

－コスメジプシーの実態を探る－

# 化粧品の使用継続・切り替えに 関する総合調査

## ● 「もっと手ごたえ（効果）のある化粧品を使ってもっとキレイになりたい！」そんなコスメジプシー達の実態を把握します。

近年、美容雑誌やインターネット上の美容情報において、「コスメジプシー」という言葉が使われております。「コスメジプシー」を、「化粧品のブランドスイッチを繰り返している消費者あるいは行動」、と仮に定義づけ、「肌トラブルなどのやむを得ない理由によるスイッチ」だけでなく、「もっと手ごたえ（効果のある）化粧品を使ってキレイになりたい」というあくなき欲望によりスイッチする消費者など、「コスメジプシー」の実態を把握することがマーケティング戦略上有意義である考え調査を企画いたしました。

本調査では、首都圏の20～59歳の女性を対象に、化粧品主要アイテムの保有・使用実態は勿論のこと、リピート・スイッチに関する気持ちなどにも切り込みます。また、ブランドスイッチの状況などを調査いたします。彼女達の行動とその根底にある動機や認知行動を知るための基礎データとしてご活用できるものを提供いたします。

### 【本調査の視点】

- ・ 化粧品主要アイテムのブランドスイッチ状況とその要因を明らかにする
- ・ コスメジプシーについて、化粧品および自身の肌に対する意識・行動を伺い、ジプシーを分類する。
- ・ 再購入率向上のためのマーケティング戦略立案において、優先すべきアイテムとターゲットの特定、および戦略仮説策定のための基礎情報を把握する。

### 【本調査が対象とする化粧品アイテム】

- ・ 「基礎化粧品」：クレンジング（メイク落とし）、洗顔、化粧水、乳液、クリーム、美容液
- ・ 「ベースメイク」：化粧下地、ファンデーション、パウダー（おしろい）
- ・ 「ポイントメイク」：マスカラ、アイブロウ（眉ずみ）、口紅・グロス

### 【連絡先・購入申込書送付先】

株式会社 日本能率協会総合研究所 情報企画部  
〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 2F  
FAX:03-6202-1294 TEL:03-6202-1287 e-mail:info@jmar.biz

調査の内容等、  
お気軽にお問合せ下さい。

購入申込書

FAX 03-6202-1294 情報企画部宛

20 年 月 日

化粧品の使用継続・切り替え に関する総合調査	調査報告書(A4判) + クロス集計表(A4判)	<input type="checkbox"/> 定価 178,500円(消費税込) <input type="checkbox"/> MDB会員 157,500円(消費税込)	部
	ローデータ	<input type="checkbox"/> 定価 157,500円(消費税込) <input type="checkbox"/> MDB会員 126,000円(消費税込)	部
フリガナ	MDBメンバーコード		
貴社名			
所在地	〒	TEL: ( )	
		FAX: ( )	
部署名	氏名		
e-mail			

- ※ 本申込書にご記入いただくお客様の氏名、連絡先などの個人情報、商品の発送・ご連絡および新商品・サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご承知いただき、所定欄にご記入下さいますようお願い申し上げます。
- ※ 本調査の報告書ならびにデータは、ご購入いただいた企業内のみでの使用に限らせていただきます。
- ※ 本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が所有します。
- ※ 弊社は、購入いただきました企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発行から一定期間経過後はこの限りではありません。

## 調査内容一覧(予定)

### 調査項目 : 基礎化粧品(6アイテム)、「ベースメイク」(3アイテム)、ポイントメイク(3アイテム)

- 化粧品の保有数、月に1回以上使用の化粧品数、化粧品の使用頻度
- 使っている商品を使い切るか  
最後まで使い切ることが多い、使い切らないままになることが多い
- 現在主に使用している化粧品の価格
- 現在主に使用している化粧品の購入場所  
百貨店のカウンター、ドラッグストア(自分で選ぶ売り場)、ドラッグストア(美容部員がいるカウンター)、スーパー・ショッピングセンター(自分で選ぶ売り場)、スーパー・ショッピングセンター(美容部員がいるカウンター)、化粧品専門店、ディスカウントストア、バラエティショップ(ソニープラザ等)、コンビニエントストア、通信販売、訪問販売、その他
- 化粧品の使用サイクル  
1本(個)使うごとに替えることが多い、2本(個)使うごとに替えることが多い、3本(個)使うごとに替えることが多い、4~5本(個)使うごとに替えることが多い、6~10本(個)使うごとに替えることが多い、10本(個)以上続けることが多い、その時によってまちまち
- 現在主に使用している化粧品のリピート数
- 現在主に使用している化粧品の満足度
- 現在主に使用している化粧品の継続購入意向  
また同じものを買う、たぶん同じものを買う、たぶん違うものを買う、違うものを買う、わからない・決めていない
- 現在主に使用している化粧品の継続購入意向理由  
商品が気に入っているから、メーカー・ブランドが気に入っているから、美容部員・販売員と仲がいいから、この商品より良い商品はないと思うから(この商品がベスト)、他の商品も似たようなものだと思うから……
- 現在主に使用している化粧品の非継続購入意向理由  
もっと効果感があるもの・高機能なものに変えたいから、今の商品とは別の効果・機能をもったものに変えたいから、最初に使った頃の感動が薄れてきたから・物足りなくなってきたから、肌にトラブルがあったから(ニキビ、赤くなる、ぴりぴりする、などの具体的なこと)、なんとなく肌に合わない・合わなくなってきたから、同じものを使い続けると肌が慣れてよくないから、……
- 「基礎化粧品」やお肌に対する気持ちや行動  
自分の希望にもっとぴったり合う基礎化粧品があるのではないかといつも探している、何を使っても肌への効果を実感できない、何を使っても肌トラブルがおきやすい、基礎化粧品のメーカー・ブランドはできるだけ多く経験してみたいサンプルや試供品を試すのが好き、「メイクでキレイになること」よりも「素肌がキレイなこと」の方が重要だと思う、基礎化粧品でお手入れ(スキンケア)をしている時間は楽しい、基礎化粧品は私にとって関心のある(重要な)ものである、私は自分の肌に自信がある……
- 肌に関する悩み  
シミ、ソバカス、肌のたるみ・ハリがない、小じわ、ほうれい線、ニキビ・吹き出物、毛穴の開き、肌の乾燥、肌のキメが粗い、肌のくすみ、目のくま、肌が敏感になる
- 基礎化粧品・ベースメイク・ポイントメイク、および美容関連サービスのために使う金額
- 化粧品全般に関する情報の収集方法  
化粧品専門の雑誌、ファッション雑誌の化粧品のページ、情報誌の化粧品のページ、新聞、化粧品メーカーや化粧品店のホームページ、化粧品に関する「ロコミサイト」(アットコスメなど)、化粧品に関するサイト・個人のブログ、テレビ番組、テレビ広告、友人・知人・家族などの口コミ、美容部員・販売員、店頭の商品……
- 今までに使用したことのある「基礎化粧品」メーカー・ブランド
- 現在使用している「基礎化粧品」メーカー・ブランド

#### 【調査概要】

- 調査方法 : 小社所有の「MDB ネットサーベイ」利用による  
インターネットリサーチ予定
- 調査対象者 : 首都圏に居住する20~50代女性
- 有効回答数 : 800票
- 調査実施期間 : 2009年9月

※本調査の報告書ならびにデータは、ご購入いただいた企業内のみでの使用に限らせていただきます。

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が所有します。

※弊社は、購入いただきました企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発行から一定期間経過後はこの限りではありません。

#### 【アウトプット】

- 2009年12月発行
- (1)調査報告書(A4判 300頁程度)+クロス集計表  
定価:178,500円(税込)  
MDB会員:157,500円(税込)
- (2)ローデータ  
定価:157,500円(税込)、  
MDB会員:126,000円(税込)