

Summary【10月4日開催：エクストリーマーインタビュー⑩ ～美容意識高いZ世代の若いママの価値観、行動を探る～】



★対象者情報：女性（28歳） 食品会社／食品会社受付(育休中) 既婚子あり(生後5ヶ月)

I. 美容意識の高いZ世代ママの価値観・購買行動

■ お試し、相談は絶対必要！商品の購入はリアルにこだわります

- ・スキンケアもメイク品も購入する時は、実際見たり、試してから買いたい
- ・スキンケア品は高校生の時に相談にのってくれた美容部員さんに今でも毎回相談しながら購入している
- ・スキンケア品を購入しているお店までは30分ぐらいかかる（長いと思わない）
- ・美容に関する情報収集はSNS（インスタ、Twitter）を参考にすが、購入は必ず店舗（参考にしてはいる有名人やインスタグラマーがいる訳ではなく、新しい情報や季節ごとのトレンド情報を参考にしている）

■ 美容にかける時間やお金の制約があっても自分で楽しみを見つけます

- ・育休中に二重の美容整形をしようと計画していた（楽しみにしていた）
- ・今後、子どもにお金がかかるが美容液は高くてもいいものを使い続けたい。それ以外はランクダウンしてもいいかな（既にフェイスパックはプチプラに変更）
- ・メイク品はデパコスのもの、100均もの、値段にこだわらず気になったものを使っている
- ・子どもが寝たあと自分の時間が出来るので、1時間ぐらいお風呂につかる日を作る
- ・情報収集する際、Youtubeは長いからあまり見ない

■ キレイでいることが私のライフワーク！

- ・常に美容関係の新しい情報を収集して、季節ごとの流行に合わせてメイク品を購入する
- ・メイクやスキンケアで自分が変わるし、キレイになるから楽しい
- ・美容は自分がキレイでいつづけるためにこれからも手は抜かない

Ⅱ. 美容に興味を持ったキッカケ～現在に至るまでのエピソード

<p>1つ上のきれいな お姉さんとの 運命の出会い① (小学5年生)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 友達の1歳上のお姉さんが大人びててキレイでオシャレで憧れた。 そのお姉さんの影響でメイクを始める。 ・ お母さんとドラッグストアに行ってメイク品一式を買ってもらった。 ・ メイクの方法は雑誌（ニコラ）を見たり、友達のお姉さんに教えてもらった。
<p>肌荒れ悩みを救ってくれた 美容部員さんとの 運命の出会い② (高校生)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 肌荒れをするようになり自己流でスキンケアを試したり皮膚科に通ったが改善されなかったため、改めてスキンケアを見直す必要を感じて近所の大型スーパーの中にある専門店で相談に行った。 ・ そのお店に比較的年齢の近い美容部員さんと出会い、アドバイスを受けてスキンケア品を変えたところ、肌悩みが改善された。 <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今でも、この美容部員さんがいるお店にスキンケア品を買いに行く ・ スキンケア品が切れたら行く（月に1回程度／片道30分） ・ 毎回、肌状態のチェックをしてくれて相談にもものってくれる </div>
<p>キレイな自分になるために使える お金と時間を手に入れた (社会人)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自由に使える金額も増えて、美容医療やプチ整形、医療脱毛を実行する ・ プチ整形（涙袋ヒアルロン酸）⇒当時、涙袋のメイクが流行っていた。自分でメイクをするのも大変だった為【約8年前】 ・ 脱毛⇒脱毛すると肌がキレイになるのでやりたかった【エステサロンの脱毛が約5年前、医療脱毛は今年から】 ・ 美容医療（ダーマペン）⇒当時肌荒れが気になっていて、金額もそこまで高くなかったのでやった【約5年前】 ・ 丸1日美容に専念する「美容デー」という日を作っていた
<p>美容に使えるお金と時間は減ったけど、大事なところにはお金も掛けて手は抜かない (現在/育休中)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 育休中に二重手術を実行。会社に行かないこの時期を狙って整形を計画していた【3ヶ月前】 ・ スキンケア品は栄養クリームは6万円、美容液は1万円のものを使用しているが、フェイスパックなどはプチプラのものに変わった。

◎ 一番最初の美容との出会い ⇒小学5年生で自分が変わる楽しさ、キレイになる楽しさを知る

◎ 信頼できる人や商品との出会い ⇒高校生で出会った美容部員さんとそのブランドへの信頼が美容への意識と購買意欲の継続に繋がっている