

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2012 メイク篇

ポーラ文化研究所では、現代女性の化粧や美しさに関する調査を行っています。
2007年からの継続調査「女性の化粧行動・意識に関する実態調査」(第8回目)からメイクに関して報告します。

- I 外で働く女性を中心にみた、メイクをする心理・・・1P
- II 日々のメイク状況・・・・・・・・・・・・・10P
- III メイクアップ化粧品の買われ方・・・・・・・・・・・・・16P

【実施概要】

調査名: 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2012

調査時期: 2012年5月23日(水)18時～5月28日(月)23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)

2012年9月26日

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

調査内容に関するお問い合わせ
株ポーラ・オルビスホールディングス ポーラ文化研究所

担当: 川上・鈴木

I 外で働く女性を中心にみた、メイクをする心理

- ◆ I-1 OLと他の職業のプロフィール・・・・・・・・・・ 2P
- ◆ I-2 OLのメイク環境別プロフィール・・・・・・・・・・ 3P
- ◆ I-3 OLの使用メイクアイテム・・・・・・・・・・ 4P
- ◆ I-4 OLの<行わなければならない>メイク意識・・・・・・・・ 5P
- ◆ I-5 OLと他の職業のメイク理由・・・・・・・・・・ 6P
- ◆ I-6 OLのメイク理由・・・・・・・・・・ 7P



- OLは、メイクを行う頻度が高く、さらにメイクをしなければならない環境であるという認識を持つ人が多い。
- メイクをしなければならないOLは、メイクが好きな人が多く、メイク所要時間も長い。使っている各種アイテムの使用率も高く、「ファンデーション」といった基本アイテム以外に、「マスカラ」「アイライナー」といったアイメイクにも力を入れている。
- メイクをする理由をみると、OLに限らず、どの職業でも「身だしなみとして普通」「きちんとした印象にみせる」が上位になっている。メイクをする動機付けとして「日常生活でメイクをするのが当たり前」という意識が多くの女性に根付いていると理解される。

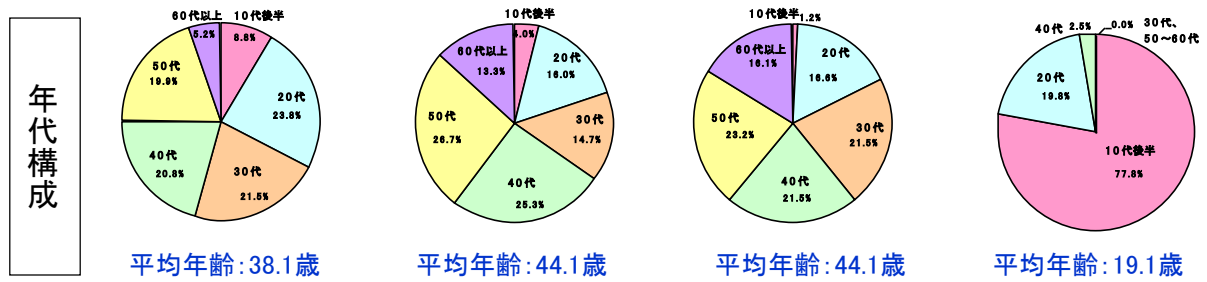
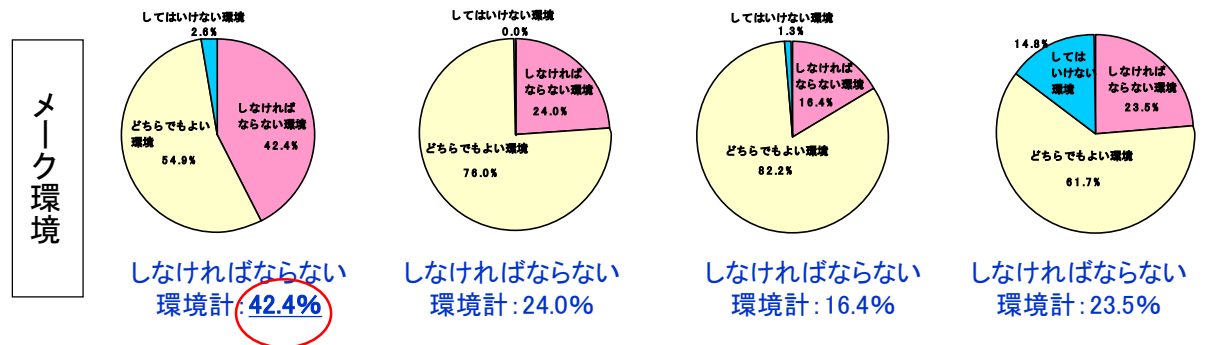
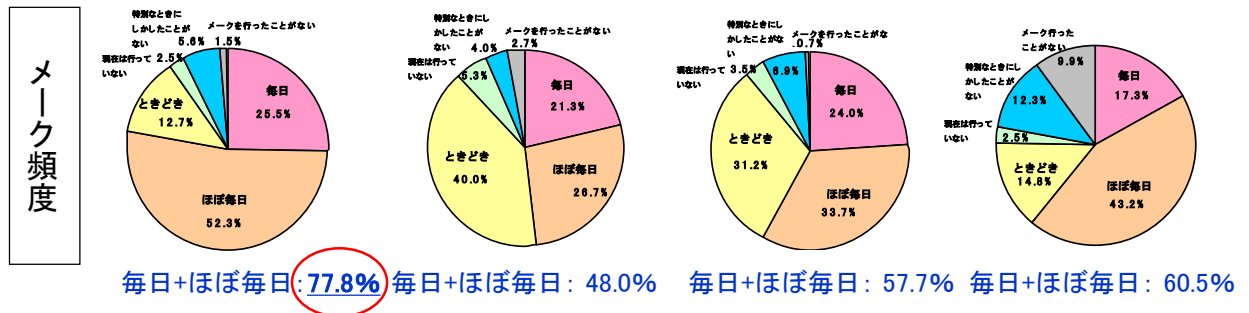
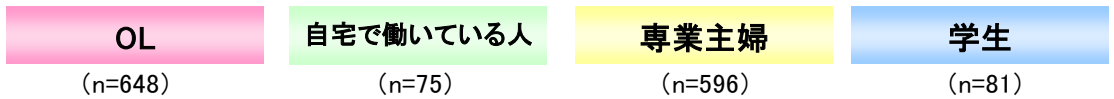
※注：本調査では勤務先が自宅外の有職者を「OL」と表記している

OLはメイク頻度が高く、メイクをしなければならない環境の人が多い。

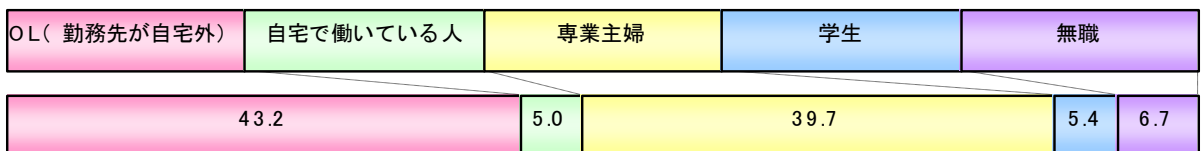
OL(本調査では勤務先が自宅外の有職者を指す。全体の43%)は、他の職業よりメイクを行う頻度が高く、毎日またはほぼ毎日メイクを行っている人は78%。

また、メイクをしなければならない環境計(しなければならない+どちらかというとしなければならない)という認識の人も多く、42%を占める。

■ 職業別プロフィール



■ F7. 本調査での職業構成 (基数:対象者全員 1500人)



(%)

メイクをしなければならない環境の女性は、
メイクが好きな人が多く、メイク頻度が高く、メイク所要時間が長い。

■ OLのメイク環境別のプロフィール

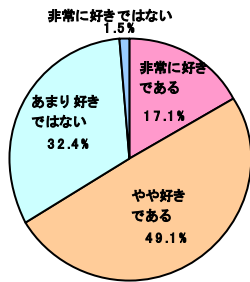
メイクをしなければならない環境のOL

(n=275)

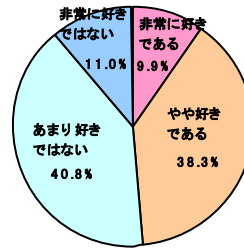
メイクをするのはどちらでもよい+
してはいけない環境のOL

(n=373)

メイク好意度

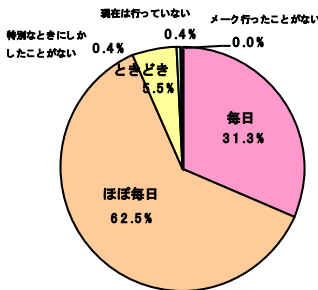


好き計: 66.2%

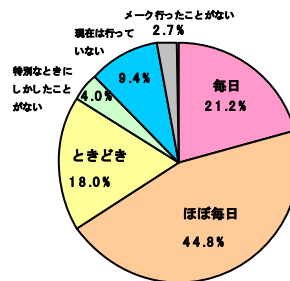


好き計: 51.7%

メイク頻度

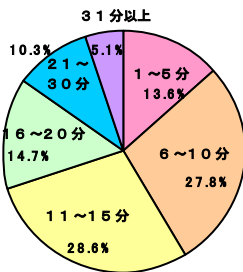


毎日実行率
(毎日+ほぼ毎日)
: 93.8%

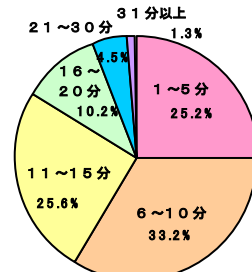


毎日実行率
(毎日+ほぼ毎日)
: 66.0%

メイク所要時間

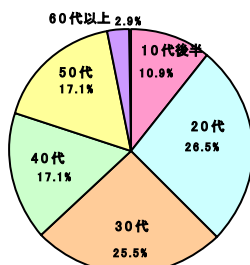


平均時間: 16.3分

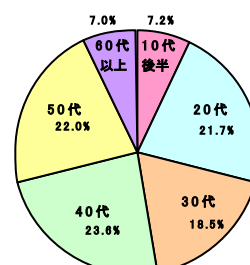


平均時間: 12.2分

年代構成



平均年齢: 36.0歳



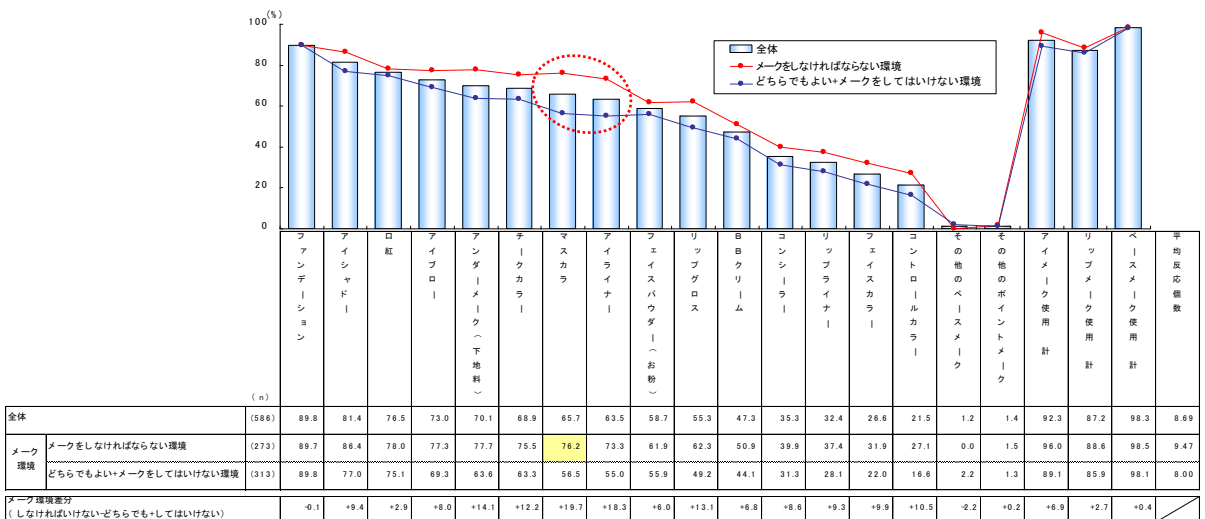
平均年齢: 39.7歳

メイクをしなければならない環境のOLは、アイメイクをよくしている。

メイクをしなければならない環境のOLと
 どちらでもよい+メイクをしてはいけない環境のOLを比較すると
 前者は、
 「ファンデーション」以外の全アイテムで使用率が高い。
 特に、「マスカラ」「アイライナー」のアイメイクアイテムの使用率の差が大きい。

一方、「ファンデーション」「口紅」は差が小さく、メイク環境にかかわらず使用
 されている。

■Q4 OLの現使用メイクアップアイテム使用頻度※化粧直しを含む(基数:メイクを行っているOL 586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

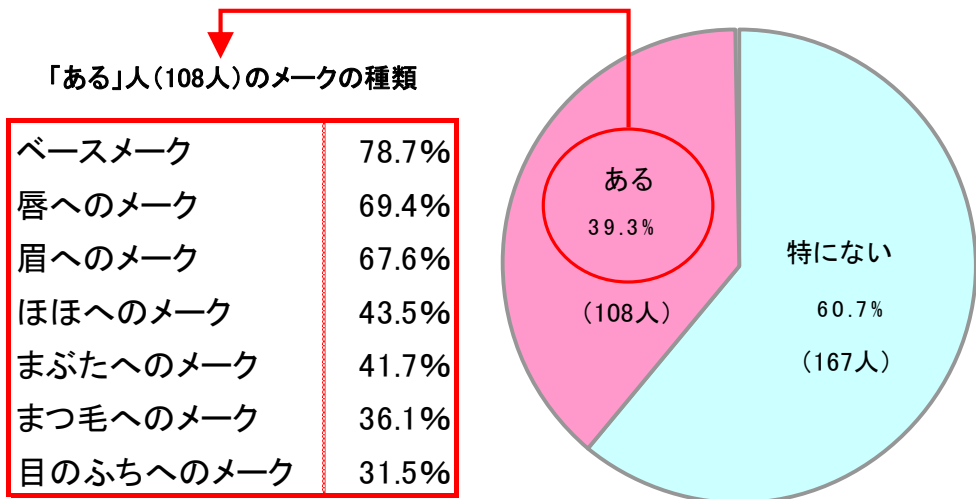
※本調査報告では
 「ベースメイク」はアンダーメイク(下地料)・コントロールカラー・コンシーラー・ファンデーション・その他のベースメイク、
 「ポイントメイク」はアイシャドウ・アイブロー・アイライナー・マスカラ・チークカラー・フェイスカラー・フェイスパウダー(お粉)・リップライナー・口紅・リップグロス・その他のポイントメイク、
 「アイメイク」はアイシャドウ・アイブロー・アイライナー・マスカラ
 「リップメイク」はリップライナー・口紅・リップグロス を指す。

メイクをしなければならない環境のOLへの
「<行わなければならない・行ったほうがよい>メイクは」の問いに
6割が、「特にない」と回答。

メイクをしなければならない環境という認識をもっている、行わなければならない具体的なメイクは特にないという意識の人が過半数。

<行わなければならない・行ったほうがよい>メイクがある場合のトップは、「ベースメイク」。

- Q11-2 OLの勤務先で行わなければならない・行ったほうがよいメイクの有無
(基数:OL 且つ メイクをしなければならない環境 275人)



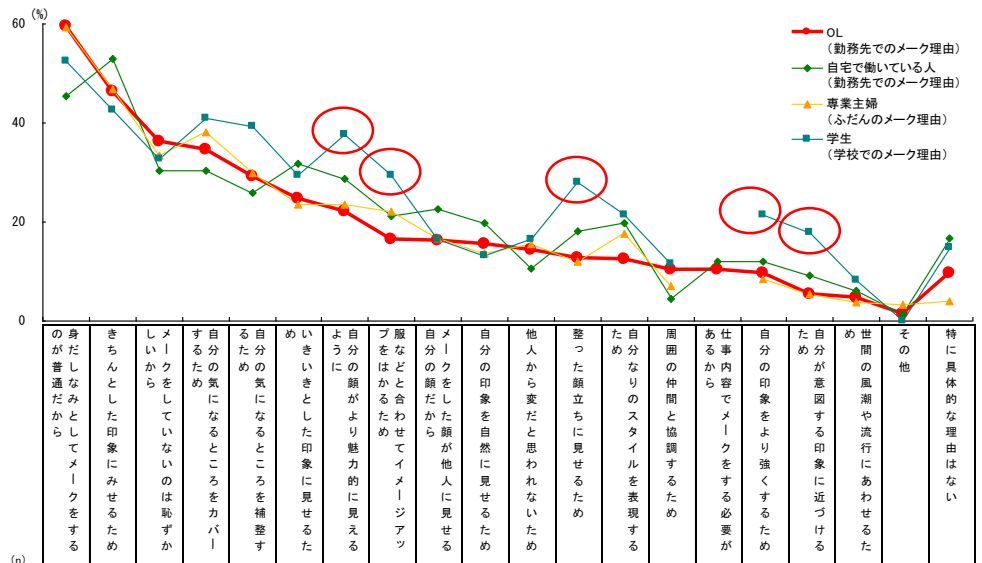
OL・自宅で働いている人・専業主婦・学生ともにメイク理由は、「身だしなみとして普通」「きちんとした印象にみせる」がトップ。

■Q13Q15 職業別のメイク理由※上位（基数：メイク現実行者）

	OL (勤務先でのメイク理由) (n=586)	自宅で働いている人 (勤務先でのメイク理由) (n=66)	専業主婦 (ふだんのメイク理由) (n=530)	学生 (学校でのメイク理由) (n=61)
1位	身だしなみとしてメイクをするのが普通だから 59.6%	きちんとした印象にみせるため 53.0%	身だしなみとしてメイクをするのが普通だから 59.4%	身だしなみとしてメイクをするのが普通だから 52.5%
2位	きちんとした印象にみせるため 46.4%	身だしなみとしてメイクをするのが普通だから 45.5%	きちんとした印象にみせるため 46.8%	きちんとした印象にみせるため 42.6%
3位	メイクをしていないのは恥ずかしいから 36.3%	いきいきとした印象に見せるため 31.8%	自分の気になるところをカバーするため 38.1%	自分の気になるところをカバーするため 41.0%
4位	自分の気になるところをカバーするため 34.6%	メイクをしていないのは恥ずかしいから 30.3%	メイクをしていないのは恥ずかしいから 33.4%	自分の気になるところを補整するため 39.3%
5位	自分の気になるところを補整するため 29.2%	自分の気になるところをカバーするため 29.2%	自分の気になるところを補整するため 29.8%	自分の顔がより魅力的に見えるように 37.7%
6位	いきいきとした印象に見せるため 24.7%	自分の顔がより魅力的に見えるように 28.8%	いきいきとした印象に見せるため 23.6%	メイクをしていないのは恥ずかしいから 32.8%
7位	自分の顔がより魅力的に見えるように 22.2%	自分の気になるところを補整するため 25.8%	自分の顔がより魅力的に見えるように 23.6%	服などと合わせてイメージアップをはかるため 29.5%

OLと専業主婦ではメイク理由に大きな差はみられない。
 学生では「顔がより魅力的に見えるように」「イメージアップ」「印象をより強く」「意図する印象」といった、より積極的に印象をつくろうとするメイク理由が他職業より多い。

■Q13Q15 職業別のメイク理由（基数：メイク現実行者）



職業別	(n)	理由																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
OL (勤務先でのメイク理由)	(586)	59.6	46.4	36.3	34.6	29.2	24.7	22.2	16.4	16.2	15.5	14.3	12.8	12.5	10.4	10.4	9.7	5.3	4.8	1.5	9.7
自宅で働いている人 (勤務先でのメイク理由)	(66)	45.5	53.0	30.3	30.3	25.8	31.8	28.8	21.2	22.7	19.7	10.6	18.2	19.7	4.5	12.1	12.1	9.1	6.1	1.5	16.7
専業主婦 (ふだんのメイク理由)	(530)	59.4	46.8	33.4	38.1	29.8	23.6	23.6	22.1	16.8	13.6	15.5	11.9	17.7	7.0	8.5	5.3	3.8	3.2	3.2	4.0
学生 (学校でのメイク理由)	(61)	52.5	42.6	32.8	41.0	39.3	29.5	37.7	29.5	16.4	13.1	16.4	27.9	21.3	11.5	21.3	18.0	8.2	0.0	0.0	14.8

OLのメイク理由トップは、「身だしなみとしてメイクするのが普通」。

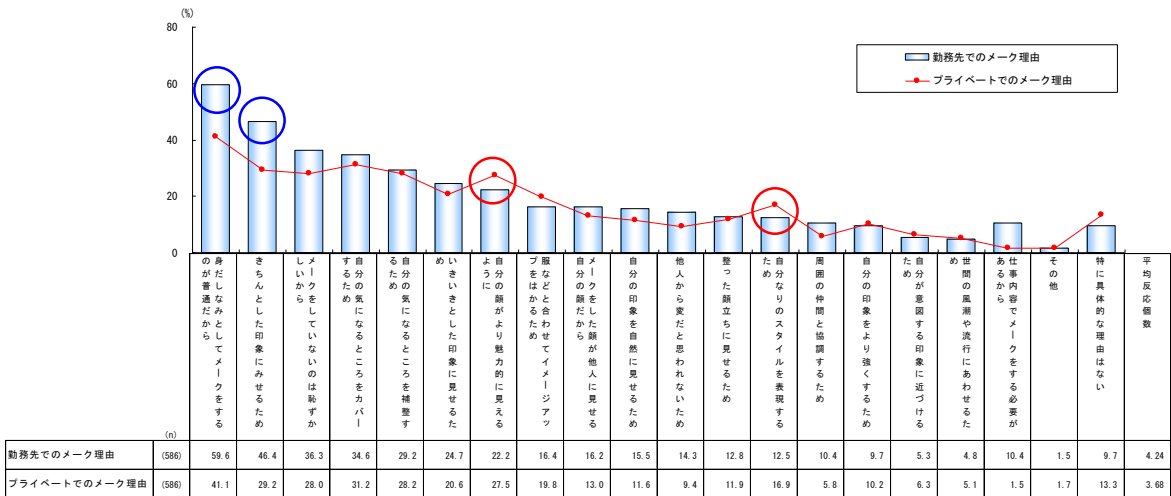
OLの勤務先でのメイク理由は、

- 1位「身だしなみとしてメイクをすることが普通」60%
- 2位「きちんとした印象にみせるため」47%
- 3位「メイクをしていないと恥ずかしいから」36%

勤務先とプライベートでのメイク理由をみると、

勤務先では「身だしなみ」「きちんとした印象」などの社会性の意識が高く、
 プライベートでは「顔が魅力的に見えるように」「自分なりのスタイルを表現」の
 自己表現を意識した理由が勤務先よりやや多い。

■Q13-1.2 OLの勤務先・プライベートのメイク理由（基数：メイクを行っているOL 586人）



Ⅱ 日々のメイク状況

- ◆ Ⅱ-1 メイク好意度 9P
- ◆ Ⅱ-2 メイクを行う頻度 10P
- ◆ Ⅱ-3 メイクアイテム使用率 11P
- ◆ Ⅱ-4 メイクアイテム使用頻度 12P
- ◆ Ⅱ-5 重視しているメイクアイテム 14P



- メイクを行っているのは、女性全体の約9割に達しており、過半数の女性は、メイクをすることが好きと答えている。

- 日々のメイクで最も重視されているアイテムは「ファンデーション」。20代以上の使用率は9割にのぼり、メイクの基本アイテムとなっている。

- 年代別には、若年層では「マスカラ」「アイライナー」といったアイメイクが盛んである。
また、年齢を重ねるにしたがって、「口紅」の使用率が高くなるのも、世代間の違いとなっている。

女性の過半数が、メークを行うことが好き。

女性の55%がメークが好き(非常に好き+やや好き)

特に、20代前半以下の若い年代では「非常に好き」が約2割に達し、好意度が高い。

■Q1 メークを行うことへの好意度 (基数:対象者全員 1500人)

	(n)	好意度				メークが好きな人	メークが好きではない人	
		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			
全体	(1500)	12.6	42.1	36.9	8.5	54.7	45.3	
年代別	15~19歳	(150)	21.3	38.7	30.7	9.3	60.0	40.0
	20~24歳	(150)	19.3	42.7	28.0	10.0	62.0	38.0
	25~29歳	(150)	16.7	45.3	32.7	5.3	62.0	38.0
	30~34歳	(150)	12.7	42.7	40.0	4.7	55.3	44.7
	35~39歳	(150)	9.3	44.7	40.7	5.3	54.0	46.0
	40~44歳	(150)	10.7	36.0	38.7	14.7	46.7	53.3
	45~49歳	(150)	10.0	41.3	39.3	9.3	51.3	48.7
	50~54歳	(150)	6.0	42.0	38.7	13.3	48.0	52.0
	55~59歳	(150)	10.7	39.3	44.7	5.3	50.0	50.0
	60~64歳	(150)	9.3	48.0	35.3	7.3	57.3	42.7

(%)

※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

女性の88%が、メークを行っている。
毎日+ほぼ毎日行っている人も64%。

■Q2 メークを行う頻度(基数:対象者全員 1500人)

メーク現実行者

	(n)	メーク現実行者						メーク 毎日+ほぼ 毎日実行者	メーク 現実行者	
		毎日メークを 行っている	ほぼ毎日メークを 行っている	ときどきメークを 行っている	行ったことは あるが、現在は 行っていない	今まで特別な ときしかメークを したことがない	今までメーク 自体をまったく 行ったことがない			
全体	(1500)	23.1	40.9	23.5	3.3	7.1	2.1	64.0	87.5	
年 代 別	15~19歳	(150)	17.3	43.3	19.3	2.7	10.0	7.3	60.7	80.0
	20~24歳	(150)	22.7	41.3	23.3	2.0	6.0	4.7	64.0	87.3
	25~29歳	(150)	23.3	40.7	25.3	4.0	4.7	2.0	64.0	89.3
	30~34歳	(150)	28.7	42.0	23.3	0.0	7.3	0.0	70.7	94.0
	35~39歳	(150)	28.0	41.3	21.3	3.3	4.7	1.3	69.3	90.7
	40~44歳	(150)	22.0	37.3	22.7	6.0	10.0	2.0	59.3	82.0
	45~49歳	(150)	16.0	46.0	26.0	3.3	8.7	0.0	62.0	88.0
	50~54歳	(150)	23.3	42.7	18.7	6.0	8.7	0.7	66.0	84.7
	55~59歳	(150)	24.0	41.3	24.7	3.3	6.0	0.7	65.3	90.0
	60~64歳	(150)	26.0	32.7	30.7	2.0	6.7	2.0	58.7	89.3

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

(%)

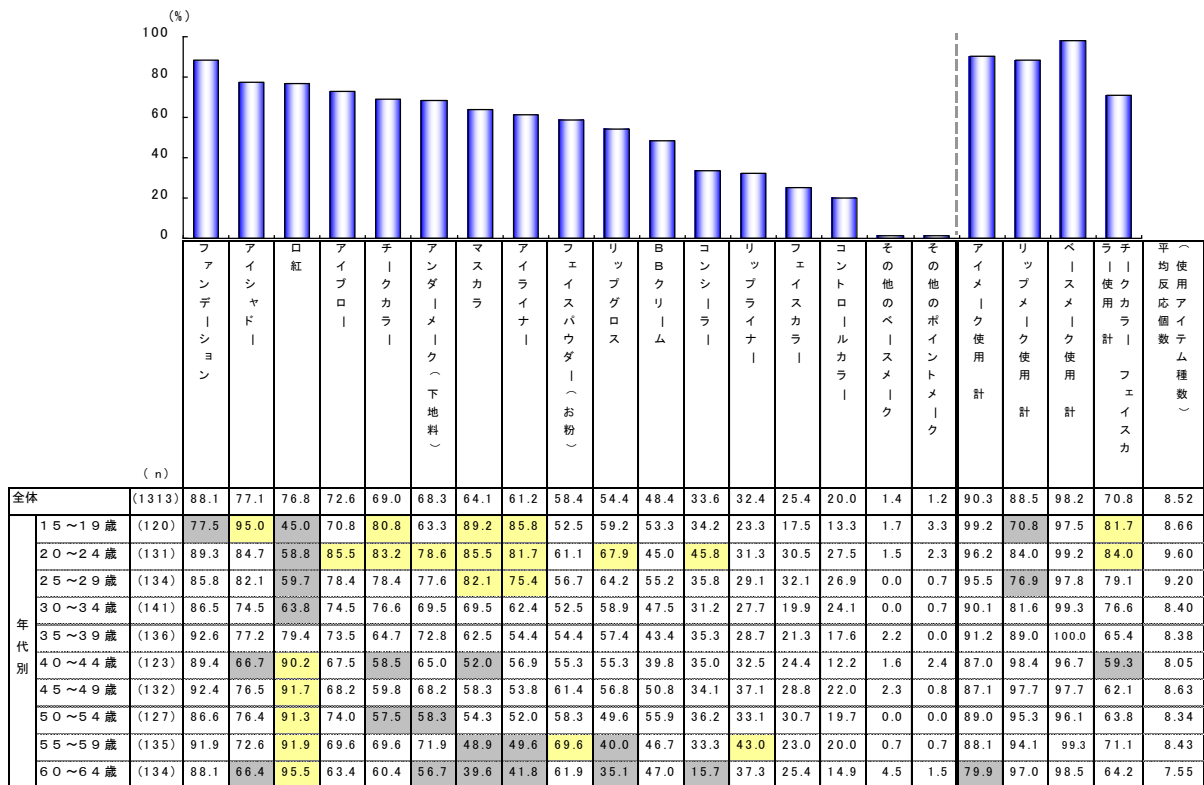
使用アイテムのトップ3は

「ファンデーション」88%、「アイシャドー」「口紅」77%。

20代以下の若い年代では「マスカラ」「アイライナー」といったアイメイクの使用率が他年代より高い。

「口紅」使用率は30代前半以下では約6割以下だが、40代以上では9割以上。

■ Q4 現使用メークアイテム一覧(基数:メーク現実行者 1313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

(%) (個)

週5日以上使うアイテムのトップ2は、「ファンデーション」「アイブロー」。

「ファンデーション」はメークの基本アイテム。

「アイブロー」は眉メークをする事を前提とした素顔の女性も多いためと推測される。

■Q4 アイテム使用頻度(基数:メーク現実行者 1313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日くらい	週に 3~4日くらい	週に 1~2日くらい	月に 1~3日くらい	半年に 1~3日くらい	年に1日以下	化粧直して のみ使用	使わない	週5回 以上計
ファンデーション	(1313)	33.9	26.6	11.7	9.2	5.3	0.5	11.9			60.5
アイブロー	(1313)	31.2	21.6	8.6	6.5	3.0	0.7	27.4			52.8
アンダーメーク(下地料)	(1313)	30.3	18.9	8.3	6.0	3.2	0.5	31.7			49.2
口紅	(1313)	27.3	20.7	10.3	9.1	5.5	1.9	23.2			48.0
アイシャドー	(1313)	24.8	22.5	9.9	9.7	6.5	2.0	22.9			47.3
チークカラー	(1313)	22.3	19.8	9.4	8.6	5.4	2.1	31.0			42.1
アイライナー	(1313)	19.9	16.5	8.2	6.8	5.9	2.1	38.8			36.4
フェイスパウダー(お粉)	(1313)	18.7	15.0	8.1	7.6	4.4	0.3	41.6			33.7
マスカラ	(1313)	16.1	14.7	8.6	9.7	8.1	4.0	35.9			30.8
BBクリーム	(1313)	14.1	12.0	6.9	9.3	4.8	0.2	51.6			26.1
リップグロス	(1313)	12.6	11.8	8.2	8.1	7.8	3.2	45.6			24.4
コンシーラー	(1313)	8.0	7.4	4.6	5.0	4.1	2.2	66.4			15.4
リップライナー	(1313)	8.1	6.5	4.1	4.8	4.1	2.7	67.6			14.7
フェイスカラー	(1313)	6.4	5.9	3.3	3.9	2.9	1.0	74.6			12.3
コントロールカラー	(1313)	4.6	4.6	3.2	3.1	2.1	1.0	80.0			9.3

(%)

「アイブロー」「アンダーメーク」「ファンデーション」の使用者は、約7割が週5日以上の使用。

■Q4 アイテム使用頻度※化粧直しを除く(各基数:メーク現実行者 且つ 各スキンケアアイテム使用者) 週5回以上(毎日+週に5~6回くらい)のスコアが多い順

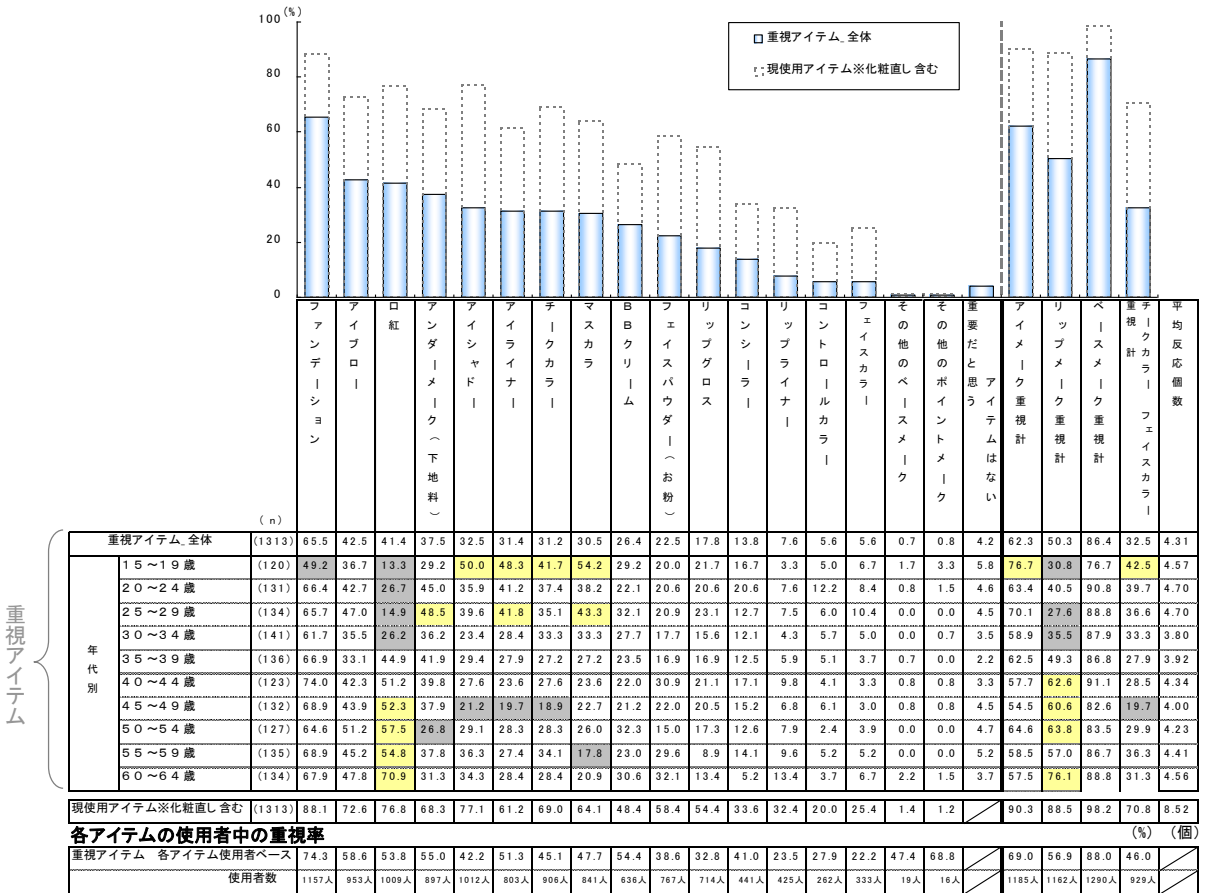
	(n)	毎日	週に5~6日くらい	週に3~4日くらい	週に1~2日くらい	月に1~3日くらい	半年に1~3日くらい	年に1日以下	週5日以上計
アイブロー	(948)	43.1	30.0	11.9	9.0	4.1	0.0	0.0	73.1
アンダーメーク(下地料)	(896)	44.4	27.7	12.2	8.8	4.7	0.0	0.0	72.1
ファンデーション	(1149)	38.7	30.4	13.4	10.5	6.0	0.0	0.0	69.1
口紅	(1002)	35.7	27.1	13.5	12.0	7.2	2.2	0.0	62.9
アイシャドー	(1011)	32.1	29.3	12.9	12.7	8.4	2.6	1.3	61.4
チークカラー	(902)	32.5	28.8	13.7	12.5	7.9	3.1	1.4	61.3
フェイスパウダー(お粉)	(737)	33.4	26.7	14.5	13.6	7.9	2.3	1.6	60.1
アイライナー	(799)	32.7	27.2	13.5	11.1	9.8	3.4	2.4	59.8
BBクリーム	(634)	29.2	24.9	14.4	19.2	9.9	1.1	1.3	54.1
フェイスカラー	(324)	25.9	23.8	13.3	15.7	11.7	5.6	4.0	49.7
マスカラ	(837)	25.2	23.1	13.5	15.3	12.7	6.2	4.1	48.3
コントロールカラー	(258)	23.6	23.6	16.3	15.9	10.5	5.4	4.7	47.3
コンシーラー	(430)	24.4	22.6	14.0	15.1	12.6	6.7	4.7	47.0
リップライナー	(420)	25.5	20.5	12.9	15.0	12.9	8.3	5.0	46.0
リップグロス	(699)	23.7	22.2	15.5	15.2	14.6	6.0	2.9	45.9

(%)

メイク実行者の65%が、「ファンデーション」を重視。

10代後半では「マスカラ」「アイシャドー」といったアイメイクを重視する人が多い。
一方、40代以上では「口紅」を重視する人が多い。

■Q5 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 1313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

Ⅲ メイクアップ化粧品の買われ方

- ◆Ⅲ-1 1ヶ月のメイクアップ化粧品平均投資金額・・・16P
- ◆Ⅲ-2 最近1年間のメイクアップ化粧品購入経路・・・17P
- ◆Ⅲ-3 メイクアイテム購入金額・・・・・・・・・・18P



- 女性がメイクアップ化粧品をよく買っているところを見ると、スキンケア化粧品と同様に、「ドラッグストア」と「インターネット通販」が、1位、2位のシェアを占めている。
- メイクアップ化粧品にかかる1ヶ月の金額の中央値は、1,250円。全体平均より、OLが高く、学生は低くなっている。特にメイクをしなければならない環境のOLの投資金額が高くなっている。

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

1ヶ月のメイクアップ化粧品にかかる平均金額は、1250円(中央値)。

職業別にみると、

「OL」の投資金額が高く(平均1750円)、「学生」は低く、平均750円(中央値)。

メイクをしなければいけない環境のOLは投資金額が特に高く平均1750円(中央値)。

メイク頻度が高い人は投資金額が高い。

■Q37 女性全体のメイクアップ化粧品1ヶ月平均投資金額 (基数:対象者全員 1500人)

	(n)	投資金額											中央値			
		20000円以上	10000~20000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		
全体	(1500)	2.4	6.2	9.3	6.4	7.8	6.4	9.2	11.9	15.7	17.3	7.6	5.8	1250		
年代別	15~19歳	(150)	1.0	3.1	6.7	8.0	4.7	10.7	20.0	12.7	12.7	0.0	9.3	8.0	1250	
	20~24歳	(150)	0.8	3.1	5.3	5.3	6.7	7.3	9.3	12.7	13.3	14.7	8.0	4.7	1750	
	25~29歳	(150)	0.8	3.2	5.3	3.3	2.7	5.3	8.0	9.3	13.3	12.0	16.7	10.7	1250	
	30~34歳	(150)	2.7	2.0	4.7	3.3	7.3	6.0	8.0	11.3	14.0	24.0	9.3	0.0	1250	
	35~39歳	(150)	0.7	3.2	7.4	5.3	8.0	5.3	10.0	12.0	16.7	19.3	6.7	0.0	1250	
	40~44歳	(150)	1.2	1.4	5.3	6.0	7.3	8.0	12.7	16.7	19.3	19.3	5.3	0.0	1250	
	45~49歳	(150)	2.0	4.0	2.7	6.7	8.7	3.3	10.0	9.3	20.7	21.3	6.7	0.0	1250	
	50~54歳	(150)	1.4	2.0	6.0	3.3	3.3	6.0	6.7	7.3	12.0	14.0	17.3	7.3	0.0	1250
	55~59歳	(150)	0.4	0.2	4.0	4.0	11.3	6.0	10.0	14.7	12.7	18.0	6.0	1.4	1250	
60~64歳	(150)	0.3	1.4	4.0	8.0	12.0	6.0	15.3	10.7	16.7	16.7	9.3	3.0	1750		
職業別	OL	(648)	6.5	1.7	4.2	3.9	4.3	7.4	7.7	10.6	12.5	13.3	16.7	7.9	1750	
自宅働いている人	(75)	7.4	7.7	7.4	4.0	9.3	6.7	5.3	16.0	13.3	21.3	1.8	8.0	1250		
専業主婦	(596)	1.7	2.3	3.9	5.0	9.4	5.2	8.2	11.7	18.1	18.0	6.7	0.0	1250		
学生	(81)	0.2	3.7	7.4	8.6	11.1	11.1	22.2	13.6	12.3	0.0	7.4	11.1	750		
OL	メイクをしなければならぬ環境	(275)	5.6	5.1	6.2	5.8	5.1	7.6	9.5	11.6	13.5	11.6	14.2	4.0	1750	
メイク環境別	どちらでもよい+メイクをしてはいけない環境	(373)	1.2	1.2	2.7	4.3	7.2	6.4	9.9	11.8	14.5	18.5	10.5	0.0	1250	

(%) (円)

■Q37 メイクを行っている人のメイクアップ化粧品1ヶ月平均投資金額

(基数:メイク現実行者 且つ 最近1年の自己購入者で、「覚えていない」人以外 1202人)

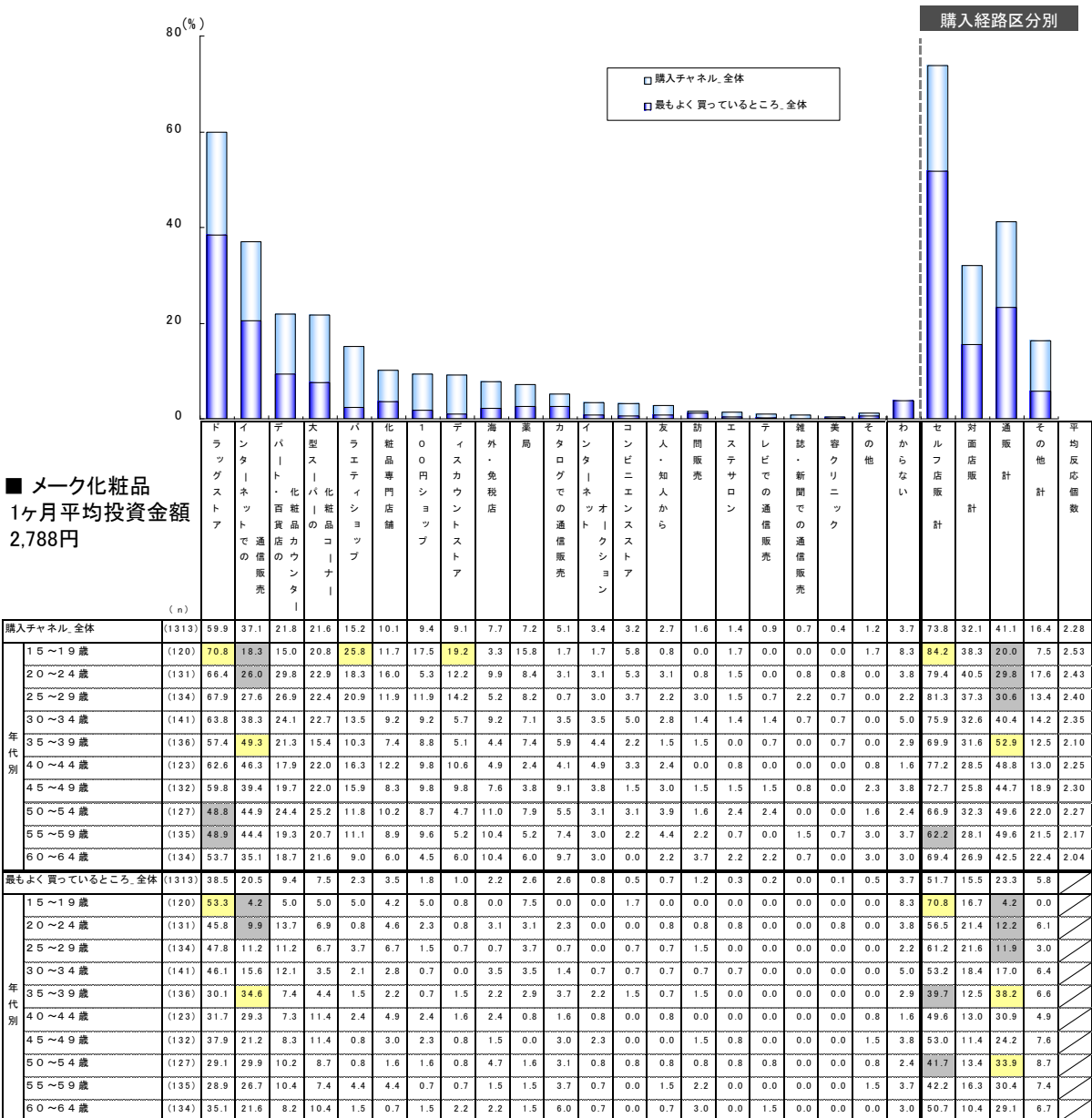
	(n)	投資金額											中央値		
		20000円以上	10000~20000円未満	7500~10000円未満	5000~7500円未満	4000~5000円未満	3000~4000円未満	2500~3000円未満	2000~2500円未満	1500~2000円未満	1000~1500円未満	500~1000円未満		500円未満	
全体	(1202)	3.0	9.3	5.4	5.2	9.6	7.7	11.1	14.6	18.5	19.2	1250			
年代別	15~19歳	(99)	0.0	5.1	8.0	10.1	12.1	7.1	16.2	27.3	17.2	1250			
	20~24歳	(118)	2.5	4.2	7.7	6.8	5.9	8.5	9.3	11.0	14.4	16.9	16.9	1750	
	25~29歳	(120)	2.5	4.2	2.5	6.7	4.2	3.3	6.7	9.2	11.7	16.7	14.2	18.3	1750
	30~34歳	(126)	3.2	3.2	2.4	2.4	5.6	6.0	8.7	7.1	9.5	13.5	15.1	27.8	1250
	35~39歳	(126)	0.8	6.2	4.8	6.3	9.5	6.3	11.9	14.3	19.8	20.6	1250		
	40~44歳	(117)	0.7	2.6	7.7	6.8	7.7	9.4	9.4	16.2	20.5	21.4	1250		
	45~49歳	(123)	2.0	4.9	3.3	7.3	10.6	4.1	11.4	11.4	22.0	22.8	1250		
	50~54歳	(120)	0.8	5.8	2.5	7.5	4.2	4.2	7.5	8.3	9.2	14.2	17.5	18.3	1500
	55~59歳	(125)	0.6	4.8	2.4	4.0	4.8	12.8	7.2	11.2	16.8	14.4	20.0	1250	
60~64歳	(128)	0.3	3.9	0.4	4.7	3.9	9.4	13.3	5.5	18.0	12.5	18.8	8.6	1750	
メイク頻度	毎日	(329)	5.4	3.2	4.4	5.5	4.9	6.1	10.6	9.7	10.0	16.4	15.2	13.4	1750
	ほぼ毎日	(565)	3.8	4.4	1.3	7.7	4.8	5.7	9.9	7.8	12.6	13.1	17.9	17.5	1750
	ときどき	(308)	0.1	1.3	2.3	3.6	7.8	5.5	9.7	15.3	23.1	28.6	750		

(%) (円)

「ドラッグストア」「インターネット通販」をよく利用。

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60%でトップ。次いで、
 「インターネット通販」が37%、
 「デパート」と「大型スーパーの化粧品コーナー」が22%

■Q8-1. 2 最近1年間のメイク化粧品全般の購入経路 ※メイク化粧品をよく買っているところ
 (基数:メイク現実行者 1313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

(%) (個)

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

※本調査での購入経路区分

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

購入しているメイクアイテム中で最も高額なのは、「ファンデーション」。
最も低価格なのは、「アイブロー」。

「ファンデーション」は2750円(中央値)で最も購入金額が高い。
低価格は「アイブロー」の750円(中央値)。

■Q7 メークアイテム購入金額 (各基数:メーク現実行者 且つ 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
		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	
ファンデーション	(1157)	2.2	6.3	9.0	18.8	12.4	11.1	12.2	12.1	8.3	2.3	2.8			2750
フェイスパウダー(お粉)	(767)	1.2	4.6	5.6	11.9	10.2	9.8	15.8	16.0	9.1	2.0	5.0	5.5		2250
フェイスカラー	(333)	0.3	3.3	12.6	8.1	15.0	12.0	13.5	10.5	2.7	5.4	10.8			2250
アンダーメイク(下地料)	(897)	0.3	4.2	12.4	10.5	9.4	10.0	19.3	18.1	3.1	2.3	5.8			1750
口紅	(1009)	1.2	14.2	13.3	9.9	12.3	19.9	12.8	5.6	2.7	5.7			1750	
B/Bクリーム	(636)	2.9	4.6	12.4	8.3	10.7	14.3	20.4	13.5	9.9	9.4			1750	
コントロールカラー	(262)	0.4	3.8	9.2	9.9	8.4	14.1	18.3	11.8	5.3	4.2	11.5		1750	
コンシーラー	(441)	0.5	2.7	8.8	8.4	9.3	14.5	22.9	16.1	6.3	3.9	4.3		1750	
チークカラー	(906)	0.2	2.6	7.6	8.3	8.8	10.3	19.9	19.9	10.9	3.4	4.9		1250	
アイシャドー	(1012)	0.5	4.5	3.0	7.6	7.1	6.6	11.6	23.1	18.0	9.3	3.8	4.5	1250	
リップグロス	(714)	0.0	7.7	8.8	7.6	12.5	20.2	21.4	11.1	3.6	5.7			1250	
マスカラ	(841)	0.7	7.6	6.5	6.8	18.9	34.1	13.6	4.2	2.3	3.1			1250	
リップライナー	(425)	0.2	4.4	4.7	7.3	6.4	14.6	18.1	22.8	10.8	4.5	7.5		1250	
アイライナー	(803)	0.7	3.1	5.5	5.1	11.0	29.9	26.9	11.3	2.4	3.1			1250	
アイブロー	(953)	0.6	2.5	4.1	4.6	8.8	22.4	30.4	20.3	2.6	2.7			750	

(%) (円)

■Q7 メークアイテム購入金額(中央値一覧)
(各基数:メーク現実行者 且つ 自己購入者で、「わからない」人以外 1281人)

	(n)	中央値															
		ファンデーション	フェイスパウダー	フェイスパウダー(お粉)	アンダーメイク(下地料)	コントロールカラー	コンシーラー	B/Bクリーム	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	
全体	(1281)	2750円	2250円	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	
年代別	15~19歳	(115)	1750円	1000円	1250円	1250円	1750円	750円	1250円	1250円	1250円	750円	1250円	750円	750円	750円	
	20~24歳	(122)	2750円	2000円	2000円	1750円	1750円	1250円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	
	25~29歳	(132)	2250円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	1750円	2250円	1250円	1250円	1250円	1750円	1750円	750円	
	30~34歳	(139)	2750円	2000円	2250円	2250円	2250円	1750円	1750円	2250円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1000円	
	35~39歳	(136)	2250円	1750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	
	40~44歳	(120)	2250円	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	
	45~49歳	(132)	2250円	2750円	2250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1750円	1750円	1250円	1250円	
	50~54歳	(127)	2750円	2250円	2750円	2250円	2250円	1750円	2250円	1750円	1250円	1250円	1750円	1750円	1250円	1500円	
職業別	55~59歳	(127)	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	1750円	1750円	1250円	1750円	1500円	1250円	1250円	750円	
	60~64歳	(131)	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	2250円	2250円	1250円	1250円	1750円	1750円	1250円	1250円	
	OL	(577)	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	
職業別	自宅で働いている人	(65)	2500円	2000円	2250円	1750円	2000円	1500円	1750円	2250円	1750円	1250円	1750円	1750円	1750円	1250円	
	専業主婦	(517)	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1750円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	
	学生	(56)	1250円	1000円	1250円	750円	750円	1000円	1250円	1250円	1250円	750円	750円	750円	750円	750円	

※中央値はデータを小さい順に並べたときに中央に位置する値を指す