

11月11日は「ネイルの日」

2015年度 ビジネスシーンにおけるネイル意識調査

- ・ 全職場で好感度の高い指先は“ケア&シンプルネイル”
 - ・ 飲食店や接客シーンで約半数が「働く人の爪」に悪い印象を持った経験
 - ・ 20代男子、4人に1人は身だしなみの一部としてネイルもケア
- 働く男女と管理職 計1,250名に調査**

NPO法人 日本ネイリスト協会（略称：JNA、東京都千代田区／理事長：滝川晃一）では、11月11日の「ネイルの日」に向けて、全国の20代から50代の働く男女1,000名と管理職250名の計1,250名を対象に「ビジネスシーンにおけるネイル意識調査」を実施しました。

この調査を通じて、ビジネスシーンでは、“ネイルケア*1”をしていない状態の悪い爪や、派手すぎる“ネイル・ネイルアート*2”に対してネガティブな印象を持った経験のある人が4割以上おり、しっかりと“ネイルケア*1”を行っている爪や、落ち着いた色味のシンプルなネイルに対しての好感度が高く、職場でのイメージアップに繋がることが判明しました。さらに、6割近くの管理職が、職場でのネイルは以前と比べて寛容になってきていると感じており、ネイルが身だしなみの一部としてビジネスシーンでも受け入れられ、今後さらに広がっていくことが示唆される結果となりました。

*1 ネイルケア：爪の長さを整える、甘皮を処理する、爪の表面を磨くなど、指先を整えるケアのこと。

*2 ネイル・ネイルアート：カラーリング、ジェルネイル、アートなどで、爪をおしゃれに飾ること。

【調査結果 概要】

ネイルケアをしていない指先はイメージダウンに！「ケア&シンプル」が好印象のカギ

ビジネスシーンで最も支持率の高い女性の指先は、「ネイルケア&シンプルネイル（85.4%）」で、男性の場合も、ネイルケアや磨いたクリアな爪が44%と、男女ともに、職場ではきちんとケアをしている爪や、落ち着いた色味のシンプルなネイルに対して良い印象を持たれることがわかりました。さらに、名刺交換や会食、接客時など様々なビジネスシーンにおいて、相手の指先に悪い印象を持ったことのある人は約4割（42.8%）おり、部下を持つ「女性管理職（55.2%）」や「宿泊業（52.6%）」、「飲食サービス業（54.1%）」に従事している人たちが、特に厳しい目線で相手の指先をチェックしている傾向が見られました。この結果から、身だしなみや清潔感など、見た目の印象が大切となるビジネスの現場では、きちんとケアをした指先がイメージアップに繋がることがうかがえます。

ネイルの自由度が高い「デスクワーク」、許容範囲の低い「サービス業」

では、実際に職場でどのようなネイルが許容されているのかを聞いてみると、約半数の人が「短く切りそろえた素の爪（50.6%）」と回答し、ネイルケアに対する好感度が高かったことに対して、職場での現状はまだまだネイルに対しての許容度が低いということがわかりました。さらに、カラフルでネイルアートを施したデザイン性の高いネイルが許容されている割合の高い職種は、1位が「事務職」、2位が「専門・技術職」とデスクワークの人に多い一方で、最も許容度の低い職種は「サービス職」という結果となり、接客するシーンの多い職場においては、いわゆる“派手”に見えるデザイン性の高いネイルは認められていない傾向であることがわかりました。

きちんとネイルケアをした指先は管理職にも好印象。管理職自身もネイルケアに熱心。

さらに、管理職の6割（65.2%）が、以前に比べて職場でのネイルケアやネイルが寛容になっていると感じており、特にネイルケアをしている社員に対しては、1位「身だしなみがきちんとしている（41.6%）」、2位「清潔感がある（32.0%）」、3位「オシャレ（24.8%）」と全体的に良い印象を持っていることがわかりました。また、女性管理職は半数以上（52.0%）が常にネイルケアやネイルを施しており、男女を通して「ネイルサロンに通っている（34.7%）」人が3割以上と、管理職自身が指先のケアに熱心なことがうかがえます。

男性もネイルケアは当然の時代に？！20代男子、身だしなみとして4人に1人がネイルケア。

男性の指先について見てみると、ビジネスシーンでの許容範囲は1位が「磨いたクリアな爪（43.4%）」、2位が「ネイルケアをしている爪（42.0%）」と、甘皮処理や爪を磨くなどのネイルケアが4割以上の職場で許容されているようです。特徴的だったのは20代の男性で、4人に1人（25.8%）がネイルケアを取り入れており、そのうちの3割以上（34.3%）が、ネイルを「身だしなみを整える」指先のケアと捉え、特に指先への意識が高い世代であることがわかりました。

【調査結果詳細】

職場では、短く切りそろえただけの素の爪でいる人が大多数。一方、管理職女性や40代男性は指先への意識が高く、ネイルサロンでケアをしている人も。

働く人の指先についての現状を聞いたところ、ネイルケア（13.9%）、ネイル・ネイルアート（4.4%）、そして両方を行っている（6.9%）と、爪に何かしら施していると回答した人は2割程度にとどまる一方、どちらもしていない（74.8%）人が75%近くにのぼり、大多数の人が爪を短く切りそろえるのみで、甘皮の処理や爪を磨くなど指先のお手入れまでしっかりと行えていないことがわかりました。

ネイルケアやネイル/ネイルアートをしている指先への意識が最も高いのは20代女性で、半数以上（55.3%）がネイルケア（23.5%）やネイル・ネイルアート（14.4%）、または両方（17.4%）を行っていました。一方で、年齢層の高い女性管理職の半数以上（52%）もネイルケア（23.2%）、ネイル・ネイルアート（12%）、または両方（16.8%）を行っており、指先への意識が高いことがわかりました。

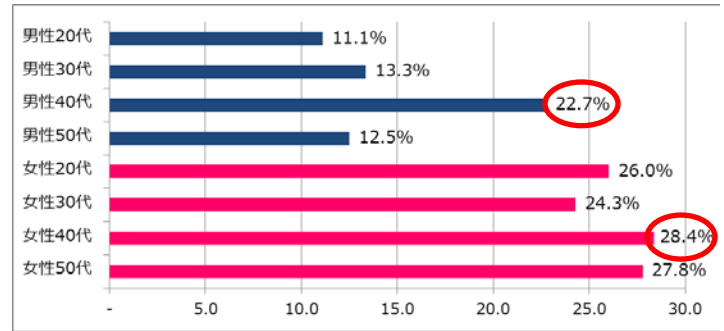
普段ネイル全般についてどのように行っているかという質問に対しては、「自宅で自分自身で行っている（81.3%）」、次いで「サロンへ通って行っている（24.4%）」「家族にやってもらっている（5.1%）」という順で、セルフネイル派が最も多数という結果になりました。しかし、世代別で比較をしてみると、40代の男性（22.7%）と女性（28.4%）が共に「サロンへ通っている」割合が高く、時間や金銭的な余裕のある人たちがサロンへ通っている状況が見て取れます。

Q.あなたは、ネイルケア/ネイル・ネイルアートをしていますか。（n=男女各625）

性別	世代	ネイルケアのみ	ネイル・ネイルアートのみ	両方している	どちらもしていない(爪切りのみを含む)
男性	20代	20.0	2.9	2.9	74.3
男性	30代	9.3	0.8	1.6	88.4
男性	40代	9.2	0.4		90.4
男性	50代	6.9			93.1
女性	20代	23.5	14.4	17.4	44.7
女性	30代	15.7	6.3	14.7	63.4
女性	40代	20.5	6.5	13.0	60.0
女性	50代	16.2	8.5	6.0	69.2

性別	職業	ネイルケアのみ	ネイル・ネイルアートのみ	両方している	どちらもしていない(爪切りのみを含む)
男性	管理的職業	7.2	0.8		92.0
男性	専門的・技術的	10.4	0.8		88.8
男性	事務的職業	9.6			90.4
男性	販売の職業	8.0	1.6		90.4
男性	サービスの職業	9.6	1.6		88.8
女性	管理的職業	23.2	12.0	16.8	48.0
女性	専門的・技術的	21.6	4.8	16.0	57.6
女性	事務的職業	16.0	10.4	9.6	64.0
女性	販売の職業	16.8	5.6	14.4	63.2
女性	サービスの職業	16.8	9.6	8.8	64.8

Q.あなたはネイルケアやネイル・ネイルアートをどのように行っていますか。「サロンへ通って行っている」男女年代別回答（n=315）



ネイルは気分転換やモチベーションアップにも。管理職は重要な仕事の前に指先にも配慮。

ネイルケアやネイル/ネイルアートを行っていると回答した人に対して、どんな時にネイルをしたいと思うかを聞いたところ、女性はイベントのとき（33.6%）や気分を変えたいとき（31.1%）、おしゃれをしたいとき（26.3%）という回答に票が集まり、ファッションの一部として、また、気分転換のためにネイルを行っているとわかりました。男性の場合は、「爪の表面に筋が多くあまりキレイなく、筋が汚れてくると嫌な気分になってくるので気になったらケアをする（50代男性）」「爪の状態が悪いなと思った時（50代男性）」と爪の健康が気になる時や、「男なので必要ないと思うけど、気を引き締めたい時には（ネイルケアを）したいと思う（30代男性）」といったモチベーションアップのために取り入れたいという意見が見られました。また、「プレゼンなど大事な仕事のとき」と回答した人は一般の社員よりも管理職（男性16%、女性12%）の方がポイントが高く、会社の顔として立つ場面も多い管理職は、ビジネス上の身だしなみとしてネイル（指先）にも気を配っている傾向にあることがわかりました。

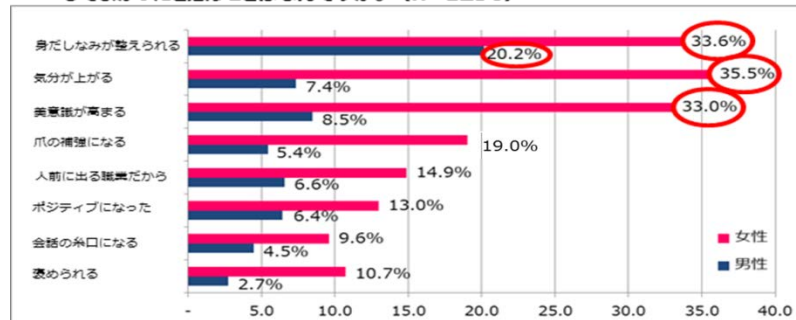
20代男性の3人に1人が、「ネイルは身だしなみの一部」と捉えて指先をケア。

日頃ネイルケア/ネイルをしている人たちに、ビジネスシーンでネイルをしてよかったと思うことを聞いてみると、女性は身だしなみが整えられる（33.6%）の他、気分があがる（35.5%）、美意識が高まる（33%）と、ネイルによる自分磨きやモチベーションアップにメリットを感じており、男性の場合も「身だしなみが整えられる」ことに回答が最も多く（20.2%）集まりました。

男性を世代別で見ると、20代にその傾向が高く、約3人に1人（34.3%）がネイルを身だしなみの一部として捉えており、指先のケアをしている様子がわかります。

職種別に見てみると、他の職業に比べて販売職は「人前に出る職業だから（17.2%）」との回答が高く、接客業としてネイルケア/ネイルは大切であると感じているようです。

Q.ビジネスシーンで、ネイルケアまたはネイル・ネイルアートをしてよかったと思うことはなんですか。（n=1250）



女性の職場ネイル、“ネイルケア&シンプルネイル”が8割以上の支持。

普段ネイルは短く切りそろえるだけ（素の爪）という人が多数でしたが、実際にビジネスシーンでは、どのような指先がふさわしいのでしょうか。ビジネスシーンで好感を持つ指先について、10パターンの様々な爪の状態から選択する質問では、女性の指先で最も好印象だったのは「ネイルケア&シンプルネイル（85.4%）」で、「短く切りそろえた素の爪（9%）」や「濃いカラー&アートネイル（5.6%）」と比べ、圧倒的な支持を獲得しました。*3

一方、男性の場合は、「ケアをした爪先（44%）」よりも「短く切りそろえた爪（素の爪）（56.0%）」に回答が多く集まりました。*3 しかし、日常的にネイルケアやネイルをしている男女の回答を見てみると、「ネイルケアをしている指先」に約半数の人（51.4%）が良い印象を持つと回答し、日頃ネイルケア/ネイルを行っていない人たちと比べると高いポイントを示したことから、指先へのお手入れに敏感な人たちほどネイルケアの大切さを実感しており、男性のネイルにも好感を持てると考えていることがわかります。

さらに別の視点から、「取引先相手に対して」と「自分が客の立場」となった場合の相手の指先について調査したところ、いずれも同様の順位となったことから、男性は「短く切りそろえた爪」、女性は「ネイルケア&シンプルネイル」が全方位的に好感度の高い指先であるということがわかりました。女性の場合、お手入れをしていない素の爪よりも、甘皮処理や表面を磨くなどのネイルケアを行ったり、シンプルなカラーのネイルで清潔感のある指先に整えることが、ビジネスシーンではイメージアップに繋がりがやすいことがわかりました。

*3 10パターンのネイル画像を男性は2カテゴリ、女性は3カテゴリに分類しての回答結果

【指先&ネイルカテゴリー分類】 *男性は選択肢①～③まで、女性は選択肢①～⑩の中から回答



【男性の指先 好印象ランキング】

	1位	2位
全体	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：56.0% 取引先相手：53.6% お客の立場：53.1%	ケア&シンプル ビジネスシーン：44.0% 取引先相手：46.4% お客の立場：46.9%
男性 評価	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：50.6% 取引先相手：51.2% お客の立場：51.5%	ケア&シンプル ビジネスシーン：49.4% 取引先相手：48.6% お客の立場：48.5%
女性 評価	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：61.4% 取引先相手：58.4% お客の立場：57.8%	ケア&シンプル ビジネスシーン：38.6% 取引先相手：41.6% お客の立場：42.2%

【女性の指先 好印象ランキング】

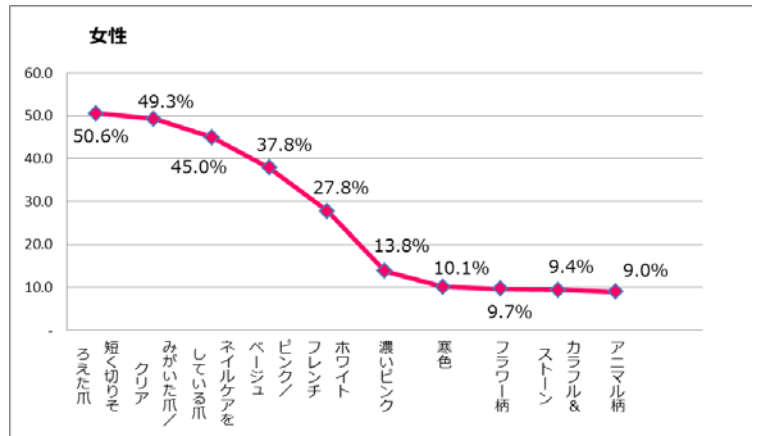
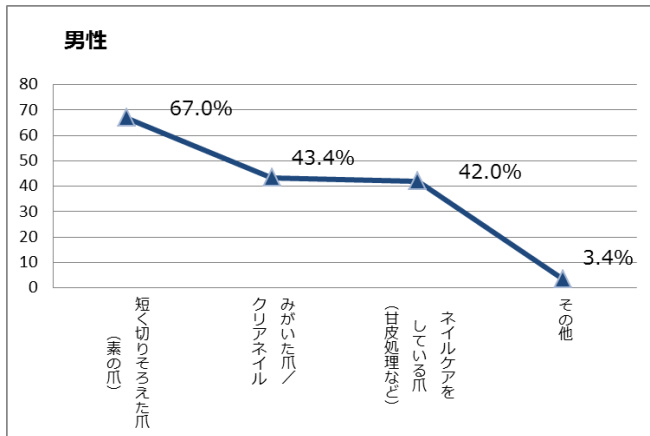
	1位	2位	3位
全体	ケア&シンプル ビジネスシーン：85.4% 取引先相手：87.2% お客の立場：84.0%	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：9.0% 取引先相手：9.7% お客の立場：13.2%	濃い&アート ビジネスシーン：5.6% 取引先相手：3.1% お客の立場：2.7%
男性 評価	ケア&シンプル ビジネスシーン：83.0% 取引先相手：84.5% お客の立場：82.9%	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：10.7% 取引先相手：11.7% お客の立場：13.9%	濃い&アート ビジネスシーン：6.2% 取引先相手：3.8% お客の立場：3.2%
女性 評価	ケア&シンプル ビジネスシーン：87.7% 取引先相手：89.9% お客の立場：85.1%	短く切りそろえた爪（素の爪） ビジネスシーン：7.4% 取引先相手：7.7% お客の立場：12.5%	濃い&アート ビジネスシーン：5.0% 取引先相手：2.4% お客の立場：2.2%

職場ネイルの現状、デザイン性の高いネイルでもOKなのは「デスクワーク」。

それでは実際に、今のビジネスシーンではどのようなネイルが許容されているのか、男性と女性別にそれぞれ聞いてみると、男性は1位「短く切りそろえた素の爪 (67.0%)」、2位「表面をみがいた爪 (43.4%)」3位「ネイルケアをしている爪 (42.0%)」という結果となり、甘皮処理や爪をみがくなどのネイルケアも4割以上の職場で許容されていました。女性に関しては、「短く切りそろえた素の爪」が半数 (50.6%) と「表面をみがいた爪／クリアネイル (49.3%)」ほぼ同率で、次いで「ネイルケアをしている爪 (45.0%)」、「ピンク／ベージュネイル (37.8%)」、「ホワイトフレンチネイル (27.8%)」など、ネイルケアやシンプルなネイルであれば、3割～5割ほどの職場で許容されているという現状が見て取れました。

「濃いピンクネイル」「寒色ネイル」「カラフル&ストーンネイル」「フラワー柄ネイル」「アニマル柄ネイル」といったカラフルなネイルアートが許容されている職場はあまり多くなく、特に許容度が最も低かった職種は「サービス職」、業種別の「宿泊業 (1位)」、「医療・福祉業 (2位)」となり、人と接する機会が多く清潔感の求められる職場では、こうしたデザイン性の高い、いわゆる“派手”なネイルについては許容されていないという現状が垣間見えました。一方で、「事務職 (1位)」や「専門・技術職 (2位)」といったデスクワークが中心の職種においては、デザイン性の高いネイルでも許容されやすいという結果となりました。

Q.あなたの職場では、どのネイルまで許容されていますか。男性の場合、女性の場合、それぞれについてお答えください。(n=男女各625)

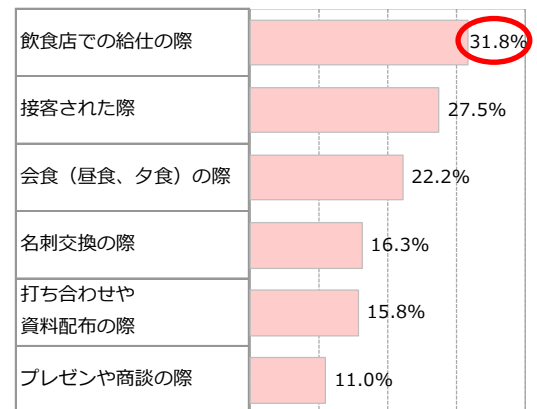


接客時には要注意！特に女性は相手の指先を厳しくチェックしています！

多くの方が身だしなみの一部として捉えている指先。どのようなシーンで相手の指先を見て悪い印象を持った経験があるかを聞いたところ、1位「飲食店での給仕の際 (31.8%)」、2位「接客をされた際 (27.5%)」、3位「会食の際 (22.2%)」と、接客されている時や近距離の場合に相手の指先が気になると回答した人のポイント人が高い傾向にありました。

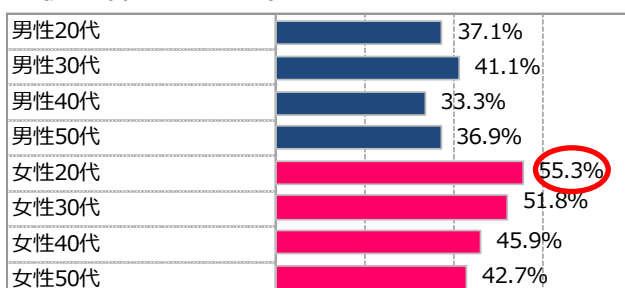
また、ビジネスシーンで相手の指先に何らかの悪い印象を持った経験のある人を確認すると、全体で4割以上の方が「ある (42.8%)」と回答。特に女性の割合は高く、年代や職業別では20代女性 (55.3%) と女性管理職 (55.2%) の半数以上が、相手の指先にごっかりした経験があると回答しました。業種別の結果を見ると、宿泊業 (52.6%)、飲食サービス業 (54.1%)、不動産業・物品賃貸業 (60.4%)、金融業・保険業 (51.7%) など、接客に従事している人たちは相手の指先に対しても厳しい目を向けている割合が高いことがわかりました。

Q.あなたは以下のシーンで、相手の指先を見て悪い印象を持ったことがありますか。(n=1250)

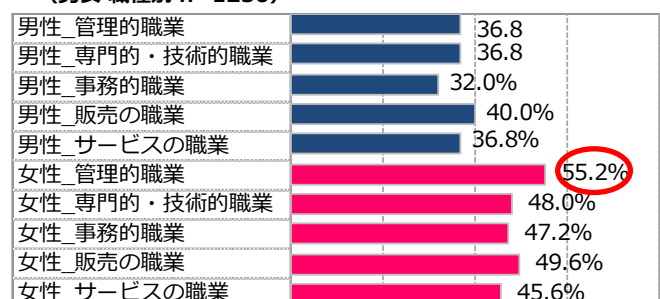


Q.あなたはビジネスシーンで、相手の指先を見て何らかの悪い印象を持ったことがありますか。

(男女 年代別 n=1250)



(男女 職種別 n=1250)



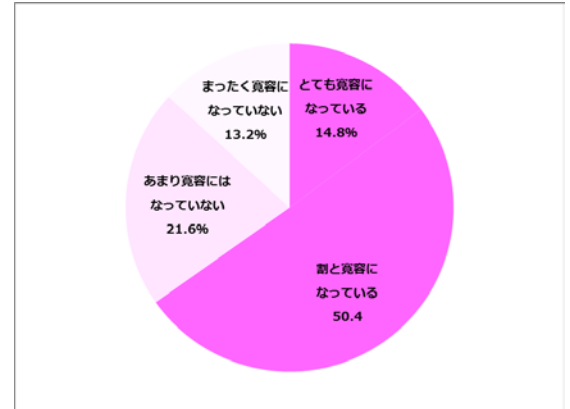
管理職は職場ネイルが“昔よりも寛容になった”と回答。宿泊業や飲食業でも寛容化。

職場で部下を持つ管理職に、自分が新入社員だったときと比較した現在のネイル事情について質問すると、『ネイルケア』については、とても寛容になっている(14.8%)、わりと寛容になっている(50.4%)と回答した人が合わせて65.2%と、社会的にネイルケアが寛容になっていると感じている人が主流でした。業種別で見ると、1位「運輸・郵便業(85.7%)」、2位「建設業(81.3%)」、3位「製造業(72.5%)」と並び、近年特に職場での女性進出が進んでいる業種で、以前よりも寛容になっていると感じている人が多いことが読み取れます。また、『ネイルケア』は「身だしなみの一部になってきた」という意見が多く、「新人のころは、ネイルケアという言葉さえなかったように思う。」「日本社会が成熟してきたから」という声も上がっています。

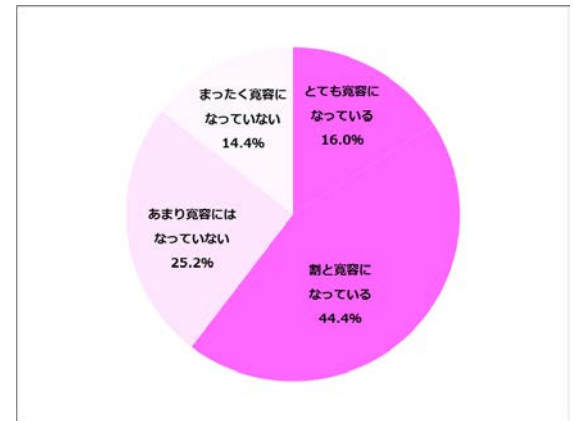
さらに、『ネイル・ネイルアート』についての設問では、とても寛容になっている(16.0%)、わりと寛容になっている(44.4%)と回答した人が計60.4%と、こちらも寛容になっていると実感している管理職が多いことがうかがえます。業種別では、1位「宿泊業(100.0%)」、2位「運輸業・郵便業(85.7%)」、3位「飲食サービス業(80.0%)」と、一般的にネイルは絶対NGとされていた宿泊業や飲食業などの職場でも、ネイルが寛容化してきているという傾向がうかがえます。

その変化を特に感じているのが50代の女性管理職で、『ネイルケア(74.2%)』、『ネイル・ネイルアート(71.0%)』と、およそ30年前と比較すると、ネイルに対しての社会的な寛容度が高く推移していると考えられる人が多い結果が得られました。

Q.あなたが新入社員として入社した時と比べて、社会全体としてビジネスシーンにおける「ネイルケア」に対する寛容度は変化していますか。(管理職男女 n=250名)



Q.あなたが新入社員として入社した時と比べて、社会全体としてビジネスシーンにおけるネイル・ネイルアートに対する寛容度は変化していますか。(管理職男女 n=250)



「ネイルケア」は管理職からも身だしなみがきちんとしてしていると好印象。一方「ネイルアート」は女性上司よりも男性上司から厳しい意見が。

管理職に対し、職場でネイルをしている社員へのイメージを聞いたところ、『ネイルケア』については、身だしなみがきちんとして(41.6%)、清潔感がある(32.0%)、オシャレ(24.8%)と、好印象であるという回答が集中した一方、部下の『ネイル・ネイルアート』に対しての管理職の印象は、ビジネスシーンでは好ましくない(37.2%)、なんとも思わない(24.4%)、オシャレ(23.6%)と全体的に厳しい回答になりました。

男女別で見ると、部下のネイルアートに対して「ビジネスシーンでは好ましくない」と回答した男性管理職が45.5%だったのに対し、女性管理職は28.8%、「オシャレ」と回答した男性管理職が16.0%に対して女性管理職が31.2%と、いずれも女性上司の方が『ネイル』に対して寛容で好意的に受け入れているという傾向がみられました。

【調査概要】

調査期間：2015年10月20日(火)～2015年10月21日(水) 方法：インターネット調査 機関：株式会社マクロミル
対象：全国20～50代有職者一般職男女 計1,000名、全国20～50代有職管理職男女 計250名

ビジネスシーンでもネイルを楽しむためには、仕事の邪魔をしないような長さ・形に整え、TPOをわきまえて派手すぎないデザインを選ぶことが大切です。さらにネイルのケアをきちんとして行うことで「身だしなみがしっかりしている」といった好印象にも繋がります。技術力が高く信頼のできるネイルサロンなら、ネイルケアはもちろんのこと、ビジネスシーンに適したネイルデザインを提案してくれます。年末年始でお客様とも接する機会の増えるこれからの季節。「ネイルの日」を契機に、あなたのネイルも見直してビジネスシーンにふさわしい好感度の高いネイルライフを楽しみましょう。



NPO法人日本ネイリスト協会(以下JNA)では、確かな技術、衛生管理、そしてコンプライアンスなどの条件をクリアしたネイルサロンを「JNA認定ネイルサロン」として認定し、ご紹介する制度を設けています。JNAとは、健全なネイル産業の発展を目的として、ネイルについての技能講習や資格認定などにより、ネイリストの技能向上と正しいネイルの普及に努めているNPO法人です。こうした様々な取り組みを通して、安全・安心に利用でき、高いレベルでお客様に信頼していただけるネイルサロンの普及・啓発に努めています。JNA認定ネイルサロンは、<http://nail.jp/>よりお調べいただけます。

＜当調査結果の詳細や、本件に関するお問い合わせ先は以下までお願いいたします＞

NPO法人 日本ネイリスト協会 広報代理 株式会社オズマピーアール
担当：新井(arai@ozma.co.jp) / 石塚(ishizuka@ozma.co.jp) TEL：03-4531-0214