

# 化粧・美しさの価値観と未来予想

ポーラ文化研究所は、15～64歳の男女2,000人を対象に2021年11月9日～11月12日にアンケート調査を行いました。自分にとってのスキンケアやメイクの位置づけ、現在と20年後の未来における化粧・美しさに関する価値観を探りました。

## 調査結果のポイント

### □ スキンケア・メイクは自分にとってどのようなこと？

- スキンケアについて、女性は生活で欠かせないことと位置づける人が多い。男性は「特に考えはない」人が多いものの、スキンケアには「人への印象を良くすること」といったコミュニケーションに関わる要素があるとらえているようだ。
- メイクについて、女性は「人への印象を良くすること」「社会のマナー、礼儀に近いこと」といったコミュニケーションや社会との協調に関わることと位置づける人が多い。男性はメイクへの明確な考えをもたない人が女性より多い状況。

→ P3, P4

10項目の「化粧や美しさに関する価値観」を提示し、自分自身の思いについてたずねた。

### □ 自分自身にとっての化粧・美しさの価値観

- 女性は「メイクはTPOに合わせるもの」がトップだが、メイクは自由に、好きなように楽しむといった価値観もみられる。一方、男性は提示した全項目で女性のスコアを下回った。男性のスキンケア・メイク実行率は女性より低く、実際に自分が行っているかどうかの違いが回答に影響しているようだ。

→ P5

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会、20年後の未来において多くいると思うか、推測・予想してもらった。

### □ 現在の社会における化粧・美しさの価値観

- 男女ともに「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」「メイクはTPOに合わせるもの」がトップ2。続いて、女性では「スキンケアは自身にとって大切なもの」、男性では「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」「スキンケアは自身にとって大切なもの」があがった。

→ P7

### □ 20年後の未来における化粧・美しさの価値観

- 男女ともに「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前もの」「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」が20年後の未来予想で増加した項目トップ3。減少した項目は「メイクはTPOに合わせるもの」「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」。
- 男女ともに「スキンケアやメイクは性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人は今後増える」と、思っている様子。また、TPOに合わせる、人に不快感を与えないよう行うといった社会的な役割にメイクを紐づける価値観をもつ人は、現在より多いとは思っていないようだ。

→ P11, P12

2022年8月30日

## 目次

### I. 自分にとっての化粧の位置づけ

- ① スキンケア ..... [P3](#)
- ② メーク ..... [P4](#)

### II. 化粧・美しさに関する価値観

- ① 自分自身 ..... [P5](#)
- ② 現在の社会の人々【現在の推測】 ..... [P7](#)
- ③ 20年後の社会の人々【未来予想】 ..... [P9](#)
- ④ 【現在の推測】と【未来予想】を比較 ..... [P11](#)

### 参考データ

- 自分にとっての化粧の位置づけ ..... [P15](#)
- 化粧・美しさに関する価値観 ..... [P17](#)
- よそおい・美容・化粧に関する参考情報源 ..... [P20](#)
- 対象者プロフィール ..... [P21](#)

## 調査実施概要

調査名：ポーラ文化研究所 化粧文化調査2021

調査時期：2021年11月9日（火）15:30～2021年11月12日（金）9:00

調査方法：インターネット調査

回答デバイス：PC・スマートフォン

調査対象者：首都圏一都三県（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）に居住する15～64歳の男女2,000人

女性の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100人

男性の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100人

※調査会社のアンケートモニター（約220万人）のうち、47,008人にメールにて調査を依頼。回答者12,808人の中から年齢層（男女別5歳刻み）ごとに100人を無作為に選び、合計2,000人を調査対象として抽出した。

※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。

※属性に関する情報（年齢、居住地、未婚、職業）は、アンケートモニターを保有する調査会社で事前（「ポーラ文化研究所 化粧文化調査2021」回答時より1年以内）に聴取した情報である。

※本レポートで表記した構成比（%）の数値は、小数点以下第二位を四捨五入し表記している。そのため、内訳の合計が100%とならないことがある。

※本レポートで表記した「平均反応個数」は、複数回答形式の設問において、他選択肢と「排他」の関係となる「特にない」「わからない」といった選択肢（複数選択できない選択肢）の回答者を算出のベースから除いている。

※本レポートの調査は2022年6月23日に発表した調査レポート「ウイズコロナ時代の美容行動「画面越しに見せたい顔」とは？」の調査と同一である。

# I. 自分にとっての化粧の位置づけ ①スキンケア

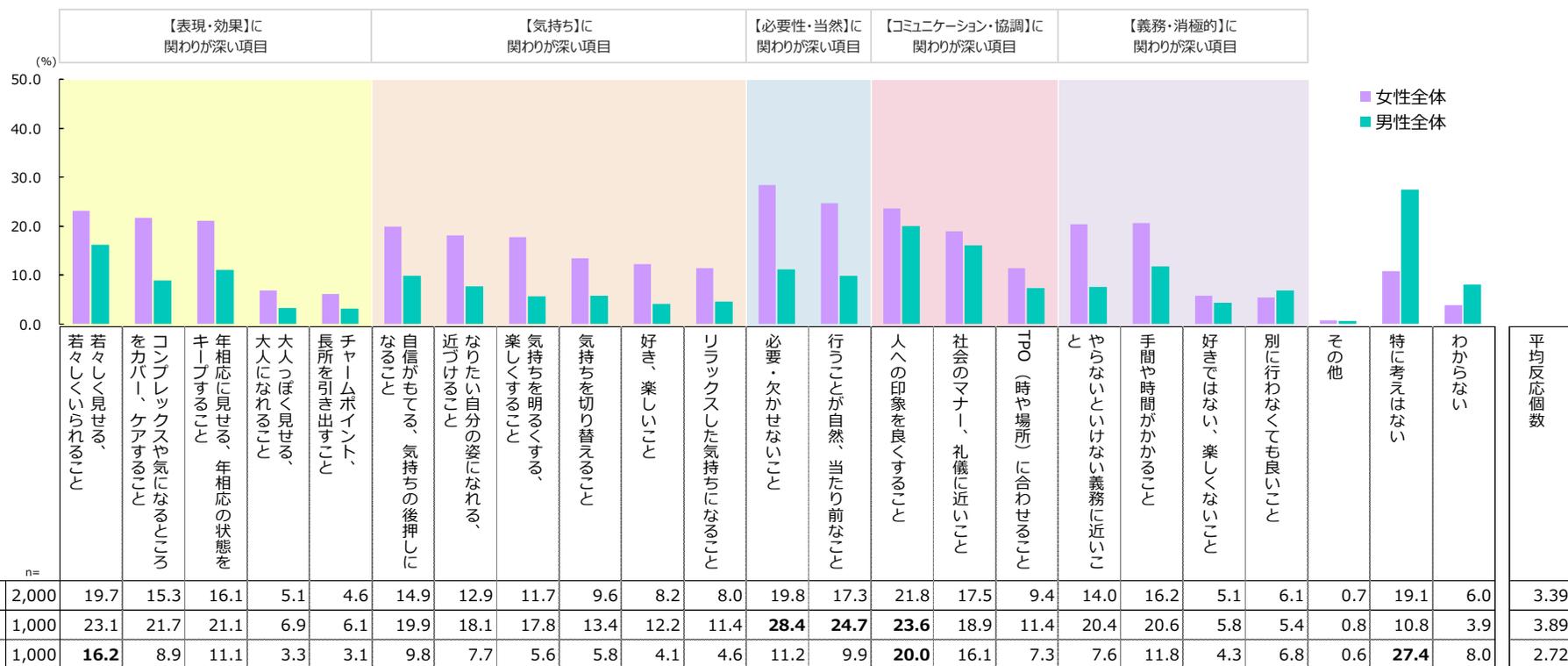
自分にとって、スキンケアとはどのようなことかたずねた。

- 女性は、「必要・欠かせないこと」28.4%、「行うことが自然、当たり前なこと」24.7%、「人への印象を良くすること」23.6%がトップ3。
- 男性は、「特に考えはない」27.4%、「人への印象を良くすること」20.0%、「若々しく見せる、若々しくいられること」16.2%がトップ3で、「社会のマナー、礼儀に近いこと」16.1%がそれに続いた。

「特に考えはない」「わからない」「別に行わなくてもよいこと」を除く全項目で、女性が男性のスコアを上回り、スコア差が特に大きい項目は「必要・欠かせないこと」（スコア差+17.2ポイント）、「行うことが自然、当たり前なこと」（スコア差+14.8ポイント）。スキンケア実行率の高い女性では（※）、スキンケアは生活で欠かせないことと位置づける人が多い。男性は「特に考えはない」人が多いものの、スキンケアには「人への印象を良くすること」といったコミュニケーションに関わる要素があるとらえているようだ。

※スキンケアを行っている女性は93.1%、男性は55.0%（ポーラ文化研究所、「ウイズコロナ時代の美容行動 「画面越しに見せたい顔」とは？」2022年6月23日 より）。

■ Q6 自分にとって、スキンケアとはどのようなことか（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



# I. 自分にとっての化粧の位置づけ ②メイク

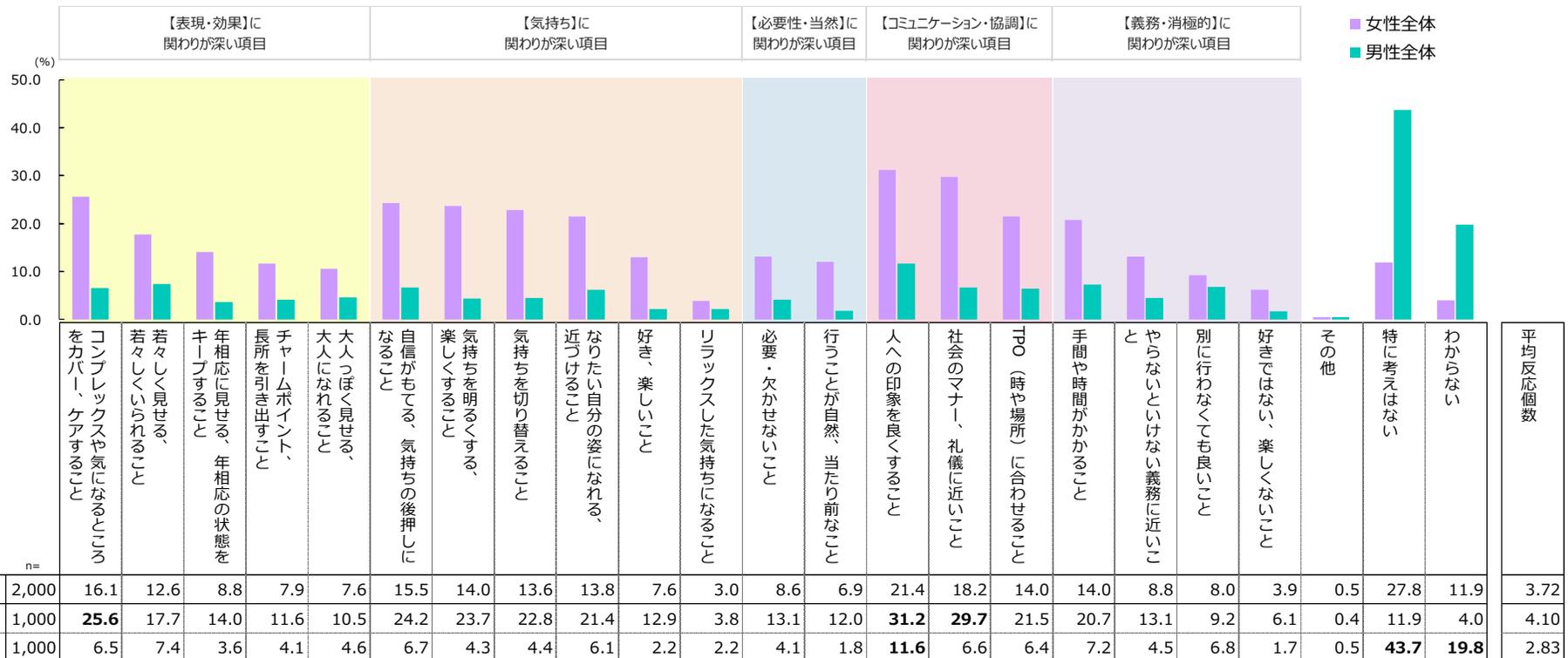
自分にとって、メイクとはどのようなことかたずねた。

- 女性は、「人への印象を良くすること」31.2%、「社会のマナー、礼儀に近いこと」29.7%、「コンプレックスや気になるところをカバー、ケアすること」25.6%がトップ3。以下、「自信がもてる、気持ちの後押しになること」24.2%、「気持ちを明るくする、楽しくすること」23.7%、「気持ちを切り替えること」22.8%が続く。
- 男性は、「特に考えはない」43.7%、「わからない」19.8%、「人への印象を良くすること」11.6%がトップ3。

女性はメイクを「人への印象を良くすること」「社会のマナー、礼儀に近いこと」といったコミュニケーションや社会との協調に関わることと位置づける人が多い。また、「コンプレックスや気になるところをカバー、ケアすること」という機能的な観点や、「自信がもてる、気持ちの後押しになること」「気持ちを明るくする、楽しくすること」「気持ちを切り替えること」といった自身の気持ちに関わる観点があるようだ。男性は「特に考えはない」「わからない」「その他」を除く全項目で、女性のスコアを下回る。男性のメイク実行率は女性より低く（※）、メイクへの明確な考えをもたない人が女性より多いようだ。

※メイクを行っている女性は81.8%、男性は16.6%（ポーラ文化研究所、「ウイズコロナ時代の美容行動 「画面越しに見せたい顔」とは？」2022年6月23日 より）。

■ Q7 自分にとって、メイクとはどのようなことか（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



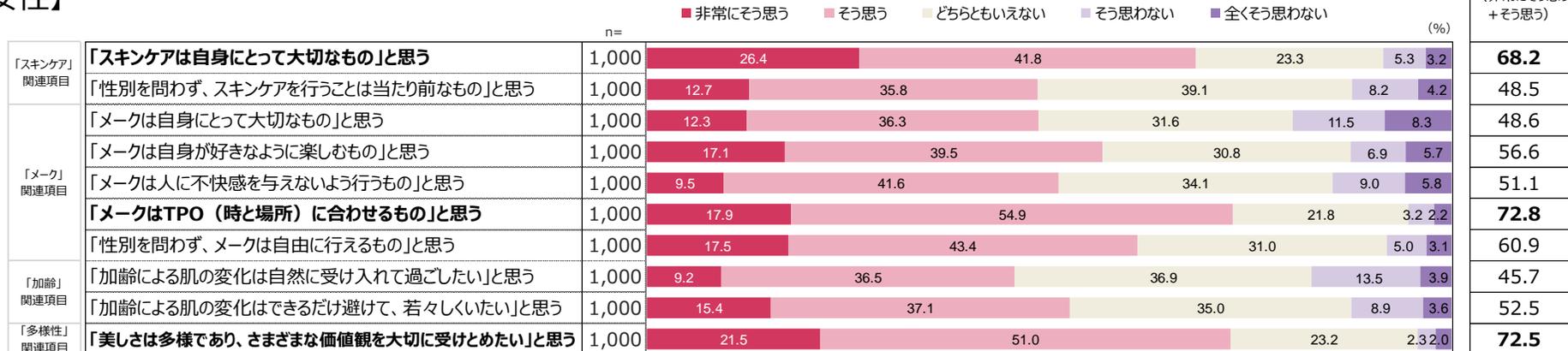
## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ①自分自身

10項目の「化粧や美しさに関する価値観」を提示し、自分自身の思いとして、「そう思う（非常にそう思う+そう思う）」と答えた割合をみた。

- 女性は、「メイクはTPOに合わせるもの」72.8%、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」72.5%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」68.2%がトップ3。以下、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」60.9%、「メイクは自身が好きなように楽しむもの」56.6%が続く。「メイクはTPOに合わせるもの」がトップだが、メイクは自由に、好きなように楽しむといった価値観もみられる。
- 男性は、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」48.6%、「メイクはTPOに合わせるもの」44.1%、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」37.8%がトップ3。全項目で男性の「そう思う（非常にそう思う+そう思う）」の割合は女性を下回る。男性のスキンケア・メイク実行率は女性より低く（3,4P参照）、実際に自分が行っているかどうかの違いが回答に影響しているようだ。

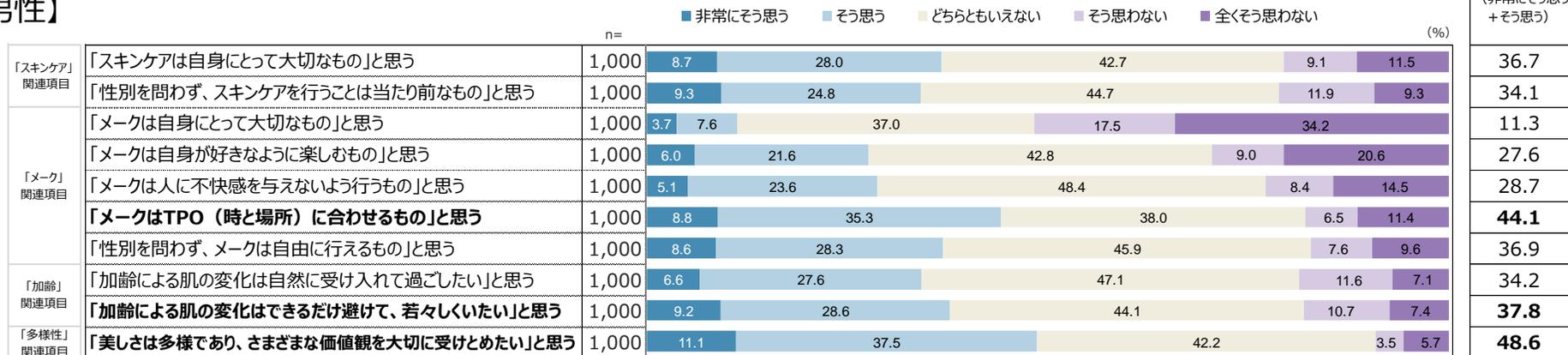
■Q12 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは（基数：女性全員1,000人）

### 【女性】



■Q12 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは（基数：男性全員1,000人）

### 【男性】



## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ①自分自身\_年代別

10項目の「化粧や美しさに関する価値観」を提示し、自分自身の思いとして、「そう思う（非常にそう思う+そう思う）」と答えた割合を年代別にみた。

- 「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」：女性では10代後半～60代前半で67.5～80.0%。男性では10代後半で70.0%。
- 「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」：女性では10代後半で73.0%、20代で73.5%と、女性全体より10ポイント以上高いスコア。10代後半の男性では59%と、男性全体を20ポイント以上上回り、他の年代との差がみられた。

■Q12 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは「非常にそう思う+そう思う」と答えた割合（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		「スキンケア」関連項目	「メイク」関連項目					「加齢」関連項目	「多様性」関連項目			
			「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う	「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う	「メイクはCO（時と場所）に合わせるもの」と思う	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う	「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」と思う	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う
		n=	（%）									
	全体	2,000	52.5	41.3	30.0	42.1	39.9	58.5	48.9	40.0	45.2	60.6
性別	女性全体	1,000	68.2	48.5	48.6	56.6	51.1	72.8	60.9	45.7	52.5	72.5
	男性全体	1,000	36.7	34.1	11.3	27.6	28.7	44.1	36.9	34.2	37.8	48.6
女性年代別	女性10代後半	100	73.0	53.0	56.0	75.0	38.0	71.0	73.0	46.0	52.0	75.0
	女性20代	200	77.5	63.0	67.0	72.0	47.0	75.0	73.5	44.5	60.5	80.0
	女性30代	200	69.5	50.5	52.0	57.5	50.0	68.0	65.0	41.5	57.5	71.5
	女性40代	200	63.0	42.5	43.0	47.5	55.0	73.5	52.5	48.0	48.0	67.5
	女性50代	200	63.0	37.5	36.0	46.5	56.0	75.0	53.5	48.0	46.0	69.5
	女性60代前半	100	63.0	45.0	34.0	44.0	57.0	74.0	47.0	47.0	49.0	73.0
男性年代別	男性10代後半	100	64.0	54.0	28.0	53.0	30.0	56.0	59.0	35.0	49.0	70.0
	男性20代	200	43.0	41.5	14.5	31.0	29.5	45.5	38.5	32.0	36.5	50.0
	男性30代	200	44.5	38.0	13.0	32.0	30.5	41.0	39.0	25.0	40.5	46.5
	男性40代	200	30.5	28.0	7.5	20.0	27.5	40.5	31.0	35.5	33.5	36.0
	男性50代	200	24.5	23.5	6.0	21.0	27.5	43.0	35.5	42.5	36.0	55.0
	男性60代前半	100	18.0	25.0	3.0	15.0	27.0	45.0	22.0	37.0	36.0	41.0

※表の色付け：「女性年代別」は「女性全体」、「男性年代別」は「男性全体」とくらべて 10ポイント以上高いスコアに■、10ポイント以上低いスコアに■

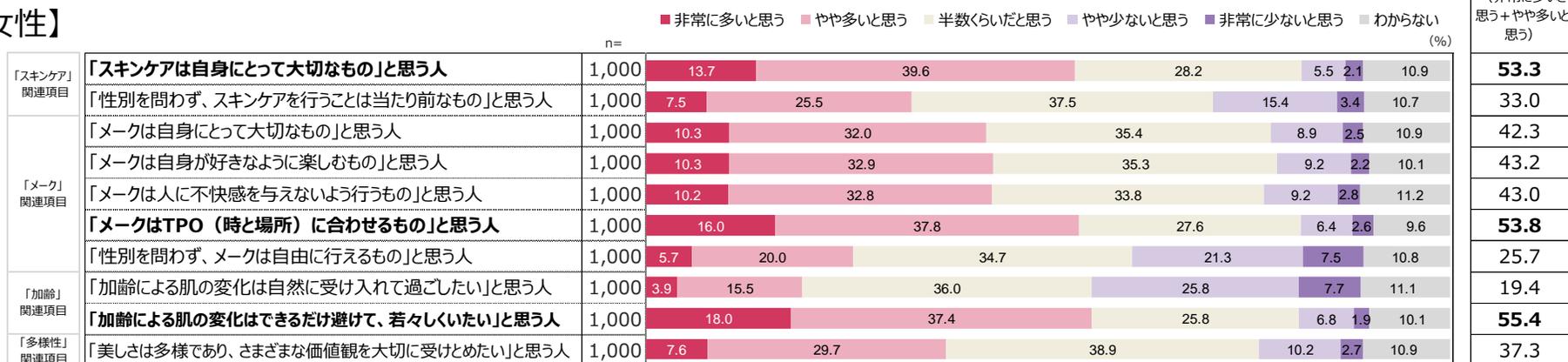
## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ②現在の社会の人々【現在の推測】

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人について、現在の日本社会において、どれくらいいると思うかたずね、「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合をみた。

- 女性では、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」55.4%、「メイクはTPOに合わせるもの」53.8%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」53.3%が過半数を占めた項目。
- 男性では、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」36.2%、「メイクはTPOに合わせるもの」35.1%、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」28.7%、「スキンケアは自身にとって大切なもの」28.6%が上位にあがった。男性は全項目で女性のスコアを下回る。

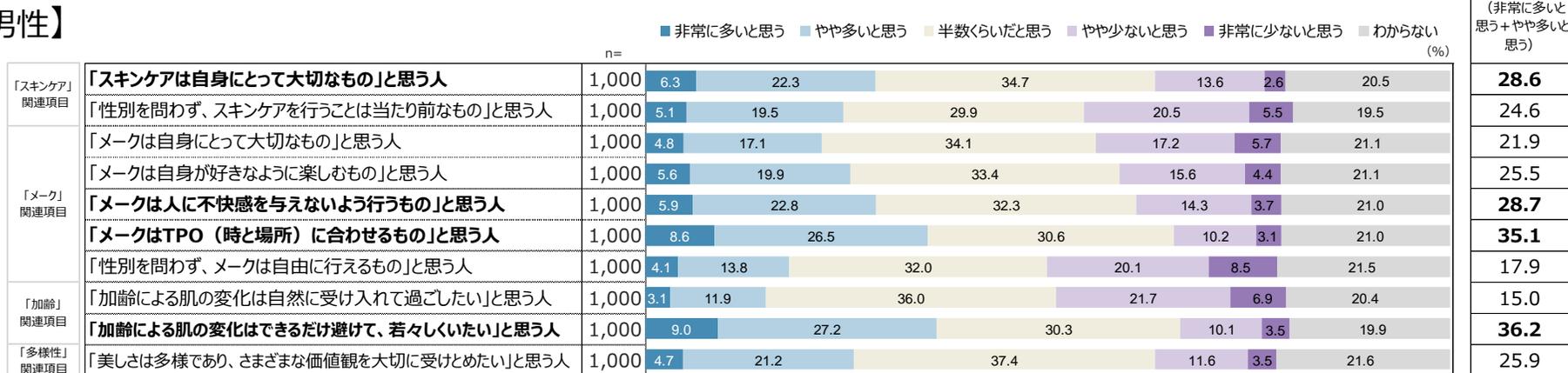
■ Q14 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：女性全員1,000人）

### 【女性】



■ Q14 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：男性全員1,000人）

### 【男性】



## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ②現在の社会の人々【現在の推測】\_年代別

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人について、現在の日本社会において、どれくらいいると思うかたずね、「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合を年代別にみた。

- 女性では、10代後半で「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」、20代で「メイクは自身が好きなように楽しむもの」が女性全体より10ポイント以上高い。若い年代を中心に、性別に関わらずメイクは誰でも自由に行えるもの、好きなように楽しめるものとしてとらえている人が多い様子。
- 男性では、10代後半で「スキンケアは自身にとって大切なもの」「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」「メイクは自身が好きなように楽しむもの」のスコアが男性全体より10ポイント以上高い。

■ Q14 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいると思うか\_「非常に多い+やや多いと思う」と答えた割合（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		「スキンケア」関連項目		「メイク」関連項目					「加齢」関連項目		「多様性」関連項目		
		n=		「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	「メイクは自身が好きように楽しむもの」と思う人	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	「メイクはPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」と思う人	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人
	全体	2,000	41.0	28.8	32.1	34.4	35.9	44.5	21.8	17.2	45.8	31.6	
性別	女性全体	1,000	53.3	33.0	42.3	43.2	43.0	53.8	25.7	19.4	55.4	37.3	
	男性全体	1,000	28.6	24.6	21.9	25.5	28.7	35.1	17.9	15.0	36.2	25.9	
女性年代別	女性10代後半	100	55.0	31.0	49.0	52.0	42.0	57.0	37.0	24.0	62.0	45.0	
	女性20代	200	55.5	37.0	49.0	54.5	45.5	60.5	31.5	22.5	58.0	43.0	
	女性30代	200	52.0	32.5	40.0	35.0	42.5	50.5	20.5	13.0	57.0	31.0	
	女性40代	200	50.0	30.0	38.0	36.0	47.5	52.5	23.5	19.5	49.5	34.5	
	女性50代	200	54.5	34.0	41.5	46.5	41.0	53.5	23.5	20.5	55.0	34.5	
	女性60代前半	100	54.0	32.0	37.0	36.0	35.0	47.0	22.0	19.0	53.0	42.0	
男性年代別	男性10代後半	100	43.0	40.0	29.0	39.0	41.0	42.0	27.0	21.0	40.0	42.0	
	男性20代	200	24.5	26.0	23.5	26.0	28.0	37.5	18.0	18.5	32.5	26.0	
	男性30代	200	29.0	27.0	23.5	25.0	26.5	37.5	18.5	14.5	38.0	22.5	
	男性40代	200	28.0	17.5	16.5	22.0	25.5	32.0	16.5	9.5	35.5	22.0	
	男性50代	200	27.5	23.0	21.0	23.5	26.5	30.5	16.0	15.0	36.0	25.5	
男性60代前半	100	25.0	19.0	21.0	23.0	33.0	34.0	14.0	14.0	38.0	25.0		

※表の色付け：「女性年代別」は「女性全体」、「男性年代別」は「男性全体」とくらべて 10ポイント以上高いスコアに■、10ポイント以上低いスコアに■

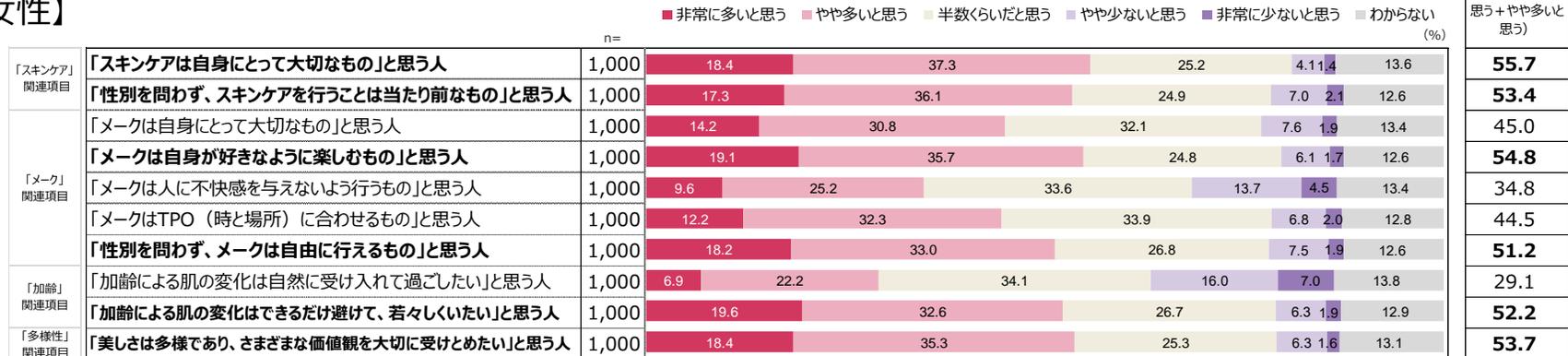
## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ③20年後の社会の人々【未来予想】

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人について、20年後の日本社会において、どれくらいいると思うか予想してもらい、今後、「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」と予想した割合をみた。

- 女性では、「スキンケアは自身にとって大切なもの」55.7%、「メイクは自身が好きなように楽しむもの」54.8%、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」53.7%、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」53.4%、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」52.2%、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」51.2%が、過半数を占めた項目。
- 男性では、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」35.8%、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」35.5%、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」32.6%がトップ3。男性は全項目で女性のスコアを下回る。

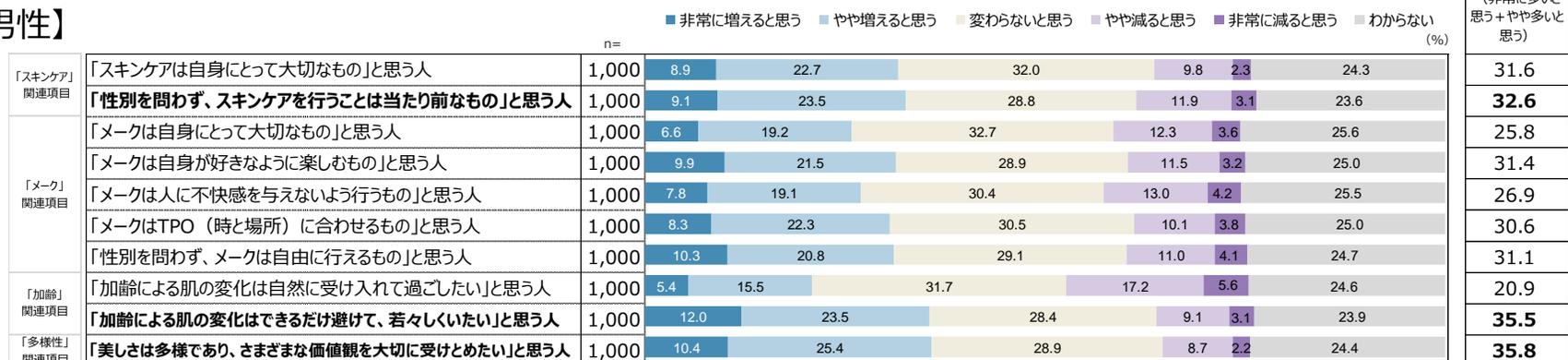
■ Q15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：女性全員1,000人）

【女性】



■ Q15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：男性全員1,000人）

【男性】



## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ③20年後の社会の人々【未来予想】\_年代別

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人について、20年後の日本社会において、どれくらいいると思うか予想してもらい、今後、「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」と予想した割合を年代別にみた。

- 女性では、10代後半～20代で「メイクは自身にとって大切なもの」、20代で「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」が女性全体より10ポイント以上高い。
- 男性では、10代後半で「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」以外の全項目が男性全体より10ポイント以上高い。60代前半では「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」が10ポイント以上低い。

■ Q15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか\_「非常に多い+やや多いと思う」と答えた割合（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

			「スキンケア」関連項目		「メイク」関連項目				「加齢」関連項目		「多様性」関連項目	
		n=	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	「メイクは自身が好きないように楽しむもの」と思う人	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	「メイクはPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」と思う人	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人
全体		2,000	43.7	43.0	35.4	43.1	30.9	37.6	41.2	25.0	43.9	44.8
性別	女性全体	1,000	55.7	53.4	45.0	54.8	34.8	44.5	51.2	29.1	52.2	53.7
	男性全体	1,000	31.6	32.6	25.8	31.4	26.9	30.6	31.1	20.9	35.5	35.8
女性年代別	女性10代後半	100	57.0	56.0	58.0	61.0	32.0	49.0	60.0	34.0	57.0	57.0
	女性20代	200	65.0	64.0	56.5	64.0	37.0	51.5	58.5	31.0	56.5	63.5
	女性30代	200	55.0	54.0	40.5	57.0	32.0	39.0	52.0	24.0	46.5	52.5
	女性40代	200	50.5	50.0	42.5	45.0	34.0	39.0	46.5	29.5	47.5	46.0
	女性50代	200	52.5	47.0	38.0	53.0	37.5	45.0	45.0	31.0	55.0	48.5
	女性60代前半	100	54.0	48.0	37.0	49.0	35.0	47.0	48.0	26.0	54.0	59.0
男性年代別	男性10代後半	100	49.0	48.0	49.0	52.0	39.0	42.0	52.0	34.0	43.0	50.0
	男性20代	200	31.0	34.0	27.5	29.0	27.5	29.0	31.5	21.0	32.5	35.5
	男性30代	200	30.0	34.5	26.5	33.5	24.5	31.5	31.5	22.0	36.0	36.0
	男性40代	200	29.0	29.5	19.0	27.0	26.5	26.5	27.5	19.0	37.5	32.5
	男性50代	200	31.5	28.5	21.5	29.0	23.0	28.5	29.0	17.5	34.5	34.5
	男性60代前半	100	24.0	25.0	20.0	25.0	27.0	33.0	20.0	16.0	31.0	31.0

※表の色付け：「女性年代別」は「女性全体」、「男性年代別」は「男性全体」とくらべて 10ポイント以上高いスコアに■、10ポイント以上低いスコアに■

## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ④【現在の推測】と【未来予想】を比較 女性

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在の推測と20年後の未来予想の回答を比較、女性が回答した「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合をみた。

- 未来予想で現在より「多いと思う」が増加した項目トップ3は、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」+25.5ポイント、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」+20.4ポイント、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」+16.4ポイント。スキンケアやメイクは性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人は今後増えると思っている様子。
- 未来予想で現在より「多いと思う」が減少した項目は、「メイクはTPOに合わせるもの」-9.3ポイント、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」-8.2ポイント、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」-3.2ポイント。TPOに合わせる、人に不快感を与えないよう行うといった社会的な役割にメイクを紐づける価値観をもつ人は、現在より多いとは思っていないようだ。

■ Q14,15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：女性全員1,000人）

【女性】

価値観項目	現在	未来予想	n=						多いと思う (非常に多い+ やや多い と思う) (%)	未来予想 -現在の差
			非常に多いと思う	やや多いと思う	半数くらいだと思う	やや少ないと思う	非常に少ないと思う	わからない		
「スキンケア」 関連項目	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	1,000	13.7	39.6	28.2	5.5	2.1	10.9	53.3	+2.4
	未来予想	1,000	18.4	37.3	25.2	4.1	1.4	13.6	55.7	
「性別を問わず、 スキンケアを行うことは当たり前なもの」と 思う人	現在	1,000	7.5	25.5	37.5	15.4	3.4	10.7	33.0	+20.4
	未来予想	1,000	17.3	36.1	24.9	7.0	2.1	12.6	53.4	
「メイク」 関連項目	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	現在	10.3	32.0	35.4	8.9	2.5	10.9	42.3	+2.7
	未来予想	1,000	14.2	30.8	32.1	7.6	1.9	13.4	45.0	
	「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う人	現在	1,000	10.3	32.9	35.3	9.2	2.2	10.1	+11.6
	未来予想	1,000	19.1	35.7	24.8	6.1	1.7	12.6	54.8	
	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	現在	1,000	10.2	32.8	33.8	9.2	2.8	11.2	-8.2
	未来予想	1,000	9.6	25.2	33.6	13.7	4.5	13.4	34.8	
「メイクはTPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人	現在	1,000	16.0	37.8	27.6	6.4	2.6	9.6	53.8	-9.3
未来予想	1,000	12.2	32.3	33.9	6.8	2.0	12.8	44.5		
「性別を問わず、 メイクは自由に行えるもの」と 思う人	現在	1,000	5.7	20.0	34.7	21.3	7.5	10.8	25.7	+25.5
	未来予想	1,000	18.2	33.0	26.8	7.5	1.9	12.6	51.2	
「加齢」 関連項目	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	現在	3.9	15.5	36.0	25.8	7.7	11.1	19.4	+9.7
	未来予想	1,000	6.9	22.2	34.1	16.0	7.0	13.8	29.1	
「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、 若々しくいたい」と 思う人	現在	1,000	18.0	37.4	25.8	6.8	1.9	10.1	55.4	-3.2
	未来予想	1,000	19.6	32.6	26.7	6.3	1.9	12.9	52.2	
「多様性」 関連項目	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人	現在	7.6	29.7	38.9	10.2	2.7	10.9	37.3	+16.4
	未来予想	1,000	18.4	35.3	25.3	6.3	1.6	13.1	53.7	

## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ④【現在の推測】と【未来予想】を比較 男性

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在の推測と20年後の未来予想の回答を比較、男性が回答した「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合をみた。

- 未来予想で現在より「多いと思う」が増加した項目トップ3は、「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」+13.2ポイント、「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」+9.9ポイント、「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」+8.0ポイント。トップ3の項目は女性と同一となっている（11P参照）。女性と同様に男性においても、スキンケアやメイクは性別を問わないと思う人、美しさは多様でさまざまな価値観を大切にしたい人は今後増えると思っている様子。
- 未来予想で現在より「多いと思う」が減少した項目は、「メイクはTPOに合わせるもの」-4.5ポイント、「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」-1.8ポイント、「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」-0.7ポイントと、女性と同じ項目が減少。男性においても、TPOに合わせる、人に不快感を与えないよう行うといった社会的な役割にメイクを紐づける価値観をもつ人は、現在より多いとは思っていないようだ。

■Q14,15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか（基数：男性全員1,000人）

### 【男性】

		n=						多いと思う (非常に多いと 思う+やや多い と思う)	未来予想 -現在の差
			非常に多いと思う	やや多いと思う	半数くらいだと思う	やや少ないと思う	非常に少ないと思う	わからない	(%)
「スキンケア」 関連項目	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	現在	6.3	22.3	34.7	13.6	2.6	20.5	28.6
		未来予想	8.9	22.7	32.0	9.8	2.3	24.3	31.6
「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	現在	5.1	19.5	29.9	20.5	5.5	19.5	24.6	
	未来予想	9.1	23.5	28.8	11.9	3.1	23.6	32.6	
「メイク」 関連項目	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	現在	4.8	17.1	34.1	17.2	5.7	21.1	21.9
		未来予想	6.6	19.2	32.7	12.3	3.6	25.6	25.8
「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う人	現在	5.6	19.9	33.4	15.6	4.4	21.1	25.5	
	未来予想	9.9	21.5	28.9	11.5	3.2	25.0	31.4	
「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	現在	5.9	22.8	32.3	14.3	3.7	21.0	28.7	
	未来予想	7.8	19.1	30.4	13.0	4.2	25.5	26.9	
「メイクはTPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人	現在	8.6	26.5	30.6	10.2	3.1	21.0	35.1	
	未来予想	8.3	22.3	30.5	10.1	3.8	25.0	30.6	
「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	現在	4.1	13.8	32.0	20.1	8.5	21.5	17.9	
	未来予想	10.3	20.8	29.1	11.0	4.1	24.7	31.1	
「加齢」 関連項目	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	現在	3.1	11.9	36.0	21.7	6.9	20.4	15.0
		未来予想	5.4	15.5	31.7	17.2	5.6	24.6	20.9
「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しくいたい」と思う人	現在	9.0	27.2	30.3	10.1	3.5	19.9	36.2	
	未来予想	12.0	23.5	28.4	9.1	3.1	23.9	35.5	
「多様性」 関連項目	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人	現在	4.7	21.2	37.4	11.6	3.5	21.6	25.9
		未来予想	10.4	25.4	28.9	8.7	2.2	24.4	35.8

## Ⅱ. 化粧・美しさに関する価値観 ④【現在の推測】と【未来予想】を比較 年代別

提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人はどれくらいいると思うか、現在と20年後の未来予想の回答を比較、「多いと思う（非常に多い+やや多いと思う）」の割合を年代別にみた。

- 「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」は、男女ともに各年代で増加。特に、女性10代後半～40代では20ポイント以上増加している。
- 「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」「メイクは自身が好きなように楽しむもの」は、男女ともに各年代で増加。「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」では、女性各年代、男性10代後半で20ポイント以上増加している。男性10代後半では「メイクは自身にとって大切なもの」も20ポイント以上増加しており、メイクは性別を問わないもの、行う人にとって大切なものといった価値観をもつ人が今後増えると思っている様子。
- 「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」は、男女とも各年代で増加。女性20～30代では20ポイント以上増加している。

■ Q14,15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか「非常に多い+やや多いと思う」と答えた割合（基数：対象者全員（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

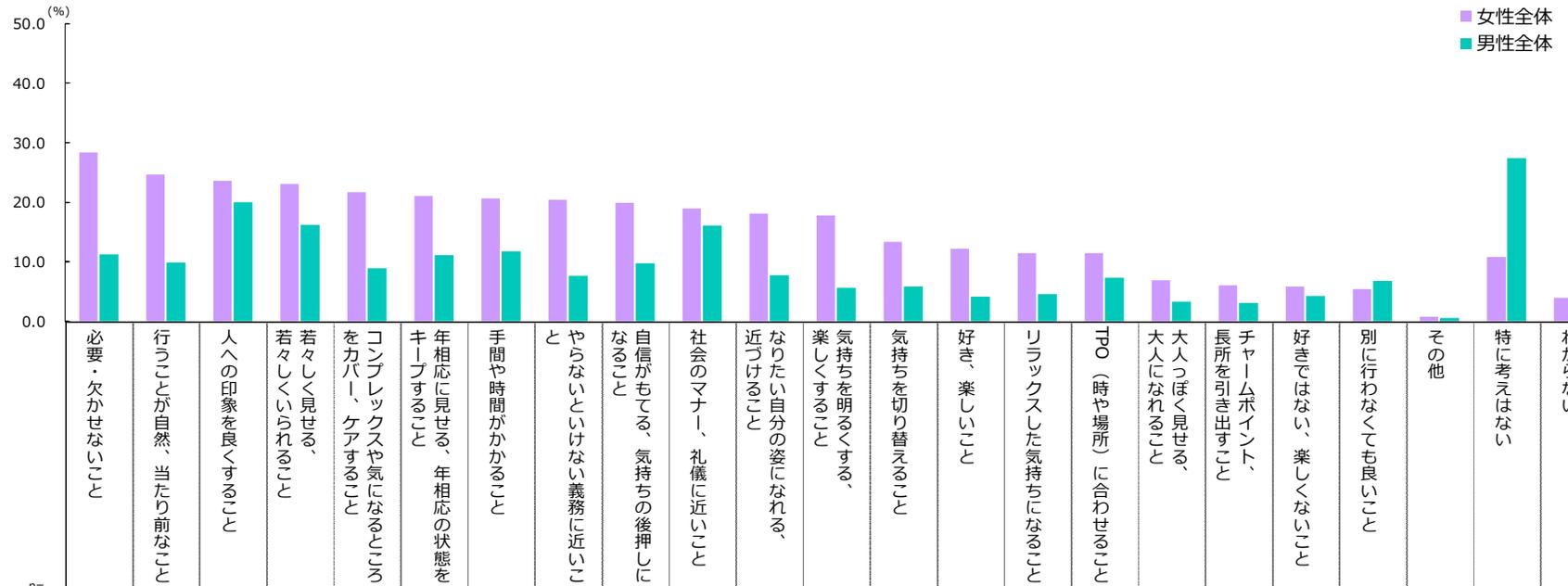
		「スキンケア」関連項目						「メイク」関連項目						「加齢」関連項目						「多様性」関連項目												
		「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人			「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人			「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人			「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う人			「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人			「メイクはTPO（時と場所）に合わせるもの」と思う人			「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人			「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人			「加齢による肌の変化はできるだけ避けて、若々しい」と思う人			「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人			
n=		現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	現在	未来予想	未来予想-現在の差	
女性全体	1,000	53.3	55.7	+2.4	33.0	53.4	+20.4	42.3	45.0	+2.7	43.2	54.8	+11.6	43.0	34.8	-8.2	53.8	44.5	-9.3	25.7	51.2	+25.5	19.4	29.1	+9.7	55.4	52.2	-3.2	37.3	53.7	+16.4	
男性全体	1,000	28.6	31.6	+3.0	24.6	32.6	+8.0	21.9	25.8	+3.9	25.5	31.4	+5.9	28.7	26.9	-1.8	35.1	30.6	-4.5	17.9	31.1	+13.2	15.0	20.9	+5.9	36.2	35.5	-0.7	25.9	35.8	+9.9	
女性年代別	女性10代後半	100	55.0	57.0	+2.0	31.0	56.0	+25.0	49.0	58.0	+9.0	52.0	61.0	+9.0	42.0	32.0	-10.0	57.0	49.0	-8.0	37.0	60.0	+23.0	24.0	34.0	+10.0	62.0	57.0	-5.0	45.0	57.0	+12.0
	女性20代	200	55.5	65.0	+9.5	37.0	64.0	+27.0	49.0	56.5	+7.5	54.5	64.0	+9.5	45.5	37.0	-8.5	60.5	51.5	-9.0	31.5	58.5	+27.0	22.5	31.0	+8.5	58.0	56.5	-1.5	43.0	63.5	+20.5
	女性30代	200	52.0	55.0	+3.0	32.5	54.0	+21.5	40.0	40.5	+0.5	35.0	57.0	+22.0	42.5	32.0	-10.5	50.5	39.0	-11.5	20.5	52.0	+31.5	13.0	24.0	+11.0	57.0	46.5	-10.5	31.0	52.5	+21.5
	女性40代	200	50.0	50.5	+0.5	30.0	50.0	+20.0	38.0	42.5	+4.5	36.0	45.0	+9.0	47.5	34.0	-13.5	52.5	39.0	-13.5	23.5	46.5	+23.0	19.5	29.5	+10.0	49.5	47.5	-2.0	34.5	46.0	+11.5
	女性50代	200	54.5	52.5	-2.0	34.0	47.0	+13.0	41.5	38.0	-3.5	46.5	53.0	+6.5	41.0	37.5	-3.5	53.5	45.0	-8.5	23.5	45.0	+21.5	20.5	31.0	+10.5	55.0	55.0	0.0	34.5	48.5	+14.0
	女性60代前半	100	54.0	54.0	0.0	32.0	48.0	+16.0	37.0	37.0	0.0	36.0	49.0	+13.0	35.0	35.0	0.0	47.0	47.0	0.0	22.0	48.0	+26.0	19.0	26.0	+7.0	53.0	54.0	+1.0	42.0	59.0	+17.0
男性年代別	男性10代後半	100	43.0	49.0	+6.0	40.0	48.0	+8.0	29.0	49.0	+20.0	39.0	52.0	+13.0	41.0	39.0	-2.0	42.0	42.0	0.0	27.0	52.0	+25.0	21.0	34.0	+13.0	40.0	43.0	+3.0	42.0	50.0	+8.0
	男性20代	200	24.5	31.0	+6.5	26.0	34.0	+8.0	23.5	27.5	+4.0	26.0	29.0	+3.0	28.0	27.5	-0.5	37.5	29.0	-8.5	18.0	31.5	+13.5	18.5	21.0	+2.5	32.5	32.5	0.0	26.0	35.5	+9.5
	男性30代	200	29.0	30.0	+1.0	27.0	34.5	+7.5	23.5	26.5	+3.0	25.0	33.5	+8.5	26.5	24.5	-2.0	37.5	31.5	-6.0	18.5	31.5	+13.0	14.5	22.0	+7.5	38.0	36.0	-2.0	22.5	36.0	+13.5
	男性40代	200	28.0	29.0	+1.0	17.5	29.5	+12.0	16.5	19.0	+2.5	22.0	27.0	+5.0	25.5	26.5	+1.0	32.0	26.5	-5.5	16.5	27.5	+11.0	9.5	19.0	+9.5	35.5	37.5	+2.0	22.0	32.5	+10.5
	男性50代	200	27.5	31.5	+4.0	23.0	28.5	+5.5	21.0	21.5	+0.5	23.5	29.0	+5.5	26.5	23.0	-3.5	30.5	28.5	-2.0	16.0	29.0	+13.0	15.0	17.5	+2.5	36.0	34.5	-1.5	25.5	34.5	+9.0
	男性60代前半	100	25.0	24.0	-1.0	19.0	25.0	+6.0	21.0	20.0	-1.0	23.0	25.0	+2.0	33.0	27.0	-6.0	34.0	33.0	-1.0	14.0	20.0	+6.0	14.0	16.0	+2.0	38.0	31.0	-7.0	25.0	31.0	+6.0

※表の色付け：現在-未来予想のスコア差が増加したものは黄色、減少したものは青色で色付け。スコア差が20ポイント以上あるものはスコアを赤字とした。

## 参考データ

# 参考データ：自分にとっての化粧の位置づけ ①スキンケア

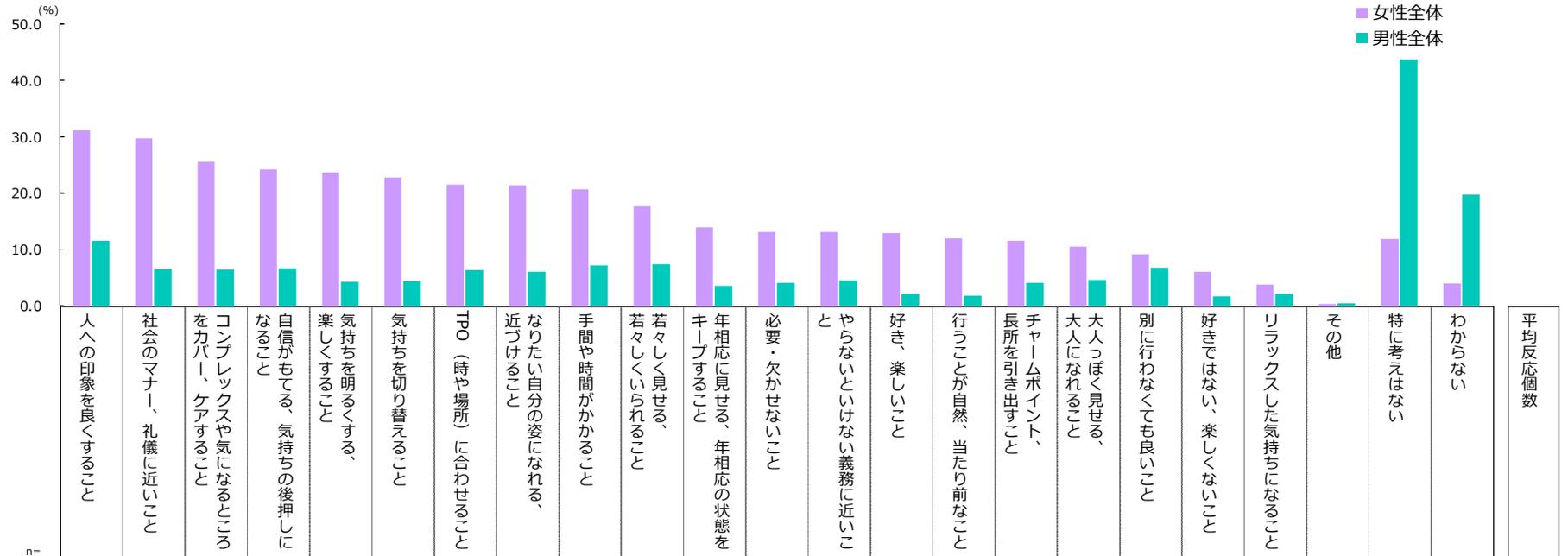
■ Q6 自分にとって、スキンケアとはどのようなことか（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



		n=	19.8	17.3	21.8	19.7	15.3	16.1	16.2	14.0	14.9	17.5	12.9	11.7	9.6	8.2	8.0	9.4	5.1	4.6	5.1	6.1	0.7	19.1	6.0	平均反応個数
全体		2,000	19.8	17.3	21.8	19.7	15.3	16.1	16.2	14.0	14.9	17.5	12.9	11.7	9.6	8.2	8.0	9.4	5.1	4.6	5.1	6.1	0.7	19.1	6.0	3.39
性別	女性全体	1,000	28.4	24.7	23.6	23.1	21.7	21.1	20.6	20.4	19.9	18.9	18.1	17.8	13.4	12.2	11.4	11.4	6.9	6.1	5.8	5.4	0.8	10.8	3.9	3.89
	男性全体	1,000	11.2	9.9	20.0	16.2	8.9	11.1	11.8	7.6	9.8	16.1	7.7	5.6	5.8	4.1	4.6	7.3	3.3	3.1	4.3	6.8	0.6	27.4	8.0	2.72
女性年代別	女性10代後半	100	38.0	28.0	28.0	16.0	33.0	5.0	27.0	21.0	35.0	13.0	29.0	22.0	13.0	15.0	10.0	10.0	16.0	3.0	7.0	6.0	1.0	7.0	4.0	4.22
	女性20代	200	34.5	26.0	35.5	26.0	28.5	19.5	24.0	22.0	31.0	18.0	29.5	24.0	10.0	21.5	11.0	13.5	15.0	9.0	4.5	5.0	0.0	4.5	3.5	4.43
	女性30代	200	29.5	27.5	25.0	28.5	26.5	25.0	22.5	23.0	22.0	22.0	22.5	17.0	19.5	12.0	13.0	12.0	6.0	6.5	7.0	6.5	1.0	10.5	6.0	4.49
	女性40代	200	23.5	17.5	17.0	22.0	17.0	22.0	19.5	23.5	14.0	19.0	13.0	13.0	11.5	8.0	10.0	10.5	4.0	6.0	7.5	5.0	0.5	14.5	3.5	3.46
	女性50代	200	24.5	23.0	17.5	21.5	12.5	23.0	18.0	16.5	13.0	18.5	10.5	13.0	12.0	8.0	12.0	9.5	1.5	5.0	5.0	4.5	1.5	15.0	3.0	3.30
	女性60代前半	100	22.0	31.0	18.0	19.0	15.0	27.0	11.0	13.0	4.0	21.0	1.0	22.0	15.0	8.0	12.0	13.0	0.0	5.0	3.0	6.0	1.0	12.0	3.0	3.14
男性年代別	男性10代後半	100	21.0	17.0	33.0	17.0	17.0	9.0	20.0	14.0	20.0	19.0	22.0	9.0	7.0	12.0	8.0	10.0	13.0	11.0	5.0	8.0	1.0	16.0	5.0	3.71
	男性20代	200	11.0	9.0	20.5	14.0	11.0	7.5	11.0	7.5	11.5	12.5	7.5	6.0	5.5	2.5	4.0	7.5	3.0	4.5	6.0	7.0	0.0	19.5	11.0	2.43
	男性30代	200	14.0	13.0	19.0	23.5	10.5	13.5	12.5	9.0	14.0	15.5	10.0	5.5	4.5	3.5	5.0	7.0	3.5	1.5	4.5	5.0	1.0	22.5	11.0	2.94
	男性40代	200	9.0	8.5	16.0	16.0	6.5	13.0	12.5	7.0	6.5	15.5	4.5	4.5	5.5	4.0	3.5	6.5	1.0	1.5	3.0	8.0	0.0	32.0	8.0	2.54
	男性50代	200	7.5	8.0	18.0	15.5	6.5	11.5	10.0	5.0	4.5	18.5	4.5	4.5	5.0	2.5	4.0	8.0	2.0	1.5	4.0	6.5	1.0	39.5	3.0	2.58
	男性60代前半	100	8.0	5.0	20.0	7.0	3.0	11.0	6.0	5.0	5.0	18.0	2.0	6.0	10.0	4.0	5.0	5.0	1.0	2.0	3.0	7.0	1.0	31.0	9.0	2.23

# 参考データ：自分にとっての化粧の位置づけ ②メイク

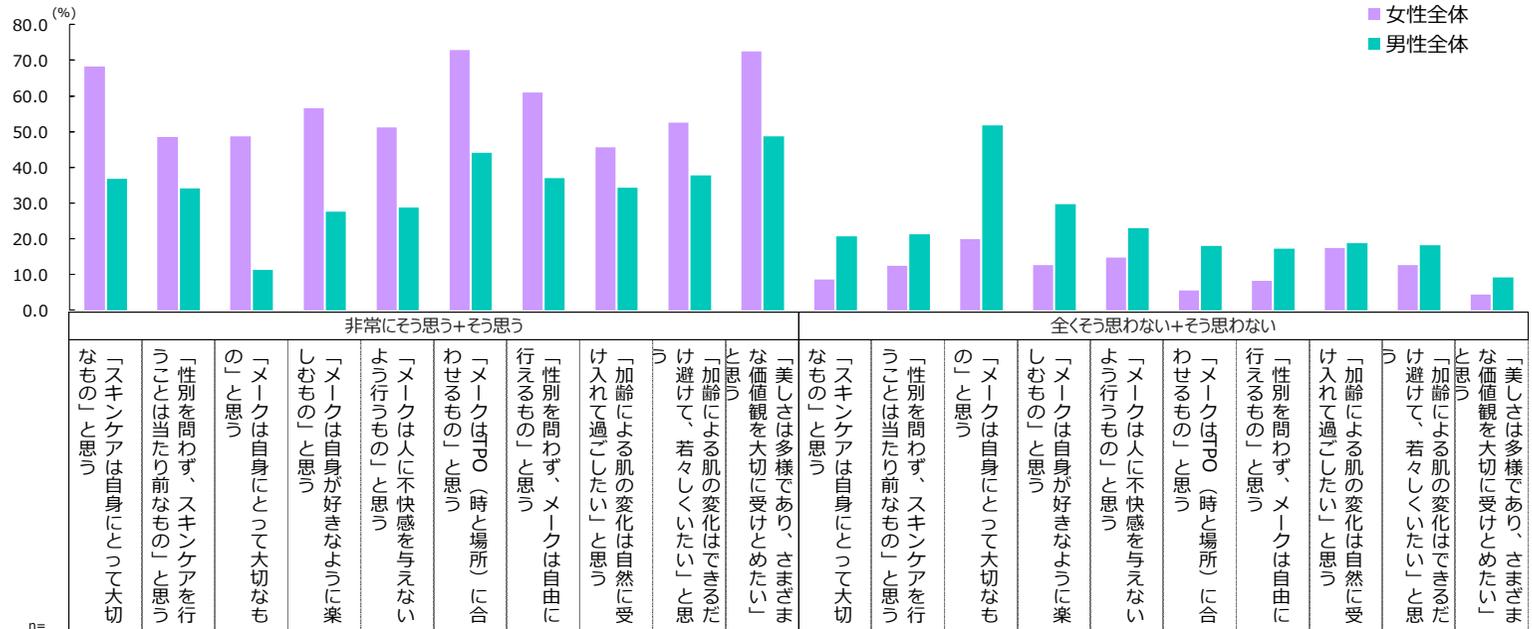
■Q7 自分にとって、メイクとはどのようなことか（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



		n=	人への印象を良くすること	社会のマナー、礼儀に近いこと	コンプレックスや気になるところをカバー、ケアすること	自信がもてる、気持ちの後押しになること	気持ちをも明るくする、楽しくすること	気持ちを切り替えること	TPO（時や場所）に合わせること	近づけること	なりたい自分の姿になれる、近づけること	手間や時間がかかること	若々しく見せる、若々しくいられること	年相応に見せる、年相応の状態をキープすること	必要・欠かせないこと	やらないといけない義務に近いこと	好き、楽しいこと	行うことが自然、当たり前なこと	長所を引き出すこと	チャームポイント、大人っぽく見せる、大人になれること	別に行わなくても良いこと	好きではない、楽しくないこと	リラックスした気持ちになること	その他	特に考えはない	わからない	平均反応個数
全体		2,000	21.4	18.2	16.1	15.5	14.0	13.6	14.0	13.8	14.0	12.6	8.8	8.6	8.8	7.6	6.9	7.9	7.6	8.0	3.9	3.0	0.5	27.8	11.9	3.72	
性別	女性全体	1,000	31.2	29.7	25.6	24.2	23.7	22.8	21.5	21.4	20.7	17.7	14.0	13.1	13.1	12.9	12.0	11.6	10.5	9.2	6.1	3.8	0.4	11.9	4.0	4.10	
	男性全体	1,000	11.6	6.6	6.5	6.7	4.3	4.4	6.4	6.1	7.2	7.4	3.6	4.1	4.5	2.2	1.8	4.1	4.6	6.8	1.7	2.2	0.5	43.7	19.8	2.83	
女性年代別	女性10代後半	100	32.0	23.0	35.0	34.0	31.0	19.0	17.0	43.0	25.0	8.0	9.0	24.0	12.0	22.0	13.0	12.0	24.0	10.0	7.0	5.0	1.0	9.0	6.0	4.78	
	女性20代	200	39.5	28.5	31.0	31.0	33.5	21.0	28.0	31.5	22.5	15.5	10.0	12.5	12.0	25.0	14.5	16.0	21.5	7.5	4.0	4.5	0.0	5.0	4.5	4.52	
	女性30代	200	34.0	32.5	28.0	30.0	25.0	26.0	27.5	25.0	24.0	23.5	15.0	15.5	17.0	12.5	13.0	15.0	10.5	8.0	6.5	4.0	0.5	12.5	5.5	4.79	
	女性40代	200	22.0	29.0	24.5	19.5	13.5	22.0	16.5	12.5	19.0	18.0	16.5	11.0	14.5	6.0	11.5	7.0	6.5	8.5	9.5	3.0	0.5	14.5	2.5	3.51	
	女性50代	200	28.0	32.5	20.0	16.5	18.5	21.5	17.5	13.0	18.0	19.0	14.5	11.0	12.5	6.5	7.0	10.5	2.0	11.0	5.0	3.0	0.0	16.5	3.0	3.57	
	女性60代前半	100	33.0	29.0	14.0	14.0	25.0	28.0	19.0	7.0	15.0	17.0	19.0	7.0	7.0	7.0	15.0	7.0	0.0	12.0	4.0	4.0	1.0	13.0	3.0	3.38	
男性年代別	男性10代後半	100	16.0	8.0	12.0	15.0	14.0	10.0	12.0	16.0	16.0	14.0	4.0	8.0	11.0	8.0	4.0	10.0	15.0	10.0	1.0	5.0	0.0	29.0	17.0	3.87	
	男性20代	200	12.5	4.5	8.5	7.0	6.0	6.0	4.5	8.5	8.5	7.5	3.0	6.0	6.5	2.0	2.0	4.0	5.0	7.5	2.5	2.5	1.0	34.5	20.5	2.57	
	男性30代	200	9.5	5.0	6.0	9.5	3.5	3.0	10.0	6.0	5.5	7.0	3.5	3.5	4.5	1.5	3.5	4.5	3.0	4.5	1.5	3.0	1.0	43.5	21.0	2.79	
	男性40代	200	10.5	6.5	5.5	3.0	0.5	4.0	5.0	4.0	5.5	5.0	3.0	4.0	2.5	1.5	0.5	2.5	3.5	8.5	2.5	1.5	0.0	42.5	28.0	2.69	
	男性50代	200	12.5	10.0	4.5	5.0	2.0	3.0	4.0	3.0	5.0	7.5	4.0	1.5	1.5	1.0	1.0	2.0	3.0	5.5	0.5	1.0	0.5	56.5	13.5	2.60	
	男性60代前半	100	10.0	6.0	4.0	3.0	5.0	2.0	5.0	2.0	7.0	6.0	5.0	3.0	4.0	2.0	0.0	5.0	2.0	6.0	2.0	1.0	0.0	54.0	15.0	2.58	

# 参考データ：化粧・美しさに関する価値観 ①自分自身

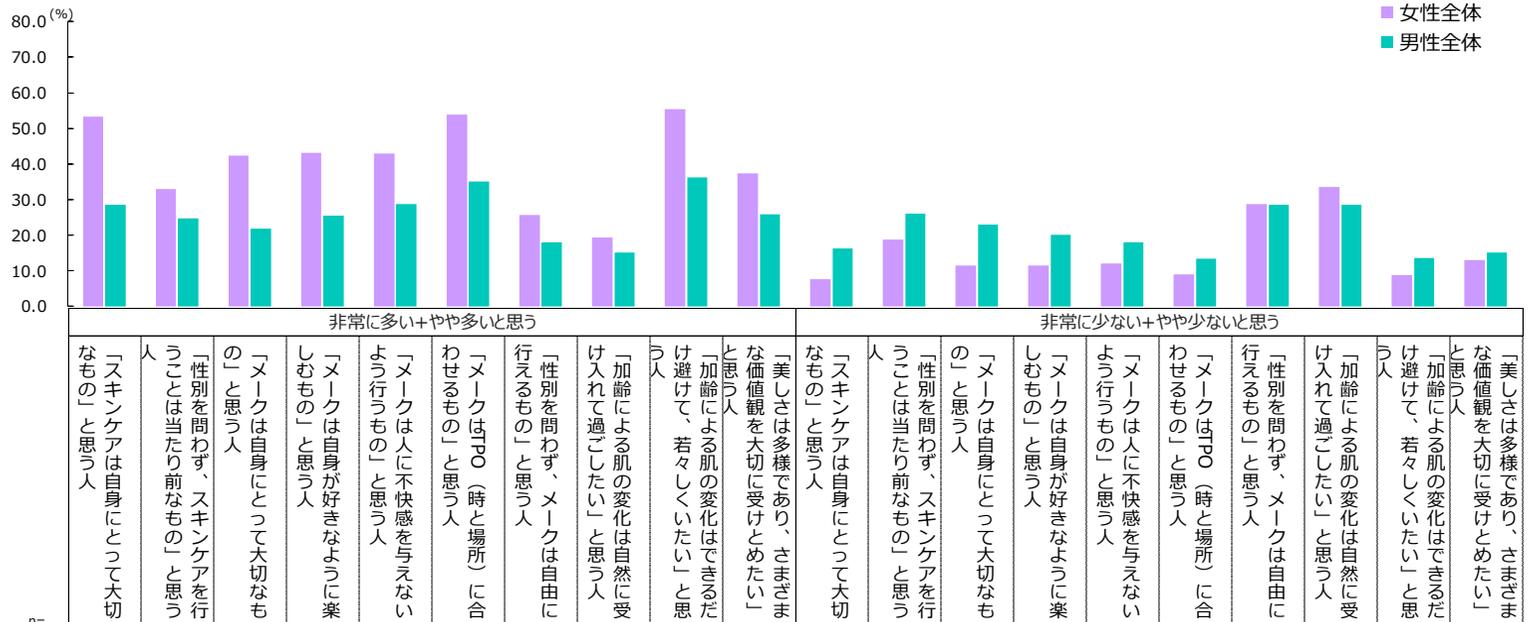
■ Q12 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」について、自分自身の思いは、「非常にそう思う+そう思う」「全くそう思わない+そう思わない」と答えた割合  
 (基数：対象者全員2,000人(女性全員1,000人、男性全員1,000人))



		n=	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う	「メイクは人にとって大切なもの」と思う	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う	「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う	「PO(時と場所)に合わせるもの」と思う	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う	「メイクは人にとって大切なもの」と思う	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う	「メイクは自身が好きなように楽しむもの」と思う	「PO(時と場所)に合わせるもの」と思う	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う	
全体	2,000	52.5	41.3	30.0	42.1	39.9	58.5	48.9	40.0	45.2	60.6	14.6	16.8	35.8	21.1	18.9	11.7	12.7	18.1	15.3	6.8					
性別	女性全体	1,000	68.2	48.5	48.6	56.6	51.1	72.8	60.9	45.7	52.5	72.5	8.5	12.4	19.8	12.6	14.8	5.4	8.1	17.4	12.5	4.3				
	男性全体	1,000	36.7	34.1	11.3	27.6	28.7	44.1	36.9	34.2	37.8	48.6	20.6	21.2	51.7	29.6	22.9	17.9	17.2	18.7	18.1	9.2				
女性年代別	女性10代後半	100	73.0	53.0	56.0	75.0	38.0	71.0	73.0	46.0	52.0	75.0	8.0	15.0	13.0	7.0	23.0	9.0	8.0	12.0	12.0	3.0				
	女性20代	200	77.5	63.0	67.0	72.0	47.0	75.0	73.5	44.5	60.5	80.0	9.0	11.0	12.0	10.0	19.5	7.0	7.0	24.0	12.0	6.0				
	女性30代	200	69.5	50.5	52.0	57.5	50.0	68.0	65.0	41.5	57.5	71.5	8.5	10.5	20.5	13.0	15.5	5.5	8.0	18.5	10.0	4.5				
	女性40代	200	63.0	42.5	43.0	47.5	55.0	73.5	52.5	48.0	48.0	67.5	10.5	15.0	24.5	14.0	12.5	6.0	13.5	16.5	14.0	4.5				
	女性50代	200	63.0	37.5	36.0	46.5	56.0	75.0	53.5	48.0	46.0	69.5	6.0	12.5	25.0	17.0	9.0	3.5	5.0	14.5	10.0	4.0				
	女性60代前半	100	63.0	45.0	34.0	44.0	57.0	74.0	47.0	47.0	49.0	73.0	9.0	11.0	21.0	11.0	12.0	1.0	6.0	15.0	21.0	2.0				
男性年代別	男性10代後半	100	64.0	54.0	28.0	53.0	30.0	56.0	59.0	35.0	49.0	70.0	15.0	12.0	36.0	19.0	26.0	15.0	6.0	21.0	15.0	3.0				
	男性20代	200	43.0	41.5	14.5	31.0	29.5	45.5	38.5	32.0	36.5	50.0	20.0	20.0	42.5	26.5	24.5	20.5	19.5	24.0	18.0	12.0				
	男性30代	200	44.5	38.0	13.0	32.0	30.5	41.0	39.0	25.0	40.5	46.5	17.0	20.5	50.0	20.5	23.0	19.0	14.0	21.5	14.0	9.0				
	男性40代	200	30.5	28.0	7.5	20.0	27.5	40.5	31.0	35.5	33.5	36.0	21.0	24.0	51.5	31.5	18.0	16.5	16.5	16.0	19.5	11.5				
	男性50代	200	24.5	23.5	6.0	21.0	27.5	43.0	35.5	42.5	36.0	55.0	25.5	25.5	63.0	38.0	23.5	18.0	20.5	15.5	24.0	9.0				
	男性60代前半	100	18.0	25.0	3.0	15.0	27.0	45.0	22.0	37.0	36.0	41.0	24.0	20.0	67.0	44.0	25.0	16.0	25.0	12.0	15.0	6.0				

# 参考データ：化粧・美しさに関する価値観 ②現在の社会の人々【現在の推測】

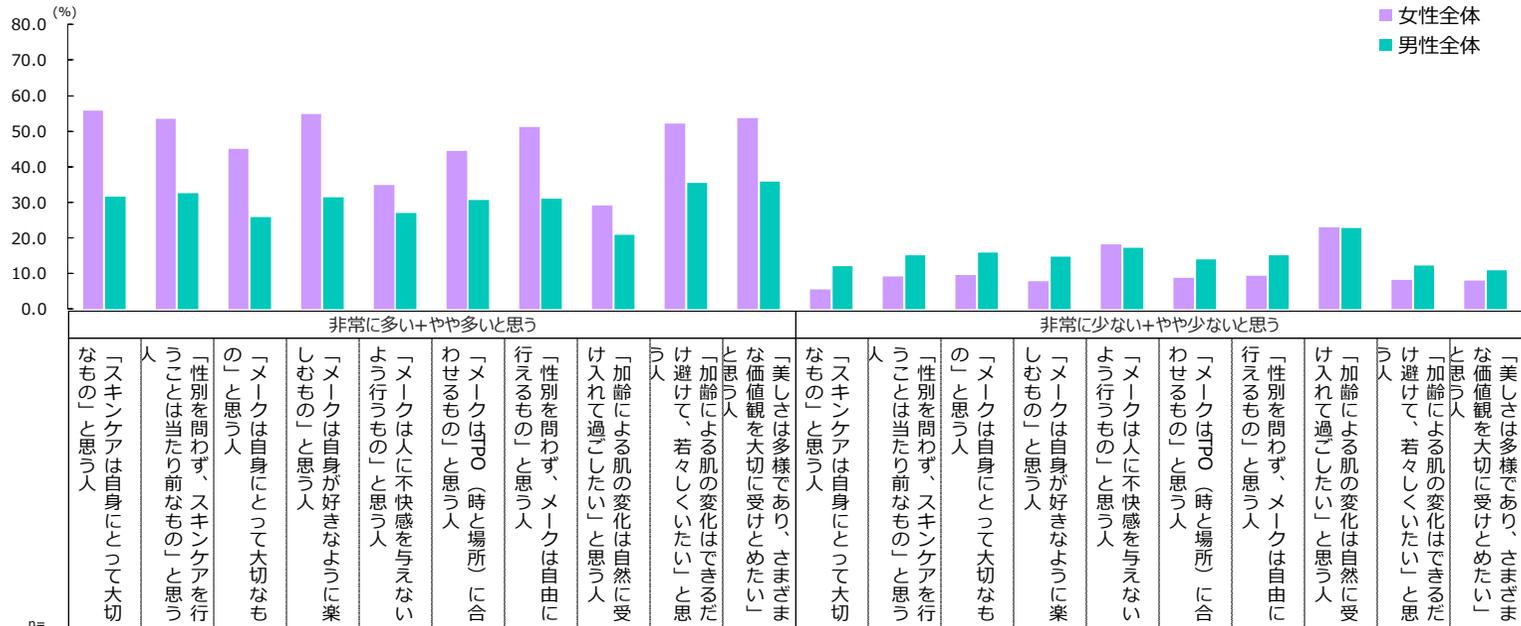
■ Q14 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、現在の日本社会ではどれくらいいると思うか\_「非常に多い+やや多いと思う」「非常に少ない+やや少ない」と答えた割合  
(基数：対象者全員2,000人 (女性全員1,000人、男性全員1,000人))



		n=	非常に多い+やや多いと思う	非常に少ない+やや少ないと思う																		
			「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	「メイクはPO (時と場所) に合わせるもの」と思う人	「メイクは自由に行えるもの」と思う人	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人	「スキンケアは自身にとって大切なもの」と思う人	「性別を問わず、スキンケアを行うことは当たり前なもの」と思う人	「メイクは自身にとって大切なもの」と思う人	「メイクは人に不快感を与えないよう行うもの」と思う人	「メイクはPO (時と場所) に合わせるもの」と思う人	「性別を問わず、メイクは自由に行えるもの」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「加齢による肌の変化は自然に受け入れて過ごしたい」と思う人	「美しさは多様であり、さまざまな価値観を大切に受けとめたい」と思う人
全体	2,000	41.0	28.8	32.1	34.4	35.9	44.5	21.8	17.2	45.8	31.6	11.9	22.4	17.2	15.7	15.0	11.2	28.7	31.1	11.2	14.0	
性別	女性全体	1,000	53.3	33.0	42.3	43.2	43.0	53.8	25.7	19.4	55.4	37.3	7.6	18.8	11.4	11.4	12.0	9.0	28.8	33.5	8.7	12.9
	男性全体	1,000	28.6	24.6	21.9	25.5	28.7	35.1	17.9	15.0	36.2	25.9	16.2	26.0	22.9	20.0	18.0	13.3	28.6	28.6	13.6	15.1
女性年代別	女性10代後半	100	55.0	31.0	49.0	52.0	42.0	57.0	37.0	24.0	62.0	45.0	5.0	20.0	7.0	10.0	17.0	9.0	19.0	29.0	3.0	9.0
	女性20代	200	55.5	37.0	49.0	54.5	45.5	60.5	31.5	22.5	58.0	43.0	9.0	19.5	18.0	10.0	14.0	8.0	37.0	44.0	11.0	15.5
	女性30代	200	52.0	32.5	40.0	35.0	42.5	50.5	20.5	13.0	57.0	31.0	10.5	22.5	13.5	14.5	11.5	9.5	34.5	41.5	11.5	18.0
	女性40代	200	50.0	30.0	38.0	36.0	47.5	52.5	23.5	19.5	49.5	34.5	6.5	18.5	8.0	12.5	8.5	9.0	27.0	27.0	8.0	12.0
	女性50代	200	54.5	34.0	41.5	46.5	41.0	53.5	23.5	20.5	55.0	34.5	5.5	14.5	6.5	6.0	9.0	9.0	25.5	26.5	6.5	10.0
	女性60代前半	100	54.0	32.0	37.0	36.0	35.0	47.0	22.0	19.0	53.0	42.0	8.0	18.0	15.0	18.0	17.0	10.0	21.0	28.0	10.0	9.0
男性年代別	男性10代後半	100	43.0	40.0	29.0	39.0	41.0	42.0	27.0	21.0	40.0	42.0	13.0	14.0	16.0	15.0	13.0	11.0	25.0	25.0	14.0	10.0
	男性20代	200	24.5	26.0	23.5	26.0	28.0	37.5	18.0	18.5	32.5	26.0	14.5	29.5	23.0	19.0	18.0	12.5	29.5	30.5	14.0	15.5
	男性30代	200	29.0	27.0	23.5	25.0	26.5	37.5	18.5	14.5	38.0	22.5	19.5	26.5	24.0	19.0	17.0	12.0	27.5	30.5	14.0	16.5
	男性40代	200	28.0	17.5	16.5	22.0	25.5	32.0	16.5	9.5	35.5	22.0	17.0	32.0	26.0	24.0	21.0	15.0	30.5	33.5	14.0	19.5
	男性50代	200	27.5	23.0	21.0	23.5	26.5	30.5	16.0	15.0	36.0	25.5	13.5	23.5	23.5	20.5	19.0	15.0	28.0	22.5	10.5	11.5
	男性60代前半	100	25.0	19.0	21.0	23.0	33.0	34.0	14.0	14.0	38.0	25.0	20.0	23.0	20.0	20.0	17.0	13.0	30.0	27.0	17.0	15.0

# 参考データ：化粧・美しさに関する価値観 ③20年後の社会の人々【未来予想】

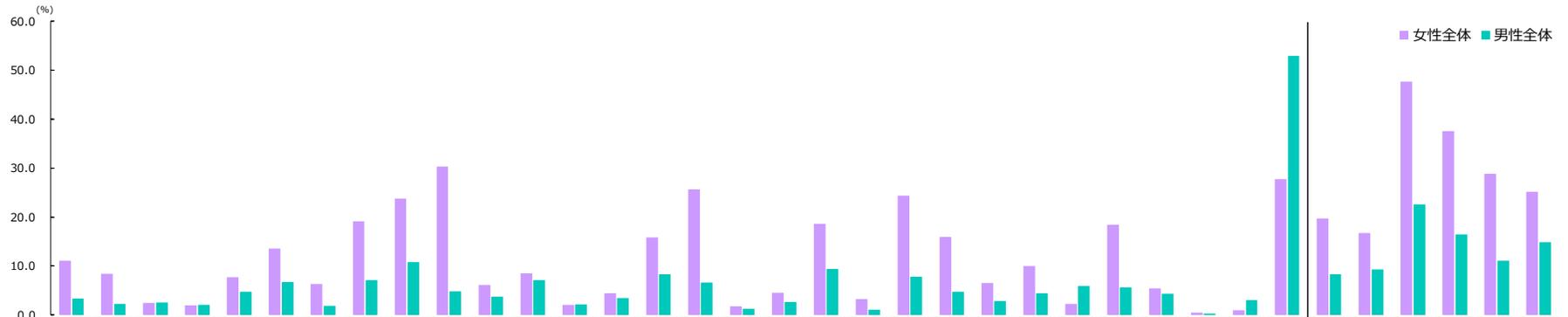
■ Q15 提示した10項目の「化粧や美しさに関する価値観」をもつ人は、20年後の日本社会ではどれくらいいると思うか\_「非常に多い+やや多いと思う」「非常に少ない+やや少ない」と思うと答えた割合  
(基数：対象者全員2,000人(女性全員1,000人、男性全員1,000人))



		n=	非常に多い+やや多いと思う										非常に少ない+やや少ないと思う									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
全体	2,000	43.7	43.0	35.4	43.1	30.9	37.6	41.2	25.0	43.9	44.8	8.8	12.1	12.7	11.3	17.7	11.4	12.3	22.9	10.2	9.4	
性別	女性全体	1,000	55.7	53.4	45.0	54.8	34.8	44.5	51.2	29.1	52.2	53.7	5.5	9.1	9.5	7.8	18.2	8.8	9.4	23.0	8.2	7.9
	男性全体	1,000	31.6	32.6	25.8	31.4	26.9	30.6	31.1	20.9	35.5	35.8	12.1	15.0	15.9	14.7	17.2	13.9	15.1	22.8	12.2	10.9
女性年代別	女性10代後半	100	57.0	56.0	58.0	61.0	32.0	49.0	60.0	34.0	57.0	57.0	4.0	8.0	7.0	6.0	19.0	7.0	5.0	23.0	9.0	8.0
	女性20代	200	65.0	64.0	56.5	64.0	37.0	51.5	58.5	31.0	56.5	63.5	5.0	6.0	9.5	8.0	28.0	12.0	10.0	27.5	8.5	8.0
	女性30代	200	55.0	54.0	40.5	57.0	32.0	39.0	52.0	24.0	46.5	52.5	8.0	11.5	13.5	7.0	20.5	9.5	11.0	25.0	10.0	11.0
	女性40代	200	50.5	50.0	42.5	45.0	34.0	39.0	46.5	29.5	47.5	46.0	5.5	8.5	9.0	11.0	14.5	10.0	10.0	19.0	8.0	8.0
	女性50代	200	52.5	47.0	38.0	53.0	37.5	45.0	45.0	31.0	55.0	48.5	3.5	9.0	7.5	6.5	12.5	6.0	9.5	19.5	5.0	5.0
	女性60代前半	100	54.0	48.0	37.0	49.0	35.0	47.0	48.0	26.0	54.0	59.0	7.0	13.0	9.0	7.0	12.0	6.0	8.0	25.0	10.0	7.0
男性年代別	男性10代後半	100	49.0	48.0	49.0	52.0	39.0	42.0	52.0	34.0	43.0	50.0	13.0	13.0	10.0	9.0	12.0	8.0	6.0	22.0	13.0	11.0
	男性20代	200	31.0	34.0	27.5	29.0	27.5	29.0	31.5	21.0	32.5	35.5	12.0	12.5	14.0	18.5	22.0	17.0	15.0	23.5	13.0	12.0
	男性30代	200	30.0	34.5	26.5	33.5	24.5	31.5	31.5	22.0	36.0	36.0	13.0	13.5	16.5	13.0	15.5	11.5	15.5	21.5	12.5	14.0
	男性40代	200	29.0	29.5	19.0	27.0	26.5	26.5	27.5	19.0	37.5	32.5	12.5	19.5	18.5	15.0	17.5	15.5	21.0	26.0	13.5	12.5
	男性50代	200	31.5	28.5	21.5	29.0	23.0	28.5	29.0	17.5	34.5	34.5	10.0	13.5	14.5	11.5	15.5	13.5	13.5	19.5	8.5	7.0
	男性60代前半	100	24.0	25.0	20.0	25.0	27.0	33.0	20.0	16.0	31.0	31.0	13.0	19.0	22.0	22.0	19.0	16.0	15.0	25.0	14.0	7.0

# 参考データ：よそおい・美容・化粧に関する参考情報源

■ Q21 現在（2021年8月～回答時現在）のよそおい・美容・化粧に関する参考情報源基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人）



		n=	雑誌の記事 (美容専門誌以外)	美容専門誌の記事	新聞記事	新聞・雑誌広告	テレビのニュース・情報番組	テレビCM	商品・サービスのカタログ・パンフレット・チラシ (紙媒体)	メーカーのサイト	ショッピングサイト	美容・化粧に関するクチコミサイト	その他のクチコミサイト	ニュース・情報サイト	その他のサイト	ブログ	Twitter	Instagram	Facebook	LINE	YouTube	その他のSNS (Pinterest, TikTokなど)	店頭の商品そのもの	店頭のPOP、広告	店員・美容部員	家族(親、きょうだい、自分の子ども)	配偶者、パートナー、恋人	友人、知人	街中の人を見て	その他	わからない	特になし	紙媒体計	テレビ計	サイト計	SNS計	店頭・店員計	周囲・街中の人計	平均反応個数
全体		2,000	7.2	5.3	2.5	2.0	6.2	10.2	4.1	13.1	17.3	17.6	4.9	7.8	2.1	3.9	12.1	16.2	1.5	3.6	14.0	2.2	16.1	10.3	4.7	7.2	4.1	12.0	4.9	0.4	2.0	40.3	14.0	13.0	35.2	27.0	20.0	20.0	3.69
性別	女性全体	1,000	11.1	8.4	2.4	1.9	7.7	13.6	6.3	19.1	23.8	30.3	6.1	8.5	2.0	4.4	15.8	25.7	1.7	4.5	18.6	3.2	24.4	15.9	6.5	10.0	2.2	18.4	5.4	0.5	1.0	27.7	19.7	16.7	47.7	37.6	28.8	25.2	4.19
	男性全体	1,000	3.3	2.2	2.5	2.0	4.7	6.7	1.8	7.1	10.8	4.8	3.7	7.1	2.1	3.4	8.3	6.6	1.3	2.6	9.4	1.1	7.8	4.7	2.8	4.4	5.9	5.6	4.3	0.3	3.0	52.9	8.3	9.3	22.6	16.4	11.1	14.8	2.89
女性年代別	女性10代後半	100	9.0	5.0	1.0	1.0	4.0	8.0	11.0	21.0	22.0	32.0	8.0	5.0	4.0	1.0	33.0	59.0	2.0	8.0	42.0	12.0	24.0	18.0	6.0	18.0	1.0	33.0	6.0	0.0	3.0	13.0	20.0	11.0	50.0	75.0	31.0	43.0	4.69
	女性20代	200	14.5	14.0	2.0	1.5	6.0	10.0	5.0	20.5	29.0	40.5	7.5	7.5	3.5	4.0	35.0	53.5	1.5	7.0	34.5	5.5	23.0	15.5	12.0	11.5	3.5	27.5	7.5	0.5	0.5	12.0	24.5	12.5	54.5	67.5	32.0	34.5	4.61
	女性30代	200	8.0	8.5	1.0	2.0	6.5	11.5	4.5	18.5	26.5	38.0	6.5	8.5	1.0	5.5	16.5	26.5	1.5	4.5	15.5	1.5	22.0	14.5	5.0	10.5	2.5	13.0	3.5	0.0	1.0	29.0	16.5	16.5	50.5	41.5	24.5	19.0	4.05
	女性40代	200	14.0	9.5	3.5	1.5	10.0	16.0	7.0	18.0	19.5	27.5	5.0	11.0	1.0	4.5	7.0	11.5	1.5	3.0	8.0	1.5	26.5	20.5	6.5	6.5	2.5	13.5	5.5	0.0	0.5	38.5	20.5	18.5	44.0	19.0	30.0	19.5	4.30
	女性50代	200	10.0	6.5	3.0	3.5	9.0	17.0	6.0	16.5	20.5	22.5	4.5	7.5	1.5	4.5	3.0	5.5	2.0	3.0	8.5	1.5	27.5	14.5	3.5	7.0	1.5	13.5	5.0	1.5	1.0	34.5	18.5	20.0	42.0	15.0	30.5	19.0	3.57
	女性60代前半	100	9.0	2.0	4.0	1.0	10.0	19.0	7.0	23.0	25.0	14.0	6.0	11.0	2.0	6.0	2.0	4.0	2.0	2.0	11.0	0.0	22.0	11.0	5.0	11.0	1.0	16.0	5.0	1.0	1.0	36.0	17.0	21.0	45.0	15.0	23.0	25.0	3.68
男性年代別	男性10代後半	100	3.0	4.0	3.0	2.0	5.0	9.0	0.0	6.0	11.0	11.0	7.0	8.0	5.0	5.0	20.0	22.0	2.0	7.0	19.0	5.0	10.0	6.0	4.0	13.0	5.0	11.0	9.0	0.0	2.0	36.0	7.0	14.0	29.0	38.0	16.0	28.0	3.42
	男性20代	200	3.5	3.0	2.0	2.0	3.5	5.0	3.0	8.0	11.0	4.0	4.0	6.0	4.5	2.5	11.5	10.0	2.5	5.5	12.5	1.5	7.0	4.0	3.0	6.0	6.0	9.5	4.0	0.5	3.0	50.0	10.5	7.0	23.5	21.5	10.5	17.5	3.10
	男性30代	200	3.0	2.5	0.0	0.5	5.0	8.0	1.5	8.0	9.0	8.0	6.0	7.5	2.0	7.0	10.5	5.0	1.0	1.0	9.0	0.5	9.5	6.0	4.5	3.5	8.5	4.0	4.0	0.0	3.5	47.0	6.5	10.5	24.5	18.5	13.5	14.5	2.73
	男性40代	200	2.5	1.0	2.5	3.5	3.5	3.5	1.5	7.0	12.0	3.0	1.5	8.5	0.0	2.0	4.5	4.5	0.0	1.5	8.0	0.0	7.5	6.5	1.5	3.0	3.5	5.0	3.0	0.0	4.0	58.5	6.5	4.5	20.0	11.5	11.0	10.0	2.68
	男性50代	200	5.5	2.0	4.0	1.5	5.5	5.5	2.0	7.0	10.0	1.5	2.5	6.0	1.0	2.5	4.0	1.5	0.5	0.0	5.0	1.0	7.5	3.5	1.5	1.5	4.5	2.5	4.0	1.0	2.5	62.0	10.5	9.5	19.5	8.0	9.5	10.0	2.66
男性60代前半	100	1.0	1.0	5.0	3.0	7.0	14.0	2.0	5.0	13.0	4.0	2.0	7.0	1.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	6.0	0.0	5.0	1.0	3.0	3.0	9.0	3.0	4.0	0.0	2.0	58.0	8.0	16.0	22.0	7.0	6.0	16.0	2.75

※紙媒体計：「雑誌の記事（美容専門誌以外）」「美容専門誌の記事」「新聞記事」「新聞・雑誌広告」「商品・サービスのカタログ・パンフレット・チラシ（紙媒体）」を1つ以上選んだ人の割合  
 テレビ計：「テレビのニュース・情報番組」「テレビCM」を1つ以上を選んだ人の割合  
 サイト計：「メーカーのサイト」「ショッピングサイト」「美容・化粧に関するクチコミサイト」「ニュース・情報サイト」「その他のサイト」を1つ以上選んだ人の割合  
 SNS計：「Twitter」「Instagram」「Facebook」「LINE」「YouTube」「その他のSNS（Pinterest, TikTokなど）」を1つ以上選んだ人の割合  
 店頭・店員計：「店頭の商品そのもの」「店頭のPOP、広告」「店員・美容部員」を1つ以上を選んだ人の割合  
 周囲・街中の人計：「家族（親、きょうだい、自分の子ども）」「配偶者、パートナー、恋人」「友人、知人」「街中の人を見て」を1つ以上選んだ人の割合

# 参考データ：対象者プロフィール

■居住地（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		n=			
		埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
全体	2,000	16.3	15.0	43.4	25.3
性別	女性	16.6	14.5	41.7	27.2
	男性	16.0	15.5	45.1	23.4

■未既婚（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		n=		
		既婚	未婚	不明
全体	2,000	38.2	60.5	1.3
性別	女性	42.1	56.7	1.2
	男性	34.3	64.3	1.4

■職業（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		有職者計																	学生計									
		営業・販売	研究・開発・技術者	総務・人事	財務・経理	企画・マーケティング	広報・広告・デザイン	事務職	管理職	会社経営・役員	公務員・団体職員	教職員	専門職	自由業	自営業	パート・アルバイト	契約社員・派遣社員	専業主婦（主夫）	無職	中学生	高校生	短大・専門学校生	大学生	大学院生	その他	不明	有職者計	学生計
全体	2,000	6.0	11.8	1.7	1.7	1.5	0.7	9.6	3.0	1.3	3.2	1.4	3.7	3.0	3.6	8.7	4.0	9.6	6.4	0.5	3.4	1.1	8.8	0.6	4.1	1.3	64.5	14.2
性別	女性全体	1,000	4.0	4.4	2.5	1.5	0.9	13.0	0.3	0.2	1.7	1.2	4.4	2.1	1.8	12.3	5.1	18.8	5.7	0.4	2.8	1.7	9.1	0.4	3.0	1.2	56.9	14.4
	男性全体	1,000	7.9	19.2	0.9	1.8	1.4	6.2	5.6	2.4	4.6	1.6	3.0	3.9	5.3	5.0	2.9	0.4	7.0	0.5	3.9	0.5	8.4	0.7	5.1	1.4	72.1	14.0
女性年代別	女性10代後半	100	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	4.0	28.0	13.0	42.0	0.0	0.0	7.0	4.0	87.0
	女性20代	200	9.0	11.0	1.5	2.5	3.5	1.5	11.0	0.0	2.0	0.5	7.0	2.5	0.5	8.5	2.0	1.0	1.5	0.0	0.0	2.0	24.5	1.5	4.0	2.5	63.0	28.0
	女性30代	200	4.0	7.5	5.5	2.5	2.5	2.0	20.0	0.0	0.0	1.5	0.5	5.5	2.0	13.5	9.0	12.0	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1.5	0.0	78.5	0.5
	女性40代	200	4.0	3.0	3.0	0.5	0.5	1.0	19.5	0.0	0.0	3.5	1.5	4.0	2.0	1.5	13.0	5.5	26.0	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	62.5	0.0
	女性50代	200	2.5	0.5	2.5	1.0	1.0	0.0	13.5	1.0	0.5	0.5	3.0	3.5	3.0	15.0	5.5	36.5	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	56.0	0.0
	女性60代前半	100	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	2.0	1.0	1.0	2.0	1.0	4.0	2.0	3.0	20.0	7.0	37.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	45.0	0.0
男性年代別	男性10代後半	100	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	2.0	5.0	39.0	4.0	34.0	0.0	2.0	11.0	3.0	82.0
	男性20代	200	6.0	22.0	1.5	2.5	1.5	1.0	5.0	0.0	0.5	4.0	0.5	2.5	1.5	1.0	9.5	1.0	0.0	8.5	0.0	0.5	24.5	3.0	2.5	1.0	60.0	28.0
	男性30代	200	12.5	26.5	0.5	3.0	2.5	0.0	10.0	1.5	0.0	4.5	2.5	5.5	4.0	3.5	8.0	4.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.5	0.5	5.0	0.5	88.5	1.0
	男性40代	200	9.0	21.0	1.5	1.5	2.5	0.0	8.0	8.5	3.0	4.5	2.5	4.0	4.0	8.5	4.0	2.0	0.0	9.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	84.5	0.0
	男性50代	200	9.5	22.0	0.5	1.5	0.5	1.0	5.5	13.5	4.0	5.5	1.5	2.0	7.5	8.5	1.5	3.0	1.5	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	87.5	0.0
男性60代前半	100	5.0	8.0	1.0	1.0	0.0	0.0	5.0	9.0	9.0	9.0	2.0	1.0	5.0	10.0	3.0	9.0	1.0	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	77.0	0.0	