



THE BODY SHOP

GLOBAL

SELF LOVE

INDEX



CONTENTS

- 01 Contents
- 03 Introduction
- 04 セルフラブ・クライシス
- 07 セルフラブとエンパワーメント
- 11 セルフラブとジェンダー
- 14 セルフラブと年齢
- 16 セルフラブとソーシャルメディア
- 20 セルフラブと美容業界

THE BODY SHOP SELF LOVE INDEX HAS UNCOVERED A SELF-LOVE CRISIS. NEARLY **1 IN 2** PEOPLE FEEL MORE SELF-DOUBT THAN SELF-LOVE.

ザボディショップと協力会社で調査を行い得られた「セルフラブインデックス」によって、

セルフラブの危機が明らかになりました。

およそ2人に1人がセルフラブ（自己肯定感）よりもセルフダウト（自己否定感）を感じています。

INTRODUCTION

ザボディショップは、「美とは自分自身の好きなところを外に向けて積極的に表現することである」という考えを基盤とし、セルフラブに関する画期的な研究を立ち上げることで、この理念をさらに発展させていきます。この研究は自尊心の向上のために立ち向かうというザボディショップの長期的コミットメントをもとに依頼されたものです。

ザボディショップと大手マーケット調査会社 Ipsosが設計したこの研究では、21ヶ国を対象に2020年11月下旬から12月上旬にかけて18歳以上の22,000人を超える人々にインタビューを行いました。自己認識、緊張や不安を感じる頻度、自己信頼性、レジリエンス（挫折への対応力）、調査で導かれた自尊心の原動力など、セルフラブをあらゆる側面から検証しました。

研究から得られた結果を基に作成されたのがこのセルフラブ・インデックスで、回答者を「セルフダウト」の状態から完全な「セルフラブ」の状態までの段階で評価しています。ザボディショップはここで得られた調査結果を、特にマーケティングや製品ポートフォリオの見直しと情報提供に活用します。

セルフラブ・インデックスは、自尊心や自信、レジリエンス（困難にぶつかってもしなやかに回復し、乗り越える力）、他者からの評価、自己制御など以前から使用され、有効性が検証されてきた多くの指標で構成され、それらがどのように組み合わせさせてセルフラブを形成しているかを理解することを目的としています。スコアが低いほどセルフラブが低く、高いほどセルフラブが高いことを示唆します。年齢、ジェンダー・アイデンティティ、人種、国、その他の条件にかかわらず、すべての人が自分自身に対して一貫して肯定的な気持ちを持ち、高い自己愛を持つことを目指しています。



セルフラブ・クライシス

調査結果によると、世界中の人々のセルフラブの危機が明らかになりました。セルフラブ・インデックスの0-100の評価スケールで平均スコアはわずか53でした。これは世界中の人々のおよそ2人に1人がセルフラブよりもセルフダウトを感じことを意味します。韓国、サウジアラビア、フランス、日本、スペインが低スコアとなった一方で、



オーストラリア、デンマーク、米国はセルフラブの平均スコアが最高となり、リストの最上位に位置づけられました。

また、セルフラブ・インデックスは、世界中の6人に1人が「自分自身をもっと尊重できればいいのに」と思っており、10人に4人が自分は無能だと感じるがあると答えていることも浮き彫りにしました。そしてこのような感情は、トランスジェンダーの人々、マイノリティー、他人の世話に時間を費やす人々にとって特に深刻であることがわかりました。

半数以上の人々が、内心はそう感じていなくても本当の気持ちを隠し、往々にして他人を喜ばせるために幸せなふりをするがあると答えています。これは特にソーシャルメディアを利用している人に当てはまり、10人のうち6人が他人を喜ばせるために幸せなふりをするのに対し、ソーシャルメディア非利用者では10人中わずか4人です。

“

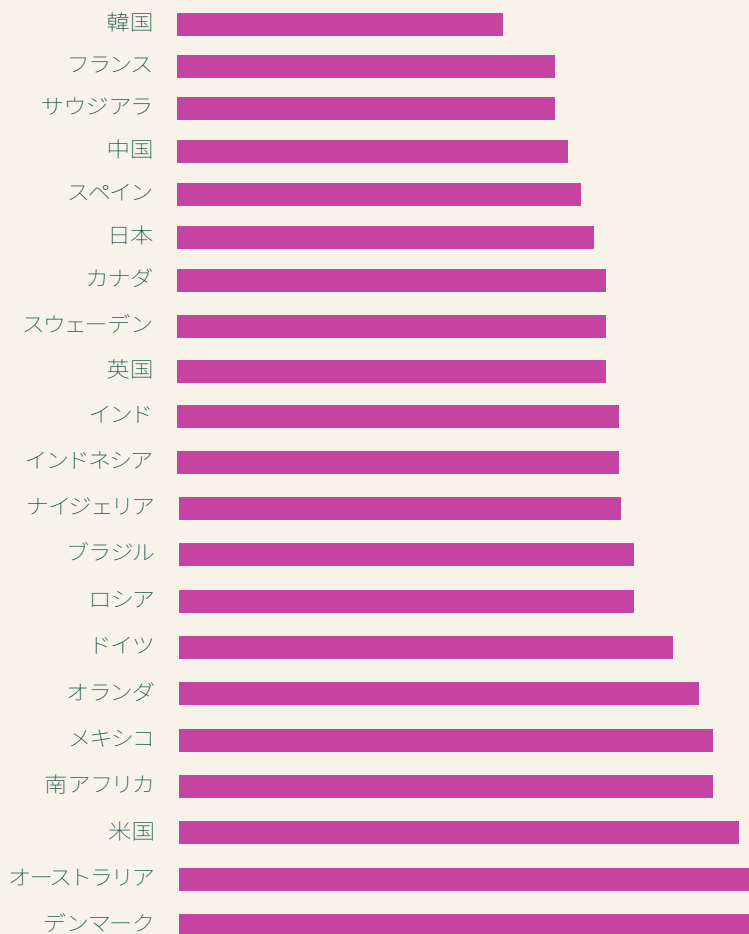
6 in 10 people
around the world wish
they had more respect
for themselves.

”

世界中の6人に1人が
「自分自身をもっと尊重できればいいのに」と
思っています。

世界のセルフラブ

Fig. 1 国別セルフラブ



セルフラブと エンパワースメント

セルフラブの危機に直面する中、前向きな兆しもあります。世界中の人々はレジリエンス（困難にぶつかってもしなやかに回復し、乗り越える力）に富んでいて、10人のうち7人以上が苦境に陥ってもすぐに立ち直ると答えています。このレジリエンスはセルフラブに関連しており、ザボディショップのグローバル・セルフラブ・インデックスのスコアが高い人ほど、立ち直りが早いと答える傾向にあります。

レジリエンスとセルフラブには、社会的および心理的なサポートというもう一つの大切な要素があると考えられます。必要な心理的サポートを「いつも受けている」または、「受けている」と答えている人は、心理的サポートが足りないと感じている人に比べてセルフラブ・インデックスのスコアが高くなる傾向があります。

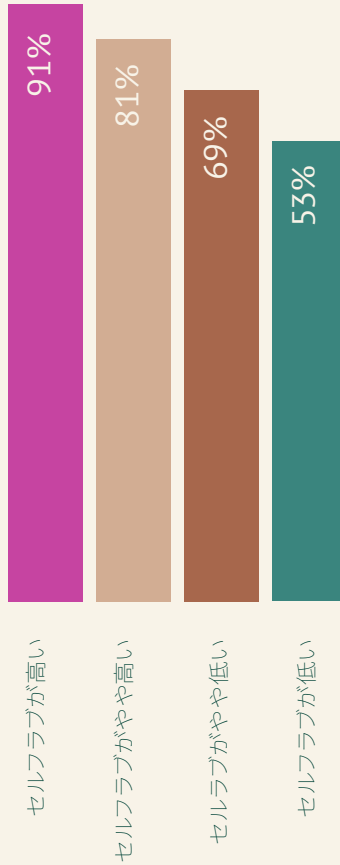
セルフラブが自尊心にどうポジティブ、あるいはネガティブに影響するかも見えてきました。セルフラブが低い女性は「自尊心の高さは、他人にどう思われているかによる」と答える傾向が5倍ほど高くなっています。そして他人からの目を気にするだけでなく、セルフラブが低い人は、「自尊心の高さは自分の見た目による」と答える傾向も2倍になります。つまり、社会的圧力と容姿に対する個人的圧力がセルフラブの低さと関係しているのです。

対照的に、セルフラブが高い女性は自尊心を高めるために人間関係を重視する傾向にあります。もちろんセルフラブが高い人も自分の見た目や他人からの評価を気にしますが、自尊心が周りの世界に影響されることの方が一般的です。そのため、セルフラブが高い



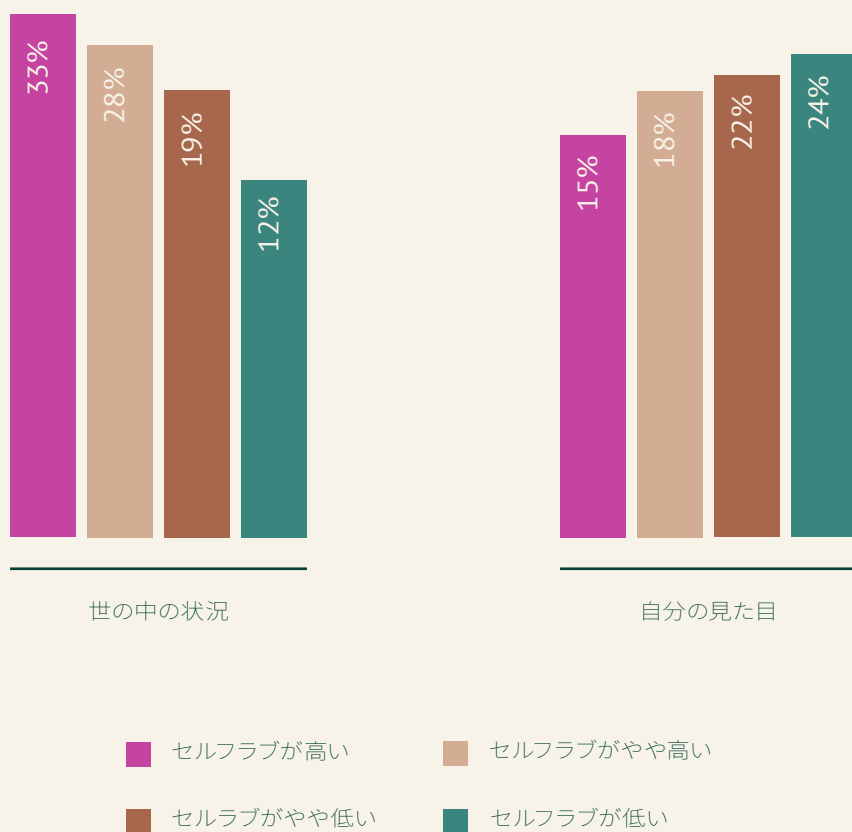
人は、自身の容姿や他人からどう見られるかよりも、人間関係や世の中の状況を重視するのです。

Fig. 2 素早く立ち直る能力



セルフラブは 自信に影響を与える

Fig. 3 自信を低くする要因



“

Women with low self-love
are 5 times more likely to
say that they rely on what
others think about them.

”

セルフラブが低い女性は、
自尊心の高さは、
他人にどう思われているかによると
答える傾向が5倍になります。

セルフラブと ジェンダー

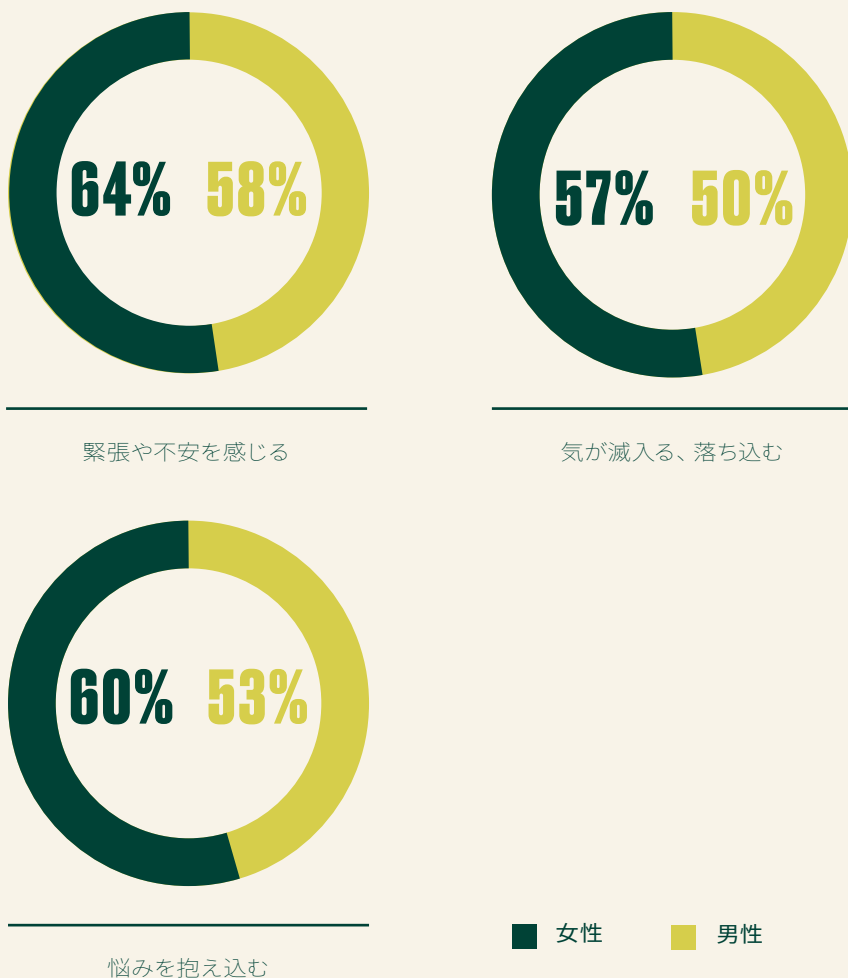
女性も男性も同レベルのセルフラブを示していますが、女性はそのレベルに達するまでの道のりが厳しいようです。女性は男性よりも緊張や不安を感じたり、落ち込むことが多いと答えており、自分自身をどう見ているかを決定づけるものとして体型をより重視しています。したがって、女性が他人、特に有名人やモデル、ソーシャルメディアの人々と自分自身を比較する傾向が強いことは驚くことではありません。その一方で、男性は職場の人、エキスパート、コミュニティのリーダーと自分自身を比較する傾向にあります。

これはジェンダー間でセルフラブに影響を及ぼすものが異なることを示しています。すべての人が親密な関係の重要性について述べていますが、特に女性は子供の存在が自信の高さに大きな影響を与えています。一方、男性は同僚、経済的状況を重視し、またそれらが自尊心に影響しています。

一般に、LGBTQ+コミュニティは全体の平均に比べてセルフラブが低い傾向にあります。LGBTQ+の人々の10人に4人以上はセルフラブ・インデックスの最下位の分類に属しており、またLGBTQ+の人々はストレートの人々よりも見た目によって自信を低下させる傾向が高まります。

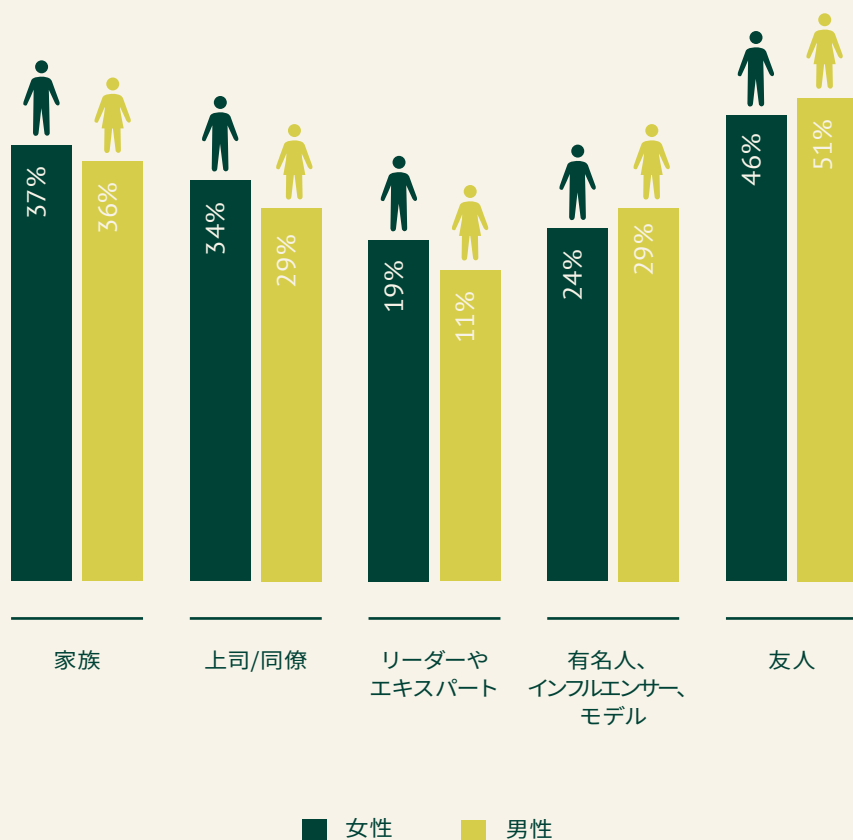
セルフダウトの影響は 男性よりも女性の方が強い

Fig. 4 過去2週間で感じたネガティブな感情



自分自身との比較に関する 女性と男性の違い

Fig. 5 女性および男性が自分自身と比較する対象



セルフラブと 年齢

年齢と共に見識が深まると言いますが、見識が深まるとセルフラブも高まるようです。世界中で年配の方が若い人よりも自身に愛情（ラブ）を持っており、セルフラブ・インデックスの平均スコアも高めです。

年配の女性はZ世代の女性よりもセルフラブ感が高く、Z世代はベビーブーマー（1965年以前に生まれた人）よりも最低グループに分類される確立が2〜3倍高まります。

Z世代の女性の半分近くがセルフラブの最低の分類に属しますが、X世代とそれ以上の世代の女性の場合は5人に1人以下です。

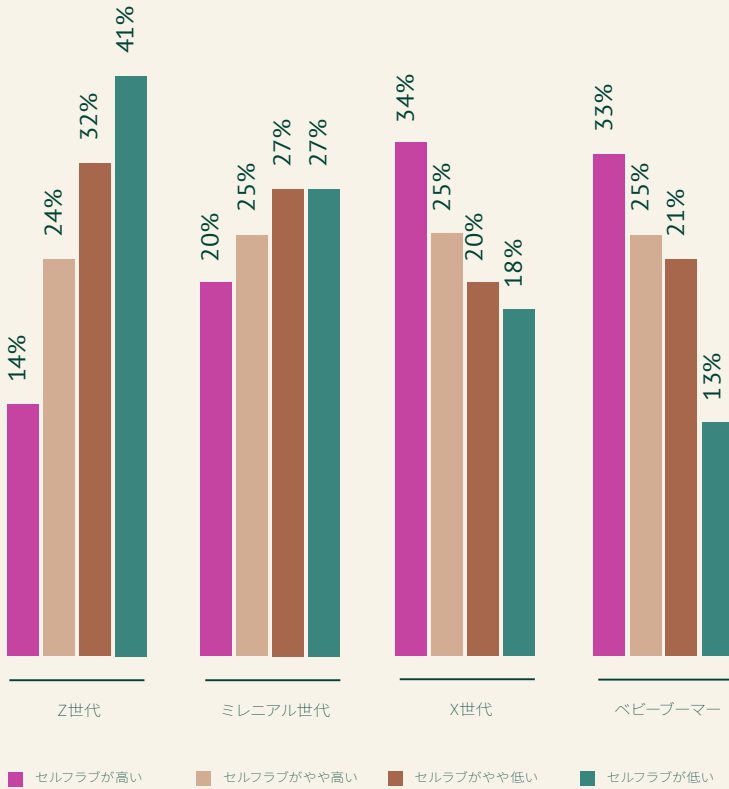
年齢を重ねることで気が楽になるのかも知れませんが、世代的特性や人生経験が、若い女性と年配の女性の間でセルフラブに差が生じている要因かもしれません。



回答者の半数以上が最近落ち込んだことがあると答え、10人に6人が不安を感じたことがあると答えています。落ち込みや不安感はずくに若年層に顕著で、過去2週間に不安感を抱いたと答えた人は18歳〜24歳の人のおよそ3分の3以上、45歳またはそれ以上の人の場合は半数です。

※Z世代：1995年以降に生まれた人で、本調査時には18歳〜25歳です。X世代：1965年から1980年の間に生まれた人で、本調査時には40歳〜55歳です。ベビーブーマー：1965年以前に生まれた人で、本調査時には55歳以上です。

Fig. 6 世代別セルフラブ



セルフラブと ソーシャルメディア

ソーシャルメディアのヘビーユーザーはセルフラブ感が低く、ソーシャルメディアに一日2時間以上費やす人の3分の1近くがセルフラブ・インデックスの最低スコアとなるのに対し、ソーシャルメディア非利用者はわずか5人に1人です。

ソーシャルメディアを頻繁に使っている人々は必要な心理的・社会的サポートを得られる傾向が高いと答えている一方で、ソーシャルメディアの人々、有名人やインフルエンサーだけでなく、知り合いを含め、自分と他人を比較する傾向があるとも回答しています。ソーシャルメディアを頻繁に使っている人々の4分の1近くが、ソーシャルメディア上で知っている人と自分を頻繁に比較しているのに対し、ソーシャルメディアを一日に1時間未満しか使わない人では10人に1人だけです。

自分に自信をつけたくて、有名人やソーシャルメディアのインフルエンサー、広告モデルを見ていると答えた女性のセルフラブ・スコアは、グローバル・セルフラブ・インデックスの平均スコアを下回っています。また、参考にしていない人に比べ、自分の体型にも不満を抱いています。

こういった習慣を持ちながらも、多くの人はソーシャルメディアのインフルエンサー、有名人、広告のモデルが自尊心を低下させる最大の要因だと答えています。セルフラブ・インデックスのスコアが高い人でさえ、これらが自尊心を低める主な原因であることに同意しています。

“

Across the board, people say that social media influencers, celebrities, and models in advertisements are the largest contributors to low levels of self-esteem.

”

ソーシャルメディアのインフルエンサー、有名人、
広告のモデルが自尊心を低下させる最大の要因だ
と答えています。

ソーシャルメディアは セルフラブと自尊心に影響を与える

Fig. 7 自分と他人を比べる頻度

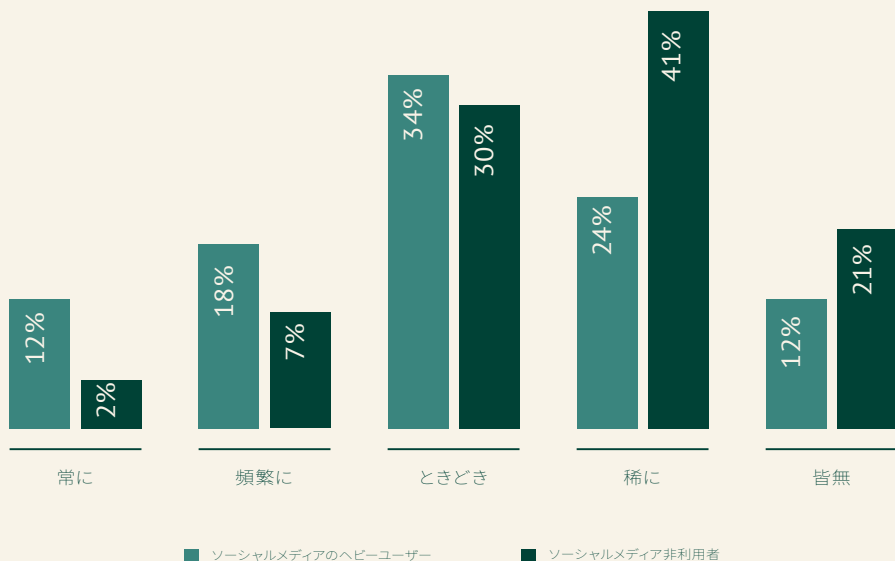
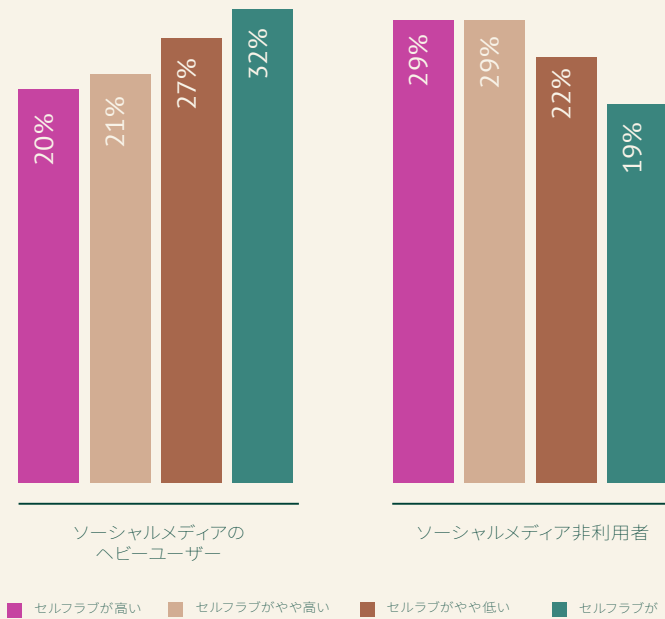


Fig. 8 ソーシャルメディア利用頻度別のセルフラブ・レベル



セルフラブと美容業界

世界中の多くの人が、美容業界は人々の自信にネガティブな影響を及ぼすと考えており、そのほとんどの人が、画像処理ソフト等で加工したイメージや非現実的な主張が悪影響の原因だと認識しています。また多くの人が、ステレオタイプな魅力をもつ人物をマーケティングに使うことがこうした問題を引き起こしていると考えています。

若い女性は広告のダイバーシティの欠如を美容業界の大きなマイナス要因と捉えています。年配の女性はこれを大きな問題だとは考えていないようです。

注目すべきは、トランスジェンダー女性の半数が美容業界は自尊心にポジティブな影響をもたらしていると答えているのに対し、シスジェンダー女性でそう回答したのはわずか3分の1だったことです。この質問に対する回答は国によっても大きく異なり、アジア諸国の女性は欧米諸国の女性よりも、美容業界はポジティブな影響をある程度与えていると答える傾向が高くなっています。

Fig. 9 美容業界にネガティブな影響を与える要因

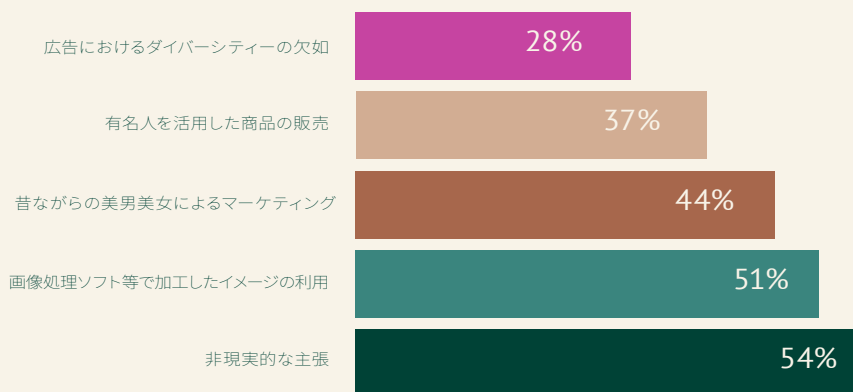
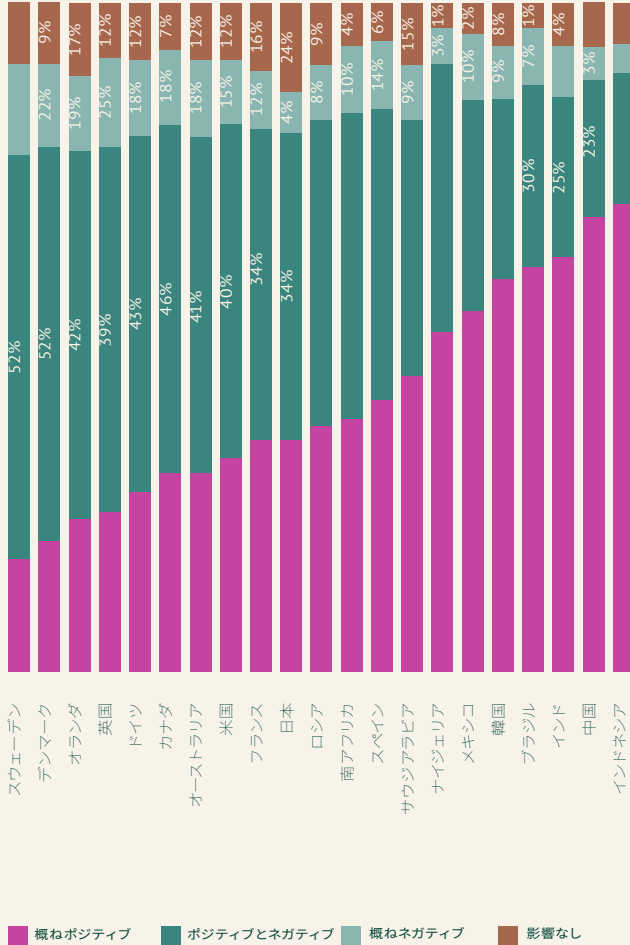


Fig.10 美容業界が自尊心に及ぼす影響





THE BODY SHOP

JAPAN

SELF LOVE

INDEX



INTRODUCTION

日本の人々のセルフラブ・インデックスのスコアは、世界平均の53より3ポイント低い50です。

● 日本では女性より男性のセルフラブが高いことがわかりました。(女性の48に対して男性は52)

● 日本では年齢と共にセルフラブが上昇し、55歳以上の人は極めて高くなります。55歳未満の人はセルフラブ・スコアの下部25%に属する傾向が非常に高まります。(55歳以上が14%のみであるのに比べ、35歳未満は35%、35歳～54歳は32%です)

● 独身者のセルフラブ・スコアは平均46で、既婚者の平均52に比べてはるかに低くなります。

● マイノリティグループの人々のセルフラブ・スコアは低くなる傾向があり、非マイノリティグループの人々の51に比べて45です。障害者の41%がセルフラブ・スコアの下部25%に属します。この調査に参加したLGBTQ+の人々もセルフラブ・スコアが低いことがわかりました。

● 経済状況も日本のセルフラブに影響を与えており、無職の人*の55%と経済的に余裕のない人の36%がセルフラブ・スコアの下部25%に属し、セルフラブ・スコアはそれぞれ42と44です。

*小標本 (40)

● ソーシャルメディアの利用状況とセルフラブ・スコアには関連性があります。ソーシャルメディアの利用頻度が高いほど、セルフラブ・スコアが低くなる傾向があります。一日2時間以上をソーシャルメディアに費やす人のセルフラブ・スコアが47であるのに対し、一日1時間未満の人のセルフラブ・スコアは50、ソーシャルメディア非利用者のセルフラブ・スコアは51です。

セルフラブ・クライシス

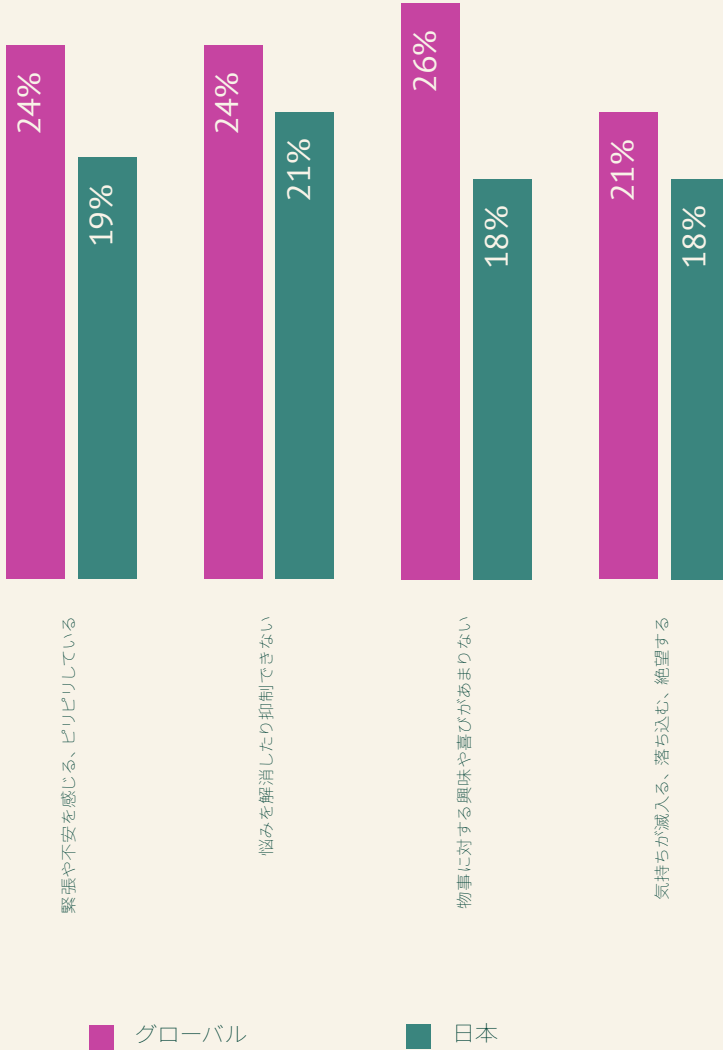
日本は世界と比べて、不安感に襲われる頻度や鬱の兆候が低い傾向にあります。しかしながら、35歳未満の人はこの傾向が高く、頻繁に不安を感じる人が27%、過度に悩む人が32%、物事に興味を持っていない人が25%、気持ちが減入ったり落ち込む人が25%です。

日本の人々の58%が他人を喜ばせるために幸せなふりをするのがよくあると答えており、女性では65%、35歳未満では66%に上昇します。



日本で一日2時間以上をソーシャルメディアに費やしている人は不安の度合いや鬱の兆候が高い傾向で、頻繁に不安を感じる人が32%、過度に悩む人が30%、物事に興味を持っていない人が30%、頻繁に気持ちが減入ったり落ち込む人が30%です。

Fig. 1 頻繁に / ほぼ毎日



セルフラブとエンパワースメント

日本では苦境に陥ってもすぐに立ち直ると答えた人はわずか半数(49%)で世界平均を大幅に下回っています。セルフラブ・スコア上位25%の人でも79%で世界平均を大幅に下回っています。

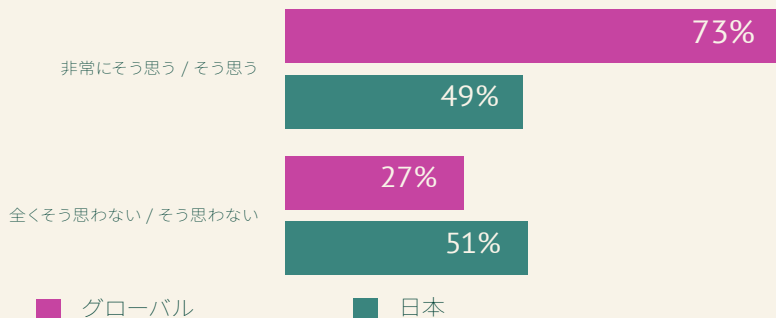
日本の人々の52%が必要な心理的サポートを常に又はいつも得られていると答えており、セルフラブ・スコア上位25%の人では74%に上ります。65歳以上の人は若い人よりもサポートを得られていると感じている傾向(60%)があります。



日本で自信の高さにプラスの影響を与えるのは、世界的にも見られたように家族との関係性です。また、趣味や精神的なウェルビーイングも重要です。

世界の平均と同様に、日本でも自信の低さに最も影響を与える要因は経済的状況です。その他の大きなマイナス要因としては、個人的な能力、レジリエンス、容姿があげられ、他国と比べると自己主体的なものが関係していることが多いです。

Fig. 2 私は割とすぐに立ち直れる



グローバル

Fig. 3 自信を高める3つの最大要因

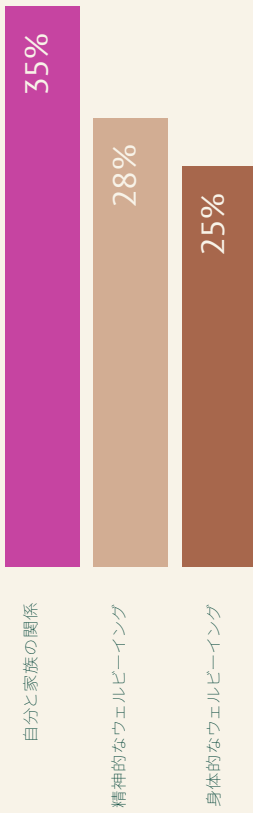
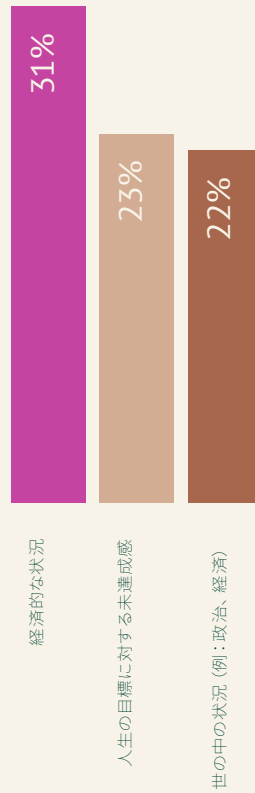


Fig. 4 自信を低くする3つの最大要因



日本

Fig. 5 自信を高める3つの最大要因

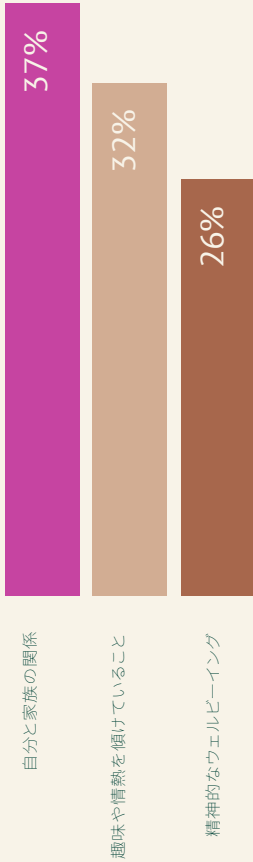
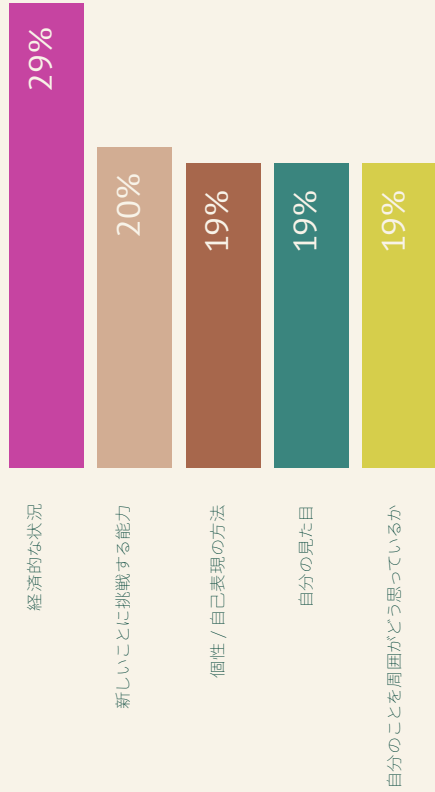


Fig. 6 自信を低くする5つの最大要因

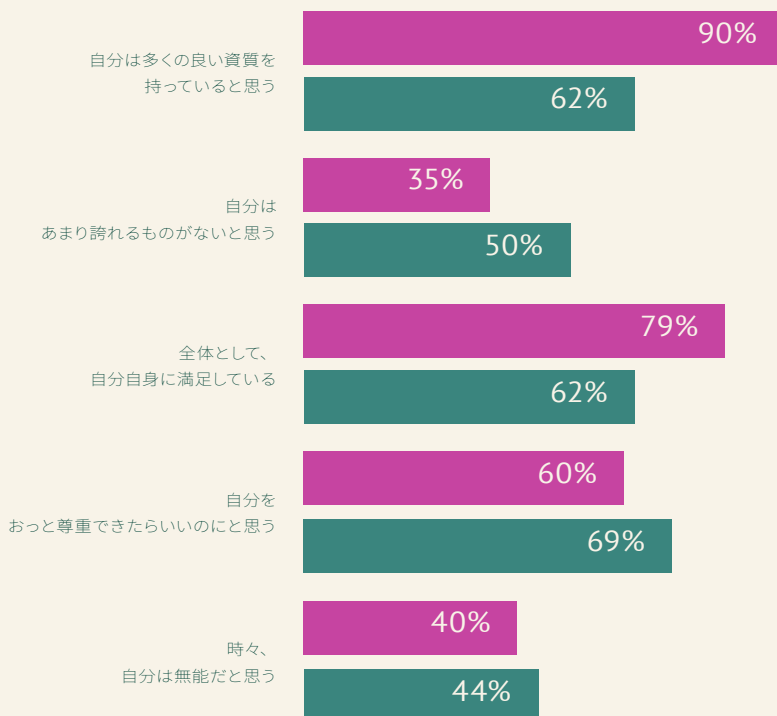


自尊心と自信の指標

日本の人々は、セルフラブ・インデックスの自尊心と自信の全要素において、ポジティブな評価が世界平均よりも少なくなっています。

最大の違いは、自分に良い資質があると思っているかどうかという点で、「思う」「非常に思う」と答えた人は62%しかいません。また35歳未満の人と経済的に余裕がないと感じている人のうち、自分に良い資質があると思っている人は50%にとどまります。

Fig. 7 自尊心と自信の指標



他者からの評価と自己制御の指標

日本の人々は、セルフラブ・インデックスに含まれている他者からの評価と自己制御の指標に関し、世界平均よりも大幅に低い評価をしています。最大の違いは、自身の人生において、コントロールしたり選択をできていると思っているかどうかにあります。選択がコントロールができていると思っている人は日本では56%に過ぎず、女性では51%、経済的に余裕がない人では36%しかいません。

Fig. 8 他者からの評価と自己制御の指標

