

# 女性生活者研究シリーズ

Vol. 9

## 09冬 スキンケア ニーズ 総合調査

～ 肌ニーズ・基礎化粧品の使用実態を網羅した総合ニーズ調査 ～

Vol. 10

## 09夏 スキンケア ニーズ 総合調査

～ 夏の肌ニーズ、紫外線対策・美白意識は？ ～

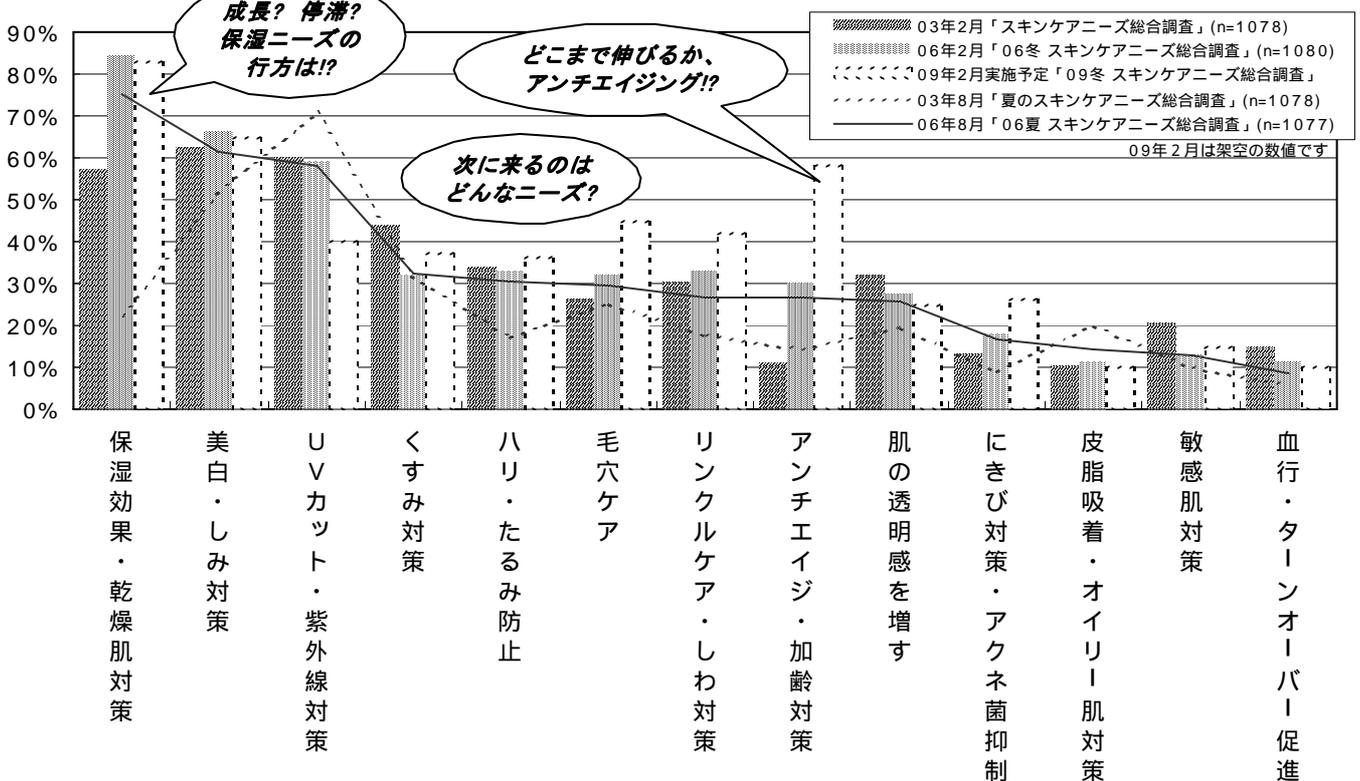
調査実施予定

### 女性生活者研究シリーズ

Vol. 1 スキンケア ニーズ 総合調査 2003年2月	Vol. 5 ヘアケア ニーズ 総合調査 2005年1月
Vol. 2 ボディケア ニーズ 総合調査 2003年8月	Vol. 6 06冬 スキンケア ニーズ総合調査 2006年2月
Vol. 3 夏のスキンケア ニーズ総合調査 2003年8月	Vol. 7 06夏 スキンケア ニーズ総合調査 2006年8月
Vol. 4 メイクアップ化粧品 総合調査 2004年4月	Vol. 8 からだケア ニーズ 総合調査 2008年3月

- ◎スキンケアニーズ (肌タイプ・肌悩み) ◎スキンケア化粧品の選択 (期待効果・ブランド・他)
- ◎スキンケア化粧品 ◆クレンジング ◆洗顔 ◆水分補給 ◆栄養分補給 ◆スペシャルケア
- (購入実態・使用実態・ブランド・購入理由・使用理由・期待する効果) 他
- ◎冬：肌トラブルの実態と対応は？ スキンケア成分・素材や気をつけることは？
- ◎夏：定番の「UVケア」「美白」化粧品の行方は？ 急上昇の「潤い」「アンチエイジング」ニーズは？

スキンケア化粧品に期待する効果



#### ○09冬 スキンケアニーズ総合調査【調査概要】

- ・調査対象：首都圏・近畿圏の15～69歳の女性
- ・調査方法：女性ネットワーク組織「リビング・パートナー」への郵送調査(年代・属性を人口構成に割り当て抽出)
- ・有効回収数：1,050人 ・調査期間：2009年2月6日～18日

※「リビング・パートナー」：サンケイリビング新聞社グループが運営する女性ネットワークで、全国の生活者代表40,000人を組織化。運営母体は、同グループにおいて、企業の生活者マーケティング活動のサポートを行う(株)プロシード。

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限定させていただきます。

#### ○09夏 スキンケアニーズ総合調査【調査概要】

- ・調査対象：首都圏・近畿圏の15～69歳の女性
- ・調査方法：女性ネットワーク組織「リビング・パートナー」への郵送調査(年代・属性を人口構成に割り当て抽出)
- ・回収目標：1,000人 ・調査期間：2009年8月上旬予定

◆肌ニーズ・肌トラブルの実態

- <w> 肌状態の年代代との比較：とてもきれい～全くきれいでない
- <w> 肌の手入れへの気づかい
- 自覚している肌タイプ／客観的肌タイプ：ノーマル肌／オイリー肌／ドライ肌／超ドライ肌／混合肌
- 冬の肌状態⇒客観肌タイプ
  - ・肌全体に潤いがある
  - ・弾力があり血色もよい
  - ・全体的に化粧のりはよい
  - ・化粧は多少Tゾーンが崩れやすいが、化粧直しはほとんどしないですむ
  - ・肌全体がテカテカ脂分で光っている
  - ・キメが粗く毛穴が開いている
  - ・顔が汚れやすくなるニキビがでやすい
  - ・化粧がすぐ崩れる
  - ・全体的にかサカサしていてツヤがない
  - ・潤いがなく肌荒れしやすい
  - ・小じわがでやすい
  - ・下地を付けたら化粧のりが落ち着く
  - ・頬やこめかみに白い粉がふいている
  - ・肌がカサカサ・ザラザラしている
  - ・いつもつつばった感じがする
  - ・下地をつけても化粧のりがよくならない
  - ・Tゾーン・あご・額など部分的に脂っぽい
  - ・目元・口元・額など部分的に非常に乾燥
  - ・部分的に化粧のりがやすい・のりにくいがある
  - ・肌が荒れやすい・荒れにくい場所がある

○敏感肌の自覚：敏感肌だと思う～思わない

- 冬の肌悩み①気になること②積極的に改善したいこと：毛穴が目立つ／毛穴の黒ずみ／毛穴の広がり／全体的な肌の乾燥／目元・口元の乾燥／全体的なしわ／目尻のしわ／目元・目の周りのちりめんじわ／口元のしわ／ほうれい線／首のしわ・小じわ／額のしわ／しみ・そばかす／ニキビ・吹き出物／ニキビ跡のしみ・色素沈着／ニキビ跡・キズ跡の凹凸／地黒・色黒／日焼けで黒くなる／日焼けによる肌のほてり・赤み／日焼けによる乾燥・肌荒れ／クスマ／ハリがない／ツヤがない／肌のキメ／化粧のりが悪い／化粧崩れしやすい／肌のたるみ／むくみ／目の周りのクマ／顔色・血色が悪い／赤ら顔／脂っぽい・てかり／べたつき・汚れ／発汗／全体的な肌荒れ／唇の荒れ／肌のかゆみ／アトピー／アレルギー

○<w> 肌トラブルの自覚

- <w> 肌トラブルが起きるとき：季節の変わり目／春／夏／秋／冬／普段から起きやすい／紫外線を浴びたとき／空気が乾燥しているとき／あわない化粧品を使用したとき／あわない食べ物を食べたとき／肌の手入れが不足しているとき／ストレスがたまったとき／疲れがたまったとき／睡眠不足など生活が乱れたとき／食生活が乱れたとき／生理中・生理前後／花粉症のとき／便秘のとき

- <w> 肌トラブルの症状：ニキビ・吹き出物／しっしん／かゆみ／かぶれ／赤くなる／粉がふく／肌がざらつく／かさつき／ひび割れ／ひりひりする／クスマ／目の周りのクマ／刺激を感じる

- <w> 肌トラブル対応経験：皮膚科クリニック／美容外科クリニック／エステティックサロン／医薬品／肌トラブルに効果のあるスキンケア化粧品／サプリメント

◆スキンケア化粧品全般について

- 使用経験のあるスキンケア化粧品⇒ブランド一覧参照
- スキンケア化粧品に期待する効果：保湿効果・乾燥肌対策／皮脂吸着・オイリー肌対策／敏感肌対策／UVカット・紫外線対策／美白・ホワイトニング・しみ対策／リンクルケア・しわ対策／ハリ・たるみ対策／くすみ対策／毛穴ケア／血

行・新陳代謝（ターンオーバー）促進／ニキビ対策・アクネ菌抑制／肌の透明感を増す／アンチエイジ・加齢対策

- <w> スキンケア成分の認知／使用意向：アミノ酸／α-リポ酸／アスタキサンチン／アルブチン／EGF／AHA（フルーツ酸）／こうじ酸／コエンザイムQ10／コラーゲン／シアバター／スクワラン／セラミド／大豆イソフラボン／たんぱく質分解酵素／乳酸菌発酵液／尿素／ハイドロキノン／ヒアルロン酸／BHA（サリチル酸）／ビタミンA／ビタミンC／ビタミンC誘導体／ビタミンE／フコイダン／フラレン／プラセンタ／フラバンジェノール／レチノール

- <w> スキンケア素材の使用意向：天然水／温泉水／海洋深層水／海洋ミネラル成分／天然塩／イオウ／クレイ（粘土）／乳酸菌／日本酒／米・米ぬか／大豆・豆乳／アロエ／オリーブオイル／ローヤルゼリー／高麗人參／シルク（絹）／オーガニック素材／植物エキス（ビワの葉・ハトムギ・どくだみ・他）／海藻エキス（昆布・もずく・他）／ハーブエキス／生薬・漢方成分

- <w> 気になるスキンケア関連用語：インナービューティ／肌年齢／ターンオーバー／内外美容／デトックス／プチ整形／ケミカルピーリング／イオン導入／超音波美顔器／ナノテクノロジー／美肌サプリメント／大人のニキビ／肝斑／キズ跡ケア／韓流コスメ／BBクリーム

◆スキンケア化粧品の購買行動

- スキンケア化粧品選択時の重視点：効果・効能／成分／原料・精製方法／安全性・肌へのやさしさ／環境へのやさしさ／美容部員や相談窓口の対応／店の雰囲気／高級感／話題性／会社名・ブランド名／広告・宣伝／口コミ・周囲の評判／カリスマ美容家の評価／エステサロンの勧め／デザイン／使い心地／香り／価格

- <w> スキンケア化粧品選択時の留意点：敏感肌用／低刺激／無添加／無着色／微香料／無香料／無鉱物油／天然成分／新成分・評判の成分／自然派化粧品（ナチュラルコスメ）／オーガニックコスメ／シンプルスキンケア／弱酸性／ドクターズコスメ／医薬品メーカーが作ったスキンケア化粧品／食品メーカーが作ったスキンケア化粧品／海外で評判が高いスキンケア化粧品／アルコールフリー／防腐剤フリー／オイルフリー／薬用・医薬部外品／アレルギーテスト済み／ノンcomedジェニックテスト済み

- スキンケア化粧品の情報源：テレビ番組／テレビのコマーシャル／新聞記事／新聞広告／雑誌記事／雑誌広告／折り込みチラシ／フリーペーパー／メーカーの会社員誌やDM／カリスマ美容家の著書・記事や発言／友人・知人／家族／美容部員・エステティシャン／医師・薬剤師／メーカーの消費者対応窓口へ電話／メーカーのインターネットのサイト（ホームページ）／インターネット上の口コミやブログサイト／携帯電話のモバイルサイト／商品パンフレットや店頭の説明書／商品パッケージや店頭陳列／商品のサンプル・試供品

- スキンケア化粧品選択時の相談相手：友人・知人／母親／姉妹・兄弟／娘／美容部員・エステティシャン／医師・薬剤師／インターネットの 口コミやブログサイト

- <w> スキンケア化粧品購入のきっかけ
  - ・店頭でのカウンセリングをうけて
  - ・相談窓口での相談・アドバイスを受けて
  - ・肌の診断サービスをうけて
  - ・個人カルテを作成・管理してもらった
  - ・有料のお試しセットを使って気に入って
  - ・無料の試供品を使って気に入ったから

- ・普段より割引きが大きかったため
- ・特典付きスタンプシートを集めるため
- ・景品が付いていたから

○スキンケア化粧品の選び方

- ・洗顔料から化粧水や美容液など基礎化粧品はできるだけ1つのブランドで揃える
- ・化粧水と乳液は同じブランドで揃えるが、それ以外は他のブランドも使う
- ・同じブランドで揃えることにこだわらず、気に入った化粧品を組み合わせる
- ・化粧水・乳液・美容液などの機能が一緒になった、これ1つでOKというスキンケア化粧品を選んでいる
- ・化粧水・乳液・美容液に加え、ファンデーション・化粧下地などベースメイクの機能も一緒になった化粧品を選んでいる
- ・ステップがシンプルなブランドを選ぶ
- ・肌の自然な回復力を補う考え方のブランドを選んでいる
- ・新しい化粧品は使用前に必ず試供品で試す
- ・商品を見たり試したりできるので、お店で買うことが多い
- ・便利なので通信販売で買うことが多い
- ・美容部員に相談できるお店で買う
- ・美容部員に話しかけられるお店は、敬遠している
- ・相談窓口でアドバイスを受けられるので、通信販売で買うことが多い
- ・通信販売のブランドを店で買うことが多い
- ・通信販売の問い合わせや注文にインターネットを利用することが多い
- ・1～2年前よりも、高価なスキンケア化粧品を使うようになった
- ・1～2年前よりも、スキンケア化粧品の費用を切り詰めている

◆使用・購入実態

-1. 「クレンジング用」化粧品

- 使用頻度 ○購入チャネル
- <w> 形状タイプ：【洗い流す】化粧水・ローション／ジェル／乳液／クリーム／オイル／洗顔フォーム／ムース／固形石鹸／パウダー／クレイ【ふき取る】化粧水・ローション／ジェル／乳液／クリーム／オイル／シート状【その他】ポイントメイク専用
- 使用ブランド⇒ブランド一覧 ○購入価格
- 購入理由 by：いつも使っている／同じシリーズで他のスキンケア化粧品を揃えている／その会社・ブランドが好き／信頼できる会社・ブランド／ドクターズコスメ／医薬品メーカーが作った化粧品／食品メーカーが作った化粧品／使った効果がある／新成分・評判の成分配合／安いから／納得できる価格／デザインやパッケージがいい／買いやすい場所で販売／店頭でよく見る／広告をよく見る／家族・友人・知人のすすめ／美容部員やエステティシャンのすすめ／病院や薬局のすすめ／インターネット上の 口コミやブログサイトで話題／海外で評判が高い／なんとなく
- 使用理由 by：メイクがよく落ちる／泡立ち／すずぎやすい／つつばらない／肌触り／香り／使いやすい／肌の透明感が増す／てかりを抑える／保湿できる／肌にやさしい／肌が変わる・効果が実感できる
- 期待する効果：保湿効果・乾燥肌対策／皮脂吸着・オイリー肌対策／敏感肌対策／UVカット・紫外線対策／美白・ホワイトニング・しみ対策／リンクルケア・しわ対策／ハリ・たるみ対策／くすみ対策／毛穴ケア／血行・新陳代謝（ターンオーバー）促進／ニキビ対策・アクネ菌抑制／肌の透明感を増す／アンチエイジ・加齢対策
- <w> 購入回数・リピート意向

-2. 「洗顔用」化粧品

- 使用頻度 ○購入チャネル
- <w> 形状タイプ：ローション／ジェル／乳液／クリーム／オイル／洗顔フォーム／ムース／固形石鹸／パウダー／クレイパック

- 使用ブランド⇒ブランド一覧 ○購入価格
- 購入理由：選択肢は「- 1.」に同じ
- 使用理由：汚れがよく落ちる／泡立ち／すすぎやすい／つっぱらない／肌触り／香り／使いやすい／肌の透明感が増す／てかりを抑える／保湿／肌をやさしい／肌が変わる・効果が実感できる
- 期待する効果：選択肢は「- 1.」に同じ
- <w> 購入回数・リピート意向
- 3. 「水分補給用」化粧品
- 使用頻度 ○購入チャンネル
- <w> 形状タイプ：ローション／ジェル／乳液／シート状／ミスト・スプレー
- 使用ブランド⇒ブランド一覧 ○購入価格
- 購入理由：：選択肢は「- 1.」に同じ
- 使用理由：潤いが続く／すっきりする／べたつかない／しみこむ感じがする／のびしやすい／肌触り／香り／使いやすい／肌の透明感が増す／肌が変わる・効果が実感できる
- 期待する効果：選択肢は「- 1.」に同じ
- <w> 購入回数・リピート意向
- 4. 「栄養分補給用」化粧品
- 使用頻度 ○購入チャンネル
- <w> 形状タイプ：ローション／ジェル／乳液／クリーム／オイル／エッセンス／バター
- 使用ブランド⇒ブランド一覧 ○購入価格
- 購入理由：選択肢は「- 1.」に同じ
- 使用理由：潤いが続く／すっきりする／べたつかない／しみこむ感じがする／のびしやすい／肌触り／香り／使いやすい／肌の透明感が増す／肌が変わる・効果が実感できる
- 期待する効果：選択肢は「- 1.」に同じ
- <w> 購入回数・リピート意向
- 5. 「スペシャルケア用」化粧品
- 目的タイプごとに：
  - ①乾燥対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
  - ②紫外線対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
  - ③しみ対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
  - ④しわ対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
  - ⑤たるみ対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
  - ⑥くすみ対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ

- ⑦毛穴ケア用：使用頻度／<w> 形状タイプ
- ⑧血行促進用：使用頻度／<w> 形状タイプ
- ⑨にきび対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
- ⑩加齢対策用：使用頻度／<w> 形状タイプ
- 購入チャンネル
- 使用ブランド⇒ブランド一覧 ○購入価格
- 購入理由：選択肢は「- 1.」に同じ
- 使用理由：潤いが続く／すっきりする／べたつかない／しみこむ感じがする／のびしやすい／肌触りがいい／香りがいい／使いやすい／肌が変わる・効果が実感できる
- <w> 購入回数・リピート意向

### ◆ライフスタイルと肌のケア

- お金 ①こづかい額 ②化粧品購入金額 ③スキンケア化粧品購入金額
- 時間 ①自由時間 ②スキンケア時間
- <w> 意識しているスキンケア行動：
  - ・洗顔料はよく泡立てる
  - ・洗顔に泡立てネットを使う
  - ・ダブル洗顔する
  - ・水で洗わない（フランス式）洗顔をする
  - ・コットンでローションパックする
  - ・美容液を毎日のケアに使っている
  - ・化粧直しにあぶらとり紙を使う
  - ・顔のマッサージをする
  - ・表情筋を鍛えている（フェイスニング）
  - ・自宅で美顔器・エステ機器を使っている
  - ・美顔のためにフェイシャルエステに行く
- 理想の肌：すべすべ／つややか／しっとり／さっぱり／さらっと／もちもち／やわらか／ぷるん／ふくら／つる／つる／なめらか／ハリのある／キメの整った／血色のいい／健康的／透明感のある／毛穴が見立たない／赤ちゃんのような／真っ白な／小麦色
- <w> 肌のための生活習慣への気づかい
- <w> 肌のための食生活への気づかい
- <w> 肌のためのサプリメント等摂取頻度
- <w> 肌のために意識している行動：栄養のバランス／三食きちんと／食べ過ぎないように／野菜を多く／果物を多く／水分

- を摂る／ビタミンを摂る／コラーゲンを摂る／脂肪分を摂らない／スナック菓子を摂らない／刺激物を摂らない／お酒を多く飲まない／機能的ドリンクを利用／サプリメントを摂る／健康茶やハーブを利用／お肌に効果のある医薬品／睡眠を十分／入浴時にお肌のケア／定期的に運動／ストレスをためない／禁煙・節煙／陽射しにあたらぬ／加湿に気づかう
- <w> 美容について当てはまること
  - ・ブランドものが好きだ
  - ・ファッション・おしゃれに関心が高い
  - ・常に流行の先端をいきたい
  - ・毎日のお肌のお手入れは欠かせない
  - ・美顔器やエステ機器に関心がある
  - ・エステティックサロンに関心がある
  - ・プチ整形に関心がある
  - ・美容外科クリニックに行くのは抵抗ある
  - ・肌トラブル治療で美容外科に行きたい
  - ・美しくなるためなら手間は惜しまない
  - ・手間をかけずに美しくなりたい
  - ・美しくなるためならお金をかける
  - ・お金をかけずに美しくなりたい
  - ・身だしなみには人一倍気を遣っている
  - ・自分を美しくする努力はすべき
  - ・年とればファッションや美容に気を遣う
  - ・お肌のお手入れをする時間は楽しい
  - ・人前でお化粧（メイクアップ）する
  - ・ほとんど毎日お化粧（メイクアップ）する
  - ・美容・化粧品にはあまり関心がない
  - ・美しさのために内からの手入れが必要
- <w> 美容の関心領域：ヘアケア／スキンケア／メイクアップ／ネイルケア／ダイエット・体型／ボディケア／ヘルスケア／ファッション／オーラルケア／フットケア
- フェースシート：年齢／居住地域／職業／未既婚／家族構成／同居している子供・高齢者／世帯年収／生活習慣（お酒／タバコ／寝不足／食べ物の好き嫌／ストレス／スポーツ／アウトドア／人と会うことが好き／パソコン／携帯電話）

※<w> は「冬」のみの調査項目

## 09 夏 スキンケア ニーズ 総合調査 ● 調査予定項目一覧

### ◆肌ニーズの実態

- 1. 肌タイプ
  - 自覚している肌タイプ／客観的肌タイプ
  - 夏の肌状態 ○敏感肌の自覚
- 2. 夏の肌悩み
  - 夏の肌悩み ①気になること ②積極的に改善したいこと
  - 理想とする肌

### ◆夏の肌ニーズとスキンケア

- 1. 紫外線意識とUVケア化粧品
  - <s> 紫外線への意識：気にしている
  - <s> 紫外線を気にしている理由
  - <s> 日焼け・紫外線防止の行動
  - <s> UVケア化粧品の使用時期
  - <s> UVケア化粧品の使用種類
  - <s> UVケア化粧品の使用機会①日焼け止めクリーム②乳液③化粧品下地
  - <s> SPF・PA+の表示について
    - ・SPFが高ければよいわけではない
    - ・SPFの数値が高いのは肌に良くない
    - ・PAの+の意味はよく知らない…他
- 2. 美白ケアと美白化粧品
  - <s> 美白に対する意識：気にしている
  - <s> 美白化粧品の使用種類
  - <s> 美白化粧品の使用機会
  - <s> 美白化粧品の効果感
    - ・使えば明らかな効果を実感する
    - ・価格の高いものは効果が高い…他
- 3. 乾燥ケアと高保湿化粧品
  - <s> 保湿に対する意識：気にしている
  - <s> 高保湿化粧品の使用種類
  - <s> 高保湿化粧品の使用機会

- <s> 乾燥ケアと高保湿化粧品の効果感
  - ・夏でもエアコンなどで肌が乾燥する
  - ・肌の老化防止には保湿が大切
  - ・高保湿化粧品は明らかな効果を実感…他
- 4. 老化意識とアンチエイジ化粧品
  - <s> 肌の老化に対する意識：気にしている
  - <s> アンチエイジ化粧品の使用種類
  - <s> アンチエイジ化粧品の使用機会
  - <s> アンチエイジ化粧品の効果感
    - ・使えば明らかな効果を実感する
    - ・使えばなんとなく効果を感じる
    - ・価格の高いものは効果が高い…他

### ◆スキンケア化粧品の選択

- 使用経験のあるブランド
- スキンケア化粧品への期待効果
- スキンケア化粧品の選択重視点
- スキンケア化粧品の選び方
- スキンケア化粧品の情報源
- スキンケア化粧品選択時の相談相手

### ◆使用・購入実態

- 1. 「クレンジング用」化粧品
  - 使用頻度 ○購入チャンネル
  - 使用ブランド○単価
  - 購入理由 ○使用理由 ○期待効果
- 2. 「洗顔用」化粧品
  - 使用頻度 ○購入チャンネル
  - 使用ブランド○単価
  - 購入理由 ○使用理由 ○期待効果
- 3. 「水分補給用」化粧品
  - 使用頻度 ○購入チャンネル
  - 使用ブランド○単価
  - 購入理由 ○使用理由 ○期待効果

### - 4. 「栄養分補給用」化粧品

- 使用頻度 ○購入チャンネル
- 使用ブランド○単価
- 購入理由 ○使用理由 ○期待効果
- 5. 「スペシャルケア用」化粧品
  - スペシャルケアの使用頻度／最多使用
    - ①乾燥対策用 ②紫外線対策用
    - ③しみ対策用 ④しわ対策用
    - ⑤たるみ対策用 ⑥くすみ対策用
    - ⑦毛穴ケア用 ⑧血行促進用
    - ⑨にきび対策用 ⑩加齢対策用
  - 使用頻度 ○購入チャンネル
  - 使用ブランド○単価
  - 購入理由 ○使用理由 ○期待効果

### ◆ライフスタイルとスキンケア行動

- 1. お金と時間のかけ方
- 2. スキンケア行動と使用ステップ
  - スキンケア行動 ① <s> 肌のためと思うこと ②よく行っていること
  - <s> スキンケア使用種類：クレンジング剤／ポイントメイク用クレンジング剤／洗顔フォーム・クリーム／洗顔石鹸／ふき取り化粧水／化粧水／乳液／クリーム／ジェル／美容液／部分用美容液／パック／マスク／部分用パック・シート
  - <s> スキンケア化粧品のステップ数
  - <s> メイクアップの使用：ファンデーション／ Mascara / アイシャドウ / 口紅…他
- フェースシート：年齢／居住地域／職業／未既婚／家族構成／同居している子供・高齢者／世帯年収／生活習慣（お酒／タバコ／寝不足／ストレス…他）

※<s> は「夏」のみの調査項目

◆調査ブランド一覧

- 【化粧品：百貨店インポート】 アナスイ/イブ・サンローラン/エスティローダー/クラランス/クリスチャン・ディオール/クリニーク/گران/シャネル/ヘレナ・ルビンスタイン/ポール&ジョー/ランコム/ロリアル/アモレパシフィック/ビオデルム\*
- 【化粧品：カウンセリング販売】 花王:エスト/花王:ソフィーナ/カネボウ:スイサイ/カネボウ:DEWスベリア/カネボウ:フェアクレア/カネボウ:ブランシール/カネボウ:その他/コーセー:グランデヌ/コーセー:コスメコルテ/コーセー:清肌品/コーセー:薬用雪肌精/コーセー:ルティーナ/コーセー:その他/資生堂:エリクシール/資生堂:クレド・ポー・ポータ/資生堂:dプログラム/資生堂:HAKU2/資生堂:ベネフィーク/資生堂:リバイタル/資生堂:UVホワイト/資生堂:その他/イリュウム/SK-II/アクセーヌ/アユラ/アルピオン:エクサージュ/アルピオン:その他/イプサ/カパーマーク/ケサランバサラン/シュウウエムラ/RMK
- 【化粧品：セルフ販売】 カネボウ:フレッシュル/カネボウ:エビータ/コーセー:ホワイトティスト/資生堂:アクアレーベル/資生堂:洗顔専科/資生堂:TISS/資生堂:肌水/アンズ:アトレージュ 他/イオナ/ウテナ/キスミー/クラブコスメチックス/化粧惑星/サナ/ジュジュ化粧品/セザンヌ化粧品/ちふれ化粧品/NOV/B&Cラボラトリー/マンダム:マンダムビューティ 他/明色化粧品/ロゼット/アペンヌ/クレアラシル/バイオイル/ビオデルマ/ヴェレダ/pdc:セルディ 他\*/ラブラボ:美肌一族\*
- 【化粧品：ブランド直営店】 ハウスオブローゼ/マリークアント/ザ・ボディショップ/ジュリーク/ロクシタン/ザ・フェイスショップ\*
- 【化粧品：通信販売】 アスカ/アテナ/ヴァーナル/エバメール化粧品/オルビス/草花木果/長寿の里/DHC/ドオオーガニック/ドクターシーラボ/ドモホルンリンクル/ハーバー/ババウォッシュ/ファンケル/マーデュレクス:エクスポータ 他/山田養蜂場/ブロードクティブ/ラッシュ/クラブ・クレアターポータ/CCBパリ\*/新日本製薬\*/ステファニー\*/ミシャ\*/悠香:茶のしずく 他\*
- 【化粧品：訪問販売・サロン】 ポーラ:アベックスアイ/ポーラ:B.A/ポーラ:アグレーラ/ポーラ:その他/アイビー化粧品/アルソア/サンスター:サレーヌ 他/ナガセビューティケア/ナリス/ナリスアップ/ノエビア/ミキモト化粧品/メナード/ヤクルト化粧品/イオン化粧品\*/シーボン\*/たかの友梨\*/日興製薬:クロロフィル\*/ワミレス\*
- 【化粧品：ネットワーク販売】 アムウェイ/エイボン/ニュースキン/ニューエイズ\*
- 【トイレタリーメーカー】 花王:キュレル/花王:ニベア/花王:ビオレ/花王:その他/ダヴ/ボンズ/牛乳石鹸:カウブランド 他/クラシエ:ナイフ/クラシエ:肌美精 他/ライオン:植物物語 他/アレッポの石鹸\*/ドクターブローネ:マジックソープ\*
- 【医薬品メーカー】 J&J:ニュートロジーナ/J&J:ROC化粧品/ジョンソン&ジョンソン/第一三共:クリアレックス/第一三共:ミノン/第一三共:コスメディカ/第一三共:ロコベース/ロート製薬:オバジ/ロート製薬:50の恵/ロート製薬:ハダラボ極潤/ロート製薬:ハダラボ白潤/ロート製薬:プロメディアル/ロート製薬:その他/エーザイ:ザネ 他/大塚製薬:インナーシグナル 他/杏林:トリニティーライン/小林製薬:ケシミンクリーム 他/サトウ製薬:ユリアージュ/ゼリア新薬工業/全薬工業:アルージェ/全薬工業:ジュレリッチ/大正製薬:ナリッシュ/大正製薬:リビタ/久光製薬:ライフセラ/持田製薬:カラーージュ/森下仁丹:ピフィーナスキンケア/ユースキン
- 【食品他メーカー】 味の素:ジーノ/日本盛:米ぬか美人/富士フィルム:アスタリフト 他
- 【流通・PB】 生協:コープ/無印良品/イオン:トップバリュ/100円ショップ/その他PB

\*印:その他の回答よりアフターコーディングしたブランド

【調査のアウトプット】

- 冬:2009年3月発行予定 夏:2009年10月予定  
 (1)調査報告書 冬:A4判・94ページ 夏:A4判・約90ページ  
 (2)集計結果表 冬:A4判・2分冊877ページ 夏:A4判・約800ページ  
 (3)集計データ(CD-ROM):クロス集計、ローデータ、他  
 ※本調査の報告書はご購入いただいた企業以外は入手できません。  
 また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

【調査購入のご案内】本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業に購入いただく方式で実施いたします。

- ・夏冬セット価格:定価100万円(税込105万円)・MDBメンバー価格:94万円(税込98.7万円)
- ・冬のみ購入価格:定価60万円(税込63万円)・MDBメンバー価格:54万円(税込56.7万円)
- ・夏のみ購入価格:定価60万円(税込63万円)・MDBメンバー価格:54万円(税込56.7万円)

FAXフリーダイヤル:0120-78-7620

e-mail<info\_mlmc@jmar.co.jp>

【連絡先・申込み書ご送付先】

(株)日本能率協会総合研究所

●東京都千代田区大手町2-2-1  
 新大手町ビル2階 〒100-0004

生活者HOTアンケート事務局 担当:土井

TEL 03-6202-1287

FAX 03-6202-1294

●大阪市中央区今橋3-1-7

日本生命今橋ビル 〒541-0042

MDB大阪 担当:井下

TEL06-6233-2306 FAX06-6233-2349

ホームページ<http://www.jmar.biz/hot/>

スキンケア ニーズ 総合調査●申込書

- 「スキンケア ニーズ 総合調査」を購入する  興味がある(説明が聞きたい、調査票が見たい)
- 「09冬 スキンケアニーズ総合調査」「09夏 スキンケアニーズ総合調査」をセットで購入する
  - 「09冬 スキンケアニーズ総合調査」のみを購入する
  - 「09夏 スキンケアニーズ総合調査」のみを購入する
- 「女性生活者研究シリーズ」に興味がある (説明が聞きたい、調査票がみたい、報告書が見たい)
- vol.8 からだケア ニーズ 総合調査  vol.5 ヘアケア ニーズ 総合調査
  - vol.7 06夏 スキンケア ニーズ 総合調査  vol.4 メイクアップ化粧品 総合調査
  - vol.6 06冬 スキンケア ニーズ 総合調査

※下記所定欄にご記入いただくお客様の個人情報は、商品の発送及び小社からの新商品・調査・企画・情報提供サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご了承賜りご記入くださいますようお願いいたします。  
 (GB1072) 200 年 月 日

フリガナ	MDBメンバーコード			
会社名	印			
部課・役職名	フリガナ			
TEL	ご担当者名			
郵便番号	FAX			
住所	e-mail			
ご請求金額	円(消費税込)	お支払い予定日	年	月 日