

# 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 ～メイク篇 2008～

ポーラ文化研究所では、化粧に関する調査を継続して行っています  
07年に引き続き、女性1500人を対象とするメイクに関する調査を行いました

メイクを  
行うことが  
好きな女性

20代以下の若い女性は特にメイクが好き！  
年齢を重ねた年代でも、約半数がメイク好き  
自身のマインドへの効果や自己表現がメイク理由の人は  
メイクがとても好きな人が多い

→参照5頁

メイクを  
行う頻度

メイクを日常的（ほぼ毎日以上）行っている人は6割、  
働いている女性と学生が多い

→参照10,11頁

使っている・  
重視している  
メイクアイテム

よく使う（週5日以上）メイクアイテムは、  
ファンデーション、アンダーメイク、アイブロー  
重視アイテムは全年代でファンデーションがトップ  
若年層ではアイメイク、年齢を重ねた年代では口紅も重視

→参照15,16,19頁

メイクに  
期待している  
情緒的な価値

メイクを行うことで  
「自分に自信がもてる」「明るい気持ちになれる」ことに期待

→参照25,28頁

メイク化粧品の  
魅力と思う  
機能的な価値

ベースメイクでは「肌質に合う」「使ったときの感触が良い」  
ポイントメイクでは「色が良い」ことが魅力

→参照25,26頁

【実施概要】 調査名 : 女性の化粧行動・意識に関する実態調査～メイク篇 2008～  
調査時期 : 2008年8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※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）

## ポーラ文化研究所の調査について

ポーラ文化研究所は1976年の設立以来、美しさに関わる研究、なかでも「化粧文化」について人文・社会学など様々な角度から探究しています。現代女性の生活や化粧意識・行動に関する調査研究にも取り組み、調査レポートをポーラ化粧文化情報センターやホームページなどを通じて公開しています。

2009年2月13日

# ■目次■

I	調査概要	2	
II	調査結果	4	
	i. メークへの意識と行動		
	1	メークを行うことへの好意度	5
	2	生活の中で重視する事から_メークアップ化粧品	6
	2	メークアップ化粧品重視度	8
	3	メークを行う生活環境	9
	4	メークを行う頻度	10
	5	メークを行っている理由	12
	6	目指すメークイメージ	13
	7	メークアイテム使用状況	14
	8	化粧直し状況	17
	9	重視しているメークアイテム	19
	10	投資・購入状況	20
	11	現在行っているメークへの満足度	22
	ii. メークの価値と満足		
	本調査で扱った 機能価値・情緒イメージ・情緒価値について	24	
	1	機能価値・情緒イメージ・情緒価値への期待・魅力と実感	25
	2	機能価値への魅力	26
	3	情緒イメージへの魅力	27
	4	情緒価値への期待	28
参考	持っているメークアイテムの個数	29	

## I 調查概要

# 調査概要

## 今回調査【2008年調査 実施概要】

調査名：女性の化粧行動・意識に関する実態調査～メーク篇 2008～

調査時期：2008年8月

調査方法：インターネット調査

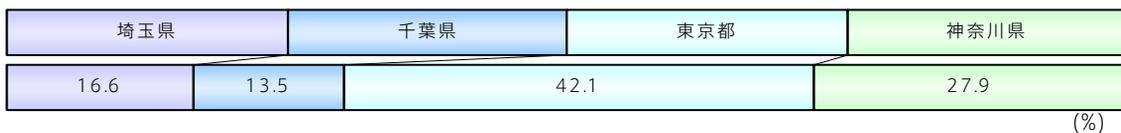
調査対象：首都圏（埼玉県,千葉県,東京都,神奈川県）に居住する15～64歳の女性1500人 ※中学生を除く  
 （15～19歳、20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳、40～44歳、45～49歳、50～54歳、55～59歳、60～64歳：各150人）

## 【対象者プロフィール】

### ■年齢



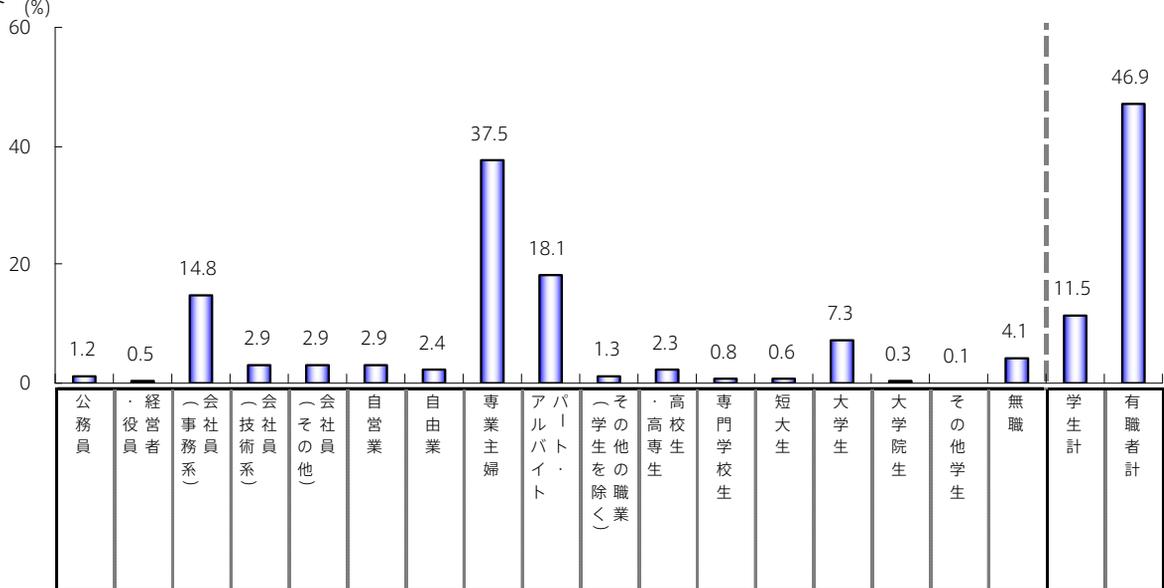
### ■居住地



### ■未既婚・職業



### ■職業



(基数：対象者全員 1500人)

## 第1回調査【2007年調査 実施概要】

調査名：女性の化粧行動・意識に関する実態調査～メーク篇 2007～

調査時期：2007年7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 ※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）

※参考として2007年調査データを、本報告内の一部の図表に掲載（「2007年」と表記している箇所が該当）

## III 調査結果

i. メークへの意識と行動

ii. メークの価値と満足

# 1 メイクを行うことへの好意度

## 20代以下の若い女性は特にメイクが好き！ 年齢を重ねた年代でも、約半数がメイクが好き

- ◆ 女性全体の58%がメイクが好き（非常に好き+やや好き）。
  - ・ 年代別：20代以下の若年層ではメイクが好きな人（非常に好き+やや好き）が、7割近くに達している。
  - ・ メイク理由別：メイクを行う最大理由が「個性を表現したい」人の約5割、「自信を持ちたい」「気持ちを変えたい」人の約3割がメイクが非常に好きと思っている。
- 自分自身へのマインドへの効果や個性の表現を意識してメイクを行う人は、メイクが非常に好きな人が多い。一方、「仕事や業務に必要」「紫外線から肌を守りたい」といった、周囲環境をメイク理由にする人ではメイクが非常に好きな人は少ない。

■メイクを行うことへの好意度（基数：対象者全員 1500人）

	(N)	メイクが好き				メイクが好きではない	
		非常に好きである	やや好きである	あまり好きではない	非常に好きではない	メイクが好きな人	メイクが好きではない人
全体	(1500)	14.3	44.1	33.2	8.4	58.4	41.6
年代別	15～19歳	21.3	45.3	26.7	6.7	66.7	33.3
	20～24歳	22.7	44.0	22.7	10.7	66.7	33.3
	25～29歳	16.7	52.7	21.3	9.3	69.3	30.7
	30～34歳	21.3	34.7	35.3	8.7	56.0	44.0
	35～39歳	14.0	35.3	42.0	8.7	49.3	50.7
	40～44歳	12.0	41.3	37.3	9.3	53.3	46.7
	45～49歳	10.7	46.0	34.7	8.7	56.7	43.3
	50～54歳	9.3	48.0	36.7	6.0	57.3	42.7
	55～59歳	8.0	48.0	36.0	8.0	56.0	44.0
	60～64歳	7.3	45.3	39.3	8.0	52.7	47.3
メイクをする最大理由	個性を表現したい	47.7	47.7	4.5	0.0	95.5	4.5
	自信を持ちたい	30.5	59.2	9.9	0.4	89.7	10.3
	気持ちを変えたい	27.7	57.4	13.9	1.0	85.1	14.9
	周りから良く思われたい	20.2	56.6	22.5	0.8	76.7	23.3
	外気・乾燥から肌を守りたい	17.8	60.0	22.2	0.0	77.8	22.2
	周りから外れたくない	13.9	38.9	44.4	2.8	52.8	47.2
	TPOにあわせるため	9.9	45.1	41.6	3.4	54.9	45.1
	仕事や業務に必要	5.3	46.3	43.2	5.3	51.6	48.4
	紫外線から肌を守りたい	4.9	47.7	43.6	3.8	52.7	47.3
職業別	高校生	20.0	40.0	34.3	5.7	60.0	40.0
	大学・専門学校生	16.3	50.4	25.9	7.4	66.7	33.3
	有職者	15.6	43.1	33.4	7.8	58.7	41.3
	専業主婦	11.7	45.6	35.2	7.5	57.4	42.6

(%)

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網掛け

## メイクアップ化粧品を重視する女性は、生活全般のモチベーションが高い

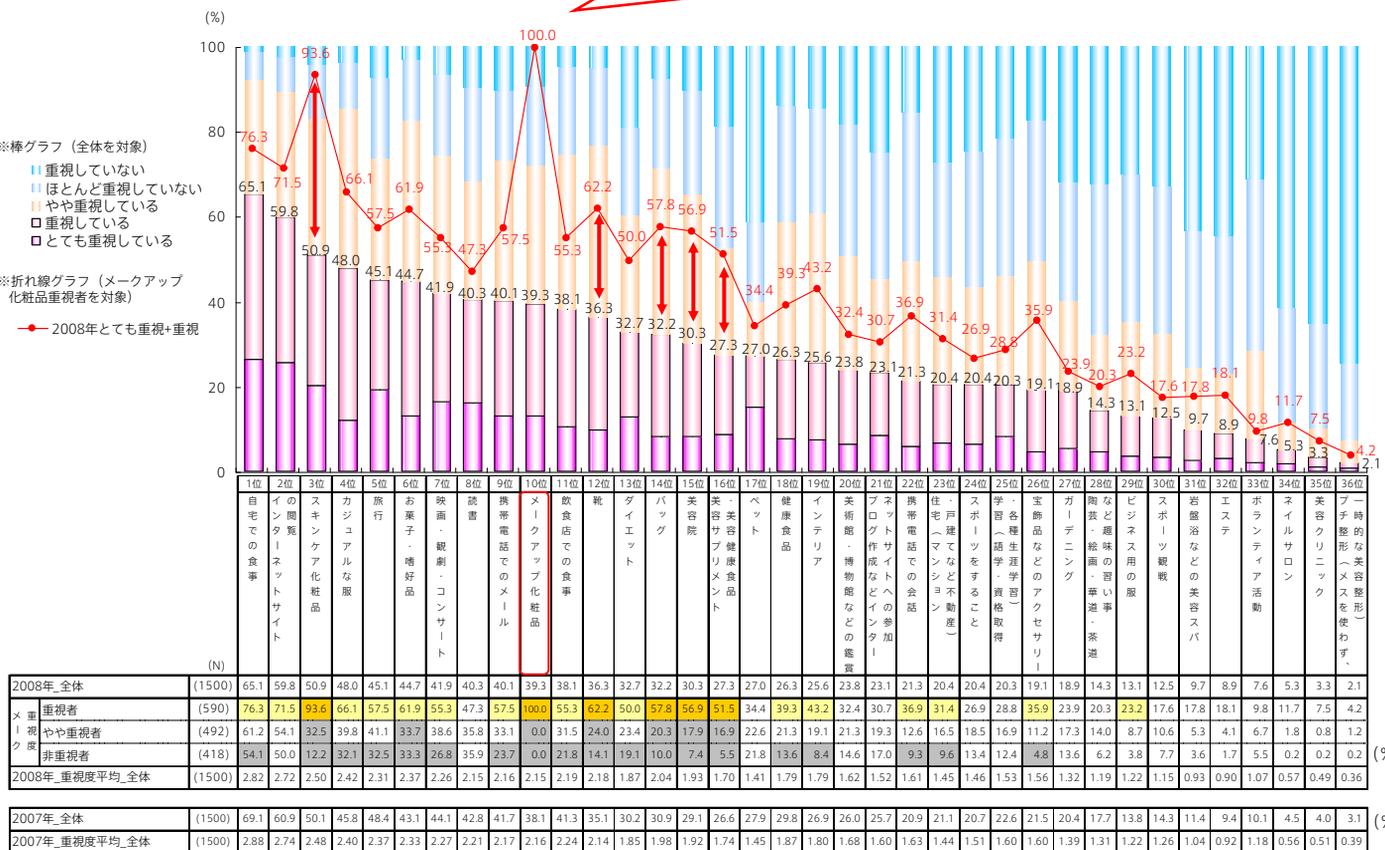
- ◆ 生活の中で重視する事からをみると、  
 メイクアップ化粧品の重視者（とても重視+重視）は39%（本調査内で10位）。  
 ベスト3は「自宅での食事」「ネットサイトの閲覧」「スキンケア化粧品」。
- ・メイクアップ化粧品重視者は本調査の全項目において重視度（とても重視+重視）が全体より高く、美容・ファッション関連を中心に生活全般においてモチベーションが高いようである。

※注：本調査はインターネット調査のため、対象者は「インターネットサイトの閲覧」が可能であることが前提

■生活の中で重視する事から（基数：対象者全員 1500人） 全体の重視（とても重視+重視）する事から順

↑メイクアップ化粧品重視者の「とても重視+重視」が全体より20%以上高い項目

メイクアップ化粧品重視者は、「スキンケア化粧品」「靴」「バッグ」「美容院」「美容サプリメント・美容健康食品」などの美容・ファッション関連の項目を特に重視している



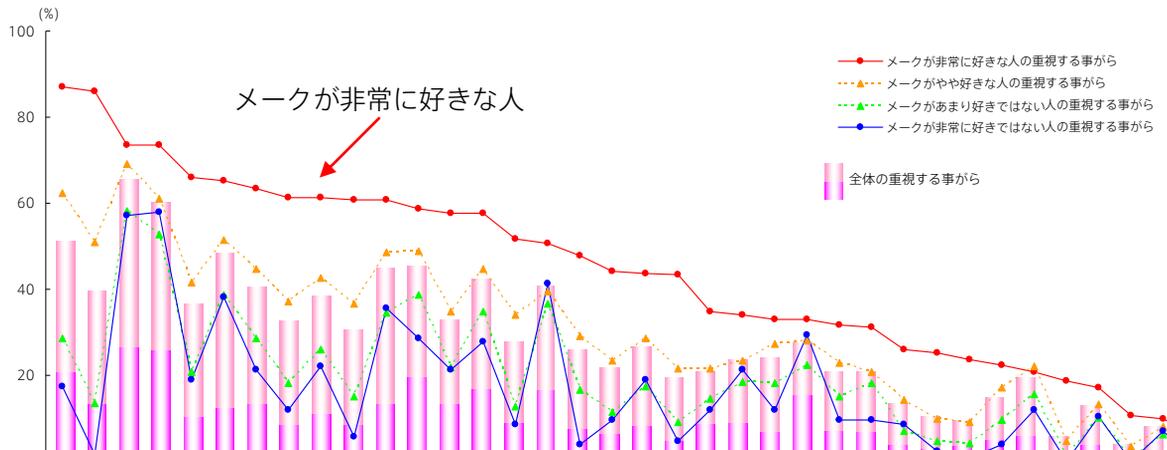
※数表・グラフ中のスコアは、「とても重視している」「重視している」を合算したスコア  
 ※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より20%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上高いスコアに薄灰色（■）で網かけ  
 ※重視度平均は、次のウエイト付けて平均値を算出。「とても重視している」=4、「重視している」=3、「やや重視している」=2、「ほとんど重視していない」=1、「重視していない」=0

## メイクが好きな女性は、美容やファッションを中心に生活のさまざまな事からを重視

- ・メイク好意別にみる重視する事からの上位は…  
 メイクが非常に好きな人：1位「スキンケア化粧品」87%、2位「メイクアップ化粧品」86%。  
 メイクがやや好きな人：1位「自宅での食事」69%、2位「スキンケア化粧品」62%。  
 「メイクアップ化粧品」は5位（51%）にとどまる。  
 『メイクがあまり好きではない』『メイクが非常に好きではない』の上位2位は「自宅での食事」「インターネットの閲覧」。「メイクアップ化粧品」は、全体のスコアを大きく下回る。

※注：本調査はインターネット調査のため、対象者は「インターネットサイトの閲覧」が可能であることが前提

### ■生活の中で重視する事から（基数：対象者全員 1500人）メイクが非常に好きな人の重視（とても重視+重視）する事から順



	(N)	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位	15位	16位	17位	18位	19位	20位	21位	22位	23位	24位	25位	26位	27位	28位	29位	30位	31位	32位	33位	34位	35位	36位
メイク	メイクが非常に好きな人 (215)	87.0	86.0	73.5	73.5	66.0	65.1	63.3	61.4	61.4	60.9	60.9	58.6	57.7	57.7	51.6	50.7	47.9	44.2	43.7	43.3	34.9	34.0	33.0	33.0	31.6	31.2	26.0	25.1	23.7	22.3	20.9	18.6	17.2	10.7	9.8	6.0
	メイクがやや好きな人 (661)	62.3	50.8	69.1	61.1	41.6	51.4	44.6	37.2	42.7	36.6	48.7	48.9	34.8	44.8	34.0	39.5	29.2	23.4	28.6	21.6	21.6	23.4	27.4	28.1	22.8	20.7	14.2	10.0	9.2	17.2	22.1	4.8	13.2	3.3	8.0	2.4
好意別	メイクがあまり好きではない人 (498)	19位	24位	1位	2位	13位	3位	8位	15位	10位	21位	7位	3位	12位	6位	25位	5位	19位	26位	18位	29位	23位	14位	15位	11位	21位	15位	30位	32位	33位	28位	20位	34位	27位	35位	31位	36位
	メイクが非常に好きではない人 (126)	17.5	1.6	57.1	57.9	19.0	38.1	21.4	11.9	22.2	5.6	35.7	28.6	21.4	27.8	8.7	41.3	4.0	9.5	19.0	4.8	11.9	21.4	11.9	29.4	9.5	9.5	8.7	2.4	0.8	4.0	11.9	0.0	10.3	0.0	7.1	0.8
2008年_全体	(1500)	50.8	39.3	65.2	59.8	36.3	48.0	40.0	32.2	38.1	30.3	44.6	45.1	32.6	41.9	27.4	40.3	25.6	21.3	26.3	19.1	20.4	23.2	23.8	27.0	20.4	20.4	13.1	9.8	9.0	14.3	18.9	5.2	12.5	3.3	7.6	2.1

※表の網掛け：メイク好意別の各層において、上位5位にピンク色(■)で網かけ

(%)

## メイク好きな女性ほど、メイクアップ化粧品を重視

- ◆ 女性全体の39%がメイクアップ化粧品重視者（とても重視+重視）。やや重視している人を合わせると72%がメイクアップ化粧品を重視している。
  - 年代別：20代前半以下の若年層では、メイクアップ化粧品重視者が半数におよぶ。20代後半～30代前半においても、約4.5割が重視者。
  - メイク好意別：『メイクが非常に好きな人』のメイクアップ化粧品重視者は86%と非常に多い。メイクが好きな人ほど重視者が多くなっている状況。

07年と同様に、  
20代前半の重視者が最も多い

■生活の中で重視する事から「メイクアップ化粧品」（基数：対象者全員 1500人）

	(N)	重視者					非重視者					2008年		2007年	
		とても重視している		重視している		やや重視している	ほとんど重視していない		重視していない		2008年重視者	2008年非重視者	2007年重視者	2007年非重視者	
		13.0	26.3	32.8	18.4	9.5	39.3	27.9	(N)						
2008年_全体	(1500)	13.0	26.3	32.8	18.4	9.5	39.3	27.9	(1500)	38.1	26.5				
年代別	15～19歳	19.3	30.0	26.0	11.3	13.3	49.3	24.7	(150)	42.0	32.0				
	20～24歳	19.3	34.0	21.3	15.3	10.0	53.3	25.3	(150)	50.0	16.7				
	25～29歳	18.7	25.3	34.7	10.7	10.7	44.0	21.3	(150)	44.7	25.3				
	30～34歳	16.0	30.0	27.3	19.3	7.3	46.0	26.7	(150)	33.3	31.3				
	35～39歳	11.3	19.3	30.0	27.3	12.0	30.7	39.3	(150)	37.3	25.3				
	40～44歳	11.3	24.0	34.7	19.3	10.7	35.3	30.0	(150)	30.0	30.0				
	45～49歳	6.0	28.7	34.0	23.3	8.0	34.7	31.3	(150)	28.0	28.7				
	50～54歳	9.3	25.3	40.7	21.3	3.3	34.7	24.7	(150)	34.0	23.3				
	55～59歳	9.3	22.7	40.0	18.0	10.0	32.0	28.0	(150)	44.0	26.0				
	60～64歳	9.3	24.0	39.3	18.0	9.3	33.3	27.3	(150)	37.3	26.7				
メイク好意別	メイクが非常に好きな人	49.8		36.3		12.1	86.0	1.9							
	メイクがやや好きな人	11.8	39.0	38.3	9.7	1.2	50.8	10.9							
	メイクがあまり好きではない人	11.4	40.0	34.5	12.0		13.5	46.6							
	メイクが非常に好きではない人	11.1	31.0	56.3			1.6	87.3							

(%)

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

※メイク好意に関する質問は、08年調査からの質問項目

**有職者はメークが必要な生活環境、  
専業主婦では行っても行わなくてもよい生活環境の人が多い**

◆ 女性全体の51%がメークを行っても行わなくてもよい環境、41%がメークが必要な環境(※)で生活している。

・職業・ライフスタイル別

有職者は、メークが必要な環境で生活している人が全体より多く(58%)、行っても行わなくてもよい環境の人は少ない(39%)。

専業主婦は、メークが必要な環境で生活している人が少なく(24%)、行っても行わなくてもよい環境の人が多い(73%)。メークを行うかどうかの選択の自由度が高いといえる。

また、子供がいない専業主婦とくらべ、子供がいる専業主婦はメークが必要な環境で生活している人がやや多く、子供の有無によって生活環境が異なっていることがうかがえる。

※メークが必要な生活環境：メークを行わなければならない環境、またはどちらかというも行わなければならない環境を指す

■メークを行う生活環境 (基数：対象者全員 1500人)

	(N)	メークを行う生活環境					行わなければならない + どちらかというも行わなければならない環境	行っても行わなくてもよい環境	どちらかというも行っても行ってもよい環境 + 行ってもよい環境	
		メークを行わなければならない環境	どちらかというも行わなければならない環境	メークを行っても行わなくてもよい環境	どちらかというもメークを行ってはいけない環境	メークを行ってはいけない環境				
全体	(1500)	10.7	29.9	56.1	2.0	1.3	40.6	56.1	3.3	
職業別	高校生	0.0	14.3	57.1	11.4	17.1	14.3	57.1	28.6	
	大学・専門学校生	8.1	32.6	57.0	2.2	0.0	40.7	57.0	2.2	
	有職者	17.1	41.3	39.3	1.7	0.7	58.3	39.3	2.4	
専業主婦	(563)	4.8	18.8	73.4	1.8	1.2	23.6	73.4	3.0	
ライフスタイル別	未婚者計	(516)	13.4	34.3	47.5	2.7	2.1	47.7	47.5	4.8
	既婚者計	(984)	9.2	27.6	60.6	1.6	0.9	36.9	60.6	2.5
	有職者(既婚)	(400)	16.0	41.0	41.0	1.5	0.5	57.0	41.0	2.0
	既婚有職者(子供なし)	(115)	16.5	42.6	39.1	0.9	0.9	59.1	39.1	1.7
	既婚有職者(子供あり)	(285)	15.8	40.4	41.8	1.8	0.4	56.1	41.8	2.1
	専業主婦(既婚)	(563)	4.8	18.8	73.4	1.8	1.2	23.6	73.4	3.0
	専業主婦(子供なし)	(97)	4.1	9.3	85.6	0.0	1.0	13.4	85.6	1.0
	専業主婦(子供あり)	(466)	4.9	20.8	70.8	2.1	1.3	25.8	70.8	3.4

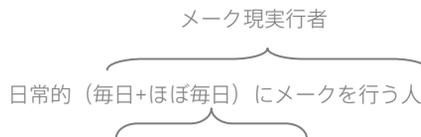
(%) ※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け

## 女性の6割が日常的（ほぼ毎日以上）にメイクを行っている

◆ ぶだんの生活でメイクを行う頻度をみると、現在メイクを行うメイク現実行者（毎日+ほぼ毎日+ときどき行っている）は全体の85%。日常的（毎日+ほぼ毎日）に行う人は64%。

- ・メイク好意別：メイクが好きな人ほど、メイクを行う頻度が高く、『メイクが非常に好きな人』では日常的に行う人が93%。
- ・メイク環境別：メイクを行わなければならない環境にいる人ほど、メイクを行う頻度が高い。

### ■メイクを行う頻度（基数：対象者全員 1500人）



メイク現実行者		日常的（毎日+ほぼ毎日）にメイクを行う人						毎日+ほぼ毎日実行者	メイク現実行者
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	行ったことはあるが、現在は行っていない	今まで特別なときしかメイクをしたことがない	今までメイク自体をまったく行ったことがない	毎日+ほぼ毎日実行者	メイク現実行者		

		(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	行ったことはあるが、現在は行っていない	今まで特別なときしかメイクをしたことがない	今までメイク自体をまったく行ったことがない	毎日+ほぼ毎日実行者	メイク現実行者
2008年_全体		(1500)	25.1	38.3	21.6	4.2	8.1	2.7	63.5	85.1
年代別	15~19歳	(150)	23.3	36.7	18.0	2.7	9.3	10.0	60.0	78.0
	20~24歳	(150)	26.0	42.7	13.3	4.7	8.0	5.3	68.7	82.0
	25~29歳	(150)	28.0	43.3	18.7	2.0	4.7	5.3	71.3	90.0
	30~34歳	(150)	25.3	40.0	24.0	2.0	7.3	1.3	65.3	89.3
	35~39歳	(150)	23.3	33.3	25.3	5.3	12.0	0.7	56.7	82.0
	40~44歳	(150)	26.0	37.3	23.3	5.3	6.0	2.0	63.3	86.7
	45~49歳	(150)	24.7	42.7	20.0	3.3	8.7	0.7	67.3	87.3
	50~54歳	(150)	29.3	40.0	21.3	4.0	4.0	0.7	69.3	90.7
	55~59歳	(150)	19.3	38.0	27.3	5.3	8.7	1.3	57.3	84.7
	60~64歳	(150)	26.0	29.3	24.7	7.3	11.3	1.3	55.3	80.0
メイク好意別	メイクが非常に好きな人	(215)	60.0	33.0	6.5	0.5	0.0	0.0	93.0	99.5
	メイクがやや好きな人	(661)	29.2	49.0	19.5	10.5	0.0	0.0	78.2	97.7
	メイクがあまり好きではない人	(498)	10.4	34.1	32.3	7.6	13.1	2.4	44.6	76.9
	メイクが非常に好きではない人	(126)	24.9	15.9	11.9	41.3	20.6	0.0	10.3	26.2
メイク環境別	メイクを行わなければならない環境	(160)	62.5	33.8	3.0	0.0	0.0	0.0	96.3	100.0
	どちらかというメイクを行わなければならない環境	(449)	32.3	56.3	10.5	0.0	0.0	0.0	88.6	99.1
	メイクを行っても行わなくてもよい環境	(841)	15.2	31.4	31.2	6.2	12.5	3.6	46.6	77.8
	どちらかというメイクを行ってはいけない+メイクを行ってはいけない環境	(50)	8.0	8.0	18.0	16.0	32.0	18.0	16.0	34.0

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網掛け

(%)

## メークを日常的に行っている人が多いのは学生と有職者 専業主婦では、子供がいる方がメークを行う人が多い

メークを行う頻度を職業・ライフスタイル別にみると、

- 『大学・専門学校生』『有職者』では、日常的（毎日+ほぼ毎日）にメークを行っている人が7割に達し、メークを行う頻度が高い。  
『有職者』では、メークが必要な環境で生活している人が58%と多いことから、『有職者』の生活環境がメークを行う要因のひとつとつながる。一方、『大学・専門学校生』は、メークが必要な生活環境の人が40%にとどまっているものの、メークが好きなのが他職業より多い。『学生・専門学校生』はメークが好きであるという自身の意識からメークを行っている人が多いと推測。
- 子供がいない専業主婦とくらべ、子供がいる専業主婦はメークが必要な環境で生活している人がやや多く（9頁参照）、日常的にメークを行っている人の割合も子供がいない専業主婦（39%）より子供がいる専業主婦（58%）において多い。子供の有無で生じる、行動範囲の差が影響していると推察。

### ■メークを行う頻度（基数：対象者全員 1500人）

メーク現実行者

(N)	メーク現実行者						毎日+ほぼ毎日実行者	メーク現実行者
	毎日メークを行っている	ほぼ毎日メークを行っている	ときどきメークを行っている	行ったことはあるが、現在は行っていない	今まで特別なときかメークをしたことがない	今までメーク自体をまったく行ったことがない		
2008年_全体 (1500)	25.1	38.3	21.6	4.2	8.1	2.7	63.5	85.1
職業別								
高校生 (35)	8.6	22.9	28.6	2.9	14.3	22.9	31.4	60.0
大学・専門学校生 (135)	25.2	43.0	14.8	2.2	8.9	5.9	68.1	83.0
有職者 (703)	29.4	44.0	15.6	3.0	6.1	1.8	73.4	89.0
専業主婦 (563)	22.6	32.5	29.8	5.2	8.9	1.1	55.1	84.9
ライフスタイル別								
未婚者計 (516)	24.2	43.0	15.5	8.1	8.3	5.8	67.2	82.8
既婚者計 (984)	25.6	35.9	24.8	4.8	7.9	1.0	61.5	86.3
有職者(既婚) (400)	30.5	40.3	18.3	3.8	6.3	1.0	70.8	89.0
既婚有職者(子供なし) (115)	25.2	47.8	14.8	4.3	6.1	1.7	73.0	87.8
既婚有職者(子供あり) (285)	32.6	37.2	19.6	3.5	6.3	1.7	69.8	89.5
専業主婦(既婚) (563)	22.6	32.5	29.8	5.2	8.9	1.1	55.1	84.9
専業主婦(子供なし) (97)	13.4	25.8	41.2	8.2	9.3	2.1	39.2	80.4
専業主婦(子供あり) (466)	24.5	33.9	27.5	4.5	8.8	0.9	58.4	85.8

メークが好きな人  
 高校生 : 60%  
 大学・専門学校生 : 67%  
 有職者 : 59%  
 専業主婦 : 57%  
 (5頁参照)

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

### ■参考 メークを行う生活環境（基数：対象者全員 1500人）

メークが必要な環境にいる人が多い有職者

(N)	メークが必要な環境					行わなければならない + どちらかというも行わなくてもよい環境	行っても行わなくてもよい環境	どちらかというも行っていない環境
	メークを行わなければならない環境	どちらかというも行わなければならない環境	メークを行っても行わなくてもよい環境	どちらかというメークを行ってはいけない環境	メークを行ってはいけない環境			
全体 (1500)	10.7	29.9	56.1	1.0	2.0	40.6	56.1	3.3
職業別								
高校生 (35)	0.0	14.3	57.1	11.4	17.1	14.3	57.1	28.6
大学・専門学校生 (135)	8.1	32.6	57.0	2.0	2.0	40.7	57.0	2.2
有職者 (703)	17.1	41.3	39.3	1.0	1.0	58.3	39.3	2.4
専業主婦 (563)	4.8	18.8	73.4	1.8	1.8	23.6	73.4	3.0
ライフスタイル別								
未婚者計 (516)	13.4	34.3	47.5	2.2	2.2	47.7	47.5	4.8
既婚者計 (984)	9.2	27.6	60.6	1.0	1.0	36.9	60.6	2.5
有職者(既婚) (400)	16.0	41.0	41.0	1.0	1.0	57.0	41.0	2.0
既婚有職者(子供なし) (115)	16.5	42.6	39.1	0.9	0.9	59.1	39.1	1.7
既婚有職者(子供あり) (285)	15.8	40.4	41.8	1.0	1.0	56.1	41.8	2.1
専業主婦(既婚) (563)	4.8	18.8	73.4	1.8	1.8	23.6	73.4	3.0
専業主婦(子供なし) (97)	4.1	9.3	85.6	0.0	0.0	13.4	85.6	1.0
専業主婦(子供あり) (466)	4.9	20.8	70.8	1.3	1.3	25.8	70.8	3.4

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

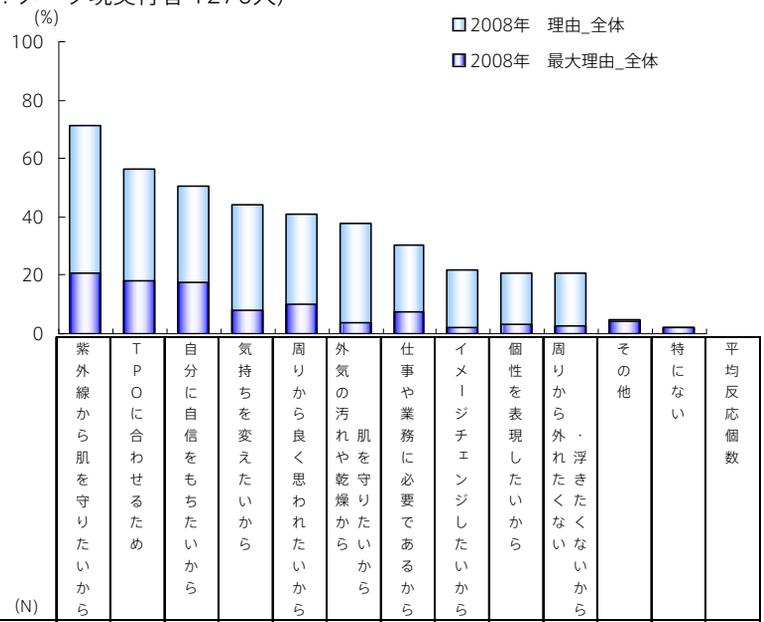
# 5 メイクを行っている理由

## 若年層では「自分に自信をもちたい」「周りから良く思われたい」、 年齢を重ねた層では「紫外線から肌を守りたい」がメイク理由に多い

◆メイク現実行者のメイクを行う理由は「紫外線から肌を守りたい」という肌の保護目的が71%でトップ。次いで「TPOに合わせるため」「自分に自信をもちたい」が続く。

- 年代別：20代前半以下の若年層では「自分に自信をもちたい」「周りから良く思われたい」が高スコアであり、自分自身のマインドへの効果や周りの目を意識した理由が多い。一方、20代後半以上では、「紫外線から肌を守りたい」が7~8割に達している。60代前半では「紫外線から肌を守りたい」は8割を超え、「外気の汚れや乾燥から肌を守りたい」理由も、全体のスコアを大きく上回っている。年齢を重ねた年代では、肌の保護というスキンケアに近い要素をメイクに求めているようである。
- メイク好意別：メイクが好きな人は生活環境にかかわらず、「自分に自信をもちたい」「気持ちを变えたい」「イメージチェンジしたい」「個性を表現したい」といった自身のマインドや自己表現に寄ったメイクを行う理由が全体より多い。
- メイク環境別：一方、メイクが必要な環境で生活する人は、メイクが好き・好きではないにかかわらず、「仕事や業務に必要」という理由が特に多く、全体のスコアを大きく上回る。

■ふだんの生活でメイクをしている理由（基数：メイク現実行者 1276人）



		(N)	紫外線から肌を守りたいから	TPOに合わせるため	自分に自信をもちたいから	気持ちを变えたいから	周りから良く思われたいから	外気の汚れや乾燥から肌を守りたいから	仕事や業務に必要であるから	イメージチェンジしたいから	個性を表現したいから	周りから外れたくないから	その他	特にない	平均反応個数	
2008年 理由_全体		(1276)	71.2	56.6	50.4	43.9	40.7	37.8	30.4	21.7	20.9	20.7	4.7	2.2	4.08	
年代別	15~19歳	(117)	53.0	44.4	66.7	47.0	54.7	26.5	22.2	32.5	29.1	25.6	2.6	5.1	4.26	
	20~24歳	(123)	52.0	61.8	68.3	48.8	58.5	26.0	36.6	30.9	26.0	22.8	3.3	0.0	4.35	
	25~29歳	(135)	68.9	73.3	57.8	46.7	45.2	37.8	34.8	25.2	28.1	24.4	2.2	2.2	4.55	
	30~34歳	(134)	70.9	59.7	56.0	46.3	49.3	38.1	26.9	27.6	24.6	23.1	3.7	1.5	4.33	
	35~39歳	(123)	74.8	53.7	41.5	38.2	39.0	40.7	30.9	19.5	14.6	20.3	5.7	2.4	3.88	
	40~44歳	(130)	79.2	57.7	42.3	41.5	28.5	42.3	27.7	17.7	9.2	20.8	7.7	0.8	3.78	
	45~49歳	(131)	78.6	55.0	48.1	38.9	35.1	38.2	31.3	11.5	17.6	15.3	8.4	2.3	3.87	
	50~54歳	(136)	75.7	56.6	43.4	39.0	39.7	36.0	40.4	16.2	22.8	20.6	4.4	1.5	4.01	
	55~59歳	(127)	74.8	51.2	39.4	44.1	31.5	41.7	26.8	18.9	22.0	16.5	4.7	3.1	3.84	
60~64歳	(120)	81.7	50.0	41.7	49.2	25.8	50.0	25.0	18.3	15.0	17.5	4.2	3.3	3.91		
メイク好意別	メイクが好きな人	(860)	72.1	58.8	61.4	52.7	47.0	39.7	30.1	27.7	28.4	22.1	4.0	1.7	4.52	
	メイクが好きではない人	(416)	69.2	51.9	27.6	25.7	27.6	33.9	31.0	9.4	5.5	17.8	6.3	3.1	3.16	
メイク環境別	メイクが必要な環境	(605)	71.2	63.1	56.9	44.3	46.3	40.8	49.1	24.6	24.1	25.8	4.1	1.5	4.57	
	メイクを行っても行わなくてもよい環境	(654)	71.6	50.9	45.1	43.6	35.9	35.6	13.5	18.8	17.9	16.2	5.2	2.8	3.64	
メイク好意別×環境別	メイクが好きな人	メイクが必要な環境	(442)	72.4	64.7	66.5	50.0	51.1	40.0	47.7	30.1	30.5	26.9	3.8	1.1	4.89
		行っても行わなくてもよい環境	(409)	72.1	53.1	56.5	55.7	42.5	39.6	11.5	24.7	25.9	17.1	4.2	2.4	4.13
	メイクが好きではない人	メイクが必要な環境	(163)	68.1	58.9	30.7	28.8	33.1	42.9	52.8	9.8	6.7	22.7	4.9	2.5	3.69
		行っても行わなくてもよい環境	(245)	70.6	47.3	26.1	23.3	24.9	29.0	16.7	9.0	4.5	14.7	6.9	3.3	2.82
2008年 最大理由_全体		(1276)	20.7	18.3	17.5	7.9	10.1	3.5	7.4	2.0	3.4	2.8	4.2	2.2		
2007年 理由_全体		(1239)	73.4	50.2	48.1	42.6	40.8	47.9	28.9	16.6	15.7	20.7	6.3	2.6	4.02	
2007年 最大理由_全体		(1239)	24.8	13.8	16.6	9.1	8.3	4.2	9.9	1.2	2.3	2.9	4.3	2.6		

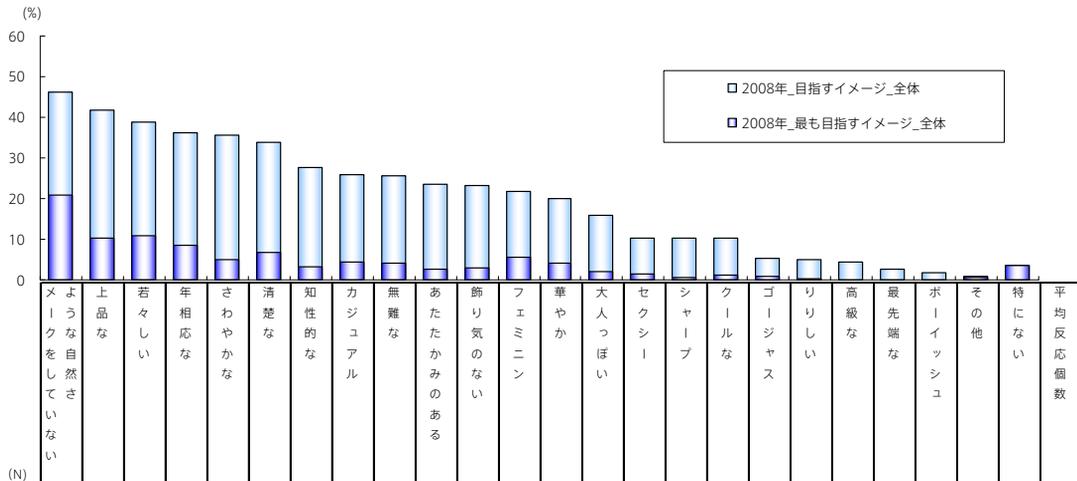
※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

## 目指すメイクイメージトップは「メイクをしていないような自然さ」

◆メイク現実行者全体の目指すメイクイメージは、「メイクをしていないような自然さ」が46%でトップ。次いで「上品な」「若々しい」「年相応な」「さわやかな」が続く。

- 年代別：20代以下では「フェミニン」「華やか」「大人っぽい」を目指すイメージとする人が他年代より多い。
- メイク好意別：メイクが好きの人ほど目指すメイクイメージの種類が多く、『メイクが非常に好きな人』の目指すメイクイメージは平均6.2種類。

■目指すメイクイメージ（基数：メイク現実行者 1276人）



	(N)	メイクをしていないような自然さ	上品な	若々しい	年相応な	さわやかな	清楚な	知的的な	カジュアル	無難な	あたたかみのある	飾り気のない	フェミニン	華やか	大人っぽい	セクシー	シャープ	クールな	ゴージャス	リリしい	高級な	最先端な	ボーイッシュ	その他	特にない	平均反応個数	
2008年_目指すイメージ_全体	(1276)	46.1	41.8	38.9	36.3	35.7	33.8	27.7	26.0	25.5	23.4	23.3	21.7	20.0	16.0	10.4	10.3	10.2	5.2	5.1	4.5	2.7	1.8	0.9	3.5	4.84	
年代別	15～19歳	(117)	35.0	30.8	31.6	31.6	29.9	41.0	20.5	25.6	17.9	18.8	19.7	55.0	30.8	24.8	15.4	8.5	10.3	11.1	6.8	6.0	6.8	1.7	2.6	5.1	4.87
	20～24歳	(123)	37.4	41.5	35.8	39.8	41.5	43.9	27.6	39.0	26.0	27.6	26.0	30.1	31.7	26.0	19.5	22.8	25.2	9.8	8.1	6.5	5.7	4.1	1.6	0.0	5.77
	25～29歳	(135)	51.1	35.6	37.0	34.1	34.1	35.6	23.7	34.1	23.7	21.5	22.2	32.6	31.9	25.2	20.0	11.9	15.6	8.1	8.1	5.9	4.4	2.2	0.0	5.2	5.47
	30～34歳	(134)	47.8	38.1	44.0	32.8	32.1	29.9	18.7	29.1	20.9	22.4	24.6	27.6	25.4	14.2	17.9	8.2	9.7	8.2	4.5	3.7	3.7	0.7	0.7	5.2	4.91
	35～39歳	(123)	50.4	43.1	36.6	31.7	32.5	34.1	28.5	26.8	19.5	24.4	26.8	20.3	14.6	8.9	7.3	5.7	8.1	1.6	3.3	3.3	0.8	3.3	0.8	4.9	4.55
	40～44歳	(130)	40.0	36.2	34.6	40.0	32.3	29.2	17.7	25.4	22.3	23.1	24.6	18.5	13.1	12.3	5.4	6.9	8.5	2.3	4.6	1.5	0.0	0.8	0.8	3.1	4.13
	45～49歳	(131)	37.4	39.7	45.0	33.6	29.8	28.2	27.5	24.4	31.3	21.4	19.8	18.3	20.6	11.5	6.9	9.9	6.9	3.8	4.6	4.6	0.0	1.5	0.0	2.3	4.37
メイク好意別	50～54歳	(136)	50.0	48.5	44.9	39.7	42.6	30.1	41.2	22.1	30.1	24.3	16.9	12.5	12.5	10.3	3.7	11.0	6.6	1.5	4.4	3.7	2.2	1.5	1.5	3.7	4.79
	55～59歳	(127)	55.1	54.3	42.5	39.4	37.8	34.6	37.8	16.5	26.0	22.0	27.6	13.4	11.0	14.2	4.7	11.0	7.1	3.1	4.7	3.1	2.4	0.8	0.8	3.1	4.85
	60～64歳	(120)	55.8	50.0	35.8	40.0	45.0	32.5	33.3	16.7	37.5	28.3	25.0	9.2	8.3	13.3	3.3	7.5	4.2	2.5	1.7	7.5	1.7	1.7	0.0	2.5	4.73
	メイクが非常に好きである	(214)	28.5	62.6	53.7	31.8	34.1	38.8	39.3	25.2	8.9	29.9	14.0	41.6	50.0	30.4	29.4	19.2	21.5	16.8	10.3	12.1	9.3	1.9	0.9	1.9	6.22
メイクがやや好きである	(646)	46.3	43.3	43.3	37.2	39.9	36.1	28.6	28.3	27.1	26.5	22.8	23.4	19.0	16.4	9.4	10.4	9.6	4.2	4.8	4.2	2.2	2.0	1.1	2.2	4.97	
メイクがあまり好きではない	(383)	54.3	30.0	24.0	37.3	30.8	29.0	21.1	23.2	31.3	15.7	28.7	9.4	5.7	7.6	2.3	5.7	5.7	0.5	3.1	1.3	0.3	1.6	0.3	6.3	3.94	
メイクが非常に好きではない	(33)	60.6	12.1	30.3	36.4	21.2	12.1	9.1	18.2	36.4	9.1	30.3	3.0	9.1	12.1	0.0	6.1	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	9.1	3.43	
2008年_最も目指すイメージ_全体	(1276)	20.9	10.4	10.8	8.6	4.9	6.9	3.2	4.3	4.2	2.7	2.8	5.5	4.0	2.0	1.6	0.5	1.2	0.8	0.2	0.0	0.1	0.0	0.7	3.5		
2007年_目指すイメージ_全体	(1239)	49.0	39.8	40.1	33.7	39.4	37.0	28.9	25.3	23.4	23.6	26.8	17.2	18.4	14.4	9.0	9.5	10.9	4.4	5.5	4.6	3.2	1.7	1.4	3.1	4.82	
2007年_最も目指すイメージ_全体	(1239)	22.3	11.1	10.4	7.3	8.5	5.9	4.1	4.6	3.9	1.5	2.3	3.9	3.8	2.3	1.3	0.6	1.1	0.6	0.3	0.0	0.2	0.0	0.9	3.1		

(%) (個)  
 ※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ

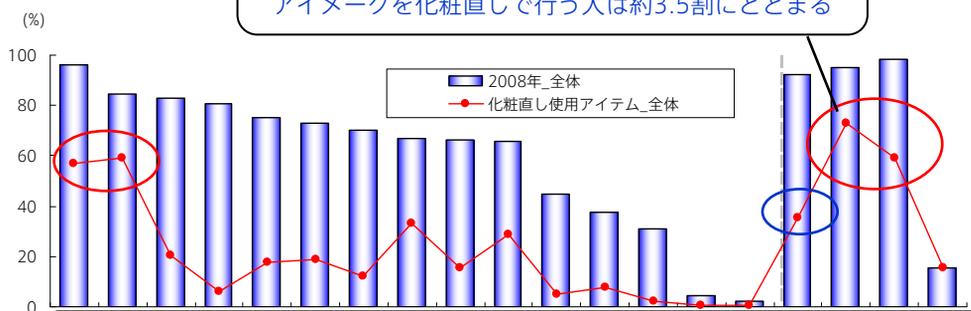
# ファンデーション、口紅、アイシャドー、アンダーメイクの使用者が多い 若年層では口紅ではなくリップグロスが主流

◆メイク現実行者の使用メイクアイテム（化粧直しを含む）をみると、使用率トップは「ファンデーション」（96%）。「口紅」「アイシャドー」「アンダーメイク」も8割以上が使用しており、多くの女性が使っているアイテム。

- 年代別：各年代ともにファンデーションは約9割以上の高い使用率。30代前半以下の若い年代は「マスカラ」「リップグロス」「アイライナー」の使用率が他年代より高い。一方、30代後半以上の年代の9.5割以上が「口紅」を使用している。
- メイク好意別：メイクが好きの人ほど多くの種類のメイクアイテムを使用しており、『メイクが非常に好きな人』の使用アイテム種数は平均10.8種類。

■使用メイクアイテム一覧（基数：メイク現実行者 1276人）※化粧直しを含む

化粧直しは「口紅」中心のリップメイクと「ファンデーション」中心のベースメイクが多い  
アイメイクを化粧直しで行う人は約3.5割にとどまる



		(N)	ファンデーション	口紅	アイシャドー	アンダーメイク(下地料)	アイブロー	チークカラー	マスカラ	リップグロス	アイライナー	フェイスパウダー(お粉)	コンシーラー	リップライナー	コントロールカラー	その他のベースメイク	その他のポイントメイク	アイメイク使用計	リップメイク使用計	ベースメイク使用計	化粧直しはしていない	平均反応個数(使用アイテム種数)
2008年_全体		(1276)	96.3	84.6	82.9	80.6	75.0	72.9	70.2	66.6	66.2	65.8	44.9	37.4	30.8	4.2	2.2	92.3	95.1	98.4	15.7	8.81
年代別	15~19歳	(117)	88.9	50.4	88.0	73.5	76.9	75.2	95.7	84.6	85.5	65.0	49.6	26.5	22.2	6.0	5.1	98.3	89.7	97.4	23.9	8.93
	20~24歳	(123)	93.5	61.0	91.9	82.9	78.0	79.7	93.5	78.9	77.2	70.7	48.0	27.6	30.1	4.1	2.4	97.6	88.6	97.6	21.1	9.20
	25~29歳	(135)	96.3	74.8	88.9	86.7	79.3	80.7	87.4	76.3	78.5	62.2	43.0	28.1	26.7	8.1	2.2	94.1	88.9	99.3	22.2	9.19
	30~34歳	(134)	99.3	79.9	91.8	85.1	82.1	80.6	80.6	77.6	72.4	58.2	46.3	36.6	23.1	4.5	2.2	93.3	91.8	100.0	16.4	9.20
	35~39歳	(123)	97.6	91.1	84.6	84.6	74.0	70.7	66.7	72.4	61.8	66.7	41.5	39.0	38.2	2.4	0.0	93.5	97.6	99.2	17.1	8.91
	40~44歳	(130)	98.5	96.2	77.7	83.1	71.5	66.9	65.4	68.5	59.2	63.1	50.0	43.8	40.0	1.5	0.8	89.2	98.5	99.2	5.4	8.86
	45~49歳	(131)	95.4	95.4	81.7	82.4	74.0	71.8	60.3	63.4	64.1	61.1	46.6	40.5	31.3	3.1	3.8	91.6	99.2	96.9	15.3	8.75
	50~54歳	(136)	97.8	97.8	79.4	77.2	72.1	69.9	55.1	49.3	55.9	67.6	41.9	46.3	35.3	1.5	2.2	90.4	99.3	98.5	13.2	8.49
	55~59歳	(127)	97.6	99.2	73.2	74.8	66.9	66.1	54.3	52.0	51.2	71.7	40.2	41.7	29.9	7.9	1.6	85.8	99.2	97.6	12.6	8.28
60~64歳	(120)	97.5	97.5	71.7	74.2	75.0	66.7	44.2	44.2	57.5	73.3	42.5	42.5	30.8	3.3	1.7	90.0	98.3	98.3	10.0	8.22	
メイク好意別	メイクが非常に好きな人	(214)	96.7	82.2	95.8	90.2	93.9	91.6	93.5	89.3	88.8	81.3	60.3	57.9	47.7	5.1	4.7	99.5	97.7	99.1	7.0	10.79
	メイクがやや好きな人	(646)	96.3	85.6	86.8	81.7	76.9	75.7	76.2	68.7	71.8	68.3	47.5	37.2	30.7	4.6	2.3	95.4	95.7	98.3	13.2	9.10
	メイクがあまり好きではない人	(383)	96.3	84.9	71.5	76.0	62.1	60.1	50.7	51.7	46.0	53.5	33.4	26.9	22.7	3.1	0.8	84.6	93.5	98.4	23.0	7.40
	メイクが非常に好きではない人	(33)	93.9	78.8	54.5	48.5	63.6	45.5	30.3	51.5	45.5	60.6	27.3	30.3	18.2	3.0	0.0	75.8	87.9	97.0	36.4	6.52
メイク好意別×環境別	メイクが好き メイクが必要な環境	(442)	96.8	85.5	90.3	86.9	83.9	81.7	82.6	78.1	78.7	75.3	55.0	44.1	39.4	2.9	2.0	96.8	96.4	99.5	9.5	9.83
	メイクが好き 行っても行わなくてもよい環境	(409)	95.8	83.9	87.8	80.4	78.2	77.8	77.8	69.2	72.6	67.7	46.2	40.1	30.1	6.8	3.9	95.8	95.8	97.3	13.7	9.18
メイク好意別×環境別	メイクが好き メイクが必要な環境	(163)	96.3	85.3	77.9	81.0	66.9	65.0	55.2	55.8	54.0	58.3	35.0	30.7	25.8	3.1	1.2	89.0	93.9	98.8	18.4	7.91
	メイクが好き 行っても行わなくてもよい環境	(245)	95.9	84.1	64.5	68.6	59.2	54.7	44.1	48.6	40.8	51.8	31.4	24.5	19.6	2.9	0.4	80.4	92.7	98.0	27.3	6.91
化粧直し使用アイテム_全体		(1276)	57.0	59.1	20.3	6.2	17.9	19.0	11.9	33.3	15.3	28.8	4.9	7.8	2.2	0.5	0.5	35.3	73.0	58.9	15.7	4.38
2007年_全体		(1239)	95.6	86.3	82.2	81.7	71.3	72.4	69.4	65.7	62.2	63.8	43.7	40.2	32.9	3.8	1.7	93.3	96.6	98.5	13.6	8.73

(%) (個)

※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)を網かけ

## まったく使わない人もいるが、アンダーメイクとアイブローは使う人では頻繁に使用するマストアイテム

- ◆ メイク現実行者のメイクアイテムの使用頻度（化粧直しを除く）をみると、「ファンデーション」を使っている人は96%、週5日以上使っている人も67%と多い。
- ◆ メイクアイテムを使用している人の状況をみると、「アンダーメイク」「アイブロー」「ファンデーション」では週5日以上の利用者が約7割と多い。「アンダーメイク」「アイブロー」は、使わない人が2割程度いるものの、使う人では高頻度で使用するアイテムとなっている。

■アイテム使用頻度※化粧直しを除く（基数：メイク現実行者 1276人）  
週5回以上（毎日+週に5~6回くらい）のスコアの多い順

(N)	毎日	週に5~6日くらい	週に3~4日くらい	週に1~2日くらい	月に1~3日くらい	半年に1~3日くらい	年に1日以下	使わない	週5回以上計	使用計	週の使用平均日数
ファンデーション ● (1276)	33.2			33.8		12.7	10.2	4.70	67.0	96.2	4.80
アンダーメイク（下地料） ● (1276)	30.6			27.3	8.5	8.5	3.40	19.5	57.9	80.5	4.09
アイブロー (1276)	28.3			25.7	8.5	6.5	3.40	25.0	54.0	75.1	3.81
口紅 (1276)	26.4			24.5	11.3	10.2	7.5	2.9	50.9	84.6	3.78
アイシャドー (1276)	20.9			25.2	12.1	10.6	9.2	3.6	46.1	82.8	3.48
チークカラー (1276)	19.3			22.2	9.5	9.9	7.5	3.1	41.5	72.9	3.09
フェイスパウダー（お粉） (1276)	17.6			19.5	8.7	9.4	6.5	2.0	37.1	65.2	2.78
アイライナー (1276)	16.8			19.2	9.9	7.8	6.0	4.7	36.0	66.0	2.73
マスカラ (1276)	15.5			19.8	8.7	10.7	8.4	5.0	35.3	70.2	2.68
リップグロス (1276)	12.5			15.6	9.8	11.2	10.4	4.1	28.1	66.5	2.29
コンシーラー ● (1276)	9.6	8.5	5.8	7.3	6.9	4.5	2.3	55.2	18.1	44.9	1.48
リップライナー (1276)	6.9	7.1	4.7	5.5	6.3	4.2	2.4	62.9	14.0	37.1	1.15
コントロールカラー ● (1276)	6.7	5.6	3.9	5.3	3.7	3.5	1.9	69.4	12.3	30.6	1.01

(%) (日)

■各アイテムを使用している人にベースを絞ったアイテム使用頻度※化粧直しを除く  
（基数：化粧直しを除いた各アイテム使用者）週5回以上（毎日+週に5~6回くらい）のスコアの多い順

(N)	毎日	週に5~6日くらい	週に3~4日くらい	週に1~2日くらい	月に1~3日くらい	半年に1~3日くらい	年に1日以下	週5回以上計	週の使用平均日数	
アンダーメイク（下地料） ● (1027)	38.1			33.9		10.6	10.5	3.8	72.0	5.08
アイブロー (957)	37.7			34.3		11.3	8.7	4.5	72.0	5.07
ファンデーション ● (1227)	34.5			35.1		13.2	10.6	4.9	69.6	4.99
口紅 (1079)	31.2			28.9		13.3	12.0	8.9	60.1	4.47
フェイスパウダー（お粉） (832)	26.9			29.9		13.3	14.4	10.0	56.9	4.26
チークカラー (929)	26.5			30.5		13.0	13.6	10.3	56.9	4.24
アイシャドー (1056)	25.3			30.5		14.6	12.8	11.1	55.8	4.20
アイライナー (843)	25.5			29.1		14.9	11.9	9.1	54.6	4.13
マスカラ (896)	22.1			28.2		12.4	15.2	11.9	50.3	3.82
リップグロス (848)	18.8			23.5		14.7	16.9	15.7	42.2	3.45
コントロールカラー ● (391)	21.7			18.4		12.8	17.4	12.0	40.2	3.31
コンシーラー ● (572)	21.3			18.9		12.9	16.3	15.4	40.2	3.31
リップライナー (473)	18.6			19.0		12.7	14.8	17.1	37.6	3.11

(%) (日)

※平均(1週間における日数)は、次のウエイト付けて算出  
「毎日」=7、「週に5~6回くらい」=5.5、「週に3~4回くらい」=3.5、「週に1~2回くらい」=1.5、「月に1~3回くらい」=0.47、「半年に1~3回くらい」=0.08、「年に1回以下」=0.019、「使わない」=0

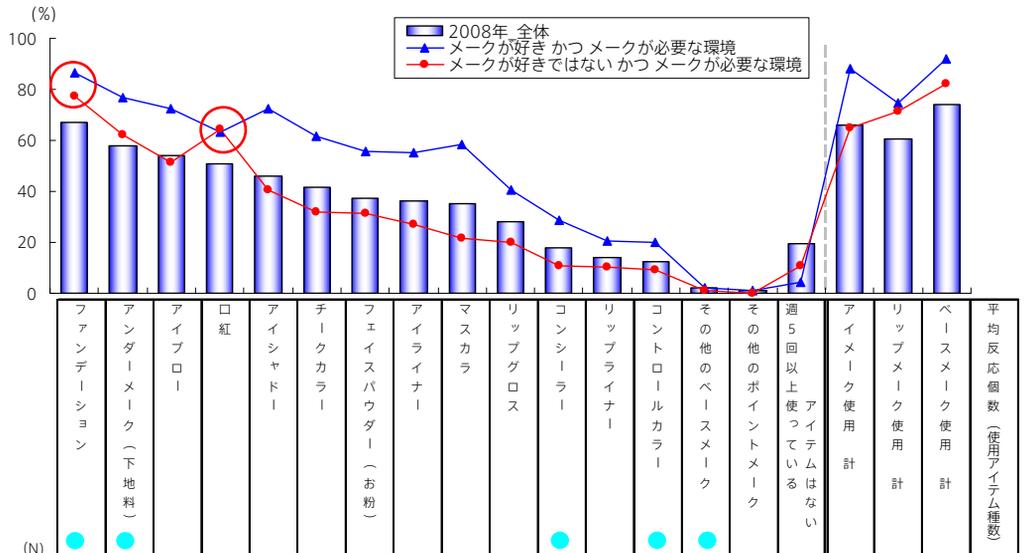
※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに (●印) を表示

## 頻繁（週5日以上）に使っているアイテムは、ファンデーション、アンダーメイク、アイブロー

◆メイク現実行者が頻繁（週5日以上）に使っているメイクアイテム（化粧直しを除く）をみると、使用率トップは「ファンデーション」（67%）、次いで「アンダーメイク（下地料）」58%、「アイブロー」54%。

- 年代別：20代以下の若年層では「マスカラ」を頻繁に使う人が全体より多く、20代前半以下では「アイライナー」も頻繁に使う人が多い。一方、40代以上では「口紅」を頻繁に使う人が多い。
- メイク好意・メイク環境別：メイクが好きかつメイクが必要な環境の人は、多くの種類のメイクアイテムを頻繁に使う人が多い。一方、メイクが好きではない人でメイクが必要な環境の人では、「ファンデーション」「口紅」を頻繁に使っている。「ファンデーション」「口紅」は、メイクが好き・好きではないという意識にかかわらず、メイクが必要な環境では頻繁に使われる基本アイテムとうかがえる。

■週5回以上使っているメイクアイテム一覧（基数：メイク現実行者 1276人）※化粧直しを除く



		(N)	ファンデーション	アンダーメイク(下地料)	アイブロー	口紅	アイシャドウ	チークカラー	フェイスパウダー(お粉)	アイライナー	マスカラ	リップグロス	コンシーラー	リップライナー	コントロールカラー	その他のベースメイク	その他のポイントメイク	週5回以上使っているアイテムはない	アイメイク使用計	リップメイク使用計	ベースメイク使用計	平均反応個数(使用アイテム種数)	
2008年_全体		(1276)	66.9	57.9	54.0	50.9	46.2	41.5	37.1	36.1	35.3	28.1	18.0	13.9	12.3	2.4	0.9	19.3	66.1	60.8	73.8	6.21	
年代別	15~19歳	(117)	56.4	53.0	52.1	17.1	53.0	47.9	37.6	52.1	59.0	25.6	20.5	8.5	11.1	3.4	0.9	20.5	75.2	35.9	70.1	6.27	
	20~24歳	(123)	72.4	62.6	61.0	25.2	55.3	49.6	45.5	52.0	60.2	35.8	24.4	7.3	12.2	3.3	0.0	14.6	78.0	42.3	78.9	6.64	
	25~29歳	(135)	66.7	60.0	66.7	31.1	56.3	51.9	41.5	43.7	50.4	38.5	19.3	13.3	11.1	5.2	1.5	17.0	76.3	49.6	73.3	6.71	
	30~34歳	(134)	68.7	59.0	59.7	44.0	47.8	44.0	29.9	35.8	38.8	33.6	16.4	4.5	8.2	1.5	1.5	23.9	66.4	58.2	73.1	6.48	
	35~39歳	(123)	64.2	61.0	51.2	55.3	42.3	35.0	33.3	24.4	30.9	34.1	16.3	16.3	16.3	2.4	0.0	19.5	60.2	65.9	74.8	6.00	
	40~44歳	(130)	70.0	58.5	47.7	60.0	40.8	33.8	29.2	28.5	21.5	23.1	16.9	12.3	16.9	0.8	0.0	22.3	60.8	66.2	74.6	5.92	
	45~49歳	(131)	71.8	61.1	58.8	71.0	51.9	40.5	37.4	41.2	34.4	29.8	23.7	14.5	14.5	3.1	2.3	18.3	69.5	74.8	75.6	6.80	
	50~54歳	(136)	73.5	61.8	50.7	69.1	47.1	40.4	41.2	27.9	20.6	27.9	15.4	20.6	14.0	0.0	1.5	14.7	63.2	76.5	77.9	6.00	
55~59歳	(127)	57.5	45.7	42.5	63.0	33.1	33.9	30.7	26.8	22.0	15.7	11.8	17.3	8.7	3.1	0.0	24.4	53.5	63.8	64.6	5.45		
60~64歳	(120)	66.7	55.8	48.3	70.0	33.3	37.5	40.9	29.2	17.5	15.0	15.8	25.0	10.0	1.7	0.8	17.5	58.3	72.5	75.0	5.72		
メイク好意別	メイクが非常に好きな人	(214)	85.0	80.4	83.2	55.6	80.8	73.4	65.9	69.2	74.8	56.1	38.3	28.5	27.6	4.2	2.3	7.9	89.7	74.8	90.2	8.96	
	メイクがやや好きな人	(646)	69.3	60.8	56.0	53.3	50.5	43.7	37.8	39.0	37.2	26.8	17.2	13.2	12.1	2.5	0.9	15.9	72.1	61.8	77.4	6.19	
	メイクがあまり好きではない人	(383)	55.1	43.1	36.0	45.2	22.5	22.7	21.7	14.6	12.8	15.9	9.4	7.8	5.2	1.6	0.0	29.5	44.9	53.3	61.1	4.45	
	メイクが非常に好きではない人	(33)	39.4	27.3	33.3	39.4	12.1	9.1	15.2	12.1	6.1	12.1	3.0	6.1	0.0	0.0	0.0	39.4	42.4	39.4	45.5	3.55	
メイク環境別	メイクが好き	メイクが必要な環境	(442)	86.7	76.9	72.4	63.3	72.2	61.8	55.7	55.2	58.4	40.7	28.7	20.8	20.1	2.0	0.9	4.5	88.0	74.4	92.1	7.50
		行っても行わなくてもよい環境	(409)	59.4	54.0	52.6	44.3	42.8	39.9	33.0	36.7	33.5	26.9	15.6	12.5	11.2	3.9	1.7	23.7	64.3	55.3	68.9	6.13
	メイクが好きではない	メイクが必要な環境	(163)	77.3	62.0	51.5	64.4	40.5	31.9	31.3	27.0	21.5	20.2	11.0	10.4	9.2	1.2	0.0	11.0	65.0	71.2	82.2	5.17
		行っても行わなくてもよい環境	(245)	38.8	28.6	26.1	32.2	9.4	15.1	15.1	6.1	6.5	13.1	7.3	5.7	2.0	1.6	0.0	42.9	31.8	40.4	45.3	3.64

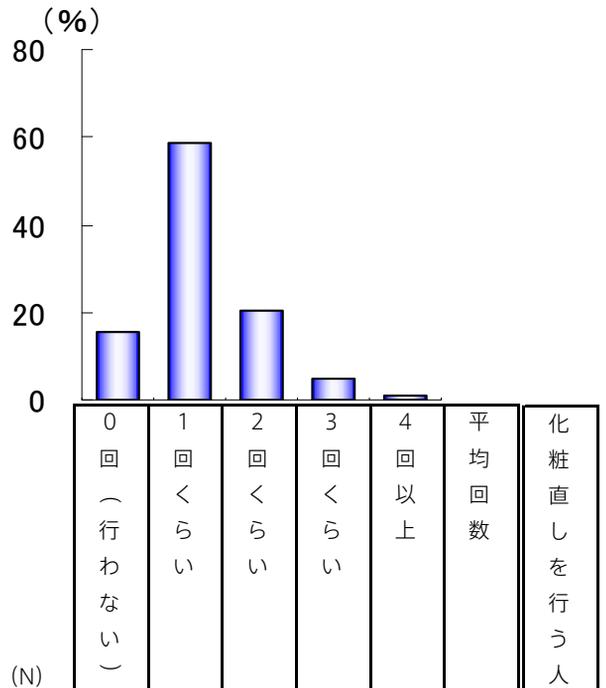
(%) (個)

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ  
 ※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

**メイクを行う女性の84%が化粧直しを行い、平均は1日約1回  
年齢を重ねた年代は、若い年代より化粧直しを行う人がやや多い**

- ◆メイク現実行者において、化粧直しを行う人は84%、1回くらい行う人が60%。  
20代以下の若年層では化粧直しを行う人がやや少ない。
- メイク好意別：メイクが好きな人ほど化粧直しを行う人が多く、化粧直しの回数も多くなっている。

■1日における化粧直し頻度（基数：メイク現実行者 1276人）



		(N)	0回（行わない）	1回くらい	2回くらい	3回くらい	4回以上	平均回数	化粧直しを行う人 (%)
全体		(1276)	15.7	58.5	20.2	4.7	0.9	1.17	84.3
年代別	15～19歳	(117)	23.9	51.3	17.9	5.1	1.7	1.13	76.0
	20～24歳	(123)	21.1	54.5	20.3	3.3	0.8	1.08	78.9
	25～29歳	(135)	22.2	48.9	21.5	5.9	1.5	1.16	77.8
	30～34歳	(134)	16.4	59.7	20.9	2.2	0.7	1.12	83.5
	35～39歳	(123)	17.1	52.8	22.0	7.3	0.8	1.22	82.9
	40～44歳	(130)	5.4	66.2	21.5	5.4	1.5	1.32	94.6
	45～49歳	(131)	15.3	61.1	19.8	3.8	0.0	1.12	84.7
	50～54歳	(136)	13.2	59.6	23.5	2.9	0.7	1.18	86.7
	55～59歳	(127)	12.6	63.8	15.7	6.3	1.6	1.21	87.4
	60～64歳	(120)	10.0	66.7	18.3	5.0	0.0	1.18	90.0
メイク好意別	非常に好きな人	(214)	7.0	50.0	27.1	13.1	2.8	1.57	93.0
	やや好きな人	(646)	13.2	61.1	21.5	3.7	0.5	1.17	86.8
	あまり好きではない人	(383)	23.0	58.7	15.4	2.1	0.8	0.99	77.0
	非常に好きではない人	(33)	36.4	57.6	6.1	0.0	0.0	0.70	63.7

(%) (回) (%)

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

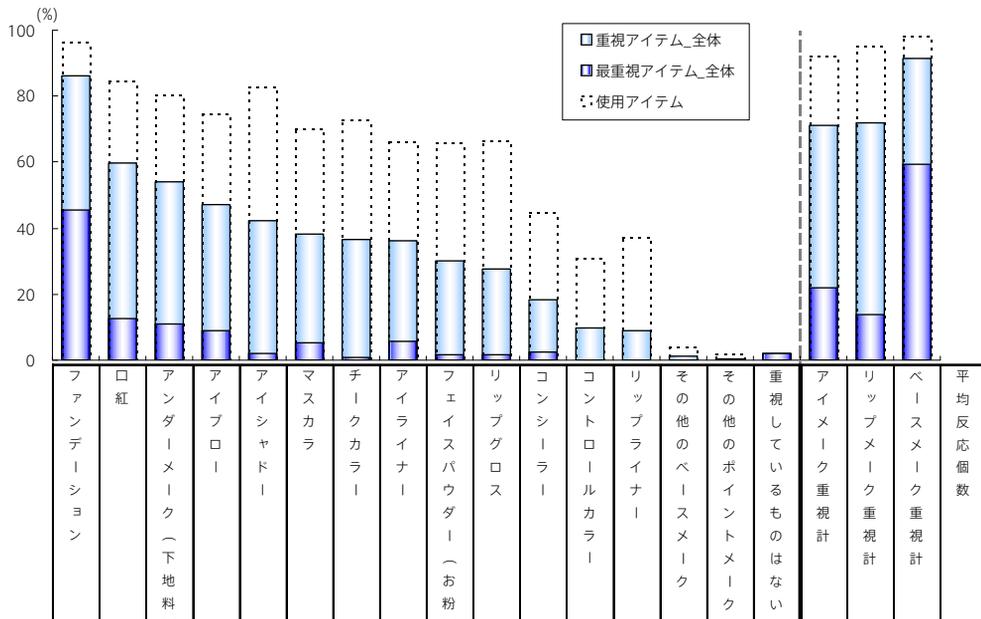


# 9 重視しているメイクアイテム

## ファンデーションは幅広い年代で重視されている 若い人はマスカラ・アイライナー重視。年齢を重ねた年代は口紅重視

- ◆ 重視している使用メイクアイテムをみると、「ファンデーション」が86%でトップ。次いで「口紅」60%、「アンダーメイク」54%、「アイブロー」47%が続く
- ・年代別：各年代の7割以上が「ファンデーション」を重視。20代以下の若年層では「マスカラ」「アイライナー」を重視している人が全体より多く、アイメイクを特に重視している。40代以上では「口紅」を重視する人が多い。

■ 現使用メイクアップ化粧品重視アイテム/最重視アイテム※化粧直しを含む (基数：メイク現実行者 1276人)



重視アイテム

		(N)	ファンデーション	口紅	アンダーメイク(下地料)	アイブロー	アイシャドウ	マスカラ	チークカラー	アイライナー	フェイスペウダー(お粉)	リップグロス	コンシラー	コントロールカラー	リップライナー	その他のベースメイク	その他のポイントメイク	重視しているものはない	アイメイク重視計	リップメイク重視計	ベースメイク重視計	平均反応個数
重視アイテム_全体		(1276)	86.1	59.7	54.2	47.1	42.1	38.4	36.4	36.1	30.0	27.6	18.2	9.6	8.9	1.1	0.5	2.1	71.3	71.9	91.5	5.06
年代別	15~19歳	(117)	71.8	20.5	43.6	42.7	51.3	64.1	35.9	58.1	27.4	33.3	23.1	4.3	6.0	0.0	0.9	2.6	88.9	46.2	84.6	4.96
	20~24歳	(123)	84.6	22.0	58.5	46.3	48.8	59.3	34.1	51.2	31.7	37.4	18.7	10.6	3.3	1.6	0.8	0.8	78.9	48.0	92.7	5.13
	25~29歳	(135)	85.9	36.3	61.5	54.8	51.1	56.3	52.6	43.7	28.1	37.0	17.8	8.9	5.2	3.7	0.0	1.5	80.0	58.5	92.6	5.51
	30~34歳	(134)	91.8	51.5	59.7	59.0	43.3	44.0	41.0	38.8	28.4	36.6	18.7	7.5	6.7	0.7	0.0	0.7	76.1	69.4	96.3	5.32
	35~39歳	(123)	84.6	65.9	61.0	43.1	31.7	30.9	27.6	23.6	27.6	28.5	14.6	10.6	8.1	1.6	0.0	2.4	65.9	76.4	91.9	4.71
	40~44歳	(130)	85.4	70.8	59.2	36.2	36.2	26.9	26.9	27.7	20.8	23.1	19.2	12.3	8.5	0.0	0.0	4.6	62.3	75.4	90.0	4.75
	45~49歳	(131)	87.8	80.2	43.5	49.6	41.2	29.8	34.4	31.3	27.5	26.7	23.7	11.5	9.9	0.8	0.0	3.1	67.9	85.5	90.8	5.13
	50~54歳	(136)	92.6	75.7	46.3	44.9	42.6	22.8	36.0	27.9	31.6	21.3	16.2	9.6	11.0	0.0	0.7	0.0	67.6	81.6	94.9	4.79
	55~59歳	(127)	87.4	82.7	49.6	40.9	35.4	28.3	35.4	26.0	37.0	15.7	12.6	11.0	11.8	0.8	1.6	4.7	59.8	85.0	89.0	5.00
60~64歳	(120)	86.7	89.2	58.3	52.5	39.2	23.3	38.3	34.2	40.8	15.8	17.5	9.2	18.3	1.7	0.8	0.8	66.7	90.8	90.8	5.30	
×重視ク度	重視者	(582)	90.0	57.2	61.9	56.2	56.5	56.4	47.1	50.7	39.7	38.1	24.6	13.7	12.9	1.4	0.7	0.2	83.3	73.2	95.4	6.08
	やや重視者	(461)	86.6	63.1	52.7	45.8	34.7	28.0	33.8	28.4	24.9	22.3	14.1	7.4	7.2	1.1	0.4	2.0	68.3	72.9	91.8	4.60
	非重視者	(233)	75.1	59.2	37.8	27.0	20.6	14.2	14.6	14.6	15.9	11.6	10.3	3.4	2.1	0.4	0.0	7.3	47.2	66.5	81.1	3.31
×好意ク別	メイクが好きの人	(860)	87.2	59.1	57.8	54.2	51.2	49.0	43.4	45.8	34.8	33.4	21.0	12.1	11.4	1.4	0.7	0.6	80.6	73.4	93.3	5.66
	メイクが好きではない人	(416)	83.7	61.1	46.6	32.5	23.3	16.6	21.9	15.9	20.2	15.6	12.3	4.3	3.6	0.5	0.0	5.3	52.2	68.8	87.7	3.78
最重視アイテム_全体		(1276)	45.7	12.4	10.9	9.1	2.0	5.3	0.9	5.8	1.8	1.5	2.3	0.2	0.0	0.2	0.1	2.1	22.1	13.9	59.2	
使用アイテム※化粧直し含む		(1276)	96.3	84.6	80.6	75.0	82.9	70.2	72.9	66.2	65.8	66.6	44.9	30.8	37.4	4.2	2.2		92.3	95.1	98.4	8.81

(%) (個)

※ 「重視アイテム」の表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け

※ 本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●)印を表示

# 1ヶ月のメイクアップ化粧品へかける平均金額は2250円 メイクを行う女性の約6割が2000円未満の投資状況

◆メイク現実行者の1ヶ月のメイクアップ化粧品投資金額の中央値は2250円（2007年調査と同じ水準）。

- 年代別：50代以上では投資金額の中央値が2750円とやや高額。

■メイクアップ化粧品1ヶ月投資平均金額（基数：メイク現実行者 1276人）

(N)	投資金額区分												中央値			
	VH (7500円以上) 9.4%			H (3000~7500円未満) 22.2%			M (1500~3000円未満) 29.9%			L (1500円未満) 33.3%						
	15000以上	10000~15000円未満	7500~10000円未満	5000~7500円未満	4000~5000円未満	3000~4000円未満	2500~3000円未満	2000~2500円未満	1500~2000円未満	1000~1500円未満	500~1000円未満	500円未満	わからない	自分では購入していない		
2008年_全体 (1276)	2.6	2.9	3.9	5.9	7.6	8.7	9.6	9.2	11.1	12.9	13.3	7.1	4.6	0.0	2250	
年代別	15~19歳 (117)	0.0	5.1	6.0	5.1	9.4	2.6	6.0	9.4	22.2	17.9	8.5	6.8	0.0	1250	
	20~24歳 (123)	0.0	4.8	3.3	6.5	7.3	8.1	11.4	14.6	16.3	18.7	7.3	4.8	0.0	1750	
	25~29歳 (135)	0.0	3.7	3.7	4.4	5.2	8.9	5.9	14.1	7.4	14.1	17.8	7.4	5.2	0.0	2000
	30~34歳 (134)	0.0	4.4	5.2	6.0	4.5	6.7	13.4	4.5	11.2	16.4	8.2	12.7	6.7	0.0	1750
	35~39歳 (123)	0.0	4.0	2.4	5.7	8.1	7.3	11.4	13.0	12.2	12.2	11.4	7.3	4.9	0.0	2250
	40~44歳 (130)	0.0	2.4	3.1	6.2	6.9	6.2	6.9	9.2	12.3	9.2	14.6	13.8	6.2	3.0	2250
	45~49歳 (131)	0.0	3.8	5.3	2.3	3.8	9.9	9.2	10.7	9.9	13.0	11.5	10.7	8.4	3.8	2250
	50~54歳 (136)	0.0	4.4	3.7	2.9	8.8	13.2	11.0	12.5	8.8	9.6	5.1	8.1	6.6	5.1	2750
	55~59歳 (127)	0.0	2.4	2.4	6.3	8.7	11.0	9.4	8.7	8.7	13.4	5.5	14.2	3.9	3.9	2750
60~64歳 (120)	0.0	3.3	5.0	9.2	5.0	5.8	10.8	12.5	2.5	11.7	11.7	13.3	2.5	5.8	2750	
2007年_全体 (1239)	2.1	4.4	3.7	7.8	8.3	8.0	10.3	7.7	11.3	13.4	11.6	4.6	6.8	0.0	2250	

(%) (円)

◆1ヶ月のメイクアップ化粧品投資金額への充足感をみると、「ちょうどよい金額」が66%でボリュームゾーン。「かけすぎている計」が1割、「不十分計」は2割強。

- 投資金額が高い人ほど「お金をかけすぎている」、低い人ほど「不十分」と感じている。

■メイクアップ化粧品1ヶ月投資平均金額への充足感（基数：メイク現実行者かつ自己購入者で、投資金額が「わからない」人以外 1208人）

(N)	かけすぎている計					不十分計			かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計
	とてもお金をかけすぎている	ややお金をかけすぎている	ちょうどよい金額	やや不十分な金額	とても不十分な金額						
2008年_全体 (1208)	0.6	0.2	65.6			19.8	3.8	10.8	65.6	23.6	
1ヶ月投資金額	7,500円以上 (119)	3.4	31.9	57.1			7.6	0.0	35.3	57.1	7.6
	3,000円~7,500円未満 (283)	0.4	18.7	67.1			13.1	0.7	19.1	67.1	13.8
	1,500円~3,000円未満 (381)	0.8	0.0	69.8			21.5	3.1	5.5	69.8	24.7
	1,500円未満 (425)	0.6	0.0	63.3			26.1	7.5	3.1	63.3	33.6
2007年_全体 (1155)	0.8	10.9	66.3			19.7	2.3	11.7	66.3	22.0	

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色（■）、10%以上低いスコアに灰色（■）で網かけ

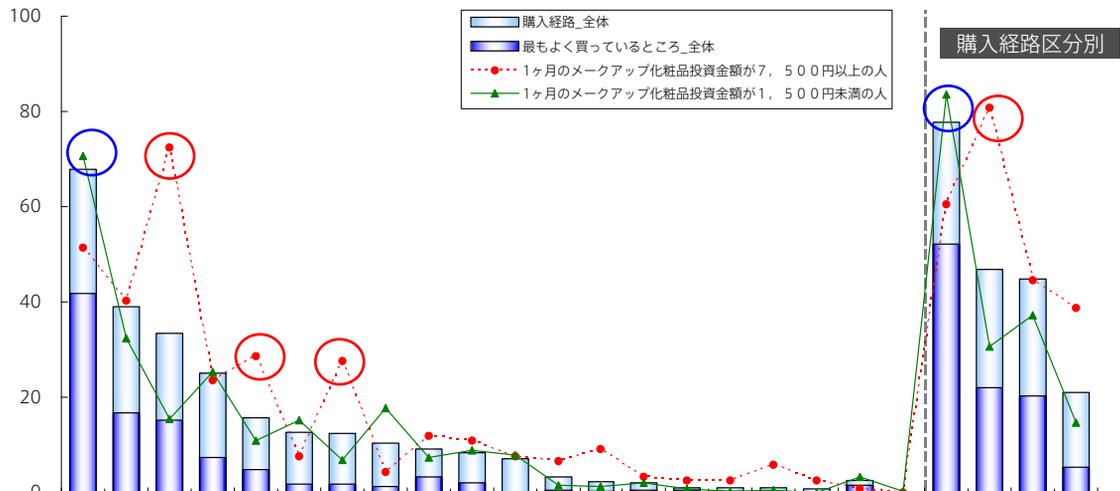
## メイクアップ化粧品の購入経路トップはドラッグストアだが、化粧品の投資金額が高い人は百貨店などの対面式店販での購入が多い

◆メイクアップ化粧品購入経路（よく買っているところ）をみると、「ドラッグストア」68%がトップ。以下「ネットでの通信販売」39%「デパート・百貨店の化粧品カウンター」33%と続く。

- 年代別：20代前半以下の若年層では「ドラッグストア」でメイクアップ化粧品を買う人が8割。
- メイクアップ化粧品重視度：メイクアップ化粧品を重視している人ほど「対面店販」での購入が多い。
- メイクアップ化粧品1ヶ月投資金額：投資金額が高い人ほど百貨店のカウンターなどの「対面店販」での購入が多く、投資金額が低い人ほどドラッグストアなどの「セルフ店販」での購入が多い。

※注：本調査はインターネット調査のため、対象者は「インターネットサイトの閲覧」が可能であることが前提

■メイクアップ化粧品全般の購入経路 ※メイクアップ化粧品をよく買っているところ (基数：メイク現実行者かつ自己購入者1267人)



		(N)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	百貨店・デパートの化粧品カウンター	大型スーパーの化粧品コーナー	化粧品専門店	ディスカウントストア	海外・免税店	100円ショップ	カタログでの通信販売	薬局	コンビニエンスストア	オークション	エステサロン	友人・知人から	訪問販売	テレビでの通信販売	美容クリニック	雑誌・新聞での通信販売	その他	わからない	セルフ店販計	対面店販計	通販計	その他計	平均応答個数
購入経路_全体		(1267)	67.9	38.9	33.4	25.1	15.8	12.6	12.5	10.5	9.0	8.4	7.0	3.4	2.3	2.1	0.9	0.9	0.9	0.8	2.6	0.1	77.7	46.9	44.7	21.1	2.55
年代別	15~19歳	(117)	81.2	23.9	26.5	26.5	17.9	21.4	6.0	21.4	2.6	23.1	12.8	1.7	2.6	0.9	0.0	0.9	0.0	0.9	1.7	0.0	91.5	48.7	25.6	12.0	2.72
	20~24歳	(121)	81.8	33.9	37.2	20.7	19.0	21.5	11.6	11.6	9.1	16.5	12.4	5.8	2.5	3.3	0.8	0.8	1.7	0.8	0.0	0.0	91.7	56.2	37.2	19.0	2.91
	25~29歳	(133)	77.4	30.1	45.1	22.6	12.8	16.5	14.3	8.3	5.3	9.0	9.0	4.5	0.8	2.3	0.8	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	83.5	57.1	33.8	22.6	2.61
	30~34歳	(132)	72.0	37.9	37.9	18.9	14.4	18.9	8.3	11.4	3.8	4.5	9.1	5.3	2.3	4.5	0.0	0.0	0.0	0.8	3.0	0.0	78.8	48.5	40.9	21.2	2.53
	35~39歳	(123)	61.8	59.3	30.9	18.7	16.3	11.4	13.0	13.0	4.9	4.9	8.1	2.4	0.8	0.8	0.8	0.0	1.6	0.8	0.0	0.0	71.5	43.1	62.6	17.9	2.50
	40~44歳	(130)	51.5	40.0	30.0	27.7	15.4	6.9	13.8	10.0	12.3	6.2	3.1	3.8	3.1	0.8	0.8	0.0	1.5	0.8	3.1	0.8	66.9	43.8	48.5	20.8	2.33
	45~49歳	(131)	64.9	42.7	27.5	29.8	13.0	11.5	14.5	9.2	9.2	4.6	5.3	1.5	0.0	1.5	0.8	0.8	0.0	0.0	3.1	0.0	71.8	38.2	48.9	19.8	2.40
	50~54歳	(136)	69.9	44.9	29.4	29.4	19.1	5.9	11.0	8.1	11.0	5.1	3.7	0.7	1.5	2.2	0.0	1.5	0.7	0.7	3.7	0.0	80.9	44.9	51.5	19.1	2.49
55~59歳	(125)	68.0	36.0	33.6	28.0	12.8	7.2	19.2	6.4	15.2	5.6	4.8	2.4	4.8	2.4	1.6	0.8	2.4	1.6	5.6	0.0	76.8	41.6	46.4	31.2	2.58	
60~64歳	(119)	50.4	39.5	35.3	28.6	17.6	5.9	12.6	6.7	16.8	6.7	2.5	5.9	5.0	2.5	4.2	4.2	1.7	1.7	3.4	0.0	64.7	47.1	50.4	26.9	2.51	
重視度	重視者	(580)	70.2	40.7	46.6	24.7	19.5	16.7	15.3	9.8	9.7	10.3	8.3	4.7	2.4	2.2	0.9	1.2	1.6	0.7	2.1	0.0	78.3	59.7	46.2	23.8	2.87
	やや重視者	(456)	67.8	39.0	25.2	23.7	16.4	9.2	11.0	10.5	9.9	6.6	6.1	2.9	2.2	1.8	0.9	0.9	0.2	0.9	2.6	0.0	77.0	41.2	45.8	19.1	2.38
	非重視者	(231)	62.3	34.2	16.5	29.0	5.2	9.1	8.2	12.1	5.6	7.4	5.6	1.3	2.2	2.6	1.3	0.0	0.9	0.9	3.9	0.4	77.9	26.0	38.5	18.2	2.09
好意別	メイクが好き	(854)	71.1	39.9	39.7	25.2	18.0	13.8	13.9	11.0	10.3	9.4	7.5	3.3	2.5	2.1	0.7	0.8	1.1	0.7	2.1	0.1	80.2	53.6	46.4	21.3	2.73
	メイクが好きではない	(413)	61.3	36.8	20.3	24.9	11.1	10.2	9.4	9.4	6.3	6.5	6.1	3.6	1.9	2.2	1.5	1.0	0.7	1.0	3.6	0.0	72.6	32.9	41.2	20.6	2.18
1ヶ月投資金額	7,500円以上	(119)	51.3	40.3	72.3	23.5	28.6	7.6	27.7	4.2	11.8	10.9	7.6	6.7	9.2	3.4	2.5	2.5	5.9	2.5	0.8	0.0	60.5	80.7	44.5	38.7	3.19
	3,000円~7,500円未満	(283)	66.4	45.6	47.7	26.5	19.8	9.5	13.4	5.7	9.5	6.7	6.4	4.9	3.2	2.1	0.7	1.1	0.0	0.7	3.5	0.0	74.6	59.0	51.9	23.7	2.73
	1,500円~3,000円未満	(381)	72.2	40.2	31.0	26.2	14.2	14.2	13.6	8.7	9.2	8.4	6.8	3.7	1.0	1.8	0.5	0.8	0.3	1.3	1.8	0.0	81.1	45.4	46.5	21.0	2.56
	1,500円未満	(425)	70.6	32.5	15.5	25.4	10.8	15.1	6.8	17.6	7.3	8.9	7.8	1.4	1.2	2.1	0.7	0.2	0.5	0.0	3.3	0.2	83.5	30.6	37.2	14.6	2.28
最もよく買っているところ_全体		(1267)	41.8	16.7	15.2	7.3	4.9	1.7	1.8	1.3	3.3	2.0	0.1	0.6	0.3	0.4	0.6	0.2	0.1	0.1	1.5	0.1	52.2	22.0	20.3	5.4	

※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ

※注：本調査はインターネット調査のため、対象者はインターネット環境に接触できることが前提

※本調査での購入経路区分

「対面店販計」：デパート・百貨店の化粧品カウンター 化粧品専門店 薬局

「セルフ店販計」：大型スーパーの化粧品コーナー ディスカウントストア ドラッグストア コンビニエンスストア 100円ショップ

「通販計」：インターネットでの通信販売 テレビでの通信販売 雑誌・新聞での通信販売 カatalogでの通信販売

「その他計」：訪問販売 エステ 美容クリニック 海外・免税店 インターネットオークション 友人・知人から その他

現在行っているメイクへは9割が満足

◆ 現在行っているメイクトータルへの満足度をみると、「とても満足している」または「満足している」人はメイク現実行者の43%。「やや満足している」人を含めると満足者は93%に達する。満足していない人は僅少。

- メイクアップ化粧品投資金額への充足感：自分の1ヶ月のメイクアップ化粧品投資金額が『かけすぎ』および『ちょうどよい』と感じている人では、メイクに対して「とても満足+満足している」割合が約半数。投資金額が『不十分』と感じている人では満足している割合が少ない。

■メイクトータル満足度 (基数：メイク現実行者 1276人)

		(N)	とても満足している	満足している	やや満足している	ほとんど満足していない	満足していない	とても満足している+満足している	ほとんど満足していない+満足していない
2008年_全体		(1276)	5.8	36.9	50.5	6.1	6.1	42.7	6.8
年代別	15~19歳	(117)	3.4	35.0	53.8	6.0	6.0	38.5	7.7
	20~24歳	(123)	7.3	41.5	43.9	7.3	50.0	48.8	7.3
	25~29歳	(135)	7.4	43.0	41.5	5.9	50.4	8.1	
	30~34歳	(134)	6.7	34.3	50.0	9.0	41.0	9.0	
	35~39歳	(123)	4.9	35.0	49.6	8.9	39.8	10.6	
	40~44歳	(130)	6.9	31.5	52.3	7.7	38.5	9.2	
	45~49歳	(131)	6.1	33.6	51.9	8.4	39.7	8.4	
	50~54歳	(136)	3.7	36.8	56.6	2.9	40.4	2.9	
	55~59歳	(127)	5.5	39.4	52.8	2.3	44.9	2.4	
60~64歳	(120)	5.8	39.2	52.5	2.5	45.0	2.5		
投資金額への充足感	かけすぎ計	(130)	6.2	42.3	43.8	6.9	48.5	7.7	
	ちょうどよい	(793)	6.7	41.4	47.4	4.5	48.0	4.5	
	不十分計	(285)	1.4	23.9	61.1	11.6	25.3	13.7	
2007年_全体		(1239)	4.8	36.7	48.7	9.4	41.5	9.8	

(%) ※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け

◆ ベースメイク、ポイントメイクへの満足度をみると、「とても満足している」または「満足している」人は約5割。

■ベースメイク満足度 (基数：ベースメイク現実行者 1256人)

ベースメイク満足度		(N)	とても満足している	満足している	やや満足している	ほとんど満足していない	満足していない	とても満足している+満足している	ほとんど満足していない+満足していない
2008年ベースメイク現実行者_全体		(1256)	11.5	42.8	39.6	5.0	5.0	54.4	6.1
2007年ベースメイク現実行者_全体		(1220)	13.6	42.3	38.2	5.2	5.2	55.9	5.9

(%)

■ポイントメイク満足度 (基数：ポイントメイク現実行者 1267人)

ポイントメイク満足度		(N)	とても満足している	満足している	やや満足している	ほとんど満足していない	満足していない	とても満足している+満足している	ほとんど満足していない+満足していない
2008年ポイントメイク現実行者_全体		(1267)	9.4	42.1	43.4	4.2	4.2	51.5	5.1
2007年ポイントメイク現実行者_全体		(1237)	9.2	42.6	42.1	5.3	5.3	51.8	6.1

(%)

## III 調査結果

i. メークへの意識と行動

ii. メークの価値と満足

# 本調査で扱った 機能価値・情緒イメージ・情緒価値について

本調査では、メイクがもつ価値として

【機能価値】 【情緒イメージ】 【情緒価値】 を定義し、  
女性が抱く、価値への期待・魅力と、化粧品・化粧行為から得られた実感を  
「ベースメイクトータル」「ポイントメイクトータル」別に把握した

## 【機能価値】

化粧品そのものの属性・事象によって判断される価値  
例：配合成分が良い、安全性、使用方法が簡単など

## 【情緒イメージ】

化粧品に対して抱かれる、調査対象者の主観的イメージ  
例：自分にふさわしい、飽きがこないなど

## 【情緒価値】

化粧品を使い化粧をすることで得られる気持ち・気分の変化  
例：自信がもてる、リフレッシュする、明るい気持ちになるなど

期待  
魅力

実感

### ベースメイクトータル

(ファンデーションや化粧下地などのベースメイク全般)

### ポイントメイクトータル

(リップ・アイメイクやチークなどのポイントメイク全般)

女性  
(調査対象者)

# 1 機能価値・情緒イメージ・情緒価値への期待・魅力と実感

ii. メークの価値と満足

## 【機能価値】

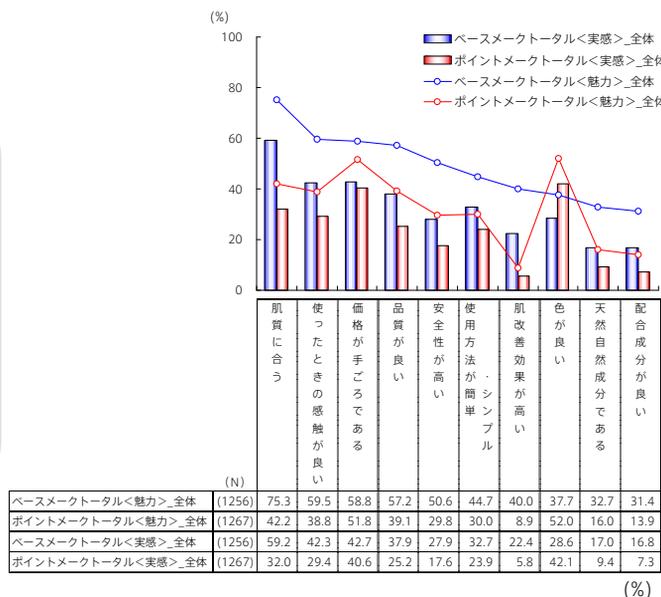
化粧品そのものの属性・事象によって判断される価値

ベースメイクでは「肌質に合う」「使ったときの感触が良い」「価格が手ごろ」「品質が良い」に高い魅力。  
ポイントメイクでは「色が良い」「価格が手ごろ」に高い魅力。

ベースメイク実感トップは「肌質に合う」、ポイントメイク実感トップは「色が良い」。

ほぼ全項目において、魅力値にくらべ実感値が低い。特に、ベースメイクでは、魅力・実感値の乖離が大きい。

■ベースメイクとポイントメイクの機能価値<魅力><実感>  
(各基数：ベースメイク現実行者 1256人、ポイントメイク現実行者1267人)  
※上位項目抜粋



## 【情緒イメージ】

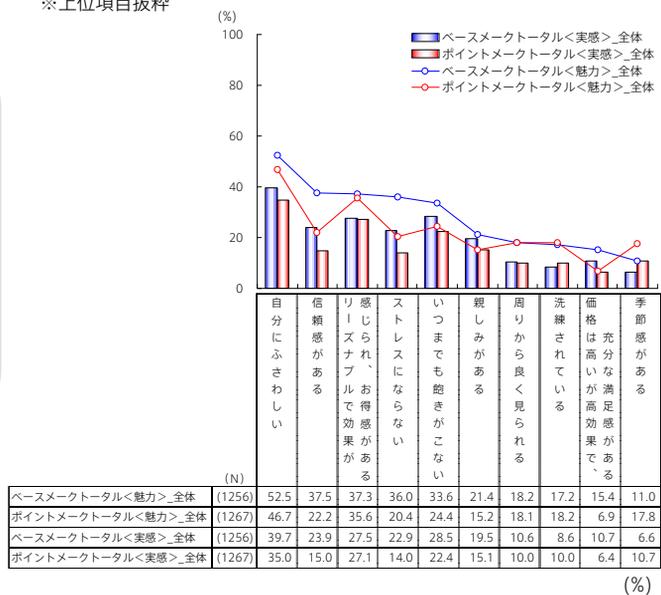
化粧品に対して抱かれる主観的なイメージ

ベースメイクでは「自分にふさわしい」「信頼感がある」「お得感がある」「ストレスにならない」「いつまでも飽きがこない」の魅力が高い。  
ポイントメイクでは「自分にふさわしい」「お得感がある」に高い魅力。

ベースメイク、ポイントメイクともに「自分にふさわしい」が実感トップ。

全項目において、魅力値にくらべて実感値が低い。

■ベースメイクとポイントメイクの情緒イメージ<魅力><実感>  
(各基数：ベースメイク現実行者 1256人、ポイントメイク現実行者1267人)  
※上位項目抜粋



## 【情緒価値】

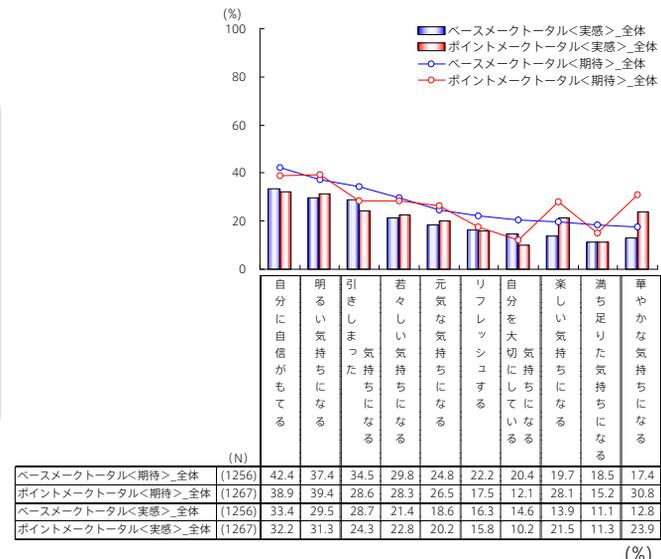
化粧品を使い化粧をすることで得られる気持ち・気分の変化

ベースメイクをすることで「自分に自信がもてる」「明るい気持ちになる」「引きしまった気持ちになる」ことに特に期待している。  
ポイントメイクでは「明るい気持ちになる」「自分に自信がもてる」「華やかな気持ちになる」ことに期待。

ベースメイク、ポイントメイクともに「自分に自信がもてる」「明るい気持ちになる」が実感上位。

全項目において、期待値にくらべて実感値が低い。

■ベースメイクとポイントメイクの情緒価値<期待><実感>  
(各基数：ベースメイク現実行者 1256人、ポイントメイク現実行者1267人)  
※上位項目抜粋



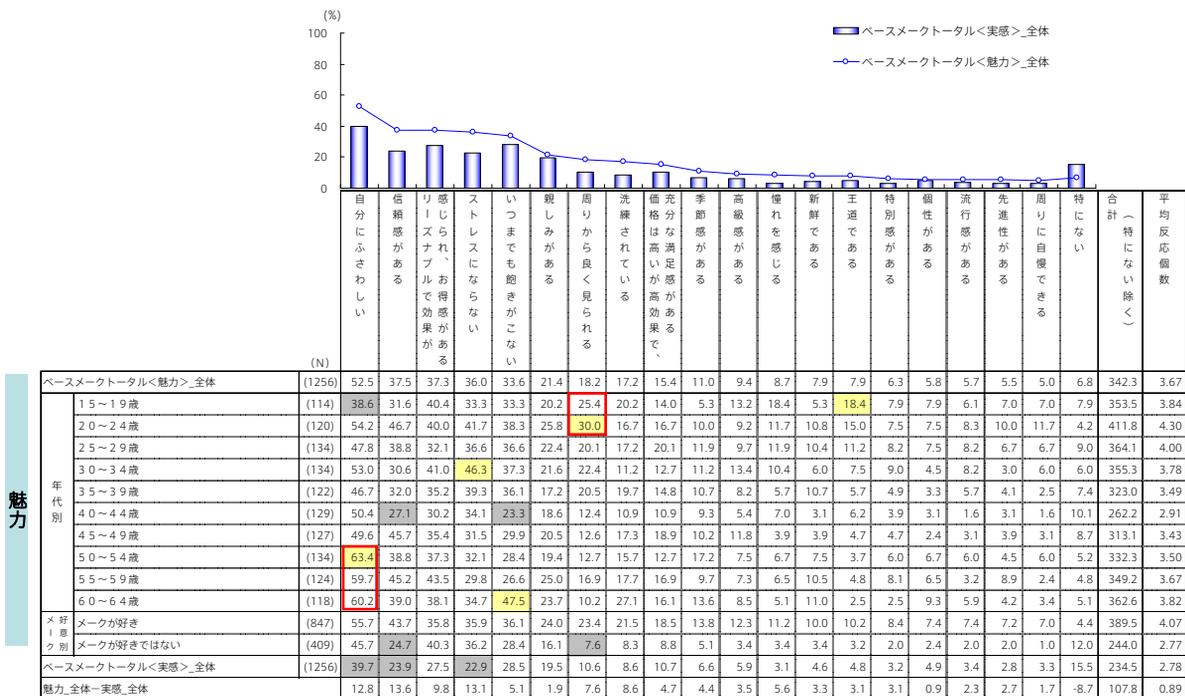


## ベースメイク、ポイントメイクともに「自分にふさわしい」イメージが魅力 特に、50代以上の女性の多くに魅力を感じられている

### ベースメイク 情緒イメージへの魅力

- ・年代別：20代前半以下の若年層では「周りから良く見られる」に魅力を感じる人が他年代より多い。一方、50代以上の約6割が「自分にふさわしい」イメージに魅力を感じている。

■ベースメイク情緒イメージ<魅力><実感> (基数：ベースメイク現実行者 1256人)

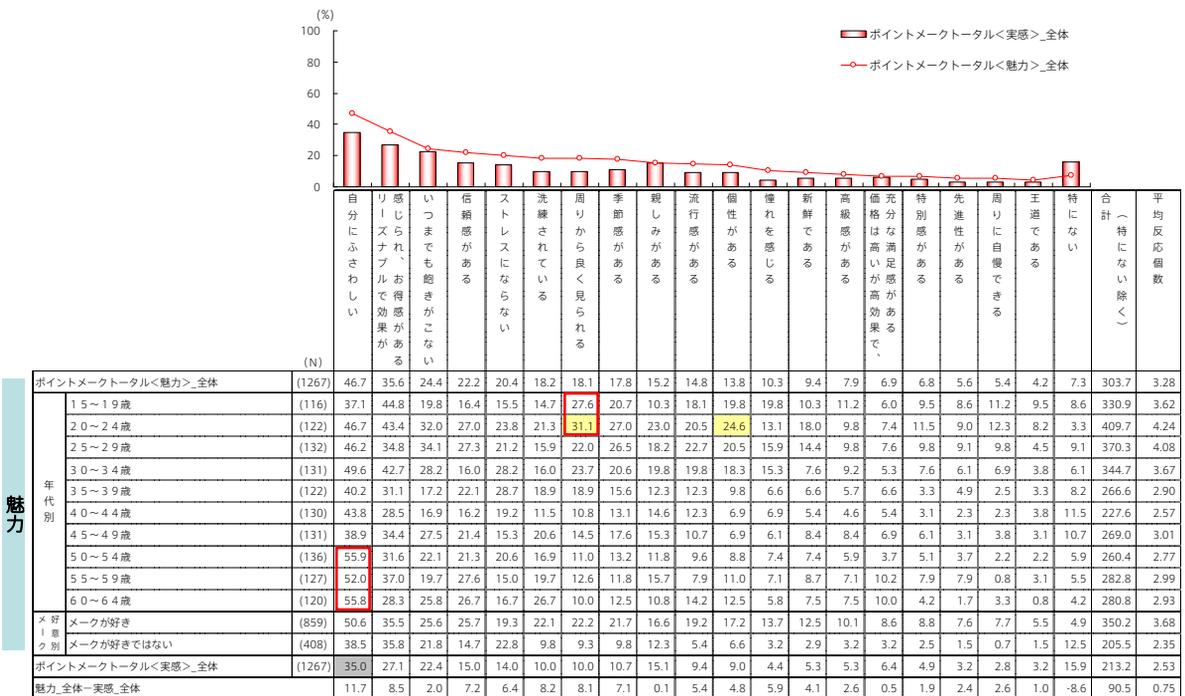


※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ (%) (個)

### ポイントメイク 情緒イメージへの魅力

- ・年代別：20代前半以下を中心とする若年層では「周りから良く見られる」「個性がある」に魅力を感じる人が他年代より多い。一方、50代以上では「自分にふさわしい」イメージに特に魅力を感じている。

■ポイントメイク情緒イメージ<魅力><実感> (基数：ポイントメイク現実行者 1267人)



※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ (%) (個)

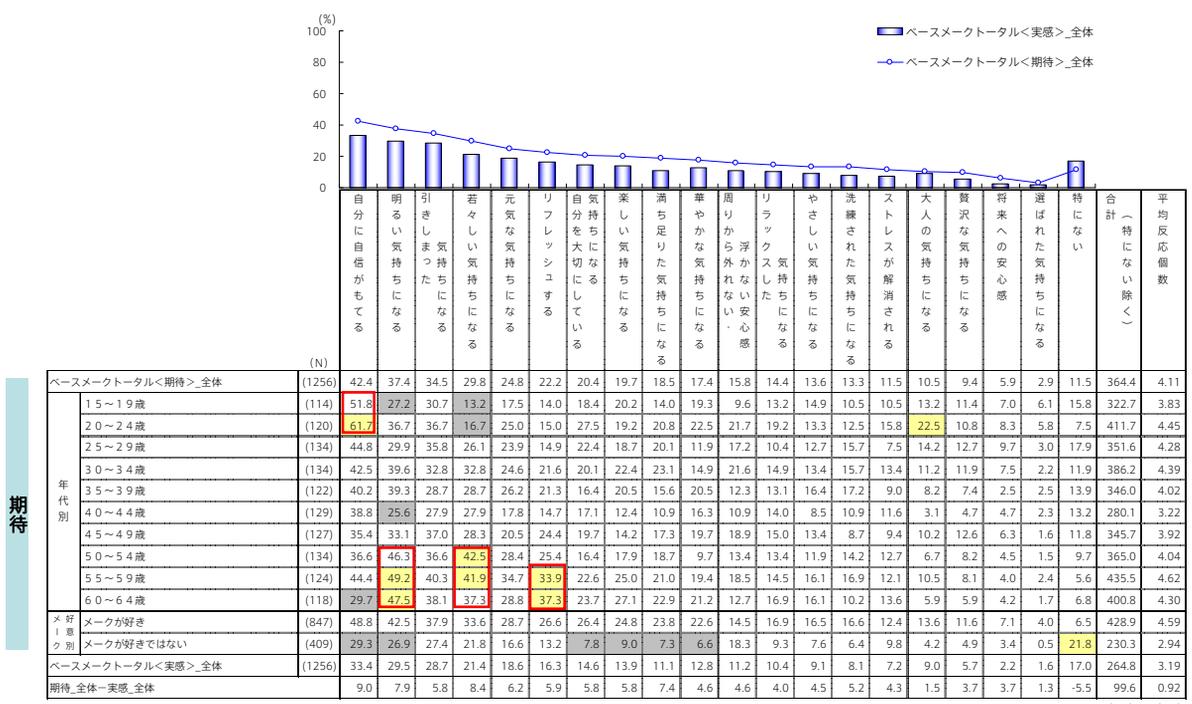
# 4 情緒価値への期待

## メイクを行って「自分に自信がもてる」「明るい気持ちになれる」ことに期待 若い人は「自分に自信がもてる」ことに特に期待している

### ベースメイク 情緒価値への期待

・年代別：20代前半以下の若年層では「自分に自信がもてる」に期待する人が特に多い。一方、50代以上を中心とする年齢を重ねた層では「明るい気持ちになる」「引きしまった気持ちになる」「リフレッシュする」に期待する人が多い。

■ベースメイク情緒価値<期待><実感> (基数：ベースメイク現実行者 1256人)

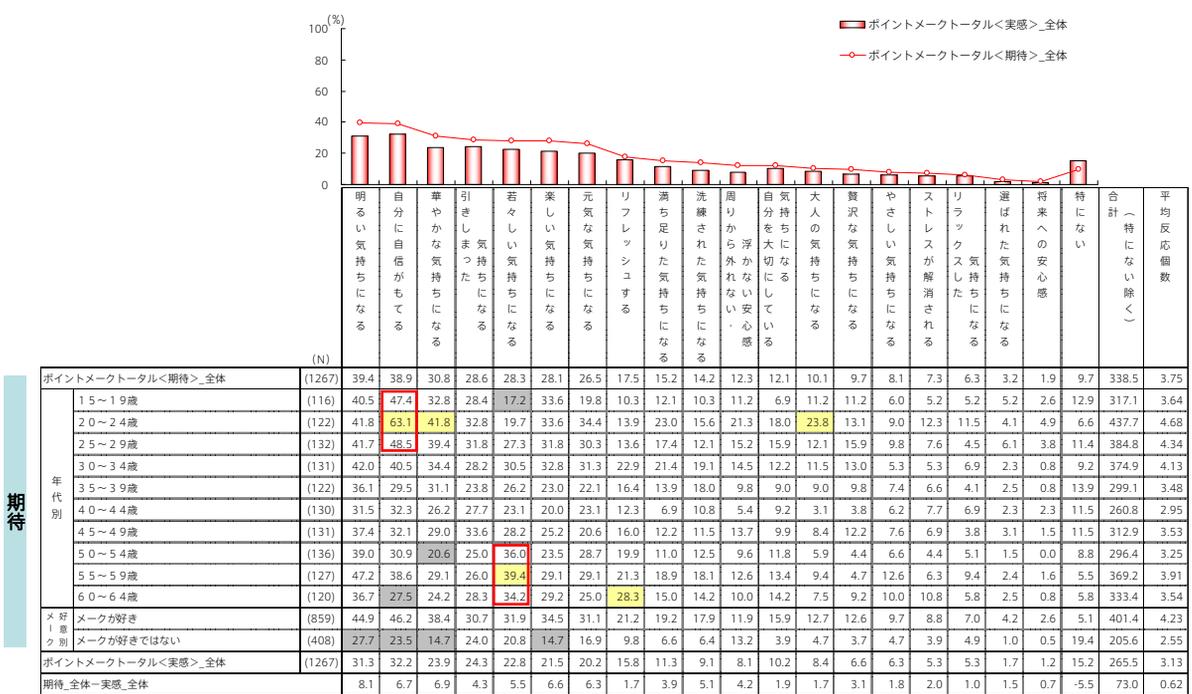


※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け (%) (個)

### ポイントメイク 情緒価値への期待

・年代別：20代以下の若年層では「自分に自信がもてる」に期待している人が特に多い。50代以上を中心とする年齢を重ねた層では「若々しい気持ちになる」に期待している人が他年代より多い。

■ポイントメイク情緒価値<期待><実感> (基数：ポイントメイク現実行者 1267人)



※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け (%) (個)

## 参考

持っているメーカーアイテムの個数

参考 持っているメイクアイテムの全個数

女性は平均19個のメイクアイテムを持っている  
口紅、アイシャドーは持っている個数が多い

◆ 女性全体では平均約19個のメイクアイテムを持っている。

- ・高校生を含む10代後半の若年層では、まったくメイクアイテムをもっていない人（0個）が1割弱。
- ・メイクが好きな人ほど持っているメイクアイテムの数多く、『メイクが非常に好きな人』では平均約31個。

■持っているすべてのメイクアイテム個数（基数：対象者全員1500人）

		(N)	0個	1~4個	5~9個	10~14個	15~19個	20~24個	25~29個	30~39個	40~49個	50個以上	平均個数
全体		(1500)	3.3	16.8	15.9	21.4	19.0	11.7	7.7	7.3	3.3	3.80	18.57
年代別	15~19歳	(150)	8.0	11.3	11.3	26.7	22.0	10.0	4.0	3.2	0.0	0.0	14.30
	20~24歳	(150)	5.3	6.0	14.7	20.7	23.3	12.0	5.3	6.7	2.3	3.0	17.28
	25~29歳	(150)	4.0	5.3	12.0	20.7	22.0	15.3	10.0	3.3	4.7	7.0	17.83
	30~34歳	(150)	3.3	3.3	16.7	16.7	16.0	12.7	10.0	12.7	2.0	6.70	20.60
	35~39歳	(150)	2.0	6.7	18.7	24.0	16.0	10.0	9.3	7.3	1.8	7.0	19.79
	40~44歳	(150)	3.3	8.7	20.7	14.7	16.7	10.0	8.0	9.3	3.3	3.0	18.99
	45~49歳	(150)	2.4	7.7	14.7	22.7	14.0	12.0	10.0	8.7	6.0	4.70	21.51
	50~54歳	(150)	1.4	3.7	18.0	17.3	22.7	11.3	5.3	10.7	3.3	3.0	21.25
	55~59歳	(150)	2.0	6.7	14.7	26.7	18.0	11.3	10.0	7.3	2.7	0.0	17.85
	60~64歳	(150)	1.3	10.7	17.3	24.0	19.3	12.7	4.7	3.3	4.70	0.0	16.27
メイク好意別	メイクが非常に好きである	(215)	0.0	11.2	19.5	14.4	12.6	19.1	5.1	13.50	0.0	0.0	31.29
	メイクがやや好きである	(661)	0.2	12.1	23.4	22.8	15.4	9.4	7.3	4.4	3.0	0.0	20.63
	メイクがあまり好きではない	(498)	3.0	11.4	24.5	25.5	16.7	8.2	5.0	3.1	0.0	0.0	13.30
	メイクが非常に好きではない	(126)	27.0	0.0	0.0	27.0	20.6	11.9	7.1	10.3	0.0	0.0	6.83

(%) (個)

※本報告での「持っているすべてのメイクアイテム数」は、「アンダーメイク（下地料）」「コントロールカラー」「コンシーラー」「ファンデーション」「その他のベースメイク」「アイシャドー」「アイブロー」「アイライナー」「マスカラ」「チークカラー」「フェイスパウダー（お粉）」「リップライナー」「口紅」「リップグロス」「その他のポイントメイク」の数を合算したものを。

- ◆ 各メイクアイテム別に、持っている個数をみると、最も多くの人を持っているアイテムは「ファンデーション」（女性の約9割が1個以上持ち、平均は約2個）。
- 「口紅」「アイシャドー」は複数持っている人が多く、2個以上持っている人が約6割以上。

	(N)	0個	1個	2個	3個	4個	5個	6~10個	11個以上	平均個数
ファンデーション	(1500)	9.4	45.5	26.3	12.3	3.1	0.0	0.0	0.0	1.70
口紅	(1500)	15.3	18.7	15.2	15.7	6.2	12.5	12.3	4.1	3.82
アイシャドー	(1500)	21.1	21.5	16.5	13.8	5.7	8.8	9.5	3.0	2.98
アンダーメイク（下地料）	(1500)	23.5	55.3	14.9	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.07
チークカラー	(1500)	29.7	42.2	19.1	5.5	2.0	0.0	0.0	0.0	1.15
アイブロー	(1500)	30.3	46.3	16.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.06
マスカラ	(1500)	31.7	34.7	16.6	10.1	2.5	0.0	0.0	0.0	1.41
リップグロス	(1500)	34.2	33.1	15.7	9.3	2.4	0.0	0.0	0.0	1.46
アイライナー	(1500)	35.6	41.0	14.7	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.09
フェイスパウダー（お粉）	(1500)	36.6	45.7	12.1	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.90
コンシーラー	(1500)	54.7	37.1	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.56
リップライナー	(1500)	60.1	29.7	5.4	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.64
コントロールカラー	(1500)	67.7	26.5	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.40

(%) (個)

※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに (●印) を表示

# 参考 持っているファンデーションの個数

◆ 最も多くの人を持っているメイクアイテムであるファンデーションの個数を年代別にみると、**年齢を重ねた年代において、持っているファンデーションの個数が多くなっている**メイク好意別にみると、メイクが好きの人ほど持っている数が多い。

■持っているメイクアイテム個数\_ファンデーション (基数：1500人)

		(N)	0個	1個	2個	3個	4個	5個	6~10個	11個以上	平均個数
全体		(1500)	9.4	45.5	26.3	12.3	3.1	2.5			1.70
年代別	15~19歳	(150)	24.7	47.3	20.7	4.7	2.0				1.19
	20~24歳	(150)	13.3	51.3	22.7	7.3	2.0				1.50
	25~29歳	(150)	8.7	54.0	24.7	8.7	2.0				1.47
	30~34歳	(150)	4.0	47.3	32.7	8.0	4.0				1.89
	35~39歳	(150)	8.0	52.0	24.0	10.0	2.0				1.67
	40~44歳	(150)	6.7	48.7	23.3	14.0	2.0				1.77
	45~49歳	(150)	6.7	42.0	25.3	17.3	4.7				1.87
	50~54歳	(150)	5.3	42.0	27.3	15.3	5.3				1.89
	55~59歳	(150)	8.0	34.0	32.0	18.7	3.7				1.97
	60~64歳	(150)	8.7	36.7	30.0	18.7	4.0				1.79
メイク好意別	メイクが非常に好きである	(215)	3.3	39.5	27.9	16.3	6.5	4.0			2.20
	メイクがやや好きである	(661)	3.6	44.6	30.0	14.5	3.6				1.85
	メイクがあまり好きではない	(498)	10.4	51.8	24.1	9.6	1.2				1.51
	メイクが非常に好きではない	(126)	46.0	35.7	12.7	4.0					0.79

(%) (個)