

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2013 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 2013」(第9回目)からメイクに関して報告します。

I	メイクを行う女性の心理	P1
II	日々のメイク状況	P4
III	メイクアップ化粧品の買われ方	P10

【実施概要】

調査名: 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2013

調査時期: 2013年5月22日(水)23時 ~ 5月30日(木)0時 調査方法: インターネット調査

分析対象: 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)

2013年9月6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: 鈴森・川上

I メークを行う女性の心理

◆ I-1 メーク重要度・・・・・・・・・・ 2P

ほとんどの女性が、ベースメークもポイントメークも、ともに「重要」と考えている。

□ ベースメークを「重要」とする人は81%。

ポイントメークを「重要」とする人は73%。

ベースメーク、ポイントメークともに「重要」とする人は70%。

□ 重要度を年代別にみると

ベースメークは30代前半が高く、「とても重要」のピーク(48%)となっている。

ポイントメークでは、大きな年代差はみられないものの、40代前半以下の若い年代では「とても重要」の率がやや高くなっている。

ベースメーク
とても重要+ある程度重要

81%

とても重要 (34%)

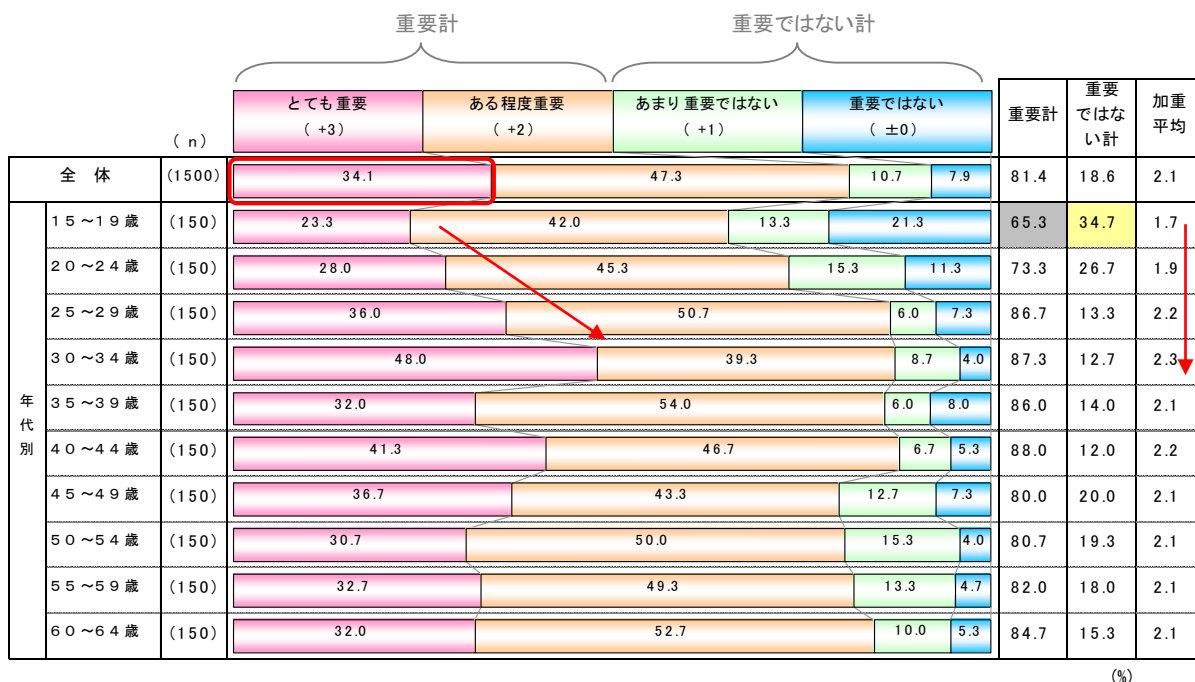
ポイントメーク
とても重要+ある程度重要

73%

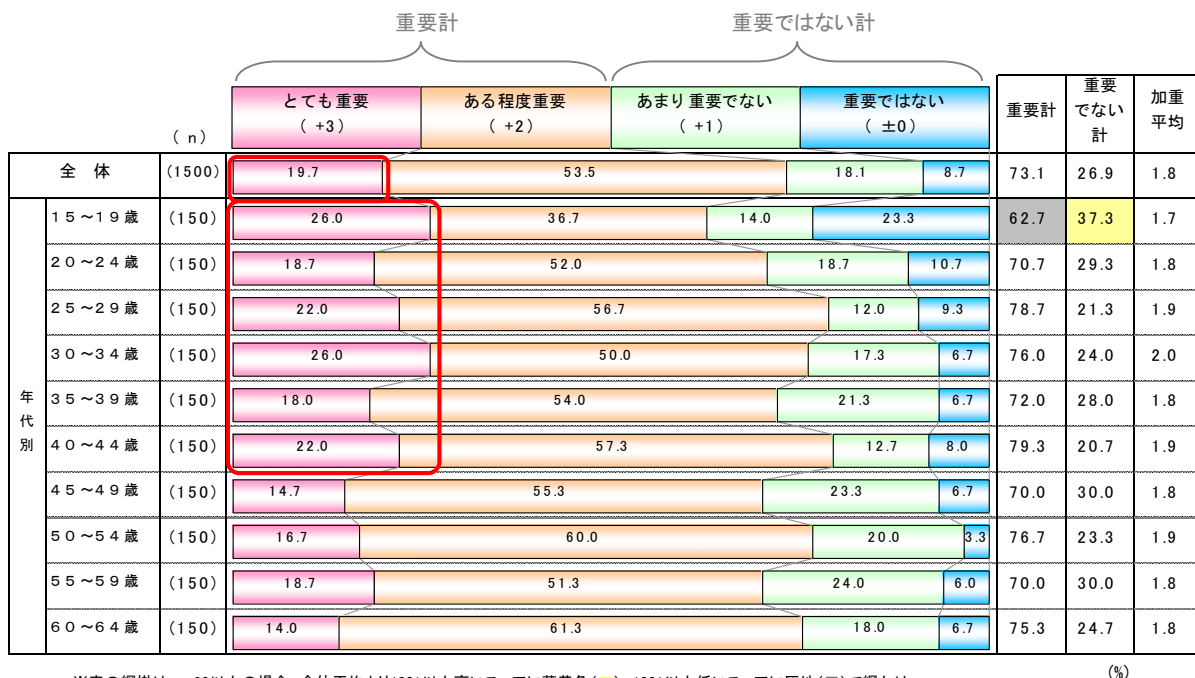
とても重要(20%)

年代別にみると、ベースメークでは30代前半をピークに重要度が上がり、30代後半以上では年代差があまりみられない。
ポイントメークでは、大きな年代差はみられないものの、40代前半以下の年代でとても重要とする人がやや多い。

■Q2-1.ベースメーク重要度(基数:15~64歳全員 1500人)



■Q2-2.ポイントメーク重要度(基数:15~64歳全員 1500人)



※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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

※加重平均:回答ごとにウエイト(+3、+2、+1、+0)を乗じて計算した平均

ベースメーク、ポイントメークともに重要(とても+ある程度)としている人
70%

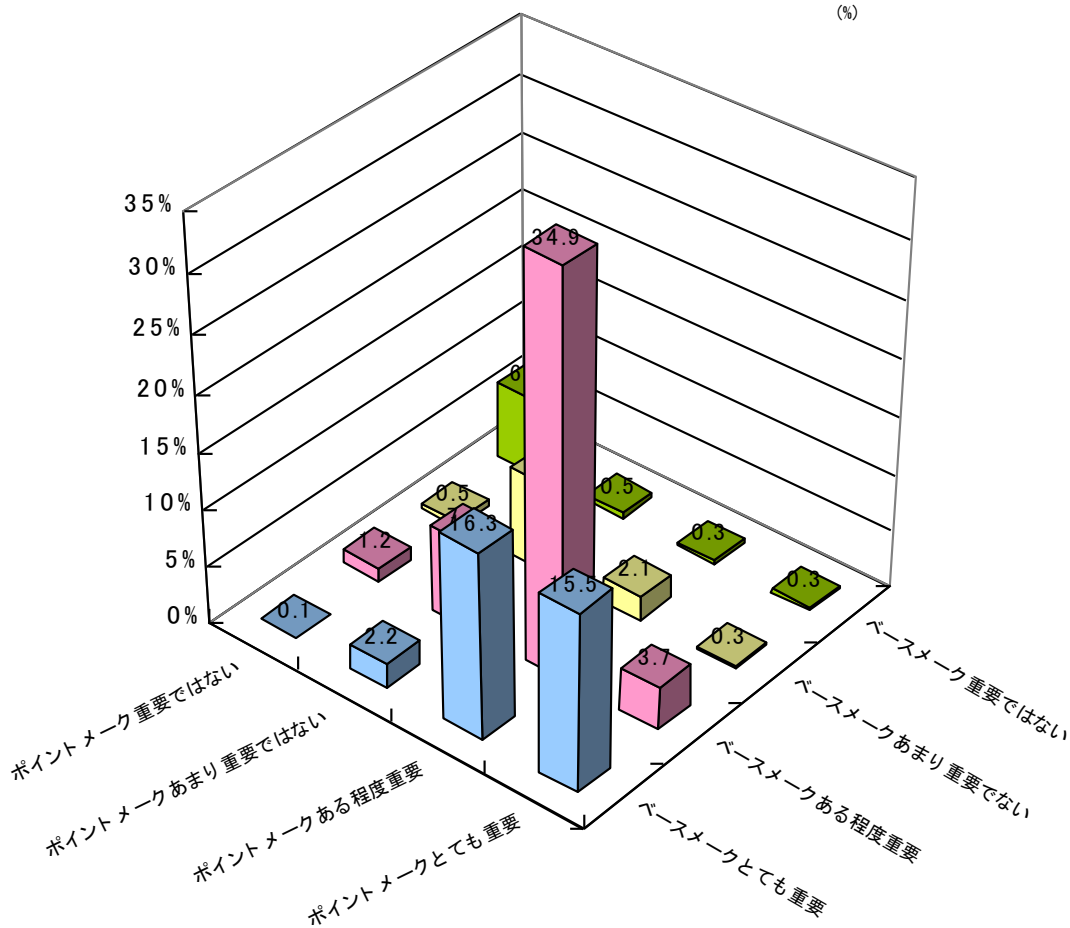
ボリュームゾーンはベースメーク、ポイントメークともに「ある程度重要」とする人の35%。

■Q2.ベースメーク重要度×ポイントメーク重要度 (基数:15~64歳全員 1500人)

		ベースメーク			
		とても重要	ある程度重要	あまり重要でない	重要ではない
ポイントメーク	とても重要	15.5	3.7	0.3	0.3
	ある程度重要	16.3	34.9	2.1	0.3
	あまり重要でない	2.2	7.6	7.9	0.5
	重要ではない	0.1	1.2	0.5	6.9

ベース・ポイントメーク
ともに重要

70.3%



Ⅱ 日々のメイク状況

- ◆Ⅱ-1 メイクを行う頻度・・・・・・・・・・・・・5P
- ◆Ⅱ-2 メイクアイテム使用率・・・・・・・・・・・・・6P
- ◆Ⅱ-3 メイクアイテム使用頻度・・・・・・・・・・・・・7P
- ◆Ⅱ-4 流行のメイク取り入れ状況・・・・・・・・・・・・・9P

半数以上の女性が、ほぼ毎日メイクを行っており、ファンデーションは使用率、使用頻度ともに高く、日常に欠かせないものとなっている。

- メイクを行っているのは、**女性全体の84%**。ほぼ毎日メイクを行っているのは、61%。
10代の実行率(55%)だけが低い。
- 使用率の高いアイテムは「**ファンデーション**」(86%)「**アイシャドー**」(79%)「**口紅**」(77%)
「**チークカラー**」(73%)「**アイブロー**」(72%)。
30代前半以前の若い世代は、「チークカラー」「マスカラ」「アイライナー」の使用率が高く、
40代後半以降の年代では「口紅」の使用率が高い。
- 週5回以上の 使用頻度の高いアイテムは「**ファンデーション**」(58%)「**アイブロー**」(53%)
「**アンダーメイク**」(48%)。
- 流行のメイクを取り入れているのは**18%**、取り入れていないのは**41%**。

メークを行っている女性

84%

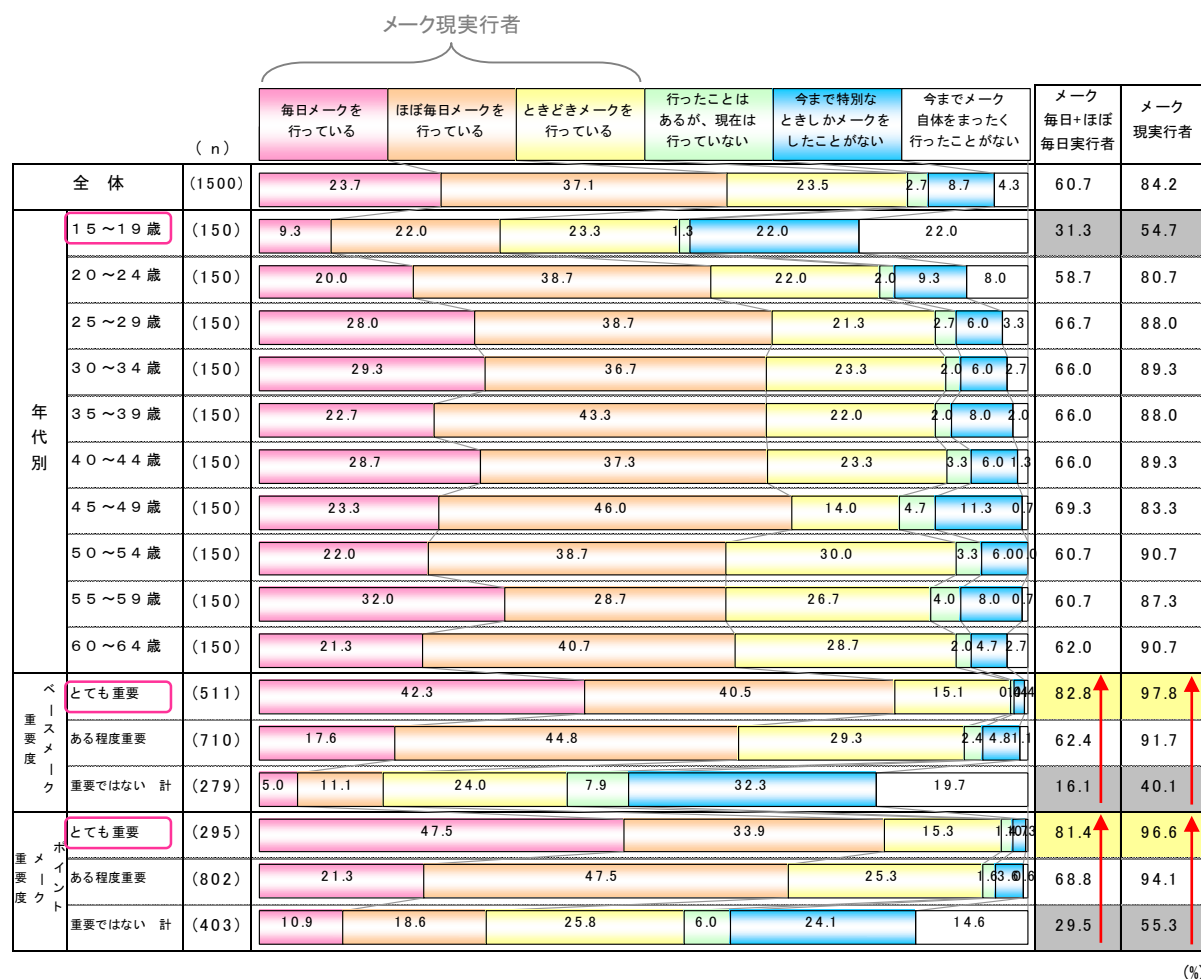
毎日+ほぼ毎日メークを行っている女性

61%

ベースメーク、ポイントメークを重要と思う人ほど行う頻度が高い。

年代別でみると、10代後半のメーク現実行者は55%と低く、20代以上では8割以上。

■Q3.メークを行う頻度(基数:対象者15～64歳全員 1500人)



※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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

使用率の高いメークアイテム

「ファンデーション」

86%

「アイシャドー」

79%

「口紅」

77%

「チークカラー」

73%

「アイブロー」

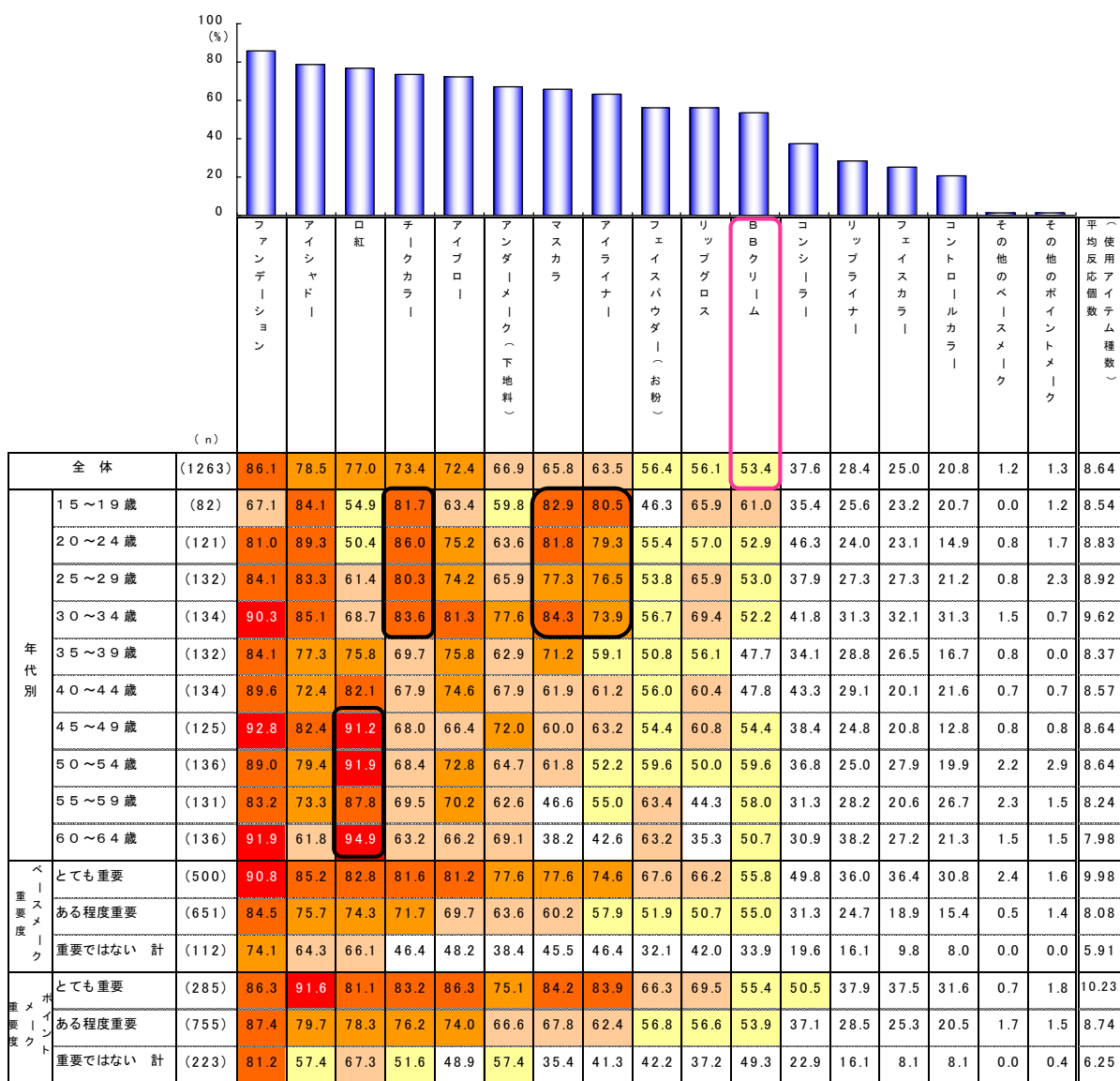
72%

近年話題のBBクリームの使用率は53%と、女性の半数が使用。

年代別でみると

30代前半までは「マスカラ」「アイライナー」などのアイメークアイテムや「チークカラー」、40代後半以上では「口紅」の使用率が高い。

■Q4.現使用メークアイテム(基数:メーク現実行者 1263人)※化粧直しを含む



(%) (個)

※表の網掛け:n=30以上の場合、90%以上のスコアに(■)、80%以上のスコアに(■)、70%以上のスコアに(■)、60%以上のスコアに(■)、50%以上のスコアに(■)で網掛け

ほぼ毎日(週5日以上)使用しているメークアイテム

「ファンデーション」

58%

「アイブロー」

53%

「アンダーメーク」

48%

- ・ファンデーション+アンダーメークは、基本化粧として定着。
- ・アイブローは、本来の眉毛のカット状態などで、印象を整えるために欠かせない人が多いためよく使われていると考えられる。

■Q4.アイテム使用頻度(基数:メーク現実行者 1263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回以下	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	(1263)	36.0			21.9		12.0	9.1	4.3	13.9	58.0
アイブロー	(1263)	34.5			18.4		8.5	5.9	3.0	27.6	52.9
アンダーメーク(下地料)	(1263)	31.4			16.1		7.7	6.7	3.0	33.1	47.5
アイシャドー	(1263)	27.2			17.8		10.7	10.7	7.1	21.5	45.0
口紅	(1263)	27.8			17.1		11.0	8.8	6.4	23.0	44.9
チークカラー	(1263)	27.8			16.8		9.9	8.8	5.6	26.6	44.6
アイライナー	(1263)	22.1		13.4	8.4		8.2	5.7	3.5	36.5	35.5
マスカラ	(1263)	20.7		12.4	7.0		10.1	7.7	4.5	34.2	33.0
フェイスパウダー(お粉)	(1263)	20.0		11.9	8.9		7.0	4.0	1.7	43.6	31.9
BBクリーム	(1263)	15.8		11.4	8.4		5.9	2.0	0.2	46.6	27.2
リップグロス	(1263)	14.9		9.5	8.6		9.7	6.8	4.7	43.9	24.4
コンシーラー	(1263)	11.6	6.0	4.5	5.2	5.6	2.5	0.6		62.4	17.6
リップライナー	(1263)	7.8	5.4	3.6	4.0	3.7	2.5			71.6	13.2
フェイスカラー	(1263)	7.8	4.9	3.1	3.6	2.9	1.5			75.0	12.7
コントロールカラー	(1263)	6.8	3.2	2.4	2.2	1.5	1.2			79.2	10.0

(%)

「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日以上使用している。

毎日欠かせないメークアイテムであることが確認できる。

■Q4.アイテム使用頻度(基数:メーク現実行者 且つ 各メークアイテム使用者)
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回以下	週5日 以上計
アイブロー	(913)	47.8			25.4	11.7	8.2	4.7	73.2
アンダーメーク(下地料)	(842)	47.1			24.1	11.5	10.1	5.3	71.3
ファンデーション	(1072)	42.4			25.8	14.1	10.7	5.0	68.3
チークカラー	(922)	38.1		23.0		13.6	12.0	7.7	61.1
口紅	(963)	36.4		22.4		14.4	11.5	8.4	58.9
フェイスパウダー(お粉)	(690)	36.7		21.7		16.2	12.8	7.4	58.4
アイシャドー	(989)	34.7		22.8		13.7	13.7	9.1	57.4
アイライナー	(799)	34.9		21.2		13.3	13.0	9.0	56.1
フェイスカラー	(310)	31.9		20.0		12.6	14.8	11.9	51.9
BBクリーム	(673)	29.7		21.4		15.8	15.8	11.0	51.1
マスカラ	(824)	31.7		18.9		10.8	15.5	11.8	50.6
コントロールカラー	(261)	33.0		15.3		11.5	15.7	13.0	48.3
コンシーラー	(467)	31.3		16.3		12.2	14.1	15.2	47.5
リップライナー	(353)	28.0		19.3		13.0	14.4	13.3	47.3
リップグロス	(704)	26.7		17.0		15.3	17.3	12.2	43.8

(%)

流行のメイクを取り入れている状況を見ると

すぐに+遅れない程度

18%

遅れて取り入れている

12%

取り入れていない

41%

- ・流行を取り入れている(すぐに+遅れない程度)率は、20代後半～30代前半が高い。
- ・ベースメイク、ポイントメイクを重要と思う人ほど、流行のメイクを取り入れている。
- ・メイク化粧品にお金をかけている人ほど、流行のメイクを取り入れている。

■Q8.流行のメイク取り入れ状況(基数:メイク経験者 1435人)

		流行のメイクをすぐに～遅れない程度に取り入れている計					(n)	
		すぐに取り入れている方	まわりの人に遅れない程度に取り入れている方	まわりの人より遅れて取り入れている方	気に入った流行のメイクを取り入れている方	流行のメイクは取り入れていない方		
全 体		3.3	14.3	11.6	30.2	40.6		17.6
年 代 別	15～19歳	6.8	12.8	12.8	33.3	34.2	(117)	19.7
	20～24歳	4.3	14.5	14.5	31.9	34.8	(138)	18.8
	25～29歳	5.5	21.4	9.0	31.0	33.1	(145)	26.9
	30～34歳	4.1	19.2	15.1	34.9	26.7	(146)	23.3
	35～39歳	2.0	12.9	12.9	25.2	46.9	(147)	15.0
	40～44歳	2.7	16.2	13.5	26.4	41.2	(148)	18.9
	45～49歳	2.0	17.4	7.4	29.5	43.6	(149)	19.5
	50～54歳	1.3	10.7	10.7	30.7	46.7	(150)	12.0
	55～59歳	3.4	6.7	11.4	27.5	51.0	(149)	10.1
	60～64歳	2.1	11.0	9.6	32.2	45.2	(146)	13.0
ベース メイク 重要度	とても重要	7.5	22.4	11.4	34.4	24.4	(509)	29.9
	ある程度重要	1.1	12.3	13.7	31.2	41.7	(702)	13.4
	重要ではない 計	0.9	5.8	17.4	73.7		(224)	3.1
ポイント メイク 重要度	とても重要	11.6	25.9	9.5	35.7	17.3	(294)	37.4
	ある程度重要	1.6	15.3	14.8	33.2	35.0	(797)	16.9
	重要ではない 計	0.9	6.1	18.3	73.3		(344)	2.3
ベース メイク 1ヶ月投 資金額	7,500円以上	17.1	34.1	7.3	31.7	9.8	(41)	51.2
	3,000～7,500円未満	7.8	27.6	9.9	29.7	25.0	(192)	35.4
	1,500～3,000円未満	5.0	21.3	14.7	28.7	30.3	(300)	26.3
	1,500円未満	1.6	9.5	12.9	33.5	42.6	(645)	11.0
ポイント メイク 1ヶ月投 資金額	7,500円以上	30.8	30.8	0.0	23.1	15.4	(13)	61.5
	3,000～7,500円未満	11.2	31.2	12.0	26.4	19.2	(125)	42.4
	1,500～3,000円未満	4.9	26.5	13.6	31.8	23.1	(264)	31.4
	1,500円未満	1.9	10.3	12.2	32.6	42.9	(776)	12.2

(%)

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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ヶ月の化粧品平均投資金額・・・・・・・・・・11P
- ◆Ⅲ-2 メイクアイテム購入金額・・・・・・・・・・14P
- ◆Ⅲ-3 最近1年間の化粧品購入経路・・・・・・・・・・15P
- ◆Ⅲ-4 1ヶ月のメイク化粧品平均投資金額・・・・・・・・17P



- ベースメイク化粧品をよく買うところは「ドラッグストア」(46%)「インターネット通販」(34%)がトップ2。「ドラッグストア」などのセルフ店販は30代前半以下の若年層では約6割以上、「インターネット通販」は40～50代では4割以上が利用。
- ポイントメイク化粧品をよく買うところも「ドラッグストア」(53%)「インターネット通販」(26%)がトップ2。ベースメイクにくらべセルフ店販がやや多く、30代前半以下の若年層では7割以上が利用。「インターネット通販」は40～50代で3割以上が利用。
- 1ヶ月のメイクアップ化粧品の平均投資金額は1250円(中央値)。
ベースメイク、ポイントメイクを重要とする人ほど投資金額が高く、メイク意識の高さが反映されている。
- 2007年調査から、メイクアップ化粧品への投資金額の推移をみると、
高金額層は減少、低金額層は増加、平均金額は減少 の傾向。
特に30代後半以上で高金額層が減少している。

※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

女性の1ヶ月のメイクアップ化粧品全体の平均投資金額は **1250円**(中央値)。

10代後半、40代前半は、1500円未満の人が多い。

ベースメイク、ポイントメイクを重要とする人ほど投資金額は高い。特に、ポイントメイクを「とても重要」とする人の投資金額は高く、2250円(中央値)。

■Q5-1.女性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、「わからない」以外 1196人)

(n)		7500円以上	3000～ 7500円未満	1500～ 3000円未満	1500円未満	3000円 以上計	中央値	平均 金額
全 体		(1196)	3.815.9	27.1	53.2	19.7	1250	2184
年 代 別	15～19歳	(71)	2.84.2	28.2	64.8	7.0	1250	1616
	20～24歳	(110)	3.612.7	27.3	56.4	16.4	1250	1923
	25～29歳	(124)	6.515.3	21.8	56.5	21.8	1250	2351
	30～34歳	(129)	7.017.1	21.7	54.3	24.0	1250	2384
	35～39歳	(128)	4.716.4	25.0	53.9	21.1	1250	2396
	40～44歳	(130)	2.311.5	26.9	59.2	13.8	1250	1750
	45～49歳	(119)	2.519.3	27.7	50.4	21.8	1250	2107
	50～54歳	(131)	3.821.4	28.2	46.6	25.2	1750	2750
	55～59歳	(123)	1.415.4	35.8	47.2	17.1	1750	2051
	60～64歳	(131)	3.119.8	29.0	48.1	22.9	1750	2208
ベース メイク 重要度	とても重要	(482)	6.420.5	33.4	39.6	27.0	1750	2727
	ある程度重要	(609)	2.514.3	23.8	59.4	16.7	1250	1965
	重要ではない 計	(105)	3.817.1	79.0	3.8	750	960	
ポイント メイク 重要度	とても重要	(267)	7.122.5	33.3	37.1	29.6	2250	2977
	ある程度重要	(722)	3.715.7	26.3	54.3	19.4	1250	2152
	重要ではない 計	(207)	0.82.2	21.7	70.0	8.2	750	1274

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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

(%)

(円)

■Q5-1.女性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 1263人)

(n)		20000円 以上	5000～ 20000円 未満	10000～ 5000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	中央値
全 体	(1263)	0.5	2.9	5.3	6.8	8.5	7.0	10.1	15.4	17.1	17.9	3.4	1.9				1250
年 代 別	15～19歳	(82)	0.6	2.4	8.5	13.4	19.5	22.0	14.6	9.8	3.7						1250
	20～24歳	(121)	0.8	5.8	5.0	5.8	13.2	14.9	16.5	19.8	4.1	5.0					1250
	25～29歳	(132)	0.6	3.0	3.8	1.5	9.1	7.6	5.3	7.6	17.4	19.7	15.9	1.5	4.5		1250
	30～34歳	(134)	0.6	0.3	0.4	4.5	4.5	7.5	3.7	3.7	13.4	14.2	18.7	19.4	2.2	0.5	1250
	35～39歳	(132)	0.4	1.5	9.1	5.3	9.8	8.3	6.1	14.4	18.9	18.9	2.0	0.5			1250
	40～44歳	(134)	0.7	3.0	2.2	6.0	6.7	11.2	8.2	15.7	19.4	22.4	2.0	0.1			1250
	45～49歳	(125)	0.8	2.4	8.8	7.2	8.8	6.4	11.2	16.8	13.6	17.6	3.2	1.6			1250
	50～54歳	(136)	0.7	2.2	4.4	8.1	8.1	11.0	8.8	7.4	14.7	14.7	15.4	2.0	0.1		1750
	55～59歳	(131)	0.6	1.1	3.8	7.6	16.8	7.6	9.2	13.7	18.3	12.2	6.1	0.0			1750
	60～64歳	(136)	0.7	1.4	4.4	6.6	8.1	9.6	5.1	13.2	14.0	11.0	21.3	2.2	0.5		1750
ベース メイク 重要度	とても重要	(500)	0.2	2.3	0.3	6.8	9.2	11.6	9.0	11.6	14.4	14.4	9.4	2.4	2.2		1750
	ある程度重要	(651)	0.6	2.8	4.9	5.7	6.6	6.5	9.2	16.3	18.9	20.4	4.1	2.3			1250
	重要ではない 計	(112)	0.7	5.4	1.8	8.9	14.3	18.8	41.1	3.6	2.7						750
ポイント メイク 重要度	とても重要	(285)	0.6	2.1	5.2	4.2	7.0	9.8	11.9	8.1	11.2	13.0	14.0	7.7	4.2	2.1	2250
	ある程度重要	(755)	0.3	1.9	3.2	5.2	6.6	7.2	7.2	10.9	16.6	17.6	17.7	2.9	1.3		1250
	重要ではない 計	(223)	0.6	3.6	8.5	5.4	6.3	14.3	19.3	31.4	4.0	3.1					750

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より1000円以上高いスコアに濃ピンク(■)、500円以上高いスコアに薄ピンク(■)、1000円以上低いスコアに青(■)、500円以上低いスコアに薄い水色(■)で網掛け

※中央値は個々のデータを大きさの順に並べたときに中央に位置する値を指す

(%)

(円)

1ヶ月のベースメイク化粧品の平均投資金額は 1250円(中央値)。

10代後半から30代前半までは、年代が上がるほど投資金額の高額層が増えていく。
ベースメイクを重要とする人ほど投資金額は高い。

■Q5-2.女性のベースメイク化粧品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、「わからない」以外 1178人)

(n)		7500円以上	3000～ 7500円未満	1500～ 3000円未満	1500円未満	3000円 以上計	中央値	平均 金額
全 体		(1178)	3.516.325.5	54.8		19.8	1250	2118
年 代 別	15～19歳	(68)	2.94.416.2	76.5		7.4	1250	1511
	20～24歳	(107)	1.910.324.3	63.6		12.1	1250	1526
	25～29歳	(125)	2.416.023.2	58.4		18.4	1250	2014
	30～34歳	(128)	3.916.426.6	53.1		20.3	1250	2121
	35～39歳	(125)	3.218.424.0	54.4		21.6	1250	2064
	40～44歳	(127)	4.711.826.0	57.5		16.5	1250	1941
	45～49歳	(118)	1.727.121.2	50.0		28.8	1500	2225
	50～54歳	(130)	5.419.229.2	46.2		24.6	1750	2835
	55～59歳	(121)	1.714.033.9	50.4		15.7	1250	2052
	60～64歳	(129)	6.219.425.6	48.8		25.6	1750	2496
ベース メイク 重要度	とても重要	(480)	6.322.929.4	41.5		29.2	1750	2718
	ある程度重要	(601)	1.813.024.1	61.1		14.8	1250	1833
	重要ではない 計	(97)	0.114.4	81.4		4.1	750	918
ポイント メイク 重要度	とても重要	(263)	6.523.628.1	41.8		30.0	1750	2729
	ある程度重要	(711)	3.215.826.2	54.9		19.0	1250	2139
	重要ではない 計	(204)	5.819.6	71.1		9.3	750	1259

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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

(%) (円)

■Q5-2.女性のベースメイク化粧品1ヶ月平均投資金額(基数:メイク現実行者 1263人)

(n)		20000円 以上	5000~ 20000円 未満	10000~ 5000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	中央値	
全 体		(1263)	0.2	2.3	4.8	7.4	7.2	6.6	10.0	17.7	17.1	16.3	3.7	3.0			1250	
年 代 別	15～19歳	(82)	0.0	0.2	4.2	8.5	25.6			24.4			13.4	8.5	8.5		1250	
	20～24歳	(121)	0.0	0.8	5.8	2.5	6.6	12.4	15.7	21.5		19.0		5.0	6.6		1250	
	25～29歳	(132)	0.0	0.8	6.1	3.8	5.3	3.8	9.1	9.1	15.9		22.7		16.7	43.8	1250	
	30～34歳	(134)	0.0	0.2	2.3	3.7	8.2	8.2	5.2	11.9	20.1		14.9		15.7	30.3	1250	
	35～39歳	(132)	0.0	0.5	3.0	3.8	10.6	9.1	5.3	8.3	17.4		16.7		17.4	30.2	1250	
	40～44歳	(134)	0.0	0.2	0.7	5.2	5.2	8.2	11.2	14.2	19.4		20.9		22.3	3.0	1250	
	45～49歳	(125)	0.0	0.4	0.0	7.2	14.4	4.8	6.4	8.8	20.0		12.8		14.4	40.1	1500	
	50～54歳	(136)	0.0	0.2	2.2	3.7	6.6	8.1	11.8	8.1	8.1	16.2		14.0		14.0	29.5	1750
	55～59歳	(131)	0.0	0.8	5.4	6.9	10.7	9.2	11.5	22.1		11.5		13.0	6.1	1.4	1250	
60～64歳	(136)	0.0	0.7	3.7	5.1	7.4	5.9	11.0	3.7	9.6	12.5		16.2		17.6	29.2	1750	
ベース メイク 重要度	とても重要	(500)	0.0	0.3	6.4	8.4	9.2	9.6	8.0	10.6	18.6		13.8		7.4	28.2	1750	
	ある程度重要	(651)	0.0	0.5	3.2	6.9	6.3	6.0	10.0	17.7		19.8		18.9		4.1	3.5	1250
	重要ではない 計	(112)	0.0	0.7	3.6	7.1	13.4			16.1		41.1				5.4	8.0	750

(%)

(円)

(%) (円)

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より1000円以上高いスコアに濃ピンク(■)、500円以上高いスコアに薄ピンク(■)、1000円以上低いスコアに青(■)、500円以上低いスコアに薄い水色(■)で網かけ

※中央値は個々のデータを大きさの順に並べたときに中央に位置する値を目指す

1ヶ月のポイントメイク化粧品の平均投資金額は **1000円**(中央値)。

ベースメイクほど投資金額に年代差はみられない。

ポイントメイクを重要とする人ほど投資金額は高い。

■Q5-3.女性のポイントメイク化粧品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、「わからない」以外 1178人)

(n)		7500円以上	3000～ 7500円未満	1500～ 3000円未満	1500円未満	3000円 以上計	中央値	平均 金額
全 体		(1178)	10.6	22.4	65.9	11.7	1000	1525
年 代 別	15～19歳	(71)	5.6	16.9	76.1	7.0	1250	1345
	20～24歳	(111)	10.8	22.5	65.8	11.7	1250	1401
	25～29歳	(125)	12.8	20.8	64.8	14.4	1250	1736
	30～34歳	(128)	10.9	24.2	64.1	11.7	750	1518
	35～39歳	(123)	8.1	22.8	68.3	8.9	750	1368
	40～44歳	(127)	7.9	21.3	70.1	8.7	750	1244
	45～49歳	(119)	18.5	15.1	65.5	19.3	750	1632
	50～54歳	(131)	9.9	26.0	61.8	12.2	1250	1994
	55～59歳	(120)	9.2	25.0	65.8	9.2	1250	1371
	60～64歳	(123)	10.6	26.8	61.0	12.2	750	1533
ベース メイク 重要度	とても重要	(475)	14.3	28.2	55.2	16.6	1250	1898
	ある程度重要	(601)	8.8	19.3	71.5	9.2	750	1352
	重要ではない 計	(102)	3.9	13.7	82.4	3.9	250	814
ポイント メイク 重要度	とても重要	(265)	18.1	28.7	49.4	21.9	1750	2259
	ある程度重要	(715)	9.9	23.6	66.0	10.3	1250	1459
	重要ではない 計	(198)	9.6	87.4		3.0	750	783

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より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

(%)

(円)

■Q5-3.女性のポイントメイク化粧品1ヶ月平均投資金額(基数:メイク現実行者 1263人)

(n)		20000円 以上	5000～ 20000円 未満	10000～ 5000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	中央値
全 体		(1263)	12.6	5.2	5.5	9.9	14.8	21.9	24.8	3.5	3.2						1000
年 代 別	15～19歳	(82)	10.3	2.4	3.7	8.5	25.6	26.8	13.4	8.5	4.9						1250
	20～24歳	(121)	10.3	5.8	7.3	15.7	15.7	21.5	23.1	4.1	4.1						1250
	25～29歳	(132)	10.3	4.5	3.0	4.5	6.8	8.3	16.7	24.2	20.5	3.8					1250
	30～34歳	(134)	10.3	7.2	2.4	4.5	7.5	3.7	11.9	12.7	23.1	25.4	2.2	2.2			750
	35～39歳	(132)	10.3	3.0	3.0	6.8	6.1	8.3	12.1	24.2	27.3	3.0	3.8				750
	40～44歳	(134)	10.3	5.2	5.2	6.0	9.0	11.9	19.4	35.1	3.0	2.2					750
	45～49歳	(125)	10.3	2.3	2.2	11.2	5.6	3.2	5.6	13.6	26.4	22.4	3.2	1.6			750
	50～54歳	(136)	10.3	2.2	4.4	5.9	6.6	12.5	16.9	21.3	21.3	1.2					1250
	55～59歳	(131)	10.3	3.3	5.3	7.6	9.9	19.8	15.3	25.2	5.3	3.1					1250
	60～64歳	(136)	10.3	3.7	4.4	8.1	7.4	8.8	7.4	18.4	29.4	4.4	5.1				750
ポイント メイク 重要度	とても重要	(285)	10.3	4.9	2.8	9.1	8.4	6.7	11.6	15.8	19.3	10.9	4.9	2.1			1750
	ある程度重要	(755)	10.3	3.2	4.6	5.7	6.0	10.7	15.5	22.3	24.8	2.9	2.4				1250
	重要ではない 計	(223)	10.3	2.7	4.9	11.2	23.8	42.6	3.6	7.6							750

※表の網掛け:n=30以上の場合、全体平均より1000円以上高いスコアに濃ピンク(■)、500円以上高いスコアに薄ピンク(■)、1000円以上低いスコアに青(■)、500円以上低いスコアに薄い水色(■)で網かけ

※中央値は個々のデータを大きさの順に並べたときに中央に位置する値を指す

最も高額なメーカーアイテムは

ファンデーション 2750円 (中央値)

年代別では、年齢を重ねるほど中央値が高額になるアイテムが多いが、「アイライナー」は年代差がみられない。

■Q7.現使用メーカーアイテム購入金額(各基数:メーカー現実行者 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)	15000円 以上	10000~ 15000円	7500~ 10000円	5000~ 7500円	4000~ 5000円	3000~ 4000円	2500~ 3000円	2000~ 2500円	1500~ 2000円	1000~ 1500円	500~ 1000円	500円未満	わからない	自分では 購入して いない	中央値
ファンデーション	(1087)	26.3	7.6	8.7	17.5	13.1	11.2	11.5	12.4	8.5	2.7	4.5			2750
フェイスパウダー(お粉)	(712)	10.8	5.3	8.0	11.5	11.1	10.1	14.3	17.3	10.4	1.7	4.2			2250
口紅	(972)	13.3	14.3	12.8	10.4	13.7	16.9	14.0	5.6	2.7	5.0				1750
アンダーメイク(下地料)	(845)	12.7	4.7	12.9	10.9	9.8	11.8	17.8	19.2	2.8	2.8	3.7			1750
BBクリーム	(675)	13.4	12.4	11.9	11.3	16.3	19.6	12.0	2.4	1.8	6.4				1750
フェイスクラー	(316)	13.5	4.7	11.7	7.3	11.1	11.4	13.9	14.9	5.7	3.8	9.5			1750
コントロールカラー	(263)	14.9	12.5	8.0	10.3	16.0	14.4	12.5	4.2	4.2	10.6				1750
アイシャドー	(991)	4.7	4.7	7.7	6.2	7.3	13.1	23.2	17.8	8.6	2.7	5.0			1250
コンシーラー	(475)	13.8	6.5	8.4	9.9	13.7	19.6	22.3	6.3	3.2	4.0				1250
チークカラー	(927)	12.3	4.4	7.1	7.3	7.9	10.9	16.2	23.7	12.5	2.9	4.0			1250
リップライナー	(359)	14.3	5.3	8.4	12.3	12.3	17.8	24.0	9.5	2.5	5.0				1250
リップグロス	(708)	14.3	6.5	8.3	9.9	11.3	19.6	24.4	9.6	2.1	5.9				1250
マスカラ	(831)	15.0	5.8	6.0	8.3	18.7	34.5	14.0	4.5	2.0	6.0				1250
アイライナー	(802)	13.9	3.7	6.2	10.3	31.9	26.2	11.3	9.7						1250
アイブロー	(914)	13.4	3.2	6.2	9.1	22.4	31.0	18.4	2.2	2.3					750

(%) (円)

■Q7.現使用メーカーアイテム購入金額(中央値一覧)
(各基数:メーカー現実行者 且つ 各アイテム使用者で購入金額を回答した人)

		ファン デ ー シ ョ ン	(フ ェ イ ス パ ウ ダ ー	(ア ン ダ ー メ ー ク	ラ イ ン グ ロ ー ル カ	B B ク リ ー ム	フ ェ イ ス カ ラ ー	口 紅	コ ン シ ー ラ ー	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 ブ ラ イ ナ ー	リ ッ プ ブ ロ ス	ア イ ブ ロ ー
全体		2750円 (n=1045)	2250円 (n=670)	1750円 (n=790)	1750円 (n=224)	1750円 (n=620)	1750円 (n=274)	1750円 (n=897)	1250円 (n=441)	1250円 (n=934)	1250円 (n=765)	1250円 (n=789)	1250円 (n=863)	1250円 (n=332)	1250円 (n=651)	750円 (n=873)
年 代 別	15～19歳	1250円 (n=48)	1250円 (n=32)	750円 (n=43)	1250円 (n=11)	1250円 (n=46)	750円 (n=17)	750円 (n=35)	750円 (n=25)	1250円 (n=59)	1250円 (n=59)	1250円 (n=62)	750円 (n=55)	750円 (n=19)	750円 (n=45)	750円 (n=44)
	20～24歳	1750円 (n=89)	1250円 (n=61)	1500円 (n=68)	1750円 (n=15)	1250円 (n=51)	1250円 (n=23)	1250円 (n=53)	750円 (n=50)	1250円 (n=100)	1250円 (n=89)	1250円 (n=92)	750円 (n=93)	1250円 (n=26)	1250円 (n=61)	750円 (n=87)
	25～29歳	2750円 (n=108)	2250円 (n=66)	1750円 (n=83)	2000円 (n=24)	1750円 (n=66)	2250円 (n=32)	2000円 (n=78)	1500円 (n=48)	1750円 (n=108)	1250円 (n=100)	1750円 (n=99)	1250円 (n=105)	1250円 (n=33)	1750円 (n=82)	1250円 (n=97)
	30～34歳	2750円 (n=118)	2250円 (n=73)	1750円 (n=101)	2250円 (n=38)	1750円 (n=65)	2750円 (n=39)	2250円 (n=87)	1750円 (n=55)	1250円 (n=111)	1250円 (n=97)	1250円 (n=110)	1250円 (n=110)	1250円 (n=42)	1250円 (n=89)	750円 (n=108)
	35～39歳	2250円 (n=108)	2000円 (n=64)	1750円 (n=78)	1500円 (n=18)	1750円 (n=60)	1250円 (n=29)	1750円 (n=92)	1250円 (n=44)	1250円 (n=98)	1250円 (n=75)	1250円 (n=89)	1250円 (n=88)	1250円 (n=34)	1250円 (n=70)	750円 (n=98)
	40～44歳	2750円 (n=118)	2250円 (n=71)	1750円 (n=84)	1750円 (n=25)	1750円 (n=58)	2000円 (n=24)	1750円 (n=102)	1500円 (n=52)	1750円 (n=93)	1250円 (n=81)	1250円 (n=78)	1250円 (n=86)	1250円 (n=37)	1250円 (n=76)	750円 (n=95)
	45～49歳	2750円 (n=111)	2250円 (n=66)	2250円 (n=83)	2000円 (n=12)	1750円 (n=65)	2750円 (n=19)	2250円 (n=108)	1750円 (n=44)	2250円 (n=95)	1250円 (n=73)	1250円 (n=71)	1750円 (n=76)	2250円 (n=27)	1750円 (n=71)	1250円 (n=77)
	50～54歳	2750円 (n=118)	2250円 (n=74)	1750円 (n=84)	1750円 (n=25)	2250円 (n=79)	1750円 (n=35)	2250円 (n=116)	1750円 (n=46)	1750円 (n=106)	1250円 (n=68)	1750円 (n=82)	1750円 (n=88)	1750円 (n=33)	1250円 (n=62)	750円 (n=93)
	55～59歳	2750円 (n=104)	2250円 (n=78)	2250円 (n=77)	1750円 (n=30)	2250円 (n=66)	2250円 (n=24)	1750円 (n=105)	1750円 (n=37)	1250円 (n=87)	1250円 (n=67)	1750円 (n=57)	1500円 (n=82)	1250円 (n=33)	1250円 (n=52)	750円 (n=87)
60～64歳	2750円 (n=123)	2750円 (n=85)	1750円 (n=89)	1750円 (n=26)	2250円 (n=64)	2250円 (n=32)	2250円 (n=121)	1750円 (n=40)	1750円 (n=77)	1250円 (n=56)	1750円 (n=49)	2250円 (n=80)	1750円 (n=48)	1250円 (n=43)	1250円 (n=87)	
重 要 度	とても重要	2750円 (n=442)	2750円 (n=325)	2250円 (n=364)	2250円 (n=131)	1750円 (n=265)	1750円 (n=164)	2250円 (n=390)	1750円 (n=234)	1750円 (n=410)	1250円 (n=360)	1250円 (n=373)	1250円 (n=390)	1250円 (n=169)	1250円 (n=307)	1250円 (n=393)
	ある程度重要	2250円 (n=525)	1750円 (n=312)	1750円 (n=388)	1750円 (n=85)	1750円 (n=324)	1750円 (n=101)	1750円 (n=438)	1250円 (n=187)	1250円 (n=456)	1250円 (n=355)	1250円 (n=366)	1250円 (n=428)	1250円 (n=146)	1250円 (n=299)	750円 (n=432)
	重要ではない 計	1750円 (n=78)	1750円 (n=33)	1250円 (n=38)	750円 (n=8)	1750円 (n=31)	1750円 (n=9)	1250円 (n=69)	750円 (n=20)	1250円 (n=68)	1250円 (n=50)	1250円 (n=50)	1250円 (n=45)	1250円 (n=17)	750円 (n=45)	750円 (n=48)
メ ー ク 重 要 度	とても重要	2750円 (n=235)	2250円 (n=181)	2250円 (n=201)	2250円 (n=78)	1750円 (n=150)	2250円 (n=104)	1750円 (n=219)	1750円 (n=139)	1750円 (n=251)	1250円 (n=232)	1250円 (n=233)	1750円 (n=227)	1250円 (n=102)	1250円 (n=185)	1250円 (n=239)
	ある程度重要	2750円 (n=639)	2250円 (n=404)	1750円 (n=472)	1750円 (n=134)	1750円 (n=375)	1750円 (n=160)	1750円 (n=541)	1250円 (n=257)	1250円 (n=569)	1250円 (n=449)	1250円 (n=482)	1250円 (n=538)	1250円 (n=197)	1250円 (n=390)	750円 (n=535)
	重要ではない 計	2250円 (n=171)	1750円 (n=85)	1250円 (n=117)	1500円 (n=12)	1750円 (n=95)	750円 (n=10)	1250円 (n=137)	1250円 (n=45)	1250円 (n=114)	750円 (n=84)	1250円 (n=74)	1250円 (n=98)	750円 (n=33)	1250円 (n=76)	750円 (n=99)

※表の網掛け:2750円以上のスコアに濃ピンク(■)、2250円以上のスコアに薄ピンク(■)、1750円以上のスコアに薄い黄色(■)、1250円以上のスコアに薄い水色(■)、750円以上のスコアに青(■)で網かけ

※中央値は個々のデータを大きさの順に並べたときに中央に位置する値を指す

ベースメイクの購入経路は

「ドラッグストア」利用

46%

「インターネット通販」利用

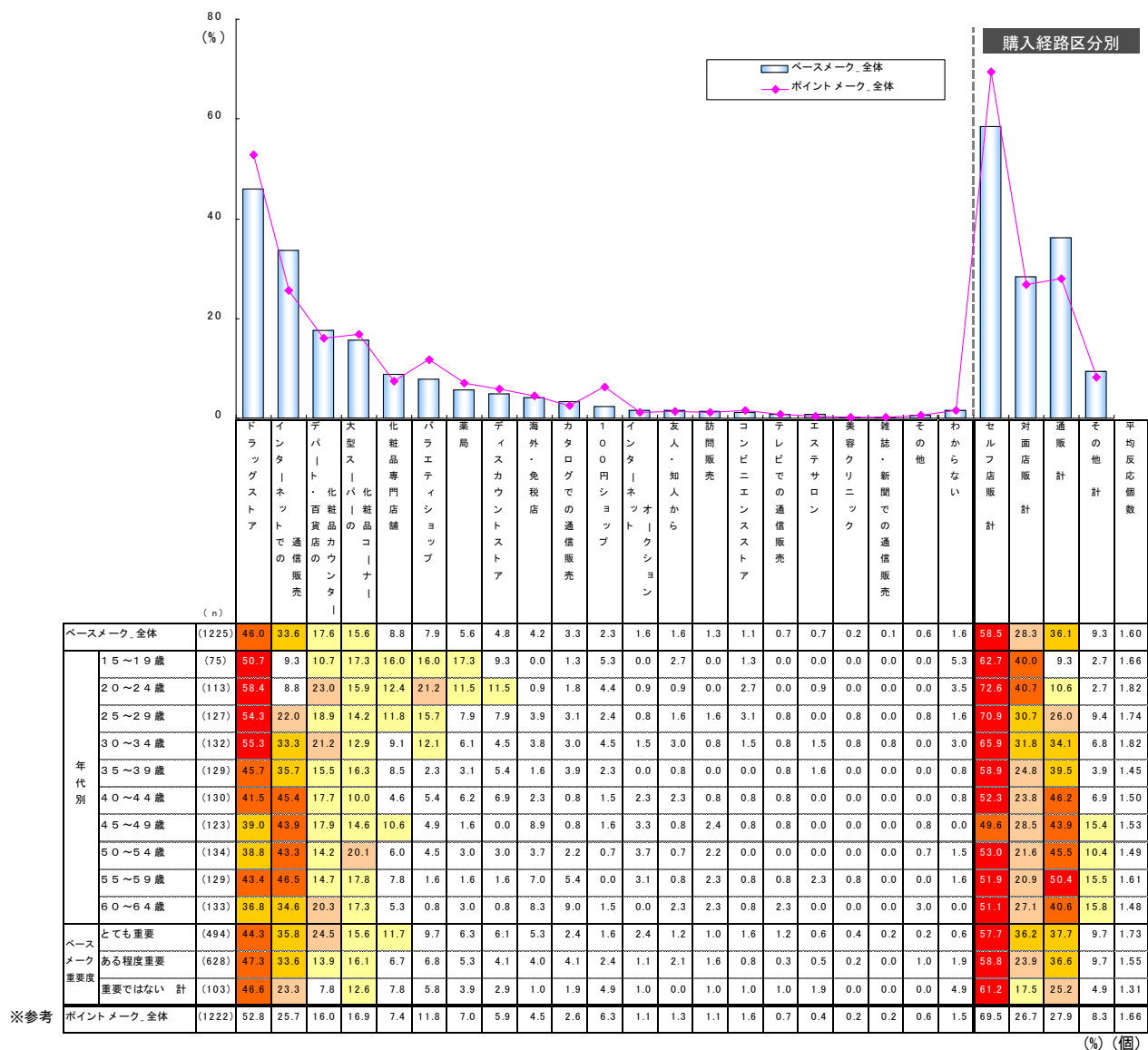
34%

30代前半までの若年層では過半数が「ドラッグストア」、6割以上が「ドラッグストア」を含むセルフ店販を利用している。

ベースメイクの購入経路はポイントメイクとくらべ、「インターネット通販」の利用がやや多く、40～50代では4割以上が利用。

■Q6-1.最近1年間のベースメイク化粧品の購入経路

(複数回答、基数:メーク現実行者 且つ ベースメイク化粧品自己購入者)



※表の網掛け: n=30以上の場合、50%以上のスコアに(■)、40%以上のスコアに(■)、30%以上のスコアに(■)、20%以上のスコアに(■)、10%以上のスコアに(■)で網掛け

※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

ポイントメイクの購入経路は

「ドラッグストア」利用

53%

「インターネット通販」利用

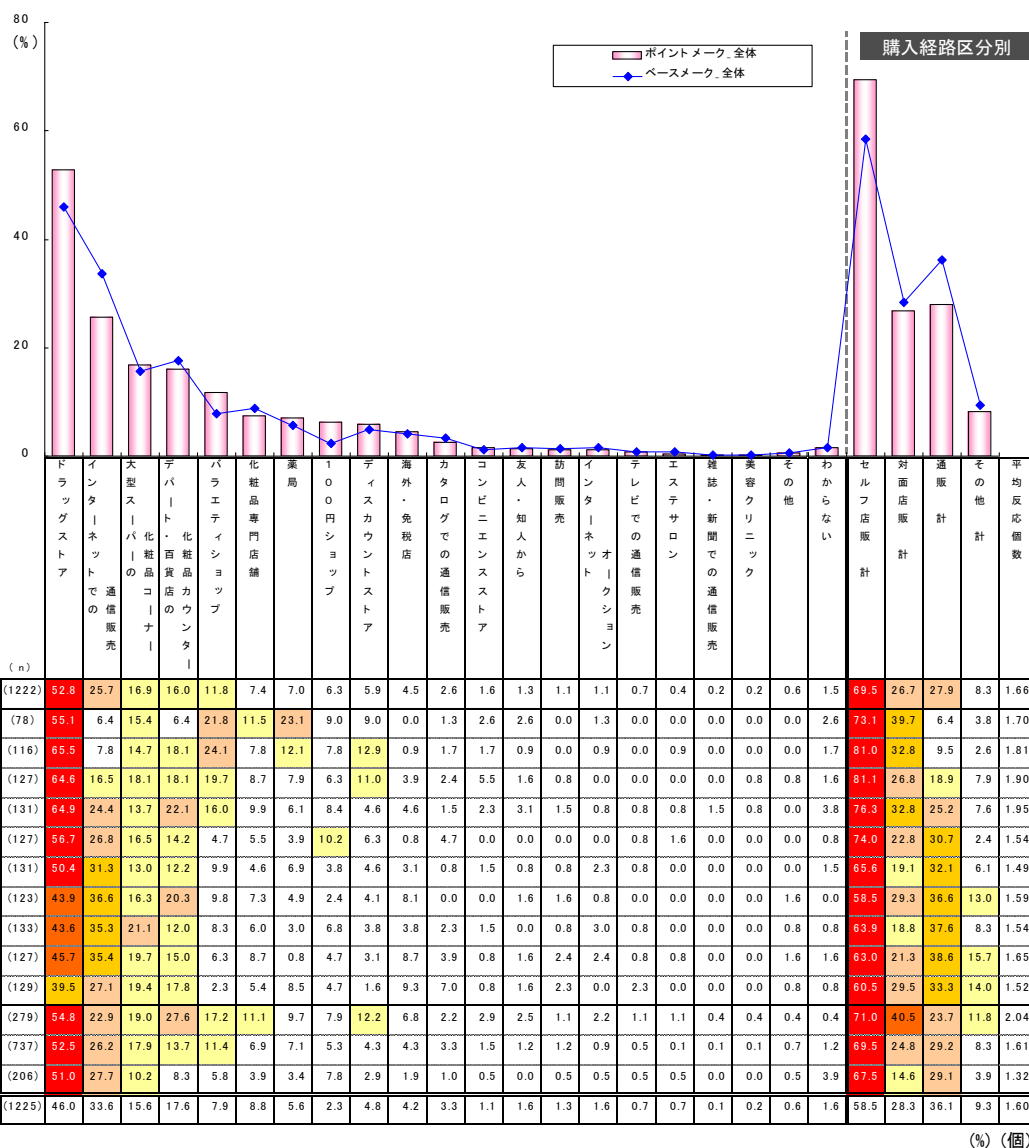
26%

40代前半以下の年代の過半数が「ドラッグストア」を利用。特に20～30代前半の利用が多く約65%に達する。「インターネット通販」は20代後半から増え、40～50代では3割以上が利用。

ポイントメイクの購入経路はベースメイクにくらべ、「ドラッグストア」などのセルフ店販の利用がやや多い。

■Q6-1.最近1年間のポイントメイク化粧品の購入経路

(複数回答、基数:メイク現実行者 且つ ポイントメイク化粧品自己購入者)



※参考

※表の網掛け: n=30以上の場合、50%以上のスコアに(■)、40%以上のスコアに(■)、30%以上のスコアに(■)、20%以上のスコアに(■)、10%以上のスコアに(■)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

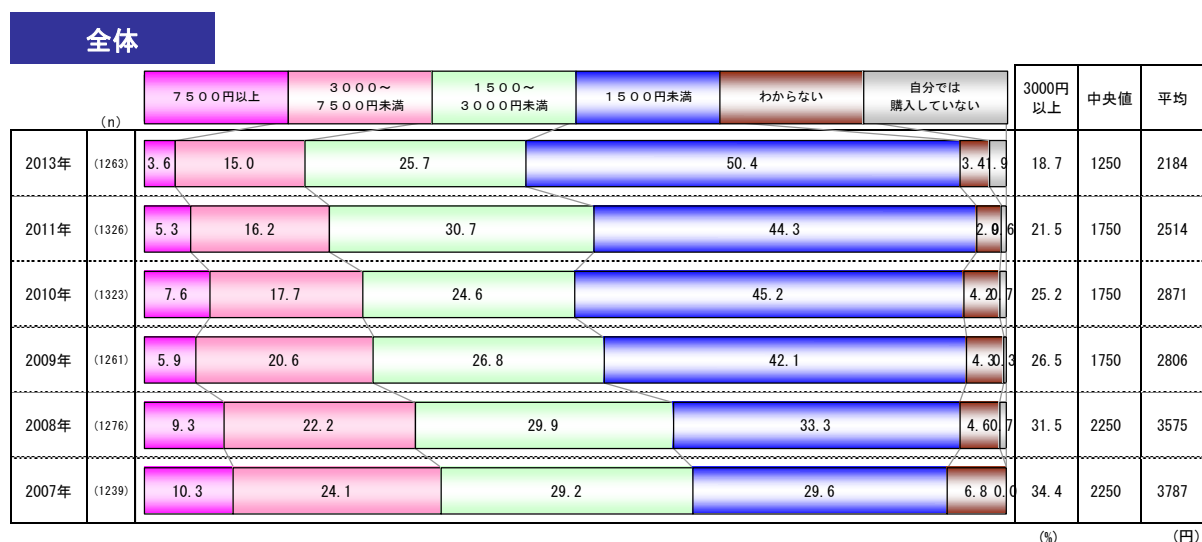
「通販計」: インターネットでの通信販売 テレビでの通信販売 雑誌・新聞での通信販売 カatalogでの通信販売

「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

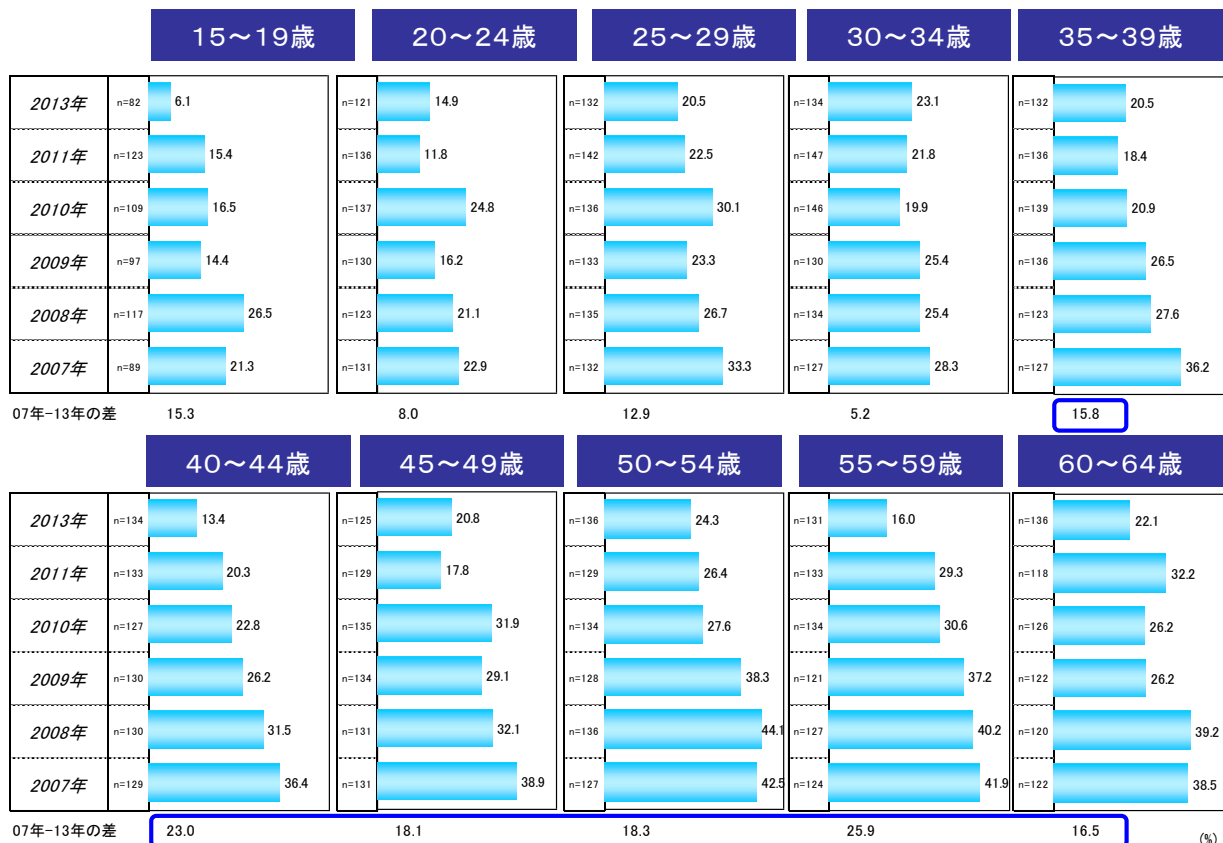
2007年からの時系列で、メイクアップ化粧品全体の投資金額みると、
・3000円以上の高金額層は減少 **・1500円未満の低金額層が増加**
・平均金額は減少 の傾向

投資金額が3000円以上の割合を年代別でみると、各年代で2007年より減少しており、特に30代後半以上でその減少幅が大きい。

■ 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:メイク現実行者)



■ 女性全体のメイクアップ化粧品1ヶ月平均投資金額<3000円以上>時系列
 (基数:メイク現実行者)



※中央値は個々のデータを大きさの順に並べたときに中央に位置する値を指す

2007年とくらべ2013年調査では、各年代で3000円以上の高金額層は減少。
1500円未満の低金額層は増加し、40代前半以下の若い年代では過半数に達する。

■ 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:メイク現実行者)

