

現代女性を 5 タイプに分けて分析！モノ・コトへの価値観や傾向を調査 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 2017」レポートを発行

ポーラ・オルビスグループで化粧に関する研究活動を行うポーラ文化研究所（所在地：東京都品川区）は、「女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2017 5 タイプの現代女性別にみる化粧意識」を 12 月 4 日に発表しました。15～74 歳の女性 1800 人を調査対象とし、分析を行っています。

レポート詳細はポーラ文化研究所ホームページで公開しています。

調査レポート URL：<http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

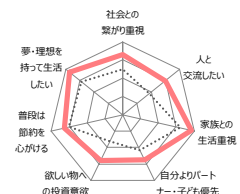
※ホームページにて集計表も公開しています。化粧文化研究の一助となれば幸いです。

【調査概要】生活に対する価値観や志向性（社会とのつながり意識、自己や家族、現実や理想への志向、お金の使い方への態度など）をもとにクラスター分析を行ったところ、次の 5 つのクラスター（グループ）を導き出した。

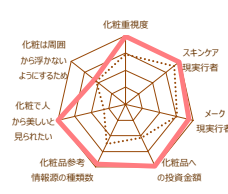
- ◆ 5 つのクラスターを比較すると化粧行動・意識に差異がみられるが、これらは生活に対する価値観や志向性の違いが強く影響していると考えられる。
- ◆ なかでも、クラスター①良いモノ・コト追求したい派の化粧意識の高さと積極的な化粧行動、クラスター⑤家族を優先させたい派の消極的な化粧品購入状況は明確な特徴として表れている。

クラスター① 良いモノ・コト追求したい派

何事にも興味を持ち、良いモノ・コトを求めるアクティブ女性

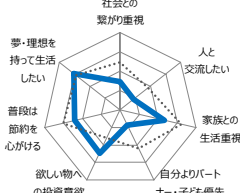


- とても高い化粧意識
- スキンケア・メイクも積極的に行ない、投資も惜しまない

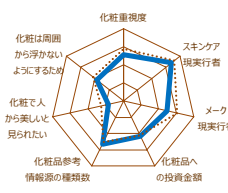


クラスター② 自分を大切にしたい派

まずは自分
今を楽しむ『自由』な女性

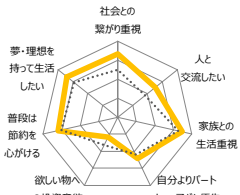


- 化粧は重要ではないと思う人が多い一方、スキンケア・ベースメイクをとても重要と思う人も存在

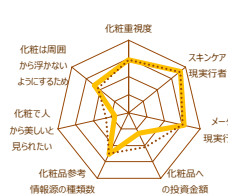


クラスター③ 人の役に立ちたい派

社会貢献意識が高く、人とのかわりが好き。モノへの関心・欲求は低めな女性

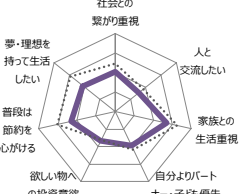


- 化粧は世間並みにやっているが、化粧品への投資金額は低め

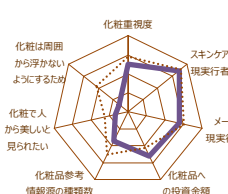


クラスター④ 何事もほどほど派

人との関係にも自分自身にもこだわり薄い女性

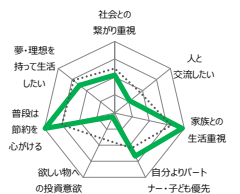


- 化粧へのこだわりも強くない
- 化粧を行う頻度は『ほどほど』

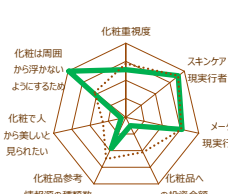


クラスター⑤ 家族を優先させたい派

自分より家族！
将来の備え優先。財布の紐が堅い節約女性



- 家計優先で自分の化粧品にはお金はかけない



【本件に関するお問い合わせ】（株）ポーラ・オルビスホールディングス コーポレートコミュニケーション室

Tel 03-3563-5540 / Mail webmaster@po-holdings.co.jp

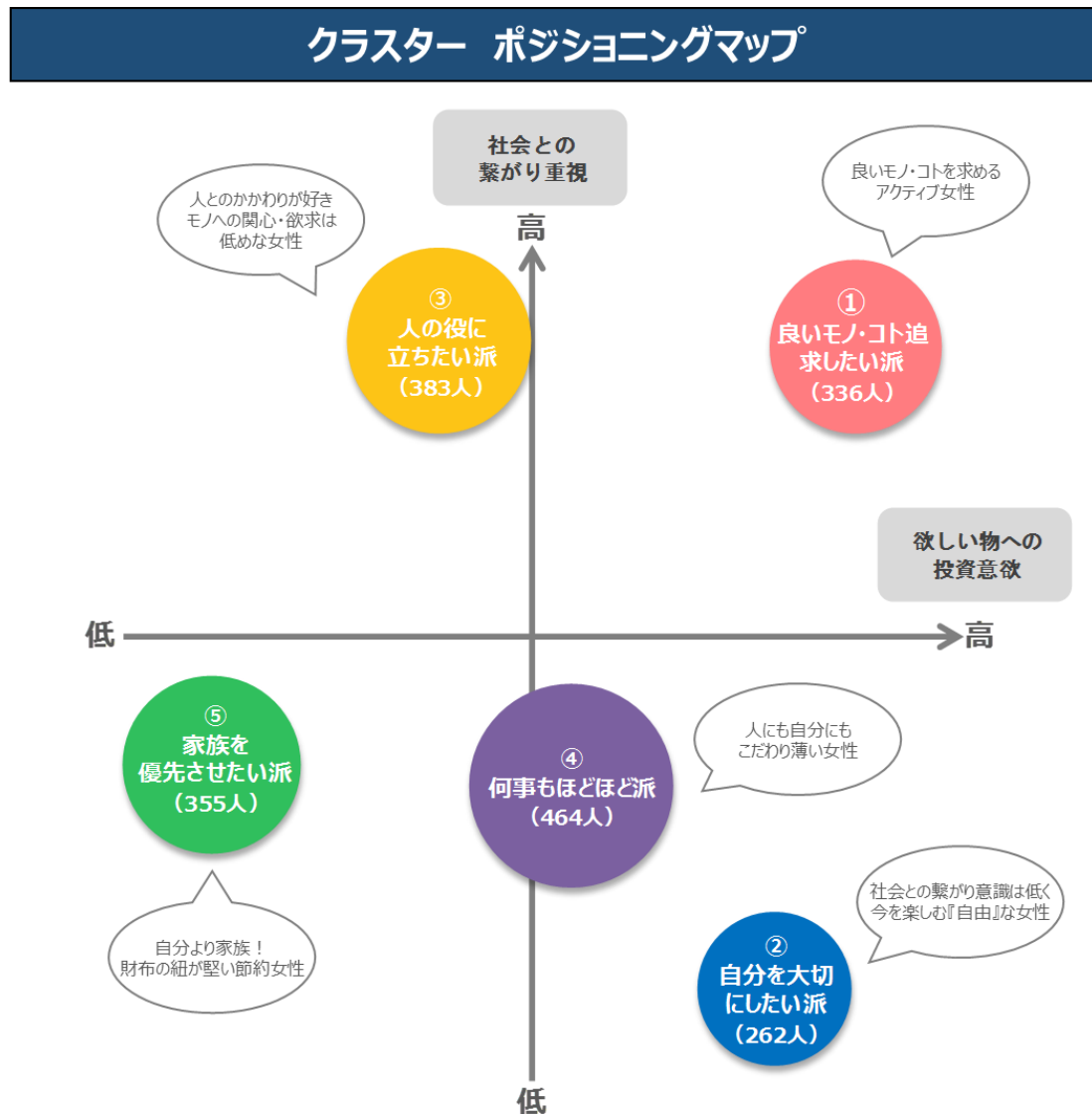
【調査内容に関するお問い合わせ】ポーラ文化研究所 Tel 03-3494-7250 / Mail infobunken@po-holdings.co.jp

【参考資料】

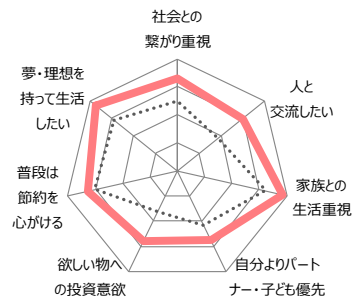
■5 タイプのポジショニング及び化粧意識

- ① 良いモノ・コト追求したい派 336 人 (18.7%) : 化粧意識がクラスター中もっとも高い。スキンケア・メイクも積極的に行ない、投資も惜しまない。
- ② 自分を大切にしたい派 262 人 (14.6%) : 化粧は重要ではないと思う人が多い一方、スキンケア・ベースメイクをととても重要と思う人も存在。
- ③ 人の役に立ちたい派 383 人 (21.3%) : 化粧は世間並みに行っているが、化粧品への投資金額は低め。
- ④ 何事もほどほど派 464 人 (25.8%) : 化粧に強いこだわりがないが、スキンケア・メイクの実行者は全体平均に近い。
- ⑤ 家族を優先させたい派 355 人 (19.7%) : 家計優先で自分の化粧品にお金をかけない。

【図表 1: 抽出した 5 つのクラスター(基数:15~74 歳全員 1800 人)】



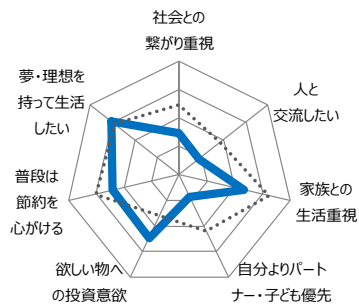
【図表 2:5 つのクラスターの特徴(基数:15~74 歳全員 1800 人)】



クラスター① 良いモノ・コト追求したい派

何事にも興味を持ち、良いモノ・コトを求めるアクティブ女性

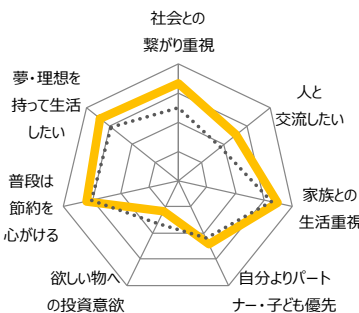
- ✓ 社会との繋がり意識が高く、友人や地域との交流をもつ生活を望む。家族やパートナーも大切にしている。社会貢献への関心も高く、人から評価される行動を重んじる。
- ✓ 普段は節約を心がけるといいつつも、欲しいものへの投資は惜しまない。高級で良いモノが好き。
- ✓ 平均年齢40.8歳、20代以下が31%。クラスターの中では若い年代が多い。
- ✓ 有職者は46%。世帯年収は5クラスター中トップ。



クラスター② 自分を大切にしたい派

まずは自分。将来のことより今を楽しむ『自由』な女性

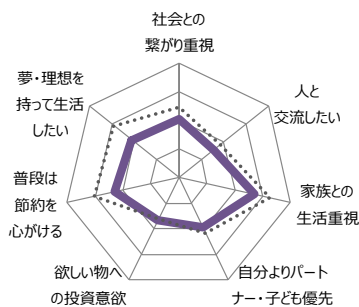
- ✓ 社会との繋がり意識は低い。人や地域とのかかわり、社会貢献活動にも興味がない。自分の時間を充実させたい。
- ✓ 自分の主張に比べると周りの調和は優先せず。自分のセンスで服を選ぶ。
- ✓ 将来の備えより今、自分が欲しいものを買う。高級品にはこだわらないが欲しいものは買ってしまう方。
- ✓ 平均年齢40.7歳、20代以下が34%。クラスター①と年齢構成に近いが、独身者が多い。世帯年収は低い、自身の年収はクラスター中トップ。



クラスター③ 人の役に立ちたい派

社会貢献意識が高く、人とかかわりが好き モノへの関心・欲求は低めな女性

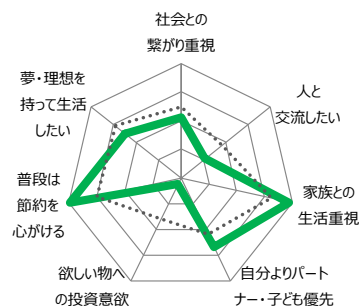
- ✓ 社会との繋がり意識が高く、人や地域との交流をもつ生活を望み、ボランティアへの関心も高い。
- ✓ 物欲はそれほど高くない。高級品、ブランド品への関心も薄い。
- ✓ 平均年齢46.8歳、50代以上が半数を占める。70代前半の割合がクラスター中もっとも多い。世帯年収、自身の年収ともに、全体平均に近いがクラスター④より低い。



クラスター④ 何事もほどほど派

人との関係にも自分自身にもこだわり薄い女性

- ✓ 社会との繋がり意識はやや低め。人や地域との交流にそれほど関心はないが、自分の時間を充実させることにも強いこだわりがない。
- ✓ 投資意欲も節約意識も高くない。
- ✓ 人からの評価など物事に強いこだわりがなく、「夢」「理想」を持って生活したいとする人がクラスター中もっとも少ない。
- ✓ 平均年齢45.4歳。世帯年収、自身の年収ともに全体平均に近い。



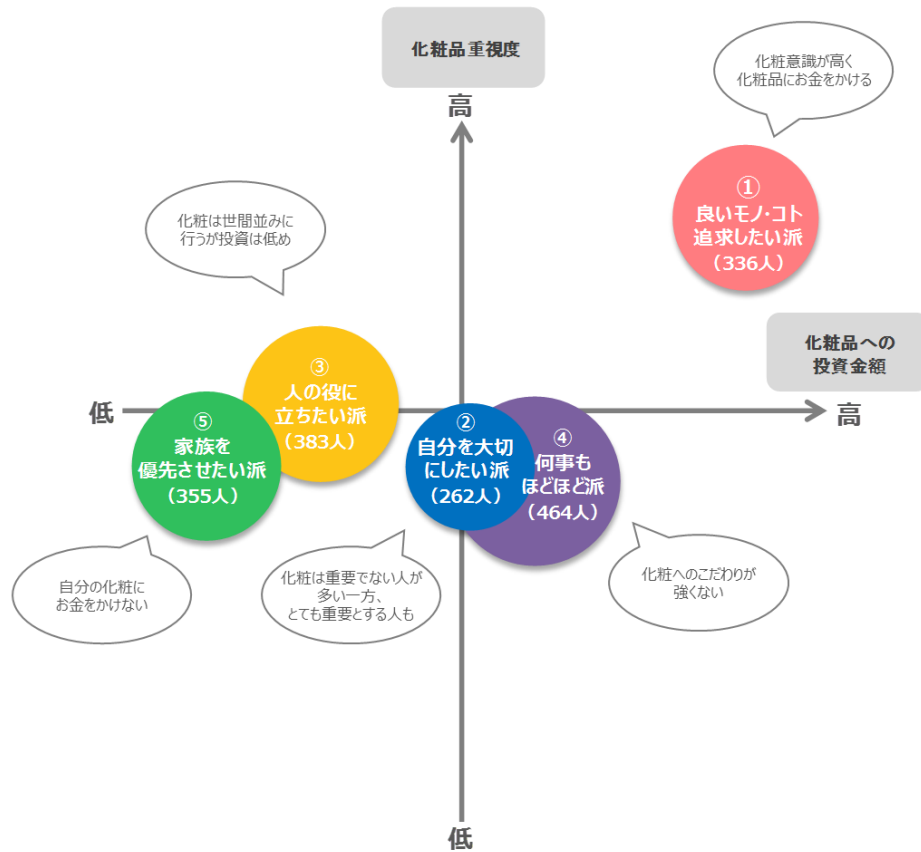
クラスター⑤ 家族を優先させたい派

自分より家族！ 将来の備え優先。財布の紐が堅い節約女性

- ✓ 社会との繋がり意識はやや低め。家族やパートナーを一番大切に思い、他人との交流はあまり望まない。
- ✓ ふだんから節約を心がける。今欲しいものより将来への備えを優先。散財することはない。
- ✓ 平均年齢47.1歳。専業主婦が約半数と多い。既婚者、子どもがいる人がクラスター中もっとも多い。世帯年収は全体平均に近いが、自身の年収はクラスター中もっとも低い。

【図表 3: クラスター別にみる化粧行動・意識(基数: 15~74 歳全員 1800 人)】

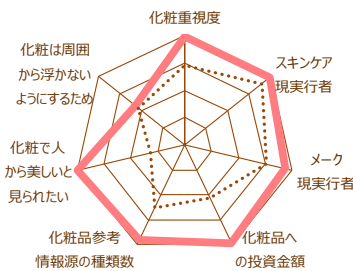
化粧重視度・投資金額軸でみるクラスター ポジショニングマップ



クラスター① 良いモノ・コト追求したい派

**化粧意識がクラスター中もっとも高い
スキンケア・メイクも積極的に行ない、投資も惜しまない**

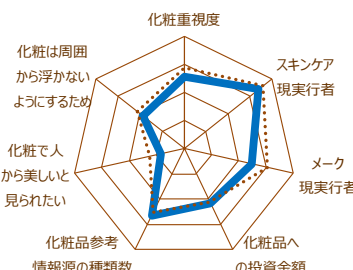
- ✓ 化粧はとても重要と思っており、スキンケア・メイク実行者はクラスター中もっとも多い。使用スキンケア・メイクアイテムの種類も多く、投資金額も高い。
- ✓ 流行のメイクも取り入れる人が多く、化粧品情報も積極的にキャッチ。
- ✓ 化粧や美容で「美しく」見られたいという意識が高い。
- ✓ 良いモノ・コトが好きで欲しい物への投資は惜しまない志向性が化粧意識の高さや化粧品への投資、自分磨きに影響していると考えられる。



クラスター② 自分を大切にしたい派

**メイクを行なう人がクラスター中もっとも少ない
化粧は重要ではないと思う人が多い一方、
スキンケア・ベースメイクをととても重要と思う人も存在**

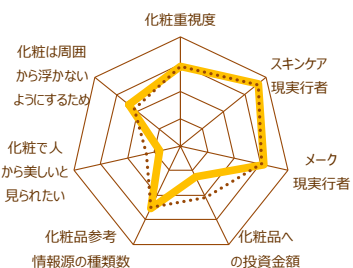
- ✓ メイク実行者が少ない。化粧品への平均投資金額は全体平均に近い。
- ✓ 化粧について「特に考えたことがない」人がクラスター中もっとも多く、
- ✓ 化粧は重要ではないと思う人がクラスター中もっとも多いが、スキンケア・ベースメイクを「とても重要」とする人はクラスター中2番目に多い。化粧意識の二極化がうかがえる。自分の主張を優先させる姿勢が化粧意識の二極化やメイク行動の選択にかかわっている可能性も。

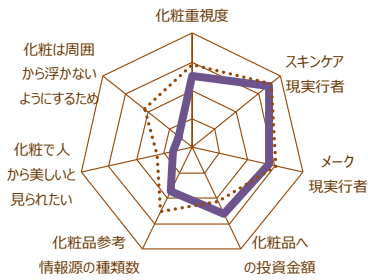


クラスター③ 人の役に立ちたい派

化粧は世間並みに行っているが、化粧品への投資金額は低め

- ✓ 化粧重視度、スキンケア・メイク実行者の割合は全体平均に近い。
- ✓ 化粧品への平均投資金額は全体平均よりやや低めで、クラスター中2番目に低い。
- ✓ 高級品やブランドへの関心が低く、物欲に振り回されないとことから、化粧品への投資金額も抑えられている様子。

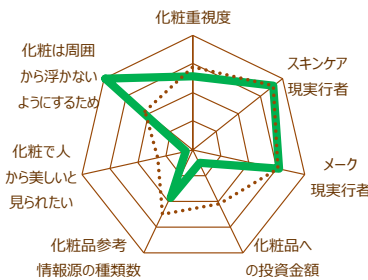




クラスター④ 何事もほどほど派

化粧へのこだわりは強くない 化粧を行う頻度は『ほどほど』

- ✓ 化粧重視度は全体平均より低い。化粧品参考情報源の種類数はクラスター中もっとも少なく、化粧情報感度は低い様子。
- ✓ スキンケア・メイク実行者は全体平均並み。
- ✓ 化粧について多くのことを考えておらず、「特に考えたことがない」人もクラスター中2番目に多い。
- ✓ こだわりの薄い面から、化粧へのこだわりもあまりないがスキンケア、メイクはほどほど（全体平均並み）に行っているとみられる。



クラスター⑤ 家族を優先させたい派

家計優先で化粧品にはお金はかけない 周囲から浮かないように化粧したい

- ✓ 化粧重視度は全体平均よりやや低い。流行のメイクを取り入れる人は少ない。化粧品への平均投資金額はクラスター中もっとも低い。
- ✓ スキンケア・メイク実行者は全体平均並み。
- ✓ 「化粧は周囲から浮かないようにするため」の意識が他のクラスターより多く、人から悪く見られないメイクを重んじる。
- ✓ 自分より家族を優先する意識、節約志向が、化粧意識や化粧品投資に反映されていると考えられる。

■5 タイプの年代分布・未婚婚／子供有無・職業・世帯年収・自身の年収

- ① 良いモノ・コト追求したい派：平均年齢 40.8 歳、20 代以下が 31%。クラスターの中では若い年代が多い。有職者は 46%。世帯年収は 5 クラスター中トップ。
- ② 自分を大切にしたい派：平均年齢 40.7 歳、20 代以下が 34%。クラスター①と年齢構成が近いが、独身者が多い。世帯年収は低い、自身の年収はクラスター中トップ。
- ③ 人の役に立ちたい派：平均年齢 46.8 歳、50 代以上が半数を占める。70 代前半の割合がクラスター中もっとも多い。世帯年収、自身の年収ともに、全体平均に近いがクラスター④より低い。
- ④ 何事もほどほど派：平均年齢 45.4 歳。世帯年収、自身の年収ともに全体平均に近い。
- ⑤ 家族を優先させたい派：平均年齢 47.1 歳。専業主婦が約半数と多い。既婚者、子どもがいる人がクラスター中もっとも多い。世帯年収は全体平均に近いが、自身の年収はクラスター中もっとも低い。

【図表 4: 各クラスターの年代分布 (基数: 15~74 歳全員 1800 人)】

		10代 後半	20代 前半	20代 後半	30代 前半	30代 後半	40代 前半	40代 後半	50代 前半	50代 後半	60代 前半	60代 後半	70代 前半	20代 以下計 (%)	30~40 代計 (%)	50代 以上計 (%)	平均 年齢 (歳)	
n=		(%)																
全体		1800	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	25.0	33.4	41.7	44.5	
ク ラ ス タ ー 別	①良いモノ・コト追求したい派	336	10.7	10.7	9.2	9.8	9.5	9.5	7.4	9.5	7.1	4.2	6.5	5.7	30.7	36.3	33.0	40.8
	②自分を大切にしたい派	262	11.1	10.7	11.8	7.3	8.0	6.9	11.1	9.2	8.0	5.7	8.0	2.3	33.6	33.2	33.2	40.7
	③人の役に立ちたい派	383	10.7	7.8	6.3	6.3	5.2	6.3	7.6	8.4	8.4	9.9	8.9	14.4	24.8	25.3	49.9	46.8
	④何事もほどほど派	464	7.8	7.3	7.5	9.3	9.5	8.8	6.5	6.5	8.4	10.6	8.8	9.1	22.6	34.1	43.3	45.4
	⑤家族を優先させたい派	355	2.3	6.2	8.2	8.7	9.3	9.9	10.4	9.0	9.6	9.6	9.0	7.9	16.6	38.3	45.1	47.1

【図表 5:各クラスターの未既婚・子供有無(基数:15～74 歳全員 1800 人)】

		結婚していない	結婚している	結婚したが、死別・離別している	既婚者 (死別・離 別含む)	子供あり
n=		(%)				
全体	1800	35.5	54.9	9.6	64.5	50.5
クラス ター 別	①良いモノ・コト追求したい派	40.5	53.6	6.0	59.5	49.1
	②自分を大切にしたい派	56.9	35.9	7.3	43.1	23.3
	③人の役に立ちたい派	32.9	53.0	14.1	67.1	55.1
	④何事もほどほど派	32.5	59.1	8.4	67.5	51.7
	⑤家族を優先させたい派	21.7	66.8	11.5	78.3	65.4

【図表 6:各クラスターの職業(基数:15～74 歳全員 1800 人)】

		有職者計							有職者計	
		学生	会社員・公務員	パート・アルバイト	自営業・自由業	その他の職業 (学生を除く)	専業主婦	無職		
n=		(%)								
全体	1800	11.4	21.0	16.1	4.2	0.9	36.3	10.1	42.2	
ク ラ ス タ ー 別	①良いモノ・コト追求したい派	336	16.4	26.2	14.6	4.5	0.9	32.7	4.8	46.1
	②自分を大切にしたい派	262	13.7	27.1	14.1	6.5	0.8	23.3	14.5	48.5
	③人の役に立ちたい派	383	13.6	15.9	15.9	4.4	1.0	34.2	14.9	37.3
	④何事もほどほど派	464	11.0	20.9	17.5	3.2	0.9	39.7	6.9	42.5
	⑤家族を優先させたい派	355	3.4	17.2	17.5	3.1	0.8	47.3	10.7	38.6

【図表 7:各クラスターの世帯年収(基数:15～74 歳全員 1800 人)】

		1,000万円以上	600万円～ 1,000万円未満	300万円～600 万円未満	300万円未満	収入なし	わからない・ 答えたくない	平均金 額(万 円)	中央値 (万円)
n=		(%)							
全体	1800	10.2	19.7	27.6	15.9	1.7	24.9	633.4	550.0
クラス ター 別	①良いモノ・コト追求したい派	16.1	28.0	24.7	10.7	1.8	18.8	749.6	700.0
	②自分を大切にしたい派	8.0	11.8	26.3	24.0	2.7	27.1	534.6	350.0
	③人の役に立ちたい派	8.4	20.1	26.1	18.3	1.3	25.8	601.1	450.0
	④何事もほどほど派	9.1	17.7	27.8	13.8	1.5	30.2	638.4	550.0
	⑤家族を優先させたい派	9.6	20.0	32.7	14.9	1.7	21.1	614.5	500.0

【図表 8:各クラスターの個人所得/年(基数:15～74 歳全員 1800 人)】

		500万円以上	300万円～ 500万円未満	100万円～ 300万円未満	100万円未満	収入なし	わからない・ 答えたくない	平均金 額(万 円)	中央値 (万円)
n=		(%)							
全体	1800	3.9	10.1	21.4	23.1	25.0	16.4	145.3	50.0
クラス ター 別	①良いモノ・コト追求したい派	6.8	11.3	18.2	25.0	25.6	13.1	172.4	50.0
	②自分を大切にしたい派	3.4	12.2	26.7	17.2	21.8	18.7	163.9	150.0
	③人の役に立ちたい派	2.9	10.4	22.2	24.8	21.9	17.8	136.8	50.0
	④何事もほどほど派	3.7	8.4	21.8	21.8	24.6	19.8	143.6	50.0
	⑤家族を優先させたい派	2.8	9.3	19.4	25.6	30.7	12.1	117.8	50.0

【図表 9: スキンケア化粧品 1 ヶ月投資金額（基数: 金額回答者ベース 1550 人）】

		7,500円 以上	4,000～ 7,500円未満	2,000～ 4,000円未満	1,500～ 2,000円未満	1,000～ 1,500円未満	500～ 1,000円未満	500円 未満	4,000円 以上計 (%)	平均投 資金額 中央値 (円)	平均投 資金額 平均 (円)
n=		(%)									
全体	1550	11.6	13.4	23.1	9.9	13.9	14.8	13.3	25.0	1750.0	3809.8
ク ラ ス タ ー 別	① 良いモノ・コト追求したい派	21.5	17.7	23.7	9.2	13.6	8.2	6.0	39.2	2750.0	5650.3
	② 自分を大切にしたい派	12.6	14.5	22.4	8.9	10.7	13.6	17.3	27.1	1750.0	3866.8
	③ 人の役に立ちたい派	7.3	13.6	24.5	9.4	13.9	15.2	16.1	20.9	1750.0	3031.8
	④ 何事もほどほど派	12.3	12.0	25.1	9.6	14.2	17.9	8.8	24.3	1750.0	4182.5
	⑤ 家族を優先させたい派	4.7	9.8	19.0	12.3	15.8	18.0	20.3	14.6	1250.0	2302.2

【図表 10: メーク化粧品 1 ヶ月投資金額（基数: 金額回答者ベース 1389 人）】

		7,500円 以上	3,000～ 7,500円未満	2,000～ 3,000円未満	1,500～ 2,000円未満	1,000～ 1,500円未満	500～ 1,000円未満	500円 未満	3,000円 以上計 (%)	平均投 資金額 中央値 (円)	平均投 資金額 平均 (円)
n=		(%)									
全体	1389	3.7	14.5	14.7	11.7	15.6	18.8	20.9	18.3	1250.0	2155.5
ク ラ ス タ ー 別	① 良いモノ・コト追求したい派	7.1	20.1	17.5	12.0	18.8	14.2	10.4	27.2	1750.0	2932.0
	② 自分を大切にしたい派	4.8	16.7	14.6	12.9	12.9	17.2	21.0	21.5	1250.0	2204.3
	③ 人の役に立ちたい派	9.7	12.0	17.5	10.7	14.4	23.0	21.6	12.7	1250.0	1677.8
	④ 何事もほどほど派	4.3	17.2	16.0	11.7	13.2	19.9	17.8	21.5	1250.0	2484.7
	⑤ 家族を優先させたい派	1.6	6.5	7.2	11.9	18.1	19.1	35.4	8.3	750.0	1370.9

＜実施概要＞ 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2017

調査時期：2017 年 6 月 5 日（月）～ 6 月 7 日（水）

調査方法：インターネット調査

分析対象：首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）に居住する

15～74 歳の女性 1800 人 ※中学生を除く

(15～19 歳、20～24 歳、25～29 歳、30～34 歳、35～39 歳、40～44 歳、45～49 歳、
50～54 歳、55～59 歳、60～64 歳、65～69 歳、70～74 歳：各 150 人)

調査レポート URL：<http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

※詳細データはホームページのレポート・集計表でご覧いただけます

ポーラ文化研究所とは

ポーラ文化研究所は 1976 年の設立以来、「化粧・女性・美意識」をキーワードに東西の化粧史や各時代の風俗や美人観など化粧に関わる幅広い研究活動を行ってきました。その成果を出版物や調査レポート、展覧会等で広く社会へ発信しています。収集してきた資料性の高い化粧道具・装身具類は 6,500 点、希少な古書を含む文献は 15,000 冊を数えます。「ポーラ化粧文化情報センター」ではこれら資料の紹介、検索、閲覧などの情報提供サービスを行っています。

ポーラ文化研究所 HP リンク <http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/index.html>