

メイクアップ化粧品総合調査

～ファンデーション・アイメイク用・リップメイク用、他～

化粧品の使用・購買の実態とおしゃれ意識

メイクアップについてのニーズ・カ点・考え方

顔についての悩みは？ どう見せたい？

「目」「口」「眉」・・・メイクのポイントはどこ？

15～69歳の女性1,000人を対象にした、

メイク・おしゃれ・化粧品についての意識と行動総合調査

メイクアップ化粧品のアイテム別使用実態

TPOによる使い分け

年代別によく使うアイテム・使わないアイテム

使用頻度・保有している数・持ち歩く数・よく使うブランド

単価・チャンネル・購入のきっかけ・選択時の魅力・・・購買実態は？

ベースメイク

ファンデーション

パウダー

コンシーラー

化粧下地

ポイントメイク

<目元>

アイライナー

マスカラ

アイシャドー

アイブロー

<口元>

口紅

リップグロス

リップクリーム

<頬・Tゾーン>

チークカラー

シャドーカラー

ハイライト

カラーパウダー

メイクアップ
ニーズ

おしゃれ・化粧品についての
意識と行動

お金と時間の
使い方

【調査概要】

- ・調査対象：首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)および近畿圏(大阪・兵庫)の15～69歳の女性
- ・調査方法：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：1,021人(発送数1,484人・有効回収率68.8%)
- ・調査期間：2004年3月25日～4月8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38,300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、情報誌「くらしHOW」の発行などを行う(株)ライブリッジ。

【調査のアウトプット】2004年5月発行

- (1) 調査報告書：A4判・88ページ
- (2) 集計結果表：A4判・2分冊計957ページ
- (3) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他

【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ご購入いただく方式で実施いたしました。

・購入費用：定価600,000円(税込630,000円)
MD Bメンバー価格540,000円(税込567,000円)

【お問い合わせ先・ご購入のお申し込み先】

〒100-0005東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F

(株)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 e-mail<info_mlmco@jmar.co.jp>

TEL 03-6212-9135 FAX 0120-78-7620

<< 調査報告書 >> 目次

1) メイクアップニーズの実態

1 肌ニーズの実態

自称肌タイプ・敏感肌の自覚 客観肌タイプ

2 メイクアップニーズの実態

肌(顔全体)の悩み 顔の造りの悩み 目元の悩み
その他の悩み 悩み上位ランキング

2) メイクとおしゃれの意識・実態

1 メイク・おしゃれ意識

美容・ファッションの考え方
メイクでの力点・重視する部位

TPO別使用化粧品比較

使用化粧品(家にいるとき/近所に出かけるとき)

使用化粧品(少し遠出・仕事するとき/ドレスアップするとき)

眉のお手入れ頻度

眉・まつ毛のお手入れ

メイクの仕上がり満足度

メイクアップ方法の情報源

2 メイクアップ製品の購買行動

情報源 選び方 選択時の相談相手

使用経験のあるブランド上位ランキング

使用経験のあるブランド年代別ランキング

3) ベースメイクの使用実態

1 ファンデーションの使用実態

使用頻度 使用状況 購入チャネル 形状タイプ
形状タイプの使い分け 使用ブランド ブランド分類
購入単価 購入回数 購入理由 使用理由

2 ベースメイクの使用実態

ファンデーション下地の使用状況 コンシーラーの使用状況
パウダーの使用状況 パウダーの利用方法 選択時の魅力

4) ポイントメイクの使用実態

1 目元用ポイントメイク使用実態

アイライナー マスカラ アイシャドー アイブロー
・・・使用頻度・保有数・普段持ち歩く数・他
一番使用している目元用アイテム
使用ブランド ブランド分類 購入単価
購入チャネル 購入のきっかけ 選択時の魅力

2 口元用ポイントメイク使用実態

口紅 リップグロス リップクリーム
・・・使用頻度・保有数・普段持ち歩く数・他
一番使用している口元用アイテム
使用ブランド ブランド分類 購入単価 購入チャネル
購入のきっかけ 選択時の魅力

3 その他ポイントメイク使用実態

チークカラー シャドーカラー ハイライト
カラーパウダー
・・・使用頻度・保有数・普段持ち歩く数・他
一番使用しているその他のアイテム
使用ブランド ブランド分類 購入単価 購入チャネル
購入のきっかけ 選択時の魅力

5) メイクアップにかけるお金と時間

自由に使えるお金
化粧品にかけるお金/メイクにかけるお金
自由に使える時間
平日の化粧にかける時間
休日の化粧にかける時間
化粧直しの頻度

メイクアップ化粧品総合調査まとめ

顔全体の肌で気になること

毛穴の黒ずみ/毛穴の広がり/全体的な肌の乾燥・かさつき/全体的な
/色白/肌のたるみ/肌のキメ・なめらかさ/顔全体のむくみ/赤ら顔

顔の造りに気になること

顔全体の形が大きすぎる/顔全体の形が小さすぎる/顔が縦に長すぎる
/額が広すぎる/額が狭すぎる/顎が出すぎている/鼻が小さすぎる

目元で気になること

眉が薄すぎる/眉が濃すぎる/眉が短すぎる/眉が長すぎる/眉の形が
すぎ/目が離れすぎ/目尻が下がりすぎ/目尻が上がりすぎ/一重・奥
す/目元のくすみ・黒ずみ/目元のたるみ/目元のむくみ

部分で気になること

唇が小さすぎる/唇が大きすぎる/唇が薄すぎる/唇が太すぎる/上唇
み・黒ずみ/口元のたるみ/鼻の周りの脂っぼさ・てかり/鼻の周りの
かさつき/額の脂っぼさ・てかり/額のしわ/額のしみ・そばかす

メイクでの力点

小顔/目を大きく/唇を強調/鼻を高く/流行/元気・健康
にみせる/ナチュラルなメイク/ゴージャスなメイク
ポイントメイクで重視する部位
眉/目の周り/唇/頬や鼻の周り

美容・

- ・ブランド
- ・ファッ
- ・美しく
- ・プチ整
- ・毎日の
- ・外出を
- ・化粧を

TPO別使用化粧品

(1) 家にいるとき (2) 近所に出かけるとき
(3) 少し遠出・仕事 (4) ドレスアップするとき

ファンデーション/化粧下地/コンシーラー/パウダー/アイライナー/
ラ/アイシャドー/アイブロー/口紅/リップグロス/リップライナー/
クリーム/チークカラー/シャドーカラー/ハイライト/その他/全くお
しない

眉・まつ毛で行っていること

はさみで眉を切り揃える/かみそりで眉を剃る/眉用電気シェーバー/眉
み/眉を毛抜きで抜く/つけまつげ/二重まぶた用化粧品/まつ毛トリ
ト/アイライナーコート剤の利用/まつ毛パーマ/ビューラー

ファンデーションの購入チャネル

百貨店/スーパー/コンビニ/ドラッグストア・薬局/化粧品専門店/
ントショップ/バラエティショップ/化粧品メーカーの通信販売/化粧品
のネット販売/化粧品メーカー以外の通信販売/化粧品メーカー以外の
/訪問販売/美容院・エステティックサロン/病院・クリニック/生協/
人から購入/海外・免税店

ファンデーションの形状タイプ

コンパクト/リキッド/クリーム/スティック/ムース・エア

ファンデーションの購入理由

- ・基礎化粧品と同ブランド
- ・他メイクアップ製品と同シリーズ
- ・いつも使っているから
- ・そのメーカー・会社が好きだから
- ・有名メーカー・有名ブランドだから
- ・ドクターズコスメだから
- ・医薬品メーカーが作った製品だから
- ・仕上がりがいいから
- ・安いから
- ・納得できる価格だから
- ・デザインやパッケージがいいから
- ・持ち運びに便利だから
- ・買いやすい場所に売っている
- ・広告をよくみるから
- ・広告がよかったから
- ・友人・知人のアドバイス
- ・母・姉・妹など家族のアドバ
- ・病院や薬局でのアドバイス
- ・メイク教室・エステでのアド
- ・店頭美容部員のアドバイス
- ・カラーコーディネーター
- ・メイクアップアーティスト推
- ・なんとなく

ポイントメイクの購入チャネル

百貨店/スーパー/コンビニ/ドラッグストア・薬局/化粧品専門店
ディスカウントショップ/バラエティショップ/化粧品メーカーの通信
売/化粧品メーカーのネット販売/化粧品メーカー以外の通信販売/化
品メーカー以外のネット販売/訪問販売/美容院・エステティックサロ
/病院・クリニック/生協/友人・知人から購入/海外・免税店

ポイントメイクで選択時に魅力的に感じたこと

ナチュラルカラー/発色がよい/つや感アップ/透明感アップ/にじま
/なじみやすい/くずれにくい/汗・水に強い/ウォータープルーフ/
リウム感アップ/繊維入り/ダムになりにくい/薄付き/カールカ/
/トリートメント効果/マット感/パール・ラメ/メイクを落としやすい
描きやすい/さらさらした使い心地/のびがよい/しっとりした使い心地
潤い効果・乾燥防止/紫外線カット・UVケア/自然派/無添加/無香料
オイルフリー/敏感肌用/香りがいい

しわ / 全体的なしみ・そばかす / 全体的な肌のくすみ・黒ずみ / 全体的なきび・ふきでもの / きび・ふきでもの跡・凹凸 / 肌のかゆみ / 色・地黒
顔 / 顔色が悪い / 脂っばい・てかり / しっしん・かぶれ・ただれ / アトピー性皮膚炎 / あざ / 化粧崩れしやすい / 化粧のりが悪い

顔が横に長すぎる / 顔が丸すぎる / 顔の彫りが少なすぎる / 顔の彫りが深すぎる / 顔全体にメリハリがない / えらが張りすぎている / 頬が大きすぎる
鼻が大きすぎる / 鼻が低すぎる / 鼻が高すぎる

まつ毛が薄すぎる / まつ毛が濃すぎる / まつ毛が短すぎる / まつ毛が長すぎる / 逆まつ毛 / 目が小さすぎる / 目が大きすぎる / 目が中央に寄り
二重などまぶたの形 / 目元の乾燥・かさつき / 目尻のしわ / 目の下のちりめんじわ / 目頭のしわ / まぶたのしわ / 目の周りのクマ / 目元のしみ・そばか

唇と下唇の厚さのバランスが悪い / 唇の乾燥・かさつき / 唇の色が悪い / 口の周りの乾燥・かさつき / 口の周りのしわ / 口の周りのしみ / 口の周りのくす
黒ずみ / 頬の乾燥・かさつき / 頬の脂っばさ・てかり / 頬のしわ / 頬のしみ・そばかす / 頬のくすみ・黒ずみ / 頬の赤らみ / 頬のたるみ / 額の乾燥・か

ファッションの考え方

- ・ファッション物が好きだ
- ・ファッション・オシャレに関心が高い
- ・なるためには手間を惜しまない
- ・形に興味がある
- ・お肌のお手入れは欠かさない
- ・するより家にいる方が好き
- ・するものは面倒くさい
- ・化粧をしている時間は楽しい
- ・時間をかけて化粧品を選ぶのは楽しい
- ・新製品はすぐ試してみる方だ
- ・ドレスアップする場へ出かけるのが好き
- ・エステサロンやメイク教室に通っている
- ・化粧はエチケットだと思う
- ・美顔器などを使ってホームエステをしている
- ・流行のものは取り入れるようにしている
- ・有名人のファッションやヘアスタイルを真似ることがある
- ・気に入ったものがあつたらすぐ買ってしまう
- ・美しさを保つために、食事など内からのお手入れを重要視している
- ・メイクは会社に着いてからすることがある
- ・人前でのメイクはみっともないと思う
- ・年とともにファッションや美容に気を遣うようになった

メイクアップ製品の選び方

- ・できるだけスキンケア用化粧品と同じブランドで揃える
- ・メイクアップ用化粧品は、できるだけ同じブランドで揃える
- ・同ブランドで揃えることにこだわらず、気に入った物を組み合わせ
せて選ぶ
- ・店でいろいろブランドを比較してから購入する
- ・店で1つのブランドの中から比較して購入する
- ・店に行く前にあらかじめ製品や製品番号を決めてから行く
- ・いつも同じ店でほとんど全てのメイクアップ用化粧品を買う
- ・アイラインはドラッグストア、口紅はデパートというように化粧品
品によって買うお店が決まっている
- ・いくつかチェックするお店が決まっており、その中で買っている
- ・通信販売や訪問販売などお店以外で買うことが多い
- ・特に買うお店は決まっておらず、その時々に応じて買っている
- ・試供品で試してから買うことが多い
- ・普段より割引や景品など特典が多いときに買うことが多い
- ・店頭でテスター・サンプルでいろいろ試してから買うことが多い
- ・カウンセリングや診断サービスをうけてから買うことが多い
- ・自然素材(天然成分・無添加)のブランドを選んでいる
- ・医者や医薬品メーカーが開発したブランドを選んでいる
- ・環境を考慮したパッケージのものを選んでいる
- ・配合成分表示が見やすいものを選んでいる
- ・使うステップがシンプルなブランドを選んでいる
- ・新色や流行の製品を買うことが多い
- ・限定色が発売されていると買うことが多い
- ・いつも買う自分なりの定番色がある

ベースメイクで選択時に魅力的に感じたこと

ナチュラルカラー / 美白効果 / 美白成分 / カバー力 / 毛穴カバー / 発色がよい / つやが生まれる / 透明感アップ / 毛穴ひきしめ効果 / 肌の
ひきしめ効果 / 皮脂吸収 / テカリ防止 / 化粧浮きしない / くずれにくい / アンチエイジ / のびがよい / さらにさらした使い心地 / しっとりし
た使い心地 / 潤い効果 / 乾燥防止 / 紫外線カット / UVケア / シンプルステップ / 自然派 / 無添加 / 無香料 / オイルフリー / カスタムメイ
ド / 売上No.1 / ドクターズコスメ / 有名ブランド / 海外ブランド / 有名人も利用 / メイクアップアーティスト推奨 / ウォータープルーフ

ファンデーションの下地の使用状況

必ず使用 / 季節によって / メイクの仕方にあわせて / 肌の状態によって / 部分的に使用 / 使用しない

コンシーラーの使用状況

必ず使用 / 季節によって / メイクの仕方にあわせて / 肌の状態によって / 部分的に使用 / 使用しない

パウダー(白粉)の使用状況

必ず使用 / 季節によって / メイクの仕方にあわせて / 肌の状態によって / 部分的に使用 / 使用しない

パウダー(白粉)の利用方法

ファンデーションの上に重ねる / 下地の上に重ねる / パウダーのみ / 顔全体 / 顔の一部だけ

ポイントメイクの購入のきっかけ

- ・そのメーカー・会社が好きだから
- ・新色だったから
- ・店頭で使ってみてよかったから
- ・景品がついていたから
- ・キャンペーン期間中だったから
- ・普段より割引が大きかったから
- ・無料の試供品でよかったから
- ・その商品のテレビCMが好きだから
- ・広告の女優が素敵だったから
- ・テレビ番組で取り上げられていた
- ・訪問でのカウンセリングを受けて
- ・店頭でのカウンセリングを受けて
- ・雑誌・新聞で特集されていたから
- ・雑誌・新聞の広告が素敵だったから
- ・メーカーのインターネットサイトで
- ・インターネットの口コミサイトで
- ・メイクアップアーティスト推奨
- ・エステでのアドバイス
- ・メイク教室でのアドバイス
- ・友人・知人のアドバイス
- ・母・姉・妹など家族のアドバイス
- ・店頭で売上が上位だったから
- ・いつも使っているから
- ・安いから

<< 集計結果数表 >> 全設問とのクロス集計の表側項目一覧

年代別 年齢5歳階級別 地域別
未既婚・職業別: 未婚(学生・生徒/社会人) / 既婚(専業主婦/有職主婦/パート・アルバイト/フルタイム勤務)
家族形態別: 未婚(家族と同居/単身世帯) / 既婚(夫婦のみ/二世帯家族/三世帯他)
同居家族別: 同居の子供あり[0~1歳/2~3歳/4~6歳/小学生低学年/小学生高学年/中学生/高校生/大学生/社会人(未婚)の
子供/社会人(既婚)の子供] / 同居の子供なし / お世話が必要な高齢者と同居
年収別 生活習慣別: お酒を飲む/タバコを吸う/寝不足などが多い/食べ物の好き嫌いが多く/ストレスが多い/運動・スポーツをよ
くする/人に会うことが多い/屋外で過ごすことが多い/接客など人前に出る仕事をしている
自称肌タイプ別 容観肌タイプ別 敏感肌自覚別 メイクの仕上がり満足度別 メイクアップ購入金額別 平日朝の化粧時間別
化粧直しの頻度別
積極的に改善したい悩み別: 毛穴・キメ・脂/乾燥・かさつき/しわ/しみ・そばかす/くすみ・黒ずみ/色/たるみ・むくみ/にきび/かゆみ
美容・ファッションの考え方別
メイクアップの情報源別: テレビ番組/新聞・活字/雑誌/カタログ等/店頭美容部員/その他美容プロ/インターネット/友人/家族
メイクアップ製品の選び方別

調査ブランド一覧表

分類	ブランド名
流通別 カウンセリング	「テストイモ(カネボウ)」「デュウ(カネボウ)」「トワニー(カネボウ)」「フェアクレア(カネボウ)」「フリープラス(カネボウ)」「ラファイエ(カネボウ)」「ルナソル(カネボウ)」「レヴュー(カネボウ)」「その他カネボウ」「ヴィセ(コーセー)」「エスブリーク(コーセー)」「グランデーヌ(コーセー)」「コスメデコルテ(コーセー)」「プレディア(コーセー)」「ポーテドコーセー(コーセー)」「ルティーナ(コーセー)」「ルミナス(コーセー)」「その他コーセー」「アクテアハート(資生堂)」「アネッサ(資生堂)」「インウイ(資生堂)」「エリクシール(資生堂)」「クレド・ポー・ポーテ(資生堂)」「ザ・メーキャップ(資生堂)」「dプログラム(資生堂)」「ピエヌ(資生堂)」「ブラウディア(資生堂)」「ベネフィーク(資生堂)」「マジヨリカ マジヨリカ(資生堂)」「UVホワイト(資生堂)」「その他資生堂」「SK- (P&G・マックスファクター)」「マックスファクター(P&G)」「エスト(花王)」「オーブ(花王)」「ソフィーナ(花王)」「アニバーサリー(アルビオン)」「エクサージュ(アルビオン)」「エレガンス(アルビオン)」「アルビオン」「アクセーヌ」「アユーラ」「イブサ」「カバーマーク」「ケサランパサラン」「RMK」
百貨店インポート	「アナ・スイ コスメティクス」「イヴ・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」「ゲラン」「ジバンシィ」「シャネル」「ソニア・リキエル」「ナーズ」「ヘレナ ルピンスタイン」「ボビィブラウン」「マック」「ランコム(日本ロレアル)」「ロレアル」
セルフ	「ケイト(カネボウ)」「フレッシュル(カネボウ)」「メディア(カネボウ)」「ファシオ(コーセー)」「ホワイティスト(コーセー)」「アスプリール(資生堂)」「セルフフィット(資生堂)」「フフ(資生堂)」「ホワイティア(資生堂)」「その他P&G」「その他花王(花王)」「エクセル(サナ)」「ニューボーン(サナ)」「サナ」「ノブ」「ウテナ」「エテュセ」「オペラ(イミュ)」「キスミー」「キャンメイク」「化粧惑星(オービット)」「コージー」「セザンヌ」「ちふれ化粧品」「デジャヴュ」「フーデル」「クレージュ」「ブルジョワ」「マリ・クレール」「メイベリン」「レブロン」
ブランド専用チャネル	「シュウウエムラ」「ソニーCPラボラトリーズ」「ハウスオブローゼ」「ザ・ボディショップ(イオンフォレスト)」「マリークワント」「コープ」「ザ・ダイソー(ダイソー)」「無印良品(良品計画)」
訪問販売	「アベックスアイ(ポーラ)」「アニャック(ポーラ)」「ディニュー(ポーラ)」「その他ポーラ化粧品」「ノエビア」「アイビー化粧品」「アルソア」「ジョセフィン化粧品」「ナガセビューティケア」「ナリス化粧品」「ミキモト化粧品」「メナード」「ヤクルト」「アムウェイ」「エイボン」「ニュースキン」
通信販売	「アテナ」「オルビス」「ステファニー化粧品」「DHC」「ドクターシーラボ」「ハーバー」「ファンケル」「ジーノ(味の素)」
特徴別 自然・無添加・低刺激	「dプログラム(資生堂)」「ノブ」「アクセーヌ」「アユーラ」「アルソア」「オルビス」「DHC」「ちふれ化粧品」「ドクターシーラボ」「ハーバー」「ファンケル」「クラランス」「クリニーク」「ザ・ボディショップ(イオンフォレスト)」
美白	「フェアクレア(カネボウ)」「フレッシュル(カネボウ)」「ホワイティスト(コーセー)」「ホワイティア(資生堂)」「UVホワイト(資生堂)」
ハイプレステージ	「トワニー(カネボウ)」「コスメデコルテ(コーセー)」「ポーテドコーセー(コーセー)」「クレド・ポー・ポーテ(資生堂)」「アベックスアイ(ポーラ)」「SK- (P&G・マックスファクター)」「アルビオン」「イヴ・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」「ゲラン」「ジバンシィ」「シャネル」「ソニア・リキエル」「ヘレナ ルピンスタイン」「ランコム(日本ロレアル)」
パラエティショップブランド	「エクセル(サナ)」「ニューボーン(サナ)」「サナ」「エテュセ」「キャンメイク」「ケサランパサラン」「デジャヴュ」「フーデル」「クレージュ」「ブルジョワ」「マリ・クレール」「マリークワント」「メイベリン」「レブロン」
アーティスト	「シュウウエムラ」「RMK」「アナ・スイ コスメティクス」「ナーズ」「ボビィブラウン」「マック」「マリークワント」

-----キリトイ線-----

メイクアップ化粧品総合調査 申込書

「メイクアップ化粧品総合調査」について

購入する 興味がある(説明が聞きたい、アウトプット・調査票がみたい)

(MX1001)

200 年 月 日

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