

Press Release

現代女性の約2人に1人(45.3%)^{*1}が「髪の艶で前向きになれた」経験あり

TSUBAKI が提唱する“美のレジリエンス”とは

SUZY (ペ・スジ) 登壇の20周年イベントで調査結果を発表

本日より SUZY の圧倒的な艶髪が魅せる、新 TVCM 「艶生きる髪は、私のちから。」放映開始！

株式会社ファイントゥデイ（本社：東京都港区、代表取締役 社長 兼 CEO：小森哲郎）が展開する、あふれるような艶髪へと導くヘアケアブランド「TSUBAKI」は、ブランド誕生20周年を機にこの20年間の社会環境の変化と女性の意識変化、および髪がもたらす影響を紐解く「髪とレジリエンス」に関する意識調査を実施しました。本結果は TSUBAKI グローバルアンバサダーであり、女優・歌手として活躍する SUZY さんが参加した20周年イベントにて公開され、現代女性の約2人に1人(45.3%)^{*1}が「髪の艶があることで前向きな気持ちになれた経験がある」ことがわかりました。

TSUBAKI は、艶のある髪は内なる自信をそっと呼び覚まし、日常の中で“しなやかに前を向けるちから”になる＝「美のレジリエンス」と捉え、現代女性を取り巻く環境の変化を背景に、ブランド誕生以来20年、変わらずこだわり続けてきた「艶髪」の価値を、SUZY さんと共に創り出す新たな世界観でお届けしてまいります。



【SUMMARY】

TSUBAKI20周年調査を実施、グローバルアンバサダーSUZY（ペ・スジ）さん登壇の
20周年イベントにて調査結果を発表

【現代女性を取り巻く”自己解決プレッシャー”と、艶髪がもたらす前向きな力】

- 日本人女性の85.2%^{*1}が「ストレスや気持ちの落ち込みは自分で立て直すことが大切」と回答。—現代女性に広がる”自己解決プレッシャー”
- 約2人に1人^{*1}が「髪の艶で前向きになれた経験」あり。86.5%^{*1}が「髪の艶は自信や前向きな気持ちに関係している」と実感

【TSUBAKI が提唱する“美のレジリエンス”】

- TSUBAKI は、艶のある髪が内なる自信を呼び覚まし、“しなやかに前を向けるちから”になると信じ、ブランド誕生から20年、世界の女性に寄り添い、後押ししてきた
- この艶髪のもたらす“前向きなちから”を「美のレジリエンス」と捉え、改めてブランドがめざす姿勢に
- SUZYさんはイベントにて「髪がきれいだと“今日は少し大丈夫かも”と思える」と語り、その価値を提言

ではなぜ今、「髪の艶」が前向きさと結びつくのでしょうか。

ブランド誕生から20年の間に、女性を取り巻く社会や価値観は大きく変化し、それに伴い生き方や価値観が多様化、仕事や結婚、出産、学び直しなど、人生における選択肢が広がる社会が形成されつつあります。このように、生き方の選択肢が広がる一方で、「自分で選び、自分で責任を持つ」というプレッシャーの高まりも存在しています。

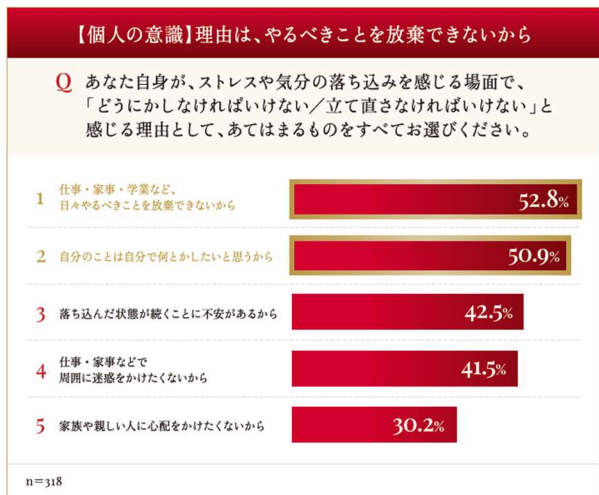
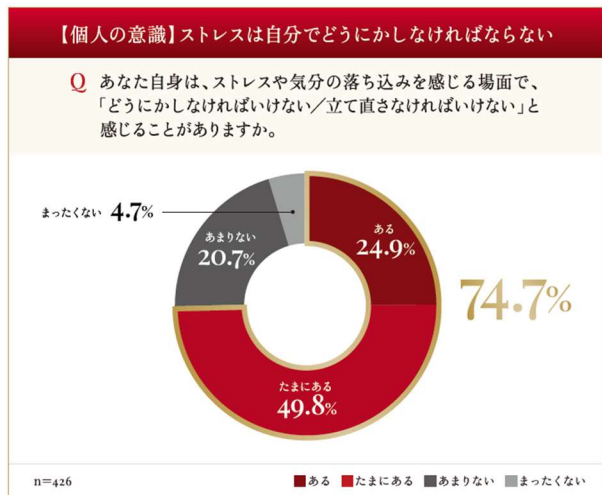
今回の調査では、こうした現代特有ともいえる心理状況の中で、日常のささやかなひとつの変化として、「髪の艶」が気持ちを整えるきっかけとして認識されていることがわかりました。

【現代女性の約2人に1人^{*1}が「艶で前向きに」—“美のレジリエンス”を示す調査結果】

- 8割以上が“気持ちは自分で立て直すべき”と認識—現代女性に広がる自己解決プレッシャー

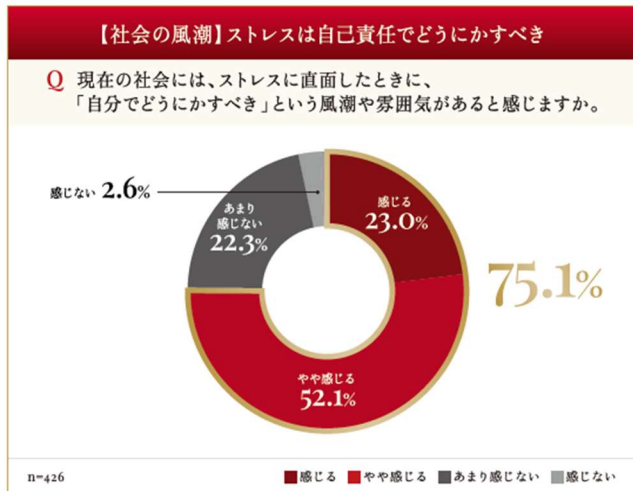
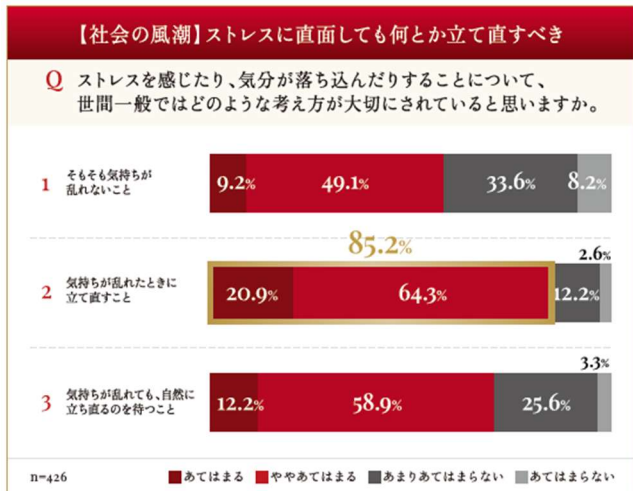
ストレスへの対処において世間一般で何が重視されているかを問うと、「気持ちが乱れたときに立て直すこと」という回答が85.2%^{*1}でトップとなりました。また、ストレスに直面した際に「自分でどうにかすべき」という風潮があると感じている女性は75.1%^{*1}に上っています。

ライフステージにおける大きな選択から日常生活の小さな選択まで、自己決定が重視される社会の中で、ストレスへの対処についても個人に委ねられる傾向がうかがえます。



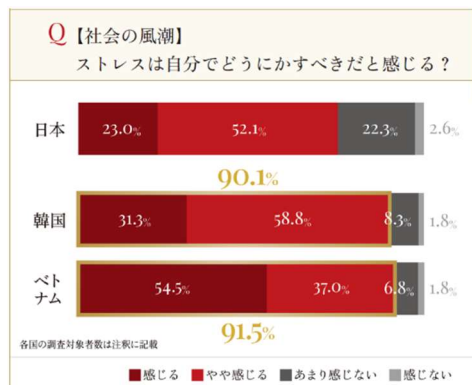
また、自由に選べるからこそ生じるストレスに対して、「自分で対処すべき」という社会の風潮は、そのまま個人の意識にも反映されています。

ストレスや気分の落ち込みについて、「どうにかしなければいけない／立て直さなければいけない」と感じるものが「ある・たまにある」と答えた女性は74.7%※1にのびりました。その理由として最も多かったのは、「仕事・家事・学業など、日々やるべきことを放棄できないから」(52.8%※1)。複数の役割を担う中で、たとえ不調を抱えても、自ら対処しなければならないという“自己解決プレッシャー”が生じており、それ自体がストレスの一因となっていることがうかがえます。

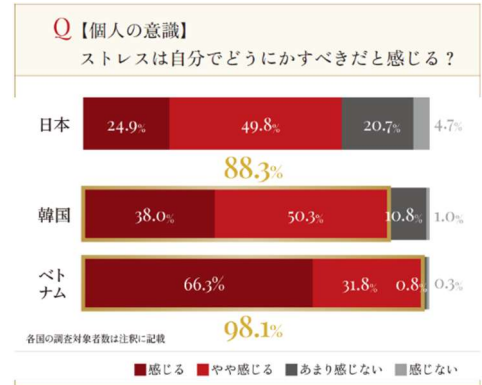


● 自己解決プレッシャーはアジア諸国・地域で共通する傾向であり課題に

この傾向は日本だけに限ったものではありません。ベストコスメ受賞など評価の高い韓国、また東南アジア市場において TSUBAKI における売上成長が著しいベトナムにおいても同様の調査を実施したところ、「ストレスに直面したときは自分でどうにかすべき」という社会的な風潮があると感じている女性は、韓国で90.1%※2、ベトナムで91.5%※2にのびりました。



さらに、個人の意識として、ストレスに対して「自分でどうにかしなければならぬ」と感じる女性は、韓国で 88.3%^{*2}、ベトナムでは 98.1%^{*2} という結果に。生き方や価値観の多様化によって女性たちの選択肢が広がる一方で、その選択に伴う悩みやストレスを「自分自身で解決すべき」と捉える意識は、日本のみならずアジア諸国・地域女性に共通する傾向であることがうかがえます。社会背景や文化は異なれども、“自己解決を求められる環境”は、確かに構造として存在することが示されています。



今回の調査結果も踏まえ、多様な価値観や選択肢が広がる現代において女性たちの意識と向き合う新たな観点として、ジャーナリストの浜田敬子さんに考察をいただきました。

多様化の時代に生まれた、“新しいこうあるべき”という圧力—私たちは本当に自由になれているのだろうか。

—ジャーナリスト 浜田敬子氏

確かにこの 20 年、女性たちの生き方・働き方の選択肢は増えました。仕事と子育てを両立するための様々な法制度が整ってきたことで働き続けやすくなり、望んだキャリアを手に入れられる可能性は高まりました。結婚観やキャリア観も多様になり、結婚や出産を望まない女性たちも増えています。

ただ本当に女性たちは自らの意思で人生を選択できるようになったのでしょうか？

世界経済フォーラムが毎年発表している各国の男女平等度を測るジェンダーギャップ指数では日本は 148 カ国 118 位です（2025 年）。先進国の中で圧倒的に男女が「不平等」な状況は変わっていません。

日本では今でも「男性が主に働いて稼ぎ、女性が家事育児をする」という性別役割分業意識が根強いです。実際 OECD 諸国の平均では、男性の家事時間を 1 とした場合、女性は 1.9 倍なのに対して、日本の女性は男性の 5.5 倍も家事労働に費やしています。

この 15 年で起きている大きな変化の一つは SNS の普及です。これまで見えなかった他人の「選択」が見えるようになったことで、「動けない」「動かない」私は「努力していないのではないかと自らを責めてしまう。みんなに選択肢がなかった時代以上に追い詰められた気持ちになっているのではないかと心配します。

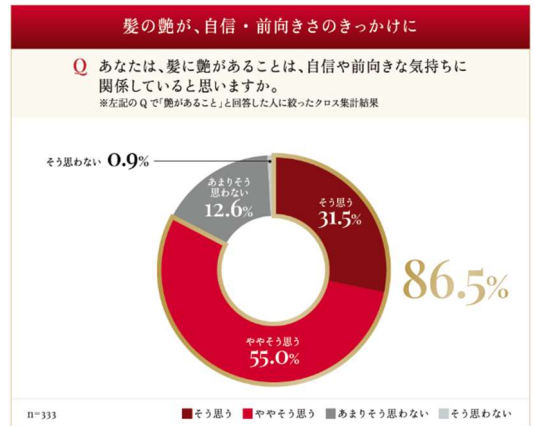
私たちに必要なのはやはり今でも「こうあるべき」という考えから少しでも自由になることなのです。

日常のふとした瞬間での気付き—それが前を向くきっかけに

● 86.5%が「髪の艶は自信や前向きさに関係」—艶髪は見た目だけでなく心を支える存在に

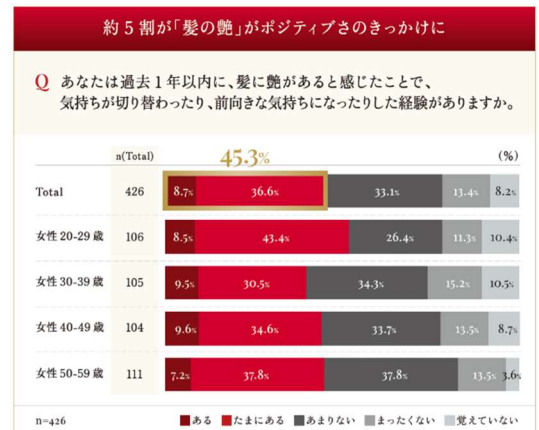
「自分で立て直さなければならない」「前を向かなければならない」——。そんなプレッシャーを抱えやすい現代だからこそ、TSUBAKI が大切にしたいのは、無理に頑張ることではなく、自然と前を向ける“しなやかさ”です。

今回の調査では、4人に3人^{*1}が髪の状態において「艶があること」を重視、そのうち、86.5%^{*1}が、「髪の艶は自信や前向きな気持ちに関係している」と思っていることが明らかになりました。艶髪は単なる外見の美しさにとどまらず、自分らしく前を向くための心の支えにもなっているとの認識があることがわかりました。



● 約2人に1人^{*1}が「艶で前向きに」経験あり—日常の中の回復スイッチに

実際に直近1年間で約2人に1人^{*1}の女性が、「髪に艶があると感じたことで気持ちの切り替わりを感じ、また前向きな気持ちになった経験がある」と回答。「髪の状態が良いと気分良く出かけられる」「少し落ち込んでいても、髪が整っていると今日も頑張れそうな気がする」といった声も寄せられました。実際の経験値として、日常でふとした際に「艶髪」に気づくことで、気持ちや行動を前向きに変える力になっていることがうかがえます。



日常の中で、自分を大切にしていると気づけること—ジャーナリスト 浜田敬子氏

日本の女性は世界的に見ても睡眠時間が最も短いことが知られています。私もそうでしたが、後輩の女性たちを見ていても、仕事と家庭をどうやりくりするのか、どう仕事でも成果を上げるのかで日々いっぱいいっぱい、自分のことを後回しにする人が多いと感じます。そんな中で正直、髪や肌を気遣う余裕がないという人もいます。

しかし、髪や肌を気遣うということは体調やメンタルにもポジティブな影響がある、と感じています。それは単に「見た目」だけの問題ではないからです。

肌や髪の調子から体調を推しはかるといってももちろんありますが、それ以上に「自分に手をかけている」「自分をケアする」ということに繋がるからです。

自分をケアする時間は短くてもいいのです。たとえ短い時間でも日々の忙しさから切り離され、時間を自分のためだけに使っているということからくる充足感、自分自身を肯定的に捉えることにも繋がります。

みなさんにも経験がありませんか？ シャンプーを変えたらパサついていた髪がつるんとまとまったこと。出勤前に髪がまとまると、その日1日を気持ちよくスタートできること。トイレに行って鏡を見るたびに髪がまとまっていると、気持ちが前向きになれること。何か贅沢なものを買ったり、特別な体験をしたりしなくても、日々少しだけ自分を気にかけて大切にしたら結果得られる手触り感のようなものこそが、「私は私を大切にしている」という感覚。それこそ女性が自己肯定感を保つために必要なものだと思います。

これらの結果から、現代女性は「自分で立て直すこと」を求められる環境にありながらも、日常の中のささやかなきっかけによって前向きさを自身の中に感じているということがわかりました。そして、そのきっかけのひとつに「艶髪」が存在しています。

TSUBAKI は、本調査で見られた傾向も踏まえ、「無理に折れないことではなく、しなやかに、また前を向けること」を「美のレジリエンス」と捉え、この20年目の節目にブランド誕生以来追求してきた「艶髪」という価値を通じて、これからも女性たちの前向きな一歩を支え続けていきます。

<調査概要①> ※1 (45.3%)

調査内容：髪とレジリエンスに関する意識調査

調査期間：2026年5月15日～19日

調査対象：20代～50代 女性 426名

調査機関：株式会社インテージ

調査手法：インターネット

<調査概要②> ※2 (韓国：88.3%/ ベトナム:98.1%)

調査内容：髪とレジリエンスに関する意識調査

調査期間：2026年5月15日～29日

調査対象：韓国・ベトナム在住の20代～50代 女性 426名

調査機関：株式会社ファイントゥデイ

調査手法：インターネット

【「艶生きる髪は、私のちから。」 TSUBAKI 20th Anniversary Party イベントレポート】

本イベントには、自分らしいしなやかな生き方で、まさに TSUBAKI が提唱する“美のレジリエンス”を体現し続けているグローバルアンバサダー SUZY さんが登場。SUZY さんにとって艶髪とはどのような存在かを語っていただき、また本日7月1日から放映される新 TVCM も公開されました。

-SUZY TSUBAKI グローバルアンバサダー就任リリース：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000205.000081704.html>

-SUZY × TSUBAKI 新 CM 公開リリース：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000208.000081704.html>

■“美のレジリエンス”を体現する SUZY、TSUBAKI20 周年イベントに登壇。



SUZYさんは、艶髪が美しく映える TSUBAKI レッドのドレス姿を纏い、TSUBAKI の 20 周年を記念した花束をもって登場。SUZY さんからファイントゥデイ副社長の高津 繁一へ、20 周年への祝福の言葉とともに華やかな花束をお渡しいただきました。

MC からヘアスタイルや衣装のポイントについて聞かれると、「本日は、TSUBAKI の 20 周年をお祝いする意義深い場ということで、ブランドを象徴する印象的な RED カラーのドレスを着用してみました。また、ヘアも健康的な艶と美しい髪を演出するよう心掛けてみました。」と語り、笑顔を見せました。

TSUBAKI のグローバルアンバサダーとして、「初めて TSUBAKI に触れた時、最も印象的だったのは、ブランドが目指す美しさの哲学でした。単に外見として見える髪の美しさだけではなく、ナチュラルに自分だけの個性や魅力を自然に表現できるようにしてくれるという点が特別だと感じました。また、自分らしい姿を個性的に表現できるよう、応援してくれるブランドのメッセージに深く共感したように思います。」と話し、艶のある髪を通して、「自然と気持ちがしなやかに前を向くようなきっかけを届けたい」という想いに共感を示しました。

■「美しい髪は、最高のビューティーソースのひとつ。」SUZY さんが語る、“艶髪”がもたらす前向きな力



トークセッションでは、SUZY さんが考える艶髪がメイクやファッションに与える印象についても語っていただきました。「自分を表現するうえで、ヘアが担う役割は本当に大きいと思います。メイクアップやファッションを仕上げる最後の瞬間、艶やかに輝く髪が加わることで、全体の雰囲気 completes するように感じます。」とコメント。

また、「髪のコンドিশョンが良いことで、気持ちの面でも少し支えられるような感覚はあるか？」という問いかけに対して、「髪の状態は、その日の気分に大きな影響を与えます。髪が健やかに整っていると、自分自身を大切にできていると感じられます。また、1日の終わりに髪をきれいに洗い、鏡に映る艶やかで整った髪を見たときには、「今日も良い1日を過ごせた」という小さな達成感や安心感を得ることができます。」と述べ、グローバルに活躍する中でも、日々髪と向き合っていくことが、日常に小さな前向きさをもたらしてくれることを明かしました。

■新 TVCM のみどころは「自然な艶と健やかな髪」

イベントでは、SUZY さんが出演する新 TVCM も上映。

CM 撮影時について、「自然な艶と健やかな髪がしっかり表現されるよう、特に意識して撮影に臨んだように思います。皆さまにも、ぜひその部分に注目しながら一緒にご覧いただけると嬉しいです」と振り返りました。完成後の CM を視聴した後は、「私が意図した通り、健やかな艶髪がしっかり



と表現できてとても満足していますし、とてもきれいに仕上がったと思いました。」とコメントしました。トークセッションの最後には、改めて圧倒的に美しい艶髪とチャーミングな笑顔でメディアの皆さんを魅了し、SUZY さんによるステージを締めくくりました。

【TVCM 概要】

■TVCM タイトル：TSUBAKI 「艶生きる髪は、私のちから。」篇（30 秒）

<https://youtu.be/TLY-e9iodxk>

TSUBAKI 「艶生きる髪は、私のちから。」篇（15 秒）

<https://youtu.be/sMN2SxxhuFs>

■TVCM リリース：<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000208.000081704.html>

【SUZY プロフィール】



韓国出身。ガールズグループ miss A のメンバーとしてデビュー後、映画『建築学概論』で一躍注目を集め、俳優として本格的なキャリアをスタート。

その後、ドラマ『あなたが眠っている間に』『スタートアップ:夢の扉』、 Coupang play シリーズ『アンナ』、Netflix シリーズ『イ・ドゥナ!』など数々の話題作に出演し、繊細な感情表現と確かな存在感で俳優としての評価を確立した。

近年では Netflix シリーズ『魔法のランプにお願い』で主演を務め、アジアを含め世界で幅広い支持を集めている。今後は Disney+オリジナルシリーズ『Delusion (原題)』への出演も控えており、グローバルでの活躍の場をさらに広げている。透明感あふれる美しさと、しなやかさの中に芯のある佇まいで、広告・ファッション分野においてもグローバルに活躍。アジアを含め世界で、幅広い世代から支持を集めている。

<浜田敬子氏 プロフィール>



1989年に朝日新聞社に入社。99年からAERA編集部。副編集長などを経て、2014年からAERA編集長。2017年3月末に朝日新聞社を退社後、世界12カ国で展開する経済オンラインメディア Business Insider の日本版を統括編集長として立ち上げる。2020年末に退任し、フリーランスのジャーナリストに。労働問題やジェンダーに関するテーマを中心に取材。2022年8月～2025年10月までリクルートワークス研究所が発行する『Works』編集長を務める。2022年8月に一般社団法人デジタル・ジャーナリスト育成機構を設立。2022年度ソーシャルジャーナリスト賞受賞。2023年10月からBリーグ理事も務める。「羽鳥慎一モーニングショー」「サンデーモーニング」「ニュースランナー」のコメンテーターや、ダイバーシティなどについての講演多数。著書に『働く女子と罪悪感』『男性中心企業の終焉』『いいね！ボタンを押す前に』（共著）。

【商品概要 - 主要商品】

			
<p>TSUBAKI プレミアム モイスト&リペア シャンプー プレミアム モイスト&リペア コンディショナー</p>	<p>TSUBAKI プレミアム ボリューム&リペア シャンプー プレミアム ボリューム&リペア コンディショナー</p>	<p>TSUBAKI プレミアム EX ダメージケア&リペア シャンプー プレミアム EX ダメージケア&リペア コンディショナートリートメント</p>	<p>TSUBAKI プレミアム EX リペアマスク</p>

1回目から、美しい仕上がりに 椿オイルフォース* ¹ 配合。			髪の表面と深層を W ダブルで補修する ゴールデンリペア成分* ² 配合
パサつき・広がり	ボリュームのなさ	ひどいダメージ	特にひどいダメージ
髪内部にまで届き毛先までうるおって、まとまりのある生きた艶* ³ 弾む髪へ	髪内部にまで届き根元からふんわりボリュームのある生きた艶* ³ 弾む髪へ	パーマやカラーで特に傷んだ髪を立体的に補修* ⁴ 使うたび毛先までなめらかな生きた艶* ³ 弾む髪へ	髪にイオンの補修力。特に傷んだ髪の深層部にまで、イオン補修成分* ⁵ を届け、ダメージケア。
450mL			180g
オープン価格			

*1 ツバキ種子油、マカデミアナッツ脂肪酸フィトステリル、ラウロイルグルタミン酸ジ（フィトステリル/オクチルドデシル）、スクワラン:補修、保湿、ツヤ

*2 椿オイル(ツバキ種子油)、ローヤルゼリー(ローヤルゼリーエキス)、大豆プロテイン(ダイズ種子エキス) (補修)

*3 しなやかに弾む髪に走る艶のこと

*4 立体的な髪を1本1本包み込んで補修すること

*5 ラウリルトリモニウムクロリド (補修)

【各種リンク】

- ▼ TSUBAKI ブランドサイト：<https://brand.finetoday.com/jp/tsubaki/>
- ▼ TSUBAKI 公式Instagram：https://www.instagram.com/tsubaki_jp/
- ▼ TSUBAKI 公式X：https://x.com/tsubaki_ofc
- ▼ ファイントゥデイ企業情報：<https://www.finetoday.com/jp/>

■ファイントゥデイグループについて

ファイントゥデイグループは、2021年に資生堂のパーソナルケア事業から独立して創業しました。

私たちは、世界中の誰もが、素晴らしい一日を紡ぎ、いつまでも美しく、豊かな人生を送れるようにすることをパーパスに掲げ、その達成に向けて地球環境および社会の持続可能性と、収益性ある成長を一体化させて推進しています。

私たちのDNAに由来する美意識は、洗練されたオペレーション、独自の価値提供、グローバルな行動様式などに受け継がれています。

私たちは、世界中の人々にときめきを通じてウェルビーイングを届ける、アジア No.1 の日用美品の創造企業となることを目指しています。