

**日本ロレアル「PROTECT from UVA」プロジェクト**  
**－ 現代女性の紫外線対策(UVA)に関する意識と実態調査 2011 －**  
 もはや、当たり前の紫外線対策。ただし、対策の中身では差がクッキリ。  
**UVA防御では、屋内(インドア)対策で差がつき、決め手は『窓際対策』? !**

世界最大の化粧品会社ロレアルグループ(本社:パリ)の日本法人である日本ロレアル株式会社(本社:東京都新宿区 代表取締役社長:クラウス・ファスベンダー)の「PROTECT from UVA」では、全国の18~81歳の女性計747名を対象に、「UVA(紫外線A波)に関する意識と実態調査」を4月下旬に実施しました。

「PROTECT from UVA」(www.nihon-loreal.jp/uva/)とは、70年以上にわたるロレアルグループの「紫外線と肌」に関する研究を基盤として、日本ロレアルが、紫外線についての正しい知識と適切なケア方法を伝えるために2011年4月より始動させたプロジェクトです。肌に影響を及ぼす紫外線は、UVA(紫外線A波)とUVB(紫外線B波)に分けられますが、UVAは地表に届く全紫外線のうち約95%を占め、雲や窓ガラスを通して屋内にまで降り注ぐばかりか、シミだけでなくシワやたるみの原因ともなり、肌の老化を促進させる一因となっています。はたして、日本の女性たちは、この事実を理解して対策を講じているのでしょうか。日本ロレアルでは「PROTECT from UVA」プロジェクト始動にあたり、日本女性のUVA対策の意識と実態を調査しました。

今回の調査結果から、女性の90%が何らかの紫外線対策を実施しており、もはや女性たちにとっては紫外線対策が常識となっていることが伺えます。ただし、その対策の頻度や場面・内容には、かなりのバラつきがあることもわかりました。本調査の主な結果は以下の通りです。

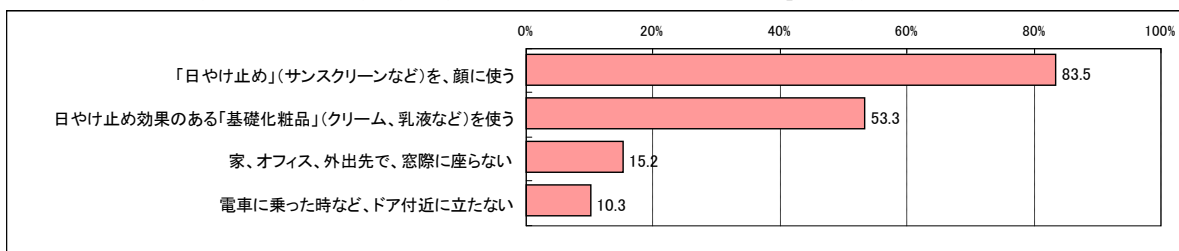
**I. 紫外線対策にはバラつきがあり、UVAケアに不可欠な屋内(インドアケア)は30%にとどまる。**

いつ対策を行っているのか? 必ず対策を行う場面を聞いたところ、屋外(アウトドア)での場面は軒並み70%を超えています。光老化の要因となるUVAをケアするために欠かせない屋内(インドア)での対策ができている人は約30%にとどまっています。

**II. 紫外線対策の内容についても個人差がクッキリ! 徹底してUVAを避ける「窓際ケア」は10~15%が実施。**

具体的な対策の内容について聞いたところ、「日やけ止め(サンスクリーンなど)を顔に使う」(83.5%)に対して、「日やけ止め効果のある基礎化粧品(クリーム、乳液など)を使う」(53.3%)など、使い方にも差があることが伺えます。また、「窓際に座らない」(15.2%)「電車で窓際に立たない」(10.3%)など、紫外線の中でも窓ガラスを通過してくるUVA波を徹底回避する「窓際対策」まで行っている人がいることもわかりました。

※下記グラフは図2「実際に実践している紫外線対策はどのようなものですか?(いくつでも)」より抜粋



**III. 紫外線対策のレベル差の要因として「光老化」等についての理解不足があると推察される。**

広く行われている紫外線対策ですが、屋外対策に留まっている人から、屋内、さらに窓越し対策まで、レベルにバラつきがあります。その背景には「UVAによる肌の老化」等、紫外線と肌の関係についての理解不足が影響しているようです。

## I. 紫外線対策 その頻度と場面について

屋外での紫外線対策は70%超。しかし、UVA ケアに不可欠な屋内(インドア)対策は31.5%にとどまる。

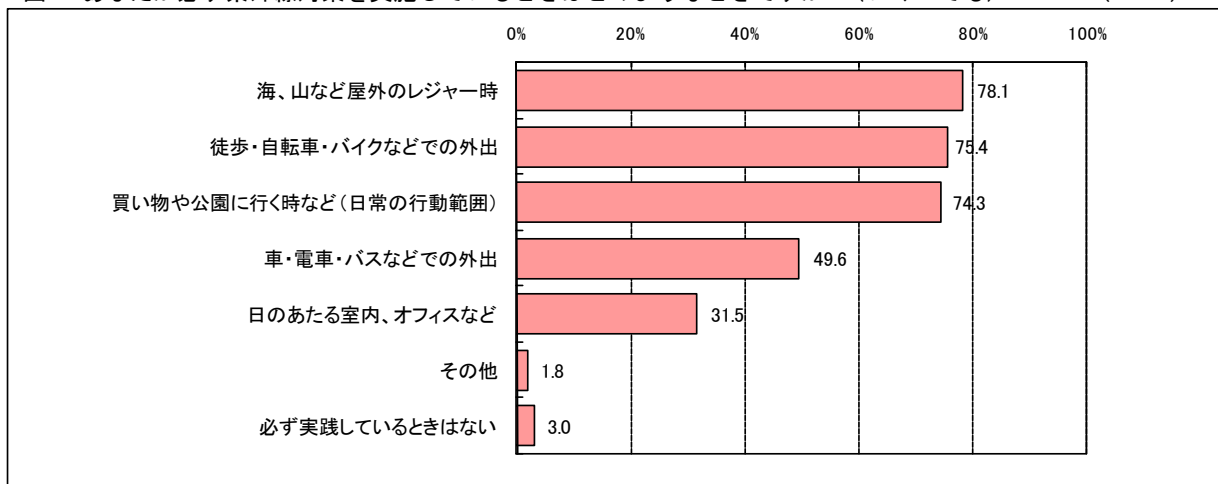
紫外線対策を行っている頻度を聞いたところ、「毎日実施している人」(26.1%)、「だいたい(週4~5日)実施」(29.7%)、「たまに(週2~3日)実施」(17.1%)、「週1日以下」(17.0%)とかなりバラつきがあることがわかりました。「全く実施しない」が10%でした。

さらに、必ず対策を行っている場面を聞いたところ、「海や山など屋外のレジャー時」(78.1%)や「買い物や公園に出かける時」(74.3%)など、屋外での日差し対策はかなり広く実施されています。しかし、屋内での対策となると「日のあたる室内・オフィスなど」(35.1%)と実施者は半減します。

移動時についての「徒歩・自転車・バイク」(75.4%)に対して、「車・電車・バスでの移動時」(49.6%)と、ここでも紫外線対策が屋外中心であることが伺えます。

9割の女性が行う紫外線対策ですが、屋外対策に留まっている人が大半で、窓ガラスを通して肌に到達すると言われる **UVA から肌を守るための屋内外を問わない積極的な対策**を実施できている人は30%程度であることがわかりました。

図1: あなたが必ず紫外線対策を実施しているときはどのようなときですか？(いくつでも) (n=672)



## II. 紫外線対策 その内容について

日やけ止め効果のある基礎化粧品 53.3%、さらに徹底してUVA を避ける「窓際ケア」は10~15%が実施。

次に、対策の内容について聞いてみると、「日やけ止め(サンスクリーンなど)を顔に使う」(83.5%)が最も多く、誰もが行う基本的な対策であることが伺えます。一方で、「日やけ止め効果のある基礎化粧品(クリーム、乳液など)を使う」(53.3%)も過半数を超えています。

【同じく50%前後の実施率は「日陰を歩く」(54.6%)、「帽子・サンバイザーをかぶる」(53.0%)となり、屋外中心ながら、過半数が積極的に紫外線対策に取り組んでいることがわかります。】

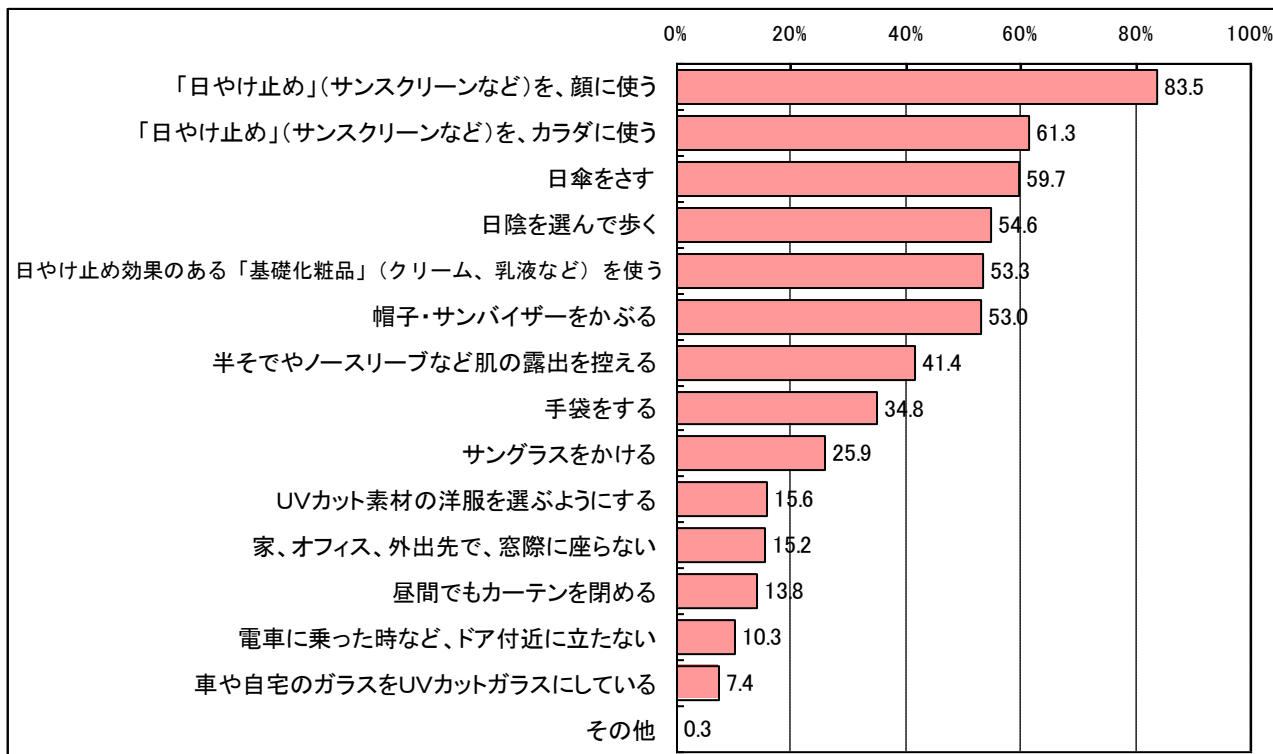
注目すべきは、「窓際に座らない」(15.2%)「電車で窓際に立たない」(10.3%)など、窓越しのUVA波までを徹底して避けている「窓際ケア」を実施している人たちが少なからずいることです。**UVAは、地表に届く全紫外線のうち約95%を占め、照射量が多く浸透力が高いことが特徴です。雲や窓ガラスも通して肌の奥まで到達し、肌の老化の特長であるシワ、シミ、たるみにもつながってしまいます。**

「窓際」は、中高年男性ビジネスマンだけでなく、美肌意識の高い女性たちにとっても回避したい場所となっているようです。

【※同じく10%～15%の実施項目は、「昼間でもカーテンを閉める」(13.6%)、「UVカットの洋服を選ぶ」(15.6%)などです。】

図2：実際に実践している紫外線対策はどのようなものですか？（いくつでも）

(n=672)



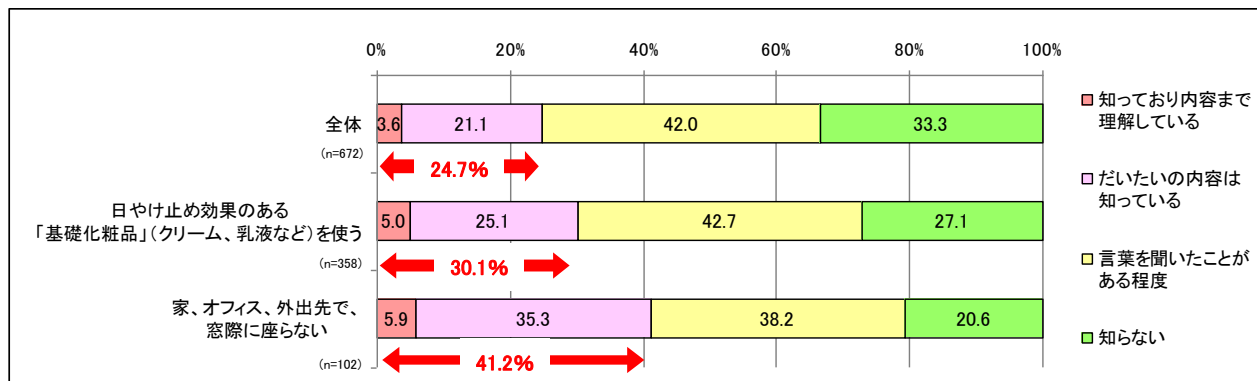
### Ⅲ. 紫外線対策 まとめとして

紫外線対策でも個人によってレベル差があり、その要因に「光老化」等についての理解不足が影響している。

ご覧のように、一概に「紫外線対策」と言っても、対策を行う場面や対策の中身で、かなり個人差があることがわかりました。

一方で、今回の調査では「UVAとUVBの違い」や「光老化」についても質問をしていますが、残念ながら全般的にその理解度は低く、この理解不足が、紫外線対策のレベル差に影響していることが推察されます。この調査結果を踏まえて、私たち「PROTECT from UVA」では、「UVAによる光老化」についての啓発活動をさらに推進していく必要があると考えます。

図3：「紫外線A波(UVA)と紫外線B波(UVB)の違い」についての認知・理解と実施レベルの相関



## 「PROTECT from UVA」プロジェクトとは

---

ひとりでも多くの人に UVA の最新の知識を伝えることを目的に、2011 年 4 月より、日本ロレアルがスタートさせたプロジェクト ([www.nihon-loreal.jp/uva/](http://www.nihon-loreal.jp/uva/)) です。70 年以上にわたるロレアルグループの研究を背景に、正しい知識とケア方法を伝え、すべての女性の肌を光老化から守りたいという決意のもとに生まれたプロジェクトです。プロジェクトのミッションは日本女性の美しい肌を守ること。今後も、ロレアルグループの紫外線研究の中で見出された UVA と肌にまつわる様々な情報を発信していきます。

### 【調査概要】

- 調査主体 : 日本ロレアル株式会社／PROTECT from UVA
- 調査方法 : インターネット調査
- 調査時期 : 2011 年 4 月下旬
- 調査対象 : 全国の 18～81 歳の女性 計 747 名

\* \* \*

### 日本ロレアルについて ([www.nihon-loreal.jp/corp/](http://www.nihon-loreal.jp/corp/))

世界最大のフランスの化粧品会社ロレアルグループの日本法人である日本ロレアル株式会社は、1963 年から事業を開始し、1996 年に日本ロレアル株式会社として設立されました。2,200 人の従業員を擁し、化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。現在、「ランコム」「シュウ ウエムラ」「キールズ」「イヴ・サンローラン」「ロレアル パリ」「ロレアル プロフェッショナル」「メイベリン ニューヨーク」など、17 のブランドを展開しています。また、ロレアルグループの 3 大創造拠点の一つとして、「日本ロレアル リサーチ&イノベーションセンター」(川崎市高津区)を置き、日本、アジア、グローバル向けの製品開発を行っています。