

# 06 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～

女性生活者研究シリーズ

Vol. 3 夏のスキンケア ニーズ総合調査 2003年8月

Vol. 1  スキンケア ニーズ 総合調査 2003年2月 Vol. 4 メイクアップ化粧品 総合調査 2004年4月

Vol. 2 ボディケア ニーズ 総合調査 2003年8月 Vol. 5 ヘアケア ニーズ 総合調査 2005年1月

スキンケアニーズ(肌タイプ・肌悩み・肌トラブルの実態と対応)

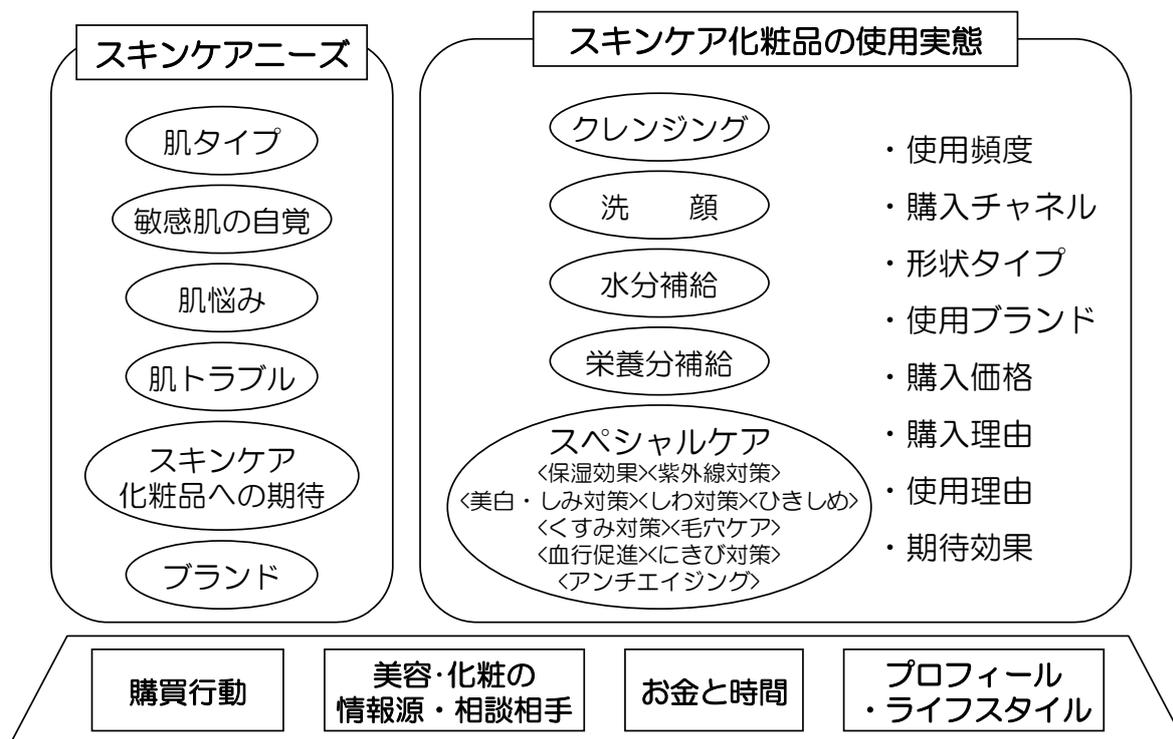
スキンケア化粧品 クレンジング 洗顔 水分補給 栄養分補給 スペシャルケア

(使用実態・ブランドの使用理由・満足度・購買実態) 他

ティーンエイジャーから熟年・シルバーまで、美容は女性の大きな関心事です。中でもお肌のお手入れには、日頃から様々な基礎化粧品を使い、手間をかけたケアを行っており、関心の高い美容分野だと思われます。

ひとくちにスキンケアといっても、お金や時間のかけ方、美白・しわ対策・保湿・アンチエイジング...といった目的、使用化粧品のタイプ、ブランドなど、人によって考え方も行動も異なります。

2003年冬・夏に実施した調査を継続する時系列調査として、どのような人が、なぜ、何を意識し、何を使っているのか、総合的に意識と実態を調査します。隠されたニーズの発見に、ブランド・ターゲットの検証に、時系列変化の比較に、化粧品マーケティングの基本データ集となる女性生活者調査です。



**【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：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：1,000人目標
- ・調査期間：2006年1月24日～2月2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)ライブリッジ。  
2006年8月には06夏スキンケアニーズ総合調査」を予定しております。

## 肌ニーズ・肌トラブルの実態

肌状態の同年代との比較: とてもきれい~全くきれいでない  
肌の手入れへの気遣い

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

秋から冬にかけての肌状態(客観的肌タイプ診断項目)

- ・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
- ・Tゾーンが崩れやすいが、化粧直しはほとんどしない
- ・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
- ・顔が汚れやすくニキビや吹き出物ができやすい
- ・化粧がすぐ崩れる
- ・全体的にかサカササしてツヤがない
- ・潤いがなく肌荒れしやすい
- ・小じわができやすい
- ・下地を付けると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
- ・肌がかサカサ・ザラザラしている
- ・いつもつっぱった感じがする
- ・下地をつけても化粧のりがよくなる
- ・Tゾーン・あご・額など、部分的に非常に脂っぽい
- ・目元・口元・額など部分的に非常に乾燥している
- ・部分的に化粧のりやすい場所とのりにくい場所がある
- ・場所によって肌が荒れやすい場所と荒れにくい場所がある

敏感肌の自覚: 敏感肌だと思う~敏感肌だとは思わない

お肌で気になること/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/クスマ/目の周りのクマ/ニキビ・吹き出物などの肌荒れ/ニキビ・吹き出物跡の凹凸/ニキビ・吹き出物跡のしみ/肌のかゆみ/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/肌のたるみ/むくみ/化粧崩れしやすい/化粧のりが悪い/肌のキメ/赤ら顔/顔色が悪い/脂っぽい・てかり/べたつき・汚れ/発汗/アトピー

肌トラブルの自覚: とても起きやすい~ほとんど起きない

肌トラブルが起きるとき: 季節の変わり目/春/夏/秋/冬/普段から肌が弱い/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

肌トラブルの症状: ニキビ/しっしん/かゆみ/かぶれ/赤くなる/粉がふく/肌ざらつき/かさつき/ひび割れ/ひりひりする/刺激を感じる

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・ホホワイトニング・しみ対策/リンクルケア・しわ対策/ひきしめ・たるみ防止/角質除去・くすみ対策/毛穴ケア/血行促進・新陳代謝向上/にきび対策・アクネ菌抑制/肌の透明感を増す/アンチエイジ・加齢対策

スキンケア成分の認知/使用意向: アミノ酸/ -リポ酸/アルブチン/AHA(フルーツ酸)/こうじ酸/コエンザイムQ10/コラーゲン/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/ビタミンA/ビタミンC/ビタミンE/フコイダン/プラセンタ/レチノール  
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/乳酸菌/日本酒/米・米ぬか/大豆・豆乳/植物エキス/海藻/アロエ/オリーブオイル/ローヤルゼリー/高麗人参/シルク/クレイ  
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/ロジ/美肌サプリメント/大人のニキビ/韓流コスメ

## 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/メーカー名/デザイン/使い心地/価格

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/天然成分/自然派化粧品/シンプルスキンケア/弱酸性/薬用・医薬部外品/ドクターズコスメ/医薬品メーカーの化粧品/アルコールフリー/防腐剤フリー/オイルフリー/オーガニックオイル配合/アレルギーテスト済み/ノンcomedogenic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/インターネット上の化粧品メーカーサイト/インターネット上の口コミサイトやチャット/友人・知人/家族/美容部員・エステティシャン/医師・薬剤師/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/化粧品会社へ直接電話  
スキンケア化粧品選択時の相談相手: 友人・知人/母親/兄弟・姉妹/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 口コミサイトやチャット/相談はしない

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・アドバイスをうけて
- ・肌の診断サービスをうけて
- ・個人カルテを作成・管理してもらったから
- ・低価格・少量のお試しセットを使って気に入ったから
- ・無料の試供品を使って気に入ったから
- ・普段より割引が大きかったため
- ・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まで、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て選ぶ

・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という化粧品を選ぶ

・使う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ぶ

・新しい化粧品は使用する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

・買い物に行く手間が省けて便利なので、通信販売で買う

・美容部員に相談できるので、お店で買う

・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

・通信販売のブランドを店で買う

・通信販売の問い合わせや注文にインターネットを利用

## 「クレンジング用」化粧品...メイク落としなど

使用頻度 購入チャネル

形状タイプ:【洗い流す】ローションタイプ/ジェルタイプ/乳液タイプ/クリームタイプ/オイルタイプ/洗顔フォームタイプ/ムースタイプ/固形石鹸/パウダータイプ/クレイタイプ【ふき取る】ローションタイプ/ジェルタイプ/乳液タイプ/クリームタイプ/オイルタイプ/シートタイプ

使用ブランド ブランド一覧参照 購入価格

購入理由: 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/そのメーカー・会社が好き/信頼できるメーカー・ブランド/ドクターズコスメ/医薬品メーカーの化粧品/使って効果がある/安い/納得できる価格/デザインやパッケージがいい/買いやすい場所に売っている/広告をよく見る/家族・友人・知人にすすめられた/美容部員やエステティシャンにすすめられた/病院や薬局ですすめられた

使用理由: メイクがよく落ちる/泡立ちがいい/すすぎやすい/つっぱらない/肌触りがいい/香りがいい/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

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・ホホワイト

ニング・しみ対策/リンクルケア・しわ対策/ひきしめ・たるみ防止/角質除去・くすみ対策/毛穴ケア/血行促進・新陳代謝向上/にきび対策・アクネ菌抑制/アンチエイジ・加齢対策

### 「洗顔用」化粧品...洗顔料・石鹸など

使用頻度 購入チャネル

形状タイプ:ローションタイプ/ジェルタイプ/乳液タイプ/クリームタイプ/オイルタイプ/洗顔フォームタイプ/ムースタイプ/固形石鹸/パウダータイプ/クレイパック

使用ブランド ブランド一覧参照 購入価格

購入理由:選択肢は「クレンジング用」と同じ

使用理由:汚れがよく落ちる/泡立ちがいい/すすぎやすい/つっぱらない/肌触りがいい/香りがいい/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

期待する効果:選択肢は「クレンジング用」と同じ

### 「水分補給用」化粧品に...化粧水・ローションなど

使用頻度 購入チャネル

形状タイプ:ローションタイプ/ジェルタイプ/乳液タイプ/シートタイプ/ミスト・スプレータイプ

使用ブランド ブランド一覧参照 購入価格

購入理由:選択肢は「クレンジング用」と同じ

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/肌の透明感が増す

期待する効果:選択肢は「クレンジング用」と同じ

### 「栄養分補給用」化粧品...乳液・クリームなど

使用頻度 購入チャネル

形状タイプ:ローションタイプ/ジェルタイプ/乳液タイプ/クリームタイプ/エッセンシャルオイル/パウダータイプ

使用ブランド ブランド一覧参照 購入価格

購入理由:選択肢は「クレンジング用」と同じ

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/肌の透明感が増す

期待する効果:選択肢は「クレンジング用」と同じ

### 「スペシャルケア用」化粧品...美容液・パックなど

目的タイプごとに:

- ・保湿効果・乾燥対策の使用頻度/形状タイプ
- ・UVカット・紫外線対策の使用頻度/形状タイプ
- ・美白・ホワイトニング・しみ対策の使用頻度/形状タイプ
- ・リンクルケア・しわ対策の使用頻度/形状タイプ
- ・ひきしめ・たるみ防止対策の使用頻度/形状タイプ
- ・角質除去・くすみ対策の使用頻度/形状タイプ
- ・毛穴ケアの使用頻度/形状タイプ
- ・血行促進・新陳代謝向上の使用頻度/形状タイプ
- ・にきび対策の使用頻度/形状タイプ
- ・アンチエイジング・加齢対策の使用頻度/形状タイプ

購入チャネル

使用ブランド ブランド一覧参照 購入価格

購入理由:選択肢は「クレンジング用」と同じ

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

### 日常のスキンケア行動

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
- ・洗顔後は必ず水分補給する
- ・水分補給用はコットンを使ってよくパッティングする
- ・水分補給用は朝晩で複数を使い分けている
- ・水分補給用は季節で複数を使い分けている
- ・水分補給用は肌の状態で複数を使い分けている
- ・洗顔後は必ず栄養分補給する
- ・栄養分補給用は朝晩で複数を使い分けている
- ・栄養分補給用は季節で複数を使い分けている
- ・栄養分補給用は肌の状態で複数を使い分けている
- ・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

- ・角質・角栓など老廃物を取り除くことを意識している
- ・肌の新陳代謝を促すことを意識している

顔のマッサージをする

表情筋を鍛えている

1ヶ月の自由に使える金額/化粧品全体にかかる金額/スキンケア化粧品にかかる金額

自由に使える時間(平日・休日)/スキンケアに使う時間(平日朝・平日夜・休日朝・休日夜)

### おしゃれについて

肌のための生活習慣への気遣い

肌のための食生活への気遣い

肌のためのサプリメント等の摂取頻度

肌のために意識している行動:

- ・栄養のバランスを考えて食事を摂っている
- ・三食きちんと食べるようにしている
- ・食べ過ぎないようにしている
- ・野菜を多く食べるようにしている
- ・果物を多く食べるようにしている
- ・できるだけ多く水分を摂るようにしている
- ・ビタミンを意識して摂っている
- ・コラーゲンを意識して摂っている
- ・なるべく脂肪分を摂らないようにしている
- ・なるべくスナック菓子などを摂らないようにしている
- ・なるべくカフェインなどの刺激物を摂らないようにしている
- ・お酒を多く飲まないようにしている
- ・お肌に効果のある機能性ドリンクを利用している
- ・お肌に効果のあるサプリメントなどを摂っている
- ・お肌に効果のある健康茶やハーブなどを利用している
- ・お肌に効果のある医薬品を摂っている
- ・睡眠を十分とるようにしている
- ・入浴時にお肌を考えたケアをしている
- ・定期的に運動をするようにしている
- ・ストレスをためないようにしている
- ・禁煙・節煙をしている
- ・日差しにあたらないようにしている

美容について当てはまること

- ・ブランドものが好きだ
- ・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
- ・自宅でのお肌のお手入れにエステ機器を使うことがある
- ・エステティックサロンに通っている
- ・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がある
- ・肌トラブルが治るなら、美容外科クリニックに行きたい
- ・美しくなるためなら手間は惜しまない
- ・なるべく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てもいい
- ・なるべく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
- ・いくつになっても自分を美しくする努力はすべきである
- ・年をとればとるほどファッションや美容に気を遣うべきだ
- ・お肌のお手入れをする時間は楽しい
- ・電車の中など、人前でお化粧することがある
- ・ほとんど毎日お化粧をしている
- ・美容・化粧にはあまり関心がない
- ・美しさのためには、内からの手入れが必要である

美容・おしゃれ行動の関心領域:ヘアケア/スキンケア/メイクアップ/ネイルケア/ダイエットなど体型/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

- ・生活習慣等で当てはまること:お酒を飲む/タバコを吸う/寝不足なときが多い/食べ物の好き嫌いが多く/ストレスが多い/運動・スポーツ/アウトドアで過ごすことが多い/人に会うことが好き/パソコン利用/携帯電話利用

## = ブランド一覧 =

### カネボウ系列

スイサイ  
デュウ  
トワニー  
フェアクレア  
フレシア  
プレシャスターン  
フレッシュエル/フレッシュホワイトC  
エビータ  
ナイーブ  
肌美精  
その他カネボウ

### コーセー系列

コスメデコルテ  
清肌品  
薬用雪肌精  
ポーテドコーセー  
ルティナー  
ホワイトティスト  
その他コーセー

### 資生堂系列

アクテアハート  
エリクシール  
ル・ド・ポー・ボーテ  
シノアドア  
dプログラム  
ハク  
ビューティフルレジ

ベネフィック  
UVホワイト  
ティス  
ホワイトシア  
シーブリーズ  
ナチュルゴ  
肌水  
その他資生堂

### ポーラ系列

アベックスアイ  
エステyna  
ホワイトティシモ  
その他ポーラ

### 花王系列

エスト  
キュレル  
ソフィーナ  
ニベア  
ビオレ  
その他花王

### その他国内

アイビー化粧品  
アクセース  
アテナア  
アユーラ  
アルソア  
アルピオン  
イオナ

イブサ  
ウテナ(ウテナ)  
ラムカ(ウテナ)  
ヴァーナル  
エバメール化粧品  
オルビス  
カパーマーク  
キスミー  
牛乳石鹸

クロロフィル(日興製薬)  
ケサランバサラン  
化粧惑星(オービット)  
サナ  
サンスター  
シュウウエムラ  
ジョセフィン化粧品  
アトレージュ(ジョセフィン)  
ステファニー化粧品  
ソニーCプラボラトリーズ  
ちふれ化粧品  
DHC  
ドクターシーラボ  
ドモホルンリンクル  
(再春館製薬所)

ナガセビューティケア  
ナリス化粧品  
ノエビア  
ノブ  
ハーバー  
ハウスオブローゼ

パバウォッシュ(イ-エスエス)  
ファンケル  
マンダム  
ミキモト化粧品  
明色化粧品  
メナード  
ヤクルト化粧品  
植物物語(ライオン)  
ロゼット

### 百貨店イボート

イブ・サンローラン  
エステイローダー  
クラランス  
クリスチャン・ディオール  
クリニーク  
ゲラン  
シャネル  
ヘレナ・ルビンスタイン  
イリュウム(マックスファクター)  
SK- (マックスファクター)  
ランコム(日本ロレアル)  
ロレアル(日本ロレアル)

### その他海外

アムウェイ  
エイボン  
クレアラシル  
ザ・ボディショップ  
ニユースキン  
アベンヌ(ピエールファブ 韓国)

ジョンソン&ジョンソン  
ニュートロジーナ  
(ジョンソン&ジョンソン)  
R o C化粧品  
(ジョンソン&ジョンソン)  
ダヴ(ユニリーバ)  
ボンズ(ユニリーバ)

### 医薬品メーカー

ザーネ/その他エーザイ  
インナーシグナル(大塚製薬)  
トリニティーライン(杏林製薬グループ/大塚製薬)  
クリアレックス(三共)  
ゼリア新薬工業  
アルージェ/その他全薬工業  
コラージュ(持田製薬)  
ミノン(ゼファーマ)  
ユースキン  
オバジ(ロート製薬)  
セバメド(ロート製薬)  
メンソレータム(ロート製薬)  
ハダラボ/極潤/白潤  
/その他ロート製薬

### その他

キャン・ドゥ(キャン・ドゥ)  
コープ(生協)  
ザ・ダイソー(大創産業)  
ジーノ(味の素)  
無印良品(良品計画)

#### 【調査のアウトプット】2006年3月下旬完成予定

- (1)調査報告書：A4判・約80ページ予定
- (2)集計結果表：A4判・2分冊計約800ページ予定
- (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。

#### 【調査参加のご案内】本調査は、弊社自主企画による調査に

- 複数企業にご参加いただく方式で実施いたします。
- ・調査参加費用：600,000円(税込630,000円)
  - ・MDBメンバー価格：540,000円(税込567,000円)

#### 【連絡先・申込み書ご送付先】

東京都千代田区丸の内1-4-2 東銀ビル9F 〒100-0005  
(株)日本能率協会総合研究所 MDB  
「生活者HOTアンケート」事務局(担当：土井)  
**TEL : 03-6212-9135 FAX : 03-6212-9132**  
大阪市中央区今橋3-1-7 日本生命今橋ビル 〒541-0042  
(株)日本能率協会総合研究所 MDB大阪(担当：井下)  
**TEL : 06-6233-2306 FAX : 06-6233-2349**  
e-mail<info\_mlmc@jmar.co.jp>  
ホームページ<http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\_anq>  
**FAX フリーダイヤル : 0120-78-7620**

## 06冬 スキンケア ニーズ 総合調査 申込書

### 「06冬 スキンケア ニーズ 総合調査」について

購入する(金額税込)	円)	興味がある(調査票・報告書が見たい)
vol.5 ヘアケア ニーズ 総合調査	購入する	興味がある(調査票・報告書が見たい)
vol.4 メイクアップ化粧品 総合調査	購入する	興味がある(調査票・報告書が見たい)
vol.3 夏のスキンケア ニーズ 総合調査	購入する	興味がある(調査票・報告書が見たい)
vol.2 ボディケア ニーズ 総合調査	購入する	興味がある(調査票・報告書が見たい)
vol.1 スキンケア ニーズ 総合調査	購入する	興味がある(調査票・報告書が見たい)

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。  
(M X 1002) 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					