

通販利用者構造調査 2010
〔R3:化粧品〕化粧品の通販利用者実態調査

調査報告書

2010年10月

株式会社日本能率協会総合研究所

見 本

調査概要	1
回答者基本プロフィール	2
1) 通販・店舗の使い分け	
①通販・店舗で買う化粧品	6
②通販で買う化粧品	7
③店舗で買う化粧品	8
④化粧品購入意識	9
⑤肌タイプ	10
⑥肌で気になること	11
2) 最多購入の化粧品	
①品目	12
②ブランド	13
③購入頻度／④購入歴	17
⑤購入通販チャンネル	18
⑥購入通販ブランド	19
⑦購入パターン	20
⑧購入理由	21
⑨商品との出会い	22
⑩満足度・継続意向	23
3) 最新購入の化粧品	
①品目	24
②ブランド	25
③購入頻度／④購入歴	29
⑤購入通販チャンネル	30
⑥購入通販ブランド	31
⑦購入パターン	32
⑧購入理由	33
⑨商品との出会い	34
⑩満足度・継続意向	35
通販利用者構造調査2010 [R3:化粧品]まとめ	36
調査票	42

1.調査の目的

本調査は、化粧品を通信販売・宅配サービスで購入する人の実態を総合的に捉えるため、①通信販売と店舗の使い分け、②通信販売での購入の実態について、調査を企画・実施いたしました。

2.調査対象

「[R1:総合調査] 通信販売利用者構造調査」の回答者(全国の20～69歳の男女個人)のうち、通信販売等で化粧品等を購入していると回答した人

3. 調査方法

日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」を利用したFAX調査

4.発送数

850サンプル

5.有効回収数

583サンプル(有効回収率68.6%)

6. 調査実施日

2010年8月28日(土)～9月1日(水)

有効回収サンプル構成

性・年代別	(人)	(%)	本報告書の分析軸	(人)	(%)
全体	583	100.0	全体	583	100.0
男性	153	26.2	男性	153	26.2
男性20代	26	4.5	男性20～30代	59	10.1
男性30代	33	5.7			
男性40代	39	6.7	男性40～60代	94	16.1
男性50代	32	5.5			
男性60代	23	3.9			
女性	430	73.8	女性	430	73.8
女性20代	71	12.2	女性20代	71	12.2
女性30代	89	15.3	女性30代	89	15.3
女性40代	91	15.6	女性40代	91	15.6
女性50代	112	19.2	女性50代	112	19.2
女性60代	67	11.5	女性60代	67	11.5

※本文中の「-」は出現が0.0のデータです。

1) 通販・店舗の使い分け ①通販・店舗で買う化粧品

Q1. 下記の四角枠にあげる化粧品や身の回りのケア用品のうち、普段から、あなたご自身で購入しているものをあげてください。

- (1) 通信販売や宅配サービスで購入しているものは？(MA)
- (2) お店(ドラッグストア・デパート・スーパー・化粧品店・コンビニ・ホームセンター等)で購入しているものは？(MA)



「化粧水」は3割以上が通販で購入

- 化粧品等のうち、通信販売や宅配サービスで購入しているのは「化粧水」が49%がトップ。以下、「ファンデーション」(19%)、「化粧下地・コンシーラー・BBクリーム・日焼け止め等」「洗顔クリーム・フォーム」とともに1割までがくずれを超えている。
- 「洗顔石鹸」「クレンジング」「化粧水」「乳液」「クリーム」「美容液」「多機能ジェル・クリーム」「ファンデーション」「化粧下地・コンシーラー・BBクリーム・日焼け止め等」は、通信販売や宅配サービスでの購入が店舗での購入を上回っている。
- 「シャンプーン・リンス」は店舗での購入が77%で、通信販売や宅配サービスの購入は23%となっている。



4) まとめ ①年代別化粧品の通販利用実態

女性年代別

「化粧水」「多機能ジェル・クリーム・ジェル」を「通販」で「直接購入」。新規購入者と長年愛用者に二極化。生協の利用も多い。

【最多購入の化粧品】

- 品目では「化粧水」が71%でトップ。「ファンデーション」「クリーム」が19%で続く。
- ブランドでは「DHC」が19%でトップ。「エイジング」「悠希」がそれぞれ14%で続く。
- 購入頻度は「2〜3ヶ月に1回程度」が25%。購入歴が9年以上が45%、1年未満が27%と二極化。特に、「10年以上」(22%)と「1年未満で購入は初めて」(24%)は、いずれも性・年代別で最も高い。
- 購入チャネルの中心は「カタログ通信販売」(33%)。「インターネットショッピング」が22%で続く。
- 「通販」の会社から直接購入が11%。「生活協同組合」が10%と性・年代別で最も高い。
- 「化粧品等を見る」(49%)、「定期物でなくから買う」(51%)。
- 購入理由は「合う」(36%)、「いつも使っている」(42%)、「納得できる価格」(31%)など。「自然・天然だから」(10%)は性・年代別で最も高い。
- 出会ったきっかけは「カタログで届いた」(46%)、情報収集では「無料のサンプルを頂戴した」(39%)、最初に購入したきっかけでは「カタログ・DM・メール等が届いた」「キャンペーンで届いた」(ともに29%)が中心。出会ったきっかけは「友人・知人に聞いた」(23%)も性・年代別で最も高い。
- 「満足しており、また同じものを買う」が49%を占める。

【最新購】

- 品目で「化粧水」
- ブランド
- 購入頻度も1回
- 購入チャネルは、インターネットショッピング
- ブランド
- カタログ購入
- 購入理由「無添加」
- 出会ったきっかけ「友人・知人に聞いた」
- 満足

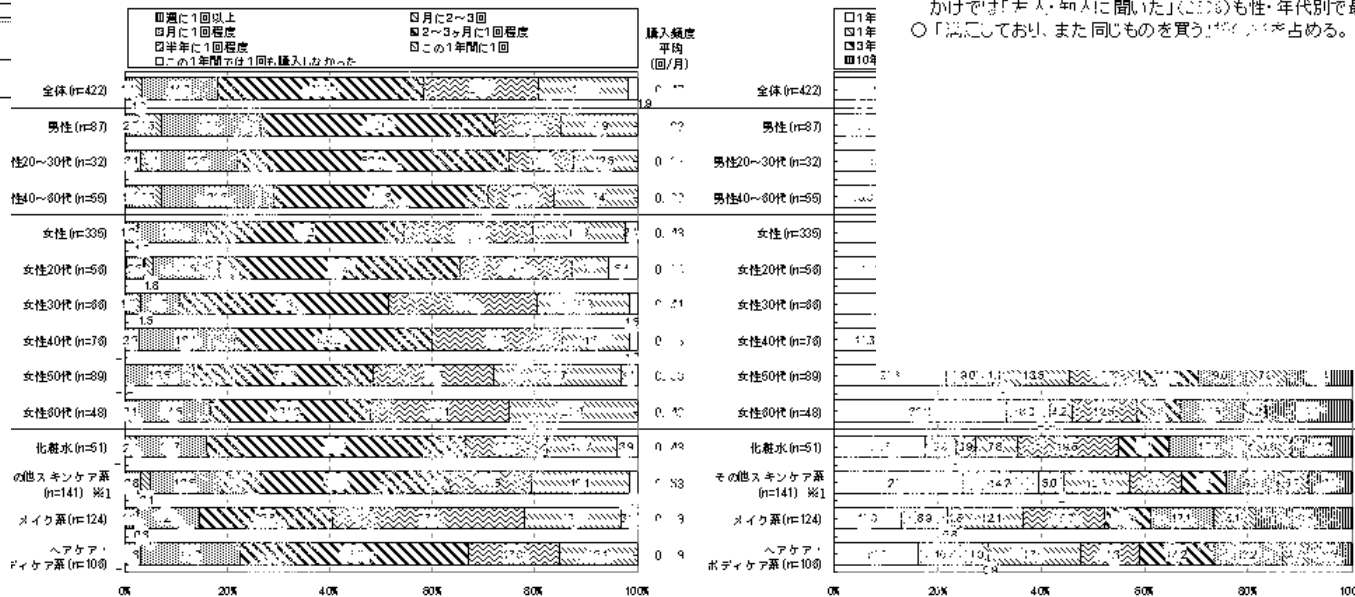
3) 最新購入の化粧品 ③購入頻度/④購入歴

購入頻度では「2〜3ヶ月に1回程度」が主流。購入歴1年以内が3割を超える

- 購入頻度を尋ねたところ、「2〜3ヶ月に1回程度」が49%で最も高く、「2〜3ヶ月に1回以上」が50%を占めている。
- 性別に見ると、男性では「2〜3ヶ月に1回程度」以上が70%を占めており、女性の54%を大きく上回っている。
- 品目別に見ると、メイク系では9割近くが「半年に1回程度」以下の購入となっている。
- いつ頃から購入しているかを尋ねたところ、「1年未満で購入は初めて」が18%で最も高い。1年未満が29%。
- 性・年代別に見ると、女性90代では「1年未満で購入は初めて」が22%と特に高い。
- 品目別に見ると、その他スキンケア系では「1年未満で購入は初めて」が23%と特に高い。

2. そのブランドの化粧品等を、どのくらいの頻度で購入していますか？(SA)

S08-8. そのブランド



通販利用者構造調査 2010
〔R3:化粧品〕化粧品の通販利用者実態調査
集計結果数表

2010年10月

株式会社日本能率協会総合研究所

見 本

「通販利用者構造調査 2010 [R3:化粧品]」集計結果数表 <目 次>

- ◆調査概要(i)
- ◆利用上の注意(ii)
- ◆調査票(iv)

- ◆単純集計表(1)

◆クロス集計表

	[基本属性別]	[詳細属性別]	[肌意識別]		[基本属性別]	[詳細属性別]	[肌意識別]
Q1-1.通販での購入商品.....	1	53	105	SQ3-8.そのブランド初回購入きっかけ.....	30	82	134
Q1-2.店での購入商品.....	2	54	106	SQ3-9.そのブランドの満足度.....	32	84	136
Q2.通販での最多購入商品.....	3	55	107	Q4.化粧品等についての考え.....	32	84	136
SQ2-1.最多購入商品のブランド.....	4	56	108	Q5.肌タイプ.....	33	85	137
SQ2-2.そのブランドの購入頻度.....	8	60	112	Q6.肌で気になること.....	34	86	138
SQ2-3.そのブランドの購入歴.....	9	61	113	F1.年代 F1.年齢.....	35	87	139
SQ2-4.そのブランド購入の通販等.....	10	62	114	F2.性別 F2×F1.性年代別 F2×F1.性年齢別	36	88	140
SQ2-5.そのブランドの購入会社.....	11	63	115	R1 Q1-2.1年間の通販等の購入経験.....	38	90	142
SQ2-6.そのブランドの購入パターン.....	13	65	117	R1 Q2-A.カタログ通販の1年の購入頻度.....	39	91	143
SQ2-7.そのブランドの購入理由.....	14	66	118	R1 Q2-B.新聞雑誌通販の1年の購入頻度.....	40	92	144
SQ2-8.そのブランド初回購入きっかけ.....	15	67	119	R1 Q2-C.テレビ通販の1年の購入頻度.....	41	93	145
SQ2-9.そのブランドの満足度.....	17	69	121	R1 Q2-D.ネット通販の1年の購入頻度.....	42	94	146
Q3.通販での直近の購入商品.....	18	70	122	R1 Q2-E.生協初スパーの1年の購入頻度.....	43	95	147
SQ3-1.直近購入商品のブランド.....	19	71	123	R1 Q29.通信販売や買い物の該当事項.....	44	96	148
SQ3-2.そのブランドの購入頻度.....	23	75	127	R1 Q32.利用している情報源・コミュニケーション.....	46	98	150
SQ3-3.そのブランドの購入歴.....	24	76	128	R1 F3.未婚 R1 F4.職業.....	47	99	151
SQ3-4.そのブランド購入の通販等.....	25	77	129	R1 F5.同居家族人数 R1 F6.家族構成.....	48	100	152
SQ3-5.そのブランドの購入会社.....	26	78	130	R1 F7.世帯年収.....	49	101	153
SQ3-6.そのブランドの購入パターン.....	28	80	132	R1 F8.同居家族・ペット R1 F9.住宅のタイプ	50	102	154
SQ3-7.そのブランドの購入理由.....	29	81	133	R1 F10.居住地域のタイプ R1 F11.居住地域	51	103	155

◆設問間クロス集計

表側項目	表頭項目	表側項目	表頭項目	表側項目	表頭項目	
最多購入商品軸 1	Q2.通販での最多購入商品.....	157	最多購入商品軸 2	Q2.通販での最多購入商品.....	172	
最多購入商品軸 1	SQ2-1.最多購入商品のブランド.....	158	最多購入商品軸 2	SQ2-1.最多購入商品のブランド.....	172	
最多購入商品軸 1	SQ2-2.そのブランドの購入頻度.....	162	最多購入商品軸 2	SQ2-2.そのブランドの購入頻度.....	174	
最多購入商品軸 1	SQ2-3.そのブランドの購入歴.....	163	最多購入商品軸 2	SQ2-3.そのブランドの購入歴.....	175	
最多購入商品軸 1	SQ2-4.そのブランド購入の通販等.....	164	最多購入商品軸 2	SQ2-4.そのブランド購入の通販等.....	175	
最多購入商品軸 1	SQ2-5.そのブランドの購入会社.....	165	最多購入商品軸 2	SQ2-5.そのブランドの購入会社.....	176	
最多購入商品軸 1	SQ2-6.そのブランドの購入パターン.....	167	最多購入商品軸 2	SQ2-6.そのブランドの購入パターン.....	177	
最多購入商品軸 1	SQ2-7.そのブランドの購入理由.....	168	最多購入商品軸 2	SQ2-7.そのブランドの購入理由.....	177	
最多購入商品軸 1	SQ2-8.そのブランド初回購入きっかけ.....	169	最多購入商品軸 2	SQ2-8.そのブランド初回購入きっかけ.....	178	
最多購入商品軸 1	SQ2-9.そのブランドの満足度.....	171	最多購入商品軸 2	SQ2-9.そのブランドの満足度.....	179	
				直近購入商品軸	Q3.通販での直近の購入商品.....	180
				直近購入商品軸	SQ3-1.直近購入商品のブランド.....	181
				直近購入商品軸	SQ3-2.そのブランドの購入頻度.....	185
				直近購入商品軸	SQ3-3.そのブランドの購入歴.....	186
				直近購入商品軸	SQ3-4.そのブランド購入の通販等.....	187
				直近購入商品軸	SQ3-5.そのブランドの購入会社.....	188
				直近購入商品軸	SQ3-6.そのブランドの購入パターン.....	190
				直近購入商品軸	SQ3-7.そのブランドの購入理由.....	191
				直近購入商品軸	SQ3-8.そのブランド初回購入きっかけ.....	192
				直近購入商品軸	SQ3-9.そのブランドの満足度.....	194

- ◆その他書き抜き表409

Table showing demographic data for the overall survey (調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】). Columns include gender (性別), age (年代), marital status (別居), and various product usage metrics.



調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】

Table showing demographic data for the product survey (調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】). Columns include age groups (年齢), income (年収), household type (住宅), and marital status (別居).

調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】

Large table showing detailed usage data for various cosmetics (調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】). Rows list product types like '肌用化粧品' (skincare), 'メイク用品' (makeup), and 'ヘアケア' (hair care). Columns show usage frequency and specific product metrics.

Table showing usage frequency data (調査名 【遠親利用者様調査2010 R3-化粧品】). Rows list usage frequency (購入頻度) and specific product categories like 'スキンケア系' (skincare) and 'メイク用品' (makeup).