

スキンケアの目的、30代までは肌ダメージ改善、40代後半以降はエイジングケア 「女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014」レポートを発行

化粧にまつわる幅広い研究活動を行うポーラ文化研究所（所在地：東京都品川区）は、「女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014」を11月19日に発表しました。2007年の調査開始から10回目となる本年の調査では、スキンケア、メイクに関する定点調査に加えて、「化粧品アイテム別の購入場所・購入金額」についての調査・分析も行いました。

＜スキンケア篇＞レポートより抜粋

- ・女性の約81%は毎日スキンケアをしている。（毎日、ほぼ毎日行っている人回答累計）
- ・スキンケアの目的…30代までは「ニキビ」「毛穴」「肌アレ」など肌ダメージ改善目的、40代後半以降は「シミ」「しわ」などエイジングケア目的が高い。
- ・スキンケアへの自己評価は、「十分+適当」39%よりも「足りない」46%の方が多かった。

＜メイク篇＞レポートより抜粋

- ・1日のはじめのメイク時間は平均13.6分、2009年以降、年々短くなる傾向。
- ・未婚女性は既婚女性と比較して約1.3倍、1日のはじめのメイクに時間をかけている。
- ・使用頻度の高いアイテムはファンデーション81%、口紅75%、アイシャドウ74%の順。

＜買われ方篇＞レポートより抜粋

- ・スキンケア品の1ヶ月平均投資金額（平均値）は3,244円。メイク品は2,179円。
最も平均投資金額が高いのは60代前半の3,961円となった。

ポーラ文化研究所とは

ポーラ文化研究所は、1976年の設立以来、「化粧・女性・美意識」をキーワードに東西の化粧史や各時代の風俗や美人観など化粧に関わる幅広い研究活動を行い、その成果を出版物や調査レポート、展覧会等で広く社会へ発信しています。化粧道具や装身具を約6,500点、文献資料15,000冊を収蔵。「ポーラ化粧文化情報センター」では、これらの資料の紹介や閲覧などの情報提供サービスを行っています。

ポーラ文化研究所 URL：<http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/>

化粧と生活の調査レポートについて

化粧や装いに関する意識・行動、ライフスタイルなどの調査レポートをホームページにて公開しています。

調査レポート URL：<http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

【本件に関するお問い合わせ】(株)ポーラ・オルビスホールディングス コーポレートコミュニケーション室
TEL 03-3563-5540 / FAX 03-3563-5543

【調査内容に関するお問い合わせ】ポーラ文化研究所 TEL 03-3494-7250 / FAX 03-3494-7294

【参考資料】

＜実施概要＞ 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014

企画設計：ポーラ文化研究所

調査時期：2014年5月21日(水)19時～5月29日(木)0時

調査方法：インターネット調査

調査対象：首都圏（埼玉県，千葉県，東京都，神奈川県）に居住する

15～64歳の女性 1500人

(15～19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、60～64歳：各150人)

ポーラ文化研究所 | 化粧と生活の調査レポート

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014「スキンケア篇」 概要

調査レポート URL : <http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

■スキンケア重要度

重要…87% 重要ではない…13%と、大多数の女性にとってスキンケアは重要なことである。

■スキンケアの目的

(潤いを与える)が59%と最も高く、(ハリ・弾力を与える)、(紫外線から守る)、
(肌をきれいにする)、(肌を健康にする)、(老化を防ぐ)が上位の項目。

年代別に見ると30代までは肌ダメージの防止・改善目的、40代後半以上では、エイジング
対策の意識が高い。

■スキンケアの頻度

毎日…57% ほぼ毎日…24% とスキンケアは欠かせない日常的な行為となっている。

■よく使われるスキンケアアイテム

洗顔料…95% 化粧水…92% クレンジング…81% 日焼け止め…77% などが上位

■行っているスキンケアへの評価

足りないという自己評価の人が、十分・適当であるという評価の人より多い。

自分が行っているスキンケアが、 「十分」 + 「過不足なく適当」 39%

自分が行っているスキンケアが、 「やや足りない」 + 「足りない」 46%

スキンケアをする頻度や意識、投資金額のレベルによって、評価にも差が生じている。

スキンケアに月7,500円以上投資している人は、 「十分」 + 「過不足なく適当」 52%

スキンケアに月2,000円未満の投資の人は、 「十分」 + 「過不足なく適当」 37%

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014 「メイク篇」 概要

調査レポート URL : <http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

■メイク重要度

ベースメイク 重要 77% 重要ではない…23%

ポイントメイク 重要 69% 重要ではない…31%

ベースメイク・ポイントメイクともに重要…66%

■メイクを行う頻度

毎日…23% ほぼ毎日…35% と約6割の人は日常的にメイクをしている。

メイクを毎日するかどうかは重要視レベルによる差が大きく、ライフスタイルによっても差が認められる。

ベースメイクをとっても重要とする人は (毎日+ほぼ毎日) 83%

ベースメイクをあまり重要ではないとする人は (毎日+ほぼ毎日) 24%

ポイントメイクをとっても重要とする人は (毎日+ほぼ毎日) 81%

ポイントメイクをあまり重要ではないとする人は (毎日+ほぼ毎日) 36%

■メイク時間

1日のはじめのメイク時間は、平均13.6分。2009年以降、メイク時間は短くなる傾向。

2009年…15.0分 2011年…14.4分 2014年…13.6分

年代別のメイク時間の平均値では、**15～19歳が18.3分、20～29歳が17.4分**となり、他の年代と比較してメイクにかかる時間が長い傾向にありました。

ライフスタイル別のメイク時間の平均値では、未婚女性の方が既婚女性より約1.3倍メイクに時間をかけていることが分かりました。

未婚学生…16.4分 未婚有職者…15.5分 既婚有職者…12.6分 既婚主婦…11.9分

■よく使われるメイクアイテム

ファンデーション…81% 口紅…75% アイシャドウ…74% アイブロー…71%

チークカラー…70% などが上位

女性の化粧行動・意識に関する実態調査 2014「化粧品の買われ方篇」 概要

調査レポート URL : <http://www.po-holdings.co.jp/csr/culture/bunken/report/list.html>

■化粧品の1ヶ月平均投資金額

1ヶ月のスキンケア化粧品の平均投資金額（平均値）は**3,244円**、メイク化粧品の投資金額（平均値）は**2,179円**となり、**2007年以降減少傾向**にある。

スキンケア、メイクともに、高金額層は減少、低金額層が増加、平均金額は低下の傾向。年代別では、最も平均投資金額が高いのは**60代前半の3,961円**となった。

【1ヶ月のスキンケア化粧品の平均投資金額（平均値）】

2007年	2009年	2011年	2013年	2014年
4,460円	3,939円	3,354円	3,660円	3,244円

【1ヶ月のメイク化粧品の平均投資金額（平均値）】

2007年	2009年	2011年	2013年	2014年
3,787円	2,806円	2,514円	2,184円	2,179円

■スキンケアアイテム購入金額

アイテム別購入金額（平均値）では、スキンケアでは**美容液**に、メイクでは**ファンデーション**に一番投資している。

【スキンケアアイテム購入金額（平均金額）】

美容液…4,517円 クリーム…**3,644円** 乳液…**2,707円** 化粧水…**2,513円**

【メイクアイテム購入金額（平均金額）】

ファンデーション…2,876円 アンダーメイク…**2,244円** フェイスカラー…**2,471円**
口紅…**1,982円**

■スキンケア化粧品購入経路

いずれのアイテムもドラッグストアが最も多く、次にインターネット通販が多い。

化粧水 ドラッグストア 43% インターネット通販…26% 百貨店…9%
洗顔料 ドラッグストア…49% インターネット通販…23% 百貨店…6%

■メイクアップ化粧品購入経路

いずれのアイテムもドラッグストアが最も多く、インターネット通販、百貨店が同程度。

ファンデーション ドラッグストア…39%、インターネット通販…22% 百貨店…15%
口紅 ドラッグストア…41% インターネット通販…20% 百貨店…15%
アイシャドー ドラッグストア…48% インターネット通販…15% 百貨店…11%