

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 2011～

ポーラ文化研究所では、15～64歳の女性を対象とする調査を2007年から継続して実施しています。
2011年では第7回目の調査を行い、スキンケア・メイクを中心とした化粧行動・意識についてまとめました。

【実施概要】

調査名: 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 2011～

調査時期: 2011年5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)

2011年9月28日

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

担当: 川上・鈴木・金本

■目次■

I 調査概要

調査概要／対象者プロフィール	2
----------------	---

II 調査結果

i. スキンケアへの意識と行動

1	生活の中で重視する事がら_スキンケアとその他の事がら	6
	／スキンケア化粧品	
2	スキンケアを行う頻度	8
3	スキンケアアイテム使用状況_使用アイテム	9
	／朝夜の使用頻度	
4	重視しているスキンケアアイテム	11
5	購入金額_1ヶ月のスキンケア化粧品購入金額と充足感	12
	／スキンケアアイテム購入金額	
6	スキンケア効果価値_期待と実感	14

ii. メイクへの意識と行動

1	メイクを行うことへの好意度	16
2	生活の中で重視する事がら_メイクアップとその他の事がら	17
	／メイクアップ化粧品	
3	メイクを行う頻度	19
4	メイクアイテム使用状況_使用アイテム	20
	／使用頻度／週5日以上使用アイテム／化粧直しアイテム	
5	重視しているメイクアイテム	24
6	購入金額_1ヶ月のメイクアップ化粧品購入金額と充足感	25
	／メイクアイテム購入金額	
7	1日はじめのメイク所要時間	27

iii. 化粧品購入経路

1	スキンケア化粧品購入経路	29
2	メイクアップ化粧品購入経路	31
3	美容・化粧品への投資状況	33

iv. スキンケア・メイク以外の美容行動

1	スキンケア・メイク以外の美容行動_経験と今後の実行意向	35
---	-----------------------------	----

I 調查概要

調査概要

【2011年調査 実施概要】

調査名：女性の化粧行動・意識に関する実態調査～スキンケア・メイク篇 2011～

調査時期：2011年5月19日(水)～5月22日(日)21時

調査方法：インターネット調査

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

【対象者プロフィール】

■年齢

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
10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0

(%)

■居住地

埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
18.2	12.9	43.7	25.2

(%)

■未既婚・職業



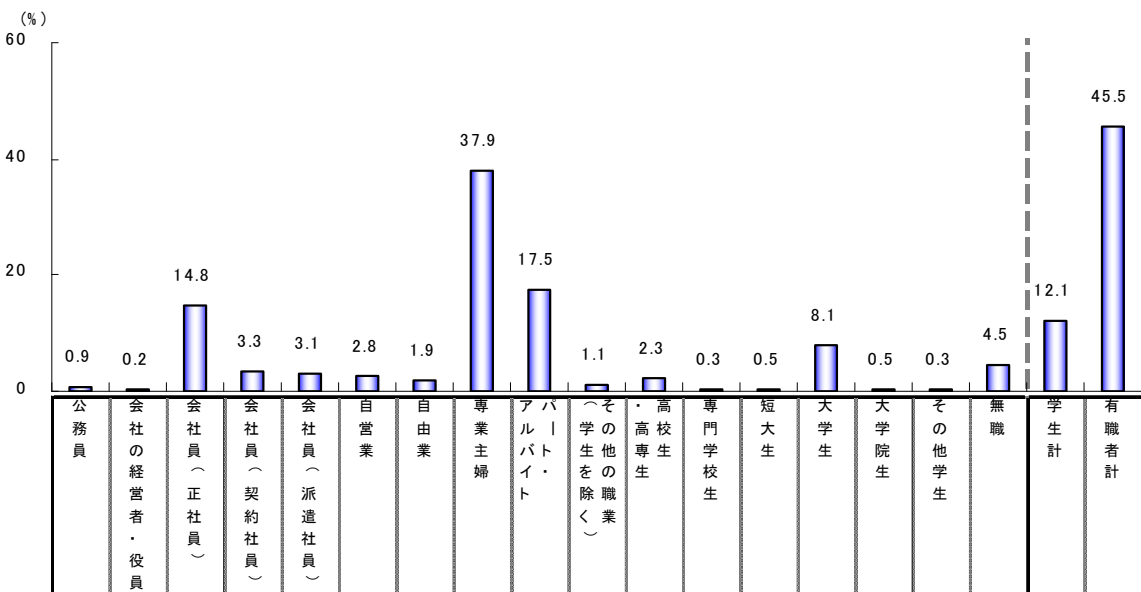
大学・専門学生	有職者	専業主婦	有職者	その他
9.3	19.9	37.9	25.7	1.5

高校生
2.3

その他
3.4

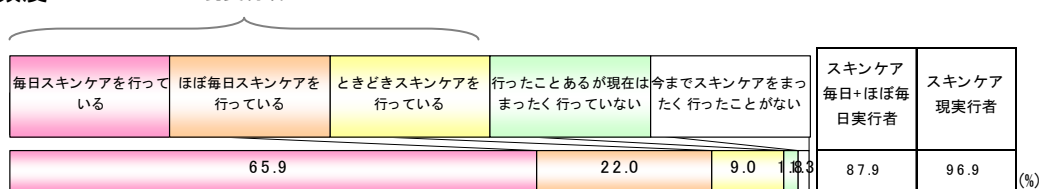
(%)

■職業



■スキンケア頻度

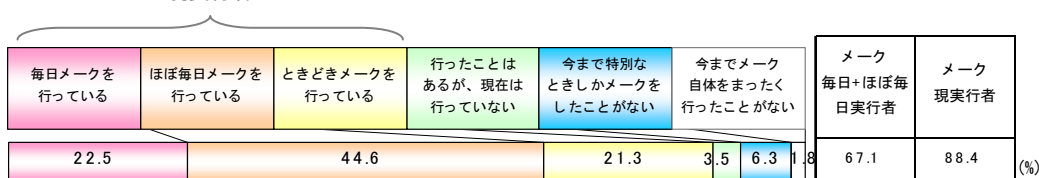
現実行者



(%)

■メイク頻度

現実行者



(%)

(基数:対象者全員 1500人)

■時系列比較 07・08・09・10・11年調査:サンプル数■

(全体ベース_サンプル数) ※7、8、18、19頁の時系列比較グラフで使用

	2011年 5月調査	2010年 5月調査	2009年 4月調査	2008年 8月調査	2008年 3月調査	2007年 8月調査	2007年 4月調査
全体	1500	1500	1500	1500	1000	1500	1000
15～19歳	150	150	150	150	100	150	100
20～24歳	150	150	150	150	100	150	100
25～29歳	150	150	150	150	100	150	100
30～34歳	150	150	150	150	100	150	100
35～39歳	150	150	150	150	100	150	100
40～44歳	150	150	150	150	100	150	100
45～49歳	150	150	150	150	100	150	100
50～54歳	150	150	150	150	100	150	100
55～59歳	150	150	150	150	100	150	100
60～64歳	150	150	150	150	100	150	100

(人)

(スキんケア現実行者ベース_サンプル数) ※12頁の時系列比較グラフで使用

	2011年 5月調査	2010年 5月調査	2009年 4月調査	2008年 8月調査	2008年 3月調査	2007年 8月調査	2007年 4月調査
全体	1453	1417	1386	1356	924	1373	912
15～19歳	141	131	135	137	82	125	82
20～24歳	146	145	141	128	92	143	90
25～29歳	150	140	140	136	92	138	97
30～34歳	146	144	144	141	96	142	96
35～39歳	146	147	137	131	95	144	94
40～44歳	146	145	141	134	91	133	98
45～49歳	146	144	143	141	95	138	95
50～54歳	145	137	137	146	97	138	90
55～59歳	147	143	135	130	93	135	87
60～64歳	140	141	133	132	91	137	83

(人)

(メーカー現実行者ベース_サンプル数) ※25、27頁の時系列比較グラフで使用

	2011年 5月調査	2010年 5月調査	2009年 4月調査	2008年 8月調査	2008年 3月調査	2007年 8月調査	2007年 4月調査
全体	1326	1323	1261	1276	854	1239	851
15～19歳	123	109	97	117	64	89	72
20～24歳	136	137	130	123	88	131	88
25～29歳	142	136	133	135	95	132	92
30～34歳	147	146	130	134	85	127	95
35～39歳	136	139	136	123	88	127	79
40～44歳	133	127	130	130	88	129	88
45～49歳	129	135	134	131	83	131	87
50～54歳	129	134	128	136	92	127	85
55～59歳	133	134	121	127	88	124	84
60～64歳	118	126	122	120	83	122	81

(人)

Ⅲ 調査結果【詳細報告】

i. スキンケアへの意識と行動

ii. メイクへの意識と行動

iii. 化粧品購入経路

iv. スキンケア・メイク以外の美容行動

1 生活の中で重視する事がら_スキンケアとその他の事がら

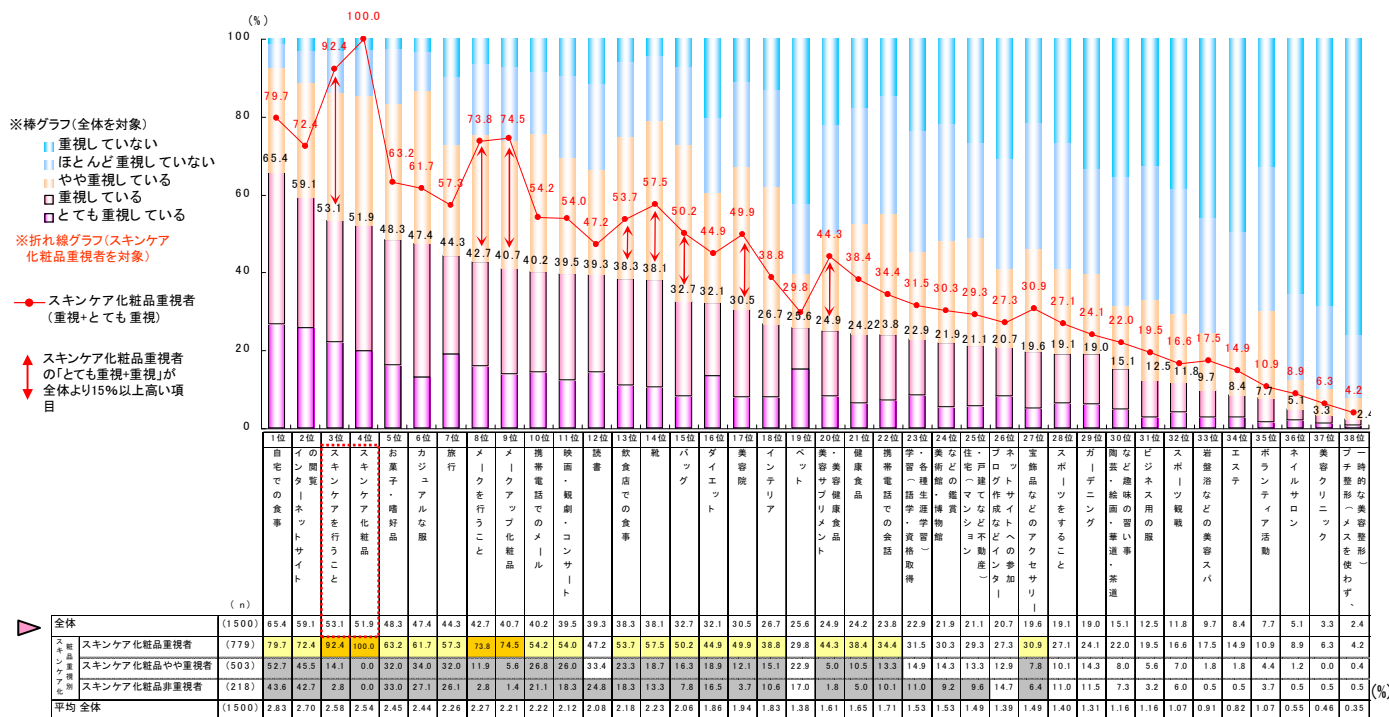
i. スキンケアへの意識と行動

◆ 「スキンケアを行うこと」は3位(52%)、「スキンケア化粧品」は4位(52%)と、生活の中で重視している事がら(とても重視+重視)の上位にランクイン。

- スキンケア化粧品重視者の重視している事がらが全体より15%以上高い項目は、スキンケアやメイクアップ関連のほか、「靴」「バッグ」「美容院」「美容サプリメント・美容健康食品」「飲食店での食事」など、ファッション関連や美容関連が中心。

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

■ Q1 生活の中で重視する事がら(基数:対象者全員 1500人)全体の重視(とても重視+重視)する事がら順



※数表・グラフ中のスコアは、「とても重視している」「重視している」を合算した値
 ※平均は、次のウエイト付けで算出 「とても...している」=4、「...している」=3、「やや...している」=2、「ほとんど...していない」=1、「...していない」=0
 ※表の網掛け:n=30以上の場合、全体より20%以上高いスコアに橙色(■)、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

1 生活の中で重視する事から_スキンケア化粧品

i. スキンケアへの意識と行動

◆ スキンケア化粧品の重視者(とても重視+重視)は52%、やや重視者は34%、非重視者(ほとんど重視していない+重視していない)は15%。

- ・メイクアップ化粧品を重視している人はスキンケア化粧品も重視している人が多い。
- ・時系列比較をみると、スキンケア化粧品の重視者の割合は、年代にもよるが大きな変化はみられない。

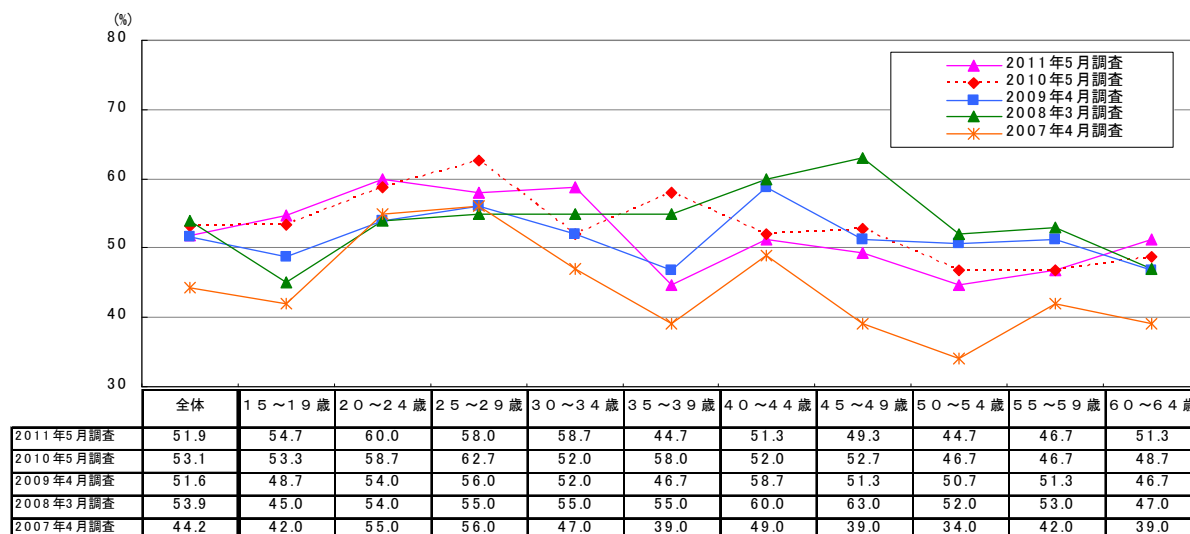
■Q1 生活の中で重視する事から「スキンケア化粧品」(基数:対象者全員 1500人)

	(n)	スキンケア化粧品重視者				スキンケア化粧品非重視者			
		とても重視している	重視している	やや重視している	ほとんど重視していない	重視していない	スキンケア化粧品重視者	スキンケア化粧品非重視者	
全体	(1500)	19.8	32.1	33.5	11.7	2.9	51.9	14.5	
年代別	15~19歳	22.0	32.7	31.3	11.3	2.7	54.7	14.0	
	20~24歳	24.7	35.3	28.7	9.3	2.0	60.0	11.3	
	25~29歳	27.3	30.7	26.7	10.7	4.7	58.0	15.3	
	30~34歳	28.7	30.0	27.3	12.7	1.3	58.7	14.0	
	35~39歳	20.7	24.0	43.3	10.0	2.0	44.7	12.0	
	40~44歳	18.7	32.7	33.3	12.0	3.3	51.3	15.3	
	45~49歳	17.3	32.0	34.7	14.0	2.0	49.3	16.0	
	50~54歳	14.0	30.7	35.3	17.3	2.7	44.7	20.0	
	55~59歳	12.7	34.0	42.0	9.3	2.0	46.7	11.3	
60~64歳	12.0	39.3	32.7	10.0	6.0	51.3	16.0		
メイクアップ化粧品重視別	メイクアップ化粧品重視者	42.2		52.7		46.0	0.5	94.9	0.5
	メイクアップ化粧品やや重視者	4.6	23.0	68.5		3.6	27.7	3.8	
	メイクアップ化粧品非重視者	4.1	11.7	34.5	39.1	10.7	15.7	49.7	

(%)

■Q1 生活の中で重視する事から「スキンケア化粧品」重視者_時系列比較

(基数:対象者全員 2011年5月調査 1500人、2010年5月調査 1500人、2009年4月調査 1500人、2008年3月調査 1000人、2007年4月調査 1000人)



2 スキンケアを行う頻度

◆ スキンケアを現在行っている人(現実行者)は97%。

- スキンケア化粧品重視別では、スキンケア化粧品を重視している人ほど、スキンケアを行う頻度が高く、スキンケア化粧品重視者の約8割が「毎日行っている」のに対し、非重視者では3割と、差が大きい。
- メイクアップ化粧品重視別では、メイクアップ化粧品を重視している人ほどスキンケアを行う頻度が高くなる。
- 時系列比較をみると、スキンケアを毎日行っている人は、40代後半で過去調査より増えているものの、他の年代では大きな変化はみられない。

■Q16 スキンケアを行う頻度(基数:対象者全員 1500人)

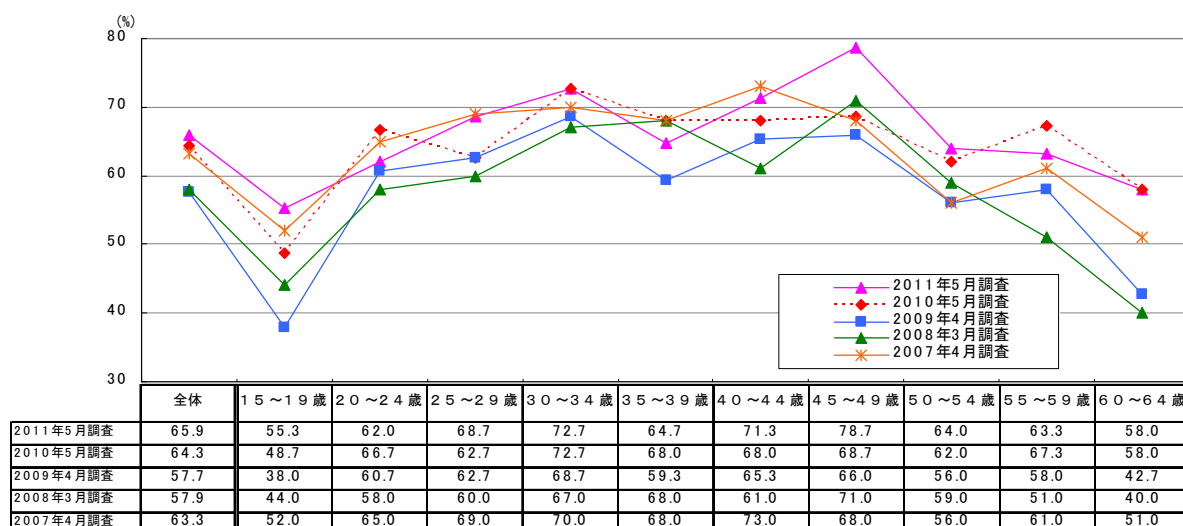
		スキンケア現実行者					スキンケア毎日+ほぼ毎日実行者	スキンケア現実行者
		毎日行っている	ほぼ毎日行っている	ときどき行っている	行ったことがあるが現在はまったく行っていない	今までまったく行っていない		
全体	(1500)	65.9	22.0	9.0	1.8	1.3	87.9	96.9
年代別	15~19歳	55.3	25.3	13.3	0.7	5.3	80.7	94.0
	20~24歳	62.0	24.7	10.7	1.8	1.8	86.7	97.3
	25~29歳	68.7	24.0	7.3	0.0	0.0	92.7	100.0
	30~34歳	72.7	18.0	6.7	1.8	1.8	90.7	97.3
	35~39歳	64.7	25.3	7.3	2.0	0.7	90.0	97.3
	40~44歳	71.3	19.3	6.7	2.0	0.7	90.7	97.3
	45~49歳	78.7	9.3	9.3	2.0	0.7	88.0	97.3
	50~54歳	64.0	24.0	8.7	2.0	0.7	88.0	96.7
	55~59歳	63.3	27.3	7.3	2.0	0.0	90.7	98.0
	60~64歳	58.0	22.7	12.7	4.0	2.7	80.7	93.3
化粧品重視別	スキンケア化粧品重視者	82.0	14.0	3.0	0.0	0.0	96.0	99.5
	スキンケア化粧品やや重視者	55.1	32.8	10.5	0.8	0.8	87.9	98.4
	スキンケア化粧品非重視者	33.0	25.7	25.2	9.6	6.4	58.7	83.9
メイクアップ重視別	メイクアップ化粧品重視者	80.9	14.6	3.0	0.0	0.0	95.4	99.3
	メイクアップ化粧品やや重視者	61.4	29.1	8.1	1.0	0.4	90.5	98.6
	メイクアップ化粧品非重視者	48.2	24.6	18.0	4.8	4.3	72.8	90.9

(%)

※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地(■)で網掛け

■Q1 スキンケアを行う頻度「毎日行っている」時系列比較

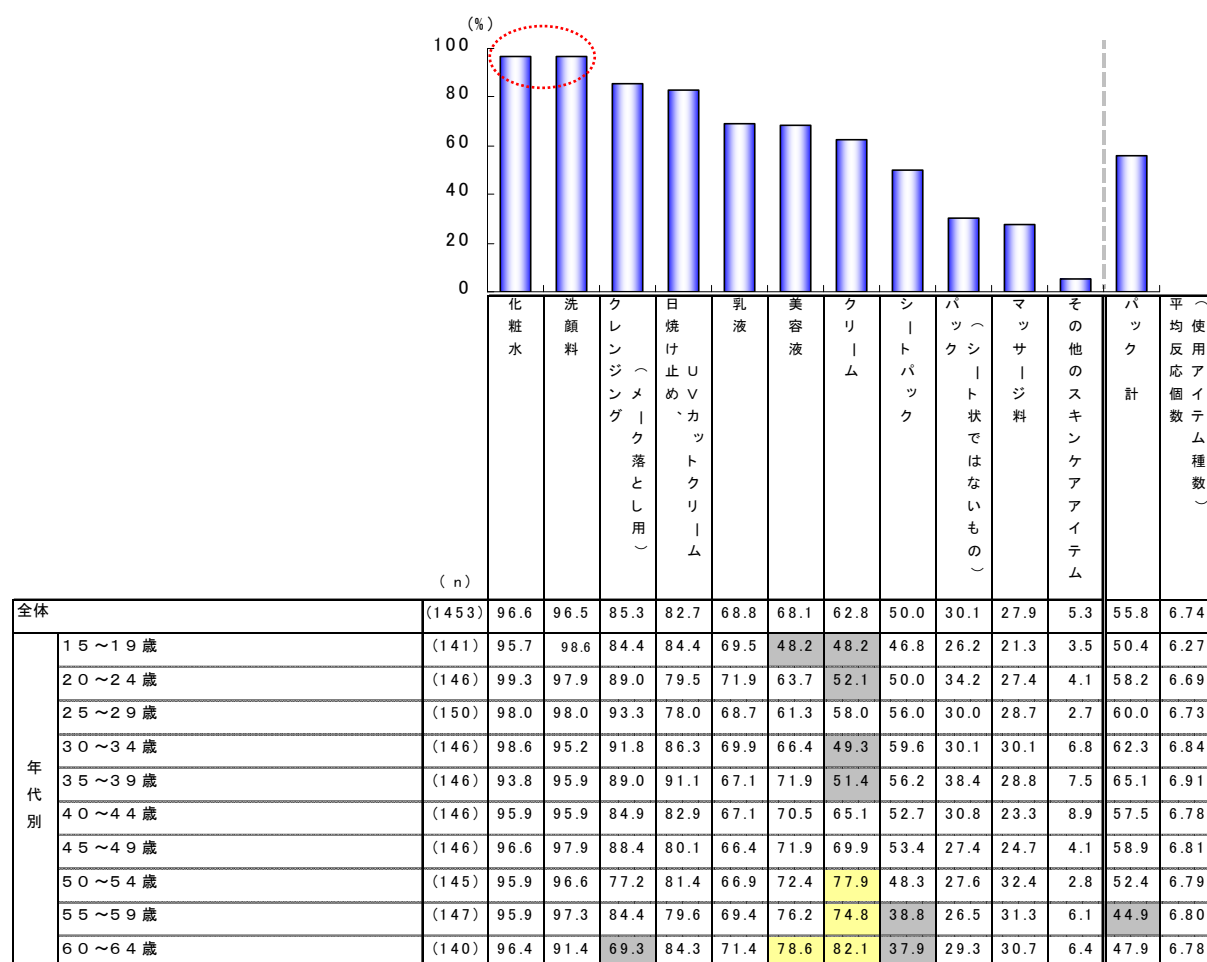
(基数:対象者全員 2011年5月調査 1500人、2010年5月調査 1500人、2009年4月調査 1500人、2008年3月調査 1000人、2007年4月調査 1000人)



3 スキンケアアイテム使用状況_使用アイテム

◆ 「化粧水」「洗顔料」の使用は、スキンケア現実行者の9割以上と、ほとんどの人が使っている。

■ Q18. 現使用スキンケアアイテム一覧 (基数: スキンケア現実行者 1453人)



※パック計は「パック(シート状ではないもの)」「シートパック」のどちらか、または両方を使っている人の合計

※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地(■)で網かけ

3 スキンケアアイテム使用状況_朝夜の使用頻度

i. スキンケアへの意識と行動

◆ 朝(1日のはじめ)には、スキンケア現実行者の82%が「化粧水」を毎日使用。続いて「洗顔料」が66%、「乳液」は48%が毎日使用している。

- 「日焼け止め、UVカットクリーム」は、その機能から主に朝使用に特化している。

■Q18. 朝(1日のはじめ)のスキンケアアイテム使用頻度 (基数:スキンケア現実行者 1453人)
週5回以上(毎日+週に5~6回くらい)のスコアが多い順

(n)	毎日	週に5~6回くらい	週に3~4回くらい	週に1~2回くらい	月に1~3回くらい	半年に1~3回くらい	年に1日以下	使わない	使用頻度平均	週5回以上計
化粧水	81.7	5.6	3.0	4.0	10.6	3.3	0.0	6.3	6.17	87.3
洗顔料	65.6	4.9	2.7	2.0	22.3	0.0	0.0	0.0	5.00	70.5
日焼け止め、UVカットクリーム	39.7	16.7	9.2	7.2	4.8	2.0	0.0	18.8	4.16	56.4
乳液	47.9	4.5	3.6	2.8	0.0	0.0	0.0	37.5	3.78	52.4
美容液	36.8	4.6	4.7	4.3	2.1	1.7	0.0	43.8	3.08	41.4
クリーム	28.3	3.9	2.3	3.4	3.0	0.0	0.0	54.4	2.37	32.1
クレンジング(メーク落とし用)	8.0	3.5	1.4	1.0	0.0	0.0	0.0	81.3	0.85	11.5
マッサージ料	2.3	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.2	0.24	2.6
シートパック	1.4	2.3	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	85.4	0.16	1.0
パック(シート状ではないもの)	0.0	4.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	88.4	0.14	0.9
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	95.5	0.28	4.0

(%) (1週間に
おける日数) (%)

◆ 夜(1日のおわり)には、スキンケア現実行者の約8割が「化粧水」「洗顔料」を毎日使用。4割以上の人が「クレンジング」「乳液」「美容液」を毎日使用している。

- 「クレンジング(メーク落とし用)」は、その機能から主に夜使用に特化している。

■Q18. 夜(1日のおわり)のスキンケアアイテム使用頻度 (基数:スキンケア現実行者 1453人)
週5回以上(毎日+週に5~6回くらい)のスコアが多い順

(n)	毎日	週に5~6回くらい	週に3~4回くらい	週に1~2回くらい	月に1~3回くらい	半年に1~3回くらい	年に1日以下	使わない	使用頻度平均	週5回以上計
洗顔料	82.0	6.5	3.1	2.0	0.0	0.0	0.0	5.3	6.24	88.4
化粧水	82.6	4.8	2.8	2.0	0.0	0.0	0.0	6.6	6.17	87.4
クレンジング(メーク落とし用)	44.3	20.1	8.5	6.1	2.0	0.0	0.0	15.9	4.61	64.4
乳液	48.9	4.3	2.2	2.0	0.0	0.0	0.0	36.9	3.81	53.1
美容液	43.5	4.9	5.2	4.6	3.7	1.4	0.0	35.3	3.58	48.4
クリーム	38.1	4.1	4.8	5.0	3.5	1.7	0.0	40.9	3.16	42.3
日焼け止め、UVカットクリーム	5.9	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	86.7	0.58	7.6
マッサージ料	3.5	4.4	5.9	7.6	3.0	0.0	0.0	74.2	0.50	5.0
シートパック	0.0	11.0	16.6	11.3	5.0	0.0	0.0	51.7	0.49	2.5
パック(シート状ではないもの)	0.0	5.9	8.5	5.6	4.7	0.0	0.0	71.6	0.33	2.1
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	95.5	0.26	3.7

(%) (1週間に
おける日数) (%)

※平均(1週間にける日数)は、次のウエイト付けで算出

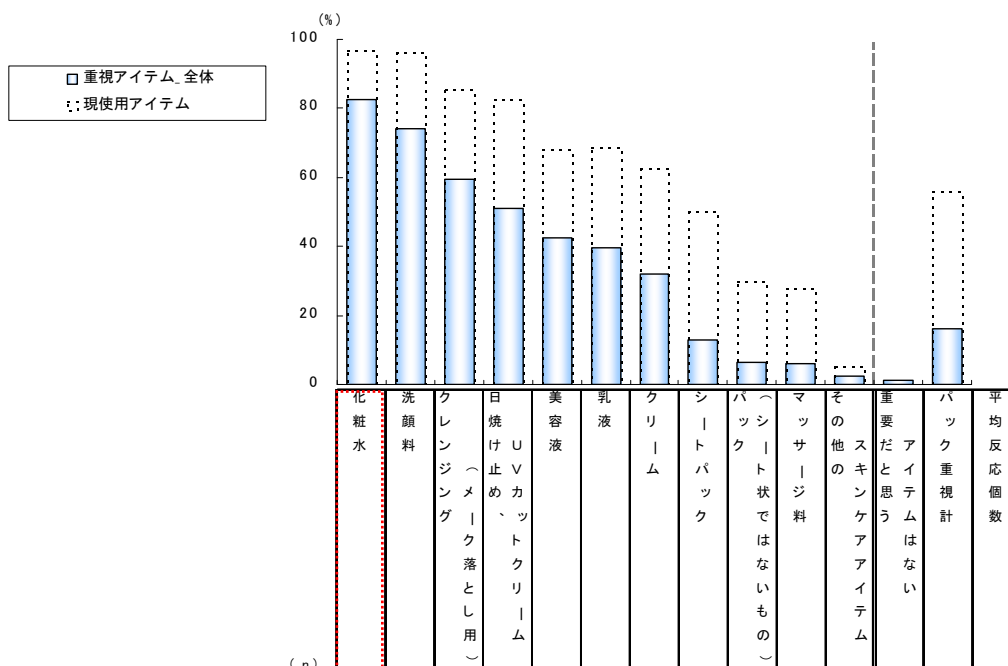
「毎日」=7、「週に5~6回くらい」=5.5、「週に3~4回くらい」=3.5、「週に1~2回くらい」=1.5、「月に1~3回くらい」=0.47、「半年に1~3回くらい」=0.08、「年に1回以下」=0.019、「使わない」=0

4 重視しているスキンケアアイテム

i. スキンケアへの意識と行動

◆ 現在使用しているスキンケアアイテムのうち、スキンケア現実行者の8割以上が「化粧水」を重視しており、最も重視されているアイテム。次いで「洗顔料」、「クレンジング」が重視されている。

■ Q19. 現使用スキンケア化粧品重視アイテム (基数: スキンケア現実行者 1453人)



重視アイテム

		(n)	化粧水	洗顔料	クレンジング (メイク落とし用)	日焼け止め、UVカットクリーム	美容液	乳液	クリーム	シートパック	パック (シート状ではないもの)	マッサージュ料	その他のスキンケアアイテム	重要だと思わないアイテム	バック重視計	平均反応個数
重視アイテム_全体		(1453)	82.5	74.2	59.5	50.9	42.5	39.8	32.1	12.8	6.3	5.9	2.5	1.3	16.3	4.14
年代別	15~19歳	(141)	77.3	77.3	58.2	57.4	24.1	41.1	18.4	13.5	7.1	5.7	2.1	0.7	19.1	3.85
	20~24歳	(146)	90.4	78.8	58.9	45.9	34.2	44.5	17.8	13.7	6.8	5.5	2.1	0.7	17.8	4.01
	25~29歳	(150)	91.3	74.7	66.0	50.0	39.3	44.0	32.7	18.0	4.7	10.0	1.3	0.7	18.7	4.35
	30~34歳	(146)	87.7	71.9	73.3	54.8	43.8	47.3	27.4	20.5	6.8	6.8	4.8	1.4	21.2	4.51
	35~39歳	(146)	76.7	70.5	60.3	56.8	39.0	34.2	19.9	14.4	9.6	6.2	3.4	1.4	19.2	3.97
	40~44歳	(146)	83.6	73.3	63.0	50.0	46.6	38.4	30.8	10.3	6.2	4.8	2.7	2.1	15.1	4.18
	45~49歳	(146)	79.5	78.1	65.8	50.0	50.0	33.6	34.2	10.3	3.4	4.1	2.1	2.1	11.6	4.20
	50~54歳	(145)	81.4	75.2	49.7	51.0	57.9	40.0	44.8	15.9	4.1	4.1	2.1	2.1	17.2	4.35
	55~59歳	(147)	76.2	76.2	55.1	46.3	46.3	36.1	46.9	8.2	5.4	4.1	2.7	0.7	11.6	4.06
	60~64歳	(140)	80.0	65.7	44.3	46.4	43.6	38.6	47.9	2.9	9.3	7.9	2.1	1.4	11.4	3.94
化粧品重視別	スキンケア化粧品重視者	(775)	86.7	79.5	70.3	58.8	53.9	46.1	39.6	18.5	9.2	9.4	3.1	0.3	23.0	4.76
	スキンケア化粧品やや重視者	(495)	81.0	71.1	53.5	44.4	33.3	34.7	26.7	8.1	4.2	2.0	2.2	1.6	11.3	3.67
	スキンケア化粧品非重視者	(183)	68.3	60.1	30.1	34.4	19.1	26.8	14.8	1.6	0.0	1.6	1.1	4.9	1.6	2.71
現使用アイテム		(1453)	96.6	96.5	85.3	82.7	68.1	68.8	62.8	50.0	30.1	27.9	5.3		55.8	6.74
(%) (個)																
各アイテム使用者中の重視率			85.3	76.9	69.8	61.5	62.4	57.8	51.0	25.6	21.1	21.2	48.1		29.2	
使用者数			1404人	1402人	1239人	1202人	990人	1000人	913人	727人	437人	405人	77人		811人	

※バック重視計は「パック(シート状ではないもの)」「シートパック」のどちらか、または両方を重視している人の合計
 ※重視アイテム表の網掛け: n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰色(■)で網かけ

5 投資・購入金額 1ヶ月のスキンケア化粧品投資金額と充足感

i. スキンケアへの意識と行動

◆ 1ヶ月のスキンケア化粧品投資金額の中央値は2250円。

- 投資金額が2000円未満の人はスキンケア現実行者の約半数。
- スキンケア化粧品を重視している人ほど投資金額は高い。

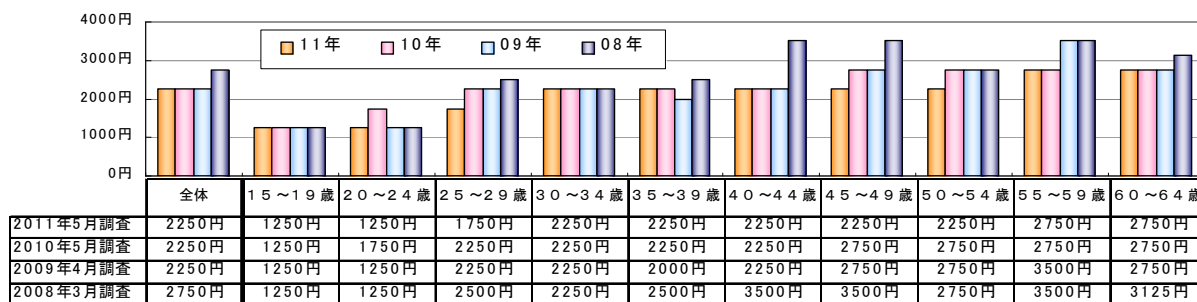
■ Q22. スキンケア化粧品1ヶ月投資金額 (基数: スキンケア現実行者 1453人)

		7500円以上 9.8%		4000~7500円未満 12.9%		2000~4000円未満 25.5%		2000円未満 47.9%				中央値					
		15000円 未満	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円未満	わからない	自分では 購入して いない	中央値		
(n)																	
全体	(1453)	2.1	3.6	4.1	6.0	7.0	9.0	7.4	9.1	11.4	13.6	13.4	9.6	2.8	0	2250	
年代別	15~19歳	(141)	0	12.8	2.2	12.8	3.5	9.9	15.6	14.2	24.1	12.1	3.5	5.0	0	1250	
	20~24歳	(146)	0	14.1	4.1	8.2	4.8	11.0	13.7	21.2	16.4	9.6	2.1	4.1	0	1250	
	25~29歳	(150)	3.3	3.1	4.7	3.3	4.7	12.0	6.0	9.3	10.0	11.3	18.7	13.3	20.0	1750	
	30~34歳	(146)	2.7	2.7	3.4	8.2	4.8	10.3	9.6	7.5	11.6	14.4	13.0	9.6	20.0	2250	
	35~39歳	(146)	2.7	3.4	5.5	6.8	6.2	10.3	6.8	7.5	12.3	11.6	11.0	12.3	2.0	2250	
	40~44歳	(146)	14.1	5.5	6.2	9.6	13.0	7.5	6.2	8.9	13.7	12.3	9.6	2.0	0	2250	
	45~49歳	(146)	13.4	6.2	6.2	5.5	6.2	10.3	13.7	13.0	12.3	11.6	8.2	20.0	0	2250	
	50~54歳	(145)	4.1	4.8	5.5	6.2	7.6	9.0	11.0	9.0	6.9	12.4	9.7	11.0	2.0	2250	
	55~59歳	(147)	2.0	7.5	4.1	6.8	12.2	7.5	10.9	10.9	10.9	8.8	8.2	4.8	5.4	0	2750
	60~64歳	(140)	4.3	6.4	2.9	10.0	12.9	10.7	2.9	5.7	10.7	15.7	9.3	5.0	2.0	0	2750
スキンケア重視 化粧品別	スキンケア化粧品重視者	(775)	3.6	6.1	5.8	8.5	7.7	12.0	8.5	9.4	10.6	11.0	9.5	3.6	2.0	2750	
	スキンケア化粧品やや重視者	(495)	2.6	2.6	3.8	7.5	7.3	5.7	9.7	12.9	16.2	16.8	11.5	3.4	0	1750	
	スキンケア化粧品非重視者	(183)	0	2.1	7.1	6.0	10.4	17.5	20.8	29.5	29.5	29.5	29.5	29.5	29.5	750	

(%) (円)

■ Q22. スキンケア化粧品1ヶ月投資金額 (中央値)時系列比較

(基数: スキンケア現実行者 2011年5月調査 1453人、2010年5月調査 1417人、2009年4月調査 1386人、2008年3月調査 924人)



◆ 1ヶ月のスキンケア化粧品投資金額への充足感は、「ちょうどよい金額」が64%。「かけすぎている計」12%、「不十分計」24%。

■ Q23. スキンケア化粧品1ヶ月投資金額への充足感

(基数: スキンケア現実行者 且つ 自己購入者で、投資金額が「わからない」人以外 1397人)

		かけすぎている計					不十分計			かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計
		とてもお金を かけすぎている	ややお金を かけすぎている	ちょうどよい金額	やや不十分な金額	とても不十分な金額	かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計	かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計
(n)												
全体	(1397)	4.4	10.6	63.9	19.8	4.3	12.0	63.9	24.1	12.0	63.9	24.1
購入金額	7500円以上	(143)	8.4	40.6	42.0	8.4	0.7	49.0	9.1	49.0	42.0	9.1
	4000~7500円未満	(188)	2.1	17.0	68.1	11.7	1.1	19.1	12.8	19.1	68.1	12.8
	2000~4000円未満	(370)	0.5	10.0	66.2	20.3	3.0	10.5	23.2	10.5	66.2	23.2
	2000円未満	(696)	0.8	0	65.9	24.1	6.6	3.3	30.7	30.7	65.9	30.7

(%)

※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地(■)で網かけ

5 投資・購入金額 スキンケアアイテム購入金額

i. スキンケアへの意識と行動

◆ 「美容液」「クリーム」は3500円(中央値)で最も購入金額が高い。最も低額だったのは「洗顔料」「シートパック」の750円(中央値)。

■ Q25 スキンケアアイテム購入金額 (各基数: 該当アイテム使用者)
2000円以上の購入金額が多い順

	(n)	購入金額別												中央値	10年中央値	09年中央値	08年中央値		
		15000円以上	10000円未満	7500円未満	5000円未満	4000円未満	3000円未満	2500円未満	2000円未満	1500円未満	1000円未満	500円未満	わからない					自分では購入していない	
美容液	(982)	8.2	7.2	9.7	11.3	6.5	11.8	7.9	7.3	8.6	9.4	6.2	3.4	5.5	3500	3500	3500	3500	
クリーム	(908)	3.6	4.7	6.4	8.1	7.6	11.6	7.8	6.9	8.6	14.8	7.2	3.0	4.2	5.5	2750	3500	2750	3125
乳液	(991)	0.1	8.1	6.2	6.9	13.6	6.6	7.8	11.8	17.3	15.4	3.4	3.0	3.4	1750	2250	1750	2250	
化粧水	(1391)	0.1	6.7	6.5	5.5	13.2	8.8	7.5	13.0	17.9	17.3	3.6	3.6	1750	2250	1750	2250		
マッサージ料	(403)	0.1	2.5	5.0	6.0	7.9	6.7	8.4	10.7	12.2	12.4	4.2	6.7	15.4	1750	2250	1750	1750	
パック (シート状ではないもの)	(434)	0.1	2.3	5.8	5.5	7.1	7.8	7.6	10.8	10.1	16.4	8.3	7.8	8.8	1750	1750	1750	1750	
日焼け止め、 UVカットクリーム	(1191)	0.1	2.9	3.9	8.0	8.1	6.8	9.4	16.8	31.4	6.9	2.4	3	1250	1250	1250	1750		
クレンジング (メイク落とし用)	(1232)	0.1	2.2	5.0	5.9	12.6	19.0	32.4	10.6	2.4	3	1250	1250	1250	1250				
洗顔料	(1388)	0.1	1.0	4.9	4.1	6.7	11.7	14.7	27.6	22.0	3.7	750	750	750	1250				
シートパック	(721)	0.1	1.9	2.8	4.3	4.2	8.5	12.8	28.7	17.6	5.5	9.2	750	1250	1250	1250			

(%)

(円)

■ Q25 スキンケアアイテム購入金額(中央値一覧)
(各基数: スキンケア現実行者 且つ 自己購入者で、「わからない」人以外 1377人)

■ 全体より1000円以上高い
■ 全体より500円以上高い
■ 全体より500円以上低い
■ 全体より1000円以上低い

	(n)	美容液	クリーム	マッサージ料	パック (シート状ではないもの)	化粧水	乳液	クレンジング (メイク落とし用)	日焼け止め、 UVカットクリーム	洗顔料	シートパック	化粧品1ヶ月平均	
全体	(1413)	3500円	2750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	750円	750円	3365.4円	
年代別	15~19歳	(130)	1750円	1250円	1250円	750円	1250円	1000円	750円	750円	750円	2007.9円	
	20~24歳	(135)	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	750円	750円	750円	1956.8円	
	25~29歳	(148)	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	1750円	750円	1250円	750円	3081.0円	
	30~34歳	(144)	3500円	2750円	2000円	1750円	1750円	1750円	750円	1250円	750円	3213.0円	
	35~39歳	(143)	3500円	3125円	2000円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	750円	3730.2円	
	40~44歳	(146)	3500円	3500円	2250円	2750円	2250円	2250円	1250円	1250円	1250円	750円	3264.1円
	45~49歳	(144)	4000円	3500円	2250円	2250円	2250円	2250円	1250円	1250円	750円	1250円	3253.5円
	50~54歳	(142)	4500円	3500円	2250円	1750円	2750円	2750円	1250円	1750円	1250円	1250円	4043.2円
	55~59歳	(145)	4500円	3500円	2250円	2500円	2250円	2750円	1250円	1250円	1250円	1750円	4402.2円
60~64歳	(136)	3500円	3500円	2750円	3500円	2250円	2750円	1250円	1750円	1250円	1250円	4595.9円	
スキンケア重視別	スキンケア化粧品重視者	(759)	3500円	3500円	2250円	1750円	2250円	2750円	1250円	1750円	1250円	750円	4462.6円
	スキンケア化粧品やや重視者	(480)	2750円	2250円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	750円	750円	2400.4円	
	スキンケア化粧品非重視者	(174)	2250円	1250円	2000円	1500円	1250円	1250円	750円	750円	750円	1258.7円	
購入金額別	7500円以上	(143)	8750円	6250円	3500円	3500円	4500円	4500円	2250円	3500円	2250円	1750円	13435.3円
	4000~7500円以上	(184)	6250円	4000円	2250円	2250円	3500円	3500円	1250円	1750円	1250円	1250円	5327.5円
	2000~4000円以上	(365)	3500円	2750円	2250円	1750円	2250円	2250円	1250円	1250円	750円	750円	2839.0円
	2000円未満	(688)	1750円	1250円	1250円	750円	1250円	1250円	750円	750円	750円	750円	1026.9円

※中央値とは個々のデータを大きさの順に並べたとき、中央にくる値

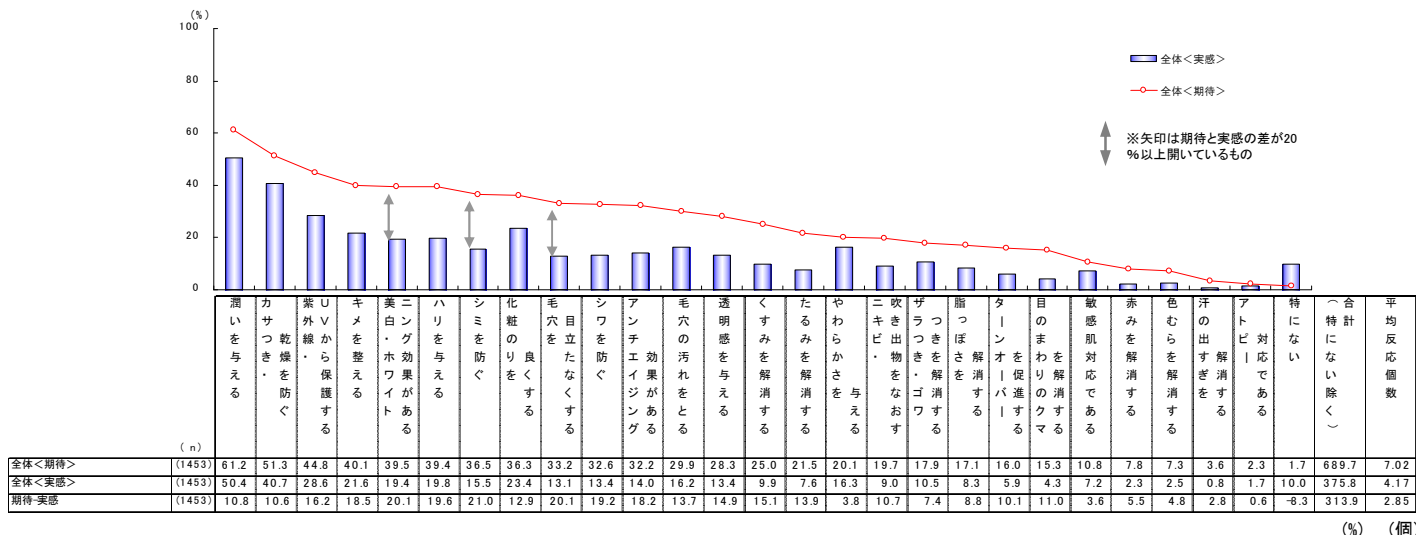
6 スキンケア効果価値_期待と実感

i スキンケアへの意識と行動

◆ 期待しているスキンケアの効果を見ると、「潤いを与える」や「カサつき・乾燥を防ぐ」が上位にあがり、実際に実感している人も多い。

- 期待の高さに対して実感が得られていないのは「美白・ホワイトニング効果」「シミを防ぐ」「毛穴を目立たなくする」といったエイジングに関する項目。

■ Q17、Q20 スキンケア効果価値<期待><実感> (基数: スキンケア現実行者 1453人)



◆ 「潤いを与える」「カサつき・乾燥を防ぐ」は広い年代で期待されているスキンケアの効果。20代以下では「ニキビ・吹き出物」「毛穴を目立たなくする」が他の年代にくらべ期待されており、40代以上では「ハリを与える」が上位にあがる。

■ Q17 スキンケア効果価値<期待> (基数: スキンケア現実行者 1453人)

年代別	基数	期待順位					平均反応数
		1位	2位	3位	4位	5位	
全体	(1453)	潤いを与える (61.2)	カサつき・乾燥を防ぐ (51.3)	紫外線・UVから保護する (44.8)	キメを整える (40.1)	美白・ホワイトニング効果がある (39.5)	7.02
15~19歳	(141)	ニキビ・吹き出物をなおす (58.2)	潤いを与える (56.0)	カサつき・乾燥を防ぐ (49.6)	毛穴の汚れをとる (46.8)	毛穴を目立たなくする (43.3)	7.21
20~24歳	(146)	潤いを与える (63.7)	カサつき・乾燥を防ぐ (54.8)	ニキビ・吹き出物をなおす (50.0)	化粧のりを良くする (44.5)	毛穴を目立たなくする (43.2)	6.91
25~29歳	(150)	潤いを与える (67.3)	カサつき・乾燥を防ぐ (54.7)	化粧のりを良くする (49.3)	キメを整える (45.3)	毛穴を目立たなくする (42.7)	7.78
30~34歳	(146)	潤いを与える (66.4)	カサつき・乾燥を防ぐ (66.4)	紫外線・UVから保護する (52.7)	キメを整える (45.9)	美白・ホワイトニング効果がある (45.2)	7.96
35~39歳	(146)	潤いを与える (63.7)	カサつき・乾燥を防ぐ (54.8)	美白・ホワイトニング効果がある (48.6)	紫外線・UVから保護する (46.6)	シミを防ぐ (45.9)	7.59
40~44歳	(146)	潤いを与える (61.6)	カサつき・乾燥を防ぐ (52.1)	紫外線・UVから保護する (50.0)	キメを整える (47.9)	ハリを与える (43.8)	7.43
45~49歳	(146)	潤いを与える (58.9)	カサつき・乾燥を防ぐ (50.0)	ハリを与える (46.6)	美白・ホワイトニング効果がある (45.9)	紫外線・UVから保護する (45.2)	6.78
50~54歳	(145)	潤いを与える (49.7)	紫外線・UVから保護する (46.2)	ハリを与える (45.5)	アンチエイジング効果がある (45.5)	カサつき・乾燥を防ぐ (41.4)	6.38
55~59歳	(147)	潤いを与える (65.3)	ハリを与える (46.9)	カサつき・乾燥を防ぐ (46.9)	アンチエイジング効果がある (44.9)	シミを防ぐ (42.9)	6.17
60~64歳	(140)	潤いを与える (58.6)	紫外線・UVから保護する (48.6)	カサつき・乾燥を防ぐ (42.1)	シワを防ぐ (40.7)	アンチエイジング効果がある (40.7)	5.91

Ⅲ 調査結果【詳細報告】

i. スキンケアへの意識と行動

ii. メイクへの意識と行動

iii. 化粧品購入経路

iv. スキンケア・メイク以外の美容行動

1 メイクを行うことへの好意度

- ◆ メイクが好きな人(非常に好き+やや好き)は、全体の59%。
 ・20代以下では、メイクが非常に好きな人は2割以上に達するのに対し、50代以上では1割未満。

■Q2. メイクを行うことへの好意度 (基数:対象者全員 1500人)

		(n)	非常に好きである	やや好きである	あまり好きではない	非常に好きではない	メイクが好きな人	メイクが好きではない人
全体		(1500)	14.7	43.9	33.3	8.1	58.6	41.4
年代別	15~19歳	(150)	26.7	42.0	26.0	5.3	68.7	31.3
	20~24歳	(150)	22.0	50.7	20.0	7.3	72.7	27.3
	25~29歳	(150)	23.3	45.3	26.7	4.7	68.7	31.3
	30~34歳	(150)	17.3	50.7	28.7	3.3	68.0	32.0
	35~39歳	(150)	15.3	41.3	36.7	6.7	56.7	43.3
	40~44歳	(150)	8.7	38.7	43.3	9.3	47.3	52.7
	45~49歳	(150)	10.7	45.3	32.7	11.3	56.0	44.0
	50~54歳	(150)	6.0	42.0	45.3	6.7	48.0	52.0
	55~59歳	(150)	8.7	44.7	37.3	9.3	53.3	46.7
	60~64歳	(150)	8.0	38.7	36.0	17.3	46.7	53.3
2011年5月調査, 全体	(1500)	14.7	43.9	33.3	8.1	58.6	41.4	
2010年5月調査, 全体	(1500)	15.5	42.7	34.6	7.3	58.1	41.9	
2009年4月調査, 全体	(1500)	15.4	40.8	36.0	7.8	56.2	43.8	
2008年8月調査, 全体	(1500)	14.3	44.1	33.2	8.4	58.4	41.6	

(%)

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

2 生活の中で重視する事から_メイクアップ化粧品

◆ **メイクアップ化粧品の重視者(とても重視+重視)は41%、やや重視者が33%、非重視者(ほとんど重視していない+重視していない)は26%。**

- 30代前半以下の年代では、約半数がメイクアップ化粧品の重視者。
- 時系列比較をみると、全体においてわずかながら重視者増加の傾向がうかがえる(07年8月 38% → 11年5月 41%)。

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

■Q1 生活の中で重視する事から「メイクアップ化粧品」(基数:対象者全員 1500人)

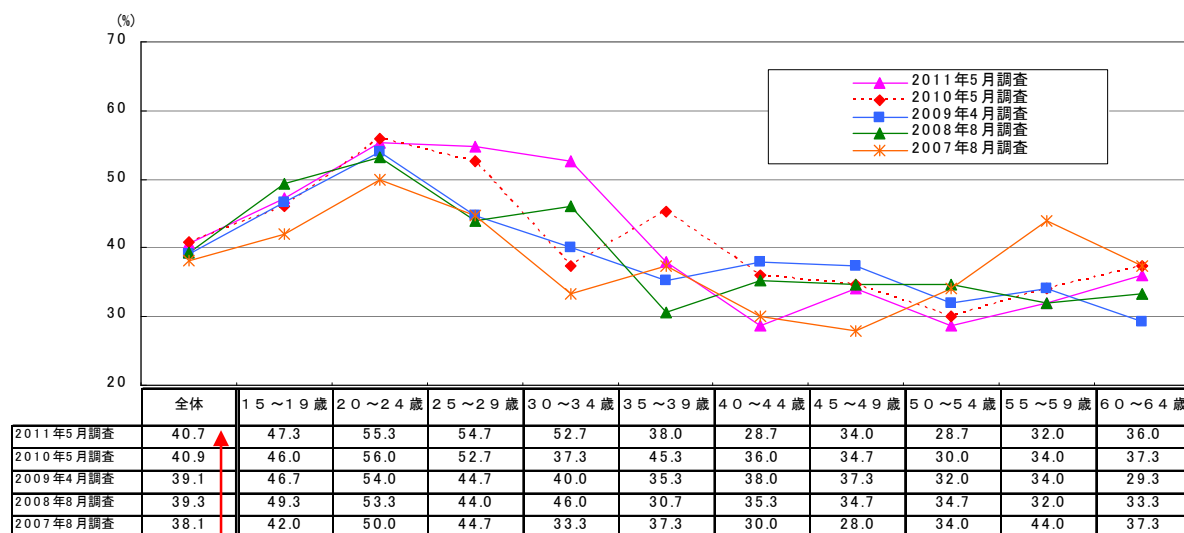
		(n)	とても重視している	重視している	やや重視している	ほとんど重視していない	重視していない	メイクアップ化粧品重視者	メイクアップ化粧品非重視者
全体		(1500)	13.9	26.9	33.0	19.2	7.1	40.7	26.3
年代別	15~19歳	(150)	18.7	28.7	30.0	11.3	11.3	47.3	22.7
	20~24歳	(150)	20.7	34.7	24.7	10.7	9.3	55.3	20.0
	25~29歳	(150)	23.3	31.3	28.0	12.7	4.7	54.7	17.3
	30~34歳	(150)	17.3	35.3	28.0	17.3	7.1	52.7	19.3
	35~39歳	(150)	10.7	27.3	33.3	23.3	5.3	38.0	28.7
	40~44歳	(150)	9.3	19.3	40.0	24.7	6.7	28.7	31.3
	45~49歳	(150)	12.7	21.3	36.7	22.7	6.7	34.0	29.3
	50~54歳	(150)	8.0	20.7	40.7	23.3	7.3	28.7	30.7
	55~59歳	(150)	10.7	21.3	39.3	22.7	6.0	32.0	28.7
	60~64歳	(150)	7.3	28.7	29.3	23.3	11.3	36.0	34.7
化粧品重視別	スキンケア化粧品重視者	(779)	26.3	48.1	17.6	6.2	1.8	74.5	8.0
	スキンケア化粧品やや重視者	(503)	9.0	67.4	21.1	6.0		5.6	27.0
	スキンケア化粧品非重視者	(218)	8.7	61.5	28.4			1.4	89.9

(%)

※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地(■)で網かけ

■Q1 生活の中で重視する事から「メイクアップ化粧品」重視者_時系列比較

(基数:対象者全員 2011年5月調査 1500人、2010年5月調査 1500人、2009年4月調査 1500人、2008年8月調査 1500人、2007年8月調査 1500人)



3 メイクを行う頻度

◆ メイクを現在行っている人(現実行者)は88%。毎日行っている人(毎日+ほぼ毎日)は67%。

- ・メイクアップ化粧品重視別では、メイクアップ化粧品を重視している人ほど、メイク頻度が高い。
- ・メイク行為重視別では、メイク行為を重視する人ほど、メイク頻度が高い。

■Q3 メイクを行う頻度(基数:対象者全員 1500人)

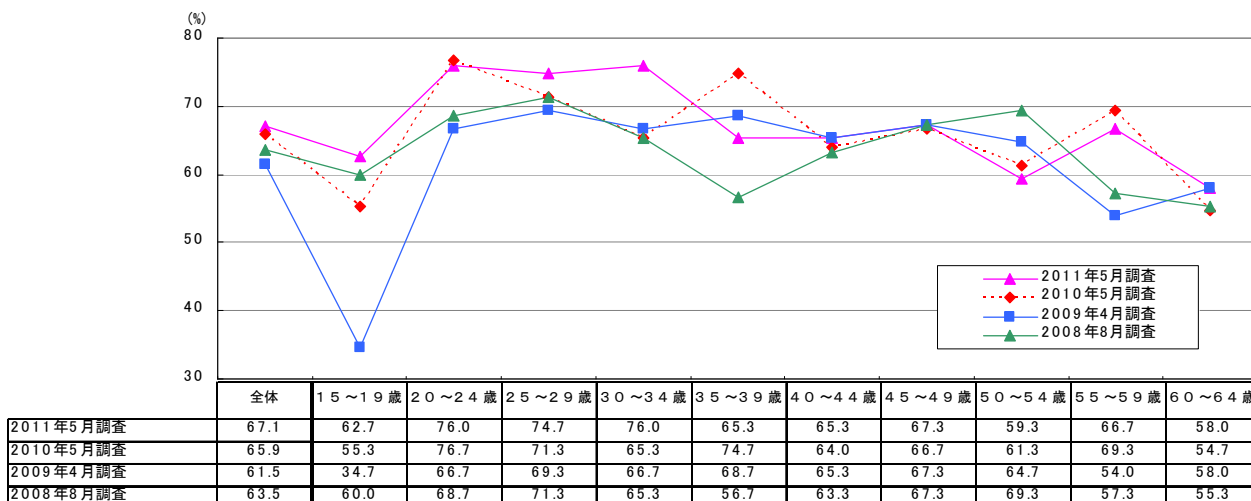
		メイク現実行者						メイク 毎日+ほぼ毎 日実行者	メイク 現実行者
		毎日メイクを 行っている	ほぼ毎日メイクを 行っている	ときどきメイクを 行っている	行ったことは あるが、現在は 行っていない	今まで特別な ときしかメイクを したことがない	今までメイク 自体をまったく 行っていない		
全体	(1500)	22.5	44.6	21.3	8.5	6.3	1.8	67.1	88.4
年代別	15~19歳	22.7	40.0	19.3	7.8	8.7	0.5	62.7	82.0
	20~24歳	15.3	60.7	14.7	7.0	2.7	0.6	76.0	90.7
	25~29歳	22.7	52.0	20.0	2.7	2.0	0.6	74.7	94.7
	30~34歳	30.0	46.0	22.0	2.0	0.0	0.0	76.0	98.0
	35~39歳	24.7	40.7	25.3	2.7	6.0	0.6	65.3	90.7
	40~44歳	26.0	39.3	23.3	3.3	8.0	0.0	65.3	88.7
	45~49歳	24.7	42.7	18.7	5.3	8.7	0.0	67.3	86.0
	50~54歳	18.0	41.3	26.7	5.3	8.0	0.7	59.3	86.0
	55~59歳	22.7	44.0	22.0	2.7	7.3	1.3	66.7	88.7
60~64歳	18.7	39.3	20.7	9.3	8.7	3.3	58.0	78.7	
化粧品重視別	メイクアップ化粧品重視者	34.9	51.4	13.4	0.0	0.0	0.0	86.3	99.7
	メイクアップ化粧品やや重視者	20.4	49.3	25.9	2.2	2.0	0.2	69.7	95.6
	メイクアップ化粧品非重視者	6.1	28.2	27.7	10.4	21.1	6.6	34.3	61.9
メイク行為重視別	メイク行為重視者	37.1	50.9	11.5	0.0	0.0	0.0	88.0	99.5
	メイク行為やや重視者	16.8	53.2	26.9	1.0	1.0	0.0	70.0	96.9
	メイク行為非重視者	4.8	22.6	30.6	12.1	22.6	7.3	27.4	58.1

(%)

※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地(■)で網かけ

■Q3 メイクを行う頻度 メイク毎日(毎日+ほぼ毎日)実行者 時系列比較

(基数:対象者全員 2011年5月調査 1500人、2010年5月調査 1500人、2009年4月調査 1500人、2008年8月調査 1500人)

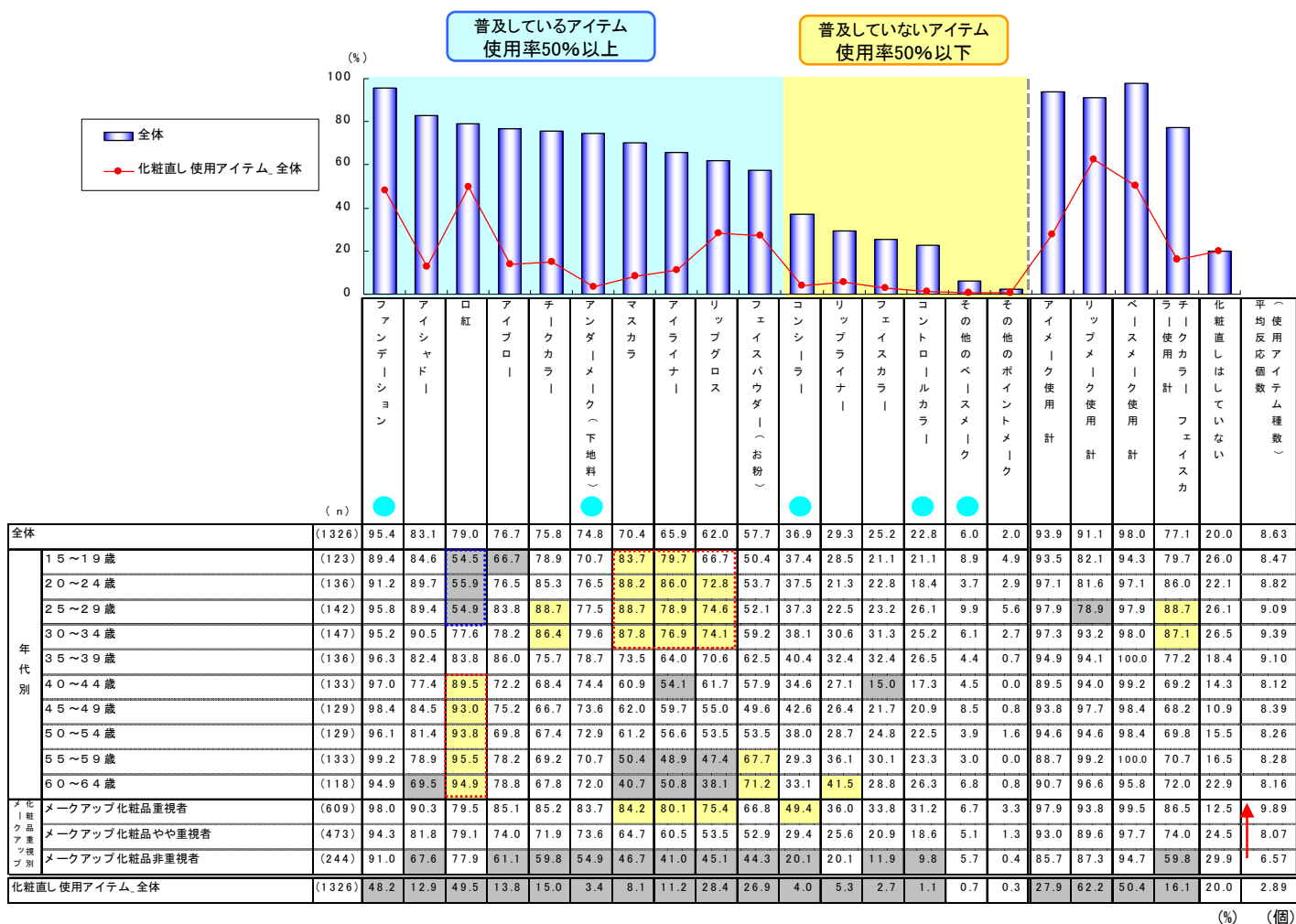


4 メイクアイテム使用状況_使用アイテム

◆ 「ファンデーション」の使用は、メイク現実行者の95%にのぼり、最も使用率が高い。次いで「アイシャドー」83%、「口紅」79%とつづく。

- 30代前半以下では「マスカラ」「アイライナー」「リップグロス」の使用率が他の年代にくらべて高い。
- また、「口紅」は40代以上で使用率が高くなる。20代以下では「口紅」よりも「リップグロス」の使用率が高く、30代からは「リップグロス」より「口紅」の使用率が高くなっている。
- メイクアップ化粧品を重視している人ほど使用アイテム種数(平均反応個数)が多い。

■ Q5, Q6 現使用メイクアイテム一覧(基数:メイク現実行者 1326人)※化粧直しを含む



※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地(■)で網かけ
 ※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

4 メイクアイテム使用状況_使用頻度

◆ 「ファンデーション」を週5回以上使用している人は、メイク現実行者の70%にのぼり、最も使用頻度が高いアイテム。次いで「アイブロー」が58%、「アンダーメイク(下地料)」が57%。

■ Q5 アイテム使用頻度※化粧品直しを除く(基数:メイク現実行者 1326人)
週5回以上(毎日+週に5~6回くらい)のスコアが多い順

	(n)	使用頻度								使用頻度平均	週5回以上計
		毎日	週に5~6回くらい	週に3~4回くらい	週に1~2回くらい	月に1~3回くらい	半年に1~3回くらい	年に1日以下	使わない		
ファンデーション ●	(1326)	37.5	32.2	12.0	8.1	3.8	14.9	4.95	69.7		
アイブロー	(1326)	35.0	22.8	8.2	5.1	3.4	23.5	4.08	57.8		
アンダーメイク(下地料) ●	(1326)	33.6	23.3	7.6	6.1	2.0	25.2	4.01	56.9		
アイシャドー	(1326)	27.5	23.0	10.5	9.6	7.1	3.5	16.9	3.74	50.5	
口紅	(1326)	26.7	22.1	10.7	8.7	6.2	3.0	21.1	3.62	48.8	
チークカラー	(1326)	24.8	21.9	11.2	7.6	5.2	3.5	24.2	3.48	46.8	
アイライナー	(1326)	20.4	16.8	8.5	8.6	6.2	3.3	34.2	2.82	37.3	
マスカラ	(1326)	19.2	15.8	9.5	10.6	8.7	4.2	29.6	2.75	35.0	
フェイスパウダー(お粉)	(1326)	17.6	16.6	8.5	6.3	4.8	3.3	43.1	2.56	34.2	
リップグロス	(1326)	14.1	11.9	9.4	10.2	9.2	5.1	38.2	2.17	26.0	
コンシーラー ●	(1326)	7.8	8.1	5.6	4.9	4.8	3.2	63.2	1.29	15.9	
フェイスカラー	(1326)	7.3	5.6	2.5	3.8	4.0	0.5	75.0	0.98	12.9	
リップライナー	(1326)	8.1	4.6	3.4	3.8	4.2	2.9	70.9	1.02	12.7	
コントロールカラー ●	(1326)	5.7	4.6	2.9	2.1	1.7	77.3	0.80	10.3		

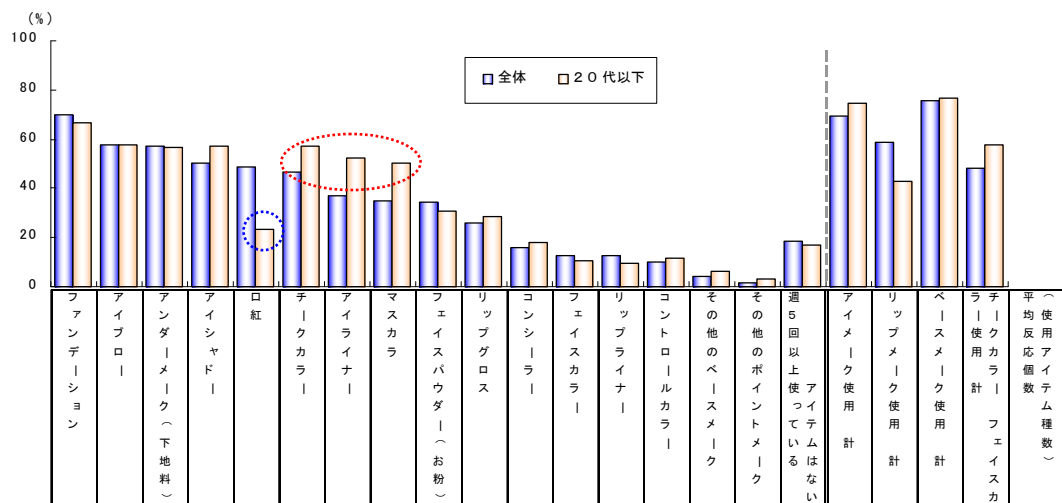
(%) (1週間に
おける日数) (%)

※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

4 メイクアイテム使用状況_週5日以上使用アイテム

- ◆ 週5日以上使っているメイクアイテムを年代別にみると、20代以下では、「チークカラー」「アイライナー」「マスカラ」の使用率が高く、「口紅」は低い。
 - 40代前半以下では、「リップメイク使用計」より「アイメイク使用計」が多く、若い年代を中心にアイメイクを行っている様子がうかがえる。
 - 40代以上では、「口紅」の週5日以上の使用率が6割以上となっており、過半数に達する。

■ Q5 週5回以上使っているメイクアイテム一覧(基数:メイク現実行者 1326人)※化粧直しを除く



		(n)	ファンデーション	アイブロー	アイシャドウ	アイメイク(下地料)	口紅	チークカラー	アイライナー	マスカラ	フェイスパウダー(お粉)	リップグロス	コンシラー	フェイスカラー	リップライナー	コントロールカラー	その他のベースメイク	その他のポイントメイク	週5回以上使っているアイテムはない	アイメイク使用計	リップメイク使用計	ベースメイク使用計	チークカラー使用計	平均反応個数	(使用アイテム種数)
全体	(1326)	69.7	57.8	56.9	50.5	48.8	46.8	37.3	35.0	34.2	26.0	15.9	12.9	12.7	10.3	4.4	1.5	18.5	69.5	58.6	75.9	48.3	6.39		
年代別	15~19歳	(123)	61.0	50.4	54.5	49.6	19.5	51.2	50.4	42.3	25.2	17.9	19.5	8.1	12.2	11.4	5.7	4.1	20.3	69.1	39.0	70.7	51.2	6.06	
	20~24歳	(136)	68.4	55.9	56.6	62.5	19.1	59.6	54.4	52.9	33.8	26.5	17.6	12.5	8.1	7.4	2.9	1.5	16.2	75.7	39.0	78.7	60.3	6.44	
	25~29歳	(142)	70.4	66.2	57.7	57.7	31.0	59.9	52.1	54.2	32.4	40.1	17.6	11.3	9.2	15.5	9.9	3.5	14.8	78.2	50.0	79.6	61.3	6.91	
	30~34歳	(147)	71.4	61.9	63.9	54.4	37.4	55.8	42.2	46.3	34.7	33.3	16.3	16.3	12.9	9.5	4.8	2.7	19.0	70.1	51.0	78.9	56.5	6.97	
	35~39歳	(136)	72.8	57.4	61.0	44.1	49.3	39.0	30.9	32.4	33.8	28.7	14.0	14.0	12.5	10.3	2.2	0.7	19.1	64.7	56.6	77.9	39.7	6.22	
	40~44歳	(133)	72.9	56.4	55.6	42.9	59.4	37.6	26.3	21.8	37.6	27.8	15.0	10.5	13.5	10.5	4.5	0.0	17.3	66.9	66.2	76.7	39.8	5.95	
	45~49歳	(129)	76.0	62.8	56.6	55.0	73.6	38.0	35.7	33.3	28.7	22.5	20.2	10.9	10.1	8.5	4.7	0.8	18.6	72.9	75.2	79.1	40.3	6.60	
	50~54歳	(129)	66.7	53.5	55.8	47.3	63.6	38.8	28.7	24.0	31.8	27.1	14.7	11.6	14.0	5.4	2.3	0.8	22.5	65.9	67.4	71.3	40.3	6.27	
	55~59歳	(133)	69.9	57.1	53.4	48.1	70.7	47.4	21.8	21.1	39.8	18.8	12.0	18.0	14.3	13.5	1.5	0.0	20.3	67.7	72.9	73.7	48.9	6.37	
60~64歳	(118)	66.1	54.2	52.5	41.5	68.6	37.3	28.0	16.9	44.1	13.6	11.9	15.3	21.2	10.2	5.9	0.8	16.9	62.7	71.2	70.3	42.4	5.88		
メイクアップ化粧品重視者	(609)	80.3	68.3	70.3	66.3	52.9	60.4	53.7	49.9	44.2	36.8	23.8	18.7	17.2	15.3	5.6	2.5	9.9	81.3	66.8	87.4	62.2	7.39		
メイクアップ化粧品やや重視者	(473)	65.8	54.1	53.1	45.0	49.7	41.0	28.1	26.8	29.4	19.0	11.2	11.0	10.4	8.2	3.4	0.8	21.1	65.8	56.9	71.7	43.1	5.80		
メイクアップ化粧品非重視者	(244)	50.8	38.5	31.1	21.7	36.9	23.8	13.9	13.5	18.4	12.7	5.3	2.0	5.7	1.6	3.7	0.4	34.8	47.5	41.4	55.3	23.8	4.30		

(%) (個)

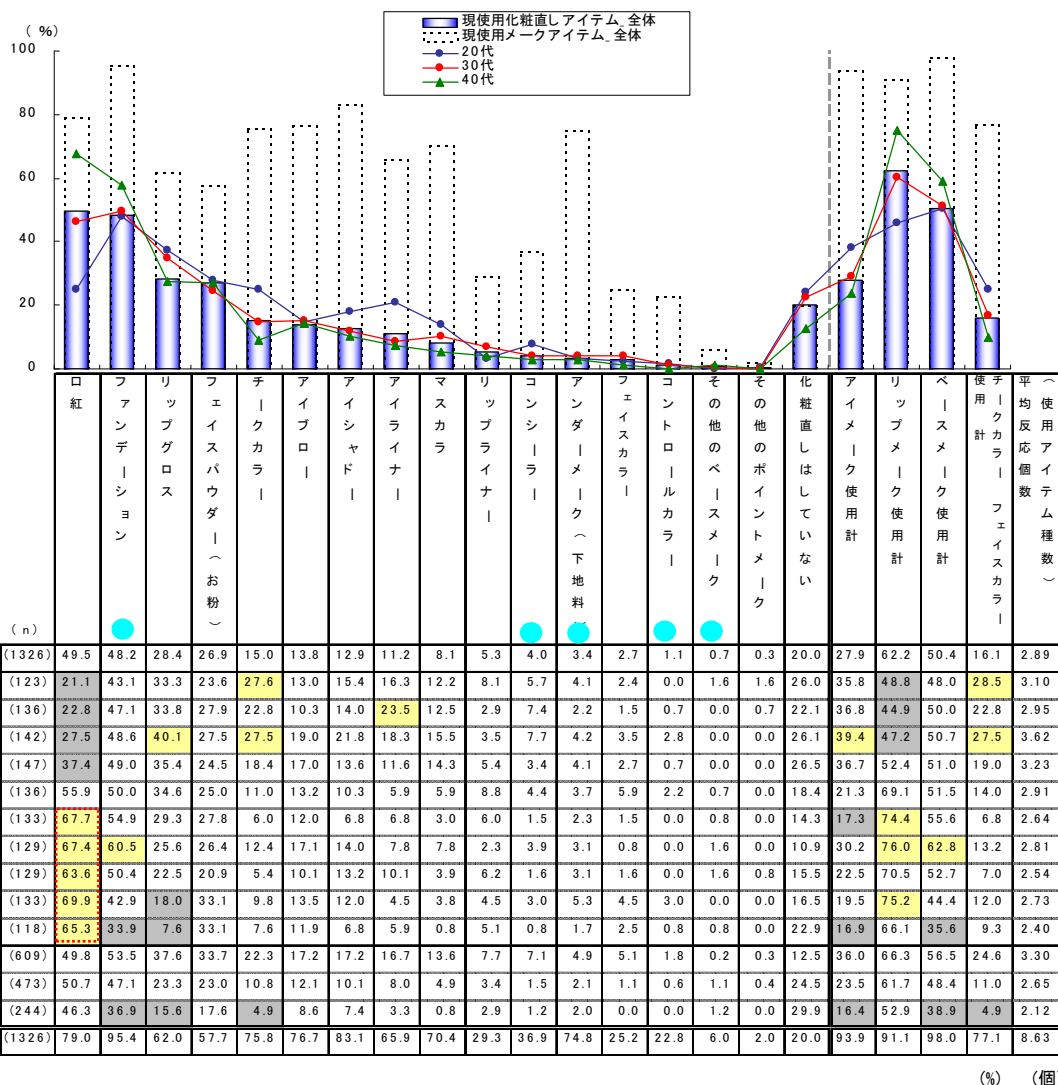
※表の網掛け: n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰地(■)で網かけ
 ※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

4 メイクアイテム使用状況_化粧直しアイテム

◆ 化粧直しアイテムをみると、「口紅」と「ファンデーション」がメイク現実行者の約半数に使われており、化粧直し使用率が高い。

- 「口紅」の化粧直しの使用率は40代以上の年代で約7割と高い。

■ Q6 現使用化粧直しアイテム一覧(基数:メイク現実行者 1326人)



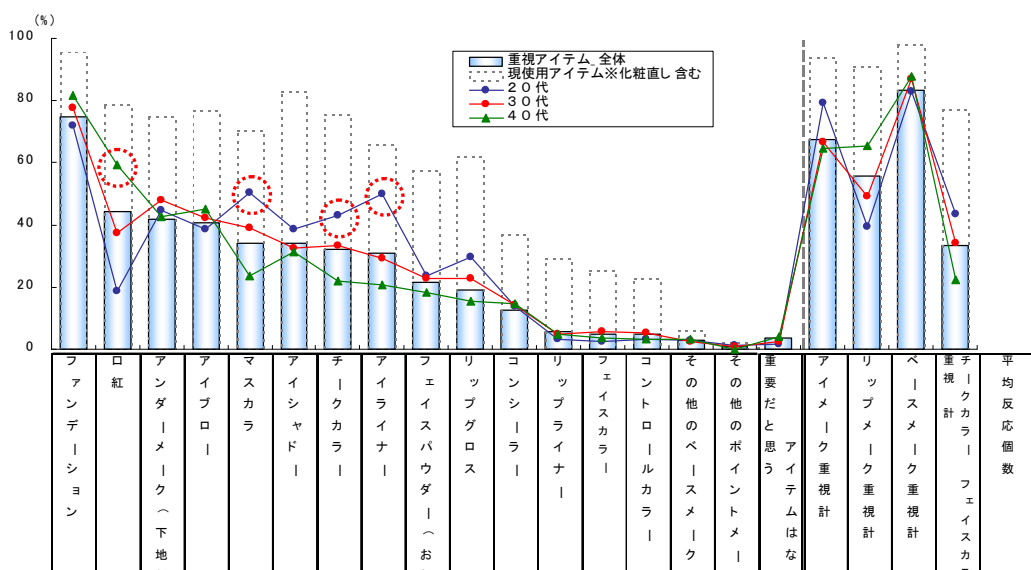
※表の網掛け:n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰地(■)で網かけ
 ※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

5 重視しているメイクアイテム

◆ 現在使用しているメイクアイテムのうち、メイク現実行者の75%が「ファンデーション」を重視している。次いで「口紅」が44%、「アンダーメイク(下地料)」が42%。

- 「マスカラ」「チークカラー」「アイライナー」は、30代前半以下の年代で重視している人が多く、「口紅」は40代以上の年代で重視している人が多い。

■ Q7. 現使用メイクアップ化粧品重視アイテム (基数:メイク現実行者 1326人)



重視アイテム

		(n)	ファンデーション	口紅	アンダーメイク(下地料)	アイプロ	マスカラ	アイシャドウ	チークカラー	アイライナー	フェイスパウダー(お粉)	リップグロス	コンシラー	リップライナー	フェイスカラー	コントロールカラー	その他のベースメイク	その他のポイントメイク	重要だと思わないアイテム	アイメイク重視計	リップメイク重視計	ベースメイク重視計	重視計	チークカラー・フェイスカラー	平均反応個数																						
重視アイテム_全体		(1326)	74.8	44.4	41.9	40.5	34.3	34.2	32.2	30.7	21.7	19.2	12.7	5.7	4.8	4.7	2.8	0.8	3.7	67.3	55.6	83.3	33.5	4.21																							
年代別	15~19歳	(123)	60.2	19.5	39.8	29.3	52.0	38.2	49.6	43.1	19.5	23.6	15.4	10.6	5.7	3.3	4.1	3.3	3.3	73.2	40.7	71.5	49.6	4.31																							
	20~24歳	(136)	69.1	13.2	39.7	30.9	49.3	41.9	39.0	53.7	22.8	25.0	13.2	3.7	2.9	2.9	0.7	1.5	0.7	77.9	33.1	80.1	39.7	4.13																							
	25~29歳	(142)	74.6	23.9	49.3	46.5	51.4	35.2	47.2	46.5	23.9	33.8	14.8	2.8	2.1	3.5	4.9	1.4	2.8	80.3	45.8	85.9	47.2	4.75																							
	30~34歳	(147)	76.2	31.3	49.0	41.5	46.9	38.1	43.5	38.8	22.4	26.5	14.3	4.1	5.4	7.5	3.4	1.4	3.4	72.1	48.3	86.4	44.2	4.66																							
	35~39歳	(136)	79.4	44.1	47.1	43.4	30.9	26.5	22.1	19.1	22.8	18.4	14.0	5.9	5.9	2.9	1.5	0.0	1.5	61.0	50.0	87.5	23.5	3.90																							
	40~44歳	(133)	78.2	60.9	45.9	43.6	21.1	26.3	21.8	17.3	20.3	21.1	12.0	5.3	3.8	4.5	3.0	0.0	3.8	60.9	68.4	86.5	23.3	4.00																							
	45~49歳	(129)	85.3	57.4	39.5	46.5	26.4	36.4	21.7	24.0	16.3	10.1	17.1	4.7	3.9	2.3	3.9	0.0	4.7	68.2	62.8	89.1	21.7	4.15																							
	50~54歳	(129)	76.0	61.2	36.4	41.1	25.6	34.1	18.6	23.3	15.5	13.2	10.9	3.9	2.3	5.4	1.6	0.8	5.4	62.8	65.9	82.9	20.2	3.91																							
55~59歳	(133)	73.7	63.9	39.1	38.3	18.8	33.8	31.6	16.5	24.8	14.3	8.3	8.3	9.0	9.0	1.5	0.0	7.5	54.9	68.4	79.7	33.8	4.23																								
60~64歳	(118)	74.6	74.6	29.7	43.2	16.9	31.4	24.6	22.0	28.8	2.5	5.9	8.5	6.8	5.1	3.4	0.0	4.2	60.2	76.3	81.4	29.7	3.95																								
メイクアップ化粧品重視者	(609)	80.6	45.5	53.0	45.3	48.3	46.0	42.4	45.2	29.4	26.6	18.4	8.4	8.5	6.7	2.8	1.1	1.0	77.3	59.8	89.8	44.3	5.13																								
メイクアップ化粧品やや重視者	(473)	73.8	47.4	37.2	40.8	27.1	29.2	26.6	22.8	18.0	14.8	9.1	4.4	2.1	4.0	2.5	0.8	2.5	66.2	56.4	82.0	27.5	3.70																								
メイクアップ化粧品非重視者	(244)	62.3	36.1	23.0	27.9	13.5	14.8	17.6	9.8	9.8	9.4	5.3	1.2	0.4	0.8	3.3	0.0	12.7	44.7	43.4	69.3	18.0	2.69																								
現使用アイテム※化粧直し含む		(1326)	95.4	79.0	74.8	76.7	70.4	83.1	75.8	65.9	57.7	62.0	36.9	29.3	25.2	22.8	6.0	2.0		93.9	91.1	98.0	77.1	8.63																							
各アイテムの使用者中の重視率																							(%)																								
重視アイテム_各アイテム使用者ベース			78.4	56.2	55.9	52.8	48.8	41.2	42.5	46.6	37.6	31.0	34.4	19.3	18.9	20.5	46.8	40.7		71.7	61.0	85.0	43.4																								
使用者数			1265人	1048人	992人	1017人	933人	1102人	1005人	874人	765人	822人	489人	389人	334人	302人	79人	27人		1245人	1208人	1299人	1023人																								

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

6 投資・購入金額 1ヶ月のメイクアップ化粧品投資金額と充足感

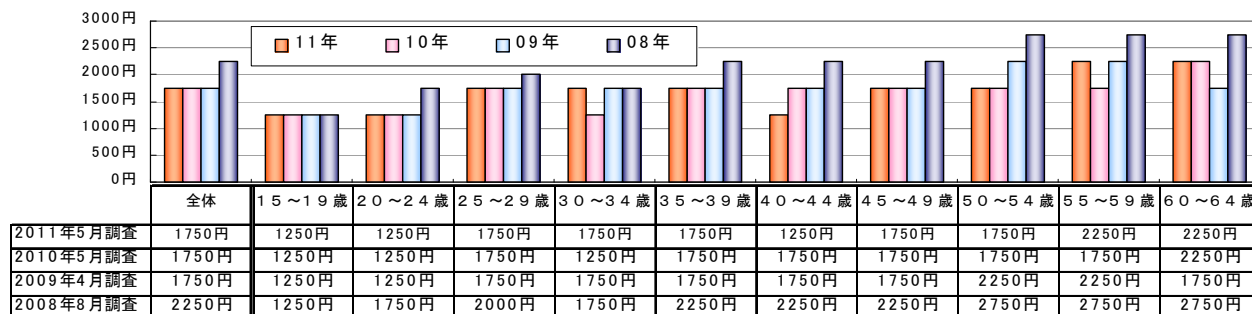
- ◆ 1ヶ月のメイクアップ化粧品投資金額の中央値は1750円。
 - メイクアップ化粧品を重視している人ほど投資金額は高い。

■ Q9.メイクアップ化粧品1ヶ月投資金額 (基数:メイク現実行者 1326人)

		7500円以上 5.3%		3000~7500円未満 16.2%			1500~3000円未満 30.7%			1500円未満 44.3%			中央値		
		15000~ 10000円未満	10000~ 7500円未満	7500~ 5000円未満	5000~ 3000円未満	3000~ 2000円未満	2000~ 1500円未満	1500~ 1000円未満	1000~ 500円未満	500円未満	わからない	自分では購入していない			
(n)															
全体	(1326)	4.5	5.4	6.3	9.8	8.8	12.1	14.0	17.6	12.6	2.9	0.1	1750		
年代別	15~19歳	(123)	3.3	3.4	5.7	4.1	11.4	10.6	13.8	25.2	17.1	2.0	1250		
	20~24歳	(136)	2.9	5.1	5.9	11.8	16.9	19.9	16.2	11.8	2.3	3.7	1250		
	25~29歳	(142)	2.1	4.2	5.6	6.3	9.2	11.3	9.9	8.5	19.7	17.6	1750		
	30~34歳	(147)	2.7	3.4	7.5	6.8	10.2	10.2	14.3	12.9	15.0	13.6	1750		
	35~39歳	(136)	2.9	2.9	5.1	5.9	8.8	10.3	16.2	10.3	18.4	14.0	1750		
	40~44歳	(133)	3.3	5.4	3.8	7.5	9.8	6.0	6.0	14.3	27.8	12.0	1250		
	45~49歳	(129)	3.0	5.4	4.7	3.9	14.0	7.0	13.2	21.7	12.4	12.4	1750		
	50~54歳	(129)	3.6	7.0	6.2	8.5	12.4	5.4	9.3	14.7	17.1	9.3	1750		
	55~59歳	(133)	3.0	3.0	6.0	6.0	9.0	12.0	7.5	13.5	12.8	12.0	8.3	4.0	2250
	60~64歳	(118)	7.9	3.4	6.8	10.2	4.2	11.9	6.8	10.2	11.9	12.7	9.3	4.2	2250
メイクアップ化粧品重視別	メイクアップ化粧品重視者	(609)	3.8	3.3	6.7	7.6	10.0	12.3	9.5	12.5	14.1	11.5	5.1	2250	
	メイクアップ化粧品やや重視者	(473)	3.4	3.4	4.2	3.2	9.7	9.9	12.7	14.4	21.1	14.0	3.6	1250	
	メイクアップ化粧品非重視者	(244)	2.3	3.3	3.7	4.9	9.8	13.1	26.2	28.7	4.1	1.6	750		

■ Q9.メイクアップ化粧品1ヶ月投資金額(中央値)時系列比較

(基数:メイク現実行者 2011年5月調査 1326人、2010年5月調査 1323人、2009年4月調査 1261人、2008年8月調査 1276人)



- ◆ 1ヶ月のメイクアップ化粧品平均投資金額に対する充足感は、「ちょうどよい金額」が67%。「かけすぎている計」7%、「不十分計」25%

■ Q10.メイクアップ化粧品1ヶ月投資金額への充足感

(基数:メイク現実行者 且つ 自己購入者で、投資金額が「わからない」人以外 1279人)

		かけすぎている計					不十分計			かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計
		とてもお金をかけすぎている	ややお金をかけすぎている	ちょうどよい金額	やや不十分な金額	とても不十分な金額	かけすぎている計	ちょうどよい	不十分計			
(n)												
全体	(1279)	4.6	6.6	67.2	21.3	4.1	7.3	67.2	25.4			
1ヶ月購入金額	7500円以上	(70)	4.3	41.4	45.7	7.1	4.4	45.7	45.7	8.6		
	3000~7500円未満	(215)	0.5	11.2	71.2	15.3	1.9	11.6	71.2	17.2		
	1500~3000円未満	(407)	0.5	5.7	73.0	20.1	0.7	6.1	73.0	20.9		
	1500円未満	(587)	0.7	1.4	64.4	25.9	7.7	2.0	64.4	33.6		

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

6 投資・購入金額 メイクアイテム購入金額

◆「ファンデーション」は2750円(中央値)で最も購入金額が高い。次いで「フェイスパウダー」が2250円、「コントロールカラー」が2000円(中央値)。

・ポイントメイクにくらべ、ベースメイクアイテムにかかる金額の方が高額。

■Q12. メイクアイテム購入金額 (各基数: 該当アイテム使用者)
2000円以上の購入金額が多い順

(n)	購入金額											中央値	2010年中央値	2009年中央値			
	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
ファンデーション ●	10.0	5.6	10.7	21.7	10.4	10.0	13.4	11.8	7.0	9.2	2.1				2750	2750	2750
フェイスパウダー(お粉)	3.4	5.1	8.8	11.8	8.5	10.0	17.0	15.6	7.4	2.2	5.7	4.1			2250	2250	2250
口紅	23.2	14.9	12.6	12.3	10.3	19.9	12.4	4.4	4.4	4.1				1750	1750	2250	
アンダーメイク(下地料) ●	3.1	5.3	12.1	12.4	8.8	12.9	21.3	14.4	2.0	4.5	2.3			1750	1750	1750	
コントロールカラー ●	2.7	4.7	12.6	12.3	8.6	12.0	13.3	13.0	3.0	9.3	8.3			2000	2250	1750	
フェイスカラー	3.3	4.5	10.5	10.2	8.7	13.6	18.1	9.6	3.6	10.2	5.4			1750	2250		
コンシーラー ●	4.7	8.2	10.3	9.7	14.8	14.4	19.3	4.1	6.8	5.5				1750	1750	1500	
アイシャドー	3.7	3.6	8.8	7.1	7.7	14.5	23.5	16.3	6.9	4.2	2.6			1250	1750	1750	
チークカラー	2.6	8.1	8.4	7.2	11.7	17.1	21.7	9.6	6.0	4.1				1250	1250	1250	
リップグロス	8.4	8.7	8.7	13.6	18.0	22.0	8.8	5.1	5.5					1250	1250	1250	
リップライナー	2.1	4.9	9.5	7.7	10.3	19.3	18.8	9.0	10.6	6.2				1250	1250	1250	
マスカラ	2.3	7.1	6.9	7.2	18.7	35.1	11.6	3.1	3.9	3.5				1250	1250	1750	
アイライナー	5.5	4.6	6.1	9.9	32.4	22.7	10.3	4.6	2.3					1250	1250	1250	
アイブロー	5.5	4.5	5.7	9.7	19.9	27.5	19.8	3.7	2.1					750	1250	1250	

(%) (円)

※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

■Q12. メイクアイテム購入金額(中央値一覧)
(各基数: メイク現実行者 且つ 自己購入者で、「わからない」人以外 1285人)

全体より1000円以上高い
全体より500円以上高い
全体より500円以上低い
全体より1000円以上低い

(n)	ファンデーション ●	フェイスパウダー	コントロール	アンダーメイク	コンシーラー	フェイスカラー	口紅	アイシャドー	アイライナー	マスカラ	チークカラー	リップライナー	リップグロス	アイブロー	メイク用品総額(平均)	投資金額	
全体 (1285)	2750円	2250円	2000円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	2521.3円		
年代別	15~19歳 (120)	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	2068.4円		
	20~24歳 (127)	2250円	1750円	1250円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	1810.0円		
	25~29歳 (139)	3500円	2250円	2750円	1750円	1750円	1750円	2250円	1750円	1250円	1250円	1250円	1750円	750円	2505.4円		
	30~34歳 (144)	2750円	2000円	2250円	2250円	1750円	2250円	2250円	1750円	1250円	1750円	1250円	1750円	750円	2311.6円		
	35~39歳 (135)	2750円	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1750円	1250円	1250円	1250円	2244.2円		
	40~44歳 (127)	2750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1500円	1250円	1250円	1250円	750円	2329.3円	
	45~49歳 (128)	2750円	2250円	2250円	2250円	1750円	2250円	2000円	1750円	1250円	1750円	2000円	1250円	1750円	1250円	2411.4円	
	50~54歳 (124)	3500円	2750円	2250円	2250円	2250円	2250円	2250円	1750円	1250円	1750円	2250円	1250円	1750円	1250円	2730.9円	
55~59歳 (128)	2750円	2250円	1750円	1750円	1750円	2250円	2250円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1750円	1250円	3229.8円		
60~64歳 (113)	3500円	3500円	1750円	1750円	2000円	2250円	2250円	1750円	1250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	3747.7円		
メイクアイテム別	メイクアップ化粧品重視者 (602)	3500円	2250円	2250円	2250円	1750円	1750円	2250円	1750円	1250円	1750円	1750円	1750円	1250円	3351.6円		
	メイクアップ化粧品やや重視者 (452)	2250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	2014.8円		
	メイクアップ化粧品非重視者 (231)	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	750円	1250円	1250円	750円	1302.0円		
購入金額	7500円以上 (68)	4500円	3500円	3500円	3500円	2750円	3500円	3500円	2750円	2750円	2750円	2750円	2750円	1750円	12628.7円		
	3000~7500円以上 (212)	3500円	3125円	2750円	2750円	1750円	2750円	2750円	2250円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	4599.1円		
	1500~3000円以上 (402)	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	2212.7円		
	1500円未満 (572)	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	1250円	750円	750円	750円	750円	766.6円		

※中央値とは個々のデータを大きさの順に並べたとき、中央にくる値
※本調査ではベースメイクアイテムにあたるアイテムに(●印)を表示

7 1日はじめのメイク所要時間

◆ 全体の86%が、メイクにかかる時間を30分以内としている。6～10分が30%を占める。

■Q4 1日はじめのメイクにかかる時間(スキンケアを含めない) (基数:対象者全員 1500人)

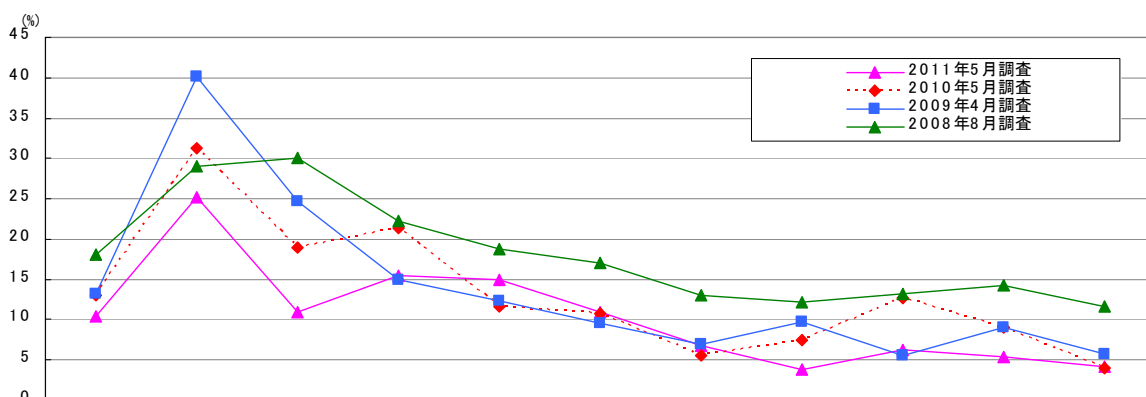
	(n)	所要時間							所要時間 11分以上	平均時間	
		31分以上	21~30分	16~20分	11~15分	6~10分	1~5分	0分・行わない			
全体	(1500)	2.3	6.9	13.0	21.5	29.7	14.9	11.6	43.8	12.7	
年代別	15~19歳	(150)	8.7	12.0	17.3	19.3	18.0	6.7	18.0	57.3	16.5
	20~24歳	(150)	2.7	7.3	22.0	31.3	20.7	6.7	9.3	63.3	14.9
	25~29歳	(150)	3.3	11.3	20.0	30.0	24.7	5.3	5.3	64.7	16.4
	30~34歳	(150)	4.7	10.0	14.0	29.3	24.7	15.3	2.0	58.0	16.3
	35~39歳	(150)	2.7	7.3	14.7	18.7	37.3	10.0	9.3	43.3	13.4
	40~44歳	(150)	0.0	6.7	22.7	32.0	21.3	11.3		35.3	10.7
	45~49歳	(150)	0.7	10.0	19.3	37.3	16.0	14.0		32.7	10.4
	50~54歳	(150)	0.0	6.7	19.3	30.7	24.0	14.0		31.3	9.9
	55~59歳	(150)	0.0	10.7	13.3	38.0	22.0	11.3		28.7	10.3
	60~64歳	(150)	0.7	8.0	12.0	34.0	21.3	21.3		23.3	8.7
メイクアップ化粧品重視別	メイクアップ化粧品重視者	(611)	4.4	12.6	20.0	28.8	25.2	8.7	0.3	65.8	17.3
	メイクアップ化粧品やや重視者	(495)	4.4	10.9	22.8	40.0	16.0	4.4		39.6	12.4
	メイクアップ化粧品非重視者	(394)	3.8	8.6	23.9	23.1	38.1			15.0	6.2
メイク行為重視別	メイク行為重視者	(641)	4.4	12.5	19.8	29.2	25.6	8.1	0.5	65.8	17.3
	メイク行為やや重視者	(487)	4.0	11.1	22.4	39.6	18.7	8.1		38.6	12.1
	メイク行為非重視者	(372)	3.8	7.3	23.9	21.5	41.9			12.6	5.8

(%) (分)

◆ これまでの調査とくらべ、メイクに21分以上かける人は全体では少なくなっている(08年8月18% → 11年5月11%)。

■Q4 1日はじめのメイクにかかる時間(スキンケアを含めない)_21分以上_時系列比較

(各基数:メイク現実行者 2011年5月調査 1326人、2010年5月調査 1323人、2009年4月調査 1261人、2008年8月調査 1276人)



	全体	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
2011年5月調査	10.5	25.2	11.0	15.5	15.0	11.0	6.8	3.9	6.2	5.3	4.2
2010年5月調査	13.0	31.2	19.0	21.3	11.6	10.8	5.5	7.4	12.7	9.0	4.0
2009年4月調査	13.2	40.2	24.6	15.0	12.3	9.6	6.9	9.7	5.5	9.1	5.7
2008年8月調査	18.0	29.1	30.1	22.2	18.7	17.1	13.1	12.2	13.2	14.2	11.7

Ⅲ 調査結果【詳細報告】

i .スキンケアへの意識と行動

ii .メイクへの意識と行動

iii .化粧品購入経路

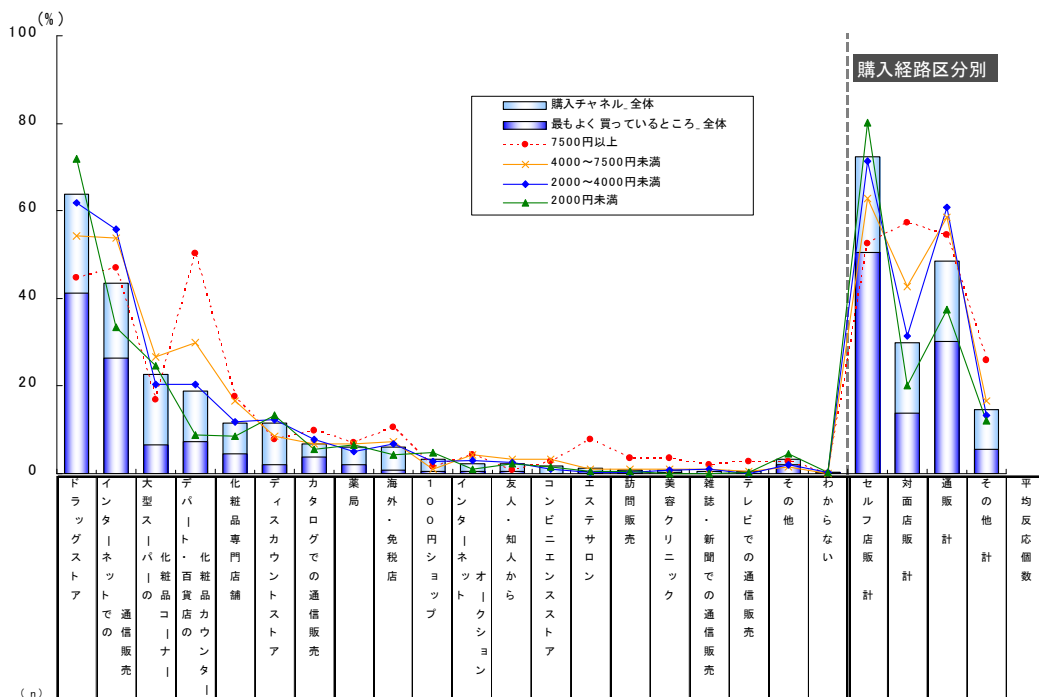
iv .スキンケア・メイク以外の美容行動

1 スキンケア化粧品購入経路

◆ スキンケア化粧品購入経路(よく買っているところ)は、「ドラッグストア」が64%でトップ。次いで「ネットでの通信販売」が44%、「大型スーパーの化粧品コーナー」が23%、「デパート・百貨店の化粧品カウンター」が19%。

- スキンケア化粧品1ヶ月の投資金額別で見ると、投資金額が高額の人には「対面販売」の利用が増え、低額の人には「セルフ店販」の利用が増える。

■ Q24-1.Q24-2. スキンケア化粧品全般の購入経路 ※スキンケア化粧品をよく買っているところ (基数:スキンケア現実行者 且つ 自己購入者 1395人)



		(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	大型スーパーの化粧品コーナー	デパート・百貨店の化粧品カウンター	化粧品専門店	ディスカウントストア	カタログでの通信販売	薬局	海外・免税店	100円ショップ	インターネットオークション	友人・知人から	コンビニエンスストア	エステサロン	訪問販売	美容クリニック	雑誌・新聞での通信販売	テレビでの通信販売	その他	わからない	セルフ店販計	対面販売計	通販計	その他計	平均反応価数	
購入チャネル全体		(1438)	63.9	43.5	22.5	18.8	11.5	11.5	6.9	6.1	6.1	3.3	2.2	2.2	1.7	1.3	0.8	0.7	0.6	0.5	3.3	0.2	72.3	29.8	48.5	14.5	2.08	
年代別	15~19歳	(134)	77.6	23.1	28.4	15.7	14.2	23.9	7.5	14.9	3.7	5.2	1.5	3.0	4.5	1.5	0.0	0.7	1.5	0.0	2.2	0.7	84.3	32.8	28.4	10.4	2.31	
	20~24歳	(140)	67.1	20.0	22.9	20.7	20.0	22.9	4.3	12.9	6.4	2.9	2.9	0.7	1.4	0.7	0.0	1.4	0.7	0.0	0.7	0.7	77.1	44.3	23.6	11.4	2.10	
	25~29歳	(150)	78.7	33.3	18.7	18.7	14.7	19.3	4.7	5.3	6.7	4.0	2.7	1.3	4.7	0.7	0.0	0.7	0.0	0.7	0.0	2.7	0.0	82.7	29.3	37.3	12.0	2.17
	30~34歳	(146)	69.2	37.7	20.5	27.4	13.7	7.5	4.1	3.4	3.4	4.8	2.1	3.4	0.7	2.1	0.0	0.0	1.4	0.0	2.1	0.0	77.4	36.3	41.8	12.3	2.03	
	35~39歳	(145)	64.1	51.0	20.0	20.7	7.6	11.7	7.6	2.1	4.8	4.8	3.4	1.4	0.7	2.1	0.0	0.7	0.0	0.0	2.1	0.0	71.0	25.5	56.6	11.7	2.05	
	40~44歳	(146)	54.1	62.3	16.4	15.8	8.9	10.3	8.9	5.5	8.9	2.1	4.8	0.7	2.1	1.4	2.1	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	61.0	25.3	67.8	19.2	2.08	
	45~49歳	(146)	63.0	52.1	22.6	19.9	11.0	7.5	5.5	2.1	6.8	1.4	1.4	2.7	1.4	0.0	0.0	0.7	0.7	2.1	4.1	0.0	72.6	28.8	56.8	14.4	2.05	
	50~54歳	(145)	58.6	55.2	24.8	19.3	6.2	7.6	6.9	4.1	6.9	3.4	1.4	4.1	1.4	2.8	0.0	1.4	0.7	0.0	2.8	0.7	67.6	26.2	59.3	15.2	2.09	
	55~59歳	(147)	58.5	55.1	24.5	13.6	10.2	2.0	8.8	6.1	7.5	2.7	2.0	2.0	0.7	0.7	1.4	0.0	0.7	0.7	4.1	0.0	68.0	24.5	61.2	16.3	2.01	
60~64歳	(139)	48.2	43.2	26.6	16.5	8.6	2.9	10.8	5.8	5.8	1.4	0.0	2.2	0.0	0.7	4.3	1.4	0.7	1.4	9.4	0.0	61.2	25.9	49.6	21.6	1.90		
スキンケア重視別	スキンケア化粧品重視者	(769)	62.9	48.8	21.6	26.1	14.8	12.1	7.7	7.0	8.2	2.3	3.1	2.1	2.2	2.1	1.0	1.3	0.9	0.4	2.7	0.1	70.0	38.0	53.8	17.3	2.28	
	スキンケア化粧品やや重視者	(491)	64.2	41.1	23.8	11.4	8.6	10.8	5.5	5.5	3.7	3.9	1.2	2.0	1.4	0.4	0.4	0.0	0.4	0.6	4.1	0.2	74.1	22.2	45.0	11.0	1.89	
	スキンケア化粧品非重視者	(178)	67.4	27.5	22.5	7.9	5.1	10.7	7.3	3.9	3.9	5.6	1.1	2.8	0.6	0.0	0.6	0.0	0.0	0.6	3.9	0.6	77.0	15.7	34.8	11.8	1.72	
購入金額別	7500円以上	(143)	44.8	46.9	16.8	50.3	17.5	7.7	9.8	7.0	10.5	1.4	4.2	0.7	2.8	7.7	3.5	3.5	2.1	2.8	2.8	0.0	52.4	57.3	54.5	25.9	2.43	
	4000~7500円未満	(188)	54.3	53.7	26.6	29.8	16.5	8.5	6.9	6.9	7.4	1.1	4.3	3.2	3.2	1.1	1.1	1.1	0.5	1.6	0.0	62.8	42.8	58.5	16.5	2.29		
	2000~4000円未満	(370)	61.9	55.7	20.3	20.3	11.9	12.2	7.8	4.9	6.8	2.7	3.0	2.4	1.1	0.3	0.3	0.0	1.1	0.0	1.9	0.0	71.4	31.4	60.8	13.2	2.16	
	2000円未満	(696)	71.8	33.5	24.6	8.8	8.6	13.4	5.5	6.5	4.2	4.7	1.0	2.2	1.6	0.6	0.4	0.0	0.0	0.3	4.6	0.3	80.2	20.0	37.5	12.1	1.93	
最もよく買っているところ全体		(1438)	41.1	26.3	6.6	7.3	4.5	2.1	3.7	1.9	0.7	0.5	0.5	0.6	0.1	0.6	0.7	0.3	0.1	0.1	2.1	0.2	50.4	13.7	30.2	5.5		

(%) (個)

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

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

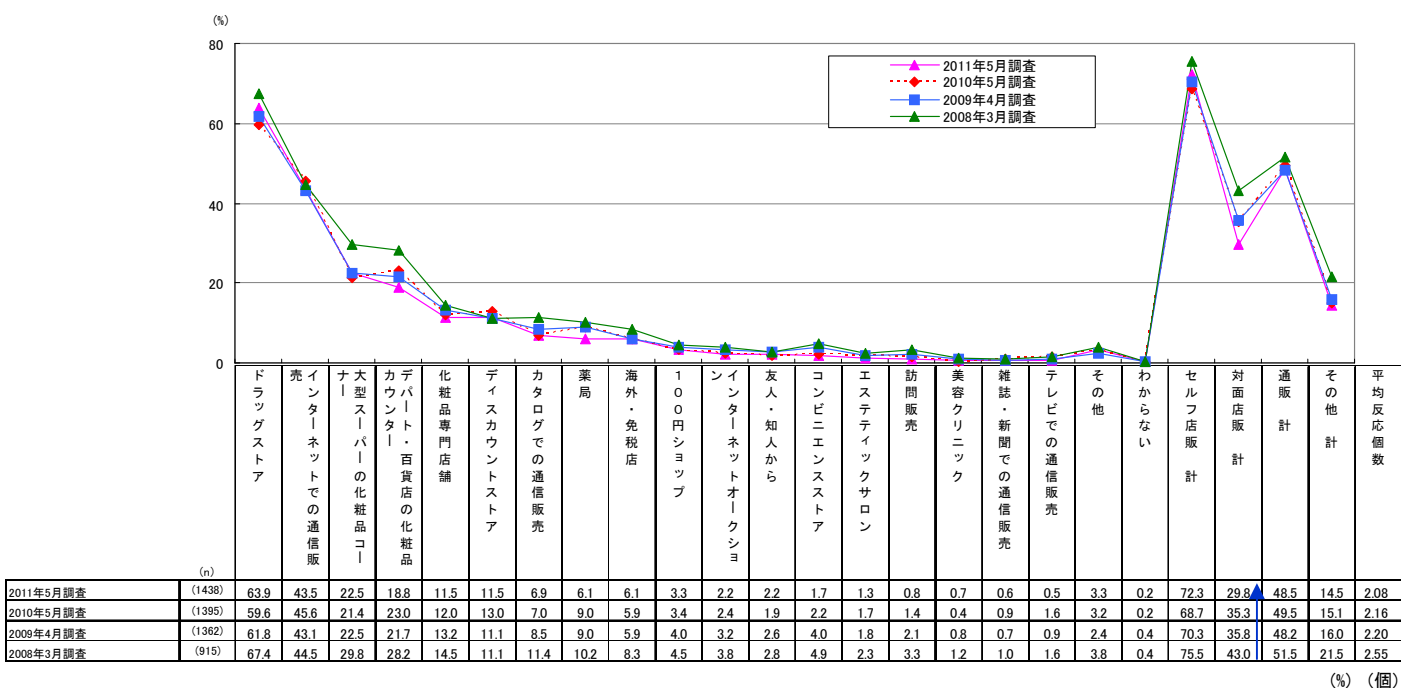
※本調査での購入経路区分

- 「対面販売計」:デパート・百貨店の化粧品カウンター 化粧品専門店 薬局
- 「セルフ店販計」:大型スーパーの化粧品コーナー ディスカウントストア ドラッグストア コンビニエンスストア 100円ショップ
- 「通販計」:インターネットでの通信販売 テレビでの通信販売 雑誌・新聞での通信販売 カatalogでの通信販売
- 「その他計」:訪問販売 エステ 美容クリニック 海外・免税店 インターネットオークション 友人・知人から その他

1 スキンケア化粧品購入経路

• 2008年からの調査と比較すると、「対面店販売」の割合が減少傾向(07年3月 43% → 11年5月 30%)。

■ Q24-1.スキンケア化粧品全般の購入経路_時系列比較 (各基数:スキンケア現実行者 かつ 自己購入者)



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

※本調査での購入経路区分

「対面店販計」:デパート・百貨店の化粧品カウンター 化粧品専門店 薬局

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

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

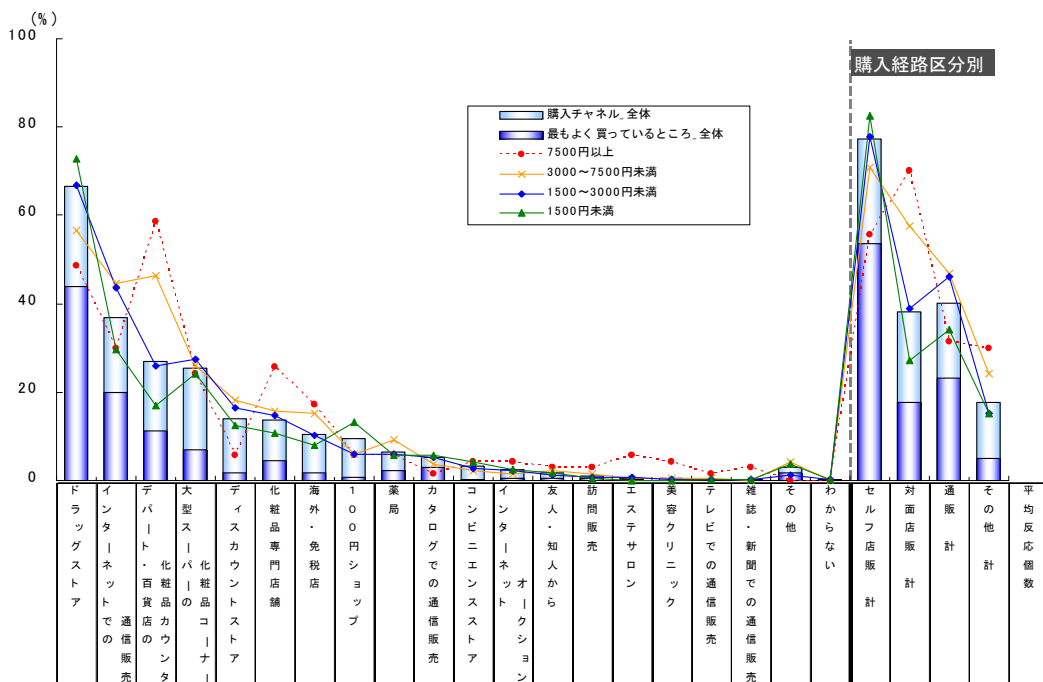
「その他計」:訪問販売 エステ 美容クリニック 海外・免税店 インターネットオークション 友人・知人から その他

2 メイクアップ化粧品購入経路

◆ メイクアップ化粧品購入経路(よく買っているところ)は、「ドラッグストア」が67%でトップ。次いで「ネットでの通信販売」が37%、「デパート・百貨店の化粧品カウンター」が27%。

- メイクアップ化粧品1ヶ月の投資金額別でみると、投資金額が高額の人には「対面店販売」の利用が増え、低額の人には「セルフ店販」の利用が増える。

■ Q11-1.Q11-2. メイクアップ化粧品全般の購入経路 ※メイクアップ化粧品をよく買っているところ (基数:メイク現実行者 且つ 自己購入者 1314人)



購入チャネル 全体		(1318)	66.6	36.9	26.9	25.5	14.0	13.7	10.4	9.5	6.4	5.2	3.3	2.4	1.8	0.9	0.6	0.4	0.3	0.3	2.9	0.3	77.2	38.2	40.2	17.7	2.29
年代別	15~19歳	(123)	78.9	21.1	19.5	33.3	26.0	20.3	2.4	21.1	15.4	3.3	3.3	1.6	0.8	0.8	0.8	0.0	0.8	0.8	2.4	0.8	91.1	41.5	22.8	8.9	2.55
	20~24歳	(131)	70.2	17.6	29.8	26.7	26.7	22.1	12.2	8.4	15.3	3.1	4.6	2.3	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	2.3	82.4	50.4	20.6	15.3	2.46
	25~29歳	(141)	84.4	29.1	36.2	18.4	23.4	18.4	9.2	9.2	7.1	4.3	8.5	1.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	90.1	48.9	31.9	12.1	2.51
	30~34歳	(147)	76.9	29.9	35.4	24.5	12.2	11.6	8.2	11.6	5.4	1.4	3.4	3.4	2.7	0.0	1.4	0.0	0.7	0.0	2.7	0.0	85.0	44.9	31.3	17.0	2.31
	35~39歳	(136)	67.6	37.5	28.7	22.1	17.6	6.6	8.1	9.6	2.2	5.1	4.4	2.9	0.7	0.0	1.5	0.7	0.0	0.0	3.7	0.0	80.1	33.1	42.6	14.0	2.19
	40~44歳	(133)	62.4	52.6	16.5	20.3	10.5	9.0	9.8	6.8	5.3	9.0	4.5	6.8	2.3	2.3	0.8	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	69.9	27.1	57.1	20.3	2.21
	45~49歳	(129)	59.7	43.4	27.9	23.3	7.0	14.7	14.0	7.0	1.6	6.2	0.8	1.6	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7	0.0	69.8	37.2	47.3	20.9	2.16
	50~54歳	(128)	56.3	46.1	31.3	30.5	9.4	10.9	18.0	7.0	3.1	3.9	1.6	0.8	1.6	0.8	1.6	0.0	0.0	0.8	1.6	0.0	70.3	37.5	48.4	22.7	2.25
	55~59歳	(133)	54.1	53.4	18.0	27.8	3.0	13.5	10.5	7.5	3.8	8.3	0.8	2.3	3.0	3.0	0.8	0.0	0.8	0.0	3.8	0.0	67.7	27.8	57.9	19.5	2.11
	60~64歳	(117)	52.1	38.5	23.9	29.9	3.4	10.3	12.0	6.8	6.0	7.7	0.9	0.0	2.6	3.4	0.0	2.6	0.9	1.7	7.7	0.0	62.4	31.6	42.7	27.4	2.10
メイク重視別	メイクアップ化粧品重視者	(609)	67.2	37.8	37.8	28.1	18.2	17.4	12.5	7.9	10.0	4.6	5.1	2.3	1.1	1.3	0.8	0.8	0.3	0.5	1.6	0.0	78.2	50.7	40.7	18.6	2.55
	メイクアップ化粧品やや重視者	(469)	66.3	39.2	19.4	23.2	11.3	11.3	9.8	11.5	3.8	6.2	1.7	1.9	3.2	0.4	0.4	0.0	0.4	0.2	3.6	0.4	77.2	30.1	42.9	17.7	2.15
	メイクアップ化粧品非重視者	(240)	65.8	30.0	14.2	23.3	8.8	9.2	6.3	9.6	2.5	4.6	2.1	3.3	0.8	0.8	0.4	0.0	0.0	0.0	4.6	0.8	74.6	22.1	33.8	15.4	1.88
1ヶ月投資金額	7500円以上	(70)	48.6	30.0	58.6	24.3	5.7	25.7	17.1	5.7	5.7	1.4	4.3	4.3	2.9	2.9	5.7	4.3	1.4	2.9	0.0	0.0	55.7	70.0	31.4	30.0	2.51
	3000~7500円未満	(215)	56.7	44.7	46.5	26.0	18.1	15.8	15.3	6.0	9.3	3.7	2.3	1.4	2.3	1.4	0.5	0.5	0.5	0.0	4.2	0.0	70.7	57.7	47.0	24.2	2.55
	1500~3000円未満	(407)	66.8	43.7	26.0	27.5	16.5	14.7	10.3	5.9	5.9	5.2	2.7	2.2	1.2	0.7	0.7	0.2	0.2	0.2	1.2	0.2	77.9	38.8	46.2	15.2	2.33
	1500円未満	(587)	72.9	29.8	16.9	24.2	12.4	10.7	8.0	13.1	5.8	5.8	4.3	2.6	1.7	0.5	0.0	0.0	0.2	0.2	3.7	0.3	82.5	27.1	34.2	15.2	2.14
最もよく買っているところ 全体		(1318)	43.9	20.0	11.2	6.9	1.7	4.4	1.7	0.8	2.3	3.0	0.2	0.4	0.4	0.4	0.3	0.1	0.1	0.2	1.8	0.3	53.5	17.8	23.3	5.1	

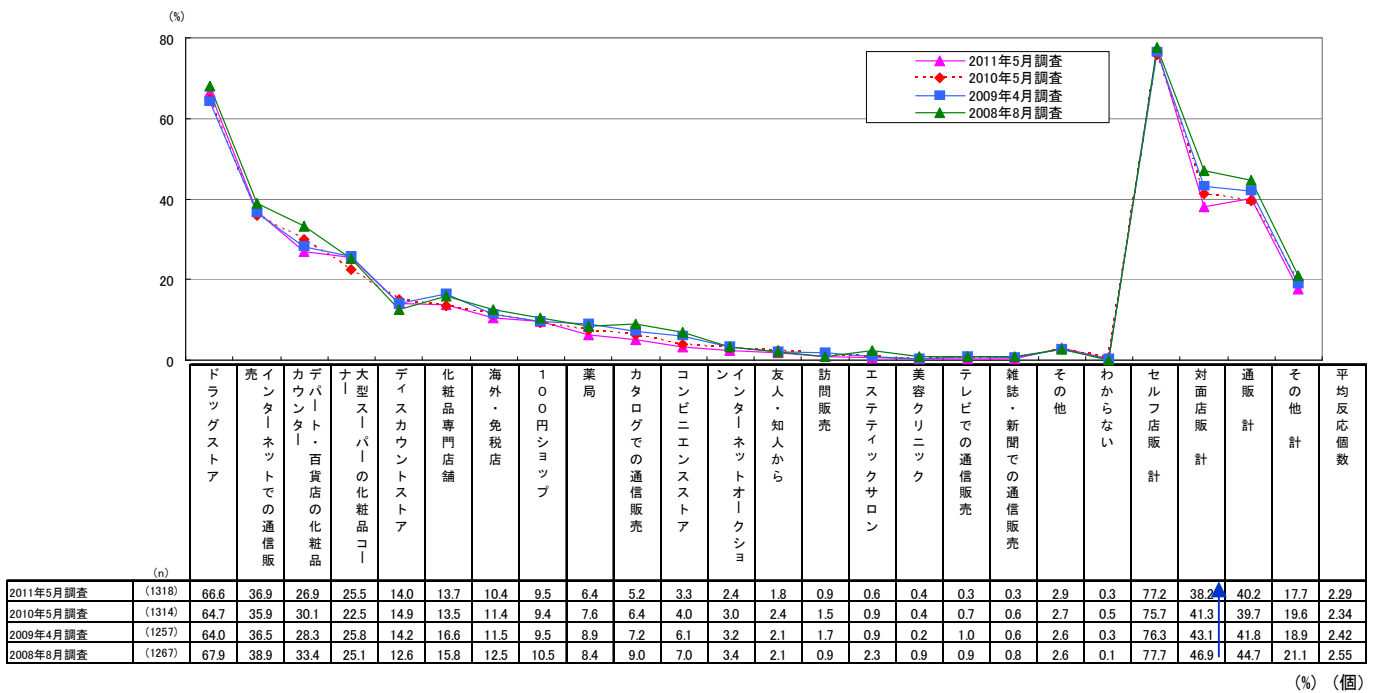
(%) (個)

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体より10%以上高いスコアに薄黄色(■)、10%以上低いスコアに灰地(■)で網かけ
 ※注:本調査はインターネット調査のため、対象者はインターネット環境に接触できることが前提

※本調査での購入経路区分
 「対面店販計」:デパート・百貨店の化粧品カウンター 化粧品専門店 薬局
 「セルフ店販計」:大型スーパーの化粧品コーナー ディスカウントストア ドラッグストア コンビニエンスストア 100円ショップ
 「通販計」:インターネットでの通信販売 テレビでの通信販売 雑誌・新聞での通信販売 カ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

• 2008年からの調査と比較すると、「対面店販売」の割合が減少傾向(07年8月 47% → 11年5月 38%)。

■Q11-1. メイクアップ化粧品全般の購入経路_時系列比較 (各基数:メイク現実行者 かつ 化粧品自己購入者)



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

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

※本調査での購入経路区分

「対面店販売」: デパート・百貨店の化粧品カウンター 化粧品専門店 薬局

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

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

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

- ◆ 美容・化粧品へのお金の使用状況を1年前とくらべると、全体の半数は「金額は変わっていない」と回答。「増えた(大幅に+少し増えた)」は2割弱、「減った(大幅に+少し減った)」は2割強。
 - 20代前半以下の3割は「増えた」と回答しており、他の年代にくらべ「増えた」の割合が高い。

■Q47. 美容・化粧品への1年間のお金の使用状況の変化 (基数:対象者全員 1500人)

	(n)	増えた計			減った計			増えた計	減った計
		金額が大幅に増えた	金額が少し増えた	金額は変わっていない	金額が少し減った	金額が大幅に減った	この1年はお金を使っていない		
全体	(1500)	2.1	15.9	51.4	16.1	6.2	7.1	18.0	22.3
年代別	15~19歳	4.0	24.7	46.7	8.7	4.0	9.3	28.7	10.7
	20~24歳	2.0	29.3	46.0	10.7	4.0	5.3	31.3	15.3
	25~29歳	2.0	16.0	47.3	18.7	9.3	6.7	18.0	28.0
	30~34歳	4.7	13.3	41.3	18.0	12.0	10.7	18.0	30.0
	35~39歳	1.3	12.0	52.7	21.3	5.0	7.3	13.3	26.7
	40~44歳	2.0	12.7	50.7	20.0	6.7	8.0	14.7	26.7
	45~49歳	0.0	16.0	61.3	14.7	4.0	7.7	16.0	18.7
	50~54歳	1.3	10.7	55.3	17.3	6.7	7.3	12.0	24.0
	55~59歳	1.3	13.3	58.7	14.0	6.7	7.7	14.7	20.7
	60~64歳	2.7	10.7	54.0	17.3	4.0	8.7	13.3	22.0

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

- ◆ 美容・化粧品への今後のお金の使用意向は、「今までと変えない」が半数を超え最も多い。「増やす(大幅に+少し増やす)」は2割、「減らす(大幅に+少し減らす)」は1割強。
 - 20代以下の年代では、「増やす」としている人が2.5割前後と、他年代より多い。

■Q48. 美容・化粧品への今後のお金の使用意向 (基数:対象者全員 1500人)

	(n)	増やす計			減らす計			増やす計	減らす計
		今までより大幅に増やす	今までより少し増やす	今までと変えない	今までより少し減らす	今までより大幅に減らす	お金を使わない		
全体	(1500)	0.8	18.9	54.7	12.3	2.1	8.8	19.7	14.7
年代別	15~19歳	0.0	24.0	52.7	9.3	0.7	10.7	24.0	10.0
	20~24歳	0.0	26.0	54.7	8.7	2.0	8.0	26.0	10.7
	25~29歳	2.7	25.3	46.0	10.7	2.0	10.7	28.0	12.7
	30~34歳	0.7	18.7	50.7	16.7	2.7	8.0	19.3	19.3
	35~39歳	0.7	18.7	54.0	10.7	5.3	8.7	19.3	16.0
	40~44歳	1.3	15.3	51.3	14.0	3.3	13.3	16.7	17.3
	45~49歳	0.0	19.3	63.3	7.3	0.7	7.3	19.3	8.0
	50~54歳	0.7	11.3	56.7	18.0	3.3	8.7	12.0	21.3
	55~59歳	1.3	15.3	56.0	16.7	2.0	7.3	16.7	19.3
	60~64歳	0.7	15.3	61.3	10.7	2.0	5.3	16.0	12.7

※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地(■)で網かけ

Ⅲ 調査結果【詳細報告】

i. スキンケアへの意識と行動

ii. メイクへの意識と行動

iii. 化粧品購入経路

iv. スキンケア・メイク以外の美容行動

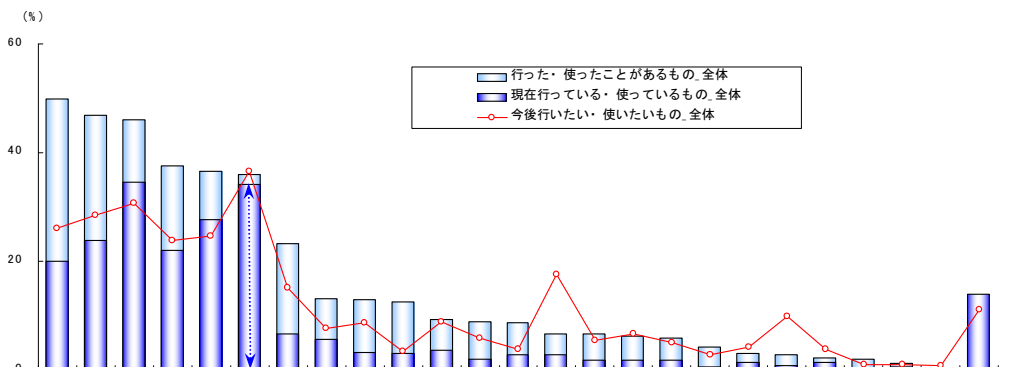
1 スキンケア・メイク以外の美容行動_経験と今後の実行意向

iv スキンケア・メイク以外の美容行動

◆ 行ったことのある美容行動(経験)をみると1位は「パーマ」50%、2位「マニキュア・ペデュキュア」47%、3位「自分で行う脱毛・除毛」46%。

- ・「白髪染め」は、40代後半以上で行ったことがある人、今後実行意向者ともに多い。
- ・「耳へのピアス」の経験者は20代後半～30代の過半数を占める。「耳へのピアス」の今後実行意向は、40代以上で約半数以上に達する。

■ Q49-1、Q49-2、Q49-3 美容行動の経験、現実行、今後実行意向 (基数:対象者全員 1500人)



美容行動_行った・使ったことがあるもの
(基数:対象者全員 1500人)

経験

	(n)	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位	15位	16位	17位	18位	19位	20位	21位	22位	23位	24位	特	平均
行った・使ったことがあるもの_全体	(1500)	49.8	46.8	46.1	37.5	36.6	36.0	23.2	13.1	12.9	12.5	9.3	8.9	8.6	6.7	6.6	6.2	5.9	4.3	3.1	2.9	2.3	2.1	1.3	0.5	7.8	4.15
15~19歳	(150)	36.7	52.0	58.7	40.0	23.3	4.0	11.3	27.3	6.0	6.7	8.0	12.0	20.0	8.0	7.3	3.3	4.7	6.0	3.3	1.3	4.0	6.0	2.0	0.7	11.3	3.98
20~24歳	(150)	47.3	51.3	58.7	51.3	36.7	2.7	15.3	30.0	9.3	16.7	11.3	14.7	16.0	4.0	6.0	9.3	8.0	8.0	2.0	4.0	2.7	1.3	1.3	1.3	4.7	4.29
25~29歳	(150)	51.3	59.3	62.0	52.0	52.7	2.0	30.7	23.3	19.3	20.7	24.7	14.7	16.0	10.7	12.7	13.3	15.3	16.0	3.3	5.3	2.7	3.3	4.7	2.0	8.0	5.63
30~34歳	(150)	54.7	57.3	50.7	56.0	60.0	6.0	28.7	15.3	23.3	23.3	16.0	10.0	8.0	8.7	6.7	10.7	12.0	5.3	4.0	5.3	2.0	4.0	2.0	0.7	6.0	5.01
35~39歳	(150)	54.0	47.3	54.7	56.0	53.3	24.7	26.7	8.7	21.3	24.0	7.3	10.7	8.7	6.7	6.0	6.7	10.0	2.7	2.7	4.7	2.0	2.0	2.0	0.7	7.3	4.78
40~44歳	(150)	50.0	45.3	54.0	40.7	40.7	48.7	28.7	5.3	19.3	10.7	8.0	9.3	2.7	4.7	2.7	8.7	4.0	2.0	0.0	2.7	1.3	2.0	0.0	0.0	6.0	4.16
45~49歳	(150)	63.3	48.0	44.0	35.3	37.3	62.0	30.0	2.7	13.3	10.7	10.0	5.3	4.0	7.3	2.7	4.7	1.3	0.0	2.7	2.0	2.7	1.3	0.0	0.0	6.0	4.16
50~54歳	(150)	44.7	42.7	34.7	10.7	25.3	64.7	26.7	4.0	9.3	4.7	3.3	6.0	4.7	6.0	3.3	2.7	2.0	0.7	4.0	2.0	3.3	0.0	0.7	0.0	10.7	3.43
55~59歳	(150)	41.3	32.0	27.3	17.3	17.3	75.3	18.0	6.0	2.7	2.7	2.7	2.7	4.0	3.3	6.0	2.0	1.3	0.7	5.3	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0	6.7	2.89
60~64歳	(150)	54.7	32.7	16.0	16.0	19.3	69.3	16.0	8.0	5.3	4.7	2.0	3.3	2.0	7.3	12.7	0.7	0.0	1.3	3.3	0.7	2.0	0.0	0.0	0.0	11.3	3.13
現在行っている・使っているもの_全体	(1500)	20.1	23.9	34.5	22.1	27.7	34.2	6.7	5.7	3.3	3.1	3.6	2.0	2.9	2.9	1.9	1.9	1.9	0.7	1.5	0.9	1.4	0.2	0.7	0.3	13.9	2.37

(%) (個)

美容行動_今後行いたい・使いたいもの
(基数:対象者全員 1500人)

今後実行意向

	(n)	4位	3位	2位	6位	5位	1位	8位	12位	11位	20位	10位	14位	19位	7位	15位	13位	16位	21位	17位	9位	18位	22位	22位	24位	特	平均
今後行いたい・使いたいもの_全体	(1500)	26.1	28.5	30.8	23.8	24.6	36.5	15.1	7.7	8.6	3.4	8.9	5.9	3.8	17.6	5.4	6.7	5.1	2.9	4.3	9.9	3.9	1.0	1.0	0.8	11.1	3.17
15~19歳	(150)	28.0	37.3	46.7	33.3	26.0	3.3	20.0	23.3	13.3	6.7	18.0	17.3	14.7	24.0	10.7	14.0	15.3	6.7	7.3	19.3	6.0	4.7	3.3	2.7	12.0	4.57
20~24歳	(150)	30.7	34.0	38.0	37.3	28.7	3.3	17.3	15.3	11.3	4.0	14.0	10.0	8.0	25.3	10.0	10.0	14.0	4.7	4.0	16.0	4.7	2.0	1.3	2.7	10.0	3.85
25~29歳	(150)	30.0	33.3	40.0	35.3	30.0	3.3	20.0	11.3	11.3	4.7	16.0	11.3	4.0	31.3	6.0	10.0	10.0	6.7	4.7	19.3	9.3	0.7	2.0	2.0	14.0	4.10
30~34歳	(150)	28.0	37.3	34.7	39.3	34.7	9.3	21.3	8.7	13.3	9.3	12.7	4.0	2.0	24.7	2.0	10.7	4.7	4.0	6.7	14.0	4.7	0.7	2.0	0.7	11.3	3.71
35~39歳	(150)	26.0	27.3	31.3	33.3	28.0	28.0	14.0	6.0	8.7	6.7	7.3	4.7	1.3	20.0	4.0	7.3	4.0	0.7	4.0	14.7	2.7	0.0	0.0	0.0	12.0	3.18
40~44歳	(150)	23.3	28.7	38.0	22.7	29.3	49.3	15.3	5.3	12.7	0.0	8.0	6.7	0.0	12.7	0.7	8.0	2.7	0.7	4.0	7.3	2.7	1.3	0.0	0.0	8.0	3.04
45~49歳	(150)	25.3	27.3	30.0	16.7	24.0	62.7	15.3	2.0	8.0	1.3	6.0	2.7	2.0	14.7	3.3	3.3	0.0	1.3	2.7	4.0	2.0	0.7	0.0	0.0	8.7	2.80
50~54歳	(150)	17.3	23.3	25.3	4.7	17.3	64.0	10.0	1.3	4.7	0.0	4.0	1.3	2.7	8.0	6.0	2.0	0.7	0.0	2.7	1.3	2.0	0.0	1.3	0.0	15.3	2.36
55~59歳	(150)	20.7	18.7	16.0	8.0	13.3	74.0	10.0	3.3	2.0	0.7	2.0	0.0	3.3	6.0	4.0	1.3	0.0	3.3	4.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	6.7	2.09
60~64歳	(150)	31.3	18.0	8.0	7.3	14.7	67.3	7.3	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.0	9.3	7.3	0.7	0.0	1.3	3.3	0.7	2.7	0.0	0.0	0.0	12.7	2.09

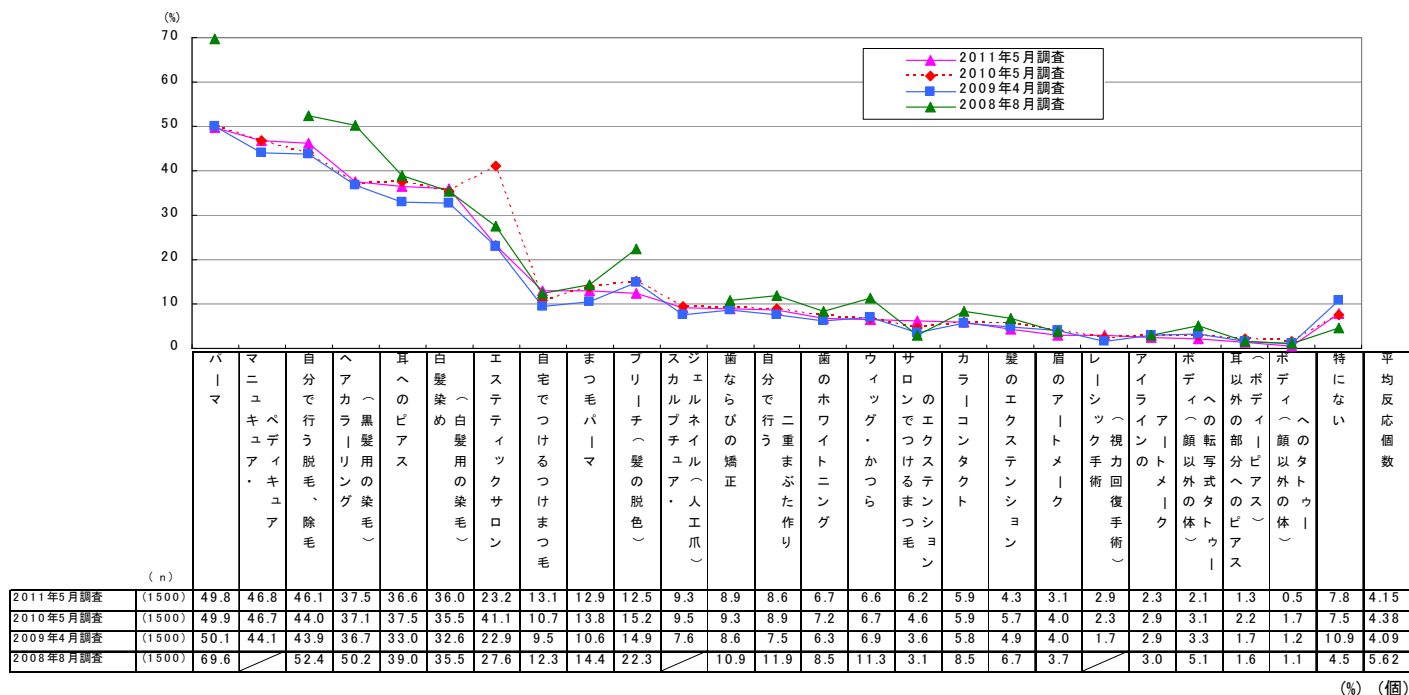
(%) (個)

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

1 スキンケア・メイク以外の美容行動_経験と今後の実行意向

iv スキンケア・メイク以外の美容行動

■Q49-1 美容行動の経験_時系列比較 (各基数:対象者全員)



■Q49-3 美容行動の今後実行意向_時系列比較 (各基数:対象者全員)

