

2025年10月発行

DIGEST

FASHION | BEAUTY | WELLNESS | MONEY | SKILL・CAREER | and MORE

BAILAキャリア女子総研

Research Institute of Working Women

白書2025

投資を惜しまず、よりよく生きる。

30代女性の“自分経営”リアルレポート〈抜粋版〉

PRESENTED BY :

集英社



Video Research



©SHUEISHA Inc. All rights reserved.

1 日本最大級のマーケティングデータベースACR/exより、働く女性の声を徹底分析 働く30代、“自分経営世代”の今とこれから

働く30代女性は、仕事も暮らしも自らマネジメントする“自分経営世代”へと進化しています。本白書では、ビデオリサーチ社×BAILAの共同で、同世代の意識や消費傾向の変化を徹底分析。さらに、価値観別に6クラスタに分類し、それぞれのリアルな意識や消費行動も深掘りしました。時代とともにアップデートされる女性像を、BAILA編集部ならではの視点で紐解き、“自分経営世代”への最適なアプローチをご提案します。

2 BAILAユーザーのインサイト、集結！ “自分経営リーディング層”BAILAユーザーのリアル

自分経営をリードしているBAILAユーザーの実態を徹底分析。彼女たちは今どんな価値観で、何に時間やお金をかけているのか。ユーザーアンケートの結果や読者組織スーパーバイラズの声など定量・定性データをもとに、「ファッション」「ビューティ」「マネー」など投資先のカテゴリ別で解説します。今特に力を入れている各コンテンツとの紐づき、編集部メンバーが捉えているBAILAユーザーのインサイトにもご注目ください。

まとめ

編集部の中で最もBAILA歴が長い、ファッション担当副編山岸と美容担当副編菅井による対談。BAILAの25年の歩みを振り返りながら、働く30代女性＝“自分経営世代”の魅力や、この世代に響くコンテンツ作り、BAILAや雑誌ブランドのこれからについて考えます。

CHAPTER 1 働く30代、“自分経営世代”の今とこれから

今どき30代キャリア女子は、“自分経営”をしている

本編では、
各カテゴリごとの
消費傾向・価値観
を解説！

ファッション

“似合う・心地よい・共感できる”が選ばれる時代

→「自分が気に入れば値段が高くても買う」74.7% **10年前より12pt UP! ↑**

ビューティ

日々の努力で、美しさと自信に磨きをかける

→「美容に気をつかうほう」51.8% **10年前より8pt UP! ↑**

ウェルネス

身体と心のケアが、仕事と人生の資本になる

→「メンタルヘルスに気を配っている」61.0% **10年前より13pt UP! ↑**

マネー

お金は“働かせて使う”世代

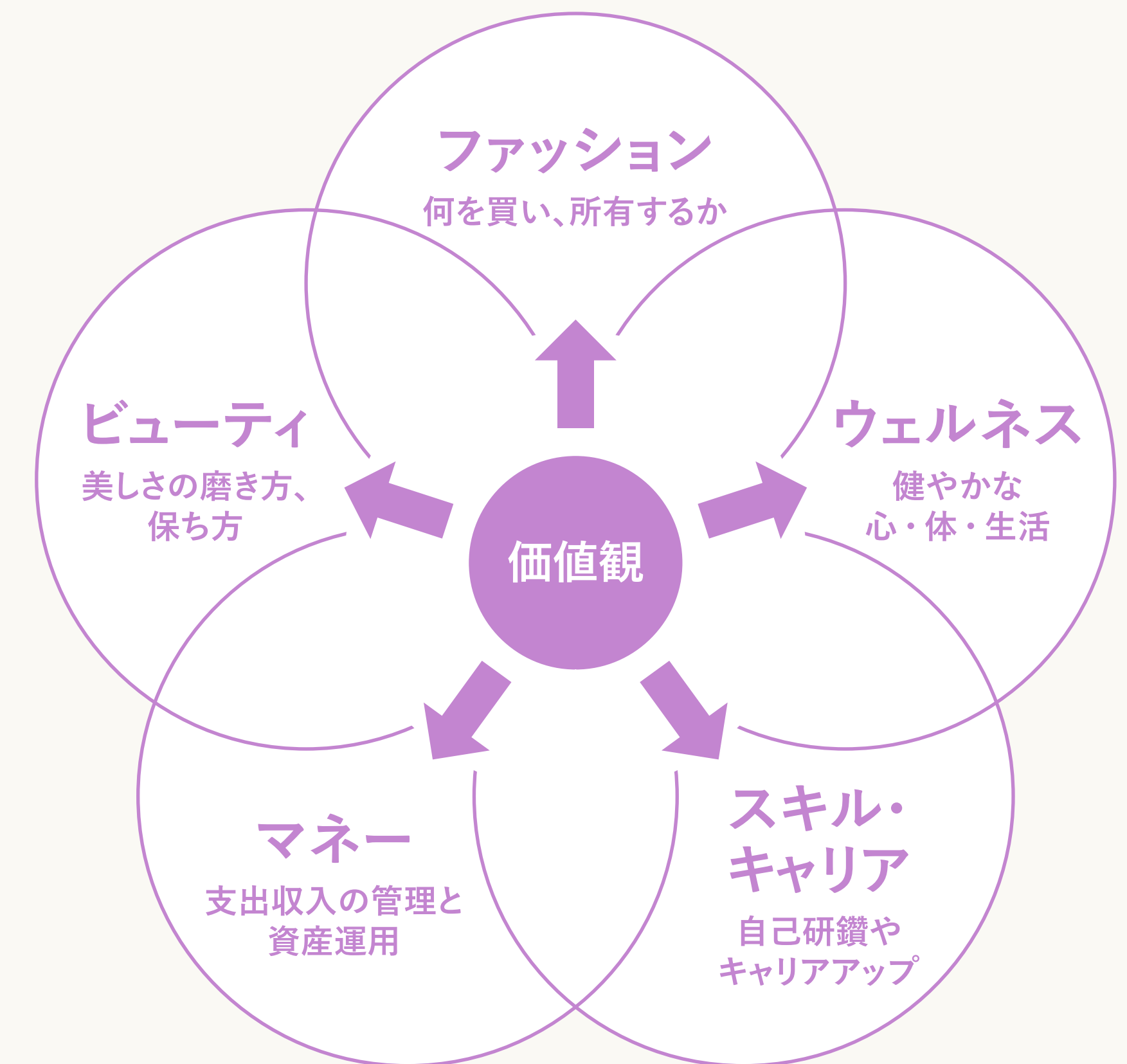
→「資産運用に関心がある」62.6% **10年前より38pt UP! ↑**

スキル・キャリア

理想のキャリアから逆算する、学び戦略

→「資格取得の勉強をしている」21.5% **10年前より8pt UP! ↑**

自分経営における5大投資先



働く30代 自分経営世代の **価値観**

✓ 確実なリターンが必要

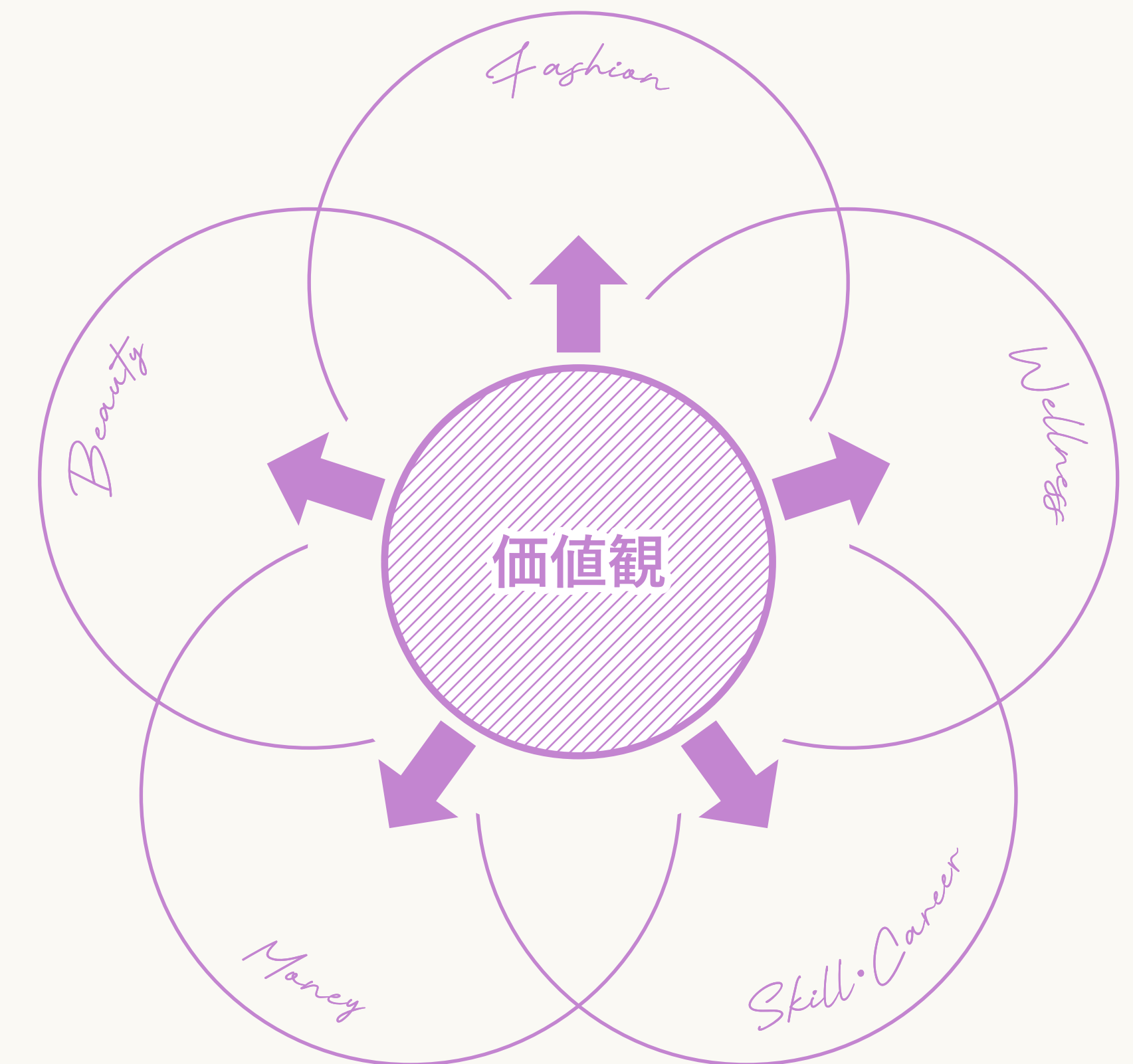
損はしたくない、できるだけ早く確実に結果に辿り着きたい。だから事前の下調べは徹底的に行い、理想からの逆算で動く。その分「想定外」はちょっと苦手。

✓ 忙しさを言い訳にしたくない！

時間は有限、メリハリ命。一つでも多くの“やりたい”を叶えるための“選択”と“集中”で、時間とお金のかけどころをコントロール。今しかできないことに注力し、悔いなく過ごしたい。

✓ 決め手は、“共感”と“納得”

何ごとも、なんとなくでは決めたくない。自分の選択にはいつも責任と自信をもちたい。自らリサーチしたり、周囲の声に耳を傾けたり... 日々、情報収集のアンテナを高くキープ。



ひとくくりにできない彼女たちの **価値観** を紐解く

働く30代 自分経営の6スタイル・大解剖

「働き方」や「ライフスタイル(暮らし方・消費行動)」における価値観の違いをもとに、各自分経営スタイルを6つのクラスタに整理しました。

本編では、各クラスタの
消費傾向・属性・購買動機を深掘り

自己表現・感性重視 効率・実用重視

＼ BAILAユーザーの約8割 ／

憧れと信頼の 自己実現リーダー n = 411 多才な自己起動型 感性・キャリア・金銭感覚 すべて高い、行動派。 keyword センス 信頼性 戦略的効率	いいとこどり トレンドマスター n = 540 軽やかアクティブ派 流行に敏感、 消費・自己表現を楽しむ。 keyword 流行 美容 SNS 高消費力	審美眼高めの 品格タイプ n = 406 本質を見抜く シンプル＆ヘルシー志向 ぶれずに、自分らしく、美しく。 keyword 本質志向 洗練 健康 学び	生活敏腕 プロデューサー n = 391 堅実ナビゲーター 数字と安定を軸に生きる、 管理上手な実務派。 keyword ロコミ 家族 将来備え	自分軸 スタイルの達人 n = 359 内省型マイペーサー 静かに暮らす、 自分軸を大切に人。 keyword 効率 快適さ 自分基準	余白を極める ゆるスタイル n = 280 やすらぎの余白保持者 「がんばらない」が 心地いい。 keyword 実用 安さ 自己完結
--	--	---	--	---	---

働く30代 価値観別 自分経営6スタイル [各クラスタの特徴]

BAILAユーザーの約6割が当てはまる
2クラスタを抜粋してご紹介

憧れと信頼の
自己実現リーダー (n=411)

keyword センス 信頼性 戦略的効率

多才な自己起動型
感性・キャリア・金銭感覚
すべて高い、行動派。



※ () 内の数字は女性30代有職者全体平均との差分です。

就業形態	正社員・職員	最多	76.9%	(+14 pt)
	派遣・嘱託・契約社員		1.0%	(-8 pt)
	その他		22.0%	(-5 pt)
役職	役職あり	最多	14.2%	(+5 pt)
	一般社員		73.7%	(+2 pt)
	その他		10.5%	(-8 pt)
経済力	世帯年収	2位	833万円	(+76万円)
	個人年収	1位	397万円	(+53万円)
	1カ月のお小遣い	1位	42677円	(+11595円)
	平均:金融資産	2位	1017万円	(+221万円)
婚姻区分	既婚:未婚	既婚69.2%(-6pt):未婚30.8%(+6pt)		
生成AI・SNS	生成AI利用	利用率高	60.4%	(+18 pt)
	Instagram		76.2%	(+1 pt)
	X		60.2%	(+1 pt)
	TikTok		17.2%	(+1 pt)
住居形態	戸建て		37.9%	(-6 pt)
	分譲マンション(持家マンション)		13.6%	(+3 pt)

いいとこどり
トレンドマスター (n=540)

keyword 流行 美容 SNS 高消費力

軽やか共感キャッチャー
流行に敏感、
消費・自己表現を楽しむ。



※ () 内の数字は女性30代有職者全体平均との差分です。

就業形態	正社員・職員		63.9%	(+1 pt)
	派遣・嘱託・契約社員		6.5%	(-3 pt)
	その他		29.6%	(+2 pt)
役職	役職あり		14.0%	(+5 pt)
	一般社員		64.1%	(-7 pt)
	その他		21.8%	(+3 pt)
経済力	世帯年収	1位	836万円	(+79万円)
	個人年収	3位	373万円	(+29万円)
	1カ月のお小遣い	2位	33464円	(+2382円)
	平均:金融資産		722万円	(-74万円)
婚姻区分	既婚:未婚	既婚76.2%(+1pt):未婚23.8%(-1pt)		
生成AI・SNS	生成AI利用		37.9%	(-5 pt)
	Instagram		78.7%	(+3 pt)
	X		60.5%	(+1 pt)
	TikTok		20.4%	(+4 pt)
住居形態	戸建て		41.6%	(-2 pt)
	分譲マンション(持家マンション)		10.3%	(-1 pt)

自分らしい
生き方を追求

個人年収は全クラスタで最多。ワークライフバランス志向(97%)で、家族や友人との時間を大切にしたい(88%)。転職・転業はいとわず(67%)、資格取得の勉強にも励む(36%)。

対人スキルが
高い

自分をより魅力的に見せるおしゃれをし(86%)、相手に合わせた振る舞いや対処もできる(88%)。肌の手入れ(81%)やエチケットの意識(97%)も高い。

情報は広く
収集・拡散

面白いと思った情報は周囲に共有(85%)。SNSや雑誌、テレビでの情報収集も積極的に行い、海外に関する報道にも興味を持つ。

価格より、
満足感・品質重視

買い物が好き(91%)で、自分が気に入れば高くても買う(83%)。

メリハリのある
食生活

評判のお店に食べに行く(83%)が、全体より35pt高い。
一方、効率を求めて冷凍食品の活用(98%)も行い、市販の総菜もおいしく食べる(83%)。

仕事に前向き

自分の仕事に誇りを感じている(64%)は、「憧れと信頼の実現リーダー」とほぼ同スコアで高水準。パートナーの年収帯も高く、世帯年収は1位。

美意識が高い

美容ケアを日常的に実践する。「化粧品にお金をかける方」という回答は、全クラスタの中で最も多く、中でもアンチエイジングへの関心が高い(76%)。

トレンドに敏感

テレビ・雑誌・SNS・ロコミ・メディア等幅広く情報収集を行う。周りの人が持っていると思うと欲しくなる(58%)は、全体より15pt高い。

広告をよく見る

買い物をする際に広告は大いに役立つとの回答は、全体より12pt高く全クラスタの中で最も高い44%。

海外ブランドに
興味あり

ファッション・美容において、海外ブランドのものを購入することが多い(31%)との回答が最多。

BAILA編集部が提案する“自分経営世代”への効果的なアプローチ

共感 × ワクワク感 ^{エヂカラ} 憧れ感情を呼び起こす〈文脈の演出と画力〉

忙しくてもできる × 共感&納得 〈再現性のある選択肢〉の提案

確実なリターン × 納得 確かな結果への〈最短ルート〉を提示

【ファイントゥデイ様タイアップ】
春の素敵をかなえる洒落感の条件 feat.ヨンア（'25年4月号）



“大人に似合う&
体がきれいに見える”が大前提
30代の正解レイヤード（'25年12月号）

今、売れてるブーツが、いいブーツ（'25年11月号）



BAILA編集長
小泉の視点

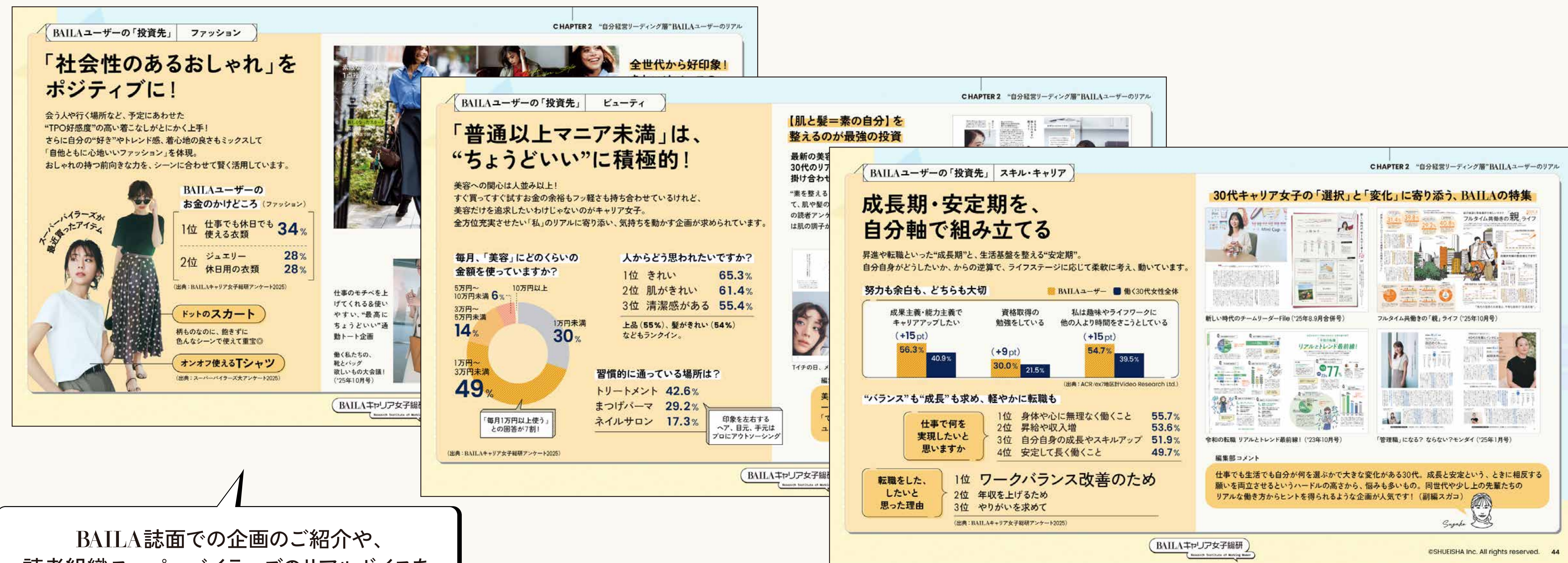
ご紹介する商品の価値を正しく伝える
だけではなく、読者の心を動かして行
動させる構成、見出し、写真とは何か、
編集部全員が工夫し提案できる力を持
っています。企画を目にした方が「そう
だ、自分はこれが欲しかったんだ」、「私
はこんな体験がしてみたかったんだ」
と、潜在的なニーズに気づける視点、
言語化能力、構成力はBAILA編集部最
大の武器。経験値も感度も高い30代へ
の「刺さる」訴求にぜひご活用ください。

CHAPTER 2 “自分経営リーディング層”BAILAユーザーのリアル

BAILAユーザーは、“自分経営”リーディング層！

稼いだ分をしっかり使う“消費に積極的”な自分経営スタイルが特徴的で、最新情報へのアンテナも高いのが特徴。
自分をどう魅せるか、自分と社会にとってより良い選択は何かというウェルビー意識も高く、同世代の中でも半歩先を行く存在です。

本編では、
約20ページにわたり
BAILAユーザーの
インサイトを解説！



BAILA誌面での企画のご紹介や、
読者組織スーパーバイラズのリアルボイスを
ご紹介するページ也大充実しています！

本編より、一部抜粋してご紹介！

BAILAユーザーの「投資先」10



「やってよかった」は積極シェア

「最近よかったコスメの話」は、女子会で話題になること第2位（'23年6月号企画より）

資格取得やそのための勉強をしていますか？

70%以上が「している」と回答

マーケティング検定

TOEIC（4回受験）

英会話レッスン（月1万5000円）



大人気料理家長谷川あかりさんの@BAILA連載が書籍化！ 現在は、ポッドキャスト番組『長谷川あかりのシャニカマでごめんなさい』を毎週火曜日に好評配信中！

編集部コメント

自宅での食事でも外食で培った経験をもとに「気持ちがあがる食卓にしたい」という傾向が。家庭料理をプロの味にしてくれる調味料や食材には出費を惜しみません。（WEB編集長ギリコ）



ファッション

ジュエリー・時計

ビューティ

ウェルネス

マネー

スキル・キャリア

ウェディング

食・飲料

ライフスタイル

旅行

「社会性のあるおしゃれ」をポジティブに！

節目買い・達成買い・モチベ買い！

「普通以上マニア未満」は、“ちょうどいい”に積極的！

睡眠・運動・インナーケアで内側からととのう

ライフスタイル×資産形成、攻めのマネー感覚

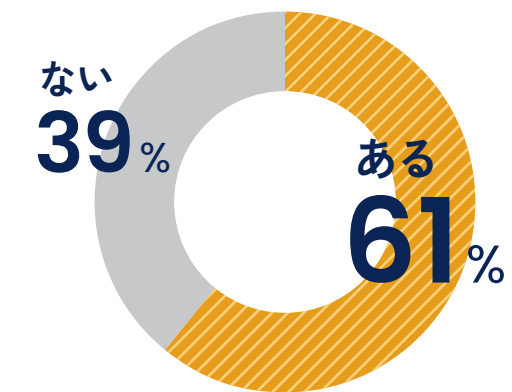
成長期・安定期を、自分軸で組み立てる

プロポーズは、結婚式“0次会”

“時短”重視、こだわりも忘れない

平日も休日も、“濃度”で勝負

旅には“テーマ”を



昇格・昇進、目標達成の記念として、ご自身のために買い物をしたことがありますか？

編集部コメント

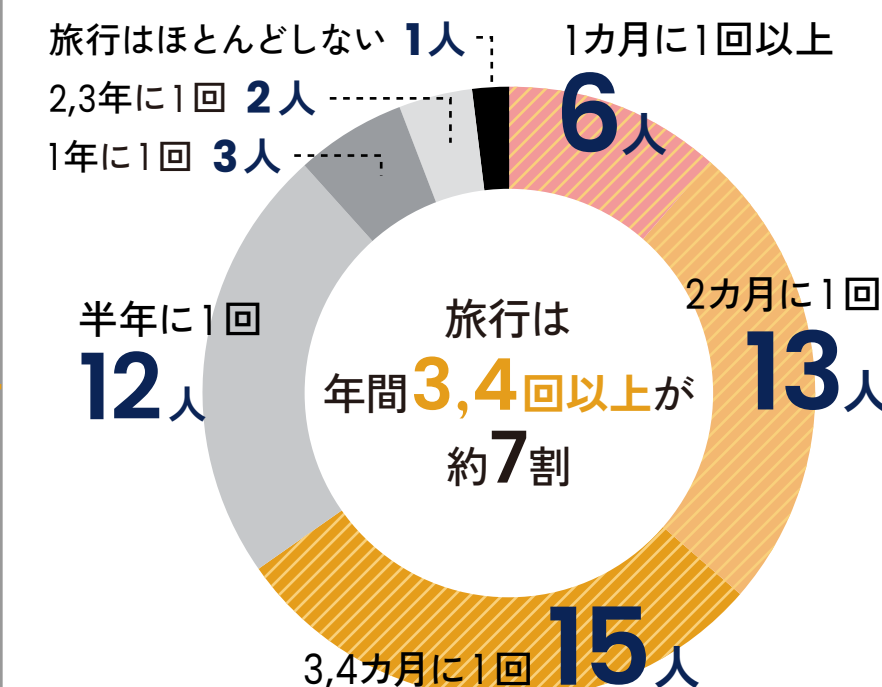
客観的な“投資目線”も持ち合わせているからこそ、予算の上限は意外なほど高額！
かと思えば、ジュエリーや時計の持つストーリーに共感し、自分らしさを重ねて愛する“ときめき重視”な一面も（副編やまみ）



先回りのインナーケア



アース製薬様タイアップ
（'25年11月号）



編集部コメント

バイラズの旅をひとことで表現するなら、「フツ軽」です。少しでも休みがとれれば、国内・海外を問わず、フットワーク軽く旅に出ます。（WEB編集長ギリコ）



'26年は2.3月合併号&8.9月合併号にて「旅BAILA」企画を予定



このダイジェスト版では、
働く30代女性＝“自分経営世代”のリアルな声や最新トレンドを
ぎゅっと凝縮してご紹介しました。
より詳しい内容やデータにご興味がある方は、
ぜひ『BAILAキャリア女子総研 白書2025』もご覧ください。

そして、BAILAは2026年で創刊25周年を迎えます。
これまで多くの読者の皆さまと共に歩み、
時代の変化や新しい価値観を発信してきました。
これからも、働く女性の“今”と“これから”に寄り添い、
ファッションや美容、キャリアやライフスタイルを応援していきます。

最新のリアルやヒントは『白書2025』本編でご紹介していますので、
ぜひ手に取ってみてください。また、BAILA編集部との取り組みに
ご興味があれば、お気軽にお問い合わせください。

創刊25周年を迎えるBAILAも、どうぞよろしくお願いいたします！

『白書2025』本編をご希望の方は、ADNAVIの問い合わせフォーム、
または担当営業まで、どうぞお気軽にご連絡ください。

昔から、会う人の目を大切にした
“TPPO”テーマをやっていました。
今はそれがより根付いて
洗練されている印象です！



私たち、TPPOコンシャス宣言！（'16年1月号）

7年前から、「逆算」という
BAILA世代の新インサイトを
キャッチした企画も実施。



別冊付録
逆算女子のための
アンチエイジングBOOK（'18年3月号）

読者組織「スーパーバイラズ」メンバーも大活躍中！！



'13年10月号カバー

メイク×ファッションは
BAILAの得意分野です！

「ブラウンを着る日」の
洗練メイク（'25年11月号）



普段着以上、イベント未満のコーデください！
（メイク・小物ページ）（'25年12月号）