

## アフター5 充実の秘密は「髪」にあり!? ツヤ・香り・まとまり…“髪に自信”で充実度 23.6 倍アップを期待! 一方、メイク直し率 82%に対し、ヘア直し率はわずか 39%!? ヘアオイルでの「オイル直し」で、約 9 割が“もっとアフター5 を楽しめそう”

日本売上 No.1 ヘアオイルシリーズ※を展開する、世界最大規模のビューティブランド「ロレアル パリ」は、女性のヘアケアとアフター5 充実度アップへの期待に関する調査を行いました。（※インテージ SRI 調べ。アウトバスヘアケア内オイルトリートメント市場 2014 年 2 月～2019 年 1 月累計販売金額）

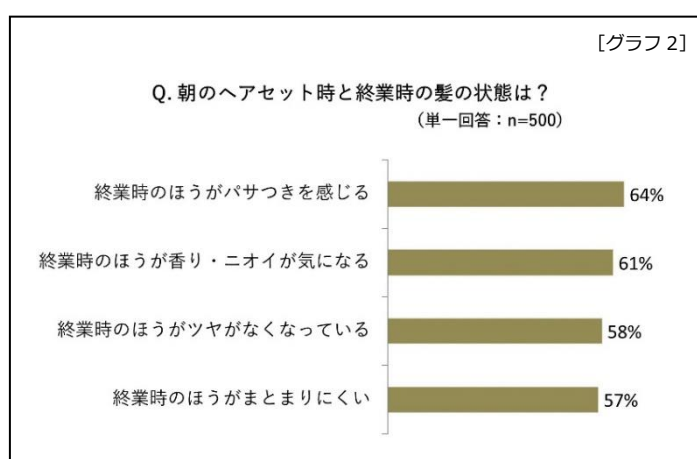
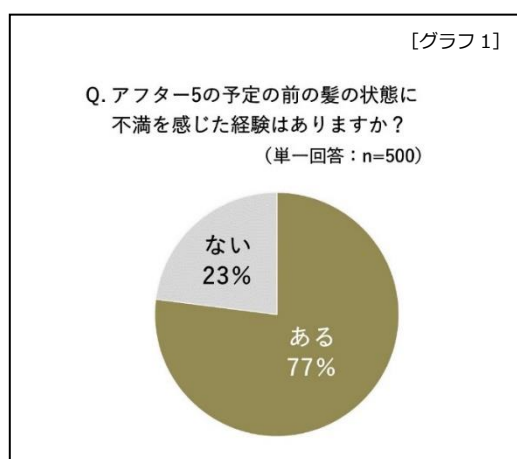
ここ数年で注目のトピックスとなった「働き方改革」、そして「休み方改革」。特に今年 2019 年 4 月は、働き方改革関連法が施行されることで、一部の企業で残業時間の上限を設けられることとなります。まさに、終業後のいわゆる「アフター5」をより楽しめるといえる人が増えるタイミングと言えるでしょう。そこで、今回は 20～30 代の働く未婚女性 500 名を対象に、アフター5 の充実度と髪に関する調査を行いました。その結果、髪のツヤ・まとまりなどが向上するとアフター5 の充実に対する期待度が高まること、さらにヘアオイルを用いたアフター5 前の「オイル直し」に関心があることがわかりました。

### ■調査概要

- ・調査対象：アフター5 に遊びに行く機会が多い 20～30 代有職未婚女性 500 名  
(ヘアオイル使用者 250 名、ヘアオイル非使用者 250 名を抽出)
- ・調査期間：2019 年 2 月 21 日～2 月 25 日
- ・調査方法：インターネット調査

### ◆いざ、アフター5！ その時約 8 割が「髪の状態に不満」を感じた経験あり、特に気になるのは“パサつき”

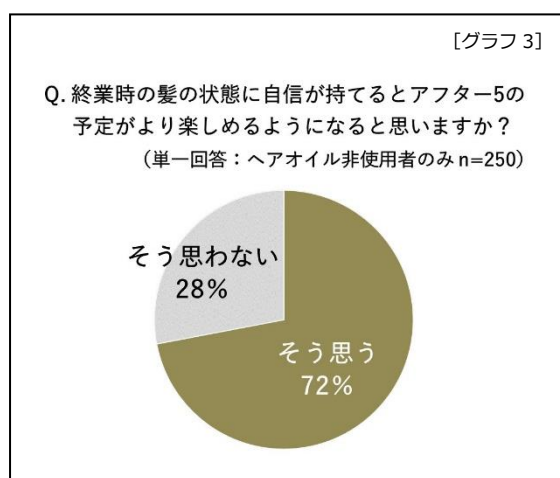
はじめに、デートや飲み会といったアフター5 の予定の前の、終業時の髪の状態について聞きました。その結果、約 8 割が「不満を感じた経験がある」と回答 (77%)。[グラフ 1] さらに、朝にセットした時と終業時の髪の状態を比較すると、終業時の方が「パサつきを感じる」人が 64%、「香り・ニオイが気になる」人が 61%、「ツヤがなくなっている」人が 58%と、髪の乾燥や香りといった要素への不満が高まっていることがわかります。[グラフ 2]



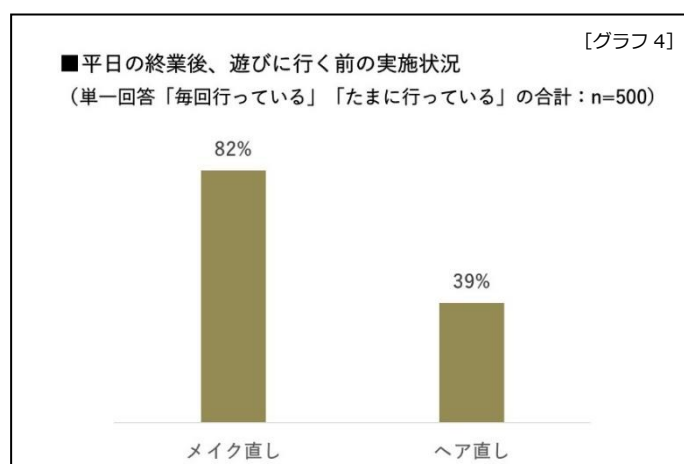
具体的に髪に不満を感じたシーンについては、「朝セットをしても、夕方になると広がったりハネたりしてしまい、気持ちが下がってしまう」(24歳)、「雨や湿気で髪全体が広がってしまって、せっかくのデートなのにテンションが下がってしまった」(33歳)などが挙がり、髪の状態とアフター5を過ごす時の気持ちには大きな関わりがあることがうかがえます。

### ◆髪に自信=アフター5が23.6倍充実!? 一方、ヘア直し率はメイク直しの半分以下

そこで、終業時の髪の状態に自信が持てるとアフター5がより楽しめるようになると思うか聞くと、ヘアオイル非使用者のうち**72%が「そう思う」と回答**。[グラフ3] さらに、「そう思う」と回答した人に髪の各要素について充実度が何倍になると期待できるか聞きました。すると、「ツヤ」では平均15.3倍、「まとまり」では平均15.7倍、「香り」では平均20.1倍、「全体の状態」にいたっては平均23.6倍と、アフター5の充実度アップが期待されていることがわかりました。 [表1]



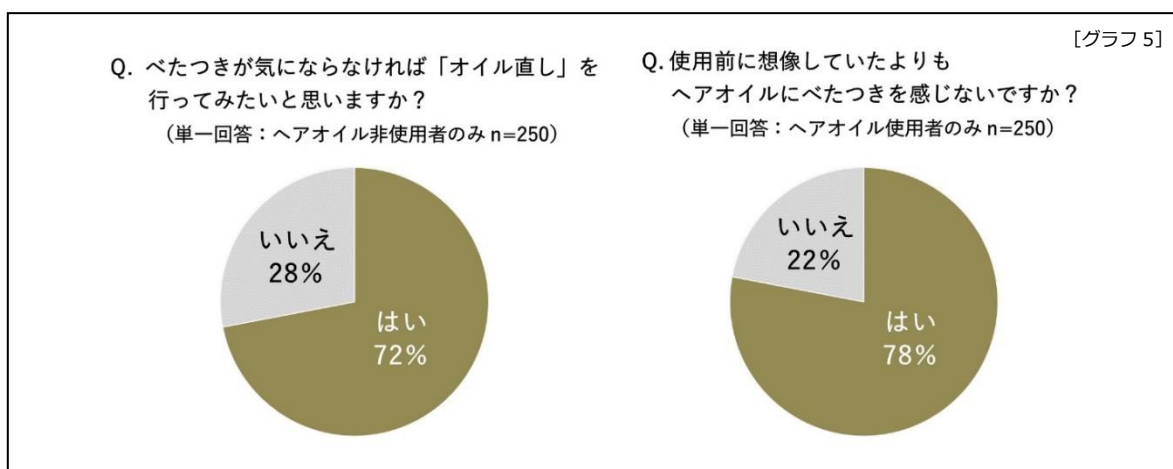
一方で、アフター5の予定の前の行動について聞くと、「メイク直し」実施率が82%であるのに対し、「ヘア直し」実施率は39%と半分以下まで落ち込みます。[グラフ4] アフター5の予定の前には、「メイク直し」はできても「ヘア直し」までは手が回っていない人が多いというのが実態のようです。



### ◆1日お疲れの髪を「オイル直し」！ 7割超が「べたつかなければ、やってみたい」

髪のパサつきをおさえ、まとまり、香りを同時にレベルアップさせたい時にオススメなのが、ヘアオイルを用いた“髪のお色直し”=「オイル直し」です。まずヘアオイル非使用者250名に「オイル直し」を行ってみたいか聞くと、「そう思う」人は52%と半数程度。一方、「べたつきが気にならなければ」と条件をつけて「オイル直し」意向を聞くと、

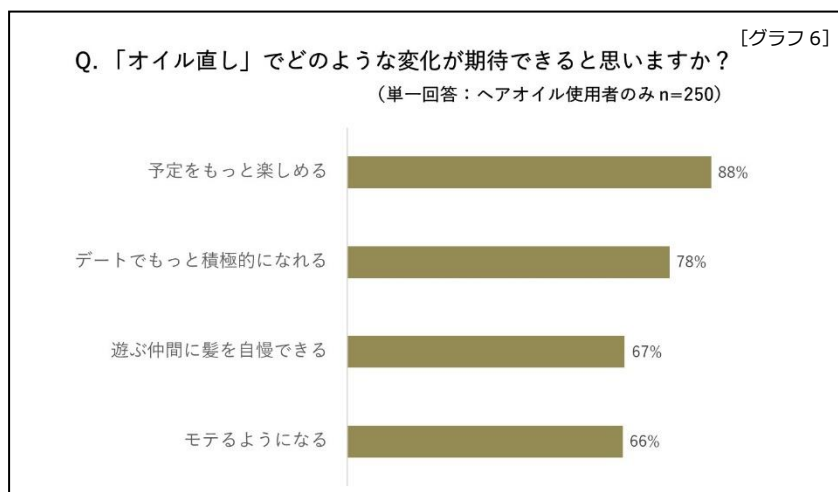
「そう思う」人は72%まで跳ね上がり、「べたつき」がネックだと感じている人が多いことがわかります。しかし、ヘアオイル使用者250名に「べたつき」について聞くと、約8割が「使用前に想像していたよりも感じていない」(78%)と回答しており、非使用者でもべたつきを気にせずヘアオイルを使用できる可能性は高いと言えます。[グラフ5]



また、ヘアオイル使用者にその用途を聞くと「ダメージケア」(96%)だけではなく、「スタイリング」(84%)に使っている人が多数。すでにアフター5の前に「乾燥を感じるので、新たにヘアオイルをつけるようにしている」(39歳)という人も見られました。ヘアオイル使用者は、“オイル直し”習慣を受け入れやすいと言えるかもしれません。

◆ヘアオイル使用者、約9割が「オイル直し」で「アフター5をもっと楽しめる」！

最後に、ヘアオイル使用者に「オイル直し」を行うことで、アフター5にあたりどのような変化が期待できるかについて聞きました。まず、「予定をもっと楽しめる」と考える人は88%と約9割も見られます。さらに、デートの場合は「もっと積極的になれる」が78%、遊びの場合は「遊ぶ仲間に髪を自慢できる」が67%、「モテるようになる」が66%と、様々なシーンで「オイル直し」がプラスに働きそうなことがわかります。[グラフ6]



今回の調査で、多くの女性が髪の状態に自信が持てるとアフター5の予定もより楽しめそうと期待している一方で、「メイク直し」に比べて終業後に「ヘア直し」を行っている人はまだ少ない実態がわかりました。また、そんな女性の悩みを解決する「オイル直し」を、多くの女性が行ってみたいと考えていることも明らかになりました。

## ◆製品概要

髪の「オイル直し」にオススメできるのが、「ロレアル パリ」のヘアオイル「エクストラオーディナリー オイル」シリーズです。べたつきにくく手軽に、パサつき、ツヤ出しに、香りづけに、様々な要望に応えるラインナップを展開しています。メイクポーチに収まるサイズのミニボトルも発売されているので、これからもっとアフター5 を楽しみたいと考える方は、ぜひ“運命の1本”を見つけてみてください。

商品画像	商品特徴
	<p><b>エクストラオーディナリー オイル エクストラ リッチ フィニッシュ</b>            (販売名：ロレアル パリ エルセーヴ エクストラ オイル EX R)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・6種のフラワーオイリーエクストラクト<sup>*1</sup>配合                濃密なうるおいで、上質にまとまる光輝あふれる美髪へ                オリエンタルサニーの香り</li> </ul> <p><small>*1 ハス花エキス、ガーデニアアタヒテンシス花エキス、カニナバラ花エキス、アマ花エキス、カミツレ花エキス、ヒマワリ油</small></p> <p>価格：100mL 1,900 円(税抜) / 30mL 900 円(税抜) ※メーカー希望小売価格</p>
	<p><b>エクストラオーディナリー オイル エクラアンペリアル 艶髪オイル</b>            (販売名：ロレアル パリ エルセーヴ エクストラ オイル エクラアンペリアル オイル)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フレンチローズ オイル<sup>*2</sup>配合                まばゆいほどの艶と濃密なうるおいを                魅惑的なローズの香り</li> </ul> <p><small>*2 カニナバラ花エキス (保湿成分)</small></p> <p>価格：100mL 1,900 円(税抜) / 30mL 900 円(税抜) ※メーカー希望小売価格</p>
	<p><b>エクストラオーディナリー オイル ボタニカル オイル</b>            (販売名：ロレアル パリ エルセーヴ エクストラ オイル ボタニカル オイル)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ラベンダーとオレンジピールのボタニカルオイル<sup>*3</sup>配合                うるおい、健やかな美髪へ                外部からの乾燥、湿気、熱などのストレスから髪を守り、バランスよく整える</li> </ul> <p><small>*3 オレンジ果皮油、ラベンダー油 (保湿成分)</small></p> <p>価格：100mL 1,900 円(税抜) / 30mL 900 円(税抜) ※メーカー希望小売価格</p>

**ロレアル パリについて** <https://www.lorealparisjapan.jp/>

フランス・パリ発祥のロレアル パリは、1909 年に化学者が発売したヘアカラー製品からその歴史をスタートした世界最大規模のビューティーブランド。現在ではヘアケア、ヘアカラー、メイクアップ等の分野へ領域を広げ、世界100 カ国以上で展開される「トータル ビューティーブランド」へと発展し、世代や人種を問わず世界中の女性へ、トレンドや多様な美を提案し続けています。1997 年よりカンヌ国際映画祭、2016 年よりパリファッションウィークのオフィシャルメイクアップパートナー。