

# 女性が求める洗顔料・化粧水・乳液の価値

## 「スキンケア化粧品詳細調査」より

女性はスキンケア化粧品に対してどのような価値を求めており、それらの価値は実際の化粧品の使用にどのように影響しているのでしょうか？

- ◆ 女性は洗顔料・化粧水・乳液に対して、「肌質に合う」「汚れをとる」「潤いを与える」といった基本的な要素、「安全性が高い」「品質が良い」といった品質要素、「キメを整える」「美白効果」「脂っぽさを解消」といった効果要素の価値を求めている。
- ◆ 女性が洗顔料・化粧水・乳液に求める価値を実際に実感しているかどうか、次回の使用意向に影響している。

化粧品に求める価値に対し、十分に実感している人が次回も同じ化粧品を使いたい意向をもっていている。次回は同じ化粧品を使いたくない人は、洗顔料・化粧水・乳液に「あれば魅力的」と思う価値を求めているが、十分な実感を得ていない。

### 【実施概要】

調査名：スキンケア化粧品詳細調査

調査時期：2009年8月28日～30日 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

スキンケアを現在行っている15～64歳の女性1557人※中学生を除く

(15～19歳：100人、20～24歳：141人、25～29歳：162人、30～34歳：202人、35～39歳：177人、

40～44歳：151人、45～49歳：136人、50～54歳：151人、55～59歳：181人、60～64歳：156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11月25日

ポーラ文化研究所  
POLA RESEARCH INSTITUTE OF  
BEAUTY & CULTURE

担当：川上・鈴木

|                         |    |                         |    |
|-------------------------|----|-------------------------|----|
| 調査概要                    | 1  | ii.化粧水                  |    |
| I 調査結果サマリー              | 3  | 1 現在使っている化粧水の購入理由       | 19 |
| 1 洗顔料に求める価値_ニーズ・魅力・実感   | 4  | 2 現在使っている化粧水の感想         | 21 |
| 2 化粧水に求める価値_ニーズ・魅力・実感   | 6  | 3 次回の化粧水使用意向            | 22 |
| 3 乳液に求める価値_ニーズ・魅力・実感    | 8  | 4 化粧水に求める価値_ニーズ・魅力・実感   | 24 |
| II 調査結果                 | 10 | 参考 現在使っている化粧水の使用頻度・購入状況 | 25 |
| i.洗顔料                   |    | iii.乳液                  |    |
| 1 現在使っている洗顔料の購入理由       | 11 | 1 現在使っている乳液の購入理由        | 27 |
| 2 現在使っている洗顔料の感想         | 13 | 2 現在使っている乳液の感想          | 29 |
| 3 次回の洗顔料使用意向            | 14 | 3 次回の乳液使用意向             | 30 |
| 4 洗顔料に求める価値_ニーズ・魅力・実感   | 16 | 4 乳液に求める価値_ニーズ・魅力・実感    | 32 |
| 参考 現在使っている洗顔料の使用頻度・購入状況 | 17 | 参考 現在使っている乳液の使用頻度・購入状況  | 33 |

## 調査概要\_実施概要

### 【実施概要】

調査名：スキンケア化粧品詳細調査

調査時期：2009年8月28日（金）～8月30日（日）

なお、本報告の「現在使っている洗顔料」「現在使っている化粧水」「現在使っている乳液」は、現在主に使っているものを指す

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）に居住するスキンケアを現在行っている15～64歳の女性1557人  
※中学生を除く

サンプル割付：15～19歳：100人、20～24歳：141人、25～29歳：162人、30～34歳：202人、35～39歳：177人、40～44歳：151人、45～49歳：136人、50～54歳：151人、55～59歳：181人、60～64歳：156人

※総務省統計局「平成17年度国勢調査」から首都圏における女性の年代別人口構成比、ポーラ文化研究所実施の「女性の化粧行動・意識に関する実態調査～スキンケア篇2008～」「女性の化粧行動・意識に関する実態調査～スキンケア・メイク篇2009～」のスキンケア現実行者の出現率にもとづいて年代5歳刻みでサンプル数を割付（下表参照）

|        | 首都圏における<br>女性の年代別<br>人口構成比 | スキンケアを<br>現在行っている<br>女性の出現率 | 本調査のサンプル割付<br>※各年代が100サンプ<br>ル以上になるように<br>設定 |
|--------|----------------------------|-----------------------------|--|
| 15～19歳 | 6.9% (801,584人)            | 86.0%                       | 100人   |
| 20～24歳 | 9.0% (1,046,791人)          | 93.0%                       | 141人   |
| 25～29歳 | 10.4% (1,201,655人)         | 92.7%                       | 162人   |
| 30～34歳 | 12.5% (1,449,565人)         | 96.0%                       | 202人   |
| 35～39歳 | 11.3% (1,312,486人)         | 93.2%                       | 177人   |
| 40～44歳 | 9.7% (1,128,300人)          | 92.5%                       | 151人   |
| 45～49歳 | 8.5% (988,366人)            | 95.2%                       | 136人   |
| 50～54歳 | 9.5% (1,107,461人)          | 94.2%                       | 151人   |
| 55～59歳 | 11.8% (1,366,619人)         | 91.5%                       | 181人   |
| 60～64歳 | 10.3% (1,196,724人)         | 89.9%                       | 156人   |
| 計      | 100.0% (11,599,551人)       | 92.6%                       | 1557人  |

※「スキンケアを現在行っている女性の出現率」計の92.6%は、5歳刻みの年代を首都圏における女性の年代別人口構成比にあわせて算出

# 調査概要\_対象者プロフィール

## 【対象者プロフィール】

### ■年齢

|        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 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 |
| 6.4    | 9.1    | 10.4   | 13.0   | 11.4   | 9.7    | 8.7    | 9.7    | 11.6   | 10.0   |

(%)

### ■居住地

|      |      |      |      |
|------|------|------|------|
| 埼玉県  | 千葉県  | 東京都  | 神奈川県 |
| 17.9 | 15.7 | 38.3 | 28.1 |

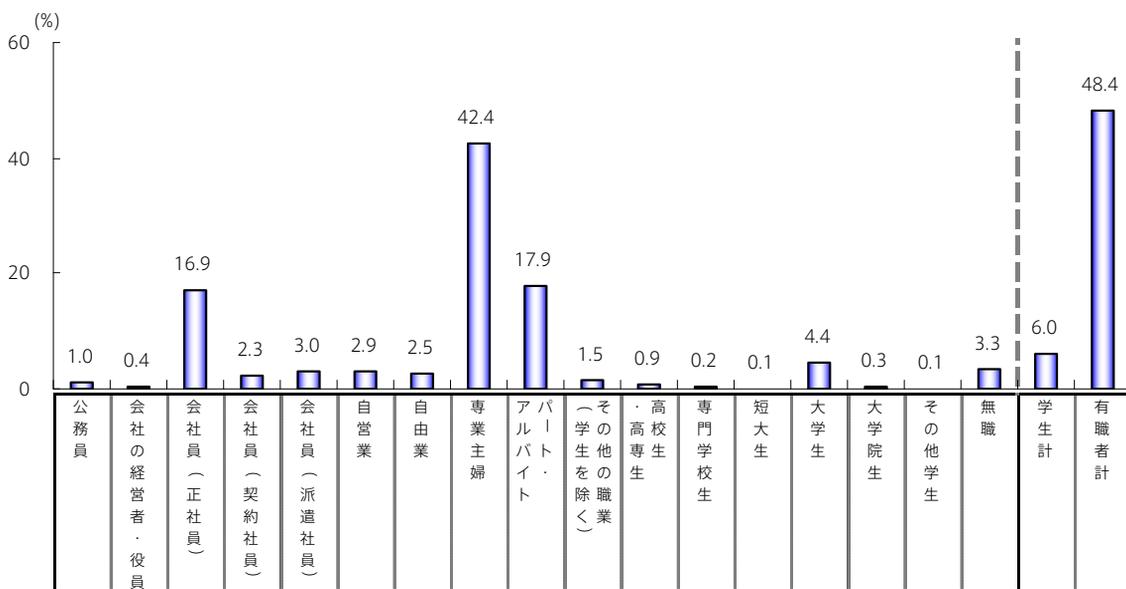
(%)

### ■未既婚・職業

|                |             |              |             |            |
|----------------|-------------|--------------|-------------|------------|
| 未婚者計 29.4%     |             | 既婚者計 70.6%   |             |            |
| 専学・専門学生<br>8.9 | 有職者<br>20.2 | 専業主婦<br>37.5 | 有職者<br>26.7 | その他<br>1.4 |
| 高校生<br>2.3     | その他<br>2.9  |              |             |            |

(%)

### ■職業



### ■スキンケア実行頻度

|               |                 |                 |
|---------------|-----------------|-----------------|
| 毎日スキンケアを行っている | ほぼ毎日スキンケアを行っている | ときどきスキンケアを行っている |
| 75.3          | 17.7            | 7.0             |

(%)

### ■スキンケア化粧品1ヶ月平均投資金額

|                  |                |                             |              |                             |              |                  |              |              |              |             |             |     |     |      |
|------------------|----------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----|-----|------|
| 7500円以上<br>14.7% |                | 4000円以上<br>7500円未満<br>17.0% |              | 2000円以上<br>4000円未満<br>22.2% |              | 2000円未満<br>38.3% |              |              |              | わからない       | 自分では購入していない | 中央値 |     |      |
| 15000円以上         | 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      | 7.1 | 7.2 | 2750 |
| 3.7              | 5.5            | 5.5                         | 9.2          | 7.8                         | 8.0          | 8.1              | 6.2          | 8.4          | 10.7         | 12.0        | 7.1         | 7.2 |     |      |

(%) (円)

【基数：対象者全員 1557人】

## I 調査結果サマリー



# 1 洗顔料に求める価値\_ニーズ・魅力・実感②

◆ 現在使っている洗顔料について、次回も使いたいかどうかをたずねたところ、「次回も現在と同じ洗顔料を使いたい」人は9割。

・実際に使用してよかったと思う人ほど次回も使いたいとする人が多いが、どちらでもない人でも7割が次回も使いたいと回答。あまりよくなかった+まったくよくなかった人では、8割が次回は使いたくないという意向を示す。

■ 次回の洗顔料使用意向【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

|           |                      | (n)    | 次回も現在と同じ洗顔料を使いたい | 次回は現在と同じ洗顔料は使いたくない |
|-----------|----------------------|--------|------------------|--------------------|
| 洗顔料使用者    |                      | (1456) | 90               | 10                 |
| 洗顔料使用後の感想 | とてもよかった              | (404)  | 98               | 2                  |
|           | ややよかった               | (801)  | 95               | 5                  |
|           | どちらでもない              | (213)  | 70               | 31                 |
|           | あまりよくなかった+まったくよくなかった | (38)   | 21               | 79                 |

(%)

◆ 次回も現在と同じ洗顔料を使いたい人、使いたくない人別に洗顔料に対して「最低限必要」「あれば魅力的」と思う事がらをみると、使いたくない人の方が「潤いを与える」「美白・ホワイトニング効果がある」といった効果要素を求めている人がやや多い。

・次回は同じ洗顔料を使いたくない人は、使いたいとする人より、ほぼすべての項目において実感が少なく、**実感スコアの大きさの違いが使用意向に影響している**と考えられる。

■ 次回使用意向別にみる現在使っている洗顔料の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事がら

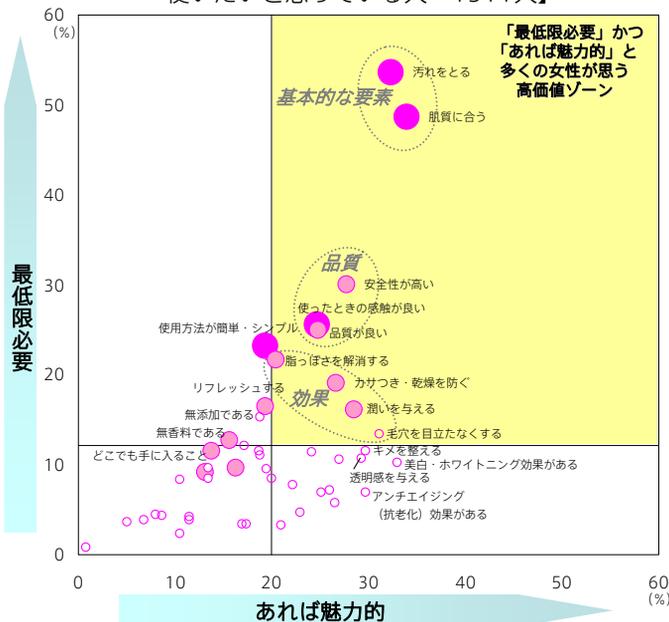
次回も現在と同じ洗顔料を使いたい人 1311人

|               |      |
|---------------|------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 563% |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 911% |
| 「実感」スコア合計     | 463% |

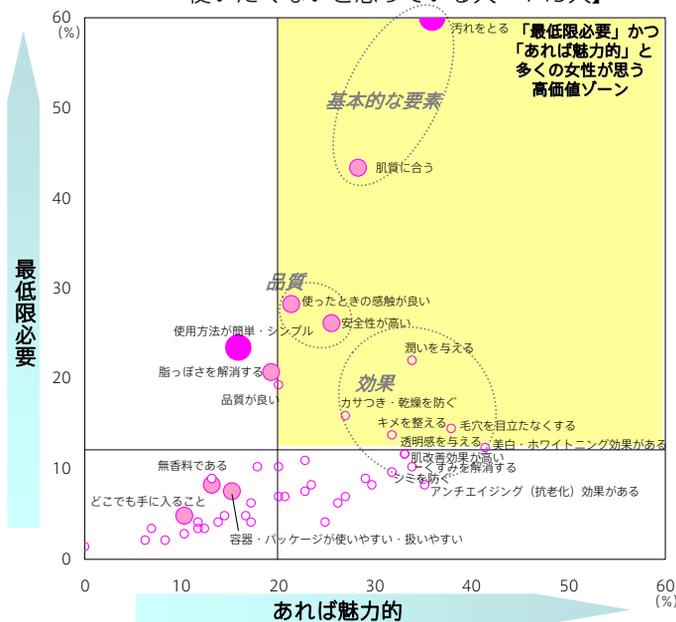
次回は現在と同じ洗顔料を使いたくない人 145人

|               |      |
|---------------|------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 524% |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 988% |
| 「実感」スコア合計     | 284% |

【基数：次回も現在と同じ洗顔料を使いたいと思っている人 1311人】



【基数：次回は現在と同じ洗顔料は使いたくないと思っている人 145人】



※ 次回使用意向別にみる現在使っている洗顔料の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事がらの詳細スコアは16頁参照



## 2 化粧水に求める価値\_ニーズ・魅力・実感②

◆ 現在使っている化粧水について、次回も使いたいかどうかをたずねたところ、「次回も現在と同じ化粧水を使いたい」人は9割。

・実際に使用してよかったと思う人ほど次回も使いたいとする人が多いが、どちらでもない人でも7割が次回も使いたいと回答。あまりよくなかった+まったくよくなかった人では、8割が次回は使いたくないという意向を示す。

■ 次回の化粧水使用意向【基数：現在化粧水を使っている人 1487人】

|           |                      | (n)    | 次回も現在と同じ化粧水を使いたい | 次回は現在と同じ化粧水は使いたくない |
|-----------|----------------------|--------|------------------|--------------------|
| 化粧水使用者    |                      | (1487) | 92               | 8                  |
| 化粧水使用後の感想 | とてもよかった              | (440)  | 99               | 1                  |
|           | ややよかった               | (836)  | 95               | 5                  |
|           | どちらでもない              | (170)  | 74               | 27                 |
|           | あまりよくなかった+まったくよくなかった | (41)   | 17               | 83                 |

(%)

◆ 次回は現在と同じ化粧水を使いたくない人では「美白・ホワイトニング効果がある」「キメをととのえる」といった効果要素について「あれば魅力的」と思っている人が多い。各事からの「あれば魅力的」スコア合計も高くなっている。

・次回も現在と同じ化粧水を使いたくない人は、使いたいとする人よりほぼすべての事からにおいて実感が少ない。多くの効果要素について「あれば魅力的」とするにもかかわらず、そこで実感を得られていないことが次回の使用意向につながっていない一因と考えられる。

■ 次回使用意向別にみる現在使っている化粧水の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事から

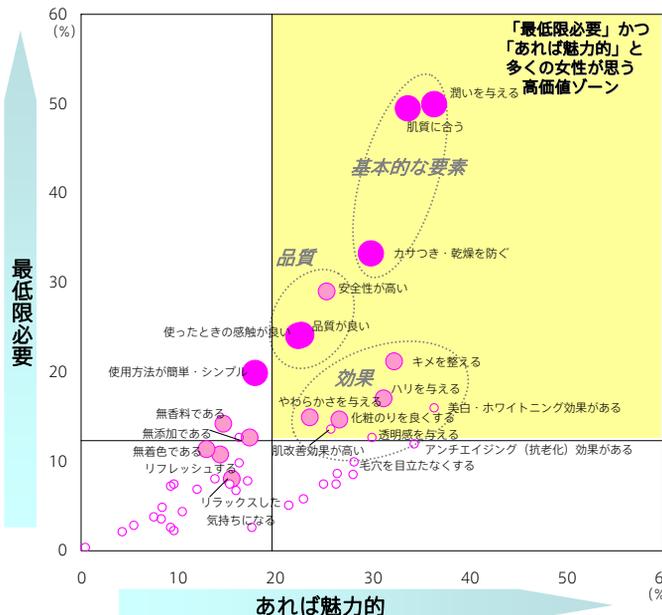
次回も現在と同じ化粧水を使いたい人 1365人

|               |      |
|---------------|------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 565% |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 887% |
| 「実感」スコア合計     | 491% |

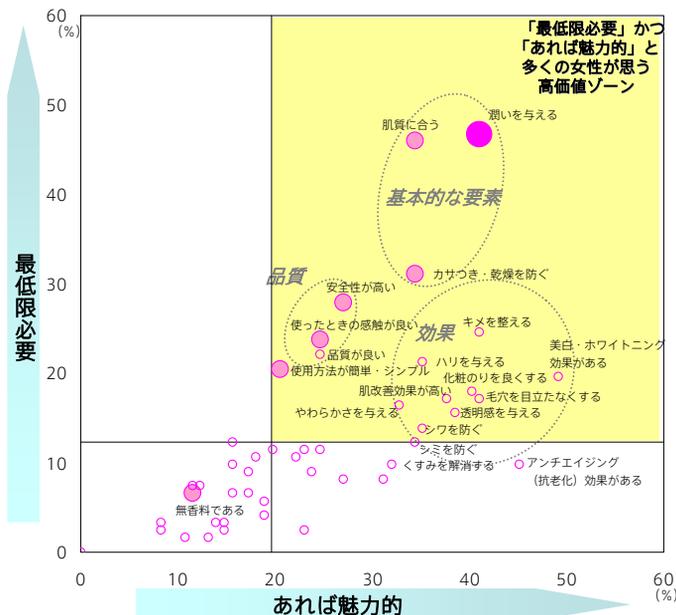
次回は現在と同じ化粧水を使いたくない人 122人

|               |       |
|---------------|-------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 591%  |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 1119% |
| 「実感」スコア合計     | 305%  |

【基数：次回も現在と同じ化粧水を使いたいと思っている人 1365人】



【基数：次回は現在と同じ化粧水は使いたくないと思っている人 122人】



※次回使用意向別にみる現在使っている洗顔料の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事からの詳細スコアは24頁参照



### 3 乳液に求める価値\_ニーズ・魅力・実感②

◆ 現在使っている乳液について、次回も使いたいかどうかをたずねたところ、「次回も現在と同じ乳液を使いたい」人は9割。

・実際に使用してよかったと思う人ほど次回も使いたいとする人が多いが、どちらでもない人でも7割が次回も使いたいと回答。あまりよくなかった+まったくよくなかった人では、8割弱が次回は使いたくないという意向を示す。

■ 次回の乳液使用意向【基数：現在乳液を使っている人 977人】

|          |                      | (n)   | 次回も現在と同じ乳液を使いたい | 次回は現在と同じ乳液は使いたくない |
|----------|----------------------|-------|-----------------|-------------------|
| 乳液使用者    |                      | (977) | 88              | 12                |
| 乳液使用後の感想 | とてもよかった              | (217) | 100             | 0                 |
|          | ややよかった               | (553) | 93              | 7                 |
|          | どちらでもない              | (157) | 76              | 24                |
|          | あまりよくなかった+まったくよくなかった | (50)  | 24              | 76                |

(%)

◆ 次回も現在と同じ乳液を使いたくない人では「美白・ホワイトニング効果がある」「アンチエイジング効果がある」といった効果要素について「あれば魅力的」と思っている人が多い。各事からの「あれば魅力的」スコア合計も高くなっている。

・次回も現在と同じ乳液を使いたくない人は、使いたいとする人よりほぼすべての事において実感が少ない。多くの効果要素について「あれば魅力的」とするにもかかわらず、そこで実感を得られていないことが次回の使用意向につながっていない一因と考えられる。

■ 次回使用意向別にみる現在使っている乳液の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事から

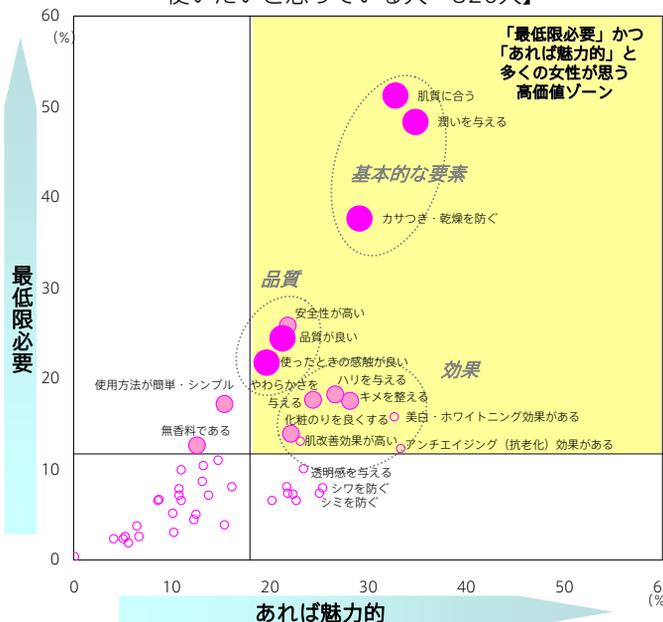
次回も現在と同じ乳液を使いたい人 862人

|               |      |
|---------------|------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 536% |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 786% |
| 「実感」スコア合計     | 445% |

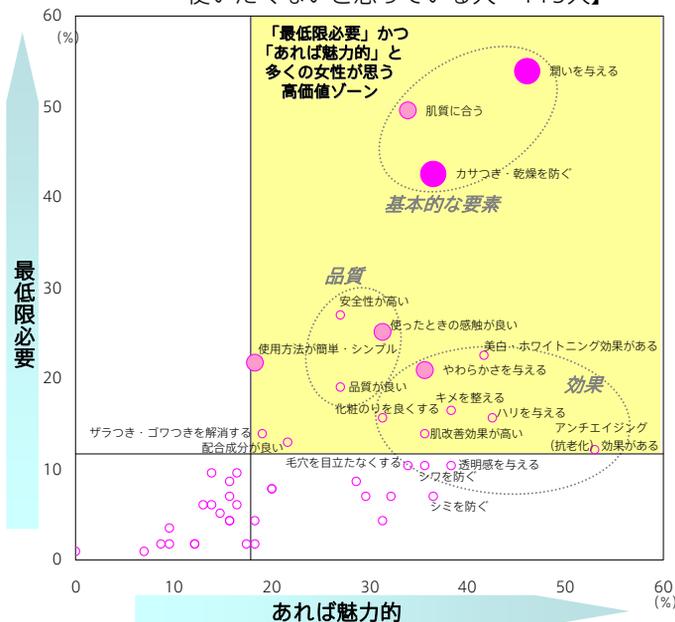
次回は現在と同じ乳液を使いたくない人 115人

|               |       |
|---------------|-------|
| 「最低限必要」スコア合計  | 551%  |
| 「あれば魅力的」スコア合計 | 1110% |
| 「実感」スコア合計     | 251%  |

【基数：次回も現在と同じ乳液を使いたいと思っている人 826人】



【基数：次回は現在と同じ乳液は使いたくないと思っている人 115人】



※ 次回使用意向別にみる現在使っている洗顔料の「最低限必要」と思う、「あれば魅力的」と思う、「実感している」事からの詳細スコアは32頁参照

## III 調查結果

i. 洗顏料

ii. 化粧水

iii. 乳液

# 1 現在使っている洗顔料の購入理由①（自由回答抜粋）

◆ 現在使っている洗顔料の購入理由（自由回答形式）をたずねたところ、価格の安さ、使いごちのよさや天然・無添加といった成分に関する意見があげられた。

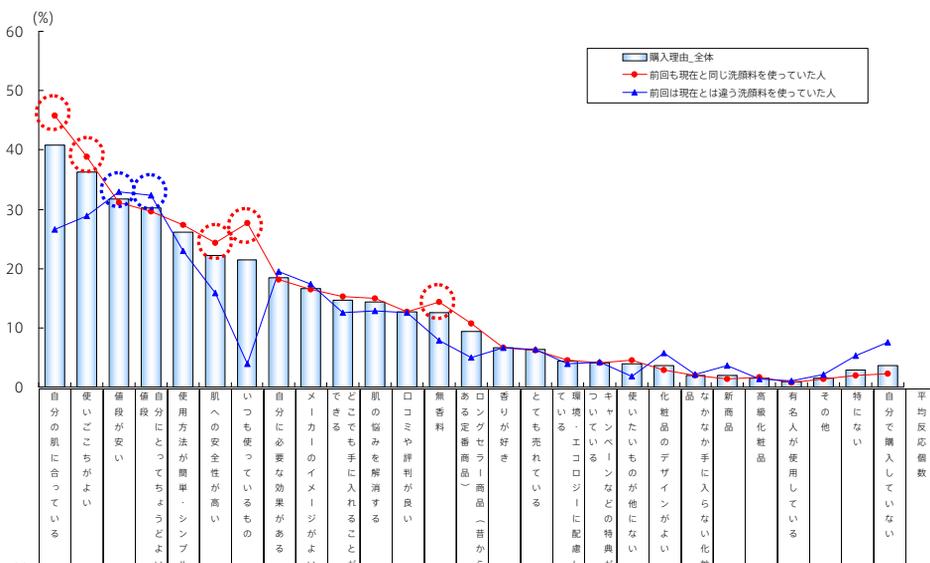
- ・ テレビのCMを見て、お風呂場で濡れた手でも良いと言っていたから（10代後半・大学生）
- ・ 肌が弱く、洗い上がりの「きしきし」した感じが苦手だったので、試供品をもらい「ふわふわ」した泡がつくれて洗い上がりしっとりだったから（10代後半・専業主婦）
- ・ 5年ほど前、ニキビに悩んでいる時に見かけ、値段も手ごろだったので買った。肌状態が改善され、トラブルもないのでずっと同じ物を使っている（10代後半・パート・アルバイト）
- ・ 価格がとても安く、シワやたるみが気になっていたときに「ハリを与える」と書いてあり、香りも自分好みだったから（20代後半・その他の職業（学生を除く））
- ・ 別のものを購入した際、サンプルがついており使用してみたら、とても気に入り注文した。スクラブ入りが好きなので（20代後半・無職）
- ・ 価格が手ごろで、自分に合わないパラベンが含まれておらず、香りや泡立ち、汚れ落ち、洗い上がりのしっとり感などもとてもよいから（30代前半・専業主婦）
- ・ スウェーデン王室御用達という触れ込みと、洗顔しながらホワイトニングパックも兼ねている機能が良い上に安かったから（30代前半・無職）
- ・ お肌のタイプにいくつか分かれていて、自分の肌に合うものがあったのでサンプルをもらって試したらよかったから（30代後半・専業主婦）
- ・ 化粧水成分が入っていると書いてあったので（30代後半・パート・アルバイト）
- ・ 無添加で、昔から愛用している。カサカサにならないために、しっとりの物にしているので（30代前半・専業主婦）
- ・ さっぱり系の洗顔料。肌が乾燥ぎみだったので、保湿効果もあり、季節的に美白効果のある商品を使ったかった。あと、口コミで評判が良かったので（40代前半・会社員）
- ・ メイクも落とせる洗顔料で、メラニンを除去してくれる機能があるから。また、ポンプから泡の状態出るので便利（40代前半・専業主婦）
- ・ 洗顔料とクレンジングがひとつで出来る事と、手ごろな値段だった（40代前半・専業主婦）
- ・ 泡でつつむように洗えるので肌に負担がかからないと思ったので（40代後半・専業主婦）
- ・ 泡立ちが良く、洗い心地が良い。天然成分なので、肌に優しいから（40代後半・会社員）
- ・ 年齢に合わせた基礎化粧品がいいかなと思ってサンプルを取り寄せて、使用後に継続購入している（40代後半・自由業）
- ・ さっぱりしていても、つっぱらなくて、しかも酵素の働きで毛穴の汚れまで落ちるというクチコミを読んで、興味を持った（50代前半・自営業）
- ・ ナチュラルという言葉と自然化粧品ということに魅力を感じて（50代前半・専業主婦）
- ・ アンチエイジング効果に期待できる商品なので（50代前半・会社員）
- ・ 初めは価格的なお得感から試しに購入し、さっぱりした使用感が自分も家族も気に入ったため、その後も購入を続けている（50代後半・専業主婦）
- ・ 肌に負担がかからなくて、ポンプ式で泡を立てる必要がないから（60代前半・専業主婦）

# 1 現在使っている洗顔料の購入理由② (選択式回答)

◆ 現在使っている洗顔料の購入理由 (選択式回答) のトップは「自分の肌に合っている」。以下「使いごちがよい」「値段が安い」「自分にとってちょうどよい値段」が続く。

- ・リピート状況別にみると、現在と同じ洗顔料を使っていた人は「自分の肌に合っている」「使いごちがよい」「いつも使っているもの」といった使用経験を通じて感じられている理由と、「肌への安全性が高い」「無香料」といった理由が全体より多い。一方、現在とは違う洗顔料を使っていた人は「値段が安い」「自分にとってちょうどよい値段」といった価格に関する理由が全体よりやや多い。

## ■ 現在使っている洗顔料の購入理由【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】



| 購入理由_全体             |      | (n)    | 40.8 | 36.3 | 31.7 | 30.3 | 26.2 | 22.2 | 21.4 | 18.5 | 16.7 | 14.6 | 14.4 | 12.7 | 12.6 | 9.3  | 6.7 | 6.3  | 4.4 | 4.1 | 3.9 | 3.6 | 2.0 | 2.0 | 1.5 | 0.9 | 1.5 | 2.9 | 3.7 | 3.69 |
|---------------------|------|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 理由                  | スコア  | 人数     | 40.8 | 36.3 | 31.7 | 30.3 | 26.2 | 22.2 | 21.4 | 18.5 | 16.7 | 14.6 | 14.4 | 12.7 | 12.6 | 9.3  | 6.7 | 6.3  | 4.4 | 4.1 | 3.9 | 3.6 | 2.0 | 2.0 | 1.5 | 0.9 | 1.5 | 2.9 | 3.7 | 3.69 |
| 自分の肌に合っている          | 40.8 | (1456) | 40.8 | 36.3 | 31.7 | 30.3 | 26.2 | 22.2 | 21.4 | 18.5 | 16.7 | 14.6 | 14.4 | 12.7 | 12.6 | 9.3  | 6.7 | 6.3  | 4.4 | 4.1 | 3.9 | 3.6 | 2.0 | 2.0 | 1.5 | 0.9 | 1.5 | 2.9 | 3.7 | 3.69 |
| 使いごちがよい             | 36.3 | (93)   | 28.0 | 31.2 | 29.0 | 21.5 | 16.1 | 21.5 | 23.7 | 20.4 | 17.2 | 10.8 | 17.2 | 10.8 | 15.1 | 12.9 | 9.7 | 10.8 | 2.2 | 3.2 | 3.2 | 5.4 | 2.2 | 3.2 | 1.1 | 2.2 | 1.1 | 6.5 | 7.5 | 3.71 |
| 値段が安い               | 31.7 | (136)  | 40.4 | 28.7 | 40.4 | 29.4 | 22.1 | 16.2 | 25.0 | 13.2 | 16.9 | 16.9 | 16.2 | 16.9 | 13.2 | 6.6  | 6.6 | 8.8  | 5.1 | 2.2 | 3.7 | 3.7 | 0.7 | 0.7 | 2.2 | 0.0 | 1.5 | 0.7 | 6.6 | 3.64 |
| 自分にとってちょうどよい        | 30.3 | (155)  | 43.9 | 34.8 | 29.0 | 26.5 | 25.2 | 20.0 | 18.1 | 20.6 | 14.2 | 14.2 | 20.0 | 19.4 | 7.1  | 9.0  | 9.7 | 7.1  | 5.8 | 3.2 | 5.2 | 3.2 | 1.9 | 1.3 | 0.6 | 1.3 | 0.6 | 3.9 | 2.6 | 3.66 |
| 使用方法が簡単・シンプル        | 26.2 | (188)  | 42.6 | 39.9 | 35.6 | 32.4 | 29.3 | 22.9 | 25.0 | 20.7 | 21.3 | 16.5 | 17.0 | 11.2 | 12.8 | 12.2 | 8.5 | 8.5  | 5.3 | 8.5 | 5.9 | 4.8 | 2.7 | 1.6 | 0.0 | 1.6 | 2.1 | 1.1 | 2.7 | 4.04 |
| 肌への安全性が高い           | 22.2 | (166)  | 44.0 | 36.7 | 31.9 | 34.9 | 28.9 | 24.1 | 21.1 | 14.5 | 16.9 | 15.1 | 13.9 | 15.7 | 14.5 | 8.4  | 6.6 | 7.2  | 4.8 | 2.4 | 5.4 | 3.0 | 2.4 | 2.4 | 1.8 | 0.6 | 1.8 | 1.8 | 2.4 | 3.75 |
| いつも使っているもの          | 21.4 | (147)  | 32.0 | 34.0 | 34.0 | 32.7 | 29.3 | 15.0 | 19.0 | 23.8 | 13.6 | 15.0 | 10.2 | 7.5  | 8.8  | 10.2 | 6.1 | 6.1  | 6.1 | 2.7 | 4.8 | 5.4 | 2.0 | 1.4 | 1.4 | 0.7 | 0.0 | 3.4 | 4.8 | 3.50 |
| 自分に必要な効果がある         | 18.5 | (131)  | 47.3 | 45.0 | 30.5 | 23.7 | 31.3 | 25.2 | 22.9 | 13.0 | 16.8 | 13.7 | 12.2 | 15.3 | 13.7 | 13.0 | 4.6 | 3.8  | 6.1 | 3.1 | 4.6 | 2.3 | 2.3 | 3.1 | 1.5 | 0.0 | 1.5 | 4.6 | 1.5 | 3.80 |
| メイカーのイメージがよい        | 16.7 | (138)  | 39.9 | 38.4 | 23.2 | 30.4 | 21.7 | 24.6 | 20.3 | 19.6 | 10.1 | 8.0  | 13.0 | 10.1 | 13.0 | 10.9 | 3.6 | 4.3  | 2.9 | 4.3 | 0.7 | 2.2 | 0.7 | 3.6 | 1.4 | 1.4 | 0.7 | 3.6 | 1.4 | 3.26 |
| どこでも手に入れることができる     | 14.6 | (165)  | 41.8 | 36.4 | 35.2 | 32.7 | 26.1 | 18.2 | 21.2 | 17.6 | 15.8 | 17.0 | 7.9  | 9.1  | 13.3 | 4.8  | 5.5 | 2.4  | 0.6 | 6.7 | 2.4 | 3.0 | 1.2 | 2.4 | 1.8 | 0.6 | 2.4 | 3.0 | 3.0 | 3.47 |
| 肌の悩みを解消する           | 14.4 | (137)  | 43.1 | 35.8 | 24.8 | 33.6 | 27.0 | 35.0 | 18.2 | 21.2 | 23.4 | 16.8 | 16.8 | 10.9 | 16.1 | 5.8  | 5.8 | 4.4  | 4.4 | 2.9 | 2.2 | 2.9 | 3.6 | 0.7 | 3.6 | 0.7 | 2.9 | 2.2 | 6.6 | 3.98 |
| 口コミや評判がよい           | 12.7 | (1076) | 45.8 | 38.9 | 31.2 | 29.6 | 27.3 | 24.4 | 27.6 | 18.1 | 16.4 | 15.3 | 14.9 | 12.7 | 14.3 | 10.8 | 6.7 | 6.2  | 4.6 | 4.1 | 4.6 | 2.8 | 2.0 | 1.4 | 1.6 | 0.8 | 1.3 | 2.0 | 2.3 | 3.80 |
| 無香料                 | 12.6 | (380)  | 26.6 | 28.9 | 32.9 | 32.4 | 22.9 | 15.8 | 3.9  | 19.5 | 17.4 | 12.6 | 12.9 | 12.6 | 7.9  | 5.0  | 6.6 | 6.3  | 3.9 | 4.2 | 1.8 | 5.8 | 2.1 | 3.7 | 1.3 | 1.1 | 2.1 | 5.3 | 7.6 | 3.33 |
| ロングセラー商品(昔からある定番商品) | 9.3  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 香りが好き               | 6.7  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| とても売れている            | 6.3  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 環境にエコロジーに配慮している     | 4.4  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| キャンペーンなどの特典が        | 4.1  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 使いたいものが他にない         | 3.9  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 化粧品のデザインがよい         | 3.6  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| なかなか手に入らない化粧        | 2.0  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 新商品                 | 2.0  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 高級化粧品               | 1.5  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 有名人が使用している          | 0.9  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| その他                 | 1.5  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 特にない                | 2.9  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 自分で購入していない          | 3.7  |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |
| 平均反応係数              | 3.69 |        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |

※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

## 2 現在使っている洗顔料の感想

◆ 現在使っている洗顔料の感想をたずねると、全体の8割以上が「よかった（とても+やや良かった）」と感じている。

■ 現在使っている洗顔料の感想【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

|     |        | (n)    | とてもよかった | ややよかった | どちらでもない | あまりよくなかった | まったくよくなかった | とても+ややよかった | あまり+まったくよくなかった |
|-----|--------|--------|---------|--------|---------|-----------|------------|------------|----------------|
| 全体  |        | (1456) | 27.7    | 55.0   | 14.6    | 2.7       | 0.0        | 82.8       | 2.6            |
| 年代別 | 15～19歳 | (93)   | 18.3    | 57.0   | 17.2    | 5.4       | 2.2        | 75.3       | 7.5            |
|     | 20～24歳 | (136)  | 31.6    | 54.4   | 11.8    | 2.0       | 0.0        | 86.0       | 2.2            |
|     | 25～29歳 | (155)  | 23.9    | 56.1   | 16.8    | 2.0       | 0.0        | 80.0       | 3.2            |
|     | 30～34歳 | (188)  | 31.4    | 50.5   | 16.5    | 0.6       | 0.0        | 81.9       | 1.6            |
|     | 35～39歳 | (166)  | 30.1    | 50.0   | 15.7    | 3.6       | 0.0        | 80.1       | 4.2            |
|     | 40～44歳 | (147)  | 27.2    | 48.3   | 19.0    | 4.8       | 0.7        | 75.5       | 5.4            |
|     | 45～49歳 | (131)  | 29.8    | 54.2   | 14.5    | 0.5       | 0.0        | 84.0       | 1.5            |
|     | 50～54歳 | (138)  | 29.7    | 57.2   | 10.9    | 2.0       | 0.0        | 87.0       | 2.2            |
|     | 55～59歳 | (165)  | 21.8    | 63.6   | 14.5    | 0.0       | 0.0        | 85.5       | 0.0            |
|     | 60～64歳 | (137)  | 30.7    | 60.6   | 8.8     | 0.0       | 0.0        | 91.2       | 0.0            |

(%)

### 3 ① 次回の洗顔料使用意向

◆ 90%の人が現在使っている洗顔料を次回も使いたいというリピート意向を持つ。

- 年代別にみると、10代後半ではリピート意向は約8割と他の年代より少ないものの、20代以上では約9割がリピート意向を持っている。
- リピート状況別では、前回は現在と同じ洗顔料を使っていた人の96%がリピート意向を持っているが、前回は現在と違う洗顔料を使っていた人の29%が次回は現在と同じ洗顔料は使いたくないという非リピート意向を持つ。

■ 次回の洗顔料使用意向【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

|                       |                    | (n)    | 次回は現在と同じ<br>洗顔料を使いたい | 次回は現在と同じ<br>洗顔料は使いたくない |
|-----------------------|--------------------|--------|----------------------|------------------------|
| 全体                    |                    | (1456) | 90.0                 | 10.0                   |
| 年代別                   | 15～19歳             | (93)   | 81.7                 | 18.3                   |
|                       | 20～24歳             | (136)  | 91.2                 | 8.8                    |
|                       | 25～29歳             | (155)  | 91.0                 | 9.0                    |
|                       | 30～34歳             | (188)  | 91.5                 | 8.5                    |
|                       | 35～39歳             | (166)  | 88.0                 | 12.0                   |
|                       | 40～44歳             | (147)  | 87.8                 | 12.2                   |
|                       | 45～49歳             | (131)  | 93.1                 | 6.9                    |
|                       | 50～54歳             | (138)  | 91.3                 | 8.7                    |
|                       | 55～59歳             | (165)  | 89.1                 | 10.9                   |
|                       | 60～64歳             | (137)  | 93.4                 | 6.6                    |
| ト<br>リ<br>状<br>比<br>況 | 前回は現在と同じ洗顔料を使っていた人 | (1076) | 96.8                 | 3.2                    |
|                       | 前回は現在と違う洗顔料を使っていた人 | (380)  | 70.8                 | 29.2                   |

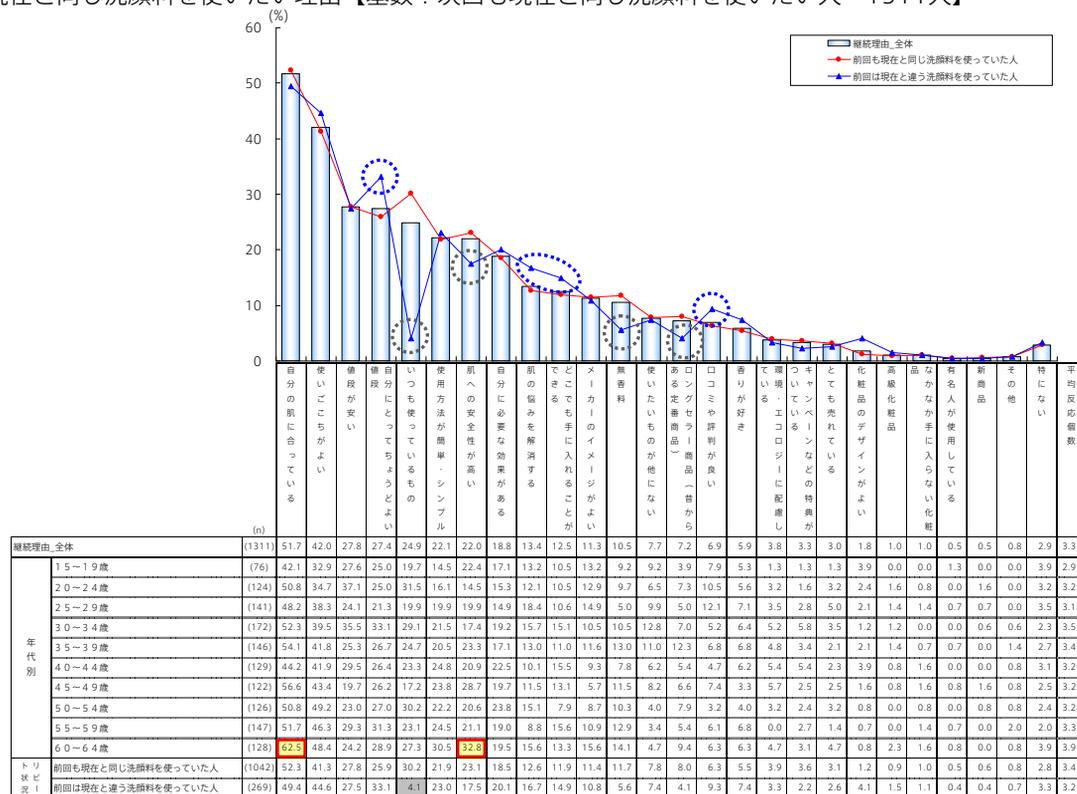
(%)

### 3 次回の洗顔料使用意向② (使用意向理由)

◆ 次回も現在使っている洗顔料を使いたい理由をたずねたところ、「自分の肌に合っている」52%、「使いごちがよい」42%が突出して多い状況。

- ・年代別にみると、60代前半では「自分の肌に合っている」「肌への安全性が高い」のスコアが他年代より高い。
- ・リピート状況別にみると、前は現在と違う洗顔料を使っていた人は、同じ洗顔料を使っていた人より「自分にとってちょうどよい値段」「肌の悩みを解消する」「どこでも手に入れることができる」「口コミや評判が良い」といった理由が多く、「いつも使っているもの」「肌への安全性が高い」「無香料」といった理由は少ない。

■ 次回も現在と同じ洗顔料を使いたい理由【基数：次回も現在と同じ洗顔料を使いたい人 1311人】

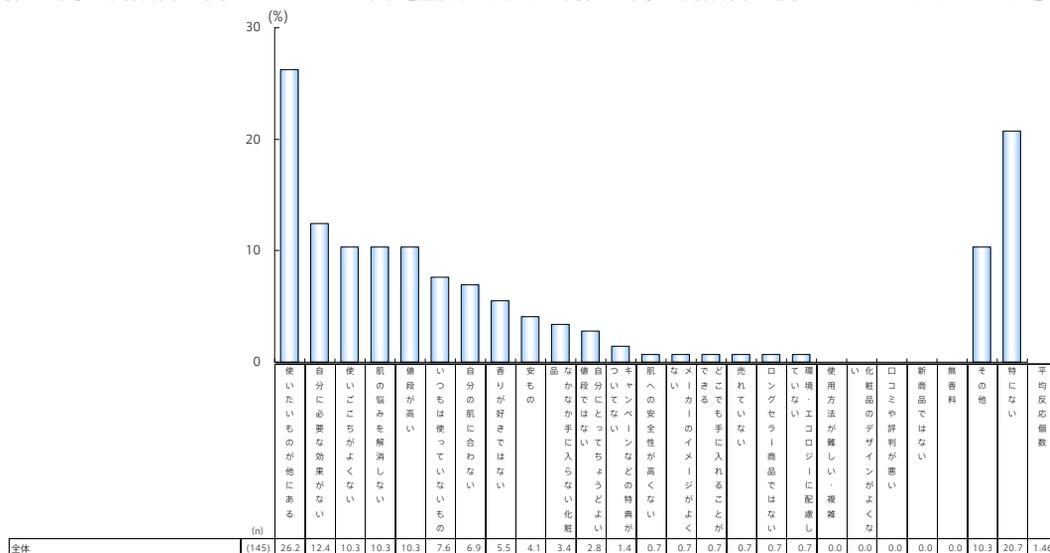


※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ

◆ 次回は現在と同じ洗顔料は使いたくない理由のトップは「使いたいものが他にある」。

- ・2位には「特になし」があがっており、現在使っている洗顔料に明確な不満や、他に使いたい特定の商品があるといった積極的な理由を持っているのではなく、『現在と違うものを試してみたい』といった意識があるのではないかと推測できる。3位以下は「自分に必要な効果がない」「使いごちがよくない」「肌の悩みを解消しない」「値段が高い」が続く。

■ 次回は現在と同じ洗顔料は使いたくない理由【基数：次回は現在と同じ洗顔料を使いたくない人 145人】





# 参考 現在使っている洗顔料の使用頻度・購入状況

■現在使っている洗顔料の使用頻度【基数：対象者全員 1557人】

|        | (n)    | 使用頻度  |           |           |          |                  | 週5回以上 | 現在洗顔料を使っている | 週平均使用頻度 |      |      |      |      |      |
|--------|--------|-------|-----------|-----------|----------|------------------|-------|-------------|---------|------|------|------|------|------|
|        |        | 毎日    | 週に5~6回くらい | 週に3~4回くらい | 週に1~2回以下 | 最近1年間は洗顔料を使っていない |       |             |         |      |      |      |      |      |
| 全体     | (1557) | 77.9  |           |           |          |                  | 8.5   | 4.6         | 2.4     | 6.5  | 86.4 | 93.5 | 6.53 |      |
| 年代別    | 15~19歳 | (100) | 75.0      |           |          |                  |       | 7.0         | 9.0     | 1.0  | 7.0  | 82.0 | 93.0 | 6.42 |
|        | 20~24歳 | (141) | 83.0      |           |          |                  |       | 9.9         | 8.0     | 0.5  |      | 92.9 | 96.5 | 6.72 |
|        | 25~29歳 | (162) | 75.9      |           |          |                  |       | 14.2        | 12.4    | 4.3  |      | 90.1 | 95.7 | 6.49 |
|        | 30~34歳 | (202) | 79.7      |           |          |                  |       | 7.9         | 5.1     | 6.9  |      | 87.6 | 93.1 | 6.62 |
|        | 35~39歳 | (177) | 80.8      |           |          |                  |       | 5.1         | 5.6     | 2.3  | 6.2  | 85.9 | 93.8 | 6.57 |
|        | 40~44歳 | (151) | 82.1      |           |          |                  |       | 9.3         | 3.3     | 0.6  |      | 91.4 | 97.4 | 6.59 |
|        | 45~49歳 | (136) | 82.4      |           |          |                  |       | 6.6         | 5.1     | 2.3  | 7.7  | 89.0 | 96.3 | 6.57 |
|        | 50~54歳 | (151) | 73.5      |           |          |                  |       | 9.3         | 4.0     | 4.6  | 8.6  | 82.8 | 91.4 | 6.40 |
|        | 55~59歳 | (181) | 74.0      |           |          |                  |       | 6.6         | 7.7     | 2.8  | 8.8  | 80.7 | 91.2 | 6.40 |
| 60~64歳 | (156)  | 72.4  |           |           |          |                  | 9.6   | 2.6         | 2.2     | 12.2 | 82.1 | 87.8 | 6.53 |      |

(%) (日)

■現在使っている洗顔料の購入金額【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

2000円以上 22.3%      1000円以上 500円以上 500円未満 26.4%  
 2000円未満 22.7%      1000円未満 22.0%

|         | (n)               | 購入金額     |                |               |              |              |              |              |              |              |              | 中央値  |             |        |       |             |
|---------|-------------------|----------|----------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------|-------------|--------|-------|-------------|
|         |                   | 15000円以上 | 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 |
| 全体      | (1456)            | 0.2      | 3.0            | 5.6           | 4.1          | 6.0          | 10.1         | 12.6         | 22.0         | 22.3         | 22.7         | 22.0 | 26.4        | 2.9    | 3.7   | 750         |
| 年代別     | 15~19歳            | (93)     | 0.0            | 0.2           | 2.2          | 4.3          | 7.5          | 12.9         | 28.0         | 28.0         | 36.8         | 29.7 | 27.7        | 6.5    | 7.5   | 750         |
|         | 20~24歳            | (136)    | 0.0            | 2.9           | 5.9          | 5.9          | 11.0         | 22.1         | 20.0         | 36.8         | 29.7         | 27.7 | 6.5         | 6.6    | 750   |             |
|         | 25~29歳            | (155)    | 0.0            | 3.3           | 6.5          | 5.8          | 5.2          | 9.7          | 11.6         | 20.0         | 29.7         | 27.7 | 6.5         | 2.6    | 750   |             |
|         | 30~34歳            | (188)    | 0.0            | 4.3           | 4.8          | 3.2          | 6.4          | 10.6         | 14.4         | 20.7         | 27.7         | 27.7 | 3.2         | 2.7    | 750   |             |
|         | 35~39歳            | (166)    | 0.0            | 4.2           | 6.0          | 5.4          | 5.4          | 7.8          | 13.3         | 20.5         | 29.5         | 29.5 | 2.4         | 2.4    | 750   |             |
|         | 40~44歳            | (147)    | 0.0            | 2.7           | 6.1          | 4.1          | 8.2          | 8.2          | 11.6         | 17.7         | 32.0         | 21.7 | 4.8         | 4.8    | 750   |             |
|         | 45~49歳            | (131)    | 0.0            | 4.6           | 4.6          | 6.1          | 5.3          | 6.1          | 13.0         | 15.3         | 16.8         | 22.1 | 3.1         | 1.5    | 1250  |             |
|         | 50~54歳            | (138)    | 0.0            | 3.6           | 2.2          | 8.7          | 7.2          | 8.7          | 10.9         | 10.9         | 21.7         | 21.7 | 4.4         | 4.4    | 1250  |             |
|         | 55~59歳            | (165)    | 0.0            | 3.3           | 2.4          | 1.8          | 6.7          | 13.3         | 16.4         | 29.1         | 18.8         | 18.8 | 2.4         | 3.0    | 750   |             |
| 60~64歳  | (137)             | 0.0      | 6.6            | 7.3           | 4.4          | 5.1          | 13.1         | 8.0          | 25.5         | 17.5         | 17.5         | 2.9  | 6.6         | 1250   |       |             |
| 購入金額の感想 | 実際に使ってみて高い値段だと思った | (175)    | 11.7           | 8.6           | 13.1         | 13.7         | 6.3          | 10.3         | 13.7         | 10.9         | 8.6          | 6.3  | 2.9         | 1.7    | 2250  |             |
|         | 実際に使ってみて安い値段だと思った | (807)    | 0.0            | 4.2           | 2.9          | 4.7          | 8.9          | 12.5         | 25.8         | 36.3         | 36.3         | 1.4  | 1.4         | 750    |       |             |

(%) (円)

■現在使っている洗顔料の購入時参考情報【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

| 店名      | 参考情報              | 割合   |
|---------|-------------------|------|
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 38.5 |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 22.9 |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 10.0 |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 9.9  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 9.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 8.1  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 8.0  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 7.0  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 6.9  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 5.8  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 4.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 4.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 4.4  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 3.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 3.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 3.3  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 2.8  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 2.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 2.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 2.4  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 2.3  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 1.4  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 1.1  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.8  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.6  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.4  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.3  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.3  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.2  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.1  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 0.1  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.1  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 2.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 0.5  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて安い値段だと思った | 9.4  |
| ドラッグストア | 実際に使ってみて高い値段だと思った | 1.92 |

(%)

■現在使っている洗顔料の購入場所【基数：現在洗顔料を使っている人 1456人】

| 購入場所    | 割合   |
|---------|------|
| ドラッグストア | 37.0 |
| ドラッグストア | 23.4 |
| ドラッグストア | 9.5  |
| ドラッグストア | 5.5  |
| ドラッグストア | 4.7  |
| ドラッグストア | 3.6  |
| ドラッグストア | 3.0  |
| ドラッグストア | 2.1  |
| ドラッグストア | 1.2  |
| ドラッグストア | 0.9  |
| ドラッグストア | 0.8  |
| ドラッグストア | 0.5  |
| ドラッグストア | 0.3  |
| ドラッグストア | 0.3  |
| ドラッグストア | 0.2  |
| ドラッグストア | 0.2  |
| ドラッグストア | 0.1  |
| ドラッグストア | 0.0  |
| ドラッグストア | 2.8  |
| ドラッグストア | 0.1  |
| ドラッグストア | 3.7  |
| ドラッグストア | 49.0 |
| ドラッグストア | 13.1 |
| ドラッグストア | 27.4 |
| ドラッグストア | 6.6  |

(%)

※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

※本調査での購入場所区分

- 「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
- 「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
- 「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 カタログでの通信販売
- 「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

## III 調查結果

i. 洗顏料

ii. 化粧水

iii. 乳液

# 1 現在使っている化粧水の購入理由① (自由回答抜粋)

◆ 現在使っている化粧水の購入理由 (自由回答形式) をたずねたところ、価格の安さ、自分に必要な効果がある、評判がよい、自分の肌にあっているといた理由があげられた。

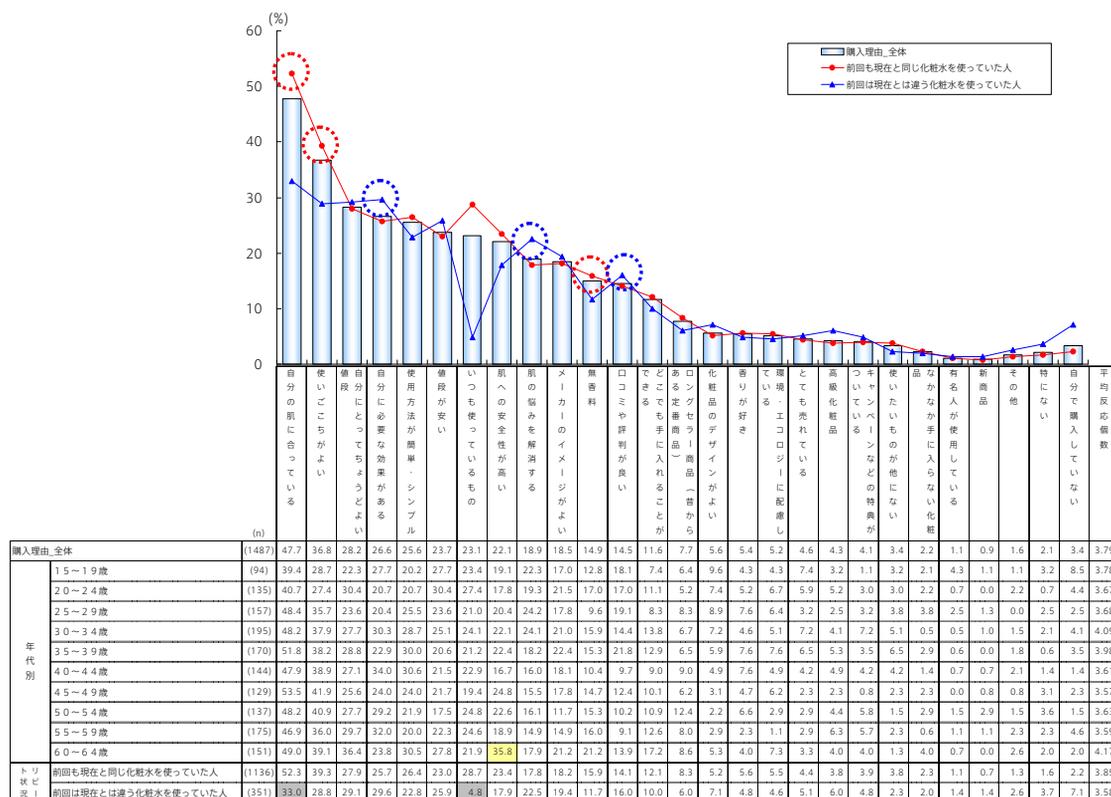
- ・ ニキビ跡がなかなか治らなかったところ、CMで放送されるようになったのがきっかけ (10代後半・大学生)
- ・ 乾燥性敏感肌に悩んでいた頃、サンプルをもらい使用したところ、ほとんど**刺激がなくて**、よく肌になじんだので (20代前半・無職)
- ・ 夏だから、**美白効果**のある手ごろの値段の化粧水を探していたときに、お店でセールしていたから (20代前半・専業主婦)
- ・ 3日分サンプルをもらい、使ってみたら肌が「ふわふわもちもち」になったのですぐ買った (20代後半・パート・アルバイト)
- ・ **肌にやさしい商品で値段も安く**て買いやすいのと、詰め替え用の商品があるから (10代後半・短大生)
- ・ 肌が白くなる感じがあり、**保湿力**もほどほどにあるため (30代前半・会社員)
- ・ シンプルかつ**無香料**。テスターを使ってよかったので (30代前半・専業主婦)
- ・ 匂いがきつくなく、使うと**無香料**。**脂を抑えられる**から (30代後半・パート・アルバイト)
- ・ **アンチエイジング機能**があり、フローラルウォーターなので肌にも安全かと思ったから (30代後半・会社員)
- ・ 頬の**火照り**やたるんだ**毛穴が引き締まる**ことを期待して買ったので (30代後半・パート・アルバイト)
- ・ **自然派で低刺激**、また**低価格**だったから (30代後半・会社員)
- ・ 生薬が入っていて良さそうに思えたから (40代前半・会社員)
- ・ コラーゲン配合の割に**価格が安かった**から (40代前半・会社員)
- ・ 天然成分100%という部分に興味を持ったから (40代後半・専業主婦)
- ・ **年齢に合わせた基礎化粧品**がいいかなと思ってサンプルを取り寄せてから、継続購入している (40代後半・自由業)
- ・ **オーガニック**なものを使って、**天然成分**だけで作られているから (40代後半・専業主婦)
- ・ **しみのケア**ができるのと、**保湿**もできるから (40代後半・専業主婦)
- ・ リフトローションというのに引かれたので (50代前半・会社員)
- ・ 自然のミネラルが入っているという製品特徴が良いと思ったから (50代前半・自営業)
- ・ 以前から興味があったが、店頭にあるのを見つけて買ってみたいと思った。ちょうどTVの広告で美容液を見たので買った (50代前半・専業主婦)
- ・ 友人が使っていたのを使わせてもらったら、今までの化粧水と違って、肌に吸い込まれて行く感じがしたこと、**価格が安かった**こと。また、顔だけではなく全身に使えるので重宝 (50代後半・自由業)
- ・ **無添加自然化粧品**であり、1か月使いきりで、容器も小さく、収納に便利 (60代前半・専業主婦)
- ・ **エイジングケア**に必要な成分がしっかりと配合されているから (60代前半・専業主婦)

# 1 現在使っている化粧水の購入理由② (選択式回答)

◆化粧水の購入理由(選択式回答)は、「自分の肌に合っている」が全体の約5割で最も多い理由。他には、全体の3割が「使いごちがよい」「自分にとってちょうどよい値段」を購入理由として回答している。

- ・リピート状況別では、現在と同じ洗顔料を使っていた人は「自分の肌に合っている」「使いごちがよい」「無香料」などが全体にくらべて多い。現在とは違う洗顔料を使っていた人では、「自分に必要な効果がある」「肌の悩みを解消する」「口コミや評判が良い」などが全体にくらべてやや多い。

■現在使っている化粧水の購入理由【基数：現在化粧水を使っている人 1487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

## 2 現在使っている化粧水の感想

◆ 現在使っている化粧水の感想をたずねると、全体の8.5割以上が「よかった（とても+やや良かった）」と感じている。また、50代では9割以上が「よかった」と感じている。

■ 現在使っている化粧水の感想【基数：現在化粧水を使っている人 1487人】

|     |        | (n)    | とてもよかった | ややよかった | どちらでもない | あまりよくなかった | まったくよくなかった | とても+ややよかった | あまり+まったくよくなかった |
|-----|--------|--------|---------|--------|---------|-----------|------------|------------|----------------|
| 全体  |        | (1487) | 29.6    | 56.2   | 11.4    | 2.0       | 20.4       | 85.8       | 2.8            |
| 年代別 | 15～19歳 | (94)   | 27.7    | 50.0   | 18.1    | 2.2       | 22.1       | 77.7       | 4.3            |
|     | 20～24歳 | (135)  | 29.6    | 52.6   | 12.6    | 3.7       | 17.5       | 82.2       | 5.2            |
|     | 25～29歳 | (157)  | 29.3    | 53.5   | 13.4    | 3.8       | 19.0       | 82.8       | 3.8            |
|     | 30～34歳 | (195)  | 30.3    | 56.9   | 10.8    | 10.5      | 10.5       | 87.2       | 2.1            |
|     | 35～39歳 | (170)  | 26.5    | 58.8   | 11.2    | 2.0       | 20.4       | 85.3       | 3.5            |
|     | 40～44歳 | (144)  | 29.9    | 52.8   | 13.9    | 3.0       | 19.0       | 82.6       | 3.5            |
|     | 45～49歳 | (129)  | 31.0    | 55.0   | 11.6    | 2.0       | 20.0       | 86.0       | 2.3            |
|     | 50～54歳 | (137)  | 32.8    | 62.0   | 4.4     | 0.0       | 0.0        | 94.9       | 0.7            |
|     | 55～59歳 | (175)  | 30.3    | 61.1   | 7.4     | 0.0       | 0.0        | 91.4       | 1.1            |
|     | 60～64歳 | (151)  | 28.5    | 55.6   | 13.9    | 2.0       | 0.0        | 84.1       | 2.0            |

(%)

### 3 次回の化粧品使用意向①

◆ 92%の人が現在使っている化粧品を次回も使いたいというリピート意向を持つ。

- ・リピート状況別にみると、前回は現在と同じ化粧品を使っていた人の96%がリピート意向を持っているが、前回は現在と違う洗顔を使っていた人の23%が次回は現在と同じ洗顔は使いたくないという非リピート意向を持っている。

■次回の化粧品使用意向【基数：現在化粧品を使っている人 1487人】

|                       |                    | (n)    | 次回も現在と同じ<br>化粧品を使いたい | 次回は現在と同じ<br>化粧品は使いたくない |
|-----------------------|--------------------|--------|----------------------|------------------------|
| 全体                    |                    | (1487) | 91.8                 | 8.2                    |
| 年<br>代<br>別           | 15～19歳             | (94)   | 86.2                 | 13.8                   |
|                       | 20～24歳             | (135)  | 91.1                 | 8.9                    |
|                       | 25～29歳             | (157)  | 91.1                 | 8.9                    |
|                       | 30～34歳             | (195)  | 91.3                 | 8.7                    |
|                       | 35～39歳             | (170)  | 91.8                 | 8.2                    |
|                       | 40～44歳             | (144)  | 91.0                 | 9.0                    |
|                       | 45～49歳             | (129)  | 93.0                 | 7.0                    |
|                       | 50～54歳             | (137)  | 94.9                 | 5.1                    |
|                       | 55～59歳             | (175)  | 92.6                 | 7.4                    |
|                       | 60～64歳             | (151)  | 93.4                 | 6.6                    |
| ト<br>リ<br>状<br>比<br>況 | 前回は現在と同じ化粧品を使っていた人 | (1136) | 96.4                 | 3.6                    |
|                       | 前回は現在と違う化粧品を使っていた人 | (351)  | 76.9                 | 23.1                   |

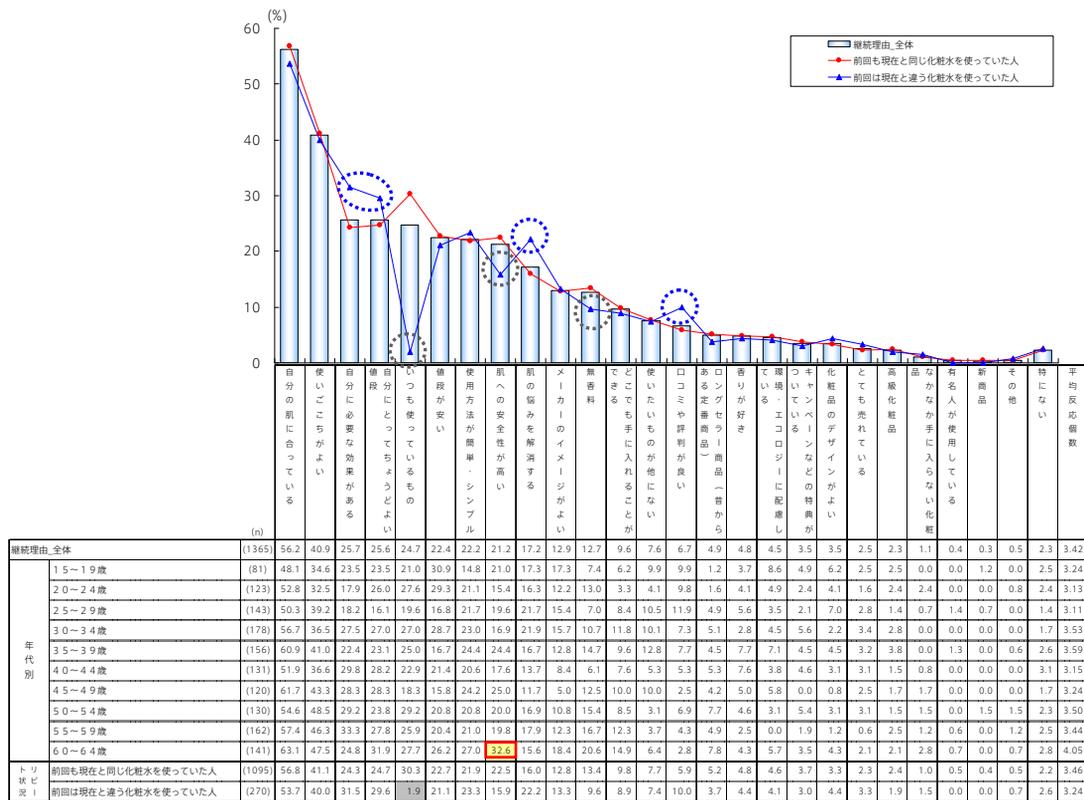
(%)

### 3 次回の化粧水使用意向② (使用意向理由)

◆ 次回も現在使っている化粧水を使いたい理由のトップは「自分の肌に合っている」の56%。以下「使いごちがよい」41%が続く。

- 年代別にみると、60代前半では「肌への安全性が高い」のスコアが他の年代より高い。
- リピート状況別にみると、前回は現在と違う化粧水を使っていた人は、同じ化粧水を使っていた人より「自分に必要な効果がある」「自分にとってちょうどよい値段」「肌の悩みを解消する」「口コミや評判が良い」といった理由が多く、「いつも使っているもの」「肌への安全性が高い」「無香料」といった理由は少ない。

■ 次回も現在と同じ化粧水を使いたい理由【基数：次回も現在と同じ化粧水を使いたい人 1365人】

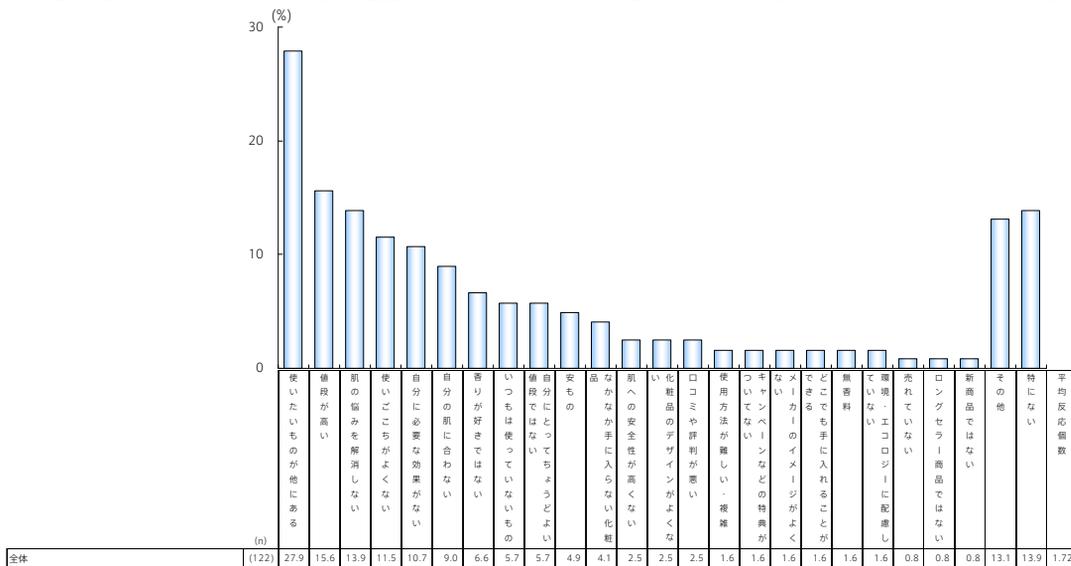


※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ

◆ 次回は現在と同じ化粧水は使いたくない理由のトップは「使いたいものが他にない」。

- 以下「値段が高い」「特にな」「肌の悩みを解消しない」が続く。「特にな」が上位にあがっており、現在使っている化粧水に明確な不満や、他に使いたい特定の商品があるといった積極的な理由を持っているのではなく、『現在と違うものを試してみたい』といった意識があるのではないかと推測できる。

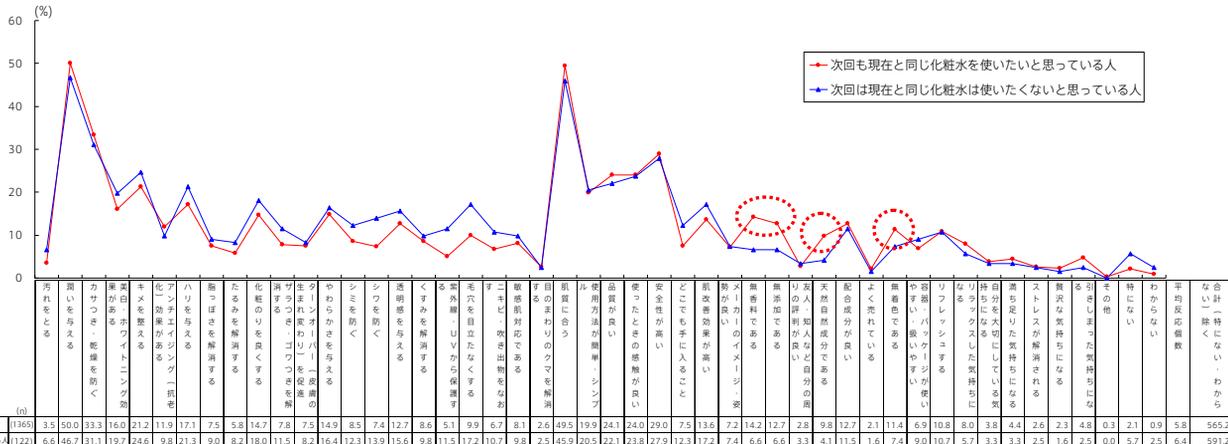
■ 次回は現在と同じ化粧水は使いたくない理由【基数：次回は現在と同じ化粧水を使いたくない人 122人】



# 4 化粧水に求める価値\_ニーズ・魅力・実感

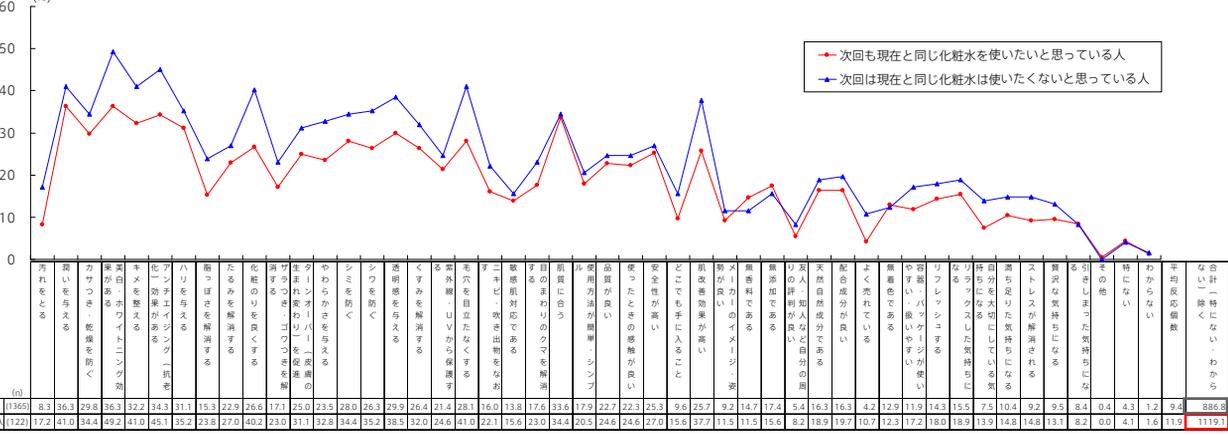
◆化粧水に対して「最低限必要」と思う事ごらをみると、次回も現在と同じ化粧水を使いたい人は使いたくない人より「無香料」「無添加」「天然自然成分」「無着色」といった商品成分に関する事ごらのスコアが高い。

■次回も現在と同じ化粧水を使いたい人と次回は使いたくない人の、化粧水に対して「最低限必要」と思う事ごら



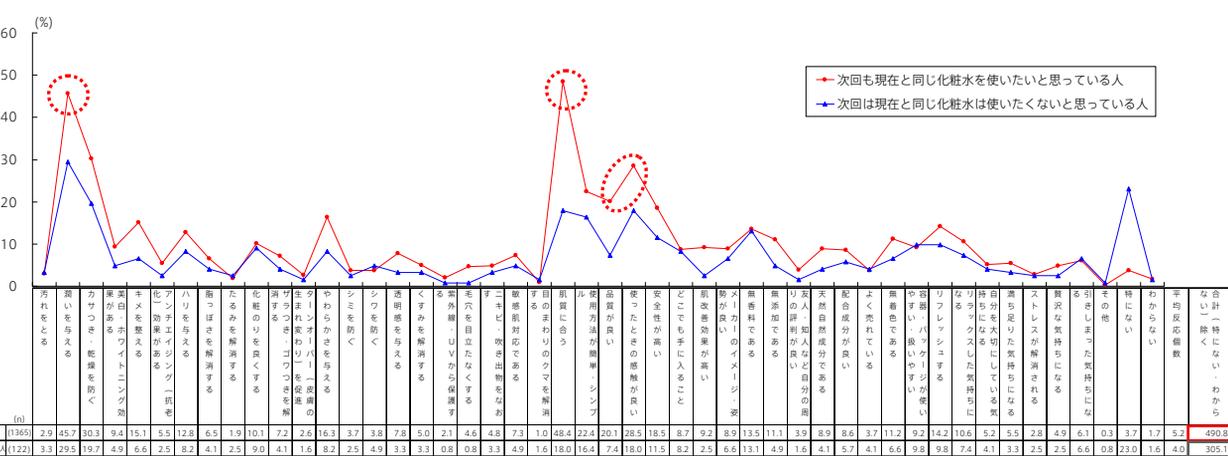
◆化粧水に対して「あれば魅力的」と思うほぼすべての事ごらにおいて、次回は現在と同じ化粧水を使いたくない人は使いたい人よりスコアが高く、数多くの事ごらをあれば魅力と感じている。

■次回も現在と同じ化粧水を使いたい人と次回は使いたくない人の、化粧水に対して「あれば魅力的」と思う事ごら



◆化粧水に対して「実感している」事ごらをみると、次回も現在と同じ化粧水を使いたい人は使いたくない人より「潤いを与える」「肌質に合う」「品質が良い」「使ったときの感触が良い」などのスコアが高く、ほぼすべての事ごらのスコアが高くなっている。

■次回も現在と同じ化粧水を使いたい人と次回は使いたくない人の、化粧水に対して「実感している」事ごら





## III 調查結果

i. 洗顏料

ii. 化粧水

iii. 乳液

# 1 現在使っている乳液の購入理由(自由回答抜粋)

◆ 現在使っている乳液の購入理由(自由回答形式)をたずねたところ、自分に必要な効果がある、評判が良いこと、値段が安い、肌に合っているといった意見があげられた。

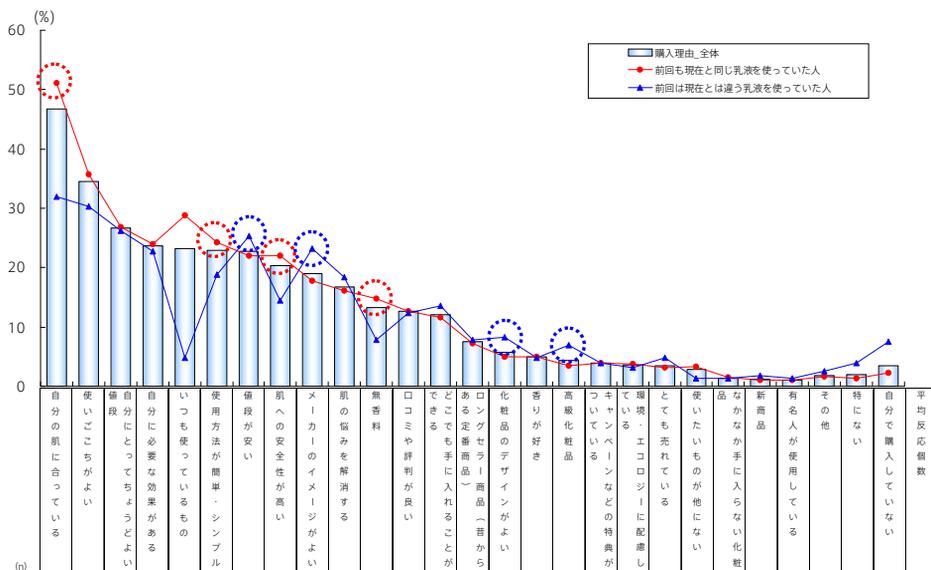
- ・薬局の薬剤師の薦めでサンプルをもらい、**肌になじんだ**ので購入し愛用するようになったから(10代後半・会社員)
- ・母が使っていたものを借りたときに、**肌の調子が良かった**ため(10代後半・パート・アルバイト)
- ・夏で日焼けをしてしまうので**ホワイトニング効果**が欲しかった(20代前半・専業主婦)
- ・敏感肌なので、敏感肌用の乳液を使いたかった。**肌の調子がよくなった**から、継続して使っている(20代後半・会社員)
- ・DMで常々気になっていて、**肌質が変わった**ことで購入してみた(20代後半・パート・アルバイト)
- ・同じブランドの化粧水に変えて調子が良かったので乳液も同じブランドにしたいと思ったから(20代後半・その他の職業(学生を除く))
- ・とにかく**低価格**なのに、**品質がいい**こと。パラベンが入っていないし、使っている水にもこだわっているようなので安心できる(30代前半・専業主婦)
- ・**保湿力**と容器が使いやすいそう(30代前半・専業主婦)
- ・化粧水と乳液が一緒になっていて安いから(30代後半・自由業)
- ・このメーカーの乳液を**信頼**しており**肌の調子も良い**から(30代後半・専業主婦)
- ・**安かった**のと、「30歳以上の方に」という店頭ポップ広告に惹かれて(30代後半・パート・アルバイト)
- ・**安価**でたっぷり入っており、コストパフォーマンスが良さそうだったから。あと、しっとりするから(30代後半・無職)
- ・母と共有しており、**安くて気に入っている**ので使い続けている(40代前半・無職)
- ・年齢的に**エイジングケア**できるものが欲しかったのと、値段が他社に比べて安かった(40代前半・専業主婦)
- ・ビタミンCや、ビタミンEの何倍もの抗酸化力をもち、活性酸素の抑制効果があるから(40代前半・専業主婦)
- ・価格の割に使用されている**原料が良い**物だったのと、**もっちり感**がほしかったから(40代前半・専業主婦)
- ・化粧水を買ったときについでに購入。最初はクリームにしようかと思ったが夏には暑苦しいと思い乳液にした(40代後半・自営業)
- ・安心できる**無添加**の自然化粧品だから(40代後半・会社員)
- ・いろんな物を使ってみた結果、**肌に合っていて**“かぶれ”なかったから(50代前半・自営業)
- ・CMが魅力的なのでお試しセットを購入し、使い勝手が良かったので、購入(50代前半・パート・アルバイト)
- ・**無香料**で顔だけでなく手にも使用できるから(50代後半・専業主婦)
- ・肌がつっぱらず、刺激が少ないから。**UV効果**があるから(50代後半・パート・アルバイト)
- ・パッケージに書かれている**効能の良さ**から(50代後半・専業主婦)
- ・ナチュラルタイプの癒し系の化粧品を探していたらネットで見つけて購入(60代以上・専業主婦)

# 1 現在使っている乳液の購入理由 (選択式回答)

◆ 乳液の購入理由 (選択式回答) は、「自分の肌に合っている」が47%で最も多い理由。次いで「使いごちがよい」が35%、「自分にとってちょうどよい値段」が27%。

- ・リピート状況別では、現在と同じ洗顔料を使っていた人は「自分の肌に合っている」「使用方法が簡単・シンプル」「肌への安全性が高い」「無香料」などが全体にくらべ多い。また、現在とは違う洗顔料を使っていた人は「値段が安い」「メーカーのイメージがよい」「化粧品デザインのよい」「高級化粧品」などの理由が全体にくらべて多くなっている。

■ 現在使っている乳液の購入理由 【基数：現在乳液を使っている人 977人】



| 購入理由_全体 |                    | (n)   | 46.7 | 34.5 | 26.7 | 23.6 | 23.2 | 22.9 | 22.8 | 20.3 | 19.0 | 16.7 | 13.2 | 12.6 | 12.1 | 7.5  | 5.7  | 4.9 | 4.3 | 3.9 | 3.6 | 3.5 | 2.9 | 1.4 | 1.2 | 1.1 | 1.8 | 1.9  | 3.5  | 3.56 |
|---------|--------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| 年代別     | 15~19歳             | (54)  | 38.9 | 25.9 | 18.5 | 27.8 | 29.6 | 22.2 | 24.1 | 18.5 | 27.8 | 16.7 | 13.0 | 11.1 | 7.4  | 3.7  | 11.1 | 3.7 | 3.7 | 1.9 | 3.7 | 7.4 | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 3.7 | 0.0 | 1.9  | 9.3  | 3.67 |
|         | 20~24歳             | (86)  | 43.0 | 23.3 | 26.7 | 17.4 | 24.4 | 12.8 | 29.1 | 17.4 | 17.4 | 18.6 | 9.3  | 16.3 | 10.5 | 8.1  | 7.0  | 8.1 | 8.1 | 3.5 | 4.7 | 4.7 | 5.8 | 0.0 | 0.0 | 1.2 | 2.3 | 0.0  | 4.7  | 3.35 |
|         | 25~29歳             | (109) | 46.8 | 32.1 | 23.9 | 16.5 | 17.4 | 22.9 | 19.3 | 17.4 | 16.5 | 20.2 | 6.4  | 14.7 | 5.5  | 8.3  | 6.4  | 7.3 | 0.9 | 3.7 | 6.4 | 0.9 | 3.7 | 3.7 | 0.9 | 1.8 | 0.0 | 2.8  | 3.7  | 3.25 |
|         | 30~34歳             | (124) | 44.4 | 36.3 | 27.4 | 25.0 | 20.2 | 28.2 | 27.4 | 18.5 | 21.0 | 18.5 | 14.5 | 12.9 | 16.1 | 7.3  | 7.3  | 2.4 | 3.2 | 5.6 | 4.0 | 4.0 | 1.6 | 0.0 | 1.6 | 0.8 | 1.6 | 2.4  | 4.0  | 3.74 |
|         | 35~39歳             | (122) | 42.6 | 30.3 | 24.6 | 23.0 | 20.5 | 24.6 | 18.9 | 16.4 | 22.1 | 16.4 | 15.6 | 17.2 | 13.1 | 4.9  | 7.4  | 4.1 | 4.9 | 4.1 | 3.3 | 7.4 | 4.1 | 1.6 | 0.8 | 0.8 | 4.1 | 2.5  | 3.3  | 3.53 |
|         | 40~44歳             | (90)  | 47.8 | 40.0 | 32.2 | 30.0 | 23.3 | 25.6 | 20.0 | 16.7 | 20.0 | 18.9 | 11.1 | 8.9  | 10.0 | 12.2 | 6.7  | 6.7 | 3.3 | 3.3 | 1.1 | 2.2 | 2.2 | 1.1 | 1.1 | 0.0 | 3.3 | 1.1  | 1.1  | 3.56 |
|         | 45~49歳             | (79)  | 53.2 | 38.0 | 22.8 | 21.5 | 21.5 | 21.5 | 19.0 | 25.3 | 17.7 | 12.7 | 16.5 | 12.7 | 13.9 | 5.1  | 0.0  | 2.5 | 1.3 | 0.0 | 3.8 | 1.3 | 2.5 | 1.3 | 1.3 | 0.0 | 0.0 | 2.5  | 2.5  | 3.32 |
| 50~54歳  | (90)               | 44.4  | 41.1 | 22.2 | 27.8 | 25.6 | 18.9 | 14.4 | 20.0 | 14.4 | 17.8 | 12.2 | 11.1 | 11.1 | 8.9  | 2.2  | 7.8  | 4.4 | 3.3 | 3.3 | 4.4 | 1.1 | 1.1 | 3.3 | 1.1 | 1.1 | 3.3 | 3.3  | 3.46 |      |
| 55~59歳  | (120)              | 51.7  | 35.0 | 26.7 | 26.7 | 27.5 | 18.3 | 25.8 | 17.5 | 14.2 | 10.0 | 13.3 | 9.2  | 11.7 | 6.7  | 3.3  | 2.5  | 7.5 | 5.8 | 0.8 | 0.8 | 2.5 | 0.8 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | 0.8 | 3.3  | 3.37 |      |
| 60~64歳  | (103)              | 51.5  | 39.8 | 37.9 | 22.3 | 26.2 | 31.1 | 29.1 | 35.9 | 22.3 | 17.5 | 19.4 | 10.7 | 18.4 | 8.7  | 6.8  | 4.9  | 4.9 | 4.9 | 2.9 | 1.0 | 3.9 | 1.0 | 1.0 | 2.9 | 1.9 | 1.9 | 4.26 |      |      |
| トリプル状況  | 前回は現在と同じ乳液を使っていた人  | (749) | 51.1 | 35.8 | 26.8 | 23.9 | 28.8 | 24.2 | 22.0 | 22.0 | 17.8 | 16.2 | 14.8 | 12.7 | 11.6 | 7.3  | 4.9  | 4.9 | 3.5 | 3.9 | 3.7 | 3.1 | 3.3 | 1.5 | 1.1 | 1.1 | 1.6 | 1.3  | 2.3  | 3.61 |
|         | 前回は現在とは違う乳液を使っていた人 | (228) | 32.0 | 30.3 | 26.3 | 22.8 | 4.8  | 18.9 | 25.4 | 14.5 | 23.2 | 18.4 | 7.9  | 12.3 | 13.6 | 7.9  | 8.3  | 4.8 | 7.0 | 3.9 | 3.1 | 4.8 | 1.3 | 1.3 | 1.8 | 1.3 | 2.6 | 3.9  | 7.5  | 3.37 |

※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

## 2 現在使っている乳液の感想

◆ 現在使っている乳液の感想は、全体の約8割が「よかった（とても+やや良かった）」と感じている。

■ 現在使っている乳液の感想【基数：現在乳液を使っている人 977人】

|             |        | (n)   | とてもよかった | ややよかった | どちらでもない | あまりよくなかった | まったくよくなかった | とても+やや<br>よかった | あまり+まっ<br>たくよくな<br>かった |
|-------------|--------|-------|---------|--------|---------|-----------|------------|----------------|------------------------|
| 全体          |        | (977) | 22.2    | 56.6   | 16.1    | 4.2       | 78.8       | 5.1            |                        |
| 年<br>代<br>別 | 15～19歳 | (54)  | 11.1    | 70.4   | 13.0    | 5.6       | 81.5       | 5.6            |                        |
|             | 20～24歳 | (86)  | 26.7    | 52.3   | 17.4    | 2.1       | 79.1       | 3.5            |                        |
|             | 25～29歳 | (109) | 20.2    | 52.3   | 21.1    | 3.7       | 72.5       | 6.4            |                        |
|             | 30～34歳 | (124) | 20.2    | 55.6   | 15.3    | 7.3       | 75.8       | 8.9            |                        |
|             | 35～39歳 | (122) | 21.3    | 54.9   | 13.1    | 8.2       | 76.2       | 10.7           |                        |
|             | 40～44歳 | (90)  | 24.4    | 52.2   | 20.0    | 3.0       | 76.7       | 3.3            |                        |
|             | 45～49歳 | (79)  | 20.3    | 59.5   | 15.2    | 5.0       | 79.7       | 5.1            |                        |
|             | 50～54歳 | (90)  | 27.8    | 57.8   | 12.2    | 2.0       | 85.6       | 2.2            |                        |
|             | 55～59歳 | (120) | 20.8    | 61.7   | 15.0    | 2.0       | 82.5       | 2.5            |                        |
|             | 60～64歳 | (103) | 26.2    | 55.3   | 17.5    | 1.0       | 81.6       | 1.0            |                        |

(%)

### 3 次回の乳液使用意向①

- ◆ 88%の人が現在使っている乳液を次回も使いたいというリピート意向を持っている。
  - ・リピート状況別にみると、前回も現在と同じ乳液を使っていた人の95%がリピート意向を持っているが、前は現在と違う乳液を使っていた人の35%が次回は現在と同じ洗顔料は使いたくないという非リピート意向を持っている。

■次回の乳液使用意向【基数：現在乳液を使っている人 977人】

|                   |                    | (n)   | 次回も現在と同じ乳液を使いたい | 次回は現在と同じ乳液は使いたくない |
|-------------------|--------------------|-------|-----------------|-------------------|
| 全体                |                    | (977) | 88.2            | 11.8              |
| 年代別               | 15～19歳             | (54)  | 85.2            | 14.8              |
|                   | 20～24歳             | (86)  | 88.4            | 11.6              |
|                   | 25～29歳             | (109) | 88.1            | 11.9              |
|                   | 30～34歳             | (124) | 83.1            | 16.9              |
|                   | 35～39歳             | (122) | 86.1            | 13.9              |
|                   | 40～44歳             | (90)  | 86.7            | 13.3              |
|                   | 45～49歳             | (79)  | 88.6            | 11.4              |
|                   | 50～54歳             | (90)  | 92.2            | 7.8               |
|                   | 55～59歳             | (120) | 90.8            | 9.2               |
|                   | 60～64歳             | (103) | 93.2            | 6.8               |
| トリ<br>状<br>比<br>況 | 前回も現在と同じ化粧水を使っていた人 | (749) | 95.2            | 4.8               |
|                   | 前は現在と違う化粧水を使っていた人  | (228) | 65.4            | 34.6              |

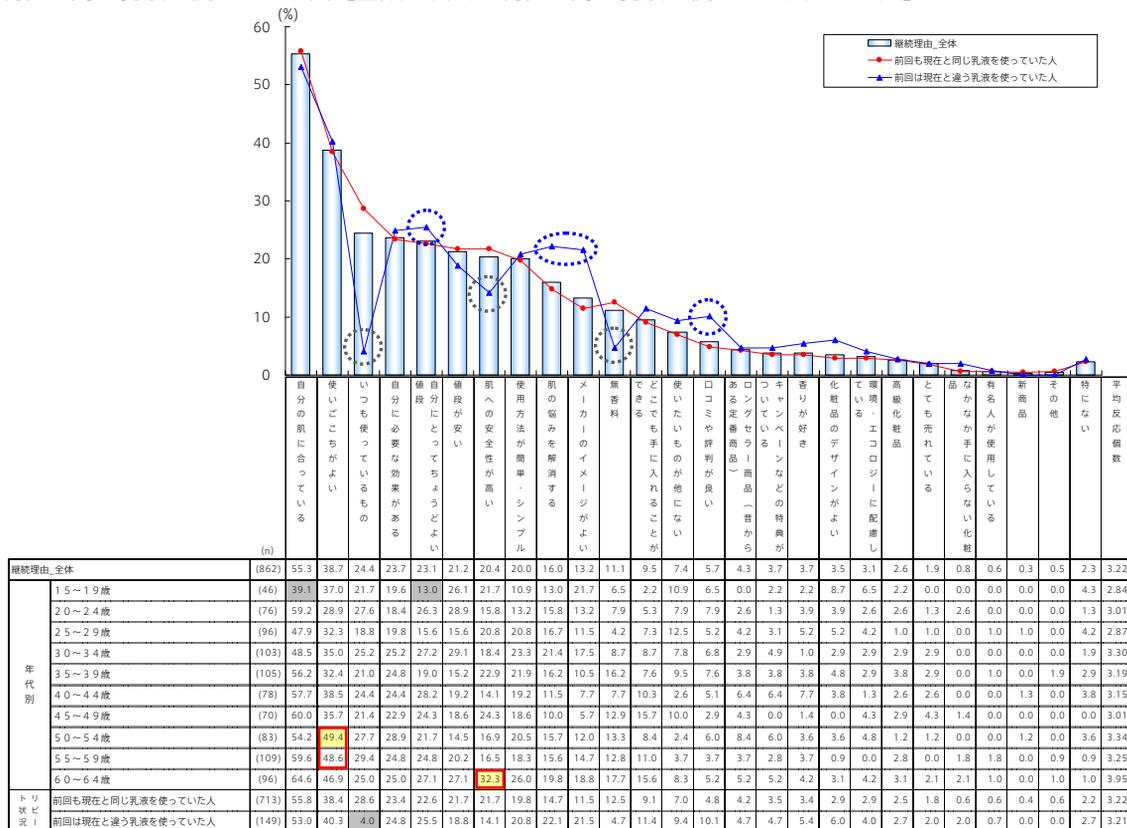
(%)

## 3 次回の乳液使用意向② (使用意向理由)

◆ 次回も現在使っている乳液を使いたい理由のトップは「自分の肌に合っている」の55%。2位に「使いごちがよい」の39%が続く。

- ・年代別にみると、50代後半以上で「使いごちがよい」、60代前半で「肌への安全性が高い」のスコアが他の年代より高い。
- ・リピート状況別にみると、前は現在と違う乳液を使っていた人は、同じ乳液を使っていた人より「自分にとってちょうどいい値段」「肌の悩みを解消する」「メーカーのイメージがよい」「口コミや評判が良い」といった理由が多く、「いつも使っているもの」「肌への安全性が高い」「無香料」といった理由は少ない。

■ 次回も現在と同じ乳液を使いたい理由【基数：次回も現在と同じ乳液を使いたい人 862人】

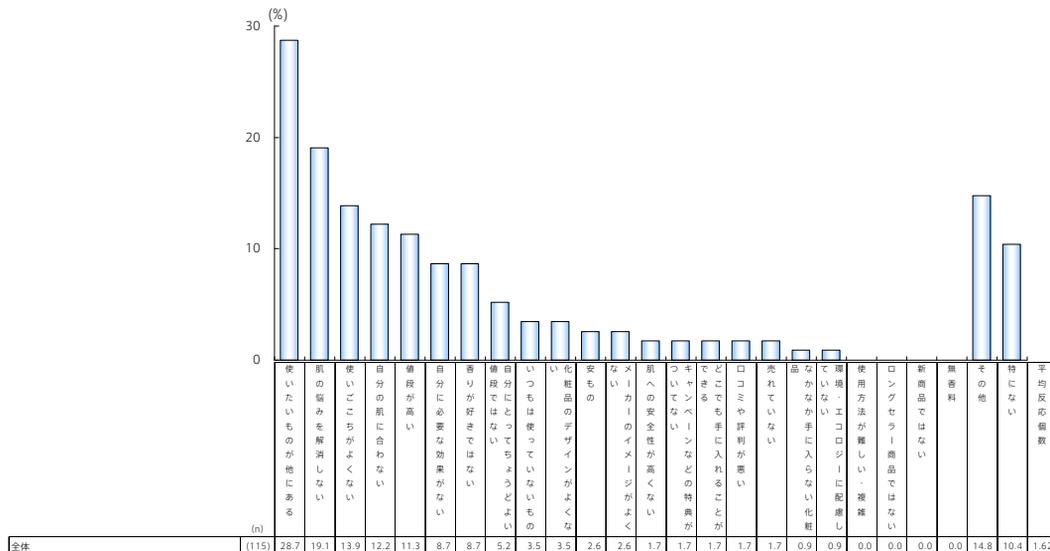


※表の網掛け：n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網掛け

◆ 次回は現在と同じ乳液は使いたくない理由のトップは「使いたいものが他にない」。

- ・以下「肌の悩みを解消しない」「使いごちがよくない」が上位にあがる。「その他」のスコアも高く、本調査の選択肢以外の理由を持っている様子がうかがえる。

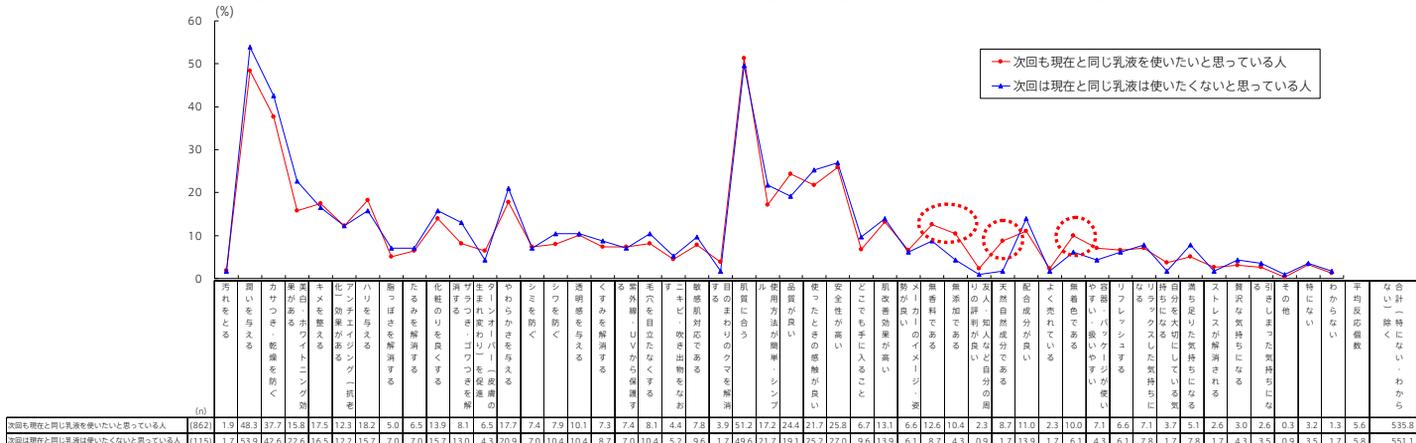
■ 次回は現在と同じ乳液は使いたくない理由【基数：次回は現在と同じ乳液を使いたくない人 115人】



# 4 乳液に求める価値\_ニーズ・魅力・実感

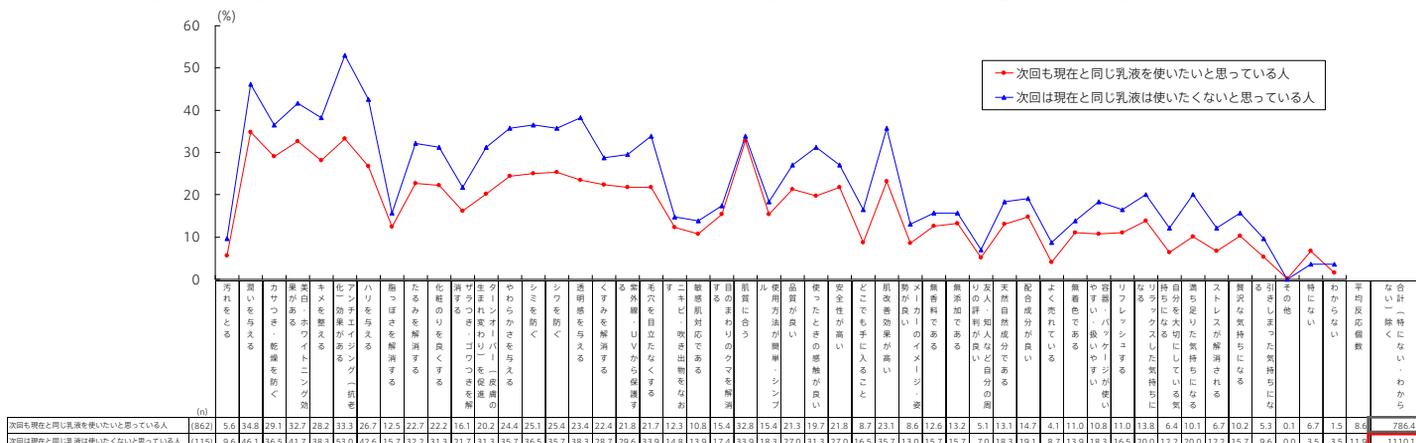
◆ 乳液に対して「最低限必要」と思う事がらをみると、次回も現在と同じ乳液を使いたい人は使いたくない人より「無香料」「無添加」「天然自然成分」「無着色」といった商品成分に関する事がらのスコアが高い。

■ 次回も現在と同じ乳液を使いたい人と次回は使いたくない人の、乳液に対して「最低限必要」と思う事がら



◆ 乳液に対して「あれば魅力的」と思うほぼすべての事がらにおいて、次回は現在と同じ乳液を使いたくない人は使いたくない人よりスコアが高く、数多くの事がらを「あれば魅力」と思っている。

■ 次回も現在と同じ乳液を使いたい人と次回は使いたくない人の、乳液に対して「あれば魅力的」と思う事がら



◆ 化粧水に対して「実感している」事がらをみると、次回も現在と同じ化粧水を使いたい人は使いたくない人より「肌質に合う」「品質が良い」「使ったときの感触が良い」などのスコアが高く、ほぼすべての事がらのスコアが高くなっている。

■ 次回も現在と同じ乳液を使いたい人と次回は使いたくない人の、乳液に対して「実感している」事がら

