マンダム

冬場のニオイケア意識を調査、8割の女性が不満

男性化粧品ブランド「ギャツビー」や「ルシード」などでニオイケア商材を数多く販売しているマンダムはこのほど、冬のニオイに関する意識調査を実施し、女性の約8割が冬場でも男性の体臭に不満を抱えていることなどを突き止めた。調査は20～59歳の男女889人を対象に、インターネット上で行った。

まず、男性のニオイケアの習慣について調査したところ、夏場に何らかのニオイケアを行っている人は80・7％に達する一方で、冬場でも65・6％がケアしていると回答し、季節を問わずニオイケアがある程度浸透している実態が明らかになった。ただ同時に、女性の77・9％が「冬場に周囲の男性の体臭が気になったことがある」と回答しており、6割以上がニオイケアをしているにも関わらず、女性は男性の体臭に関して厳しい評価を下していることも浮かび上がった。

冬場のニオイケアはある程度習慣化してきている一方で、やはり夏場に比べるとケアを怠りがちになる。例えば、「デオドラント剤を使用」と回答した男性は夏場の42・5％から29・0％に、「ボディペーパーを使用」も33・3％から15・3％に大きく低下している。

こうした意識の低下については、「自分のニオイが気にならない」（52・9％）、「冬は汗をかきにくい」（40・5％）といった理由が目立ち、冬は汗やニオイを発している実感が乏しいことがわかった。一方で、約9割の男性は冬場でも暑さを感じ、汗をかくシーンがあると回答しており、意識の低下と実態が矛盾する傾向があることも浮き彫りとなった。

また、冬場のニオイケアについては、年齢を重ねるにつれて意識が低下していく実態も浮かんだ。年代別にニオイケアを行っている割合を調べると、20代男性の72・1％が最も高く、その後は30代で68・7％、40代で63・1％、50代で58・6％と徐々に低下していった。

関連して、他人と比べてニオイケア意識が高いと思うかどうかを尋ねた際にも、20～30代がともに5割を超える一方で、40～50代は4割を下回り、年代が高くなるほど意識の低下が顕著になっている。

今回の調査では他にも、冬は着替えの頻度や洗髪回数が減少し、6人に1人が「肌着を2日以上替えない」と回答していることなども明らかになっている。

同社は今回の意識調査のようにニオイケアの啓蒙に力を入れており、特設サイト「男のにおい総研」での情報発信や企業向けセミナーなど多方面で活動している。

JADMA調査

通販広告に求めるのは「わかりやすさ」

日本通信販売協会（JADMA）が全国の10～60代の男女約1700人を対象に行った調査で、消費者が通販広告に求めるものは「わかりやすさ」が「詳細表示」の約6倍に達したことがわかった。

具体的には、通販広告に対する意識を問う質問で「商品の特徴をわかりやすく表しているものがよい」とする回答が56・6％に達した一方、「多少わかりにくくても、注意事項が細かく記載されているものがよい」は10・3％にとどまった。

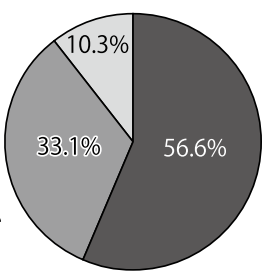
また、実際に商品を購入する際は、「広告の他に参考にしている情報がある」とする意見が83・3％にのぼり、具体的な情報源については「通販サイトでの商品説明」（54・6％）、「購入者の口コミ」（42・7％）、「企業サイトでの商品説明」（31・4％）が上位に挙がっている。

消費者の多くは、広告に商品の魅力や特徴に関する「わかりやすさ」を求め、詳細な情報についてはほかの手法で収集している実態が浮かび上がった。

今回の調査では、通販のトラブルに関する実態も掘り下げた。具体的なトラブルの内容で多かったのは、商品の間違いや汚れ、不良品などの「商品関連」（36・0％）と遅延などの「配送関連」（27・9％）で全体の6割以上を占めた。一方で、「広告表示関連」は2・7％と僅かだった。

通販広告を巡っては消費者契約法の改正論議が盛んに交わされており、消費者保護が強化される一方で、企業にとっては自由な販売活動が制限される可能性がある。

Q. 通販広告について、あなたのお気持ちに合うものをお答えください。(n=1.008)



化粧品業界の転職

―希望を叶える転職をするために―

vol.40　職務経歴書の書き方ガイド―①

魅力的な職務経歴書を作るポイントとは

今回から「職務経歴書」の書き方を解説します。

自分の経験・スキルを魅力的に表現するためのポイントを、職種別に紹介していきます。

第一回目は、どの職種の人も意識すべき「職務経歴書で何を伝えるべきか」についてお伝えします。

■職務経歴書とは「履歴書で伝えきれない自分自身をアピールするもの」

職務経歴書は、あなた自身の経歴・スキルをアピールするためのものです。履歴書が学歴・職歴・人物面を伝えるプロフィールシートだとすれば、職務経歴書はより職歴部分にフォーカスして「自分は何が出来るのか」をアピールするための書類です。

■職務経歴書で伝えるべき4つのポイント

職務経歴書の中であなたが最も伝えるべきは「応募する職種の職務を遂行できる能力があるか」という点です。

これを伝えるためには、以下の4点を明確に表す職務経歴書を作成しましょう。

・所属している（していた）業界、会社名、部署名
・どんな仕事（内容・ボリューム）をしてきたか
・どんな実績を上げてきたか
・上記を通じ、どんなスキルや知識をどの程度取得したのか

ただし、この4点を並べるだけではメリハリのない職務経歴書になってしまいます。

魅力的な職歴書を作るには、さらに以下の2点を心がけましょう。

・今回応募する職種で活かせる理由を中心に書く
・自分に不利な内容はあまり目立たせない

応募職種とリンクした仕事の経験があれば、その職歴を一番詳しく書きましょう。反対に、アピールにならないと判断した職歴は、短くまとめてしまう潔さも肝心です。

在籍企業や経歴をまったく書かないのはNGですが、書くことで不利になる可能性がある実績については、あえて目立たせる必要はありません。

■提出を求められていない場合でも、提出した方がよい

「履歴書を郵送」としか指示されないケースもあるでしょう。しかし、自分は出さなかったのに他の応募者は職務経歴書を出していた……といったことがあればその選考では不利になってしまいます。

たとえ提出が必須でなくても、職務経歴書は提出するに越したことはありません。判断に迷う場合は、前もって企業側に「提出したい」という旨を伝えた上で準備すれば安心です。

次回は職務経歴書に盛り込む項目ごとに、書くべき内容をお伝えします。

小幡瑞季プロフィール

株式会社クイック　キャリアコンサルタント。化粧品業界で働く方の転職をご支援して今年で11年目。幅広い化粧品企業への転職支援実績を持つ。
転職者の希望を踏まえた求人のご紹介のほか、化粧品企業についての情報提供や、選考通過のポイント指南、就業条件の交渉等により転職をサポートする。
株式会社クイックは設立34年、東証一部上場の人材紹介会社。化粧品業界の転職情報サイト『彩職』（http://cosme.ten-navi.com/）を運営。
問い合わせ先：cosme@919.jp