



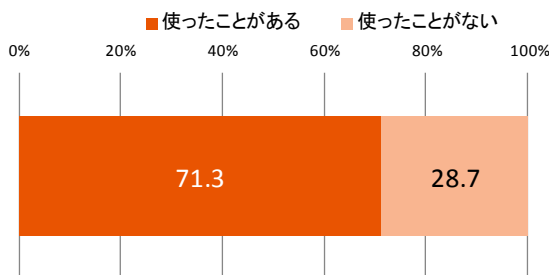
## 資生堂、3月20日を「日やけ止めの日」に制定

資生堂は、日照時間が長くなり始める春分の日を目安として、早めの紫外線対策を広く呼び掛けるために、一般社団法人日本記念日協会の認定を受け、3月20日を「日やけ止めの日」と制定しました。

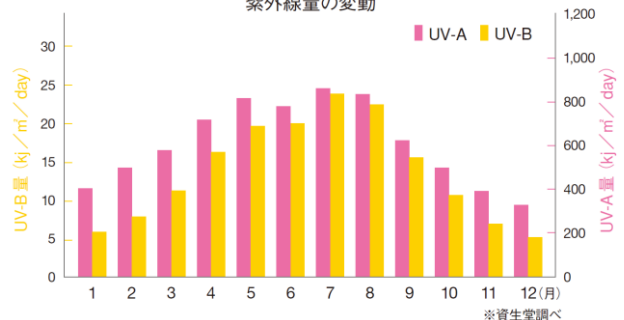
「日やけ止めの日」を制定するにあたり、資生堂が調査した「日やけ止めに関する実態調査」※1では、過去に日やけ止めを使用した経験のある人は全体の約7割にとどまることがわかりました。紫外線は、年間を通じて地表に降り注いでいますが、紫外線量は日照時間に大きく関係します。3月下旬は昼と夜の時間が同じになる春分の日を境に、日照時間が長くなり始める時期です。日照時間が長くなるにつれて、紫外線量も増えるため、その前に日やけ止めを使い始めるなど、早めに紫外線対策をすることが重要です。

※1 2014年2月実施 n=4,200 (15~69歳の全国男女)

日やけ止め 使用経験 (n=4,200)

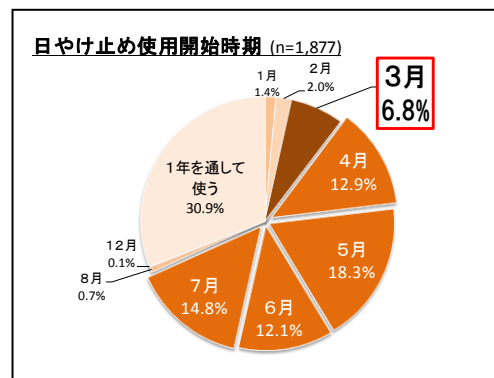


紫外線量の変動



### 日やけ止めを3月から使用開始する人は、全体の1割未満

前述の調査で、過去1年間に日やけ止めを使用した人を対象に、日やけ止めの使用開始時期※2を調べたところ、1年を通して使う人が全体の30.9%を占め、一方で日照時間が長くなり始める「3月から使う」人はわずか6.8%であることがわかりました。4月以降7月までのいずれかの月から使う人は、それぞれ3月から使う人の約2倍で、5月の行楽シーズンや、気温の上昇、日差しが強さを感じるようになってから日やけ止めを使う傾向にあると考えられます。このように、実際に紫外線量が増加する時期と日やけ止めを使い始める時期の間にタイムラグがあることがわかりました。

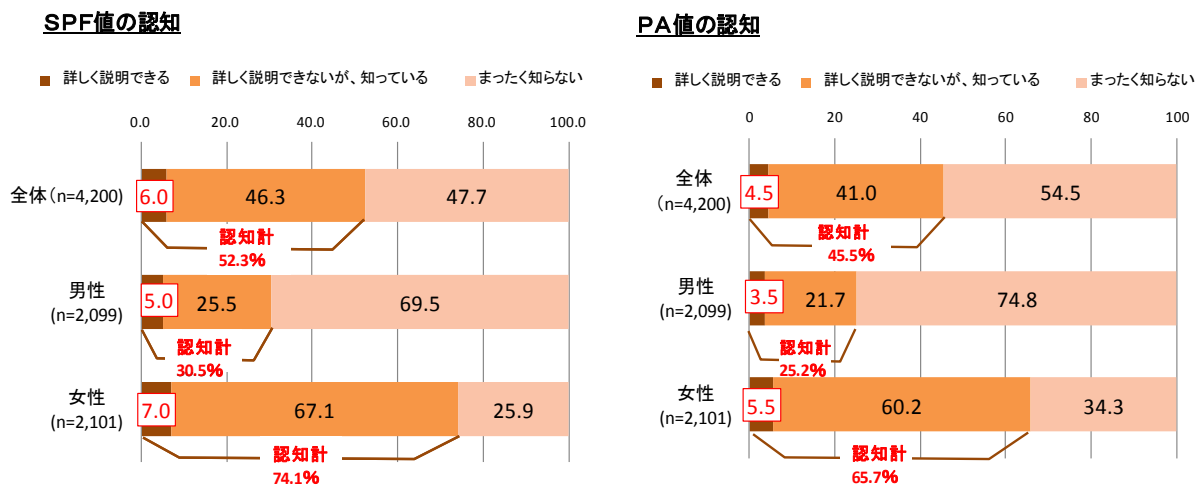


※2 ※1 調査内 n=1,877 (日やけ止めを過去1年以内に使用したことのある15~69歳の全国男女)

## 日やけ止めの「SPF」「PA」表示について詳しく説明出来る人は1割未満

日やけ止めに表示されている「SPF」※3「PA」※4についての認知※1を調べたところ、赤く炎症を起こし、シミやしわの原因になる「レジャー紫外線」ともいわれるUV-Bの防御効果を表す「SPF」の認知率は全体の52.3%でした。一方、すぐに肌を黒くし、しわやたるみの原因になる「生活紫外線」ともいわれるUV-Aの紫外線防御効果を表す「PA」の認知率は全体の45.5%でした。男女別にみると、女性の7割以上が「SPF」を認知しているが、男性は約3割でした。「PA」については、女性の6割以上が認知しているが、男性は3割未満でした。さらに、これらの表示について、男女ともに詳しく説明出来る人は1割にも満たないことから、日やけ止めに関する啓発活動を行うことが必要であると考えられます。

※1 2014年2月実施 n=4,200 (15~69歳の全国男女)



資生堂はこの調査から、春分の日を目安に、毎年3月20日(3と2と0の語呂合わせから、サ・ニ・ゼロ:Sunny Zero)を「日やけ止めの日」と制定し、早めの紫外線対策を意識していただくことを呼び掛けてまいります。

### ※3「SPF」・※4「PA」

日やけ止めに表示されている「SPF」と「PA」は、化粧品の紫外線防止効果を示すものです。

#### ■ SPF

UV-Bを防ぐ効果を表す数値でSun Protection Factorの略です。SPF数値が高いほどUV-Bの影響から肌を守る効果が高く、日本では50が最大です。日本化粧品工業連合会の「SPF測定法基準」に基づき、SPFが50より有意に高い商品については「SPF50+」と表示されています。

(国によってUV-B防御効果を表す表記の仕方が異なります)

#### ■ PA

UV-Aを防ぐ効果を表す目安でProtection Grade of UV-Aの略です。効果の度合いは「+」の数で表示されています。「+」の数が多いほどUV-Aの影響から肌を守る効果が高く、2012年までは基準で3段階の「+」で表示されていましたが、2013年1月より4段階の「+」まで認められることになりました。その背景には、UV-Aの有害性に対するお客さまの認知が拡大し、より高い防御効果を持った日やけ止めが求められるようになったことが挙げられます。

(国によってUV-A防御効果を表す表記の仕方が異なります)