

おしゃれ意識からみる現代女性

「女性の化粧行動・意識に関する実態調査～メイク篇2008～」より

ポーラ文化研究所では、現代女性のメイクへの価値観や行動をあきらかにするため、1339人の女性を対象にクラスター分析を行い、いくつかの女性像をみちびきだしました

現代女性をトレンドメイク探求～アンチメイクまでの7つのメイクタイプに分類

クラスター1	クラスター2	クラスター3	クラスター4	クラスター5	クラスター6	クラスター7
156人 (12%)	176人 (13%)	326人 (24%)	278人 (21%)	157人 (12%)	186人 (14%)	60人 (5%)
トレンドメイク探求タイプ	メイクナチュラルリストタイプ	メイクリユクスタイプ	ノーメイクは見せないタイプ	メイク好きではないが、スキンケアよりはメイクタイプ	メイク好きではなく、メイクよりスキンケアタイプ	アンチメイクタイプ
20代以下が過半数に達し、若い女性が多い。メイクが大好きで流行にも敏感なタイプ。スキンケアも熱心。	メイクは好きだが薄化粧が多く、ノーメイクでも抵抗感がないタイプ。素肌のケアを積極に行っている。	メイクは好きな方である。メイク化粧品の投資金額がととも高く、高級メイクブランド志向。	ノーメイクの顔が好きではなく、人前でノーメイクでいることに抵抗を感じ、外出時は常にメイク。	メイクが好きではないが、TPOに合わせるためなどの理由でメイクを行う。スキンケアはあまり行わない。	メイクが好きではなく、面倒、肌に悪そうと感じている。一方、素肌のケアは重視している。	メイクは非常に好きではなく、メイク頻度もとても低い。現在はメイクを行っていない人もいる。

※カッコ内の数値は対象者1339人中の構成比

【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)
 ※本報告は、対象者1500人のうち、メイクを行ったことのある1339人(メイク経験者)を中心に分析

2009年2月13日

因子分析・クラスター分析による女性像の分類

◆ 化粧やおしゃれに関する因子を用いたクラスター分析から、ふだんの生活でメイクを行ったことがある女性1339人（15～64歳）を7つのクラスターに分類した。

ステップ1：化粧やおしゃれに関する行動・考え方に関する質問の64項目の回答結果をもとに因子分析（多くの質問項目への回答傾向を絞り、より少ない数の因子（質問項目からの合成変数）で特徴を表現する分析）を行い、6つの因子を抽出した。

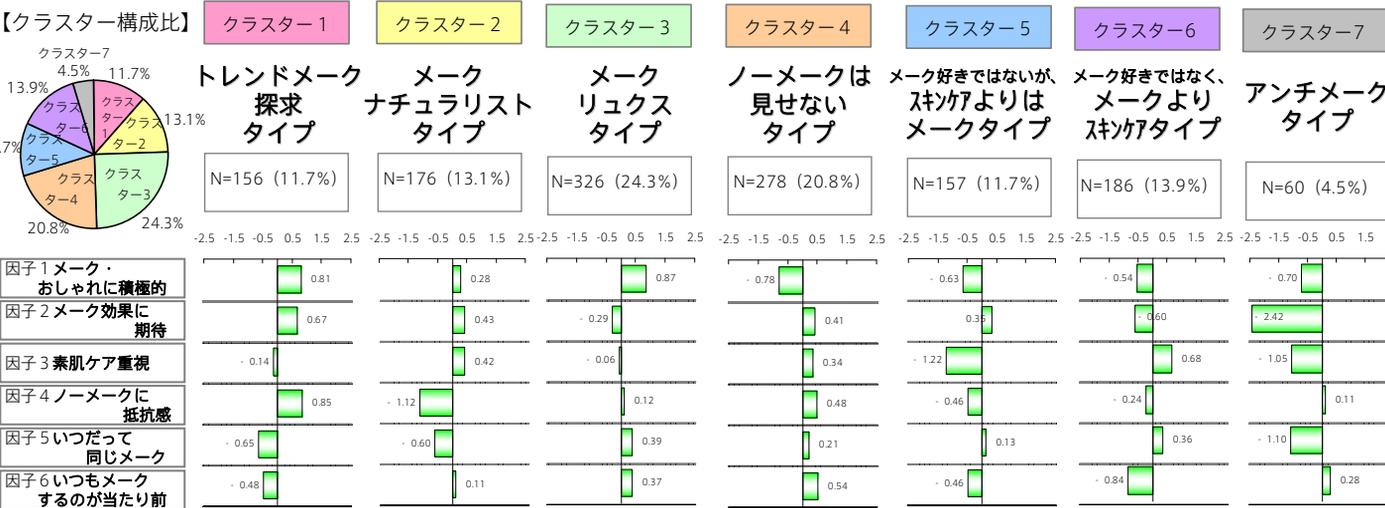
■化粧（主にメイク）やおしゃれに関する因子と因子を構成する主な項目

因子1 メイク・おしゃれに積極的	メイクアップ化粧品やメイク方法に関心が高く、 メイクを行うことが好き 。メイクだけでなく、スキンケア、服やアクセサリなど おしゃれ全般に関心 がある。	<ul style="list-style-type: none"> ★ メイクアップ化粧品の情報をふだんからよく集めている方だ (+0.81) ★ 新しいメイクアップ化粧品をよく試している (+0.80) ★ メイクアップ化粧品ブランドの違いがわかる方だ (+0.78) ★ 流行のメイク方法にとっても関心がある方だ (+0.77) ★ 友人からメイクに関する質問をよく受ける方だ (+0.75) ★ 持っているメイクアップ化粧品の個数が多い方だ (+0.69)
因子2 メイク効果に期待	メイクを行って得られる 気持ちや外面の変化（効果）に期待 している意識が強い。 メイクをした顔が好き で、 メイクは欠かせない と考えている。	<ul style="list-style-type: none"> ★ メイクは自分に自信を与えてくれるものだと思う (+0.83) ★ メイクは自分を元気にしてくれるものだと思う (+0.79) ★ メイクは自分の気持ちを変えてくれるものだと思う (+0.79) ★ メイクは自分の肌や顔のつくりをより美しく見せるものだと思う (+0.68) ★ メイクは自分の個性を表現するものだと思う (+0.68) ★ メイクをすると周りの印象が良くなると思う (+0.68)
因子3 素肌ケア重視	メイク前後の スキンケアを必ず行い、スキンケアを怠らない 。また、メイクアップ化粧品は成分の 安全性や肌へのノリや質感 などを重視する。	<ul style="list-style-type: none"> ★ メイク前のスキンケアは絶対欠かせない (+0.68) ★ メイク後のスキンケアは絶対欠かせない (+0.60) ★ スキンケア化粧品になるべくお金をかけたい (+0.45) ★ メイクアップ化粧品は安全な成分のものを選ぶ方だ (+0.42) ★ メイクアップ化粧品は肌へのノリの良さや落ちにくさで選ぶ方だ (+0.41) ★ メイクアップ化粧品は色や質感で選ぶ方だ (+0.40)
因子4 ノーメイクに抵抗感	自分自身の 素顔を好まず、人前でノーメイクでいることに抵抗感 を感じる。メイク行うことで周りからよく見られたい意識。	<ul style="list-style-type: none"> ★ ノーメイクでいると人の目が気になる (+0.67) ★ ノーメイクでいると周りから浮いている気がする (+0.64) ★ ノーメイクの自分の顔が好きだ (-0.49)
因子5 いつだって同じメイク	公私ともに いつも同じメイク を行っている。仕事などメイクが必要な環境だからメイクを行っており、メイクはあまり好きではない。	<ul style="list-style-type: none"> ★ 仕事やプライベートなど、どのような状況でもいつも同じメイクをしている (+0.46) ★ 昔から変わらずいつも同じメイクをしている (+0.45) ★ 年相応で無難なメイクが好きだ (+0.41) ★ 上品で清楚なメイクが好きだ (+0.32) ★ 仕事や業務に必要であるからメイクをしている (+0.29) ★ メイクをすることが好きだ (-0.20)
因子6 いつもメイクするのが当たり前	メイクをすることを面倒だとは思わず、 家の中でも外でも常にメイク をしている。	<ul style="list-style-type: none"> ★ メイクをすると肌に悪い影響があるような気がする (-0.50) ★ 家の中でもいつもメイクをしている (+0.49) ★ 自分の「本当の顔」はノーメイクの顔であると思う (-0.43) ★ 外に出かける時はいつもメイクをしている (+0.42) ★ メイクをすることは面倒だと思う (-0.41) ★ 自分の「本当の顔」はメイクをした後の顔であると思う (+0.41)

※赤色の★印は相関の関係、青色の★印は負の相関の関係にある項目

ステップ2：化粧（主にメイク）やおしゃれに関する6つの行動意識因子を使って、クラスター分析（サンプルスコア間の関係の強さを距離として算出し、いくつかの集団に分類する分析）を行い、メイク意識パターンを7つのクラスターに分類した。

■7クラスターの因子得点



因子分析・クラスター分析による女性像の分類

■ 7クラスターの特徴

特徴	年代構成	メイクアップ化粧品重視度		スキンケア化粧品重視度		1ヶ月のメイク投資平均金額	その他
		メイク頻度 (ほぼ毎日以上 行う人の割合)	メイク頻度 (ほぼ毎日以上 行う人の割合)	スキンケア頻度 (毎日行う人の割合)	スキンケア頻度 (毎日行う人の割合)		
クラスタ1 1339人中156人(12%) トレンドメイク探求タイプ	20代以下が過半数に達し、若い女性が多い。 メイクが大好きで流行にも敏感 。周りからよく思われたい、自信をもちたいなど、 周囲を意識した理由でメイクを行っている 。メイクイメージは華やか・フェミニンを目指す。スキンケアも熱心に行っている。	 20代以下多	 大好き	★★★★★ 高 (88%)	★★★★★ 高 (74%)	やや高額 2750円	流行のメイクにとっても関心がある人70%。
クラスタ2 1339人中176人(13%) メイクナチュラルストタイプ	メイクは好きだが薄化粧が多く、ノーメイクでも抵抗感がない 。スキンケアを積極的に行っている。メイクは好きだが、メイク無しでも自然体でいられるタイプ。	 全体並	 好き	★★★★★ 並 (69%)	★★★★★ 高 (75%)	中額 2250円	ノーメイクでいても人の目が気にならない人が多い。メイクは薄化粧派83%。
クラスタ3 1339人中326人(24%) メイクリクスタイプ	メイクは好きな方である。メイク化粧品の 投資金額がとても高く、化粧品は高級ブランド志向 。百貨店の化粧品カウンターなどの対面店販をよく利用する。メイク化粧品へなるべくお金をかけたいと思っている。	 全体並	 やや好き	★★★★★ 高 (88%)	★★★★★ 並 (57%)	高額 3500円	メイク化粧品は高級ブランドが好きな人、メイク化粧品になるべくお金をかけたいと思う人が他クラスターより多い。
クラスタ4 1339人中278人(21%) ノーメイクは見せないタイプ	50代以上が特に多い。メイク好意度は全体平均並み。ノーメイクの顔が好きではなく、 人前でノーメイクでいることに抵抗を感じ、外出時は常にメイクをする 。トレンドのメイクより、 無難・年相応なメイクイメージを目指す 。	 50代以上多	 ふつう (全体並)	★★★ 高 (81%)	★★★ やや高 (69%)	やや低額 1750円	ノーメイクでいると人の目が気になる人が多い。外出時はいつもメイクを行う人82%。
クラスタ5 1339人中157人(12%) メイク好きではないが、スキンケアよりはメイクタイプ	30代~40代のミドルエイジが多い。メイクは好きではない。TPOや周囲から良く思われたいからといった理由で メイクを消極的ではあるが行っている 。メイクへの投資金額も低い。 スキンケアを行う頻度は特に低く、スキンケア化粧品への重視度も低い 。	 30代~40代多	 やや好きではない	★★ 低 (47%)	★★ 低 (23%)	低額 1250円	メイクアップ化粧品の購入経路はドラッグストアなどセルフ店販が主。
クラスタ6 1339人中186人(14%) メイク好きではなく、メイクよりスキンケアタイプ	メイクが好きではなく、面倒、肌に悪そう と感じている。メイク頻度は低いが、薄化粧でメイクをしていないような自然さを志している。一方、 スキンケア化粧品への重視度やスキンケアを行う頻度は全体並み 。	 全体並	 好きではない	★★ 低 (46%)	★★★★★ 並 (57%)	やや低額 1750円	メイクは面倒と思っている人86%、肌に悪そうと思っている人64%。
クラスタ7 1339人中60人(5%) アンチメイクタイプ	メイクは 非常に好きではなく、メイク頻度も非常に低い 。現在は行わない人も。メイクを行うときは、仕事など周囲の環境やUV保護に必要だからという 理由が多く、ファンデーションなど最低限のベースメイクを行う 。スキンケアの頻度も低い。	 40代以上多	 非常に好きではない	★ 非常に低 (38%)	★★ 低 (33%)	やや低額 1750円	メイクを行うことが非常に好きな人は0%。流行のメイクにとっても関心がある人0%。

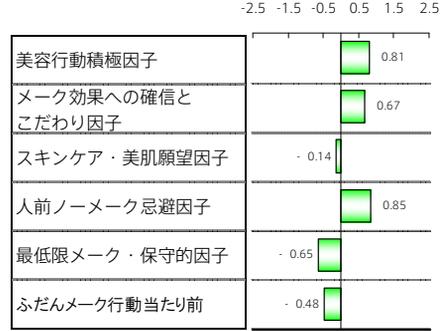
※メイクアップ・スキンケア化粧品重視度区分：化粧品の重視者（とても重視している+重視している）が7割以上の場合5つ星（★★★★★）、5割以上7割未満の場合4つ星（★★★★）、3割以上5割未満の場合3つ星（★★★）、1割以上3割未満の場合2つ星（★★）、1割未満の場合1つ星（★）を表示。詳細スコアは3頁~9頁参照。

※メイク平均投資金額は、メイクを現在行っている人が1ヶ月に購入するメイク化粧品の平均金額。

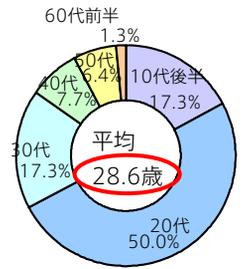
クラスター1 特徴

クラスター1
1339人中156人(12%) **トレンドメーク探求タイプ**

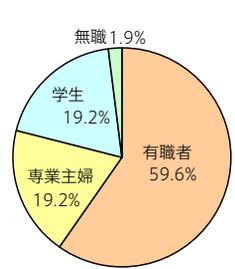
■因子得点



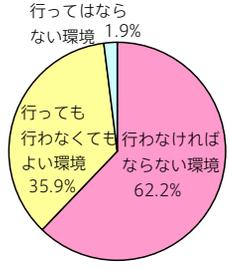
■年代



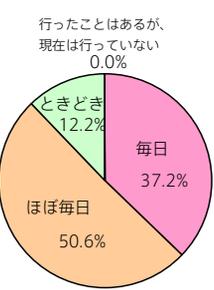
■職業



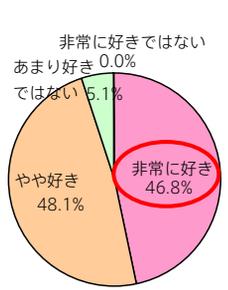
■メークを行う環境



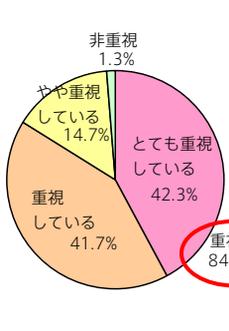
■メークを行う頻度



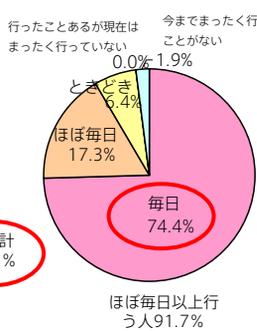
■メーク好意度



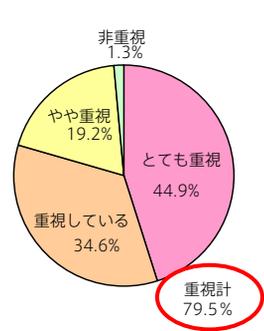
■メークアップ化粧品への重視度



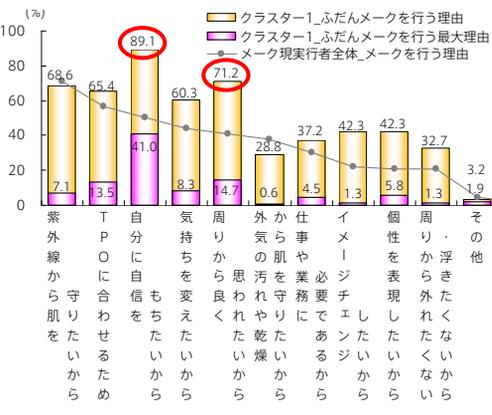
■スキンケアを行う頻度



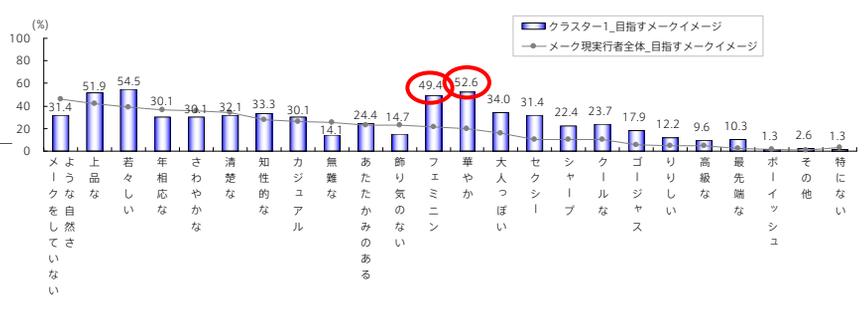
■スキンケア化粧品への重視度



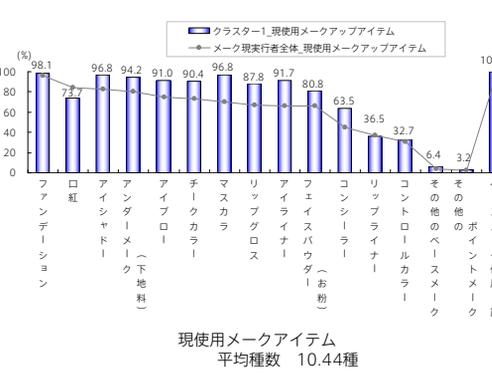
■メークを行っている理由



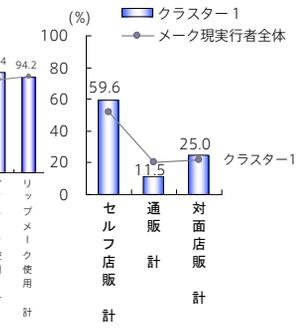
■目指すメークイメージ



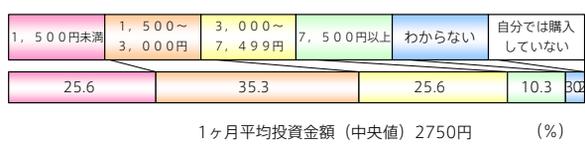
■メークアップ化粧品 使用状況



■メークアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メークアップ化粧品1ヶ月投資平均金額

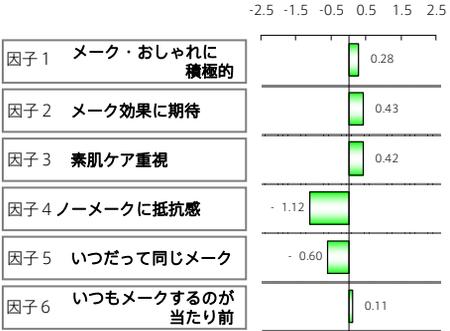


※メークアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メークを行う環境、メークを行う頻度、メーク好意度、メークアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター1全体(156人)、メークを行っている理由、目指すメークイメージ、メークアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メークを行っているクラスター1(156人)。

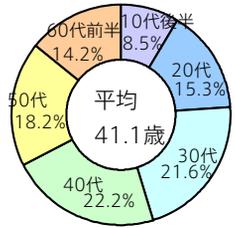
クラスター2 特徴

クラスター2
1339人中176人(13%) **メーカーナチュラルリストタイプ**

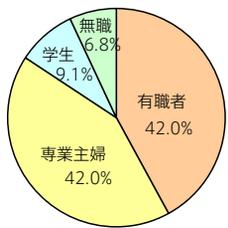
■因子得点



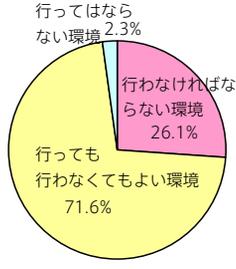
■年代



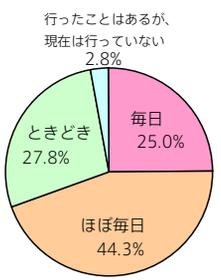
■職業



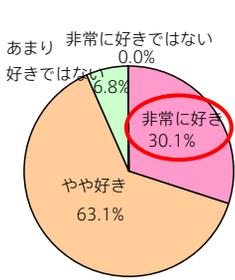
■メイクを行う環境



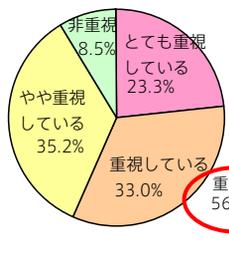
■メイクを行う頻度



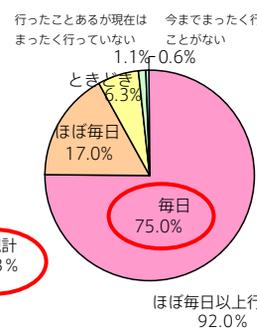
■メイク好意度



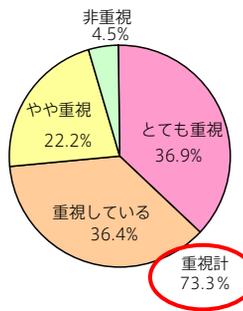
■メイクアップ化粧品への重視度



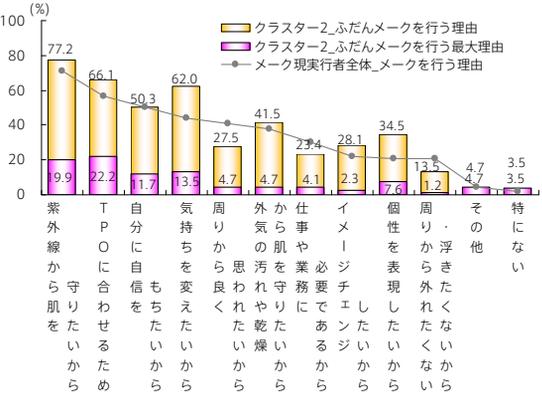
■スキンケアを行う頻度



■スキンケア化粧品への重視度



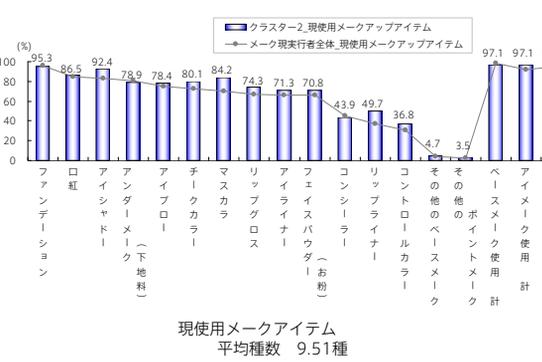
■メイクを行っている理由



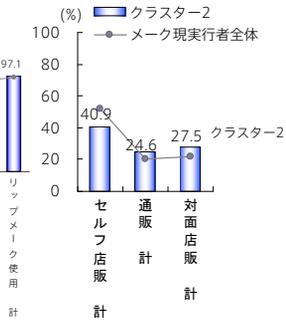
■目指すメイクイメージ



■メイクアップ化粧品 使用状況



■メイクアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メイクアップ化粧品1ヶ月投資平均金額



現使用メイクアイテム
平均種数 9.51種

※メイクアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メイクを行う環境、メイクを行う頻度、メイク好意度、メイクアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター2全体(176人)、メイクを行っている理由、目指すメイクイメージ、メイクアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メイクを行っているクラスター2(171人)。

クラスター3 特徴

クラスター3

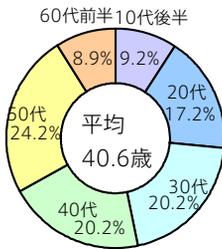
1339人中326人(24%) **メイクリユクスタイル**

■因子得点

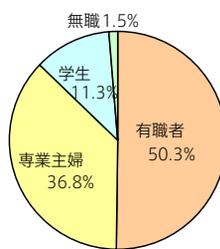
-2.5 -1.5 -0.5 0.5 1.5 2.5



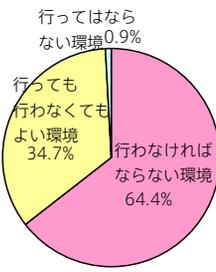
■年代



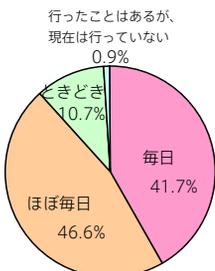
■職業



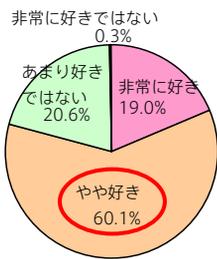
■メイクを行う環境



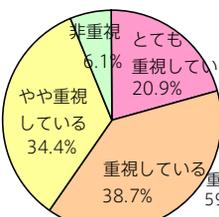
■メイクを行う頻度



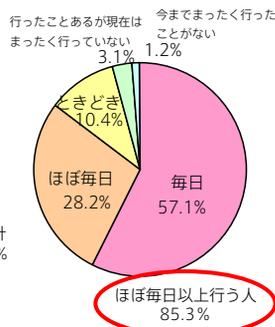
■メイク好意度



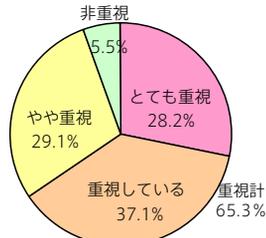
■メイクアップ化粧品への重視度



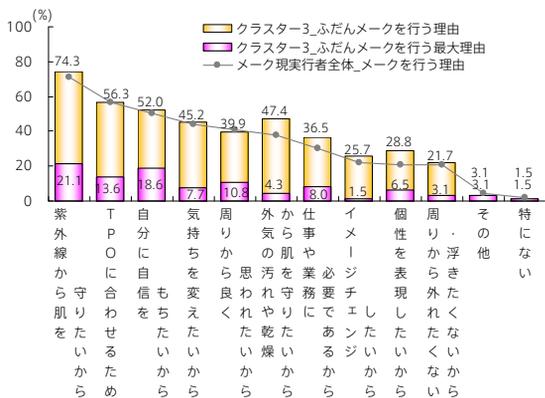
■スキンケアを行う頻度



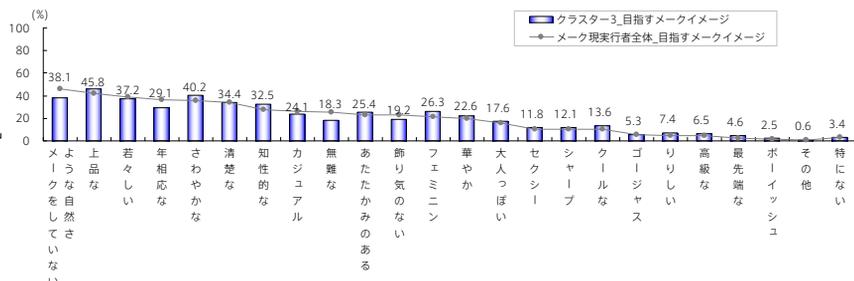
■スキンケア化粧品への重視度



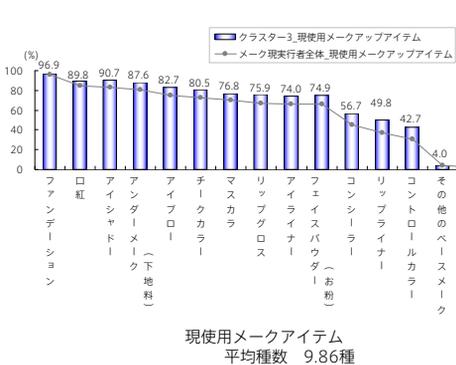
■メイクを行っている理由



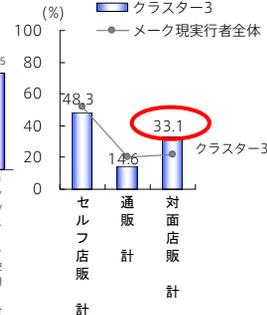
■目指すメイクイメージ



■メイクアップ化粧品 使用状況



■メイクアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メイクアップ化粧品1ヶ月投資平均金額



※メイクアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。

※年代、職業、メイクを行う環境、メイクを行う頻度、メイク好意度、メイクアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター3全体(326人)、メイクを行っている理由、目指すメイクイメージ、メイクアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メイクを行っているクラスター3(323人)。

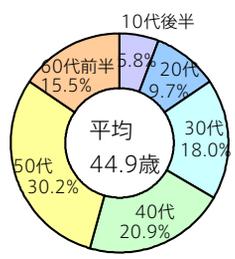
クラスター4 特徴

クラスター4
1339人中278人(21%) **ノーメイクは見せないタイプ**

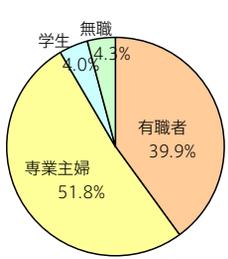
■因子得点



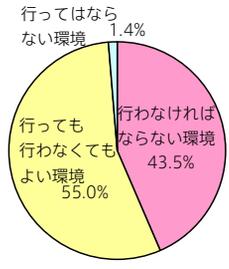
■年代



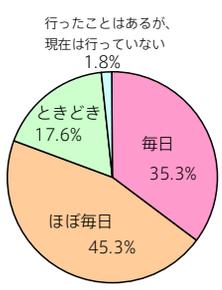
■職業



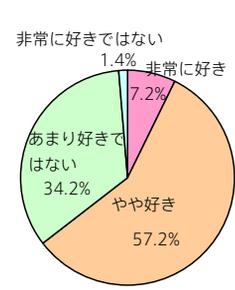
■メイクを行う環境



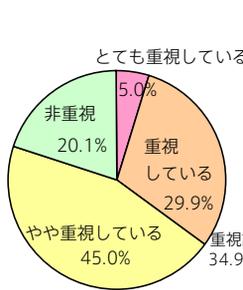
■メイクを行う頻度



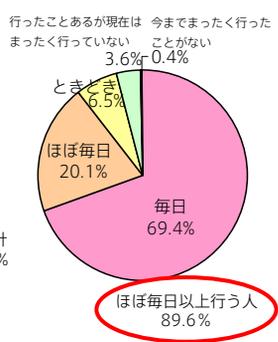
■メイク好意度



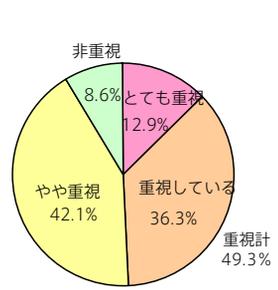
■メイクアップ化粧品への重視度



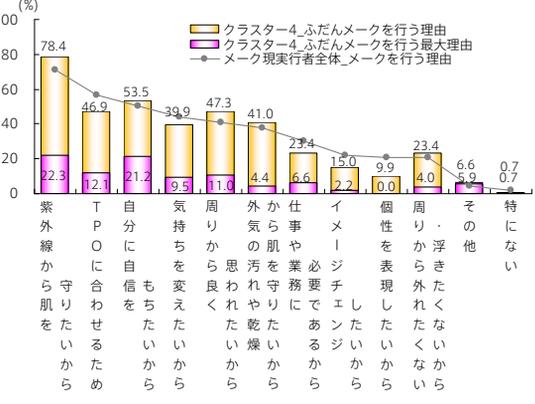
■スキンケアを行う頻度



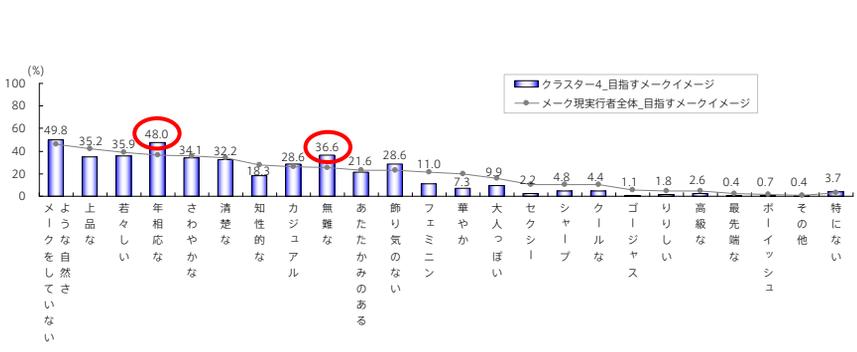
■スキンケア化粧品への重視度



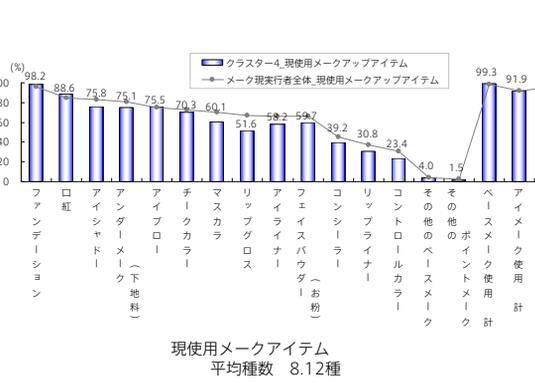
■メイクを行っている理由



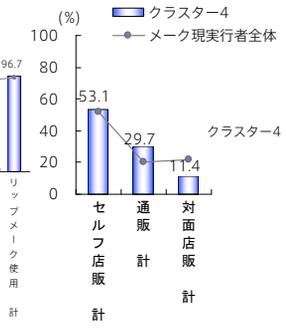
■目指すメイクイメージ



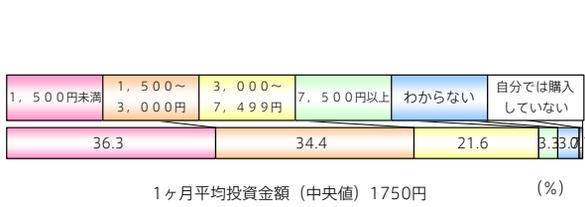
■メイクアップ化粧品 使用状況



■メイクアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メイクアップ化粧品1ヶ月投資平均金額



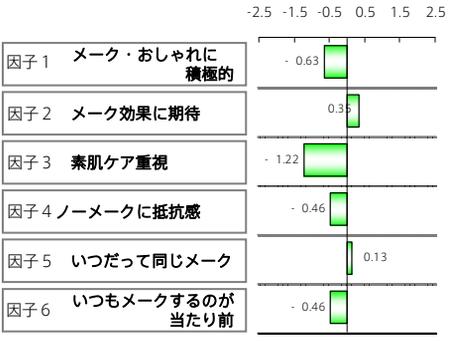
1ヶ月平均投資金額 (中央値) 1750円 (%)

※メイクアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メイクを行う環境、メイクを行う頻度、メイク好意度、メイクアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター4全体(278人)、メイクを行っている理由、目指すメイクイメージ、メイクアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メイクを行っているクラスター4(273人)。

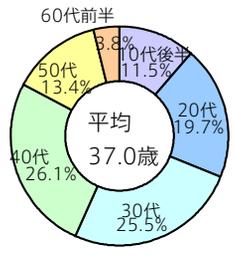
クラスター5 特徴

クラスター5
1339人中157人(12%) **メーク好きではないが、スキンケアよりはメークタイプ**

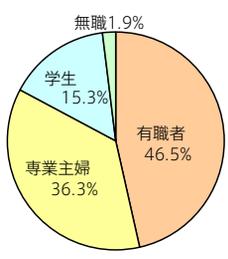
■因子得点



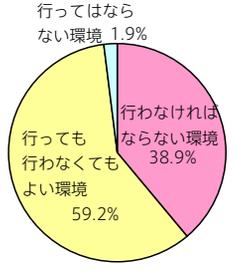
■年代



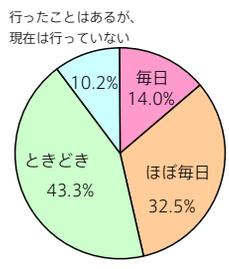
■職業



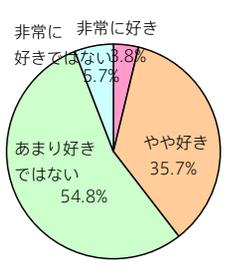
■メークを行う環境



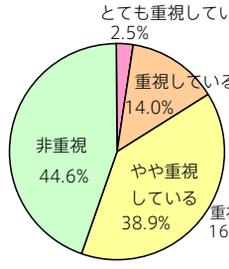
■メークを行う頻度



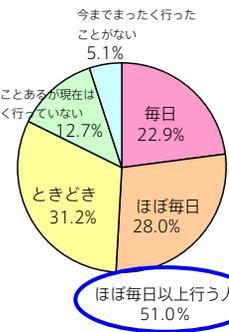
■メーク好意度



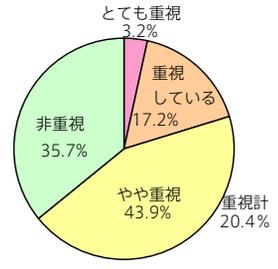
■メークアップ化粧品への重視度



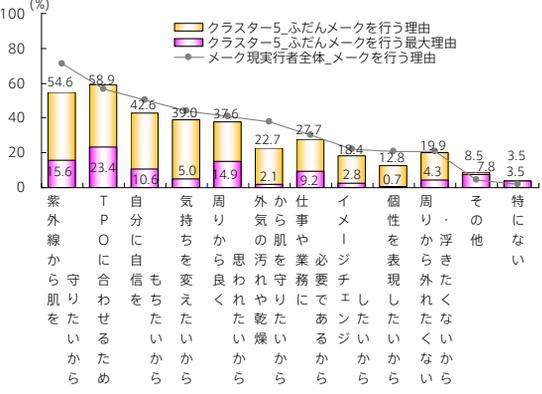
■スキンケアを行う頻度



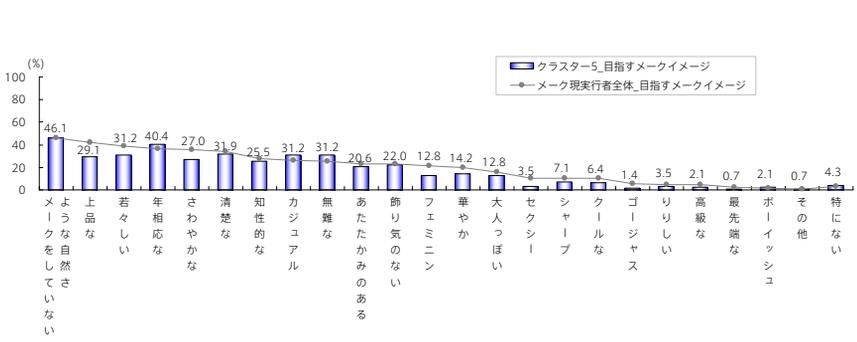
■スキンケア化粧品への重視度



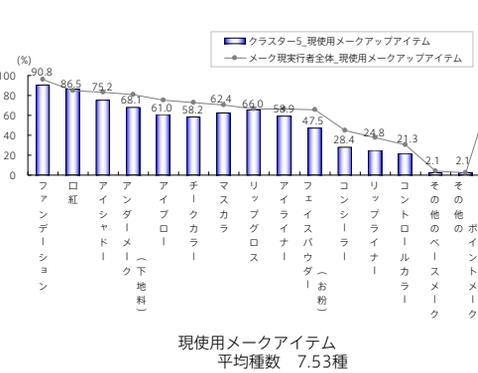
■メークを行っている理由



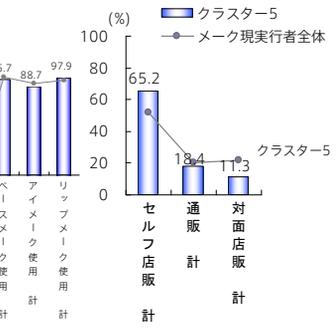
■目指すメークイメージ



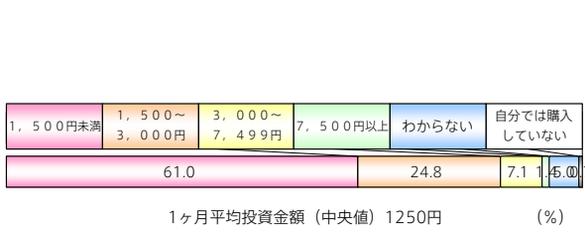
■メークアップ化粧品 使用状況



■メークアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メークアップ化粧品1ヶ月投資平均金額



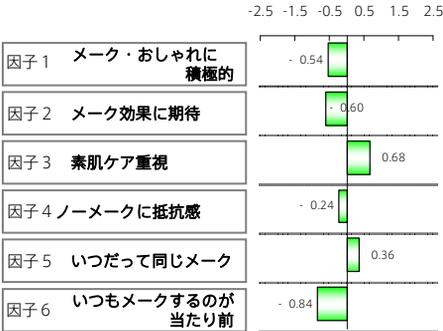
※メークアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メークを行う環境、メークを行う頻度、メーク好意度、メークアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター5全体(157人)、メークを行っている理由、目指すメークイメージ、メークアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メークを行っているクラスター5(141人)。

クラスター6 特徴

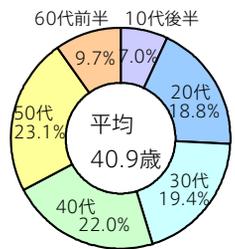
クラスター6

1339人中186人(14%) **メーク好きではなく、メークよりスキンケアタイプ**

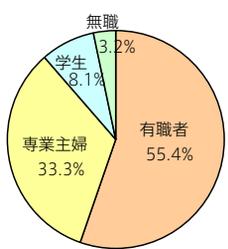
■因子得点



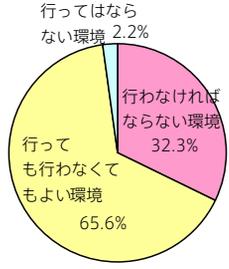
■年代



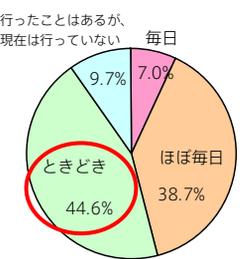
■職業



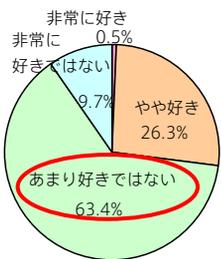
■メークを行う環境



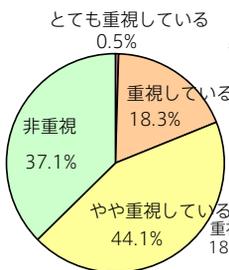
■メークを行う頻度



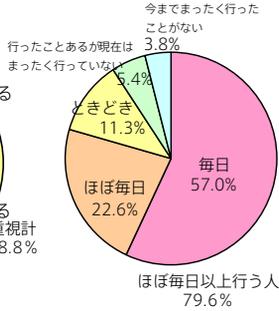
■メーク好意度



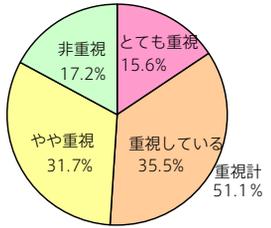
■メークアップ化粧品への重視度



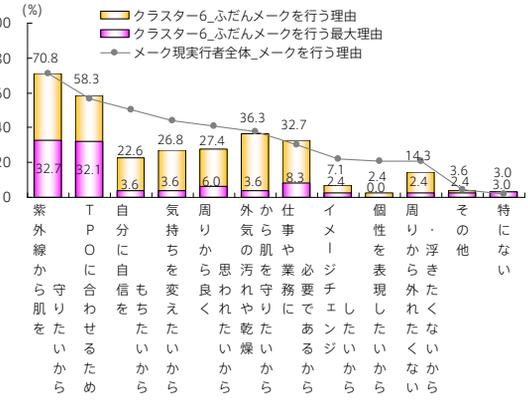
■スキンケアを行う頻度



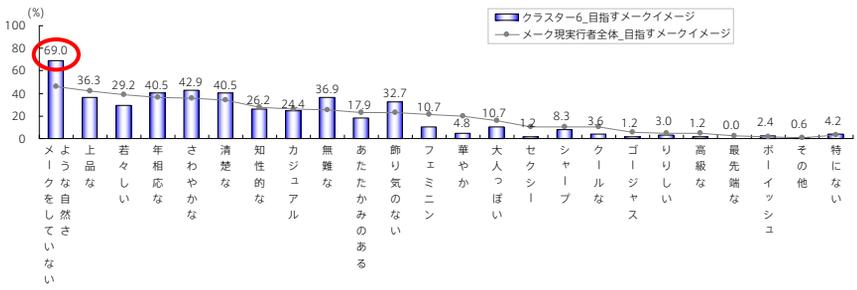
■スキンケア化粧品への重視度



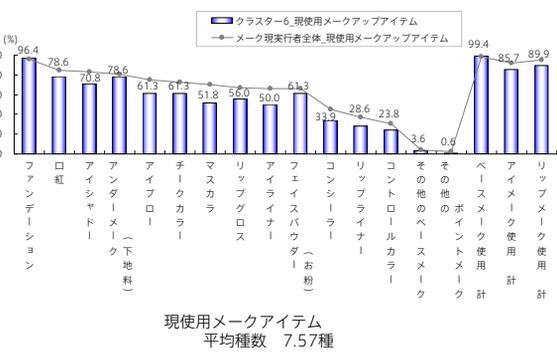
■メークを行っている理由



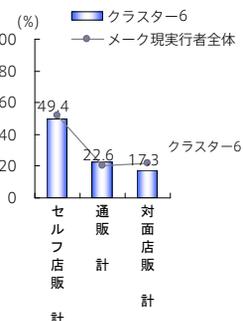
■目指すメークイメージ



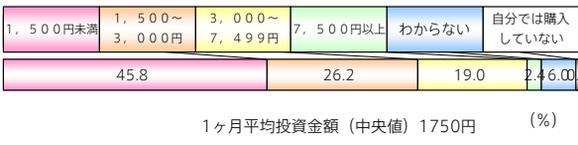
■メークアップ化粧品 使用状況



■メークアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



■メークアップ化粧品1ヶ月投資平均金額

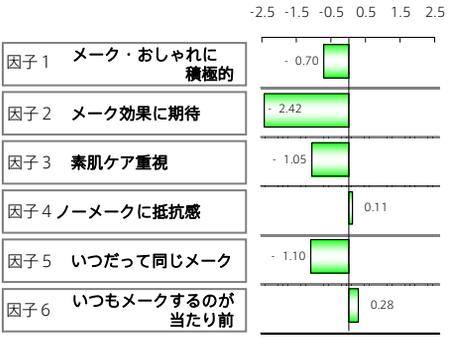


※メークアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メークを行う環境、メークを行う頻度、メーク好意度、メークアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター6全体(186人)、メークを行っている理由、目指すメークイメージ、メークアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メークを行っているクラスター6(168人)。

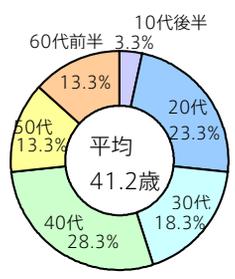
クラスター7 特徴

クラスター7 1339人中60人(5%) アンチメークタイプ

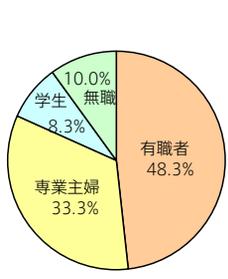
■因子得点



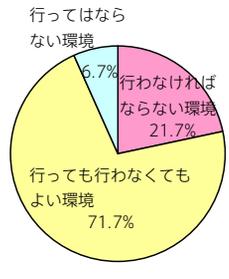
■年代



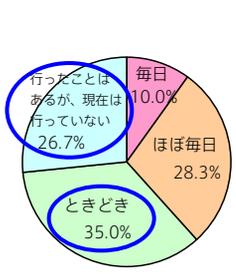
■職業



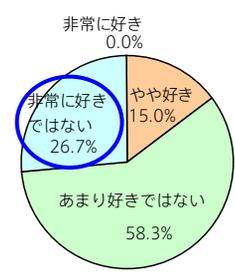
■メークを行う環境



■メークを行う頻度



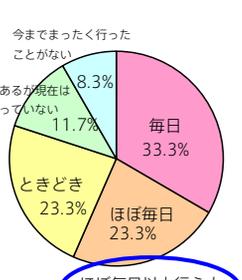
■メーク好意度



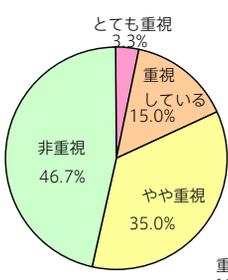
■メークアップ化粧品への重視度



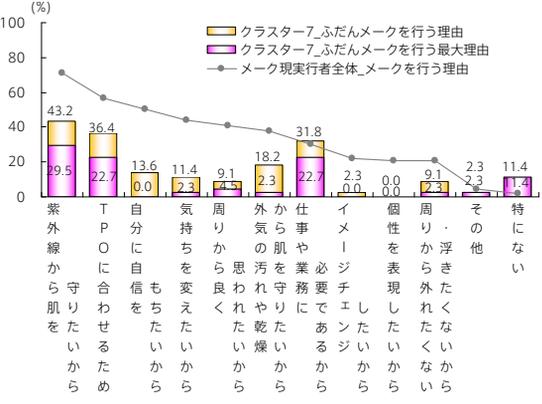
■スキンケアを行う頻度



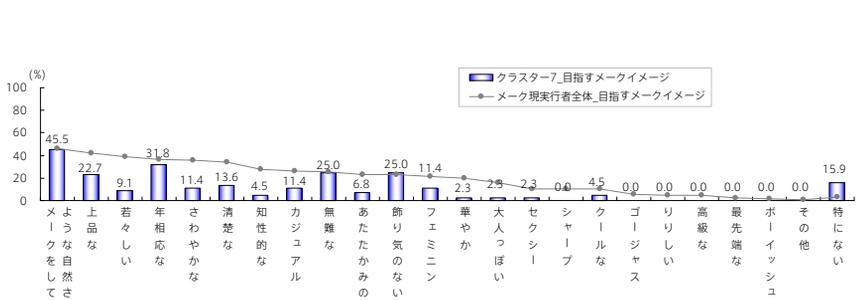
■スキンケア化粧品への重視度



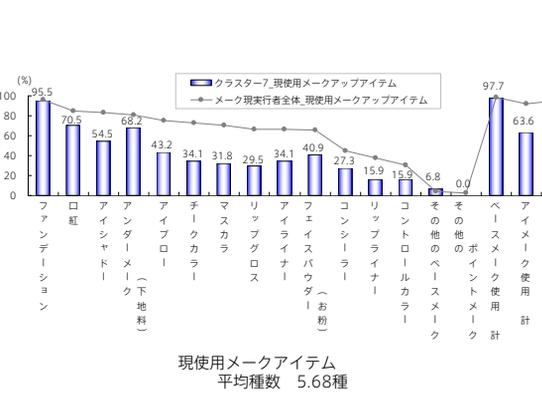
■メークを行っている理由



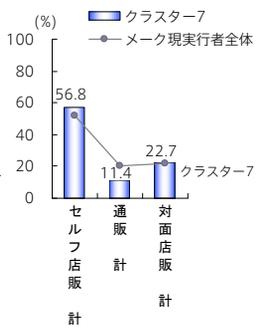
■目指すメークイメージ



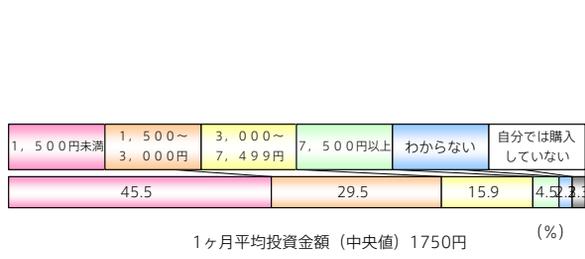
■メークアップ化粧品 使用状況



■メークアップ化粧品 購入経路 (よく買っているところ)



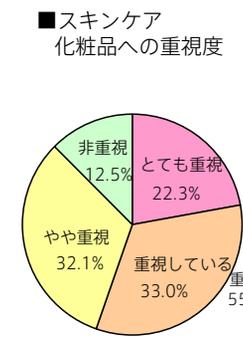
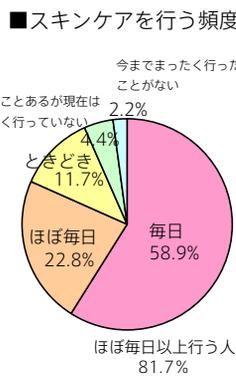
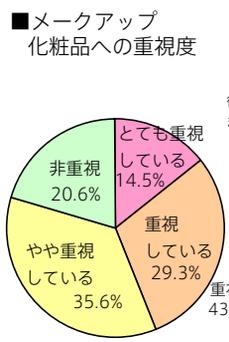
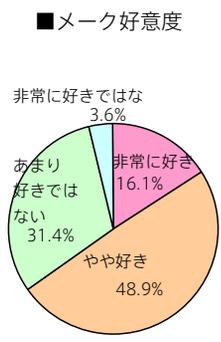
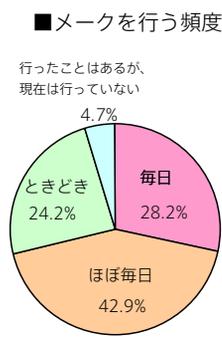
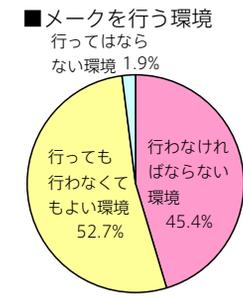
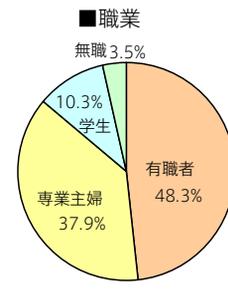
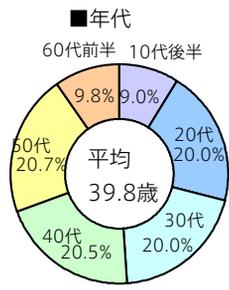
■メークアップ化粧品1ヶ月投資平均金額



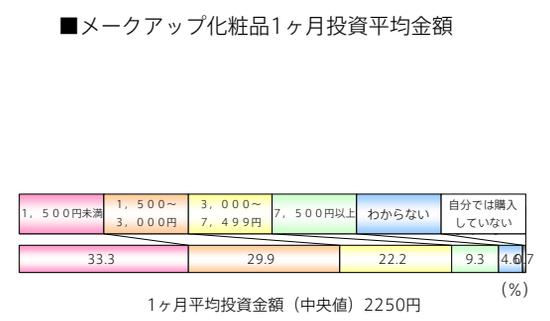
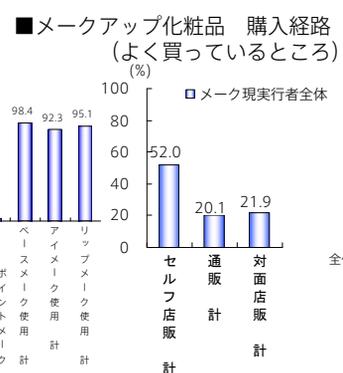
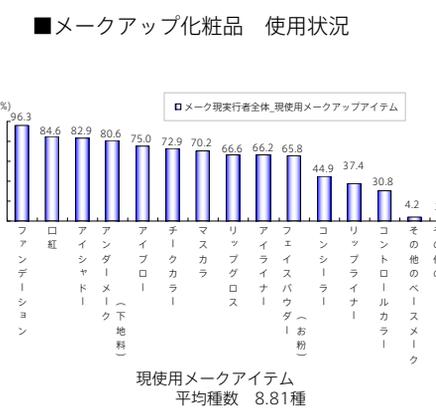
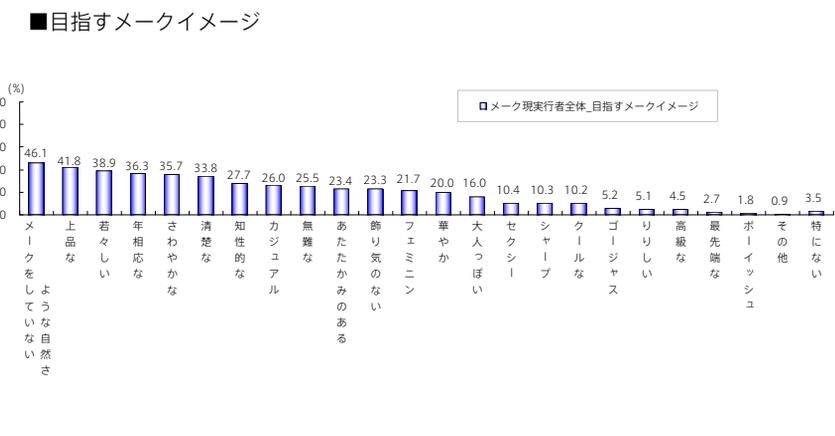
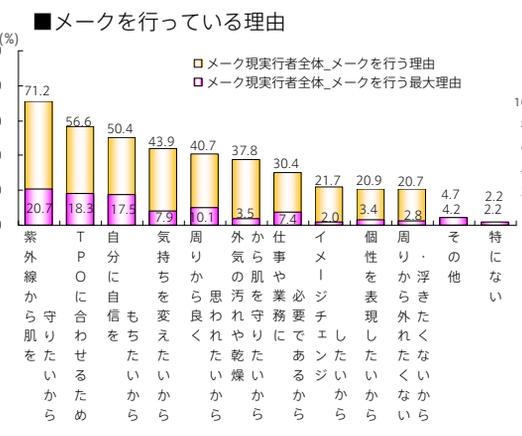
※メークアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メークを行う環境、メークを行う頻度、メーク好意度、メークアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、クラスター7全体(60人)、メークを行っている理由、目指すメークイメージ、メークアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メークを行っているクラスター7(44人)

参考 全体の特徴

参考 ふだんの生活でメークを行ったことがある人全体の 特徴



※非重視：ほとんど重視していない + 重視していない



※メークアップ化粧品・スキンケア化粧品への重視度グラフ中の「非重視」は「ほとんど重視していない」と「重視していない」人を合わせた割合。
 ※年代、職業、メークを行う環境、メークを行う頻度、メーク好意度、メークアップ化粧品への重視度、スキンケアを行う頻度、スキンケア化粧品への重視度の各グラフ基数は、全体(1339人)、メークを行っている理由、目指すメークイメージ、メークアップ化粧品使用状況・購入経路・1ヶ月投資平均金額の各グラフ基数は現在メークを行っているメーク現実者(1276人)。

補足
 ※本調査での購入経路区分
 「対面店販」：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」：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」：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 カタログでの通信販売

参考 因子分析詳細データ

1頁のステップ1で行った因子分析の詳細データ。

化粧やおしゃれに関する行動・考え方に関する質問の64項目の回答結果をもとに因子分析（多くの質問項目への回答傾向を絞り、より少ない数の因子（質問項目からの合成変数）で特徴を表現する分析）を行い、6つの因子を抽出した。

■化粧（主にメーク）やおしゃれに関する因子

色付け基準

- (0.5以上の数値)
- (0.3以上0.5未満の数値)
- (-0.3以下の数値)

化粧やおしゃれに関する行動・考え方に関する64項目

	因子1 メーク・ おしゃれに 積極的	因子2 メーク効果 に期待	因子3 素肌ケア 重視	因子4 ノーメーク に抵抗感	因子5 いつだって 同じメーク	因子6 いつもメー クするのが 当たり前
メークアップ化粧品の情報をふだんからよく集めている方	0.81	0.17	0.14	0.08	-0.10	0.06
新しいメークアップ化粧品のよく試している	0.80	0.14	0.12	0.04	-0.07	0.09
メークアップ化粧品ブランドの違いがわかる方	0.78	0.12	0.15	-0.01	-0.01	0.10
流行のメーク方法にとても関心がある方	0.77	0.23	0.07	0.07	-0.08	0.04
友人からメークに関する質問をよく受ける方	0.75	0.14	0.07	-0.04	-0.06	0.11
持っているメークアップ化粧品の個数が多い方	0.69	0.14	0.04	0.03	-0.04	0.14
ファッション雑誌をよく読む方	0.67	0.12	0.08	0.02	-0.05	0.02
服やアクセサリーにお金をかけている方	0.63	0.15	0.13	-0.05	0.01	0.05
会う人によってメークを変えている方	0.62	0.20	0.07	-0.01	-0.05	-0.11
メークアップ化粧品は高級なブランドが好きの方	0.62	0.07	0.14	-0.03	0.17	0.18
華やかでセクシーなメークが好き	0.62	0.28	-0.09	0.05	-0.08	-0.07
アフター5やプライベートの時はメークを急入りすることが多い	0.60	0.30	0.08	0.06	-0.07	0.01
メークアップ化粧品になるべくお金をかけたい	0.60	0.06	0.20	0.00	0.06	0.18
光る・輝くタイプのリップメークをすることが多い	0.60	0.20	-0.05	0.03	0.00	0.02
メークをすることが好き	0.58	0.48	0.16	0.02	-0.20	0.20
メークには自分なりのこだわりを持っている	0.55	0.41	0.15	-0.05	-0.03	0.07
自分のメークではアイメークを重視している	0.52	0.39	0.05	0.13	-0.12	-0.02
メークアップ化粧品はいつも違うブランドのものを選ぶ方	0.51	0.10	0.09	0.09	0.02	-0.04
化粧ポーチをいつも必ず持ち歩いている	0.49	0.18	0.12	0.10	0.11	0.11
自分のメークがうまくできたかいつも気になる	0.44	0.33	0.06	0.23	0.07	-0.12
スキンケア化粧品の規定の量（使用説明書に書いてある量）よりもたっぷり使っている	0.42	0.15	0.25	0.04	0.05	0.06
自分のメークではリップメークを重視している	0.36	0.18	0.13	-0.17	0.22	0.07
クールで知的なメークが好き	0.33	0.22	0.10	-0.08	0.14	-0.07
自分のメークでは眉を重視している	0.29	0.18	0.13	0.10	0.15	0.11
メークは自分に自信を与えてくれるものだと思う	0.23	0.83	0.07	0.12	0.01	0.03
メークは自分を元気にしてくれるものだと思う	0.29	0.79	0.11	-0.03	0.02	0.15
メークは自分の気持ちを変えてくれるものだと思う	0.24	0.79	0.11	-0.01	0.00	0.03
メークは自分の肌や顔のつくりをより美しく見せるものだと思う	0.20	0.68	0.22	0.00	0.07	-0.14
メークは自分の個性を表現するものだと思う	0.34	0.68	0.11	-0.08	0.03	0.09
メークをすると周りの印象が良くなると思う	0.20	0.68	0.12	0.15	0.10	-0.01
素顔のままよりメークをした顔のほうがキレイだと思う	0.12	0.61	0.15	0.24	0.06	0.03
メークをした自分の顔が好き	0.40	0.58	0.16	0.00	-0.10	0.14
メークは自分にとって欠かせないことだと思う	0.37	0.52	0.15	0.30	0.09	0.31
人に会う時、メークをしていることは礼儀のひとつであると思う	0.12	0.52	0.27	0.18	0.18	0.08
周りから良く見られたいと思ってメークをしている	0.33	0.51	0.08	0.34	0.12	0.03
メークは自分の肌や顔のつくりの気になるところを隠すものだと思う	0.09	0.48	0.08	0.19	0.27	-0.07
メークは外気の汚れや乾燥から肌を守ってくれるものだと思う	0.08	0.41	0.33	-0.08	0.23	0.19
TPOに合わせてメークは変えるものだと思う	0.24	0.41	0.26	-0.09	-0.03	-0.17
年齢を重ねても、メークで若い（加齢）を隠すことができると思う	0.08	0.41	0.08	0.07	0.21	0.10
若々しくさわやかなメークが好き	0.17	0.39	0.19	-0.11	0.22	-0.06
自分のメークではベースメーク（ファンデーションなど）を重視している	0.30	0.34	0.34	0.10	0.17	0.00
メーク前のスキンケアは絶対欠かせない	0.22	0.27	0.68	0.14	-0.09	0.15
メーク後のスキンケアは絶対欠かせない	0.24	0.23	0.60	0.08	-0.09	0.06
スキンケア化粧品になるべくお金をかけたい	0.42	0.13	0.45	-0.02	0.04	0.09
メークアップ化粧品は安全な成分のものを選ぶ方	0.11	0.18	0.42	-0.14	0.24	-0.01
メークアップ化粧品は肌へのノリの良さや落ちにくさで選ぶ方	0.32	0.29	0.41	0.02	0.13	-0.08
メークアップ化粧品は色や質感で選ぶ方	0.34	0.32	0.40	-0.04	0.05	-0.11
ふだんの生活でのメークは薄化粧の方	-0.20	0.09	0.30	-0.20	0.28	-0.22
メークアップは人前では絶対にしてはいけないものだと思う	-0.07	0.13	0.23	-0.12	0.18	-0.06
ノーメークでいると人の目が気になる	0.18	0.42	0.04	0.67	0.20	0.10
ノーメークでいると周りから浮いている気がする	0.22	0.34	0.05	0.64	0.22	0.02
ノーメークの自分の顔が好き	0.13	-0.01	0.09	-0.49	0.02	-0.12
仕事やプライベートなど、どのような状況でもいつも同じメークをしている	-0.07	0.09	0.03	0.09	0.46	0.08
昔から変わらずいつも同じメークをしている	-0.22	0.04	-0.03	0.14	0.45	-0.05
年相応で無難なメークが好き	-0.25	0.03	0.07	0.01	0.41	-0.08
上品で清楚なメークが好き	0.16	0.30	0.27	-0.17	0.32	-0.11
仕事や業務に必要であるからメークをしている	0.24	0.08	-0.01	0.06	0.29	-0.02
メークアップ化粧品はすべて同じブランドのものを選ぶ方	0.18	0.05	0.12	-0.03	0.21	0.01
メークをすると肌が悪い影響があるような気がする	0.08	0.10	-0.04	0.03	0.18	-0.50
家の中でもいつもメークをしている	0.22	0.10	0.13	0.06	0.23	0.49
自分の「本当の顔」はノーメークの顔であると思う	-0.07	0.02	0.18	-0.21	0.05	-0.43
外に出かける時はいつもメークをしている	0.20	0.33	0.26	0.25	0.24	0.42
メークをすることは面倒だと思う	-0.30	-0.19	-0.14	0.10	0.29	-0.41
自分の「本当の顔」はメークをした後の顔であると思う	0.37	0.27	-0.10	0.16	0.15	0.41

寄与率17.14%

寄与率12.77%

寄与率4.50%

寄与率3.10%

寄与率3.04%

寄与率2.89%

※主因子法による因子抽出。表内数値は負荷量。（累積寄与率43.4%）