



# スキンケア化粧品に関するアンケート 結果報告書(2020年)

2020年10月5日



# 目次

■ 調査概要	P 2	4. スキンケア化粧品ブランドの浸透度	P 68
■ 回答者プロフィール	P 3	各ブランドのファネル構造	P 69
■ エグゼクティブサマリー	P 7	ブランド別認知度	P 70
■ 調査結果の要約	P 10	ブランド別使用経験	P 71
1. スキンケア化粧品年間投資額別ユーザープロフィール	P 11	ブランド別直近1年使用経験	P 72
2. ブランドイメージ	P 20	ブランド別現使用	P 73
3. 2020年トピック	P 27	ブランド別使用意向	P 74
■ 調査結果の詳細	P 33	ブランドイメージ（絶対評価）	P 75
1. スキンケア化粧品の使用状況	P 34	ブランドイメージ（相対評価）	P 76
現在使用しているスキンケア化粧品	P 35	5. ライフスタイル・考え方・行動	P 77
スキンケアアイテムの保有個数	P 36	可処分所得	P 78
メイクアイテムの保有個数	P 37	1ヶ月の可処分所得の使い道	P 79
2. スキンケア化粧品の購入状況	P 39	買い物の仕方・商品の選び方（TOP2）	P 80
スキンケア化粧品/各アイテムの購入チャネル	P 40	ライフスタイル（TOP2）	P 81
スキンケア化粧品の購入チャネル	P 41	場面別の美容行動	P 82
化粧水の購入チャネル	P 42	予防・事前対処に関する行動	P 83
スキンケア化粧品購入時重視点	P 43	予防・事前対処に関する行動【習慣的に行っている(1年間以上)】	P 84
スキンケア化粧品購入時の意識・行動	P 44	「シンプルスキンケア」と聞いて思い浮かべること	P 85
スキンケア化粧品購入時の意識・行動(TOP2)	P 45	現在の肌質	P 86
美容に関する意識・行動	P 46	6. 新型コロナウイルス流行の影響	P 87
美容に関する意識・行動(TOP2)	P 47	(参考)外出時間の変化	P 88
スキンケア化粧品の年間購入金額	P 48	(参考)仕事での外出頻度	P 89
スキンケア化粧品購入価格帯	P 49	(参考)同居家族	P 90
購入価格帯(化粧水)	P 50	(参考)18歳以下の子供の有無	P 91
購入価格帯(乳液・ミルク)	P 51	コロナ禍-美容にかかる時間の増減	P 92
購入価格帯(美容液)	P 52	かける時間が増えたもの内容	P 93
購入価格帯(プースター美容液)	P 53	コロナ禍-美容にかけるお金の増減	P 94
購入価格帯(クリーム)	P 54	かけるお金が増えたもの内容	P 95
購入価格帯(オールインワン)	P 55	購買チャネルの変化	P 96
購入価格帯(パック・マスク)	P 56	購買チャネル(コロナ前)	P 97
購入価格帯(アイクリーム)	P 57	購買チャネル(コロナ渦中)	P 98
3. スキンケア化粧品の情報源	P 58	購買チャネル(コロナ後)	P 99
スキンケア化粧品情報の接触媒体	P 59	購買における情報源の変化	P 100
スキンケア化粧品情報の接触媒体(TOP2)	P 60	購買における情報源の変化(コロナ前)	P 101
スキンケア化粧品購入時の媒体別参考度	P 61	購買における情報源の変化(コロナ渦中)	P 102
スキンケア化粧品購入時の媒体別参考度(TOP2)	P 62	購買における情報源の変化(コロナ後)	P 103
スキンケア化粧品情報の媒体別信頼度	P 63	コロナによる美容悩み・解決策	P 104
スキンケア化粧品ブランドスイッチ時の影響	P 64	今後行いたい・力を入れたい美容行動	P 106
気になったスキンケア化粧品の情報入手経路	P 65	■ 付録：調査票	P 107
気になったスキンケア化粧品の情報入手経路【行ってみること】	P 66		
気になったスキンケア化粧品の情報入手経路【最も購入の後押しになっているもの】	P 67		

# 調査概要

- ◆ 調査目的 :
  - 日頃の情報源やブランドチェンジに影響した情報など、化粧水を中心にスキンケア化粧品（基礎化粧品）に関する情報活用の実態を把握する。
  - 各スキンケア化粧品メーカーの、認知・利用経験・今後の利用意向やイメージを把握する。
  - 新型コロナウイルスの流行により、美容やスキンケア実態、スキンケア化粧品購入にどのような影響があったかを把握する。
- ◆ 調査対象 :

弊社保有のマクロミルモニタのうち、下記条件をどちらも満たす方。

  - ・16～64歳の女性
  - ・現在化粧水を使っている方
  - ・アイテム問わず、スキンケア化粧品を直近1年以内にご自分で購入した方
- ◆ 調査地域 : 全国
- ◆ 調査方法 : インターネットリサーチ
- ◆ 調査時期 :

2020年調査 2020年6月9日（火）～6月13日（土）  
2019年調査 2019年6月8日（土）  
2018年調査 2018年6月7日（木）～6月8日（金）
- ◆ 有効回答数 :

2020年調査 2,500サンプル  
2019年調査 2,500サンプル  
2018年調査 2,500サンプル

## 報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載

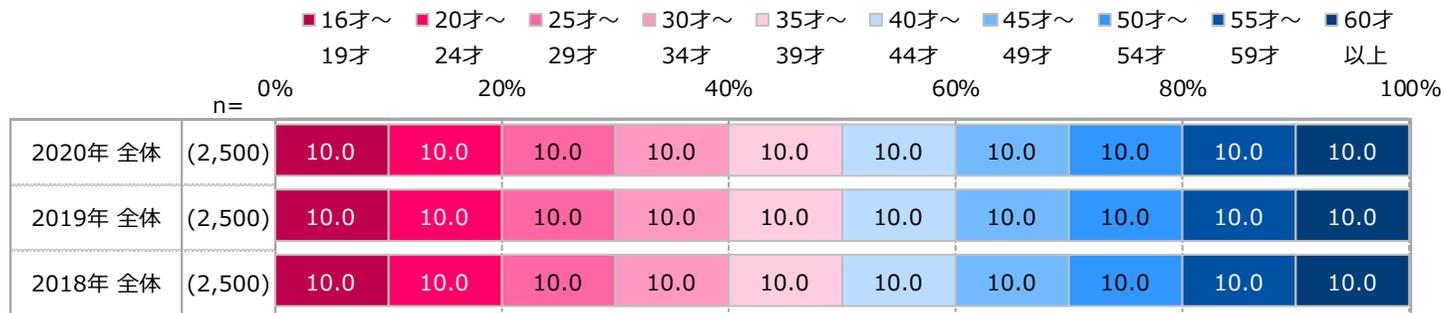
	16～19歳	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60歳以上	合計
2020年調査	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	2500
2019年調査	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	2500
2018年調査	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	2500

(サンプル)

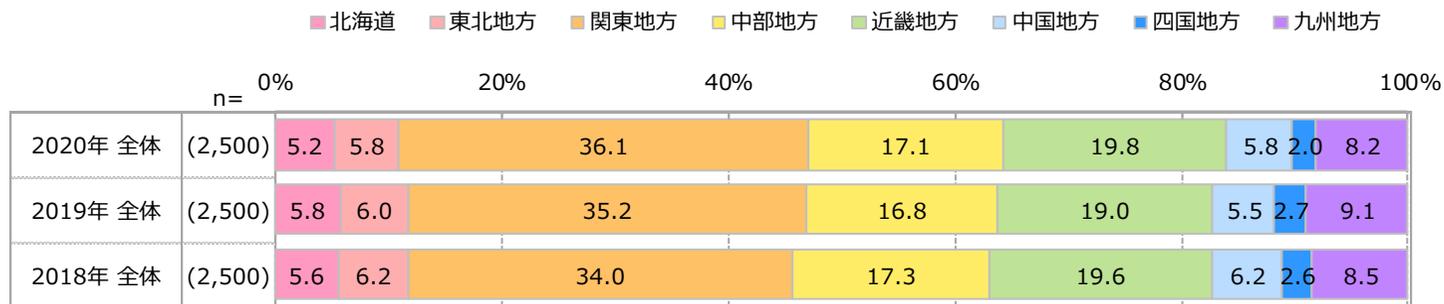
- ◆ 調査実施機関 : 株式会社マクロミル

# 回答者プロフィール(1) n=2,500

## 年齢

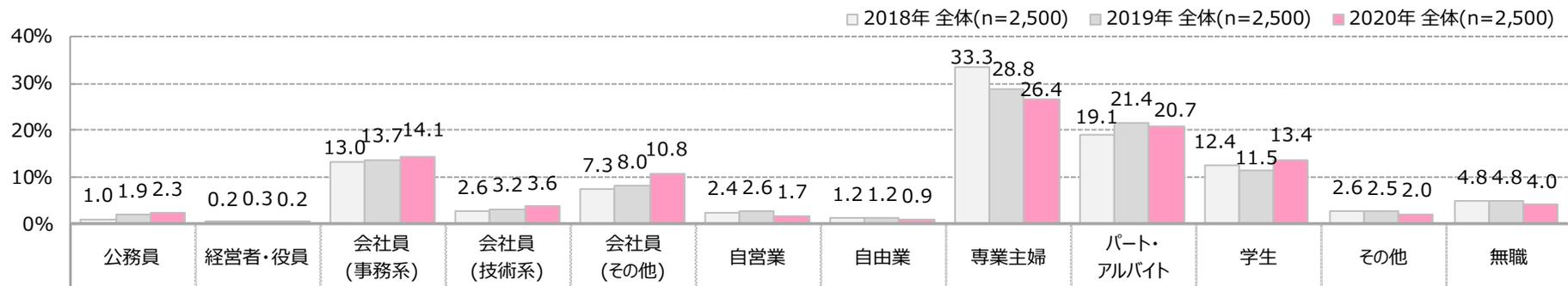


## 居住地

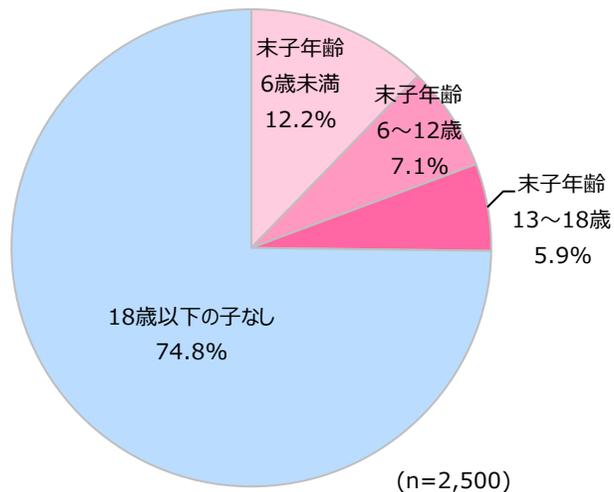


# 回答者プロフィール(2) n=2,500

## 職業

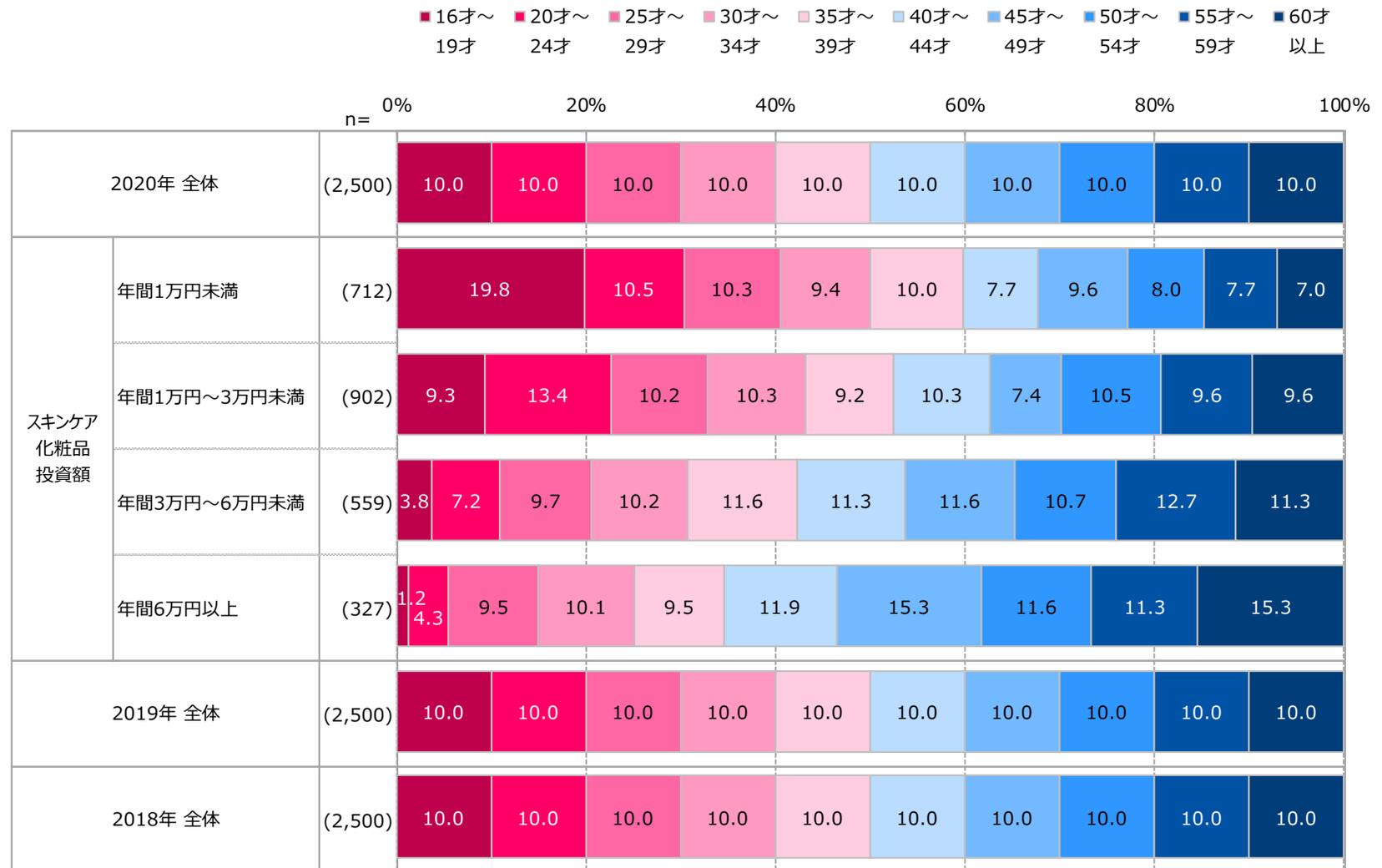


## 同居の子供の有無(Q28)



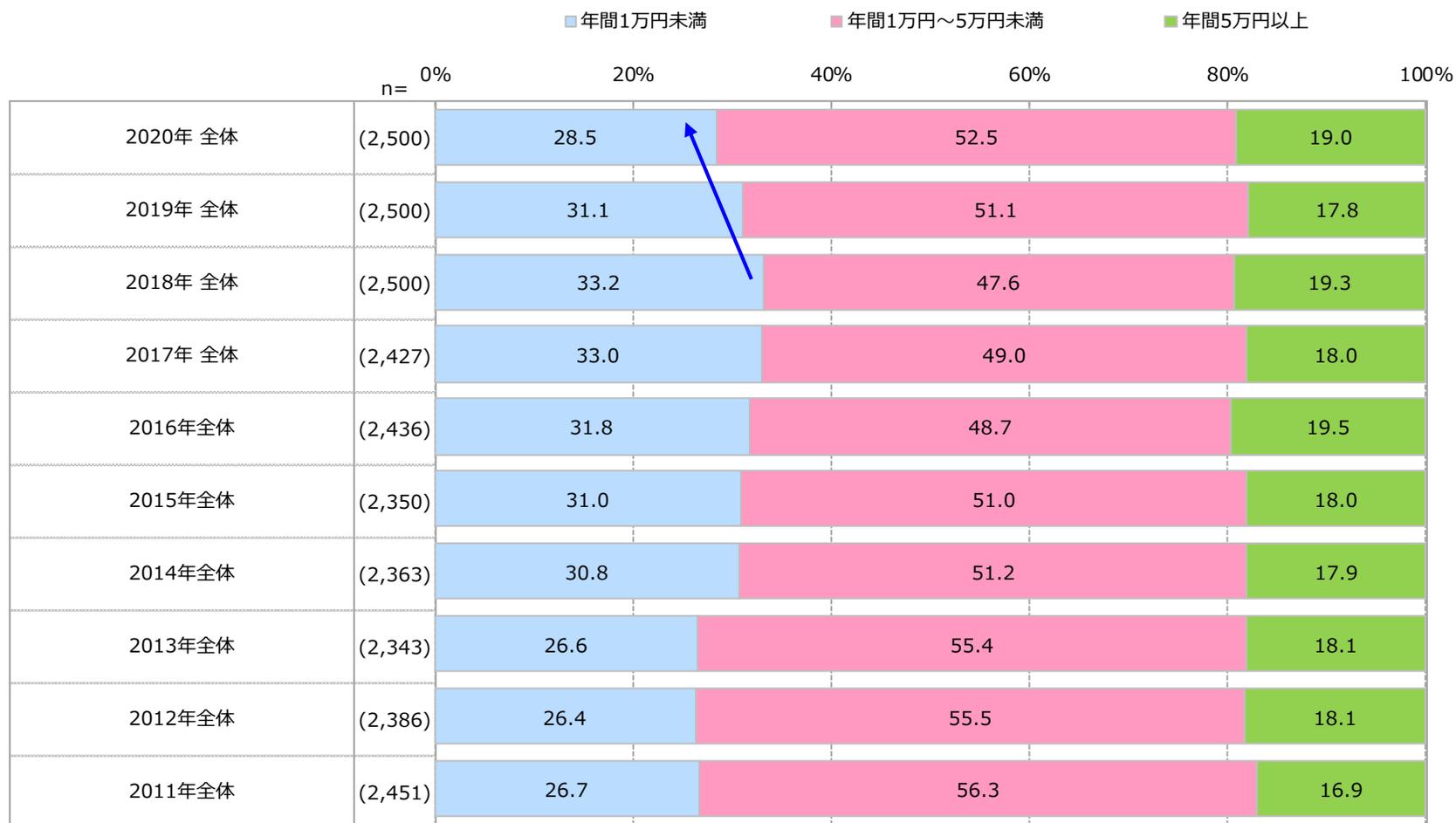
# 回答者プロフィール(3) n=2,500

## 年齢



## スキンケア化粧品年間投資額推移

- スキンケア化粧品にかかる年間投資額の推移を2011年から時系列で比較すると、今回、2018年まで増加傾向にあった「年間1万円未満」は昨年に続きやや減少。また、「年間1万円～5万円未満」は2018年から増加した昨年の割合を維持した。
- 「年間5万円以上」の層は今回も変わらず2割弱。



# エグゼクティブサマリー

# スキンケア化粧品年間投資額別 プロファイル 総括

- 今回の調査では、全体におけるスキンケア化粧品の年間購入金額の平均が¥29,474であることから、3万円基準として、以下4つの区分に分けユーザーごとのプロファイル分析を行った。

## 「年間1万円未満」ユーザー

### スキンケアに手間もお金もかけたくない、価格重視のプチプラ女子

- ・10代の割合が高く、職業でも学生が多いユーザー。
- ・スキンケア化粧品への投資金額と同様に、可処分所得も最も低い。
- ・主に、ドラッグストアを購入チャネルとして利用しており、購入時の会話やカウンセリングの必要性をあまり感じておらず、スキンケア化粧品の購入に手間をかけたくないという意識が強い。また、購入チャネルにスーパーが上位にあがるのもこのユーザーにみられる特徴の一つで、スキンケア化粧品以外の買い物と併せて購入していると考えられる。
- ・価格を最も重視しており、価格はブランドチェンジにも影響している。
- ・普段は、インターネットやSNS、クチコミなど身近な媒体から情報を収集しているが、気になるブランドが出たときや、ブランドチェンジなど主体的に起こす行動に対しては店頭から得られる情報からの影響も受けている。

## 「年間1万円～3万円未満」ユーザー

### 価格も効果も重視して選びたい、身近な情報を取り入れる堅実派女子

- ・年代や職業に大きな特徴はなく、各年代に一定数存在する平均的なタイプ。
- ・可処分所得は、全体の平均と比べてやや低め。
- ・購入チャネルでは、1万円未満ユーザーと同様にドラッグストアのスコアが突出して高いが、メーカー直販サイトやメーカー以外のサイト、直営店などのスコアも高い。
- ・このユーザーでは、価格と製品の効能・肌との相性を同じくらい重視している。
- ・普段は、主にインターネットから情報を得ているが、気になるブランドが出たときや、ブランドチェンジなどの主体的に起こす行動に対しては、クチコミ（オンライン・オフライン問わず）と、メーカーHPや、実際の商品を試すなどオフィシャルな情報が影響している。

## 「年間3万円～6万円未満」ユーザー

### 効果を重視、サンプルや身近な意見からスキンケア化粧品を選ぶこだわり派女子

- ・50代後半の割合がやや高く、会社員(事務系)がやや多いユーザー
- ・可処分所得は、全体の平均と比べてやや高い。
- ・スキンケアアイテム、メイクアイテムの保有数が全体に比べてやや多い。
- ・スキンケア化粧品への興味関心度が高く、効果を最も重視しているとともに同じシリーズで揃えるなどこだわりをもってスキンケア化粧品を選定・購入している。
- ・普段は、インターネットやクチコミなど身近な媒体から情報を得ている。気になるブランドに対しては、クチコミに加えメーカーのHP、サンプルや店頭の試供品などを通して情報を収集しており、購入決定にも影響しているが、ブランドチェンジにはクチコミや、美容部員の説明など人からの情報が強く影響する。

## 「年間6万円以上」ユーザー

### スキンケアにはお金も時間も惜しまない、スキンケア高関心層

- ・40代後半と60代以上の割合が高く、会社員(事務系)が多い。
- ・スキンケア化粧品への投資額と同様に、可処分所得も最も高い。
- ・スキンケアアイテムの保有数が全体に比べて多く、メイクアイテムもやや多い。
- ・購入チャネルでは、ドラッグストアとメーカー直販サイトからの購入が最も高く、百貨店、化粧品専門の小売店も高い。専門店や専門の通販で購入する人が多い。
- ・効果を最も重視しており、価格に対する重視度が他のユーザーに比べて最も低い。また情報収集にも積極的で、スキンケアへの関心は特に高い。
- ・普段は、インターネットから情報を得ているが、気になるブランドが出たときにはクチコミなど身近な情報を得る他、サンプルの入手などを行う。店員や美容部員からの影響も大きい。

# 2020年 トピックス 総括

## 【スキンケア化粧品メーカーの使用意向】

- ・各ブランドの使用経験者の中で、SK-IIが「今後使いたい・使ってみてもよい」ブランド第1位であったのは29ブランド中21ブランド。使用意向第1位にあがるブランドとしては最多だが、同指標は2018年では29ブランド中25ブランド、2019年では23ブランドであり、時系列で見ると昨年に続き減少している。自ブランドが今後の使用意向1位なのは「キュレル」「エリクシール」「SK-II」「THREE」「コスメデコルテ」「オルビス」「ちふれ/ちふれ綾花」「無印良品」「IPSA」で、「オルビス」は2019年の2位から順位を上げた。
- ・無印良品は今年も登場頻度が高く、低価格帯～高価格帯のブランドで登場することから、広く受け入れられていることが分かる。

## 【場面別の美容行動・事前対処で行うこと】

### ■ 場面別の美容行動

- ・場面別の美容行動では、各場面で「普段よりも睡眠を長めにする」「湯船につかる」のスコアが高く、基本的な生活を整えることが不調の改善、リラックスにつながると考えられていることが分かる。
- ・「さっぱり/すっきりしたいとき」には「シャワーを浴びる」方が多い様子。
- ・スキンケア化粧品への年間投資額が多いユーザーは、不調を感じたときや頑張りたいときに「美容ドリンク・サプリメント・漢方を飲む」方がやや多い傾向。

### ■ 予防・事前対処で行うこと

- ・予防・事前対処で行うことでは、「生活習慣病予防・体型管理のため、食事に気を遣う」が最も多く4割弱。美白や肌トラブルの予防のためには「美容液などの化粧品を使う」方が最も多く、食事や美容ドリンク、サプリメント、漢方を摂るといった体の内側からのケアよりも、まずは化粧品を使って事前対処をしようと考えていると推察できる。

## 【新型コロナウイルス流行による影響】

- ・コロナ渦中にコロナ前と比較して「美容にかける**時間**が増えた」のは17%。減った方が25%、変わらない方が59%で、増えた方は少なめ。また、「美容にかける**お金**が増えた」のは10%。減った方が33%、変わらない方が58%と、こちらも増えた方は少ない。かける時間が増えたものの内訳は「スキンケア」が最も多く約6割、次いで「睡眠」、「入浴(湯舟につかる)」があがり、特別なケアよりも日頃の生活に時間をかける様子。一方、かけるお金が増えたものの内訳はこちらも「スキンケア」が最も多く6割弱、次いで「シートパック・マスク」、「美容ドリンク・サプリメント・漢方」、「美容に良さそうな食事」があがり、特別なケアに加えて体の内側からの美容にお金をかける様子もみられた。
- ・スキンケア化粧品の購入場所はコロナ前/渦中/今後のメインいずれも「ドラッグストア」がトップ。ドラッグストアは今後も主要な購入場所であり続けると考えられる。一方、コロナ前と比較してコロナ渦中の利用が大きく減少したのは「バラエティショップ」「スーパー」「メーカー・ブランドの直営店」など。また、スキンケア化粧品の参考情報源では、「インターネット」「SNS」が時期に関わらず上位。一方、友人や家族のクチコミ、テスター、美容部員の説明などのリアルな情報は、コロナ前のスコアと比較してコロナ渦中・今後のスコアが下がっており、今後は従来ほどは利用されなくなる可能性もみられた。
- ・コロナ影響による美容悩みはマスクに関するものが多くあがった。今後力を入れたい美容行動としては「スキンケア」の他、マスクをしても見える眉や目のポイントメイクが上位。

# 調査結果の要約

# 1. スキンケア化粧品年間投資額別ユーザープロフィール

※参考として、前回2019年度の結果も掲載

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間1万円未満」ユーザー 2020年 (n=712) 2019年 (n=778)

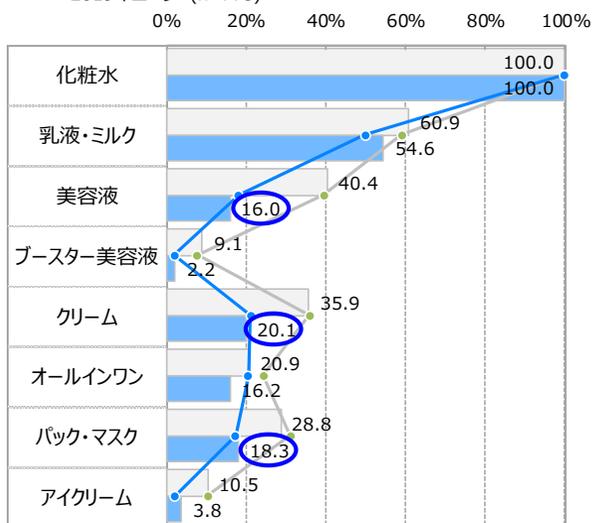
	2020年		2019年	
年齢	35.9歳	(-3.6歳)	37.0歳	(-2.5歳)
職業	学生が多い		学生が多い	
可処分所得 (1ヶ月)	¥19,133	(¥-10,707)	¥19,706	(¥-8,628)
スキンケアアイテム数	2.4個	(-0.9個)	2.4個	(-0.8個)
メイクアイテム数	5.7個	(-0.7個)	5.8個	(-1.0個)
スキンケア化粧品 購入額 (年)	¥5,000	(¥-24,474)	¥5,000	(¥-23,340)
購入価格帯 (1本)	化粧水	¥1,013 (¥-1,185)	¥1,016 (¥-1,094)	
	乳液	¥1,084 (¥-1,230)	¥1,040 (¥-1,191)	
	美容液	¥1,534 (¥-2,858)	¥1,561 (¥-2,622)	
	ブースター美容液	¥2,000 (¥-2,412)	¥1,500 (¥-2,772)	
	クリーム	¥1,264 (¥-2,153)	¥1,235 (¥-2,308)	
	オールインワン	¥1,296 (¥-1,144)	¥1,240 (¥-1,215)	
	パック・マスク	¥1,120 (¥-404)	¥973 (¥-634)	
	アイクリーム	¥1,900 (¥-2,036)	¥2,094 (¥-1,490)	

- ▶ 全体と比較すると10代の割合が高く、学生が多い。
- ▶ 使用アイテムでは、すべてのアイテムの保有率が全体より低い。※化粧水は除く特に、「美容液」「クリーム」「パック・マスク」は全体と比較して10pt以上低い。
- ▶ 購入チャネルでは、「ドラッグストア」が突出して高く、全体と比較しても高い。次いで「スーパー」、「バラエティショップ」があがることから、スキンケア化粧品以外の買い物と併せて購入していると考えられる。
- ▶ 重視点、購買行動・意識では、価格に関する項目のスコアが高く、全体と比較しても高い。価格以外の重視点では「肌にあうこと」「肌にやさしいこと・刺激がないこと」「保湿効果」などが上位にあがるが、全体と比較すると低め。購買行動・意識では価格以外に「カウンセリングや会話は不要でさっと買いたい」のスコアが高く、全体と比較しても高いことからスキンケア化粧品の購買に手間をかけたくない気持ちが強いと考えられる。
- ▶ スキンケア化粧品に関する情報は、インターネットやSNS、クチコミなど身近な媒体から得ている。気になるブランドに対しては、クチコミサイトやSNSで調べるほか、店頭から情報を得ている。「何もしない」割合も全体より高め。ブランドチェンジには、クチコミや店頭の情報、他、価格が影響している。
- ▶ 現使用ブランドでは、「無印良品」、「ちふれ/ちふれ綾花」、「肌研」の順に高く、身近な場所で買えるブランドが多い。

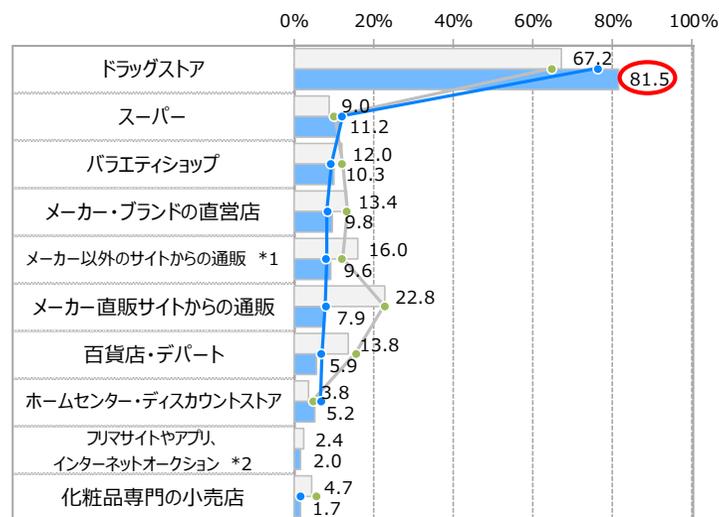
※ ( ) 内は全体との差を掲載/スコアは平均値/n=30未満のスコアは文字色グレー

■ 2020年全体(n=2,500)  
■ 2020年ユーザー(n=712)  
■ 2019年全体(n=2,500)  
—●— 2019年ユーザー(n=778)

使用アイテム (SQ1)



購入チャネル (SQ2)

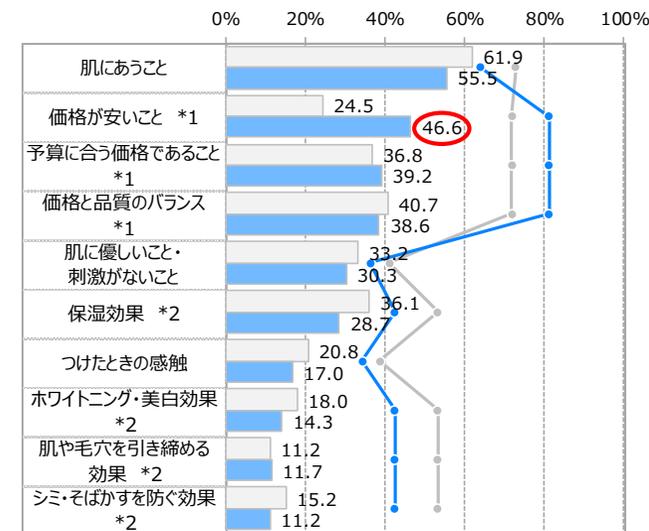


※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載 \*1: 2020年は「メーカー以外のサイト

(Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販」と聴取 \*2: 2020年から聴取

© Macromill, Inc.

購入時重視点 (Q10)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載

\*1: 2019年は「価格」と聴取 \*2: 2019年は「効果・効能」と聴取

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間1万円未満」ユーザー 2020年 (n=712) 2019年 (n=778)

参考情報源 (Q3)

※スコアは参考にしてはいる・計 (%)

2020年		2019年	
インターネット (化粧品情報サイト)	38.1	インターネット	60.2
インターネット (検索エンジン)	36.5	友人や家族のクチコミ	41.9
SNS, 友人や家族のクチコミ	36.2	テレビ	35.2

気になるブランドが出たときの行動 (Q6S1)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	37.9	クチコミサイトで調べる	37.9
SNSで調べる	28.8	店頭で商品説明を読む	28.7
店頭で商品説明を読む	27.8	店頭で実際の商品を試す	25.1
何もしない	19.4	何もしない	19.7

最も購入の後押しになるもの (Q6S2)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	20.8	クチコミサイトで調べる	20.2
店頭で実際の商品を試す	11.0	店頭で実際の商品を試す	10.0
SNSで調べる	10.3	友人や家族など周囲に評判を聞く	9.3

ブランドチェンジに影響したもの (Q5)

(%)

2020年		2019年	
友人や家族のクチコミ	32.3	友人や家族のクチコミ	33.7
価格が安くなっていたので	25.4	価格が安くなっていたので	22.0
ディスプレイ、商品説明など店内で見たもの	25.0	ディスプレイ、商品説明など店内で見たもの	21.9

※それぞれ上位3位まで掲載

購買行動・意識 (Q11)

※スコアはあてはまる・計



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位15位まで掲載

現使用ブランド (Q7S4)

2020年		
1位	無印良品	16.6%
2位	ちふれ/ちふれ綾花	14.3%
3位	肌研	9.6%
4位	専科	7.2%
5位	なめらか本舗	5.1%

※上位5位まで掲載

<参考>2019年

1位	ちふれ/ちふれ綾花	17.0%
2位	無印良品	15.0%
3位	肌研	12.6%
4位	ビオレ	10.4%
5位	専科	5.4%

※上位5位まで掲載

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間1万円～3万円未満」ユーザー 2020年 (n=902) 2019年 (n=909)

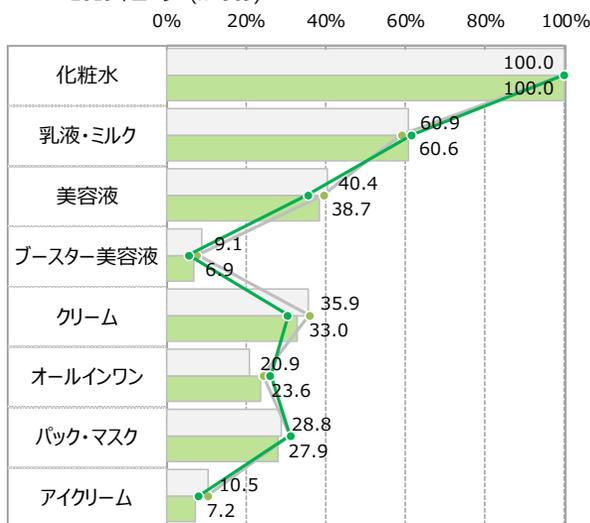
		2020年		2019年	
年齢		38.7歳	(-0.8歳)	38.4歳	(-1.1歳)
職業		全体との大きな差は見られない		全体との大きな差は見られない	
可処分所得 (1ヶ月)		¥24,706	(¥-5,134)	¥24,440	(¥-3,894)
スキンケアアイテム数		3.1個	(-0.1個)	3.1個	(-0.1個)
メイクアイテム数		6.7個	(+0.3個)	7.0個	(+0.2個)
スキンケア化粧品 購入額 (年)		¥18,592	(¥-10,882)	¥18,641	(¥-9,699)
購入価格帯 (1本)	化粧水	¥1,810	(¥-388)	¥1,834	(¥-277)
	乳液	¥1,835	(¥-479)	¥1,901	(¥-330)
	美容液	¥3,037	(¥-1,355)	¥3,005	(¥-1,178)
	ブースター美容液	¥2,811	(¥-1,600)	¥2,553	(¥-1,719)
	クリーム	¥2,318	(¥-1,100)	¥2,436	(¥-1,108)
	オールインワン	¥2,171	(¥-269)	¥2,224	(¥-230)
	パック・マスク	¥1,167	(¥-358)	¥1,262	(¥-345)
	アイクリーム	¥2,645	(¥-1,291)	¥2,203	(¥-1,381)

- 各年代に一定数存在する平均的なタイプではあるが、20代前半の割合が全体と比較してやや高い。
- 使用アイテムでも、全体との大きな差はみられない。
- 購入チャネルでは、「ドラッグストア」が突出して高く、全体と比較してもやや高い。
- 重視点では、「肌にあうこと」が最も高く、価格や効果などの機能に関する項目が続く。購買意識・行動でも価格に関する項目や「カウンセリングや会話は不要でさっと買いたい」のスコアが全体よりも高め。
- スキンケア化粧品に関する情報は、主にインターネットから得ている。気になるブランドに対しては、クチコミサイトで調べるほか、店頭で商品を試したりメーカーHPで調べたりと、オフィシャルな情報を得ている。ブランドチェンジにはクチコミや、ディスプレイ・商品説明など店頭で触れる情報が影響している。
- 現使用ブランドでは「無印良品」が1位。ついで「ちふれ/ちふれ綾花」、「オルビス」の順に高いことから広く認知されていて、シンプルなイメージのブランドを利用していることがわかる。

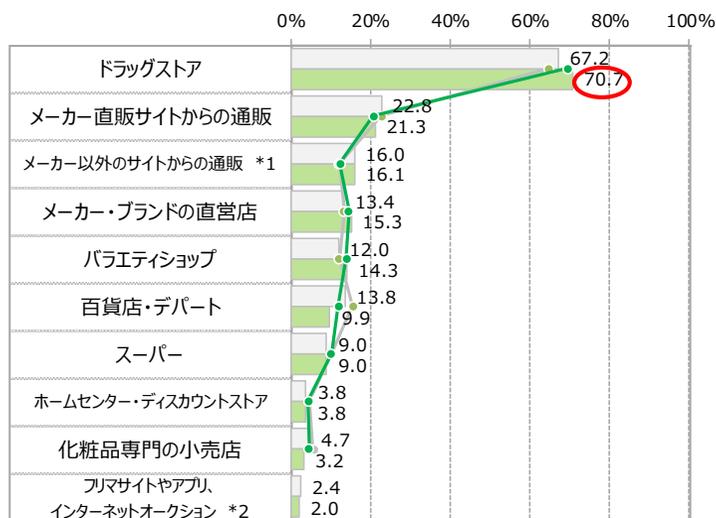
※ ( ) 内は全体との差を掲載/スコアは平均値/n=30未満のスコアは文字色グレー

■ 2020年全体(n=2,500)  
■ 2020年ユーザー(n=902)  
— 2019年全体(n=2,500)  
— 2019年ユーザー(n=909)

使用アイテム (SQ1)



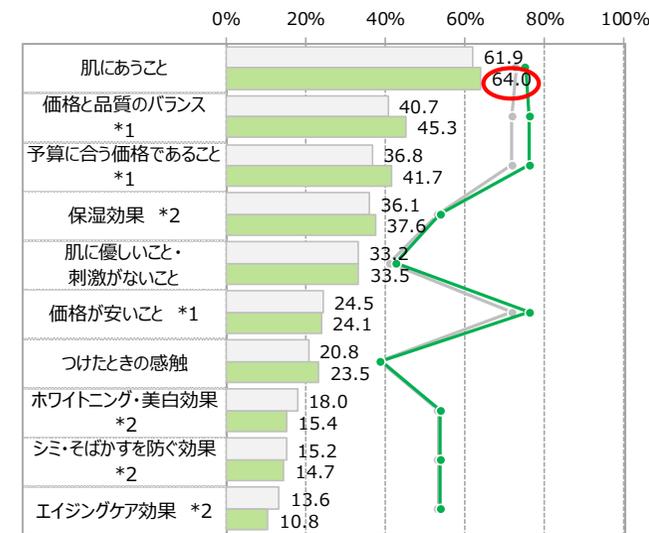
購入チャネル (SQ2)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載 \*1: 2020年は「メーカー以外のサイト (Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販」と聴取 \*2: 2020年から聴取

© Macromill, Inc.

購入時重視点 (Q10)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載

\*1: 2019年は「価格」と聴取 \*2: 2019年は「効果・効能」と聴取

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間1万円～3万円未満」ユーザー 2020年 (n=902) 2019年 (n=909)

参考情報源 (Q3)

※スコアは参考にしてはいる・計 (%)

2020年		2019年	
インターネット (化粧品情報サイト)	54.0	インターネット	72.4
インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	52.9	友人や家族のクチコミ	54.2
インターネット (検索エンジン)	46.9	テレビ	41.4

気になるブランドが出たときの行動 (Q6S1)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	47.2	クチコミサイトで調べる	48.2
店頭で実際の商品を試す	33.4	店頭で商品説明を読む	32.1
メーカーのHPで調べる	32.4	メーカーのHPで調べる	31.5
何もしない	8.2	何もしない	12.3

最も購入の後押しになるもの (Q6S2)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	22.8	クチコミサイトで調べる	21.1
店頭で実際の商品を試す	12.4	店頭で実際の商品を試す	11.8
サンプルを入手しようとする	10.1	サンプルを入手しようとする	10.1

ブランドチェンジに影響したもの (Q5)

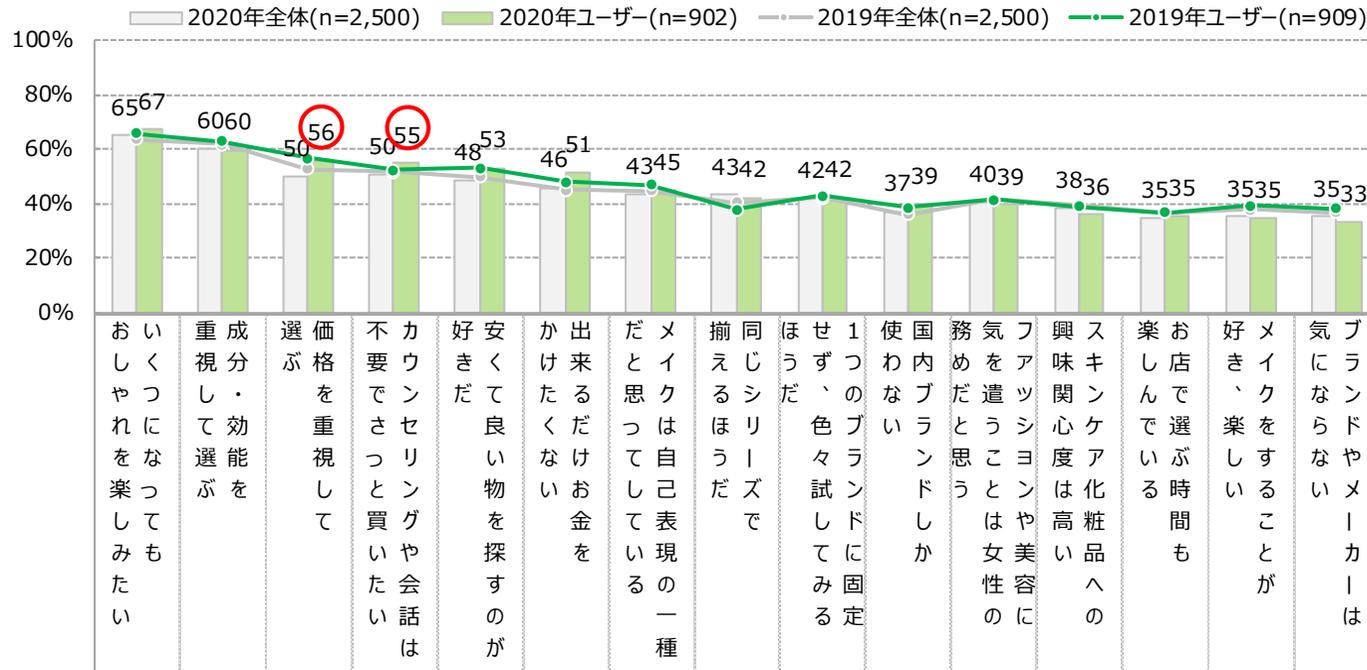
(%)

2020年		2019年	
友人や家族のクチコミ	37.8	友人や家族のクチコミ	37.5
アットコスメなどクチコミサイト	28.2	アットコスメなどクチコミサイト	26.1
ディスプレイ、商品説明など店内で見たもの	24.1	ディスプレイ、商品説明など店内で見たもの	24.6

※それぞれ上位3位まで掲載

購買行動・意識 (Q11)

※スコアはあてはまる・計



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位15位まで掲載

現使用ブランド (Q7S4)

2020年		
1位	無印良品	20.1%
2位	ちふれ/ちふれ綾花	12.7%
3位	オルビス	10.0%
4位	専科	8.4%
5位	キュレル	8.3%

※上位5位まで掲載

<参考>2019年

1位	無印良品	17.4%
2位	ちふれ/ちふれ綾花	13.1%
3位	ビオレ	12.4%
4位	肌研	9.2%
5位	オルビス	9.1%

※上位5位まで掲載

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間3万円～6万円未満」ユーザー 2020年 (n=559) 2019年 (n=489)

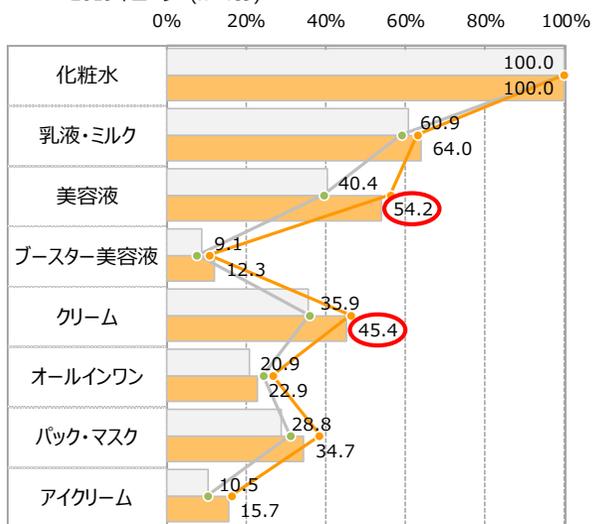
	2020年		2019年		
	年齢	42.4歳 (+2.9歳)	42.3歳 (+2.7歳)		
職業	会社員(事務系)がやや多い		会社員、パート・アルバイトがやや多い		
可処分所得(1ヶ月)	¥36,179	(¥+6,339)	¥34,304	(¥+5,970)	
スキンケアアイテム数	3.7個	(+0.5個)	3.8個	(+0.6個)	
メイクアイテム数	6.7個	(+0.3個)	7.5個	(+0.7個)	
スキンケア化粧品 購入額(年)	¥43,336	(¥+13,862)	¥43,344	(¥+15,004)	
購入価格帯 (1本)	化粧水	¥2,870	(¥+671)	¥2,778	(¥+668)
	乳液	¥2,833	(¥+519)	¥2,735	(¥+504)
	美容液	¥4,688	(¥+296)	¥4,548	(¥+365)
	ブースター美容液	¥4,109	(¥-302)	¥4,337	(¥+65)
	クリーム	¥3,661	(¥+243)	¥3,839	(¥+295)
	オールインワン	¥3,065	(¥+624)	¥3,160	(¥+705)
	パック・マスク	¥1,595	(¥+71)	¥1,618	(¥+11)
	アイクリーム	¥3,695	(¥-241)	¥3,550	(¥-34)

- ▶ 全体と比較すると50代後半の割合がやや高く、会社員(事務系)がやや多い。
- ▶ 使用アイテムでは、「美容液」や「クリーム」のスコアが全体と比較して、特に高い。
- ▶ 購入チャネルでは、「ドラッグストア」が突出して高いが、全体と比較すると低い。その他のチャネルでは、「メーカー直販サイトからの通販」や「メーカー以外のサイトからの通販」「百貨店・デパート」のスコアが高く、全体と比較しても高い。
- ▶ 重視点では、「肌にあうこと」のスコアが高く、価格や効果に関する項目が続く。総じて全体と同傾向。購買意識・行動では、「スキンケア化粧品への興味関心度は高い」「効果・効能を重視して選ぶ」「同じシリーズで揃えるほうだ」などスキンケアへの意識が高めな層だといえる。
- ▶ スキンケア化粧品の情報は、インターネットやクチコミから得ている。気になるブランドに対しては、クチコミサイトで調べるほか、メーカーのHPで調べたり、サンプルの入手や店頭の商品を試すなど体験ベースで情報を得たりしている。ブランドチェンジにはクチコミや、店員・美容部員の説明など人からの情報が強く影響している。
- ▶ 現使用ブランドでは、「無印良品」が最も高く、「オルビス」、「ちふれ/ちふれ綾花」、「DHC」、「ファンケル」などが続く。

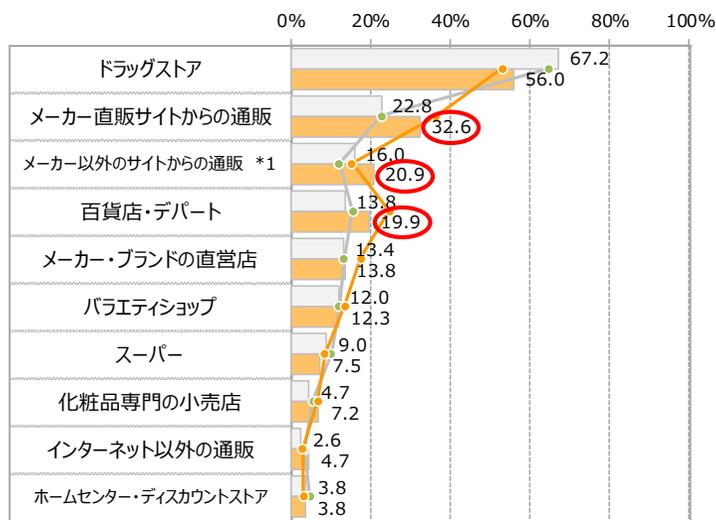
※ ( ) 内は全体との差を掲載/スコアは平均値/n=30未満のスコアは文字色グレー

■ 2020年全体(n=2,500)  
■ 2020年ユーザー(n=559)  
● 2019年全体(n=2,500)  
● 2019年ユーザー(n=489)

使用アイテム (SQ1)

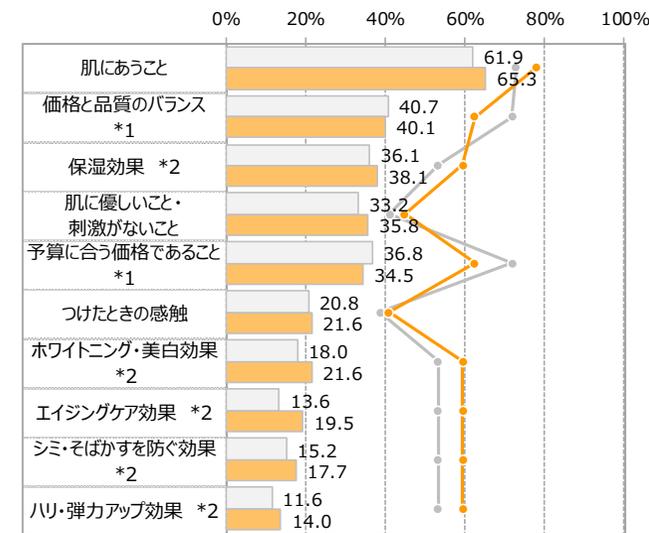


購入チャネル (SQ2)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載 \*1: 2020年は「メーカー以外のサイト (Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販」と聴取

購入時重視点 (Q10)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載

\*1: 2019年は「価格」と聴取 \*2: 2019年は「効果・効能」と聴取

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間3万円～6万円未満」ユーザー 2020年 (n=559) 2019年 (n=489)

参考情報源 (Q3)

※スコアは参考に行っている・計 (%)

2020年		2019年	
インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	61.5	インターネット	75.9
インターネット(化粧品情報サイト)	57.1	友人や家族のクチコミ	54.8
友人や家族のクチコミ	51.5	美容部員の説明	44.2

気になるブランドが出たときの行動 (Q6S1)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	48.7	クチコミサイトで調べる	46.4
メーカーのHPで調べる	40.6	メーカーのHPで調べる	41.3
サンプルを入手しようとする	38.6	サンプルを入手しようとする	40.5
何もしない	6.1	何もしない	8.0

最も購入の後押しになるもの (Q6S2)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	21.6	クチコミサイトで調べる	17.0
サンプルを入手しようとする	14.3	サンプルを入手しようとする	14.9
店頭で実際の商品を試す	11.1	店頭で実際の商品を試す	13.9

ブランドチェンジに影響したもの (Q5)

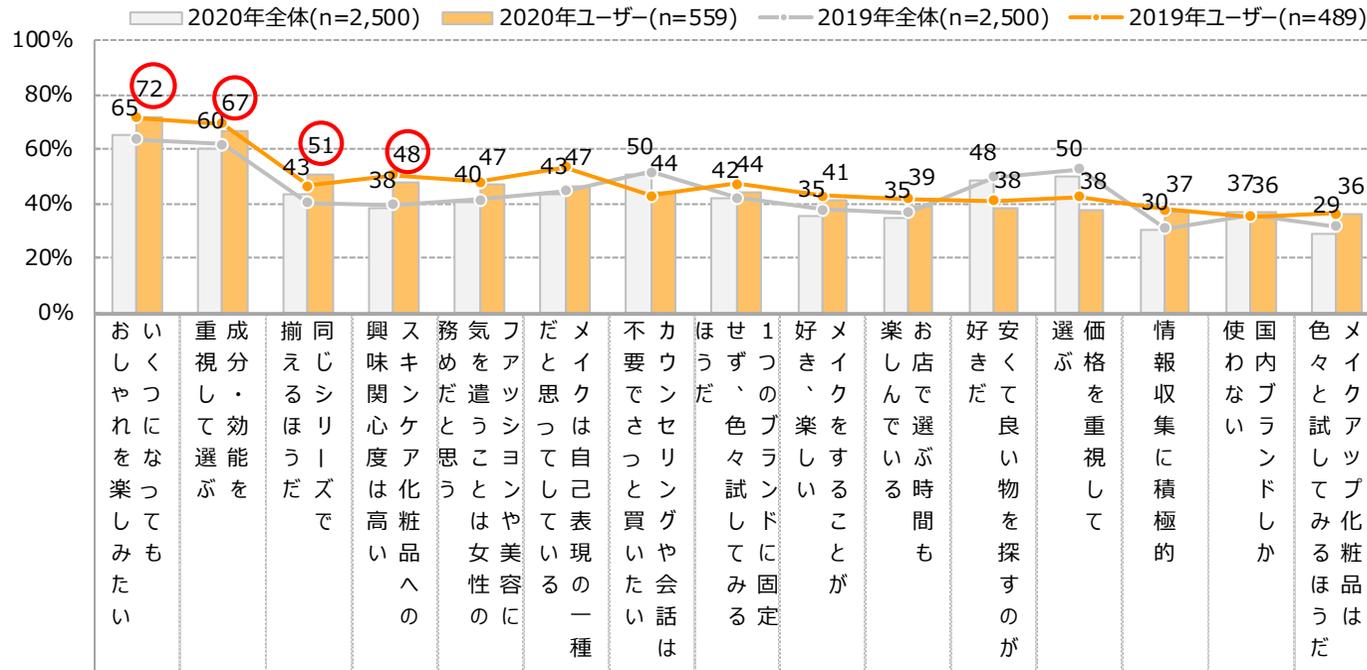
(%)

2020年		2019年	
友人や家族のクチコミ	39.4	友人や家族のクチコミ	31.5
アットコスメなどクチコミサイト	28.4	アットコスメなどクチコミサイト	28.6
店員や美容部員の説明	23.4	店員や美容部員の説明	23.7

※それぞれ上位3位まで掲載

購買行動・意識 (Q11)

※スコアはあてはまる・計



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位15位まで掲載

現使用ブランド (Q7S4)

2020年

1位	無印良品	12.9%
2位	オルビス	10.0%
3位	ちふれ/ちふれ綾花	9.5%
4位	DHC	8.9%
5位	ファンケル	8.8%

※上位5位まで掲載

<参考>2019年

1位	無印良品	14.3%
2位	ファンケル	9.6%
3位	オルビス	9.2%
4位	ビオレ	8.6%
5位	ちふれ/ちふれ綾花	8.2%

※上位5位まで掲載

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間6万円以上」ユーザー 2020年 (n=327) 2019年 (n=324)

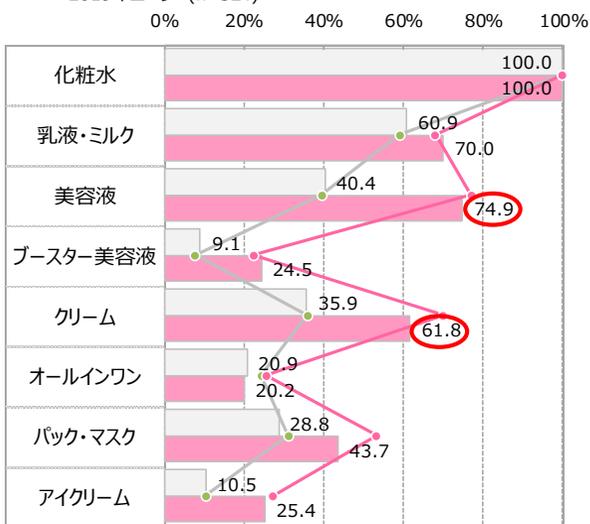
		2020年		2019年	
年齢		44.7歳	(+5.2歳)	44.7歳	(+5.1歳)
職業		会社員(事務系)が多い		公務員・会社員(事務系)が多い	
可処分所得(1ヶ月)		¥52,202	(¥+22,362)	¥46,927	(¥+18,594)
スキンケアアイテム数		4.7個	(+1.4個)	4.7個	(+1.5個)
メイクアイテム数		6.6個	(+0.2個)	7.6個	(+0.8個)
スキンケア化粧品 購入額(年)		¥89,083	(¥+59,609)	¥88,951	(¥+60,611)
購入価格帯 (1本)	化粧水	¥4,597	(¥+2,399)	¥4,390	(¥+2,280)
	乳液	¥4,628	(¥+2,315)	¥4,357	(¥+2,126)
	美容液	¥7,109	(¥+2,717)	¥6,691	(¥+2,508)
	ブースター美容液	¥6,395	(¥+1,983)	¥6,036	(¥+1,764)
	クリーム	¥6,188	(¥+2,770)	¥6,220	(¥+2,676)
	オールインワン	¥4,185	(¥+1,745)	¥4,293	(¥+1,838)
	パック・マスク	¥2,466	(¥+942)	¥2,645	(¥+1,038)
	アイクリーム	¥5,819	(¥+1,883)	¥5,081	(¥+1,497)

- ▶ 全体と比較すると、40代後半と60代以上の割合が高く、会社員(事務系)が多い。
- ▶ 使用アイテムでは、ほぼすべてのアイテムの保有率が全体と比較して高く、なかでも「美容液」や「クリーム」のスコアは全体と比較して圧倒的に高い。
- ▶ 購入チャネルでは、「ドラッグストア」と「メーカー直販サイトからの通販」が高いが、「ドラッグストア」は全体と比較すると低い。一方、「メーカー直販サイトからの通販」や「百貨店・デパート」、「化粧品専門店の小売店」のスコアが全体と比較して高いことから、専門店や専門の通販から購入していることが分かる。
- ▶ 重視点では、肌との相性や効果・効能のスコアが高く、全体と比較しても高め。また、スキンケア化粧品への関心も高く、情報収集や商品の選定へのこだわりからスキンケアへの意識が最も高い層であると考えられる。
- ▶ スキンケア化粧品に関する情報は、インターネットから得ている。気になるブランドに対しての行動では、サンプルの入手や「メーカーのHPで調べる」が高い。ブランドチェンジにはクチコミの他、店員や美容部員の説明も影響している。
- ▶ 現使用ブランドは、「ファンケル」が最も高く、次いで「エリクシール」「SK-II」、「アルビオン」などが続く。

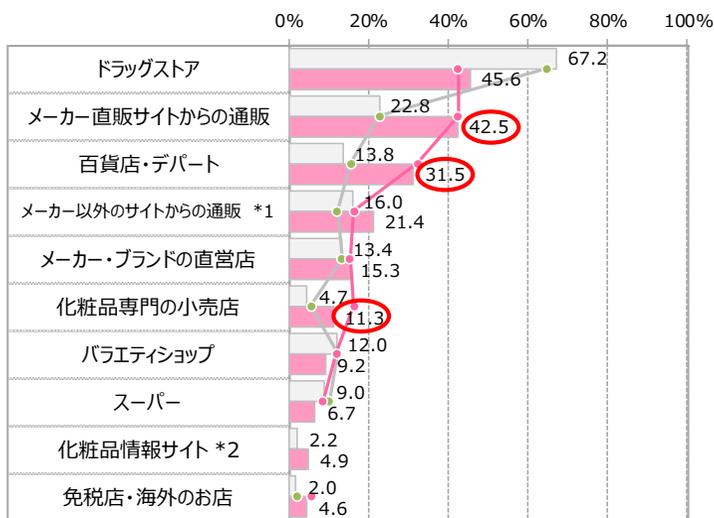
※ ( ) 内は全体との差を掲載/スコアは平均値/n=30未満のスコアは文字色グレー

■ 2020年全体(n=2,500)  
■ 2020年ユーザー(n=327)  
— 2019年全体(n=2,500)  
— 2019年ユーザー(n=324)

使用アイテム (SQ1)



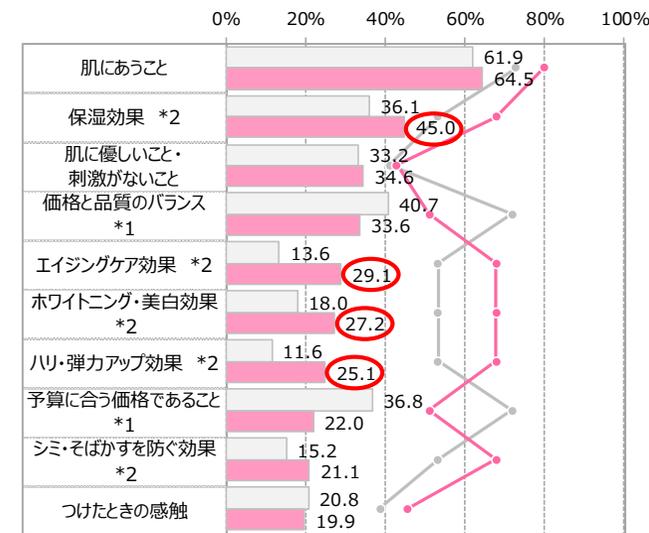
購入チャネル (SQ2)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載 \*1: 2020年は「メーカー以外のサイト (Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販」と聴取 \*2: 2020年から聴取

© Macromill, Inc.

購入時重視点 (Q10)



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位10位まで掲載 \*1: 2019年は「価格」と聴取 \*2: 2019年は「効果・効能」と聴取

# スキンケア化粧品年間投資額別のユーザープロフィール

スキンケア化粧品投資額「年間6万円以上」ユーザー 2020年 (n=327) 2019年 (n=324)

参考情報源 (Q3)

※スコアは参考にしてている・計 (%)

2020年		2019年	
インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	63.9	インターネット	73.1
インターネット(化粧品情報サイト)	60.6	友人や家族のクチコミ	58.3
インターネット(検索エンジン)	51.4	美容部員の説明	55.9

気になるブランドが出たときの行動 (Q6S1)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	45.9	サンプルを入手しようとする	51.9
サンプルを入手しようとする	43.7	クチコミサイトで調べる	45.7
メーカーのHPで調べる	39.8	メーカーのHPで調べる	41.0
何もしない	6.1	何もしない	6.2

最も購入の後押しになるもの (Q6S2)

(%)

2020年		2019年	
クチコミサイトで調べる	18.3	サンプルを入手しようとする	20.1
サンプルを入手しようとする	17.4	クチコミサイトで調べる、店頭で実際の商品を試す	14.5
店頭で店員や美容部員などの説明を聞く	12.2		

ブランドチェンジに影響したもの (Q5)

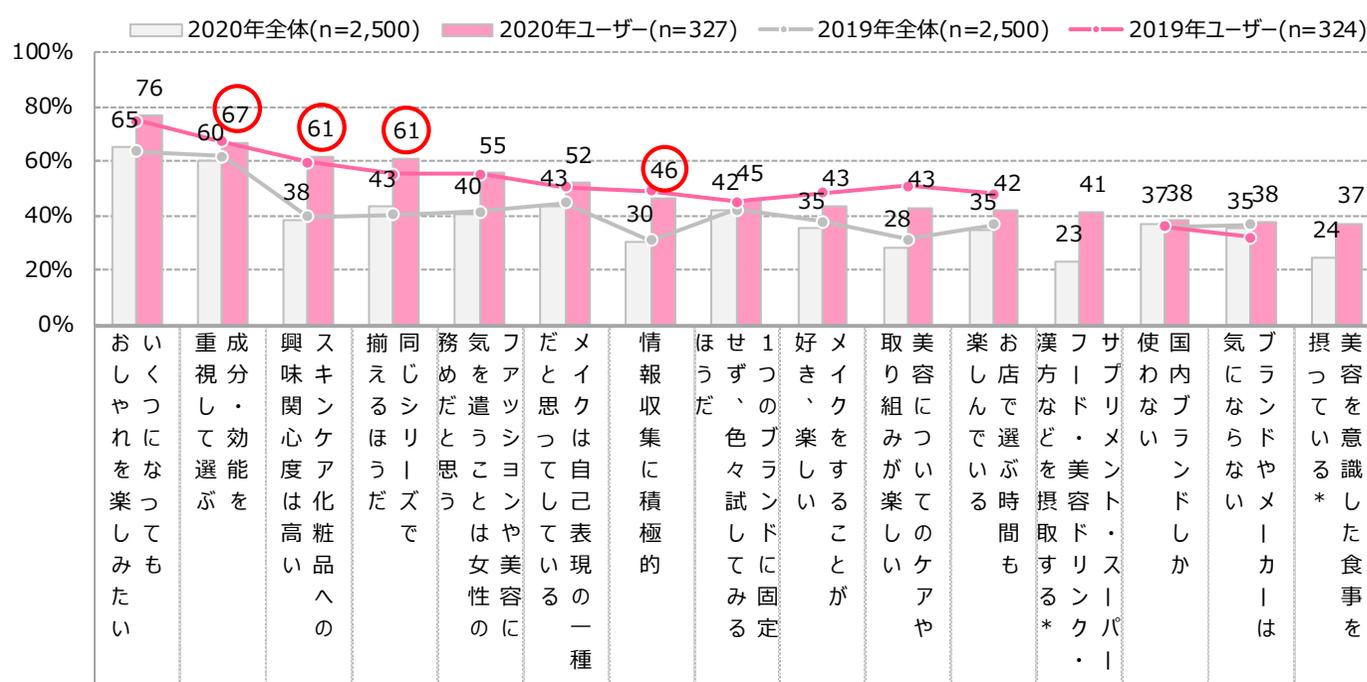
(%)

2020年		2019年	
友人や家族のクチコミ	36.1	店員や美容部員の説明	33.6
店員や美容部員の説明	32.4	友人や家族のクチコミ	30.9
アットコスメなどクチコミサイト	29.7	アットコスメなどクチコミサイト	25.9

※それぞれ上位3位まで掲載

購買行動・意識 (Q11)

※スコアはあてはまる・計



※2020年の「ユーザー」のスコアで上位15位まで掲載 \*2020年より聴取

現使用ブランド (Q7S4)

2020年

1位	ファンケル	10.4%
2位	エリクシル,SK-II	9.2%
4位	アルビオン	8.3%
5位	オルビス	7.6%

※上位5位まで掲載

<参考>2019年

1位	エリクシル	13.6%
2位	SK-II	9.9%
3位	POLA	8.0%
4位	ビオレ	7.7%
5位	オルビス,ドクターシーラボ,無印良品	7.1%

※上位5位まで掲載

## 2.ブランドイメージ

# ブランド使用意向【使用経験者ベース】2020年

## スキンケア化粧品メーカーの使用意向

## 使用経験者ベース

それぞれのスキンケア化粧品メーカーの使用経験者が「今後使いたい・使ってみてもよい」と回答したブランドの上位をピックアップした。

1位	SK-II	33.3%
2位	花王ソフィーナ	24.1%
3位	無印良品	23.6%
4位	雪肌精	20.5%
5位	キュレル	18.2%

1位	キュレル	30.6%
2位	SK-II	30.2%
3位	無印良品	22.9%
4位	Obagi	20.9%
5位	雪肌精	18.4%

1位	SK-II	36.2%
2位	クレ・ド・ポー ボーテ	30.9%
3位	エリクシール	27.7%
4位	Obagi	25.5%
5位	オルビス,アスタリフト	22.3%

1位	SK-II	33.6%
2位	雪肌精	27.2%
3位	無印良品	22.1%
4位	HAKU	20.4%
5位	アスタリフト	18.4%

1位	SK-II	43.4%
2位	ONE BY KOSE	38.1%
3位	雪肌精	32.7%
4位	アスタリフト,エリクシール	31.9%

1位	エリクシール	35.6%
2位	SK-II	32.8%
3位	HAKU	22.4%
4位	無印良品	20.9%
5位	雪肌精	20.6%

1位	SK-II	34.1%
2位	専科	29.6%
3位	無印良品	25.8%
4位	HAKU	24.3%
5位	雪肌精	23.9%

1位	SK-II	31.0%
2位	アクアレーベル	27.9%
3位	雪肌精	22.4%
4位	HAKU	21.9%
5位	無印良品	21.4%

1位	SK-II	37.0%
2位	アスタリフト	18.9%
3位	Obagi	17.5%
4位	HAKU	17.2%
5位	雪肌精,無印良品	16.0%

1位	SK-II	33.3%
2位	POLA	23.8%
3位	アスタリフト	22.9%
4位	雪肌精	21.2%
5位	エリクシール	19.0%

1位	THREE	38.9%
2位	SK-II	34.7%
3位	Obagi,ランコム,コスメデコルテ	27.4%

1位	SK-II	38.7%
2位	アスタリフト	33.7%
3位	HAKU	22.6%
4位	Obagi	20.1%
5位	無印良品	19.6%

1位	コスメデコルテ	31.4%
2位	SK-II	30.0%
3位	アルビオン	26.4%
4位	雪肌精	24.3%
5位	ランコム	22.9%

1位	SK-II	33.3%
2位	アルビオン	31.7%
3位	オルビス	20.5%
4位	コスメデコルテ	19.7%
5位	Obagi,THREE	19.3%

1位	SK-II	35.9%
2位	THREE	31.0%
3位	オルビス	30.3%
4位	IPSA	29.0%
5位	アルビオン,Obagi,dプログラム	28.3%

1位	SK-II	38.6%
2位	Obagi	35.2%
3位	HAKU	27.3%
4位	ランコム,アスタリフト	25.0%

1位	オルビス	36.0%
2位	SK-II	31.3%
3位	無印良品	21.5%
4位	Obagi,雪肌精	17.6%

1位	ちふれ/ちふれ綾花	30.8%
2位	無印良品	26.4%
3位	SK-II	26.1%
4位	雪肌精	19.9%
5位	オルビス	16.7%

1位	SK-II	32.4%
2位	DHC	23.6%
3位	無印良品	20.3%
4位	雪肌精	19.9%
5位	HAKU	17.8%

1位	SK-II	29.5%
2位	なめらか本舗	28.1%
3位	無印良品	27.0%
4位	雪肌精	25.1%
5位	ちふれ/ちふれ綾花	21.1%

1位	SK-II	32.1%
2位	dプログラム	31.7%
3位	無印良品	21.7%
4位	HAKU	21.3%
5位	エリクシール	20.8%

1位	SK-II	38.6%
2位	DEW	37.1%
3位	雪肌精,アスタリフト	32.9%
5位	キュレル,Obagi	30.0%

1位	SK-II	30.3%
2位	肌研	28.4%
3位	雪肌精	23.2%
4位	無印良品	22.6%
5位	HAKU	18.7%

1位	SK-II	32.8%
2位	ファンケル	27.8%
3位	無印良品	21.0%
4位	雪肌精	18.7%
5位	オルビス	17.4%

1位	無印良品	38.2%
2位	SK-II	27.8%
3位	雪肌精	18.6%
4位	オルビス	16.9%
5位	THREE	16.2%

1位	SK-II	35.3%
2位	エステローダー	33.2%
3位	アスタリフト	28.8%
4位	HAKU	24.5%
5位	Obagi,ランコム	23.9%

1位	SK-II	41.1%
2位	HAKU	36.8%
3位	エリクシール	26.3%
4位	Obagi	23.2%
5位	アスタリフト,無印良品	22.1%

1位	IPSA	38.9%
2位	SK-II	38.3%
3位	THREE	34.0%
4位	アルビオン	29.6%
5位	POLA	26.5%

1位	SK-II	31.8%
2位	ランコム	28.3%
3位	Obagi,無印良品	20.6%
5位	アスタリフト	20.2%

\* 1 : エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \* 2 : 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \* 3 : DEW/DEWボーテ/DEWスペリア/DEWスペリアEXで聴取

# ブランドイメージ【使用意向者ベース】2020年

## スキンケア化粧品メーカーのイメージ

## 使用意向者ベース

それぞれのスキンケア化粧品メーカーについて「今後使いたい・使ってみてもよい」と答えた回答者が、そのブランドに持つ上位のイメージをピックアップした。

<b>花王ソフィーナ(n=186)</b> 1位 品質のよい 32.8% 2位 好感が持てる 31.7% 3位 自分にあった 21.5% 4位 身近な 20.4% 5位 機能性に優れた 17.7%	<b>キュレル(n=294)</b> 1位 品質のよい 35.4% 2位 機能性に優れた 24.5% 3位 シンプルな 23.1% 4位 好感が持てる 21.1% 5位 まじめな 18.4%	<b>クレ・ド・ポー ボーテ(n=161)</b> 1位 高級感のある 48.4% 2位 品質のよい 26.7% 3位 おしゃれな 19.9% 4位 好感が持てる 17.4% 5位 センスのよい 15.5%	<b>雪肌精(n=368)</b> 1位 品質のよい 37.8% 2位 高級感のある 31.0% 3位 好感が持てる 25.5% 4位 機能性に優れた 23.9% 5位 シンプルな 15.5%	<b>ONE BY KOSE(n=166)</b> 1位 高級感のある 29.5% 2位 品質のよい 28.9% 3位 機能性に優れた 21.7% 4位 好感が持てる 18.7% 5位 センスのよい 15.7%	<b>エリクシール*1(n=275)</b> 1位 品質のよい 33.8% 2位 好感が持てる 25.8% 3位 高級感のある 25.1% 4位 機能性に優れた 21.8% 5位 おしゃれな、センスのよい 18.5%
<b>専科*2(n=256)</b> 1位 手軽な 35.5% 2位 身近な 31.3% 3位 品質のよい 25.8% 4位 好感が持てる 22.7% 5位 シンプルな 21.1%	<b>アクアレーベル(n=203)</b> 1位 品質のよい 28.6% 2位 好感が持てる、手軽な 20.7% 4位 身近な 20.2% 5位 自分にあった 18.7%	<b>SK-II(n=568)</b> 1位 高級感のある 69.5% 2位 品質のよい 42.3% 3位 機能性に優れた 28.2% 4位 好感が持てる 19.7% 5位 センスのよい 14.1%	<b>POLA(n=216)</b> 1位 高級感のある 54.6% 2位 品質のよい 38.0% 3位 機能性に優れた 22.2% 4位 おしゃれな 15.3% 5位 好感が持てる 13.4%	<b>THREE(n=242)</b> 1位 おしゃれな 38.0% 2位 高級感のある 33.5% 3位 センスのよい 33.1% 4位 品質のよい 24.0% 5位 好感が持てる 20.2%	<b>アスタリフト(n=247)</b> 1位 機能性に優れた 35.6% 2位 品質のよい 34.4% 3位 高級感のある 27.9% 4位 好感が持てる 18.6% 5位 新しさを感じる 17.4%
<b>コスメデコルテ(n=184)</b> 1位 高級感のある 42.9% 2位 品質のよい 27.7% 3位 おしゃれな 25.5% 4位 センスのよい 19.6% 5位 好感が持てる 16.3%	<b>アルビオン(n=227)</b> 1位 品質のよい 38.8% 2位 高級感のある 36.1% 3位 機能性に優れた 24.2% 4位 好感が持てる 18.9% 5位 センスのよい 12.3%	<b>エテュセ(n=112)</b> 1位 手軽な 19.6% 2位 身近な 17.0% 3位 シンプルな 16.1% 4位 品質のよい、ベーシックな 15.2%	<b>Obagi(n=255)</b> 1位 品質のよい 35.7% 2位 機能性に優れた 34.9% 3位 高級感のある 32.5% 4位 好感が持てる 14.5% 5位 新しさを感じる 10.2%	<b>オルビス(n=326)</b> 1位 品質のよい 27.6% 2位 自分にあった 27.3% 3位 好感が持てる 25.5% 4位 シンプルな 24.2% 5位 ベーシックな 20.9%	<b>ちふれ/ちふれ綾花(n=321)</b> 1位 手軽な 42.7% 2位 シンプルな 39.3% 3位 身近な 32.1% 4位 自分にあった 24.6% 5位 ベーシックな 22.7%
<b>DHC(n=255)</b> 1位 品質のよい 29.8% 2位 身近な 29.4% 3位 手軽な 23.9% 4位 機能性に優れた 22.4% 5位 自分にあった 21.6%	<b>なめらか本舗(n=182)</b> 1位 手軽な 37.9% 2位 身近な 33.5% 3位 品質のよい 22.0% 4位 自分にあった、シンプルな 19.8%	<b>dプログラム(n=209)</b> 1位 品質のよい 32.5% 2位 機能性に優れた 26.8% 3位 好感が持てる 19.6% 4位 高級感のある 17.2% 5位 シンプルな 15.8%	<b>DEW*3(n=98)</b> 1位 新しさを感じる 20.4% 2位 品質のよい 19.4% 3位 高級感のある 17.3% 4位 好感が持てる、おしゃれな 16.3%	<b>肌研(n=277)</b> 1位 手軽な 32.1% 2位 品質のよい 29.2% 3位 身近な 28.2% 4位 シンプルな 22.7% 5位 自分にあった 22.0%	<b>ファンケル(n=311)</b> 1位 品質のよい 40.8% 2位 好感が持てる 26.7% 3位 シンプルな 24.8% 4位 身近な 20.3% 5位 機能性に優れた 19.9%
<b>無印良品(n=475)</b> 1位 シンプルな 48.0% 2位 手軽な 34.3% 3位 品質のよい 26.7% 4位 身近な 26.1% 5位 好感が持てる、ベーシックな 25.9%	<b>エスティローダー(n=181)</b> 1位 高級感のある 57.5% 2位 おしゃれな 24.9% 3位 品質のよい 23.2% 4位 センスのよい 21.5% 5位 好感が持てる 19.3%	<b>HAKU(n=276)</b> 1位 高級感のある 39.5% 2位 品質のよい 32.6% 3位 機能性に優れた 30.4% 4位 好感が持てる 18.8% 5位 センスのよい 14.5%	<b>IPSA(n=263)</b> 1位 高級感のある 43.3% 2位 品質のよい 32.3% 3位 おしゃれな 28.9% 4位 機能性に優れた 22.4% 5位 センスのよい 20.9%	<b>ランコム(n=215)</b> 1位 高級感のある 60.5% 2位 品質のよい 27.4% 3位 おしゃれな 23.7% 4位 センスのよい 20.5% 5位 好感が持てる 16.3%	

\* 1 : エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \* 2 : 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \* 3 : DEW/DEWボーテ/DEWスペリア/DEWスペリアEXで聴取

### スキンケア化粧品メーカーの使用意向

### 使用経験者ベース

それぞれのスキンケア化粧品メーカーの使用経験者が「今後使いたい・使ってみてもよい」と回答したブランドの上位をピックアップした。

<b>花王ソフィーナ(n=485)</b> 1位 SK-II 33.8% 2位 花王ソフィーナ 28.7% 3位 ちふれ/ちふれ綾花 21.0% 4位 雪肌精 20.8% 5位 アスタリフト 19.8%	<b>キュレル(n=482)</b> 1位 キュレル 32.0% 2位 SK-II 28.0% 3位 雪肌精 20.7% 4位 無印良品 19.9% 5位 Obagi 18.3%	<b>ビオレ(n=892)</b> 1位 SK-II 34.0% 2位 雪肌精 26.0% 3位 ビオレ 24.3% 4位 無印良品 22.1% 5位 ちふれ/ちふれ綾花 19.6%	<b>雪肌精(n=561)</b> 1位 SK-II 34.2% 2位 雪肌精 29.4% 3位 無印良品 24.1% 4位 オルビス,ちふれ/ちふれ綾花 19.1%	<b>ONE BY KOSE(n=94)</b> 1位 ONE BY KOSE 43.6% 2位 SK-II 37.2% 3位 雪肌精,エリクシール 30.9% 5位 ファンケル 27.7%	<b>エリクシール*1(n=380)</b> 1位 エリクシール 41.3% 2位 SK-II 36.6% 3位 雪肌精 21.1% 4位 アスタリフト 20.8% 5位 Obagi 20.3%
<b>専科*2(n=529)</b> 1位 SK-II 33.8% 2位 専科 29.7% 3位 雪肌精 26.3% 4位 無印良品 26.1% 5位 ちふれ/ちふれ綾花 22.7%	<b>アクアレーベル(n=428)</b> 1位 SK-II 34.3% 2位 アクアレーベル 33.4% 3位 エリクシール 24.5% 4位 雪肌精 24.1% 5位 Obagi 20.6%	<b>SK-II(n=369)</b> 1位 SK-II 37.4% 2位 雪肌精 23.3% 3位 アスタリフト,Obagi 19.5% 5位 無印良品 19.2%	<b>POLA(n=275)</b> 1位 SK-II 34.9% 2位 POLA 26.5% 3位 雪肌精 22.5% 4位 無印良品 21.1% 5位 アスタリフト,ちふれ/ちふれ綾花 18.5%	<b>THREE (スリー) (n=93)</b> 1位 THREE 38.7% 2位 SK-II 33.3% 3位 キュレル 30.1% 4位 クリスチャン・ディオール 29.0% 5位 シャネル 28.0%	<b>アスタリフト(n=231)</b> 1位 SK-II 38.5% 2位 アスタリフト 36.8% 3位 Obagi 23.8% 4位 雪肌精 23.4% 5位 エリクシール 20.8%
<b>アベンヌ(n=359)</b> 1位 SK-II 36.8% 2位 無印良品 25.9% 3位 Obagi 24.2% 4位 アベンヌ 23.7% 5位 オルビス 21.7%	<b>アルピオン(n=257)</b> 1位 SK-II 36.2% 2位 アルピオン 33.1% 3位 エリクシール 21.0% 4位 雪肌精,アスタリフト 20.6%	<b>エテュセ(n=159)</b> 1位 SK-II 45.3% 2位 オルビス 31.4% 3位 アルピオン 29.6% 4位 THREE 28.3% 5位 無印良品 27.7%	<b>Obagi (オバジ) (n=211)</b> 1位 SK-II 40.3% 2位 Obagi 35.5% 3位 アスタリフト 21.8% 4位 雪肌精 20.4% 5位 POLA 19.9%	<b>オルビス(n=626)</b> 1位 SK-II 32.9% 2位 オルビス 32.3% 3位 無印良品 20.6% 4位 雪肌精 20.3% 5位 Obagi,ファンケル 17.7%	<b>ちふれ/ちふれ綾花 (n=813)</b> 1位 ちふれ/ちふれ綾花 33.0% 2位 SK-II 30.0% 3位 無印良品 24.1% 4位 雪肌精 23.0% 5位 肌研 17.1%
<b>DHC(n=773)</b> 1位 SK-II 32.3% 2位 DHC 24.3% 3位 雪肌精 21.7% 4位 無印良品 21.2% 5位 ちふれ/ちふれ綾花 19.0%	<b>ドクターシーラボ(n=519)</b> 1位 SK-II 36.0% 2位 ドクターシーラボ 25.2% 3位 無印良品 22.9% 4位 雪肌精 21.0% 5位 ファンケル 19.3%	<b>HABA (ハーバー) (n=248)</b> 1位 SK-II 32.7% 2位 HABA 26.2% 3位 Obagi,無印良品 22.2% 5位 雪肌精 20.6%	<b>DEW*3(n=94)</b> 1位 SK-II,DEW 42.6% 3位 アスタリフト 34.0% 4位 Obagi 33.0% 5位 エリクシール 29.8%	<b>肌研 (ハダラボ) (n=711)</b> 1位 SK-II 31.2% 2位 肌研 30.9% 3位 雪肌精 26.2% 4位 無印良品 24.1% 5位 ちふれ/ちふれ綾花 20.3%	<b>ファンケル(n=604)</b> 1位 SK-II 34.3% 2位 ファンケル 32.6% 3位 オルビス 21.7% 4位 雪肌精 21.5% 5位 無印良品 21.2%
<b>無印良品(n=775)</b> 1位 無印良品 39.6% 2位 SK-II 32.0% 3位 雪肌精 23.9% 4位 ちふれ/ちふれ綾花 20.5% 5位 キュレル,オルビス 18.7%	<b>エスティローダー(n=205)</b> 1位 SK-II 40.0% 2位 エスティローダー 28.8% 3位 アスタリフト 23.9% 4位 オルビス 23.4% 5位 エリクシール 22.9%	<b>クリスチャン・ディオール(n=172)</b> 1位 SK-II 36.6% 2位 クリスチャン・ディオール 27.3% 3位 エリクシール 26.2% 4位 アスタリフト 25.0% 5位 エスティローダー 23.8%	<b>シャネル(n=200)</b> 1位 SK-II 36.0% 2位 シャネル 23.5% 3位 雪肌精 19.5% 4位 エリクシール,POLA,エスティローダー 19.0%	<b>ランコム(n=228)</b> 1位 SK-II 36.0% 2位 ランコム 30.3% 3位 エリクシール 26.3% 4位 雪肌精 23.2% 5位 アスタリフト 22.8%	

\*1 : エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \*2 : 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \*3 : DEW/DEWボーテ/DEWスペリア/DEWスペリアEXで聴取

### スキンケア化粧品メーカーのイメージ

### 使用意向者ベース

それぞれのスキンケア化粧品メーカーについて「今後使いたい・使ってみてもよい」と答えた回答者が、そのブランドに持つ上位のイメージをピックアップした。

1位	好感が持てる	28.4%
2位	品質のよい	24.2%
3位	身近な	22.8%
4位	自分にあった	16.7%
5位	手軽な	15.8%

1位	品質のよい	30.5%
2位	機能性に優れた	25.3%
3位	シンプルな	21.9%
4位	自分にあった	16.8%
5位	好感が持てる	15.1%

1位	手軽な	41.2%
2位	身近な	36.8%
3位	好感が持てる	21.3%
4位	シンプルな	19.5%
5位	自分にあった	18.8%

1位	品質のよい	36.1%
2位	高級感のある	29.5%
3位	好感が持てる	21.5%
4位	機能性に優れた	19.1%
5位	センスのよい	14.2%

1位	品質のよい	24.8%
2位	高級感のある	22.8%
3位	機能性に優れた	22.1%
4位	好感が持てる	15.9%
5位	まじめな	11.0%

1位	品質のよい	32.1%
2位	好感が持てる	26.5%
3位	機能性に優れた	22.0%
4位	高級感のある	21.6%
5位	自分にあった	17.8%

1位	身近な	29.4%
2位	手軽な	29.0%
3位	品質のよい	26.1%
4位	シンプルな	21.3%
5位	好感が持てる	18.8%

1位	品質のよい	26.2%
2位	身近な	22.3%
3位	好感が持てる	21.5%
4位	手軽な	20.6%
5位	自分にあった	17.6%

1位	高級感のある	64.0%
2位	品質のよい	38.9%
3位	機能性に優れた	27.7%
4位	好感が持てる	15.6%
5位	センスのよい	11.1%

1位	高級感のある	49.8%
2位	品質のよい	33.9%
3位	機能性に優れた	25.8%
4位	好感が持てる,センスのよい	17.6%

1位	高級感のある	34.6%
2位	おしゃれな	28.6%
3位	品質のよい	27.6%
4位	センスのよい	24.4%
5位	好感が持てる	13.8%

1位	機能性に優れた	33.9%
2位	高級感のある	29.5%
3位	品質のよい	29.1%
4位	好感が持てる	14.3%
5位	新しさを感じる	12.4%

1位	品質のよい	32.2%
2位	シンプルな	22.8%
3位	好感が持てる	18.9%
4位	高級感のある	17.2%
5位	身近な	11.1%

1位	品質のよい	36.4%
2位	高級感のある	34.1%
3位	機能性に優れた	23.8%
4位	好感が持てる	22.0%
5位	センスのよい	14.0%

1位	身近な	17.6%
2位	好感が持てる	16.0%
3位	品質のよい	15.1%
4位	手軽な	14.3%
5位	機能性に優れた,センスのよい	12.6%

1位	高級感のある	34.6%
2位	品質のよい	32.0%
3位	機能性に優れた	29.7%
4位	好感が持てる	12.4%
5位	おしゃれな,まじめな	7.5%

1位	品質のよい	31.0%
2位	自分にあった	23.9%
3位	シンプルな	21.5%
4位	好感が持てる	19.6%
5位	身近な,手軽な	18.1%

1位	手軽な	40.7%
2位	身近な	35.0%
3位	シンプルな	31.4%
4位	自分にあった	24.6%
5位	好感が持てる	20.5%

1位	品質のよい	28.8%
2位	身近な	26.8%
3位	機能性に優れた	24.4%
4位	手軽な	22.4%
5位	好感が持てる	18.3%

1位	品質のよい	37.5%
2位	機能性に優れた	30.7%
3位	好感が持てる	19.9%
4位	高級感のある	17.9%
5位	自分にあった,シンプルな	11.6%

1位	品質のよい	31.0%
2位	シンプルな	24.1%
3位	機能性に優れた	23.6%
4位	好感が持てる	21.3%
5位	高級感のある	15.5%

1位	高級感のある	20.5%
2位	品質のよい	19.7%
3位	機能性に優れた	17.1%
4位	自分にあった	13.7%
5位	好感が持てる	12.0%

1位	手軽な	32.7%
2位	身近な	28.1%
3位	自分にあった	24.8%
4位	品質のよい,好感が持てる	22.2%

1位	品質のよい	37.5%
2位	シンプルな	27.2%
3位	好感が持てる	21.9%
4位	機能性に優れた	20.6%
5位	自分にあった	18.8%

1位	シンプルな	45.8%
2位	手軽な	34.2%
3位	身近な	31.3%
4位	品質のよい	25.0%
5位	好感が持てる	23.4%

1位	高級感のある	53.8%
2位	品質のよい	22.6%
3位	おしゃれな	22.1%
4位	センスのよい	16.4%
5位	機能性に優れた	15.9%

1位	高級感のある	62.2%
2位	おしゃれな	35.8%
3位	センスのよい	27.5%
4位	品質のよい	24.4%
5位	好感が持てる	15.5%

1位	高級感のある	63.6%
2位	おしゃれな	28.5%
3位	センスのよい	25.1%
4位	品質のよい	21.3%
5位	好感が持てる	14.2%

1位	高級感のある	48.9%
2位	品質のよい	24.7%
3位	おしゃれな	23.7%
4位	センスのよい	15.3%
5位	機能性に優れた	13.7%

\* 1 : エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \* 2 : 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \* 3 : DEW/DEWボーテ/DEWスペリア/DEWスペリアEXで聴取



# ブランドイメージ【認知者ベース】

## スキンケア化粧品メーカーのイメージ(一覧)

## 認知者ベース

		(%)																												
		感じる	新しい	勢いの	あ	時	あ	高	安	優	機	品	品	あ	自	持	好	身	お	よ	セ	悪	セ	無	手	ま	ベ	シ		
		る	さ	い	った	代	る	級	っ	れた	能	質	質	っ	分	てる	感	近	し	い	ン	い	ス	難	軽	じ	ー	ン		
		さ	を	の	た	に	感	の	ぽ	に	性	の	の	た	に	が		な	れ	の	ス	の	な	な	め	シ	ッ	プ		
				い					い			い	い						な	の	の				な	な	ク	ル		
n=																														
花王ソフィーナ	(1,734)	3.4	1.6	4.2	6.1	3.4	7.4	14.1	1.7	5.1	10.4	17.1	4.5	3.9	1.7	9.3	12.3	4.9	11.6	8.1										
キュレル	(1,811)	3.3	1.5	4.6	4.2	2.8	16.7	21.8	1.7	7.3	9.5	11.6	2.7	3.4	1.4	7.3	13.0	9.4	10.1	17.3										
クレド・ポー ポーテ	(1,155)	4.3	2.0	4.0	42.4	1.4	7.7	15.7	1.1	2.2	5.6	2.3	10.6	8.1	1.1	1.6	2.2	2.7	3.0	3.3										
雪肌精	(1,963)	2.9	1.5	3.7	19.7	1.9	12.5	21.8	1.4	4.4	11.0	10.1	8.7	7.4	1.3	5.8	7.8	6.2	7.3	10.5										
ONE BY KOSE	(931)	6.8	1.8	5.6	20.8	2.4	12.0	18.8	2.4	3.9	9.7	7.3	7.8	8.3	1.4	3.9	4.7	4.6	6.8	5.9										
エリクシール*1	(1,623)	4.3	1.8	6.3	22.5	1.1	11.5	18.1	1.6	5.6	11.6	8.7	11.0	9.6	1.6	5.4	4.8	3.9	7.0	4.4										
専科*2	(1,627)	2.4	1.5	3.9	2.7	8.9	9.6	12.2	1.6	7.3	10.6	21.0	3.1	3.8	1.7	10.1	28.5	5.3	10.8	15.5										
アクアレーベル	(1,628)	4.1	1.7	4.1	8.3	4.5	6.6	13.5	2.0	4.7	8.5	12.3	6.7	6.4	1.0	6.3	14.1	4.1	7.1	9.3										
SK-II	(2,021)	3.1	1.8	4.4	56.6	1.1	19.5	28.7	2.0	2.6	10.3	2.7	8.4	8.3	1.7	2.3	1.9	4.8	4.1	4.1										
POLA	(1,734)	3.5	2.0	3.3	40.0	1.1	11.4	19.1	2.0	2.5	5.6	3.9	7.5	5.7	2.2	3.4	2.9	4.9	5.8	3.8										
THREE (スリー)	(932)	8.0	1.3	9.3	23.4	1.9	7.1	15.3	1.7	3.5	10.7	3.9	21.9	18.7	2.6	1.9	2.8	3.5	4.0	11.7										
アスタリフト	(1,467)	8.9	1.2	5.7	22.4	1.4	22.1	19.8	1.4	2.9	6.9	4.4	6.2	6.7	1.6	1.9	2.8	3.5	3.5	3.7										
コスメコルテ	(1,095)	3.8	1.5	4.1	30.7	1.5	8.0	15.3	2.0	2.2	8.2	3.1	13.2	9.7	2.0	3.2	3.9	3.6	3.5	3.1										
アルビオン	(1,321)	4.0	2.0	3.4	22.9	1.9	11.1	18.6	2.0	3.6	8.6	3.1	6.8	6.1	2.1	3.0	2.8	4.0	5.1	5.7										
エテュセ	(854)	4.4	2.0	4.9	6.3	4.0	6.6	9.0	2.1	4.2	8.4	11.4	10.7	6.3	1.5	4.0	13.0	3.9	6.6	9.1										
Obagi (オバジ)	(1,418)	5.4	1.3	5.5	23.7	1.5	20.1	20.4	1.0	2.5	5.6	3.1	5.3	4.3	1.3	3.2	2.8	5.2	4.0	5.6										
オルビス	(1,767)	3.0	1.7	4.1	7.5	3.6	10.3	17.9	1.4	8.7	11.0	12.1	5.0	5.4	1.1	6.8	13.0	6.0	11.7	17.1										
ちふれ/ちふれ綾花	(1,949)	2.1	1.6	3.7	2.5	16.3	4.7	10.6	2.1	7.4	10.6	22.1	2.6	2.8	1.5	11.7	31.8	8.5	12.9	23.2										
DHC	(1,951)	2.4	1.6	4.9	5.2	6.2	12.0	15.4	2.1	6.4	8.4	17.9	3.3	3.6	1.7	8.8	20.6	5.6	9.7	12.5										
なめらか本舗	(1,153)	2.5	1.6	3.3	1.9	14.4	6.5	9.2	2.0	6.5	7.8	20.0	1.6	2.9	2.4	9.3	27.1	4.9	8.6	12.7										
dプログラム	(1,198)	7.0	1.8	6.3	10.0	1.8	19.1	18.9	1.5	5.8	7.8	5.4	4.6	6.3	1.9	4.4	5.6	5.6	8.0	11.0										
DEW*3	(619)	7.1	2.4	4.4	16.2	2.6	7.8	13.1	1.6	4.2	6.3	4.5	5.5	6.5	2.1	3.4	3.7	4.5	4.8	4.7										
肌研 (ハダラボ)	(1,817)	2.8	1.3	3.9	2.1	10.9	8.5	12.9	1.6	6.7	9.1	20.1	2.3	2.5	1.8	9.6	26.6	5.3	11.2	15.1										
ファンケル	(1,967)	2.7	2.0	4.5	5.2	2.2	12.0	20.8	2.0	5.4	10.4	13.7	3.1	4.0	1.6	7.3	14.8	9.8	11.3	18.2										
無印良品	(1,961)	3.0	1.3	7.4	2.1	4.5	8.4	16.2	1.9	9.7	14.2	21.9	4.8	6.9	1.4	13.9	25.3	7.6	19.7	39.0										
エスティローダー	(1,415)	2.6	0.8	3.6	46.8	1.1	7.9	15.1	1.4	1.9	5.9	2.0	12.4	9.8	1.5	2.0	1.9	2.5	3.7	3.1										
HAKU	(1,527)	6.0	1.3	5.8	28.8	1.2	17.7	20.0	1.8	2.5	7.9	3.6	9.1	8.5	1.4	2.9	2.6	3.9	4.6	8.7										
IPSA	(1,180)	7.3	1.6	5.3	27.2	1.4	11.2	18.7	1.6	3.6	8.2	2.5	15.9	12.5	1.5	2.8	2.0	3.6	5.3	10.8										
ランコム	(1,472)	3.3	1.4	3.1	47.5	1.4	7.3	14.3	1.3	2.0	6.5	2.9	14.5	10.8	1.5	1.9	1.8	2.4	2.8	2.9										

\*1: エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \*2: 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ)

\*3: DEW/DEWポーテ/DEWスベリア/DEWスベリアEXで聴取

## 3.2020年トピック

# 場面別の美容行動/予防・事前対処で行うこと

- ▶ 場面別の美容行動では、各場面で「睡眠を普段よりも長めに取る」「湯船につかる」のスコアが高く、基本的な生活を整えることが不調の改善、リラックスにつながると考えられていることが分かる。「さっぱり/すっきりしたいとき」には「シャワーを浴びる」のスコアが最も高かった。エステ・マッサージやネイル、まつ毛ケア、美容器具を使うといった特別なケアをする方は少なめ。
- ▶ 予防・事前対処で行うことでは、「生活習慣病予防・体型管理のため、食事に気を遣う」方が最も多く4割弱。美容ドリンクやサプリメント、漢方などを習慣的に摂る方も2割程度いた。美白や肌トラブル予防のためには、「美容液などの化粧品を使う」方が3割強。次いで「食事に気を遣う」「美容ドリンクやサプリメント、漢方などを摂る」が続き、体の内側からのケアよりも、まずは化粧品を使って予防しようと考えている様子。

## 場面別の美容行動 (Q17)

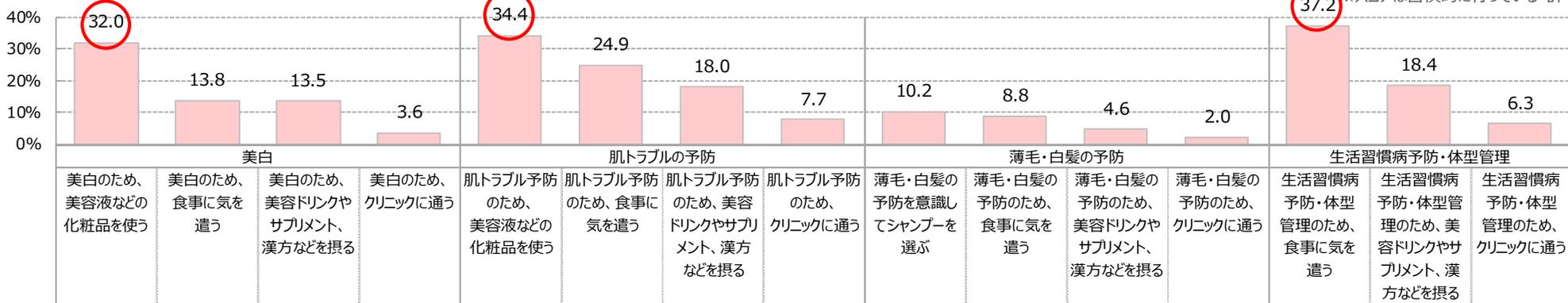
n=30以上の場合

※横方向に

	(n=2,500)																(%)	
	美容器具・美容家電を使う	シートマスク・パックを使う	美容ドリンク・サプリメント・漢方を飲む	美容茶・健康茶を飲む	肌や健康に良さそうな食事を摂る	睡眠を普段よりも長めに取る	湯船につかる	シャワーを浴びる	エステ・マッサージに行く	セルフマッサージをする	ネイルサロンに行く	セルフネイルをする	まつ毛エクステに行く	まつ毛パーマに行く	美容院・美容室・ヘアサロンに行く	ヘアケアを行う(セルフケア)		
なんとなくお肌の調子が悪いとき	3.5	23.1	16.4	6.9	21.5	31.6	14.0	2.6	3.3	3.8	0.8	0.6	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4
ニキビや吹き出物ができたとき	1.6	10.5	13.6	6.2	23.0	25.2	8.3	3.8	1.8	1.8	0.6	0.5	0.3	0.4	0.3	0.4	0.4	0.4
リラックスしたいとき	1.4	7.0	2.0	6.8	5.4	28.8	46.5	8.2	8.6	4.6	1.3	1.4	0.8	0.3	2.6	0.6	0.6	0.6
気を晴らしたい/リフレッシュしたいとき	1.4	6.4	2.8	4.9	7.6	17.4	23.5	13.5	7.0	3.9	2.7	3.2	1.9	1.3	15.0	1.6	1.6	1.6
疲れているとき	0.7	3.4	9.6	5.6	11.5	53.8	42.3	7.6	6.7	5.7	0.9	0.7	0.4	0.4	0.6	0.5	0.5	0.5
1日の締めをしたいとき	1.6	6.9	3.3	3.7	3.8	12.6	32.9	13.2	1.9	4.2	0.7	0.6	0.5	0.2	0.2	1.2	1.2	1.2
さっぱり/すっきりしたいとき	1.3	5.4	2.4	4.3	4.2	12.9	31.5	37.6	4.0	3.7	1.0	0.5	0.3	0.5	10.2	1.2	1.2	1.2
頑張りしたいとき	2.0	6.9	13.7	5.0	11.9	19.6	11.1	5.4	3.3	2.8	2.2	2.4	1.4	0.9	4.7	2.2	2.2	2.2
自分をいたわりたいとき/癒されたいとき	2.2	11.4	6.7	5.9	12.1	33.4	33.9	6.3	12.6	6.8	1.9	1.4	1.0	1.0	6.3	2.1	2.1	2.1

## 予防・事前対処で行うこと (Q18)

(n=2,500)

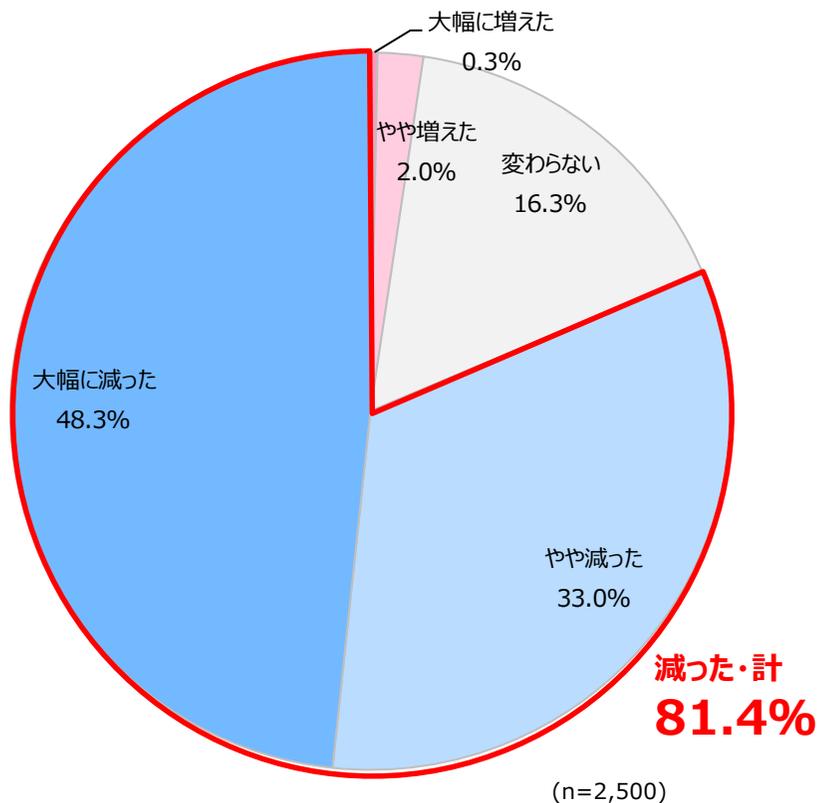


# (参考)コロナ禍-外出時間変化/仕事での外出

- 全体の8割強が、コロナ渦中にコロナ前と比べて外出時間が減ったと回答した。
- 仕事での外出頻度は、有職者のうち約5割の方がコロナ渦中でも「週5回以上」だった。「週3～4日程度」(16%)、「週1～2日程度」(10%)と続き、今回回答した有職者の中では、新型コロナウイルスの影響で仕事での外出を控えた方は少なめである様子。

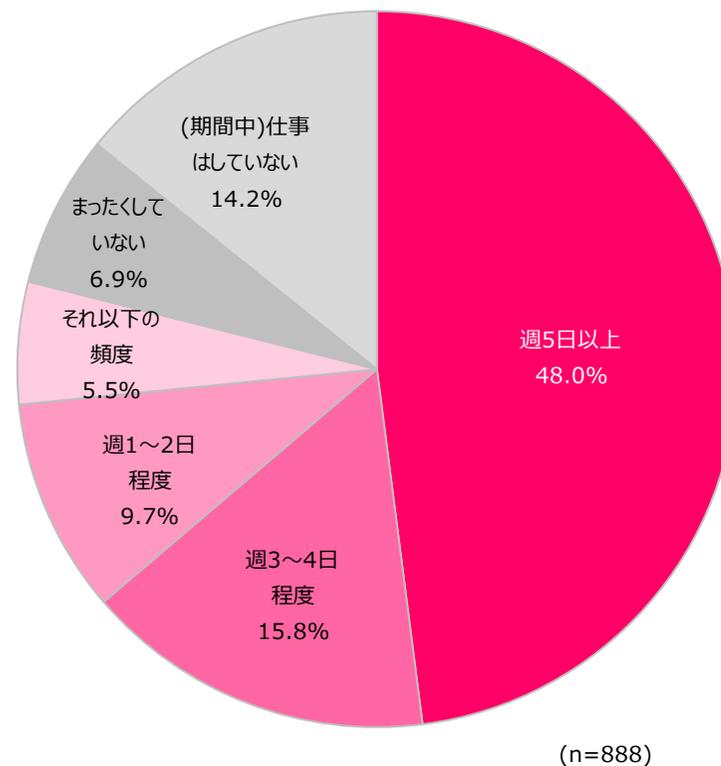
## 外出時間の変化 (Q26)

コロナ渦中、コロナ前と比べて外出時間が...



## 仕事での外出頻度 (Q27)

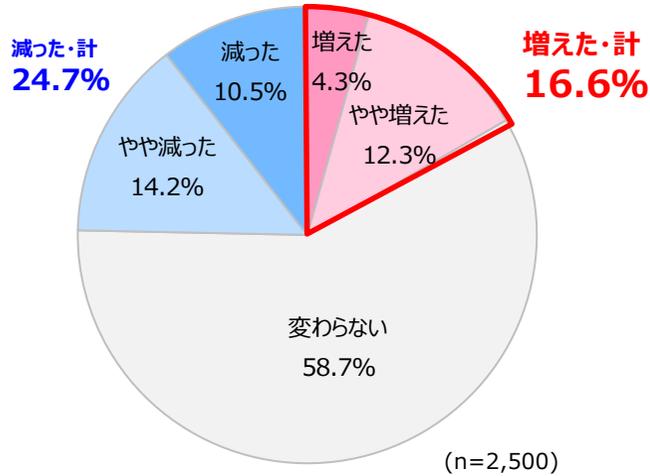
※有職者ベース



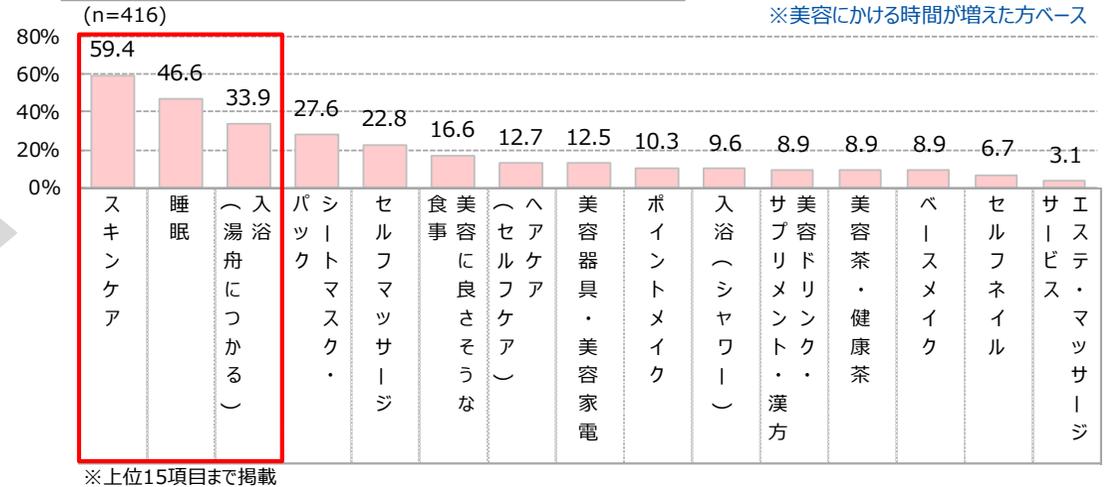
# コロナ禍-美容にかかる時間・お金の変化

- ▶ コロナ渦中にコロナ前と比べて美容にかかる**時間**が増えた方は17%。減った方は25%、変わらない方は59%で、増えた方は少なめ。また、コロナ渦中にコロナ前と比べて美容にかかる**お金**が増えた方は10%。減った方は33%、変わらない方は58%で、こちらも増えた方は少ない。
- ▶ かける時間が増えたものの内訳をみると、「スキンケア」が最も多く約6割。「睡眠」(47%)、「入浴(湯舟につかる)」(34%)と続き、特別なケアをするよりは、日頃の生活に時間をかけていたと考えられる。
- ▶ かけるお金が増えたものの内訳をみると、こちらも最も多かったのは「スキンケア」で6割弱。「シートパック・マスク」(21%)、「美容ドリンク・サプリメント・漢方」(13%)、「美容に良さそうな食事」(13%)と続き、マスク・パックを使ったケアに加え、体の内側からの美容にお金をかける様子もみられた。

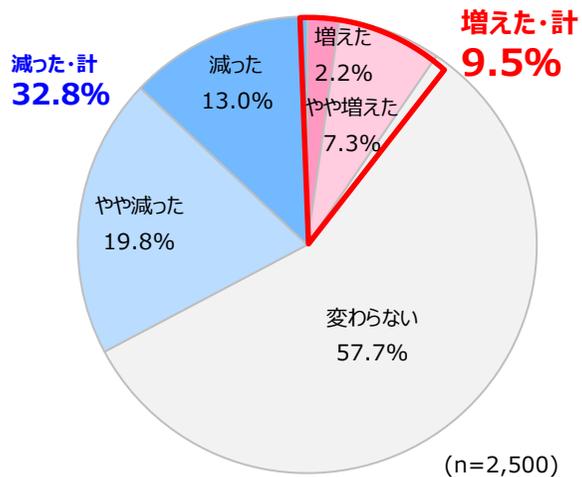
美容にかかる時間の変化 (Q20S1)



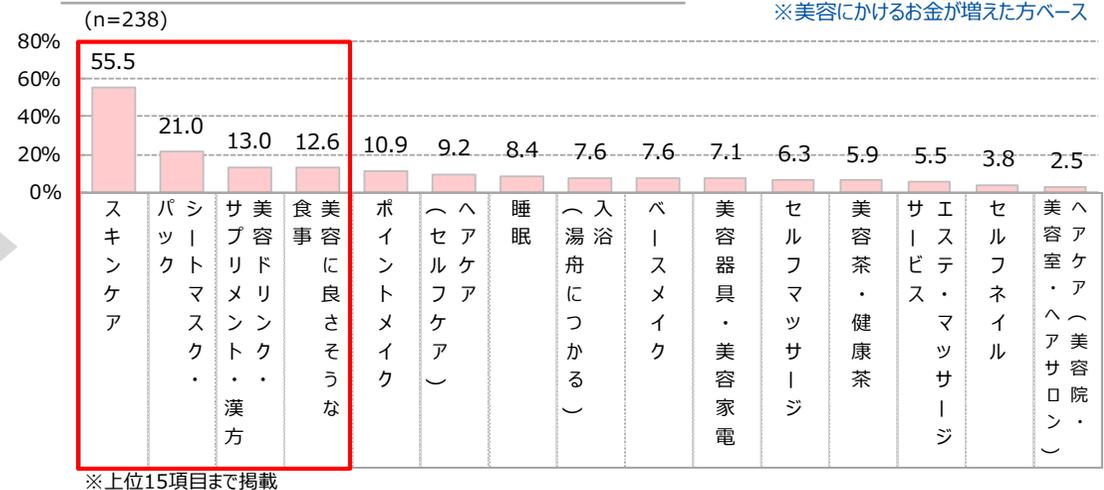
かける時間が増えたもの (Q21S1)



美容にかかるお金の变化 (Q20S2)



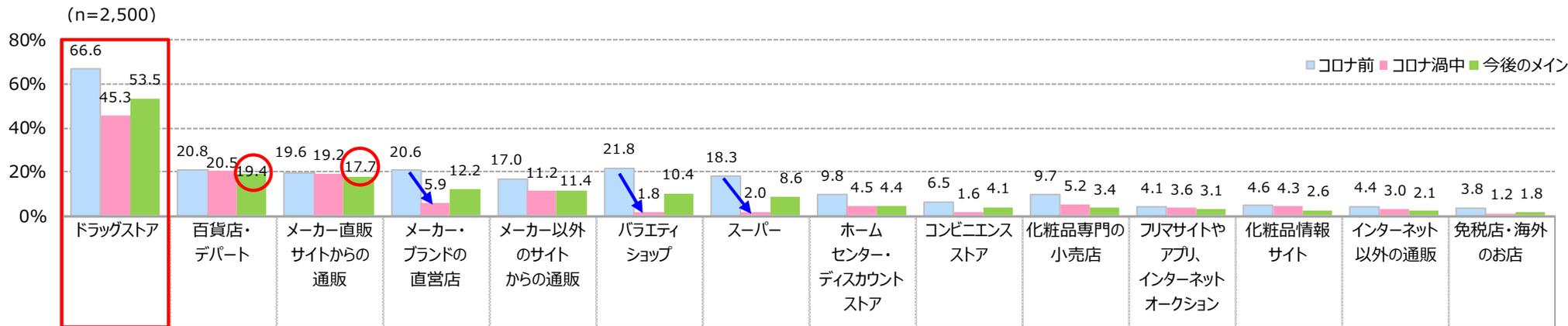
かけるお金が増えたもの (Q21S2)



# コロナ影響-スキンケア化粧品購入場所・参考情報の変化

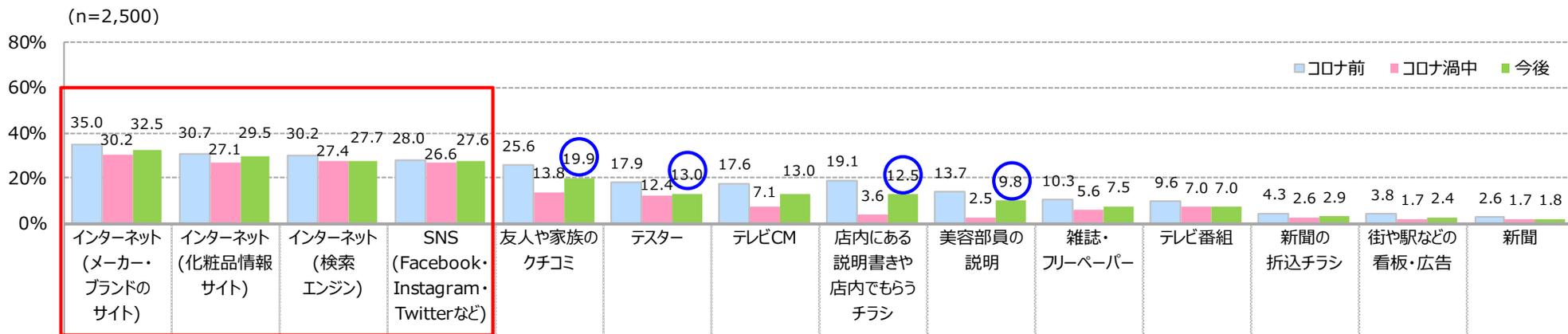
- ▶ スキンケア化粧品の購入場所は、コロナ前/渦中/今後のメインいずれも「ドラッグストア」が最も高く、ドラッグストアは今後も主要なスキンケア化粧品購入場所であり続けると考えられる。コロナ前と比較してコロナ渦中の利用が大きく減少したのは「バラエティショップ」「スーパー」「メーカー・ブランドの直営店」など。「百貨店・デパート」、「メーカー直販サイトからの通販」はコロナ影響による変化がほとんどみられず、2割程度が今後もメインで利用したいと回答している。
- ▶ スキンケア化粧品の参考情報では、「インターネット」「SNS」のスコアがコロナ前/渦中/今後いずれにおいても高く、これらは今後もよく使われる情報源であるといえる。「友人や家族のクチコミ」「店内にある説明書きや店内でもらうチラシ」「美容部員の説明」といったリアルな情報は、コロナ前と比較してコロナ渦中のスコアが下がっただけでなく、今後のスコアも下がっていることから、今後は以前ほど利用されなくなる可能性があると考えられる。

スキンケア化粧品購入場所 (Q22)



※「今後のメイン」のスコアで降順ソート

スキンケア化粧品参考情報源 (Q23)



※「今後」のスコアで降順ソート

# コロナ影響による美容悩みと対策/今後行いたい美容行動

- ▶ コロナ影響による美容悩みでは、マスクに関するものが最も多くあがった。肌荒れ・蒸れによる悩みが多く、洗顔を入念に行う、肌の状態に合ったスキンケア化粧品や塗り薬を使うといった対策がみられた。また、マスクによる悩み以外では、外出自粛による運動不足やストレスなどの悩みがあがり、お風呂につかる、ストレッチや軽い運動をするなどの対策がみられた。
- ▶ 今後行いたい美容行動では、「スキンケア」のスコアが最も高く75%。上位には「ポイントメイク(眉)」や「ポイントメイク(目)」もあがり、マスクをしても外から見える部分の美容に力を入れる傾向があると考えられる。

## コロナ影響による美容悩みと対策 (Q24) ※回答を一部抜粋

### マスクに関する内容



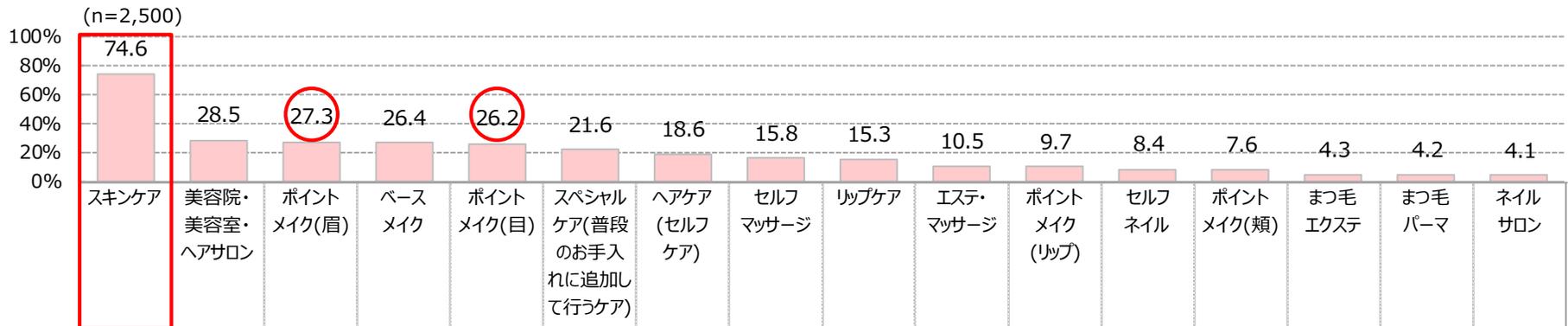
- ✓ マスクによる肌荒れが起こってしまう。アゴ、鼻の頭、頬に、吹き出物ができる。マスクの擦れから、ヒリヒリする。マスク焼けをしないか心配。マスクをすることで顔周りを触る機会が多くなり、こめかみ部分などにも、吹き出物ができてしまう。対策として、マスクの内側にキッチンペーパーやティッシュを挟んでいる。基礎化粧品は、敏感肌用のものに変更した。一度顎まで下ろしたマスクは使わないようにしている。(31歳)
- ✓ マスクを毎日着けなければならぬので、肌にマスクが当たって肌荒れが一向に治らない。そのため、なるべくマスクと肌の間にガーゼをかませてマスクが直接当たらないようにしている。あとは、外で思いっきり遊べないストレスもあり、肌荒れがしやすくなったことも悩んでいる。また、ジムが休業しており、運動不足なので体重が増えていることも悩んでいる。なるべく家で実施できるフィットネスをするようにしている。(23歳)
- ✓ バイト先で新型コロナウイルス対策としてマスクをしたときに汗をかいてしまうとマスクの中が蒸れて、ベタベタになってしまう。そのせいで皮脂も多くなり、長時間マスクをつけていると肌荒れが起きる。対策として、マスクは家に帰ったらすぐに外し、外した直後に必ず顔を水洗いするようにしている。洗顔料を使うと必要な皮脂まで洗い流してしまってしまうので、水洗顔をいつもしている。夜は洗顔料できちんと洗う。(18歳)
- ✓ マスクをほぼ日中ずっとしているために、口のまわりがかぶれたり、あせもが出たりして困っている。またメイクがマスクについたりするのでメイクが取れやすくなり、またマスクも汚れてしまうことが悩みです。(54歳)

### その他



- ✓ 外出できなくて、どうしても運動不足になってしまった。家にいるとどうしても食べ物に手が届き、食べ過ぎてしまう。運動不足に加えて食べ過ぎで便秘になってしまうことがあった。そうすると肌の調子も悪くなり、質が落ちてきた感じがする。お風呂にいい香りの入浴剤を入れてゆっくりおなかのマッサージをした。(62歳)
- ✓ 自粛と感染対策のことでストレスが増えて肌や髪に影響が出ていないか心配。なるべくストレスを無くすようにウォーキングをしたり、お風呂にゆっくり入って汗を出すなどしています。(34歳)
- ✓ 普段マスクをしている影響で肌荒れが増えてきたので、お風呂上がりの保湿を入念にやっている。新型コロナウイルスの影響で美容院やネイルサロンに気軽に行けなくなってしまったので、簡単なセルフカットやセルフネイルなど、自分で楽しみながらやっている。(23歳)
- ✓ お風呂で本を読みながら半身浴をしてバックもしていた。出来るだけネットショッピングを利用した。ストレッチや体幹トレーニングYouTubeを見ながらした。(36歳)

## 今後行いたい美容行動 (Q25)



※降順ソート

# 調査結果の詳細

※以降の横帯グラフにおいて、3%未満のラベルは非表示

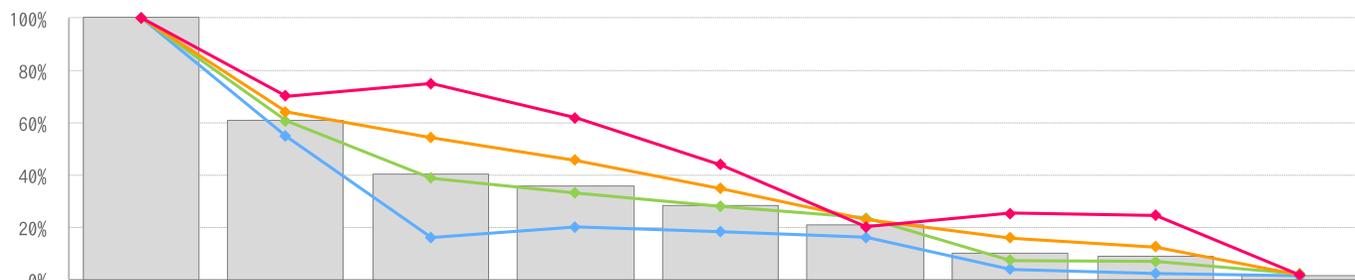
# 1. スキンケア化粧品の使用状況

# 現在使用しているスキンケア化粧品

SQ1 あなたが現在お使いのスキンケア化粧品を全てお選びください。(いくつでも)

MA

※全体ベース



		n=	化粧水	乳液・ミルク	美容液	クリーム	パック・マスク	オールインワン	アイクリーム	ブースター美容液	その他
2018年 全体		(2,500)	100	61.1	43.6	38.6	30.5	0.0	12.2	8.0	3.2
2019年 全体		(2,500)	100	59.2	39.7	35.9	31.3	24.5	10.5	7.8	1.8
2020年 全体		(2,500)	100	60.9	40.4	35.9	28.8	20.9	10.5	9.1	1.7
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	100	62.8	23.6	24.0	33.2	13.6	5.6	4.4	1.6
	女性/20代	(500)	100	73.2	37.6	31.0	36.6	14.2	8.4	11.0	2.4
	女性/30代	(500)	100	65.0	36.2	33.4	27.8	20.2	9.4	10.8	1.2
	女性/40代	(500)	100	57.2	44.6	40.6	27.2	19.4	12.6	9.4	1.2
	女性/50代	(500)	100	50.8	47.8	40.0	22.0	25.6	12.8	7.8	2.6
	女性/60-64才	(250)	100	54.0	48.4	44.8	27.2	36.4	13.2	8.4	0.8
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	100	54.6	16.0	20.1	18.3	16.2	3.8	2.2	1.4
	年間1万円～3万円未満	(902)	100	60.6	38.7	33.0	27.9	23.6	7.2	6.9	2.1
	年間3万円～6万円未満	(559)	100	64.0	54.2	45.4	34.7	22.9	15.7	12.3	1.6
	年間6万円以上	(327)	100	70.0	74.9	61.8	43.7	20.2	25.4	24.5	1.5
肌質	脂性肌	(237)	100	59.1	32.9	24.9	31.2	17.7	7.2	6.8	0.8
	乾燥肌	(486)	100	67.9	42.2	44.0	32.3	18.9	8.8	8.2	1.2
	混合肌	(992)	100	60.6	42.6	35.2	30.4	21.7	12.2	9.6	1.5
	敏感肌	(320)	100	61.6	37.8	36.9	24.7	18.8	8.4	10.3	4.7
	普通肌	(465)	100	54.8	39.6	33.8	23.0	24.3	11.8	9.2	1.1

※2020年 全体のスコアで降順にソート

# スキンケアアイテムの保有個数

SQ3S1 あなたがお使いのスキンケア化粧品のアイテム数と、メイクアイテムの数をそれぞれお答えください。

※「化粧水」など1つの項目の中で複数のアイテムをお使いの場合も、すべて数えてください。

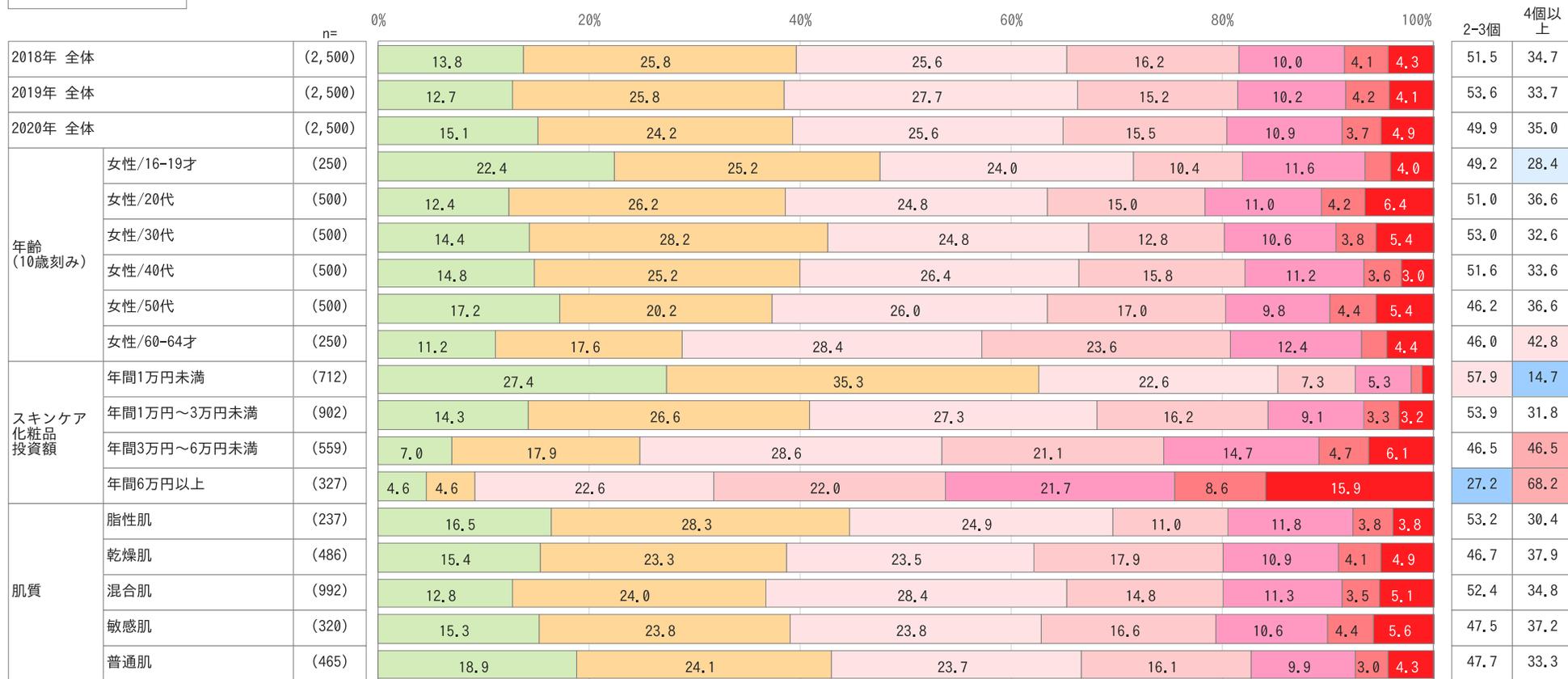
S1 スキンケア化粧品のアイテム数（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）個

SA

※全体ベース

n=30以上の場合

[比率の差]	
2020年 全体+10% イト	2020年 全体+5% イト
2020年 全体-5% イト	2020年 全体-10% イト



※2-3個(「2個」+「3個」)  
※4個以上(「4個」～「7個以上」)

# メイクアイテムの保有個数(1)

SQ3S2 あなたがお使いのスキンケア化粧品のアイテム数と、メイクアイテムの数をそれぞれお答えください。

※「化粧水」など1つの項目の中で複数のアイテムをお使いの場合も、すべて数えてください。

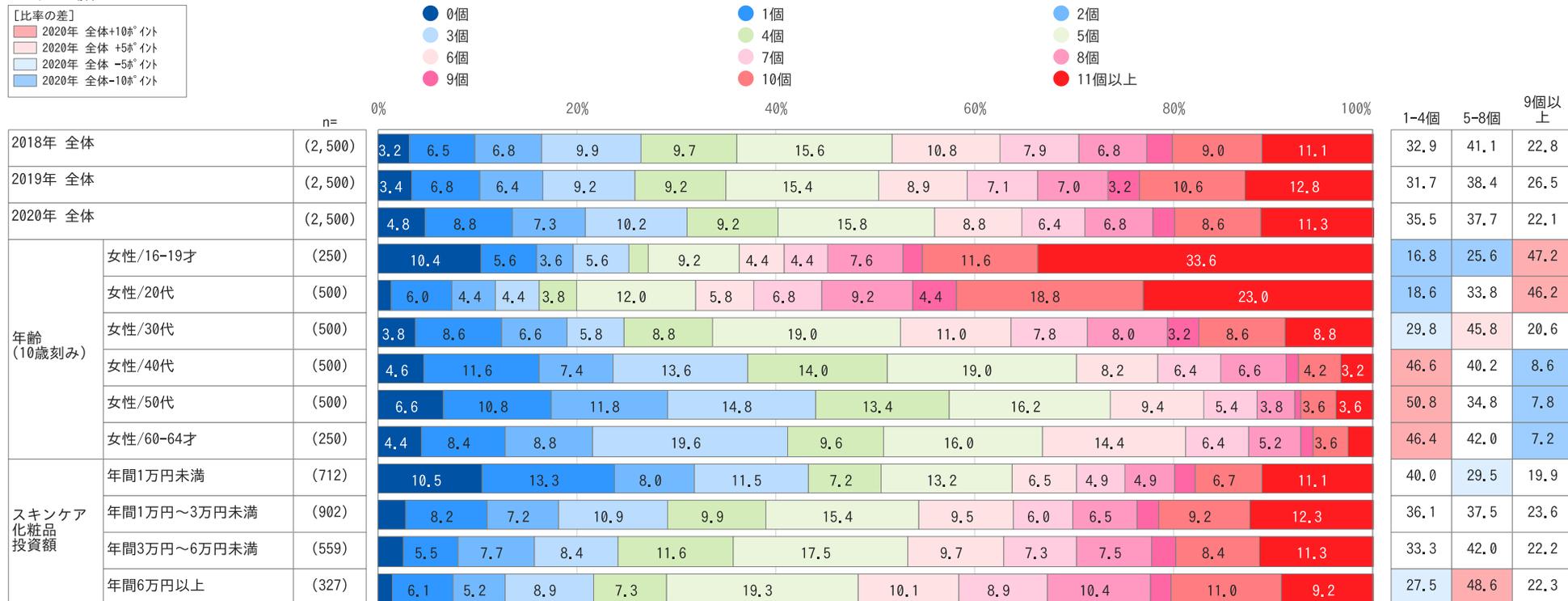
S2 メイクアイテム数（ファンデーション、アイシャドウ、口紅など）個

SA

※全体ベース

n=30以上の場合

【比率の差】	
■	2020年 全体+10%ポイント
■	2020年 全体 +5%ポイント
■	2020年 全体 -5%ポイント
■	2020年 全体-10%ポイント



※1-4個（「1個」～「4個」）  
 ※5-8個（「5個」～「8個」）  
 ※9個以上（「9個」～「10個以上」）

# メイクアイテムの保有個数(2)

SQ3S2 あなたがお使いのスキンケア化粧品のアイテム数と、メイクアイテムの数をそれぞれお答えください。

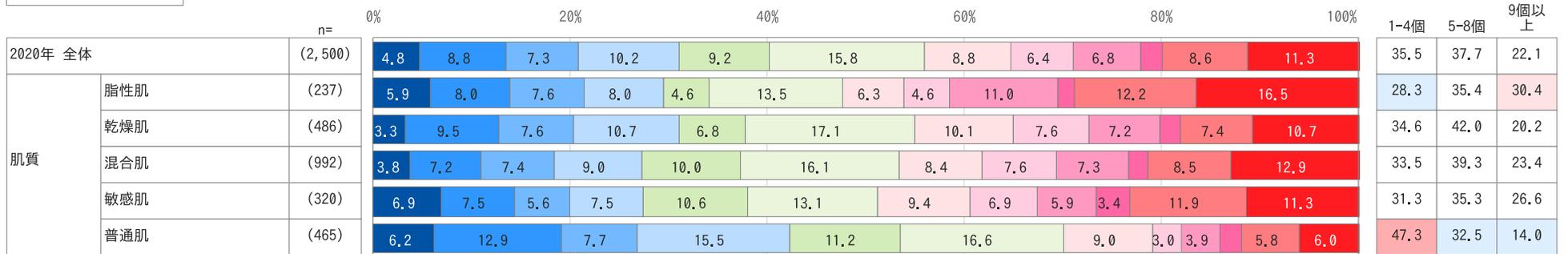
※「化粧水」など1つの項目の中で複数のアイテムをお使いの場合も、すべて数えてください。  
S2 メイクアイテム数（ファンデーション、アイシャドウ、口紅など）個

SA

※全体ベース

n=30以上の場合

[比率の差]	
2020年 全体+10% イト	
2020年 全体 +5% イト	
2020年 全体 -5% イト	
2020年 全体-10% イト	



※1-4個（「1個」～「4個」）  
 ※5-8個（「5個」～「8個」）  
 ※9個以上（「9個」～「10個以上」）

## 2. スキンケア化粧品の購入状況

# スキンケア化粧品/各アイテムの購入チャネル

SQ2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を主にどこで買っていますか。過去1年ほどの間に利用しているところを全てお選びください。（いくつでも）

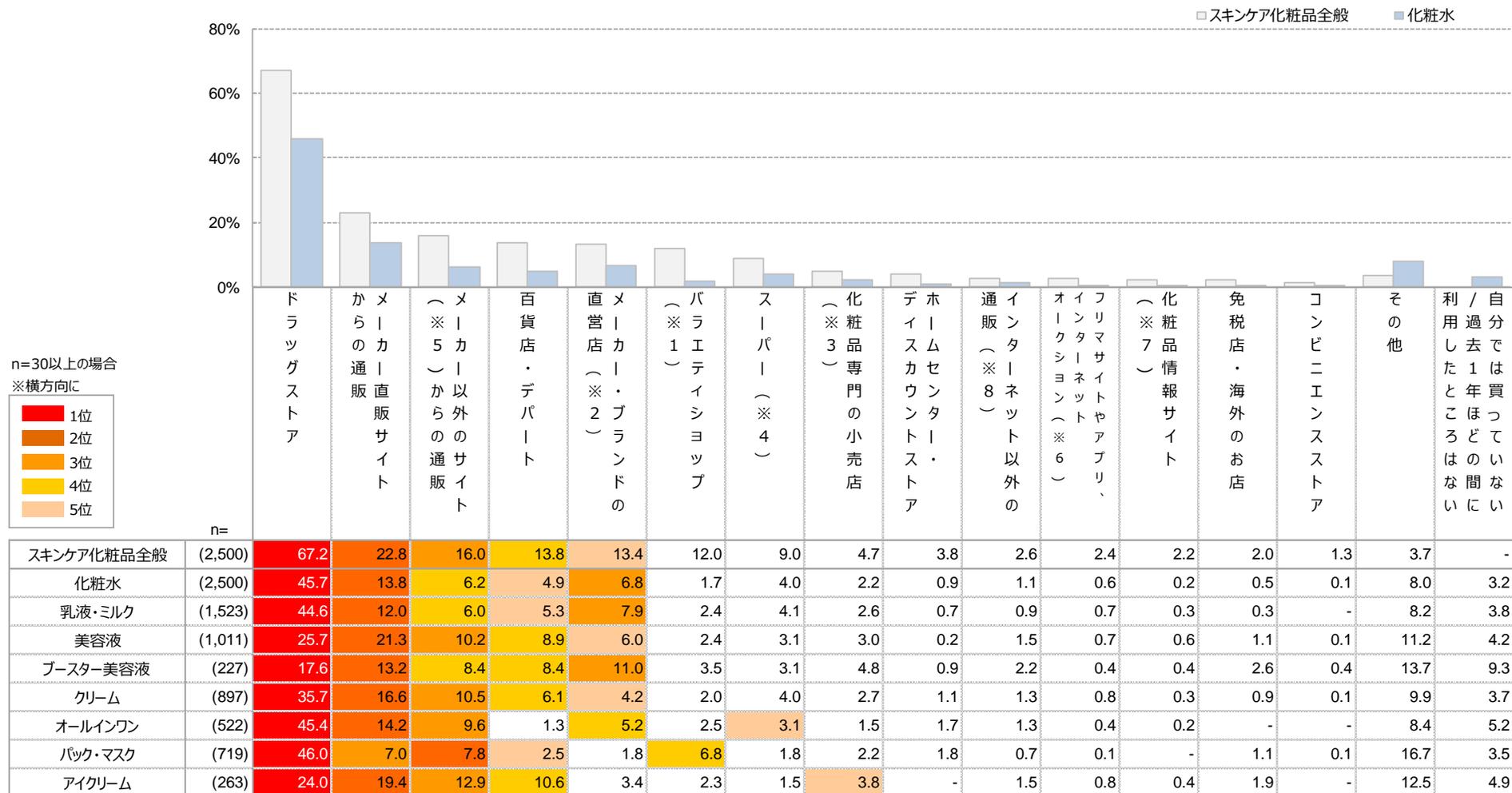
※ご自身で購入されたものについてお答えください。※新型コロナウイルス流行の影響により購入場所を変更した方は、変更後のことも含めてお答えください。

Q1 あなたは、現在お使いになっている以下のアイテムを主にどちらで購入していますか。※1つの項目の中で現在複数のアイテムをお使いの方は、最もよく使っているアイテムについてお答えください。

※ご自身で購入されたものについてお答えください。

MA  
MTS

※各スキンケア化粧品を現在使っている方ベース



※「スキンケア化粧品全般」のスコアで降順ソート

※1 フラサ・ロト・ハルス など/※2 無印良品、ロクシタなど/※3 イケタミラー、フルツキ・サリク など/※4 イトヨーカト・イー・マルツ など

※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 ムルカ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カロク など

# スキンケア化粧品の購入チャネル

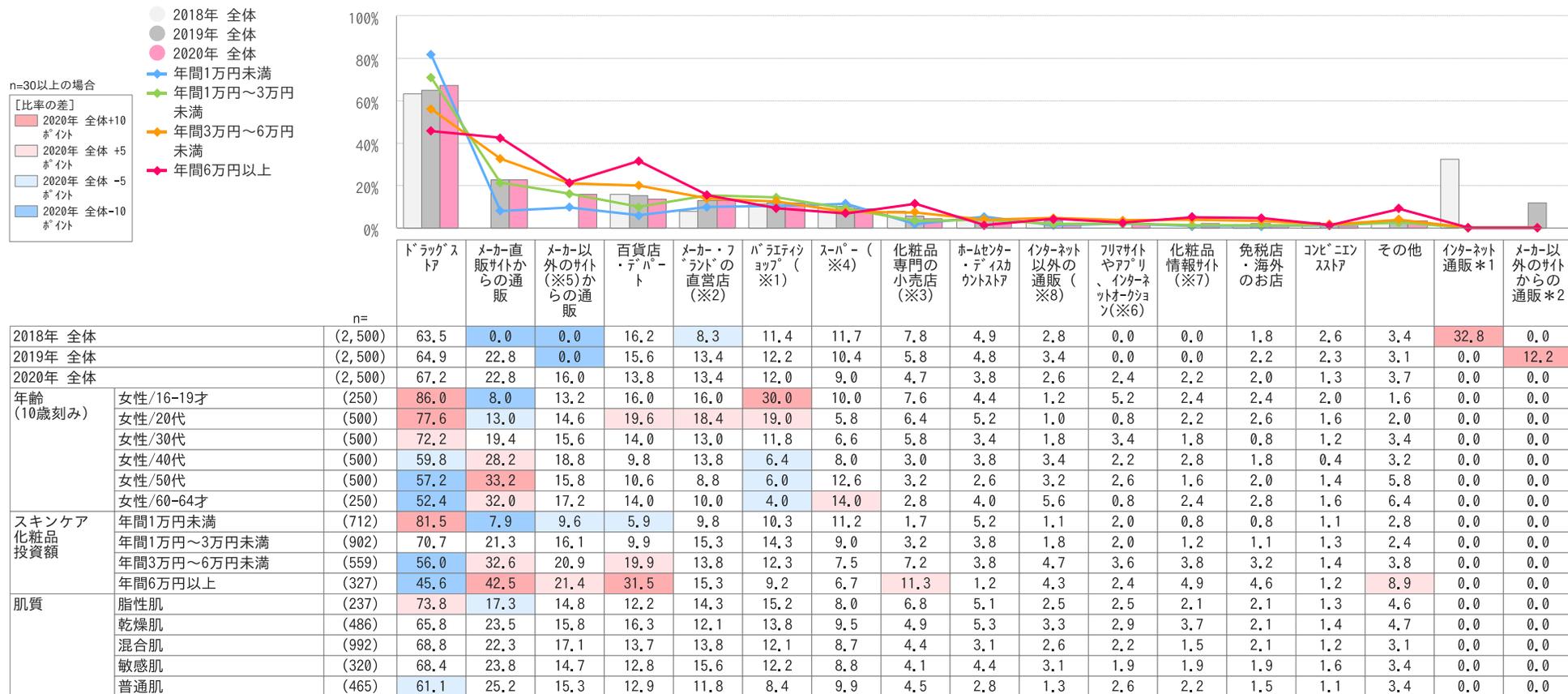
SQ2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を主にどこで買っていますか。過去1年ほどの間に利用しているところを全てお選びください。（いくつでも）

※ご自身で購入されたものについてお答えください。

※新型コロナウイルス流行の影響により購入場所を変更した方は、変更後のことも含めてお答えください。

MA

※全体ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 プラザ・ロフト・ハルスなど/※2 無印良品、ロクカなど/※3 化粧品、フルーティサリットなど/※4 イトコト・ダイエー・マルイなど  
 ※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 アルカリ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カワネット ※※1 2018年以前聴取/ ※2 2019年聴取

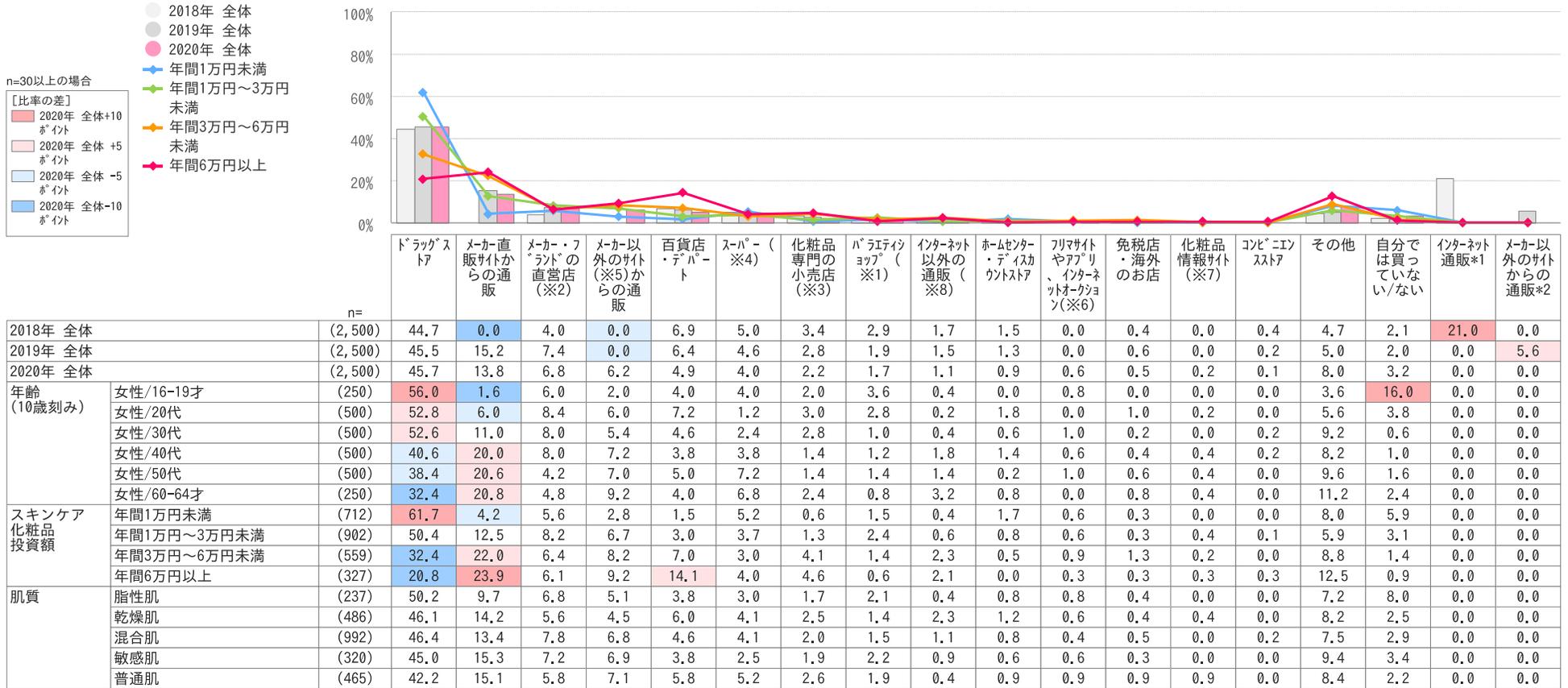
# 化粧水の購入チャネル

Q1S1 あなたは、現在お使いになっている以下のアイテムを主にどちらで購入していますか。

※1つの項目の中で現在複数のアイテムをお使いの方は、最もよく使っているアイテムについてお答えください。※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
化粧水

SA

※全体ベース



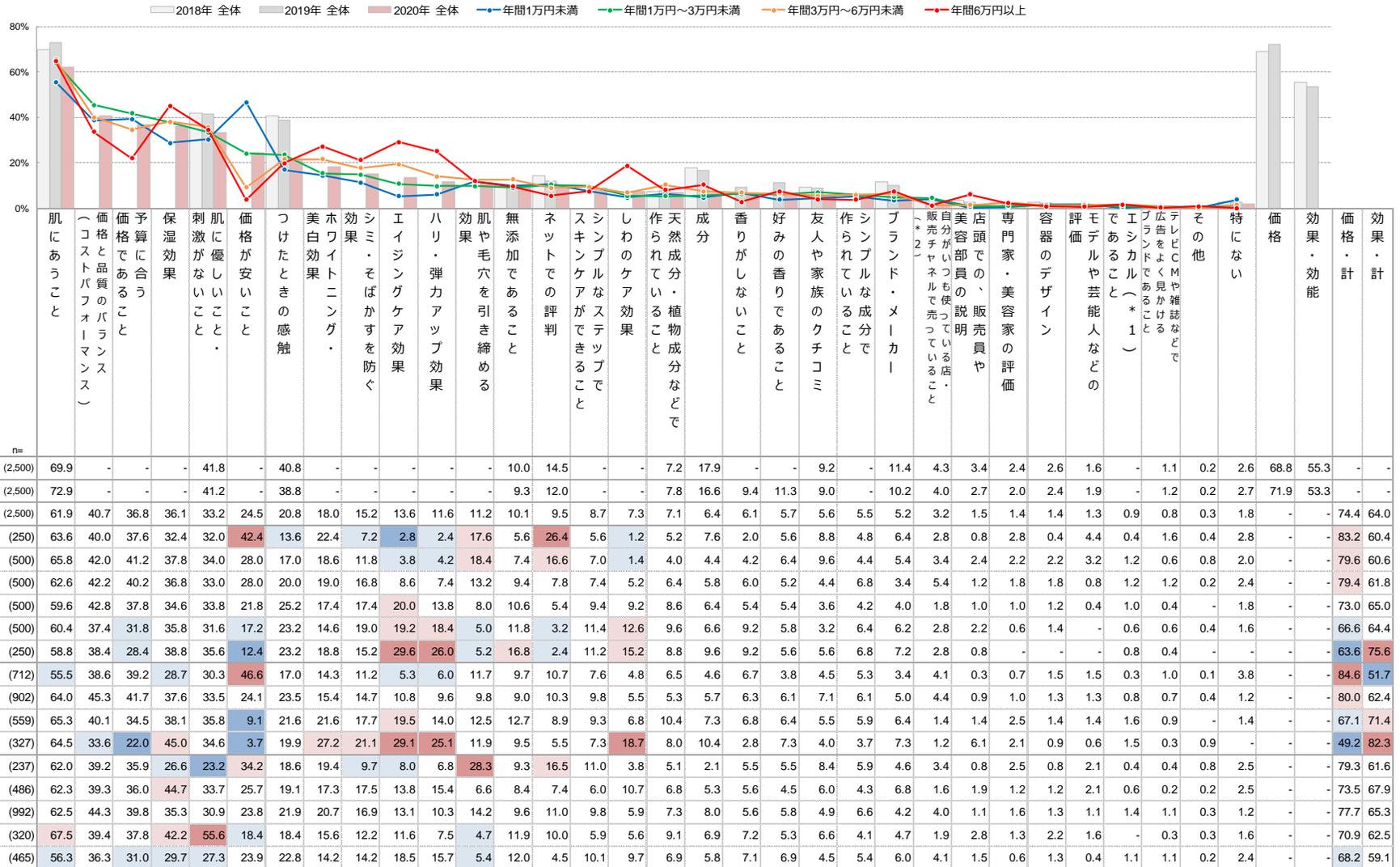
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 プラザ・ロフト・ハルスなど/※2 無印良品、ロクカなど/※3 他カミラ、フルキヤリナなど/※4 トヨゴダ・ダイエー・マルイなど  
 ※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 メルカリ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カワロ など ※※1 2018年以前聴取/ ※2 2019年聴取

# スキンケア化粧品購入時重視点

Q10 あなたがスキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を買うときに重視していること・決め手になることは何ですか。あてはまるものから順に5つまでお選びください。

LA

※全体ベース



n=30以上の場合  
※全体=2020年 全体

【比率の差】  
全体 +10%以上  
全体 +5%以上  
全体 -5%以上  
全体 -10%以上

※「2020年 全体」のスコアで降順ソート

\*1：人や社会、地球環境、地域のことを考慮して作られている ※「-」は非聴取項目

※価格・計（「価格が安いこと」+「予算に合う価格であること」+「価格と品質のバランス」）

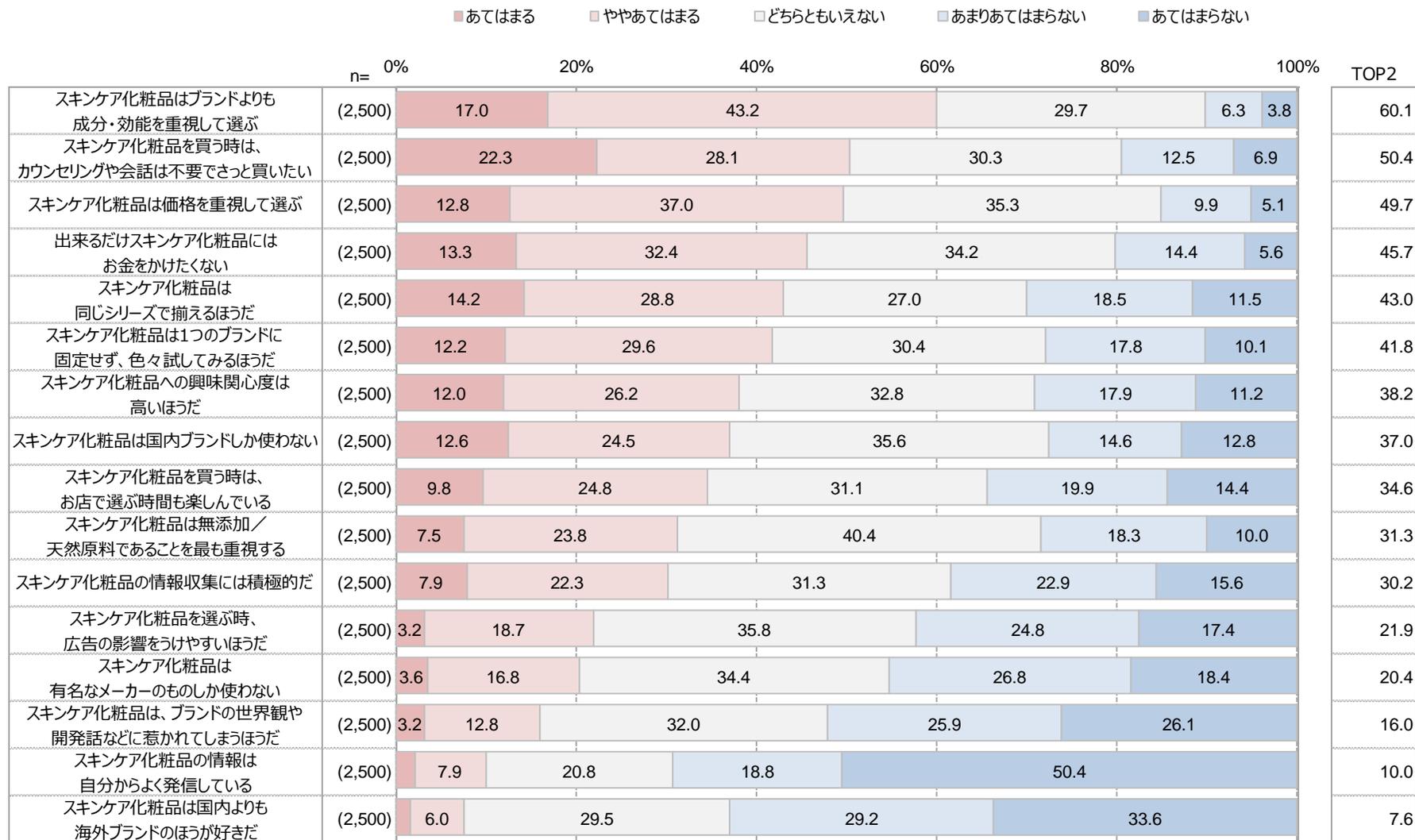
※効果・計（「保湿効果」+「ホワイトニング・美白効果」+「シミ・そばかすを防ぐ効果」+「しわのケア効果」+「ハリ・弾力アップ効果」+「肌や毛穴を引き締める効果」+「エイジングケア効果」）

# スキンケア化粧品購入時の意識・行動

Q11 スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）やメイクアップ化粧品を買う時の気持ち・行動や、美容全般について、それぞれ最もあてはまるものをお選びください。

MTS

※全体ベース



※「TOP2」のスコアで降順ソート

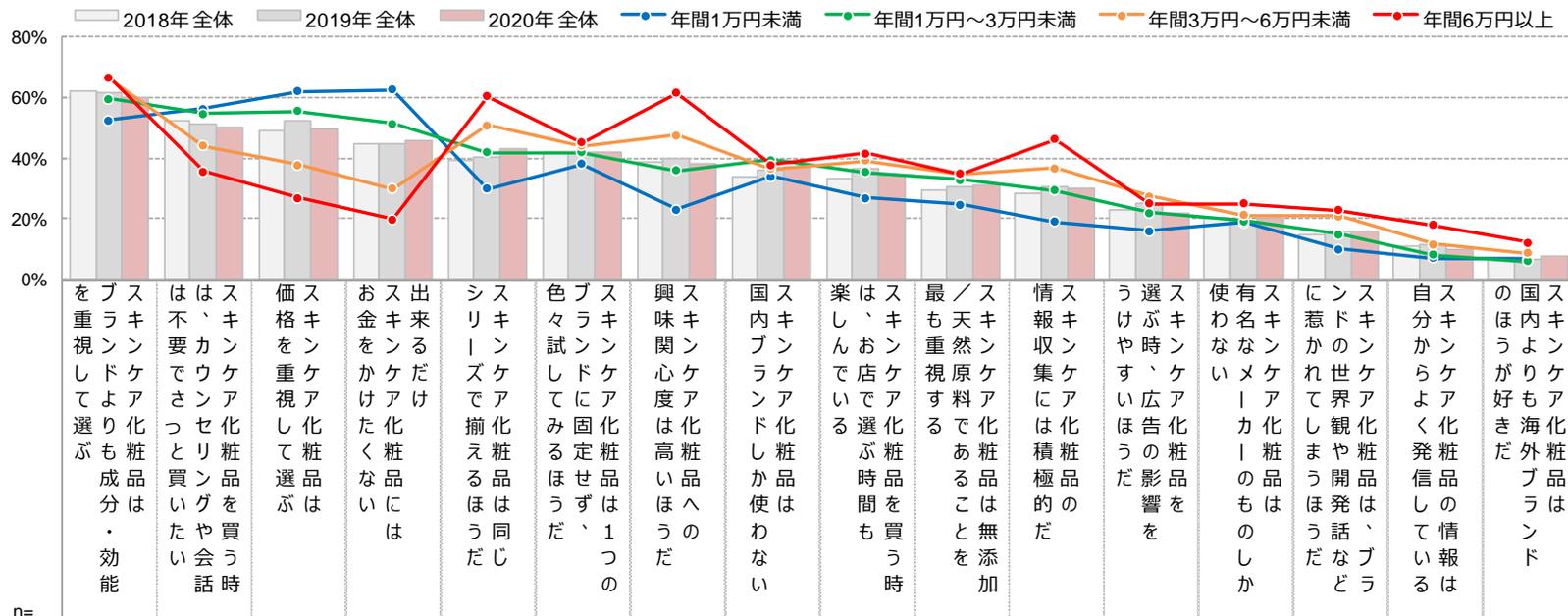
※TOP2（「あてはまる」+「ややあてはまる」）

# スキンケア化粧品購入時の意識・行動(TOP2)

Q11 スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）やメイクアップ化粧品を買う時の気持ち・行動や、美容全般について、それぞれ最もあてはまるものをお選びください。  
TOP2

MTS

※全体ベース



n=30以上の場合  
※全体=2020年 全体

[比率の差]

- 全体 +10%ポイント
- 全体 +5%ポイント
- 全体 -5%ポイント
- 全体 -10%ポイント

	n=	TOP2																
		スキンケアを重視して選ぶ	スキンケア化粧品の成分・効能	不要な成分をカットしたい	スキンケア化粧品の価格を重視して選ぶ													
2018年 全体	(2,500)	62.4	52.2	49.1	45.0	39.1	42.3	38.7	33.6	33.6	29.4	28.3	22.8	20.4	14.9	10.8	7.4	
2019年 全体	(2,500)	61.8	51.4	52.6	44.9	40.2	42.0	39.6	35.9	36.4	30.5	30.7	25.1	19.0	16.1	11.4	6.6	
2020年 全体	(2,500)	60.1	50.4	49.7	45.7	43.0	41.8	38.2	37.0	34.6	31.3	30.2	21.9	20.4	16.0	10.0	7.6	
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	67.6	53.6	65.6	44.0	40.4	52.0	53.2	41.6	47.6	33.2	44.4	26.0	31.6	25.2	14.4	10.8
	女性/20代	(500)	61.4	46.6	57.2	43.2	48.6	50.8	48.6	34.8	48.8	26.8	45.2	26.8	29.2	19.2	16.4	10.6
	女性/30代	(500)	57.8	53.2	53.0	54.6	42.6	42.6	35.0	34.2	35.4	27.4	27.4	23.2	17.2	14.8	9.0	7.6
	女性/40代	(500)	57.6	47.6	46.4	46.4	44.0	34.8	33.2	37.4	29.4	33.4	22.8	17.6	16.2	12.8	7.2	7.2
	女性/50代	(500)	58.2	50.4	40.6	42.6	38.8	38.0	30.6	38.6	24.0	32.8	21.8	20.2	13.8	12.6	6.6	4.4
	女性/60-64才	(250)	63.6	54.4	37.2	39.6	41.6	33.6	34.0	38.8	23.2	39.2	23.6	17.6	19.2	16.0	7.2	6.0
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	52.7	56.5	62.1	62.6	30.1	38.2	23.0	34.0	26.8	24.9	19.1	16.0	18.7	10.1	7.2	6.7
	年間1万円～3万円未満	(902)	59.6	54.7	55.7	51.4	42.0	42.0	35.8	39.5	35.4	33.0	29.3	22.0	19.4	15.1	8.2	6.0
	年間3万円～6万円未満	(559)	66.5	44.2	37.7	30.1	50.8	44.0	47.8	36.5	39.2	34.7	36.7	27.5	21.3	20.9	11.8	8.8
	年間6万円以上	(327)	66.7	35.8	26.9	19.9	60.6	45.3	61.5	37.9	41.6	34.9	46.2	25.1	25.1	22.9	18.0	12.2
肌質	脂性肌	(237)	62.9	54.9	59.9	48.1	43.0	46.4	47.3	40.9	40.9	30.0	34.6	23.2	28.7	19.4	11.0	8.4
	乾燥肌	(486)	58.4	46.3	48.4	44.2	45.5	42.2	43.2	35.8	35.8	35.2	34.2	22.4	23.9	20.8	13.4	10.1
	混合肌	(992)	61.0	52.9	53.4	47.9	45.0	43.6	38.3	36.1	36.1	29.5	31.1	24.7	19.4	15.7	9.6	7.4
	敏感肌	(320)	67.2	48.1	45.3	44.4	42.2	44.4	40.9	40.3	37.8	38.4	34.4	19.7	19.4	13.8	9.4	6.9
	普通肌	(465)	53.8	48.4	41.1	42.4	36.8	33.3	26.2	36.1	24.7	26.9	19.1	16.3	15.3	11.4	7.3	5.8

※スコアはTOP2（「あてはまる」+「ややあてはまる」）

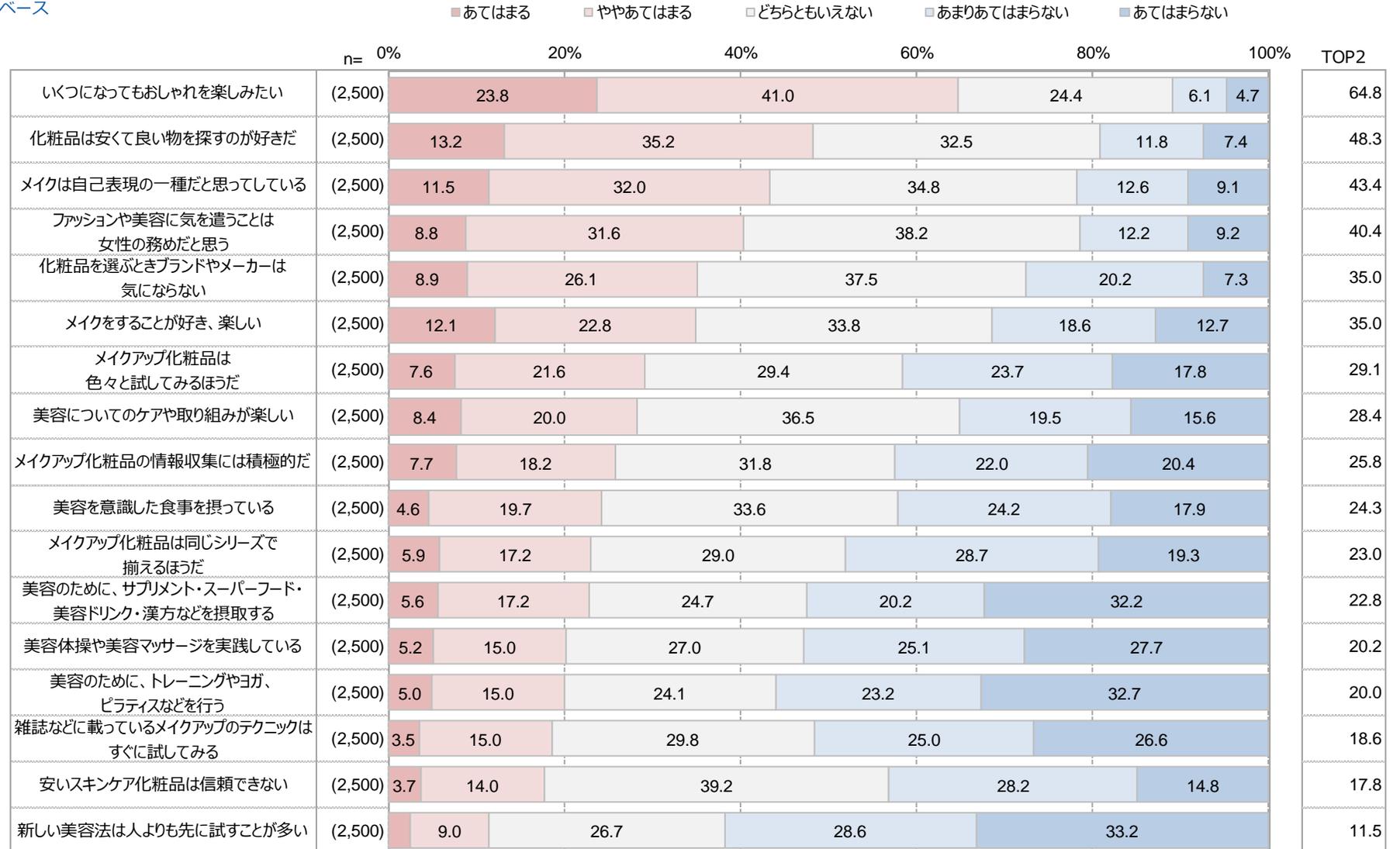
※「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# 美容に関する意識・行動

Q11 スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）やメイクアップ化粧品を買う時の気持ち・行動や、美容全般について、それぞれ最もあてはまるものをお選びください。

MTS

※全体ベース



※「TOP2」のスコアで降順ソート

※TOP2（「あてはまる」+「ややあてはまる」）

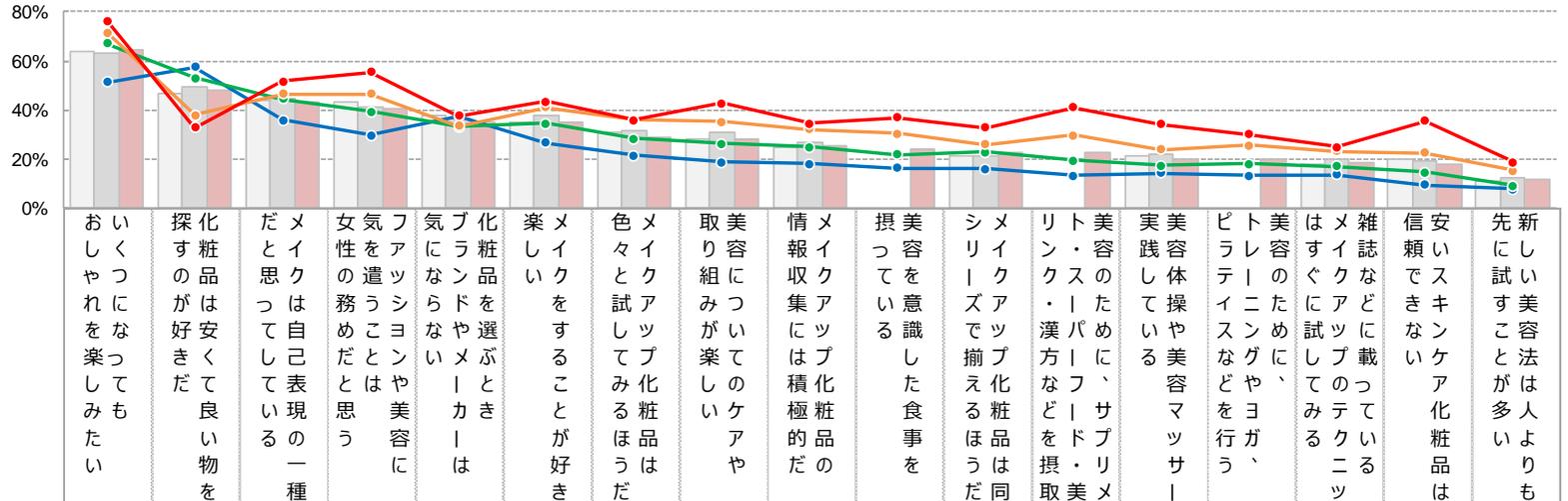
# 美容に関する意識・行動(TOP2)

Q11 スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）やメイクアップ化粧品を買う時の気持ち・行動や、美容全般について、それぞれ最もあてはまるものをお選びください。  
TOP2

MTS

※全体ベース

2018年全体 2019年全体 2020年全体 年間1万円未満 年間1万円～3万円未満 年間3万円～6万円未満 年間6万円以上



n=30以上の場合

※全体=2020年 全体

[比率の差]	
全体 +10% 以上	全体 +5% 以上
全体 -5% 以上	全体 -10% 以上

		n=	おもしろくなりたい	メイクが楽しくて良い物を	メイクは自己表現の一種	女性を遣うこととは思う	ファッションや美容に	気にならぬやメーカーは	化粧品を選ぶときは	楽しいメイクをすることが好き、	メイクアップ化粧品は	取り組みて楽しいケアや	美容に関する情報は積極的に	メイクアップ化粧品の	美容を意識した食事を	メイクアップ化粧品は同じ	リンクス・漢方などを摂取する	美容のために、サプリメント	美容体操や美容マッサージを	美容のために、ヨガ、	雑誌などに載っている	メイクアップのテクニク	はすぐに試してみる	信頼できない	新しい美容法は人よりも		
2018年 全体		(2,500)	64.2	46.5	43.8	43.5	37.5	34.9	31.1	28.4	24.9	-	21.2	-	21.5	-	18.3	20.2	11.2								
2019年 全体		(2,500)	63.5	49.6	44.6	41.3	36.7	37.8	31.4	31.2	26.6	-	21.5	-	21.9	-	20.2	19.7	12.2								
2020年 全体		(2,500)	64.8	48.3	43.4	40.4	35.0	35.0	29.1	28.4	25.8	24.3	23.0	22.8	20.2	20.0	18.6	17.8	11.5								
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	73.6	68.8	64.4	46.8	44.0	62.4	48.8	48.8	53.6	29.6	24.0	24.0	38.4	27.2	33.2	19.2	15.6								
	女性/20代	(500)	72.4	59.8	57.2	51.6	39.4	50.0	45.8	42.6	42.6	29.4	25.8	28.0	29.6	25.4	30.4	19.6	18.4								
	女性/30代	(500)	66.0	53.8	42.8	41.8	33.6	34.6	26.8	28.6	22.8	22.8	20.6	22.2	16.6	19.2	16.2	18.6	11.2								
	女性/40代	(500)	61.6	42.0	36.2	36.0	31.6	25.4	20.0	20.8	17.2	21.6	26.2	20.8	18.2	14.4	19.2	9.2									
	女性/50代	(500)	56.6	34.6	31.6	33.0	32.4	21.6	19.2	15.8	12.8	20.6	19.6	22.0	12.2	14.4	10.0	15.0	7.2								
	女性/60-64才	(250)	61.6	34.0	34.4	32.4	32.4	24.0	18.8	19.2	14.0	24.8	22.0	18.4	13.2	18.4	10.4	13.6	7.6								
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	51.4	57.6	35.8	29.9	37.5	26.7	21.6	18.8	18.3	16.4	16.2	13.5	14.3	13.2	13.6	9.7	7.7								
	年間1万円～3万円未満	(902)	67.1	53.0	44.6	39.4	33.1	34.6	28.4	26.3	24.8	22.1	23.1	19.4	17.4	18.3	17.2	14.7	9.3								
	年間3万円～6万円未満	(559)	71.6	38.1	46.5	46.7	33.5	41.1	36.0	35.4	32.0	30.6	26.1	29.7	24.0	25.6	23.3	22.5	15.6								
	年間6万円以上	(327)	76.5	32.7	51.7	55.4	37.6	43.4	35.8	42.8	34.6	37.0	32.7	41.0	34.3	30.0	25.1	35.5	19.0								
肌質	脂性肌	(237)	67.1	58.6	52.7	41.8	42.6	43.9	37.6	37.1	35.4	26.2	22.8	19.4	23.2	20.7	27.0	20.3	12.2								
	乾燥肌	(486)	67.3	47.1	45.3	43.2	33.3	39.3	32.3	29.4	28.8	27.0	27.0	26.5	23.7	22.0	21.6	20.4	14.2								
	混合肌	(992)	67.3	52.1	45.0	43.9	35.8	36.5	30.4	28.6	27.3	24.2	23.0	24.1	21.5	20.1	18.3	17.9	10.7								
	敏感肌	(320)	65.3	49.4	44.4	39.7	33.4	34.7	28.8	32.5	28.1	27.5	21.9	25.0	18.8	20.3	20.3	19.1	13.4								
	普通肌	(465)	55.5	35.5	32.9	29.9	32.5	22.8	18.9	19.4	13.1	18.7	20.0	16.6	13.3	17.2	10.3	12.5	8.8								

※スコアはTOP2（「あてはまる」+「ややあてはまる」）

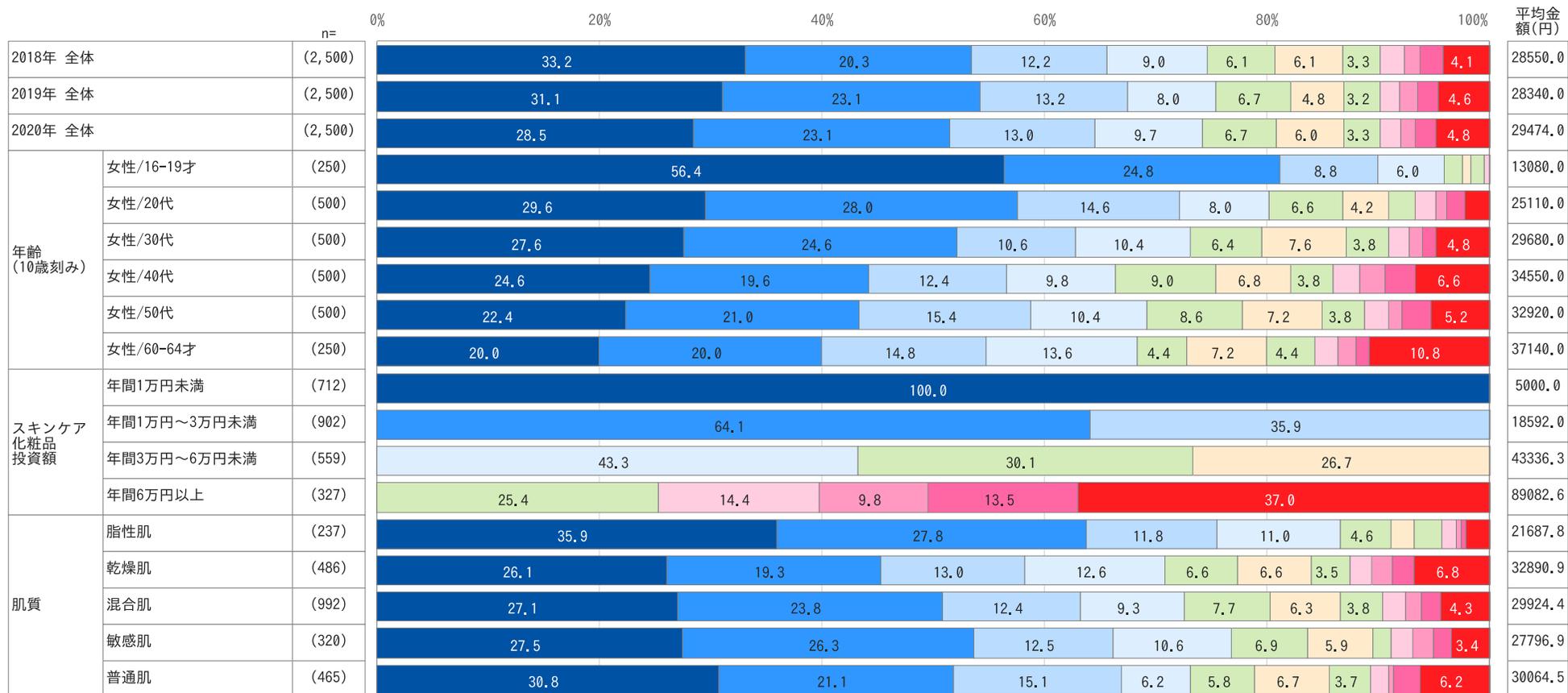
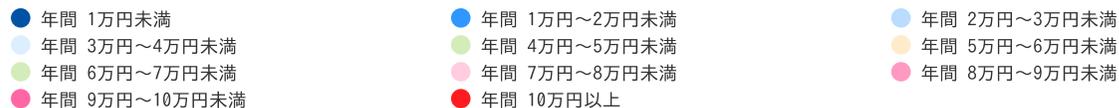
※「-」は非聴取項目 ※「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# スキンケア化粧品の年間購入金額

Q12 あなたがスキンケア化粧品全般（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）にかけている金額は、年間いくらくらいですか。

SA

※全体ベース

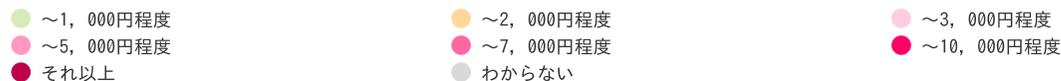


# スキンケア化粧品購入価格帯

Q13 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。

MTS

※各スキンケア化粧品を現在使っている方ベース

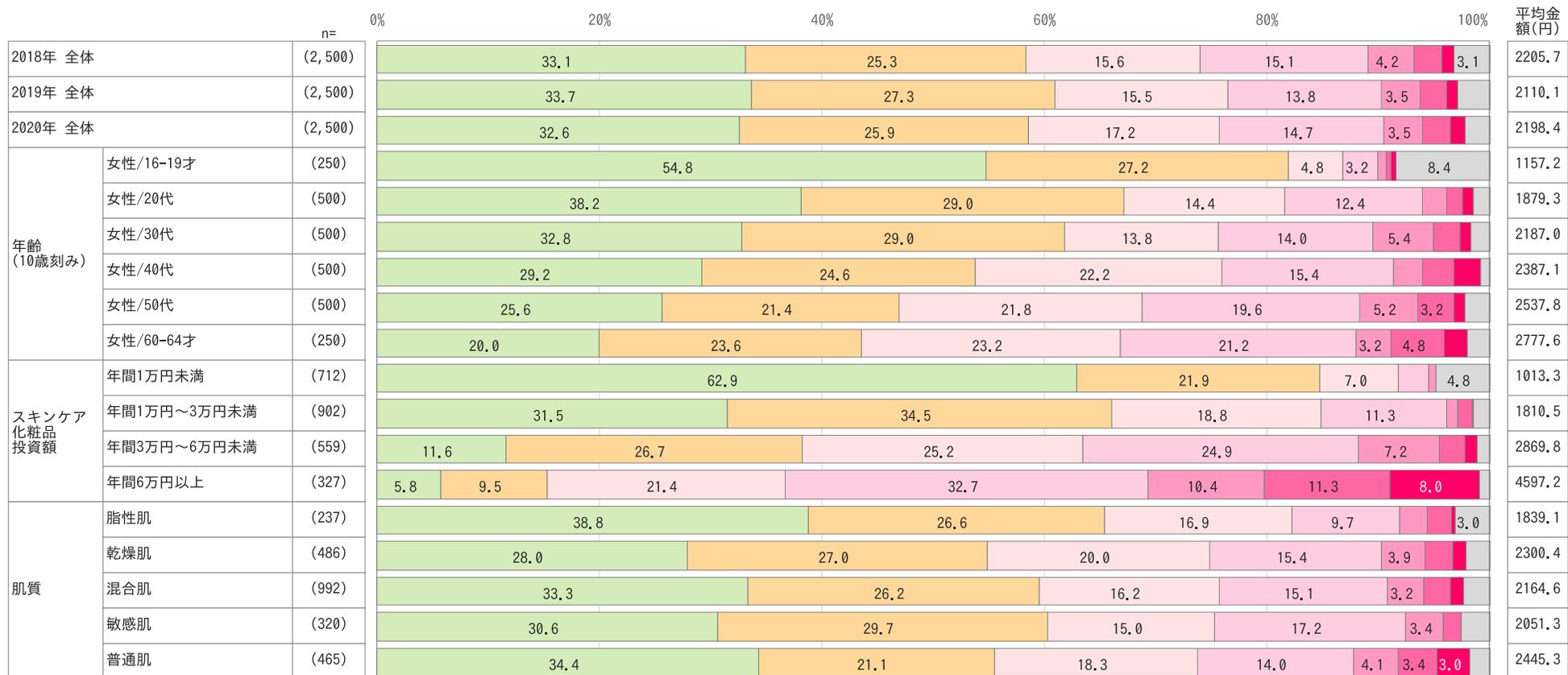
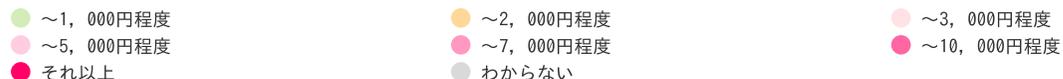


# 購入価格帯(化粧水)

Q13S1 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
化粧水

SA

※全体ベース

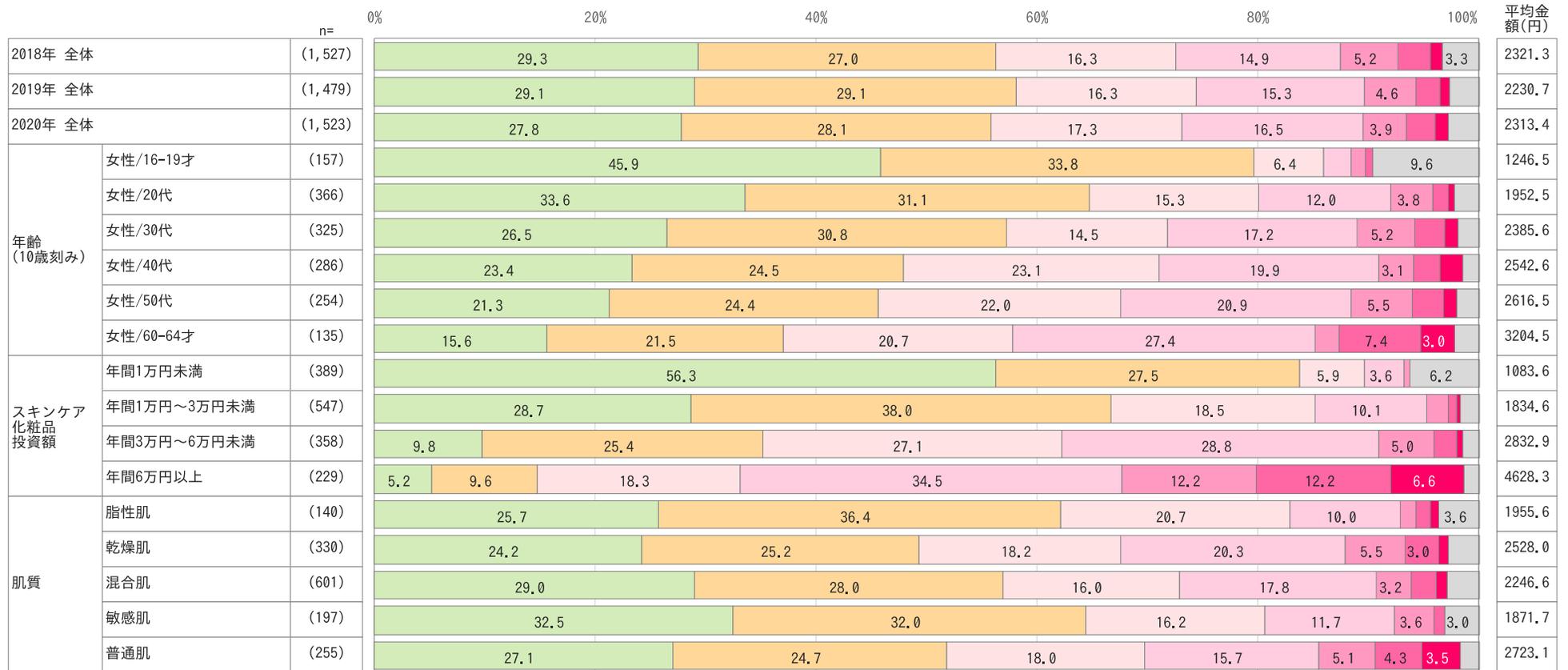
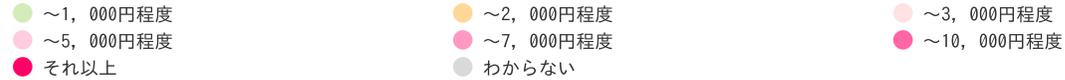


# 購入価格帯(乳液・ミルク)

Q13S2 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
乳液・ミルク

SA

※乳液・ミルクを現在使っている方ベース

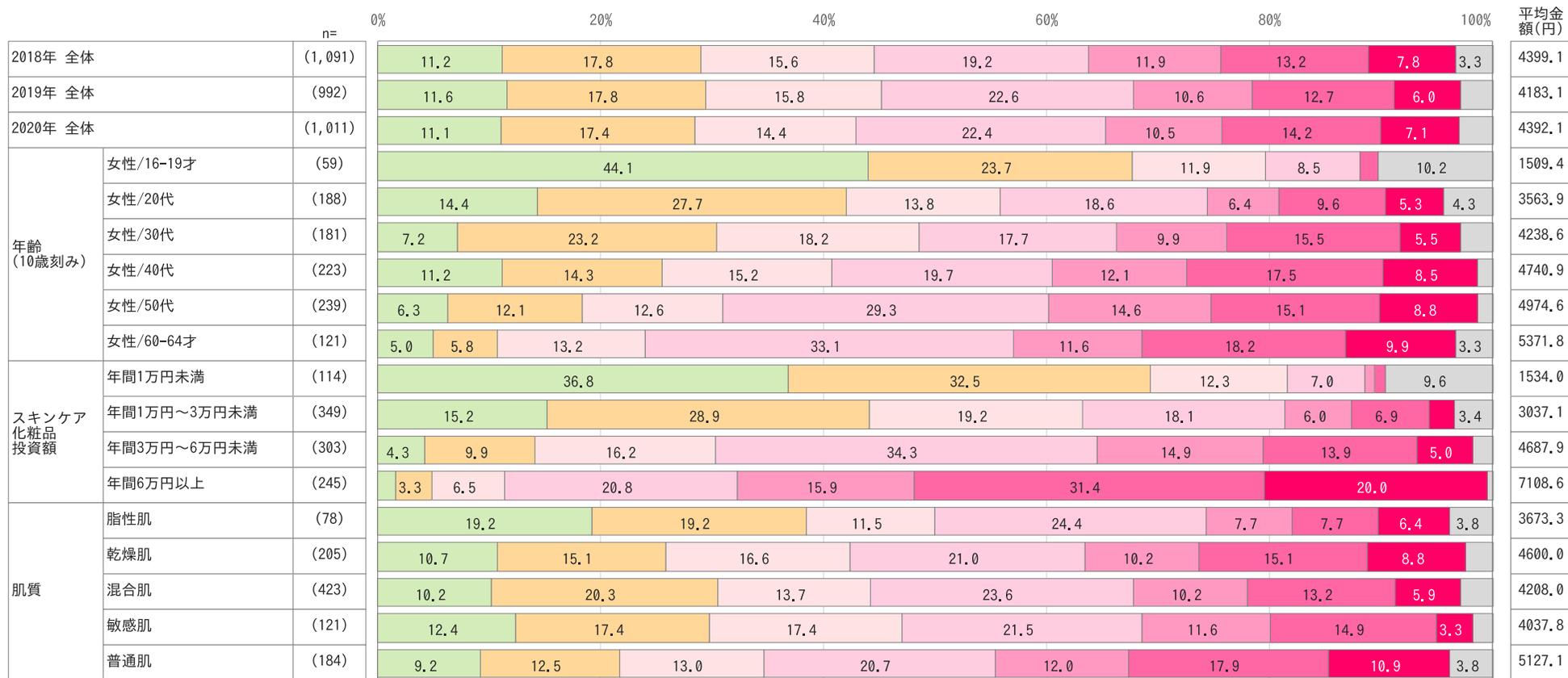
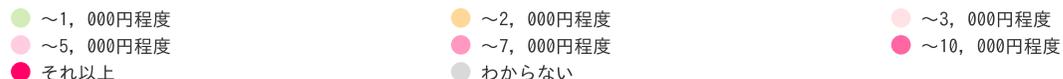


# 購入価格帯(美容液)

Q13S3 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
美容液

SA

※美容液を現在使っている方ベース

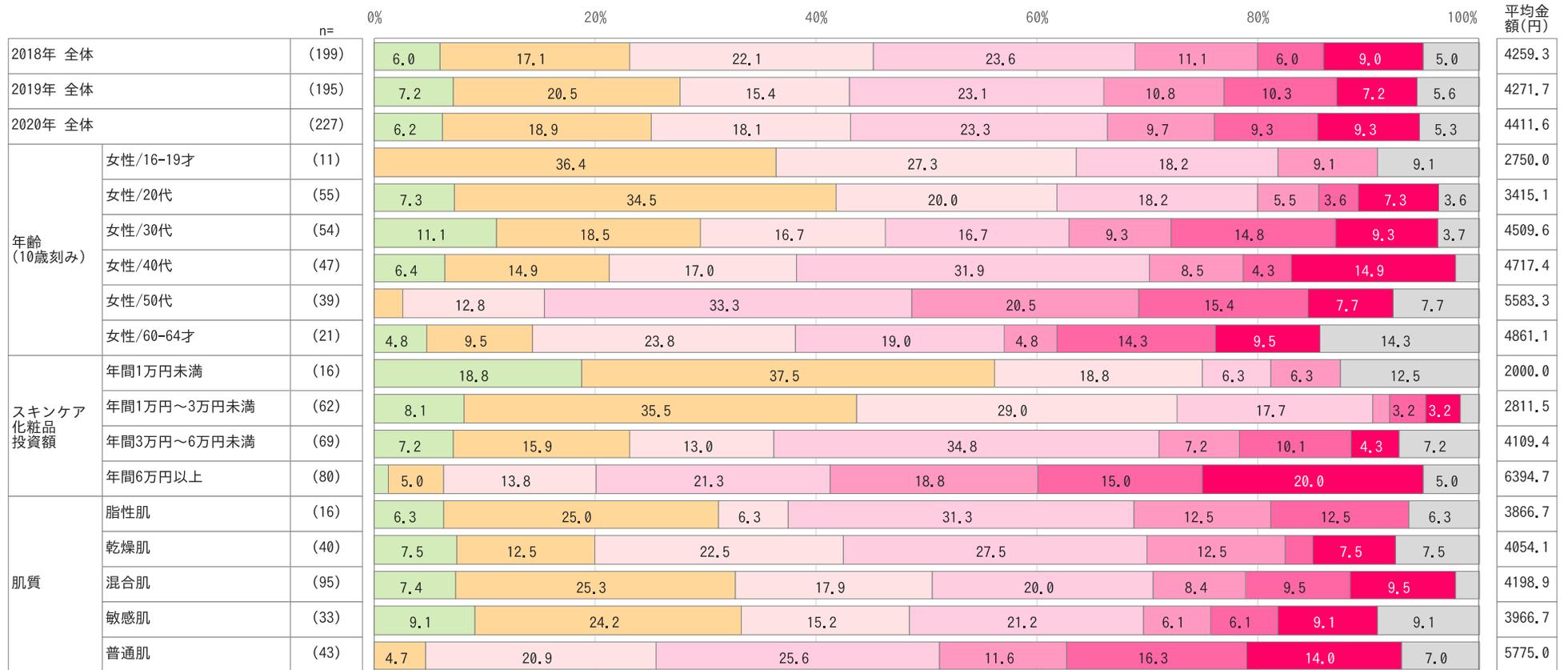
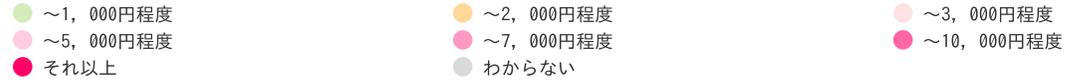


# 購入価格帯(ブースター美容液)

Q13S4 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
ブースター美容液

SA

※ブースター美容液を現在使っている方ベース

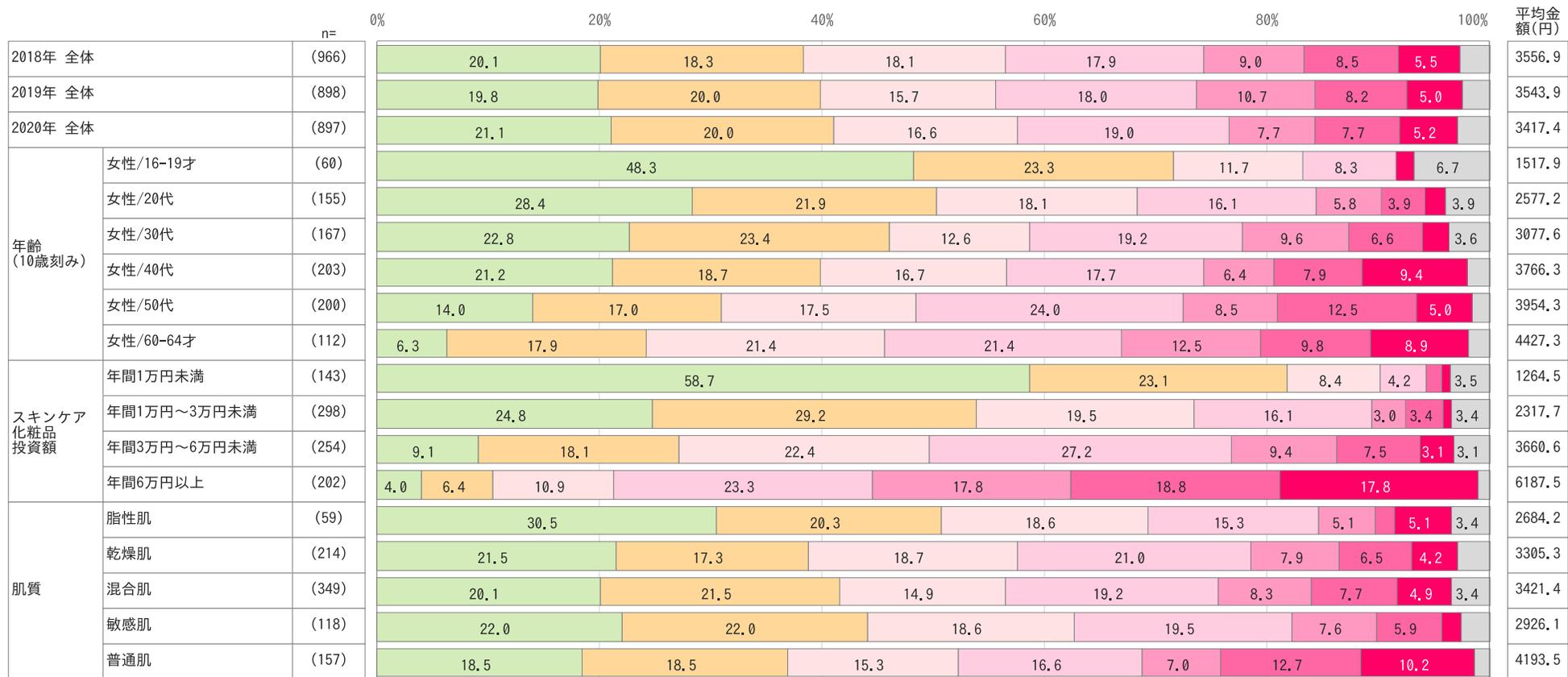
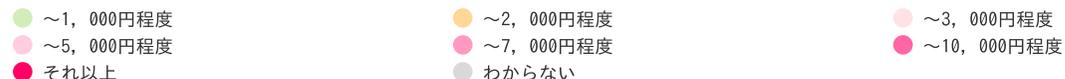


# 購入価格帯(クリーム)

Q13S5 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
クリーム

SA

※クリームを現在使っている方ベース



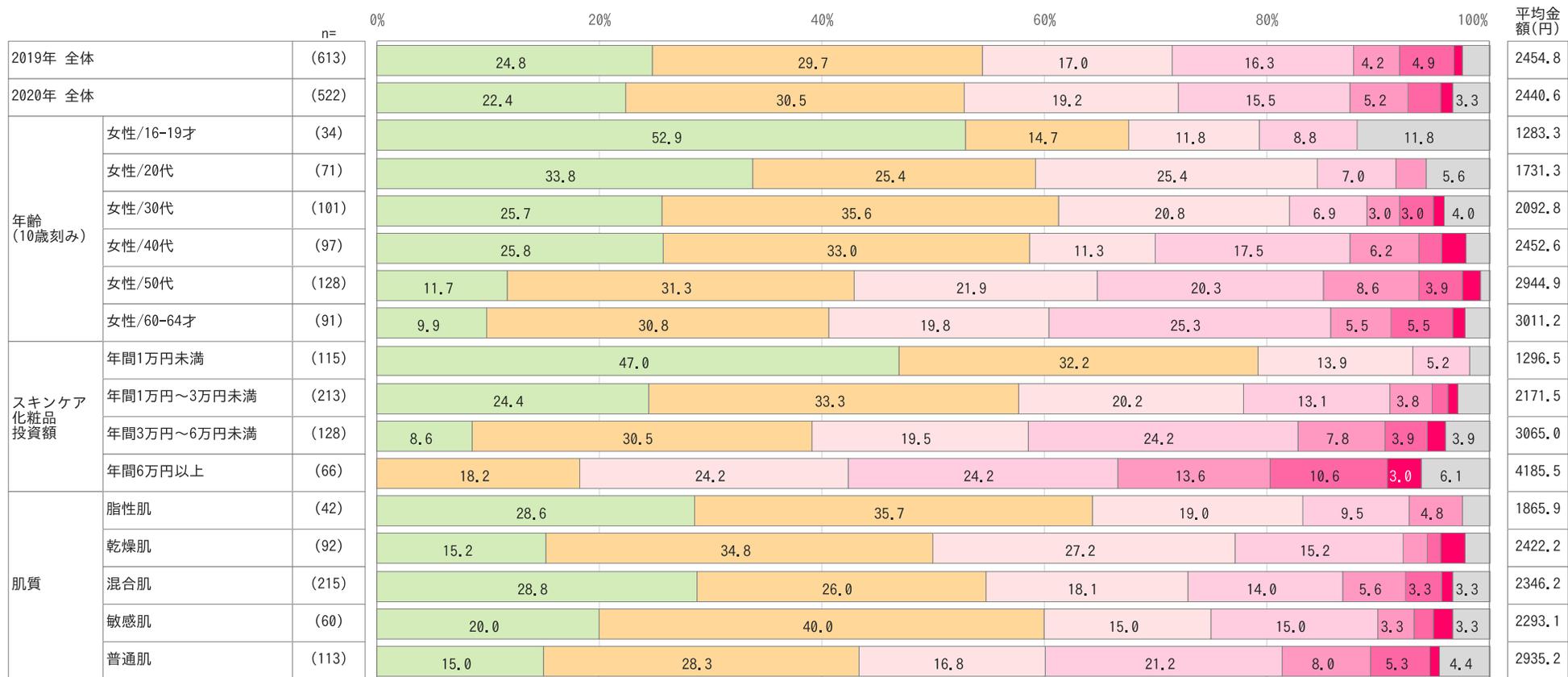
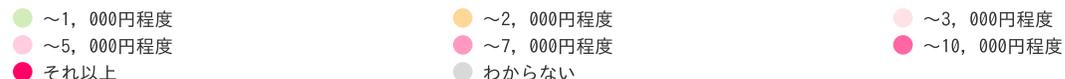
# 購入価格帯(オールインワン)

Q13S6 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
オールインワン

SA

※オールインワンを現在使っている方ベース

※2018年は非聴取

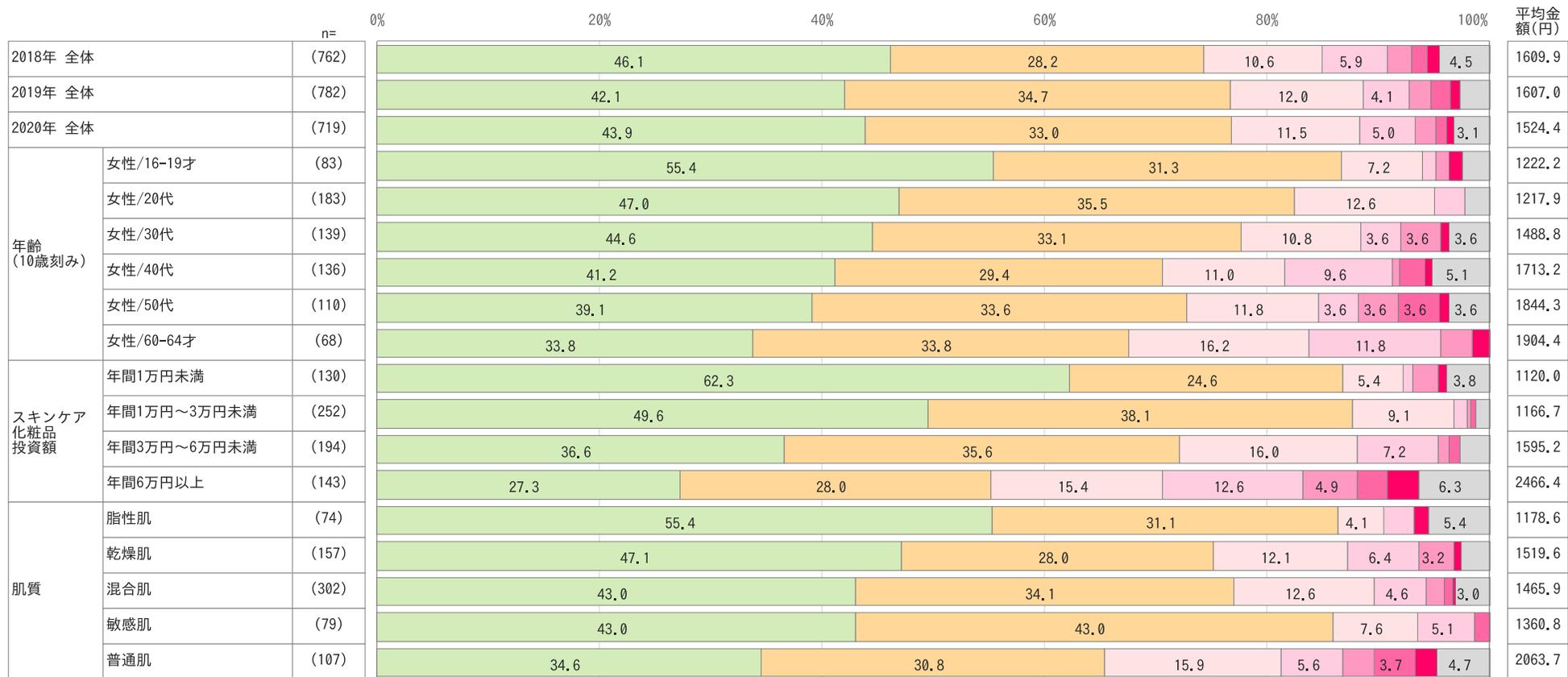
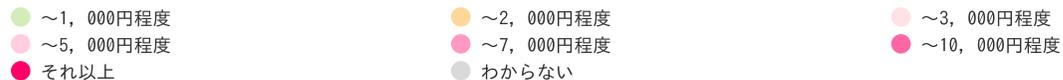


# 購入価格帯(パック・マスク)

Q13S7 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
パック・マスク

SA

※パック・マスクを現在使っている方ベース

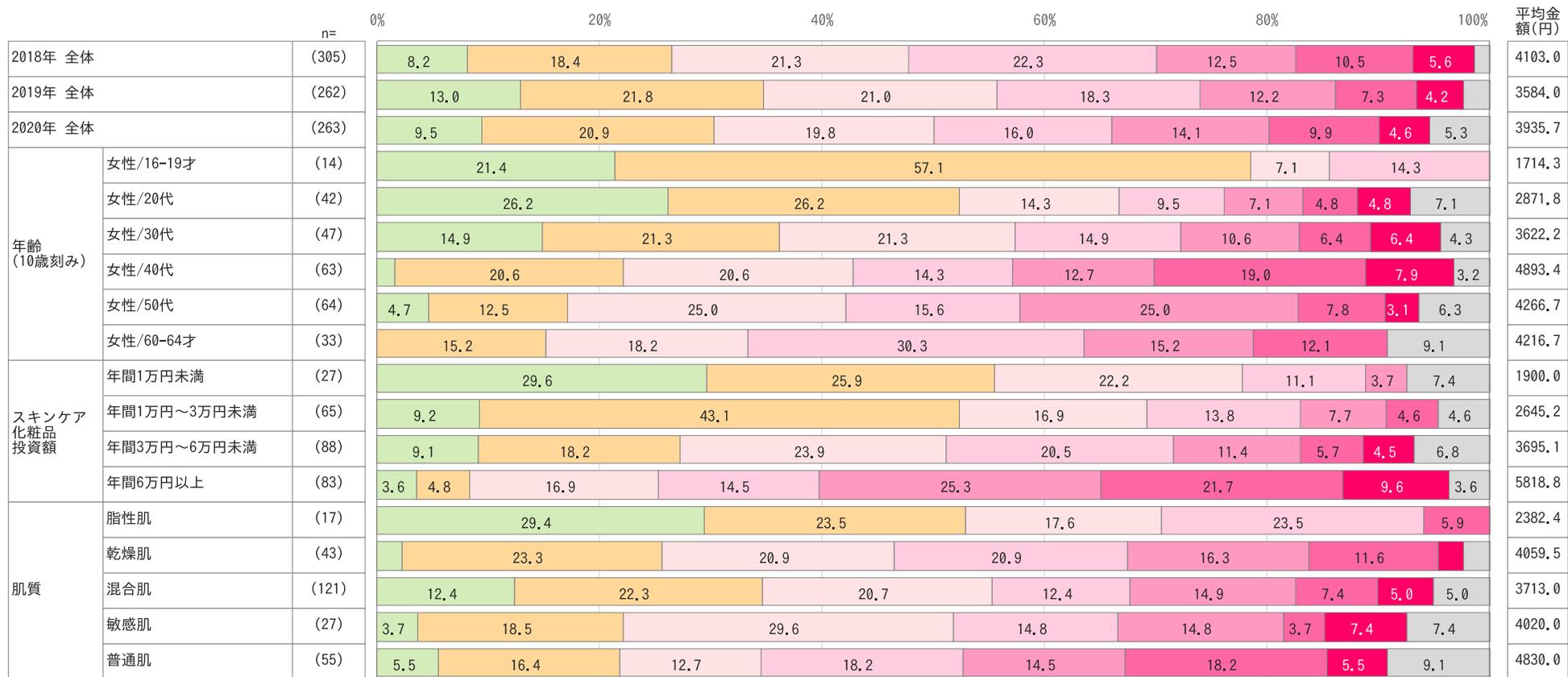
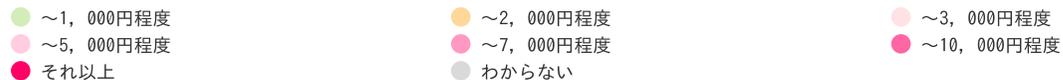


# 購入価格帯(アイクリーム)

Q13S8 スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
アイクリーム

SA

※アイクリームを現在使っている方ベース



## 3. スキンケア化粧品の情報源

# スキンケア化粧品情報の接触媒体

Q2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）の情報源（機能やユーザーの評価など）として、以下を日々の生活の中で、どのくらい見たり、聞いたりしていますか。  
（それぞれひとつだけ）

MTS

※全体ベース

● とてもよく見聞きしている      ● 多少は見聞きしている      ● どちらともいえない  
● あまり見聞きしていない      ● まったく見聞きしていない



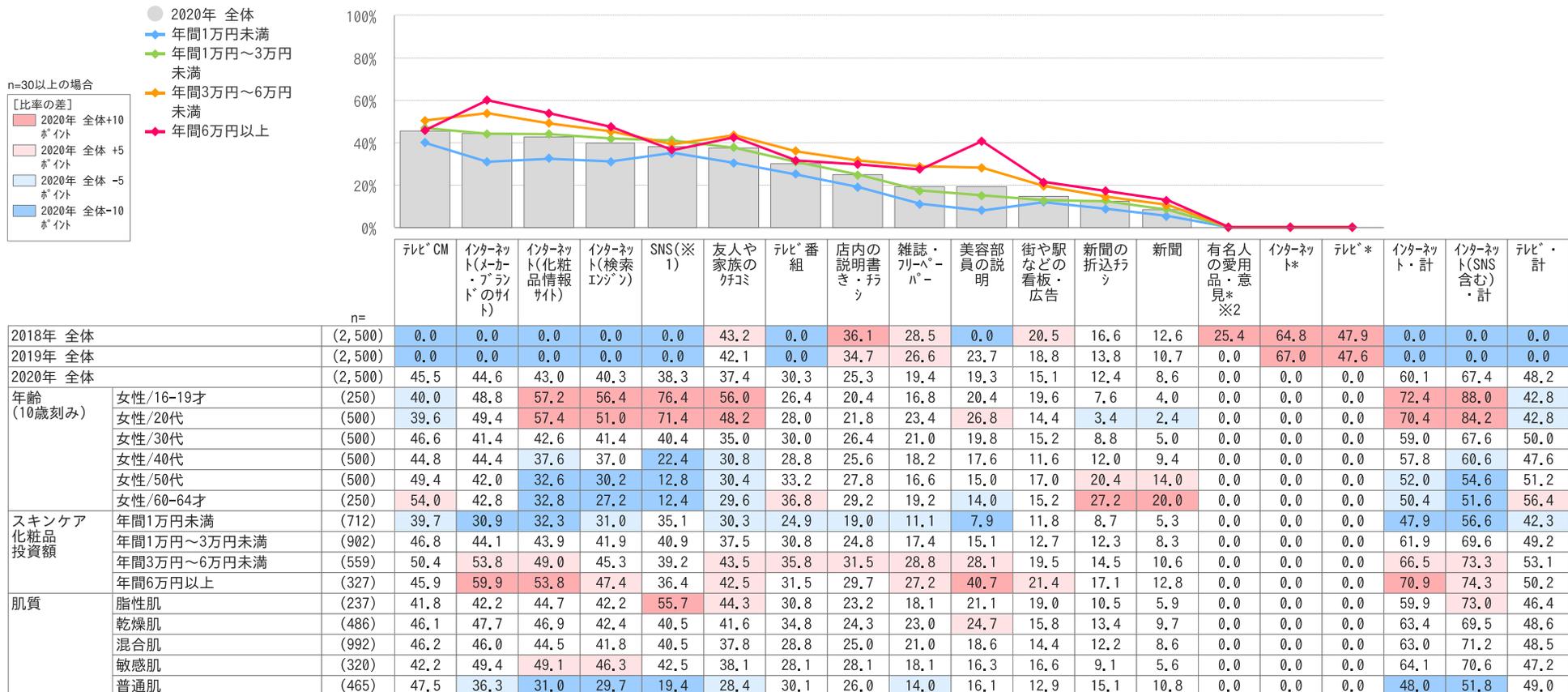
※TOP2(「とてもよく見聞きしている」+「多少は見聞きしている」)

# スキンケア化粧品情報の接触媒体(TOP2)

Q2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）の情報源（機能やユーザーの評価など）として、以下を日々の生活の中で、どのくらい見たり、聞いたりしていますか。（それぞれひとつだけ）  
TOP2

MTS

※全体ベース



※スコアはTOP2(「とてもよく見聞きしている」+「多少は見聞きしている」)

※2020年 全体のスコアで降順にソート

※※1 Facebook・Instagram・Twitterなど/※2 「モデルや美容家、芸能人の愛用品や意見」で聴取

※\*2019年以前聴取

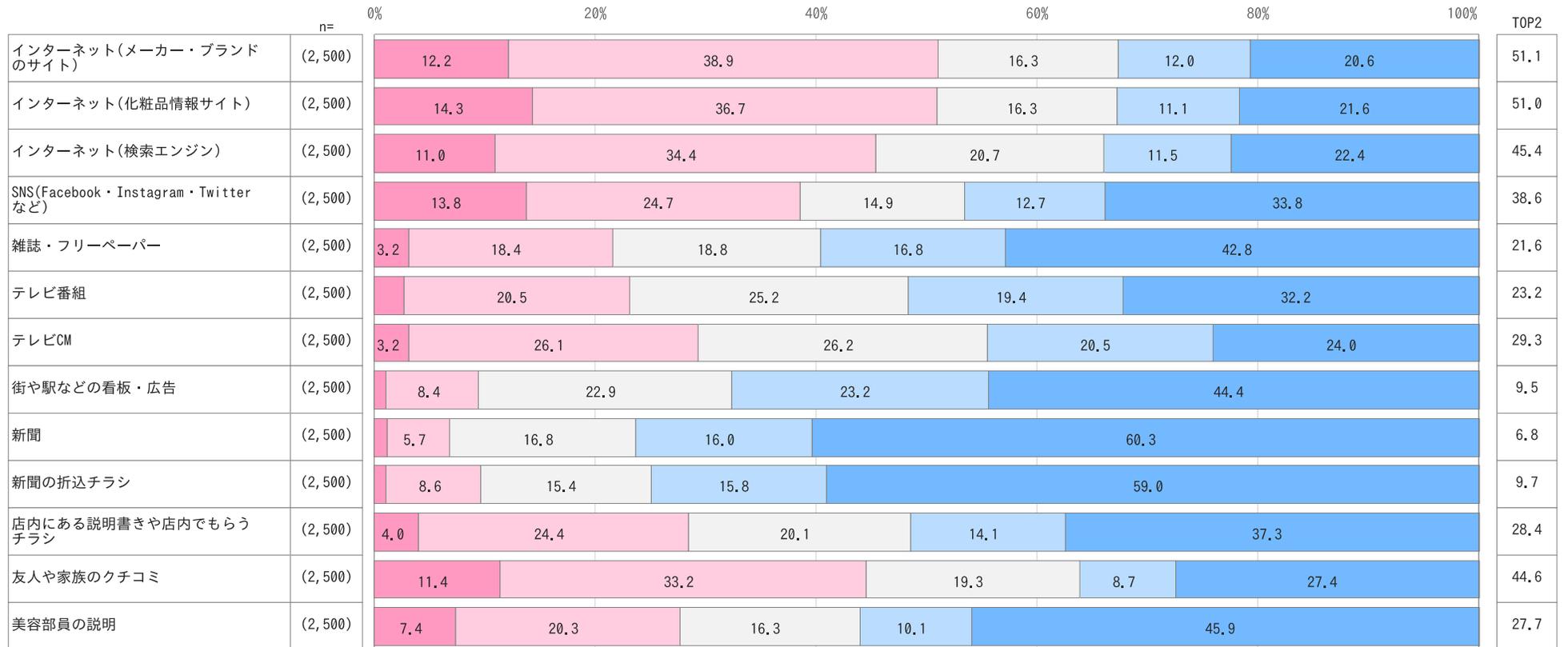
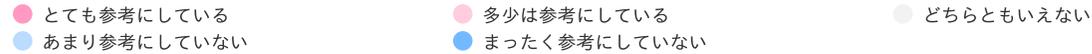
※インターネット・計(「インターネット(メーカー・ブランドのサイト)」+「インターネット(化粧品情報サイト)」+「インターネット(検索エンジン)」)  
インターネット(SNS含む)・計(メーカー・ブランドのサイト)+「インターネット(化粧品情報サイト)」+「インターネット(検索エンジン)」+「SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)」  
テレビ・計(「テレビ番組」+「テレビCM」)

# スキンケア化粧品購入時の媒体別参考度

Q3 あなたが、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際に行った、選んだりするときに、以下をどのくらい参考にしていますか。（それぞれひとつだけ）

MTS

※全体ベース



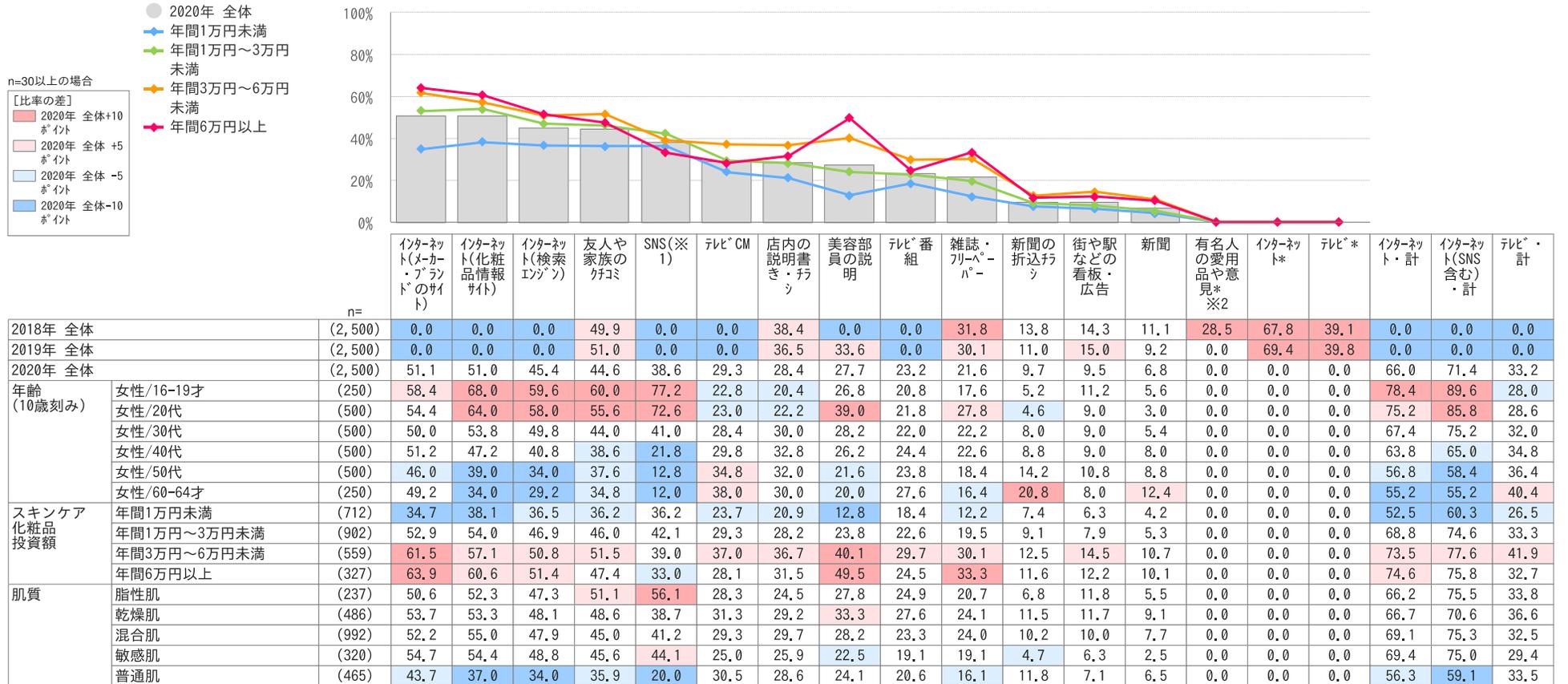
※TOP2(「とても参考にしている」+「多少は参考にしている」)

# スキンケア化粧品購入時の媒体別参考度(TOP2)

MTS

Q3 あなたが、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際に買ったり、選んだりするときに、以下をどのくらい参考にしていますか。（それぞれひとつだけ）  
TOP2

※全体ベース



※スコアはTOP2(「とても参考にしている」+「多少は参考にしている」)

※2020年 全体のスコアで降順にソート

※※1 Facebook・Instagram・Twitterなど/※2 「モデルや美容家、芸能人の愛用品や意見」で聴取

※※2019年以前聴取

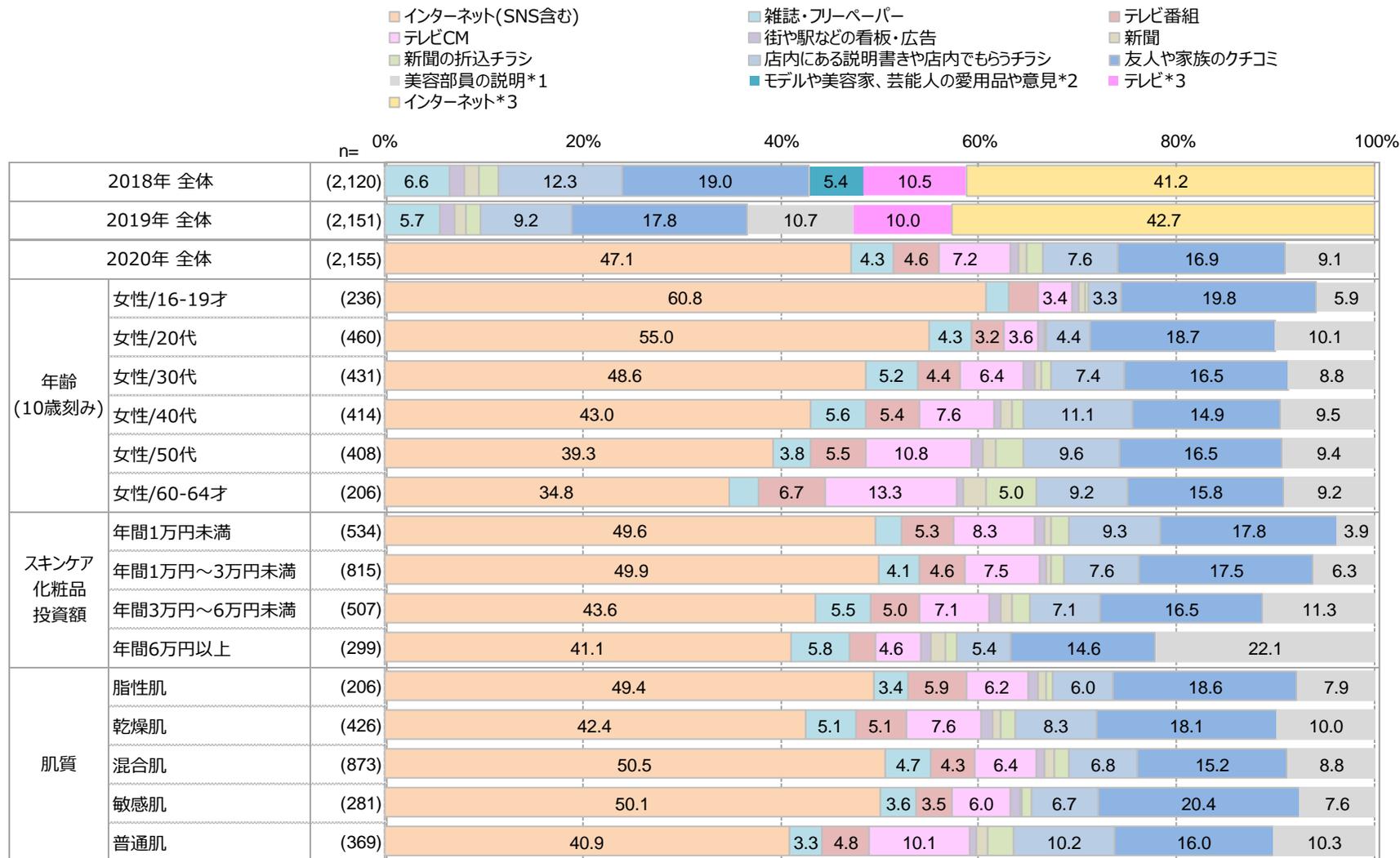
※インターネット・計(「インターネット(メーカー・ブランドのサイト)」+「インターネット(化粧品情報サイト)」+「インターネット(検索エンジン)」)  
インターネット(SNS含む)・計(「インターネット(メーカー・ブランドのサイト)」+「インターネット(化粧品情報サイト)」+「インターネット(検索エンジン)」+「SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)」)  
テレビ・計(「テレビ番組」+「テレビCM」)

# スキンケア化粧品情報の媒体別信頼度

Q4 あなたがスキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）に関する情報として参考にしてている以下の項目について、それぞれの程度信頼していますか。  
すべての項目の合計が100になるように、それぞれの項目について、0から100までの数字をご記入ください。

RAT

※いずれかの媒体を参考にしている方ベース



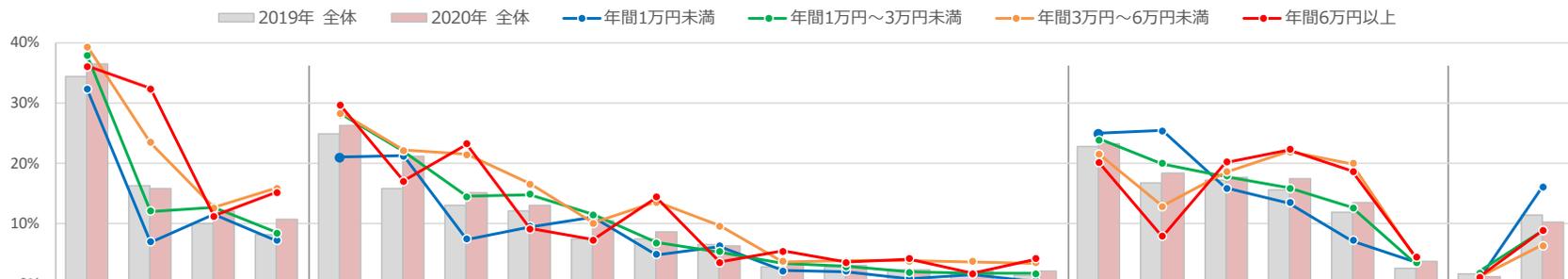
\*1：2018年調査では非聴取 \*2：2019年以降調査では非聴取 \*3：2020年調査では非聴取

# スキンケア化粧品ブランドスイッチ時の影響

Q5 あなたが最近スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）のメーカー・ブランドを変えたとき、強く影響したものは何ですか。  
 あてはまるものをすべてお選びください。（いくつでも） ※現在複数のスキンケア化粧品をお使いの方は、最もよく使っているスキンケア化粧品についてお答えください。  
 ※2019年は「化粧水」について聴取

MA

※全体ベース



n=30以上の場合  
 ※全体=2020年 全体  
 [比率の差]  
 全体 +10%ポイント  
 全体 +5%ポイント  
 全体 -5%ポイント  
 全体 -10%ポイント

人からの影響	メディアからの影響										商品そのものの影響										その他	変えたことではない	スキンケア化粧品のブランドを						
	友人や家族のクチコミ	店員や美容部員の説明	愛用品やお勧め	芸能人やモデルのお勧め	美容専門家の愛用品やお勧め	クチコミサイト	アットコスメなど	個人のブログ・SNS	ホームページやショップの	メーカーやシヨップの	テレビCM	個人の動画	雑誌の記事・広告	テレビ番組	パナー広告	新聞の折込チラシ	ダイレクトメール	新聞の記事・広告	購読しているメルマガ	店頭の商品説明など				店内で見えたもの	店頭ディスプレイ、	価格が安くなっていた	店内で使ったテスト	付いてきたサンプルとして	もらったトライアル品
2019年 全体	(2,500)	34.3	16.4	10.1	8.2	24.9	15.9	13.2	12.1	7.5	7.6	6.6	2.8	3.0	2.4	1.6	1.6	22.9	16.8	17.2	15.7	11.9	2.6	1.7	11.6				
2020年 全体	(2,500)	36.4	15.8	12.2	10.7	26.4	21.2	15.2	13.0	10.6	8.8	6.4	3.5	3.0	2.4	2.2	2.2	23.3	18.4	17.8	17.4	13.6	3.9	1.4	10.4				
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	52.8	11.2	28.0	12.8	35.2	44.4	10.0	6.8	32.8	5.2	5.2	4.0	0.8	2.0	0.8	1.6	17.2	23.6	14.8	10.0	6.8	4.8	-	8.0			
	女性/20代	(500)	44.8	20.2	20.8	16.4	35.4	42.6	10.4	9.4	21.0	5.4	5.2	1.8	1.2	1.0	0.6	0.8	20.2	20.6	17.6	15.8	13.4	3.8	0.6	8.0			
	女性/30代	(500)	35.6	18.0	13.0	13.4	28.8	22.8	14.8	12.8	6.4	10.8	5.6	3.6	1.6	1.4	1.4	2.2	26.0	19.8	17.6	17.4	13.8	4.0	1.2	8.8			
	女性/40代	(500)	29.4	14.2	7.6	9.2	27.0	9.6	18.2	10.0	5.4	11.6	6.6	3.0	2.8	2.6	2.2	2.2	28.6	17.0	17.8	17.6	13.4	3.8	2.0	12.2			
	女性/50代	(500)	30.8	14.4	3.4	4.8	18.2	7.0	19.0	19.2	2.6	10.2	7.2	5.2	5.2	3.2	2.8	2.8	22.4	16.0	17.2	19.4	16.0	3.6	1.6	13.6			
スキンケア 化粧品 投資額	女性/60-64才	(250)	29.6	13.6	4.4	6.8	10.0	3.6	17.2	20.4	2.0	6.8	9.6	3.6	8.0	7.2	4.0	2.1	21.2	13.2	22.4	24.0	15.6	4.0	2.8	10.4			
	年間1万円未満	(712)	32.3	7.0	11.5	7.3	21.1	21.2	7.4	9.6	11.1	4.9	6.3	2.2	2.1	1.0	1.7	0.6	25.0	25.4	15.9	13.5	7.3	3.7	0.7	16.0			
	年間1万円～3万円未満	(902)	37.8	12.1	12.7	8.5	28.2	22.1	14.5	14.9	11.5	6.9	5.4	3.5	3.0	2.0	1.8	1.8	24.1	20.0	17.8	16.0	12.6	3.5	2.0	8.9			
	年間3万円～6万円未満	(559)	39.4	23.4	12.7	15.9	28.4	22.2	21.5	16.6	10.2	13.6	9.7	3.8	3.9	3.9	3.8	3.6	21.6	12.9	18.6	22.0	20.0	4.5	1.3	6.4			
肌質	年間6万円以上	(327)	36.1	32.4	11.3	15.3	29.7	17.1	23.2	9.2	7.3	14.4	3.7	5.5	3.7	4.3	1.8	4.3	20.2	8.0	20.2	22.3	18.7	4.6	1.2	8.9			
	脂性肌	(237)	40.9	15.2	19.4	13.5	24.9	32.9	15.2	12.7	20.7	5.9	7.2	3.8	1.7	2.5	2.1	2.5	21.1	25.7	14.3	14.8	9.3	3.8	0.8	10.5			
	乾燥肌	(486)	38.3	19.3	13.8	11.1	24.9	20.0	14.6	14.4	11.7	9.9	7.4	3.9	2.7	2.5	2.9	2.5	22.2	18.5	19.1	16.0	12.6	3.5	1.6	8.6			
	混合肌	(992)	37.6	15.2	12.5	11.0	31.5	24.7	15.8	12.3	10.6	10.3	5.8	3.3	2.7	2.4	1.8	1.7	24.6	19.3	19.3	19.6	14.1	4.6	1.2	8.2			
	敏感肌	(320)	36.9	15.3	12.8	13.4	32.2	22.8	16.3	10.9	9.1	6.3	5.3	4.4	2.8	1.6	0.9	2.5	22.2	14.4	16.3	18.1	18.8	3.8	2.2	9.7			
普通肌	(465)	29.0	14.2	5.8	6.5	14.0	8.0	13.8	14.6	5.2	7.7	6.9	2.6	4.9	3.0	3.2	2.4	23.4	15.3	15.9	15.3	12.0	3.0	1.1	17.2				

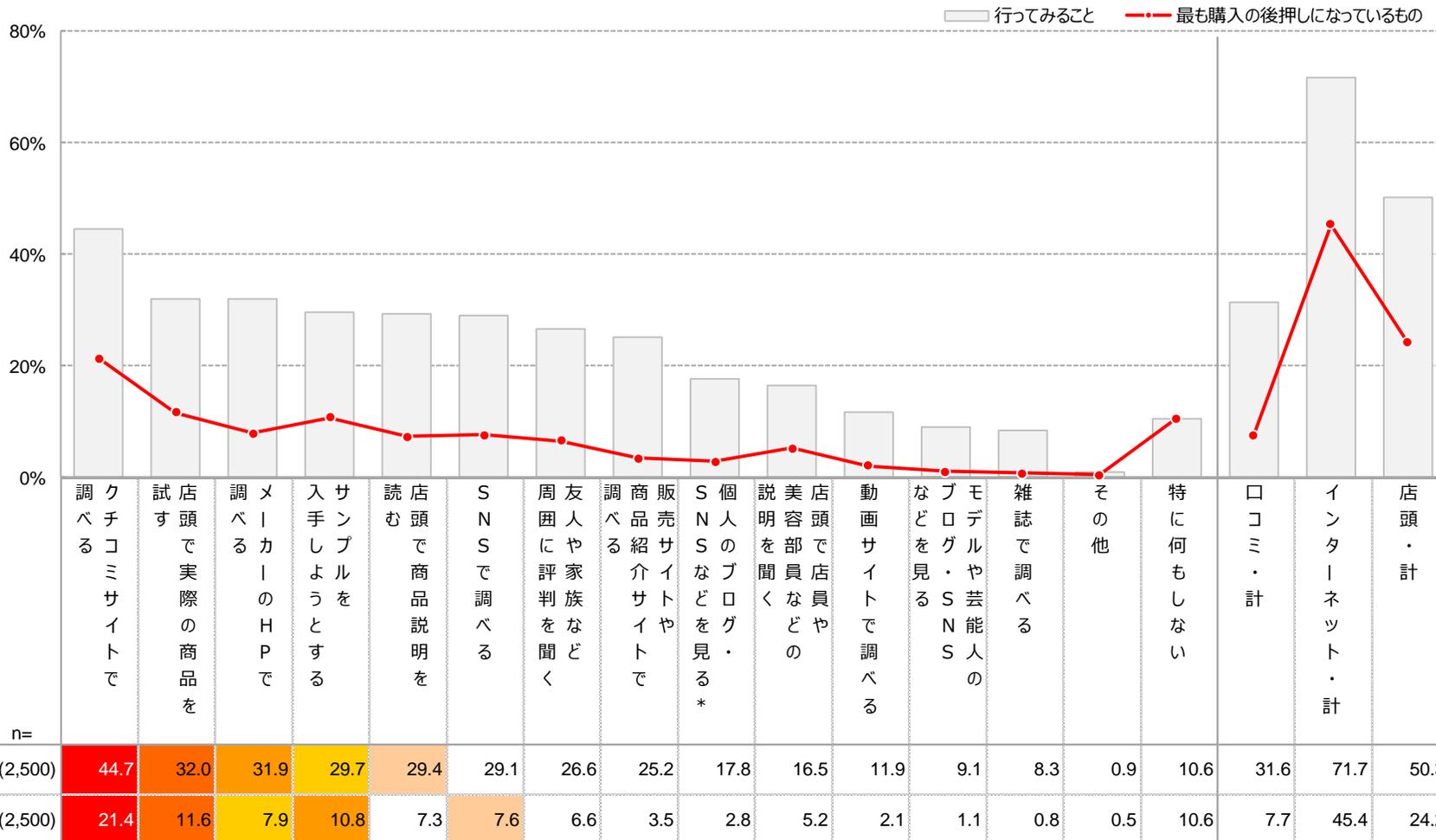
※カテゴリごとに「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# 気になったスキンケア化粧品の情報入手経路

Q6 気になったスキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）のメーカー・ブランドができた時、評判や効果をあまり知らなかったらどうしますか。  
あなたが試してみることをすべてお答えください。またその中で、最も購入の後押しになっているものを1つだけお選びください。

MASA

※全体ベース



n=30以上の場合  
※横方向に



\*2019年は「個人のブログ・SNSなどで調べる」で聴取

※「行ってみること」のスコアで降順ソート

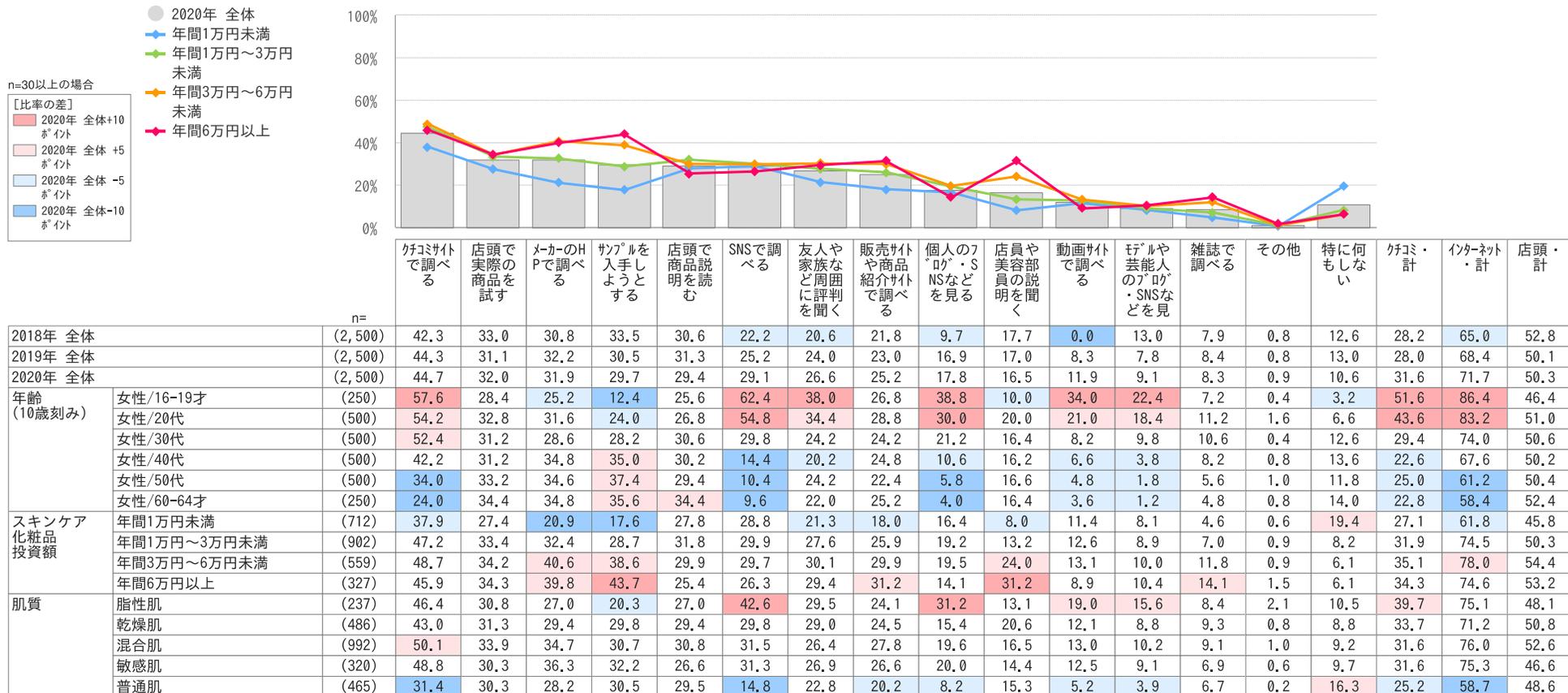
※口コミ・計(「モデルや芸能人のブログ・SNSなどを見る」+「友人や家族など周囲に評判を聞く」)  
インターネット・計(「個人のブログ・SNSなどを見る」+「動画サイトで調べる」+「クチコミサイトで調べる」+「メーカーのHPで調べる」+「SNSで調べる」+「販売サイトや商品紹介サイトで調べる」)  
店頭・計(「店頭で実際の商品を試す」+「店頭で商品説明を読む」+「店頭で店員や美容部員などの説明を聞く」)

# 気になったスキンケア化粧品の情報入手経路【行ってみること】

Q6S1 気になったスキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）のメーカー・ブランドができた時、評判や効果をあまり知らなかったらどうしますか。あなたが行ってみることをすべてお答えください。  
またその中で、最も購入の後押しになっているものを1つだけお選びください。  
行ってみること

MA

※全体ベース



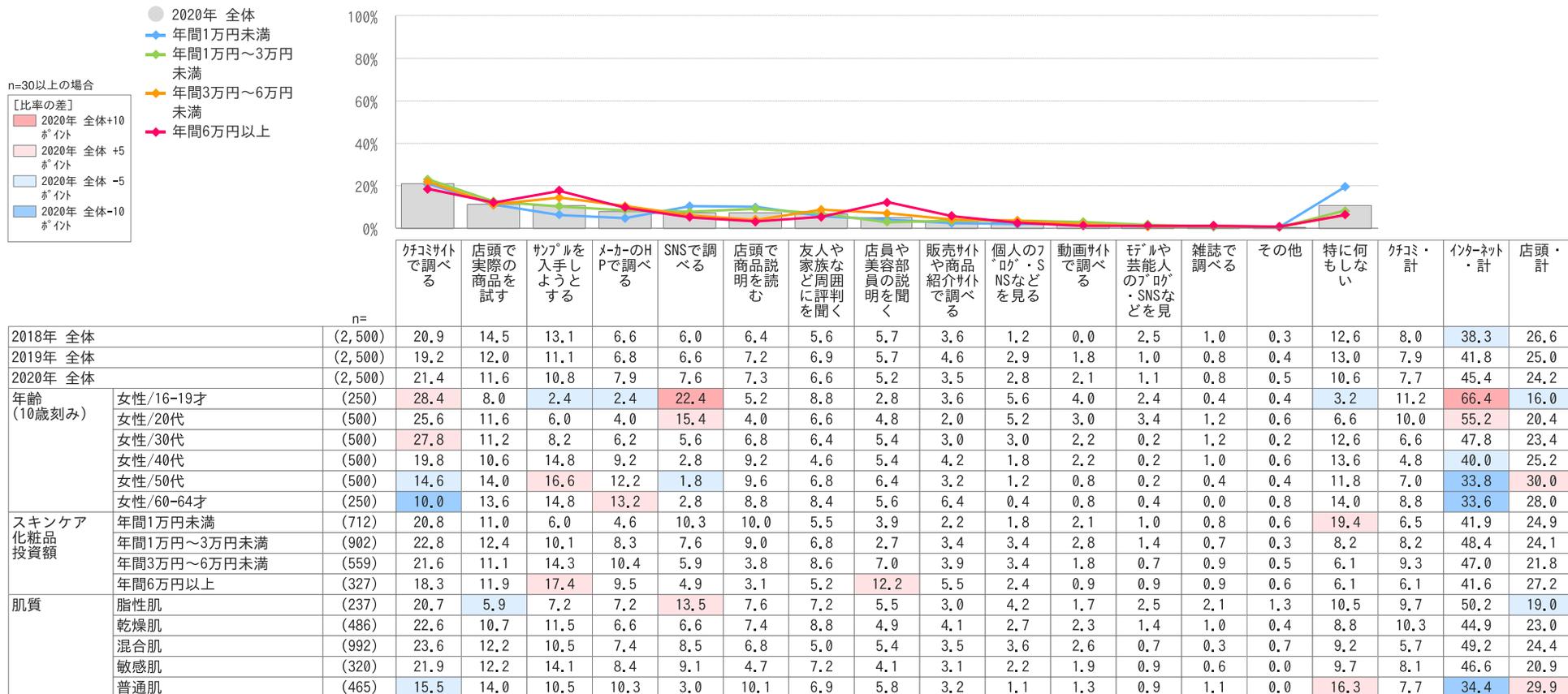
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※クチコミ・計(「モデルや芸能人のブログ・SNSなどを見る」+「友人や家族など周囲に評判を聞く」)  
 インターネット・計(「個人のブログ・SNSなどを見る」+「動画サイトで調べる」+「クチコミサイトで調べる」+「メーカーのHPで調べる」+「SNSで調べる」+「販売サイトや商品紹介サイトで調べる」)  
 店頭・計(「店頭で実際の商品を試す」+「店頭で商品説明を読む」+「店頭で店員や美容部員などの説明を聞く」)

# 気になったスキンケア化粧品の情報入手経路【最も購入の後押しになっているもの】

Q6S2 気になったスキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）のメーカー・ブランドができた時、評判や効果をあまり知らなかったらどうしますか。あなたが行ってみることをすべてお答えください。  
またその中で、最も購入の後押しになっているものを1つだけお選びください。  
最も購入の後押しになっているもの

SA

※全体ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート

※クチコミ・計(「モデルや芸能人のブログ・SNSなどを見る」+「友人や家族など周囲の評判を聞く」)

インターネット・計(「個人のブログ・SNSなどを見る」+「動画サイトで調べる」+「クチコミサイトで調べる」+「メーカーのHPで調べる」+「SNSで調べる」+「販売サイトや商品紹介サイトで調べる」)

店頭・計(「店頭で実際の商品を試す」+「店頭で商品説明を読む」+「店頭で店員や美容部員などの説明を聞く」)

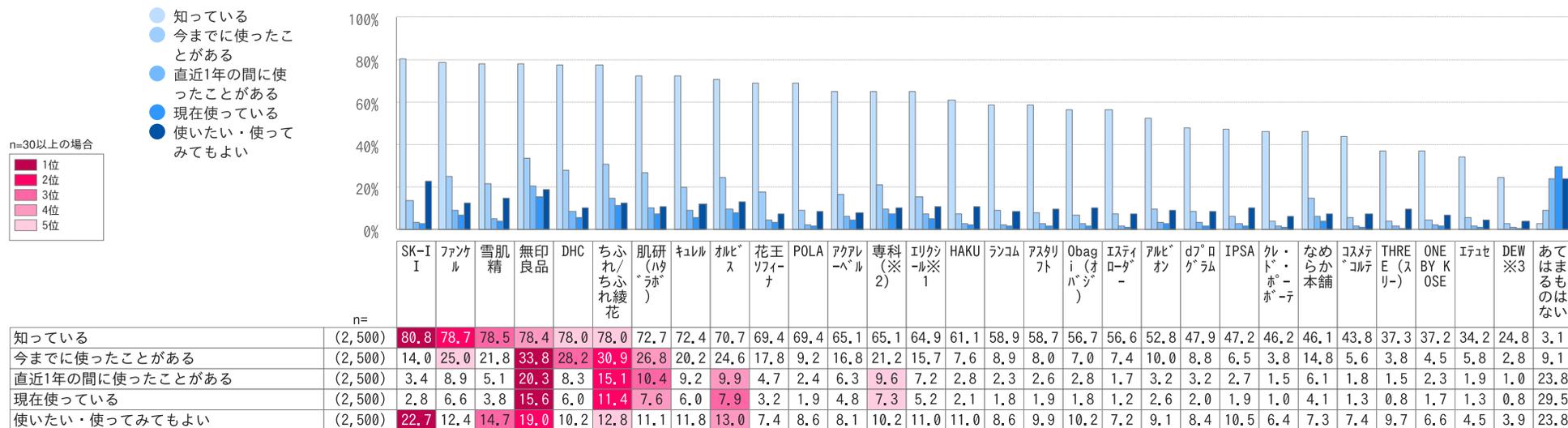
## 4. スキンケア化粧品ブランドの浸透度

# 各ブランドのファネル構造

Q7 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。  
※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも）

MTM

※全体ベース



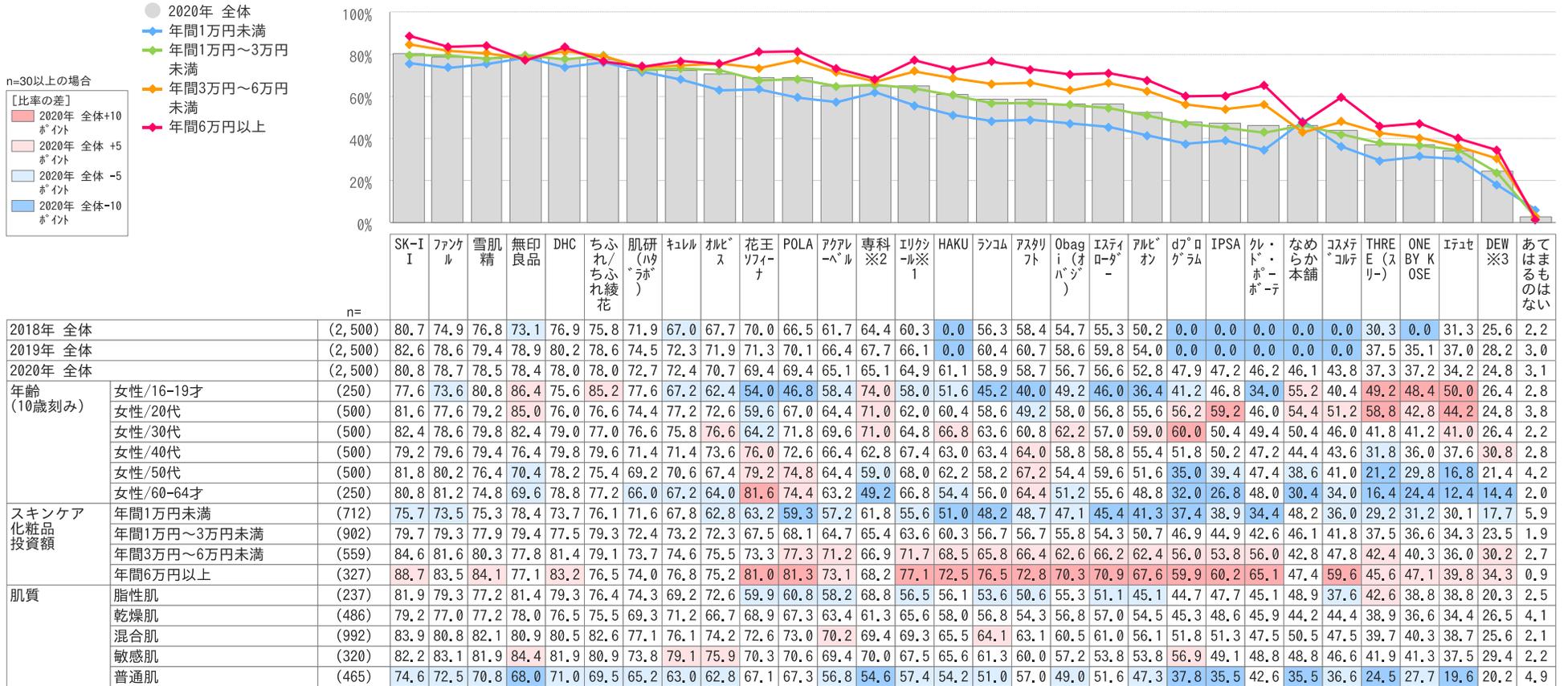
※知っているのスコアで降順にソート  
※※1 エリクセル/ エリクセル シュペリエル/エリクセル ルフレ/※2 パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
※※3 DEW/DEWホーテ/DEWスベリア/DEWスベリアEX

# ブランド別認知度

Q7S1 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。  
 ※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも）  
 知っている

MA

※全体ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 エリクセル/ エリクセル シュベリエル/エリクセル ルフレ/※2 パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
 ※※3 DEW/DEWホーテ/DEWホーリア/DEWホーリアEX

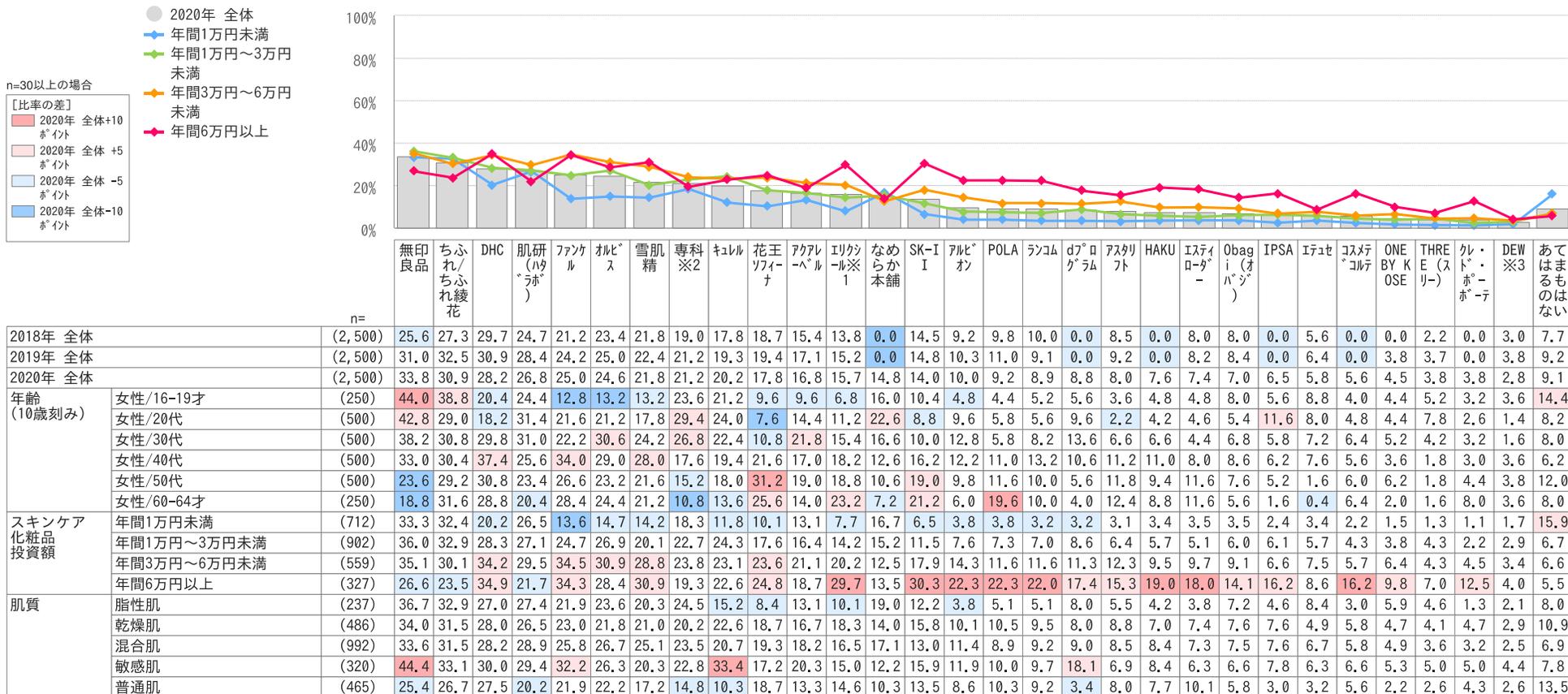
# ブランド別使用経験

Q7S2 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。

※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも今までに使ったことがある）

MA

※全体ベース



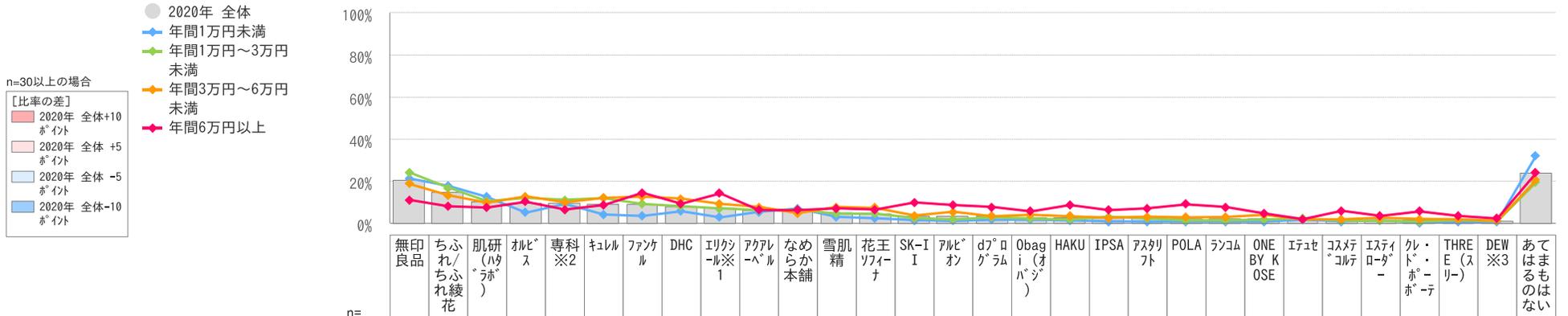
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 エリクセル/ エリクセル シュヘリエル/エリクセル ルフレ/※2 パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
 ※※3 DEW/DEWホーテ/DEWスハリア/DEWスハリアEX

# ブランド別直近1年使用経験

Q7S3 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。  
 ※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも）  
 直近1年の間に使ったことがある

MA

※全体ベース



		n=	無印良品	ちふれ/ちふれ綾花	肌研(ハク)ラホ	カルビ	専科※2	キュレル	ファンケル	DHC	エリクセル※1	アクリル	なめらか本舗	雪肌精	花王ソフィナ	SK-I I	アルビオン	dプロダグラム	Obagi(オバジ)	HAKU	IPSA	アスタリフト	POLA	ランコム	ONE BY KOSE	エッセ	コスメデコルテ	エスティローダー	クレドポーボーテ	THREE(スリー)	DEW ※3	あてはまるものはない
2020年 全体		(2,500)	20.3	15.1	10.4	9.9	9.6	9.2	8.9	8.3	7.2	6.3	6.1	5.1	4.7	3.4	3.2	3.2	2.8	2.8	2.7	2.6	2.4	2.3	2.3	1.9	1.8	1.7	1.5	1.5	1.0	23.8
年齢(10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	33.6	28.4	13.2	8.0	16.4	12.8	8.4	9.6	3.6	6.0	12.0	6.4	4.0	3.2	2.4	3.2	4.8	2.8	3.2	2.0	2.0	3.6	3.2	5.6	2.4	3.2	1.6	3.2	2.4	20.4
	女性/20代	(500)	30.4	13.0	12.8	11.8	16.0	12.4	9.2	6.0	7.0	5.8	9.2	6.6	4.2	4.2	4.6	4.8	3.2	2.0	7.4	1.2	2.6	2.2	1.8	3.6	2.6	2.2	1.6	3.6	0.6	17.2
	女性/30代	(500)	20.4	15.8	11.2	12.2	10.2	10.8	7.8	7.4	7.4	6.6	5.6	4.6	3.6	3.0	5.0	4.4	2.8	2.4	2.0	1.2	1.6	2.8	3.0	1.2	1.8	1.4	2.0	1.0	0.6	21.0
	女性/40代	(500)	17.4	12.4	8.4	10.6	6.2	6.2	10.4	8.4	6.8	5.0	4.2	3.4	3.4	3.0	2.2	2.8	2.6	2.6	1.2	2.4	3.4	2.0	1.8	1.2	1.8	1.2	0.4	0.6	1.0	24.6
	女性/50代	(500)	11.4	13.0	9.2	6.6	5.2	7.2	7.6	8.2	7.6	7.6	4.0	5.6	7.6	2.8	2.4	1.8	2.4	3.4	0.8	4.8	0.8	2.2	3.0	0.4	1.2	1.2	1.2	0.4	1.4	32.8
	女性/60-64才	(250)	10.4	14.4	7.6	8.4	4.8	6.4	10.8	13.2	10.4	6.8	2.8	4.0	5.2	4.4	1.2	0.8	1.2	4.4	0.8	4.8	5.2	1.2	0.4	0.4	0.8	2.0	2.8	0.4	0.8	26.8
スキンケア化粧品投資額	年間1万円未満	(712)	21.2	17.7	12.4	4.9	9.1	4.1	3.4	5.6	2.7	5.3	6.9	2.9	2.2	1.4	1.0	1.5	1.5	1.3	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	1.5	0.8	1.3	0.3	0.4	0.7	32.2
	年間1万円～3万円未満	(902)	24.1	16.9	10.4	12.0	11.1	11.9	9.1	8.0	7.0	6.2	6.3	4.4	4.4	2.4	1.7	2.8	2.1	1.7	3.0	2.2	1.2	1.3	1.7	2.3	1.1	1.0	0.7	1.4	0.9	19.4
	年間3万円～6万円未満	(559)	18.6	13.2	9.7	12.7	9.8	12.0	12.5	11.6	9.1	7.7	4.7	7.7	7.2	3.6	5.4	3.2	3.9	3.2	2.5	3.0	2.7	2.9	3.9	1.6	1.8	2.5	2.0	1.8	1.1	20.4
	年間6万円以上	(327)	11.0	8.0	7.3	10.1	6.4	8.6	14.4	9.2	14.1	6.1	6.1	7.0	6.4	9.8	8.6	7.6	5.5	8.6	6.1	7.0	8.9	7.6	4.6	1.8	5.8	3.4	5.5	3.4	2.1	23.9
肌質	脂性肌	(237)	24.1	18.1	11.4	13.1	15.6	7.2	10.5	11.8	6.3	6.8	10.1	8.4	3.4	4.6	1.3	3.4	3.8	1.7	3.4	1.3	3.0	2.1	3.8	2.1	1.3	2.5	0.8	2.5	0.8	18.6
	乾燥肌	(486)	20.4	16.7	9.9	8.8	7.4	12.1	6.8	10.3	9.3	6.0	6.2	4.7	5.3	3.5	3.7	3.5	2.3	3.3	3.9	4.1	2.5	3.1	2.5	1.6	1.2	1.6	2.1	1.4	1.4	22.4
	混合肌	(992)	20.0	14.3	10.1	10.2	11.1	8.7	8.4	7.0	7.1	6.3	6.7	4.9	4.1	2.3	3.9	2.3	3.2	2.5	3.0	2.1	2.2	1.8	2.5	1.8	2.0	1.4	1.2	1.3	0.7	23.7
	敏感肌	(320)	27.2	15.9	14.1	10.9	9.7	15.9	12.8	6.6	5.6	7.2	5.0	4.7	4.1	3.1	2.5	7.8	2.5	3.1	2.8	2.8	2.2	2.8	2.5	2.8	1.6	1.6	1.3	1.9	1.6	22.2
	普通肌	(465)	14.4	13.1	8.6	8.0	5.8	3.9	8.8	8.4	6.7	5.8	3.4	4.3	6.2	4.9	2.6	1.3	2.2	3.2	0.2	2.6	2.6	2.4	0.6	1.5	2.4	2.2	1.9	1.1	1.1	29.5

※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 エリクセル/ エリクセル シュベリエル/エリクセル ルフレ/※2 パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
 ※※3 DEW/DEWホーテ/DEWSホーテ/DEWSホーテEX

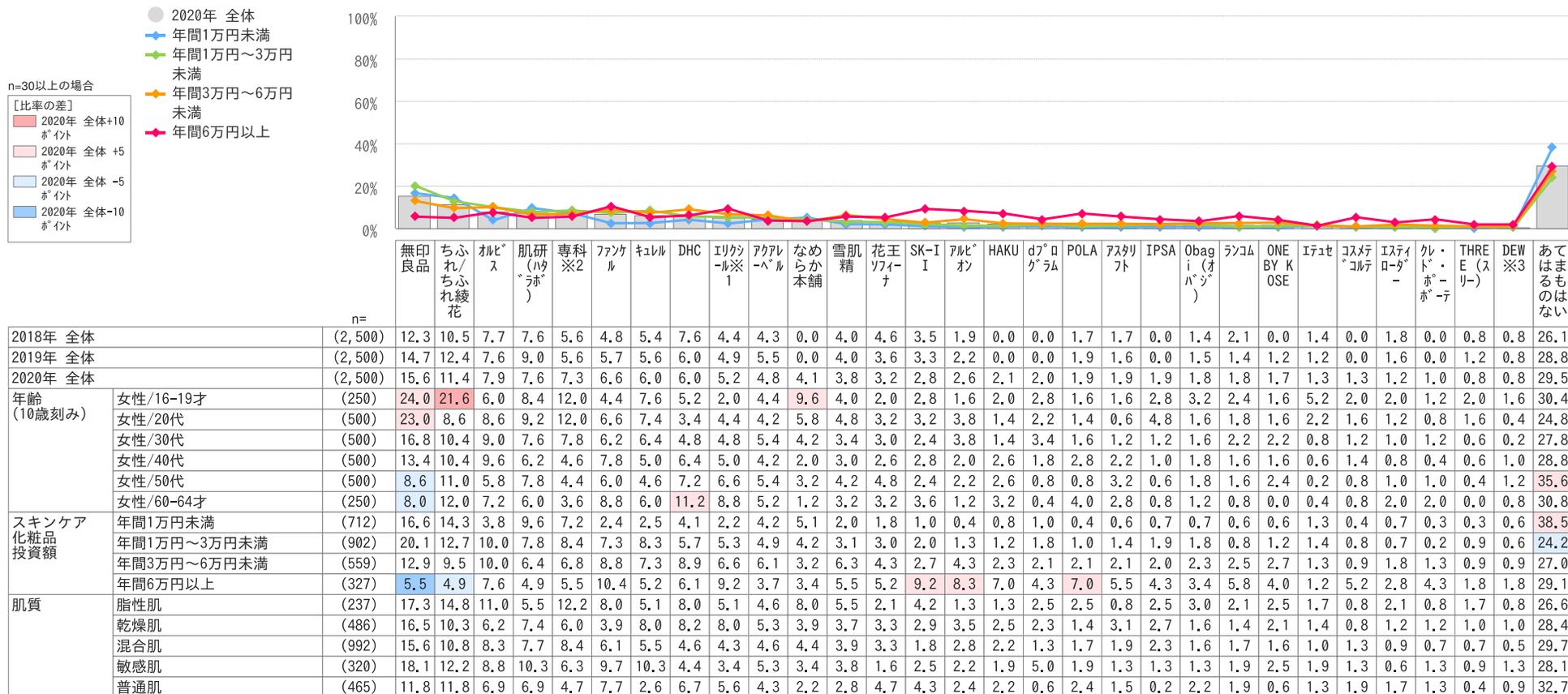
# ブランド別現使用

Q754 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。

※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも）  
現在使っている

MA

※全体ベース



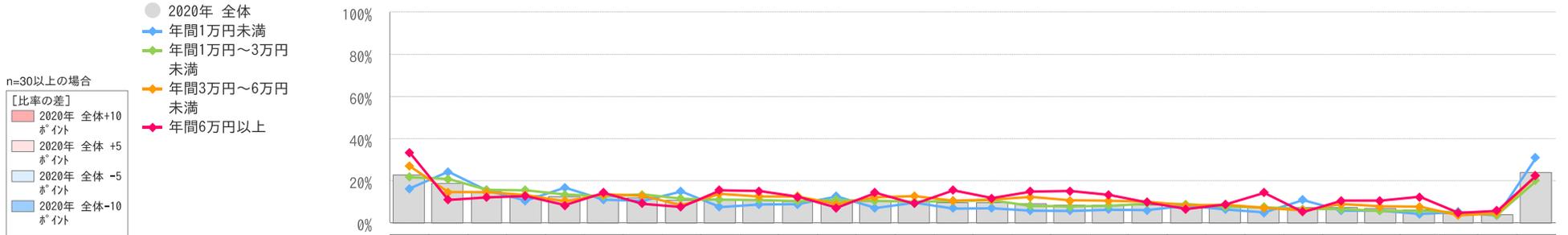
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 エリクセル/ エリクセル シュベリエル/エリクセル ルフレ/※2 ハーフェイト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
 ※※3 DEW/DEWホーテ/DEWSハリア/DEWSハリアEX

# ブランド別使用意向

Q755 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後（も）使いたいブランドを、それぞれお選びください。  
 ※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びいただいて結構です。（それぞれいくつでも）  
 使いたい・使ってみてもよい

MA

※全体ベース



		n=	SK-II	無印良品	雪肌精	ルビス	ちふれ/ちふれ綾花	ファンケル	キュレル	肌研(ハク)	HAKU	エリクセル※1	IPSA	専科※2	Obagi(オバジ)	DHC	アスタフト	THREE(スリ-)	アルビオン	POLA	ランコム	d°ロラム	アクアヘル	花王ソフィーナ	コスメコルテ	なめらか本舗	エステローグ-	ONE BY KOSE	クレ・ド・ポー・ボーテ	エッセ	DEW ※3	あてはまるものはない
2018年 全体		(2,500)	25.5	15.8	15.2	12.6	14.1	11.2	10.2	10.7	0.0	9.5	0.0	9.6	8.2	12.2	9.2	7.5	7.3	8.8	7.1	0.0	7.9	8.9	0.0	0.0	7.4	0.0	0.0	4.2	3.4	20.1
2019年 全体		(2,500)	23.4	17.9	17.0	13.0	14.6	12.8	11.7	12.2	0.0	11.5	0.0	10.9	10.6	11.8	10.0	8.7	8.6	9.3	7.6	0.0	9.3	8.6	0.0	0.0	7.8	5.8	0.0	4.8	4.7	22.6
2020年 全体		(2,500)	22.7	19.0	14.7	13.0	12.8	12.4	11.8	11.1	11.0	11.0	10.5	10.2	10.2	10.2	9.9	9.7	9.1	8.6	8.6	8.4	8.1	7.4	7.4	7.3	7.2	6.6	6.4	4.5	3.9	23.8
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	22.8	30.8	26.0	17.2	22.4	18.8	21.6	18.4	15.6	13.2	19.2	20.0	14.0	16.8	8.8	19.2	11.6	14.8	14.4	14.8	13.2	10.0	13.2	17.6	11.6	10.4	7.6	12.4	8.4	23.2
	女性/20代	(500)	23.8	23.6	16.2	14.4	10.6	12.6	14.4	11.2	12.0	12.4	25.0	13.6	12.2	7.6	5.8	20.6	16.6	10.8	13.4	13.0	8.2	7.2	13.8	9.2	11.0	8.8	10.2	7.2	5.4	21.2
	女性/30代	(500)	26.0	19.6	16.6	15.0	11.6	11.6	11.8	11.8	15.2	11.2	9.2	10.4	11.2	10.2	9.2	9.0	10.8	9.4	8.8	11.2	9.2	6.6	6.8	7.2	6.2	7.2	6.4	4.2	2.8	23.2
	女性/40代	(500)	22.4	17.4	11.8	14.6	11.8	14.4	9.8	7.8	9.2	10.0	5.0	7.2	9.6	9.6	9.8	5.6	6.4	7.6	6.8	5.0	4.6	5.6	6.6	5.8	3.4	3.4	3.6	23.0		
	女性/50代	(500)	20.6	13.6	12.0	8.2	12.2	10.2	9.0	11.0	7.8	9.4	3.0	7.0	8.0	9.8	13.8	3.0	5.2	5.2	5.6	4.0	7.6	8.8	3.8	5.4	5.0	4.8	4.4	1.2	3.2	28.2
女性/60-64才	(250)	18.8	10.8	8.0	8.8	13.6	8.0	6.4	8.8	6.4	10.8	1.6	6.0	6.0	10.8	12.8	1.2	1.2	5.6	2.4	2.0	6.0	5.6	1.6	2.4	5.2	1.2	3.2	0.4	0.8	23.6	
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	16.2	24.2	15.2	10.4	16.6	10.8	10.3	14.7	7.3	8.6	8.7	12.4	6.9	9.4	6.6	6.7	5.6	5.5	6.0	5.9	8.0	6.2	4.8	10.7	5.6	5.6	4.1	4.9	3.2	30.9
	年間1万円～3万円未満	(902)	21.5	20.7	15.5	15.3	13.3	12.5	13.4	11.3	10.9	10.6	10.2	10.6	10.3	9.9	10.2	10.5	7.9	7.6	7.9	9.0	8.8	7.4	7.2	6.4	6.4	5.4	5.5	4.8	3.7	19.7
	年間3万円～6万円未満	(559)	26.8	14.5	14.5	13.1	10.0	13.4	12.7	8.2	13.6	12.3	12.3	8.8	12.0	12.5	10.4	10.9	12.2	10.6	10.4	9.8	8.2	8.4	7.0	5.7	8.8	7.7	7.5	3.4	4.3	22.2
	年間6万円以上	(327)	33.3	10.7	11.9	12.5	8.3	14.1	8.9	7.3	15.3	15.0	12.2	7.0	14.1	8.9	15.3	11.6	14.7	15.0	13.1	9.5	6.4	8.6	14.1	4.9	10.4	10.4	12.2	4.6	5.5	22.3
肌質	脂性肌	(237)	21.9	20.7	15.2	13.9	13.9	15.2	13.9	15.6	11.4	9.7	11.8	13.9	12.7	16.0	7.2	11.4	8.9	8.4	9.3	10.1	9.3	5.9	8.0	11.4	7.6	8.4	6.8	7.6	3.0	23.2
	乾燥肌	(486)	23.3	18.9	14.0	11.5	12.3	10.9	13.0	11.1	12.1	14.8	11.7	8.8	9.5	10.9	11.3	12.3	9.1	8.6	9.1	9.3	9.3	8.8	7.8	9.5	7.4	7.4	8.6	5.8	5.1	22.6
	混合肌	(992)	25.9	20.0	16.8	14.3	13.1	12.6	11.1	11.2	11.9	11.3	12.8	11.4	11.3	9.2	11.0	10.4	9.6	8.9	9.8	8.5	8.4	7.8	7.8	7.4	8.5	7.3	6.4	4.5	3.8	22.3
	敏感肌	(320)	21.6	20.3	14.1	14.4	11.9	15.0	17.2	11.3	10.9	8.1	12.2	10.6	10.9	10.0	8.8	10.6	11.3	10.3	7.2	13.4	9.1	5.6	8.8	5.6	5.6	6.9	6.9	4.7	5.6	23.4
普通肌	(465)	16.6	15.3	11.2	10.5	12.9	10.5	7.1	8.4	8.0	9.0	2.6	7.1	6.9	8.8	8.2	3.9	6.7	7.1	6.2	2.8	5.2	7.3	4.7	3.9	5.4	3.4	3.9	1.3	2.2	28.8	

※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 エリクセル/ エリクセル シェア®リエル/エリクセル ルフレ/※2 ハーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ  
 ※※3 DEW/DEWホーテ/DEWスベリア/DEWスベリアEX

# ブランドイメージ(絶対評価)

Q8 それでは、あなたをご存知のブランドのイメージにあてはまるものをすべてお選びください。ちょっと数が多いですが、お付き合いください！

MTM

※各ブランド認知者ベース

		(%)																						
		感新	勢い	あ時	あ高	安	優機	品	品	あ自	持好	身	お	よ	セン	悪	セン	無	手	ま	ベ	シ	も	あ
		じる	の	った	る級	っ	れた	質	質	った	てる	近	し	い	スの	スの	難	軽	じめ	ー	ン	の	は	この
		る	ない	たに	感の	ぽい	性に	のよい	の悪い	に	が	な	やれ	の	の	な	な	な	な	な	ッ	プル	は	中の
		を											な	な	の	の				な	な	ない	は	ま
																								る
n=																								
n=30以上の場合																								
※横方向に																								
1位																								
2位																								
3位																								
花王ソフィーナ	(1,734)	3.4	1.6	4.2	6.1	3.4	7.4	14.1	1.7	5.1	10.4	17.1	4.5	3.9	1.7	9.3	12.3	4.9	11.6	8.1	20.5			
キュレル	(1,811)	3.3	1.5	4.6	4.2	2.8	16.7	21.8	1.7	7.3	9.5	11.6	2.7	3.4	1.4	7.3	13.0	9.4	10.1	17.3	16.7			
クレ・ド・ポー ボーテ	(1,155)	4.3	2.0	4.0	42.4	1.4	7.7	15.7	1.1	2.2	5.6	2.3	10.6	8.1	1.1	1.6	2.2	2.7	3.0	3.3	21.6			
雪肌精	(1,963)	2.9	1.5	3.7	19.7	1.9	12.5	21.8	1.4	4.4	11.0	10.1	8.7	7.4	1.3	5.8	7.8	6.2	7.3	10.5	17.2			
ONE BY KOSE	(931)	6.8	1.8	5.6	20.8	2.4	12.0	18.8	2.4	3.9	9.7	7.3	7.8	8.3	1.4	3.9	4.7	4.6	6.8	5.9	23.0			
エリクシール*1	(1,623)	4.3	1.8	6.3	22.5	1.1	11.5	18.1	1.6	5.6	11.6	8.7	11.0	9.6	1.6	5.4	4.8	3.9	7.0	4.4	20.0			
専科*2	(1,627)	2.4	1.5	3.9	2.7	8.9	9.6	12.2	1.6	7.3	10.6	21.0	3.1	3.8	1.7	10.1	28.5	5.3	10.8	15.5	15.3			
アクアレーベル	(1,628)	4.1	1.7	4.1	8.3	4.5	6.6	13.5	2.0	4.7	8.5	12.3	6.7	6.4	1.0	6.3	14.1	4.1	7.1	9.3	23.7			
SK-II	(2,021)	3.1	1.8	4.4	56.6	1.1	19.5	28.7	2.0	2.6	10.3	2.7	8.4	8.3	1.7	2.3	1.9	4.8	4.1	4.1	10.2			
POLA	(1,734)	3.5	2.0	3.3	40.0	1.1	11.4	19.1	2.0	2.5	5.6	3.9	7.5	5.7	2.2	3.4	2.9	4.9	5.8	3.8	19.3			
THREE (スリー)	(932)	8.0	1.3	9.3	23.4	1.9	7.1	15.3	1.7	3.5	10.7	3.9	21.9	18.7	2.6	1.9	2.8	3.5	4.0	11.7	20.5			
アスタリフト	(1,467)	8.9	1.2	5.7	22.4	1.4	22.1	19.8	1.4	2.9	6.9	4.4	6.2	6.7	1.6	1.9	2.8	3.5	3.5	3.7	21.3			
コスメデコルテ	(1,095)	3.8	1.5	4.1	30.7	1.5	8.0	15.3	2.0	2.2	8.2	3.1	13.2	9.7	2.0	3.2	3.9	3.6	3.5	3.1	23.8			
アルビオン	(1,321)	4.0	2.0	3.4	22.9	1.9	11.1	18.6	2.0	3.6	8.6	3.1	6.8	6.1	2.1	3.0	2.8	4.0	5.1	5.7	26.1			
エテュセ	(854)	4.4	2.0	4.9	6.3	4.0	6.6	9.0	2.1	4.2	8.4	11.4	10.7	6.3	1.5	4.0	13.0	3.9	6.6	9.1	25.3			
Obagi (オバジ)	(1,418)	5.4	1.3	5.5	23.7	1.5	20.1	20.4	1.0	2.5	5.6	3.1	5.3	4.3	1.3	3.2	2.8	5.2	4.0	5.6	23.9			
オルビス	(1,767)	3.0	1.7	4.1	7.5	3.6	10.3	17.9	1.4	8.7	11.0	12.1	5.0	5.4	1.1	6.8	13.0	6.0	11.7	17.1	18.2			
ちふれ/ちふれ綾花	(1,949)	2.1	1.6	3.7	2.5	16.3	4.7	10.6	2.1	7.4	10.6	22.1	2.6	2.8	1.5	11.7	31.8	8.5	12.9	23.2	12.9			
DHC	(1,951)	2.4	1.6	4.9	5.2	6.2	12.0	15.4	2.1	6.4	8.4	17.9	3.3	3.6	1.7	8.8	20.6	5.6	9.7	12.5	16.0			
なめらか本舗	(1,153)	2.5	1.6	3.3	1.9	14.4	6.5	9.2	2.0	6.5	7.8	20.0	1.6	2.9	2.4	9.3	27.1	4.9	8.6	12.7	18.4			
dプログラム	(1,198)	7.0	1.8	6.3	10.0	1.8	19.1	18.9	1.5	5.8	7.8	5.4	4.6	6.3	1.9	4.4	5.6	5.6	8.0	11.0	22.0			
DEW*3	(619)	7.1	2.4	4.4	16.2	2.6	7.8	13.1	1.6	4.2	6.3	4.5	5.5	6.5	2.1	3.4	3.7	4.5	4.8	4.7	32.1			
肌研 (ハダラボ)	(1,817)	2.8	1.3	3.9	2.1	10.9	8.5	12.9	1.6	6.7	9.1	20.1	2.3	2.5	1.8	9.6	26.6	5.3	11.2	15.1	16.2			
ファンケル	(1,967)	2.7	2.0	4.5	5.2	2.2	12.0	20.8	2.0	5.4	10.4	13.7	3.1	4.0	1.6	7.3	14.8	9.8	11.3	18.2	15.6			
無印良品	(1,961)	3.0	1.3	7.4	2.1	4.5	8.4	16.2	1.9	9.7	14.2	21.9	4.8	6.9	1.4	13.9	25.3	7.6	19.7	39.0	8.6			
エスティローダー	(1,415)	2.6	0.8	3.6	46.8	1.1	7.9	15.1	1.4	1.9	5.9	2.0	12.4	9.8	1.5	2.0	1.9	2.5	3.7	3.1	18.4			
HAKU	(1,527)	6.0	1.3	5.8	28.8	1.2	17.7	20.0	1.8	2.5	7.9	3.6	9.1	8.5	1.4	2.9	2.6	3.9	4.6	8.7	19.6			
IPSA	(1,180)	7.3	1.6	5.3	27.2	1.4	11.2	18.7	1.6	3.6	8.2	2.5	15.9	12.5	1.5	2.8	2.0	3.6	5.3	10.8	21.2			
ランコム	(1,472)	3.3	1.4	3.1	47.5	1.4	7.3	14.3	1.3	2.0	6.5	2.9	14.5	10.8	1.5	1.9	1.8	2.4	2.8	2.9	17.3			

\*1: エリクシール/エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ \*2: 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \*3: DEW/DEWボーテ/DEWスベリア/DEWスベリアEXで聴取

# ブランドイメージ(相対評価)

Q8 それでは、あなたをご存知のブランドのイメージにあてはまるものをすべてお選びください。ちょっと数が多いですが、お付き合いください！

MTM

※各ブランド認知者ベース

n=30以上の場合																						(%)		
[比率の差]		感新	勢	あ時	あ高	安	優機	品	品	あ自	持好	身	お	よ	セ	悪	セ	無	手	ま	ベ	シ	も	あ
		じる	いの	った	る級	っ	れた	質	質	った	てる	近	し	い	ンス	ス	難	軽	じめ	ー	ン	の	あ	
		る	ない	たに	感の	ぽい	たに	の	の	たに	が	な	や	の	の	の	な	な	な	シ	シ	は	て	
		を	い					い	い			な	れ	の	の	の	な	な	め	ッ	ン	は	中	
													な	の	の	の	な	な	な	ク	ブル	な	ま	
													な	の	の	の	な	な	な	な	な	な	る	
													な	の	の	の	な	な	な	な	な	な	る	
n=		4.3	1.6	4.7	19.2	3.7	11.2	16.7	1.7	4.7	8.8	9.5	7.6	6.9	1.6	5.4	10.3	5.0	7.4	10.3	19.5			
平均		4.3	1.6	4.7	19.2	3.7	11.2	16.7	1.7	4.7	8.8	9.5	7.6	6.9	1.6	5.4	10.3	5.0	7.4	10.3	19.5			
花王ソフィーナ	(1,734)	3.4	1.6	4.2	6.1	3.4	7.4	14.1	1.7	5.1	10.4	17.1	4.5	3.9	1.7	9.3	12.3	4.9	11.6	8.1	20.5			
キュレル	(1,811)	3.3	1.5	4.6	4.2	2.8	16.7	21.8	1.7	7.3	9.5	11.6	2.7	3.4	1.4	7.3	13.0	9.4	10.1	17.3	16.7			
クレド・ポー ボーテ	(1,155)	4.3	2.0	4.0	42.4	1.4	7.7	15.7	1.1	2.2	5.6	2.3	10.6	8.1	1.1	1.6	2.2	2.7	3.0	3.3	21.6			
雪肌精	(1,963)	2.9	1.5	3.7	19.7	1.9	12.5	21.8	1.4	4.4	11.0	10.1	8.7	7.4	1.3	5.8	7.8	6.2	7.3	10.5	17.2			
ONE BY KOSE	(931)	6.8	1.8	5.6	20.8	2.4	12.0	18.8	2.4	3.9	9.7	7.3	7.8	8.3	1.4	3.9	4.7	4.6	6.8	5.9	23.0			
エリクシール*1	(1,623)	4.3	1.8	6.3	22.5	1.1	11.5	18.1	1.6	5.6	11.6	8.7	11.0	9.6	1.6	5.4	4.8	3.9	7.0	4.4	20.0			
専科*2	(1,627)	2.4	1.5	3.9	2.7	8.9	9.6	12.2	1.6	7.3	10.6	21.0	3.1	3.8	1.7	10.1	28.5	5.3	10.8	15.5	15.3			
アクアレーベル	(1,628)	4.1	1.7	4.1	8.3	4.5	6.6	13.5	2.0	4.7	8.5	12.3	6.7	6.4	1.0	6.3	14.1	4.1	7.1	9.3	23.7			
SK-II	(2,021)	3.1	1.8	4.4	56.6	1.1	19.5	28.7	2.0	2.6	10.3	2.7	8.4	8.3	1.7	2.3	1.9	4.8	4.1	4.1	10.2			
POLA	(1,734)	3.5	2.0	3.3	40.0	1.1	11.4	19.1	2.0	2.5	5.6	3.9	7.5	5.7	2.2	3.4	2.9	4.9	5.8	3.8	19.3			
THREE (スリー)	(932)	8.0	1.3	9.3	23.4	1.9	7.1	15.3	1.7	3.5	10.7	3.9	21.9	18.7	2.6	1.9	2.8	3.5	4.0	11.7	20.5			
アスタフト	(1,467)	8.9	1.2	5.7	22.4	1.4	22.1	19.8	1.4	2.9	6.9	4.4	6.2	6.7	1.6	1.9	2.8	3.5	3.5	3.7	21.3			
コスメデコルテ	(1,095)	3.8	1.5	4.1	30.7	1.5	8.0	15.3	2.0	2.2	8.2	3.1	13.2	9.7	2.0	3.2	3.9	3.6	3.5	3.1	23.8			
アルピオン	(1,321)	4.0	2.0	3.4	22.9	1.9	11.1	18.6	2.0	3.6	8.6	3.1	6.8	6.1	2.1	3.0	2.8	4.0	5.1	5.7	26.1			
エテュセ	(854)	4.4	2.0	4.9	6.3	4.0	6.6	9.0	2.1	4.2	8.4	11.4	10.7	6.3	1.5	4.0	13.0	3.9	6.6	9.1	25.3			
Obagi (オバジ)	(1,418)	5.4	1.3	5.5	23.7	1.5	20.1	20.4	1.0	2.5	5.6	3.1	5.3	4.3	1.3	3.2	2.8	5.2	4.0	5.6	23.9			
オルビス	(1,767)	3.0	1.7	4.1	7.5	3.6	10.3	17.9	1.4	8.7	11.0	12.1	5.0	5.4	1.1	6.8	13.0	6.0	11.7	17.1	18.2			
ちふれ/ちふれ綾花	(1,949)	2.1	1.6	3.7	2.5	16.3	4.7	10.6	2.1	7.4	10.6	22.1	2.6	2.8	1.5	11.7	31.8	8.5	12.9	23.2	12.9			
DHC	(1,951)	2.4	1.6	4.9	5.2	6.2	12.0	15.4	2.1	6.4	8.4	17.9	3.3	3.6	1.7	8.8	20.6	5.6	9.7	12.5	16.0			
なめらか本舗	(1,153)	2.5	1.6	3.3	1.9	14.4	6.5	9.2	2.0	6.5	7.8	20.0	1.6	2.9	2.4	9.3	27.1	4.9	8.6	12.7	18.4			
dプログラム	(1,198)	7.0	1.8	6.3	10.0	1.8	19.1	18.9	1.5	5.8	7.8	5.4	4.6	6.3	1.9	4.4	5.6	5.6	8.0	11.0	22.0			
DEW*3	(619)	7.1	2.4	4.4	16.2	2.6	7.8	13.1	1.6	4.2	6.3	4.5	5.5	6.5	2.1	3.4	3.7	4.5	4.8	4.7	32.1			
肌研 (ハダラボ)	(1,817)	2.8	1.3	3.9	2.1	10.9	8.5	12.9	1.6	6.7	9.1	20.1	2.3	2.5	1.8	9.6	26.6	5.3	11.2	15.1	16.2			
ファンケル	(1,967)	2.7	2.0	4.5	5.2	2.2	12.0	20.8	2.0	5.4	10.4	13.7	3.1	4.0	1.6	7.3	14.8	9.8	11.3	18.2	15.6			
無印良品	(1,961)	3.0	1.3	7.4	2.1	4.5	8.4	16.2	1.9	9.7	14.2	21.9	4.8	6.9	1.4	13.9	25.3	7.6	19.7	39.0	8.6			
エスティローダー	(1,415)	2.6	0.8	3.6	46.8	1.1	7.9	15.1	1.4	1.9	5.9	2.0	12.4	9.8	1.5	2.0	1.9	2.5	3.7	3.1	18.4			
HAKU	(1,527)	6.0	1.3	5.8	28.8	1.2	17.7	20.0	1.8	2.5	7.9	3.6	9.1	8.5	1.4	2.9	2.6	3.9	4.6	8.7	19.6			
IPSA	(1,180)	7.3	1.6	5.3	27.2	1.4	11.2	18.7	1.6	3.6	8.2	2.5	15.9	12.5	1.5	2.8	2.0	3.6	5.3	10.8	21.2			
ランコム	(1,472)	3.3	1.4	3.1	47.5	1.4	7.3	14.3	1.3	2.0	6.5	2.9	14.5	10.8	1.5	1.9	1.8	2.4	2.8	2.9	17.3			

\*1: エリクシール/エリクシール シュベリール/エリクシール ルフレ \*2: 専科 (パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ) \*3: DEW/DEWポーテ/DEWスベリア/DEWスベリアEXで聴取

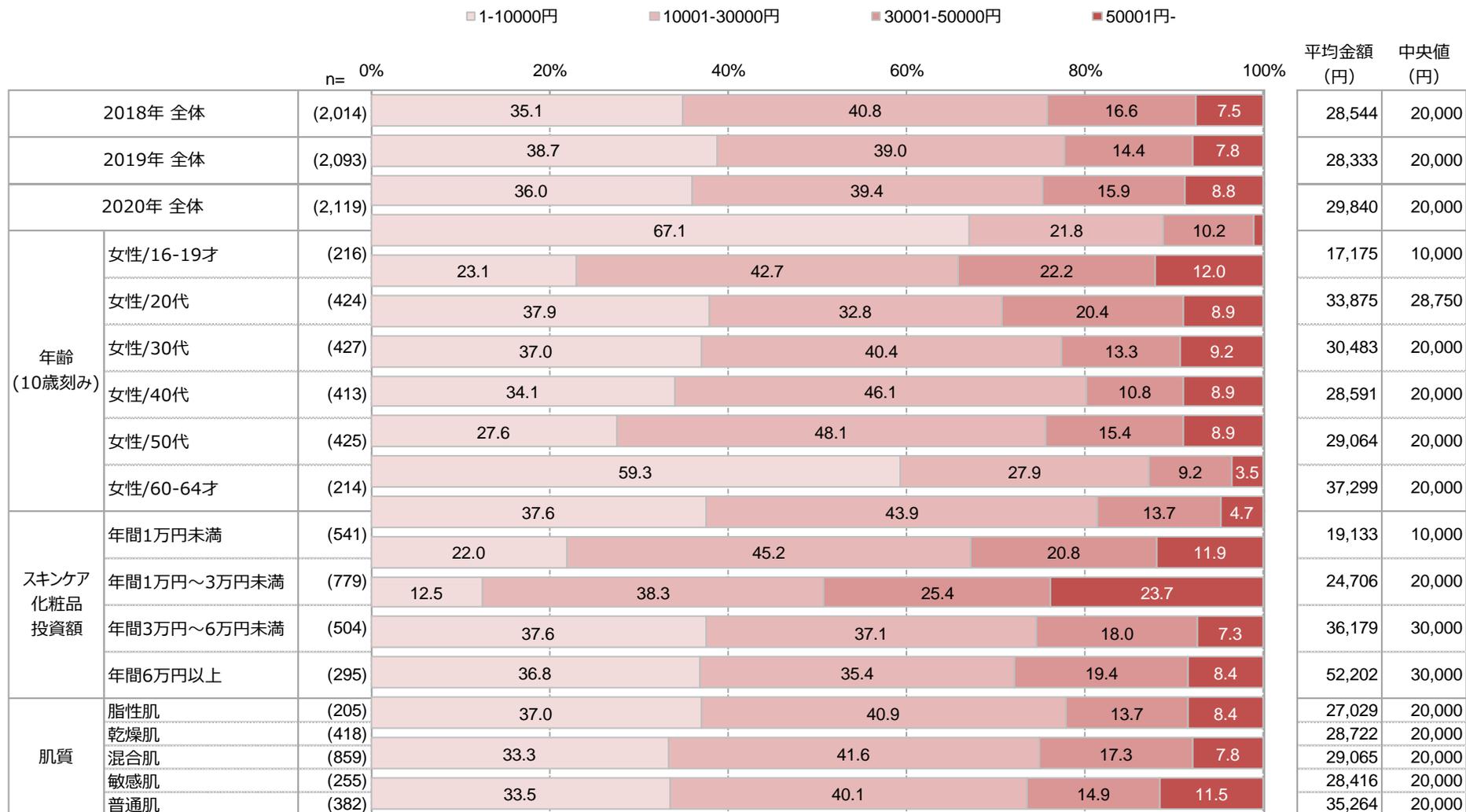
## 5. ライフスタイル・考え方・行動

# 可処分所得

Q14 1ヶ月に、あなたご自身のために「自由に使えるお金」はございますか。「自由に使えるお金」がある場合は、金額をご記入ください。

SA

※自由に使えるお金がある方ベース



# 1ヶ月の可処分所得の使い道

Q15 あなたが1ヶ月に自由に使えるお金全体を100としたとき、どのようなことにどのくらい使っていますか。  
すべての項目の合計が100になるように、それぞれの項目について、0から100までの数字をご記入ください。

RAT

※自由に使えるお金がある方ベース

■ 外食費 ■ 旅行・レジャー費 ■ 趣味・習いごと ■ 化粧品 ■ 美容費 ■ 癒し・リラクゼーション ■ 服飾費 ■ 雑誌・書籍 ■ 貯蓄 ■ その他

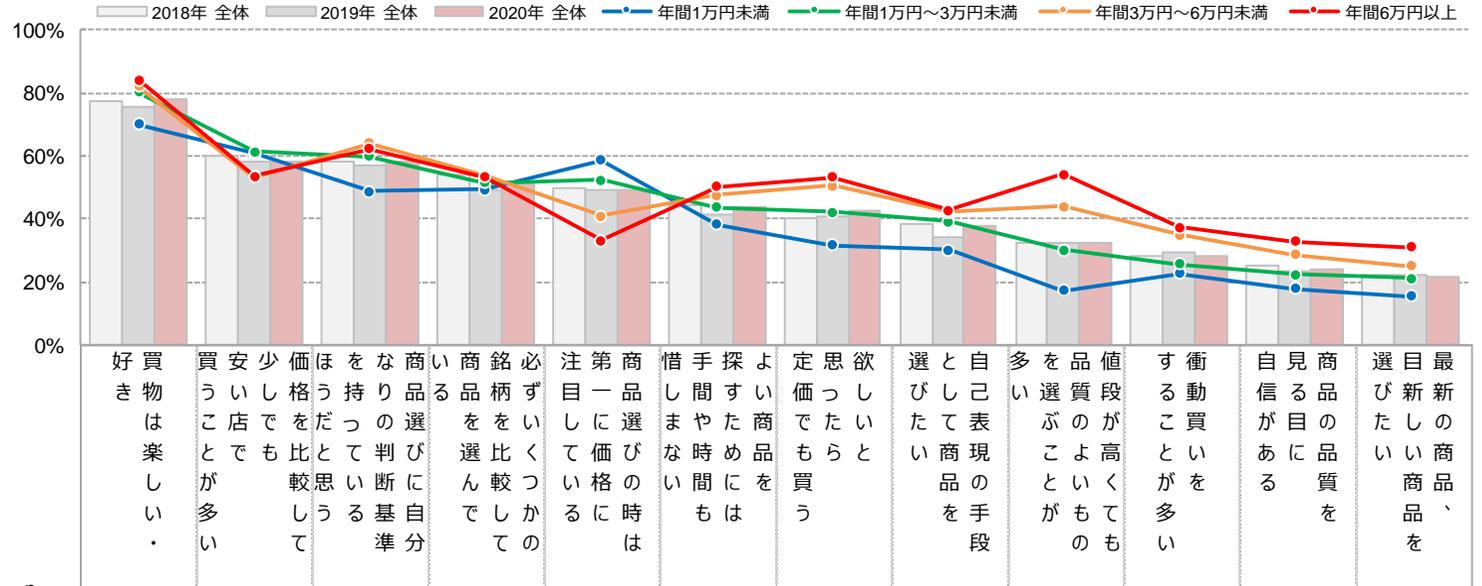


# 買い物の仕方・商品の選び方 (TOP2)

Q16 ふだんのお買い物やライフスタイルについて、あなたの考えをお知らせください。(それぞれひとつだけ)  
TOP2

MTS

※全体ベース



n=30以上の場合  
※全体=2020年 全体

[比率の差]

- 全体 +10%ポイント
- 全体 +5%ポイント
- 全体 -5%ポイント
- 全体 -10%ポイント

		n=	好 き 物 は 楽 し い ・	買 う こ と が 多 い	安 い 店 も あ る	少 し 高 い 店 も あ る	価 値 が あ る	ほ う だ い し う	を 持 つ と 思 う	な り 判 断 基 準	商 品 の 選 び か ら い	商 品 を 選 ぶ 時 は	銘 柄 を 選 ぶ か ら い	必 ず し て 選 ぶ 時 は	注 目 の 一 品 を 選 ぶ 時 は	第 一 選 び の 時 は	商 品 の 選 び の 時 は	借 手 間 を ま よ め る 時 は	探 す た め に 選 ぶ 時 は	よ い 商 品 を 選 ぶ 時 は	定 価 で 買 う 時 は	思 っ た と お り の 時 は	欲 し い と 思 う 時 は	選 び た い 商 品 を 選 ぶ 時 は	と し て 現 在 の 手 段 を 選 ぶ 時 は	多 く 選 ぶ 商 品 の 手 段 を 選 ぶ 時 は	品 質 が よ い と 思 う 時 は	値 段 が 高 い と 思 う 時 は	衝 動 的 に 買 い た い 時 は	自 ら 選 ぶ 商 品 を 選 ぶ 時 は	見 る に あ る 商 品 を 選 ぶ 時 は	商 品 の 質 を 選 ぶ 時 は	選 び た い 商 品 を 選 ぶ 時 は	最 新 の 商 品 を 選 ぶ 時 は
2018年 全体		(2,500)	77.3	60.0	58.0	54.2	49.9	44.5	40.0	38.5	32.6	28.0	25.5	22.3																				
2019年 全体		(2,500)	75.8	58.4	56.8	49.1	49.3	41.5	41.0	34.0	32.4	29.4	23.1	22.4																				
2020年 全体		(2,500)	78.2	58.4	58.0	51.6	49.0	43.8	42.5	37.8	32.7	28.4	23.9	21.8																				
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	81.6	69.6	67.6	60.4	67.6	59.6	55.6	51.6	37.6	40.0	25.2	30.0																				
	女性/20代	(500)	84.0	64.8	64.4	59.8	58.8	53.6	48.6	44.2	35.8	34.6	25.8	30.0																				
	女性/30代	(500)	79.4	61.8	56.2	50.0	49.6	41.0	41.4	36.2	32.6	29.6	22.8	22.8																				
	女性/40代	(500)	76.6	52.4	54.6	49.2	42.8	40.8	36.6	34.0	32.8	24.6	26.2	18.0																				
	女性/50代	(500)	73.0	53.4	53.8	44.8	40.6	35.8	38.2	32.4	26.4	23.8	21.8	17.0																				
	女性/60-64才	(250)	74.8	49.2	54.4	47.6	38.8	36.0	40.0	32.4	34.0	19.2	20.8	12.4																				
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	70.1	60.8	48.9	49.3	58.6	38.2	31.6	30.1	17.3	22.6	18.0	15.6																				
	年間1万円~3万円未満	(902)	80.2	61.3	59.9	51.3	52.2	43.6	42.2	39.2	30.0	25.7	22.4	21.3																				
	年間3万円~6万円未満	(559)	82.1	53.3	64.0	53.8	41.0	47.6	50.6	42.2	44.0	35.1	28.8	25.0																				
	年間6万円以上	(327)	84.1	53.5	62.4	53.2	33.0	50.2	53.2	42.8	54.1	37.3	32.7	31.2																				
肌質	脂性肌	(237)	79.7	62.4	64.1	60.3	61.6	49.8	49.8	42.6	31.2	36.3	23.6	24.9																				
	乾燥肌	(486)	79.8	57.8	55.6	53.1	48.1	40.9	42.8	38.3	33.5	28.2	24.7	24.1																				
	混合肌	(992)	81.0	61.4	59.7	52.8	51.8	46.9	44.4	40.8	33.3	30.8	23.8	22.5																				
	敏感肌	(320)	80.9	60.3	63.4	52.2	49.7	50.0	44.1	38.1	36.9	29.4	25.6	25.0																				
	普通肌	(465)	68.0	49.0	50.1	42.4	37.0	32.9	33.5	28.0	28.4	18.9	22.4	14.2																				

※スコアはTOP2 (「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」)

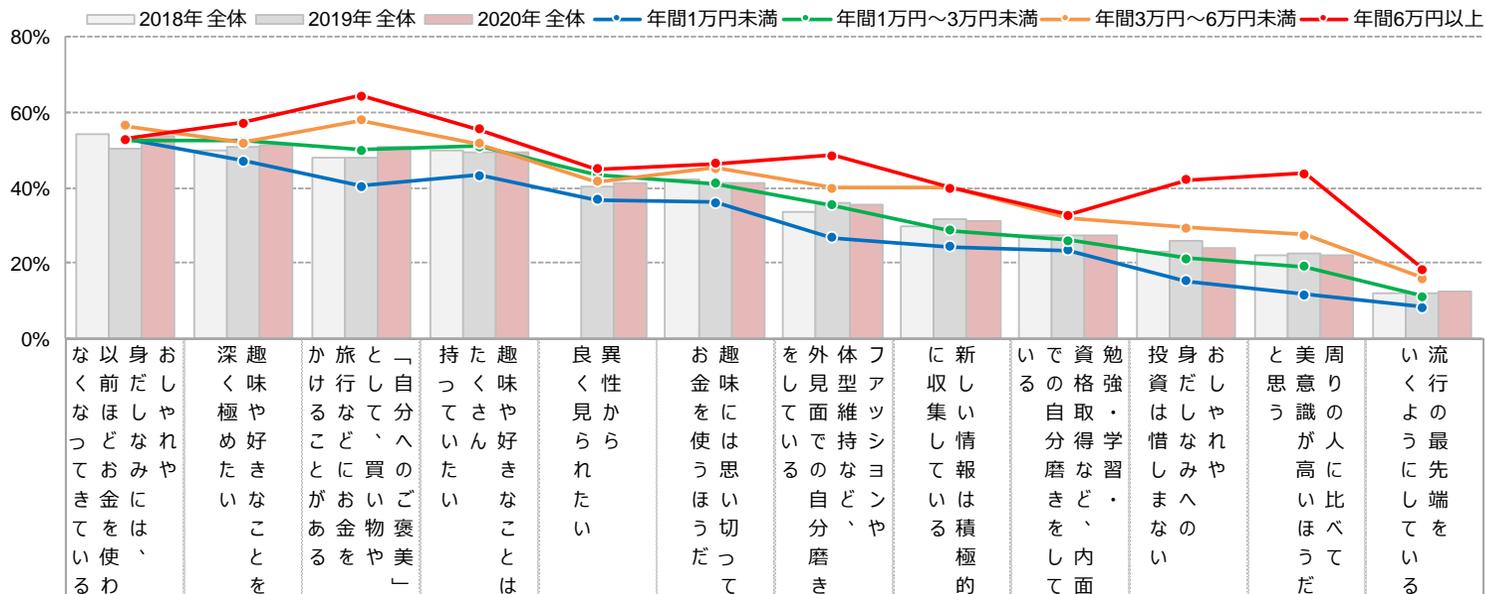
※「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# ライフスタイル (TOP2)

Q16 くだんのお買い物やライフスタイルについて、あなたの考えをお知らせください。(それぞれひとつだけ)  
TOP2

MTS

※全体ベース



n=30以上の場合  
※全体=2020年 全体

[比率の差]

全体 +10% 以上
全体 +5% 以上
全体 -5% 以上
全体 -10% 以上

		n=	なく前ほどお金の使い方	身だしなみに気を配る	趣味や好きなことを	旅行などにお金をかける	と自分への投資	持ったままのものを捨てる	興味や好きなものは見たい	異性から好まれる	お金の使い方が大切	趣味や好きなものは見たい	外見を磨く	ファッションを磨く	新しい情報を探る	資格取得や学習	投資は慎重	おしゃれなものはほしい	周りの人が高い	流行の最先端
2018年 全体		(2,500)	54.2	49.9	47.8	49.8	42.1	33.8	29.9	27.3	23.2	22.3	12.2							
2019年 全体		(2,500)	50.5	51.0	48.2	49.4	40.5	41.4	35.9	31.9	27.3	25.8	22.7	12.1						
2020年 全体		(2,500)	53.6	51.4	51.0	49.6	41.4	41.4	35.7	31.4	27.6	24.1	22.1	12.4						
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	22.0	75.6	62.8	68.4	66.4	62.4	53.6	49.2	46.0	46.8	29.2	21.6						
	女性/20代	(500)	47.8	62.6	64.6	58.2	61.4	53.2	48.2	44.6	35.8	33.8	28.2	19.4						
	女性/30代	(500)	62.4	48.2	52.6	49.2	46.8	40.6	33.4	27.6	23.8	20.8	20.6	11.8						
	女性/40代	(500)	60.6	45.6	44.6	43.0	32.6	35.2	33.4	23.2	20.0	19.4	20.4	8.4						
	女性/50代	(500)	58.8	43.8	41.4	40.6	24.4	32.2	25.6	25.4	23.2	16.2	17.0	7.8						
	女性/60-64才	(250)	55.2	38.4	40.8	45.6	17.6	28.8	22.0	23.6	24.0	14.0	19.6	7.2						
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	52.9	47.2	40.4	43.3	36.8	36.2	26.7	24.3	23.5	15.3	11.7	8.3						
	年間1万円~3万円未満	(902)	52.7	52.4	50.1	51.1	43.7	41.1	35.4	28.7	26.2	21.3	19.2	11.2						
	年間3万円~6万円未満	(559)	56.5	51.9	58.0	51.7	41.7	45.3	40.1	39.9	32.0	29.3	27.5	15.9						
	年間6万円以上	(327)	52.9	57.2	64.5	55.7	45.0	46.5	48.6	40.1	32.7	42.2	43.7	18.3						
肌質	脂性肌	(237)	43.5	60.8	61.2	59.1	52.7	51.9	43.9	38.8	33.3	30.4	24.1	14.8						
	乾燥肌	(486)	54.1	50.0	49.0	48.6	42.8	41.2	38.5	34.6	28.4	28.6	27.8	15.8						
	混合肌	(992)	56.4	52.2	53.8	51.2	43.6	42.1	35.8	30.8	26.8	22.8	20.2	11.9						
	敏感肌	(320)	55.0	56.9	54.7	50.3	44.7	43.8	38.1	34.4	31.6	25.9	25.6	13.8						
	普通肌	(465)	51.6	42.8	39.4	41.9	27.3	32.9	26.7	23.7	22.6	17.8	17.0	7.5						

※スコアはTOP2 (「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」) ※斜線部分は非聴取項目

※「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# 場面別の美容行動

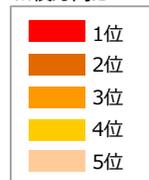
Q17 あなたは、以下の場面において、どのようなアイテムを使ったり、どのような行動をしていますか。あてはまるものをすべてお選びください。

MTM

※全体ベース

n=30以上の場合

※横方向に



	n=	長 眠 に 取 る	睡 眠 を 普 段 よ り も	を 使 う	シ ー ト マ ス ク ・ パ ツ ク	食 事 を 摂 る	肌 や 健 康 に 良 さ そ う な	メ ン ト ・ リ ン ク ・ サ プ リ	美 容 ド リ ン ク ・ サ プ リ	湯 船 に つ か る	美 容 茶 ・ 健 康 茶 を 飲 む	す る	セ ル フ マ ッ サ ー ジ を	使 う	美 容 器 具 ・ 美 容 家 電 を	行 く	エ ス テ ・ マ ッ サ ー ジ に	シ ャ ワ ー を 浴 び る	ネ イ ル サ ロ ン に 行 く	セ ル フ ネ イ ル を す る	ま つ 毛 エ ク ス テ に 行 く	ま つ 毛 パ ー マ に 行 く	そ の 他	こ の と き は し な い / 特 に 行 動 は し な い
なんとなくお肌の調子が悪いとき	(2,500)	31.6	23.1	21.5	16.4	14.0	6.9	3.8	3.5	3.3	2.6	0.8	0.6	0.4	0.4	0.2	0.2	0.5	27.2					
ニキビや吹き出物ができたとき	(2,500)	25.2	10.5	23.0	13.6	8.3	6.2	1.8	1.6	1.8	3.8	0.6	0.5	0.3	0.4	0.3	0.4	3.3	38.6					
リラックスしたいとき	(2,500)	28.8	7.0	5.4	2.0	46.5	6.8	4.6	1.4	8.6	8.2	1.3	1.4	0.8	0.6	2.6	0.3	2.0	21.0					
気を晴らしたい/ リフレッシュしたいとき	(2,500)	17.4	6.4	7.6	2.8	23.5	4.9	3.9	1.4	7.0	13.5	2.7	3.2	1.9	1.6	15.0	1.3	4.6	29.2					
疲れているとき	(2,500)	53.8	3.4	11.5	9.6	42.3	5.6	5.7	0.7	6.7	7.6	0.9	0.7	0.4	0.5	0.6	0.4	1.3	14.2					
1日の締めをしたいとき	(2,500)	12.6	6.9	3.8	3.3	32.9	3.7	4.2	1.6	1.9	13.2	0.7	0.6	0.5	1.2	0.2	0.2	1.2	35.6					
さっぱり/すっきりしたいとき	(2,500)	12.9	5.4	4.2	2.4	31.5	4.3	3.7	1.3	4.0	37.6	1.0	0.5	0.3	1.2	10.2	0.5	1.2	20.6					
頑張りたいとき	(2,500)	19.6	6.9	11.9	13.7	11.1	5.0	2.8	2.0	3.3	5.4	2.2	2.4	1.4	2.2	4.7	0.9	1.9	39.0					
自分をいたわりたいとき/ 癒されたいとき	(2,500)	33.4	11.4	12.1	6.7	33.9	5.9	6.8	2.2	12.6	6.3	1.9	1.4	1.0	2.1	6.3	1.0	2.1	22.6					

※「なんとなくお肌の調子が悪いとき」のスコアで降順ソート

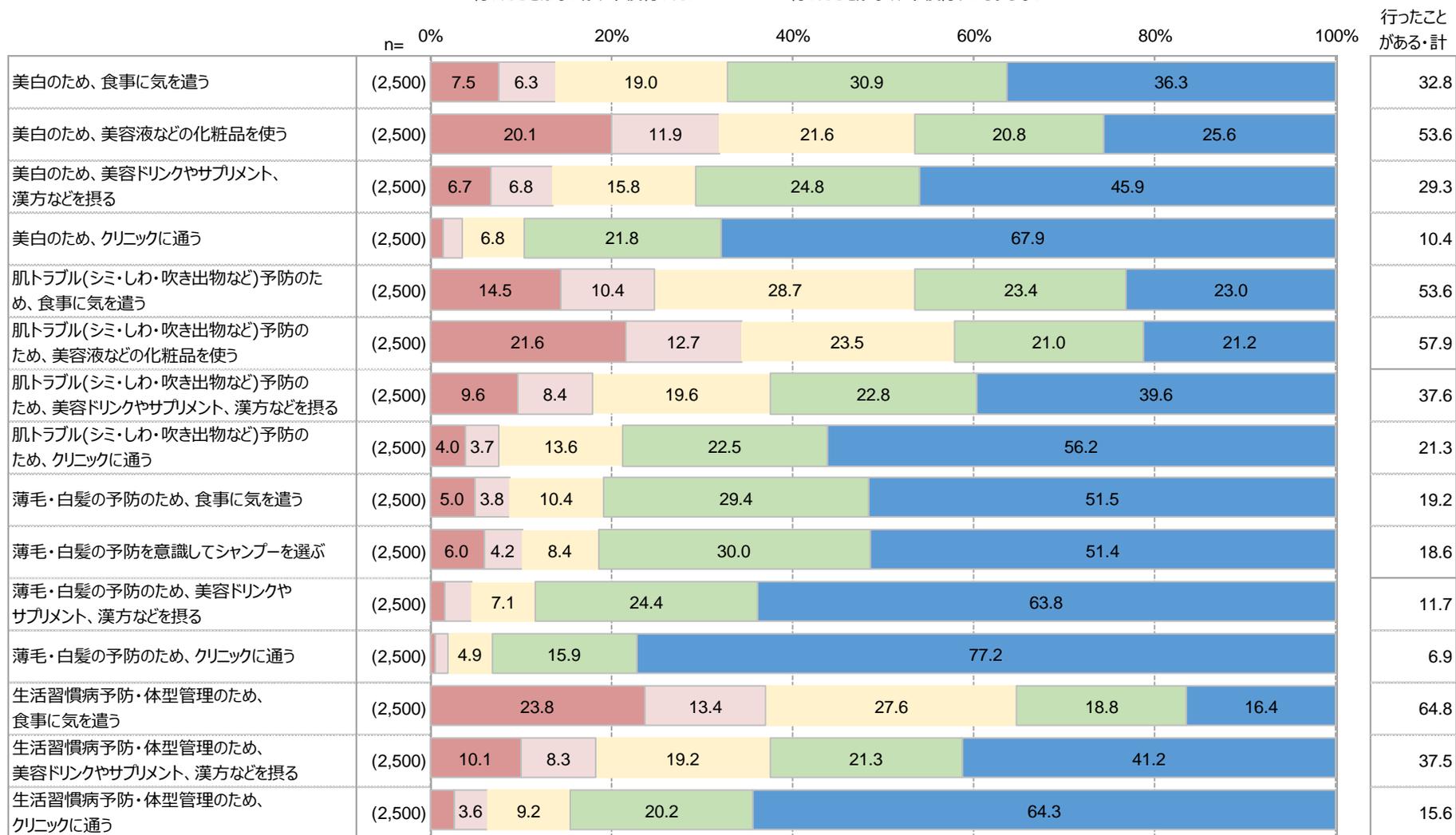
# 予防・事前対処に関する行動

Q18 あなたは美容に関して、以下のことを行いますか。最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

MTS

※全体ベース

■ 習慣的に行っている(1年間以上) ■ 習慣的に行っている(1年間未満) ■ 気になった時のみ行う  
 ■ 行ったことはないが、今後行いたい ■ 行ったことがなく、今後行うつもりもない



※行ったことがある・計(「習慣的に行っている(1年以上)」+「習慣的に行っている(1年未満)」+「気になった時のみ行う」)

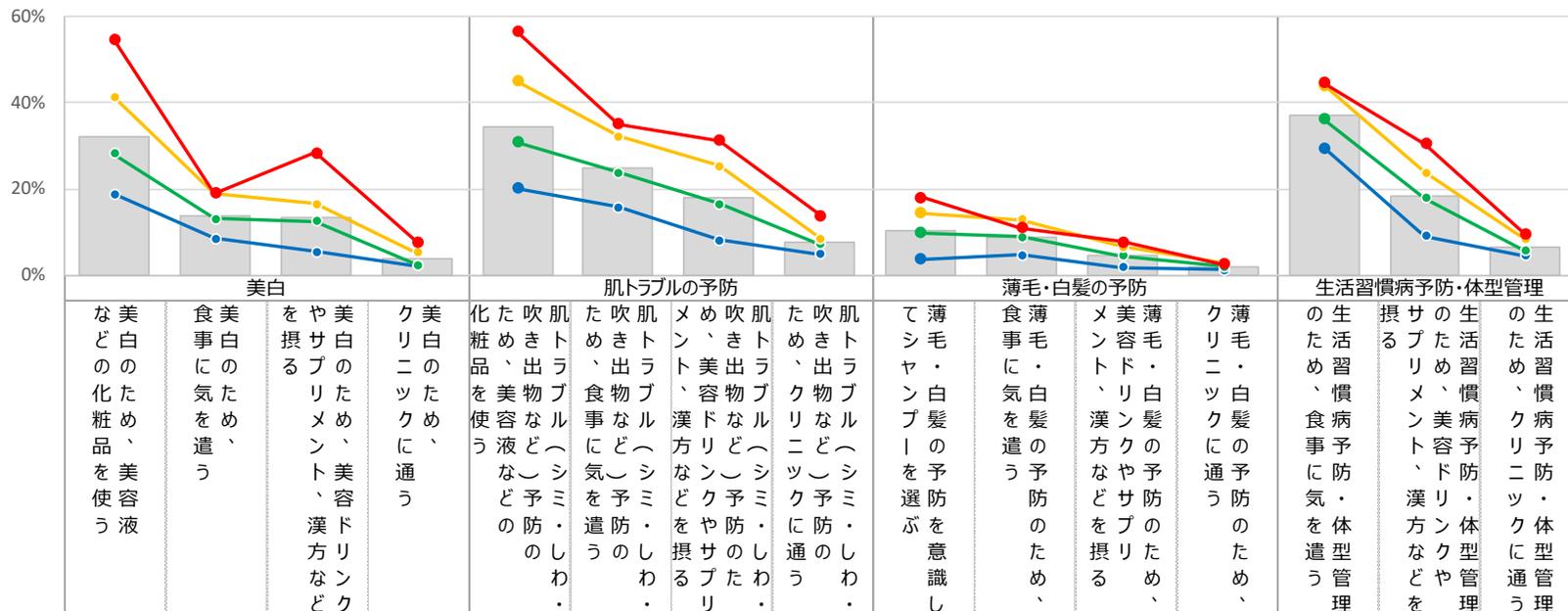
# 予防・事前対処に関する行動【習慣的に行っている・計】

Q18 あなたは美容に関して、以下のことを行いますか。最もあてはまるものをひとつずつお選びください。

MTS

※全体ベース

■ 2020年 全体    ● 年間1万円未満    ● 年間1万円～3万円未満    ● 年間3万円～6万円未満    ● 年間6万円以上



n=30以上の場合  
※全体=2020年 全体

[比率の差]  
■ 全体 +10%ポイント  
■ 全体 +5%ポイント  
■ 全体 -5%ポイント  
■ 全体 -10%ポイント

		n=	2020年 全体	美白	美白	美白	美白	肌トラブルの予防	肌トラブルの予防	肌トラブルの予防	肌トラブルの予防	肌トラブルの予防	薄毛・白髪の予防	薄毛・白髪の予防	薄毛・白髪の予防	薄毛・白髪の予防	生活習慣病予防・体型管理	生活習慣病予防・体型管理	生活習慣病予防・体型管理	生活習慣病予防・体型管理	生活習慣病予防・体型管理
	2020年 全体	(2,500)	32.0	13.8	13.5	3.6	34.4	24.9	18.0	7.7	10.2	8.8	4.6	2.0	37.2	18.4	6.3				
年齢 (10歳刻み)	女性/16-19才	(250)	37.6	18.4	12.4	4.0	45.6	32.8	16.4	16.0	6.0	3.2	2.8	3.2	36.8	12.4	6.8				
	女性/20代	(500)	33.6	15.0	13.8	4.6	38.8	30.8	22.6	12.2	4.4	3.6	3.4	2.2	36.6	16.4	5.4				
	女性/30代	(500)	31.4	13.2	15.4	3.8	33.4	23.8	20.2	8.0	7.0	8.4	4.6	1.2	31.0	21.2	6.4				
	女性/40代	(500)	31.6	11.4	13.0	3.2	28.4	20.0	15.2	3.4	11.0	11.0	4.8	1.2	35.2	18.4	5.0				
	女性/50代	(500)	29.8	12.6	12.4	3.0	32.0	21.8	16.4	4.2	14.0	12.4	6.2	2.4	39.4	18.4	5.8				
	女性/60-64才	(250)	29.2	15.6	13.2	2.8	32.8	23.2	15.2	5.2	22.8	14.0	5.2	2.8	50.4	22.4	11.2				
スキンケア 化粧品 投資額	年間1万円未満	(712)	18.8	8.4	5.5	2.1	20.1	15.7	8.1	4.9	3.7	4.6	1.8	1.1	29.5	9.1	4.4				
	年間1万円～3万円未満	(902)	28.2	13.1	12.5	2.3	30.9	23.8	16.5	7.2	9.8	8.8	4.4	2.0	36.3	17.8	5.5				
	年間3万円～6万円未満	(559)	41.5	19.0	16.5	5.2	45.1	32.2	25.4	8.4	14.5	12.9	6.6	2.9	44.0	23.8	8.2				
	年間6万円以上	(327)	54.7	19.0	28.4	7.6	56.6	35.2	31.2	13.8	18.0	11.0	7.6	2.4	44.6	30.6	9.5				
肌質	脂性肌	(237)	31.2	16.0	13.1	5.1	39.2	31.2	21.1	11.4	11.0	8.9	4.6	3.8	38.4	20.3	7.2				
	乾燥肌	(486)	31.7	15.6	15.6	5.1	36.2	29.2	21.0	8.6	12.1	11.9	6.6	2.9	39.3	21.8	8.8				
	混合肌	(992)	35.6	12.7	13.1	3.1	34.6	22.0	17.3	7.1	9.5	8.4	4.9	1.7	37.1	17.5	5.4				
	敏感肌	(320)	27.8	13.1	14.4	3.8	37.2	31.3	20.9	12.8	7.8	6.9	2.8	1.3	35.3	17.2	5.6				
	普通肌	(465)	27.7	13.8	11.6	2.2	27.5	18.9	12.9	2.6	10.8	7.7	3.0	1.3	35.7	16.3	5.6				

※スコアは習慣的に行っている・計（「習慣的に行っている(1年間以上)」+「習慣的に行っている(1年間未満)」）

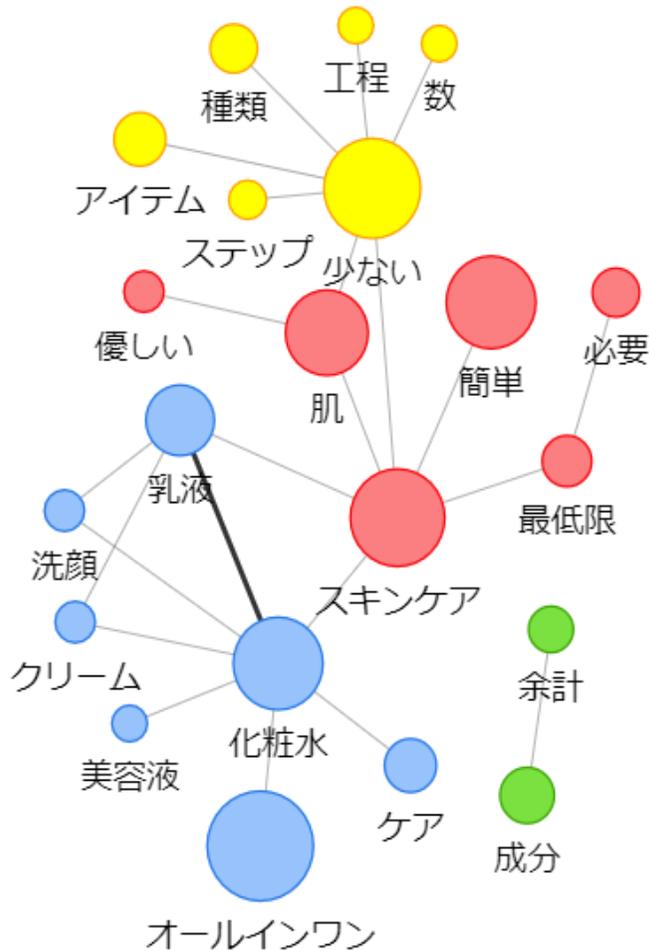
※カテゴリごとに「2020年 全体」のスコアで降順ソート

# 「シンプルスキンケア」と聞いて思い浮かべること

Q9 あなたは、「シンプルスキンケア」と聞いて、どのようなことを思い浮かべますか。

FA

※全員回答



## オールインワン

- ✓ オールインワンなど、一本だけでしっかりとスキンケアができるものだというイメージがあらはれます。またパック一枚で化粧水、保湿ができるものも、シンプルスキンケアのイメージがあります。(26歳,年間6万円以上)
- ✓ オールインワン化粧品など、スキンケアの過程が少ないもの。美容液などのプラスワンのステップがいないもの。朝は化粧水と乳液、夜は化粧水と乳液の代わりに保湿クリームですむくらいのスキンケア。(42歳,年間3万円～6万円未満)
- ✓ オールインワン化粧水や、化粧水と乳液だけなど少ない商品で手間をかけずにスキンケアすること。(31歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ オールインワン、化粧水と乳液だけで済ませるスキンケア(19歳,年間1万円未満)
- ✓ オールインワンの様な一つのアイテムで簡単にスキンケアをすませることができる。(51歳,年間1万円～3万円未満)

## 肌に優しいスキンケア

- ✓ 添加物がない、無駄なものが入っていない化粧品を使うこと、基礎的なスキンケア。(34歳,年間3万円～6万円未満)
- ✓ 天然成分を使用した商品で、肌に優しいケアをすること。。また、少ないアイテムで肌をケアすることによって肌本来の美しさを引き出すこと。(23歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ 無添加無香料で肌に優しい成分でつくられたもの、種類が少なくお手入れが簡単。(55歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ 手軽で簡単につけることができそう。数少なくて、化粧水がすむ。余計な油をつけないでよく、はだに良さそうである。肌トラブルがあまりおきなさそうである。好感がもてる。(48歳,年間6万円以上)
- ✓ 肌に負担が少なく、手順も簡単なスキンケア(57歳,年間1万円～3万円未満)

## 少ないアイテム

- ✓ 使用するアイテムが少なく済むスキンケア。洗顔・化粧水・乳液などの保湿アイテムやオールインワンジェルなどが浮かぶ(52歳,年間1万円未満)
- ✓ 化粧水、乳液、美容液くらいで肌の手入れをするような化粧品の数が少ないケアを思い浮かべます。(53歳,年間6万円以上)
- ✓ 化粧水、乳液など種類が少なくたくさんつかう必要がない。(39歳,年間3万円～6万円未満)
- ✓ 色々なものを塗らずに、少ないスキンケアで肌を整える。無駄なことをしない。無添加(23歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ スキンケアの工程が少ない。香料や鉱物が少なく、天然の成分が主原料の化粧品。(49歳,年間3万円～6万円未満)

## 余計な成分が入っていない

- ✓ 肌にとってわかりやすいケア、次から次と肌の為とめっても、肌が訳が分からなくなるので、その肌にその時に合った、必要がある成分だけを与えてあげるケア(61歳,年間1万円未満)
- ✓ 無添加で余計な成分、香料がはいっていない。肌につける量やステップが短くて簡単(47歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ 余計な成分が入っていないくて、洗顔、化粧水、乳液のみでスキンケアを終わらせること。(24歳,年間3万円～6万円未満)
- ✓ スキンケア用品に余計な成分や香料が入っていない事。肌につけるものの種類が少ないこと。(28歳,年間1万円～3万円未満)
- ✓ 余計な成分が入っていないスキンケア商品でステップが少ない(32歳,年間6万円以上)

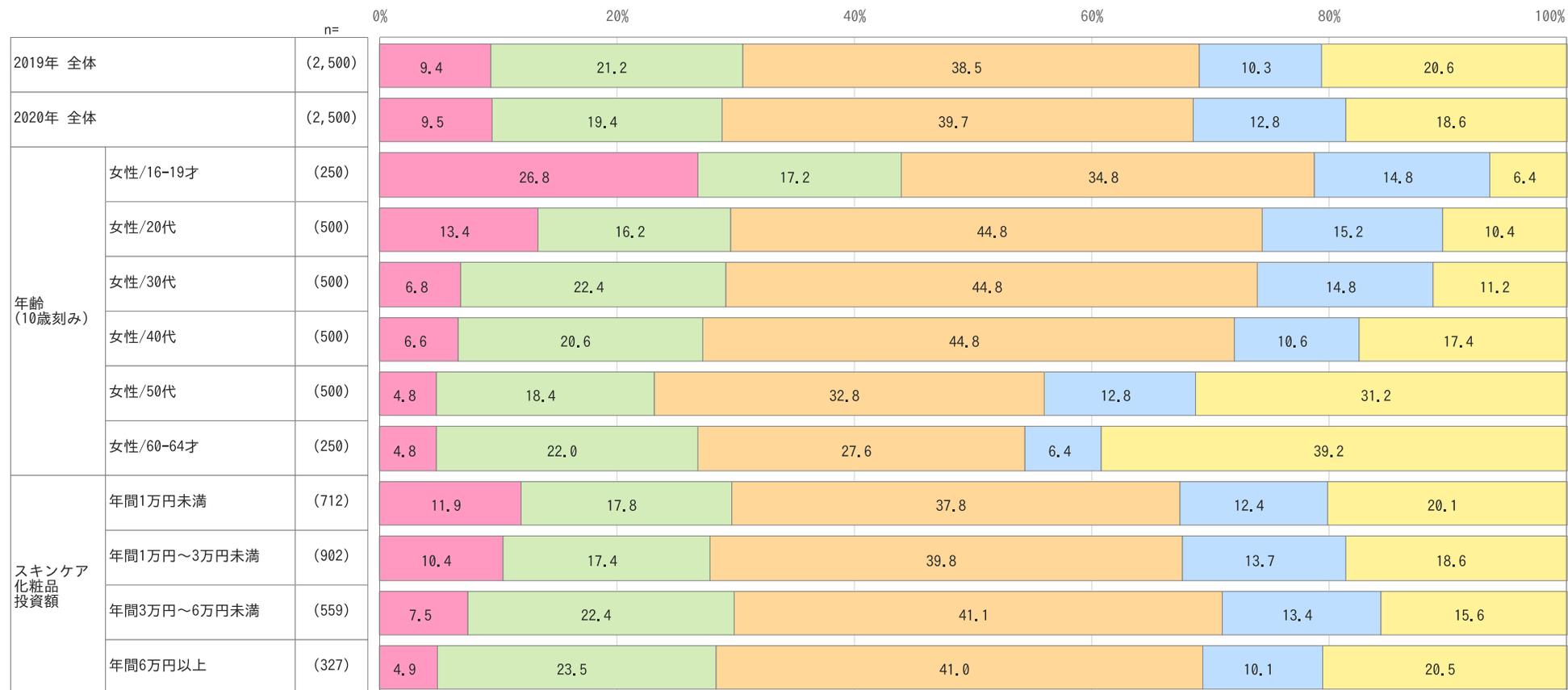
# 現在の肌質

Q19 あなたの肌質に最もあてはまるものを以下より1つお選びください。

SA

※全体ベース

- 脂性肌 (べたつきやテカリが気になる)
- 乾燥肌 (カサつきが気になる)
- 混合肌 (カサつきもべたつきも気になる)
- 敏感肌 (皮膚トラブルを起こしやすい)
- 普通肌



## 6. 新型コロナウイルス流行の影響

# (参考)外出時間の变化

Q26 あなたは、コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)、それ以前と比較して外出時間はどのように変化しましたか。最もあてはまるものをひとつお選びください。

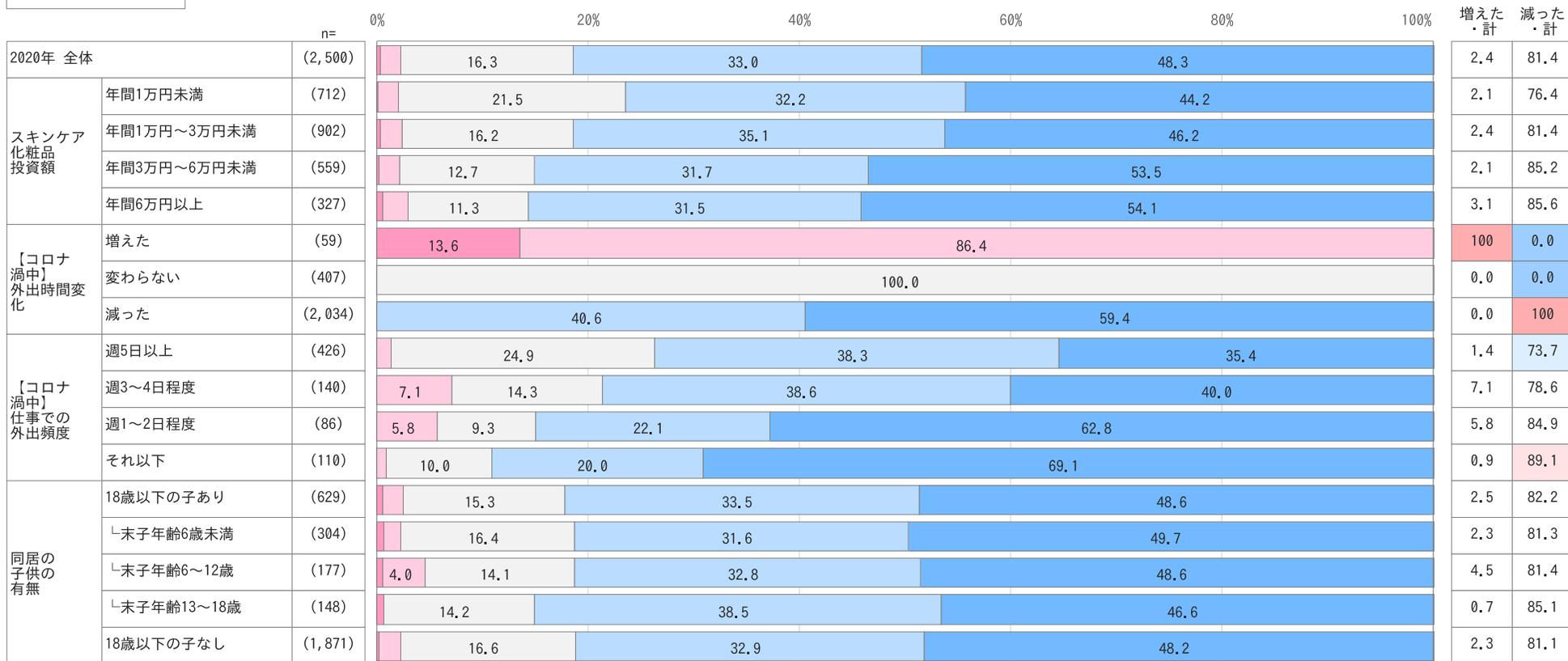
SA

※全体ベース

n=30以上の場合

[比率の差]	
2020年 全体+10% <sup>※</sup> イト	
2020年 全体 +5% <sup>※</sup> イト	
2020年 全体 -5% <sup>※</sup> イト	
2020年 全体-10% <sup>※</sup> イト	

- 大幅に増えた
- やや増えた
- 変わらない
- やや減った
- 大幅に減った



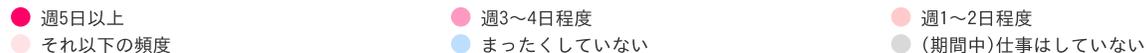
※増えた・計(「大幅に増えた」+「やや増えた」)  
 ※減った・計(「やや減った」+「大幅に減った」)

# (参考)仕事での外出頻度

Q27 あなたは、コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)仕事をされていたか。仕事をされていた方は、どの程度仕事で外出をされていましたか。最もあてはまるものをひとつお選びください。

SA

※有職者ベース

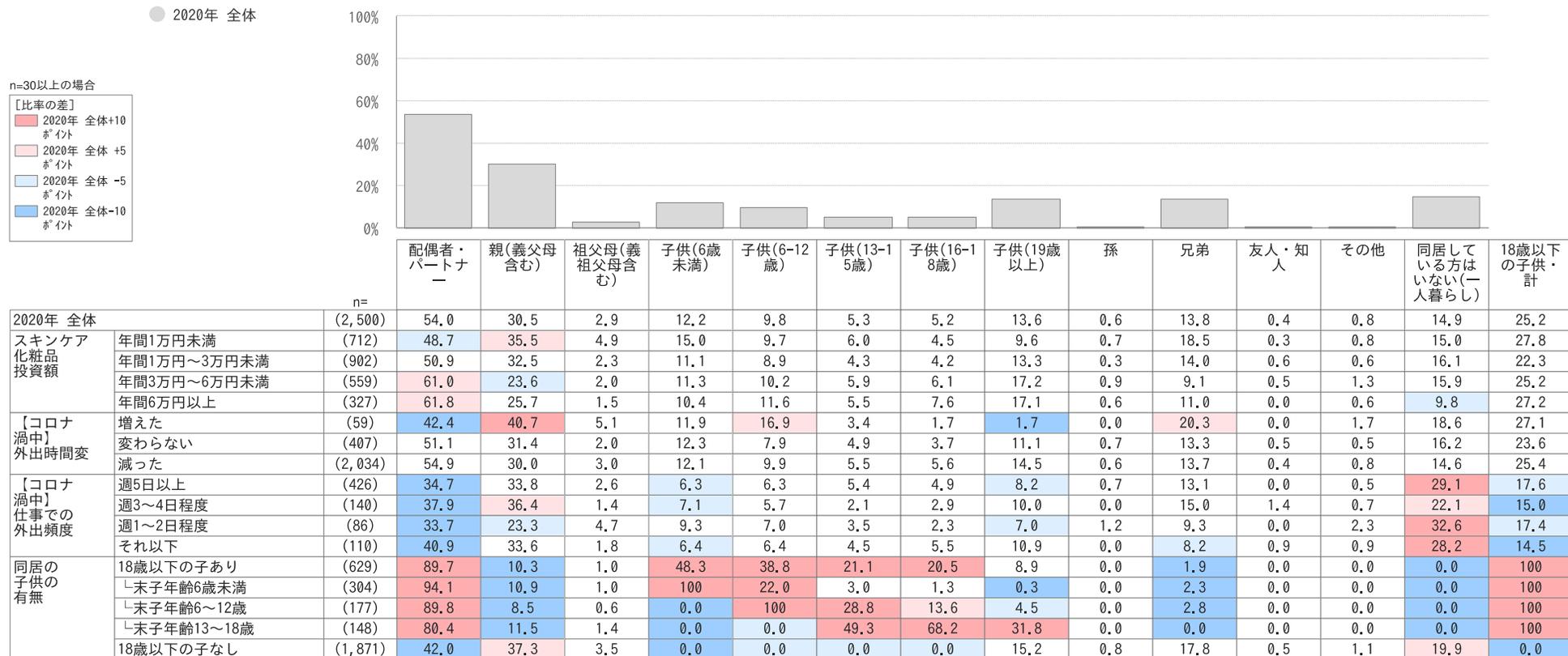


# (参考)同居家族

Q28 あなたが同居している方を以下の中からすべてお選びください。※ご自身からみた続柄でお答えください。

MA

※全体ベース



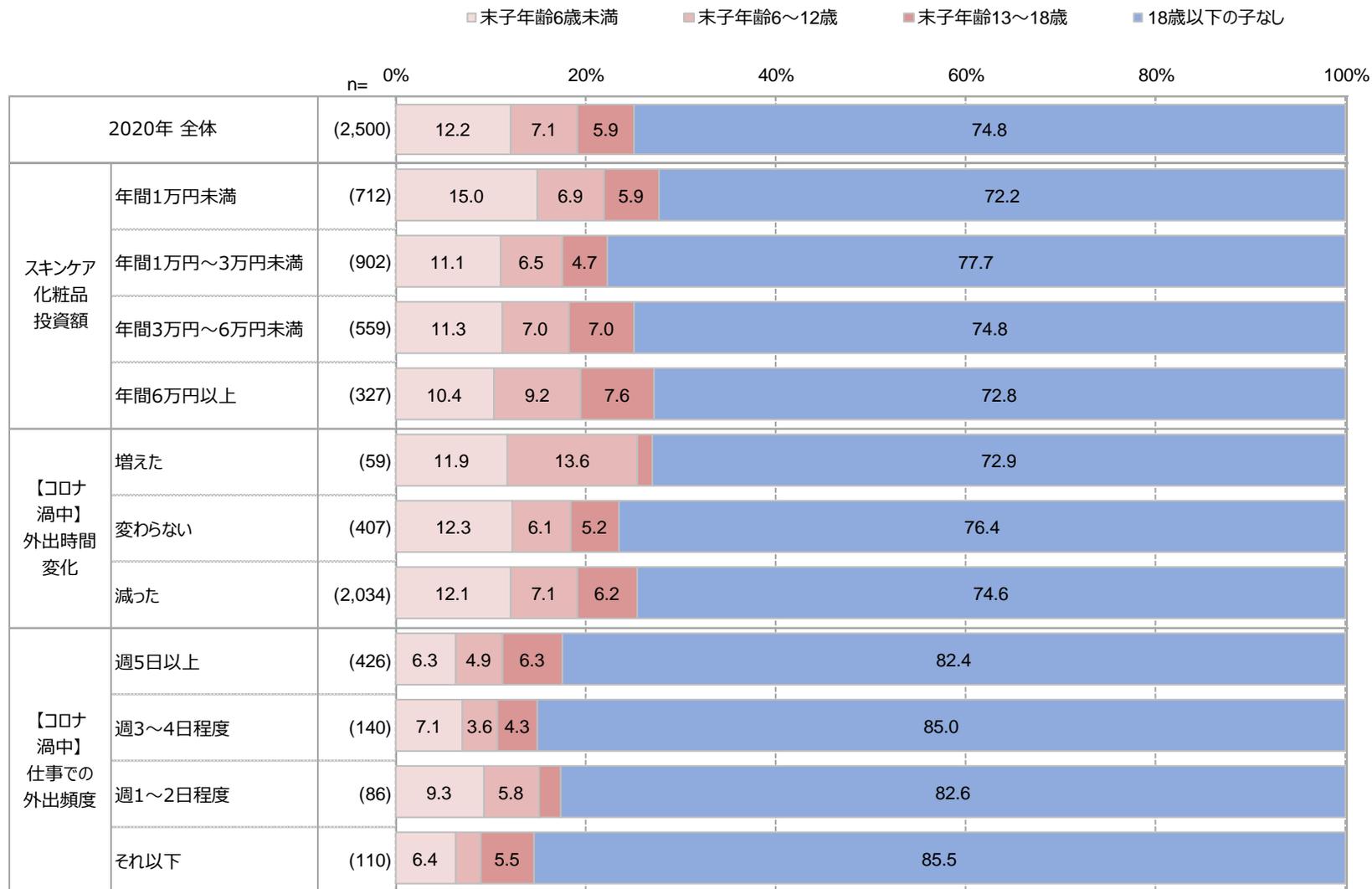
※18歳以下の子供・計(「子供(6歳未満)」+「子供(6-12歳)」+「子供(13-15歳)」+「子供(16-18歳)」)

# (参考)18歳以下の子供の有無

Q28 あなたが同居している方を以下の中からすべてお選びください。※ご自身からみた続柄でお答えください。

MA

※全体ベース



# コロナ禍-美容にかける時間の増減

Q20S1 あなたは新型コロナウイルス流行中(以下、コロナ渦中)、美容にかける時間やお金について、新型コロナウイルス流行前(以下、「コロナ前」と比べて以下のような変化はありましたか。  
それぞれお選びください。※「コロナ渦中」は、緊急事態宣言の発令中とお考えください。  
美容にかける時間

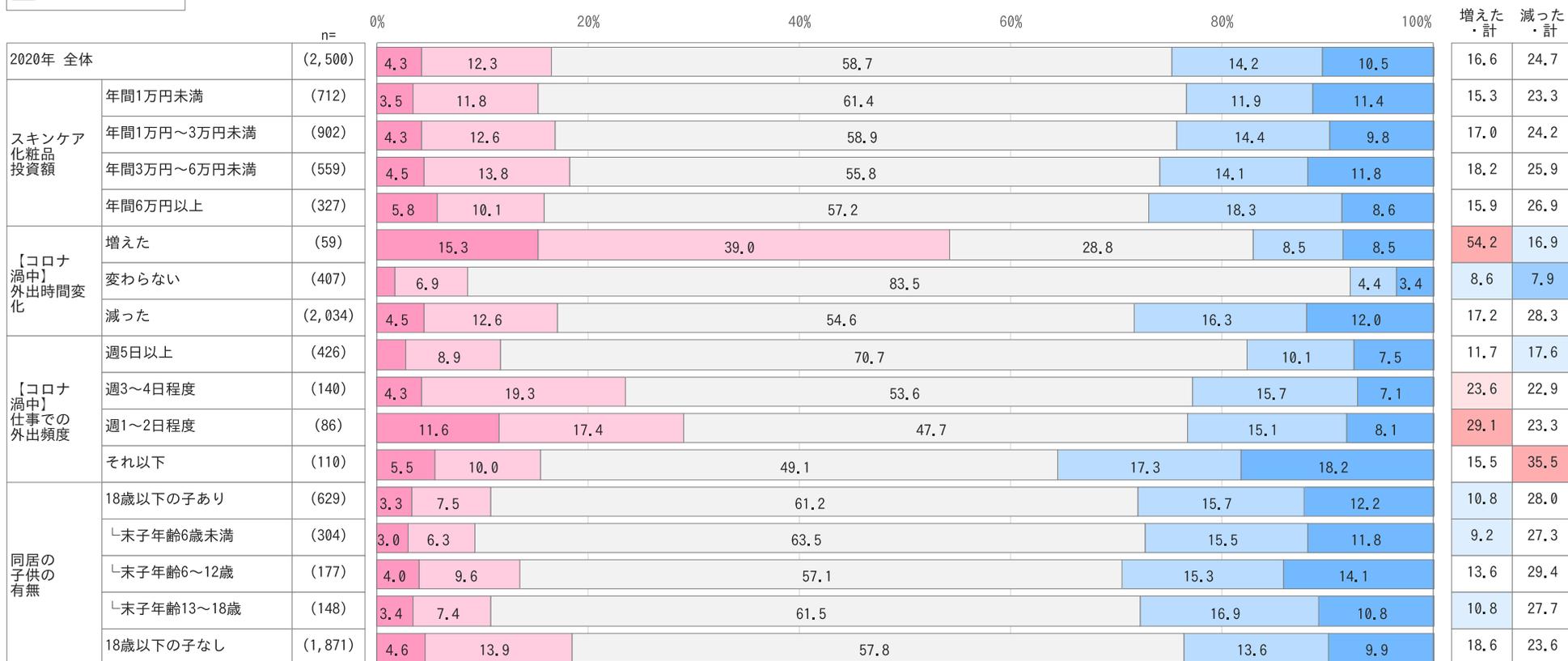
SA

※全体ベース

n=30以上の場合

[比率の差]	
2020年 全体+10%以上	2020年 全体+5%以上
2020年 全体-5%以上	2020年 全体-10%以上

● 増えた      ● やや増えた      ● 変わらない  
● やや減った      ● 減った



※増えた・計(「増えた」+「やや増えた」)  
※減った・計(「やや減った」+「減った」)

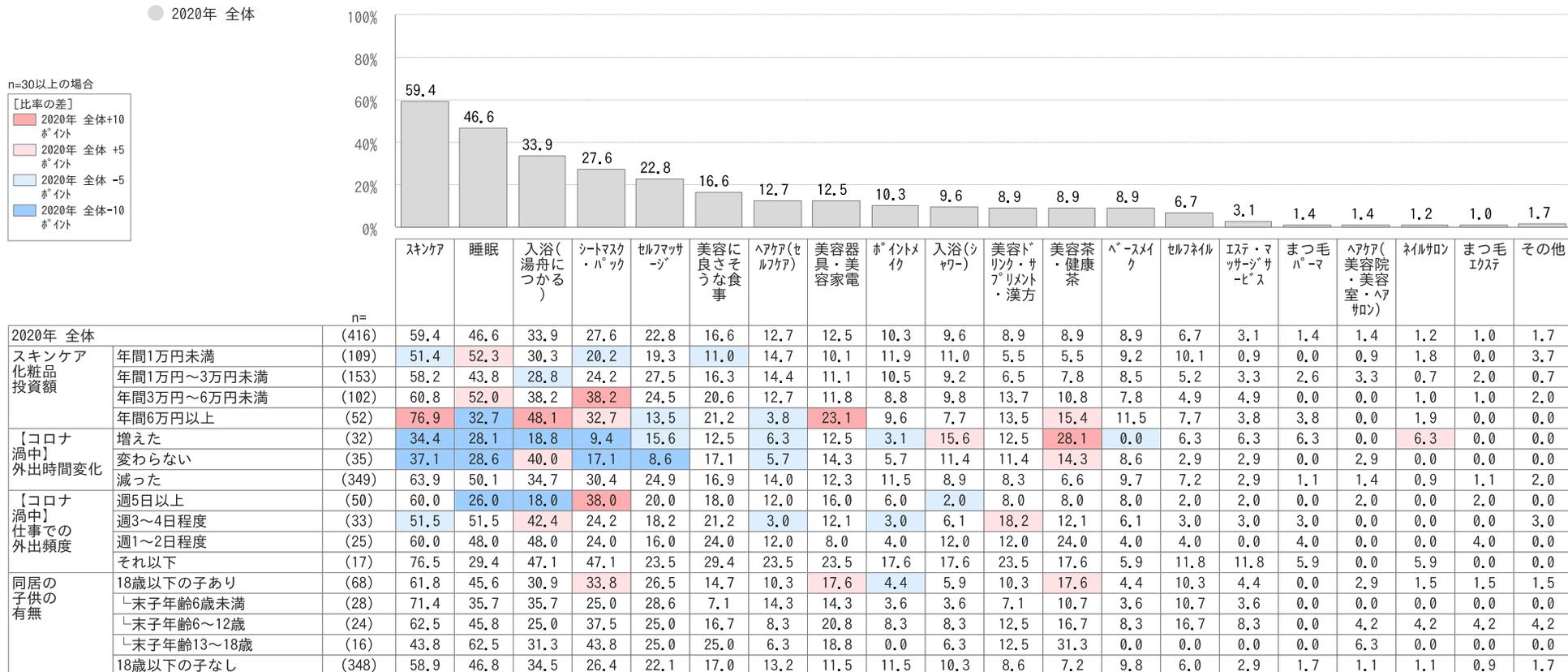
# かける時間が増えたものの内容

Q21S1 コロナ渦中、コロナ前と比べて美容にかかる時間またはお金が増えたと回答した方にお伺いします。かける時間、お金が増えたものを以下の中からすべてお選び下さい。

※表示された項目についてお答えください。  
かける時間が増えたもの

MA

※かける時間が増えた方ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート

# コロナ禍-美容にかけるお金の増減

Q20S2 あなたは新型コロナウイルス流行中(以下、コロナ渦中)、美容にかける時間やお金について、新型コロナウイルス流行前(以下、「コロナ前」と比べて以下のような変化はありましたか。それぞれお選びください。※「コロナ渦中」は、緊急事態宣言の発令中とお考えください。美容にかけるお金

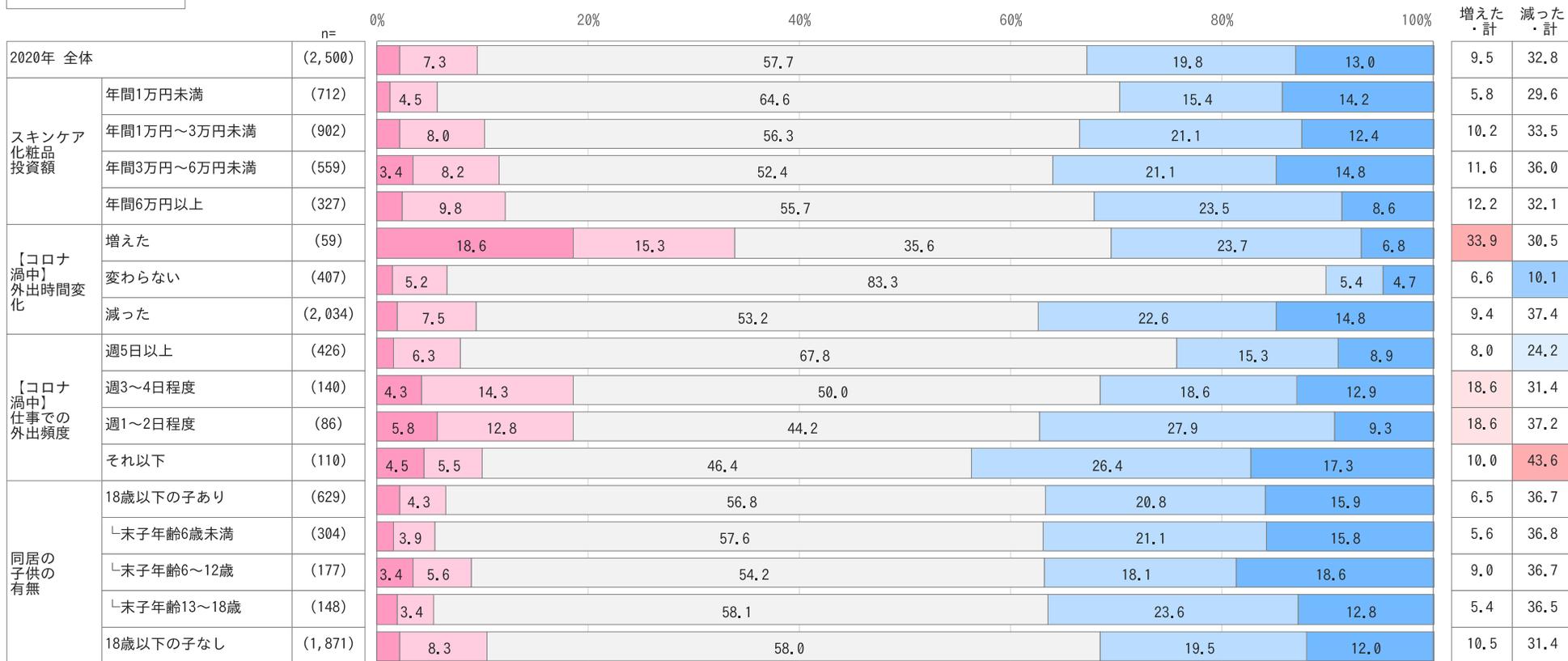
SA

※全体ベース

n=30以上の場合

[比率の差]	
2020年 全体+10%以上	2020年 全体+5%以上
2020年 全体-5%以上	2020年 全体-10%以上

● 増えた      ● やや増えた      ● 変わらない  
● やや減った      ● 減った



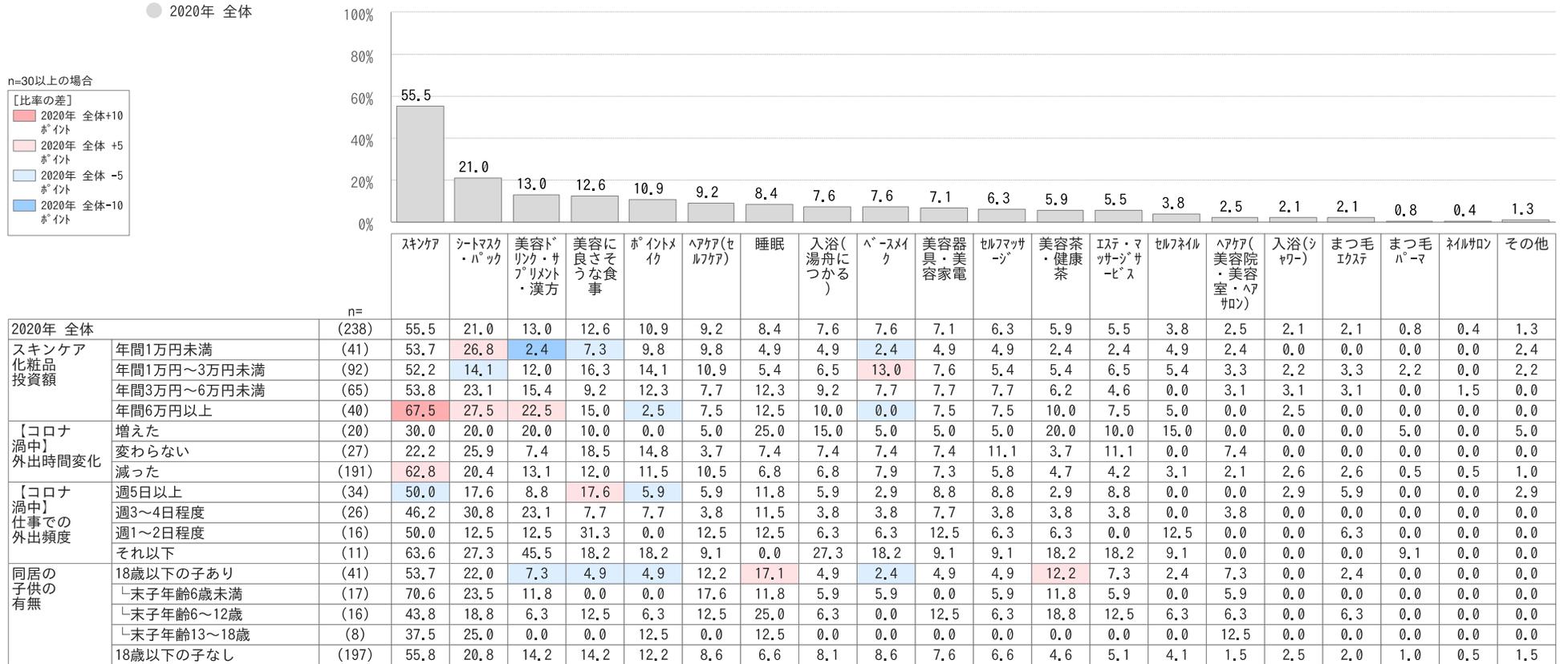
※増えた・計(「増えた」+「やや増えた」)  
※減った・計(「やや減った」+「減った」)

# かけるお金が増えたものの内容

Q21S2 コロナ渦中、コロナ前と比べて美容にかかる時間またはお金が増えたと回答した方にお伺いします。かける時間、お金が増えたものを以下の中からすべてお選び下さい。  
※表示された項目についてお答えください。  
かけるお金が増えたもの

MA

※かけるお金が増えた方ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート

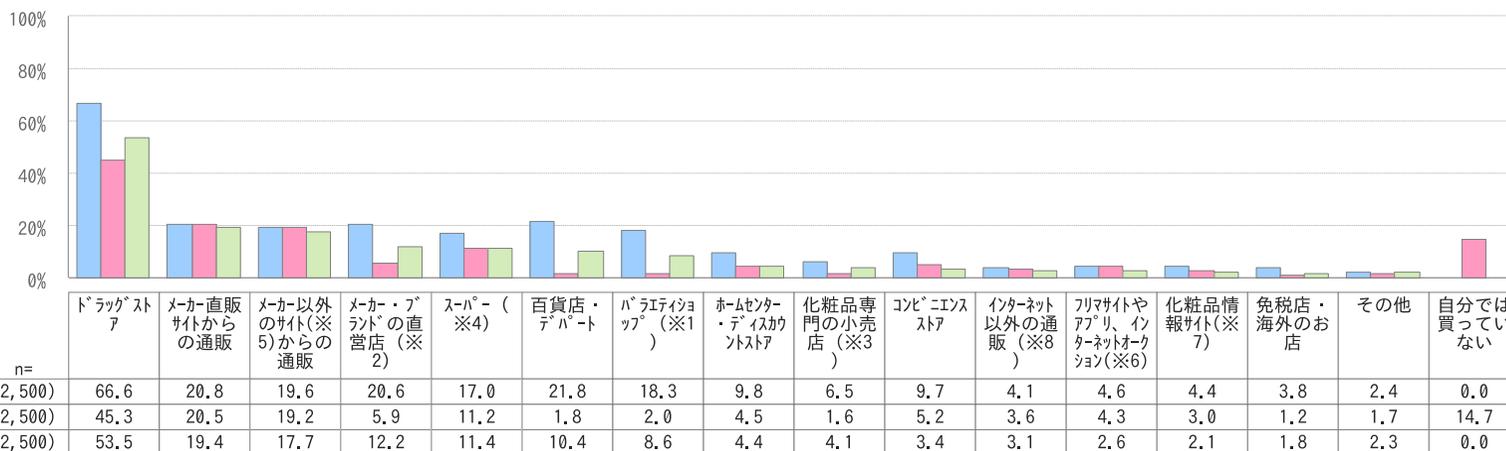
# 購買チャンネルの変化

Q22S1 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）をどこで買いますか。コロナ前に利用していたところ、コロナ渦中に利用したところ、今後メインで利用したいところ、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。

MTS

※全体ベース

- コロナ前に利用していたところ
- コロナ渦中に利用したところ
- 今後メインで利用したいところ



	n=
コロナ前に利用していたところ	(2,500)
コロナ渦中に利用したところ	(2,500)
今後メインで利用したいところ	(2,500)

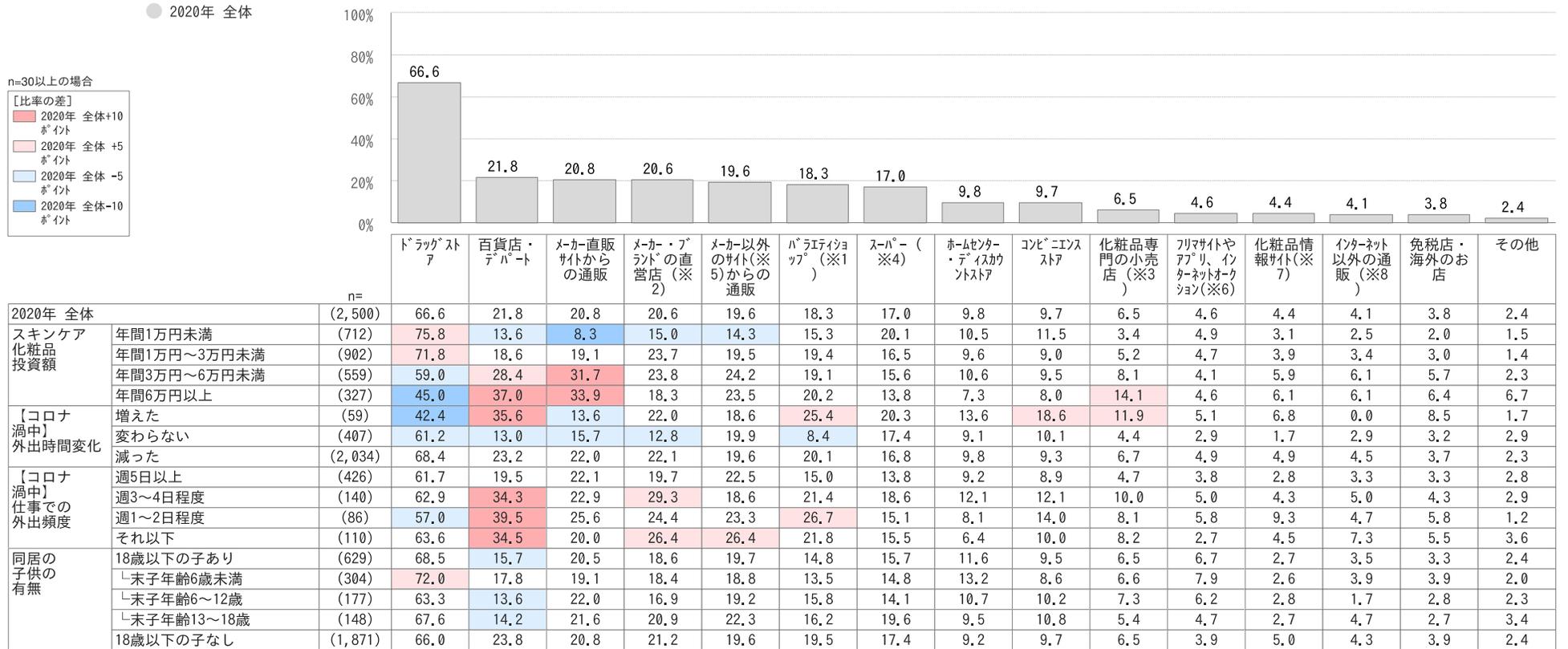
※今後メインで利用したいところのスコアで降順にソート  
 ※※1 アラザ・ロフト・ハウスなど/※2 無印良品、ロクカなど/※3 化粧品、コスメ、スキンケアなど/※4 イオン、イトーヨーカ堂、ダイエー、マルエツなど  
 ※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 メルカリ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カロリなど

# 購買チャネル(コロナ前)

Q22S1 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）をどこで買いますか。コロナ前に利用していたところ、コロナ渦中に利用したところ、今後メインで利用したいところ、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
コロナ前に利用していたところ

MA

※全体ベース



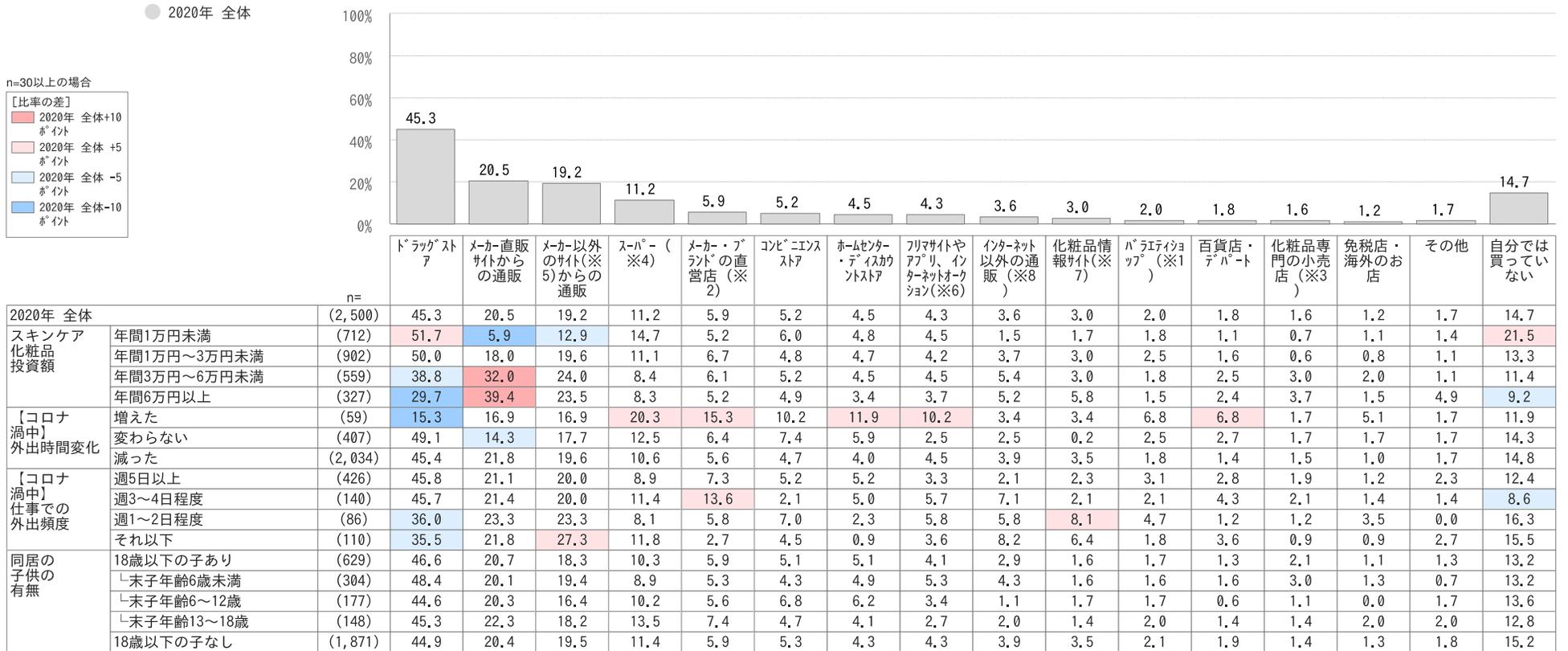
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
※※1 プラザ・ロフト・ハズなど/※2 無印良品、ロクシなど/※3 化粧品、フルタイムリテールなど/※4 トイザロウズ、ダイソー、セリアなど  
※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 ムカ、ラマなど/※7 アットコスメなど/※8 カカオなど

# 購買チャネル(コロナ渦中)

Q22S2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）をどこで買いますか。コロナ前に利用していたところ、コロナ渦中に利用したところ、今後メインで利用したいところ、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
 ※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
 コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)に利用したところ

MA

※全体ベース



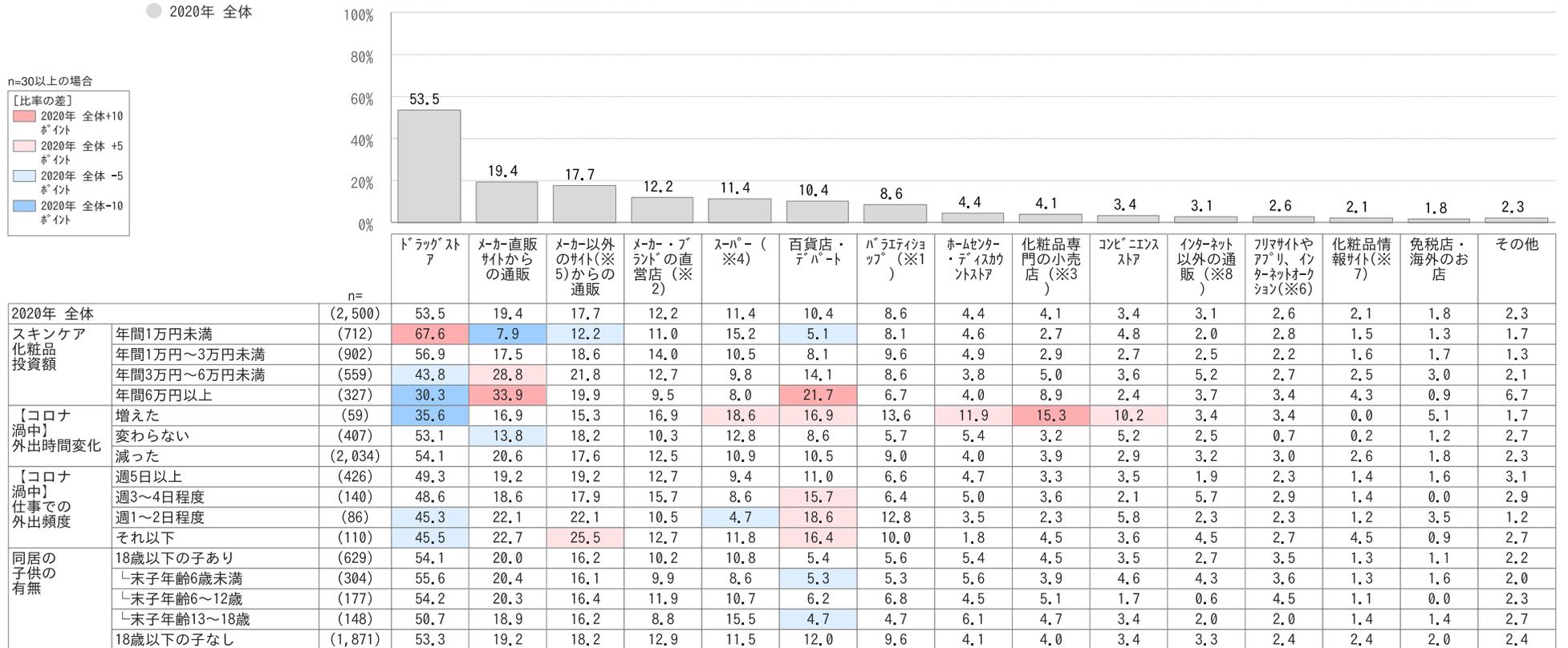
※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 プラザ・ロフト・ハズなど/※2 無印良品、ロクシなど/※3 化粧品、フルタイムリテールなど/※4 トイザロウズ、ダイソーなど  
 ※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 ムルガ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カカオなど

# 購買チャネル(コロナ後)

Q22S3 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）をどこで買いますか。コロナ前に利用していたところ、コロナ渦中に利用したところ、今後メインで利用したいところ、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
今後メインで利用したいところ

MA

※全体ベース



※2020年 全体のスコアで降順にソート  
 ※※1 プラザ・ロフト・ハウスなど/※2 無印良品、ロクシなど/※3 他社ミラ、フルティヤリングなど/※4 トーヨー・ダイエー・マルエーなど  
 ※※5 Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど/※6 メルカリ、ラクマなど/※7 アットコスメなど/※8 カロガなど

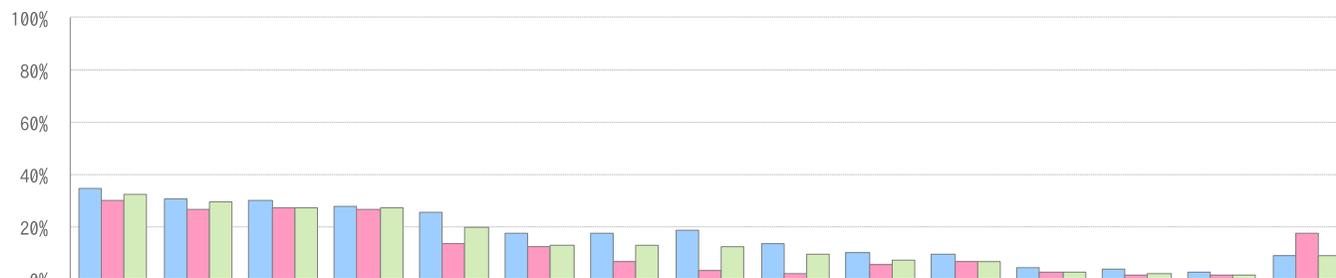
# 購買における情報源の変化

Q23S1 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際を買ったり、選んだりするときに、どのような情報を参考にしますか。コロナ前に参考にしてきたもの、コロナ渦中に参考にしたもの、今後参考にしたいもの、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。

MTS

※全体ベース

- コロナ前に参考にしてきたもの
- コロナ渦中に参考にしたもの
- 今後参考にしたいもの



	n=	インターネットのサイト(メーカー・ブランドのサイト)	インターネットサイト(化粧品情報サイト)	インターネット(検索エンジン)	SNS(※1)	友人や家族のクチコミ	テレビCM	店内の説明書きやチラシ	ライター	美容部員の説明	雑誌・フリーペーパー	テレビ番組	新聞の折込チラシ	街や駅などの看板・広告	新聞	買った/選んだりしない/しない	インターネット・計	テレビ・計
コロナ前に参考にしてきたもの	(2,500)	35.0	30.7	30.2	28.0	25.6	17.9	17.6	19.1	13.7	10.3	9.6	4.3	3.8	2.6	8.9	66.4	21.1
コロナ渦中に参考にしたもの	(2,500)	30.2	27.1	27.4	26.6	13.8	12.4	7.1	3.6	2.5	5.6	7.0	2.6	1.7	1.7	18.0	62.8	15.3
今後参考にしたいもの	(2,500)	32.5	29.5	27.7	27.6	19.9	13.0	13.0	12.5	9.8	7.5	7.0	2.9	2.4	1.8	9.4	67.6	15.8

※今後参考にしたいもののスコアで降順にソート  
※※1 Facebook・Instagram・Twitterなど

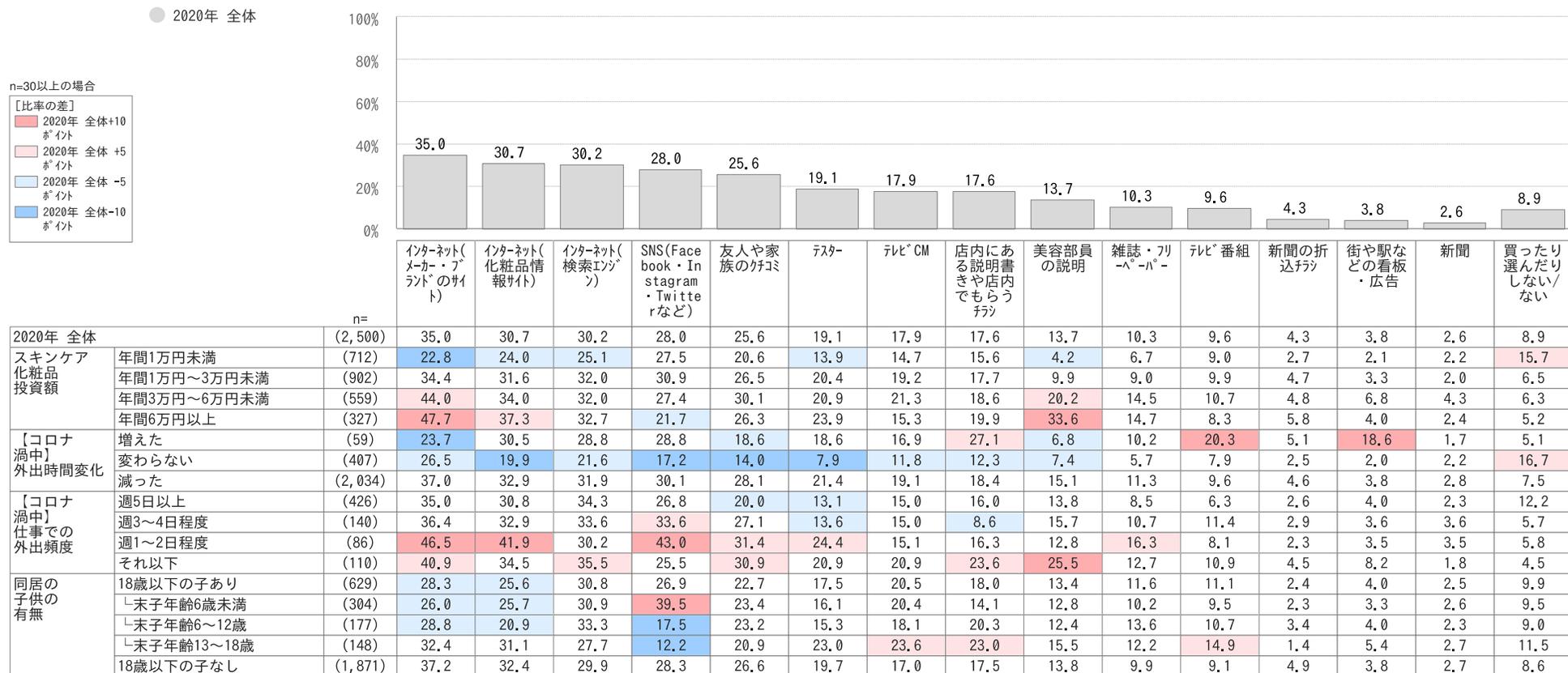
※インターネット・計(メーカー・ブランドのサイト) + 「インターネット(化粧品情報サイト)」 + 「インターネット(検索エンジン)」 + 「SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)」  
テレビ・計(「テレビ番組」+「テレビCM」)

# 購買における情報源の変化(コロナ前)

Q23S1 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際に買ったり、選んだりするときに、どのような情報を参考にしますか。  
 コロナ前に参考にしていただけ、コロナ渦中に参考にしたもの、今後参考にしたいもの、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
 ※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
 コロナ前に参考にしていただけ

MA

※全体ベース



n=30以上の場合  
 【比率の差】  
 ■ 2020年 全体+10%  
 ■ 2020年 全体+5%  
 ■ 2020年 全体-5%  
 ■ 2020年 全体-10%

		n=	インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	インターネット(化粧品情報サイト)	インターネット(検索エンジン)	SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)	友人や家族のクチコミ	ポスター	テレビCM	店内にある説明書きや店内でもらうチラシ	美容部員の説明	雑誌・フリーペーパー	テレビ番組	新聞の折込チラシ	街や駅などの看板・広告	新聞	買ったり選んだりしない/ない
2020年 全体		(2,500)	35.0	30.7	30.2	28.0	25.6	19.1	17.9	17.6	13.7	10.3	9.6	4.3	3.8	2.6	8.9
スキンケア化粧品投資額	年間1万円未満	(712)	22.8	24.0	25.1	27.5	20.6	13.9	14.7	15.6	4.2	6.7	9.0	2.7	2.1	2.2	15.7
	年間1万円～3万円未満	(902)	34.4	31.6	32.0	30.9	26.5	20.4	19.2	17.7	9.9	9.0	9.9	4.7	3.3	2.0	6.5
	年間3万円～6万円未満	(559)	44.0	34.0	32.0	27.4	30.1	20.9	21.3	18.6	20.2	14.5	10.7	4.8	6.8	4.3	6.3
	年間6万円以上	(327)	47.7	37.3	32.7	21.7	26.3	23.9	15.3	19.9	33.6	14.7	8.3	5.8	4.0	2.4	5.2
【コロナ渦中】外出時間変化	増えた	(59)	23.7	30.5	28.8	28.8	18.6	18.6	16.9	27.1	6.8	10.2	20.3	5.1	18.6	1.7	5.1
	変わらない	(407)	26.5	19.9	21.6	17.2	14.0	7.9	11.8	12.3	7.4	5.7	7.9	2.5	2.0	2.2	16.7
	減った	(2,034)	37.0	32.9	31.9	30.1	28.1	21.4	19.1	18.4	15.1	11.3	9.6	4.6	3.8	2.8	7.5
【コロナ渦中】仕事での外出頻度	週5日以上	(426)	35.0	30.8	34.3	26.8	20.0	13.1	15.0	16.0	13.8	8.5	6.3	2.6	4.0	2.3	12.2
	週3～4日程度	(140)	36.4	32.9	33.6	33.6	27.1	13.6	15.0	8.6	15.7	10.7	11.4	2.9	3.6	3.6	5.7
	週1～2日程度	(86)	46.5	41.9	30.2	43.0	31.4	24.4	15.1	16.3	12.8	16.3	8.1	2.3	3.5	3.5	5.8
	それ以下	(110)	40.9	34.5	35.5	25.5	30.9	20.9	20.9	23.6	25.5	12.7	10.9	4.5	8.2	1.8	4.5
同居の子供の有無	18歳以下の子あり	(629)	28.3	25.6	30.8	26.9	22.7	17.5	20.5	18.0	13.4	11.6	11.1	2.4	4.0	2.5	9.9
	↳末子年齢6歳未満	(304)	26.0	25.7	30.9	39.5	23.4	16.1	20.4	14.1	12.8	10.2	9.5	2.3	3.3	2.6	9.5
	↳末子年齢6～12歳	(177)	28.8	20.9	33.3	17.5	23.2	15.3	18.1	20.3	12.4	13.6	10.7	3.4	4.0	2.3	9.0
	↳末子年齢13～18歳	(148)	32.4	31.1	27.7	12.2	20.9	23.0	23.6	23.0	15.5	12.2	14.9	1.4	5.4	2.7	11.5
	18歳以下の子なし	(1,871)	37.2	32.4	29.9	28.3	26.6	19.7	17.0	17.5	13.8	9.9	9.1	4.9	3.8	2.7	8.6

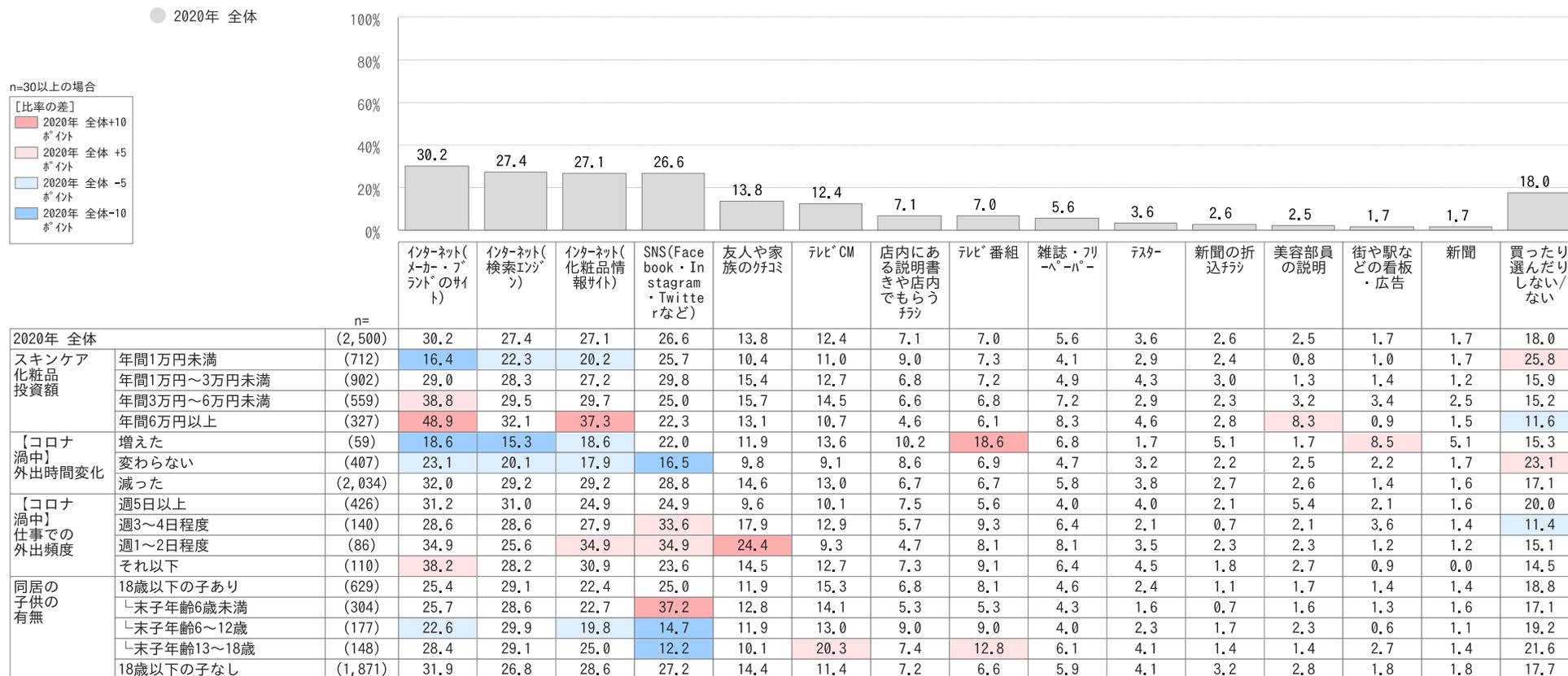
※2020年 全体のスコアで降順にソート

# 購買における情報源の変化(コロナ渦中)

Q23S2 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際に買ったり、選んだりするときに、どのような情報を参考にしますか。コロナ前に参考にしてきたもの、コロナ渦中に参考にしたもの、今後参考にしたいもの、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
 ※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
 コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)に参考にしたもの

MA

※全体ベース



n=30以上の場合  
 【比率の差】  
 ■ 2020年 全体+10ポイント  
 ■ 2020年 全体+5ポイント  
 ■ 2020年 全体-5ポイント  
 ■ 2020年 全体-10ポイント

		n=	インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	インターネット(検索エンジン)	インターネット(化粧品情報サイト)	SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)	友人や家族のクチコミ	テレビCM	店内にある説明書きや店内でもらうチラシ	テレビ番組	雑誌・フリーペーパー	ポスター	新聞の折込チラシ	美容部員の説明	街や駅などの看板・広告	新聞	買ったり選んだりしない/ない
2020年 全体		(2,500)	30.2	27.4	27.1	26.6	13.8	12.4	7.1	7.0	5.6	3.6	2.6	2.5	1.7	1.7	18.0
スキンケア化粧品投資額	年間1万円未満	(712)	16.4	22.3	20.2	25.7	10.4	11.0	9.0	7.3	4.1	2.9	2.4	0.8	1.0	1.7	25.8
	年間1万円～3万円未満	(902)	29.0	28.3	27.2	29.8	15.4	12.7	6.8	7.2	4.9	4.3	3.0	1.3	1.4	1.2	15.9
	年間3万円～6万円未満	(559)	38.8	29.5	29.7	25.0	15.7	14.5	6.6	6.8	7.2	2.9	2.3	3.2	3.4	2.5	15.2
	年間6万円以上	(327)	48.9	32.1	37.3	22.3	13.1	10.7	4.6	6.1	8.3	4.6	2.8	8.3	0.9	1.5	11.6
【コロナ渦中】外出時間変化	増えた	(59)	18.6	15.3	18.6	22.0	11.9	13.6	10.2	18.6	6.8	1.7	5.1	1.7	8.5	5.1	15.3
	変わらない	(407)	23.1	20.1	17.9	16.5	9.8	9.1	8.6	6.9	4.7	3.2	2.2	2.5	2.2	1.7	23.1
	減った	(2,034)	32.0	29.2	29.2	28.8	14.6	13.0	6.7	6.7	5.8	3.8	2.7	2.6	1.4	1.6	17.1
【コロナ渦中】仕事での外出頻度	週5日以上	(426)	31.2	31.0	24.9	24.9	9.6	10.1	7.5	5.6	4.0	4.0	2.1	5.4	2.1	1.6	20.0
	週3～4日程度	(140)	28.6	28.6	27.9	33.6	17.9	12.9	5.7	9.3	6.4	2.1	0.7	2.1	3.6	1.4	11.4
	週1～2日程度	(86)	34.9	25.6	34.9	34.9	24.4	9.3	4.7	8.1	8.1	3.5	2.3	2.3	1.2	1.2	15.1
	それ以下	(110)	38.2	28.2	30.9	23.6	14.5	12.7	7.3	9.1	6.4	4.5	1.8	2.7	0.9	0.0	14.5
同居の子供の有無	18歳以下の子あり	(629)	25.4	29.1	22.4	25.0	11.9	15.3	6.8	8.1	4.6	2.4	1.1	1.7	1.4	1.4	18.8
	↳末子年齢6歳未満	(304)	25.7	28.6	22.7	37.2	12.8	14.1	5.3	5.3	4.3	1.6	0.7	1.6	1.3	1.6	17.1
	↳末子年齢6～12歳	(177)	22.6	29.9	19.8	14.7	11.9	13.0	9.0	9.0	4.0	2.3	1.7	2.3	0.6	1.1	19.2
	↳末子年齢13～18歳	(148)	28.4	29.1	25.0	12.2	10.1	20.3	7.4	12.8	6.1	4.1	1.4	1.4	2.7	1.4	21.6
	18歳以下の子なし	(1,871)	31.9	26.8	28.6	27.2	14.4	11.4	7.2	6.6	5.9	4.1	3.2	2.8	1.8	1.8	17.7

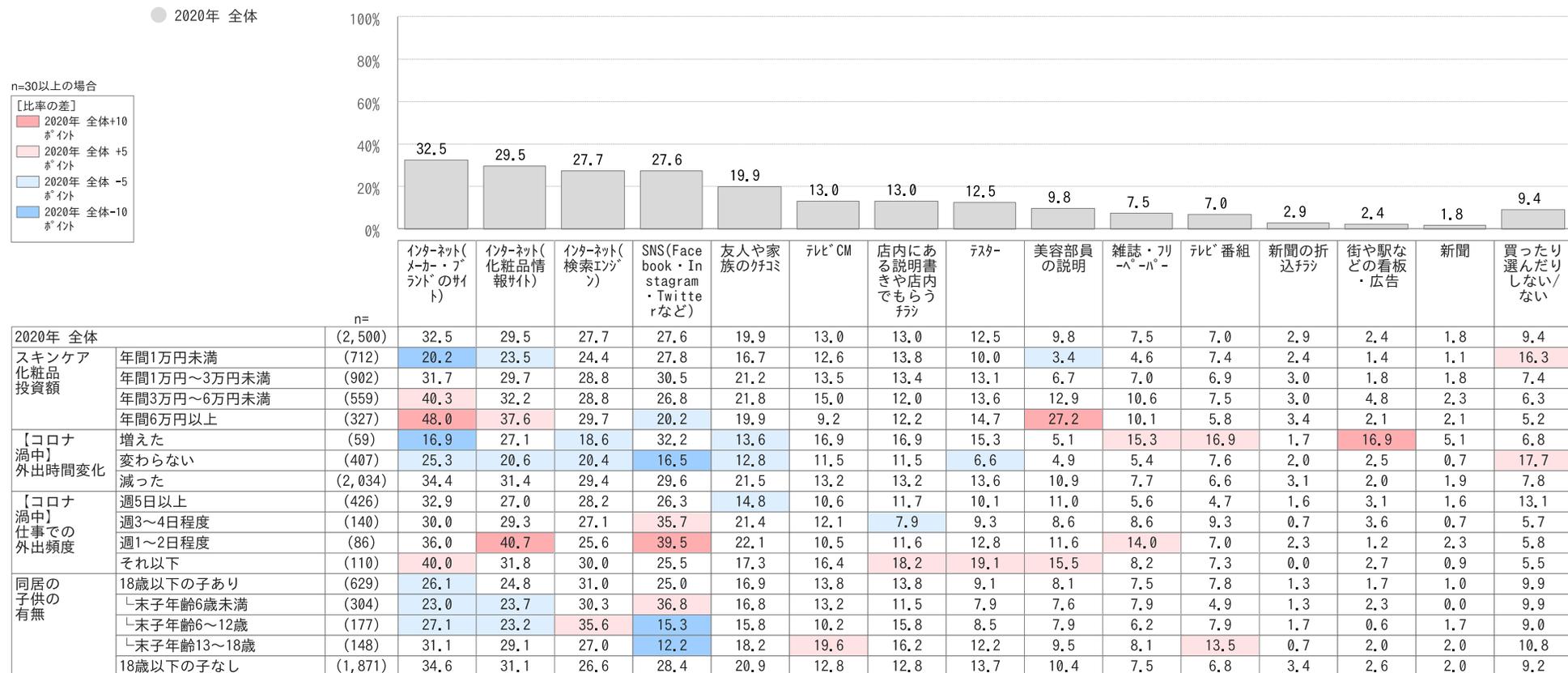
※2020年 全体のスコアで降順にソート

# 購買における情報源の変化(コロナ後)

Q23S3 あなたは、スキンケア化粧品（化粧水、乳液、美容液、クリームなど）を実際に買ったり、選んだりするときに、どのような情報を参考にしますか。コロナ前に参考にしていただけ、コロナ渦中に参考にしたもの、今後参考にしたいもの、をそれぞれすべてお選びください。（いくつでも）  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
今後参考にしたいもの

MA

※全体ベース



n=30以上の場合  
 [比率の差]  
 ■ 2020年 全体+10ポイント  
 ■ 2020年 全体+5ポイント  
 ■ 2020年 全体-5ポイント  
 ■ 2020年 全体-10ポイント

		n=	インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	インターネット(化粧品情報サイト)	インターネット(検索エンジン)	SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)	友人や家族のクチコミ	テレビCM	店内にある説明書きや店内でもらうチラシ	ポスター	美容部員の説明	雑誌・フリーペーパー	テレビ番組	新聞の折込チラシ	街や駅などの看板・広告	新聞	買ったり選んだりしない/ない
2020年 全体		(2,500)	32.5	29.5	27.7	27.6	19.9	13.0	13.0	12.5	9.8	7.5	7.0	2.9	2.4	1.8	9.4
スキンケア化粧品投資額	年間1万円未満	(712)	20.2	23.5	24.4	27.8	16.7	12.6	13.8	10.0	3.4	4.6	7.4	2.4	1.4	1.1	16.3
	年間1万円～3万円未満	(902)	31.7	29.7	28.8	30.5	21.2	13.5	13.4	13.1	6.7	7.0	6.9	3.0	1.8	1.8	7.4
	年間3万円～6万円未満	(559)	40.3	32.2	28.8	26.8	21.8	15.0	12.0	13.6	12.9	10.6	7.5	3.0	4.8	2.3	6.3
	年間6万円以上	(327)	48.0	37.6	29.7	20.2	19.9	9.2	12.2	14.7	27.2	10.1	5.8	3.4	2.1	2.1	5.2
【コロナ渦中】外出時間変化	増えた	(59)	16.9	27.1	18.6	32.2	13.6	16.9	16.9	15.3	5.1	15.3	16.9	1.7	16.9	5.1	6.8
	変わらない	(407)	25.3	20.6	20.4	16.5	12.8	11.5	11.5	6.6	4.9	5.4	7.6	2.0	2.5	0.7	17.7
	減った	(2,034)	34.4	31.4	29.4	29.6	21.5	13.2	13.2	13.6	10.9	7.7	6.6	3.1	2.0	1.9	7.8
【コロナ渦中】仕事での外出頻度	週5日以上	(426)	32.9	27.0	28.2	26.3	14.8	10.6	11.7	10.1	11.0	5.6	4.7	1.6	3.1	1.6	13.1
	週3～4日程度	(140)	30.0	29.3	27.1	35.7	21.4	12.1	7.9	9.3	8.6	8.6	9.3	0.7	3.6	0.7	5.7
	週1～2日程度	(86)	36.0	40.7	25.6	39.5	22.1	10.5	11.6	12.8	11.6	14.0	7.0	2.3	1.2	2.3	5.8
	それ以下	(110)	40.0	31.8	30.0	25.5	17.3	16.4	18.2	19.1	15.5	8.2	7.3	0.0	2.7	0.9	5.5
同居の子供の有無	18歳以下の子あり	(629)	26.1	24.8	31.0	25.0	16.9	13.8	13.8	9.1	8.1	7.5	7.8	1.3	1.7	1.0	9.9
	↳末子年齢6歳未満	(304)	23.0	23.7	30.3	36.8	16.8	13.2	11.5	7.9	7.6	7.9	4.9	1.3	2.3	0.0	9.9
	↳末子年齢6～12歳	(177)	27.1	23.2	35.6	15.3	15.8	10.2	15.8	8.5	7.9	6.2	7.9	1.7	0.6	1.7	9.0
	↳末子年齢13～18歳	(148)	31.1	29.1	27.0	12.2	18.2	19.6	16.2	12.2	9.5	8.1	13.5	0.7	2.0	2.0	10.8
	18歳以下の子なし	(1,871)	34.6	31.1	26.6	28.4	20.9	12.8	12.8	13.7	10.4	7.5	6.8	3.4	2.6	2.0	9.2

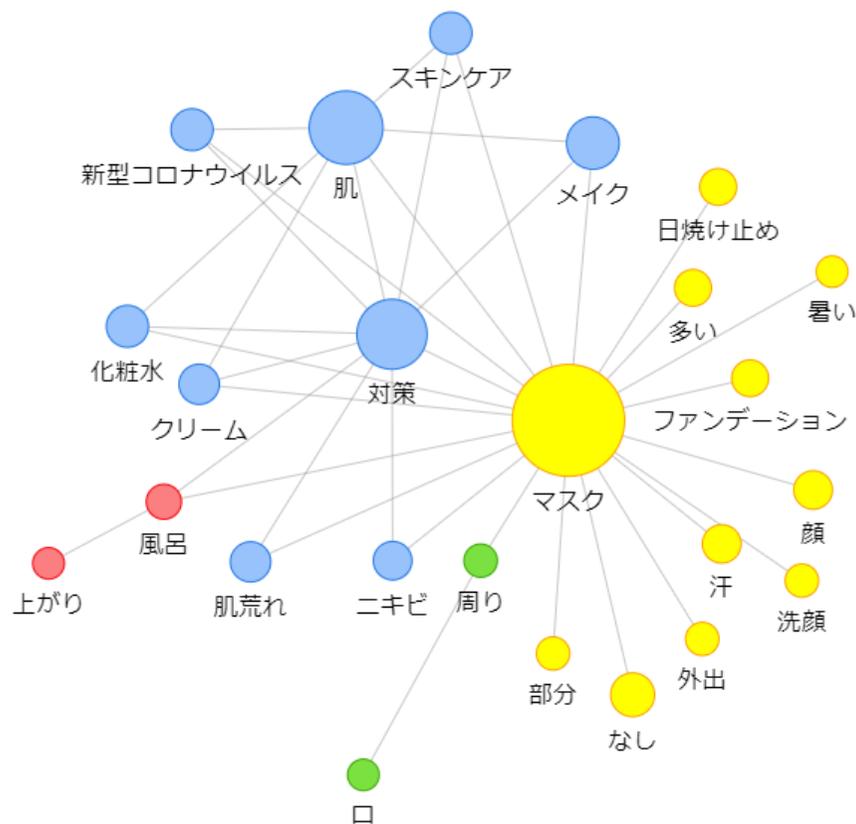
※2020年 全体のスコアで降順にソート

# コロナによる美容悩み・解決策(1)

Q24 あなたは、新型コロナウイルス流行の影響によって感じている美容の悩みはありますか。また、それらに対してどのような対策を行っていますか。出来るだけ具体的に教えてください。  
例)新型コロナウイルス対策としてマスクをすることで肌が乾燥して荒れてしまう。対策として、お風呂上りのスキンケアで、クリームを使っての保湿を普段以上に念入りに行っている。

FA

※集計ベース



- マスクをすることで、擦れてニキビが出来やすくなったり、肌荒れしやすくなる。又、日中マスクをしているとマスク焼けをしてしまう。対策は、運転中等、三密にならない所ではマスクを外す。日焼け止めはマスクに関係なくしっかり塗る。肌に優しい素材のマスクを選ぶ。夏の間は、通気性の良い夏用のマスクを使う。マスクを洗って使う時は、洗剤残りにないように、しっかりすすぐ。又、肌が乾燥しやすくなると聞いたので、パックや乳液でしっかり保湿する。(31歳)
- 新型コロナの対策として、勤務中はマスク着用が義務付けられ、その他の場所でも外出時は周りへの配慮マナーとして常にマスクを着用している。その為マスク内が蒸れるからか、にきびが10年ぶりくらいに出来た。またマスクのために化粧も上半分だけメイクする日が続いており、マスク内が蒸れて暑いのでメイクした額や眉間部分などの汗とテカリがすごく、脂っぽさが増している気がする。これらの対策として、家に帰ったらすぐにメイクを落として洗顔して肌をサッパリさせ、出来るだけ肌に負担をかけない時間を長くして清潔を保つようにしている。(36歳)
- 新型コロナウイルス対策で、ほぼマスクをつけるようになりました。また、マスクがなかなか手に入らない時期は特に、1日同じマスクをつけていたので、肌荒れやニキビがいままでできないところに増えてしまいました。また普段はなかなか乾燥しないのですが、マスクのせい、特に肌周りのかさつきが気になるようになりました。その対策として、帰宅後はすぐにマスクをはずし、すぐにクレンジングで化粧を落とします。そしていつもよりも保湿を特に気をつけて行っています。また、皮膚科などで以前処方してもらったニキビクリームがあるので最近は毎日塗るように対策をしています。(26歳)
- コロナによって自粛生活になり、体をあまり動かさなくなりました。肌がかさかさになってしまったような気がします。もともと皮膚科に通っているので、皮膚科の先生と相談して塗り薬を処方してもらい、肌の状態は落ち着きました。また、マスクを毎日つけるようになってから肌がますます乾燥するようになってしまいました。これについても皮膚科で塗り薬を処方してもらいましたが、それ以外に普段行っているドラッグストアの店員さんに勧められた「ミスト化粧水」を常に使用するようになり、肌に状態が落ち着いてきました。ちなみにミスト化粧水は、一瞬マスクをはずして肌に吹きかけ、すぐにマスクを装着しなおす・・・という方法で肌に水分をしっかり与えています。(47歳)
- マスクによる肌荒れが起こってしまう。アゴ、鼻の頭、頬に、吹き出物ができる。マスクの擦れから、ヒリヒリする。マスク焼けをしないか心配。マスクをすることで顔周りを触る機会が多くなり、こめかみ部分などにも、吹き出物ができてしまう。対策として、マスクの内側にキッチンペーパーやティッシュを挟んでいる。基礎化粧品は、敏感肌用のものに変更した。一度顎まで下ろしたマスクは使わないようにしている。(31歳)
- マスクを毎日着なければならぬので、肌にマスクが当たって肌荒れが一向に治らない。そのため、なるべくマスクと肌間にガーゼをかませてマスクが直接当たらないようにしている。あとは、外で思いっきり遊べないストレスもあり、肌荒れがしやすくなったことも悩んでいる。また、ジムが休業しており、運動不足なので体重が増えていることも悩んでいる。なるべく家で実施できるフィットネスをするようにしている。(23歳)

# コロナによる美容悩み・解決策(2)

Q24 あなたは、新型コロナウイルス流行の影響によって感じている美容の悩みはありますか。また、それらに対してどのような対策を行っていますか。出来るだけ具体的に教えてください。  
例)新型コロナウイルス対策としてマスクをすることで肌が乾燥して荒れてしまう。対策として、お風呂上りのスキンケアで、クリームを使つての保湿を普段以上に念入りに行っている。

FA

## ※集計ベース

- 新型コロナウイルス対策としてマスクを外出時は着用しているが、ファンデーションがマスクに付く事と、汗でファンデーションがムラになるのでメイクアップ出来てない、チークもする意味が無くなってしまって、口紅も勿論マスクに付く為塗れないからレストランなどマスクを外するとき少し落ち込む。なので、今はスキンケアをしっかりしたら、艶の下地とピンクの化粧下地を紫外線対策として塗るだけになっている。口紅もアイシャドーもチークもマスカラも今は辞めたいけど、その方が、スッキリする。お風呂上がりにしっかりスキンケアをして保湿をして休む。(38歳)
- コロナで仕事が休業になり、化粧をするか機械が減ったので、お肌のことを考えて洗顔をするところから気を付けるようにした。肌をごすらないで泡を肌に押し当てて洗顔をする。マスクをして日焼けをするのが嫌なので、マスクから出ているところは特に日焼け止めを塗っている。またビタミンが配合された美容液をつけて、夜のうちに肌をリセットさせる。またマスクのなかで化粧崩れがしやすいので、皮脂対策の化粧下地を使ってファンデーションを塗るようにしている。(32歳)
- マスクを一日中つけているとマスクでおおわれている部分はお肌の調子が湿気のせいか調子いい気もしていた。しかしマスクをはずして洗顔するとほほのマスクで擦れているところが赤く痛くなってしまふ。洗顔するときも化粧水をつけるときもしみて痛くて困る。そのまま次の日もマスクをつけなくてはならないのでなかなか良くならない上に日々悪化していく気もする。微妙に位置をずらしてみても根本的に解決になっていない。(23歳)
- バイト先で新型コロナウイルス対策としてマスクをしたときに汗をかいてしまうとマスクの中が蒸れて、ベタベタになってしまう。そのせいで皮脂も多くなり、長時間マスクをつけていると肌荒れが起きる。対策として、マスクは家に帰ったらすぐに外し、外した直後に必ず顔を水洗いするようにしている。洗顔料を使うと必要な皮脂まで洗い流してしまふので、水洗顔をいつもしている。夜は洗顔料できちんと洗う。(18歳)
- マスクで化粧が崩れたり、マスクを長くつけていることにより顔の下半分の肌アレが気になっているので韓国で有名な少し高い美容液を購入して特別ケアとして使用している。また、肌の悩みによって、化粧水後にするパックを種類購入してその日の肌の悩みにあったパックをするようにしている。皮膚科にも通い全てのスキンケアが終わったあとにニキビの薬や鼻の下などの赤みを抑えてくれる薬を塗っている。Tゾーンはテカリが気になるのでピーンパウダーで抑えたり以前よりも意識してスキンケアを行うようになった(22歳)
- マスクを長時間していると不織布の繊維が毛羽立ってきてクーラーなどで乾燥した肌が痒くなってしまふ。対策として外出前はマスクをつける前に顔に化粧水、乳液などを塗って肌を潤して少しでもマスクの繊維が肌に引かないように潤している。(28歳)
- 毎日化粧をしてからマスクをつけるけれど、マスクに化粧が着いてしまふとマスクが汚れるのでマスク洗わないといけな。またマスクが汚れて顔にニキビができる。顔が蒸れて汗をかいて化粧が落ちてしまふ。(32歳)
- お風呂で本を読みながら半身浴をしてパックもしていた。出来るだけネットショッピングを利用した。ストレッチや体幹トレーニングをYouTubeを見ながらした。(36歳)
- 家にいる時間が増えたため、お風呂の湯船に長めに浸かるようになった(32歳)
- お風呂上がり、メイク前に乾燥を防ぐために、化粧水、乳液、美容液を念入りに使うようになった。(28歳)
- コロナに関係なく、洗顔後即化粧水やクリームを塗る。そのときにマッサージもする。これしかしていない。お風呂上がりは、一番気をつけている。(61歳)
- 外出できなくて、どうしても運動不足になってしまった。家にいるとどうしても食べ物に手が届き、食べ過ぎてしまふ。運動不足に加えて食べ過ぎで便秘になってしまうことがあった。そうすると肌の調子も悪くなり、質が落ちてきた感じがする。お風呂にいい香りのする入浴剤を入れてゆっくりおなかのマッサージをした。(62歳)
- 普段マスクをしている影響で肌荒れが増えてきたので、お風呂上がりの保湿を念入りにやっている。新型コロナウイルスの影響で美容院やネイルサロンに気軽に行けなくなってしまったので、簡単なセルフカットやセルフネイルなど、自分で楽しみながらやっている。(23歳)
- 自粛と感染対策のことでストレスが増えて肌や髪に影響が出ていないか心配。なるべくストレスを無くすようにウォーキングをしたり、お風呂にゆっくり入って汗を出すなどしています。(34歳)
- マスクを常にしているので、ニキビができてやすくなりました。それに対して、洗顔、手洗いがいと一緒に行うようにしました。そして、ストレスがやはりあるみたいで、肌荒れもあるので、できる限りフレッシュできるようにお風呂に浸かっています(21歳)
- コロナウイルスの対策として常にマスクをつけているので口回りに熱がこもりその部分だけ汗をかいてしまふ。その結果口回りだけ肌が荒れて赤くなったりしている。マスクを外すことが出来ないで口回りの肌荒れに汗がしみて悪循環になっている。風呂上がりのスキンケアを念入りにしたうえで、寝る前にクリームで口回りの保湿をもう一度して対策している。(24歳)
- マスクをほぼ日中ずっとならしているために、口のまわりがかぶれたり、あせもが出たりして困っている。またメイクがマスクについたりするのでメイクが取れやすくなり、またマスクも汚れてしまふことが悩みです。(54歳)
- 新型コロナウイルス対策としてマスクを着用することによって蒸れて口まわりにニキビができてしまふ。対策としてお風呂上がりのスキンケアで、以前は使っていなかった化粧水を使って、肌を少しでも清潔に保てるように努力している。(16歳)
- マスクが暑くて化粧が落ちてしまふ。蒸れて、口の周りに吹き出物ができた。対策としては睡眠をしっかり取るのと、休みの時は家にいる間は出来る限り化粧しない。保湿をしっかりする(39歳)

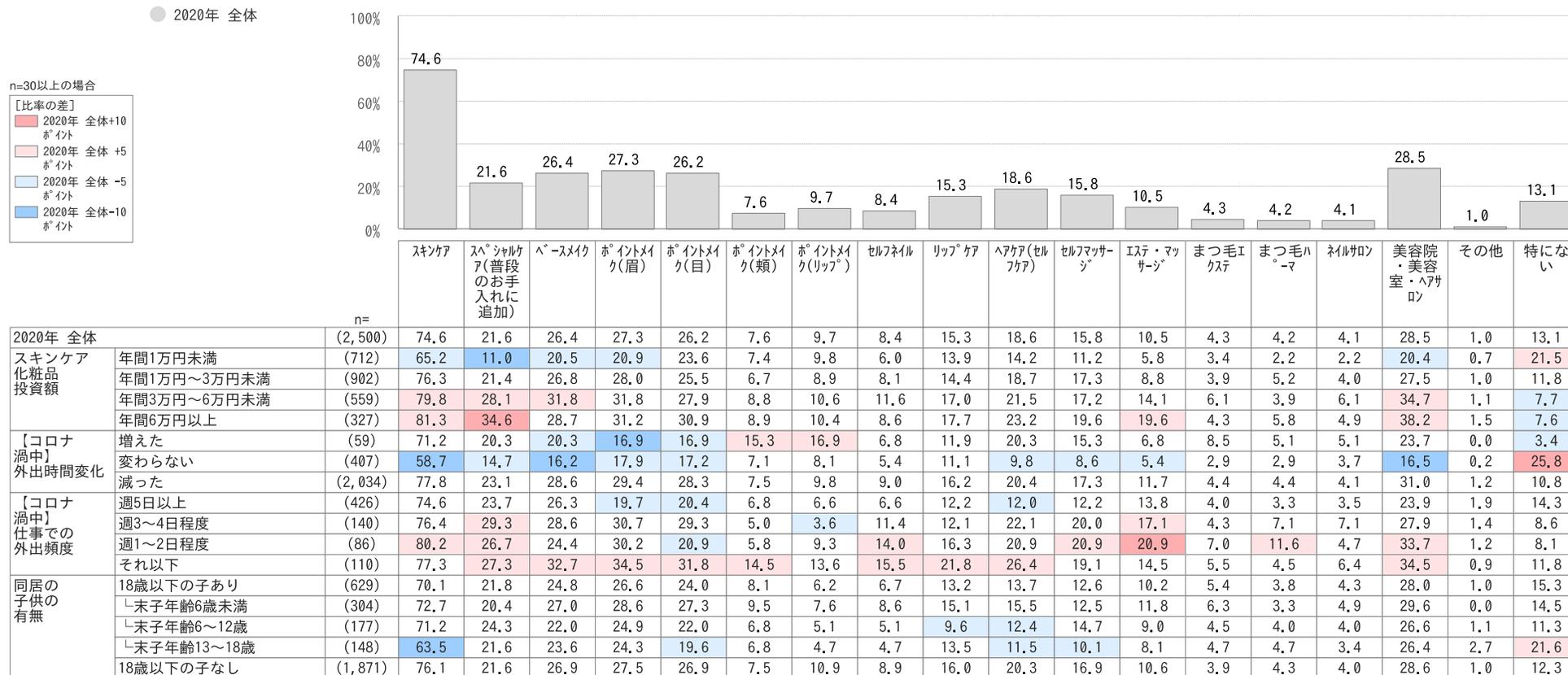
# 今後行いたい・力を入りたい美容行動

Q25

あなたが現在、行いたい/力を入りたいと考えている、美容に関する行動を教えてください。  
 新型コロナウイルスのリスクも考慮した上で、直近で行いたい/力を入りたいものを以下の中からすべてお選びください。

MA

※全体ベース



# 付録：調査票

### 化粧品に関するアンケート

下記アンケートにご協力をお願いいたします。

#### 当アンケートの回答者の皆様へお願い

マクロミルモニタの皆様にはモニタ規約にて「調査についての守秘義務」の徹底をお願いしています。

当アンケートの内容および当アンケートで知り得た情報については、決して第三者に口外しないよう(掲示板やホームページへの書き込みを含む)、ご協力をお願いします。

昨今の新型コロナウイルス流行の影響によってスキンケアに対する意識や行動が以前と変わった方は、**現在のこと**についてお答えください。



ここで改ページ

- ・ ①必須入力
- ・ ⑨FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 10. スキンケア化粧品は何も使っていない

**Q1** あなたが現在お使いのスキンケア化粧品を全てお選びください。(いくつでも)  
【必須入力】

- 1. 化粧水
- 2. 乳液・ミルク
- 3. 美容液
- 4. ブースター美容液
- 5. クリーム
- 6. オールインワン
- 7. パック・マスク
- 8. アイクリーム
- 9. その他
- 10. スキンケア化粧品は何も使っていない



ここで改ページ

- ・ セレクト条件: 【Q1】で1と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ⑩FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 16. 自分では買っていない/過去1年ほどの間に利用したところはない

**Q2** あなたは、**スキンケア化粧品**(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)を主にどこで買っていますか。  
**過去1年ほどの間に利用しているところを全て**お選びください。(いくつでも)  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
※新型コロナウイルス流行の影響により購入場所を変更した方は、変更後のことも含めてお答えください。  
【必須入力】

- 1. 百貨店・デパート
- 2. パラエティショップ (プラザ・ロフト・ハンズなど)
- 3. ドラッグストア
- 4. メーカー・ブランドの直営店(無印良品、ロクシタンなど)
- 5. 化粧品専門の小売店(イセタンミラー、フルーツギャザリングなど)
- 6. コンビニエンスストア
- 7. スーパー (イトーヨーカドー・ダイエー・マルエツなど)
- 8. ホームセンター・ディスカウントストア
- 9. 免税店・海外のお店
- 10. メーカー直販サイトからの通販
- 11. メーカー以外のサイト(Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販
- 12. フリマサイトやアプリ、インターネットオークション(メルカリ、ラクマなど)
- 13. 化粧品情報サイト(アットコスメなど)
- 14. インターネット以外の通販 (カタログなど)
- 15. その他
- 16. 自分では買っていない/過去1年ほどの間に利用したところはない



ここで改ページ

- ・ セレクト条件: 【Q2】で1-15と答えた方
- ・ ①必須にする(全てのFA欄)
- ・ 1N: 半角数字 / 最小1 / 整数
- ・ 2N: 半角数字 / 最小0 / 整数

**Q3** あなたがお使いのスキンケア化粧品のアイテム数と、メイクアイテムの数をそれぞれお答えください。  
※「化粧水」など1つの項目の中で複数のアイテムをお使いの場合も、すべて数えてください。  
【全て必須】

スキンケア化粧品のアイテム数(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)  個 (半角数字)  
メイクアイテム数(ファンデーション、アイシャドウ、口紅など)  個 (半角数字)

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。  
送信ボタンを押してください。

送信

## 化粧品に関するアンケート

下記アンケートにご協力をお願いします。

### 当アンケートの回答者の皆様へお願い

マクミルモニタの各欄にはモニタ規約にて「調査についての守秘義務」の徹底をお願いしています。

当アンケートの内容および当アンケートで知り得た情報については、決して第三者に口外しないよう(掲示板やホームページへの書き込みを含む)、ご協力をお願いします。

昨今の新型コロナウイルス流行の影響によってスキンケアに対する意識や行動が以前と変わった方は、**現在のこと**についてお答えください。



ここで改ページ

#### 選択肢セレクト条件

- 選択肢【1】：【SC2】で1と答えた方
- 選択肢【2】：【SC2】で2と答えた方
- 選択肢【3】：【SC2】で3と答えた方
- 選択肢【4】：【SC2】で4と答えた方
- 選択肢【5】：【SC2】で5と答えた方
- 選択肢【6】：【SC2】で6と答えた方
- 選択肢【7】：【SC2】で7と答えた方
- 選択肢【8】：【SC2】で8と答えた方
- 選択肢【9】：【SC2】で9と答えた方
- 選択肢【10】：【SC2】で10と答えた方
- 選択肢【11】：【SC2】で11と答えた方
- 選択肢【12】：【SC2】で12と答えた方
- 選択肢【13】：【SC2】で13と答えた方
- 選択肢【14】：【SC2】で14と答えた方

- セレクト条件 項目【1】：【SC1】で1と答えた方
- セレクト条件 項目【2】：【SC1】で2と答えた方
- セレクト条件 項目【3】：【SC1】で3と答えた方
- セレクト条件 項目【4】：【SC1】で4と答えた方
- セレクト条件 項目【5】：【SC1】で5と答えた方
- セレクト条件 項目【6】：【SC1】で6と答えた方
- セレクト条件 項目【7】：【SC1】で7と答えた方
- セレクト条件 項目【8】：【SC1】で8と答えた方
- 必須入力(全項目)

- Q1** あなたは、現在お使いになっている以下のアイテムをおこちで購入していますか。  
 ※1つの項目の中で現在複数のアイテムをお使いの方は、最もよく使っているアイテムについてお答えください。  
 ※ご自身で購入されたものについてお答えください。  
**【必須入力】**

	1 百貨店・デパート	2 バラエティショップ(ユニクロ・ロフト・ハンズなど)	3 ドラッグストア	4 メーカー・ブランドの直営店無印良品 ロウソンなど	5 化粧品専門の小売店イセヤシブヨシ フルジキキヤリンなど	6 コンビニエンスストア	7 スーパー(イトーヨーカドー・ダイエー・マルエツなど)	8 ホームセンター・ディスカウントストア	9 免税店・海外のお店	10 メーカー直販サイトからの通販	11 メーカー以外のサイト(Amazon・Yahoo!ショッピング・楽天・LOHACOなど)からの通販	12 フリマサイトやアプリ、インターネットオークション・タカリ・ヨフマなど	13 化粧品情報サイト・アットコスメなど	14 インターネット以外の通販(分タロなど)	15 その他	16 自分では買っていない
1. 化粧水	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 乳液・ミルク	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 美容液	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ブースター美容液	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. クリーム	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. オールインワン	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. パックマスク	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. アイクリーム	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ



**Q3** あなたが、スキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)を**実際に買った**り、**選んだり**するときに、以下をどのくらい参考にしていますか。(それぞれひとつだけ)

【必須入力】

	1 ほとんど参考に していません	2 多少は参考に しています	3 どちらでもない	4 あまり参考に していません	5 まったく参考に していません
1. インターネット(メーカー・ブランドのサイト)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. インターネット(化粧品情報サイト)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. インターネット(検索エンジン)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 雑誌・フリーペーパー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. テレビ番組	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. テレビCM	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 街や駅などの看板・広告	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 新聞	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 新聞の折込チラシ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 店内にある説明書きや店内でもらうチラシ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 友人や家族のクチコミ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. 美容部員の説明	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- ・ セレクト条件 項目【1】: (count(#Q3, "S1-4", "1-2") >= 1)
- ・ セレクト条件 項目【2】-【10】: Q3項目【5】-【13】で1,2と答えた方
- ・ ①必須入力

**Q4** あなたがスキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)に関する情報として参考にしている以下の項目について、それぞれの程度信頼していますか。

すべての項目の合計が100%になるように、それぞれの項目について、0から100までの数字をご記入ください。

【必須入力】

1. インターネット(SNS含む)	<input type="text"/> %
2. 雑誌・フリーペーパー	<input type="text"/> %
3. テレビ番組	<input type="text"/> %
4. テレビCM	<input type="text"/> %
5. 街や駅などの看板・広告	<input type="text"/> %
6. 新聞	<input type="text"/> %
7. 新聞の折込チラシ	<input type="text"/> %
8. 店内にある説明書きや店内でもらうチラシ	<input type="text"/> %
9. 友人や家族のクチコミ	<input type="text"/> %
10. 美容部員の説明	<input type="text"/> %
合計	0%

(小数点を使わず、整数で入力してください)



ここで改ページ



ここで改ページ

- ・ ①必須入力
- ・ ①29.FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 24. スキンケア化粧品のメーカー・ブランドを変えたことはない
- ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-22

**Q5** あなたが最近スキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)のメーカー・ブランドを変えたとき、**強く影響したものは何ですか。**  
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)  
※現在複数のスキンケア化粧品をお使いの方は、最もよく使っているスキンケア化粧品についてお答えください。  
【必須入力】

<人からの影響>

- 1. 友人や家族のクチコミ
- 2. 芸能人やモデルの愛用品やお勧め
- 3. 美容専門家の愛用品やお勧め
- 4. 店員や美容部員の説明

<雑誌やインターネットなどメディアからの影響>

- 5. 個人のブログ・SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)
- 6. 個人の動画(youtube・tiktokなど)
- 7. 購読しているメルマガ
- 8. アットコスメなどクチコミサイト
- 9. メーカーやショップのホームページ
- 10. パナー広告
- 11. テレビCM
- 12. テレビ番組
- 13. 雑誌の記事・広告
- 14. 新聞の記事・広告
- 15. 新聞の折込チラシ
- 16. ダイレクトメール

<商品そのものの影響>

- 17. 店頭ディスプレイ、店内の商品説明など店内で見たもの
- 18. 店内で使ったテスター
- 19. もらった・付録として付いてきたサンプル品
- 20. 購入したトライアル品
- 21. ホテルや旅館、SPAなどに置いてあったアメニティ
- 22. 価格が安くなったので

<その他>

- 23. その他
- 24. スキンケア化粧品のメーカー・ブランドを変えたことはない



ここで改ページ

- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 排他選択肢: 15. 特に何もしない
- ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-13
- ・ 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- ・ 包含チェックする選択肢: 1-15
- ・ SA 項目【2】

**Q6** 知になったスキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)のメーカー・ブランドができた時、**評判や効果をあまり知らなかったらどうですか。**  
あなたが試してみることをすべてお答えください。  
またその中で、最も購入の後押しになっているものを1つだけお選びください。  
【必須入力】

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ホテルや芸能人のブログ・SNSなどを見る	友人や家族など周囲に評判を聞く	個人のブログ・SNSなどを見る	動画サイトで調べる	クチコミサイトで調べる	メーカーのHPで調べる	SNSで調べる	販売サイトや商品紹介サイトで調べる	店頭で実際の商品を試す	店頭で商品説明を読む	店頭で店員や美容部員などの説明を聞く	サンプルを入手しよってみる	雑誌で調べる	その他	特に何もしない

- 1. 試してみる →
- 2. 最も購入の後押しになっているもの →



ここで改ページ

- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 排他選択肢: 30. この中にあてはまるものはない
- ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-29
- ・ 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- ・ 包含チェックする選択肢: 1-29
- ・ 包含チェック: 項目【2】×項目【3】
- ・ 包含チェックする選択肢: 1-29
- ・ 包含チェック: 項目【3】×項目【4】
- ・ 包含チェックする選択肢: 1-29
- ・ 包含チェック: 項目【1】×項目【5】
- ・ 包含チェックする選択肢: 1-29
- ・ 縦方向回答

**Q7** 次のスキンケア化粧品ブランドをご存知ですか。また、過去の使用経験と、直近1年の使用状況、現在の使用状況、今後(も)使いたいブランドを、それぞれお選びください。  
 ※「使いたい」は、ご利用経験に関わらずお選びください(結構です。(それぞれくっでも))  
 ※縦方向に回答してください。各項目で矢印(↓)方向にそれぞれ選択してください  
**【必須入力】**

	1 知っている	2 今までに使ったことがある	3 直近1年の間に使ったことがある	4 現在使っている	5 使いたい使ってみてもよい
	↓	↓	↓	↓	↓
1. 花王ソフィーナ	<input type="checkbox"/>				
2. キュレル	<input type="checkbox"/>				
3. グレド・ポー・ポータ	<input type="checkbox"/>				
4. 雪肌精	<input type="checkbox"/>				
5. ONE BY KOSE	<input type="checkbox"/>				
6. エリクシール/ エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ	<input type="checkbox"/>				
7. 専科(パーフェクト洗顔シリーズ、保湿・美白・UVシリーズ)	<input type="checkbox"/>				
8. アクアレーベル	<input type="checkbox"/>				
9. SK-II	<input type="checkbox"/>				
10. POLA	<input type="checkbox"/>				
11. THREE(スリー)	<input type="checkbox"/>				
12. アスタリフト	<input type="checkbox"/>				
13. ユスメデコルテ	<input type="checkbox"/>				
14. アルビオン	<input type="checkbox"/>				
15. エテュセ	<input type="checkbox"/>				
16. Obagi(オバジ)	<input type="checkbox"/>				
17. オルビス	<input type="checkbox"/>				
18. ちふれ/ちふれ縁花	<input type="checkbox"/>				
19. DHC	<input type="checkbox"/>				
20. なめらか本舗	<input type="checkbox"/>				
21. dプログラム	<input type="checkbox"/>				
22. DEW/DEWポータ/DEWスペリア/DEWスペリアEX	<input type="checkbox"/>				
23. 肌研(ヒダラボ)	<input type="checkbox"/>				
24. ファンケル	<input type="checkbox"/>				
25. 無印良品	<input type="checkbox"/>				
26. エスティローダー	<input type="checkbox"/>				
27. HAKU	<input type="checkbox"/>				
28. IPSA	<input type="checkbox"/>				
29. ランコム	<input type="checkbox"/>				
30. この中にあてはまるものはない	<input type="checkbox"/>				
	知っている	今までに使ったことがある	直近1年の間に使ったことがある	現在使っている	使いたい使ってみてもよい
	1	2	3	4	5

- ・ 作成制限超過 1 問分
- ・ セレクト条件 項目【1】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【2】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【3】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【4】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【5】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【6】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【7】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【8】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【9】: Q7項目【1】で2と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【10】: Q7項目【1】で10と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【11】: Q7項目【1】で11と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【12】: Q7項目【1】で12と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【13】: Q7項目【1】で13と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【14】: Q7項目【1】で14と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【15】: Q7項目【1】で15と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【16】: Q7項目【1】で16と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【17】: Q7項目【1】で17と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【18】: Q7項目【1】で18と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【19】: Q7項目【1】で19と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【20】: Q7項目【1】で20と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【21】: Q7項目【1】で21と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【22】: Q7項目【1】で22と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【23】: Q7項目【1】で23と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【24】: Q7項目【1】で24と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【25】: Q7項目【1】で25と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【26】: Q7項目【1】で26と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【27】: Q7項目【1】で27と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【28】: Q7項目【1】で28と答えた方
- ・ セレクト条件 項目【29】: Q7項目【1】で29と答えた方
- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 排他選択肢: 20. この中にあてはまるものはない
- ・ 選択肢ランダムサイズ: 選択肢1-19
- ・ 項目ランダムサイズ: 項目 1-29

**Q8** それでは、あなたをご存知のブランドのイメージにあてはまるものをすべてお選びください。ちょっと数が多いですが、お付き合いください!  
**【必須入力】**

	1 新しさを感ずる	2 勢いのない	3 時代に合った	4 高級感のある	5 安っぽい	6 機能性に優れた	7 品質のよい	8 品質の悪い	9 自分にあつた	10 好感が持てる	11 身近な	12 おしゃれな	13 センスのよい	14 センスの悪い	15 無難な	16 手軽な	17 まじめな	18 ベーシックな	19 シンボルな	20 この中にあてはまるものはない
1. 花王ソフィーナ	<input type="checkbox"/>																			
2. キュレル	<input type="checkbox"/>																			
3. グレド・ポー・ポータ	<input type="checkbox"/>																			
4. 雪肌精	<input type="checkbox"/>																			
5. ONE BY KOSE	<input type="checkbox"/>																			
6. エリクシール/ エリクシール シュベリエル/エリクシール ルフレ	<input type="checkbox"/>																			



- ・ 作成制限超過 2 問分
- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 項目ランダムマイズ : 項目 1-33

**Q11** スキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)やメイクアップ化粧品を買う時の気持ち・行動や、美容全般について、それぞれ最もあてはまるものをお選びください。  
【必須入力】

	1 あてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あまりあてはまらない	5 あてはまらない
1. スキンケア化粧品は同じシリーズで揃えるほうだ	<input type="radio"/>				
2. スキンケア化粧品の情報収集には積極的だ	<input type="radio"/>				
3. スキンケア化粧品の情報は自分からよく発信している(ブログや友人との会話など)	<input type="radio"/>				
4. スキンケア化粧品は国内ブランドしか使わない	<input type="radio"/>				
5. スキンケア化粧品は国内よりも海外ブランドのほうが好きだ	<input type="radio"/>				
6. スキンケア化粧品は無添加/天然原料であることを最も重視する	<input type="radio"/>				
7. スキンケア化粧品はブランドよりも成分・効能を重視して選ぶ	<input type="radio"/>				
8. スキンケア化粧品は1つのブランドに固定せず、色々試してみるほうだ	<input type="radio"/>				
9. スキンケア化粧品を選ぶ時、広告の影響を受けやすいほうだ	<input type="radio"/>				
10. スキンケア化粧品は有名なメーカーのものしか使わない	<input type="radio"/>				
11. スキンケア化粧品への興味関心度は高いほうだ	<input type="radio"/>				
12. スキンケア化粧品を買う時は、お店で選ぶ時間も楽しんでいる	<input type="radio"/>				
13. スキンケア化粧品を買う時は、カウンセリングや会話は不要でさっと買った	<input type="radio"/>				
14. 出来るだけスキンケア化粧品にはお金をかけたくない	<input type="radio"/>				
15. スキンケア化粧品は、ブランドの世界観や開発話などに惹かれてしまうほうだ	<input type="radio"/>				
16. スキンケア化粧品は価格を重視して選ぶ	<input type="radio"/>				

17. 美容についてのケアや取り組みが楽しい	<input type="radio"/>				
18. 美容体操や美容マッサージを実践している	<input type="radio"/>				
19. 新しい美容法は人よりも先に試すことが多い	<input type="radio"/>				
20. いくつになってもおしゃれを楽しみたい	<input type="radio"/>				
21. ファッションや美容に気を遣うことは女性の務めだと思う	<input type="radio"/>				
22. メイクアップ化粧品の情報収集には積極的だ	<input type="radio"/>				
23. メイクをすることが好き、楽しい	<input type="radio"/>				
24. メイクは自己表現の一種だと思っている	<input type="radio"/>				
25. メイクアップ化粧品は同じシリーズで揃えるほうだ	<input type="radio"/>				
26. メイクアップ化粧品は色々試してみるほうだ	<input type="radio"/>				
27. 安いスキンケア化粧品は信賴できない	<input type="radio"/>				
28. 化粧品は安くて良い物を探すのが好きだ	<input type="radio"/>				
29. 化粧品を選ぶときブランドやメーカーは気にならない	<input type="radio"/>				
30. 雑誌などに載っているメイクアップのテクニックはすぐに試してみる	<input type="radio"/>				
31. 美容を意識した食事を摂っている	<input type="radio"/>				
32. 美容のために、サプリメント・スーパーフード・美容ドリンク・漢方などを摂取する	<input type="radio"/>				
33. 美容のために、トレーニングやヨガ、ピラティスなどを行う	<input type="radio"/>				



①必須入力

**Q12** あなたがスキンケア化粧品全般(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)にかけている金額は、年間いくらくらいですか。  
【必須入力】

- 1. 年間 1万円未満 (月900円未満)
- 2. 年間 10,000円~20,000円未満 (月900円~1,700円程度)
- 3. 年間 20,000円~30,000円未満 (月1,700円~2,500円程度)
- 4. 年間 30,000円~40,000円未満 (月2,500円~3,300円程度)
- 5. 年間 40,000円~50,000円未満 (月3,300円~4,000円程度)
- 6. 年間 50,000円~60,000円未満 (月4,000円~5,000円程度)
- 7. 年間 60,000円~70,000円未満 (月5,000円~5,800円程度)
- 8. 年間 70,000円~80,000円未満 (月5,800円~6,700円程度)
- 9. 年間 80,000円~90,000円未満 (月6,700円~7,500円程度)
- 10. 年間 90,000円~100,000円未満 (月7,500円~8,300円程度)
- 11. 年間 10万円以上 (月8,300円以上)

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ セレクト条件 項目【1】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【2】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【3】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【4】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【5】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【6】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【7】：【SC1】でと答えた方
- ・ セレクト条件 項目【8】：【SC1】でと答えた方
- ・ ①必須入力(全項目)

- ・ セレクト条件：【Q14】で1と答えた方
- ・ ①必須入力

**Q13** スキンケア化粧品のアイテムごとに、あなたがお使いの商品の価格帯をお答えください。  
【必須入力】

	1 0 0 0 円 程度	2 0 0 0 円 程度	3 0 0 0 円 程度	5 0 0 0 円 程度	7 0 0 0 円 程度	10 0 0 0 円 程度	それ以上	わからない
1.化粧水	○	○	○	○	○	○	○	○
2.乳液・ミルク	○	○	○	○	○	○	○	○
3.美容液	○	○	○	○	○	○	○	○
4.ブースター美容液	○	○	○	○	○	○	○	○
5.クリーム	○	○	○	○	○	○	○	○
6.オールインワン	○	○	○	○	○	○	○	○
7.パック・マスク	○	○	○	○	○	○	○	○
8.アイクリーム	○	○	○	○	○	○	○	○

**Q15** あなたが1ヶ月に自由に使えるお金全体を100としたとき、どのようにどのくらい使っていますか。  
すべての項目の合計が100になるように、それぞれの項目について、0から10までの数字をご記入ください。  
【必須入力】

1.外食費	<input type="text"/> %
2.旅行・レジャー費	<input type="text"/> %
3.趣味・習いごと	<input type="text"/> %
4.化粧品(スキンケア・メイクアップ)	<input type="text"/> %
5.美容費(美容院・エステなど)	<input type="text"/> %
6.癒し・リラクゼーション(マッサージ・リフレクソロジなど)	<input type="text"/> %
7.服飾費(ファッション・アクセサリなど)	<input type="text"/> %
8.雑誌・書籍	<input type="text"/> %
9.貯蓄	<input type="text"/> %
10.その他	<input type="text"/> %
合計	0%

(小数点を使わず、整数で入力してください)

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ ①必須入力
- ・ 1.N: 半角数字 / 最小1 / 整数
- ・ ①1.N: 必須入力

- ・ 作成制限超過 1 問分
- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 項目ランダムイズ: 項目 1-24
- ・ 項目グループランダムイズ: 項目グループ 1,2

**Q14** 1ヶ月に、あなたがご自身のために「自由に使えるお金」はごさいですか。  
「自由に使えるお金」がある場合は、金額をご記入ください。  
【必須入力】

- 1. 「自由に使えるお金」がある  
⇒  円 (半角数字)
- 2. 「自由に使えるお金」はない

..... ✂ ここまで改ページ .....

**Q16** くだんのお買い物やライフスタイルについて、あなたの考えをお知らせください。(それぞれひとつだけ)  
【必須入力】

	1 とてもあてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あまりあてはまらない	5 まったくあてはまらない
1. 買物は楽しい好き	<input type="radio"/>				
2. 衝動買いをすることが多い	<input type="radio"/>				
3. 欲しいと思ったら定価でも買う	<input type="radio"/>				
4. 必ずいくつかの銘柄を比較して商品を選んでいる	<input type="radio"/>				
5. より商品を探すため口は手間や時間も惜しまない	<input type="radio"/>				
6. 値段が高くても品質のよいものを選ぶことが多い	<input type="radio"/>				
7. 最新の商品、目新しい商品を選びたい	<input type="radio"/>				
8. 商品選びの時は第一に価格に注目している	<input type="radio"/>				
9. 価格を比較して少しでも安い店で買うことが多い	<input type="radio"/>				
10. 商品の品質を見る目に自信がある	<input type="radio"/>				
11. 商品選びに自分なりの判断基準を持っている(もうだと思)	<input type="radio"/>				
12. 自己表現の手段として商品を選びたい	<input type="radio"/>				
	1 とてもあてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あまりあてはまらない	5 まったくあてはまらない
13. 趣味や好きなことを深く極めたい	<input type="radio"/>				
14. 趣味や好きなことたくさん持っていたい	<input type="radio"/>				
15. 趣味口は思い切ってお金を使いようだ	<input type="radio"/>				
16. 勉強・学習・資格取得など、内面での自分磨きをしている	<input type="radio"/>				
17. ファッションや体型維持など、外見面での自分磨きをしている	<input type="radio"/>				
18. 新しい情報は積極的に収集している	<input type="radio"/>				
19. 流行の最先端をいくようにしている	<input type="radio"/>				
20. 周りの人に比べて美意識が高い(もうだと思)	<input type="radio"/>				
21. おしゃれや身だしなみ口は、以前ほどお金を使わなくなってきた	<input type="radio"/>				
22. おしゃれや身だしなみへの投資は惜しまない	<input type="radio"/>				
23. 「自分へのご褒美」として、買い物や旅行などにお金をかけることがある	<input type="radio"/>				
24. 異性から良く見られたい	<input type="radio"/>				

ここを折る

- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ ①項目【1】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【2】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【3】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【4】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【5】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【6】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【7】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【8】 17.FA: 必須入力
- ・ ①項目【9】 17.FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 18. 特に行動しない/このときはない
- ・ 項目ランダムイズ: 項目 1-9

**Q17** あなたは、以下の場面において、どのようなアイテムを使ったり、どのような行動をしていますか。  
あてはまるものをすべてお選びください。  
【必須入力】

	1 美容器具・美容家電を使う	2 シートマスク・パックを使う	3 美容ドリンク・サプリメント・漢方を使う	4 美容茶・健康茶を飲む	5 肌や健康に良いとされる食事を摂る	6 睡眠を普段よりも長めに取る	7 湯船につかる	8 シャワーを浴びる	9 エステ・マッサージに行く	10 セルフマッサージをする	11 ネイルサロンに行く	12 セルフネイルをする	13 まつ毛エクステに行く	14 まつ毛パーマに行く	15 美容院・美容室・ヘアサロンに行く	16 ヘアケアを行う(セルフケア)	17 その他	18 特に行動しない/このときはない
1. なんとなくお肌の調子が悪いとき	<input type="checkbox"/>																	
2. ニキビや吹き出物ができたとき	<input type="checkbox"/>																	
3. リラックスしたいとき	<input type="checkbox"/>																	
4. 気を晴らしたい/リフレッシュしたいとき	<input type="checkbox"/>																	
5. 疲れているとき	<input type="checkbox"/>																	
6. 1日の締めをしたいとき	<input type="checkbox"/>																	
7. さっぱり/すっきりしたいとき	<input type="checkbox"/>																	
8. 頑固したいとき	<input type="checkbox"/>																	
9. 自分をいたわりたいとき/癒されたいとき	<input type="checkbox"/>																	

ここを折る

- ①必須入力(全項目)
- 項目グループランダムイズ: 項目グループ1-4

**Q18** あなたは美容に関して、以下のことを行いますか。  
最もあてはまるものをひとつずつお選びください。  
【必須入力】

	行ったことがある			行ったことがない	
	1 習慣的に 行っている (1年間以上)	2 習慣的に 行っている (1年間未満)	3 気になった 時のみ行う	4 行ったことは ないが、 今後行いたい	5 行ったことが なく、今後 行うつもり もない

美白					
1. 美白のため、食事に気を遣う	<input type="radio"/>				
2. 美白のため、美容液などの化粧品を使う	<input type="radio"/>				
3. 美白のため、美容ドリンクやサプリメント、漢方などを摂る	<input type="radio"/>				
4. 美白のため、クリニックに通う	<input type="radio"/>				
肌トラブルの予防					
5. 肌トラブル(シミ・しわ・吹き出物など)予防のため、食事に気を遣う	<input type="radio"/>				
6. 肌トラブル(シミ・しわ・吹き出物など)予防のため、美容液などの化粧品を使う	<input type="radio"/>				
7. 肌トラブル(シミ・しわ・吹き出物など)予防のため、美容ドリンクやサプリメント、漢方などを摂る	<input type="radio"/>				
8. 肌トラブル(シミ・しわ・吹き出物など)予防のため、クリニックに通う	<input type="radio"/>				
薄毛・白髪予防					
9. 薄毛・白髪予防のため、食事に気を遣う	<input type="radio"/>				
10. 薄毛・白髪予防を意識してシャンプーを選ぶ	<input type="radio"/>				
11. 薄毛・白髪予防のため、美容ドリンクやサプリメント、漢方などを摂る	<input type="radio"/>				
12. 薄毛・白髪予防のため、クリニックに通う	<input type="radio"/>				
生活習慣病予防・体型管理					
13. 生活習慣病予防・体型管理のため、食事に気を遣う	<input type="radio"/>				
14. 生活習慣病予防・体型管理のため、美容ドリンクやサプリメント、漢方などを摂る	<input type="radio"/>				
15. 生活習慣病予防・体型管理のため、クリニックに通う	<input type="radio"/>				

- ①必須入力

**Q19** あなたの肌質に最もあてはまるものを以下より1つお選びください。  
【必須入力】

- 1. 脂性肌(べたつきやテカリが気になる)
- 2. 乾燥肌(カサつきが気になる)
- 3. 混合肌(カサつきもべたつきも気になる)
- 4. 敏感肌(皮膚トラブルを起こしやすい)
- 5. 普通肌



ここで改ページ

昨今の新型コロナウイルス流行による影響についてお伺いします。



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

**Q20** あなたは新型コロナウイルス流行中(以下、「コロナ中」)、美容にかかる時間やお金について、新型コロナウイルス流行前(以下、「コロナ前」と比べて以下のような変化はありましたか。それぞれお選びください。  
※「コロナ中」は、緊急事態宣言の発令中とお考えください。  
【必須入力】

	1 増えた	2 やや増えた	3 変わらない	4 やや減った	5 減った
1. 美容にかかる時間	<input type="radio"/>				
2. 美容にかかるお金	<input type="radio"/>				



ここで改ページ



ここで改ページ

- ・セレクト条件 項目【1】-【2】: Q20項目【1】、【2】で1,2と答えた方
- ・①必須入力(全項目)
- ・①項目【1】 20\_FA: 必須入力
- ・①項目【2】 20\_FA: 必須入力

**Q21** コロナ渦中、コロナ前と比べて美容にかかる**時間**または**お金**が増えたと回答した方にお伺いします。  
 かける**時間**、**お金が増えたもの**を以下の中からすべてお選び下さい。  
 ※表示された項目についてお答えください。

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	スキンケア	美容師員・美容家電	シートマスク・パック	美容ドリンク・サプリメント・漢方	美容茶・健康茶	美容に使うおこな資材	睡眠	入浴湯舟につかき	入浴シャワー	エステ・マッサージサービス	セルフマッサージ	ネイルサロン	セルフェイナル	まつ毛エクステ	まつ毛パーマ	ヘアケア(美容院・美容室・ヘアサロン)	ヘアケア(セルフケア)	ヘアスプレー	ポイントメイク	その他
1. かける <b>時間</b> が増えたもの	<input type="checkbox"/>																			
2. かける <b>お金</b> が増えたもの	<input type="checkbox"/>																			



ここで改ページ

- ・①必須入力(全項目)
- ・①項目【1】 15\_FA: 必須入力
- ・①項目【2】 15\_FA: 必須入力
- ・①項目【3】 15\_FA: 必須入力
- ・排他選択肢: 16. 自分では買っていない
- ・マスク条件 表側【1】: 16
- ・マスク条件 表側【3】: 16

**Q22** あなたは、スキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)をどこで買いますか。  
**コロナ前**に利用していたところ、**コロナ渦中**に利用したところ、今後メインで利用したいところ、をそれぞれ  
 すべてお選びください。(いくつでも)

※ご自身で購入されたものについてお答えください。

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	百貨店・デパート	バラエティショップ (ユニクロ・ロフト・ハンズなど)	ドラッグストア	メーカー・ブランドの直営店兼印良品 (ロウワタなど)	化粧品専門の小売店(セブンシスター・フルーギオサリンなど)	コンビニエンスストア	スーパー (イトヨーカードー・ダイエー・マルエツなど)	ホームセンター・ディスカウントストア	免税店・海外のお店	メーカー直販サイトからの通販	メーカー以外のサイト (Amazon、Yahoo!ショッピング、楽天、LOHACOなど)からの通販	フリマサイトやアプリ、インターネットオークション(メルカリ、ラクマなど)	化粧品情報サイト(アットコスメなど)	インターネット以外の通販 (分タロミなど)	その他	自分では買っていない
1. <b>コロナ前</b> に利用していたところ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. <b>コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)</b> に利用したところ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. <b>今後メイン</b> で利用したいところ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)
- ・ 排他選択肢: 15. 自分では買ったり選んだりしない/この中から選ぶ

**Q23** あなたは、スキンケア化粧品(化粧水、乳液、美容液、クリームなど)を実際に買ったり、選んだりするときに、どのような情報を参考にしますか。コロナ前に参考にしてきたもの、コロナ渦中に参考にしたもの、今後参考にしたいものをそれぞれすべてお選びください。(1つづつでも)  
※ご自身で購入されたものについてお答えください。

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. インターネットメーカー・ブランドのサイト															
2. インターネット化粧品情報サイト															
3. インターネット検索エンジン															
4. SNS(Facebook・Instagram・Twitterなど)															
5. 雑誌・フリーペーパー															
6. テレビ番組															
7. テレビCM															
8. 街や駅などの看板・広告															
9. 新聞															
10. 新聞の折込チラシ															
11. 店内にある説明書や店内でのアナウンス															
12. テクスター															
13. 友人や家族のクチコミ															
14. 美容師員の説明															
15. 自分では買ったり選んだりしない/この中にはない															

1. コロナ前に参考にしてきたもの	→	<input type="checkbox"/>													
2. コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)に参考にしたもの	→	<input type="checkbox"/>													
3. 今後参考にしたいもの	→	<input type="checkbox"/>													

- ①必須入力
- ・ 回答文字数制限: 【500】(文字以内)
- ・ ボーナスポイントあり

**Q24** あなたは、新型コロナウイルス流行の影響によって感じている美容の悩みはありますか。また、それらに対してどのような対策を行っていますか。出来るだけ具体的に教えてください。

例)新型コロナウイルス対策としてマスクをすることで肌が乾燥して荒れてしまう。対策として、お風呂上りのスキンケアで、クリームを使ってお保湿を普段以上に念入りに行っている。

【必須入力】

※900文字以内でご記入ください。  
(後日ボーナスポイントについて ?)

- ①必須入力
- ①17.FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 18. 特になし

**Q25** あなたが現在、行いたい力を入れたと考えている、美容に関する行動を教えてください。新型コロナウイルスのリスクも考慮した上で、直近でやりたい力を入れたものを以下の中からすべてお選びください。

【必須入力】

- 1. スキンケア
- 2. スペシャルケア(普段のお手入れに追加して行うケア)
- 3. ベースメイク
- 4. ポイントメイク(眉)
- 5. ポイントメイク(目)
- 6. ポイントメイク(頬)
- 7. ポイントメイク(リップ)
- 8. セルフネイル
- 9. リップケア
- 10. ヘアケア(セルフケア)
- 11. セルフマッサージ

サービスの利用

- 12. エステ・マッサージ
- 13. まつ毛エクステ
- 14. まつ毛パーマ
- 15. ネイルサロン
- 16. 美容院・美容室・ヘアサロン

- 17. その他
- 18. 特になし

最後に、あなたご自身についてお伺いします。

ここで改ページ

①必須入力

**Q26** あなたは、コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)、それ以前と比較して外出時間どのように変化しましたか。  
最もあてはまるものをお選びください。

【必須入力】

1 大幅に増えた	2 やや増えた	3 変わらない	4 やや減った	5 大幅に減った
<input type="radio"/>				

ここで改ページ

・ セレクト条件 : ((JOB == 1) || (JOB == 2) || (JOB == 3) || (JOB == 4) || (JOB == 5) || (JOB == 6) || (JOB == 7) || (JOB == 11))  
・ ①必須入力

**Q27** あなたは、コロナ渦中(緊急事態宣言発令中)仕事をされていましたか。  
仕事をされていた方は、どの程度仕事で外出をされていましたか。  
最もあてはまるものをお選びください。

【必須入力】

【仕事していた】

- 1. 週6日以上
- 2. 週3~4日程度
- 3. 週1~2日程度
- 4. それ以下の頻度
- 5. まったくしてない

【仕事をしなかった】

- 6. (期間中)仕事してない

ここで改ページ

**Q28** あなたが同居している方を以下の中からすべてお選びください。  
※ご自身からみた性別でお答えください。

【必須入力】

- 1. 配偶者・パートナー
- 2. 親(義父母含む)
- 3. 祖父母(義祖父母含む)
- 4. 子供(6歳未満)
- 5. 子供(6-12歳)
- 6. 子供(13-15歳)
- 7. 子供(16-18歳)
- 8. 子供(19歳以上)
- 9. 孫
- 10. 兄弟
- 11. 友人・知人
- 12. その他
- 13. 同居している方ではない(一人暮らし)

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。  
送信ボタンを押してください。

送信

# Innovative insights for all

