

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2012 スキンケア篇

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)からスキンケアに関して報告します。

I	スキンケアを行う女性の心理	1P
II	日々のスキンケア状況	10P
III	スキンケア化粧品の買われ方	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
㈱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・鈴森

I スキンケアをする女性の心理

- ◆ I-1 顔のお肌の自己評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・2P
- ◆ I-2 スキンケアを行う目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・3P
- ◆ I-3 スキンケア効果への期待と実感・・・・・・・・・・6P
- ◆ I-4 肌評価別にみるスキンケア効果・・・・・・・・・・8P
- ◆ 参考 女性の美しさへの意識・・・・・・・・・・・・・・・・9P



- 女性全体で見ると、自分の肌の評価は「普通」という人が5割と最も多く、スキンケアをする目的は「肌の状態を保つため」が6割、と積極的・消極的意識では、ニュートラルな人が多くを占めている。
- 肌の評価とスキンケアの目的の関係を見ると、自分の肌を「良い」と評価している人ほど、スキンケアの目的は「肌をより良くするため」という回答が多い。また、肌が「良くない」と評価している人は、「肌トラブルを改善するため」という回答が多く、肌の評価によって目的が違うことがわかる。
- スキンケアを行う目的を世代で見ると、若年齢層は、「肌トラブルを改善するため」が多く、中高年齢層になると「肌をより良くするため」が多くなっている。年齢による肌の状況の違いが、スキンケアの目的の違いになっている。
- スキンケア効果への期待と実感の関係は、全ての項目で期待の高さに対して実感が下回っている状況が見られ、「肌評価が良くない」人ほど期待が高く、実感が低い、という厳しい認識をしている。

肌の自己評価でもっとも多いのは「普通」。

肌の自己評価をたずねると、女性全体では
1.「普通」 50% 2.「良くない」 34% 3.「良い」 17% の順位。

■Q16 現在の顔の肌への自己評価(基数:対象者全員 1500人)

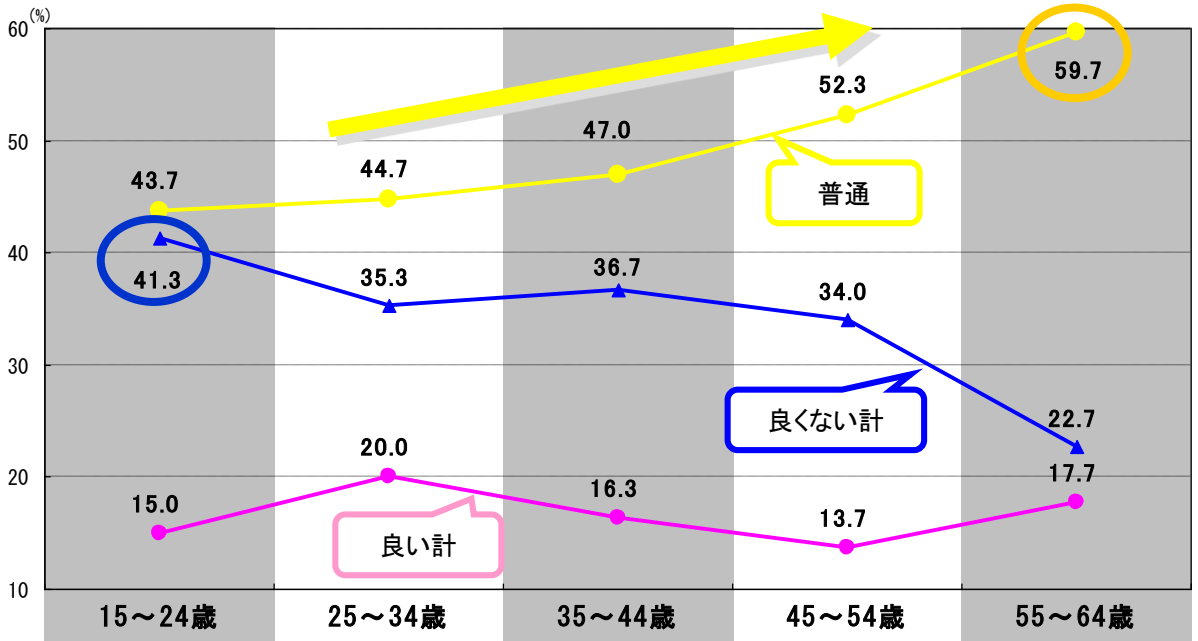
		良い計			普通		良くない計		良い計	普通	良くない計
		とても良いと思う	良いほうだと思う		やや良くないほうだと思う	良くないと思う					
全体	(1500)	1.3	15.2	49.5	25.6	8.4		16.5	49.5	34.0	
年代別	15~24歳	2.3	12.7	43.7	29.0	12.3		15.0	43.7	41.3	
	25~34歳	1.0	19.0	44.7	26.3	9.0		20.0	44.7	35.3	
	35~44歳	1.3	15.0	47.0	28.7	8.0		16.3	47.0	36.7	
	45~54歳	0.3	13.3	52.3	25.0	9.0		13.7	52.3	34.0	
	55~64歳	1.7	16.0	59.7	19.0	3.7		17.7	59.7	22.7	

(%)

年代別の傾向をみると

若年層は他年代より厳しい評価が多く、
年齢を重ねた年代では「普通」と評価する人が多い。

15~24歳の若年層は41%が「良くない」と評価し、他年代より自身の肌への評価が厳しい。一方、「良い」と評価する人は各年代14~20%、年齢を重ねるほど「普通」と評価する人が増え、55~64歳では60%に達する。



女性がスキンケアを行う目的は、「肌の状態を保つため」が6割。

「肌トラブルはないが、肌をより良くするため」…2割

「肌トラブル改善のため」…1.5割

肌評価別にみると、

自分の肌を「良い」と評価している人ほど「肌をより良くするため」が多く、

肌が「良くない」と評価している人ほど「トラブル改善」をスキンケアの目的としている。

■Q22-2 スキンケアを行う目的（基数:スキンケア現実行者 1403人）

(n)		肌のトラブルはないが、 肌をより良くするため	肌の状態を保つため	肌トラブル改善のため	特に具体的な目的はない
全体	(1403)	20.1	59.8	14.5	5.6
年代別	15～24歳 (271)	12.9	48.0	32.5	6.6
	25～34歳 (279)	20.4	57.7	15.4	6.5
	35～44歳 (280)	19.6	63.6	12.5	4.3
	45～54歳 (287)	19.5	65.9	9.1	5.6
	55～64歳 (286)	27.6	63.3	3.8	5.2
肌評価	良い計 (241)	29.9	57.3	9.1	3.7
	普通 (697)	21.2	61.8	9.9	7.0
	良くない計 (465)	13.3	58.1	24.1	4.5

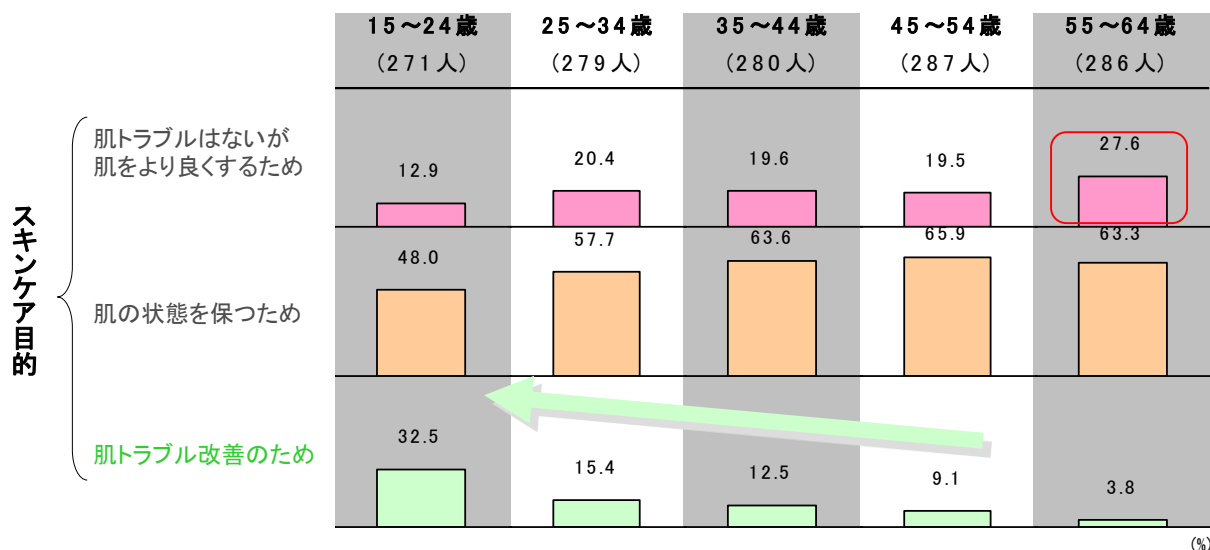
(%)

「肌トラブル改善のため」を目的とする人は、若い年代ほど多い。

特に、15～24歳では3割以上が「トラブル改善のため」と回答している。

また、55～64歳の年齢を重ねた年代では「肌をより良くするため」が他年代にくらべ高い。

若い年代では真皮状態は良いものの、角層の状態は不安定であることが多い。しかし、加齢にともなって真皮は衰えていくが、角層のバリア機能は安定していく傾向にある※。年齢による肌の状況の違いは、スキンケアの目的の違いにもつながっていると考えられる。



※参考:「あなたのキレイ応援読本」ポーラ化粧品本舗,1999

スキンケア効果への期待は、スキンケアの基本である「潤い」が各年代トップ。
若年層では「ニキビ」や「毛穴」、年齢を重ねた年代では「アンチエイジング」「シミ」「ハリ」といった加齢にかかわる効果に期待が集まる。

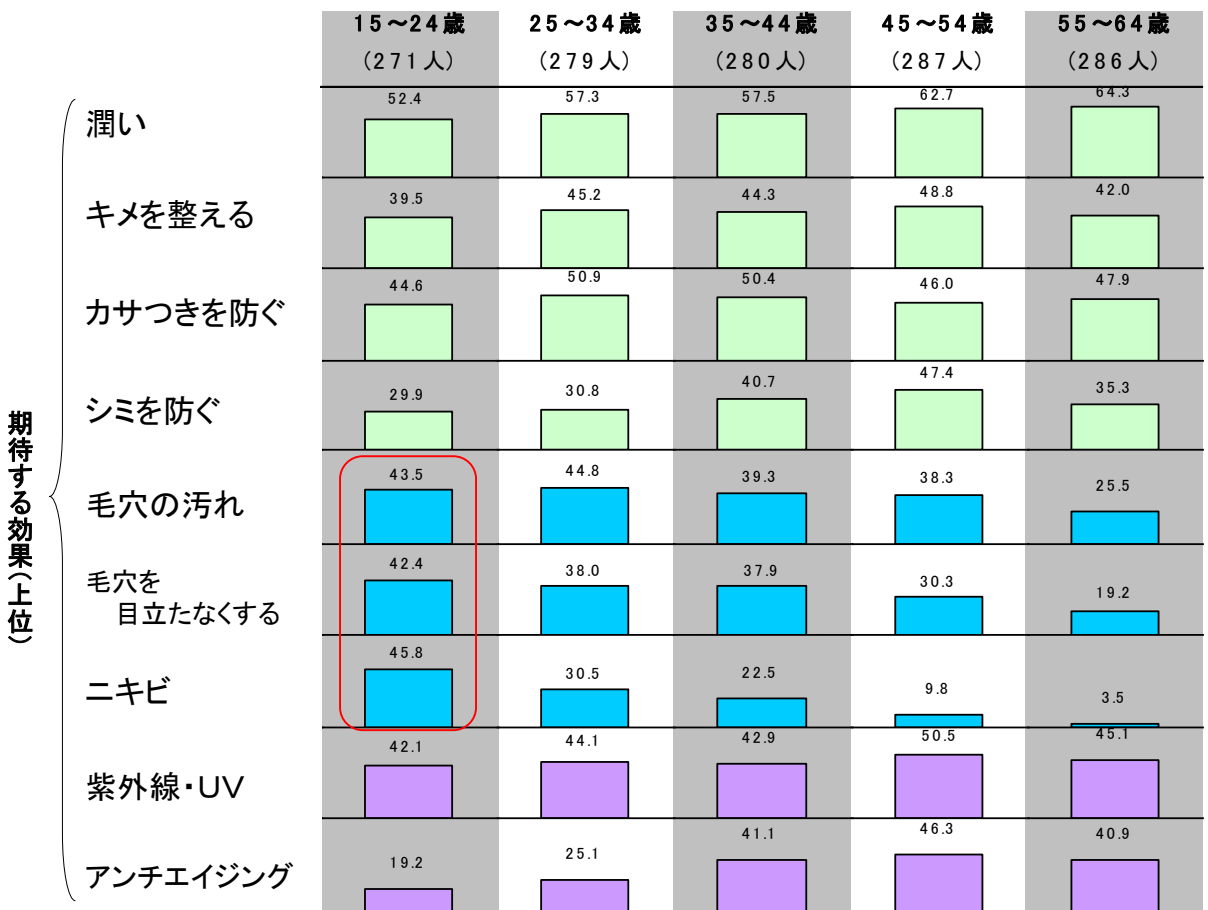
■Q20 スキンケア効果価値期待 (基数:スキンケア現実行者)

	潤いを与える	ハリを与える	透明感を与える	やわらかさを与える	キメを整える	化粧のりを良くする	かさつき・乾燥を防ぐ、改善する	シミを防ぐ、改善する	シワを防ぐ、改善する	くすみを防ぐ、改善する	たるみを防ぐ、改善する	毛穴の汚れをとる	毛穴を目立たなくする	ザラつき・ゴワつきを防ぐ、改善する	目のまわりのクマを防ぐ、改善する	色むらを防ぐ、改善する	赤みを防ぐ、改善する	汗のすぎを防ぐ、改善する	脂っぼさを防ぐ、改善する	ニキビ・吹き出物を防ぐ、改善する	紫外線・UVから保護する	美白・ホワイトニング効果がある	肌を清潔にする	肌あれを防ぐ、改善する	ターンオーバーを促進する	アンチエイジング効果がある	アトピーを防ぐ、改善する	敏感肌になるのを防ぐ、改善する	特になし	平均反応値
(n)																														
15~24歳 (271)	62.4	25.5	31.7	24.0	39.5	39.5	44.6	29.9	18.5	19.6	11.8	43.5	42.4	21.4	14.4	10.7	11.1	8.5	29.9	45.8	42.1	40.6	41.3	41.3	18.1	19.2	4.4	9.6	5.2	8.24
25~34歳 (279)	57.3	32.6	28.3	31.2	45.2	36.2	50.9	30.8	26.9	24.7	15.4	44.8	38.0	24.4	15.8	14.0	11.1	5.7	21.1	30.5	44.1	35.8	40.1	39.1	22.2	25.1	4.3	13.6	2.2	8.27
35~44歳 (280)	57.5	36.1	28.9	23.9	44.3	32.9	50.4	40.7	32.9	25.7	23.2	39.3	37.9	25.7	13.9	8.6	5.4	5.0	17.9	22.5	42.9	39.3	33.2	32.1	20.4	41.1	1.1	8.9	2.1	8.09
45~54歳 (287)	62.7	41.8	25.8	26.5	48.8	34.8	46.0	47.4	40.4	32.4	34.1	38.3	30.3	21.3	18.5	8.0	7.3	3.5	16.0	9.8	50.5	41.1	35.2	27.9	25.8	46.3	2.4	7.3	4.5	8.70
55~64歳 (286)	64.3	41.6	18.2	21.7	42.0	27.6	47.9	35.3	35.7	24.8	30.1	25.5	19.2	16.4	15.4	4.9	5.9	2.4	8.7	3.5	45.1	28.7	37.1	25.9	19.2	40.9	0.7	5.6	4.2	7.25

※表の網掛け:n=30以上の場合、各層(全体・各年代)で上位3位のスコアに赤地(■)、上位5位のスコアにピンク(■)で網かけ

「肌トラブル改善」をスキンケアの目的とする人が多い若い年代だが、
15~24歳では、「ニキビ」や「毛穴」への対処効果の期待が高い。

■Q20 スキンケア効果価値期待_年代別上位項目比較 (基数:スキンケア現実行者)



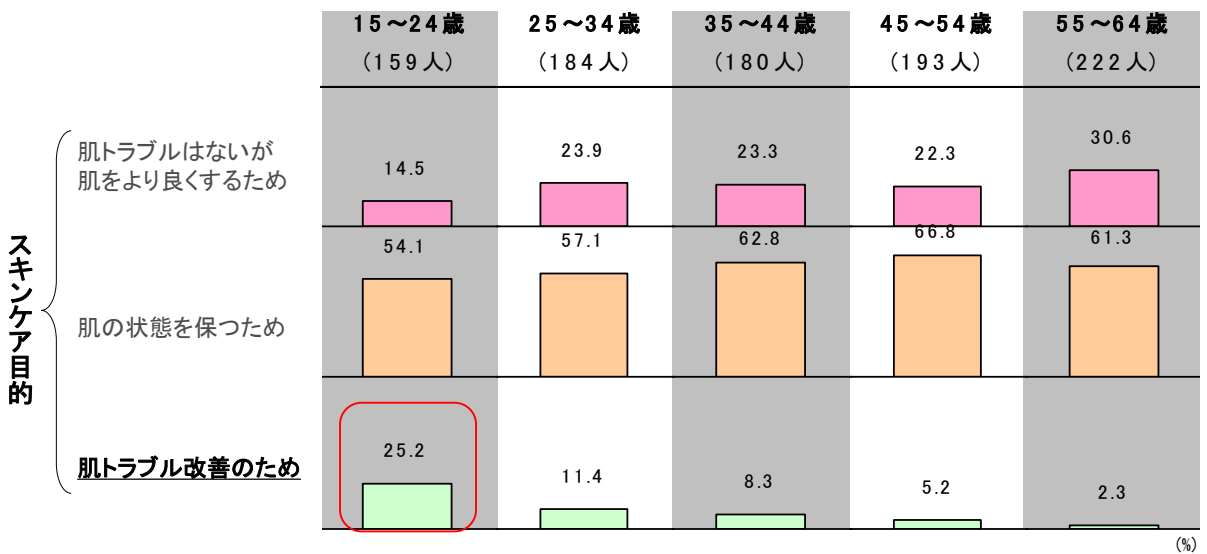
＜肌が良い～普通＞と自己評価する人でも
若年層ほど「肌トラブル改善」が多い。

肌評価が良くない人だけでなく、良い～普通の人でも、
若い年代ほどスキンケア目的が「肌トラブル改善」とする人が多くなる。

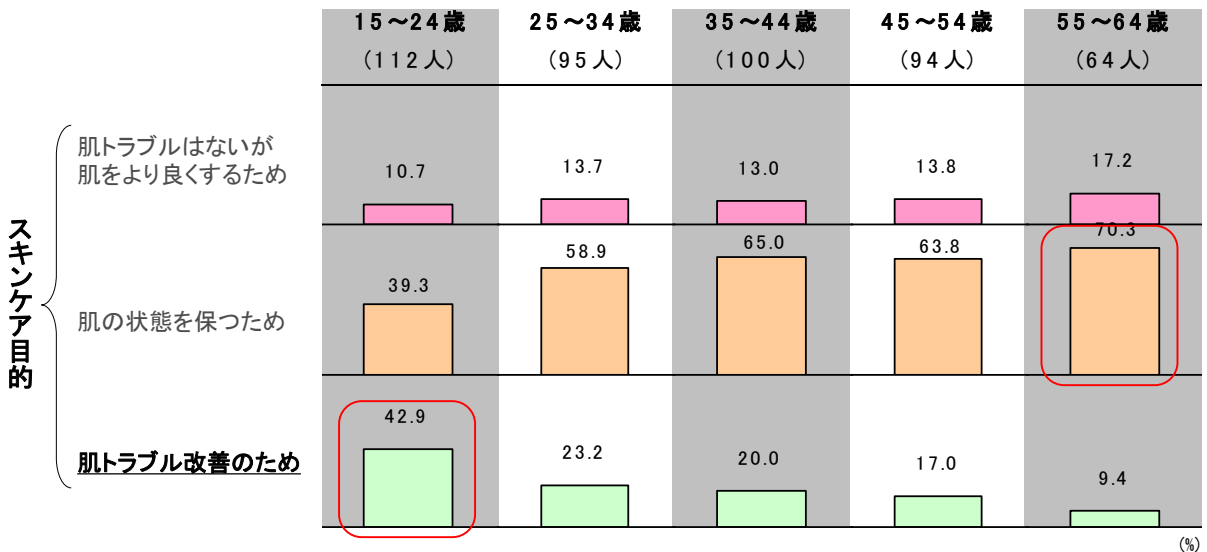
肌評価が良くない人のうち15～24歳では、
スキンケア目的を「肌トラブル改善のため」とする人が43%ともっとも多い。
一方、55～64歳では「肌の状態を保つため」が70%に達する。

■Q22-2 スキンケア目的（基数:スキンケア現実行者 1403人）

肌が良い～普通と自己評価している人のスキンケア目的



肌が良くないと自己評価している人のスキンケア目的(年代別)



期待・実感の上位は各年代ともに「潤いを与える」「カサつき改善」が上位に。

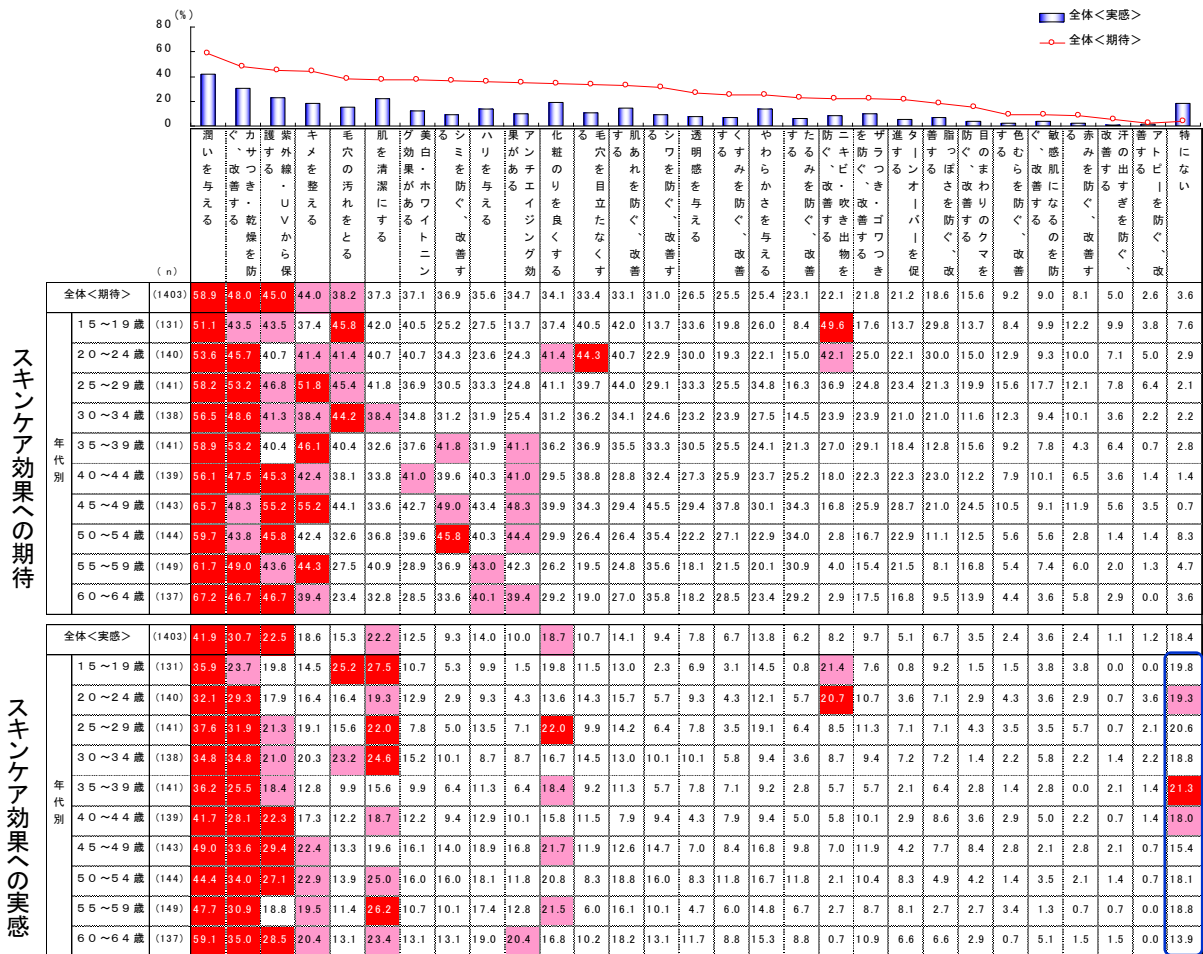
スキンケア効果への期待をみると、24歳以下では「ニキビ・吹き出物」「脂っぽさ」などを防ぐ、改善する効果にも期待が集まる。40代後半では「アンチエイジング効果」をはじめ、シミ・シワ・くすみ・たるみといった肌の加齢に関連する効果を期待する人が多い。

一方、実感している効果をみると、「特にない」は全体で18%。各年代ともに11位内となり、30代後半では3位にのぼり、効果実感に対して厳しい評価をしている。

■Q20 スキンケア効果への期待と実感(上位) (基数:スキンケア現実行者 1403人)

Table with 2 main columns: スキンケア効果期待 and スキンケア効果実感. Rows list top 5 expectations and realizations with their respective percentages.

■Q20 スキンケア効果への期待と実感 (基数:スキンケア現実行者 1403人)



※表の網掛け:n=30以上の場合、各層(全体・各年代)で上位3位のスコアに赤色(■)、上位5位のスコアにピンク(■)で網かけ

全体ではすべての項目で、期待の高さに対して実感が下回っている。※「特にない」は除く

期待の高さに対し、特に実感が得られていないのは

「シミを防ぐ」「キメを整える」「アンチエイジング効果」「美白効果」「毛穴の汚れをとる」といった項目でスコア差は23ポイント以上と大きい。

年代別にみても、ほぼすべての項目で、期待にくらべて実感のスコアは低い。

特に、30代後半以上の年代では「シミ」「ハリ」「アンチエイジング効果」といった加齢に関連する効果に対する期待と、実感の差が特に大きい。

■Q20 スキンケア効果への期待と実感の差（基数：スキンケア現実行者 1403人）

	潤いを与える	かさつき・乾燥を防ぐ、改善する	紫外線・UVから保護する	キメを整える	毛穴の汚れをとる	肌を清潔にする	美白・ホワイトニング効果がある	シミを防ぐ、改善する	ハリを与える	アンチエイジング効果がある	化粧のりを良くする	毛穴を目立たなくする	肌あれを防ぐ、改善する	シワを防ぐ、改善する	透明感を与える	くすみを防ぐ、改善する	やわらかさを与える	たるみを防ぐ、改善する	ニキビ、吹き出物を防ぐ、改善する	ザラつき・ゴワつきを防ぐ、改善する	ターンオーバーを促進する	脂っぽさを防ぐ、改善する	目のまわりのクマを防ぐ、改善する	色むらを防ぐ、改善する	敏感肌になるのを防ぐ、改善する	赤みを防ぐ、改善する	汗の出すぎを防ぐ、改善する	アトピーを防ぐ、改善する	特にない
全体(期待-実感) (1403)	-17.0	-17.3	-22.5	-25.4	-22.9	-15.1	-24.6	-27.6	-21.6	-24.7	-15.4	-22.7	-19.0	-21.6	-18.7	-18.8	-11.6	-16.9	-13.9	-12.1	-16.1	-11.9	-12.1	-6.8	-5.4	-5.7	-3.9	-1.4	14.8
15~19歳 (131)	-15.2	-19.8	-23.7	-22.9	-20.6	-14.5	-29.8	-19.9	-17.6	-12.2	-17.6	-29.0	-29.0	-11.4	-26.7	-16.7	-11.5	-7.6	-28.2	-10.0	-12.9	-20.6	-12.2	-6.9	-6.1	-6.4	-9.9	-3.8	12.2
20~24歳 (140)	-21.5	-16.4	-22.8	-25.0	-25.0	-21.4	-27.8	-31.4	-14.3	-20.0	-27.8	-30.0	-25.0	-17.2	-20.7	-15.0	-10.0	-9.3	-21.4	-14.3	-18.5	-22.9	-12.1	-8.6	-5.7	-7.1	-6.4	-1.4	16.4
25~29歳 (141)	-20.6	-21.3	-25.5	-32.7	-29.8	-19.8	-29.1	-25.5	-19.8	-17.7	-19.1	-29.8	-29.8	-22.7	-25.5	-22.0	-15.7	-9.9	-28.4	-13.5	-16.3	-14.2	-15.6	-12.1	-14.2	-6.4	-7.1	-4.3	18.5
30~34歳 (138)	-21.7	-13.8	-20.3	-18.1	-21.0	-13.8	-19.6	-21.1	-23.2	-16.7	-14.5	-21.7	-21.1	-14.5	-13.1	-18.1	-18.1	-10.9	-15.2	-14.5	-13.8	-13.8	-10.2	-10.1	-3.6	-7.9	-2.2	0.0	16.6
35~39歳 (141)	-22.7	-27.7	-22.0	-33.3	-30.5	-17.0	-27.7	-35.4	-20.6	-34.7	-17.8	-27.7	-24.2	-27.6	-22.7	-18.4	-14.9	-18.5	-21.3	-23.4	-16.3	-6.4	-12.8	-7.8	-5.0	-4.3	-4.3	0.7	18.5
40~44歳 (139)	-14.4	-19.4	-23.0	-25.1	-25.9	-15.1	-28.8	-30.2	-27.4	-30.9	-13.7	-27.3	-20.9	-23.0	-23.0	-18.0	-14.3	-20.2	-12.2	-12.2	-19.4	-14.4	-8.6	-5.0	-5.1	-4.3	-2.9	0.0	16.6
45~49歳 (143)	-16.7	-14.7	-25.8	-32.8	-30.8	-14.0	-26.6	-35.0	-24.5	-31.5	-18.2	-22.4	-16.8	-30.8	-22.4	-29.4	-13.3	-24.5	-9.8	-14.0	-24.5	-13.3	-16.1	-7.7	-7.0	-9.1	-3.5	-2.8	14.7
50~54歳 (144)	-15.3	-9.8	-18.7	-19.5	-18.7	-11.8	-23.6	-29.8	-22.2	-32.6	-9.1	-18.1	-7.6	-19.4	-13.9	-15.3	-6.2	-22.2	-0.7	-6.3	-14.6	-6.2	-8.3	-4.2	-2.1	-0.7	0.0	-0.7	9.8
55~59歳 (149)	-14.0	-18.1	-24.8	-24.8	-16.1	-14.7	-18.2	-26.8	-25.6	-29.5	-4.7	-13.5	-8.7	-25.5	-13.4	-15.5	-5.3	-24.2	-1.3	-6.7	-13.4	-5.4	-14.1	-2.0	-6.1	-5.3	-1.3	-1.3	14.1
60~64歳 (137)	-8.1	-11.7	-18.2	-19.0	-10.3	-9.4	-15.4	-20.5	-21.1	-19.0	-12.4	-8.8	-8.8	-22.7	-6.5	-19.7	-8.1	-20.4	-2.2	-6.6	-10.2	-2.9	-11.0	-3.7	1.5	-4.3	-1.4	0.0	10.3

※表の網掛け：n=30以上の場合、各層(全体・各年代)で期待と実感の差が1~3番目に大きなスコアに青(■)、4~5番目に大きなスコアに水色(■)で網掛け

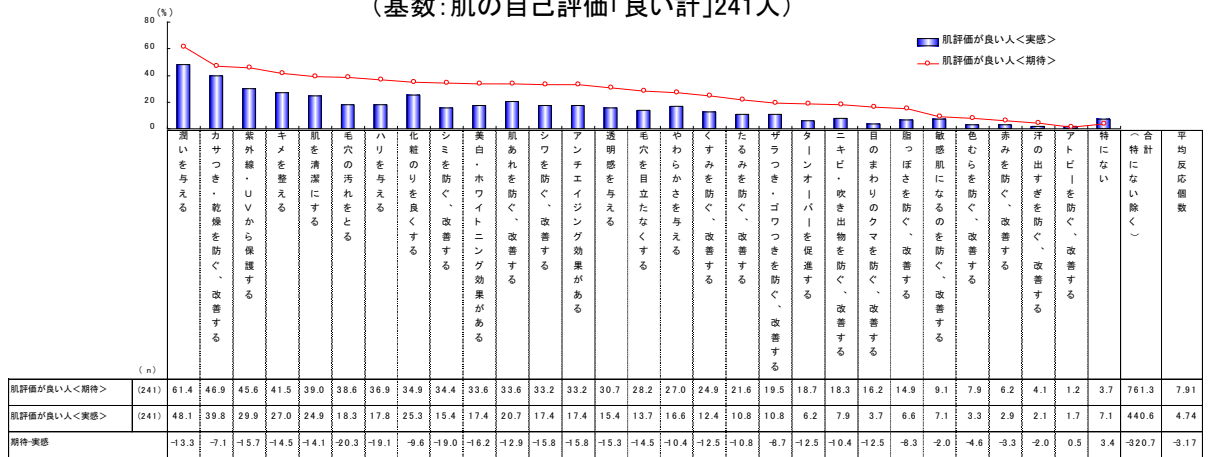
肌評価が良くない人はスキンケア効果への期待が高く、一方、実感は低い。

肌評価が良い人はスキンケア効果への期待はある程度高く、実感も高い。

- 肌評価が良くない人 期待スコアの合計893ポイント、 実感は281ポイント。
- 肌評価が普通の人 期待スコアの合計713ポイント、 実感は322ポイント。
- 肌評価が良い人 期待スコアの合計761ポイント、 実感は440ポイント。

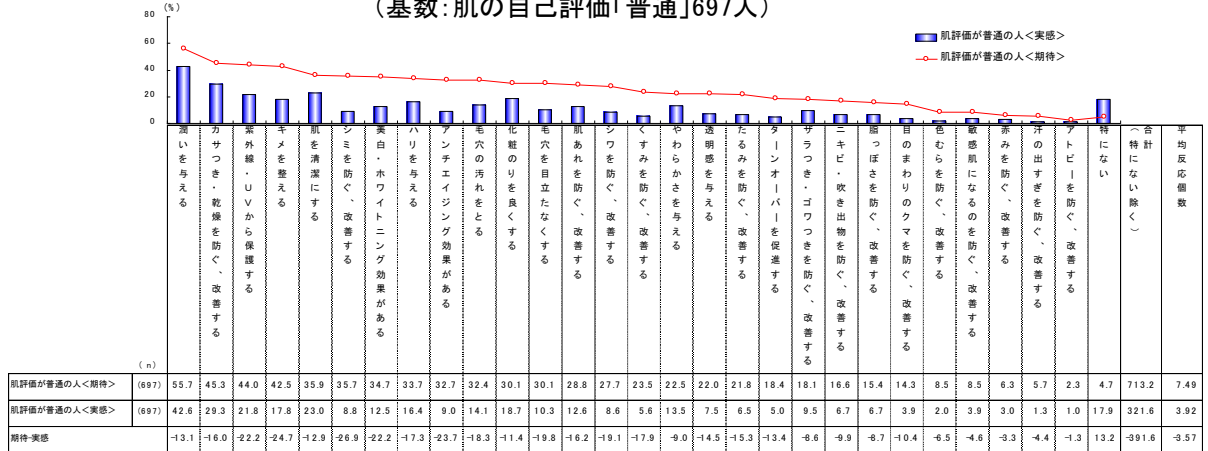
■Q20Q21 肌評価が良い人のスキンケア効果への期待と実感

(基数:肌の自己評価「良い計」241人)



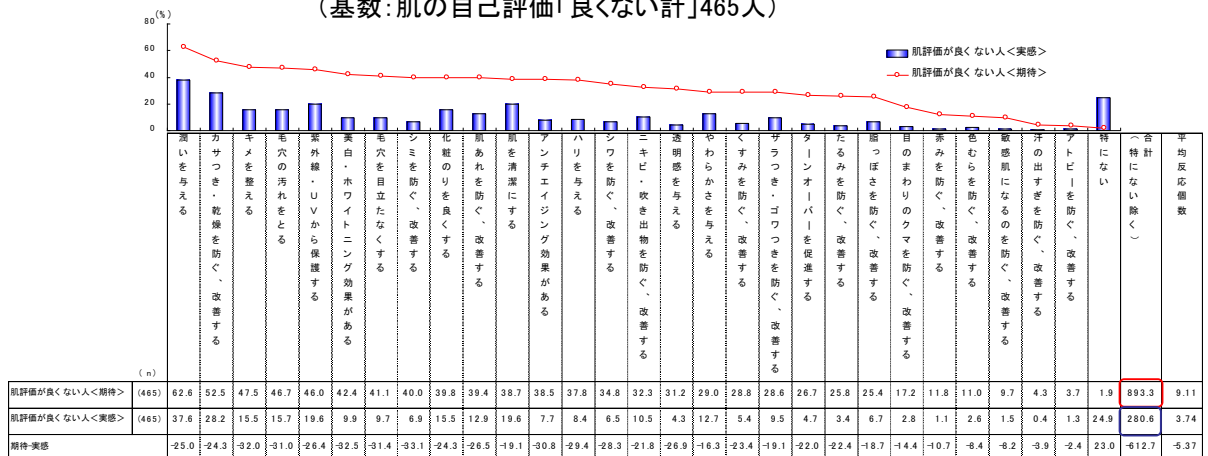
■Q20Q21 肌評価が普通の人々のスキンケア効果への期待と実感

(基数:肌の自己評価「普通」697人)



■Q20Q21 肌評価が良くない人のスキンケア効果への期待と実感

(基数:肌の自己評価「良くない計」465人)

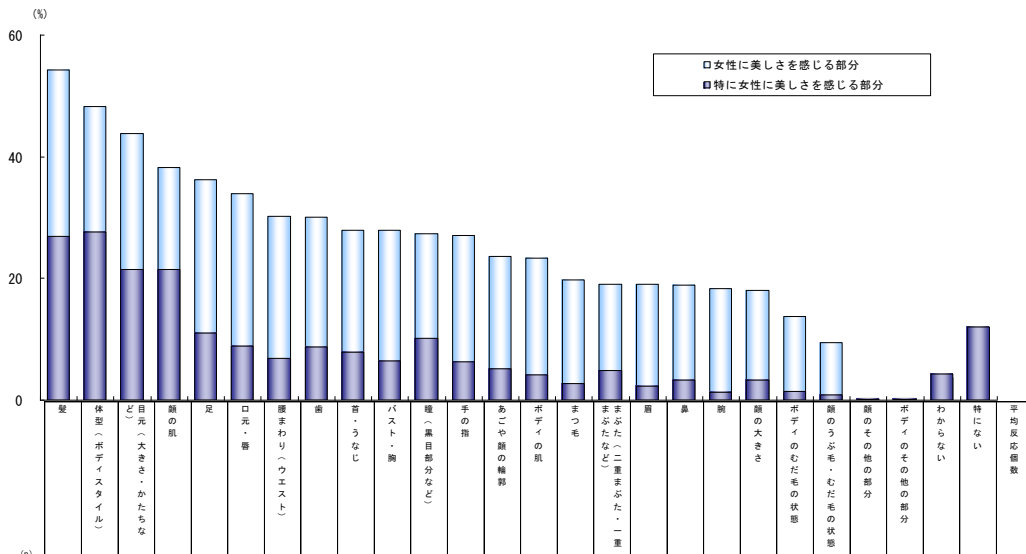


女性(自分以外)の美しさを感じる部分のトップは、「髪」。

- 1位 「髪」54%
- 2位 「体型」48%
- 3位 「目元」44%
- 4位 「顔の肌」38%

■ Q38-1 女性に美しさを感じる部分 (基数:対象者全員 1500人)

■ Q38-2 特に女性に美しさを感じる部分(3つまで) (基数:対象者全員 1500人)



女性に美しさを感じる部分		(1500)	54.3	48.3	43.8	38.3	36.3	33.9	30.2	30.1	27.9	27.9	27.3	27.1	23.6	23.3	19.7	19.1	19.1	18.9	18.3	18.1	13.7	9.5	0.3	0.3	3.7	11.0	7.15
年代別	15~19歳	(150)	58.0	48.7	42.0	38.0	45.3	34.0	33.3	24.0	27.3	33.3	37.3	26.0	24.0	24.7	29.3	24.7	22.0	27.3	27.3	16.0	22.7	10.7	0.0	0.0	3.3	14.0	8.30
	20~24歳	(150)	52.7	49.3	44.0	37.3	38.7	30.0	32.3	26.0	24.7	32.0	22.3	21.3	24.7	26.7	21.3	20.0	18.7	20.7	19.3	27.3	21.3	16.0	0.0	0.0	4.0	11.3	7.43
	25~29歳	(150)	50.0	50.7	45.3	41.3	42.0	33.3	35.3	26.7	26.7	35.3	36.7	23.3	26.7	28.0	28.0	22.7	17.3	23.3	16.7	26.0	16.0	14.0	0.0	0.0	2.0	10.7	7.63
	30~34歳	(150)	48.7	52.7	42.7	31.3	44.0	32.7	34.7	31.3	20.7	34.7	31.3	25.3	20.7	32.0	27.3	22.0	14.7	18.7	19.3	20.0	20.0	15.3	0.0	0.0	3.3	7.3	7.16
	35~39歳	(150)	54.0	45.3	43.3	34.7	38.0	32.7	31.3	25.3	24.7	22.0	22.0	22.7	18.0	20.7	15.3	19.3	16.0	14.0	21.3	14.0	14.7	9.3	0.0	0.0	5.3	8.0	6.45
	40~44歳	(150)	60.0	51.3	42.7	38.0	27.3	31.3	25.3	28.0	22.7	22.7	27.3	22.7	19.3	18.0	14.7	16.0	15.3	13.3	11.3	17.3	12.0	8.0	0.0	0.0	4.7	8.7	6.29
	45~49歳	(150)	63.3	56.0	47.3	43.3	38.7	43.3	31.3	35.3	36.0	32.7	27.3	33.3	28.7	27.3	16.7	17.3	26.0	16.7	23.3	17.3	11.3	7.3	2.0	0.7	2.0	9.3	7.70
	50~54歳	(150)	52.0	44.7	46.0	35.3	26.7	32.0	24.7	33.3	26.7	20.7	22.0	26.0	28.7	14.0	16.0	13.3	21.3	22.7	10.7	18.7	8.0	6.0	0.0	0.0	4.7	12.0	6.59
55~59歳	(150)	52.7	40.0	44.0	38.7	32.0	34.7	26.0	32.7	31.3	24.0	21.3	34.7	22.7	19.3	14.7	21.3	22.7	17.3	16.0	14.0	5.3	4.0	0.7	1.3	6.7	13.3	7.14	
60~64歳	(150)	52.0	44.0	40.7	45.3	30.0	35.3	26.7	38.7	38.7	22.0	24.7	36.0	22.7	11.3	13.3	14.0	16.7	15.3	18.0	10.0	6.0	4.0	0.0	0.0	1.3	15.3	6.78	
特に女性に美しさを感じる部分		(1500)	26.9	27.7	21.5	21.5	11.0	8.9	6.9	8.7	7.9	6.4	10.1	6.3	5.1	4.1	2.7	4.9	2.3	3.3	1.3	3.3	1.5	0.8	0.2	0.2	4.3	12.1	2.32
年代別	15~19歳	(150)	30.0	29.3	19.3	17.3	14.0	7.3	5.3	6.0	7.3	8.7	12.0	2.7	3.3	5.3	4.7	6.0	2.7	4.7	1.3	3.3	2.7	1.3	0.0	0.0	4.0	14.7	2.39
	20~24歳	(150)	24.7	25.3	21.3	21.3	11.3	8.7	6.7	6.7	7.3	7.3	9.3	5.3	4.7	7.3	1.3	4.7	2.7	3.3	2.0	4.0	3.3	1.3	0.0	0.0	4.7	12.7	2.30
	25~29歳	(150)	22.7	32.0	21.3	18.0	13.3	8.0	8.7	6.0	5.3	10.0	16.7	4.0	4.7	4.0	4.0	6.7	0.0	5.3	1.3	4.0	2.0	0.7	0.0	0.0	4.0	12.0	2.37
	30~34歳	(150)	23.3	28.0	20.7	13.3	16.0	9.3	7.3	10.7	6.7	10.0	11.3	6.0	4.0	7.3	4.7	6.0	2.0	1.3	2.0	3.3	2.7	2.7	0.0	0.0	3.3	7.3	2.22
	35~39歳	(150)	29.3	31.3	22.0	22.7	9.3	6.7	9.3	7.3	6.7	5.3	7.3	4.7	2.0	2.0	2.0	5.3	1.3	2.7	2.0	3.3	2.0	1.3	0.0	0.0	6.7	10.0	2.24
	40~44歳	(150)	28.0	26.7	20.7	22.7	10.7	8.0	10.0	9.3	10.0	6.7	11.3	9.3	4.7	3.3	2.0	4.7	2.7	2.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7	10.0	2.26
	45~49歳	(150)	33.3	27.3	23.3	27.3	16.0	13.3	6.7	6.0	4.0	6.7	10.7	10.7	8.7	6.0	1.3	3.3	3.3	2.0	1.3	3.3	1.3	0.0	1.3	0.7	2.7	10.0	2.50
	50~54歳	(150)	26.7	23.3	24.0	20.7	6.7	6.0	5.3	10.7	8.7	4.0	8.7	6.0	9.3	1.3	5.3	1.3	0.7	3.3	1.3	2.7	0.7	0.7	0.0	0.0	4.7	14.7	2.20
55~59歳	(150)	24.0	24.7	20.0	22.0	7.3	8.0	4.0	12.0	10.7	3.3	4.7	6.0	2.7	2.0	0.0	5.7	4.7	4.7	0.7	2.0	0.0	0.0	0.7	1.3	6.7	14.0	2.19	
60~64歳	(150)	27.3	27.3	22.7	30.0	5.3	13.3	5.3	12.0	12.7	2.0	8.7	8.7	7.3	1.3	2.0	2.7	2.7	4.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	15.3	2.38	

※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

Ⅱ 日々のスキンケア状況

- ◆ Ⅱ-1 スキンケアを行う頻度・・・・・・・・・・・・・・・・・・11P
- ◆ Ⅱ-2 スキンケアアイテム使用率・・・・・・・・・・・・・・・・12P
- ◆ Ⅱ-3 スキンケアアイテム使用頻度・・・・・・・・・・・・・・13P
- ◆ Ⅱ-4 重視しているスキンケアアイテム・・・・・・・・・・・・15P



- ほとんどの女性がスキンケアを行っており、肌の自己評価の良い人ほど頻繁に行なっている。
スキンケアは女性にとって「日常に根付いたすべき行為」となっている。
- 日々のスキンケアで最も重視されているアイテムは「化粧水」と「洗顔料」、この2品は、使用率、使用頻度の高さも1、2位の必需品となっている。

ほとんどの女性が日常的にスキンケアを行っている。

ほとんどの女性がスキンケアを行っており、現在行っている人は94%。

毎日+ほぼ毎日行っている人は82%。

肌の自己評価別にみると、肌が良い人ほどスキンケアを頻繁に行っている。

■Q17 スキンケアを行う頻度(基数:対象者全員 1500人)

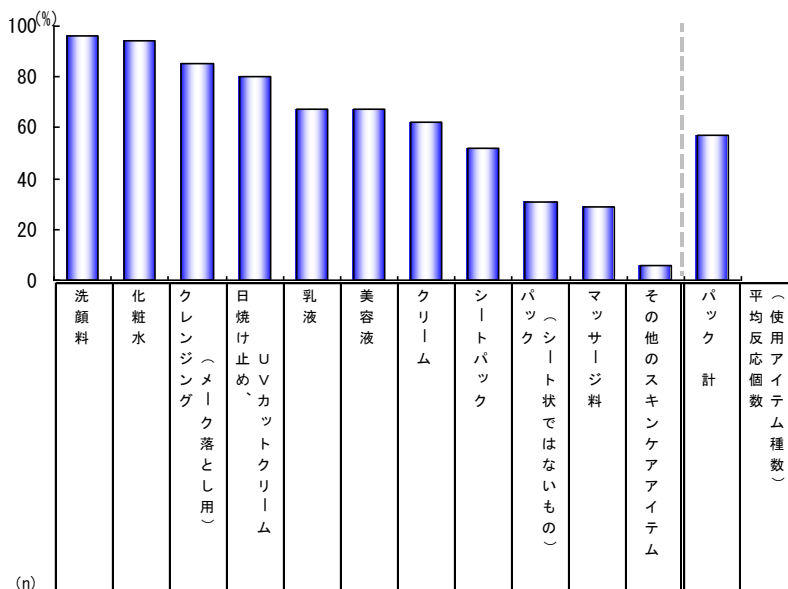
		スキンケア現実行者					スキンケア 毎日+ほぼ毎 日実行者	スキンケア 現実行者
(n)		毎日行っている	ほぼ毎日 行っている	ときどき 行っている	行ったことがあるが 現在はまったく 行っていない	今までまったく 行ったことがない		
全体	(1500)	57.5		23.9	12.1	3.7	81.5	93.5
年代別	15~19歳	43.3		22.0	22.0	2.7	65.3	87.3
	20~24歳	60.0		22.7	10.7	4.0	82.7	93.3
	25~29歳	58.0		22.0	14.0	4.0	80.0	94.0
	30~34歳	58.0		20.7	13.3	4.7	78.7	92.0
	35~39歳	57.3		28.0	8.7	4.0	85.3	94.0
	40~44歳	59.3		25.3	8.0	5.3	84.7	92.7
	45~49歳	63.3		21.3	10.7	4.0	84.7	95.3
	50~54歳	56.7		28.0	11.3	2.0	84.7	96.0
	55~59歳	65.3		22.7	11.3	0.0	88.0	99.3
	60~64歳	54.0		26.7	10.7	6.0	80.7	91.3
目的	肌の状態を保つため	61.7		26.5	11.8	0.0	88.2	100.0
	肌トラブル改善のため	61.6		24.1	14.3	0.0	85.7	100.0
	肌トラブルはないが、 肌をより良くするため	68.1		22.3	9.6	0.0	90.4	100.0
	特に具体的な目的はない	35.4	31.6	32.9	0.0	0.0	67.1	100.0
肌評価	良い計	70.2		19.0	8.1	2.0	89.1	97.2
	普通	56.1		25.7	12.1	3.4	81.8	93.9
	良くない計	53.5		23.7	13.9	5.1	77.3	91.2

※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

(%)

「化粧水」「洗顔料」は、
 スキンケア現実行者の9割以上が使っているメインアイテム。

■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 1403人）



		(n)	洗顔料	化粧水	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	乳液	美容液	クリーム	シートパック	バック (シート状ではないもの)	マッサージ料	その他のスキンケアアイテム	バック計	平均反応個数 (使用アイテム種数)
全体		(1403)	96.4	94.4	85.0	80.0	67.3	67.1	62.0	52.0	30.6	29.1	5.7	57.3	6.70
年代別	15~19歳	(131)	96.2	95.4	84.0	80.9	65.6	48.1	45.8	48.1	28.2	22.9	1.5	53.4	6.17
	20~24歳	(140)	97.9	95.7	95.0	81.4	76.4	70.0	52.1	55.0	36.4	29.3	1.4	60.7	6.91
	25~29歳	(141)	95.7	96.5	92.9	80.1	78.0	67.4	65.2	64.5	33.3	35.5	5.7	69.5	7.15
	30~34歳	(138)	93.5	94.9	92.8	85.5	64.5	63.0	57.2	49.3	31.2	30.4	3.6	54.3	6.66
	35~39歳	(141)	96.5	94.3	90.1	79.4	68.1	68.8	56.0	50.4	33.3	25.5	3.5	54.6	6.66
	40~44歳	(139)	96.4	92.8	79.9	79.1	63.3	64.7	59.7	53.2	26.6	25.9	7.9	56.8	6.50
	45~49歳	(143)	96.5	94.4	84.6	83.9	60.1	70.6	67.1	51.7	32.9	27.3	7.7	58.7	6.77
	50~54歳	(144)	97.9	92.4	79.9	72.9	61.8	70.8	68.1	51.4	34.0	34.0	11.1	58.3	6.74
	55~59歳	(149)	98.7	95.3	77.9	79.9	67.1	77.2	70.5	49.0	30.2	32.9	8.1	55.0	6.87
	60~64歳	(137)	94.9	92.0	73.7	77.4	67.9	68.6	76.6	47.4	19.7	26.3	5.8	51.1	6.50
目的別	肌の状態を保つため	(839)	96.3	94.9	83.4	79.7	67.8	68.4	64.0	50.7	30.2	28.8	5.2	56.5	6.69
	肌トラブル改善のため	(203)	98.0	95.1	90.6	83.3	68.0	69.0	55.2	61.6	37.9	31.0	5.4	65.0	6.95
	肌トラブルはないが、肌をより良くするため	(282)	95.7	93.6	87.9	82.6	66.7	69.1	67.0	55.7	31.9	32.3	8.2	61.7	6.91
	特に具体的な目的はない	(79)	96.2	89.9	77.2	65.8	62.0	41.8	40.5	29.1	12.7	15.2	2.5	30.4	5.33
肌評価	良い計	(241)	95.4	93.8	87.1	82.2	66.8	70.5	70.5	55.6	40.2	36.1	6.2	63.5	7.05
	普通	(697)	96.3	94.7	82.8	79.9	68.3	66.6	61.3	50.4	28.1	28.1	5.5	54.8	6.62
	良くない計	(465)	97.2	94.2	87.3	79.1	66.0	66.2	58.7	52.7	29.5	26.9	5.8	57.8	6.64

※バック計は「バック(シート状ではないもの)」「シートバック」の合算

※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

スキンケア実行者の8割以上が、朝は「化粧品」、夜は「洗顔料」「化粧品」を使用。

朝(1日のはじめ)には、スキンケア現実行者の79%が「化粧品」を毎日使用。
続いて「洗顔料」が60%。

■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 1403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	使わない	週5回 以上計	
化粧品	78.7						5.8	2.9	10.0	84.5
洗顔料	59.9				4.7	3.5	10.0	28.3	64.6	
日焼け止め、 UVカットクリーム	39.6		14.5		10.5	7.6	4.1	21.0	54.1	
乳液	45.5			5.2	2.7	3.4	0.9	39.6	50.7	
美容液	35.6		3.6	4.1	4.3	2.0	0.9	47.5	39.2	
クリーム	26.9	4.2	4.0	4.6	2.1	0.3		56.0	31.1	
クレンジング (メイク落とし用)	9.6	4.0	2.4	0.6				79.1	13.6	
マッサージ料	20.4	5.6	14.6					87.9	3.6	
パック (シート状ではないもの)	0.1	1.0	2.2					88.2	2.4	
シートパック	0.4	4.0	4.6	3.3				82.8	2.3	
その他	30.0							96.0	3.8	

(%)

夜(1日のおわり)には、スキンケア現実行者の80%が「洗顔料」「化粧品」を毎日使用。
また、約45%の人が「化粧品」「クレンジング」「乳液」「美容液」を毎日使用。

■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 1403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	使わない	週5回 以上計	
洗顔料	79.8						7.1	4.2	16.0	87.0
化粧品	79.3						5.6	3.1	12.0	84.9
クレンジング (メイク落とし用)	44.2				18.5	8.7	6.9	3.0	15	62.7
乳液	46.5			4.4	4.0	3.7	0.5	37.8	50.9	
美容液	43.3			4.2	5.7	5.9	2.8	29	36.0	47.5
クリーム	36.8		4.6	5.4	6.3	2.8	3.4	40.8	41.5	
日焼け止め、 UVカットクリーム	5.6	1.6	1.4	0.2				89.0	7.3	
マッサージ料	4.8	2.8	5.8	6.3	4.2	2.9		73.1	6.1	
シートパック	2.2	11.0	12.0	16.5	9.9	4.9		50.6	4.0	
パック (シート状ではないもの)	0.1	1.6	5.8	8.1	5.4	4.5		71.7	2.8	
その他	30.0							94.5	4.3	

(%)

「洗顔料」「化粧水」の使用者は、ほぼ毎日の使用。

■Q18 朝(1日のはじめ)のスキンケアアイテム使用頻度
 (各基数:スキンケア現実行者 且つ 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回 以上計	
化粧水 (1262)	87.5							6.4	93.9
洗顔料 (1006)	83.5							6.6	90.1
乳液 (848)	75.4							8.6	84.0
美容液 (736)	67.8							6.9	74.7
クリーム (618)	61.0							9.5	70.6
日焼け止め、 UVカットクリーム (クレンジング (メイク落とし用))	50.1							18.3	68.4
マッサージ料 (170)	20.0	9.4	3.5	20.6	21.8	11.2	13.5	29.4	
パック (シート状ではないもの) (165)	10.9	9.1	3.6	16.4	22.4	18.8	18.8	20.0	
シートパック (242)	7.9	5.4	5.8	23.1	26.9	19.0	12.0	13.2	
その他 (56)	87.5							7.1	94.6

(%)

■Q18 夜(1日のおわり)のスキンケアアイテム使用頻度
 (各基数:スキンケア現実行者 且つ 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

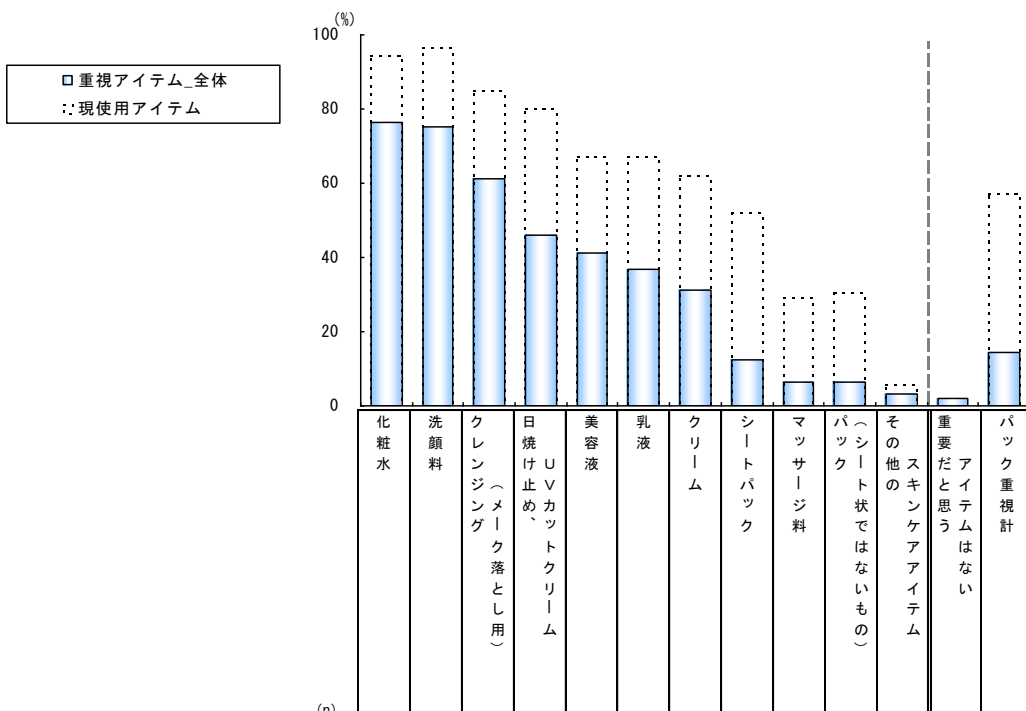
(n)	毎日	週に 5~6日くらい	週に 3~4日くらい	週に 1~2日くらい	月に 1~3日くらい	半年に 1~3日くらい	年に1日以下	週5回 以上計	
洗顔料 (1319)	84.9							7.6	92.5
化粧水 (1288)	86.4							6.1	92.5
乳液 (873)	74.7							7.1	81.8
クレンジング (メイク落とし用) (1167)	53.1							22.2	75.3
美容液 (898)	67.6							6.6	74.2
クリーム (830)	62.3							7.8	70.1
日焼け止め、 UVカットクリーム (155)	51.0							14.8	65.8
マッサージ料 (378)	18.0	4.5	6.6	21.4	23.3	15.6	10.6	22.5	
パック (シート状ではないもの) (397)	7.3	2.5	5.8	20.7	28.7	19.1	15.9	9.8	
シートパック (693)	5.1	3.0	4.3	24.2	33.3	20.1	10.0	8.1	
その他 (77)	71.4							7.8	79.2

(%)

※参考:「その他」のスキンケアアイテム例は、「アイクリーム」「オールインワンジェル」など

スキンケア現実行者は、
使用率・使用頻度の高い「化粧水」「洗顔料」を特に重視。

■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 1408人)



重視アイテム

重視アイテム_全体		(n)	化粧水	洗顔料	クレンジング	日焼け止め	美容液	乳液	クリーム	シートパック	マッサージ料	パック	その他	重要だと思わないアイテム	パック重視計
重視アイテム_全体		(1403)	76.6	75.1	61.2	46.0	41.3	36.9	31.3	12.5	6.6	6.4	3.3	1.9	14.3
年代別	15~19歳	(131)	73.3	71.0	54.2	47.3	25.2	34.4	22.1	13.0	5.3	5.3	1.5	3.1	14.5
	20~24歳	(140)	82.1	81.4	68.6	45.7	45.0	45.7	26.4	24.3	9.3	13.6	1.4	1.4	26.4
	25~29歳	(141)	78.0	73.8	69.5	48.2	40.4	48.2	34.0	17.0	8.5	10.6	2.1	2.8	19.1
	30~34歳	(138)	73.2	73.2	70.3	51.4	37.7	37.0	27.5	11.6	7.2	8.0	2.9	1.4	13.0
	35~39歳	(141)	75.2	76.6	71.6	45.4	37.6	41.1	22.0	10.6	5.0	3.5	1.4	3.5	12.1
	40~44歳	(139)	76.3	73.4	60.4	46.8	41.0	28.8	28.1	14.4	5.8	3.6	6.5	1.4	15.1
	45~49歳	(143)	79.0	77.6	63.6	47.6	42.0	28.7	32.2	9.1	4.2	4.2	4.2	0.0	9.8
	50~54歳	(144)	72.2	70.8	51.4	41.0	43.8	29.2	30.6	6.3	5.6	4.2	4.2	2.1	8.3
	55~59歳	(149)	80.5	78.5	54.4	41.6	51.0	35.6	40.3	8.1	8.1	6.0	4.0	2.0	10.7
	60~64歳	(137)	75.2	73.7	48.2	46.0	48.2	40.9	48.9	11.7	7.3	5.1	4.4	0.7	13.9
スキンケア目的	肌の状態を保つため	(839)	76.9	75.2	59.7	45.8	41.0	37.4	30.9	10.7	6.6	5.8	2.7	1.3	12.4
	肌トラブル改善のため	(203)	78.3	80.8	69.0	48.8	45.3	36.5	32.0	17.7	7.9	10.8	2.5	0.5	20.7
	肌トラブルはないが、肌をより良くするため	(282)	79.8	77.0	66.3	49.6	46.1	37.9	35.8	16.7	6.7	6.4	6.4	1.1	18.1
	特に具体的な目的はない	(79)	57.0	51.9	39.2	29.1	17.7	29.1	17.7	3.8	3.8	1.3	0.0	13.9	3.8
肌評価	良い計	(241)	77.2	74.7	62.2	51.0	44.8	35.7	34.9	14.5	8.7	9.5	4.1	1.7	17.8
	普通	(697)	75.8	73.9	58.2	44.5	40.2	40.2	31.4	11.9	6.9	5.7	2.3	2.3	13.1
	良くない計	(465)	77.4	77.0	65.2	45.8	41.3	32.7	29.2	12.5	5.2	5.8	4.3	1.3	14.2
現使用アイテム		(1403)	94.4	96.4	85.0	80.0	67.1	67.3	62.0	52.0	29.1	30.6	5.7		57.3

※パック重視計は「パック(シート状ではないもの)」「シートパック」の合算

※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地(■)で網かけ

Ⅲ スキンケア化粧品の買われ方

- ◆ Ⅲ-1 1ヶ月のスキンケア化粧品平均投資金額・・・・・・・・17P
- ◆ Ⅲ-2 最近1年間のスキンケア化粧品購入経路・・・・・・・・18P
- ◆ Ⅲ-3 スキンケアアイテム購入金額・・・・・・・・19P
- ◆ Ⅲ-4 スキンケアアイテム購入経路・・・・・・・・20P
- ◆ Ⅲ-5 スキンケア購入状況・・・・・・・・21P
- ◆ 参考 現使用スキンケア化粧品購入価格別にみる購入経路・23P



- 女性がスキンケア化粧品をよく買っているところをみると、「ドラッグストア」と「インターネット通販」が、1～2位のシェアを占めている。
- 2007年～2012年調査による推移では、明確にシェアを増やしているのは、「インターネット通販」だけで、ネットの普及率拡大とともに「インターネット通販」は、**今後も増大**が予想される。
- 各アイテムの価格帯別の傾向を見ると、「デパート」は高額品、「ドラッグストア」は低額品のシェアが高いというチャネル特性が見られる。
- 1ヶ月のスキンケア化粧品の購入金額は中央値で1,750円となっているが、肌評価が良い人は、スキンケアを行なう頻度も高く、購入金額も平均2,250円と高くなっている。

※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

女性の1ヶ月のスキンケア化粧品平均投資金額は1750円(中央値)。

肌評価が良い人は、投資金額が高く、平均 2250円(中央値)。

スキンケアを毎日行っている人の平均は 2250円(中央値)。

肌評価が良い人はスキンケアを行う頻度が高く(参照11P)、
スキンケアアイテムへの投資金額も高額(平均2250円)になっている。

■Q37 女性全体のスキンケア化粧品1ヶ月平均投資金額 (基数:対象者全員 1500人)

		(n)	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	お金を使ったが、覚えていない	自分ではお金を使わず利用、使用していない	最近1年は、これまで利用していない	中央値
全体		(1500)	2.5	4.3	4.2	5.3	5.8	5.5	8.1	6.8	8.3	10.2	14.9	14.2	6.3	11.3	1750	
年代別	15~19歳	(150)	1.0	2.7	3.3	4.7	6.0	5.3	12.7	18.0	16.0	12.7	10.0	10.0	12.7	10.0	1250	
	20~24歳	(150)	0.4	0.3	3.3	4.7	5.3	7.3	9.3	8.7	9.3	12.7	17.3	8.0	10.0	12.7	1750	
	25~29歳	(150)	0.0	6.0	6.0	5.3	3.3	4.0	6.0	6.0	8.0	12.0	14.0	14.0	10.0	10.0	1750	
	30~34歳	(150)	5.3	4.7	2.0	4.0	2.7	4.7	9.3	6.7	7.3	12.0	13.3	18.0	8.0	10.0	1750	
	35~39歳	(150)	0.0	3.3	5.3	10.7	6.0	10.0	9.3	9.3	9.3	15.3	14.0	4.0	10.0	1750		
	40~44歳	(150)	3.3	6.7	5.3	4.7	6.7	8.7	3.3	8.7	10.7	18.0	16.7	2.0	10.0	1750		
	45~49歳	(150)	3.3	6.0	4.0	8.0	8.7	6.7	7.3	5.3	8.0	6.0	16.0	15.3	4.0	10.0	2250	
	50~54歳	(150)	4.7	6.7	4.7	5.3	8.0	5.3	7.3	8.7	7.3	9.3	15.3	10.0	5.0	10.0	2250	
	55~59歳	(150)	4.0	6.7	8.0	6.0	5.3	6.0	10.0	7.3	7.3	7.3	16.0	10.7	4.0	10.0	2250	
	60~64歳	(150)	4.0	4.7	9.3	7.3	7.3	10.7	6.0	12.7	13.3	10.7	10.0	2.0	10.0	1750		
肌評価	良い計	(248)	3.6	4.4	5.6	6.0	7.3	5.2	11.7	9.7	7.3	8.9	12.5	10.9	4.0	10.0	2250	
	普通	(742)	2.4	4.2	4.2	5.5	5.4	6.5	7.4	6.3	8.2	10.0	15.8	14.4	6.6	10.0	1750	
	良くない計	(510)	2.5	4.3	3.5	4.5	5.7	4.3	7.5	6.1	8.8	11.2	14.9	15.5	6.9	10.0	1750	

(%) (円)

■Q37 スキンケアを行っている人のスキンケア化粧品1ヶ月平均投資金額

(基数:スキンケア現実行者 且つ 最近1年の自己購入者で、「覚えていない」以外の人 1300人)

		(n)	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	500円未満~20000円以上の中央値
全体		(1300)	2.9	4.8	4.8	6.1	6.6	6.3	9.2	7.6	9.2	11.2	16.5	14.6	1750
年代別	15~19歳	(105)	0.9	3.8	4.8	6.7	8.6	7.6	17.1	25.7	19.0	19.0	19.0	19.0	1250
	20~24歳	(127)	2.4	4.7	3.9	3.9	5.5	6.3	8.7	11.0	9.4	11.0	14.2	18.9	1750
	25~29歳	(126)	2.4	7.1	7.1	6.3	4.0	4.8	7.1	7.1	9.5	13.5	15.9	15.1	1750
	30~34歳	(128)	6.3	5.5	2.3	4.7	3.1	5.5	10.9	7.8	7.8	13.3	14.8	18.0	1750
	35~39歳	(135)	2.2	2.5	5.9	11.1	6.7	11.1	9.6	10.4	9.6	15.6	14.1	14.1	2250
	40~44歳	(135)	3.7	7.4	5.9	5.2	7.4	8.9	3.7	8.9	11.1	19.3	17.0	17.0	1750
	45~49歳	(134)	3.6	6.0	4.5	9.0	9.7	7.5	8.2	5.2	9.0	6.7	17.2	15.7	2250
	50~54歳	(135)	5.2	7.4	5.2	5.9	8.9	6.9	7.4	8.9	8.1	10.4	16.3	10.4	2250
	55~59歳	(141)	4.3	7.1	8.5	6.4	5.7	6.4	10.6	7.8	7.8	7.8	17.0	10.6	2250
	60~64歳	(134)	4.2	4.5	10.4	8.2	7.5	11.9	6.7	13.4	13.4	11.2	9.0	9.0	2250
頻度	毎日	(821)	3.8	6.2	6.3	7.2	7.3	8.0	10.5	6.9	9.1	8.8	14.0	11.8	2250
	ほぼ毎日	(329)	1.2	3.0	5.8	5.5	4.0	8.8	7.6	8.8	15.8	20.4	15.5	1250	
	ときどき	(150)	10.7	5.3	2.0	3.3	11.3	10.7	14.7	22.0	28.0	28.0	1000		
目的	肌の状態を保つため	(782)	4.1	4.2	5.1	5.8	6.1	6.9	9.5	7.5	9.2	11.5	15.1	15.0	1750
	肌トラブル改善のため	(187)	13.7	4.8	5.3	7.5	8.6	7.0	7.5	8.6	12.8	20.3	12.8	1750	
	肌トラブルはないが、肌をより良くするため	(268)	3.7	7.1	4.5	8.6	7.8	3.7	11.9	7.5	10.1	10.8	15.7	10.8	2250
	特に具体的な目的はない	(630)	6.3	1.6	4.8	3.2	6.9	9.5	7.9	4.8	27.0	31.7	750		

(%) (円)

「ドラッグストア」「インターネット通販」をよく利用。

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、
 「インターネット通販」が44%、
 「大型スーパーの化粧品コーナー」が23%、
 「デパート」が19%。

「インターネット通販」を年代別にみると、
 10代後半～20代前半で約3割以下とやや少なく、50代前半で56%とやや高い。

■Q27-1.2 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 1403人)



■ スキンケア化粧品
 1ヶ月平均投資金額
 4,164円

		購入経路区分別																								
		ドラッグストア	インターネット	大型スーパーの化粧品コーナー	デパート・百貨店の化粧品コーナー	化粧品専門店	薬局	ディスカウントストア	カタログでの通信販売	海外・免税店	100円ショップ	インターネットオークション	エステサロン	友人・知人から	コンビニエンスストア	訪問販売	テレビでの通信販売	美容クリニック	雑誌・新聞での通信販売	その他	わからない	セルフ店販計	対面店販計	通販計	その他計	
最近1年間の購入チャネル_全体 (1403)		56.7	45.4	19.5	16.8	9.8	9.3	7.6	6.6	5.6	5.5	3.6	3.0	2.4	2.3	2.1	1.8	0.9	0.8	0.7	2.4	3.3	67.9	28.1	49.3	16.0
年代別	15～19歳 (131)	64.9	22.1	22.9	11.5	11.5	14.5	16.0	8.4	2.3	2.3	4.6	1.5	0.8	0.8	5.3	0.0	0.8	0.0	0.0	2.3	11.5	77.1	30.5	24.4	6.1
	20～24歳 (140)	56.4	33.6	20.0	20.7	11.4	15.0	11.4	9.3	3.6	7.9	5.7	3.6	2.9	1.4	5.0	1.4	1.4	0.7	0.0	0.0	5.0	72.1	35.0	37.1	16.4
	25～29歳 (141)	51.8	36.2	20.6	22.0	10.6	13.5	9.2	9.2	2.8	5.0	5.0	5.0	1.4	1.4	2.1	2.8	0.0	0.7	2.1	0.7	3.5	68.1	32.6	39.7	14.2
	30～34歳 (138)	63.0	44.2	19.6	21.0	10.9	8.0	10.1	5.8	2.9	10.1	3.6	3.6	2.9	2.9	1.4	1.4	0.7	0.7	0.7	0.0	1.4	72.5	33.3	45.7	18.1
	35～39歳 (141)	58.9	53.2	16.3	17.0	9.2	7.1	8.5	4.3	5.7	2.1	3.5	3.5	0.7	2.1	0.0	2.1	0.0	0.7	0.0	0.7	1.4	68.1	29.8	57.4	10.6
	40～44歳 (139)	56.1	51.1	18.7	16.5	10.8	7.9	3.6	7.2	5.0	4.3	4.3	2.2	1.4	2.9	3.6	0.0	0.0	2.2	1.4	1.4	1.4	70.5	28.1	54.7	13.7
	45～49歳 (143)	64.3	53.8	16.8	16.8	8.4	12.6	4.9	10.5	9.8	6.3	3.5	3.5	1.4	2.1	2.1	1.4	1.4	0.0	0.0	2.8	4.2	72.0	25.2	58.7	16.1
	50～54歳 (144)	47.2	56.3	16.7	17.4	9.0	6.3	3.5	4.2	8.3	6.3	0.7	2.8	5.6	2.1	0.0	2.8	1.4	0.7	0.0	2.8	4.2	75.6	22.9	61.8	21.5
55～59歳 (149)	48.3	53.7	22.8	11.4	10.7	3.4	4.0	4.7	7.4	4.7	4.0	2.0	3.4	5.4	0.7	2.0	0.7	1.3	2.0	5.4	0.7	58.4	22.8	59.1	20.1	
60～64歳 (137)	56.9	47.4	20.4	13.9	5.1	5.1	5.8	2.9	7.3	5.8	0.7	2.2	2.9	1.5	0.7	3.6	2.9	0.7	0.7	7.3	0.7	65.7	21.2	51.8	21.9	
最近1年間の内で最もよく買っているところ_全体 (1403)		35.1	28.7	6.5	7.2	3.3	1.1	2.4	1.2	3.2	1.1	0.6	0.7	1.0	1.0	0.2	1.4	0.2	0.1	0.3	1.4	3.3	44.6	12.9	32.4	6.7
年代別	15～19歳 (131)	49.6	9.2	6.9	5.3	3.1	0.8	7.6	0.0	2.3	0.0	1.5	0.8	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.8	11.5	58.8	16.0	12.2	1.5	
	20～24歳 (140)	41.4	18.6	8.4	8.6	3.6	1.4	5.0	1.4	1.4	2.1	1.4	0.7	0.7	0.0	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0	5.0	52.9	17.1	20.7	4.3	
	25～29歳 (141)	34.8	17.0	8.5	12.1	2.8	2.8	2.8	3.5	2.1	1.4	1.4	2.1	0.0	0.7	0.7	2.1	0.0	0.0	0.7	0.7	3.5	51.8	17.7	19.9	7.1
	30～34歳 (138)	44.2	23.2	1.4	8.0	4.3	1.4	5.1	1.4	1.4	3.6	0.0	0.0	1.4	2.2	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	1.4	48.6	17.4	24.6	8.0	
	35～39歳 (141)	32.6	39.7	3.5	7.8	5.0	0.7	1.4	0.7	3.5	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	1.4	38.3	14.2	43.3	2.8	
	40～44歳 (139)	31.7	37.4	10.8	5.8	4.3	0.7	0.0	1.4	1.4	0.7	0.0	0.7	0.7	0.7	0.0	0.0	0.7	0.7	0.7	1.4	44.6	10.1	39.6	4.3	
	45～49歳 (143)	34.3	34.3	5.6	7.7	2.8	0.7	0.0	0.7	4.2	0.0	0.7	1.4	0.7	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	4.2	42.0	10.5	38.5	4.9	
	50～54歳 (144)	24.3	43.1	5.6	6.9	2.8	0.0	1.4	0.0	3.5	0.7	0.0	0.7	2.1	0.7	0.0	2.8	0.0	0.0	1.4	4.2	29.9	11.1	46.5	8.3	
55～59歳 (149)	24.2	36.9	6.7	4.7	3.4	0.0	2.7	6.0	3.7	0.7	0.0	0.0	2.7	3.4	0.0	2.0	0.0	1.3	4.0	0.7	34.2	8.1	44.3	12.8		
60～64歳 (137)	35.8	25.5	9.5	5.1	1.5	1.5	0.7	0.0	5.8	1.5	0.0	0.0	1.5	1.5	0.7	2.9	0.7	0.0	0.0	5.1	0.7	47.4	7.3	32.1	12.4	

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

※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

購入しているスキンケアアイテム中で最も高額なのは「美容液」
最も低価格なのは「洗顔料」「シートパック」。

「美容液」は3500円(中央値)で最も購入金額が高い。
低価格は「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												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
美容液	(942)	2.9	6.9	8.0	12.4	9.0	11.1	7.3	6.5	7.7	9.6	8.6	2.4	5.7	3500	
クリーム	(870)	2.8	3.4	4.8	9.1	7.2	12.1	9.3	7.7	9.1	12.6	9.8	2.1	3.2	6.8	2750
乳液	(944)	1.8	4.4	7.5	6.1	11.9	7.6	9.2	9.4	12.4	19.7	4.0	2.3	5.3	2250	
化粧水	(1324)	1.5	3.4	5.9	5.1	11.9	7.9	8.5	10.6	15.3	20.8	3.7	1.3	4.6	1750	
マッサージ料	(408)	2.9	1.7	5.1	5.4	8.3	9.6	9.1	7.4	16.9	13.5	2.7	3.2	14.0	2250	
パック (シート状ではないもの)	(430)	1.1	2.1	2.6	3.0	8.1	6.7	7.0	9.1	16.0	15.1	8.1	5.3	14.2	1750	
日焼け止め、 UVカットクリーム	(1123)	1.5	2.8	8.5	7.2	7.9	10.5	18.4	29.7	5.8	2.1	4.5	1250			
クレンジング (メイク落とし用)	(1193)	1.0	1.8	5.8	5.7	7.2	9.5	18.9	31.2	11.8	1.3	3.9	1250			
洗顔料	(1353)	1.0	1.7	5.5	5.1	6.1	9.5	15.4	25.9	22.8	7.4	1.1	750			
シートパック	(730)	1.0	1.9	2.2	4.1	4.1	3.8	7.8	14.8	21.0	23.3	5.1	9.9	750		

(%) (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 1362人)

	(n)	美容液	クリーム	マッサージ料	乳液	パック (シート状ではないもの)	化粧水	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	
		全体	(1362)	3500円	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	750円
年代別	15~19歳	(118)	1250円	1250円	1250円	1250円	750円	1250円	750円	750円	250円	
	20~24歳	(132)	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	1250円	750円	1250円	750円	
	25~29歳	(137)	2750円	2250円	1250円	2250円	1250円	1750円	1000円	1250円	750円	
	30~34歳	(134)	3500円	2750円	2250円	2250円	1500円	1750円	1250円	1250円	1000円	1250円
	35~39歳	(141)	2750円	2250円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	1000円	750円
	40~44歳	(136)	3500円	2750円	2250円	2250円	1750円	1750円	1250円	1250円	750円	1250円
	45~49歳	(141)	4500円	3500円	2500円	2750円	2250円	2250円	1250円	1250円	750円	750円
	50~54歳	(143)	4500円	3500円	2250円	2750円	2250円	2250円	1250円	1750円	1250円	750円
	55~59歳	(145)	4500円	3500円	2250円	2250円	1750円	2750円	1250円	1750円	1250円	1250円
60~64歳	(135)	4500円	2750円	2250円	2250円	2750円	2250円	1250円	1750円	1250円	1250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

スキンケアアイテムの購入経路は、どのアイテムもトップは、「ドラッグストア」、続いて「インターネット通販」。

■Q28 スキンケアアイテム購入経路ランキング

(基数:スキンケア現実行者 且つ 各アイテム自己購入者 且つ 各アイテム使用者)

	クレンジング (メイク落とし用) (N=1146)	洗顔料 (N=1297)	マッサージ料 (N=351)	シートパック (N=658)	パック(シート状で はないもの) (N=369)
1位	ドラッグストア 44.2%	ドラッグストア 41.7%	ドラッグストア 31.1%	ドラッグストア 39.4%	ドラッグストア 28.5%
2位	インターネットでの 通信販売 23.0%	インターネットでの 通信販売 23.6%	インターネットでの 通信販売 16.5%	インターネットでの 通信販売 19.0%	インターネットでの 通信販売 23.3%
3位	大型スーパーの化粧品 コーナー 8.2%	大型スーパーの化粧品 コーナー 8.6%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 12.3%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 6.5%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 8.4%
4位	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 5.9%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 4.9%	化粧品専門店 10.0%	大型スーパーの化粧品 コーナー 5.9%	化粧品専門店 5.7%
5位	化粧品専門店 3.7%	化粧品専門店 3.2%	大型スーパーの化粧品 コーナー 9.1%	海外・免税店 4.7%	カタログでの通信販売 4.6%
6位	薬局 3.0%	薬局 2.9%	バラエティショップ 3.7%	バラエティショップ 4.4%	バラエティショップ 4.3%
7位	ディスカウントストア 2.4%	ディスカウントストア 2.5%	薬局 3.1%	化粧品専門店 3.8%	大型スーパーの化粧品 コーナー 4.1%
8位	カタログでの通信販売 1.8%	カタログでの通信販売 2.2%	エステティックサロン	薬局 3.5%	薬局 3.3%
9位	バラエティショップ 1.4%	バラエティショップ 1.5%	カタログでの通信販売 2.0%	ディスカウントストア 3.2%	エステティックサロン 2.4%
10位	エステティックサロン 1.1%	訪問販売 1.3%	友人・知人から	友人・知人から 1.8%	海外・免税店

	化粧水 (N=1276)	美容液 (N=888)	乳液 (N=894)	クリーム (N=811)	日焼け止め、 UVカットクリーム (N=1073)
1位	ドラッグストア 33.5%	インターネットでの 通信販売 34.1%	ドラッグストア 36.4%	インターネットでの通 信販売 31.7%	ドラッグストア 47.8%
2位	インターネットでの 通信販売 27.7%	ドラッグストア 22.2%	インターネットでの 通信販売 21.8%	ドラッグストア 24.7%	インターネットでの 通信販売 18.8%
3位	大型スーパーの化粧品 コーナー 8.3%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 12.2%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 10.0%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 9.5%	大型スーパーの化粧品 コーナー 8.3%
4位	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 8.1%	大型スーパーの化粧品 コーナー 6.9%	大型スーパーの化粧品 コーナー 9.4%	大型スーパーの化粧品 コーナー 6.7%	デパート・百貨店の 化粧品カウンター 5.3%
5位	化粧品専門店 4.4%	化粧品専門店 4.6%	化粧品専門店 4.8%	化粧品専門店 4.6%	薬局 3.4%
6位	カタログでの通信販売 3.2%	カタログでの通信販売 3.7%	カタログでの通信販売 2.9%	カタログでの通信販売 3.6%	ディスカウントストア 2.7%
7位	薬局 1.9%	海外・免税店 2.3%	薬局 2.0%	海外・免税店	化粧品専門店 2.4%
8位	バラエティショップ 1.8%	訪問販売 2.0%	ディスカウントストア 1.9%	薬局 2.0%	バラエティショップ 1.9%
9位	ディスカウントストア 1.7%	エステティックサロン 1.9%	バラエティショップ 1.7%	エステティックサロン 1.8%	カタログでの通信販売 1.7%
10位	訪問販売 1.5%	薬局 1.5%	訪問販売 1.6%	バラエティショップ 1.7%	友人・知人から 1.4%

■Q28 スキンケアアイテム購入経路

(基数:スキンケア現実行者 且つ 各アイテム自己購入者 且つ 各アイテム使用者)

	化粧品 カウンター (n)	大型 スーパー の化粧品 コーナー (n)	化粧品 専門店 (n)	薬局 (n)	バラ エティ シヨッ プ (n)	デ ィス カウ ント ス ト ア (n)	ド ラ グ ス ト ア (n)	コ ン ビ ニ エ ン ス ス ト ア (n)	1 0 0 円 シ ョッ プ (n)	訪 問 販 売 (n)	イ ン テ ー ネ ッ ト で の 通 信 販 売 (n)	テ レ ビ で の 通 信 販 売 (n)	雑 誌・ 新 聞 で の 通 信 販 売 (n)	カ タ ロ グ で の 通 信 販 売 (n)	エ ス テ ィ ッ ク サ ロ ン (n)	美 容 ク リ ニ ッ ク (n)	海 外・ 免 税 店 (n)	シ ョ ン タ ー ネ ッ ト オ ー ク シ ョ ン (n)	友 人・ 知 人 か ら (n)	そ の 他 (n)	わ か ら な い (n)	対 面 販 売 計 (n)	セ ル フ 販 売 計 (n)	通 販 計 (n)	そ の 他 計 (n)	
クレンジング(メイク落とし用)	1146	5.9	8.2	3.7	3.0	1.4	2.4	44.2	0.2	0.8	0.9	23.0	0.2	0.0	1.8	1.1	0.1	0.3	0.4	0.9	1.0	0.6	12.6	57.1	25.0	4.7
洗顔料	1297	4.9	8.6	3.2	2.9	1.5	2.5	41.7	0.1	0.5	1.3	23.6	0.5	0.2	2.2	1.2	0.2	0.8	0.7	1.1	1.2	1.2	11.0	54.9	26.4	6.5
マッサージ料	351	12.3	9.1	10.0	3.1	3.7	1.1	31.1	0.0	0.0	1.1	16.5	0.3	0.0	2.0	3.1	0.6	0.6	0.6	2.0	1.4	1.4	25.4	45.0	18.8	9.4
シートパック	658	6.5	5.9	3.8	3.5	4.4	3.2	39.4	0.0	0.9	0.9	19.0	0.2	0.0	0.8	0.8	0.3	4.7	0.3	1.8	1.7	2.0	13.8	53.8	19.9	10.5
パック(シート状ではないもの)	369	8.4	4.1	5.7	3.3	4.3	1.6	28.5	0.0	0.5	1.9	23.3	0.0	0.3	4.6	2.4	0.8	2.4	0.5	1.9	1.4	4.1	17.3	39.0	28.2	11.4
化粧水	1276	8.1	8.3	4.4	1.9	1.8	1.7	33.5	0.0	0.4	1.5	27.7	0.4	0.2	3.2	1.5	0.2	1.1	0.9	1.3	1.6	0.5	14.3	45.7	31.4	8.0
美容液	888	12.2	6.9	4.6	1.5	1.5	1.5	22.2	0.2	0.1	2.0	34.1	0.3	0.1	3.7	1.9	0.2	2.3	1.0	1.2	1.7	0.8	18.2	32.3	38.3	10.4
乳液	894	10.0	9.4	4.8	2.0	1.7	1.9	36.4	0.2	1.1	1.6	21.8	0.2	0.1	2.9	1.0	0.2	1.2	0.6	0.9	1.1	0.9	16.8	50.7	25.1	6.6
クリーム	811	9.5	6.7	4.6	2.0	1.7	1.5	24.7	0.0	0.2	1.6	31.7	0.6	0.1	3.6	1.8	0.4	3.6	1.2	1.7	2.0	0.9	16.0	34.8	36.0	12.3
日焼け止め、UVカットクリーム	1073	5.3	8.3	2.4	3.4	1.9	2.7	47.8	0.2	0.1	1.1	18.8	0.5	0.0	1.7	1.0	0.1	0.7	0.9	1.4	0.8	0.9	11.1	61.0	21.0	6.1

(%)

※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

スキンケアアイテムの購入では、「ドラッグストア」「インターネット通販」が2強といえるシェア。「デパート」で購入者が約1割に達するのは、「マッサージ料」「美容液」「乳液」「クリーム」の4品。これらは購入金額中央値が2250～3500円と、高額品が多いアイテム。

※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

■Q28 使用スキンケアアイテムの主な購入先の割合

(各基数：スキンケア現実行者 且つ 各アイテム自己購入者 且つ 各アイテム使用者)

■Q25 使用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)

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター	大型スーパーの化粧品コーナー	化粧品専門店	(n)	購入金額中央値
マッサージ料	(351)	31.1	16.5	12.3	9.1	10.0	(408)	2250
美容液	(888)	22.2	34.1	12.2	6.9	4.6	(942)	3500
乳液	(894)	36.4	21.8	10.0	9.4	4.8	(944)	2250
クリーム	(811)	24.7	31.7	9.5	6.7	4.6	(870)	2750
パック(シート状ではないもの)	(369)	28.5	23.3	8.4	4.1	5.7	(430)	1750
化粧水	(1276)	33.5	27.7	8.1	8.3	4.4	(1324)	1750
シートパック	(658)	39.4	19.0	6.5	5.9	3.8	(730)	750
クレンジング(メイク落とし用)	(1146)	44.2	23.0	5.9	8.2	3.7	(1123)	1250
日焼け止め、UVカットクリーム	(1073)	47.8	18.8	5.3	8.3	2.4	(1193)	1250
洗顔料	(1297)	41.7	23.6	4.9	8.6	3.2	(1353)	750

各アイテムとも、高額品は「デパート」、低額品は「ドラッグストア」が多い「ドラッグストア」は価格訴求力の強いチャネルと確認できる

■Q28 スキンケアアイテム購入経路 各スキンケアアイテム上位購入経路 ※表側の金額は購入金額別

(基数：スキンケア現実行者 且つ 各アイテム自己購入者 且つ 各アイテム使用者)

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
美容液 全体	(888)	22.2	34.1	12.2
美容液 (7500円以上)	(167)	8.4	24.6	29.3
美容液 (7500円未満)	(202)	11.9	40.1	15.3
美容液 (4000円未満)	(235)	22.1	44.7	7.2
美容液 (2000円未満)	(261)	39.8	25.3	3.4

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
洗顔料 全体	(1297)	41.7	23.6	4.9
洗顔料 (7500円以上)	(9)	0.0	0.0	44.4
洗顔料 (7500円未満)	(42)	4.8	23.8	26.2
洗顔料 (4000円未満)	(226)	11.9	35.4	13.3
洗顔料 (2000円未満)	(997)	50.8	21.2	1.8

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
クリーム 全体	(811)	24.7	31.7	9.5
クリーム (7500円以上)	(96)	6.3	33.3	27.1
クリーム (7500円未満)	(142)	9.9	38.7	16.2
クリーム (4000円未満)	(253)	20.2	41.5	7.1
クリーム (2000円未満)	(292)	42.5	19.2	3.1

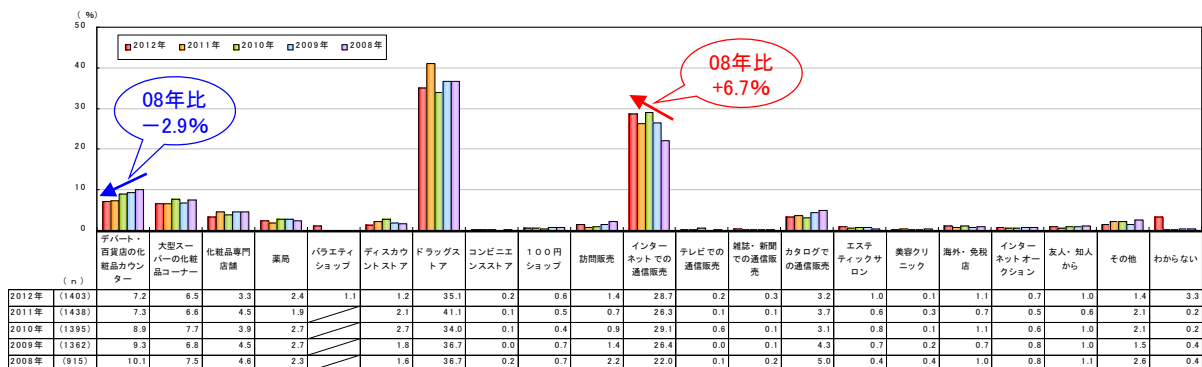
	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
化粧水 全体	(1276)	33.5	27.7	8.1
化粧水 (7500円以上)	(70)	4.3	30.0	34.3
化粧水 (7500円未満)	(146)	13.0	27.4	26.0
化粧水 (4000円未満)	(374)	21.9	39.8	5.9
化粧水 (2000円未満)	(668)	47.9	20.2	2.7

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
日焼け止め、UV 全体	(1073)	47.8	18.8	5.3
日焼け止め、UV (7500円以上)	(13)	0.0	15.4	46.2
日焼け止め、UV (7500円未満)	(48)	10.4	35.4	25.0
日焼け止め、UV (4000円未満)	(265)	32.5	26.4	9.4
日焼け止め、UV (2000円未満)	(723)	57.3	15.1	1.9

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品カウンター
乳液 全体	(894)	36.4	21.8	10.0
乳液 (7500円以上)	(42)	2.4	16.7	45.2
乳液 (7500円未満)	(129)	14.7	20.9	27.9
乳液 (4000円未満)	(271)	29.2	32.5	6.3
乳液 (2000円未満)	(430)	51.6	15.3	3.5

2008年から2012年の購入経路推移をみると、「デパート」のシェアは減少、「インターネット通販」は増加の傾向。

■2008年～2012年 スキンケアアイテム購入経路推移（基数:スキンケア現実行者）



★ この数年、化粧品市場全体では、中価格帯から低価格帯への移行、低価格帯のシェアが膨らんでいる。2011年は、セルフブランドのオールインワン化粧品やBBクリームなどのヒットもあって、低価格帯が拡大した※1。

価格訴求力の強い「ドラッグストア」が、低価格スキンケア化粧品購入層をつかんでいる。

「デパート」は業界全体の売上高の減少傾向が続いている中、化粧品においては、「ハイプレステージブランド」「カウンセリング」の高価格化粧品を中心に集客をはかっている状況である。

一方、近年増加している「インターネット通販」は、インターネット利用者が高年齢層まで普及している状況を鑑みると※2、今後もシェア拡大が予想されるチャネル。

※1 参考:富士経済「新・化粧品マーケティング要覧2012総括編」2012年

※2 参考:総務省「平成23年通信利用動向調査」では女性13～49歳では9割以上、50～59歳では8割がインターネットを利用

■Q28 スキンケアアイテム購入経路_各スキンケアアイテム上位購入経路

(基数:スキンケア現実行者 且つ 各アイテム自己購入者 且つ 各アイテム使用者)

※表側は現在使っている各スキンケアアイテム購入金額別

	(n)	ドラッグストア	インターネットでの通信販売	デパート・百貨店の化粧品コーナー	大型スーパーの化粧品コーナー	化粧品専門店舗	薬局	ディスカウントストア	カタログでの通信販売	バラエティショップ	訪問販売
洗顔料 全体	(1297)	41.7	23.6	4.9	8.6	3.2	2.9	2.5	2.2	1.5	1.3
7500円以上	(9)	0.0	0.0	44.4	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
7500円未満	(42)	4.8	23.8	26.2	7.1	9.5	2.4	0.0	2.4	0.0	7.1
4000円未満	(226)	11.9	35.4	13.3	3.1	6.6	1.8	0.9	3.5	2.7	4.4
2000円未満	(997)	50.8	21.2	1.8	10.0	2.0	3.3	2.9	1.8	1.3	0.3
化粧水 全体	(1276)	33.5	27.7	8.1	8.3	4.4	1.9	1.7	3.2	1.8	1.5
7500円以上	(70)	4.3	30.0	34.3	7.1	5.7	0.0	0.0	1.4	0.0	5.7
7500円未満	(146)	13.0	27.4	26.0	6.8	5.5	1.4	0.0	4.1	0.0	4.1
4000円未満	(374)	21.9	39.8	5.9	7.5	5.9	0.8	0.8	4.3	1.1	1.6
2000円未満	(668)	47.9	20.2	2.7	9.4	3.1	2.8	2.7	2.5	2.8	0.4
乳液 全体	(894)	36.4	21.8	10.0	9.4	4.8	2.0	1.9	2.9	1.7	1.6
7500円以上	(42)	2.4	16.7	45.2	7.1	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5
7500円未満	(129)	14.7	20.9	27.9	8.5	11.6	1.6	0.8	3.9	0.0	2.3
4000円未満	(271)	29.2	32.5	6.3	9.2	6.3	0.7	1.5	4.4	1.5	2.2
2000円未満	(430)	51.6	15.3	3.5	10.2	1.9	3.3	2.6	2.1	2.6	0.2
美容液 全体	(888)	22.2	34.1	12.2	6.9	4.6	1.5	1.5	3.7	1.5	2.0
7500円以上	(167)	8.4	24.6	29.3	4.8	6.0	0.6	0.6	3.6	1.2	4.8
7500円未満	(202)	11.9	40.1	15.3	8.4	6.9	0.5	1.0	4.0	1.0	2.5
4000円未満	(235)	22.1	44.7	7.2	5.1	2.6	0.9	0.4	5.5	0.9	2.1
2000円未満	(261)	39.8	25.3	3.4	9.2	3.8	3.4	3.4	1.9	2.7	0.0
クリーム 全体	(811)	24.7	31.7	9.5	6.7	4.6	2.0	1.5	3.6	1.7	1.6
7500円以上	(96)	6.3	33.3	27.1	3.1	5.2	1.0	0.0	4.2	2.1	3.1
7500円未満	(142)	9.9	38.7	16.2	7.7	7.7	0.0	0.0	1.4	1.4	4.2
4000円未満	(253)	20.2	41.5	7.1	5.5	4.0	0.8	1.2	4.3	1.2	1.2
2000円未満	(292)	42.5	19.2	3.1	8.2	3.4	4.1	3.1	3.8	2.4	0.3
日焼け止め、UV	(1073)	47.8	18.8	5.3	8.3	2.4	3.4	2.7	1.7	1.9	1.1
7500円以上	(13)	0.0	15.4	46.2	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0
7500円未満	(48)	10.4	35.4	25.0	6.3	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	4.2
4000円未満	(265)	32.5	26.4	9.4	7.2	4.9	1.9	2.6	2.6	2.3	2.3
2000円未満	(723)	57.3	15.1	1.9	8.9	1.7	4.0	3.0	1.4	1.8	0.6

(%)

※表の網掛け:各層(全体・購入価格別)で1位のスコアに黄色または緑色(■)で網かけ

※n=30未満はサンプル数僅少のため参考値とする