

化粧への期待と行動

『リフレッシュやリラックス』したいスキンケア 『気持ちを後押し』したいメイク

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。
2019年に行った15～64歳の女性1500人を対象としたアンケート調査から
これから令和を生きる女性たちのスキンケア・メイクへの意識や化粧行動について報告します。

サマリー	．．．．P2
I. スキンケア意識と行動	．．．．P9
II. メイク意識と行動	．．．．P16
III. 化粧品購入状況	．．．．P24
IV. 化粧への価値観	．．．．P30

【実施概要】

調査名：ポーラ文化研究所化粧調査 2019

調査時期：2019年6月29日（土）12時～7月2日（火）10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）

※調査会社のアンケートモニター（約177万人）のうち、57,096人にメールにて調査を依頼。回答者2,774人のうち、調査対象として1,500人を無作為に抽出した。
※本調査はインターネット調査であるため、対象者はインターネットユーザーであることが前提である。

2019年12月12日

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

担当：川上・西原・富澤・鈴木

電話：03-3494-7250

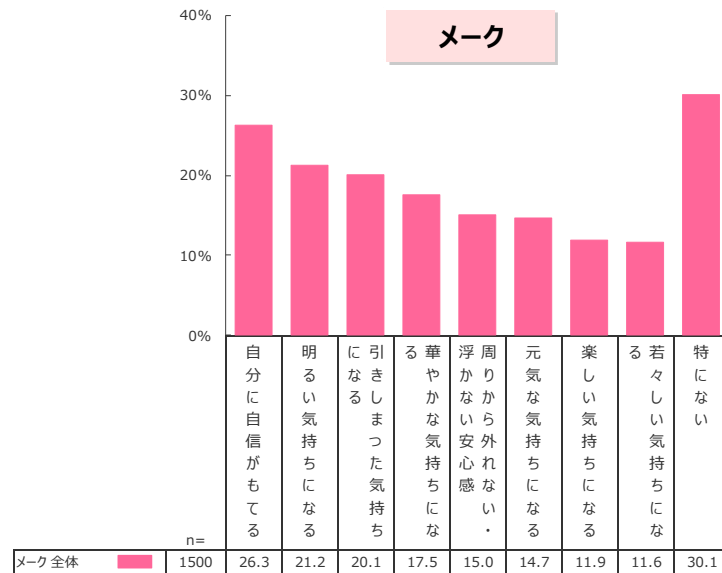
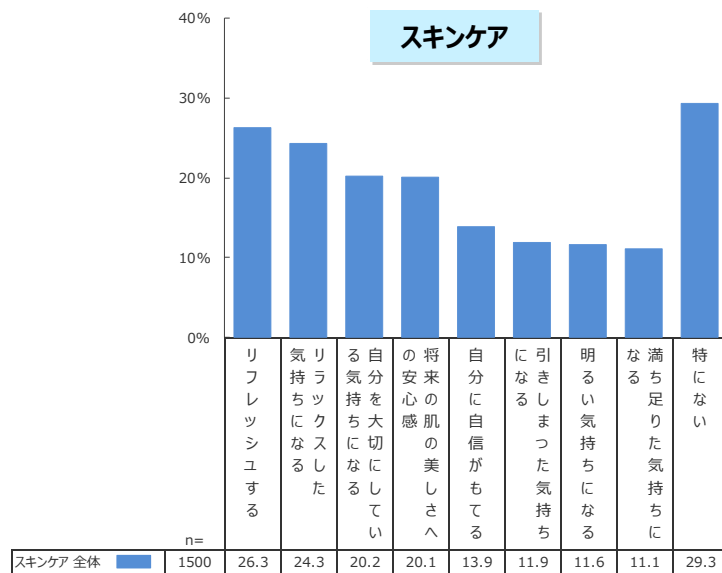
【サマリー】 化粧で得たい気持ち

スキンケアに『リフレッシュ・リラックス』、メイクに『気持ちの後押し』を期待

- スキンケアで得たいと期待する気持ちは、「リフレッシュ」「リラックス」が約25%と高く、「自分を大切にしている気持ちになる」「将来の肌の美しさへの安心感」が20%で続いている。オン／オフの切り替えで得られる心地よさ、自分への労わりや未来の肌への投資につながる役割を期待しているようだ。
- 一方、メイクでは「自分に自信がもてる」が26%と高い。それに「明るい気持ちになる」「引きしまった気持ちになる」が約20%で続く。自分の気持ちの後押しや転換を期待しているとみられる。
- スキンケア、メイクそれぞれにおいて「特にない」と回答した人は約30%。

詳細 P 3～6

■化粧品を使ったスキンケア／メイクをすることで得たいと期待する気持ち・気分の上位項目（基数：15～64歳全員 1500人）



■自分にとってのスキンケア／メイクについて、自由回答方式でたずねたところ・・・

- スキンケア：「日課」「習慣」といったワードが多くあげられ、スキンケアが日常生活の一部になっていると推察。また、「気持ちの切り替え」「心がリラックスする」といったリフレッシュやリラックスに関連する回答もみられた。
- メイク：「身だしなみ」といったワードが多いなか、「テンションややる気を上げる」「綺麗になると自信がもてる」「元気を引き出す」といった、気持ちの後押しに関する回答もみられた。

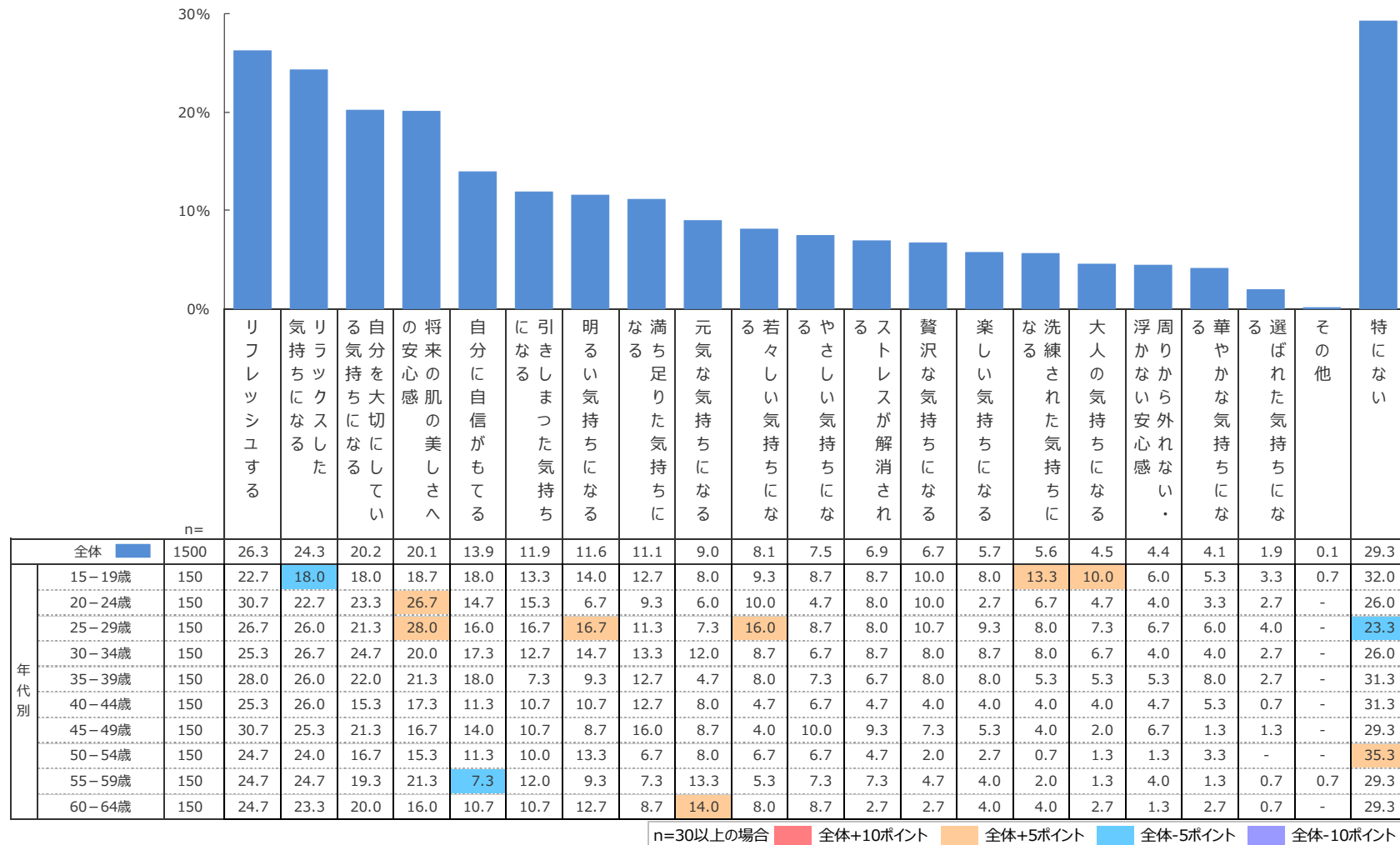
詳細 P 7,8

スキンケアで得たいと期待する気持ち

■スキンケアで得たいと期待する気持ちは、「リフレッシュする」26%、「リラックスした気持ちになる」24%、「自分を大切にしている気持ちになる」「将来の肌の美しさへの安心感」20%が上位。

- ・「特にない」は29%。
- ・15～19歳では「洗練された気持ちになる」「大人の気持ちになる」が全体より高い。

■Q11 化粧品を使ったスキンケアをすることで得たいと期待する気持ち・気分（基数：15～64歳全員 1500人）



スキンケアで得たいと期待する気持ち（年代別 上位ランキング）

■「リフレッシュする」は全年代でトップ3に入る。

- ・「将来の肌の美しさへの安心感」は15～29歳でトップ3に入る。
- ・「リラックスした気持ちになる」は25歳以上でトップ3に入る。
- ・トップ3の項目の組み合わせをみると、15～24歳で「リフレッシュする」「将来の肌の美しさへの安心感」「特にない」、30歳以上では「リフレッシュする」「リラックスする」「特にない」となっており、年代による期待内容の違いがあらわれている。
- ・「特にない」は全年代でトップ4に入る。

■O11 化粧品を使ったスキンケアをすることで得たいと期待する気持ち・気分 上位10項目（基数：15～64歳全員 1500人）

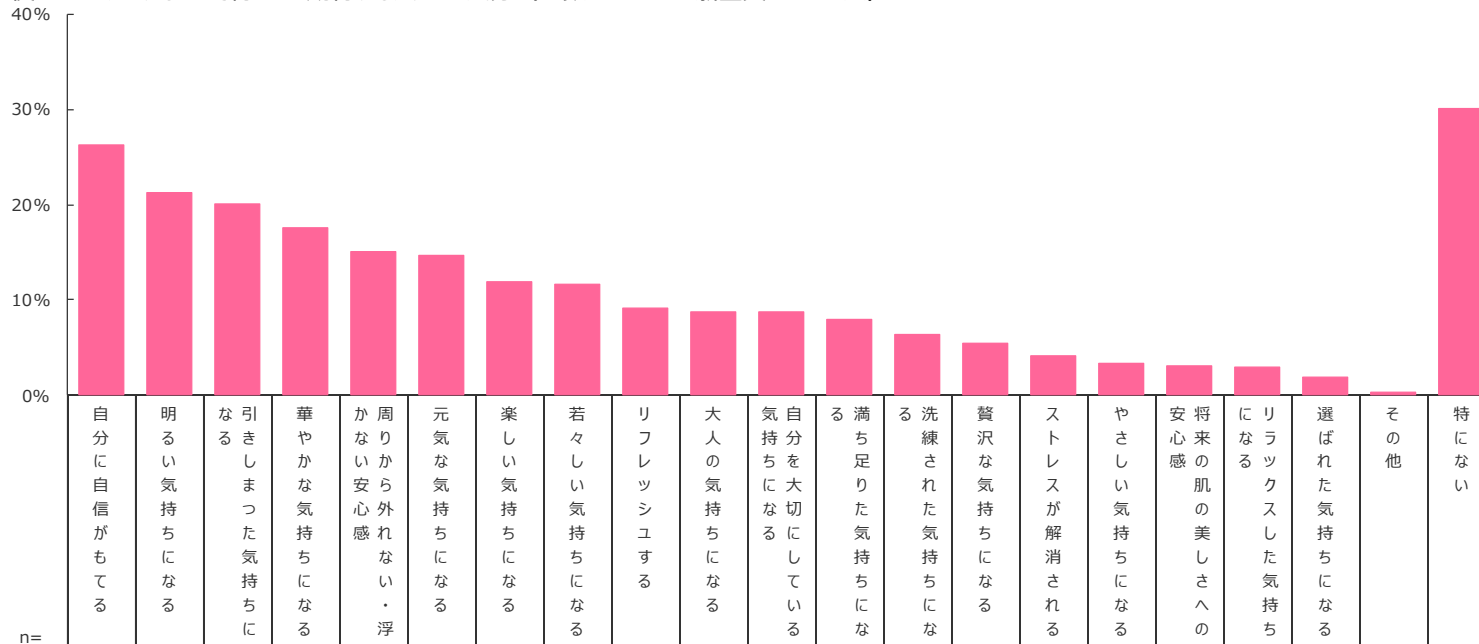
全体 n=1500			年代別																				
			15－19歳 n=150		20－24歳 n=150		25－29歳 n=150		30－34歳 n=150		35－39歳 n=150		40－44歳 n=150		45－49歳 n=150		50－54歳 n=150		55－59歳 n=150		60－64歳 n=150		
1位	特にない	29.3	特にない	32.0	リフレッシュする	30.7	将来の肌の美しさへの安心感	28.0	リラックスした気持ちになる	26.7	特にない	31.3	特にない	31.3	リフレッシュする	30.7	特にない	35.3	特にない	29.3	特にない	29.3	
2位	リフレッシュする	26.3	リフレッシュする	22.7	将来の肌の美しさへの安心感	26.7	リフレッシュする	26.7	特にない	26.0	リフレッシュする	28.0	リラックスした気持ちになる	26.0	特にない	29.3	リフレッシュする	24.7	リフレッシュする	24.7	リフレッシュする	24.7	
3位	リラックスした気持ちになる	24.3	将来の肌の美しさへの安心感	18.7	特にない	26.0	リラックスした気持ちになる	26.0	リフレッシュする	25.3	リラックスした気持ちになる	26.0	リフレッシュする	25.3	リラックスした気持ちになる	25.3	リラックスした気持ちになる	24.0	リラックスした気持ちになる		リラックスした気持ちになる	23.3	
4位	自分を大切にしている気持ちになる	20.2	自分を大切にしている気持ちになる	18.0	自分を大切にしている気持ちになる	23.3	特にない	23.3	自分を大切にしている気持ちになる	24.7	自分を大切にしている気持ちになる	22.0	将来の肌の美しさへの安心感	17.3	自分を大切にしている気持ちになる	21.3	自分を大切にしている気持ちになる	16.7	将来の肌の美しさへの安心感	21.3	自分を大切にしている気持ちになる	20.0	
5位	将来の肌の美しさへの安心感	20.1	自分に自信がもてる		リラックスした気持ちになる	22.7	自分を大切にしている気持ちになる	21.3	将来の肌の美しさへの安心感	20.0	将来の肌の美しさへの安心感	21.3	自分を大切にしている気持ちになる	15.3	将来の肌の美しさへの安心感	16.7	将来の肌の美しさへの安心感	15.3	自分を大切にしている気持ちになる	19.3	将来の肌の美しさへの安心感	16.0	
6位	自分に自信がもてる	13.9	リラックスした気持ちになる	14.0	引きしまった気持ちになる	15.3	引きしまった気持ちになる	16.7	自分に自信がもてる	17.3	自分に自信がもてる	18.0	満ち足りた気持ちになる	12.7	満ち足りた気持ちになる	16.0	明るい気持ちになる	13.3	元気な気持ちになる	13.3	元気な気持ちになる	14.0	
7位	引きしまった気持ちになる	11.9	明るい気持ちになる		自分に自信がもてる	14.7	明るい気持ちになる		14.7	満ち足りた気持ちになる	12.7	自分に自信がもてる	11.3	自分に自信がもてる	14.0	自分に自信がもてる	11.3	引きしまった気持ちになる	12.0	明るい気持ちになる	12.7		
8位	明るい気持ちになる		引きしまった気持ちになる	13.3	贅沢な気持ちになる	10.0	自分に自信がもてる	16.0	満ち足りた気持ちになる	13.3	明るい気持ちになる	9.3	引きしまった気持ちになる	10.7	引きしまった気持ちになる	10.7	引きしまった気持ちになる	10.0	明るい気持ちになる	9.3	自分に自信がもてる	10.7	
9位	満ち足りた気持ちになる	11.1	洗練された気持ちになる		若々しい気持ちになる		若々しい気持ちになる		引きしまった気持ちになる	12.7	楽しい気持ちになる	8.0	明るい気持ちになる	10.7	やさしい気持ちになる	10.0	元気な気持ちになる	8.0	自分に自信がもてる	7.3	引きしまった気持ちになる		8.7
10位	元気な気持ちになる	9.0	満ち足りた気持ちになる	12.7	満ち足りた気持ちになる	9.3	満ち足りた気持ちになる	11.3	元気な気持ちになる	12.0	贅沢な気持ちになる		8.0		ストレスが解消される	9.3	満ち足りた気持ちになる	満ち足りた気持ちになる	満ち足りた気持ちになる		満ち足りた気持ちになる	満ち足りた気持ちになる	
										華やかな気持ちになる								やさしい気持ちになる		やさしい気持ちになる			
										若々しい気持ちになる								やさしい気持ちになる		ストレスが解消される			

メイクで得たいと期待する気もち

■メイクで得たいと期待する気持ちは、「自分に自信が持てる」26%、「明るい気持ちになる」21%、「引きしまった気持ちになる」20%、「華やかな気持ちになる」18%が上位。

- ・「特にない」は30%
- ・15～34歳では「自分に自信がもてる」、15～19歳では「大人の気持ちになる」のスコアが全体より高い。

■Q11 化粧品を使ったメイクをすることで得たいと期待する気もち・気分（基数：15～64歳全員 1500人）



		全体	1500	26.3	21.2	20.1	17.5	15.0	14.7	11.9	11.6	9.1	8.8	8.7	8.0	6.4	5.4	4.1	3.3	3.1	3.0	1.9	0.3	30.1
年代別	15－19歳	150	37.3	24.0	14.0	24.7	20.0	13.3	18.0	6.0	7.3	29.3	6.7	14.0	10.0	8.0	6.0	6.0	2.7	6.7	2.0	0.7	28.0	
	20－24歳	150	40.7	23.3	24.0	21.3	16.7	12.7	13.3	6.7	6.0	12.0	12.0	10.0	7.3	10.7	4.7	4.0	3.3	2.7	4.7	-	28.0	
	25－29歳	150	34.7	31.3	24.7	26.0	17.3	15.3	17.3	12.0	10.0	12.0	13.3	9.3	6.0	6.7	6.0	3.3	2.7	2.7	1.3	-	18.7	
	30－34歳	150	32.7	21.3	23.3	22.0	18.7	19.3	15.3	14.7	9.3	8.7	10.7	11.3	9.3	4.0	4.7	2.0	2.7	2.0	4.0	-	24.0	
	35－39歳	150	23.3	13.3	20.0	13.3	16.0	7.3	12.7	11.3	8.7	4.7	10.7	8.0	3.3	3.3	0.7	4.0	5.3	2.7	0.7	-	35.3	
	40－44歳	150	23.3	16.0	18.7	13.3	10.7	10.7	7.3	12.7	8.7	5.3	7.3	8.0	4.0	5.3	0.7	2.7	3.3	4.7	0.7	-	35.3	
	45－49歳	150	22.0	19.3	22.0	14.7	16.7	17.3	9.3	10.7	6.0	6.0	7.3	4.0	7.3	5.3	8.0	4.0	3.3	1.3	0.7	-	30.7	
	50－54歳	150	14.7	16.7	15.3	14.0	10.7	11.3	5.3	12.0	10.0	4.0	5.3	7.3	6.0	2.7	2.7	2.7	2.0	1.3	0.7	0.7	38.0	
	55－59歳	150	18.7	22.0	19.3	16.0	10.7	18.0	14.0	12.7	10.7	3.3	6.0	2.7	6.7	4.7	4.7	2.7	5.3	3.3	2.0	1.3	31.3	
	60－64歳	150	16.0	24.7	20.0	10.0	12.7	21.3	6.0	17.3	14.0	2.7	7.3	5.3	4.0	3.3	3.3	2.0	0.7	2.7	2.0	-	31.3	

n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

メイクで得たいと期待する気持ち（年代別 上位ランキング）

■「自分に自信がもてる」は15～34歳でトップ。若い年代で上位だが、全年代でもトップ6に入る。

- ・「大人の気持ちになる」は15～19歳で2位と上位だが、20～29歳で10位、30歳以上では11位以下。
- ・「元気な気持ちになる」は45～49歳、55～59歳で5位、60～64歳で3位と、上の年代で上位に。
- ・「特にない」は35～64歳でトップ。

■Q11 化粧品を使ったメイクをすることで得たいと期待する気持ち・気分_ランキング（基数：15～64歳全員 1500人）

全体 n=1500			年代別																			
			15－19歳 n=150		20－24歳 n=150		25－29歳 n=150		30－34歳 n=150		35－39歳 n=150		40－44歳 n=150		45－49歳 n=150		50－54歳 n=150		55－59歳 n=150		60－64歳 n=150	
1位	特にない	30.1	自分に自信が もてる	37.3	自分に自信が もてる	40.7	自分に自信が もてる	34.7	自分に自信が もてる	32.7	特にない	35.3	特にない	35.3	特にない	30.7	特にない	38.0	特にない	31.3	特にない	31.3
2位	自分に自信が もてる	26.3	大人の気持ち になる	29.3	特にない	28.0	明るい気持ち になる	31.3	特にない	24.0	自分に自信が もてる	23.3	自分に自信が もてる	23.3	自分に自信が もてる	22.0	明るい気持ち になる	16.7	明るい気持ち になる	22.0	明るい気持ち になる	24.7
3位	明るい気持ち になる	21.2	特にない	28.0	引きしまった気 持ちになる	24.0	華やかな気持 ちになる	26.0	引きしまった気 持ちになる	23.3	引きしまった気 持ちになる	20.0	引きしまった気 持ちになる	18.7	引きしまった気 持ちになる		引きしまった気 持ちになる	15.3	引きしまった気 持ちになる	19.3	元気な気持ち になる	21.3
4位	引きしまった気 持ちになる	20.1	華やかな気持 ちになる	24.7	明るい気持ち になる	23.3	引きしまった気 持ちになる	24.7	華やかな気持 ちになる	22.0	周りから外れ ない・浮かない 安心感	16.0	明るい気持ち になる	16.0	明るい気持ち になる	19.3	自分に自信が もてる	14.7	自分に自信が もてる	18.7	引きしまった気 持ちになる	20.0
5位	華やかな気持 ちになる	17.5	明るい気持ち になる	24.0	華やかな気持 ちになる	21.3	特にない	18.7	明るい気持ち になる	21.3	明るい気持ち になる	13.3	華やかな気持 ちになる	13.3	元気な気持ち になる	17.3	華やかな気持 ちになる	14.0	元気な気持ち になる	18.0	若々しい気持 ちになる	17.3
6位	周りから外れ ない・浮かない 安心感	15.0	周りから外れ ない・浮かない 安心感	20.0	周りから外れ ない・浮かない 安心感	16.7	周りから外れ ない・浮かない 安心感	17.3	元気な気持ち になる	19.3	華やかな気持 ちになる		若々しい気持 ちになる	12.7	周りから外れ ない・浮かない 安心感	16.7	若々しい気持 ちになる	12.0	華やかな気持 ちになる	16.0	自分に自信が もてる	16.0
7位	元気な気持ち になる	14.7	楽しい気持ち になる	18.0	楽しい気持ち になる	13.3	楽しい気持ち になる		周りから外れ ない・浮かない 安心感	18.7	楽しい気持ち になる	12.7	元気な気持ち になる	10.7	華やかな気持 ちになる	14.7	元気な気持ち になる	11.3	楽しい気持ち になる	14.0	リフレッシュする	14.0
8位	楽しい気持ち になる	11.9	引きしまった気 持ちになる	14.0	元気な気持ち になる	12.7	元気な気持ち になる	15.3	楽しい気持ち になる	15.3	若々しい気持 ちになる	11.3	周りから外れ ない・浮かない 安心感		若々しい気持 ちになる	10.7	周りから外れ ない・浮かない 安心感	10.7	若々しい気持 ちになる	12.7	周りから外れ ない・浮かない 安心感	12.7
9位	若々しい気持 ちになる	11.6	満ち足りた気 持ちになる		自分を大切に している気持 ちになる	12.0	自分を大切に している気持 ちになる	13.3	若々しい気持 ちになる	14.7	自分を大切に している気持 ちになる	10.7	リフレッシュする	8.7	楽しい気持ち になる	9.3	リフレッシュする	10.0	リフレッシュする	10.7	華やかな気持 ちになる	10.0
10位	リフレッシュする	9.1	元気な気持ち になる	13.3	大人の気持ち になる		若々しい気持 ちになる	12.0	満ち足りた気 持ちになる	11.3	リフレッシュする	8.7	満ち足りた気 持ちになる	8.0	ストレスが解消 される	8.0	満ち足りた気 持ちになる	7.3	周りから外れ ない・浮かない 安心感		自分を大切に している気持 ちになる	7.3
					大人の気持ち になる																	

自分にとってのスキンケア（自由回答抜粋）

■ 自分にとってのスキンケアとはどのようなものか、その理由をあわせて自由回答方式でたずねた。「日常」「習慣」「日課」といったワードが多くあがっており（約250人）、スキンケアがふだんの生活の一部になっていると推察される。

- ・ さまざまな回答があったが、「気持ちの切り替え」「スキンケアをしていると、心がリラックスする」といったリフレッシュ・リラックスに関連する回答もあった。「特にない」「わからない」と回答した人は1割弱程度だった。

■ Q18 現在の自分にとってのスキンケアとは・・・なぜそう思うのかというと_自由回答抜粋（基数：15～64歳全員 1500人）

職業(年齢)	自分にとってのスキンケアとは・・・	なぜそう思うのかというと・・・
高校生(16歳)	明るくなるための手段	正しいスキンケアするようになってから肌がきれいになり、自分に少しずつ自信がもてるようになった
高校生(18歳)	将来の自分のため	今のうちからスキンケアをしっかりやっておくことで年を取っても綺麗な肌でいられると思う
会社員(23歳)	肌の健康のためにやっていること	肌が健康だと気分が明るくなる
パート・アルバイト(27歳)	自分を大切にする儀式	ストレスで疲れた肌をいたわる
専業主婦(29歳)	気持ちの切り替え	気分転換になるもの
パート・アルバイト(30歳)	気分を上げる	育児・仕事のオフ時間に行くと自分の気持ちが前向きになるから
公務員(30歳)	満たすもの	スキンケアをしていると、心がリラックスするから
会社員(35歳)	日常生活の一部	欠かせないもの
専業主婦(37歳)	心の安定	育児の合間のほんの一瞬の自分時間
会社員(43歳)	生まれ変わる	一日の中で唯一、素の自分と向き合う時間
自由業(45歳)	魅力を保つのに必要な生活習慣	毎日続けることでキレイになれると思う
専業主婦(47歳)	明日への活力	瑞々しい肌だと自信をもてるもの
会社員(47歳)	将来への投資	今のお手入れは未来の肌の土台
パート・アルバイト(47歳)	日常欠かせない日課	継続して手当が必要
専業主婦(50歳)	毎日の習慣	毎日必要なもの
専業主婦(51歳)	スイッチ	ON,OFF 切り替えの時間
会社員(55歳)	元気の素	肌がきれいだと気持ちも明るくなる
専業主婦(61歳)	身だしなみ	元気な自分に会える

※対象者1500人の自由回答から一部抜粋

自分にとってのメイク（自由回答抜粋）

■ 自分にとってのメイクとはどのようなものか、その理由をあわせて自由回答方式でたずねた。「身だしなみ」といったワードが多く（約180人）、その理由からは「周りに不快感を与えないため」「すっぴんでは恥ずかしい」といった他者への意識がうかがえた。

- ・ さまざまな回答があったが、「テンションややる気を上げる」「綺麗になると自信がもてる」「元気を引き出す」といった、気持ちの後押しに関する回答もあった。「特にない」「わからない」と回答した人は1割弱程度だった。

■ Q18 現在の自分にとってのメイクとは・・・なぜそう思うのかというと_自由回答抜粋（基数：15～64歳全員 1500人）

職業(年齢)	自分にとってのメイクとは・・・	なぜそう思うのかという・・・
大学生(19歳)	明るくなる魔法	綺麗になると自信がもてるから
大学生(22歳)	鎧	ノーメイクの時はあきらかにテンションも低い
会社員(27歳)	自分を表現する	その日に目指すイメージによって変えられる
会社員(28歳)	気持ちを高める	自分が綺麗な状態でいたら気持ちが高まる
専業主婦(29歳)	スイッチを切り替えるため	外で頑張るためのきっかけ
パート・アルバイト(30歳)	身だしなみ	周りに不快感を与えないため
会社員(32歳)	武装	予定や会う相手によって装備を変える
会社員(33歳)	スイッチを入れる	メイクをすると気合が入って出かけるモードになる
会社員(33歳)	自分のテンションややる気を上げる	メイクをしている日は家事など仕事のはかどる
専業主婦(42歳)	日焼けや顔のコンプレックスを防ぐ	化粧すると外に出たくなる
会社員(46歳)	身だしなみ	顔を整えることで、気持ちもしゃんとする
パート・アルバイト(47歳)	元気を引き出す	元気を出して生活することが自分にも周りにも必要
専業主婦(48歳)	絵画	好きなように描ける
無職(48歳)	気分あげるため	気持ちを引き締める
会社員(55歳)	身だしなみ	元気な自分をアピールするため
専業主婦(56歳)	気負わず少しだけ自信が持てる魔法	メイクをすると気持ちが上がり優しい気分に
パート・アルバイト(60歳)	自分の表現	自分らしさを表現すること
専業主婦(62歳)	身だしなみ	すっぴんでは恥ずかしい

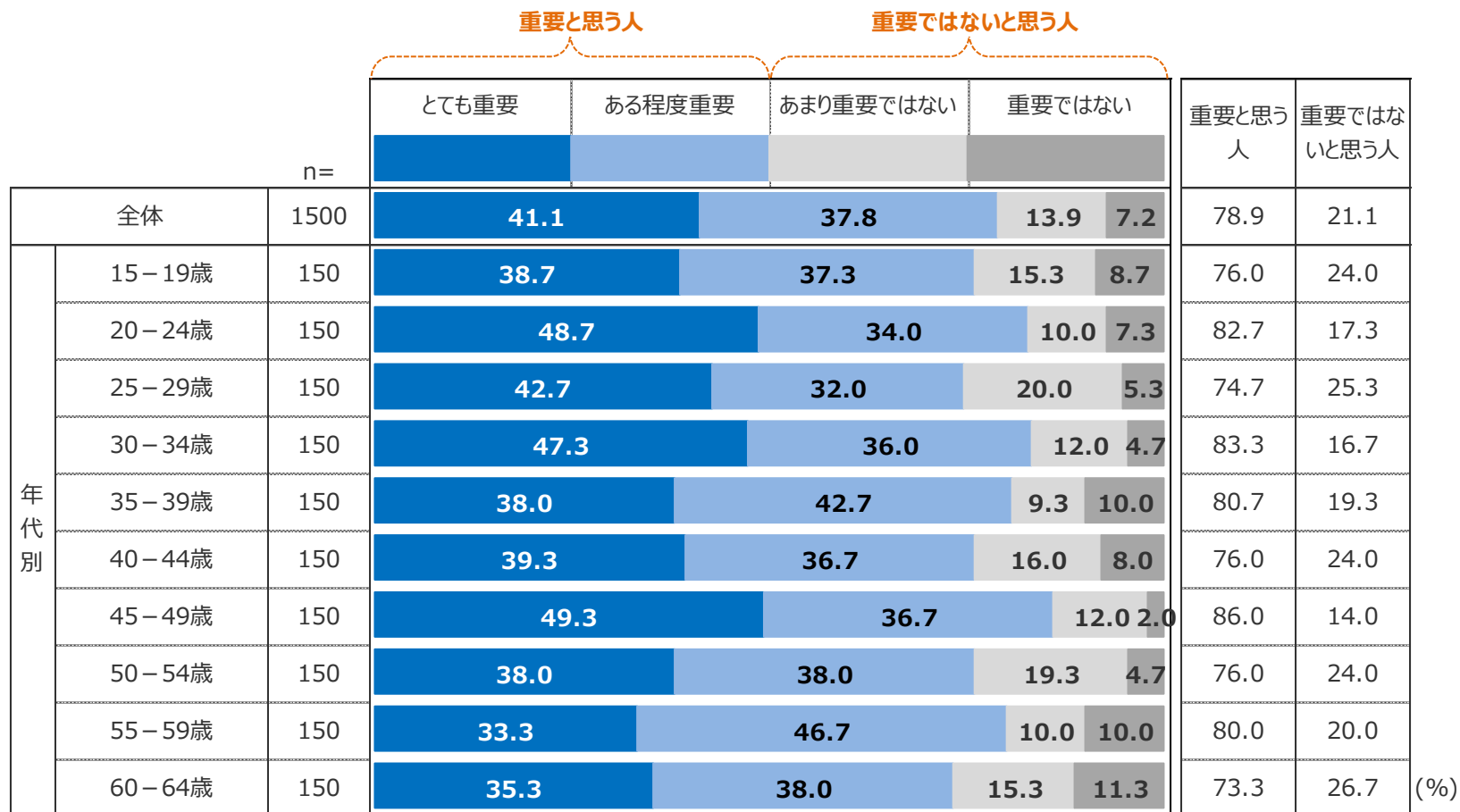
I . スキンケア意識と行動

スキンケア重要度

■ スキンケアを重要と思う人（とても＋ある程度重要）は79%。

- ・「とても重要」が41%に対し、「重要ではない」は7%にとどまる。

■ SC17 自分自身にとって化粧品を使ってスキンケアを行うことの重要度（基数：15～64歳全員 1500人）

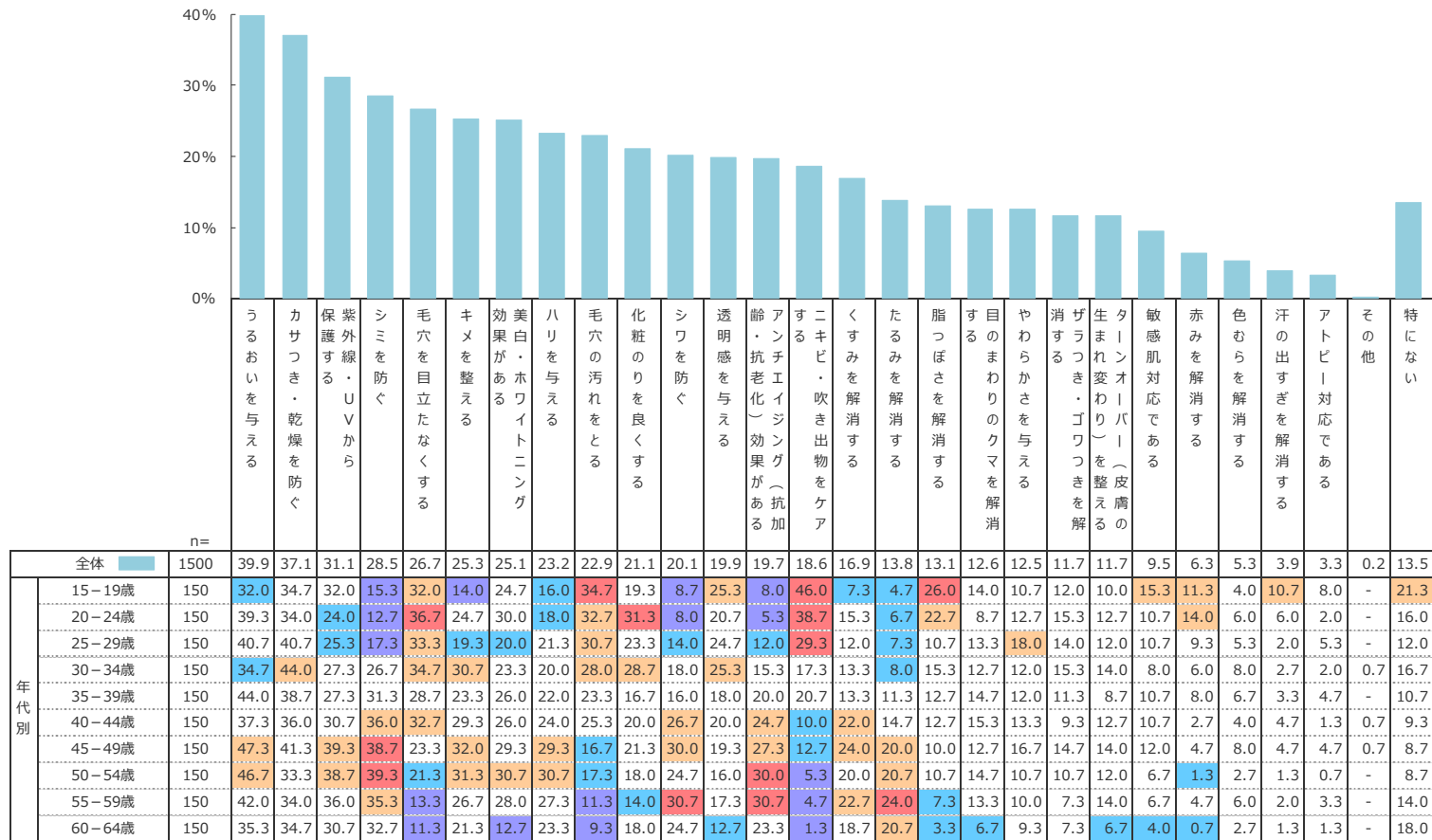


スキンケアに期待する効果

■ スキンケアに期待する効果は、「うるおいを与える」「カサつき・乾燥を防ぐ」「紫外線・UVから保護する」が上位。

- 15～34歳では、「毛穴を目立たなくする」「毛穴の汚れをとる」「ニキビ・吹き出物をケアする」「脂っぽさを解消する」「赤みを解消する」といった項目への期待が全体より高い。一方、40～59歳では「シミを防ぐ」「シワを防ぐ」「アンチエイジング効果がある」「くすみを解消する」といった加齢にかかわりの深い項目への期待が全体より高い。肌の加齢に伴う変化によって、スキンケアに期待する効果にも違いがあらわれているとみられる。

■ Q9 化粧品を使ったスキンケアに期待する効果（基数：15～64歳全員 1500人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

スキンケアに期待する効果（年代別 上位ランキング）

■「うるおいを与える」「カサつき・乾燥を防ぐ」は全年代でトップ4に入り、広い年代で期待されている効果。

- ・ 15～19歳では「ニキビ・吹き出物をケアする」、20～29歳、35歳以上では「うるおいを与える」、30～34歳では「カサつき・乾燥を防ぐ」がトップ。

■ Q9 化粧品を使ったスキンケアに期待する効果 _ 上位10項目（基数：15～64歳全員 1500人）

全体 n=1500	年代別									
	15～19歳 n=150	20～24歳 n=150	25～29歳 n=150	30～34歳 n=150	35～39歳 n=150	40～44歳 n=150	45～49歳 n=150	50～54歳 n=150	55～59歳 n=150	60～64歳 n=150
1位	うるおいを与える 39.9	ニキビ・吹き出物をケアする 46.0	うるおいを与える 39.3	うるおいを与える 40.7	カサつき・乾燥を防ぐ 44.0	うるおいを与える 44.0	うるおいを与える 37.3	うるおいを与える 47.3	うるおいを与える 46.7	うるおいを与える 42.0
2位	カサつき・乾燥を防ぐ 37.1	カサつき・乾燥を防ぐ 34.7	カサつき・乾燥を防ぐ 38.7	うるおいを与える 34.7	カサつき・乾燥を防ぐ 38.7	カサつき・乾燥を防ぐ 36.0	カサつき・乾燥を防ぐ 41.3	シミを防ぐ 39.3	紫外線・UVから保護する 36.0	カサつき・乾燥を防ぐ 34.7
3位	紫外線・UVから保護する 31.1	毛穴の汚れをとる 36.7	毛穴を目立たなくする 36.7	毛穴を目立たなくする 33.3	毛穴を目立たなくする 31.3	シミを防ぐ 31.3	紫外線・UVから保護する 39.3	紫外線・UVから保護する 38.7	シミを防ぐ 35.3	シミを防ぐ 32.7
4位	シミを防ぐ 28.5	うるおいを与える 34.0	カサつき・乾燥を防ぐ 34.0	毛穴の汚れをとる 30.7	キメを整える 30.7	毛穴を目立たなくする 28.7	毛穴を目立たなくする 32.7	シミを防ぐ 38.7	カサつき・乾燥を防ぐ 33.3	カサつき・乾燥を防ぐ 34.0
5位	毛穴を目立たなくする 26.7	毛穴を目立たなくする 32.0	毛穴の汚れをとる 32.7	ニキビ・吹き出物をケアする 29.3	化粧のりを良くする 28.7	紫外線・UVから保護する 27.3	紫外線・UVから保護する 30.7	キメを整える 32.0	キメを整える 31.3	シワを防ぐ 30.7
6位	キメを整える 25.3	紫外線・UVから保護する 31.3	化粧のりを良くする 25.3	紫外線・UVから保護する 28.0	美白・ホワイトニング効果がある 26.0	キメを整える 29.3	シワを防ぐ 30.0	ハリを与える 30.7	アンチエイジング（抗加齢・抗老化）効果がある 28.0	ハリを与える 23.3
7位	美白・ホワイトニング効果がある 25.1	脂っぽさを解消する 26.0	美白・ホワイトニング効果がある 30.0	透明感を与える 24.7	紫外線・UVから保護する 27.3	キメを整える 23.3	シワを防ぐ 26.7	ハリを与える 29.3	美白・ホワイトニング効果がある 28.0	アンチエイジング（抗加齢・抗老化）効果がある 21.3
8位	ハリを与える 23.2	透明感を与える 25.3	キメを整える 24.7	化粧のりを良くする 23.3	シミを防ぐ 26.7	毛穴の汚れをとる 26.0	美白・ホワイトニング効果がある 26.0	美白・ホワイトニング効果がある 30.0	ハリを与える 27.3	キメを整える 20.7
9位	毛穴の汚れをとる 22.9	美白・ホワイトニング効果がある 21.3	紫外線・UVから保護する 24.0	ハリを与える 21.3	透明感を与える 25.3	ハリを与える 22.0	毛穴の汚れをとる 25.3	アンチエイジング（抗加齢・抗老化）効果がある 27.3	シワを防ぐ 24.7	キメを整える 26.7
10位	化粧のりを良くする 21.1	特にない 21.3	脂っぽさを解消する 22.7	美白・ホワイトニング効果がある 20.0	美白・ホワイトニング効果がある 23.3	ニキビ・吹き出物をケアする 20.7	アンチエイジング（抗加齢・抗老化）効果がある 24.7	くすみを解消する 24.0	毛穴を目立たなくする 21.3	たるみを解消する 24.0

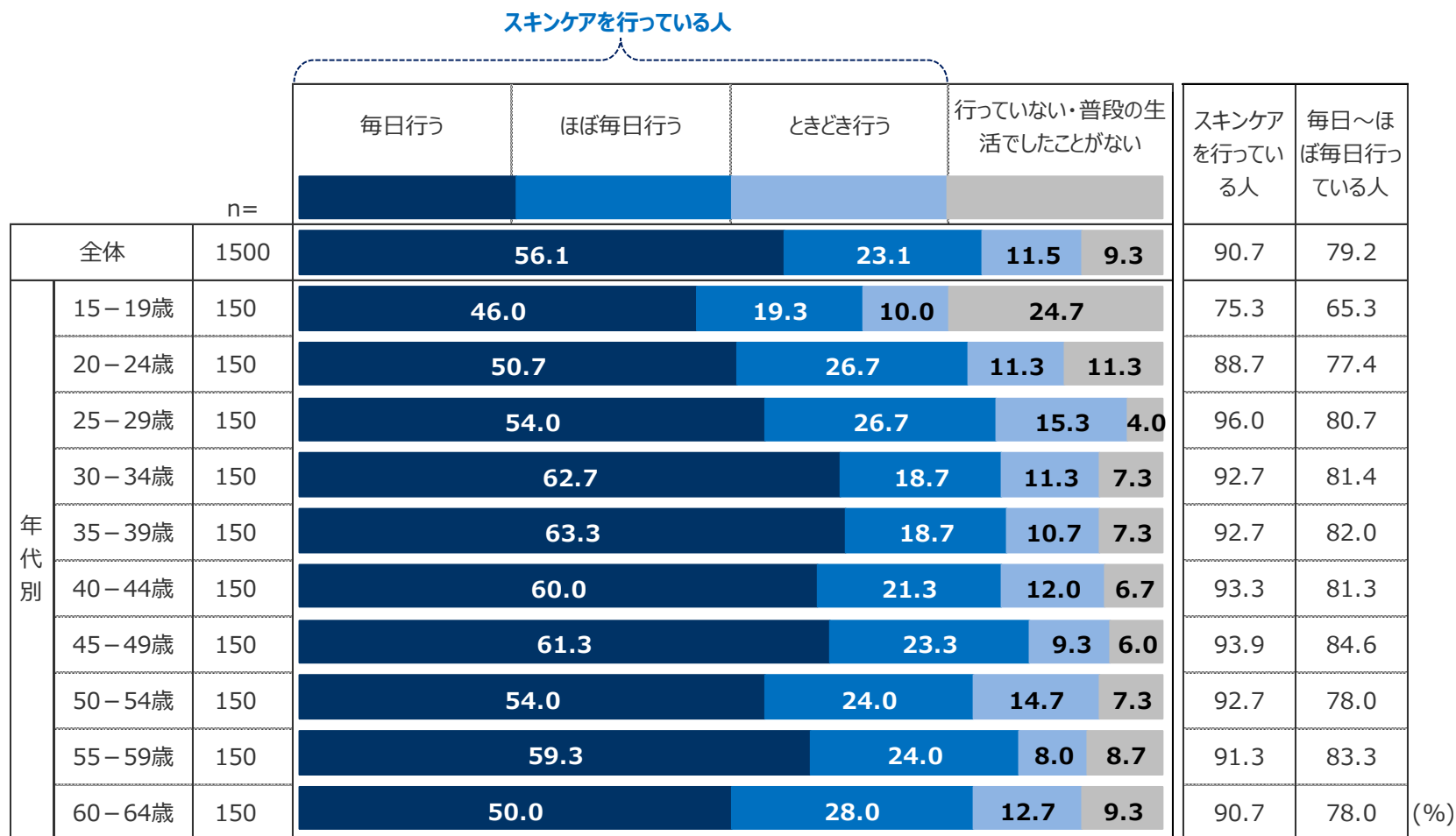
(%)

スキンケア頻度

■ スキンケアを行っている人（毎日+ほぼ毎日+ときどき行う）は91%。

- ・ 毎日行っている人は56%、毎日～ほぼ毎日行っている人は79%。

■ SC15,16 現在のスキンケア頻度（基数：15～64歳全員 1500人）



1日のおわりの肌の手入れ時間

■ 1日のおわりの肌のお手入れにかかる時間は平均9.4分（現在スキンケアを行っている人ベースで算出）。

- ・ 10分以上かける割合は、15～19歳では66%、20～24歳では68%と全体と比べ高い。

■ Q3 1日のおわりの肌の手入れにかかる時間（基数：現在スキンケアを行っている人 1361人）

			1～4分	5～9分	10～14分	15分以上	10分以上	平均 (分)	中央値 (分)
n=									
全体		1361	17.9	33.2	26.4	22.5	48.9	9.4	5.0
年 代 別	15－19歳	113	12.4	21.2	38.1	28.3	66.4	10.7	10.0
	20－24歳	133	9.0	23.3	34.6	33.1	67.7	11.7	10.0
	25－29歳	144	19.4	36.8	22.9	20.8	43.8	9.6	5.0
	30－34歳	139	19.4	33.1	22.3	25.2	47.5	9.0	5.0
	35－39歳	139	28.8	32.4	15.1	23.7	38.8	8.5	5.0
	40－44歳	140	15.7	37.1	26.4	20.7	47.1	8.7	5.0
	45－49歳	141	18.4	37.6	26.2	17.7	44.0	8.9	5.0
	50－54歳	139	20.1	40.3	20.1	19.4	39.6	8.6	5.0
	55－59歳	137	18.2	32.1	29.2	20.4	49.6	9.3	5.0
	60－64歳	136	16.2	35.3	31.6	16.9	48.5	9.1	6.5

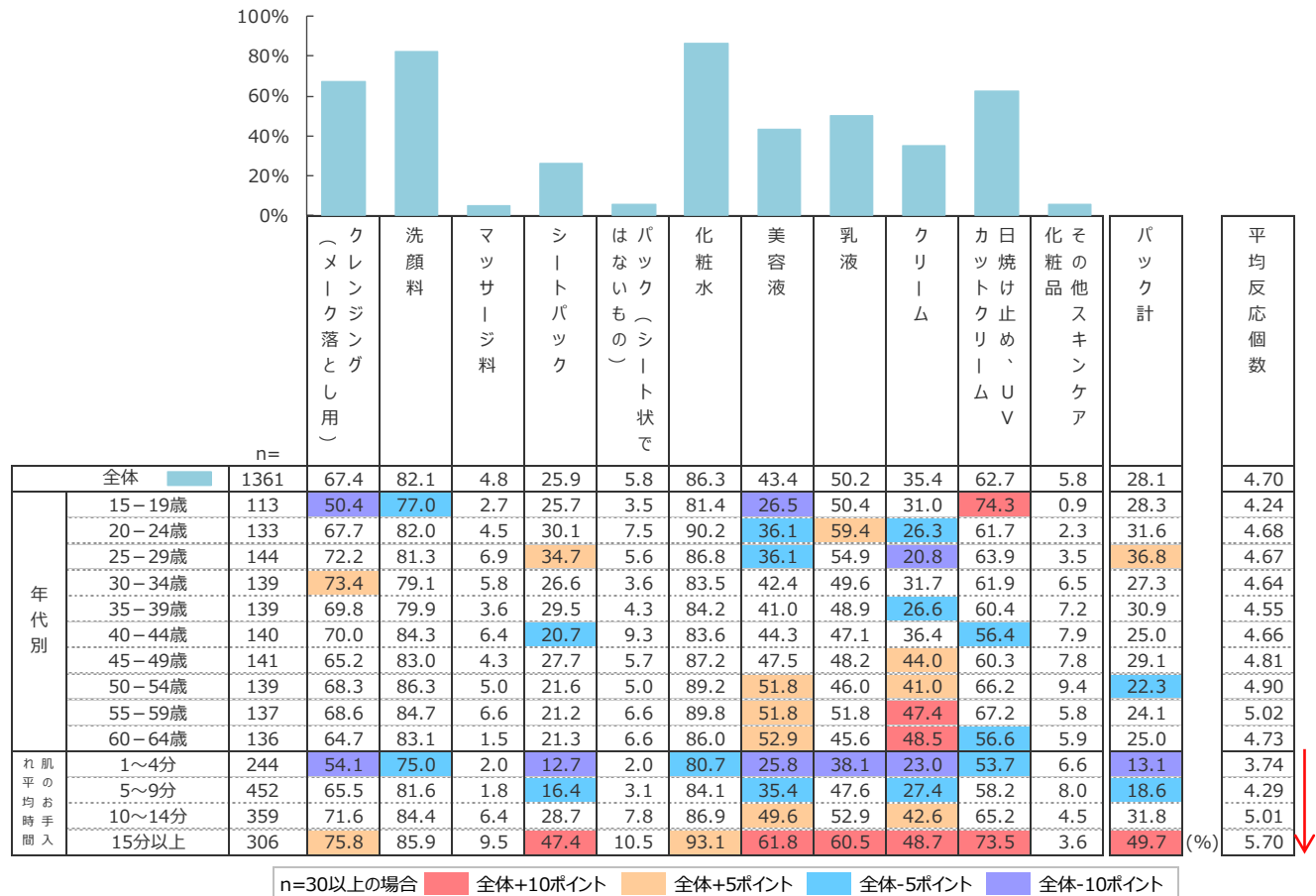
(%)

使っているスキンケアアイテム

■ 使用率トップ3は「化粧水」86%、「洗顔料」82%、「クレンジング（メイク落とし用）」67%。

- ・ 45～64歳の「クリーム」使用率は全体と比べ高い。
- ・ 15～19歳の「日焼け止め、UVカットクリーム」使用率は全体と比べ高い。
- ・ 肌のお手入れ時間が長い人ほど多くのアイテムを使用し、15分以上の人の平均反応個数（使用アイテム種類数）は5.70個。時間の長短により、パックや美容液、クリームの使用率の差が生まれている。

■ Q1 ふだんの生活で使っているスキンケアアイテム（基数：現在スキンケアを行っている人 1361人）



※計の区分はP34参照。「肌のお手入れ時間」は1日のおわりの肌の手入れにかかる時間（P14参照）が当てはまる。

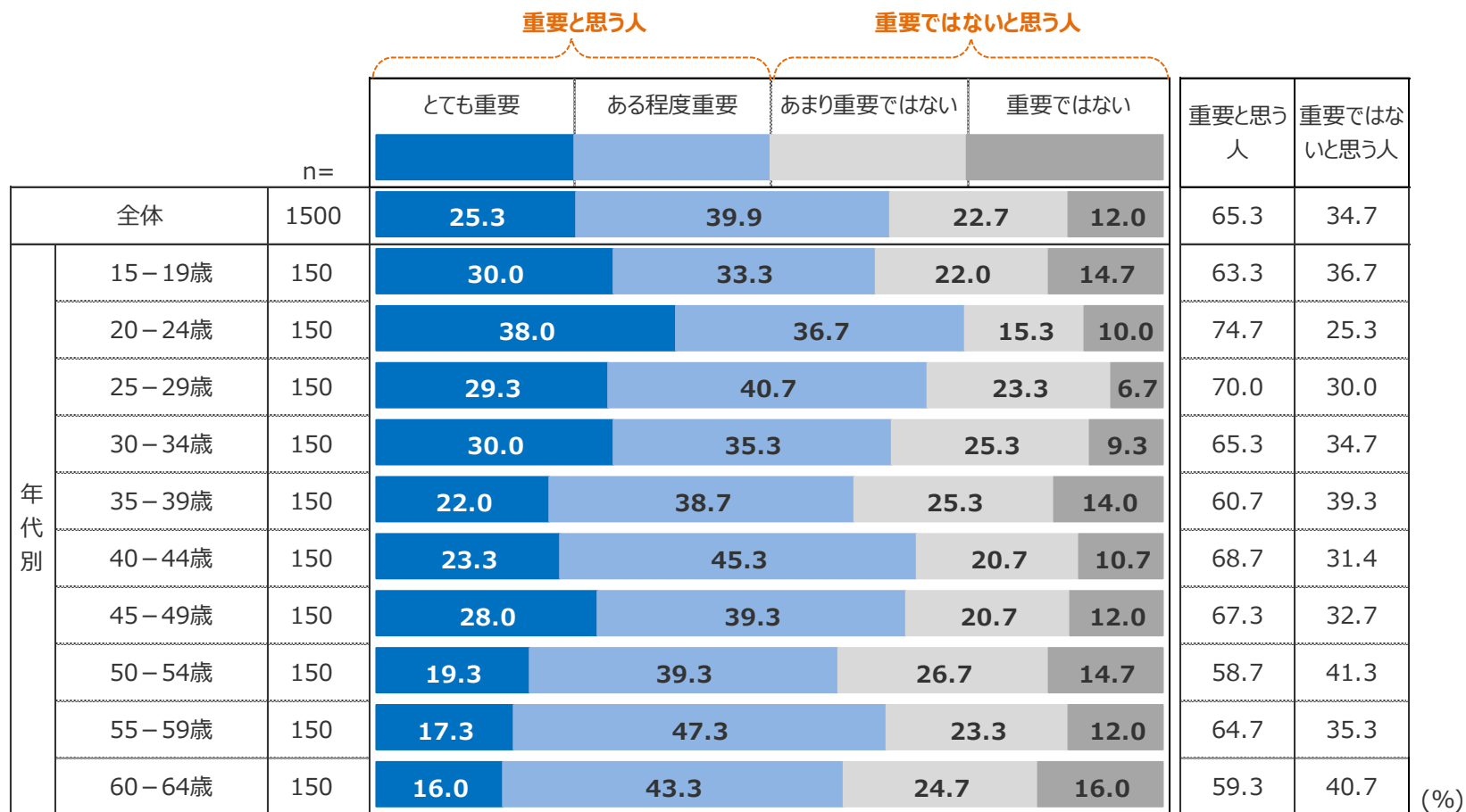
Ⅱ．メーク意識と行動

メイク重要度

■メイクを重要と思う人（とても＋ある程度重要）は65%。

- ・「とても重要」は25%、「ある程度重要」は40%。「重要ではない」は12%。

■SC19 自分自身にとって化粧品を使ってメイクを行うことの重要度（基数：15～64歳全員 1500人）



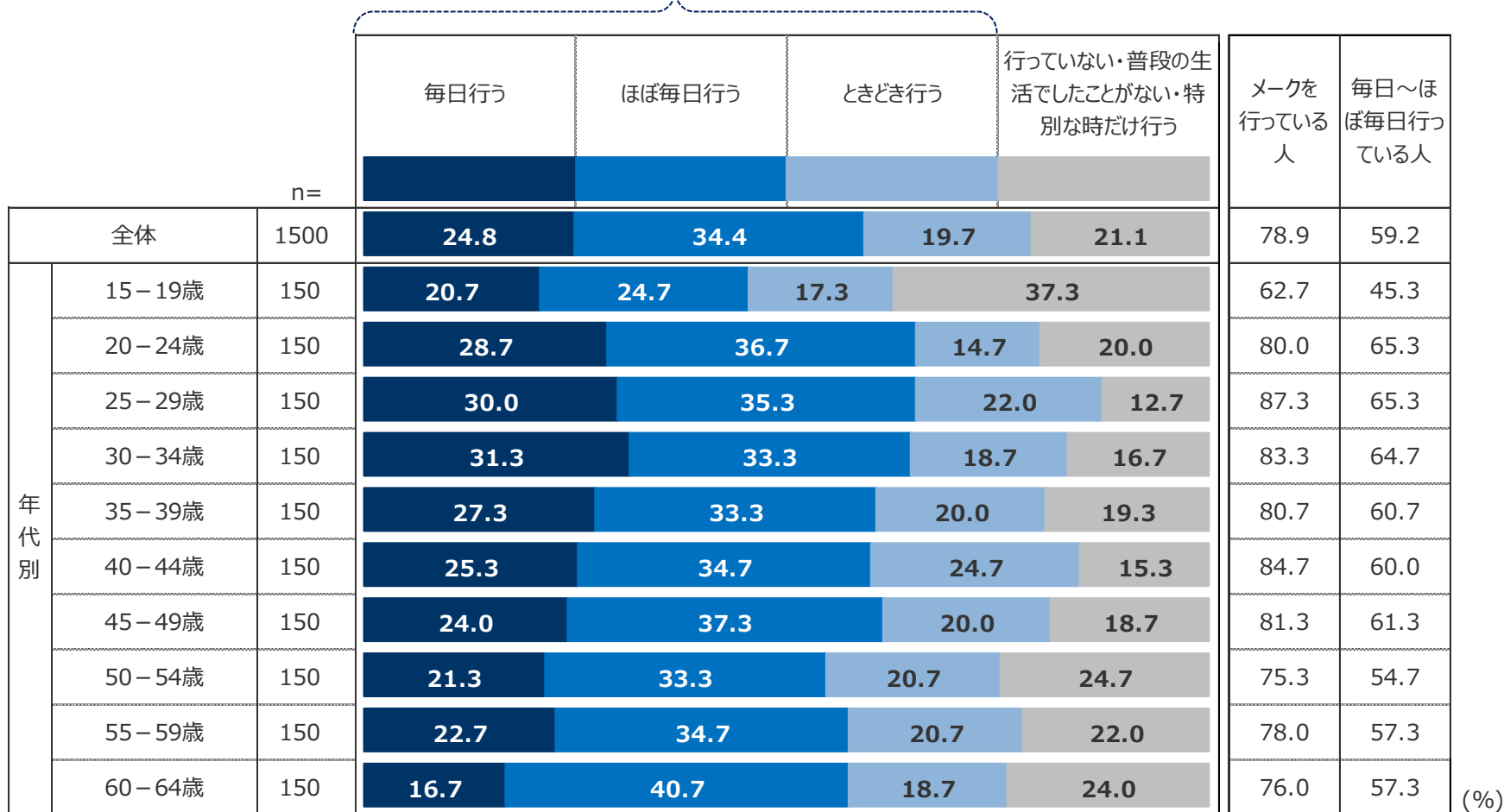
メイク頻度

■メイクを行っている人（毎日+ほぼ毎日+ときどき行う）は79%。

- ・毎日行っている人は25%、毎日～ほぼ毎日行っている人は59%。

■SC15,18 現在のメイク頻度（基数：15～64歳全員 1500人）

メイクを行っている人



1 日のはじめのメイクにかかる時間

■ 1 日のはじめのメイクにかかる時間は平均14.5分（現在メイクを行っている人ベースで算出）。

- 15分以上かける割合は、15～34歳では58～73%と全体と比べ高い。

■ Q2 メイク時間（基数：現在メイクを行っている人 1184人）

			1～4分	5～9分	10～14分	15～19分	20分以上	15分以上 計	平均 (分)	中央値 (分)
n=										
全体		1184	3.0	18.7	29.1	24.0	25.3	49.3	14.5	10.0
年 代 別	15－19歳	94	4.3	6.4	20.2	24.5	44.7	69.2	19.9	15.0
	20－24歳	120	1.7	5.0	20.8	25.8	46.7	72.5	20.3	15.0
	25－29歳	131	0.8	13.7	26.7	26.0	32.8	58.8	17.2	15.0
	30－34歳	125		12.8	28.8	25.6	32.8	58.4	15.4	15.0
	35－39歳	121	3.3	23.1	31.4	24.0	18.2	42.2	12.7	10.0
	40－44歳	127	3.9	19.7	29.1	26.8	20.5	47.3	13.4	10.0
	45－49歳	122	3.3	23.0	33.6	19.7	20.5	40.2	12.8	10.0
	50－54歳	113	4.4	25.7	29.2	27.4	13.3	40.7	11.5	10.0
	55－59歳	117	3.4	25.6	39.3	19.7	12.0	31.7	11.2	10.0
	60－64歳	114	5.3	30.7	30.7	20.2	13.2	33.4	10.8	10.0

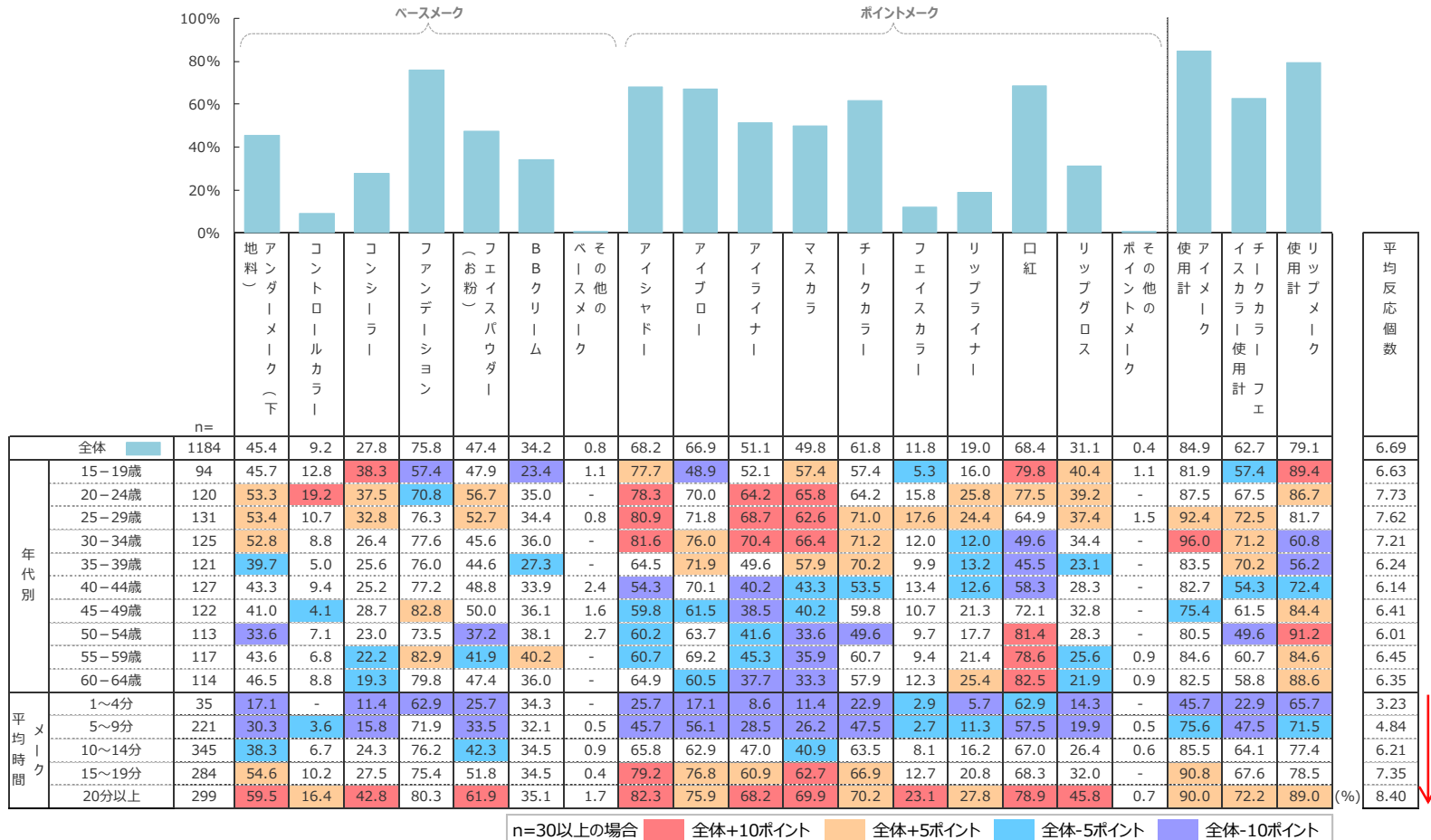
(%)

使っているメイクアイテム

■ 使用率トップ5は「ファンデーション」「口紅」「アイシャドー」「アイブロー」「チークカラー」。

- ・ 20～34歳の「アイシャドー」「アイライナー」「マスカラ」使用率は全体と比べ高い。
- ・ 15～19歳の「ファンデーション」使用率は全体と比べ低い。
- ・ 15～24、50～64歳の「口紅」使用率は、80%前後と全体と比べ高く、30～44歳では46～58%にとどまる。
- ・ メイク時間が長い人ほど、多くのアイテムを使用し、20分以上の人の平均反応個数（使用アイテム種類数）は8.40個。

■ Q1 使っているメイクアイテム（基数：現在メイクを行っている人 1184人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

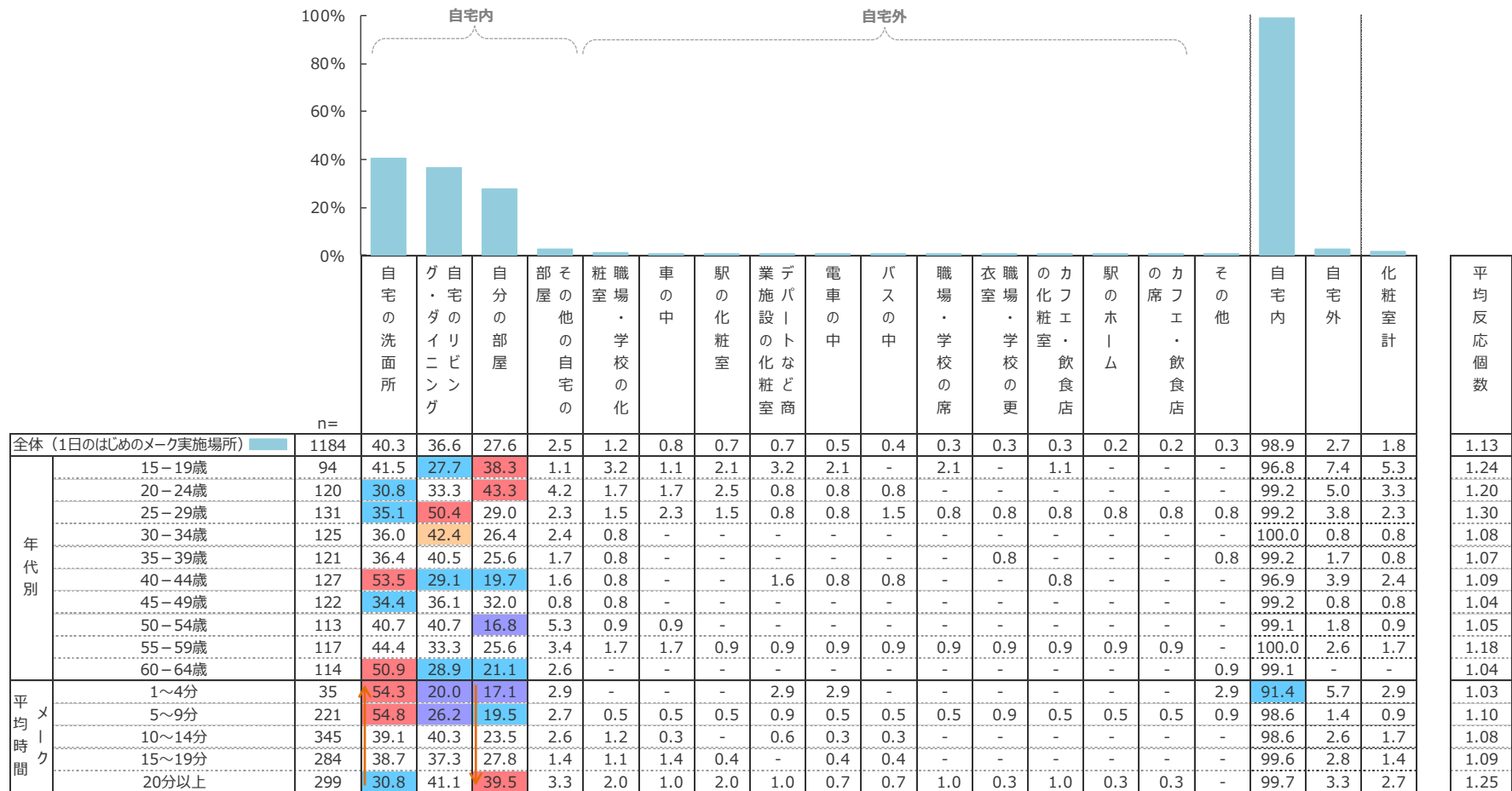
※計の区分はP34参照。「メイク時間」は1日のはじめのメイクにかかる時間（P19参照）が当てはまる。

メイクを行っている場所_1日はじめのメイク

■ 1 日のはじめのメイクを行っている場所は、「自宅の洗面所」「自宅のリビング・ダイニング」「自分の部屋」が上位。

- ・ メイク時間が短い人ほど「自宅の洗面所」、メイク時間が長い人ほど「自分の部屋」が多い。

■ Q4 1日のはじめのメイクを行っている場所（基数：現在メイクを行っている人 1184人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

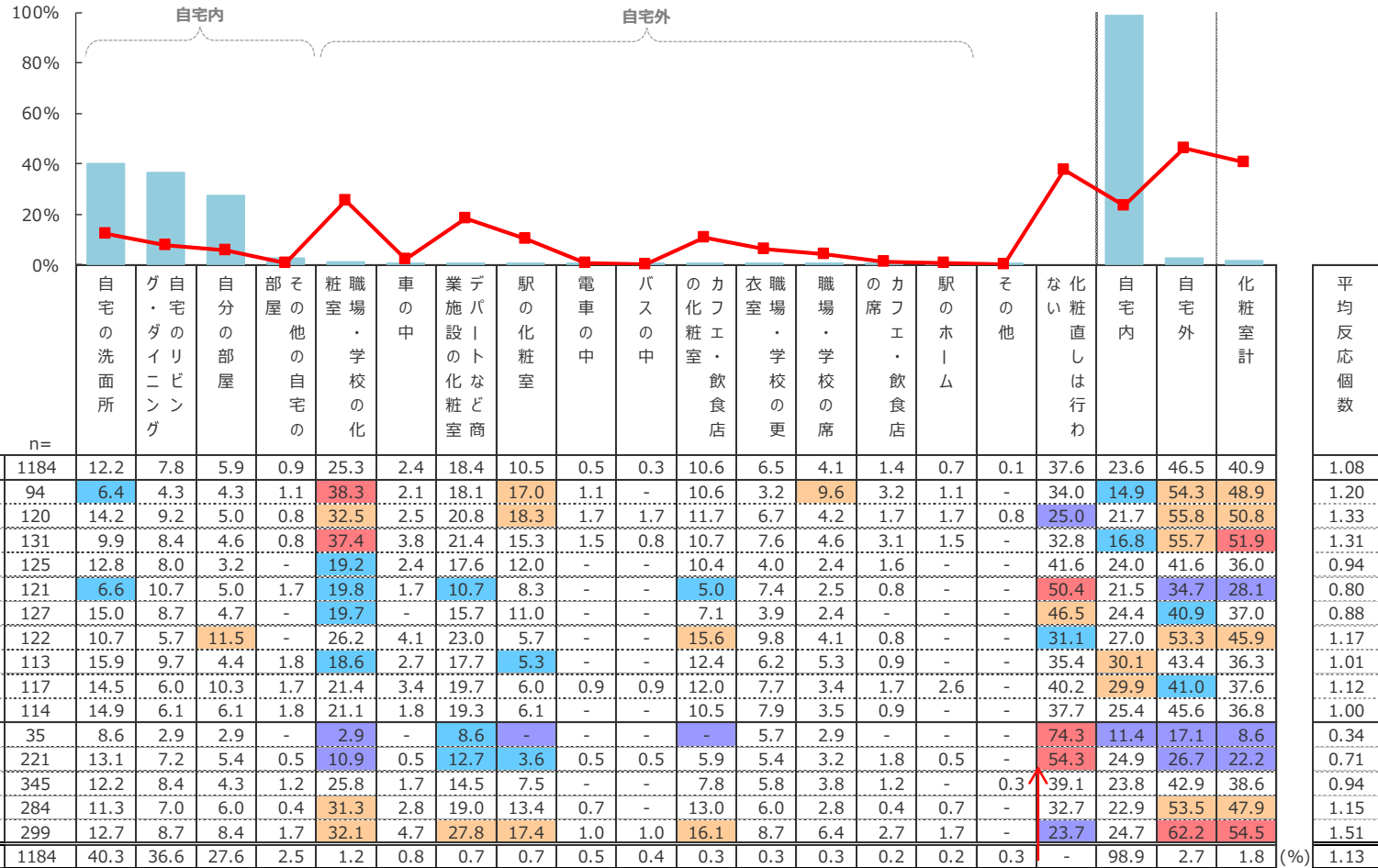
※計の区分はP34参照。「メイク時間」は1日のはじめのメイクにかかる時間（P19参照）が当てはまる。

メイクを行っている場所_化粧直し

■化粧直しを行っている場所は「職場・学校の化粧室」「デパートなど商業施設の化粧室」「自宅の洗面所」が上位。

- ・「化粧直しを行わない」は全体で38%。20～24歳は25%と全体とより低く、35～39歳は50%、40～44歳は47%と全体より高い。また、メイク時間の短い人ほど「化粧直しは行わない」の割合が高い。

■Q4 化粧直しを行っている場所（基数：現在メイクを行っている人 1184人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

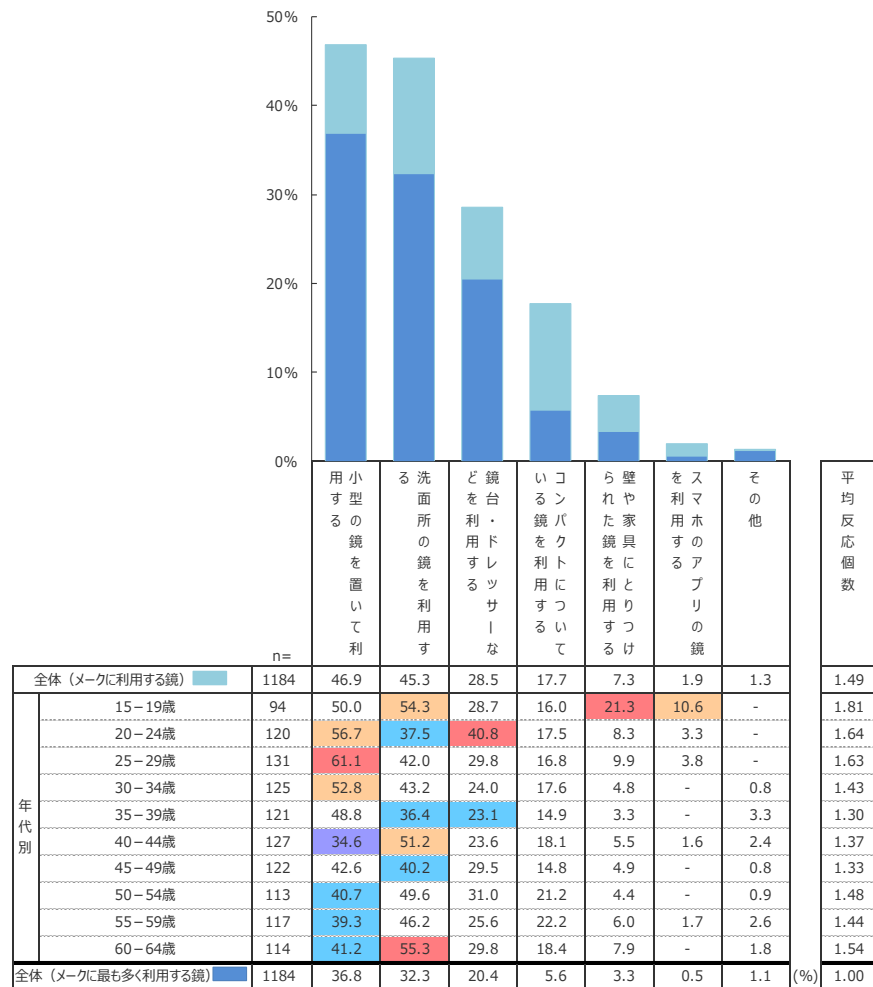
※計の区分はP34参照。「メイク時間」は1日のはじめのメイクにかかる時間（P19参照）が当てはまる。

メイクで使う鏡

■メイク時に使う鏡についてたずねたところ、「小型の鏡を置いて利用」「洗面所の鏡を利用」がトップ2。

- ・「小型の鏡を置いて利用」は20～34歳のスコアが全体より高い。
- ・「壁や家具にとりつけられた鏡を利用」「スマホのアプリの鏡を利用」は15～19歳のスコアが全体より高い。

■Q5 メイクに利用する鏡／最も多く利用する鏡（基数：現在メイクを行っている人 1184人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

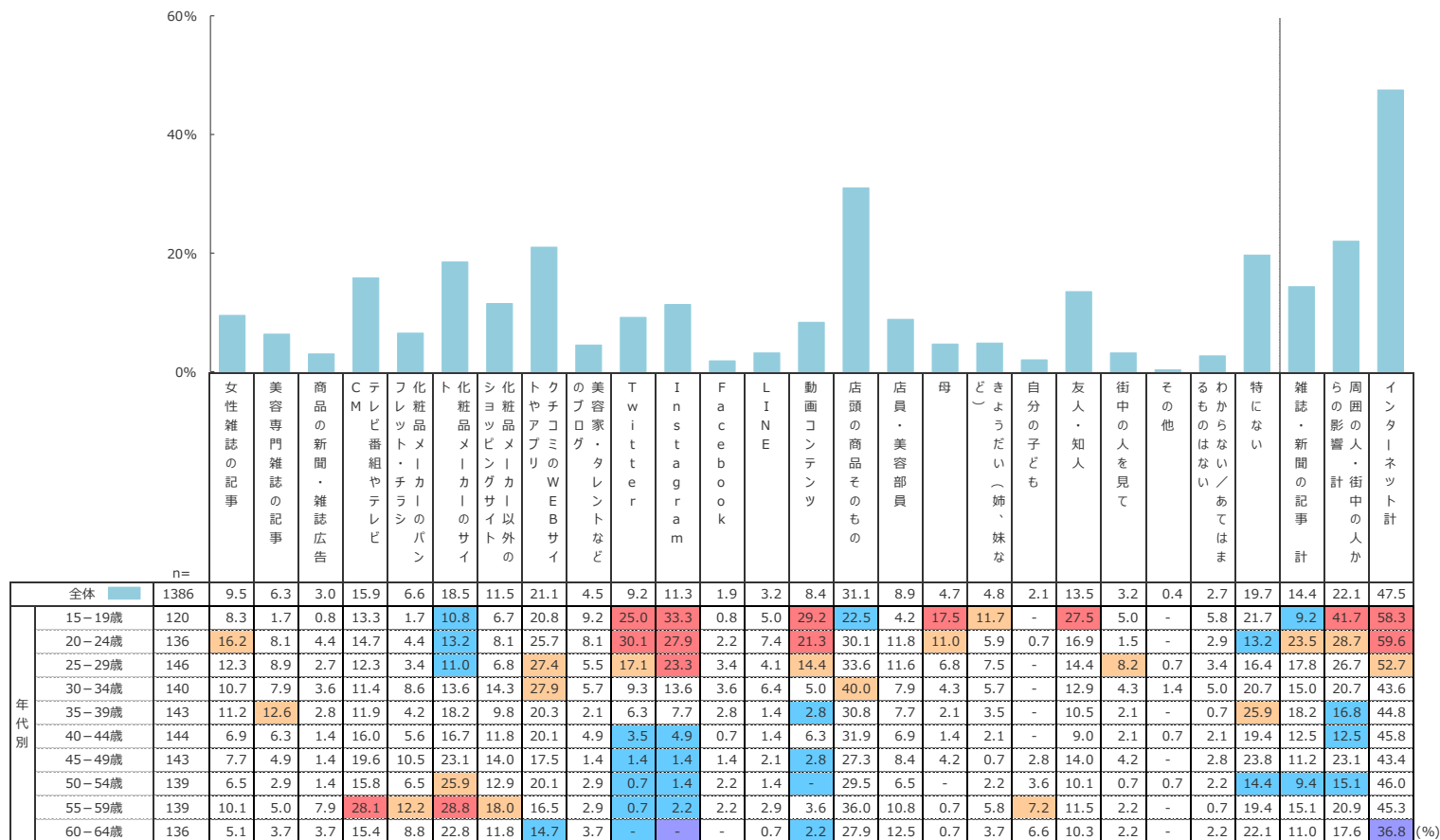
Ⅲ．化粧品購入状況

スキンケア・メイク化粧品購入時情報収集経路

■化粧品購入時の情報収集経路は、「店頭の商品そのもの」「クチコミのWEBサイトやアプリ」「化粧品メーカーのサイト」が上位。

- 15～29歳では「Instagram」「動画コンテンツ」「Twitter」が全体と比べ高く、スマホを介することの多い情報収集を中心に行っていると推察。一方、15～19歳は「友人・知人」「母」「きょうだい」も全体より高く、人を介した情報もキャッチしている。

■Q50 スキンケア化粧品・メイク化粧品購入時の情報収集経路（基数：現在スキンケアやメイクを行っている人 1386人）



n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント

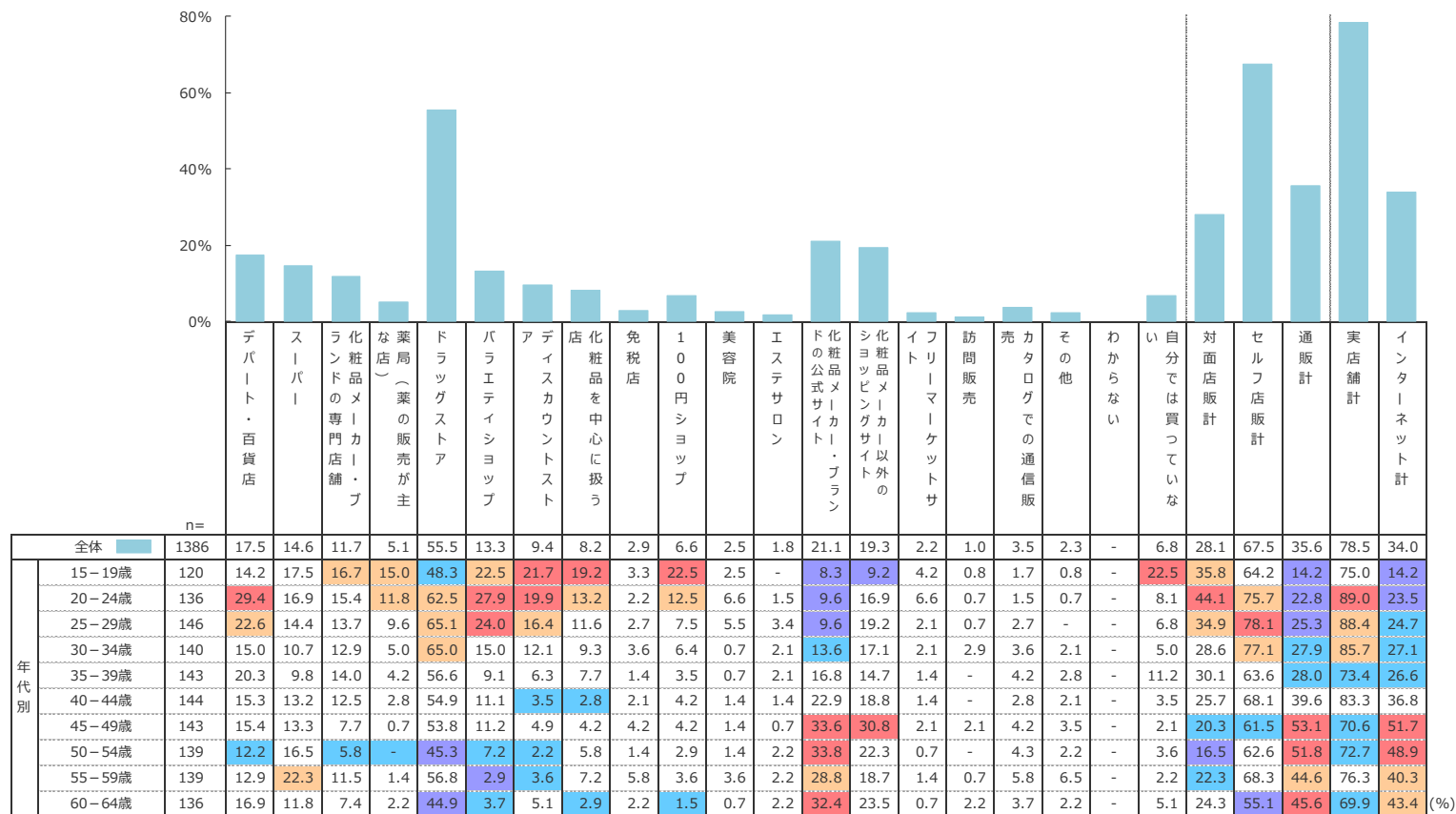
※計の区分はP34参照

スキンケア・メイク化粧品の購入経路

■化粧品の購入経路のトップは「ドラッグストア」で56%。次いで「化粧品メーカー・ブランドの公式サイト」21%、「化粧品メーカー以外のショッピングサイト」19%。

- 15～64歳の各年代（5歳刻み）で「ドラッグストア」がトップ。
- 20～29歳では「デパート・百貨店」「バラエティショップ」が全体より高い。20～34歳では「セルフ店販計」「実店舗計」が全体より高く、実際の店舗での購入が多い。一方、45～64歳では「化粧品メーカー・ブランドの公式サイト」が全体より高い。

■Q49 スキンケア化粧品・メイク化粧品の購入経路（基数：現在スキンケアやメイクを行っている人 1386人）



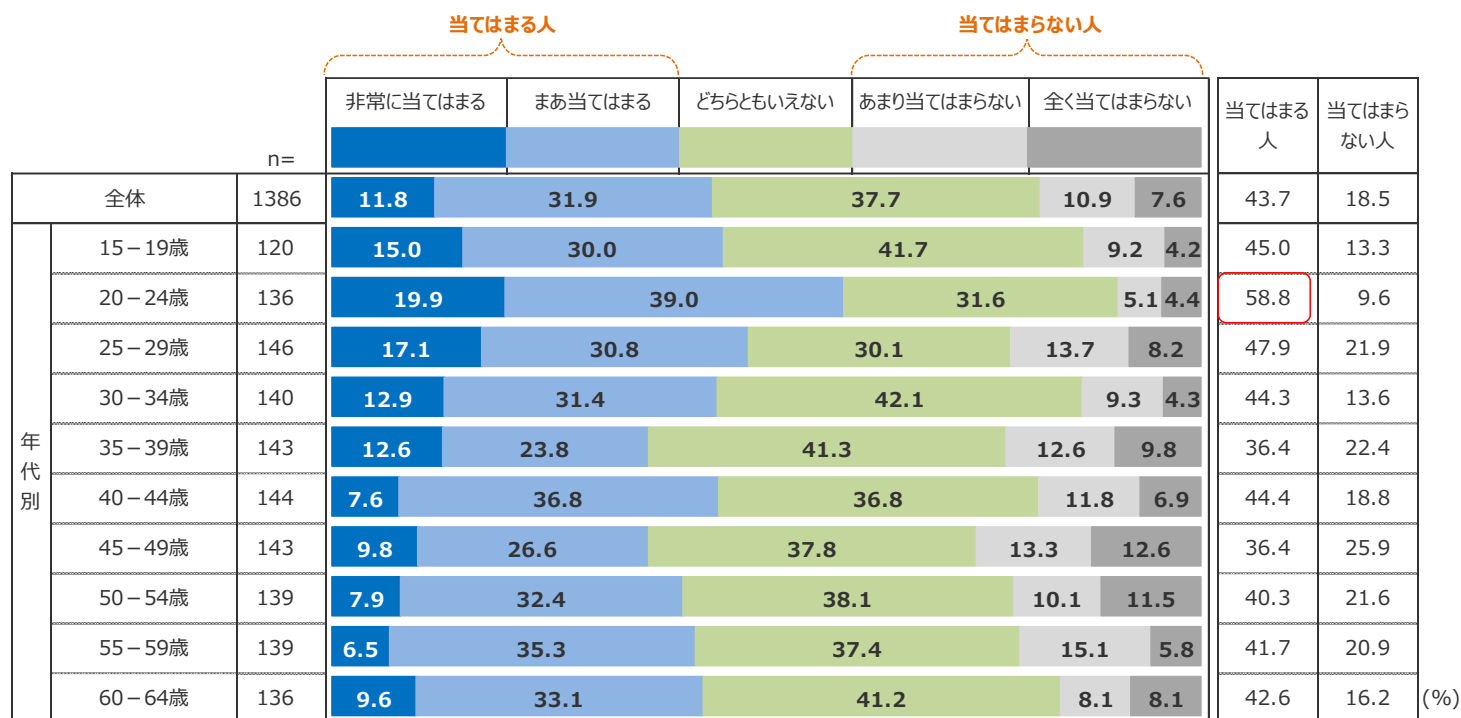
n=30以上の場合 全体+10ポイント 全体+5ポイント 全体-5ポイント 全体-10ポイント ※計の区分はP34参照

化粧品の価格と使用に関する意識

■ スキンケアやメイクを行っている人に「少し高くても自分の気に入った化粧品を使いたい」かたずねたところ、当てはまる人（非常に＋まあ当てはまる）は44%。

- ・ 20～24歳では当てはまる人が59%、非常に当てはまる人も20%と全体と比べ高い。

■ Q53 「少し高くても自分の気に入った化粧品を使いたい」に当てはまるか（基数：現在スキンケアやメイクを行っている人 1386人）



スキンケア化粧品投資金額

■ スキンケア化粧品 1ヶ月投資金額の平均は3116円（「わからない」「自分では購入していない」人を除いて算出）。

- 15～19歳は平均1022円と全体と比べ低い。60～64歳が最も高く、平均4308円。
- 55～64歳では、3000円以上の割合が36～37%と全体より高い。

■ Q17 スキンケア化粧品 1ヶ月平均投資金額（基数：現在スキンケアを行っている人 1361人）

			10000円 以上	5000 ～10000円 未満	3000 ～5000円 未満	2000 ～3000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	3000円 以上計	平均 (円)	中央値 (円)	
n=																
全体		1361	4.8	7.9	12.7	12.5	7.9	11.2	17.0		16.6	5.2	4.2	25.4	3116.4	1750.0
年 代 別	15～19歳	113	0.9	7.1	5.3	16.8		21.2	19.5	3.5	25.7			0.9	1021.9	750.0
	20～24歳	133	3.0	6.8	9.8	12.0	13.5	13.5	20.3		13.5	3.8	3.8	19.6	2483.7	1250.0
	25～29歳	144	4.2	7.6	14.6	4.9	7.6	11.8	20.8		18.8	4.9	4.9	26.4	3313.5	1250.0
	30～34歳	139	4.3	7.2	9.4	8.6	10.1	10.8	19.4		23.0	5.8	1.4	20.9	2573.6	1250.0
	35～39歳	139	3.6	7.9	11.5	11.5	5.8	10.1	21.6		18.7	6.5	2.9	23.0	3311.5	1250.0
	40～44歳	140	7.9	7.9	15.7	11.4	7.1	9.3	19.3		15.0	4.3	2.1	31.5	3313.0	1750.0
	45～49歳	141	3.5	9.2	14.2	17.0	7.8	12.8	12.1		17.0	6.4		26.9	3168.6	1750.0
	50～54歳	139	3.6	10.1	13.7	15.8	5.0	11.5	15.1		17.3	6.5	1.4	27.4	3125.0	1750.0
	55～59歳	137	8.0	13.1	16.1	13.9	10.2	8.8	12.4		11.7	5.1	0.7	37.2	3755.8	2250.0
60～64歳	136	9.6	7.4	19.1	22.1	6.6	7.4	8.1		11.8	5.1	2.9	36.1	(%) 4308.0	2750.0	

※平均・中央値は現在スキンケアを行っている人のうち「わからない」「自分では購入していない」人を除いて算出

メイク化粧品投資金額

■メイク化粧品 1ヶ月投資金額の平均は2375円。

- 15～19歳は平均1385円と全体より低い。25～29歳が最も高く、平均3318円。
- 20～24歳では、3000円以上の割合が29%と全体より高い。

【参考】

全体のメイク化粧品の投資金額平均（2375円）、中央値（1250円）は、スキンケア化粧品の平均（3117円）、中央値（1750円）より低いものの、15～29歳のメイク化粧品への投資は平均・中央値共にスキンケア化粧品を上回る。※基数が異なるため参考値。

■Q17 メイク化粧品 1ヶ月平均投資金額（基数：現在メイクを行っている人 1184人）

			メイク化粧品 1ヶ月平均投資金額										メイク		スキンケア	
			10000円以上	5000～10000円未満	3000～5000円未満	2000～3000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	平均(円)	中央値(円)	平均(円)	中央値(円)
全体			1.8	6.1	11.5	13.9	10.0	12.6	17.8	17.7	5.9	2.9	2374.8	1250.0	3116.4	1750.0
年代別	15～19歳	94	1.1	3.2	11.7	8.5	20.2	22.3	13.8	7.4	11.7		1384.9	1250.0	1021.9	750.0
	20～24歳	120	2.5	10.8	15.8	13.3	11.7	11.7	16.7	10.8	4.2	2.5	2879.5	1750.0	2483.7	1250.0
	25～29歳	131	2.3	9.9	13.0	6.9	9.9	14.5	19.1	14.5	6.1	3.8	3317.8	1250.0	3313.5	1250.0
	30～34歳	125	2.4	7.2	7.2	8.8	15.2	12.8	19.2	19.2	6.4	1.6	2293.5	1250.0	2573.6	1250.0
	35～39歳	121	0.8	3.3	10.7	14.0	6.6	13.2	15.7	25.6	5.8	4.1	2240.8	1250.0	3311.5	1250.0
	40～44歳	127	3.1	7.9	11.8	15.0	7.1	7.9	22.8	17.3	4.7	2.4	2586.9	1250.0	3313.0	1750.0
	45～49歳	122	1.6	1.6	15.6	9.8	12.3	13.1	18.9	18.9	7.4	0.8	1935.3	1250.0	3168.6	1750.0
	50～54歳	113	3.5	10.6	19.5	6.2	14.2	14.2	24.8		6.2	0.9	1788.1	1250.0	3125.0	1750.0
	55～59歳	117	0.9	8.5	15.4	16.2	9.4	11.1	13.7	17.1	6.0	1.7	2442.1	1750.0	3755.8	2250.0
	60～64歳	114	3.5	5.3	9.6	24.6	12.3	8.8	15.8	14.0	5.3	0.9	2467.3	1750.0	4308.0	2750.0
													(%)			

※メイクの平均・中央値は現在メイクを行っている人のうち「わからない」「自分では購入していない」人を除いて算出
 ※スキンケアの平均・中央値は現在スキンケアを行っている人のうち「わからない」「自分では購入していない」人を除いて算出

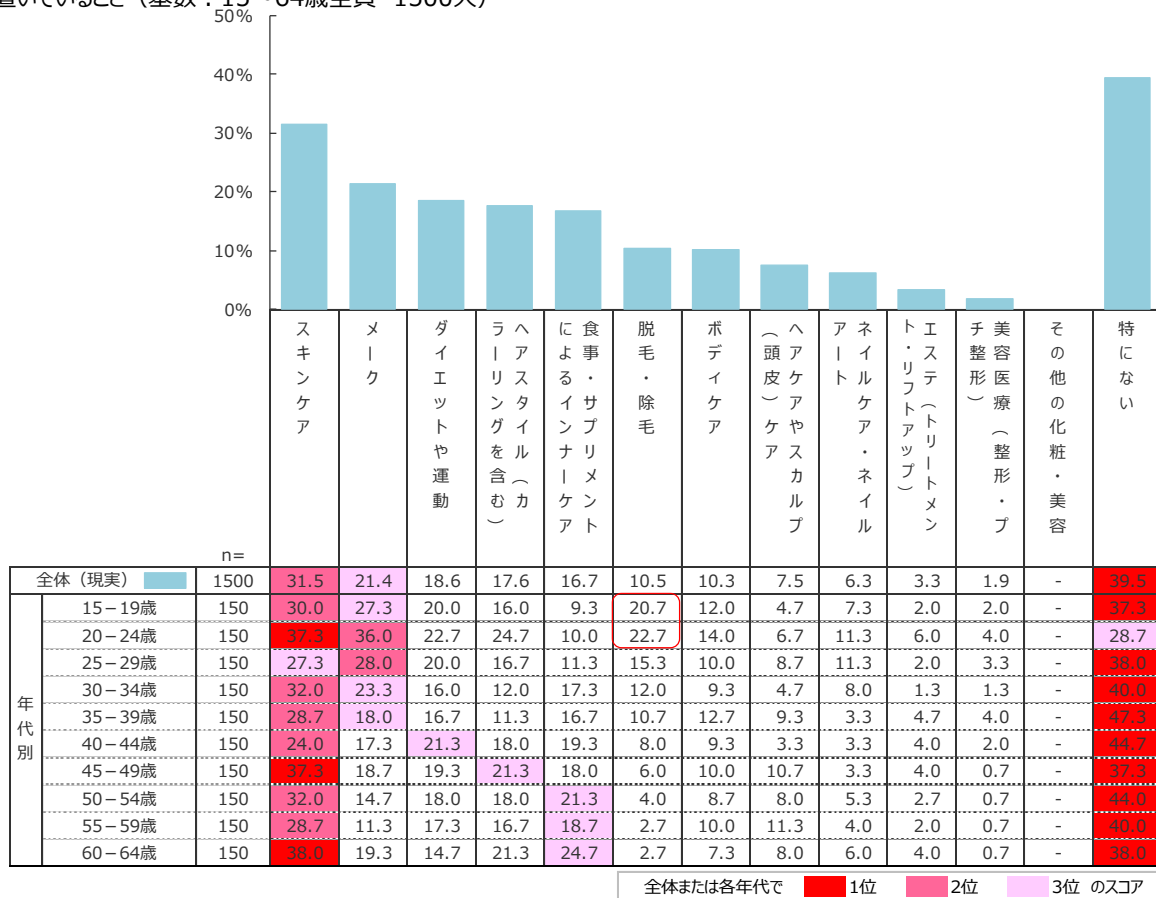
IV . 化粧への価値観

現実として比重を置いていること

■化粧・美容に関する事柄の中で、現実として比重を置いていることをたずねたところ、「スキンケア」「メイク」が上位。

- ・「特にない」は40%。
- ・トップ3の組み合わせをみると、15～39歳では「スキンケア」「メイク」「特にない」、40～44歳では「スキンケア」「ダイエットや運動」「特にない」、45～49歳では「スキンケア」「カラーリング」「特にない」、50～64歳では「スキンケア」「食事・サプリメントによるインナーケア」「特にない」。
- ・「脱毛・除毛」は15～24歳のスコアが全体より高い。

■ Q15 現実として比重を置いていること（基数：15～64歳全員 1500人）

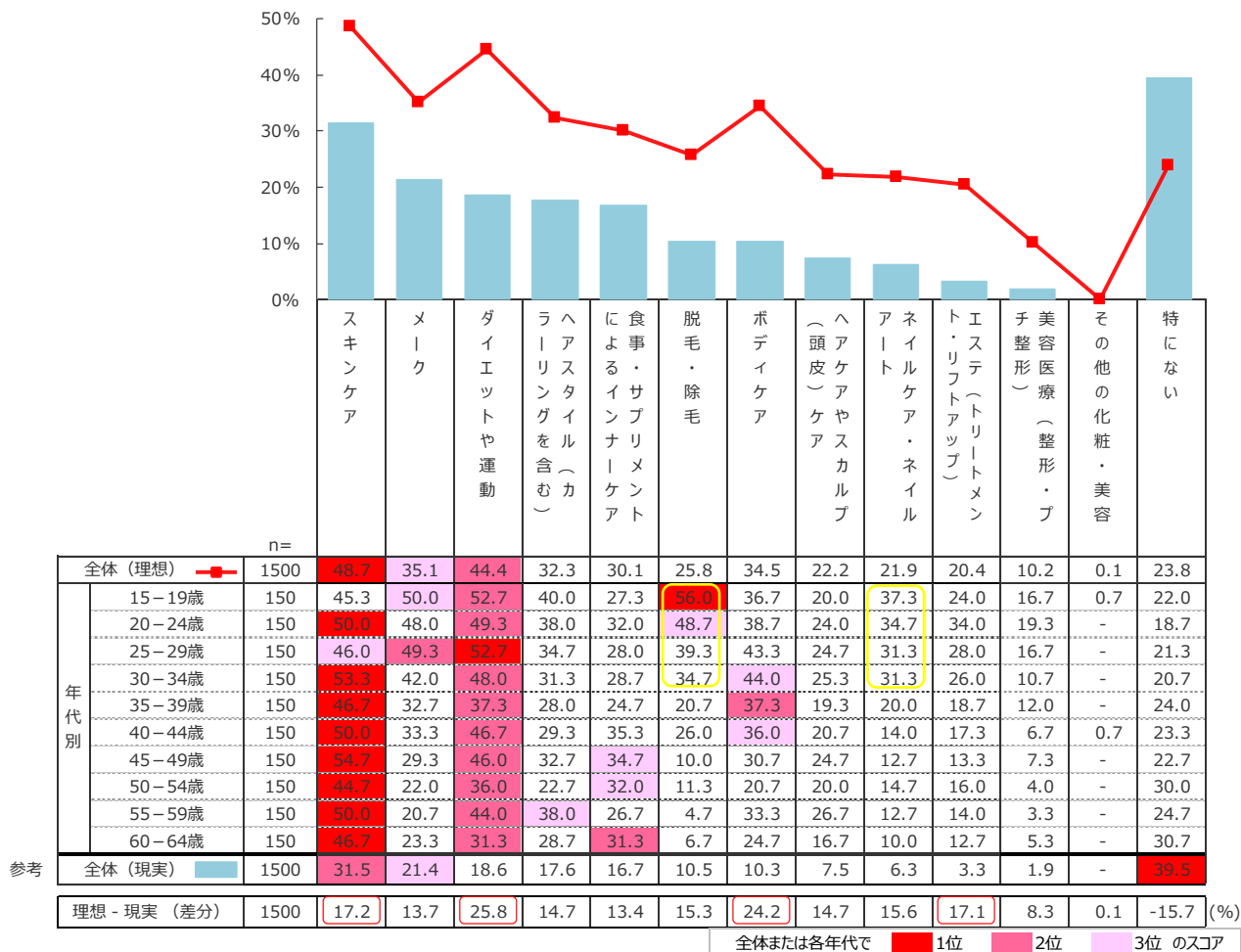


現実として比重を置いていること／理想として比重を置きたいこと②

■理想として比重を置きたいことは「スキンケア」「ダイエットや運動」「メイク」「ボディケア」が上位。

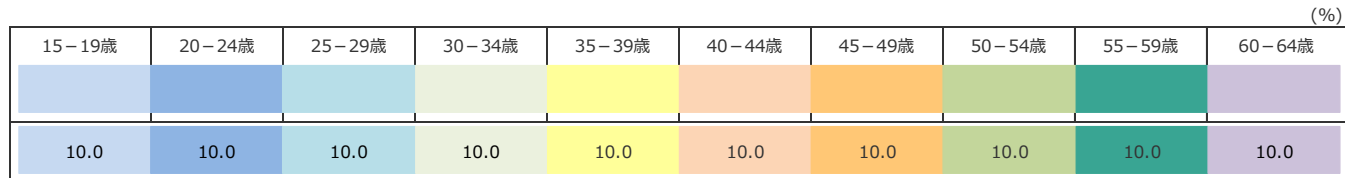
- 15～64歳の各年代（5歳刻み）で「ダイエットや運動」がトップ2に入る。20～24、30～64歳では「スキンケア」がトップ。
- 「脱毛・除毛」「ネイルケア・ネイルアート」は15～34歳のスコアが全体より高い。
- 理想と現実の差分（ギャップ）をみると、「特になし」以外のすべての項目で理想が現実を上回る。特にスコア差が大きなものは「ダイエットや運動」差分26%、「ボディケア」24%。つづいて「スキンケア」17%、「エステ」17%。

■Q15 理想として比重を置きたいこと（基数：15～64歳全員 1500人）

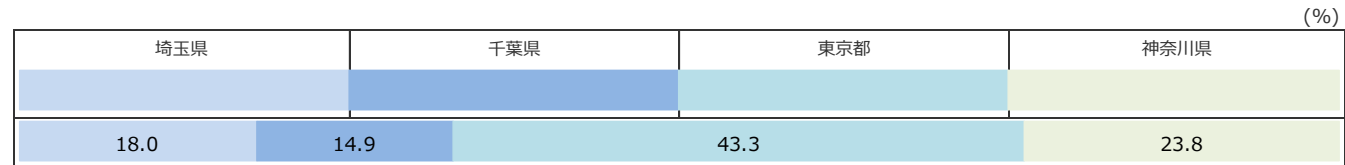


補足（対象者プロフィール）

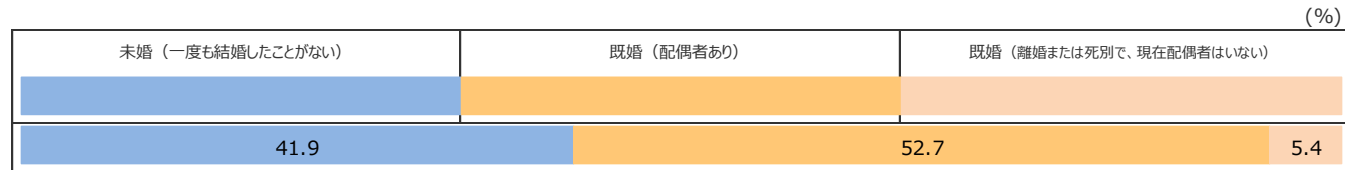
■ SC2 年齢



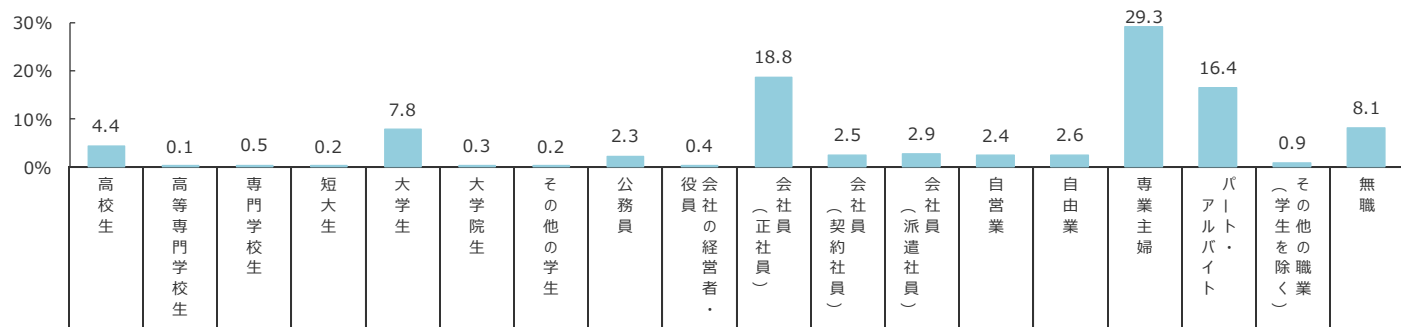
■ SC3 居住地



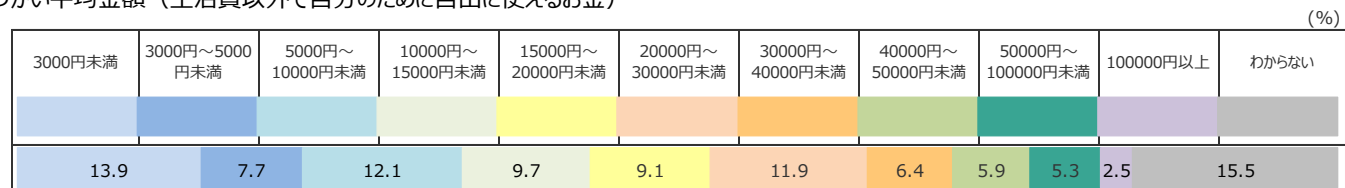
■ SC5 未婚



■ SC7 職業



■ Q16 1ヶ月のおこづかい平均金額（生活費以外で自分のために自由に使えるお金）



補足（本レポートでの区分について）

- Q1.1 現使用スキンケアアイテム区分
「パック計」：シートパック・パック（シート状ではないもの）
- Q1.2 現使用メイクアイテム区分
「アイメイク使用計」：アイシャドー アイブロー アイライナー マスカラ のうち1つ以上を選んだ人の割合
「チークカラー フェイスカラー使用計」：チークカラー フェイスカラー のうち1つ以上を選んだ人の割合
「リップメイク使用計」：リップライナー 口紅 リップグロス のうち1つ以上を選んだ人の割合
- Q4.1/Q4.2 メークを行っている場所区分
「自宅内」：自宅の洗面所 自宅のリビング・ダイニング 自分の部屋 その他の自宅の部屋 のうち1つ以上を選んだ人の割合
「自宅外」：バスの中 車の中 電車の中 駅の化粧室 駅のホーム 職場・学校の席 職場・学校の化粧室 職場・学校の更衣室
カフェ・飲食店の席 カフェ・飲食店の化粧室 デパートなど商業施設の化粧室 のうち1つ以上を選んだ人の割合
「化粧室計」：駅の化粧室 職場・学校の化粧室 カフェ・飲食店の化粧室 デパートなど商業施設の化粧室 のうち1つ以上を選んだ人の割合
- Q49.4 購入経路区分
「対面店販計」：デパート・百貨店 化粧品メーカー・ブランドの専門店舗 薬局(薬の販売が主な店) のうち1つ以上を選んだ人の割合
「セルフ店販計」：スーパー ドラッグストア パラエティショップ ディスカウントストア 化粧品を中心に扱う店 100円ショップ のうち1つ以上を選んだ人の割合
「通販計」：化粧品メーカー・ブランドの公式サイト 化粧品メーカー以外のショッピングサイト カタログでの通信販売
「実店舗計」：デパート・百貨店 スーパー 化粧品メーカー・ブランドの専門店舗 薬局(薬の販売が主な店) ドラッグストア パラエティショップ ディスカウントストア
化粧品を中心に扱う店 免税店 100円ショップ 美容院 のうち1つ以上を選んだ人の割合
「インターネット計」：化粧品メーカー・ブランドの公式サイト 化粧品メーカー以外のショッピングサイト フリーマーケットサイト のうち1つ以上を選んだ人の割合
- Q50.4 情報収集経路区分
「雑誌・新聞の記事 計」：女性雑誌の記事 美容専門雑誌の記事 商品の新聞・雑誌広告 のうち1つ以上を選んだ人の割合
「周囲の人・街中の人からの影響 計」：母 きょうだい 自分子ども 友人・知人 街中の人を見て のうち1つ以上を選んだ人の割合
「インターネット計」：化粧品メーカーのサイト 化粧品メーカー以外のショッピングサイト クチコミのWEBサイトやアプリ 美容家・タレントなどのブログ Twitter Instagram
Facebook LINE 動画コンテンツ のうち1つ以上を選んだ人の割合