

**ポーラ文化研究所**

**女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2013  
＜スキンケア篇＞＜メイク篇＞＜美肌篇＞ レポートを発行**

ポーラ文化研究所では、2007年から「女性の化粧行動・意識に関する実態調査」を継続して行っています。9回目となる本年の調査では、スキンケア、メイクに関する定点調査に加えて、「美肌意識」について調査・分析を行いました。

女性雑誌の美容記事には、“一步上行く美肌”“透明美肌”“目指せすっぴん美肌”“美肌のヒミツ”“オーラあふれる美肌”など「美肌」という言葉が頻繁に登場しています。今の美容の2大テーマ、「美白」と「アンチエイジング」もその目的とするところは、「美肌」であるとも言えます。美容の目的、目標の総括と言える「美肌」という概念を女性はどうかとらえているのか？そのあり方を具体的に探ってみました。

**＜美肌編＞レポート概要**

美肌意識に関する質問項目（抜粋）

- Q. あなたは今より美肌にしたいと思っっていますか？
- Q. あなたが美肌にしたいのは、どのような理由からですか？
- Q. あなたは自分の肌を美肌だと思いますか？
- Q. あなたのまわりに美肌だと思う女性はどれくらいの割合でいますか？
- Q. 他人の肌を見て、どこで美肌か美肌でないか判断していますか？

**現代女性の美肌意識**

- 自分が美肌だと思う・思わないにかかわらず、ほとんどの女性は美肌にしたいと思っている。
- その主な理由には、実用性・マインドアップ・若さ志向 などがあげられる。
- 肌への自己評価は厳しく、自身を美肌だと思う人は少ない。
- 自分のまわりにいる女性に対しても、美肌に関しては厳しい基準で見ている。
- 他の人の肌については、肌全体の印象から、肌状態の良さや具体的なダメージ具合など多くの点をチェックしている。

一人ひとりの女性と美肌意識との関係を分析、その構造を探りました。

**【リリースに関するお問い合わせ】**

株式会社 ポーラ・オルビスホールディングス 広報・IR室

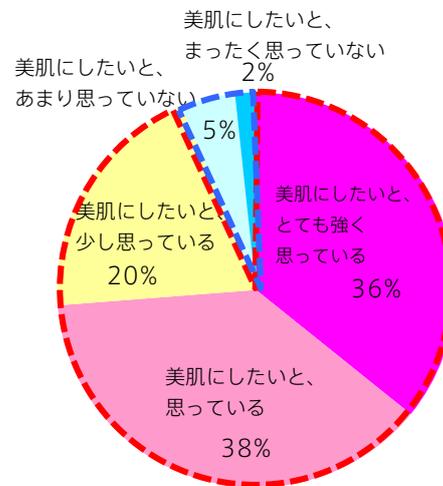
〒104-0061 東京都中央区銀座 1-7-7 ポーラ銀座ビル TEL 03-3563-5540 / FAX 03-3563-5543

**【調査内容に関するお問い合わせ】**

ポーラ文化研究所 TEL 03-5795-0941 / FAX 03-3280-8891

Q. あなたは今より美肌にしたいと思っていますか？

美肌にしたいと思っている  
94%

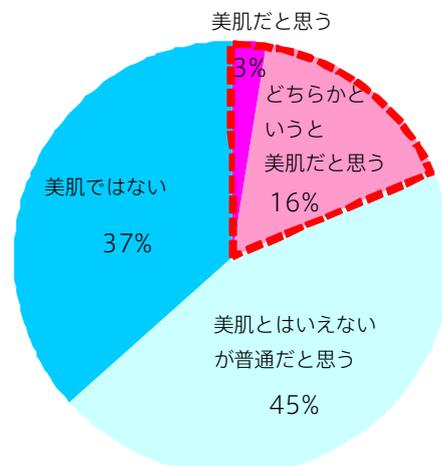


Q.あなたが美肌にしたいのは、どのような理由からですか？

1. 実用性 (メイクがきれにできる、ヘアスタイルやファッションが映える)
2. マインドアップ (前向きになれる、気持ちも美しくなれる)
3. 若さ志向 (行動や気持ちが若々しくなれる、人から若く見られる)
4. 好意期待 (人から良く思われる)
5. 同調又は信念 (美人の条件だから)

Q.あなたは自分の肌を美肌だと思えますか？

美肌だと思う	18%
普通だと思う	45%
美肌ではないと思う	37%



Q.あなたのまわりに美肌だと思う女性はどれくらいの割合でいますか？

### 10人中

0人	.....	20.8%
1人	.....	29.6%
2~3人	.....	32.9%
4~5人	.....	11.4%
6~7人	.....	3.7%
8~10人	.....	1.6%

1人以下しかいないと答えた人が

**50%**

女性は美肌の基準を厳しくとらえている

### ■ 美肌だと思う人

10人中	0~1人	.....	38.2%
	2~3人	.....	35.6%
	4~10人	.....	26.2%

美肌ではないと思う人の方が、美肌だと思う人よりまわりにいる美肌の人の割合が少ないという答え

・・・他人に厳しい人は、自分にも厳しいという傾向

### ■ 美肌ではないと思う人

10人中	0~1人	.....	59.3%
	2~3人	.....	26.5%
	4~10人	.....	14.2%

Q.他人の肌を見て、どこで美肌か美肌でないか判断していますか？

### ■ よくチェックしているのは

ハリ・弾力があるか	.....	47%
シミがあるか	.....	47%
キメが細かいか	.....	47%
潤いがあるか	.....	46%

#### 【調査概要】

調査名：女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2013

調査時期：2013年5月 調査方法：インターネット調査

調査対象：首都圏(埼玉県,千葉県,東京都,神奈川県)に居住する15~64歳の女性1500人

#### 【主要調査内容】

スキンケア・メイクアイテムの使用・購入・投資状況、スキンケアを行う目的、スキンケア効果への期待など。