

**15～64歳の女性1500人を対象に調査****平成から令和のスキンケア・メイクの行動と意識の変化を分析****ポーラ文化研究所が最新調査レポートを発行**

ポーラ・オルビスグループで化粧品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、調査レポート「平成から令和へ スキンケア・メイクの行動と意識のうつりかわり」を11月30日に発表しました。15～64歳の女性1,500人を対象とし、平成から令和における化粧品行動・意識の変化に関する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るほか、一部の内容はポーラ文化研究所発行の書籍『平成美容開花』(10月20日発売)にてご覧いただけます。

調査レポート：<https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/report/pdf/201130heiseireiwa.pdf>

**【調査結果サマリー】****化粧品購入時の情報ソースに変化。リアルな場の情報から、ネットを介する情報へシフト**

- ・平成元年、10年、20年、令和元年ともに、ほぼ全世代で「店頭の商品そのもの」が情報ソースのトップ。
- ・インターネットが普及した平成の時代はデジタルの情報ソースが増加。雑誌の記事、店員や友人・知人といったリアルな場での情報から、WEBサイト情報やネットのクチコミなどへシフト。
- ・令和元年の15～24歳では、「Instagram」「Twitter」「動画コンテンツ」といったネットを介する情報ソースが上位。

**スキンケア・メイクの開始年齢は若年化。スキンケアの開始はメイクより早い**

- ・若い世代でスキンケア・メイクの開始が早い。スキンケアの開始はメイクに比べて早く、特に若い世代で顕著。
- ・令和時代、スキンケア・メイクの開始年齢はさらに若年化が進む可能性がある。

**スキンケアは現在(調査時点)・令和ともに日々の習慣として認識されているとみられる**

- ・スキンケアは現在(調査時点)と令和ともに全世代で、「日常」「日課」「習慣」といった普段の生活に根付いたワードが多い。

**現在のメイクでは「身だしなみ」が最も多い。15～34歳では、メイクは自分に自信を与える存在という意識も**

- ・現在のメイクは全世代で「身だしなみ」が最も多い。一方、令和では25歳以上で「自然」「ナチュラル」が目立つ。自由回答からは「厚化粧にならない、つくりこみすぎないメイク」「自分らしく、自然でいたい」という思いも。
- ・15～34歳では、現在・令和ともに「自信」というワードが多くあがった。メイクは自分に「自信」を与えるものといった意識がうかがえる。

※3.4番目の項目はスキンケア・メイクが現在どのようなものか、令和ではどのようなものであっても欲しいか自由回答形式でたずね頻出ワードを分析した。

**本調査について**

首都圏に居住する15～64歳の女性1,500人を対象に、2019年6月29日～7月2日にインターネットにて調査を実施しました。本リリースでの「現在」は2019年(令和元年)の調査時点に相当します。

**ポーラ文化研究所とは**

ポーラ文化研究所は、化粧品を美しさの文化としてとらえ、学術的に探究することを目的に1976年に設立されました。日本と西洋を中心に、化粧品文化に関わる資料の収集と調査研究を行っているほか、国内外の美術館への展示協力や、現代の化粧品・美意識やライフスタイルに関する調査の実施・公開などを行っています。

ポーラ文化研究所 HP：<https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp>

**書籍『平成美容開花』**

平成の30年間の美容や化粧品をまとめた書籍です。女性雑誌の美容記事から読み解いた独自分析や、ポーラ文化研究所が長年実施している美容意識調査のデータ分析も掲載しています。

編著・発行:ポーラ文化研究所/発売日:2020年10月20日/定価:本体1,500円/ISBN:978-4-89478-011-8

【報道関係者の皆さまからのお問い合わせ先】(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  
広報担当 Tel 03-3563-5540/Mail: webmaster@po-holdings.co.jp

※在宅勤務を推奨しているため、電話がつかない場合はメールにてお問い合わせください。

【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】

コスメ情報ソースの変遷

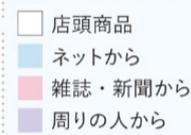
- ・平成元年、10年、20年、令和元年ともに、ほぼ全年代で「店頭の商品そのもの」が情報ソースのトップ。
- ・平成30年間でデジタルの情報ソースが増加。デジタルネイティブがますます増える令和時代、多種多様なデジタルの情報ソースからコスメ情報を抵抗なく収集、選択する人が増えていくと予想。
- ・令和元年の15～24歳に注目すると、ネットを介する情報ソース(「Instagram」「Twitter」)が上位にあがり、他年代や他時代ではトップの「店頭の商品そのもの」を上回る。「動画コンテンツ」が4位にあがることにも注目。

■ 「スキンケア・メイクアイテムを買うときに参考にしている情報ソース 上位ランキング」

(対象: 該当の時代でスキンケアやメイクを行っていた/行っている人)

＜ランキングの見方＞

1. 情報ソースはルートで色分けしている
2. 横軸で見ると、30年間の変化に気づく
3. 縦軸で見ると、年代毎のちがいに気づく
4. 斜めで見ると、○歳の変化に気づく



コスメ購入時情報ソースランキング表

※平成元年、10年、20年については、当時の状況をふり返って回答したもの。

令和元年

令和元年 15～24歳	
1位	Instagram 30%
2位	Twitter 28%
3位	店頭の商品そのもの 26%
4位	動画コンテンツ
5位	クチコミサイトやアプリ
6位	友人・知人
7位	特にない
8位	母
9位	テレビ番組やCM
10位	女性雑誌の記事 (n=262)



平成20年

平成20年頃 15～24歳	
1位	店頭の商品そのもの 33%
2位	友人・知人 25%
3位	特にない 22%
4位	女性雑誌の記事
5位	母
6位	クチコミサイトやアプリ
7位	テレビ番組やCM
8位	店員・美容部員
9位	美容誌の記事
10位	わからない／あてはまるものはない (n=215)

令和元年 25～34歳	
1位	店頭の商品そのもの 37%
2位	クチコミサイトやアプリ 27%
3位	特にない 19%
4位	Instagram
5位	友人・知人
6位	Twitter
7位	メーカーサイト
8位	テレビ番組やCM
9位	女性雑誌の記事
10位	ショッピングサイト (n=289)



平成10年

平成10年頃 15～24歳	
1位	店頭の商品そのもの 32%
2位	特にない 22%
3位	女性雑誌の記事 20%
4位	友人・知人
5位	テレビ番組やCM
6位	店員・美容部員
7位	美容誌の記事
8位	メーカーのパンフ・チラシ
9位	母
10位	街中の人を見てわからない／あてはまるものはない (n=182)

平成20年頃 25～34歳	
1位	店頭の商品そのもの 33%
2位	特にない 21%
3位	女性雑誌の記事 17%
4位	テレビ番組やCM
5位	友人・知人
6位	店員・美容部員
7位	美容誌の記事
8位	クチコミサイトやアプリ
9位	メーカーサイト
10位	メーカーのパンフ・チラシ (n=277)

令和元年 35～44歳	
1位	店頭の商品そのもの 31%
2位	特にない 23%
3位	クチコミサイトやアプリ 20%
4位	メーカーサイト
5位	テレビ番組やCM
6位	ショッピングサイト
7位	友人・知人
8位	美容誌の記事
9位	女性雑誌の記事
10位	店員・美容部員 (n=289)



平成元年

平成元年頃 15～24歳	
1位	店頭の商品そのもの 32%
2位	女性雑誌の記事 20%
3位	店員・美容部員
4位	特にない
5位	友人・知人
6位	テレビ番組やCM
7位	メーカーのパンフ・チラシ
8位	母
9位	美容誌の記事
10位	わからない／あてはまるものはない (n=259)

平成10年頃 25～34歳	
1位	店頭の商品そのもの 33%
2位	テレビ番組やCM 19%
3位	友人・知人 18%
4位	特にない
5位	女性雑誌の記事
6位	店員・美容部員
7位	メーカーのパンフ・チラシ
8位	美容誌の記事
9位	メーカーサイト
10位	わからない／あてはまるものはない (n=282)

平成20年頃 35～44歳	
1位	店頭の商品そのもの 31%
2位	特にない 19%
3位	テレビ番組やCM 19%
4位	メーカーサイト
5位	友人・知人
6位	店員・美容部員
7位	クチコミサイトやアプリ
8位	女性雑誌の記事
9位	メーカーのパンフ・チラシ
10位	ショッピングサイト (n=285)

令和元年 45～54歳	
1位	店頭の商品そのもの 28%
2位	メーカーサイト 24%
3位	特にない 21%
4位	クチコミサイトやアプリ
5位	テレビ番組やCM
6位	ショッピングサイト
7位	友人・知人
8位	メーカーのパンフ・チラシ
9位	店員・美容部員
10位	女性雑誌の記事 (n=288)



平成元年頃 25～34歳

1位	店頭の商品そのもの 37%
2位	店員・美容部員 28%
3位	テレビ番組やCM 25%
4位	女性雑誌の記事
5位	特にない
6位	友人・知人
7位	メーカーのパンフ・チラシ
8位	新聞・雑誌広告
9位	美容誌の記事
10位	きょうだい (n=272)

平成10年頃 35～44歳	
1位	店頭の商品そのもの 37%
2位	テレビ番組やCM 23%
3位	店員・美容部員 22%
4位	特にない
5位	女性雑誌の記事
6位	友人・知人
7位	メーカーのパンフ・チラシ
8位	新聞・雑誌広告
9位	メーカーサイト
10位	美容誌の記事きょうだい (n=273)

平成20年頃 45～54歳	
1位	店頭の商品そのもの 33%
2位	テレビ番組やCM 22%
3位	メーカーサイト 20%
4位	特にない
5位	店員・美容部員
6位	友人・知人
7位	メーカーのパンフ・チラシ
8位	女性雑誌の記事
9位	ショッピングサイト
10位	新聞・雑誌広告クチコミサイトやアプリ (n=274)

令和元年 55～64歳	
1位	店頭の商品そのもの 32%
2位	メーカーサイト 26%
3位	テレビ番組やCM 22%
4位	特にない
5位	クチコミサイトやアプリ
6位	ショッピングサイト
7位	店員・美容部員
8位	友人・知人
9位	メーカーのパンフ・チラシ
10位	女性雑誌の記事 (n=278)



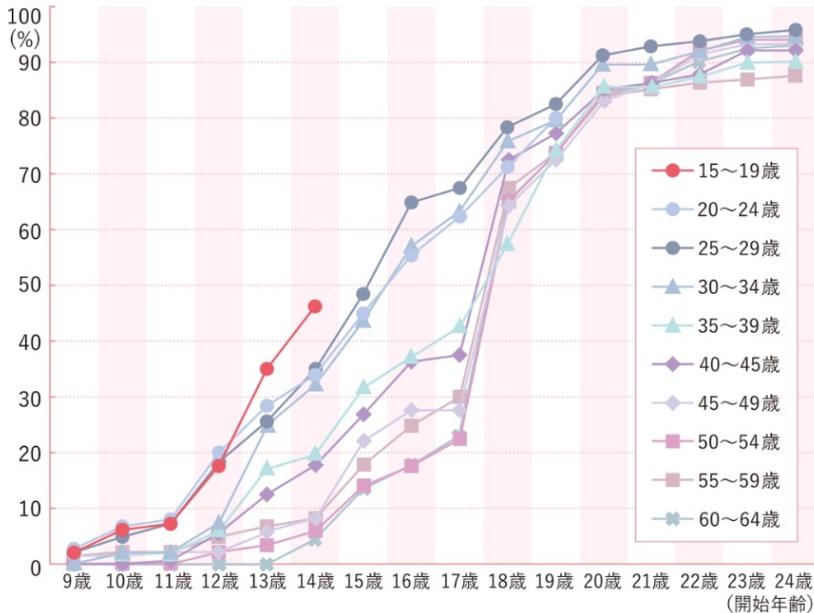
## スキンケア・メイク開始年齢

- ・スキンケアの開始はメイクに比べて早く、特に若い年代でその傾向が顕著である。
- ・スキンケア・メイクの開始年齢の若年化が進んでいる。
- ・令和時代、スキンケア・メイクの開始年齢はさらに若年化が進む可能性がある。

### ■「スキンケア・メイク開始年齢」

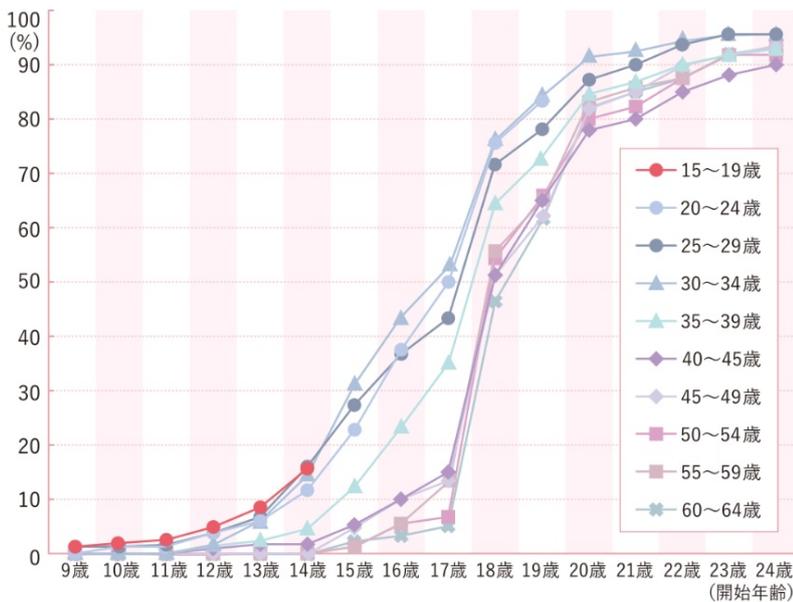
(対象:ふだんの生活でスキンケア・メイクをはじめた年齢を覚えている人)

#### スキンケア開始年齢



スキンケアの開始はメイクに比べて早く、特に若い年代で顕著である。乳幼児期から、保護者のサポートのもと肌の清浄や保護、UV対策など家庭内で自然にスキンケアを行っているケースや、インターネットやティーン向けの雑誌から手軽に美容情報をキャッチできるといった環境も、変化を加速させていると考えられる。

#### メイク開始年齢



かつてのメイクデビューの定番は「高校卒業時に受けた美容講習」。高校卒業後にメイクをはじめた人が多かった。昭和～平成初期に10代を過ごした現在の40～64歳のメイク開始年齢は「17歳まで」が15%未満、「18歳」では約50%と、高校卒業時にあたる年齢である「18歳」の割合が高い。

一方、若い年代ではメイクの開始が早く、現在の20～34歳では、半数近くが「17歳まで」に開始している。

## 現在と令和のスキンケアへの考えの変化

- ・スキンケアは現在・令和ともに全年代で「日常」「毎日」「日課」「習慣」といったふだんの生活に根づいたワードが上位7位にランクインし、メイクに比べ、日々の習慣として認識されているようだ。
- ・「義務」は現在のスキンケアにおいて、35～44歳で5位、45～54歳で6位と一定の意識をもつものの、令和では全年代で「義務」はランク外になっている。
- ・「肌」は現在・令和ともにトップ4と上位に入っている。令和のスキンケアの自由回答をみると、「年を重ねてもきれいな肌、健康な肌でいたい」といった未来の肌への願いが目立っている。

### ■「スキンケア価値観 自由回答の頻出ワード 上位ランキング」

自分自身にとってのスキンケアについて、現在はあるどのようなものか、令和の時代はあるどのようなものであって欲しいか、その理由を合わせて自由回答方式でたずね、頻出ワード上位7位をランキングで示した。

(対象:15～64歳女性のうち「特になし」「なし」の回答者を除く)

上:あなたにとって現在のスキンケアはどんなもの？

下:あなたにとって令和のスキンケアはどんなものであってほしい？

#### 15～24歳

1位	肌	80件
2位	きれいだ	41件
3位	必要	27件
4位	毎日	25件
5位	大切	20件
6位	将来	18件
7位	自信	14件
(n=274)		

#### 25～34歳

1位	肌	61件
2位	必要	25件
3位	毎日	23件
4位	身だしなみ	21件
5位	日常	20件
6位	面倒	19件
7位	きれいだ	18件
(n=276)		

#### 35～44歳

1位	肌	42件
2位	必要	36件
3位	毎日	27件
4位	日課	24件
5位	義務	21件
6位	習慣	18件
面倒 (n=279)		

#### 45～54歳

1位	必要	48件
2位	習慣	38件
3位	毎日	34件
4位	肌	29件
5位	日常	24件
6位	義務	22件
日課 (n=288)		

#### 55～64歳

1位	毎日	50件
2位	必要	47件
3位	習慣	40件
4位	肌	34件
5位	日常	26件
6位	日課	21件
7位	身だしなみ	16件
(n=277)		

1位	肌	36件
2位	きれいだ	31件
3位	必要	27件
4位	自信	15件
5位	大切	11件
当たり前 (n=243)		
7位	日常	10件
大事 これから		

1位	肌	35件
2位	必要	24件
3位	年	23件
4位	きれいだ	14件
毎日 (n=248)		
6位	日常	12件
7位	歳	10件
当たり前		

1位	肌	33件
2位	必要	26件
3位	自然	13件
4位	身だしなみ	12件
日常 (n=255)		
きれいだ 年 面倒		

1位	必要	27件
2位	肌	21件
年 (n=263)		
4位	自然	20件
5位	習慣	14件
面倒		
7位	日常	13件
老化		

1位	必要	38件
2位	日常	19件
3位	自然	18件
習慣 (n=266)		
肌		
6位	年	17件
7位	毎日	16件

肌 身だしなみ 自然、ナチュラル 自信 義務 日常、毎日、日課、習慣

## 現在と令和のメイクへの考えの変化

- ・現在のメイクは全年代で「身だしなみ」のワードがトップ。一方、令和のメイクでは、25歳以上で「自然」「ナチュラル」のワードが目立ち、トップ5にランクイン。自由回答の内容をみると、“厚化粧にならない、つくりこみすぎないメイク”“自分らしく、自然でいたい”という思いが強いことがみてとれる。
- ・15～34歳では、「自信」が現在・令和ともにトップ2にランクイン。
- ・若い年代を中心にメイクは自分に「自信」を与える存在、といった意識がうかがえる。
- ・現在のメイクにおいて、25～54歳でトップ4にランクインしていた「義務」。令和では全年代で「義務」はランク外。

## ■「メイク価値観 自由回答の頻出ワード 上位ランキング」

自分自身にとってのメイクについて、現在はどのようなものか、令和の時代はどのようなものであって欲しいか、その理由を合わせて自由回答方式でたずね、頻出ワード上位7位をランキングで示した。

(対象:15～64歳女性のうち「特になし」「なし」の回答者を除く)

上:あなたにとって現在のメイクはどんなもの？

下:あなたにとって令和のメイクはどんなものであってほしい？



## <実施概要>

調査名:ポーチ文化研究所化粧調査 2019

調査時期:2019年6月29日(土)12時～7月2日(火)10時

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15～64歳の女性1,500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:各150人)

※本調査はインターネット調査であるため、対象者はインターネットユーザーであることが前提である。

調査レポート: <https://www.cosmetic-culture.po-holdings.co.jp/report/pdf/201130heiseireiwa.pdf>

※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。