

10代後半の化粧行動に大きな変化！4年間でメイク率が大幅UP
ポーラ文化研究所、変化する10代後半の化粧行動に関して分析
「女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2015～2018」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 2015～2018 変化する10代後半の化粧行動」を12月14日に発表しました。15～74歳の女性1800人を調査対象とし、スキンケア、メイクの化粧行動・意識に関して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。

調査関連 URL : <https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/culture/survey/002.html>

【調査概要】**10代後半の化粧行動に大きな変化！4年間でメイク率が大幅UP**

- ・10代後半のメイク率が4年間で16.6%増加、2018年には71%に達した。
- ・10代後半の使用アイテム上位は「口紅」「チークカラー」「アイシャドー」といったポイントメイクアイテム。ほとんどのポイントメイクアイテム(アイブロー以外)で全体の使用率を上回り、ポイントメイクを重要と思う人は87%と全体(81%)より多い。
- ・使用アイテムのカテゴリー数は、平均9.44と全体(8.48)より多く、メイク時間も平均22.7分と全体(15.6分)より長い。
- ・本調査では10代後半の9割が学生であり、大学生の87%、高校生の55%がメイクを行っている。

10代後半のスキンケア率は着実な伸び

- ・10代後半のスキンケア率は4年間で着実に増加。
2015年81% → 2016年84% → 2017年86% → 2018年88% 【6.7%UP】
(他年代では20代6.7%UP、70代前半6.0%UP)
- ・全体のスキンケア率は92%(2018年)。
- ・スキンケア率はメイクに比べて年代間のスコア差が小さいが、その差はさらに縮小。

10代後半の化粧品にかかる平均金額 ポイントメイク化粧品は全体を上回る

- ・化粧品にかかる1ヶ月の平均金額は、
ベースメイク化粧品 10代後半 1987円 < 全体 2150円
ポイントメイク化粧品 10代後半 1971円 > 全体 1678円
スキンケア化粧品 10代後半 1766円 < 全体 4002円

10代後半の化粧品購入時の参考情報源1位は「SNS」、購入経路1位は「ドラッグストア」

- ・メイク・スキンケアアイテム購入時の参考情報源は、10代後半は「SNS」がトップ(メイク54%、スキンケア48%)。「動画コンテンツ」、「クチコミWEBサイト」、「クチコミアプリ」等、ネットを介した情報収集が目立つ。
- ・購入経路では「ドラッグストア」をはじめとした実店舗が多い。

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 <https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/>

【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

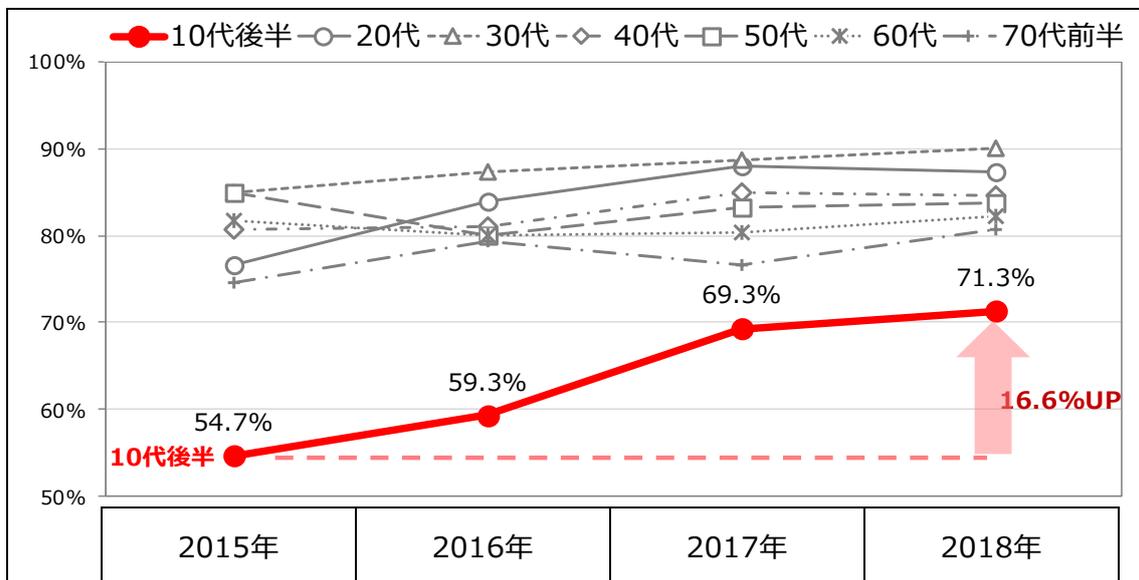
【調査内容に関するお問い合わせ】ポーラ文化研究所 Tel 03-3494-7250 / Mail infobunken@po-holdings.co.jp

【参考資料】

10代後半メイクに関する調査結果 一部抜粋

- 10代後半のメイク率は年々増加し、2018年は71%（毎日行っている20%+ほぼ毎日行っている26%+ときどき行っている25.3%）。2015年55%と比べると16.6%UPとなる。
尚、全体のメイク率は84%（毎日行っている24.4%+ほぼ毎日行っている36.5%+ときどき行っている23.1%）で、2015年79%と比べると5.1%UPとなる。
- メイクを行っている10代後半の使用アイテム上位は「口紅」86.9%、「チークカラー」79.4%、「アイシャドー」77.6%などのポイントメイクアイテム。
ほとんどのポイントメイクアイテム（アイブロー以外）で全体の使用率を上回り、ポイントメイクを重要と思う人は87%と全体（81%）より多い。
- 10代後半の使用アイテムのカテゴリー数は、平均9.44と全体（8.48）より多く、メイク時間も平均22.7分と全体（15.6分）より7.1分長い。また、16分以上かけてメイクをしている人も、10代後半の過半数（56%）と全年代でトップ。
- 本調査では10代後半の9割が学生であり、大学生の87%、高校生の55%がメイクを行っている。
- 自分の顔で今より『美しくしたい部分（パーツ）』をたずねたところ、10代後半は全パーツにおいて全体スコアを上回っており、平均反応個数は3.93と全年代でトップ。また、「特にない」は12%と他年代より低く、美しくしたいパーツが多い。
- 10代後半において『美しくしたい部分』のトップは「肌」となり、「歯」「鼻」「フェイスライン」「目（まつ毛以外）」が続く。また、「鼻」「目（まつ毛以外）」は全体とのスコア差が大きい。

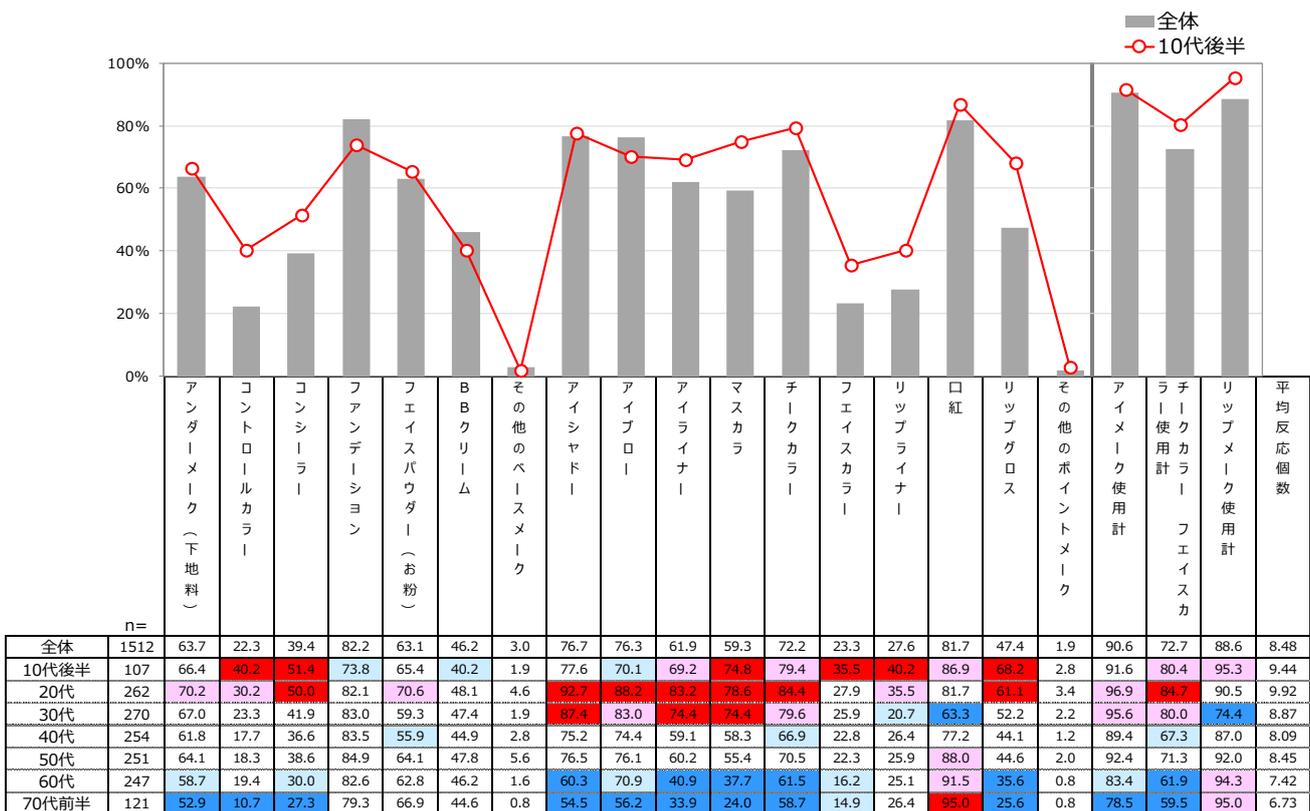
■メイク率 2015～2018年推移



■メイク率 2015～2018年推移(10代後半)

	n=	毎日メイクを行っている	ほぼ毎日メイクを行っている	ときどきメイクを行っている	ふだんの生活でメイクを行ったことはあるが、現在はまったく行っていない	今まで特別なときしかメイクをしたことがない(ふだんの生活で行ったことがない)	今までメイク自体をまったく行っていない	メイクを行っている人	毎日～ほぼ毎日行っている人
		n=						(%)	
2015年	150	12.0	18.7	24.0	2.0	22.0	21.3	54.7	30.7
2016年	150	12.0	24.7	22.7	2.0	19.3	19.3	59.3	36.7
2017年	150	16.0	30.0	23.3	2.0	12.7	16.0	69.3	46.0
2018年	150	20.0	26.0	25.3	2.0	16.0	10.7	71.3	46.0

■現使用メイクアイテム (基数：メイク現実行者 1512人)



※本調査での現使用メイクアイテム区分

「アイメイク使用計」：アイシャドウ アイブロー アイライナー マスカラ

「チークカラー フェイスマスカラ使用計」：チークカラー フェイスマスカラ

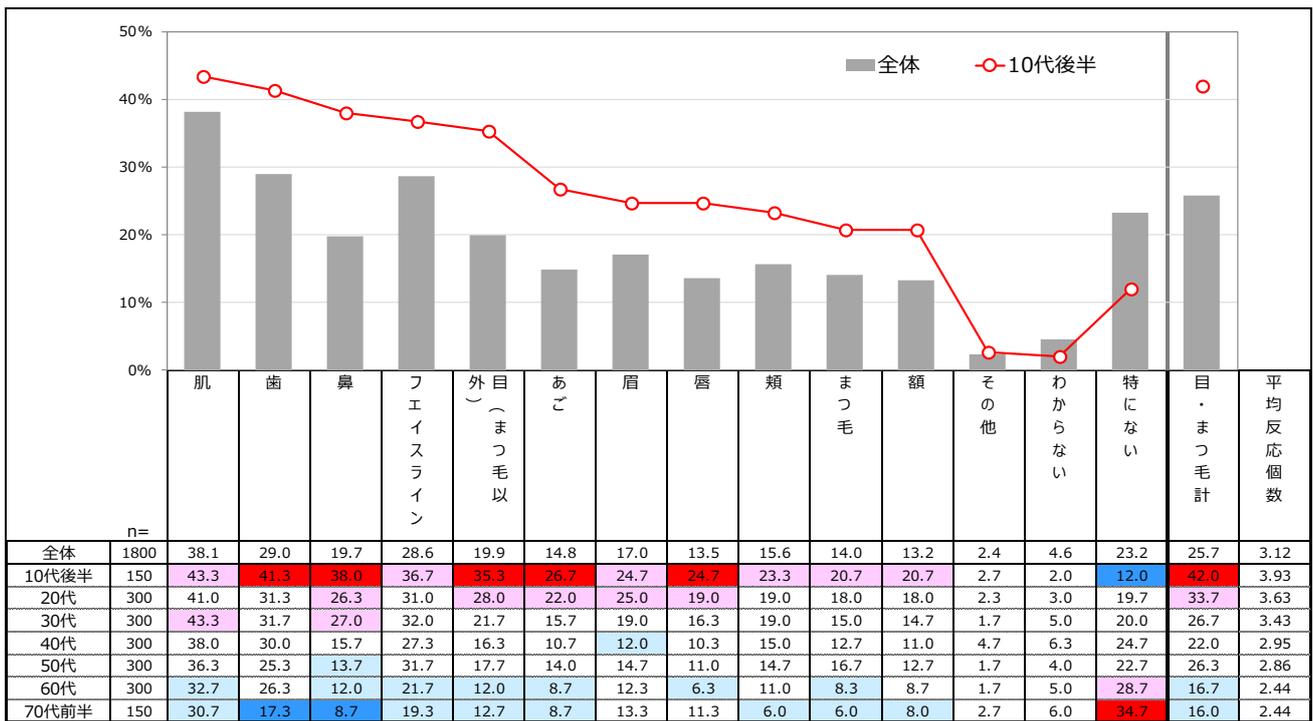
「リップメイク使用計」：リップライナー 口紅 リップグロス

n=30以上の場合 ■ 全体+10ポイント ■ 全体+5ポイント ■ 全体-5ポイント ■ 全体-10ポイント

■メイク時間（基数：メイク現実行者）

		1～5分	6～10分	11～15分	16～20分	21～30分	31分以上	16分以上	平均(分)
n=		%							
全体	1512	14.6	31.0	24.2	15.1	11.6	3.4	30.2	15.6
10代後半	107	5.6	20.6	17.8	26.2	17.8	12.1	56.1	22.7
20代	262	7.6	21.0	23.3	18.7	22.1	7.3	48.1	19.8
30代	270	13.3	23.3	27.4	18.1	14.8	3.0	35.9	16.4
40代	254	19.7	33.9	20.5	17.7	5.1	3.1	26.0	14.1
50代	251	14.7	34.3	31.5	11.2	7.6	0.8	19.5	13.6
60代	247	19.4	43.7	19.8	8.5	7.7	0.8	17.0	12.7
70代前半	121	19.8	40.5	26.4	7.4	5.8	0.0	13.2	12.1

■自分の顔について_今より美しくしたい部分（基数：15～74歳全員 1800人）



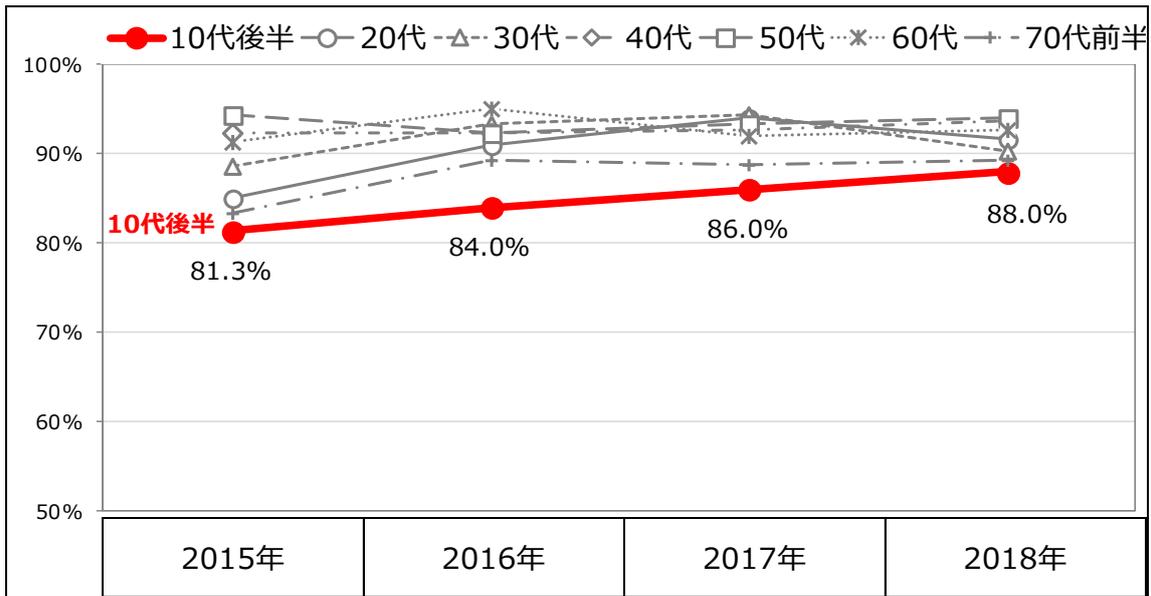
n=30以上の場合 ■ 全体+10ポイント ■ 全体+5ポイント ■ 全体-5ポイント ■ 全体-10ポイント

項目	n	全体	10代後半	20代	30代	40代	50代	60代	70代前半
肌	1800	38.1	43.3	41.0	43.3	38.0	36.3	32.7	30.7
歯	150	29.0	41.3	31.3	31.7	30.0	25.3	26.3	17.3
鼻	197	19.7	38.0	26.3	27.0	15.7	13.7	12.0	8.7
フェイスライン	286	28.6	36.7	31.0	32.0	27.3	31.7	21.7	19.3
外目（まつ毛以）	199	19.9	35.3	28.0	21.7	16.3	17.7	12.0	12.7
あご	148	14.8	26.7	22.0	15.7	10.7	14.0	8.7	8.7
眉	170	17.0	24.7	25.0	19.0	12.0	14.7	12.3	13.3
唇	135	13.5	24.7	19.0	16.3	10.3	11.0	6.3	11.3
頬	156	15.6	23.3	19.0	19.0	15.0	14.7	11.0	6.0
まつ毛	140	14.0	20.7	18.0	15.0	12.7	16.7	8.3	6.0
額	132	13.2	20.7	18.0	14.7	11.0	12.7	8.7	8.0
その他	24	2.4	2.7	2.3	1.7	4.7	1.7	1.7	2.7
わからない	46	4.6	2.0	3.0	5.0	6.3	4.0	5.0	6.0
特にない	232	23.2	12.0	19.7	20.0	24.7	22.7	28.7	34.7
目・まつ毛計	257	25.7	42.0	33.7	26.7	22.0	26.3	16.7	16.0
平均反応個数	3.12	3.93	3.63	3.43	2.95	2.86	2.44	2.44	2.44

10代後半スキンケアに関する調査結果 一部抜粋

- 10代後半のスキンケア率は、4年間で着実に増加。2018年は88%（毎日行っている52%＋ほぼ毎日行っている21.3%＋ときどき行っている14.7%）。2015年81.3%と比べると6.7%UPとなる。
尚、全体のスキンケア率は92%（毎日行っている59.1%＋ほぼ毎日行っている22%＋ときどき行っている10.7%）で、2015年89%と比べると3%UPとなる。
- 10代後半の使用スキンケアアイテムの上位は「洗顔料」96.2%「化粧水」92.4%「日焼け止め」84.1%。スキンケアを行っている人は平均6.5種類のアイテムを使っている。

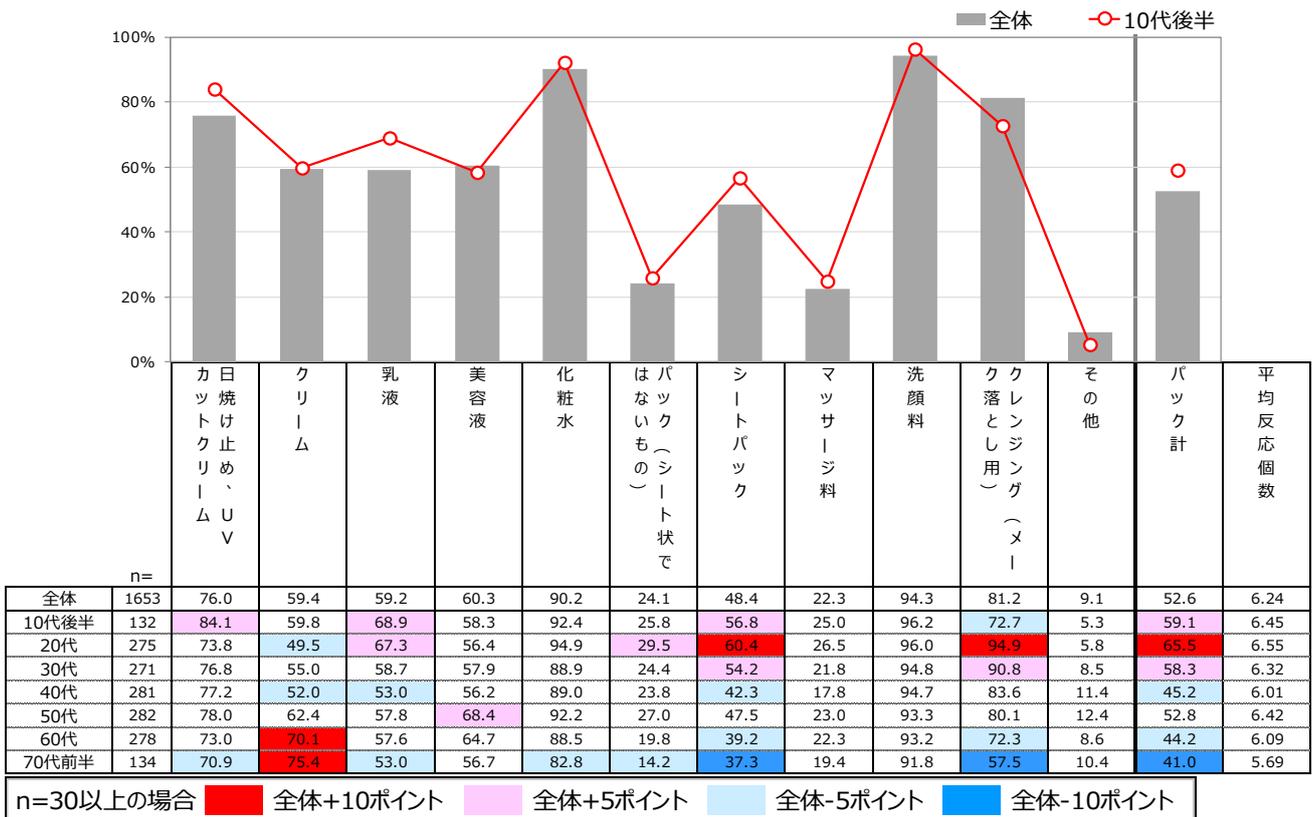
■スキンケア率 2015～2018年推移



■スキンケア率 2015～2018年推移(10代後半)

年	n	スキンケア率 (%)					スキンケアしている人	毎日～ほぼ毎日行っている人
		毎日スキンケアを行っている	ほぼ毎日スキンケアを行っている	ときどきスキンケアを行っている	スキンケアを行ったことはあるが、現在はまったく行っていない	今までスキンケア自体をまったく行っていない		
2015年	150	33.3	26.0	22.0	8.0	10.7	81.3	59.3
2016年	150	44.0	19.3	20.7	4.7	11.3	84.0	63.3
2017年	150	42.0	28.0	16.0	4.7	9.3	86.0	70.0
2018年	150	52.0	21.3	14.7	6.7	5.3	88.0	73.3

■現使用スキンケアアイテム(基数:スキンケア現実行者 1653 人)



n=30以上の場合 ■全体+10ポイント ■全体+5ポイント ■全体-5ポイント ■全体-10ポイント
 ※本調査での現使用スキンケアアイテム区分
 「パック計」: シートパック パック (シート状でないもの)

10代後半 化粧品投資金額に関する調査結果

➤ 10代後半の化粧品にかかる平均金額はベースメイク、スキンケア化粧品では全体を下回るが、ポイントメイク化粧品は全体を上回る。

■化粧品1カ月投資金額<金額回答者> (基数: いずれか該当の化粧品を年1回以上使用した人且つ投資金額回答者)
 【ベースメイク化粧品投資金額】

n=		投資金額					1,500円未満 (%)	3,000円以上 (%)	平均金額 (円)	中央値 (円)	
		7,500円以上	3,000~7,500円未満	1,500~3,000円未満	1,000~1,500円未満	500円~1,000円未満					500円未満
全体	1413	3.5	13.9	28.2	15.3	20.5	18.5	54.4	17.4	2149.5	1250.0
10代後半	93	3.2	12.9	23.7	24.7	24.7	10.8	60.2	16.1	1986.6	1250.0
20代	240	5.0	12.1	27.9	16.7	21.7	16.7	55.0	17.1	2289.6	1250.0
30代	258	2.3	12.4	24.8	15.1	22.5	22.9	60.5	14.7	1793.6	1250.0
40代	240	2.9	14.2	25.8	15.0	21.3	20.8	57.1	17.1	1978.1	1250.0
50代	237	5.9	16.5	28.7	10.1	19.8	19.0	48.9	22.4	2657.2	1750.0
60代	237	3.0	14.3	34.6	13.5	16.9	17.7	48.1	17.3	2240.5	1750.0
70代前半	108	0.9	14.8	31.5	20.4	17.6	14.8	52.8	15.7	1895.8	1250.0

【ポイントメイク化粧品投資金額】

		7,500円以上	3,000~ 7,500円未満	1,500~ 3,000円未満	1,000~ 1,500円未満	500円~ 1,000円未満	500円未満	1,500円未 満 (%)	3,000円以 上 (%)	平均金額 (円)	中央値 (円)
n=											
全体	1398	2.2	9.8	22.4	16.5	22.3	26.8	65.6	12.0	1677.6	1250.0
10代後半	96	4.2	10.4	26.0	24.0	26.0	9.4	59.4	14.6	1971.4	1250.0
20代	240	2.9	8.8	25.4	23.3	20.8	18.8	62.9	11.7	2011.5	1250.0
30代	259	2.3	10.4	19.3	12.7	23.9	31.3	68.0	12.7	1503.9	750.0
40代	238	2.1	9.2	17.6	13.9	23.9	33.2	71.0	11.3	1523.1	750.0
50代	232	3.4	9.5	26.3	12.5	19.0	29.3	60.8	12.9	1759.7	1250.0
60代	226	0.9	9.3	26.1	15.0	22.1	27.0	64.2	9.7	1646.0	1250.0
70代前半	107	13.1	14.0	21.5	22.4	29.0		72.9	13.1	1317.8	750.0

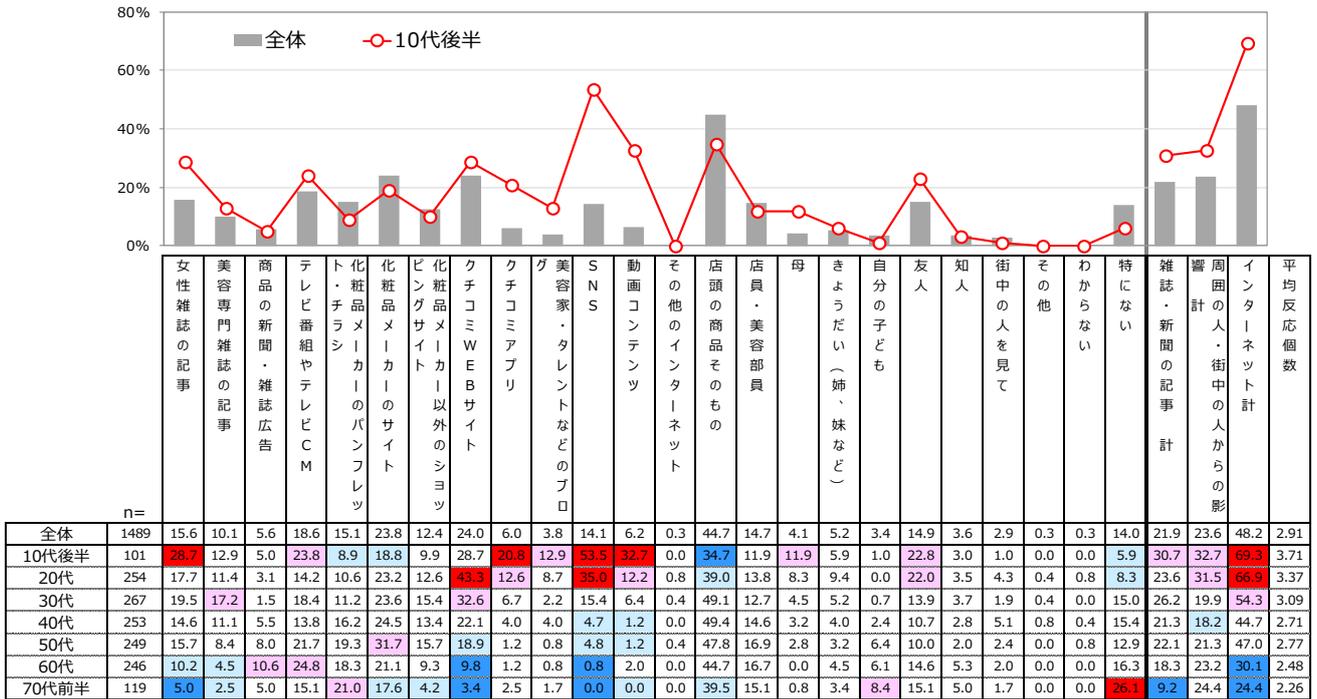
【スキンケア化粧品投資金額】

		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	2,000円未 満 (%)	3,000円以 上 (%)	平均金額 (円)	中央値 (円)
n=												
全体	1569	13.0	13.6	22.4	9.9	12.9	17.0	11.2	51.0	26.6	4002.1	1750.0
10代後半	111	1.8	4.5	21.6	15.3	18.9	28.8	9.0	72.1	6.3	1765.8	1250.0
20代	259	6.9	10.0	20.1	13.1	19.3	22.4	8.1	62.9	16.9	2809.9	1750.0
30代	265	14.0	10.9	20.0	11.7	9.8	17.7	15.8	55.1	24.9	3701.9	1750.0
40代	273	14.3	9.2	22.3	5.9	16.8	17.9	13.6	54.2	23.5	3981.7	1750.0
50代	273	16.5	18.7	20.9	7.7	10.3	14.7	11.4	44.0	35.2	5566.9	2750.0
60代	263	17.5	20.2	27.4	8.4	8.0	9.1	9.5	35.0	37.7	4651.1	2750.0
70代前半	125	13.6	20.0	25.6	12.0	8.0	12.8	8.0	40.8	33.6	4356.0	2750.0

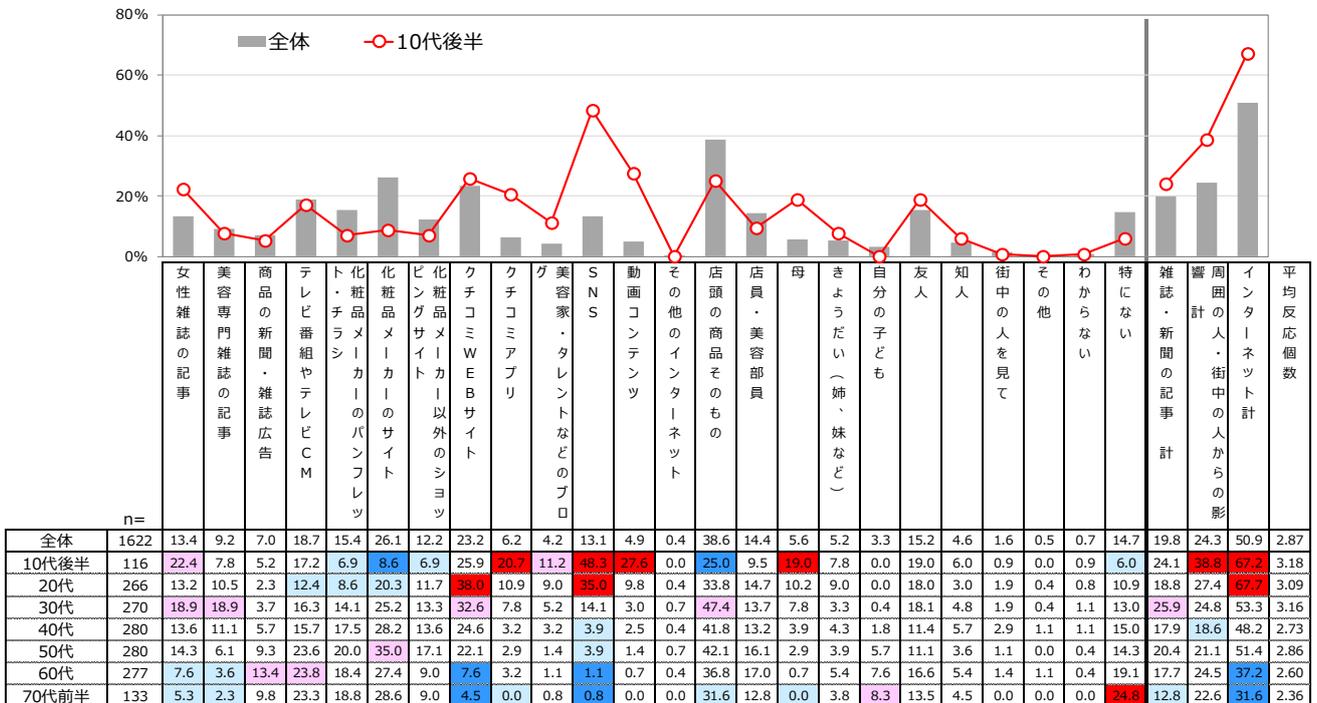
10代後半 化粧品購入時に関する調査結果 一部抜粋

- メーク・スキンケアアイテム購入時の参考情報源は、10代後半は「SNS」（メーク 53.5%、スキンケア 48.3%）と全体スコアを大きく上回っており、「動画コンテンツ」（メーク 32.7%、スキンケア 27.6%）、「クチコミ WEB サイト」（メーク 28.7%、スキンケア 25.9%）、「クチコミアプリ」（メーク 20.8%、スキンケア 20.7%）等、ネットを介した情報収集が目立つ。
また「女性雑誌の記事」も全体スコアを約 10%上回っている。10代後半は平均反応個数が他年代より多く（メーク 3.71、スキンケア 3.18）、様々な種類の参考情報を入手していることがわかる。
- アイテム購入時参考情報源は、「SNS」といったネットを介する情報が多かった 10代後半だが、購入経路では「ドラッグストア」（メーク 67.3%、63.8%）をはじめとした実店舗が多い。
また、メークアイテム購入経路の平均反応個数は他年代より多く（3.03）、スキンケアアイテムでも 20代に次ぐ多さ（2.25）となり、様々な種類の購入経路を持っていることがわかる。

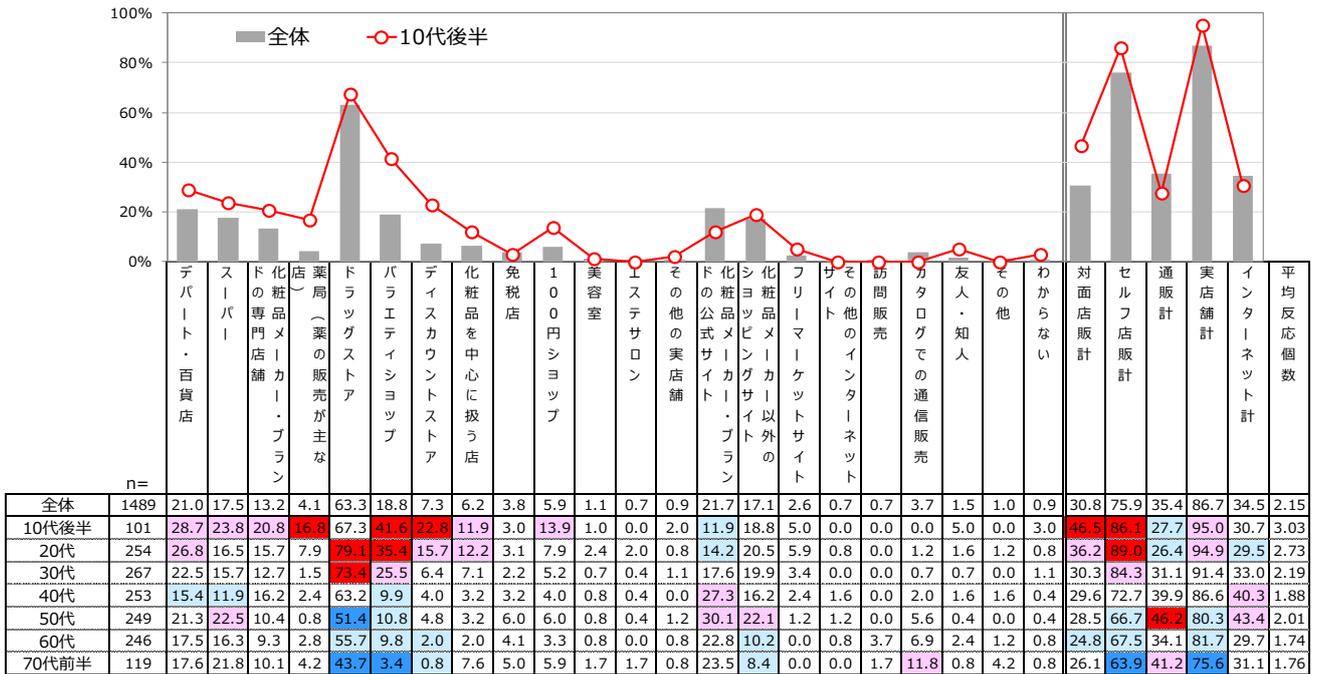
■メイクアイテム購入時参考情報（基数：メイクアイテム1ヶ月投資金額回答者 1489人）



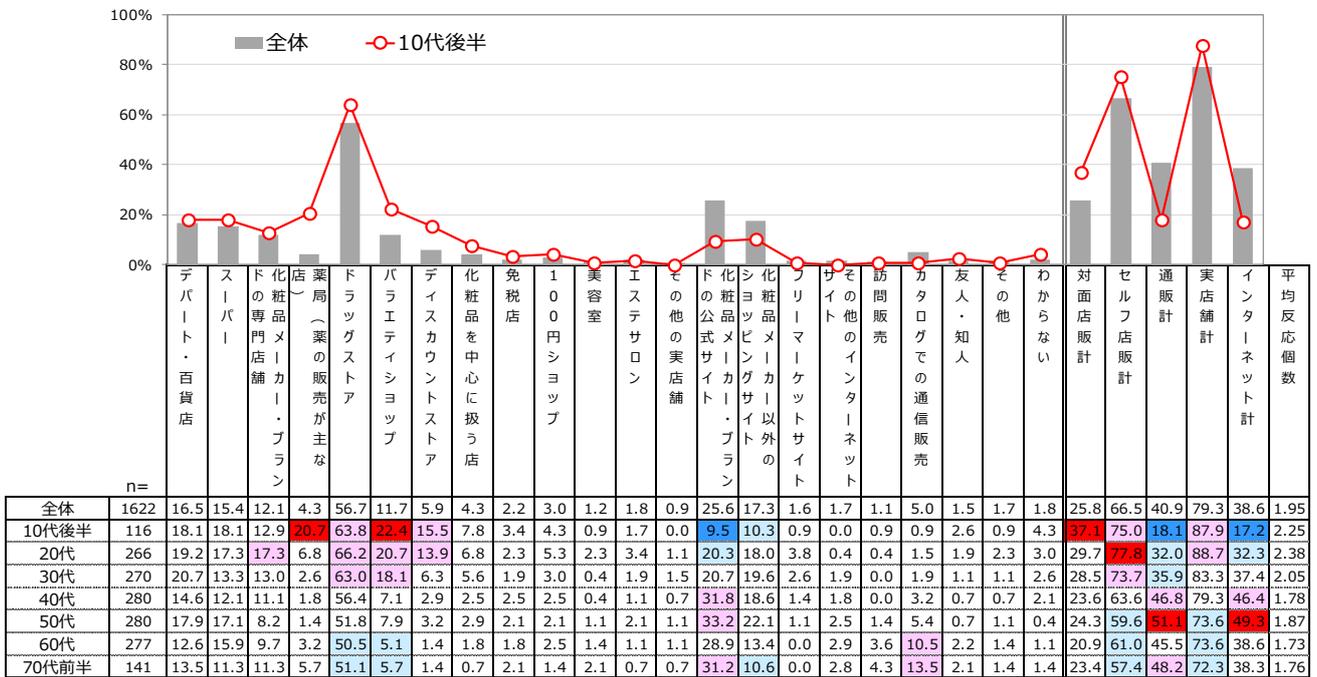
■スキンケアアイテム購入時参考情報（基数：スキンケアアイテム1ヶ月投資金額回答者 1622人）



■メイクアイテム購入経路（基数：メイクアイテム1ヶ月投資金額回答者 1489人）



■スキンケアアイテム購入経路（基数：スキンケアアイテム1ヶ月投資金額回答者 1622人）



＜実施概要＞ 女性の化粧行動・意識に関する実態調査

調査時期：2018年6月、2017年6月、2016年5月、2015年5月

調査方法：インターネット調査 ※対象者はインターネットユーザーであることが前提

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

※2015～2018年実施の調査対象者は重複しない

(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)

調査関連 URL：<https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/culture/survey/002.html>

※詳細データはホームページのレポートでご覧いただけます。