

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～

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。中でもお肌の手入れは、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...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。

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、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。

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）

スキンケア製品 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

肌ニーズ

肌の状態

肌タイプ

敏感肌度

肌トラブル

対処法

スキンケア
製品への期待

スキンケア製品の使用実態

クレンジング

洗顔

水分補給

栄養分補給

スペシャルケア

<紫外線対策><乾燥対策>
<しみ対策><しわ対策><たるみ対策>
<くすみ対策><毛穴ケア>
<血行促進><にきび対策>

- ・使用頻度
- ・購入チャネル
- ・使い分け
- ・形状タイプ
- ・ブランド
- ・価格
- ・購入動機
- ・使用理由
- ・満足度

お金と時間

購買行動

美容・化粧・ライフスタイル

プロフィール属性

肌ニーズ

同年代との肌状態比較(肌がきれいな方?)

肌のお手入れ意識(気遣っている方?)

敏感肌の自覚

肌タイプ (1) 自称肌タイプ (2) 客観肌タイプ(肌の状態より診断): ノーマル肌/オイリー肌/ドライ肌/超ドライ肌/混合肌

肌悩み (1) 気になること (2) 積極的に改善したいこと(1位・2位・3位): 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/目元・目のまわりのちりめんじわ/目尻のしわ/首のしわ/小じわ/額のしわ/しみ・そばかす/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/クスマ/肌のかゆみ/目の周りのクマ/地黒・色黒/日焼け/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/脂っばい/てかり/発汗/アトピー

肌トラブル状況

- ・ 普段から肌が弱く、肌トラブルを起こしやすい
- ・ 季節の変わり目に肌トラブルを起こしやすい
- ・ 紫外線が多くなる春から夏にかけて肌トラブルを起こしやすい
- ・ 空気が乾燥を始める秋口から冬にかけて肌トラブルを起こしやすい
- ・ ストレス・疲れがたまってきたとき肌トラブルを起こしやすい
- ・ あわない食べ物を食べたとき肌トラブルを起こしやすい
- ・ あわないスキンケア製品を使用したとき肌トラブルを起こしやすい
- ・ 生理中・生理前後に肌トラブルを起こしやすい
- ・ 全身に肌トラブルが起きる
- ・ 顔全体に肌トラブルが起きる
- ・ 体や顔の数箇所に肌トラブルが起きる
- ・ 体の一部に肌トラブルが起きる
- ・ 顔の一部に肌トラブルが起きる

肌トラブル対応 (1) 経験 (2) 意向 (3) 一番の意向: 皮膚科クリニックに行く/美容外科クリニックに行く/エステティックサロンに行く/医薬品を使う/サプリメントを摂る/肌トラブルに効果のあるスキンケア製品に替える

肌トラブル回避の留意点(スキンケア製品で気をつけていること): 敏感肌用/低刺激/無添加/無着色/微香料/無香料/天然成分/薬用・医薬部外品/アルコールフリー/防腐剤フリー/オイルフリー/PH値が弱酸性/オーガニックオイル配合/アレルギーテスト済み/ノンcomedジェニックテスト済み/ドクターズコスメ/医薬品メーカーが作ったスキンケア製品

スキンケア製品への期待効果: 角質除去・くすみ対策/皮脂吸着・オイリー肌対策/毛穴ケア/敏感肌対策/メラニン生成抑制/保湿効果・乾燥肌対策/肌の透明感を増す/てかりを抑える/SPF値の高さ/リンクルケア・しわ対策/UVカット・紫外線対策/美白・ホワイトニング・しみ対策/ひきしめ・たるみ防止/アンチエイジ・加齢対策/血行促進・新陳代謝向上/にきび対策・アクネ菌抑制

スキンケア成分 (1) 認知 (2) 利用意向: ビタミンA/ビタミンC/ビタミンE/コラーゲン/ヒアルロン酸/尿酸/乳酸/アスコルビン酸/こじ酸/フルツ酸/セラミド/スクワラン/レチノール/アルブチン/トレハロース/キシリトール/チオタウリン/カフェイン/ピテラ/ハイドロキノン/アルファハイドロキシ酸(AHA)/コエンザイムQ10/天然水/海洋深層水/海洋ミネラル成分/天然塩/イオウ成分/オリーブオイル/植物エキス/小麦麦芽油/シルク成分/アミノ酸/たんぱく質分解酵素/皮質分解酵素/海藻エキス/アロエエキス/ハトムギエキス/ビワの葉エキス/ドクダミエキス/高麗人参エキス/ローヤルゼリーエキス/乳酸菌/大豆ビフィズス菌発酵液(BE液)

スキンケア製品の5カテゴリー別使用実態

「クレンジング用」スキンケア製品(クレンジングクリームなど)

「洗顔用」スキンケア製品(洗顔料・石鹸など)

「水分補給用」スキンケア製品(化粧水など)

「栄養分補給用」スキンケア製品(乳液・クリームなど)

「スペシャルケア用」スキンケア製品(美容液・パックなど): 10タイプの目的別

スキンケア製品の使用頻度

スキンケア製品の購入チャネル: 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(ソニープラザなど)/化粧品メーカーの通信販売(カタログ・電話・FAX)/化粧品メーカーのホームページ(インターネット販売)/化粧品メーカー以外の通信販売(カタログ・電話・FAX)/化粧品メーカー以外のインターネット販売・ネットオークション/訪問販売/美容院・エステティックサロン/病院・クリニック/友人・知人から購入

メイク・汚れ落とし使用タイプ(「クレンジング用」と「洗顔用」「スペシャルケア用」スキンケア製品の組み合わせ)

- ・ 顔全体のメイクを落とす「クレンジング用」
- ・ 顔全体の汚れを洗う「洗顔用」
- ・ 目元・唇などのポイントメイク専用の「クレンジング用」
- ・ 「クレンジング用」を使わなくて済む、メイクも落とせる「洗顔用」
- ・ 「洗顔用」を使わなくて済む、汚れも落とせる「クレンジング用」
- ・ 肌の老廃物を集中的に取り除く「スペシャルケア用」

「水分補給用」「栄養分補給用」スキンケア製品の使い分け

- ・ 特に使い分けておらず、いつも1種類のみ
- ・ 季節によって違う種類を使い分けている
- ・ いつも2種類以上を使い分けている
- ・ 肌の状態で使い分けている
- ・ 朝晩で違う種類を使い分けている

「クレンジング用」「洗顔用」スキンケア製品の形状タイプ: オイルで洗い流すタイプ/オイルでふき取るタイプ/ジェル(ゼリー状)で洗い流すタイプ/ジェル(ゼリー状)でふき取るタイプ/化粧水・ローションで洗い流すタイプ/化粧水・ローションでふき取るタイプ/クリームで洗い流すタイプ/クリームでふき取るタイプ/乳液で洗い流すタイプ/乳液でふき取るタイプ/洗顔フォームタイプ/ムース(泡)タイプ/シートタイプ/固形石鹸タイプ/パウダー(粉末状)タイプ/クレイ(泥)パックタイプ

「水分補給用」スキンケア製品の形状タイプ: 化粧水・ローションタイプ/ジェル(ゼリー状)タイプ/ミスト・スプレータイプ/乳液タイプ/クリームタイプ

「栄養分補給用」スキンケア製品の形状タイプ: 乳液タイプ/美容液タイプ/ジェル(ゼリー状)タイプ/クリームタイプ/エッセンシャルオイル/化粧水・ローションタイプ/ミスト・スプレータイプ/パウダータイプ

「スペシャルケア用」の形状タイプ: 化粧水・ローションタイプ/ミスト(スプレー)タイプ/乳液タイプ/美容液タイプ/美容ジェル(ゼリー状)タイプ/クリームタイプ/オイルタイプ/エッセンシャルオイル/パウダー(粉末状)タイプ/ウォッシュオフタイプ(クリーム・ジェルを肌に塗り、洗い流すタイプ)/ピールオフタイプ(クリーム・ジェルを肌に塗り、乾燥後はがすタイプ)/顔全体のマスクタイプ(パック剤付き不織布等)/シート状部分パック(パック剤付き不織布等)/スティックタイプ/ムース(泡)タイプ/クレイ(泥)パックタイプ

スキンケア製品の最多使用ブランド(「調査ブランド一覧」ご参照): 5カテゴリー別

最多使用ブランドの単価

最多使用ブランドの購入理由: いつも使っているから/同じシリーズでほかのスキンケア製品をそろえているから/そのメーカー・会社が好きなから/有名メーカー・有名ブランドだから/ドクターズコスメ(医者や医療機関が作った製品)だから/医薬品メーカーが作った製品だから/使って効果があるから/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/買いやすい場所に売っているから/広告をよくみるから/家族・友人・知人にすすめられたから/美容部員やエステティシャンにすすめられたから/病院や薬局ですすすめられたから/なんとなく

最多使用ブランドの使用理由: メイクがよく落ちるから/汚れがよく落ちるから/泡立ちがいいから/すすぎやすいから/潤いが続くから/すっきりするから/べたつかないから/肌触りがいいから/香りがいいから/使いやすいから/角質除去・くすみ対策のため/皮脂吸着・オイリー肌用だから/毛穴ケアのため/敏感肌用だから/メラニン生成を抑えるから/保湿効果・乾燥肌用だから/肌の透明感が増すから/てかりを抑えるから/SPF値が高いから/リンクルケア・しわ対策のため/UVカット・紫外線対策のため/美白・ホワイトニング・しみ対策のため/ひきしめ・たるみ防止のため/アンチエイジ・加齢用だから/血行促進・新陳代謝向上のため/にきび対策・アクネ菌を抑えるから

最多使用ブランドの満足度

化粧・美容とライフスタイル

【ベースメイク製品について】 ファンデーション・化粧下地など

ファンデーションの使用頻度

ファンデーションの使用目的：肌の色調整/顔の凹凸のカバー/しわや小じわのカバー/毛穴のカバー/紫外線からお肌を守る/ホコリなど外の刺激からお肌を守る/お肌の保湿効果を高める/皮脂調整/化粧もち

化粧下地の使用状況：必ず使用する/時間帯によって使用/季節によって使用/メイクの仕方にあわせて使用/肌の状態によって使用

【スキンケアにかけるお金と時間について】

お金の使い方：(1)可処分所得(こづかいの額)/(2)化粧品購入金額/(3)スキンケア購入金額/(4)可処分所得の最多使途

時間の使い方：(1)可処分時間(自分が自由に使える時間)/(2)化粧時間(スキンケアやメーキャップに使う時間)：平日・休日・朝・夜 別

【スキンケア製品の購買行動について】

スキンケア製品に関する情報源：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商品紹介/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/化粧品会社の消費者対応窓口などに直接電話する

スキンケア製品選択の相談相手：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/インターネット上の口コミサイトやチャット

スキンケア製品購入のきっかけ：店頭でのカウンセリングをうけて/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/無料の試供品・サンプルを使って気に入ったから/低価格・少量のお試しセットを使って気に入ったから/普段より割引が大きかったから/特典付きスタンプシートを集めるため/景品がついていたから/相談窓口(電話・インターネット・FAXなど)の対応がよかったから

スキンケア製品選択の該当事項

- ・洗顔料から化粧水や美容液などまで、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、気に入った物を組み合わせて選ぶ
- ・いつも同じ1つのお店でほとんど全てのスキンケア化粧品を買う
- ・化粧水はドラッグストア、美容液はデパートというように化粧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
- ・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
- ・通信販売や訪問販売などお店以外で買うことが多い
- ・家族と同じスキンケア製品を使用している
- ・使うステップがシンプルなブランドを選んでる
- ・肌の自然な回復力を補う考え方のブランドを選んでる
- ・成分をパッケージやパンフレットで確認してから選ぶ
- ・成分について詳しく知るために、店の人やメーカーに問い合わせしてから選ぶ
- ・新しいスキンケア製品を使用する前に必ず試供品で試す

スキンケア製品で魅力を感じる言葉：売上No1/カスタムメイド(手作り)/有名ブランド/海外ブランド/輸入品/高級ブランド/ドクターズコスメ/製薬会社の化粧品/シンプルスキンケア/自然派化粧品/イオン導入/ケミカルピーリング/レーザー治療/フォトフェイシャル/ヒアルロン酸注入/ボトックス注入

【美容・化粧の意識と行動】

美容で気になること：プロポーション/体重・体脂肪/顔全体/歯/髪の毛のつや・いたみ/髪の毛の量/髪の毛の色/肌/バスト/腕全体/二の腕/爪/足/太もも/ふくらはぎ/便秘・下痢

美容の意識と行動該当事項(美容について当てはまること)

- ・ファッション・おしゃれにお金をかけている
- ・割高でも有名ブランドのものを買う
- ・自分の健康維持・増進に積極的にお金や時間をかけている
- ・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
- ・新製品はすぐ試してみるほうだ
- ・毎日の肌のお手入れは欠かせない
- ・自宅での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定期的に通う
- ・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
- ・肌トラブルが直るなら、美容外科クリニックに行きたい
- ・化粧を落とさずに寝てしまうことがある
- ・休みの日は化粧をしないことが多い
- ・ちょっとした近所への外出でも化粧をする
- ・美しくなるためなら手間は惜しまない
- ・美しくなるためならお金をかける
- ・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
- ・人からファッションセンスがよいとよくいわれる
- ・どんなファッションが流行っているか気になる
- ・とりあえず流行しているものは取り入れるようにしている
- ・ファッション・おしゃれに自分なりにポリシーを持っている
- ・ファッション・おしゃれを通じて自分自身を表現したい
- ・身だしなみには人一倍気を遣っている
- ・気に入ったものがあればすぐ買ってしまう
- ・もっと自分の外見を磨き、洗練させたい
- ・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使うべきだ
- ・時間をかけて化粧品を選ぶのは楽しい
- ・肌のお手入れをする時間は楽しい
- ・化粧をしている時間は楽しい
- ・実の年齢より若く見られたい
- ・男性よりも女性のほうが容姿は大切である
- ・電車の中など、人前で化粧することがある
- ・美容・化粧にはあまり関心がない
- ・美しさを保つためには、内からのお手入れ(食事など)が必要である

美容サービスの利用経験：美顔のためのエステティックサロン/その他(痩身など)のエステティックサロン/美顔のための美容外科クリニック/その他(痩身など)の美容外科クリニック/皮膚科クリニック/美容院・ヘアサロン/脱毛サロン/リラクゼーションサロン/ネイルサロン/指圧・マッサージ/アロマテラピー/歯科(審美歯科・歯列矯正)/スポーツクラブ

肌のための生活習慣意識(肌のために、夜更かしをしないなど、生活習慣に気を遣っているか)

肌のための食生活意識(肌のために、食べるものに気をつけるなど、食生活に気を遣っているか)

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とっている/3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/お肌に効果のある栄養ドリンク・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/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

フェースシート 年齢/居住地域/職業/未既婚/家族形態/同居家族/世帯年収

生活習慣についての該当事項：お酒/タバコ/寝不足/食べ物の好き嫌い/ストレス/運動・スポーツ/屋外で過ごす/人に会うことが好き

調 査 ブ ラ ン ド 一 覧

主要流通形態・企業別	制成品	資生堂	「KIRYO(アクス)」「アユーラ」「エクサージュ(アルピオン)」「エクシア(アルピオン)」「アルピオン：その他」「イブサ」「イリュウム(P&Gマックスファクター)」「SK- (P&Gマックスファクター)」「マックスファクター」「アベンヌ(ピエールファールジャパン)」「アクテアハート(資生堂)」「S(資生堂)」「エリクシール(資生堂)」「オードブラン(資生堂)」「クレ・ド・ポーボーテ(資生堂)」「Dプログラム(資生堂)」「ブラウディア(資生堂)」「ベネフィーク(資生堂)」「UVホワイト(資生堂)」「リバイタル(資生堂)」「資生堂：その他」
		カネボウ	「DEW(カネボウ)」「トワニー(カネボウ)」「フェアクレア(カネボウ)」「フランシール(カネボウ)」「レビューフレシア(カネボウ)」「カネボウ：その他」
		コーセー	「グランデース(コーセー)」「コスメデコルテ(コーセー)」「清肌晶(コーセー)」「雪肌精(コーセー)」「ポーテドコーセー(コーセー)」「マイクローフォーマンス(コーセー)」「ルティーナ(コーセー)」「コーセー：その他」
		花王	「エスト(花王)」「ソフィーナ(花王)」
	一般品	化粧品	「イオナ」「ウテナ」「ラムカ(ウテナ)」「化粧惑星(オービット)」「プレシャスターン(カネボウ)」「フレッシュルホワイトC(カネボウ)」「エビータ(カネボウ)」「ナイーブ(カネボウ)」「肌美精(カネボウ)」「キスミー」「ホワイティスト(コーセー)」「サナ」「ウノ(資生堂)」「ティス(資生堂)」「ホワイティア(資生堂)」「シーブリーズ(資生堂)」「スーパーマイルド(資生堂)」「ナチュルゴ(資生堂)」「ニュートロジーナ(資生堂)」「肌水(資生堂)」「NOV(ノエビア)」「セルディ(ポーラ化粧品)」「マンダム」
		トイレットリー	「ニベア(花王)」「ピオレ(花王)」「花王：花王系列：その他」「牛乳石鹸」「サンスター」「ジョンソン&ジョンソン」「ミューズ(P&G)」「クレアラシル(P&G)」「P&G・P&G系列：その他」「植物物語(ライオン)」「ライオン：その他」「Dove(日本リーバ)」「ボンズ(日本リーバ)」「コスミン」「セバメノ(ロート製薬)」「メンソレータム(ロート製薬)」
		医薬品	「フィズモ(エーザイ)」「オバジ」「アルージュ(全薬工業)」「薬用ナリッシュ(大正製薬)」「ツムラ」「コラージュ(持田製薬)」「ミノン(山之内製薬)」
	百貨店インポート	「エステー・ローダー」「クラランス」「クリニーク」「シャネル」「ランコム」「日本ロレアル：その他」	
	直営店・限定店舗	「ザ・ボディショップ」「シュウウエムラ」「ドクターウィラードウォーター」「クロロフィル(日興製薬)」	
	無店舗販売	訪問販売	「アイビー化粧品」「アルソア」「ジョセフィン化粧品」「ノエビア：その他」「APEX-i(ポーラ化粧品)」「エステーナ(ポーラ化粧品)」「B・A(ポーラ化粧品)」「ホワイティシモ(ポーラ化粧品)」「ポーラ・ポーラ系列：その他」「ビューネ(日本メナード)」「薬用リシアル(日本メナード)」「日本メナード：その他」「ピサイクルリフティングエッセンス」「ヤクルト・ヤクルト系列：その他」
ネットワーク販売		「アムウェイ」「ソリューション(エイボン)」「ミッション(エイボン)」「エイボン：その他」「ニュースキン」	
通信販売		「リバウエイッシュ(イーエスエス)」「ヴァーナル」「オルビス」「カルテ」「草花木果(キナリ)」「ドモホルンリンクル」「DHC」「ドクターシーラボ」「ハーバー」「ファンケル」	
ドクターズコスメ		「オバジ」「ドクターウィラードウォーター」「ドクターシーラボ」「セバメノ(ロート製薬)」	
特徴別	自然・無添加	「アユーラ」「アルソア」「リバウエイッシュ」「イオナ」「ザ・ボディショップ」「ヴァーナル」「オルビス」「ナイーブ(カネボウ)」「草花木果(キナリ)」「クラランス」「クリニーク」「ドモホルンリンクル」「オードブラン(資生堂)」「Dプログラム(資生堂)」「ナチュルゴ(資生堂)」「ニュートロジーナ(資生堂)」「肌水(資生堂)」「DHC」「ハーバー」「アベンヌ(ピエールファールジャパン)」「ファンケル」「植物物語(ライオン)」	
	プレステージ	「エステー・ローダー」「トワニー(カネボウ)」「クラランス」「クリニーク」「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・ポーボーテ(資生堂)」「シャネル」「SK- (P&Gマックスファクター)」「APEX-i(ポーラ化粧品)」「ランコム」	

【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：1,078人(発送数1,315人・有効回収率82.0%)
- 調査期間：2003年2月17日～24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25,000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、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】

- 調査報告書：A4判・93ページ・2003年3月発行
 - 集計結果表：A4判・3分冊計1,095ページ・2003年3月発行
 - 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。

- 参加費用：定価600,000円MDBメンバー価格540,000円
別途消費税を申し受けます。

FAXフリーダイヤル 0120-881284

【連絡先・申込書ご送付先】

東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園三丁目ビル 〒105-0011
(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 03-3434-7508 FAX 03-3578-7506
 大阪府大阪市中央区安土町2-3-13 大阪国際ビル 〒541-0052
(株)日本能率協会総合研究所 MDB 大阪
 大阪カスタマーセンター (担当:井下)
 TEL 06-6261-7610 FAX 06-6261-7612
 e-mail<info_mlmc@jmar.co.jp>
 <http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/form.html>

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」について

参加する 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) 興味がない

(MX 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				
連絡事項	ご請求金額		お支払い予定日	
	円		年 月 日	