にフチになじむこと」

※「自然な色味」(70.7%)、「瞳が自然に大きく見えること」(66.7%)、「フチが自然に黒目の色になじむこと」(40.3%)と Top3 はすべて“自然”に見えること。

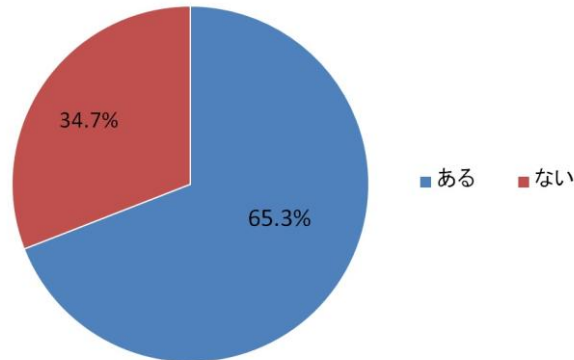
Q7. 「サークルレンズ」に求めるポイントをお選びください。



(n=300)

サークルレンズ、65.3%の人は他人の瞳で違和感をもったことがある!?

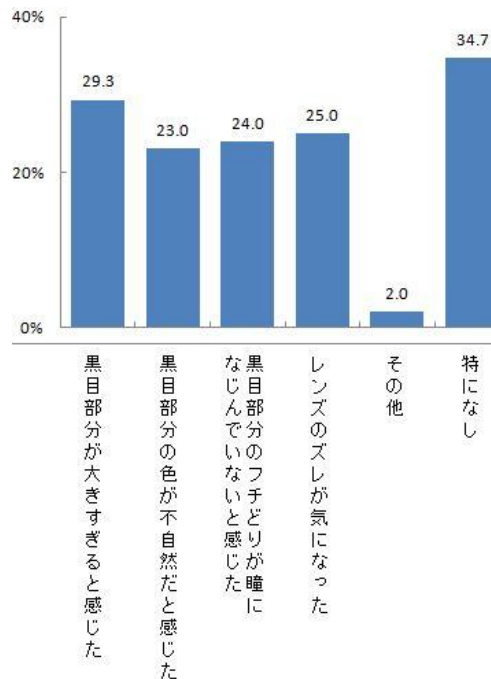
Q8. 同僚や友人など、ご自身と同じように働く女性(自分以外の働く女性)の「サークルレンズの使用」について、過去に違和感をもったことはありますか？



(n=300)

「他人のサークルレンズ」で気になったことは「黒目部分が大きすぎる」(29.3%)、「レンズのズレ」(25.0%)、「黒目部分のフチどりの違和感」(24.0%)。

Q9. 同僚や友人など、ご自身と同じように働く女性(自分以外の働く女性)の「サークルレンズの使用」について、過去に「違和感をもったことがある」ものをお選びください。



(n=300)

About Alcon: 日本アルコン株式会社は、ノバルティスグループのアイケア事業部門を担うアルコンの日本法人です。アイケアにおけるリーディングカンパニーとして、サージカル製品から医薬品、ビジョンケア製品に至るまで、アイケア領域における幅広い製品を提供しています。世界に25,000人のスタッフを有するアルコンは、米国テキサス州フォートワースに本拠を置き、世界75カ国で事業を展開、180カ国の市場へ製品を提供しています。アイケアにおけるグローバルリーダーとして、よりよい視界の提供を通じて、人々の生活の改善に寄与することを使命としています。2014年度、アルコンの世界における売上高はおおよそ108億米ドルでした。

詳細は www.alcon.com をご覧ください