

株式会社日本能率協会総合研究所  
マーケティング・データ・バンク

# 「夏のスキンケア ニーズ 総合調査」結果の速報

## 夏の肌ニーズ・基礎化粧品の使用実態を網羅

株式会社日本能率協会総合研究所(代表取締役社長:榮 武男 本社:東京都港区)の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンクは、15～69歳の女性を対象に、「夏のスキンケア ニーズ 総合調査」を実施いたしました。今年2月に実施した「スキンケア ニーズ 総合調査」との比較調査で、(1)夏の肌ニーズ・肌トラブルの実態、(2)夏のスキンケア製品について(3)夏のスキンケア製品の使用・購入実態、(4)夏の化粧・美容とライフスタイルについて網羅的に調査いたしました。その結果、下記のような実態が明らかになりました。  
([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/women03.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women03.html))

### 「しみ・そばかす」は夏冬通じて肌悩みのトップ、

#### 夏は「発汗」「てかり」「化粧崩れ」への悩みが急上昇。

夏の肌悩みのトップは「しみ・そばかす」で、52%と過半数の人が気になると回答しています。「発汗」は30%、「脂っぼい・てかり」は28%、「化粧崩れしやすい」は24%となり、それぞれ冬調査より10ポイント以上増加しました。

#### 9割弱が紫外線を気にしている、40代の約半数は「非常に気にしている」。

紫外線を気にしているか聞いたところ9割弱が気にしており、40代の半数は「非常に」気にしていました。

#### 紫外線対策には「日焼け止めクリーム・ローション」

#### 10代は「リップクリーム」、60代は「化粧水」が特徴的。

紫外線対策用に「日焼け止めクリーム・ローション」を使用している人は7割以上で、10代では「リップクリーム」、60代は「化粧水」を使う人の割合が他の年代より多いのが特徴的でした。

#### 「洗顔用」と「スペシャルケア用」は夏の使用頻度が急増。

「1日2回以上」の使用頻度は、「洗顔用」が冬54%・夏65%、「スペシャルケア用」が冬60%・夏71%と、冬調査に比べ10ポイント以上増加しました。

#### 「クレンジング用」「洗顔用」は一般品、「水分補給用」

#### 「スペシャルケア用」は無店舗、「栄養分補給用」は制度品が約3割。

「クレンジング用」「洗顔用」は一般品ブランドが3割強、「水分補給用」「スペシャルケア用」は無店舗販売ブランドがそれぞれ3割弱、「栄養分補給用」は制度品ブランドが3割弱でトップとなりました。

#### 相談相手は「友人・知人」がトップ、10代は7割が「母親」

#### 20代は多様な相談先、40代～60代は4割が「相談しない」。

スキンケア製品選択の相談相手は「友人・知人」が最も多く39%で、以下「相談しない」32%、「美容部員・エステティシャン」25%でした。

#### 【調査概要】

- ・調査対象：首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)および近畿(大阪・兵庫)在住の女性(15～69歳)
- ・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：1,078人(発送数1,391人、有効回収率77.5%)
- ・調査実施日：2003年8月25日(月)～9月5日(金)

#### 《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:info\_mImc@jmar.co.jp

## 「しみ・そばかす」は夏冬通じて肌悩みのトップ、 夏は「発汗」「てかり」「化粧崩れ」への悩みが急上昇。

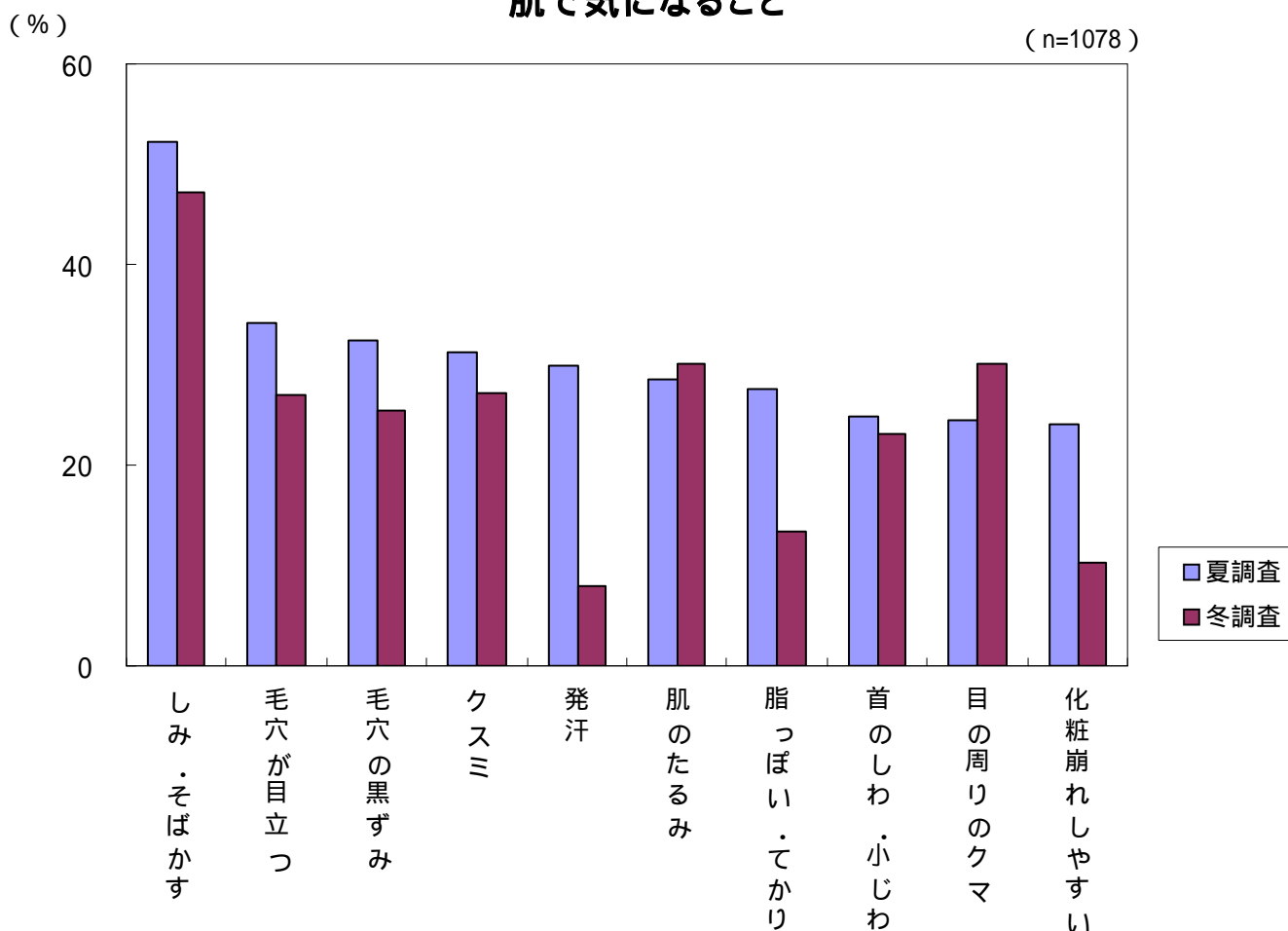
肌で気になることについて、33項目の選択肢をあげて聞いてみました。

夏の肌悩みのトップは「しみ・そばかす」で、52%と過半数の人が気になると回答しています。以下、「毛穴が目立つ」「毛穴の黒ずみ」「クスミ」「発汗」「肌のたるみ」「脂っぼい・てかり」「首のしわ・小じわ」「目の周りのクマ」「化粧崩れしやすい」が上位10項目で、3～4人に1人の回答でした。

このうち、今年2月実施の冬調査と比較して10ポイント以上増えたのが、「発汗」の冬8%・夏30%、「脂っぼい・てかり」の冬14%・夏28%、「化粧崩れしやすい」の冬10%・夏24%で、この3項目は気になる人が倍増しており、夏特有の肌悩みといえます。また、「しみ・そばかす」は夏冬ともに肌悩みのトップ、「毛穴」についても夏の方が気になる人が増えています。

また、冬調査では2割以上の方が気になる項目にあげて上位にあった「全体的な肌の乾燥」「目元・口元の乾燥」は、夏調査では、10ポイント近く減少し、上位10位以内には登場しませんでした。

### 肌で気になること



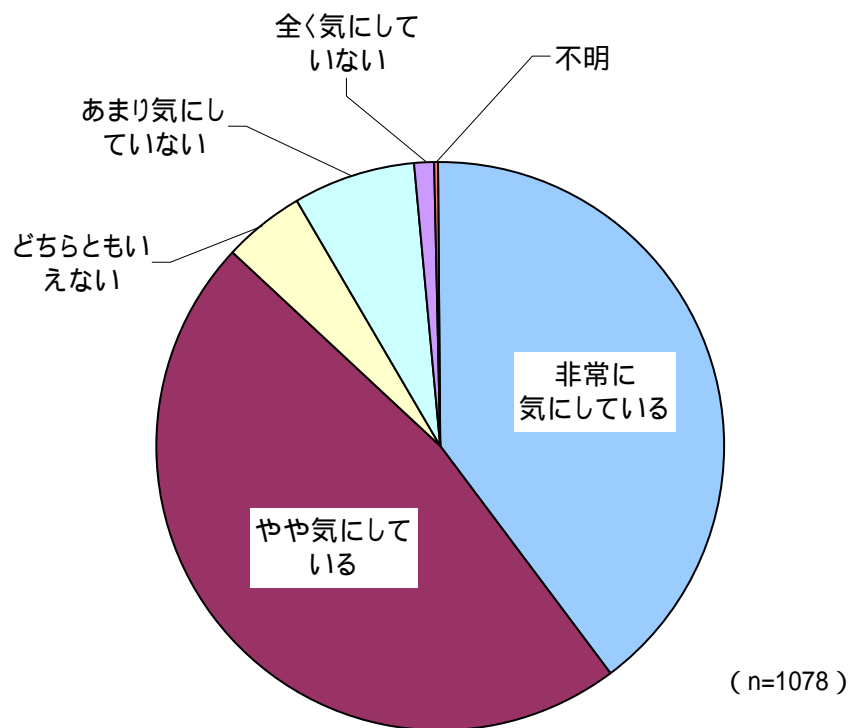
## 9割弱が紫外線を気にしている、 40代の約半数は「非常に気にしている」

紫外線を気にしているか聞いたところ、「やや気にしている」が47%、「非常に気にしている」が40%で、あわせて気にしている人が87%でした。

年代別にみると、「非常に気にしている」「やや気にしている」の合計は10代で72%、20代で84%、30代で89%、40代で88%、50代で90%、60代で88%と30代～60代は9割弱が紫外線を気にしています。

特に40代は約半数の49%が「非常に気にしている」と回答し、他の年代よりも紫外線意識が強いことがうかがえます。

### 紫外線意識



## 紫外線対策には「日焼け止めクリーム・ローション」、 10代は「リップクリーム」、60代は「化粧水」が特徴的。

日焼けや紫外線防止(UVケア)用として使用している化粧品について聞いてみました。

全体では「日焼け止めクリーム・ローション」73%、「ファンデーション」62%、「化粧下地」54%が使われている化粧品ベスト3でした。

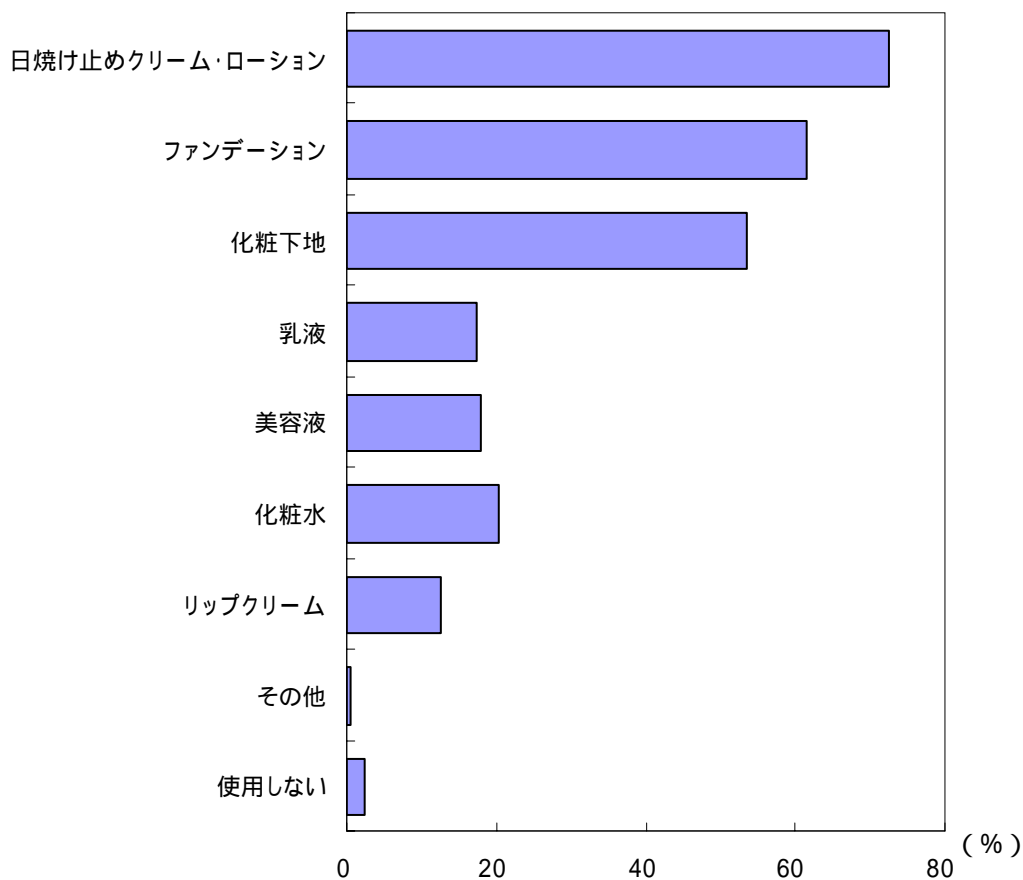
使用している化粧品を年代別にみると、10代は「日焼け止めクリーム・ローション」が83%と多い一方、他の年代では併用が多い「ファンデーション」と「化粧下地」がそれぞれ24%・11%と少なく、まだ化粧品の使用が浸透していない年代であることがわかります。また、「リップクリーム」を30%の人が使っており、他の年代に比べて高いのも特徴です。

30代は「ファンデーション」が71%と他の年代に比べて高く、「日焼け止めクリーム・ローション」の79%と並んで使用されています。

60代は「化粧水」が31%と他の年代に比べて高く、「日焼け止めクリーム・ローション」63%、「ファンデーション」53%、「化粧下地」46%に次いで多く使用されています。

### 紫外線対策用化粧品の使用

(n=1078)



## 「洗顔用」と「スペシャルケア用」は夏の使用が急増、 夏冬ともに使用頻度が高い「水分補給用」。

基礎化粧品の5つのカテゴリーについて、使用頻度を聞いてみました。

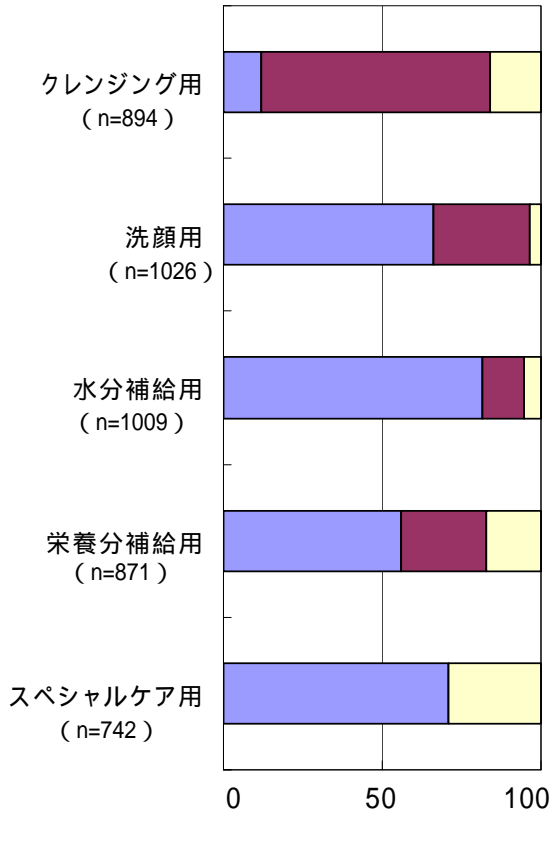
「使用していない」以外のいずれかの頻度を回答した使用している人の割合は、メイク落としなどの「クレンジング用」スキンケア製品が83%、洗顔料・石鹸などの「洗顔用」スキンケア製品が95%、化粧水・ローションなどの「水分補給用」スキンケア製品が94%、乳液・クリームなどの「栄養分補給用」スキンケア製品が81%、美容液・パックなどの「スペシャルケア用」スキンケア製品が71%となり、全体で一番使用されているのは「洗顔用」でした。また、「洗顔用」「水分補給用」「スペシャルケア用」は冬調査より使用率が増加しています。

「1日2回以上使用」と回答した人についてみると、「栄養分補給用」以外はすべて夏調査の方が高く、特に「洗顔用」は冬54%・夏65%、「スペシャルケア用」は冬60%・夏71%と10ポイント以上の大幅な増加となりました。これは、冬に比べて夏特有の肌悩みである発汗・てかり・毛穴などの悩み対策として洗顔、紫外線・しみ対策としてスペシャルケアの必要性が増しているためと考えられます。

冬調査に引き続き、夏調査でも「水分補給用」は8割以上が「1日2回以上使用」と回答しており、夏冬ともに5カテゴリー中最も使用頻度が高い、定番基礎化粧品といえます。

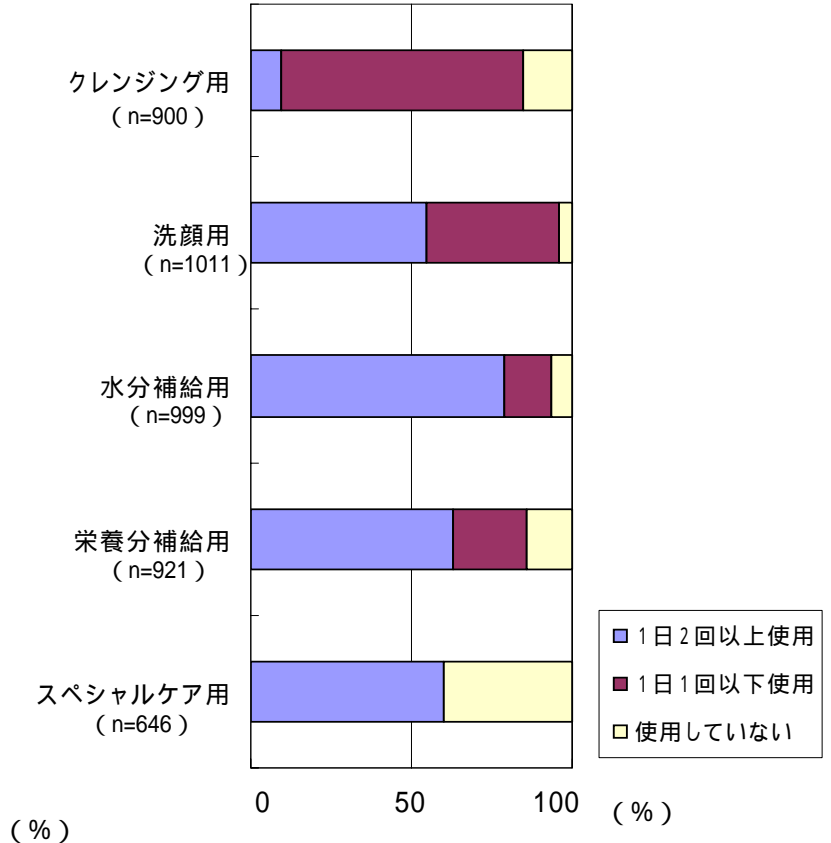
### 夏調査

(n=1078)



### 冬調査

(n=1078)



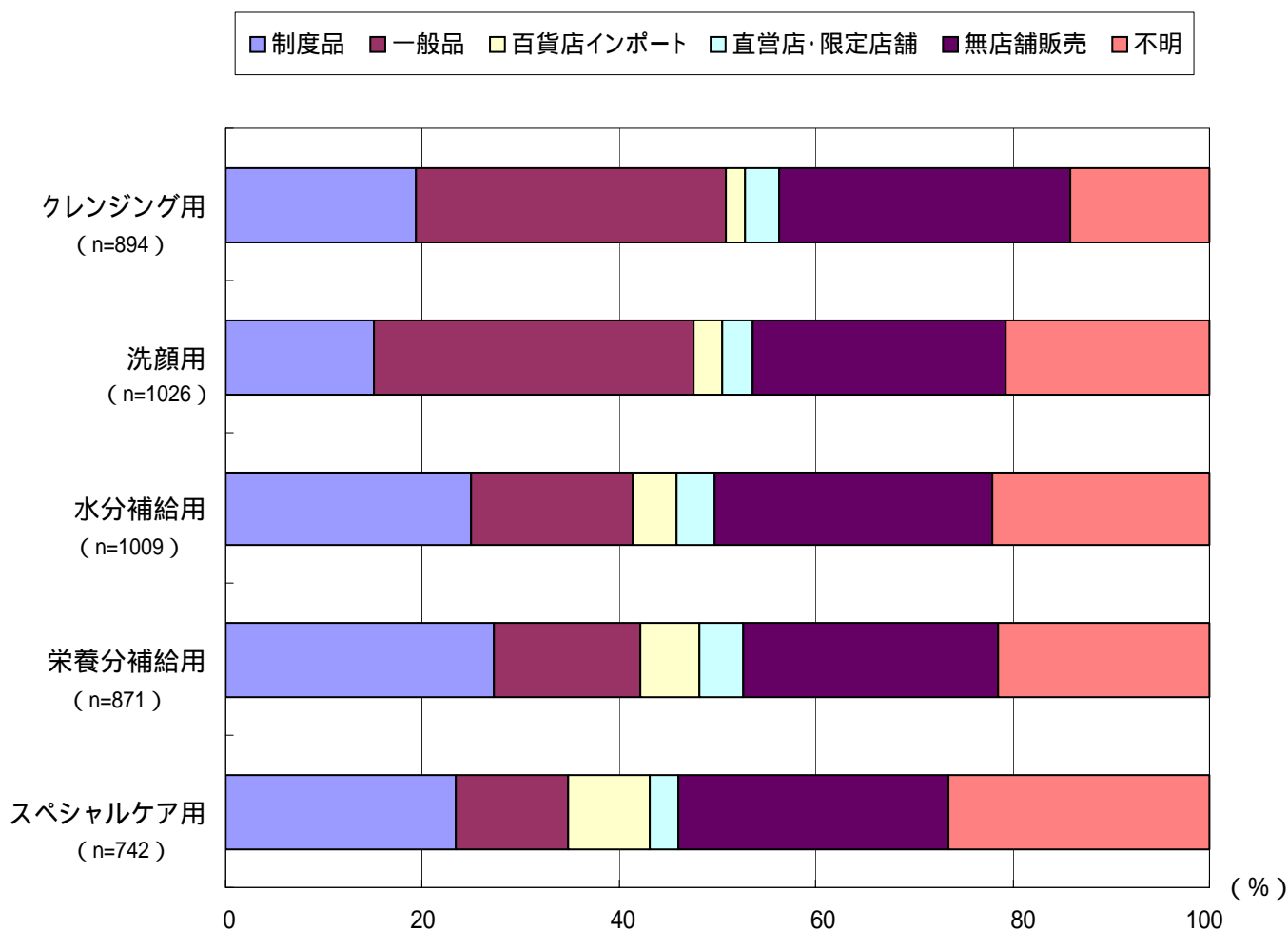
**「クレンジング用」「洗顔用」は一般品ブランド、  
「水分補給用」「スペシャルケア用」は無店舗ブランド、  
「栄養分補給用」は制度品ブランドが約3割。**

一番使用しているブランドについて119ブランドの選択肢を用意し、基礎化粧品の5つのカテゴリーごとに1つずつあげてもらいました。しかし、その結果は分散しており、それぞれベスト10以内にあがった延べ50ブランドのうち出現数が100サンプルを超えたものは2ブランドに過ぎず、20サンプル台が22ブランド、10サンプル台が7ブランドと約6割が30サンプル未満の出現数でした。

ブランドを主要流通形態別に集計し、使用ブランドの割合を比較してみたところ、「クレンジング用」「洗顔用」は一般品ブランドを使っている人が3人に1人と一番多く、冬調査と同様の傾向でしたがその比率は減少しました。「水分補給用」「スペシャルケア用」は無店舗販売ブランドがそれぞれ3割弱でトップとなり、冬調査とほぼ同様でした。「栄養分補給用」は制度品ブランドが27%と前回より4ポイントアップし、無店舗販売ブランドを抜きトップになりました。

全体的に冬調査と比較すると、百貨店インポートブランドと直営店・限定店舗ブランドが全カテゴリーにおいてほぼ倍増しているのが特徴的といえるでしょう。

**一番使用しているブランド(SA)**



## 相談相手は「友人・知人」がトップ、 10代は7割が「母親」、20代は多様な相談先、 40代～60代は4割が「相談しない」。

スキンケア製品を選ぶときの相談相手について聞いてみました。

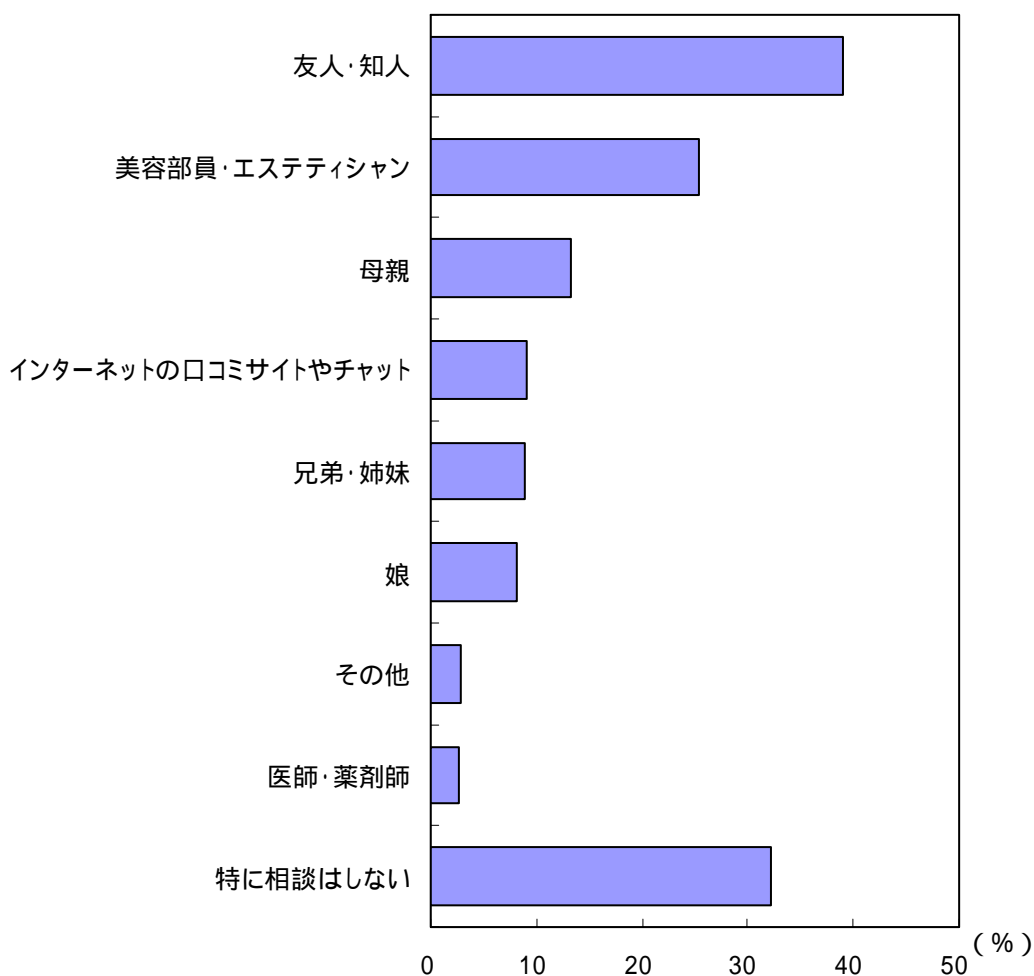
全体では「友人・知人」が最も多く39%、以下「美容部員・エステティシャン」25%、「母親」13%と続きますが、一方「相談しない」という人が32%と3人に1人いました。

年代別にみると、10代は「母親」と回答した人の割合が71%と最も高く、次いで「友人・知人」が60%でした。20代・30代においては「友人・知人」が最も高く約半数でした。40～60代は「相談しない」が最も高く約4割で、次いで「友人・知人」となりました。

20代は「美容部員・エステティシャン」「インターネットの口コミサイトやチャット」「兄弟・姉妹」で各年代中最も高く、相談先が多様であることがわかります。

冬調査と比較すると、「友人・知人」が減少し、「美容部員・エステティシャン」「インターネットの口コミサイトやチャット」が増加しています。

### スキンケア製品選択の相談相手



「夏のスキンケア ニーズ 総合調査」は、女性の夏の肌や基礎化粧品に対する意識を実態を総合的に探り、どのような人が、なぜ、何を意識し、何を使っているのかを明らかにします。

**夏の肌ニーズ・肌トラブルの実態:**夏の肌タイプ、夏の肌状態、敏感肌の自覚、夏の肌悩み(気になること・積極的に改善したいこと)...など

**夏のスキンケア製品について:**紫外線を気にしているか、気にしている理由、紫外線対策、紫外線防止用化粧品の使用(使用製品・使用する時・使い始める時期)、美白意識、美白化粧品の使用、美白化粧品についての考え、夏のスキンケア製品への期待効果、スキンケア製品ブランドの使用経験...など

**夏の基礎化粧品の使用・購入実態:**「クレンジング用」「洗顔用」「水分補給用」「栄養分補給用」「スペシャルケア用」スキンケア製品について、使用頻度、購入チャネル、最多使用ブランド、購入単価、初回購入か、購入理由、使用理由...など

**夏の化粧・美容とライフスタイル:**スキンケアにかかるお金と時間、スキンケア製品購買行動、スキンケア製品選択時の相談相手、スキンケア製品選択時の該当事項...など

### 【調査入手のご案内】

本調査は、弊社自主企画により、複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

- ・調査参加費用：定価 600,000円 / M D B メンバー価格 540,000円 (消費税別)
- ・調査のアウトプット

- (1)調査報告書：A4判・82ページ・2003年11月発行
- (2)集計結果表：A4判・2分冊計962ページ・2003年11月発行
- (3)磁気データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

本調査の報告書はご参加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。

本調査は夏の肌ニーズ・基礎化粧品の基礎データとして必要不可欠な調査です。今回はその中から、「夏の肌悩み」「紫外線意識」「紫外線対策」「夏の基礎化粧品の使用頻度」「夏の基礎化粧品の使用ブランド」「スキンケア製品選択時の相談相手」に焦点を当てて結果の速報をご報告しております。

([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/women03.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/women03.html))

### 【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所(社長：榮 武男 本社：東京都港区)が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です。(http://www.jmar.co.jp/MDB/)

開設以来30年以上、日本を代表する様々な業種の企業約2,000社の企画/調査/営業/技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約12万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話一本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約12万件のお問い合わせに的確・迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

#### 《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク 生活者HOTアンケート事務局 担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:haruko\_doi@jmar.co.jp

**本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。**