

美容に関する調査(2024年) -女性編-

[報告書]

2024/08/29

株式会社クロス・マーケティング



目次

調査概要	… 2p	唇ケア 実施内容	… 39p
サマリー	… 4p	口内の悩み	… 40p
回答者プロフィール	… 8p	口内ケア 実施内容	… 41p
本調査結果	… 12p	体毛への悩みの有無	… 42p
肌の悩み	… 13p	体毛が気になり始めた時期	… 43p
メイクするシーン	… 15p	脱毛 経験部位	… 44p
スキンケア 使用アイテム	… 21p	脱毛・体毛ケアをし始めた時期	… 45p
ベースメイク 使用アイテム	… 22p	脱毛 種類	… 46p
ポイントメイク 使用アイテム	… 23p	アンチエイジング 関心度	… 47p
ポイントメイクアイテム 購入重視点	… 24p	アンチエイジングと聞いて思い浮かぶこと（自由回答 一部抜粋）	… 48p
スキンケア 購入チャネル	… 25p	アートメイク 認知	… 49p
ベースメイク 購入チャネル	… 26p	アートメイク 興味・経験	… 50p
ポイントメイク 購入チャネル	… 27p	美容整形について	… 52p
スキンケア 海外製品使用有無	… 28p	美容整形 興味・経験	… 54p
ベースメイク 海外製品使用有無	… 29p	美容行動を行う理由	… 56p
ポイントメイク 海外製品使用有無	… 30p	興味がある美容行動（自由回答 一部抜粋）	… 60p
海外製品使用理由（自由回答 一部抜粋）	… 31p	美容情報 収集経路	… 61p
化粧をし始めた時期	… 32p	ファッションの困りごと	… 62p
髪の悩み	… 33p	パーソナル診断 認知	… 66p
ヘアケア 実施内容	… 35p		
ヘアケア 美容室頻度	… 37p	ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について	… 70p
ネイルケア 実施内容	… 38p	クロス・マーケティングについて	… 74p



調査概要

調査概要

調査対象者	全国 女性15～69歳 マスコミ、市場調査関連従事者を除く																						
サンプル数・割付	合計：1,375サンプル 単位：サンプル <table><tr><th>15-19歳</th><th>20-24歳</th><th>25-29歳</th><th>30-34歳</th><th>35-39歳</th><th>40-44歳</th><th>45-49歳</th><th>50-54歳</th><th>55-59歳</th><th>60-64歳</th><th>65-69歳</th></tr><tr><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td><td>125</td></tr></table>	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	65-69歳	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
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	65-69歳													
125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125													
調査期間	【2022年実施】 2022年 8 月19日（金）～2022年8月21日（日） 【2024年実施】 2024年 8 月 9日（金）～2024年8月16日（金）																						
調査手法	クロス・マーケティングモニターへのインターネット定量調査																						
調査機関	株式会社クロス・マーケティング																						



サマリー

Topic Summary

今回の調査で明らかとなった重要な結果について、以下の一覧に掲載しております。
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。



01

メイクするシーン

メイクをするシーンは「友人・知人に会うとき」が2022年と同様に8割でTOP。「学校・職場へ行くとき」の7割を超える結果に。

参照ページ：p15

02

ポイントメイクアイテム 購入重視点

2024年のTOP3は「自分の好きな色」「くずれにくい」「つけ心地／使用感」の順。10～20代では「パッケージデザイン」「カラーバリエーション」「色選び」が、50～60代では「つけ心地／使用感」「簡単にキレイに仕上がる」「塗りやすい」の重視度が高い。

参照ページ：p24

03

メイクアイテム 購入チャネル

スキンケア、ベースメイク、ポイントメイクいずれも「薬局・ドラッグストア」が5～6割で群を抜いてトップ。2番手として「ネット通販」が2割台で続く。10代後半～20代前半では、ポイントメイクを「バラエティショップ」で購入している人が2割と高め。

参照ページ：p25-27

04

化粧をし始めた時期

40代後半～60代は「19～20歳」が5割でボリュームゾーン。一方20代～40代前半は「18歳以下」の計が3～4割と中心に。さらに10代後半では「15歳以下」の計が4割。「小学生の頃」は1割。

参照ページ：p32

Topic Summary

今回の調査で明らかとなった重要な結果について、以下の一覧に掲載しております。
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。



05

ネイルケア

「自分で行っている」は約4割。実施内容は「ハンドクリーム」3割がトップ。「マニキュア」「甘皮処理」「爪磨き」各1割で続く。実施率が最も高いのは10代後半で5割。「ネイルオイル」「ジェルネイル」「ネイルチップ」も、他の年代に比べて高い。参照ページ：p38

07

脱毛・体毛ケアをし始めた時期

どの年代も概ね「中学生の頃」「高校生の頃」がボリュームゾーン。「小学生の頃」は数ポイント～10ポイント程度にとどまる。ただし10代だけは「小学生の頃」は17.3%と他の年代に比べて高い。

参照ページ：p45

06

脱毛

脱毛経験者は半数。10代後半でも4割に。脱毛した部位は「脇」「脚・足」「腕・手」が上位。20代後半では3～4割程度で、脱毛箇所も5箇所以上と他の年代に比べ高い。

参照ページ：p44

08

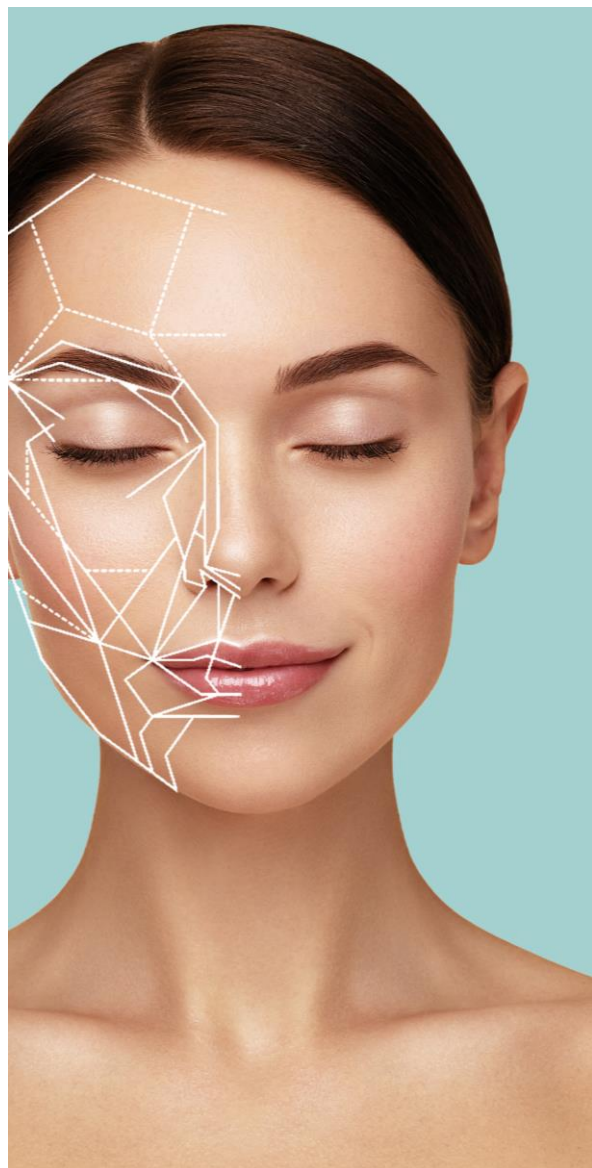
美容整形

『コンプレックスを無くすためにすることは良いと思う』では、半数が「当てはまる」と回答。特に10代後半、20代後半、30代前半では6割。『関心がある』も、年代が低いほど「当てはまる」が高まる。10代後半、20代後半では4割に。

参照ページ：p52-53

Topic Summary

今回の調査で明らかとなった重要な結果について、以下の一覧に掲載しております。
トピックの詳細は、参照ページをご覧ください。



09

美容情報収集経路

「テレビ番組」「SNS」「テレビCM」がTOP3。30代以下では、TOPが「SNS」に入れ替わる。10代後半では「友人・知人からの口コミ」「動画（YouTubeなど）」も2割に。

参照ページ：p61

10

ファッションの困りごと

「現在困っているもの（全て）」のTOP2は「似合うメイクがわからない」「似合う服がわからない」各2割。10代後半では「コーディネートに時間がかかる」「コーディネートを考えることが難しい・ストレス」「自分のファッションに対する、異性からの目が気になる」も各2割。

参照ページ：p63

11

パーソナル診断

「自分のタイプを把握している」という回答は「パーソナルカラー」「骨格診断」が各2割、「顔タイプ」が1割。どの診断も若い年代ほど「把握している」という回答が高まり、10代後半では「パーソナルカラー」「骨格診断」が各4割、「顔タイプ」は3割。

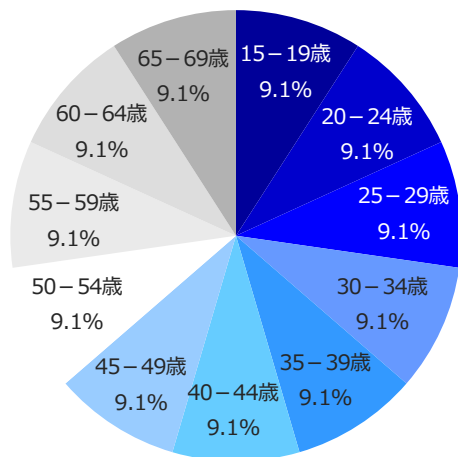
参照ページ：p66-69



回答者プロフィール

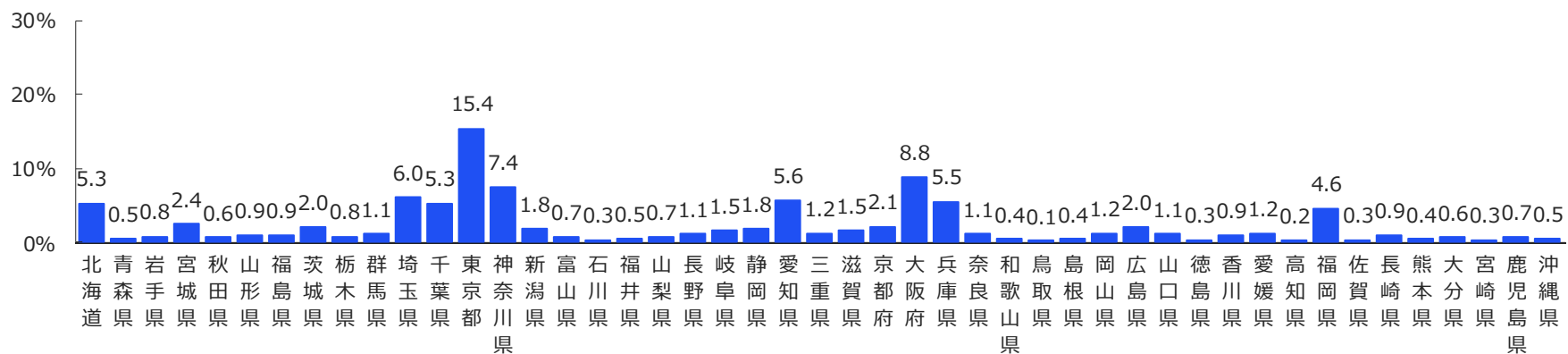
回答者プロフィール

年齢



居住地

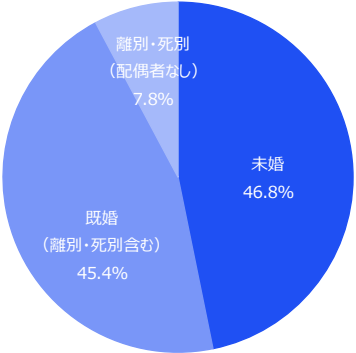
(n=1,375)



(n=1,375)

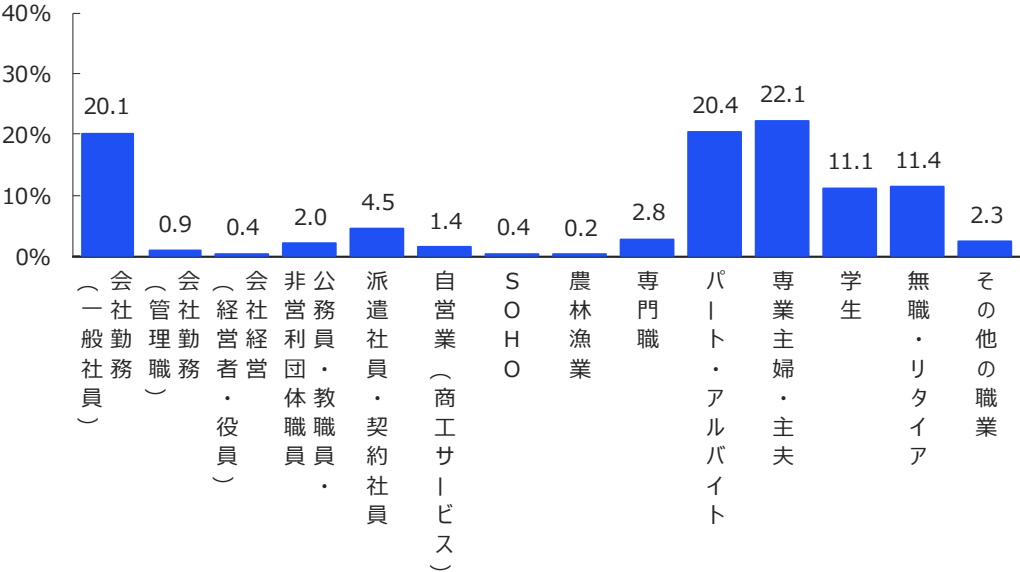
回答者プロフィール

婚姻状況

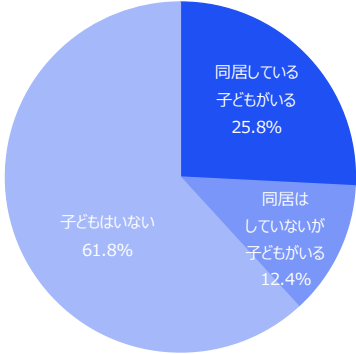


(n=1,375)

職業



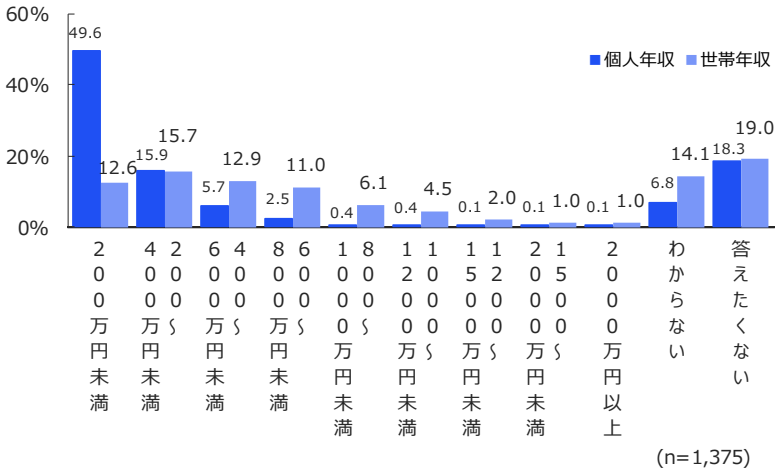
子ども有無



(n=1,375)

個人／世帯年収

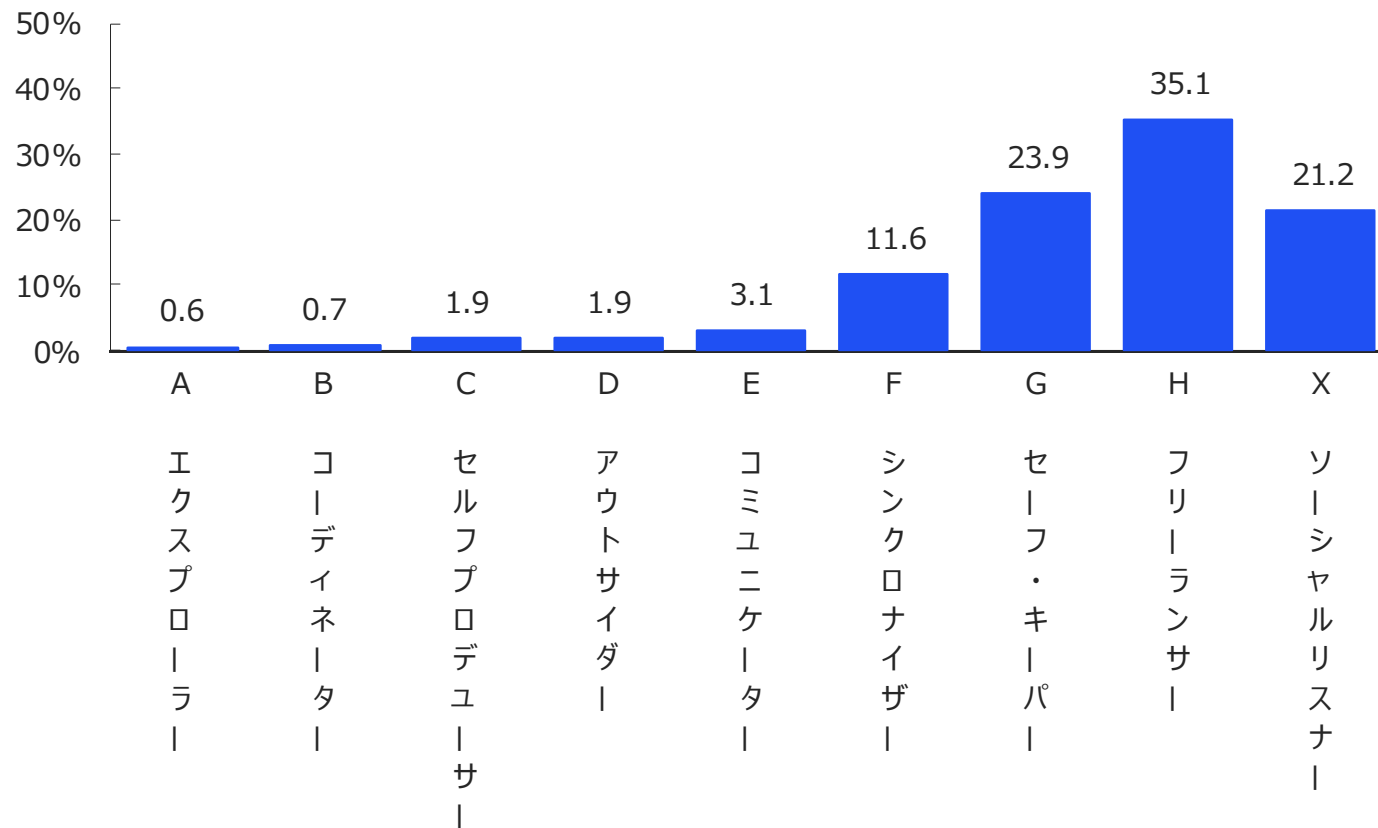
(n=1,375)



(n=1,375)

回答者プロフィール

ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)

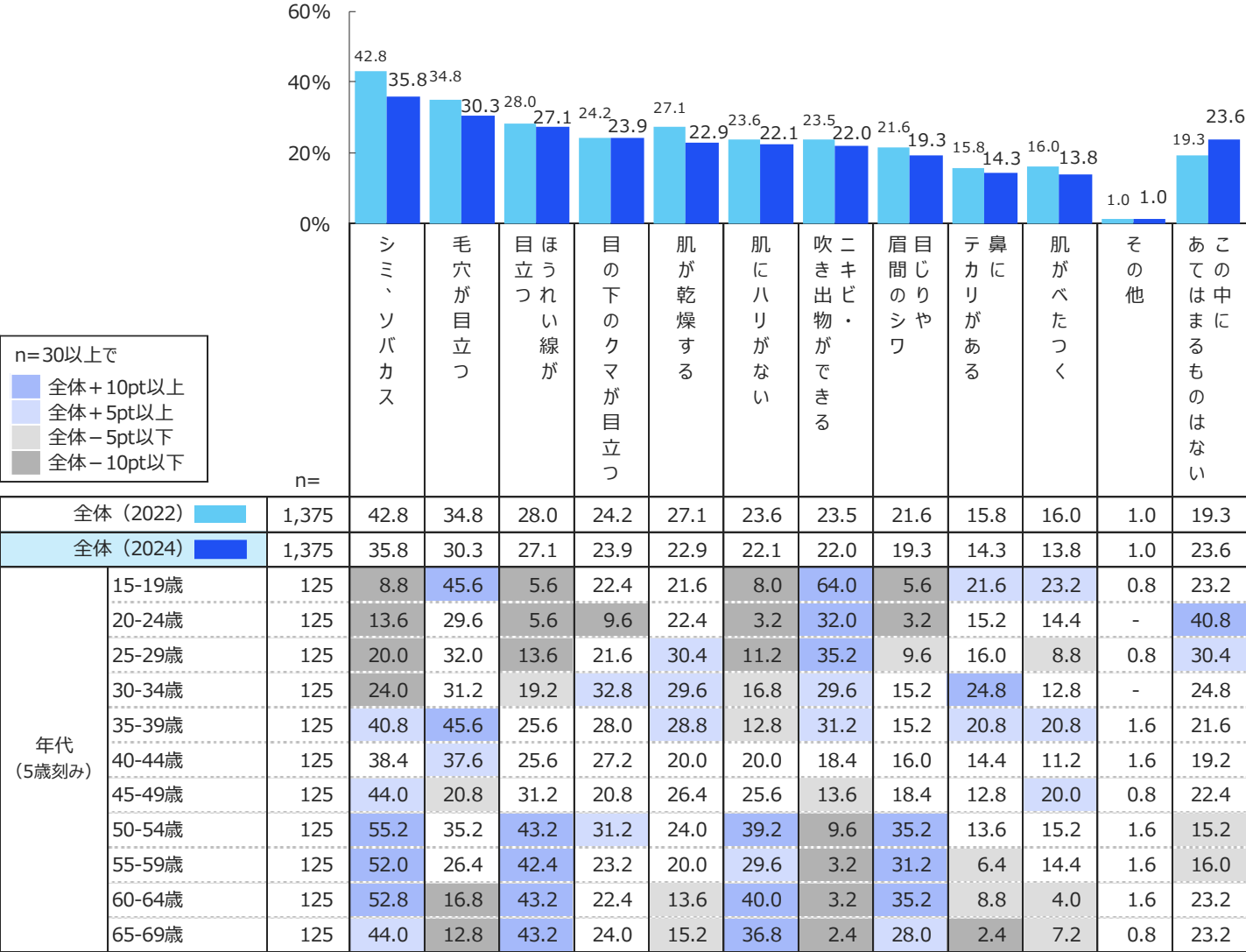


(n=1,375)



本調査結果

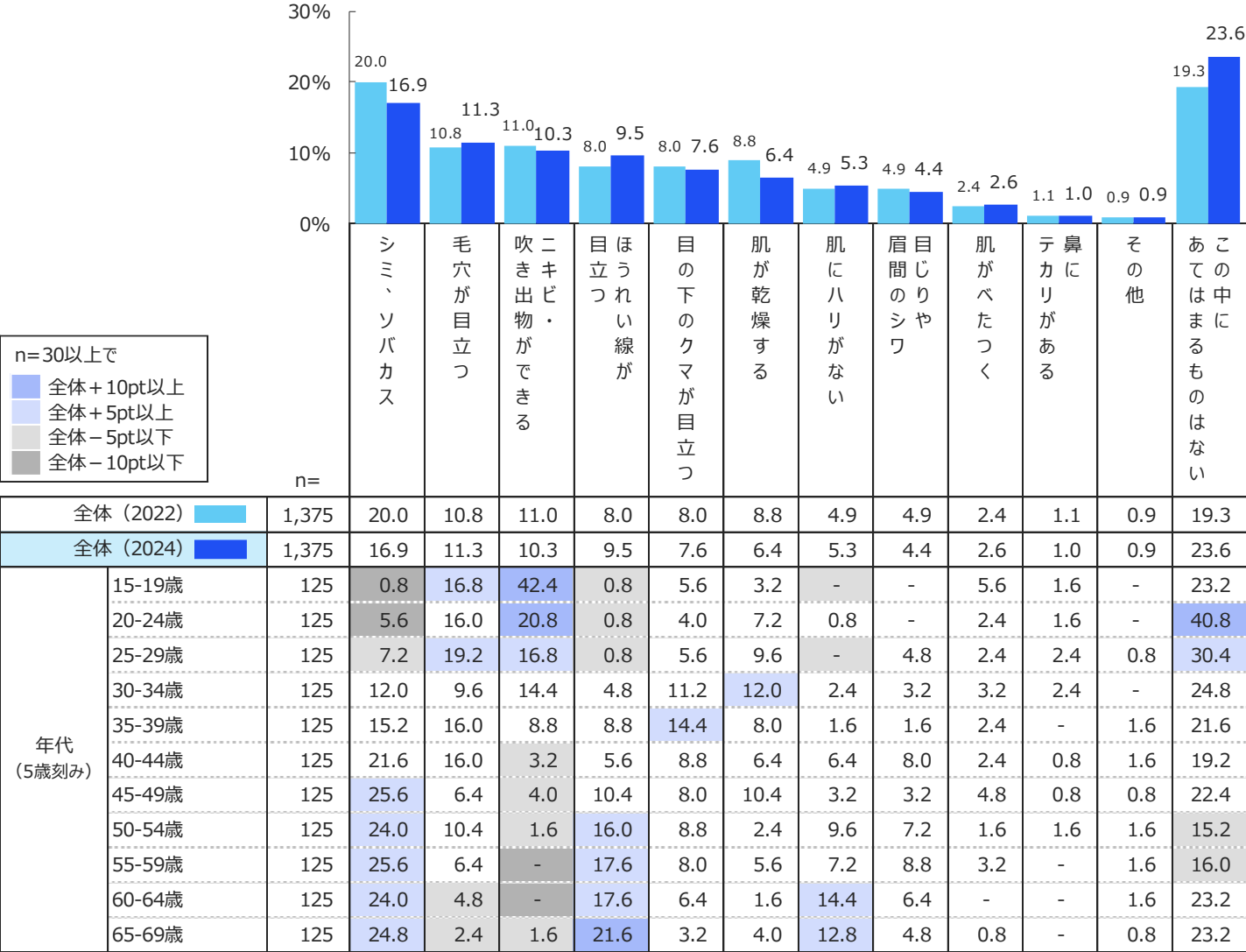
肌の悩み（全て）



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ1_1 あなたの、お顔の肌の悩みについて、あてはまるものをすべてお知らせください。そのうち、最も気になるお顔の肌の悩みをお知らせください。／お顔の肌の悩み（MA）

肌の悩み（最も気になること）



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ1_2 あなたの、お顔の肌の悩みについて、あてはまるものをすべてお知らせください。そのうち、最も気になるお顔の肌の悩みをお知らせください。／最も気になるお顔の肌の悩み（SA）

メイクするシーン

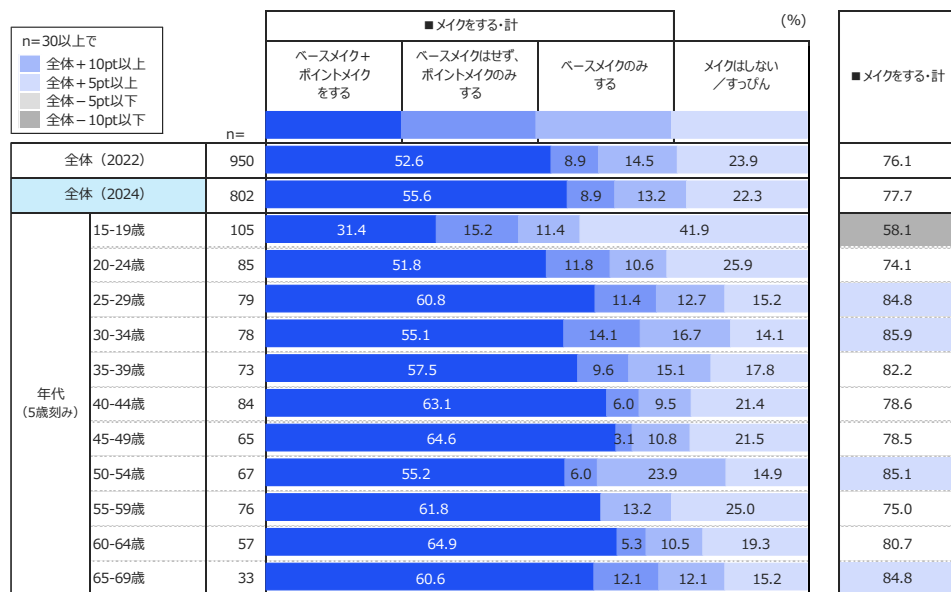
				■メイクをする・計				(%)		■メイクをする・計
				ベースメイク+ ポイントメイクをする	ベースメイクはせず、 ポイントメイクのみする	ベースメイクのみする	メイクはしない／すっぴん			
項目			n=							
	学校・職場へ行くとき	2022	950	52.68.914.523.9						76.1
		2024	802	55.68.913.222.3						77.7
	オンライン会議・授業に参加するとき	2024	460	38.912.816.332.0						68.0
	友人・知人に会うとき	2022	1,220	60.68.812.917.8						82.2
		2024	1,173	61.67.312.019.1						80.9
	誰にも会わず、一人で外出するとき	2022	1,260	28.48.219.044.4						55.6
		2024	1,218	27.37.618.246.9						53.1
	家の近くのコンビニやスーパーへのお買い物のとき	2022	1,263	21.48.718.551.4						48.6
		2024	1,228	20.67.219.252.9						47.1
	家から離れたお店でお買い物をするとき	2022	1,259	43.18.917.131.0						69.0
		2024	1,213	44.17.014.634.3						65.7
	自宅にいるとき（外出しないとき）	2022	1,233	8.53.98.7	78.9					21.1
		2024	1,192	9.13.47.0	80.5					19.5
	外でのお散歩やスポーツをするとき	2022	1,052	22.86.723.147.3						52.7
		2024	958	22.05.920.951.1						48.9
	室内でスポーツをするとき	2022	876	18.67.214.359.9						40.1
2024		801	18.77.514.459.4						40.6	

※「オンライン会議・授業に参加するとき」のみ、2024年実施調査にて新たに聴取した項目

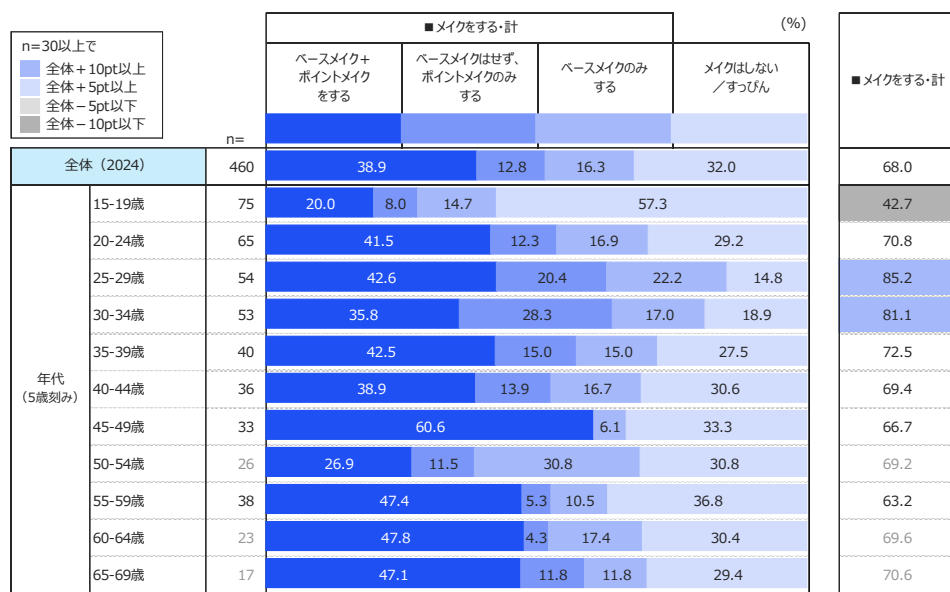
FQ2 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。（SA）【ベース：その場所へ行く機会がある者】

メイクするシーン

学校・職場へ行くとき



オンライン会議・授業に参加するとき



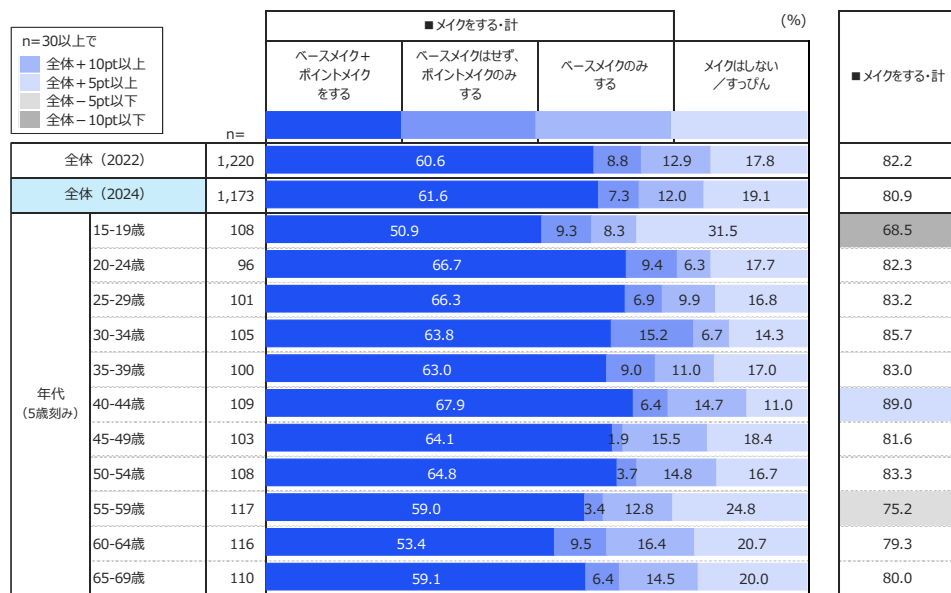
※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ2_1 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。/
 学校・職場へ行くとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

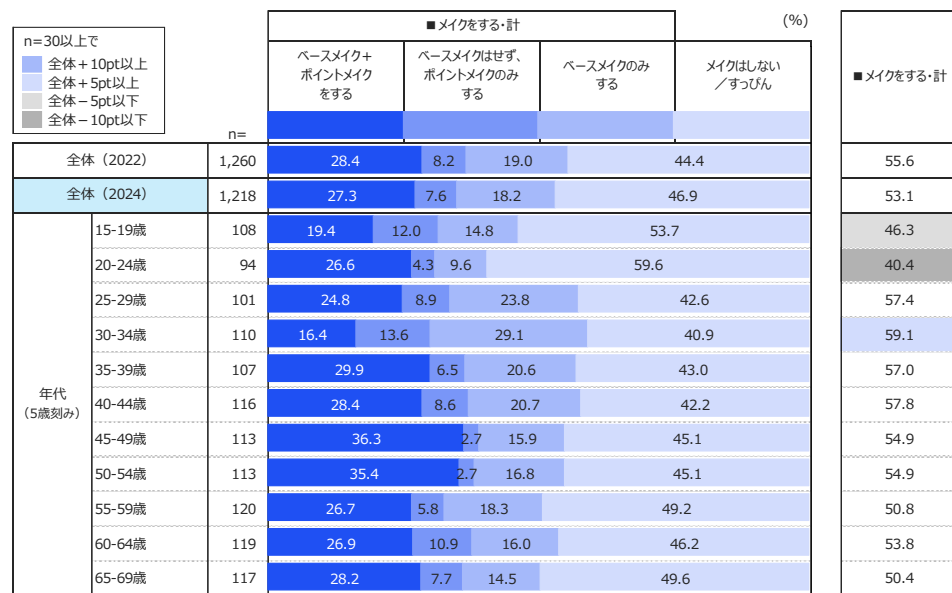
FQ2_2 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。/
 オンライン会議・授業に参加するとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

メイクするシーン

友人・知人に会うとき



誰にも会わず、一人で外出するとき

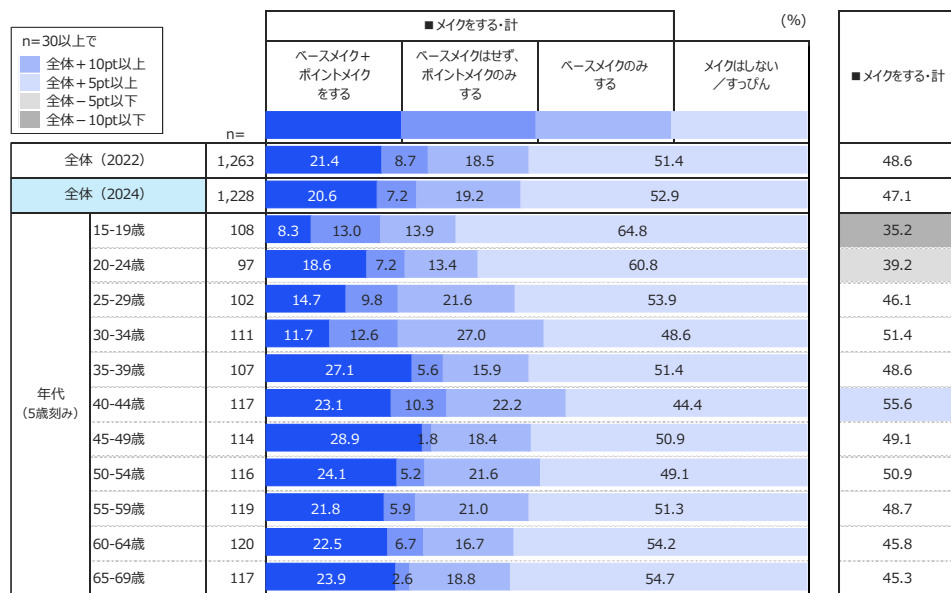


FQ2_3 あなたは、以下の場面の時に、どのような化粧を行いますか。／
 友人・知人に会うとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

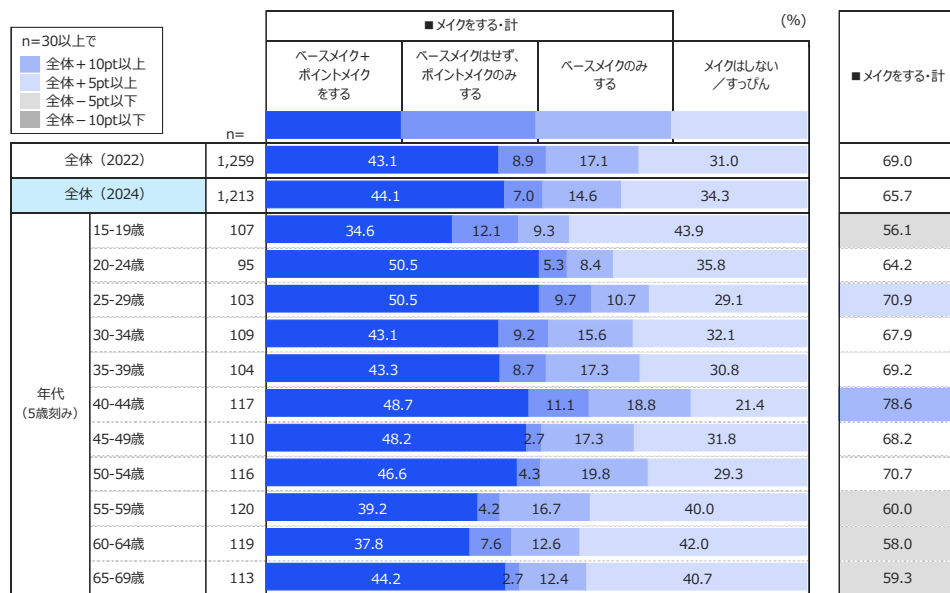
FQ2_4 あなたは、以下の場面の時に、どのような化粧を行いますか。／
 誰にも会わず、一人で外出するとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

メイクするシーン

家の近くのコンビニやスーパーへのお買い物のとき



家から離れたお店でお買い物をするとき

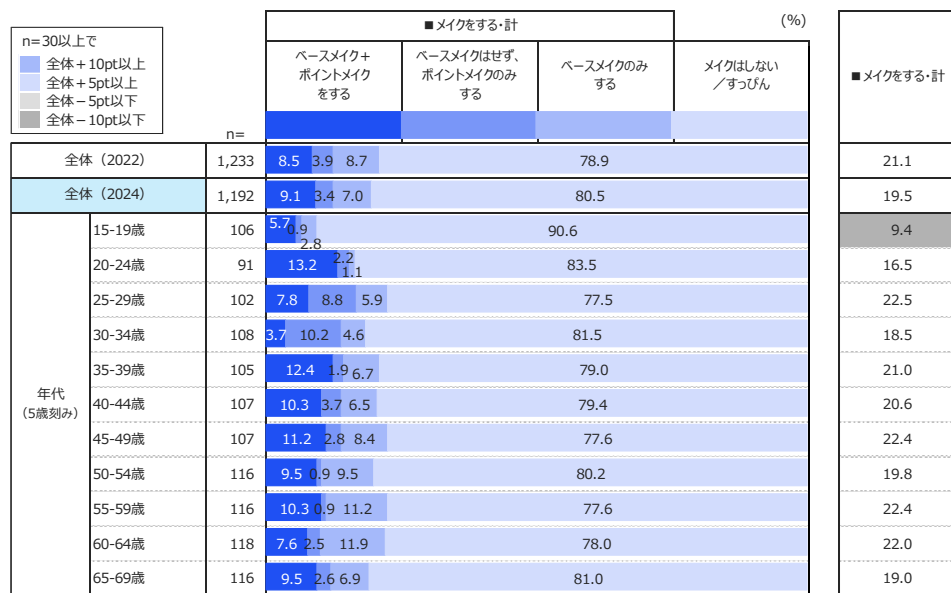


FQ2_5 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。／
 家の近くのコンビニやスーパーへのお買い物のとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

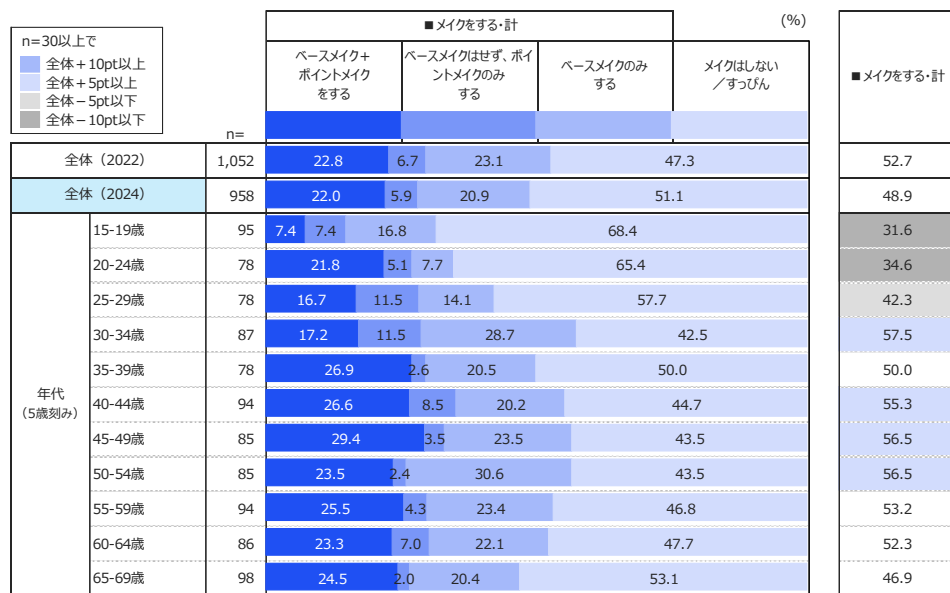
FQ2_6 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。／
 家から離れたお店でお買い物をするとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

メイクするシーン

自宅にいるとき（外出しないとき）



外でのお散歩やスポーツをするとき

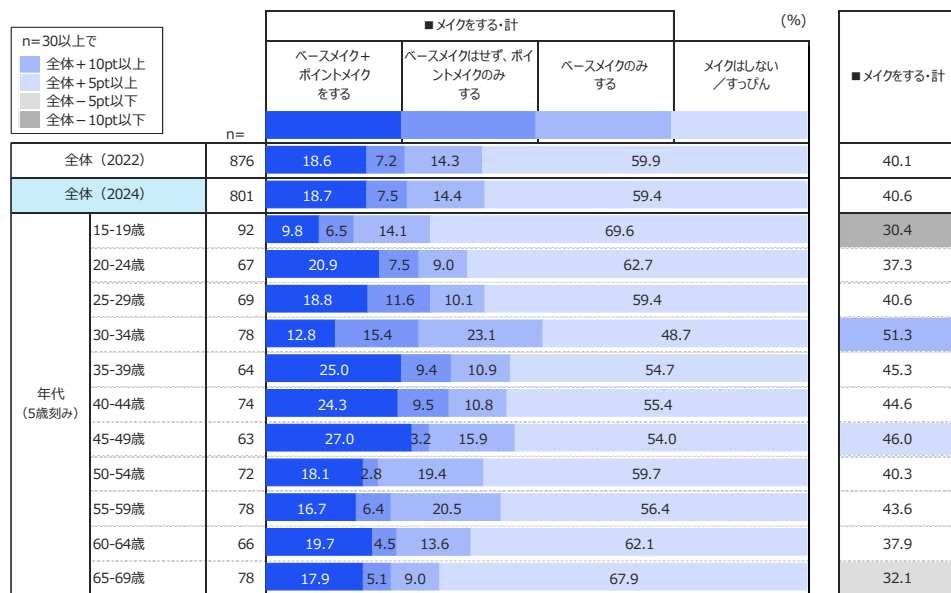


FQ2_7 あなたは、以下の場面の時に、どのような化粧を行いますか。／
 自宅にいるとき（外出しないとき）（SA）【ベース：その場所へ行く機会がある者】

FQ2_8 あなたは、以下の場面の時に、どのような化粧を行いますか。／
 外でのお散歩やスポーツをするとき（SA）【ベース：その場所へ行く機会がある者】

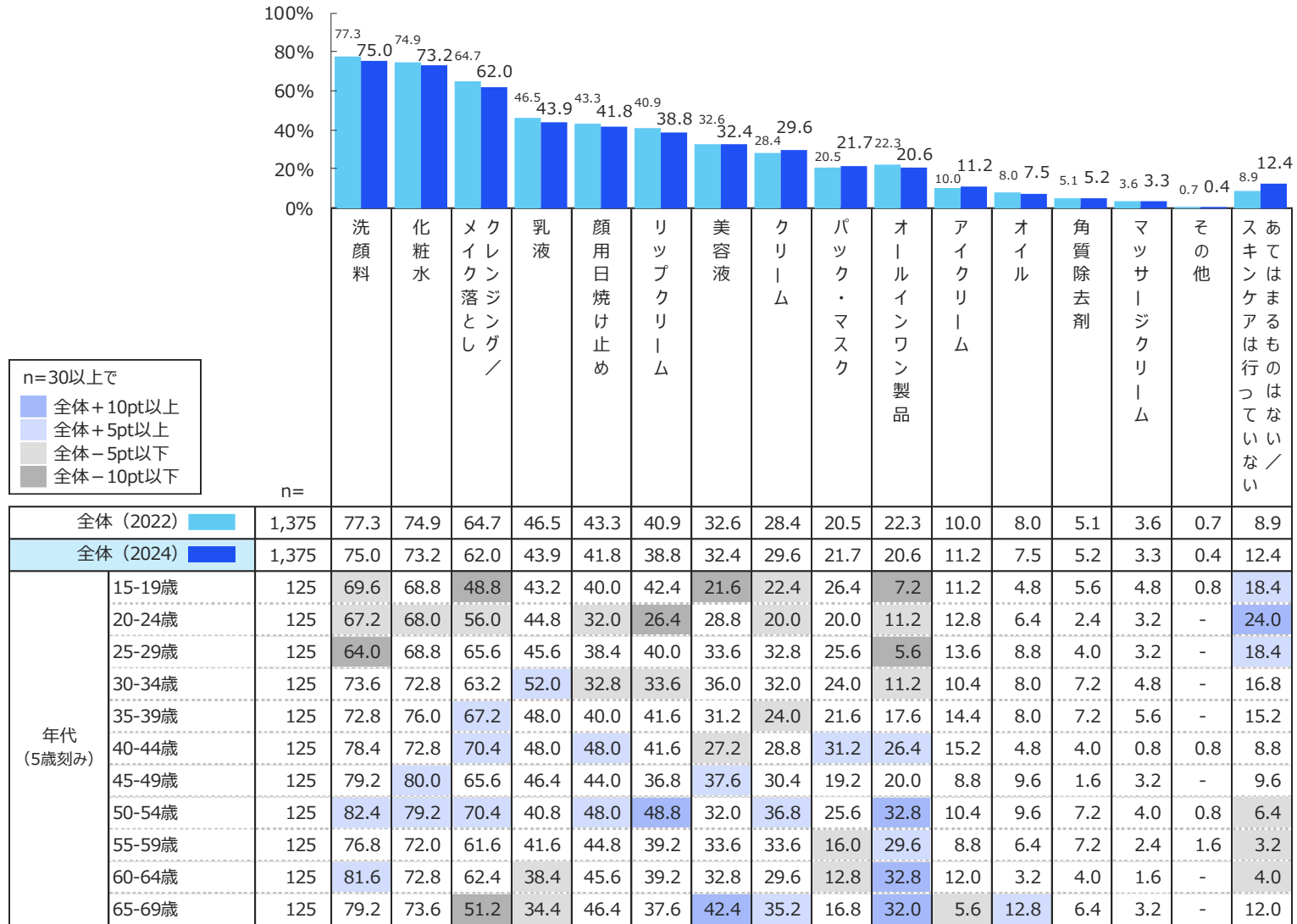
メイクするシーン

室内でスポーツをするとき



FQ2_9 あなたは、以下の場面の時に、どのようなお化粧を行いますか。/
 室内でスポーツをするとき (SA) 【ベース：その場所へ行く機会がある者】

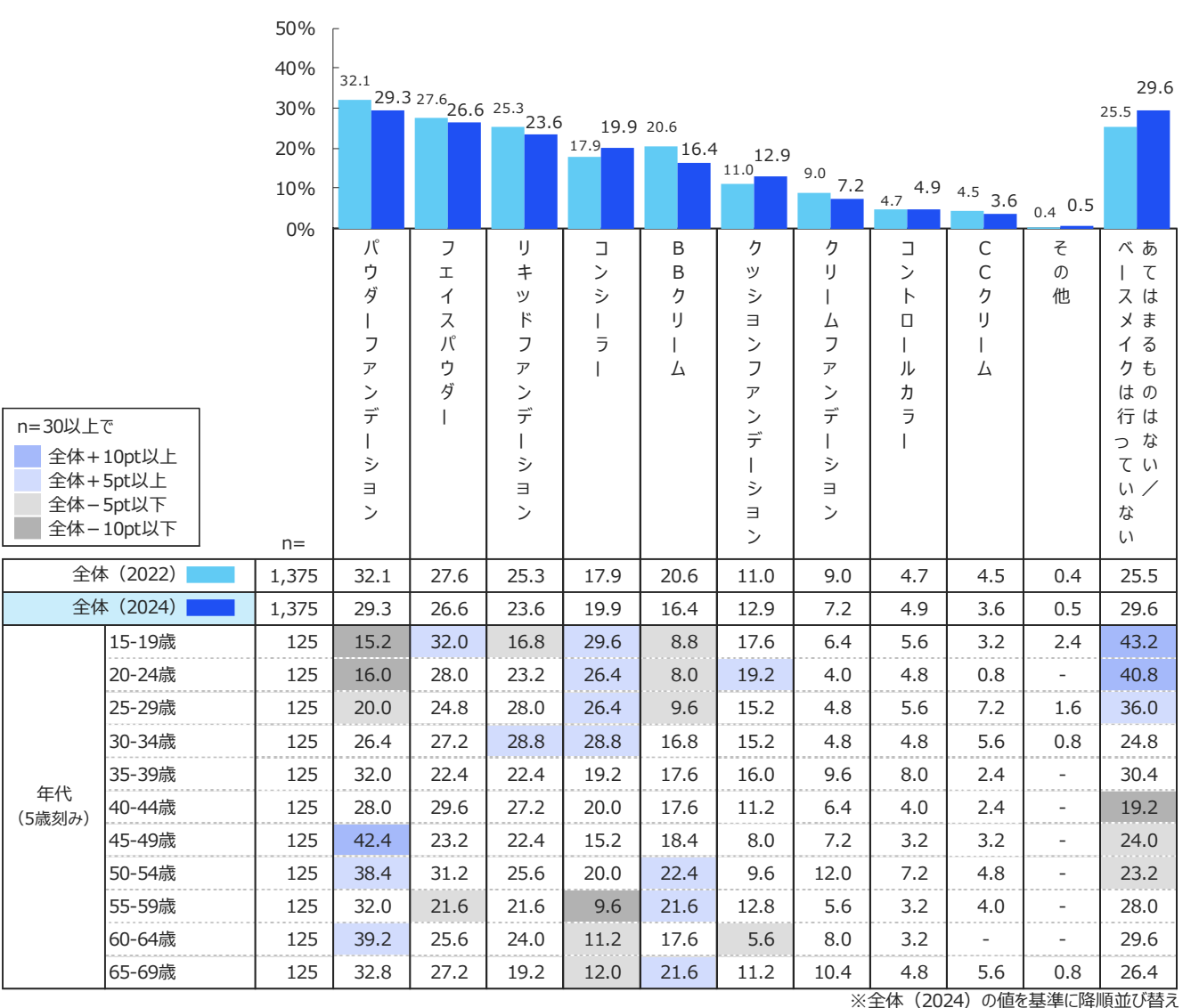
スキンケア 使用アイテム



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

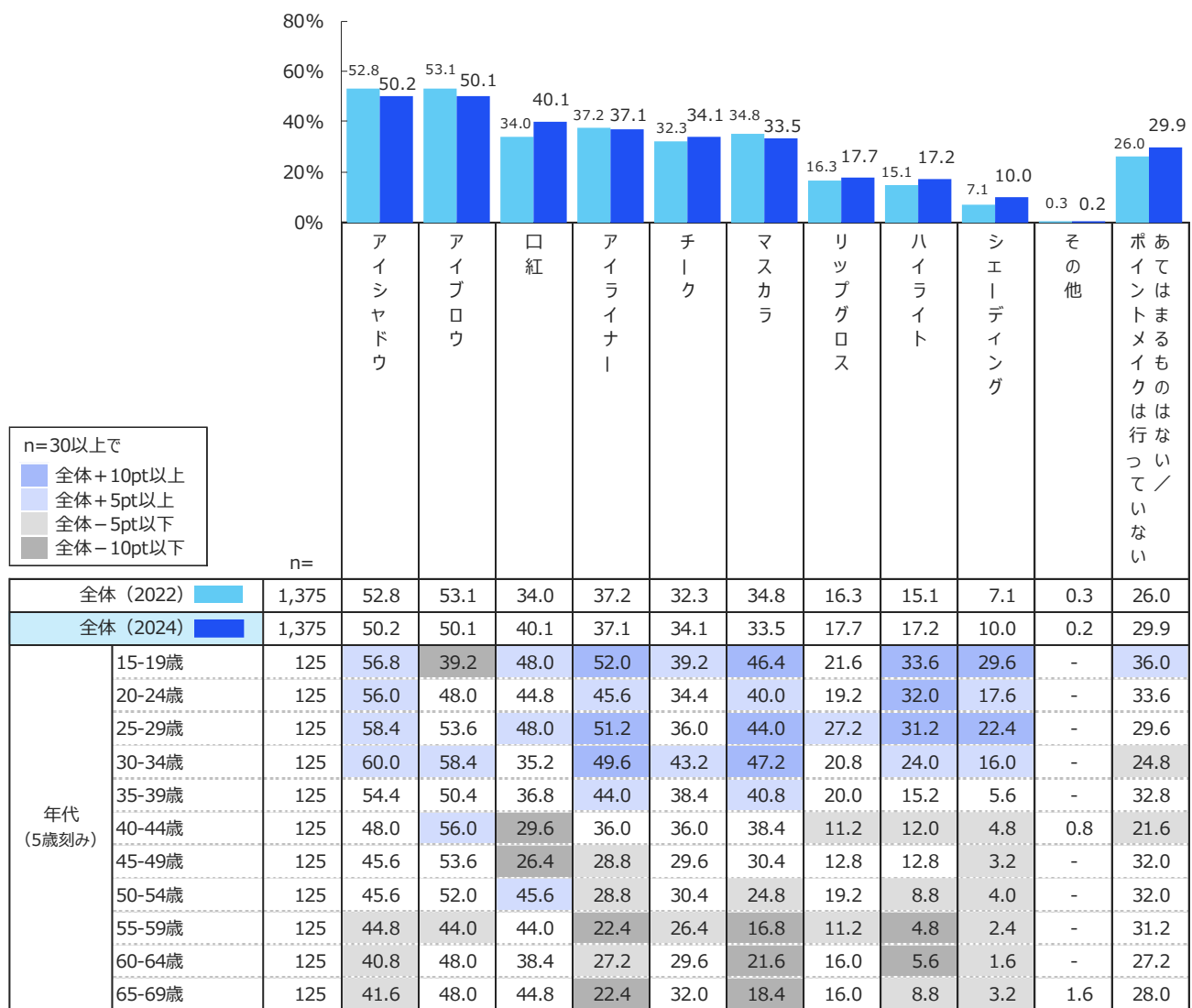
FQ3 以下のスキンケアアイテムについて、現在、使用しているアイテムをすべてお知らせください。(MA)

ベースメイク 使用アイテム



FQ4 以下のベースメイクアイテムについて、現在、使用しているアイテムをすべてお知らせください。(MA)

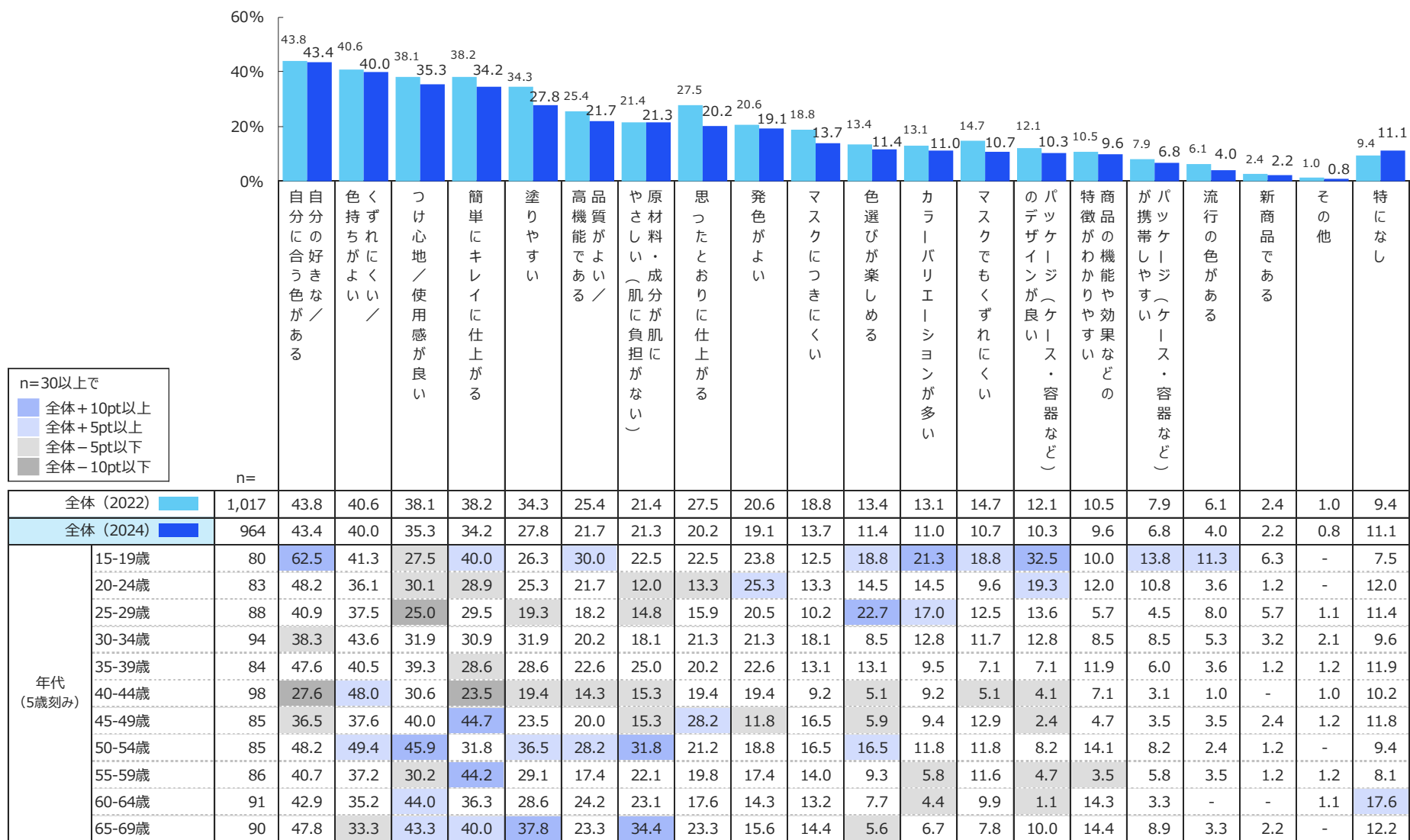
ポイントメイク 使用アイテム



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ5 以下のポイントメイクアイテムについて、現在、使用しているアイテムをすべてお知らせください。(MA)

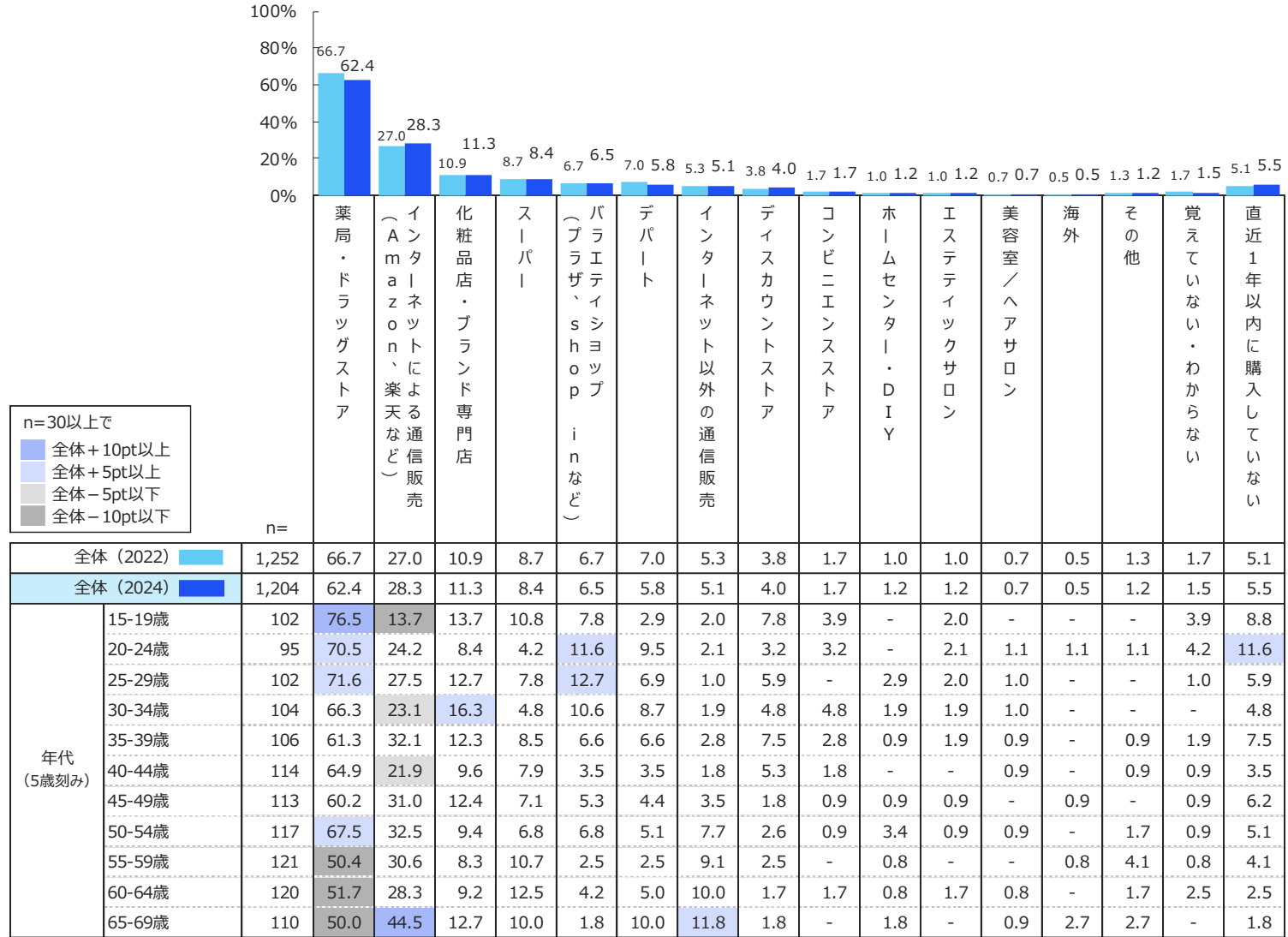
ポイントメイクアイテム 購入重視点



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ6 ポイントメイクアイテムを購入する際の重視点として、あてはまるものをすべてお知らせください。(MA)【ベース：ポイントメイク実施者】

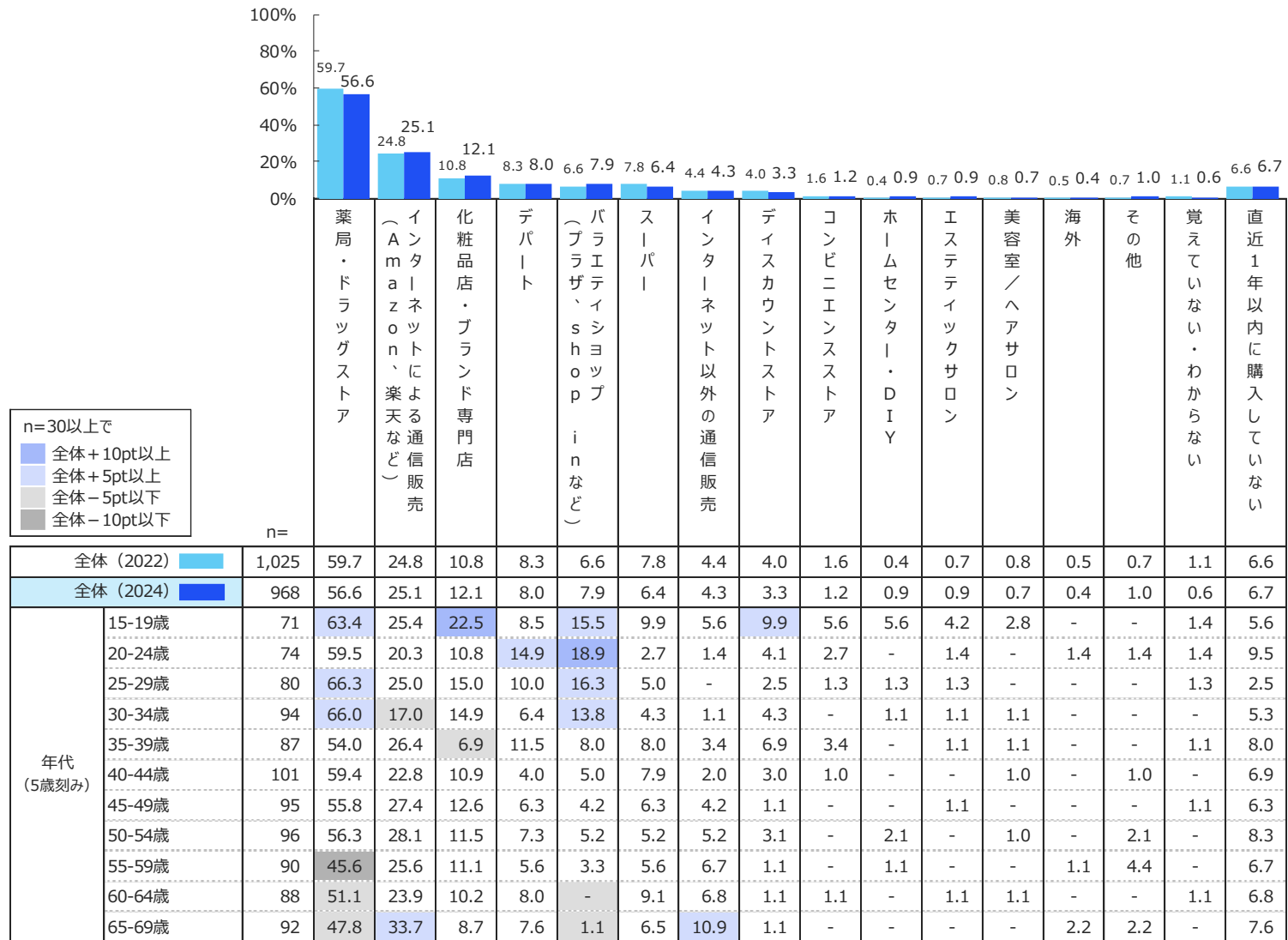
スキンケア アイテム購入チャネル



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ7_1 直近1年以内に、以下のアイテムを購入した場所として、あてはまるものをすべてお知らせください。／スキンケアアイテム (MA) 【ベース：スキンケア実施者】

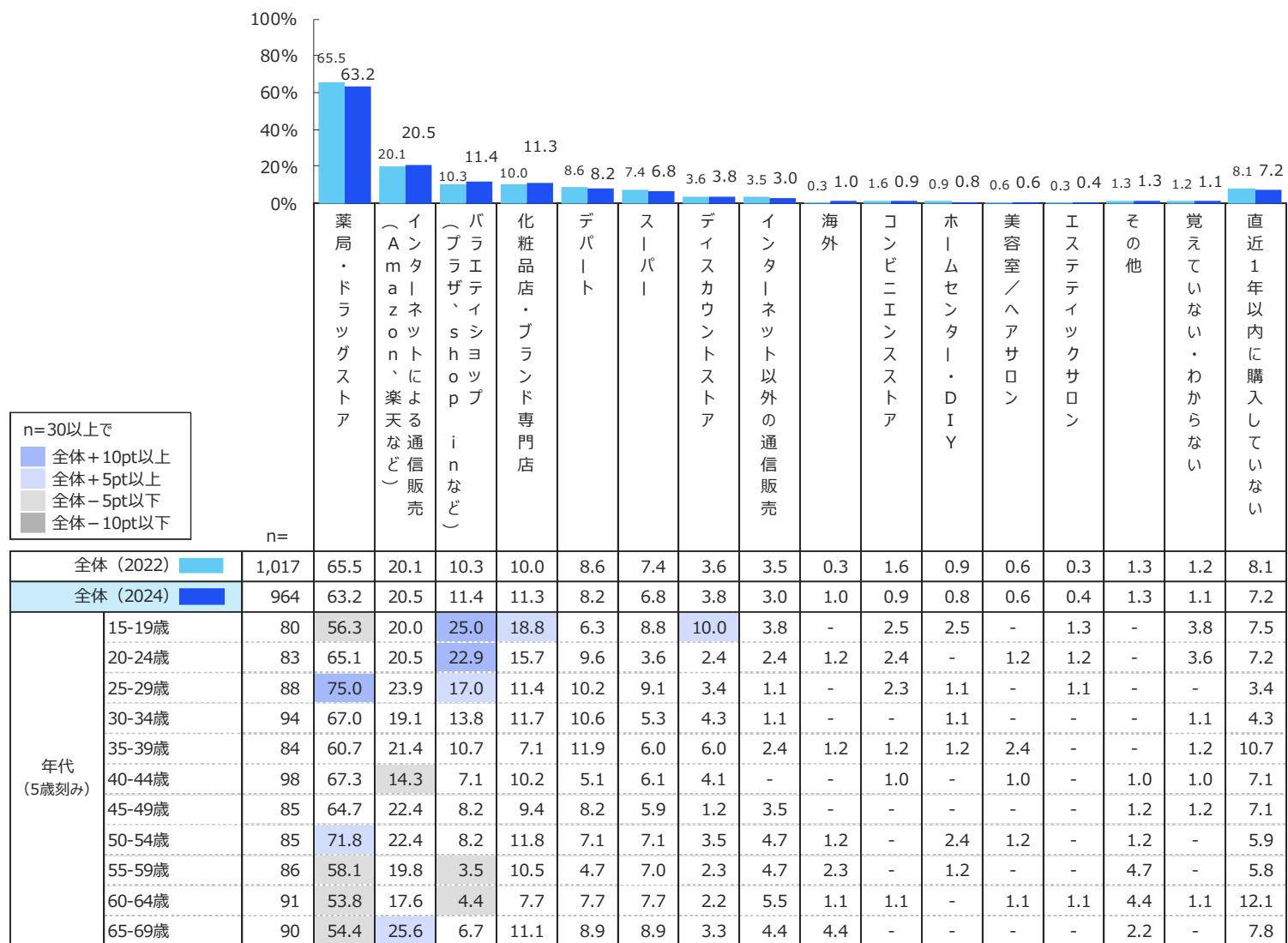
ベースメイク アイテム購入チャネル



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ7_2 直近1年以内に、以下のアイテムを購入した場所として、あてはまるものをすべてお知らせください。／ベースメイクアイテム (MA) 【ベース：ベースメイク実施者】

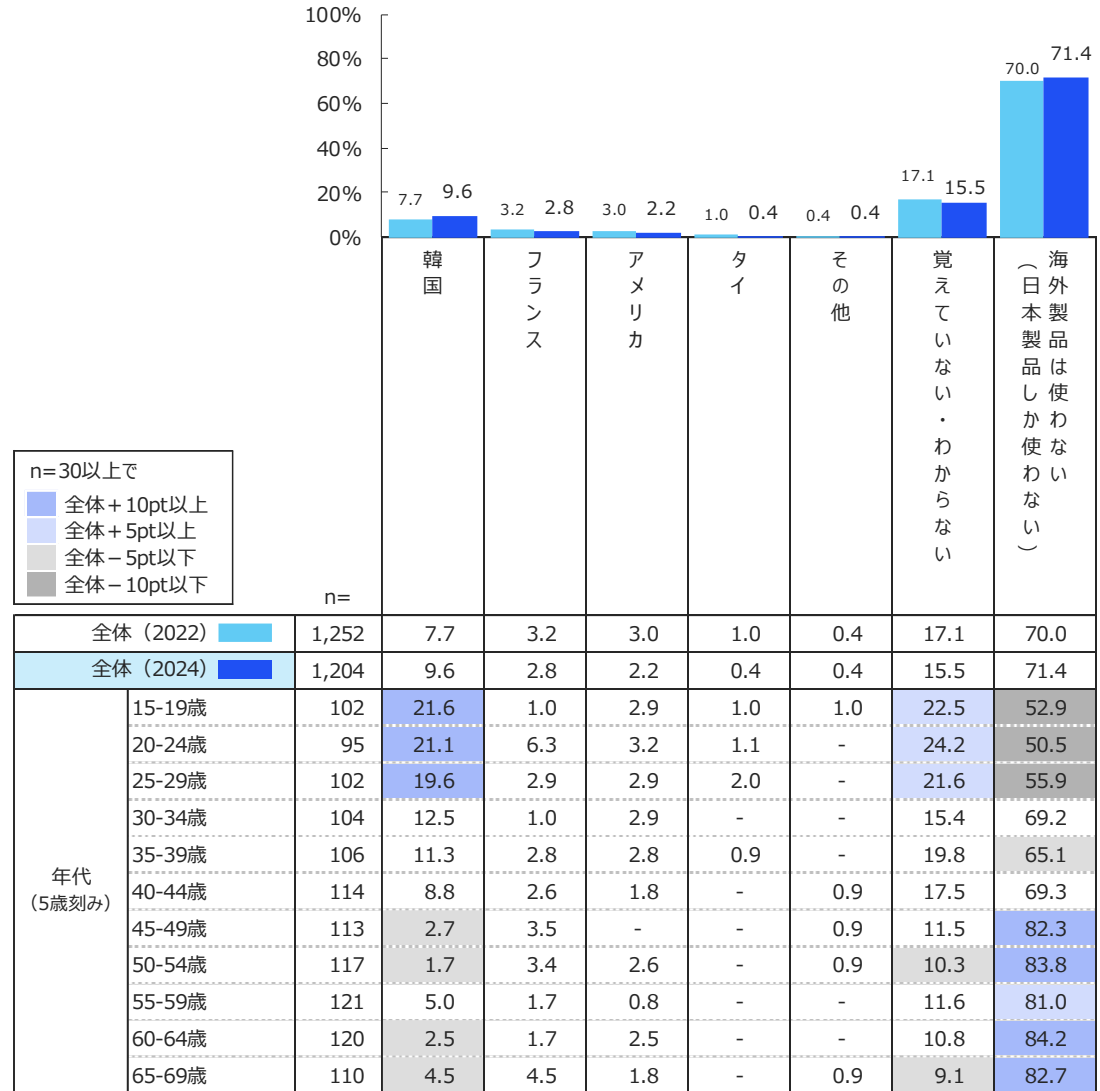
ポイントメイク アイテム購入チャネル



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ7_3 直近1年以内に、以下のアイテムを購入した場所として、あてはまるものをすべてお知らせください。／ポイントメイクアイテム (MA) 【ベース：ポイントメイク実施者】

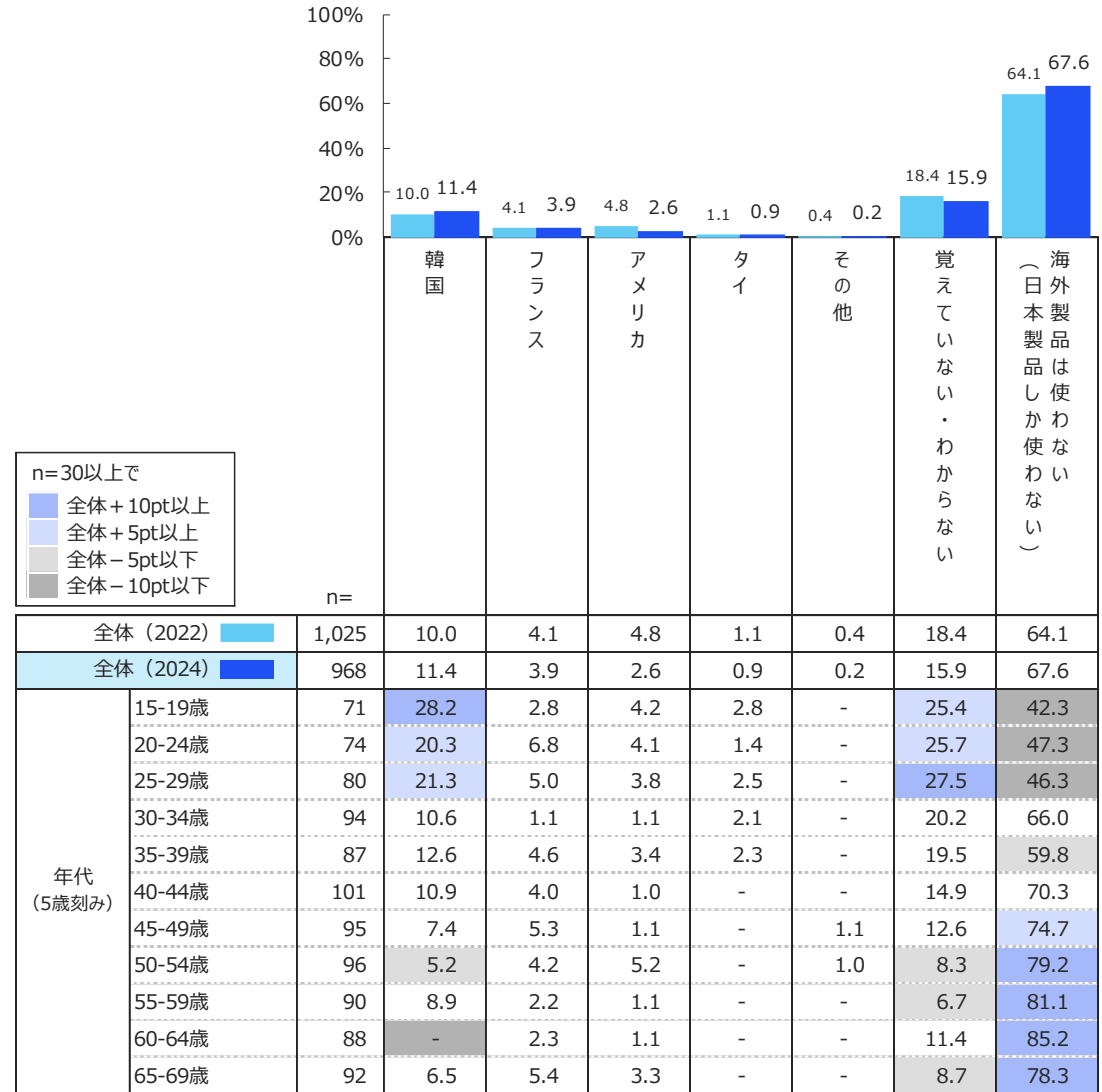
スキンケア 海外製品使用有無



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ8_1 あなたが普段お使いになっている以下のアイテムの中で、海外製品はありますか。／スキンケアアイテム (MA) 【ベース：スキンケア実施者】

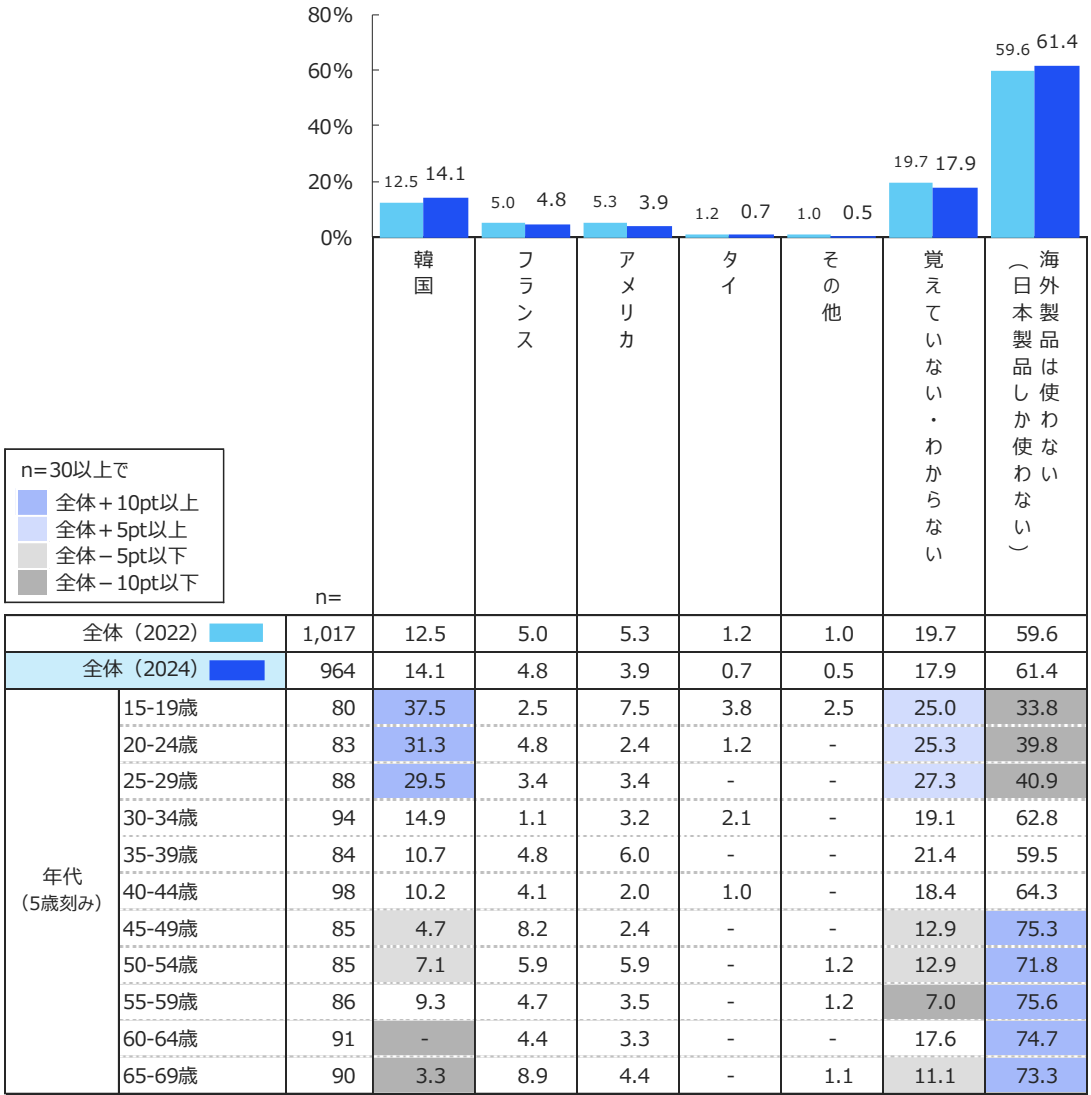
ベースメイク 海外製品使用有無



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ8_2 あなたが普段お使いになっている以下のアイテムの中で、海外製品はありますか。／ベースメイクアイテム（MA）【ベース：ベースメイク実施者】

ポイントメイク 海外製品使用有無



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ8_3 あなたが普段お使いになっている以下のアイテムの中で、海外製品はありますか。／ポイントメイクアイテム（MA）【ベース：ポイントメイク実施者】

海外製品使用理由（自由回答 一部抜粋）

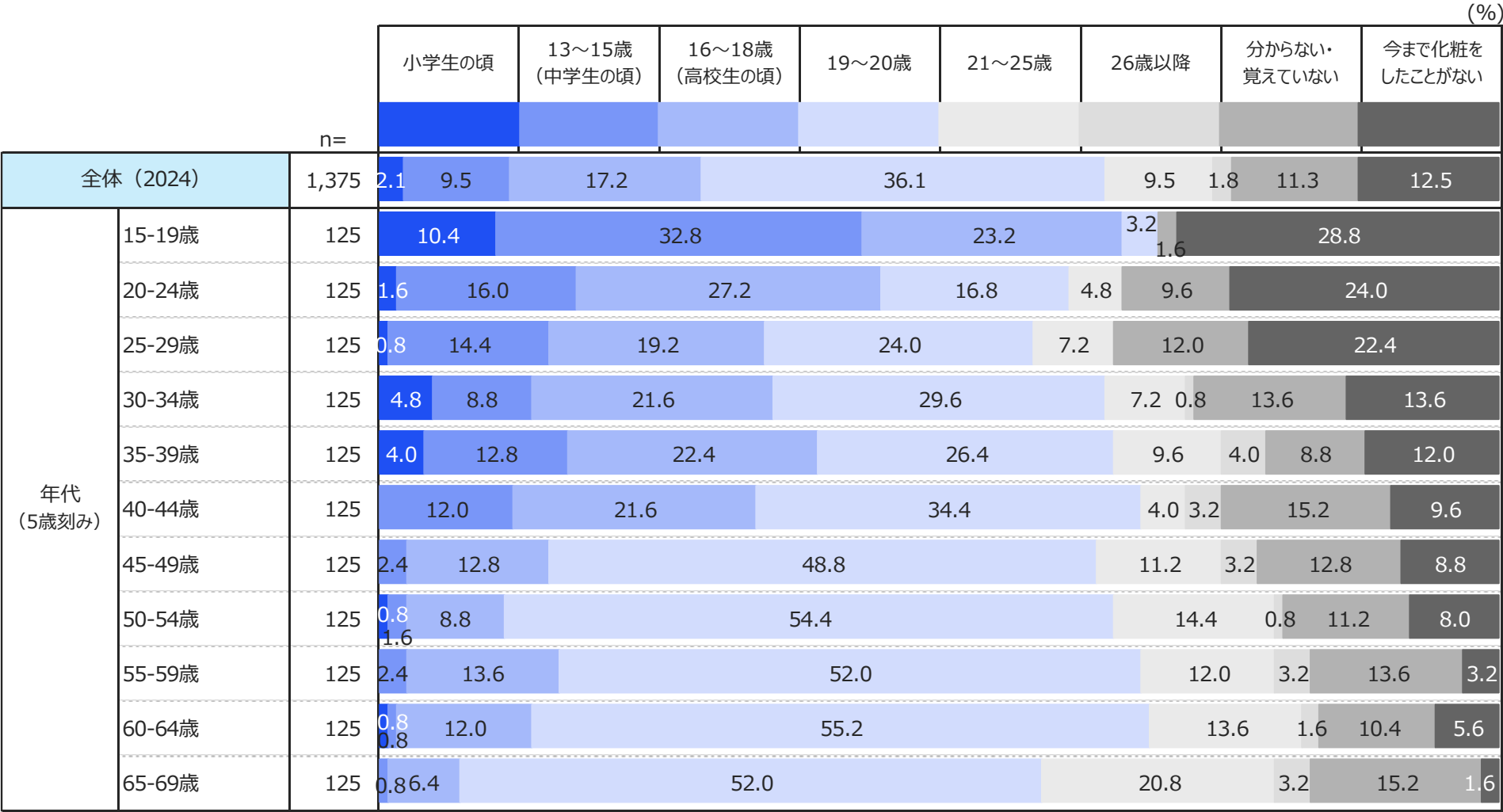
	スキンケアアイテム (n=157)	ベースメイクアイテム (n=160)	ポイントメイクアイテム (n=199)
品質／性能	- 品質がいい - 効果がありそう - 肌の状態に合う成分だった - 発色が良い - 使いやすい	- 製品の品質がよく、肌に合う - カバー力があって、成分がいい - 崩れにくい	- 日本製より品質が良い - 使いやすいものがたまたま外国製だった - かわいい - 色が綺麗だから - 発色がいいから
流行り／トレンド	- 会社・大学で流行っているから - 今流行りだから	- 会社・大学で流行っているから - 人気だから	- 会社・大学で流行っているから - 今流行りだから
好み	- 好きなブランドだから - 韓国が好きだから	好きなブランドだから	- 海外ブランドが好きだから - 自分の好きな色味だから
バリエーション	- 種類が豊富だから - バリエーションが豊富だから	種類が豊富だから	カラー豊富で使いやすい
コストパフォーマンス	安くて効果がある	安くて使いやすいから	少量でコスパが良いから
メディア	- 好きなアイドルがプロモーションしていたから - サンプルを使ったら使用感が良かった - 口コミが良いので使ってみたいと思ったから	- 好きなヘアメイクアップアーティストが使っていたから - 雑誌で紹介されていて良さそうだったから - SNSで話題だったから	好きなヘアメイクアップアーティストが使っていたから

FQ9 あなたが普段お使いになっているスキンケアアイテムについて、海外製品をお使いになっている理由を、具体的にお教えてください。（FA）【ベース：スキンケア海外製品使用者】

FQ10 あなたが普段お使いになっているベースメイクアイテムについて、海外製品をお使いになっている理由を、具体的にお教えてください。（FA）【ベース：ベースメイク海外製品使用者】

FQ11 あなたが普段お使いになっているポイントメイクアイテムについて、海外製品をお使いになっている理由を、具体的にお教えてください。（FA）【ベース：ポイントメイク海外製品使用者】

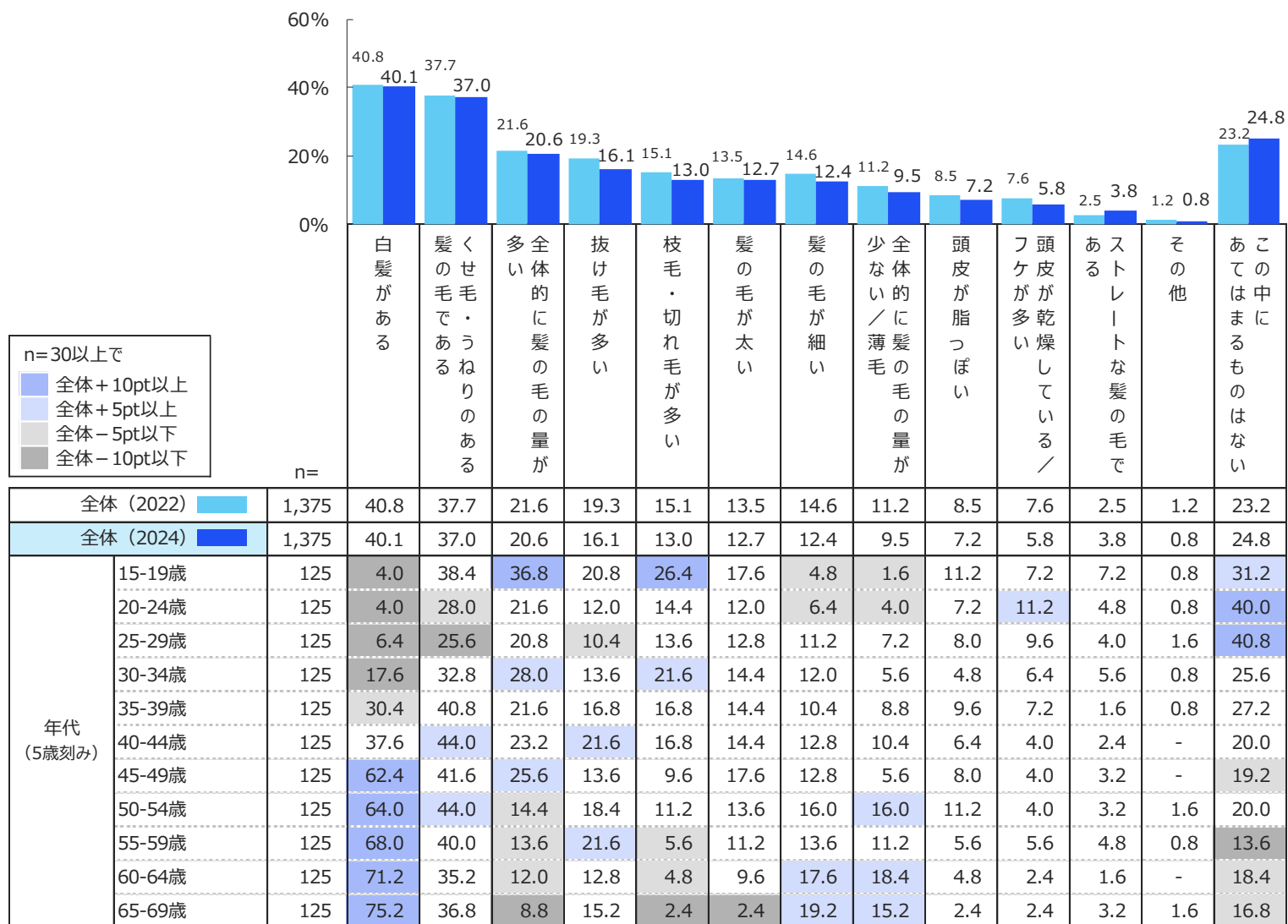
化粧をし始めた時期



※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ12 あなたがご自身でお化粧をし始めた時期を教えてください。(SA)

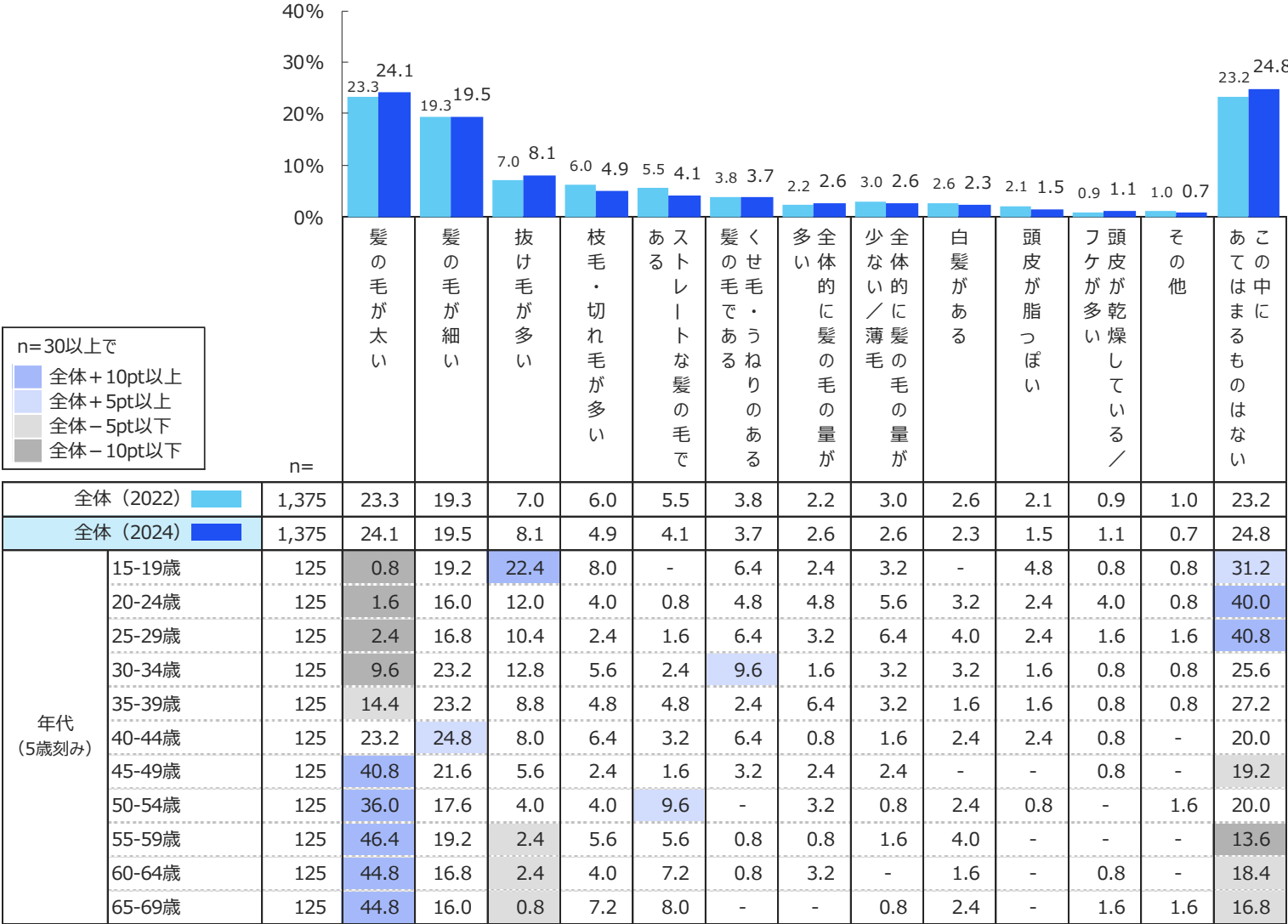
髪のお悩み（全て）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ13_1 あなたの、髪の毛や頭皮のお悩みについて、あてはまるものをすべてお知らせください。そのうち、最も気になる髪の毛や頭皮のお悩みをお知らせください。／髪の毛や頭皮の悩み（MA）

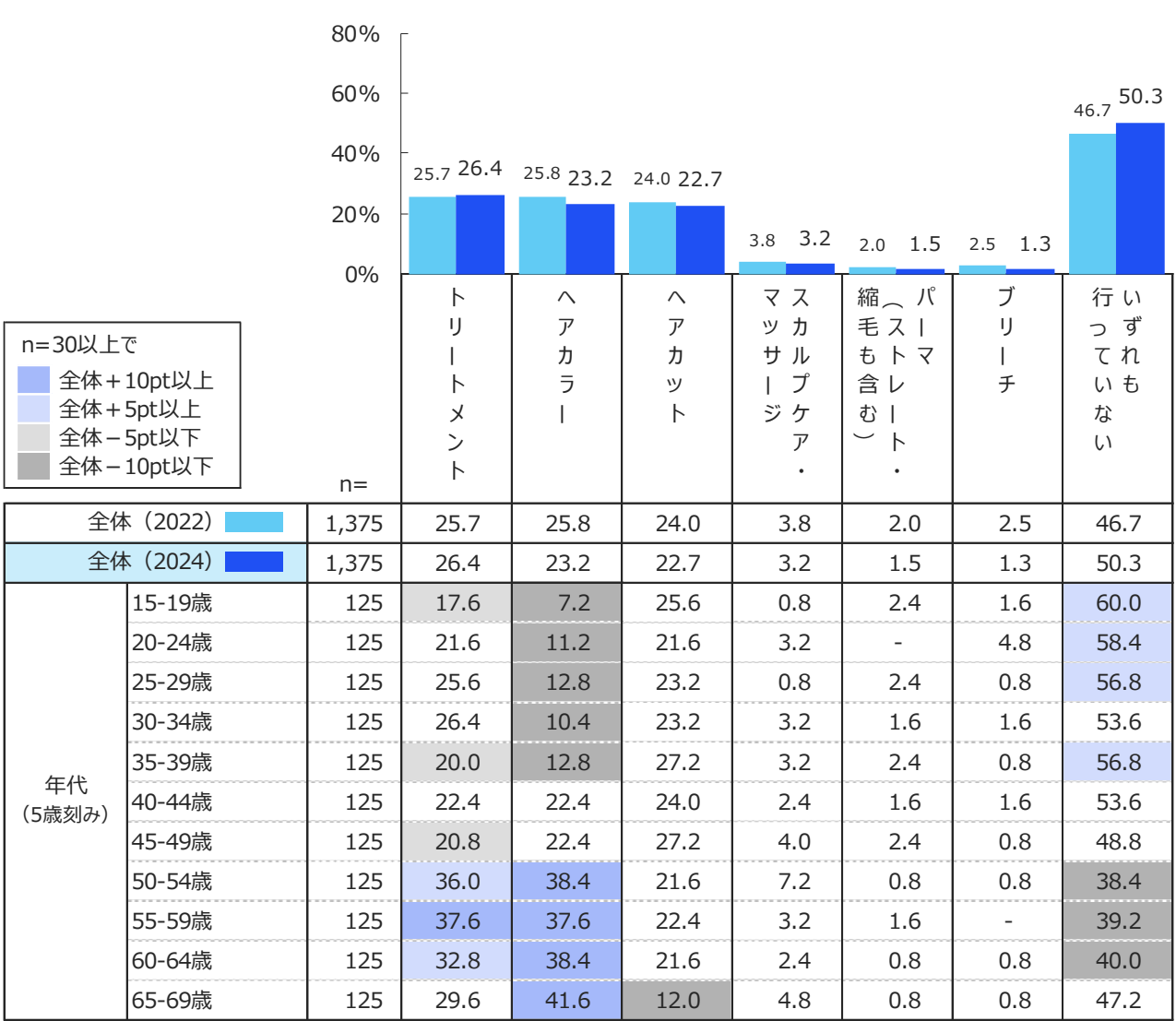
髪のお悩み（最も気になること）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ13_2 あなたの、髪の毛や頭皮のお悩みについて、あてはまるものをすべてお知らせください。そのうち、最も気になる髪の毛や頭皮のお悩みをお知らせください。／最も気になる髪の毛や頭皮の悩み（SA）

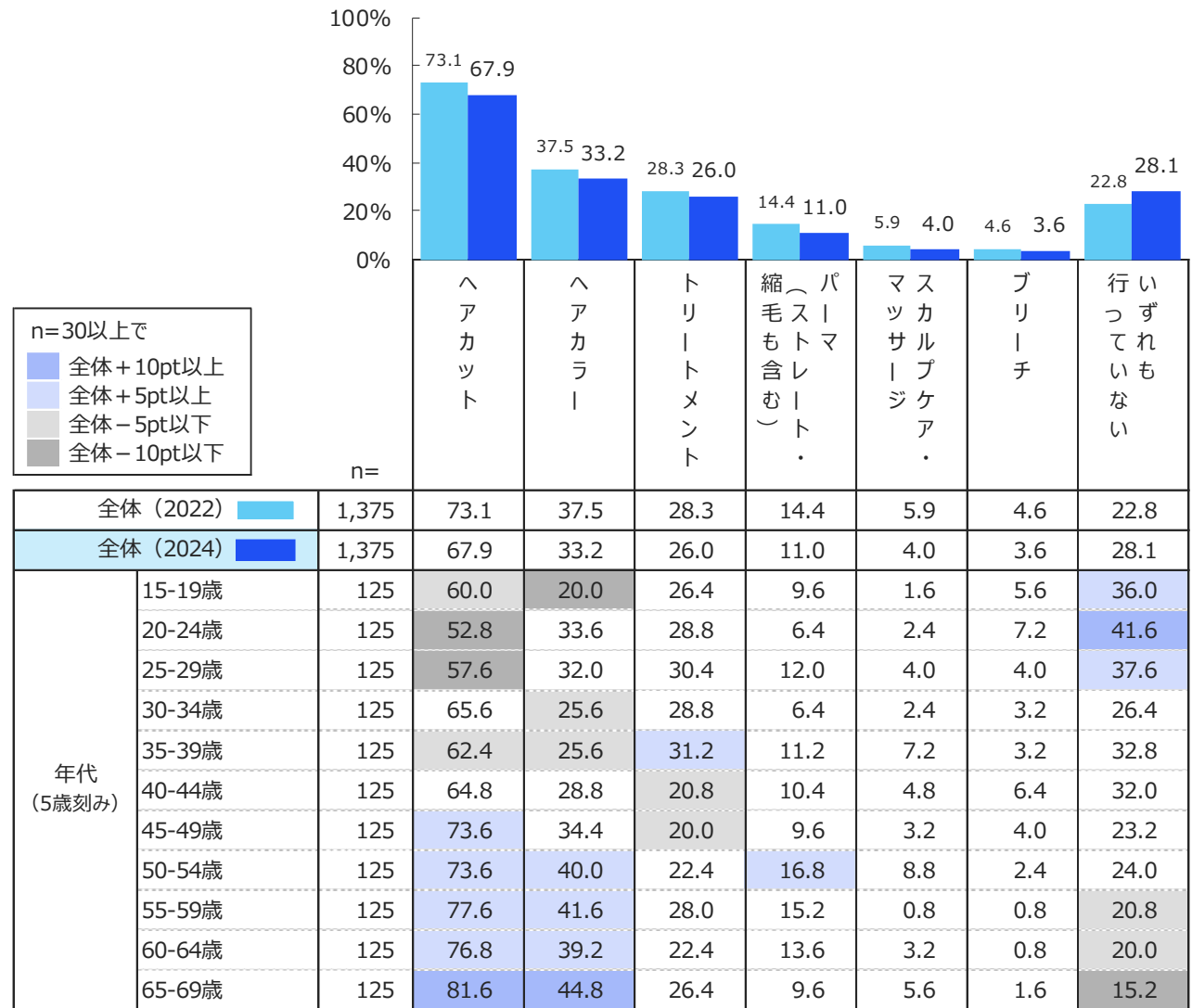
ヘアケア 実施内容（この1年間に、自宅で行った）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ14_1 直近1年間で、以下のメニューを行いましたか。ご自宅や美容室／ヘアサロンごとにお教えてください。／この1年間に、自宅で行った（MA）

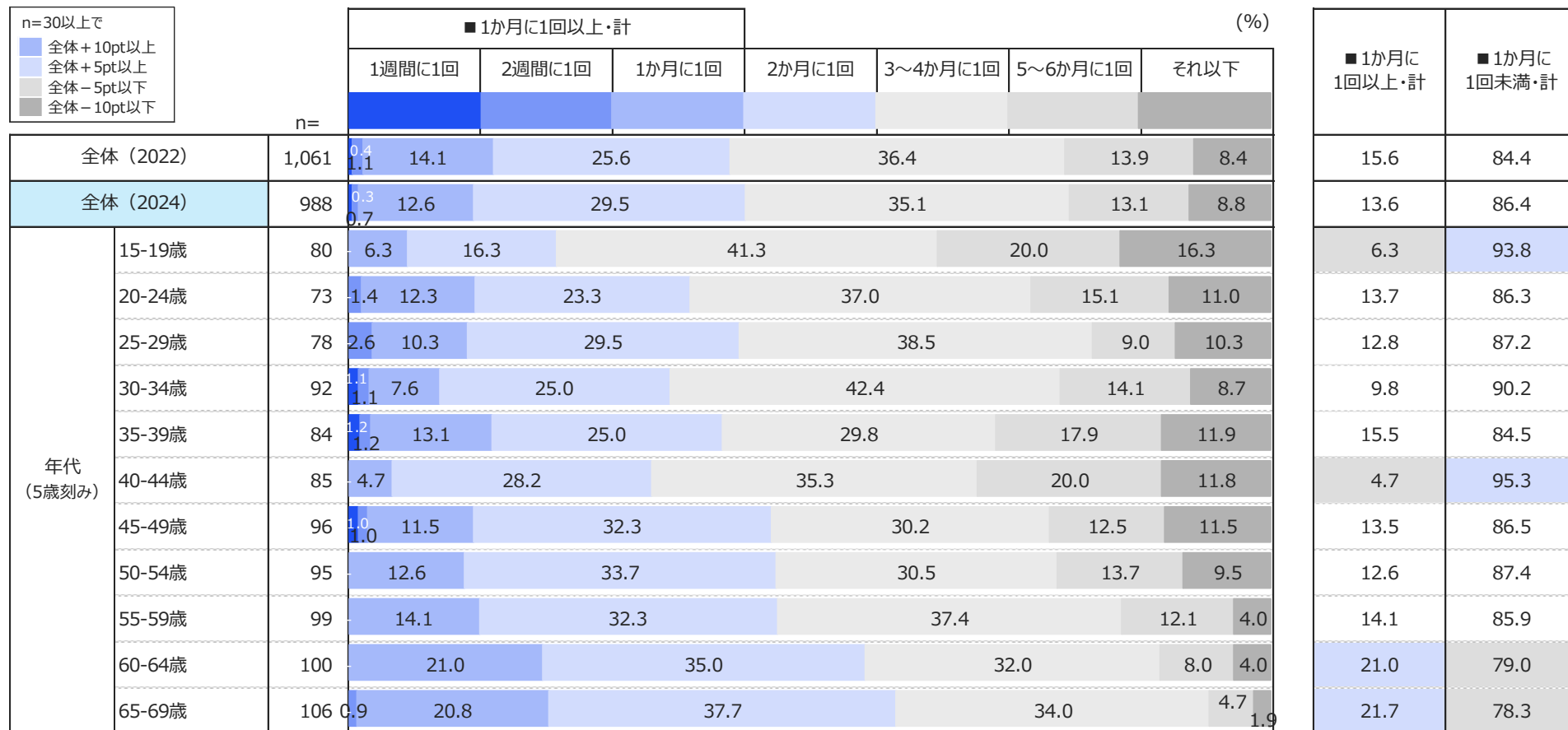
ヘアケア 実施内容（美容室／ヘアサロンで行った）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ14_2 直近1年間で、以下のメニューを行いましたか。ご自宅や美容室／ヘアサロンごとにお教えてください。／この1年間に、美容室／ヘアサロンで行った（MA）

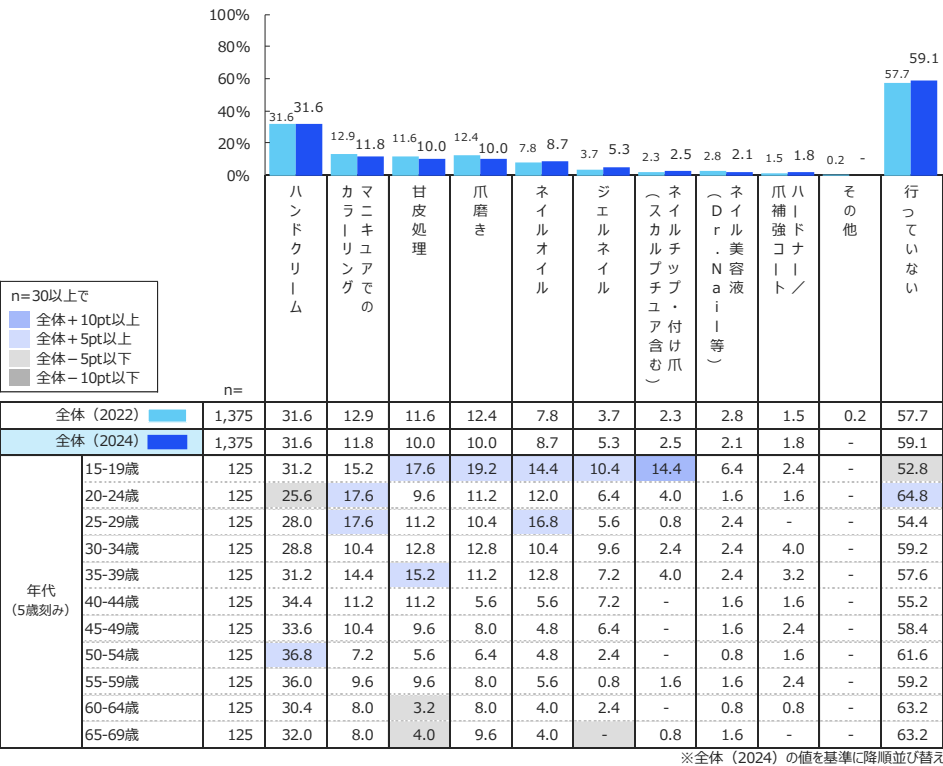
ヘアケア 美容室頻度



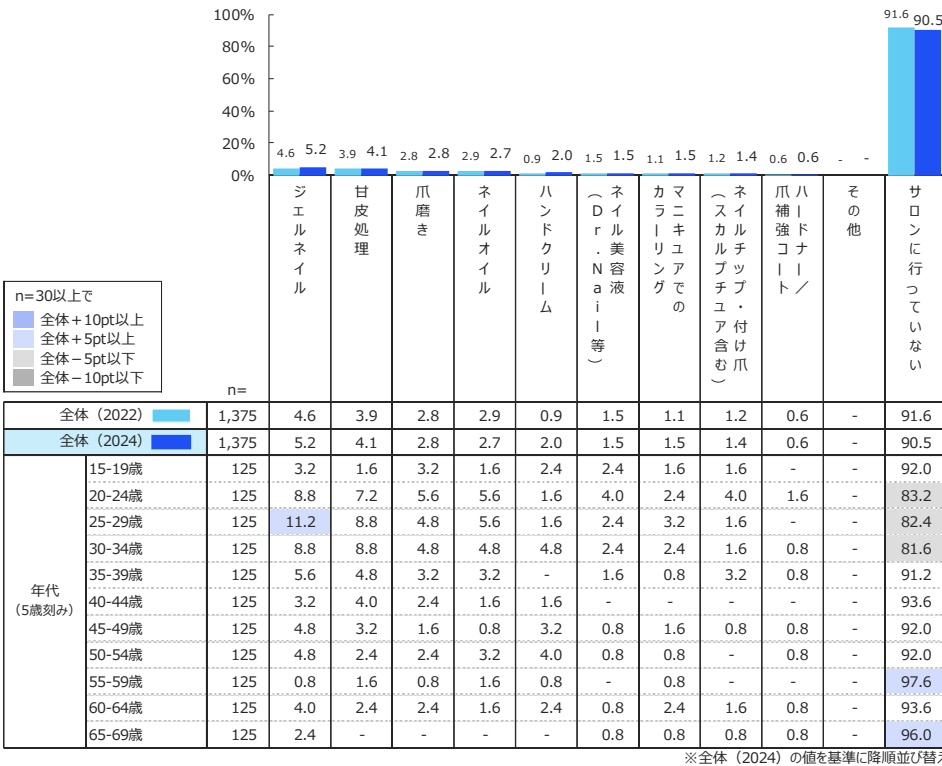
FQ15 直近1年間で、どのくらいの頻度で美容室／ヘアサロンに行かれましたか。(SA)【ベース：ヘアサロン利用者】

ネイルケア 実施内容

自分で行っている



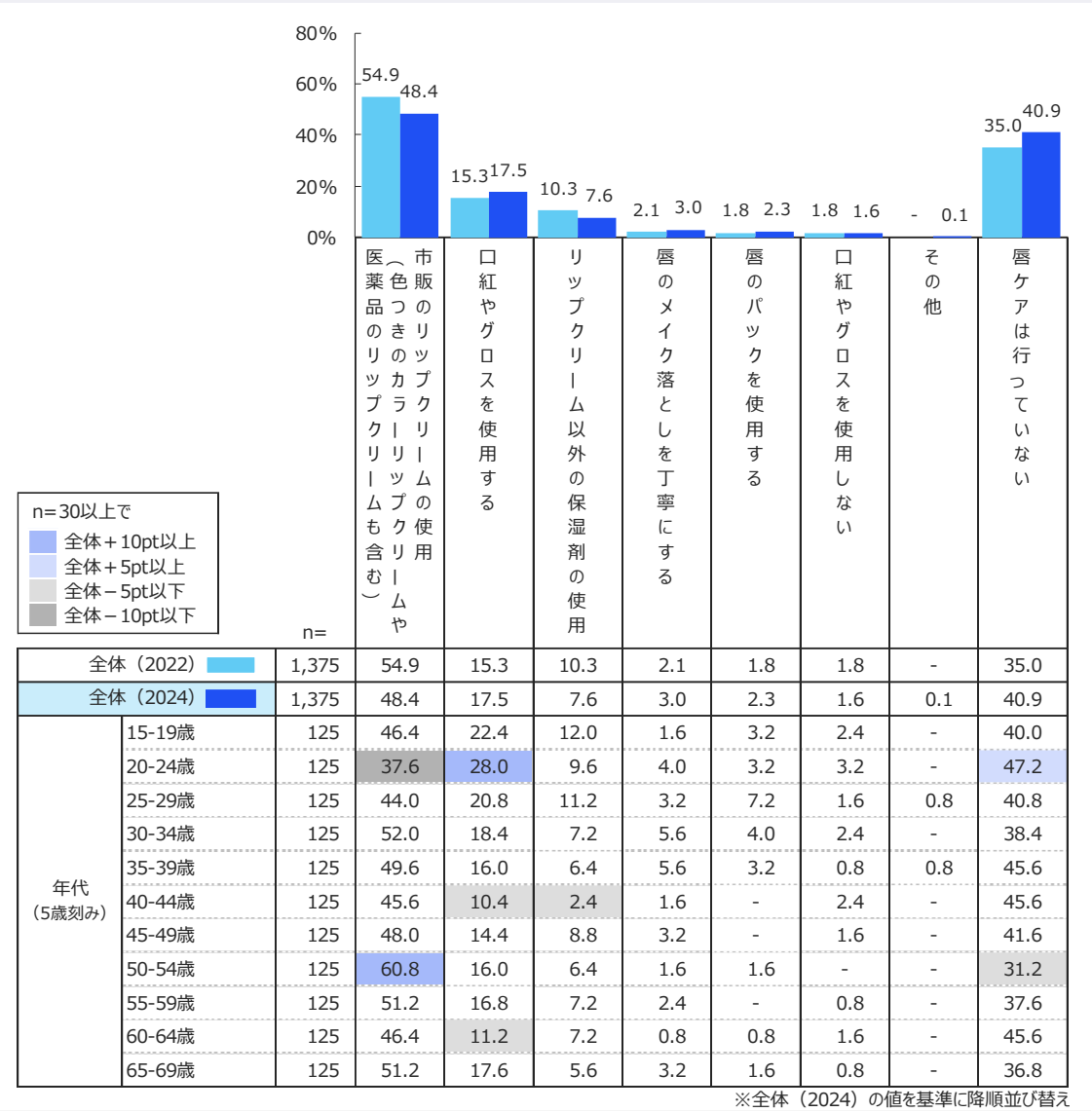
サロン等で施術してもらっている



FQ16_1 以下のネイルケアについて、あてはまるものをすべてお知らせください。／
自分で行っている（MA）

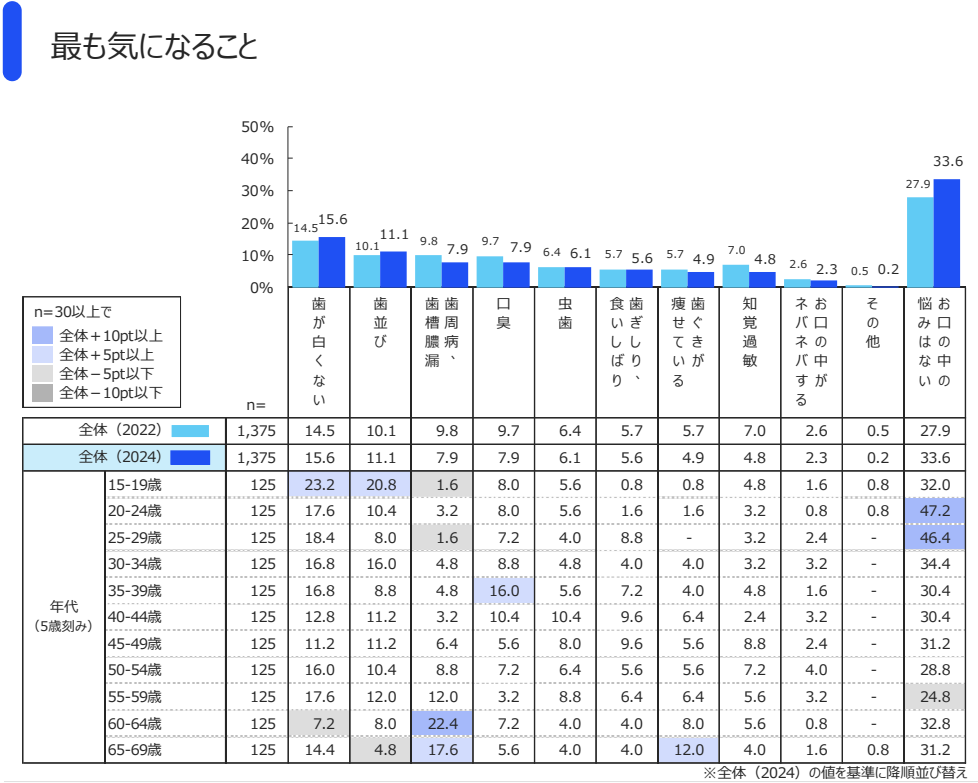
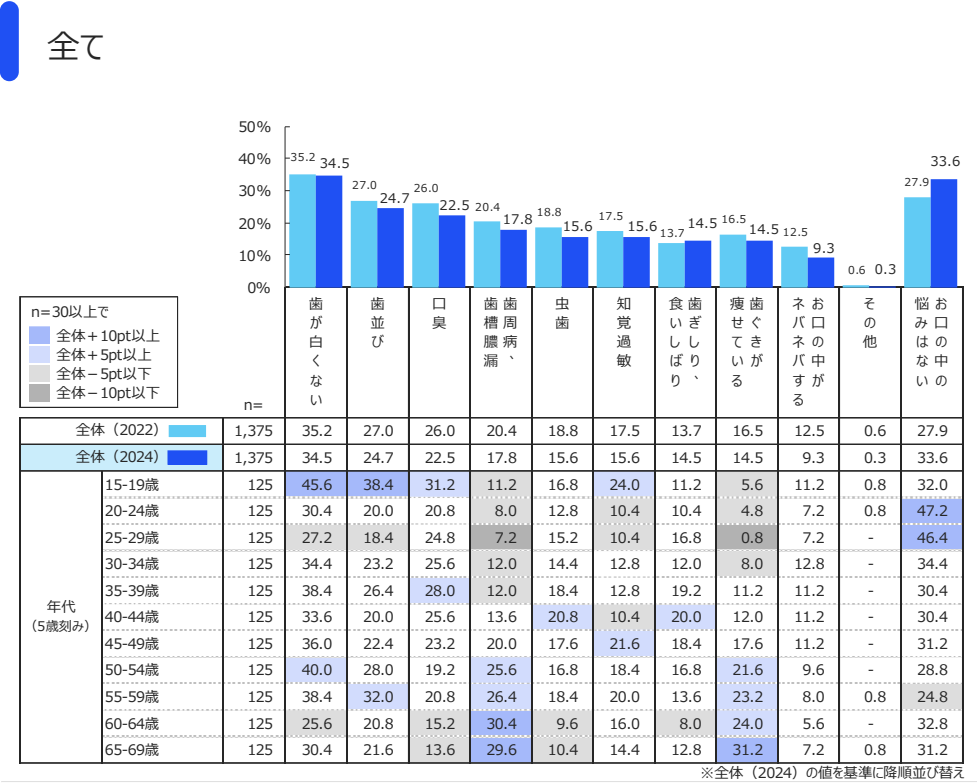
FQ16_2 以下のネイルケアについて、あてはまるものをすべてお知らせください。／
サロン等で施術してもらっている（MA）

唇ケア 実施内容



FQ17 普段実施している、唇ケアとして、あてはまるものをすべてお知らせください。（MA）

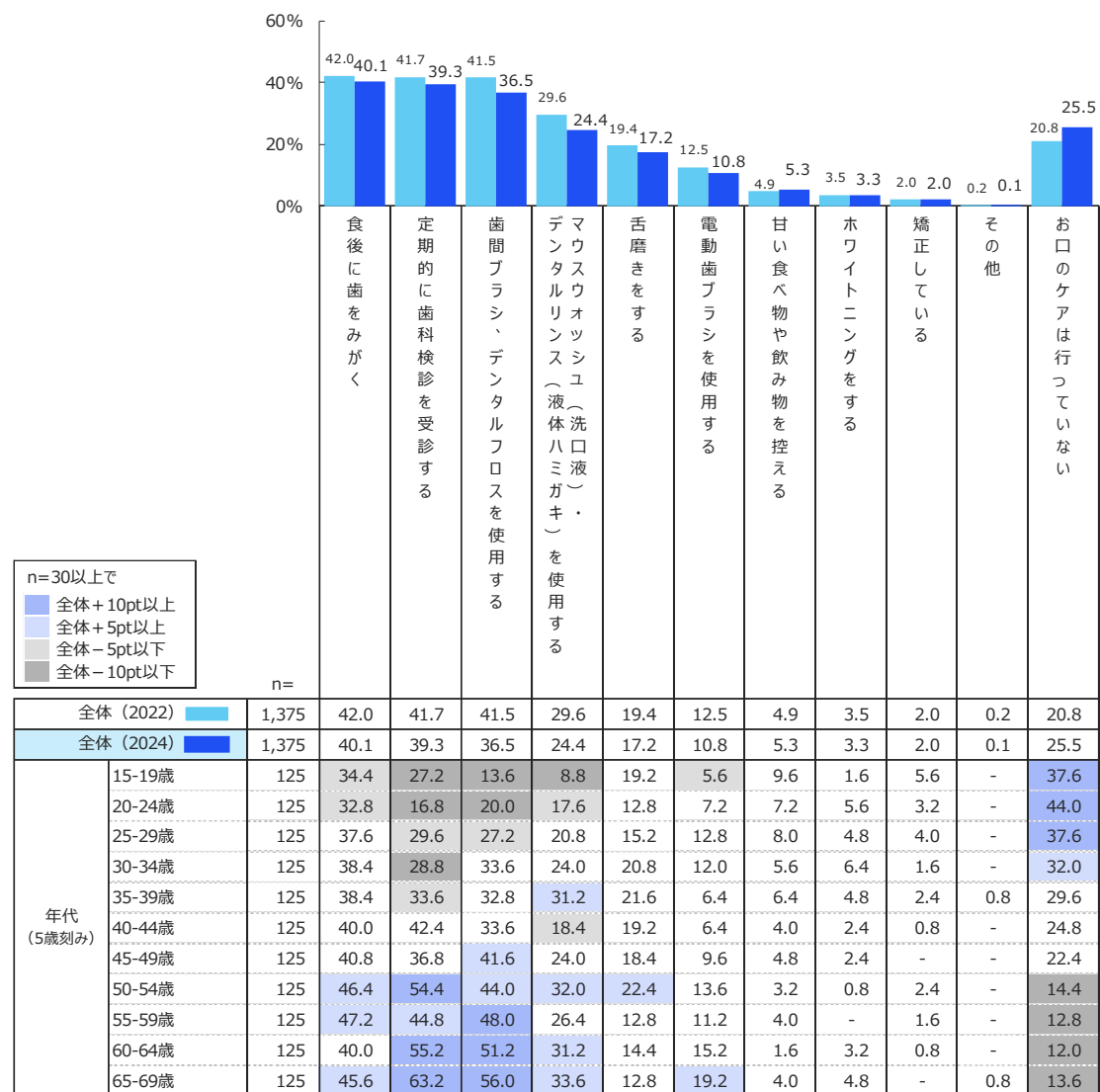
口内の悩み



FQ18_1 あなたの、お口の中のお悩みについてあてはまるものをすべてお知らせください。
そのうち、最も気になるお口の中のお悩みをお知らせください。／お口の悩み (MA)

FQ18_2 あなたの、お口の中のお悩みについてあてはまるものをすべてお知らせください。
そのうち、最も気になるお口の中のお悩みをお知らせください。／最も気になるお口の悩み (SA)

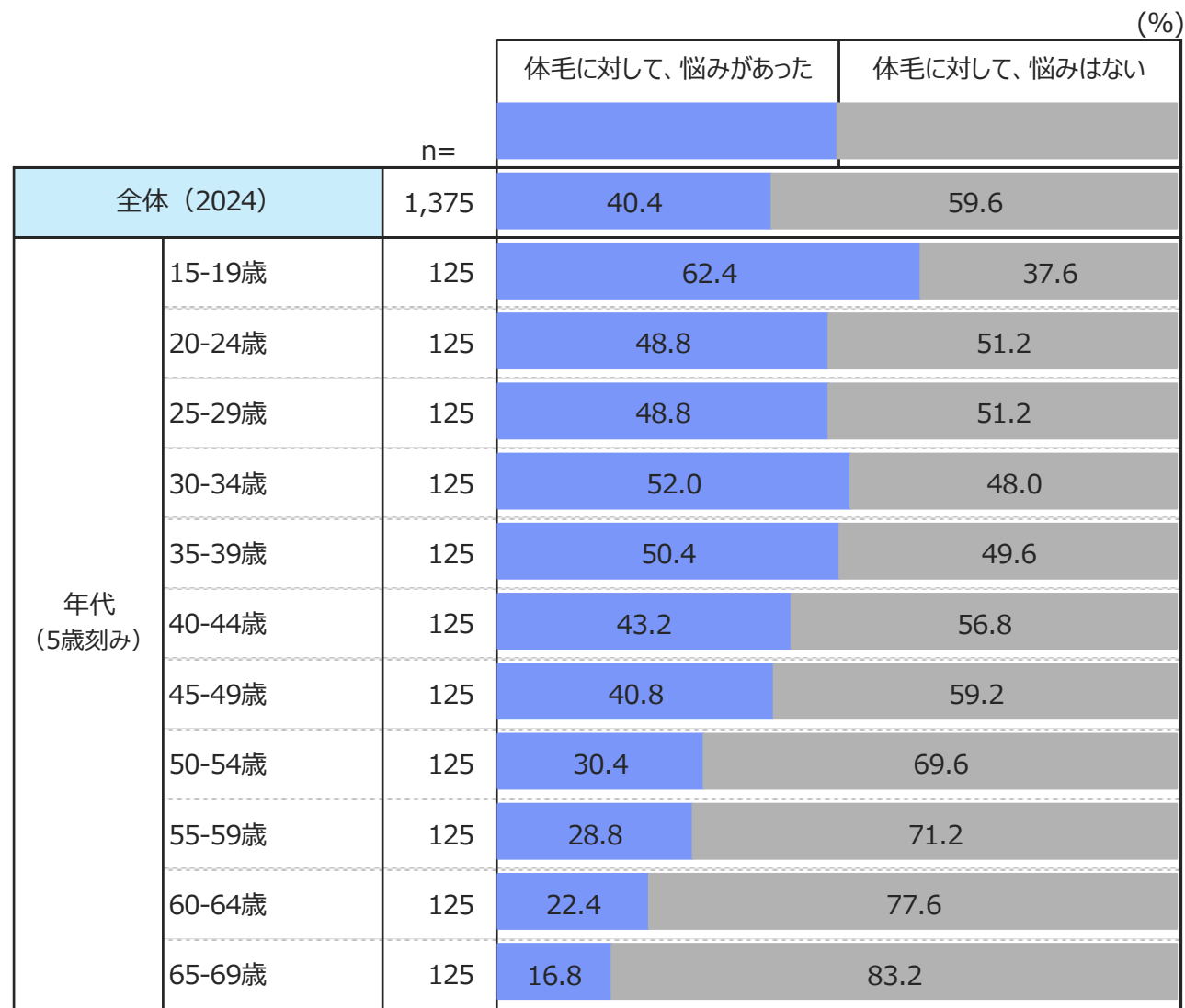
口内ケア 実施内容



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ19 普段実施している、お口のケアとして、あてはまるものをすべてお知らせください。（MA）

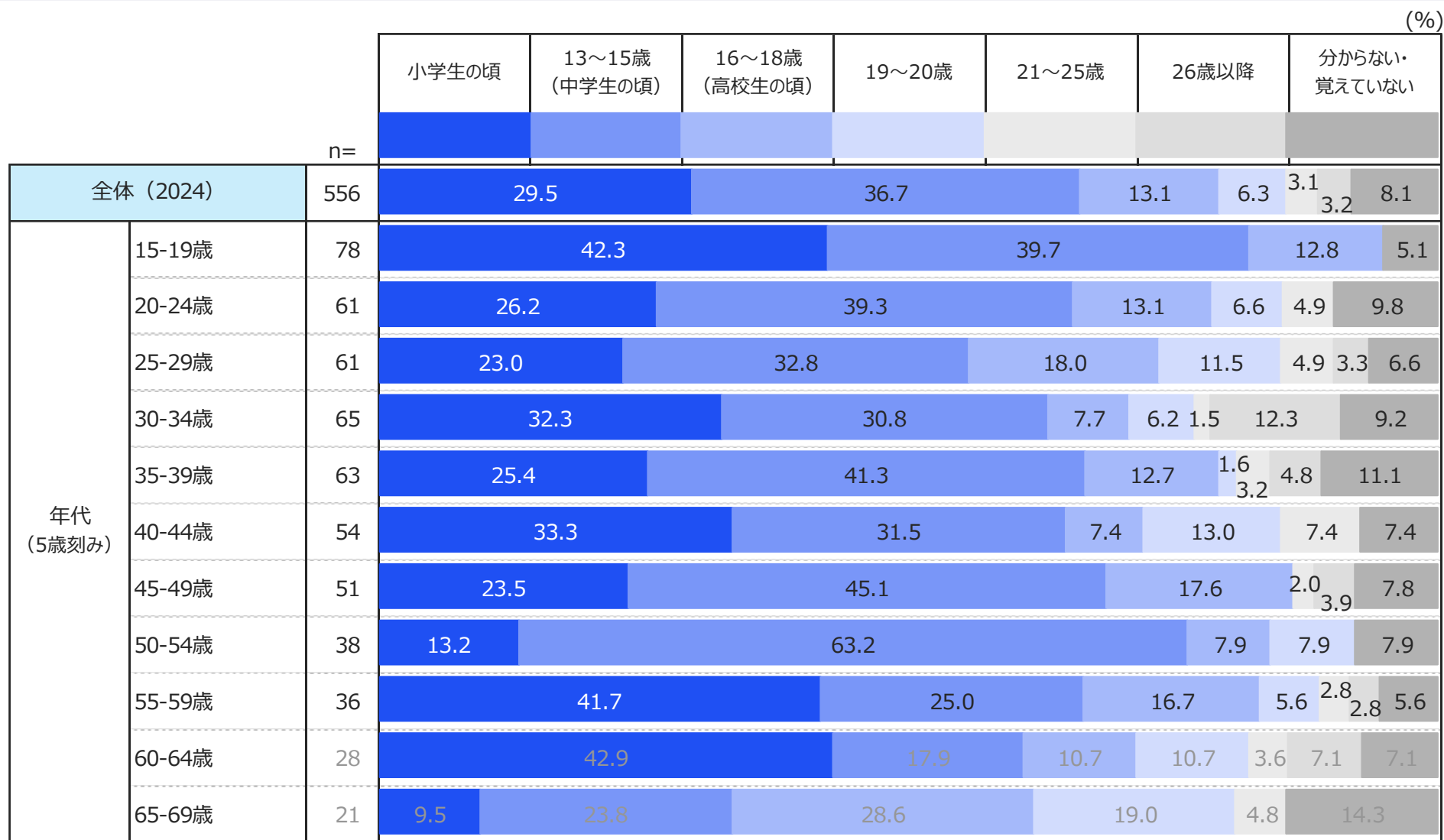
体毛への悩みの有無



※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ20 あなたは、今までに、体毛に対して悩みがありましたか。(SA)

体毛が気になり始めた時期

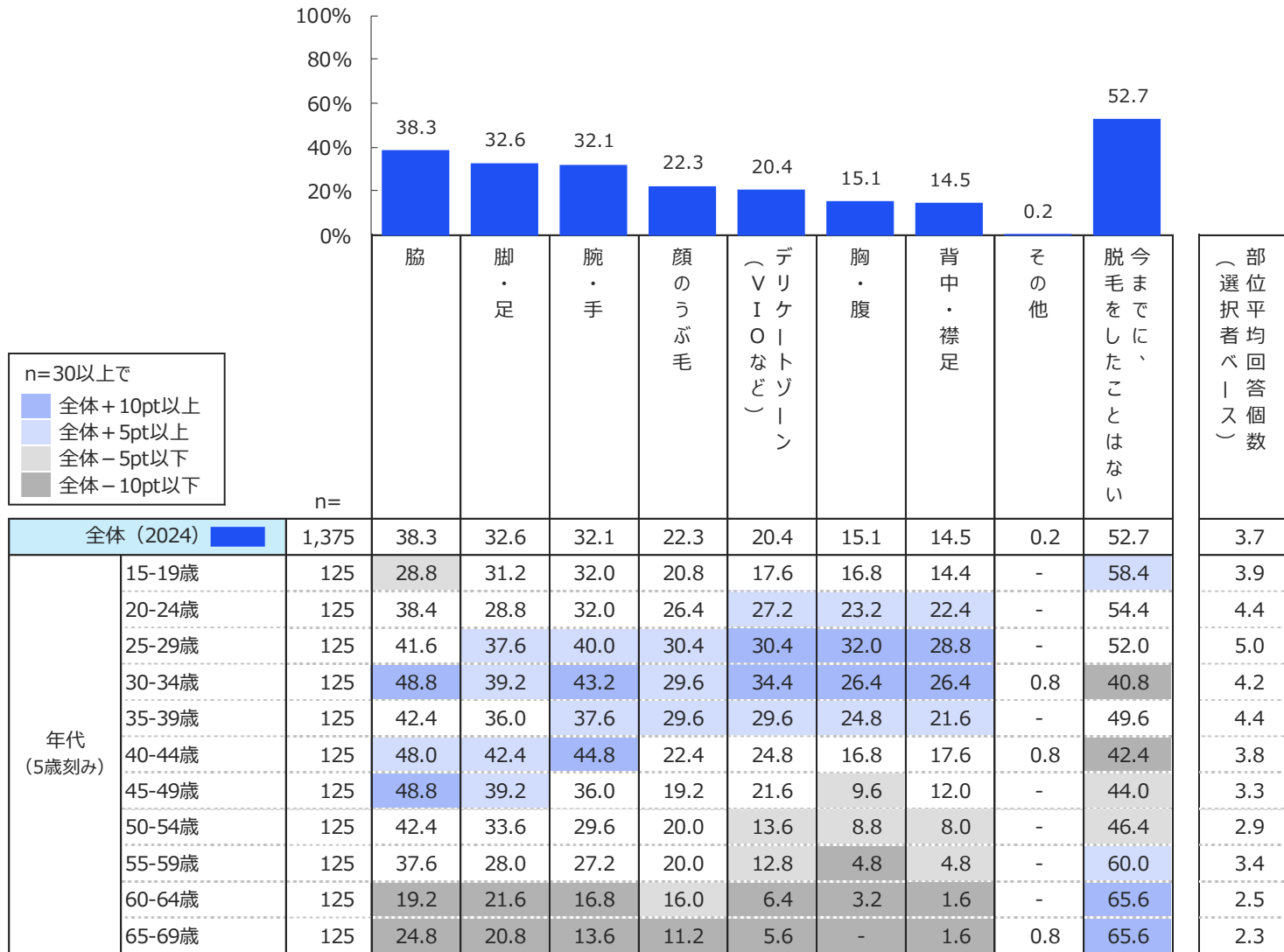


※n=30未満は参考値のため灰色。

※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ21 悩みのあった方は、体毛が気になり始めた時期を教えてください。(SA)【ベース：体毛の悩みがある】

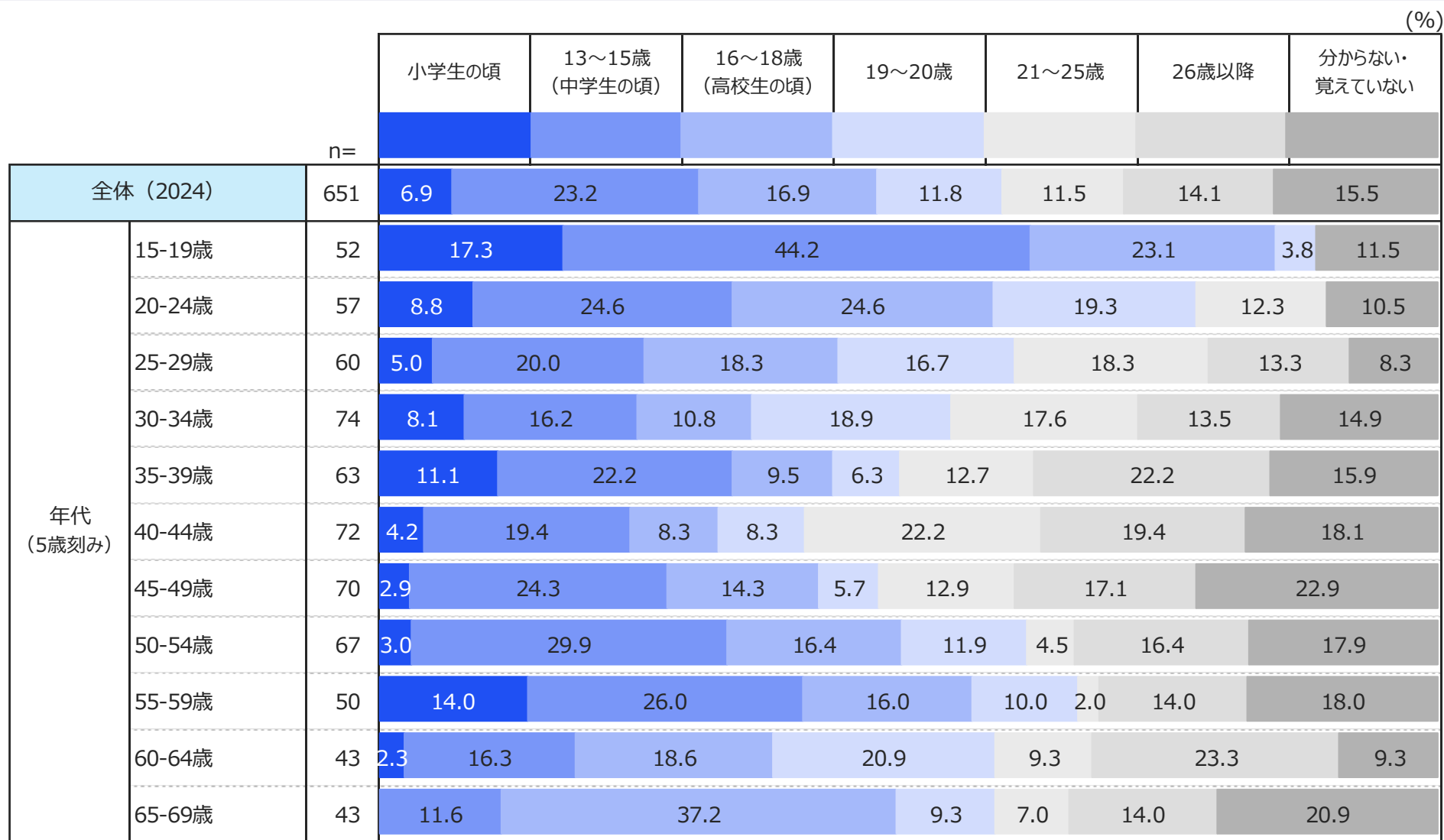
脱毛 経験部位



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ22 今までに、以下の部位について、脱毛したことがありますか。(MA)

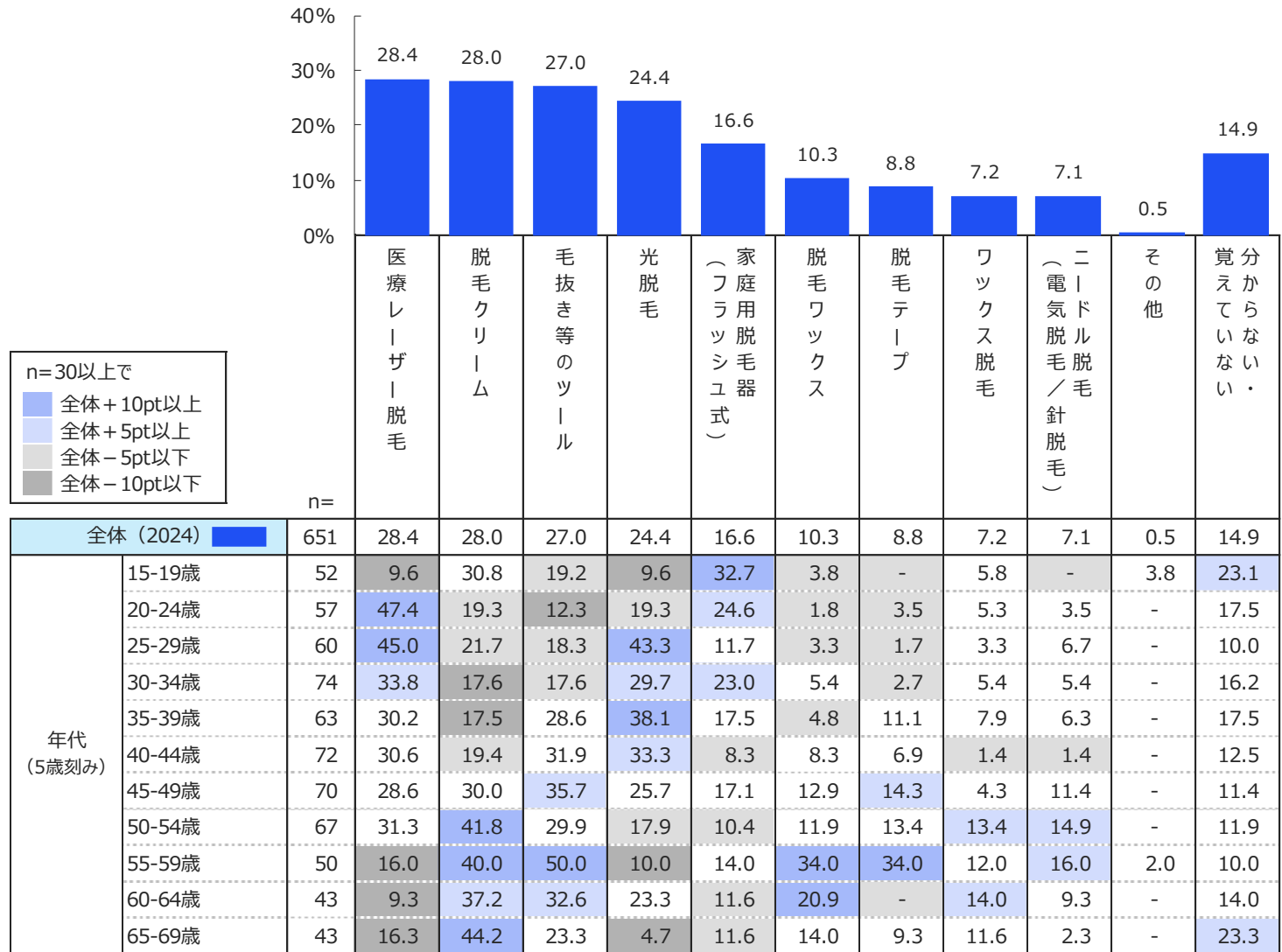
脱毛・体毛ケアをし始めた時期



※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ23 あなたが脱毛や体毛のケアをし始めた時期を教えてください。(SA)【ベース：脱毛経験者】

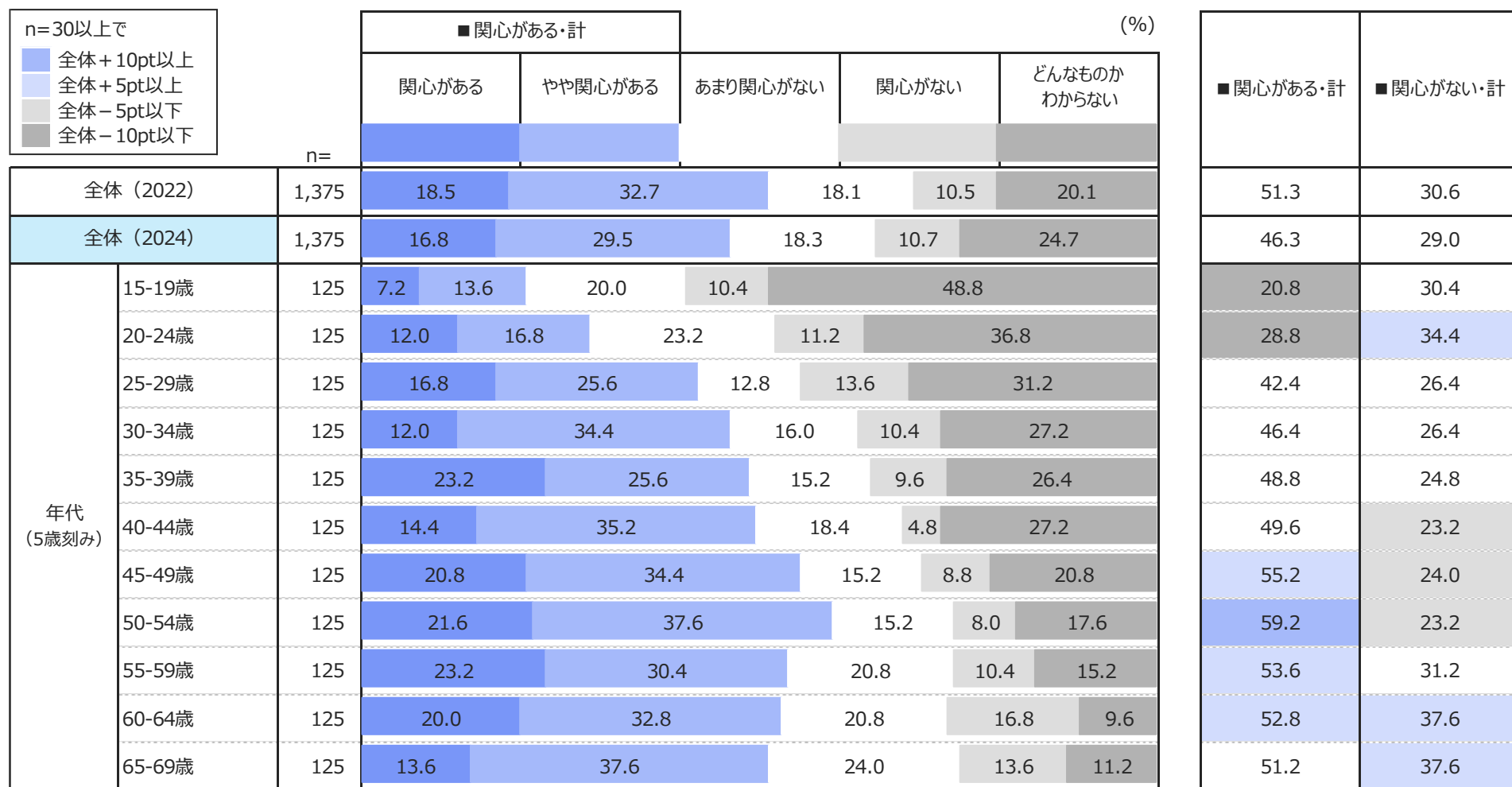
脱毛 種類



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ24 今までに、脱毛を行ったことがある方にお伺いします。以下の中で、今までに行ったことがある脱毛方法をすべてお知らせください。(MA)【ベース：脱毛経験者】

アンチエイジング 関心度



FQ25 「アンチエイジング（抗老化、抗加齢）」に対して、どのくらい関心がありますか。（SA）

アンチエイジングと聞いて思い浮かぶこと／実際に行っていること（自由回答 一部抜粋）

	アンチエイジングに関心がある (n=636)	アンチエイジングに関心がない (n=399)
美容・スキンケア	・高い美容液を使う、日焼けをしない ・エイジングケア効果のあるスキンケア用品を使う ・栄養補給できる成分が入っている美容液を使う ・ビタミンCを含む美容液を利用し、日焼け止めを塗る ・シワ改善クリームを使っている ・アイクリームを塗布している	・肌の老化を防ぐ
健康・栄養	・美容に効果のある食材を積極的に摂取する ・抗酸化を最近気にしてザクロ等を取り入れる ・サプリを飲む	・健康な生活を送るため、健康な食事をする ・栄養バランスの取れた食事をする ・揚げ物などを食べるのを控える ・サプリを飲む
ライフスタイル・習慣	・規則正しい生活、丁寧なスキンケア、質の高い睡眠、運動 ・スキンケアとストレッチ ・スキンケアをしっかりし、エクササイズを行う ・エステに通う、運動、食事に気を遣う ・顎関節症や歯茎のマッサージ、ストレッチを行う	・運動、食事
イメージ	・シワやシミなど年齢を重ねた悩み ・美白	・年齢によって低下するものを補う ・年齢に逆らい、若々しくいること ・面倒

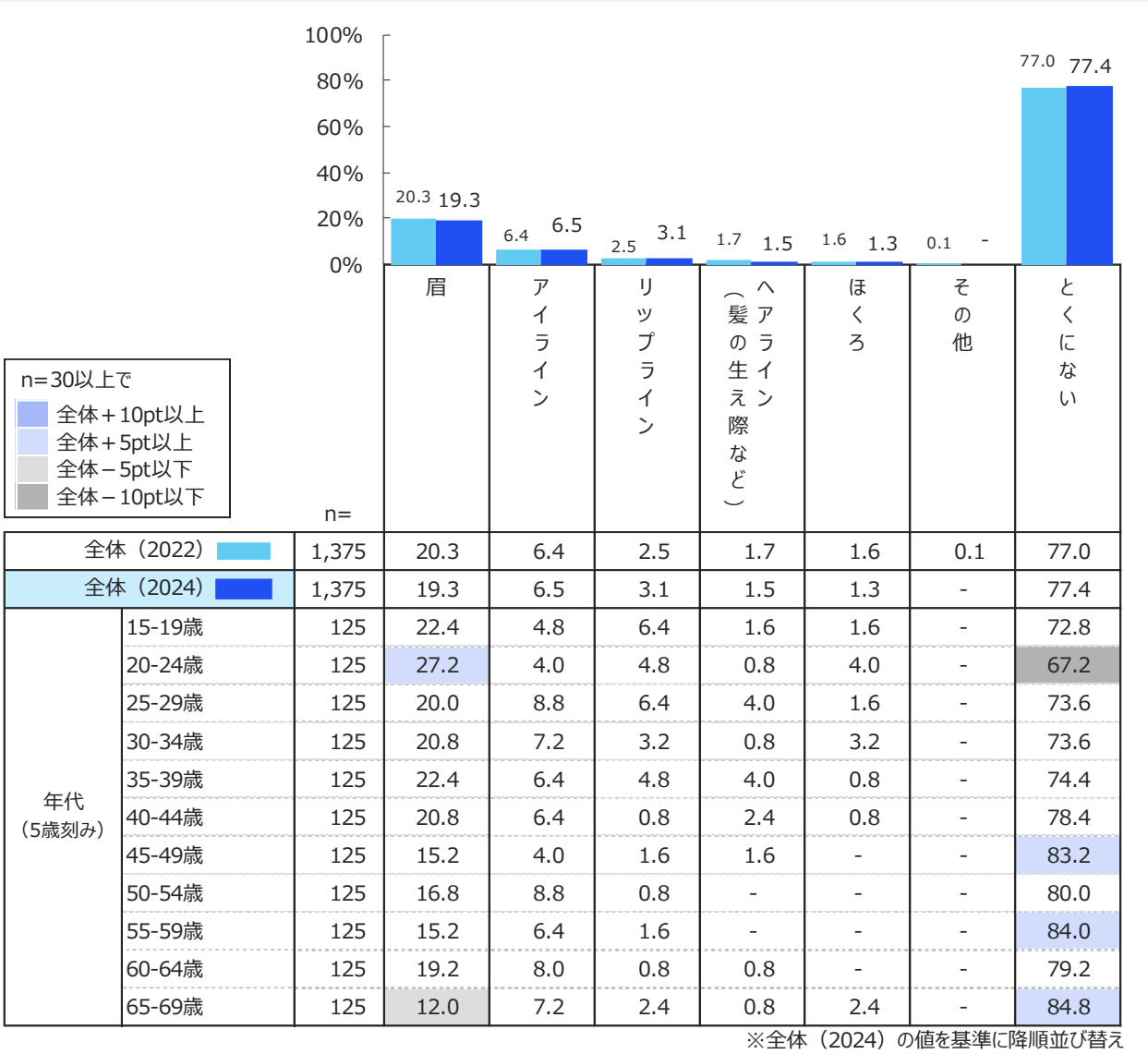
FQ26 「アンチエイジング（抗老化、抗加齢）」という言葉を知って、どのようなことをしたいと思いますか。思い浮かぶことや、あなたが実際に、アンチエイジングとして行っていることを、具体的にお教えてください。（FA）

アートメイク 認知

		n=	■ 認知・計			(%)	■ 認知・計
			名前も、 どのようなものかも 知っている	名前は知っているが、 どのようなものかは 知らない	名前も、 どのようなものかも 知らない		
n=30以上で							
全体 + 10pt以上							
全体 + 5pt以上							
全体 - 5pt以下							
全体 - 10pt以下							
全体 (2022)		1,375	22.0	33.0	44.9		55.1
全体 (2024)		1,375	22.4	33.4	44.2		55.8
年代 (5歳刻み)	15-19歳	125	19.2	36.8	44.0		56.0
	20-24歳	125	22.4	28.0	49.6		50.4
	25-29歳	125	22.4	37.6	40.0		60.0
	30-34歳	125	18.4	36.0	45.6		54.4
	35-39歳	125	32.8	28.0	39.2		60.8
	40-44歳	125	25.6	34.4	40.0		60.0
	45-49歳	125	24.8	32.0	43.2		56.8
	50-54歳	125	24.8	39.2	36.0		64.0
	55-59歳	125	21.6	30.4	48.0		52.0
	60-64歳	125	19.2	36.8	44.0		56.0
	65-69歳	125	15.2	28.0	56.8		43.2

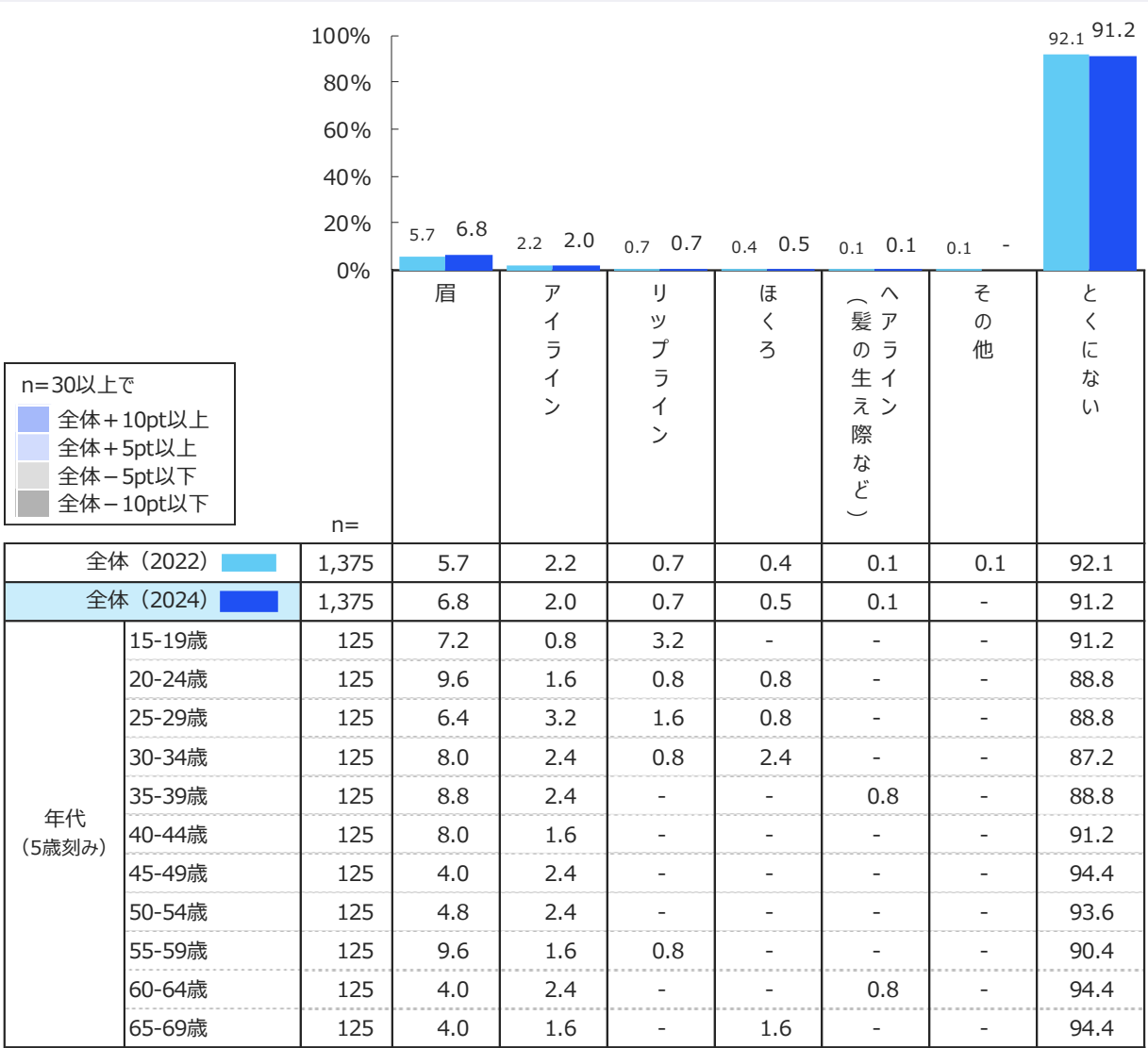
FQ27 アートメイクについて、どのくらい知っていますか。(SA)

アートメイク 興味・経験（アートメイクを行ってみたい／またやりたい施術部位・メニュー）



FQ28_1 以下のアートメイクについて、あてはまるものをすべてお知らせください。／アートメイクを行ってみたい／またやりたい施術部位・メニュー（MA）

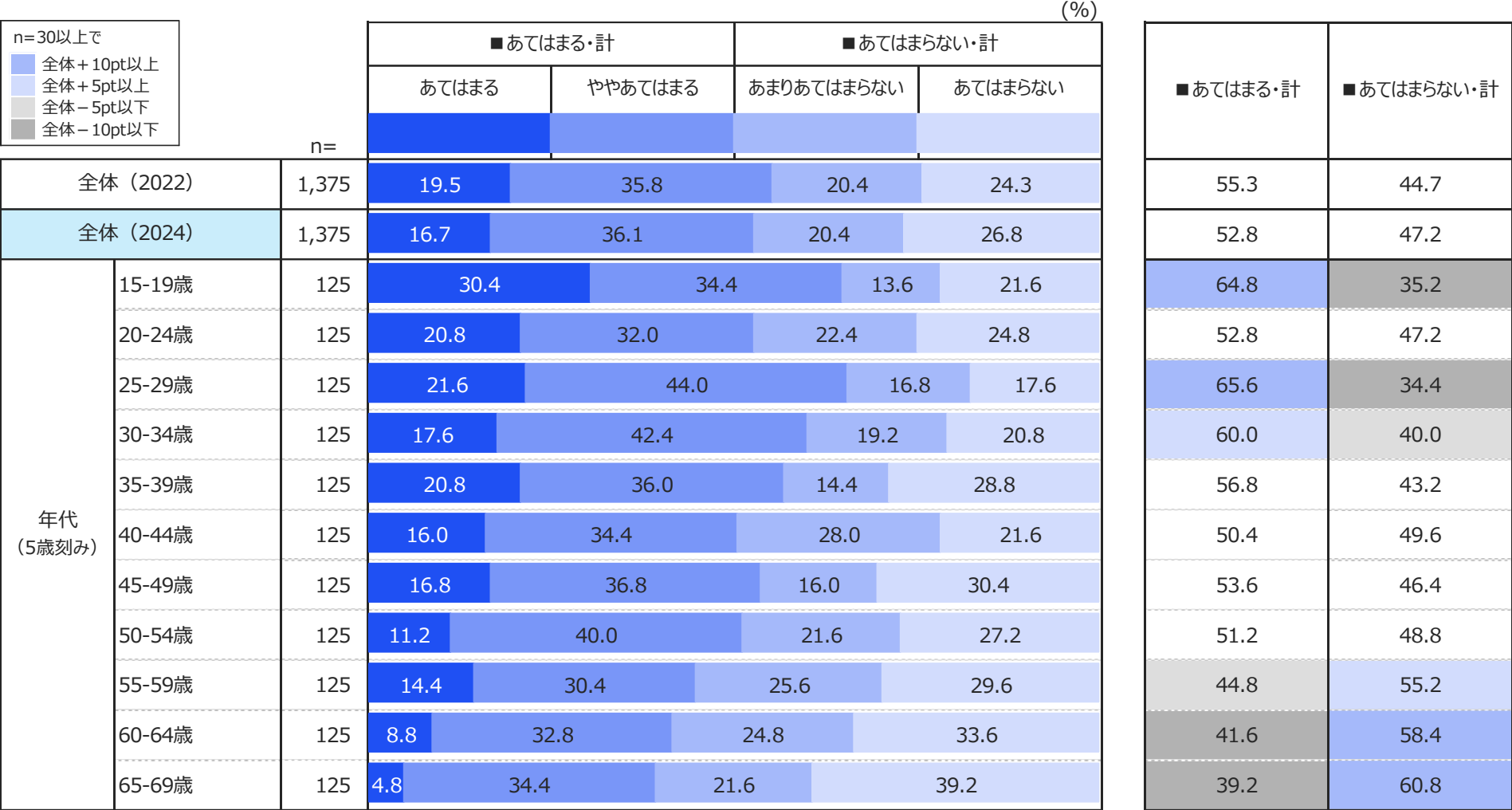
アートメイク 興味・経験（施術を経験したことのある部位・メニュー）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

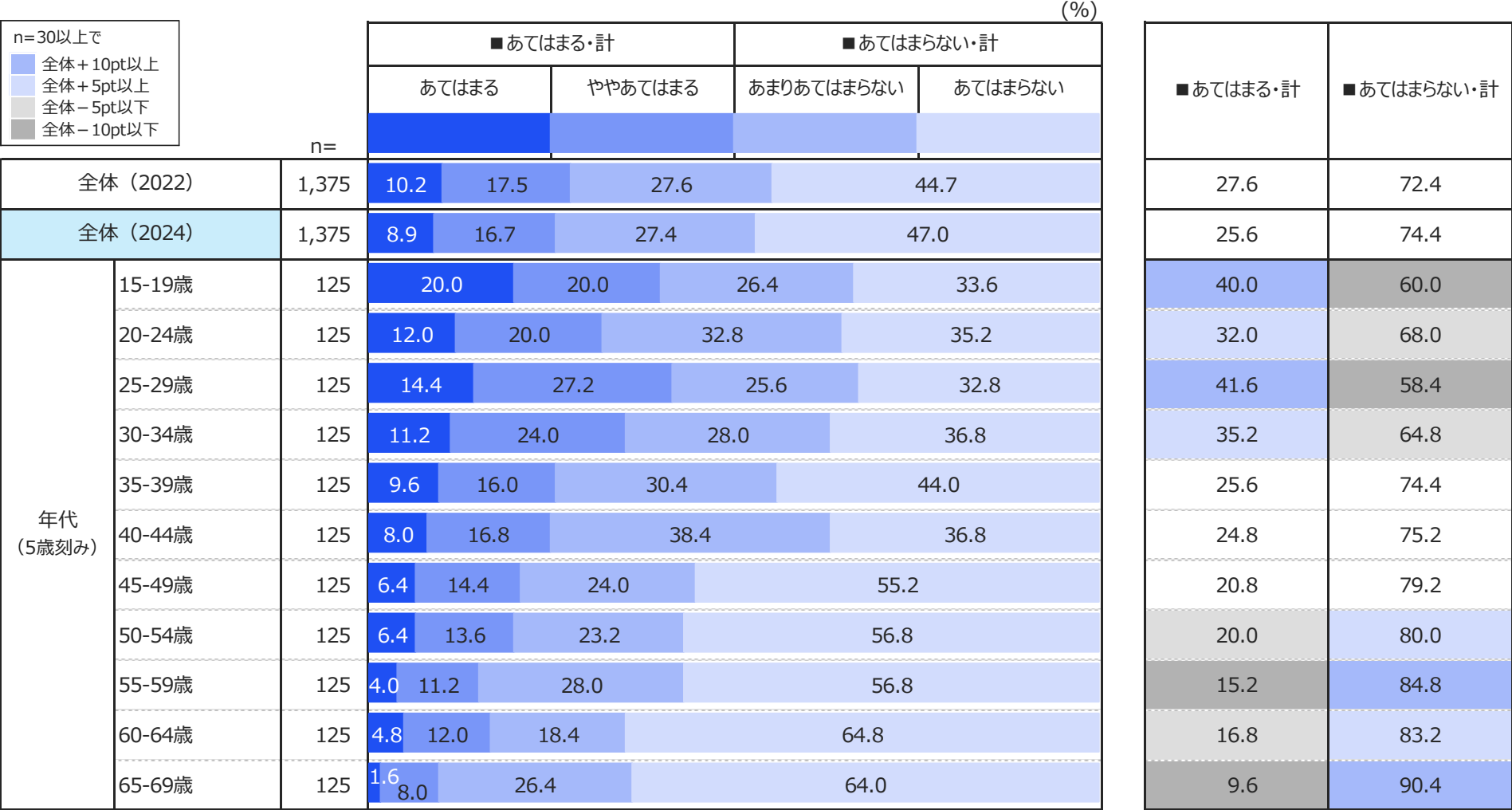
FQ28_2 以下のアートメイクについて、あてはまるものをすべてお知らせください。／ご自身が、施術を経験したことのある部位・メニュー（MA）

美容整形について（コンプレックスを無くすために、美容整形することは良いと思う）



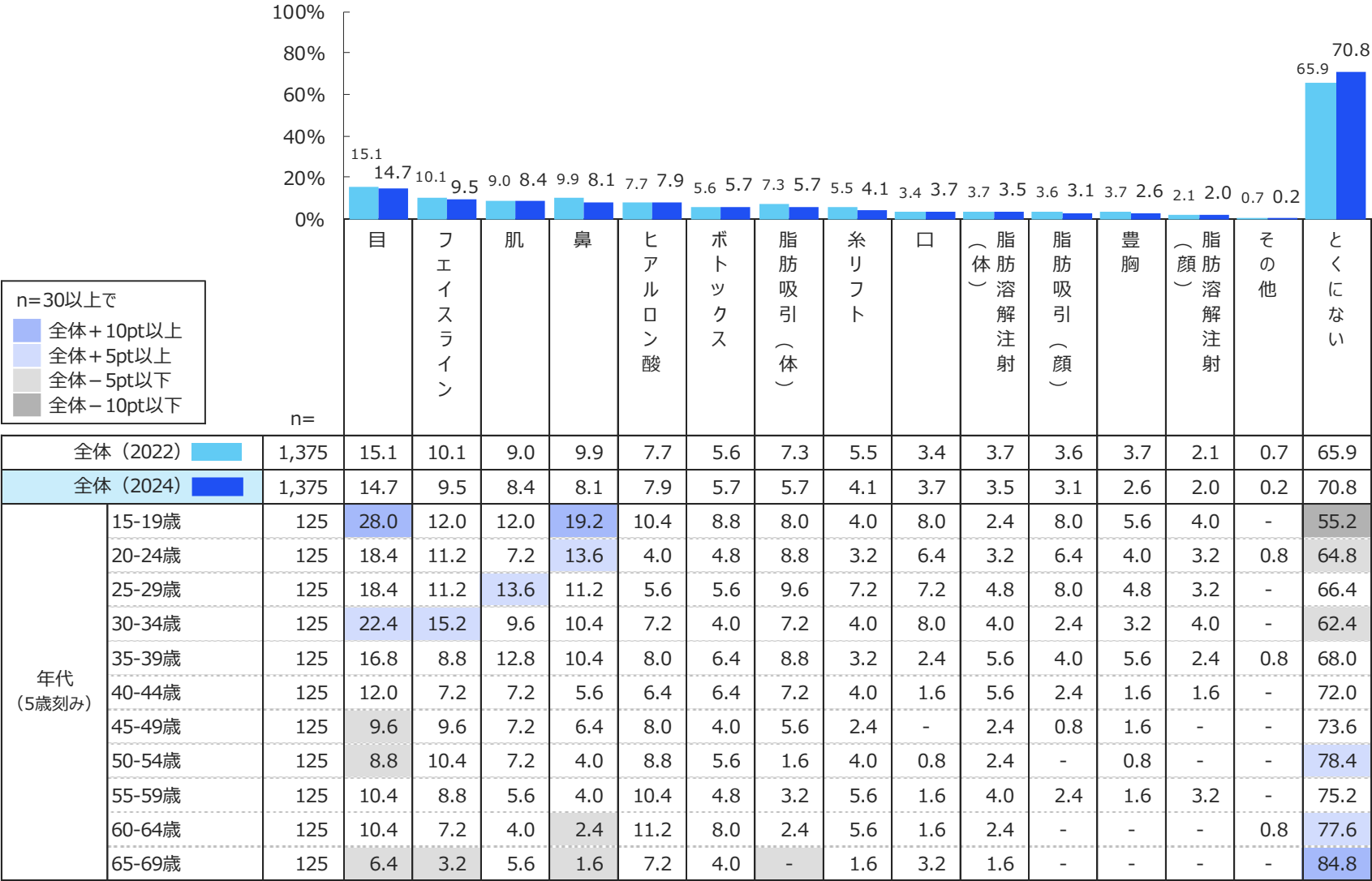
FQ29_1 以下の美容整形について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつお知らせください。／コンプレックスを無くすために、美容整形することは良いと思う（SA）

美容整形について（美容整形に関心がある）



FQ29_2 以下の美容整形について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつお知らせください。／美容整形に関心がある（SA）

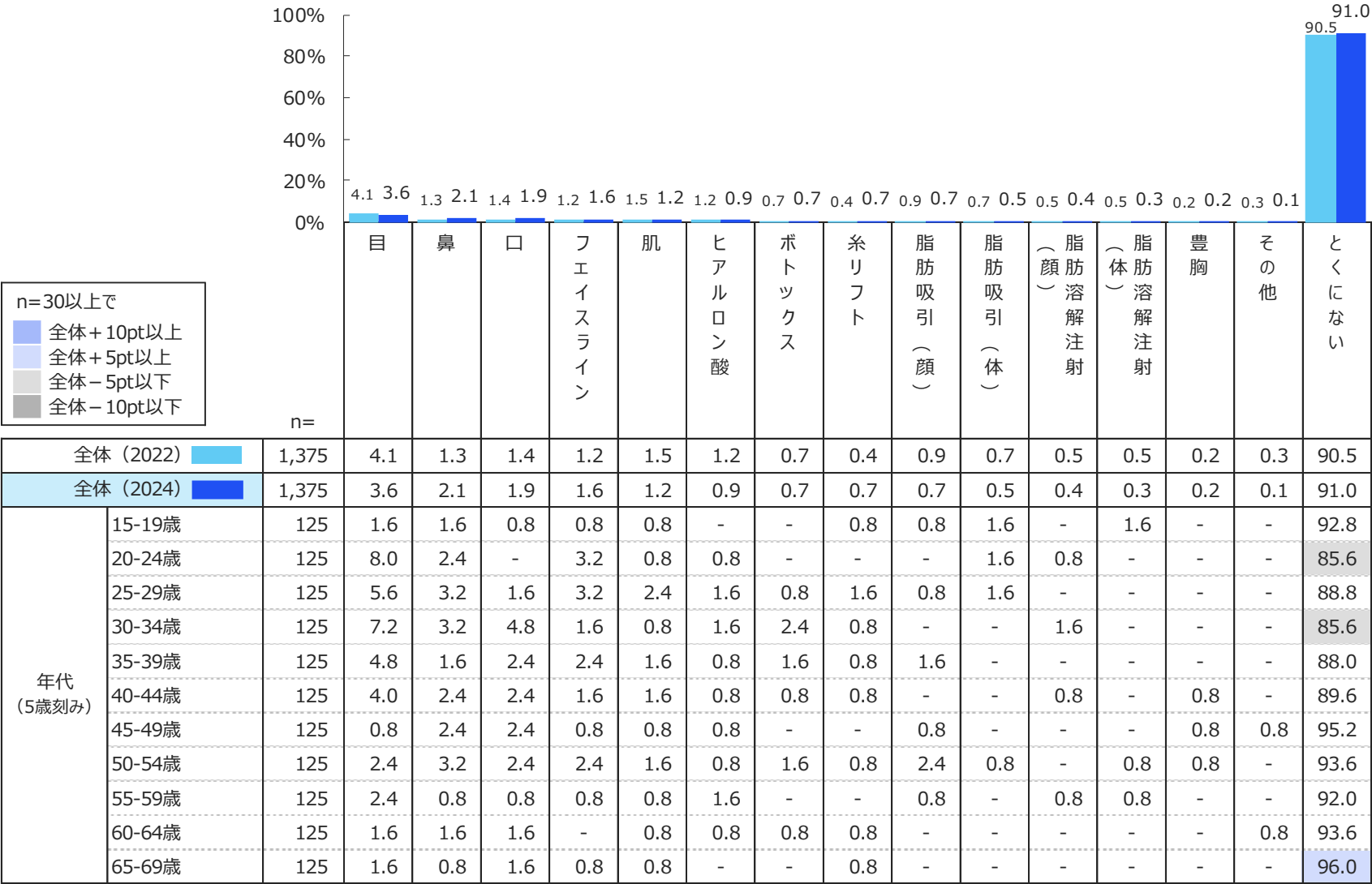
美容整形 興味・経験（美容整形を行ってみたい／またやりたい施術部位・メニュー）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え

FQ30_1 以下の美容整形について、あてはまるものをすべてお知らせください。／美容整形を行ってみたい／またやりたい施術部位・メニュー（MA）

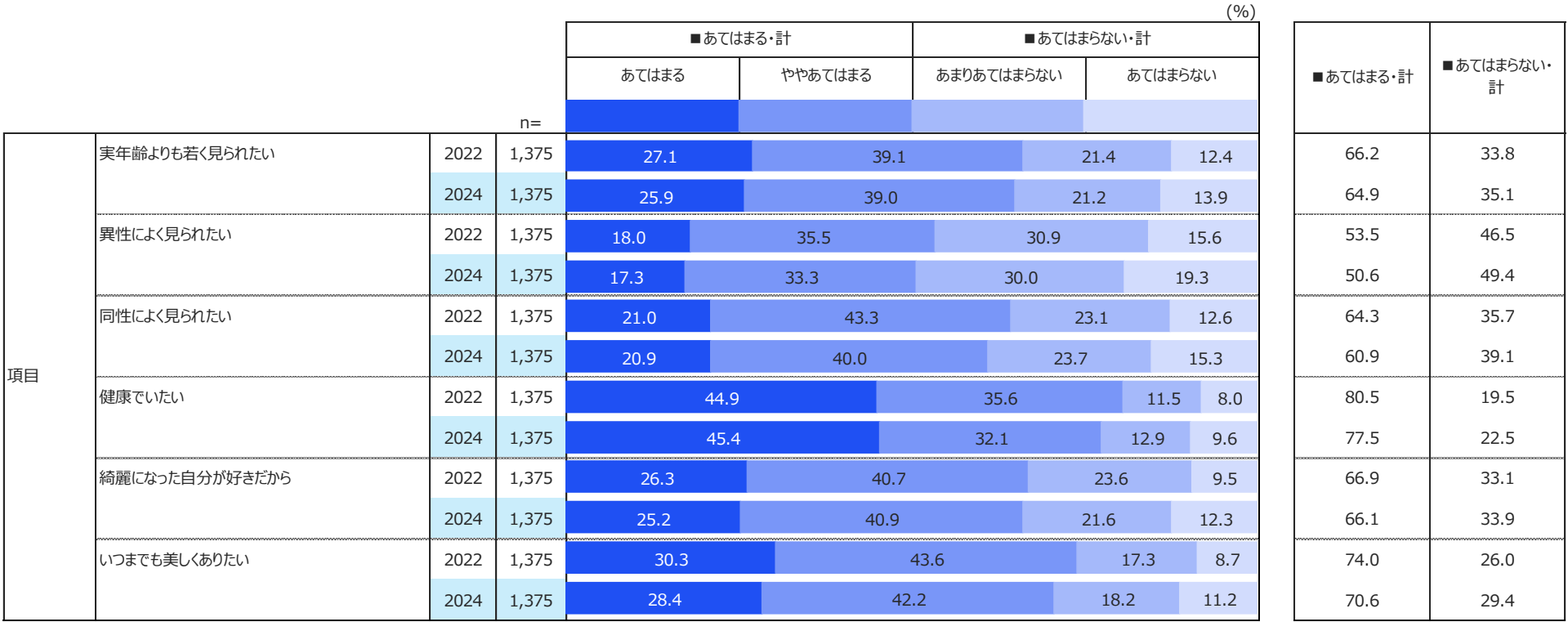
美容整形 興味・経験（自身が、施術を経験したことのある部位・メニュー）



※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ30_2 以下の美容整形について、あてはまるものをすべてお知らせください。／ご自身が、施術を経験したことのある部位・メニュー (MA)

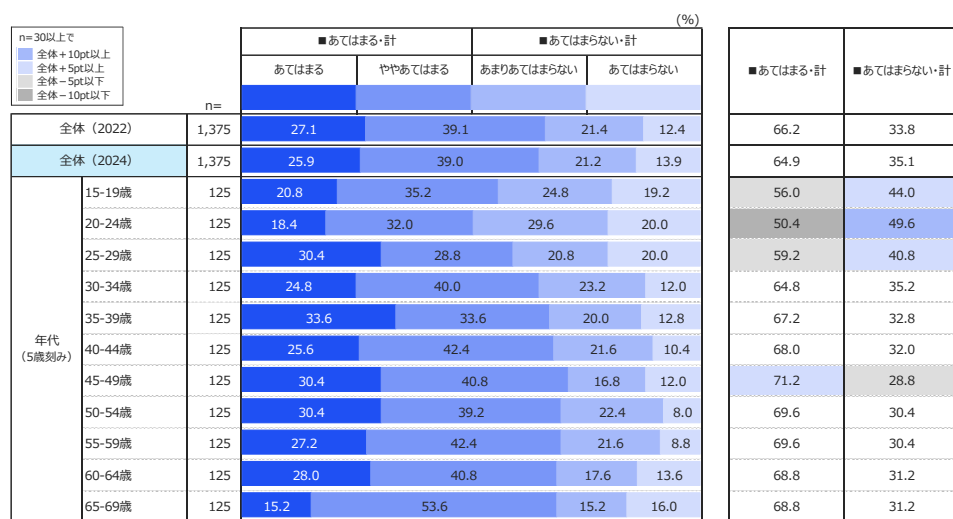
美容行動を行う理由



FQ31 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。（SA）

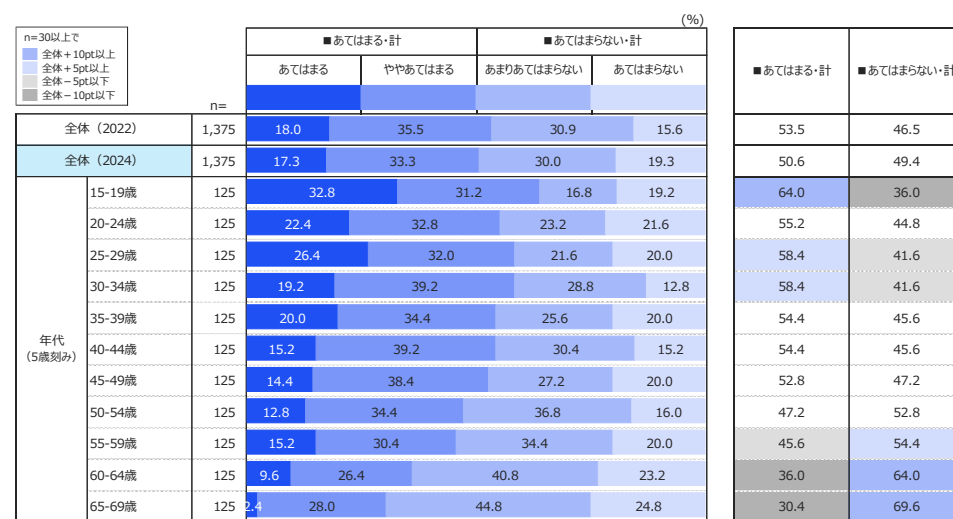
美容行動を行う理由

実年齢よりも若く見られたい



FQ31_1 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
／実年齢よりも若く見られたい (SA)

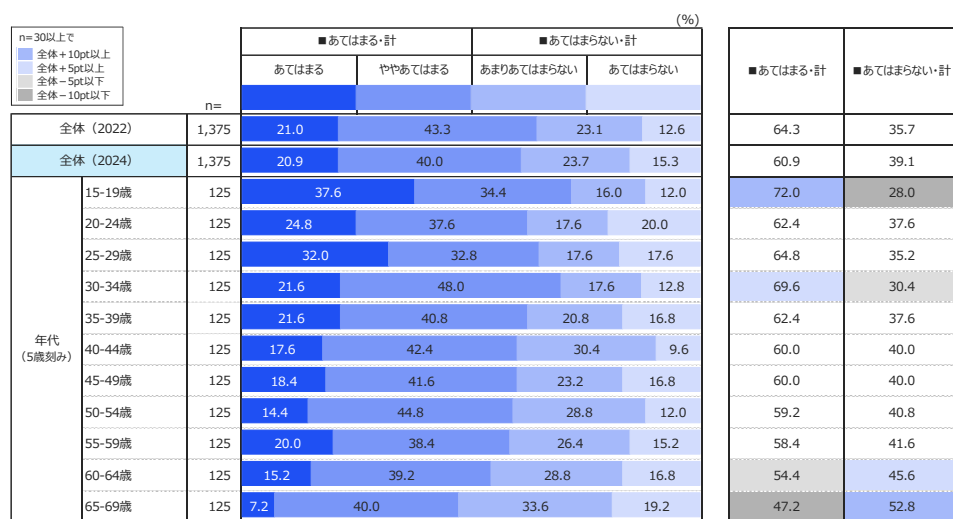
異性によく見られたい



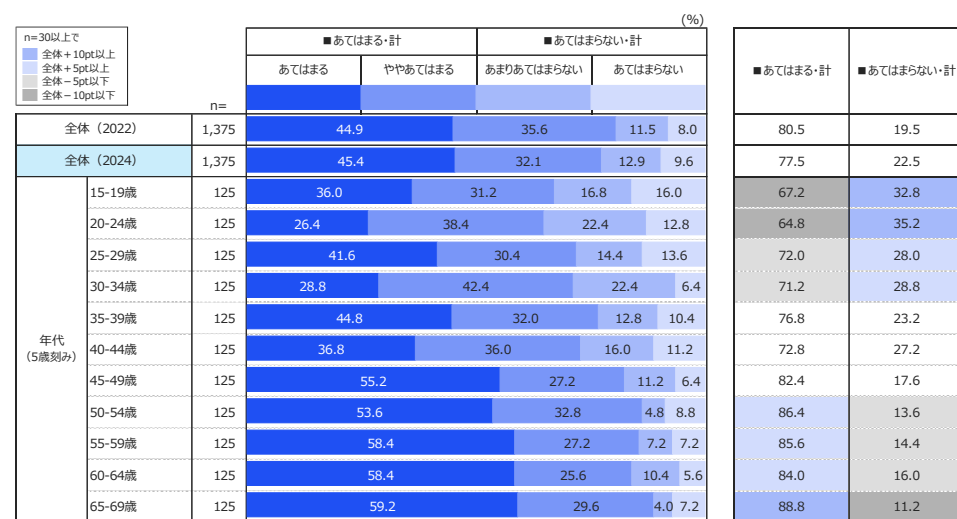
FQ31_2 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
／異性によく見られたい (SA)

美容行動を行う理由

同性によく見られたい



健康でいたい

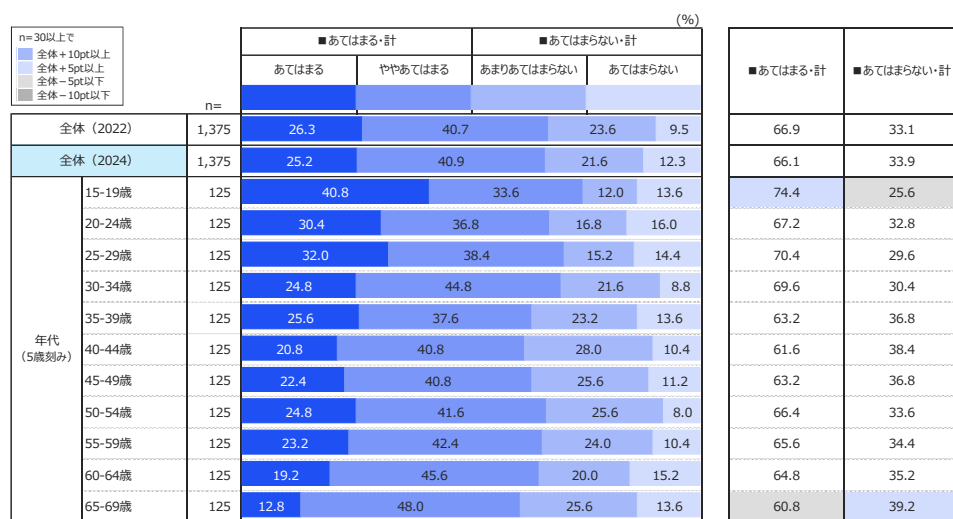


FQ31_3 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
／同性によく見られたい (SA)

FQ31_4 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
／健康でいたい (SA)

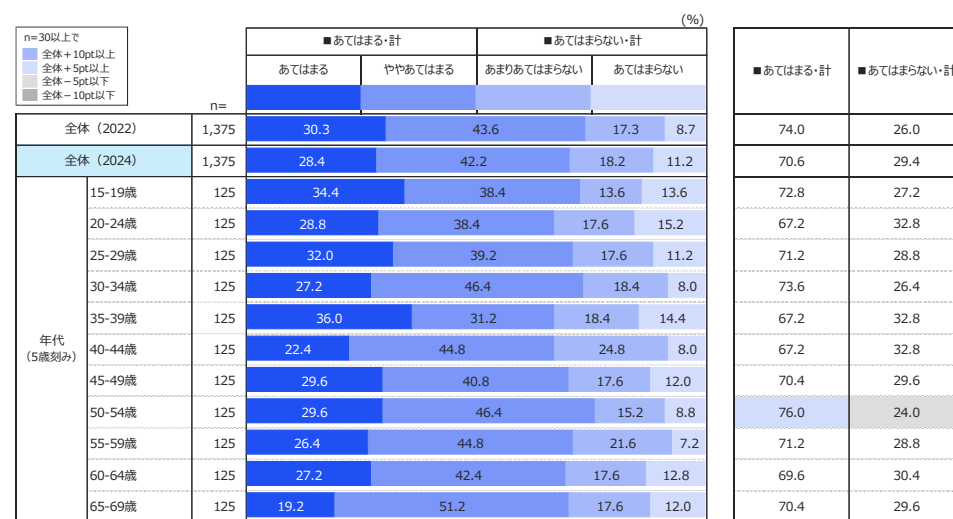
美容行動を行う理由

綺麗になった自分が好きだから



FQ31_5 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
 /綺麗になった自分が好きだから (SA)

いつまでも美しくありたい

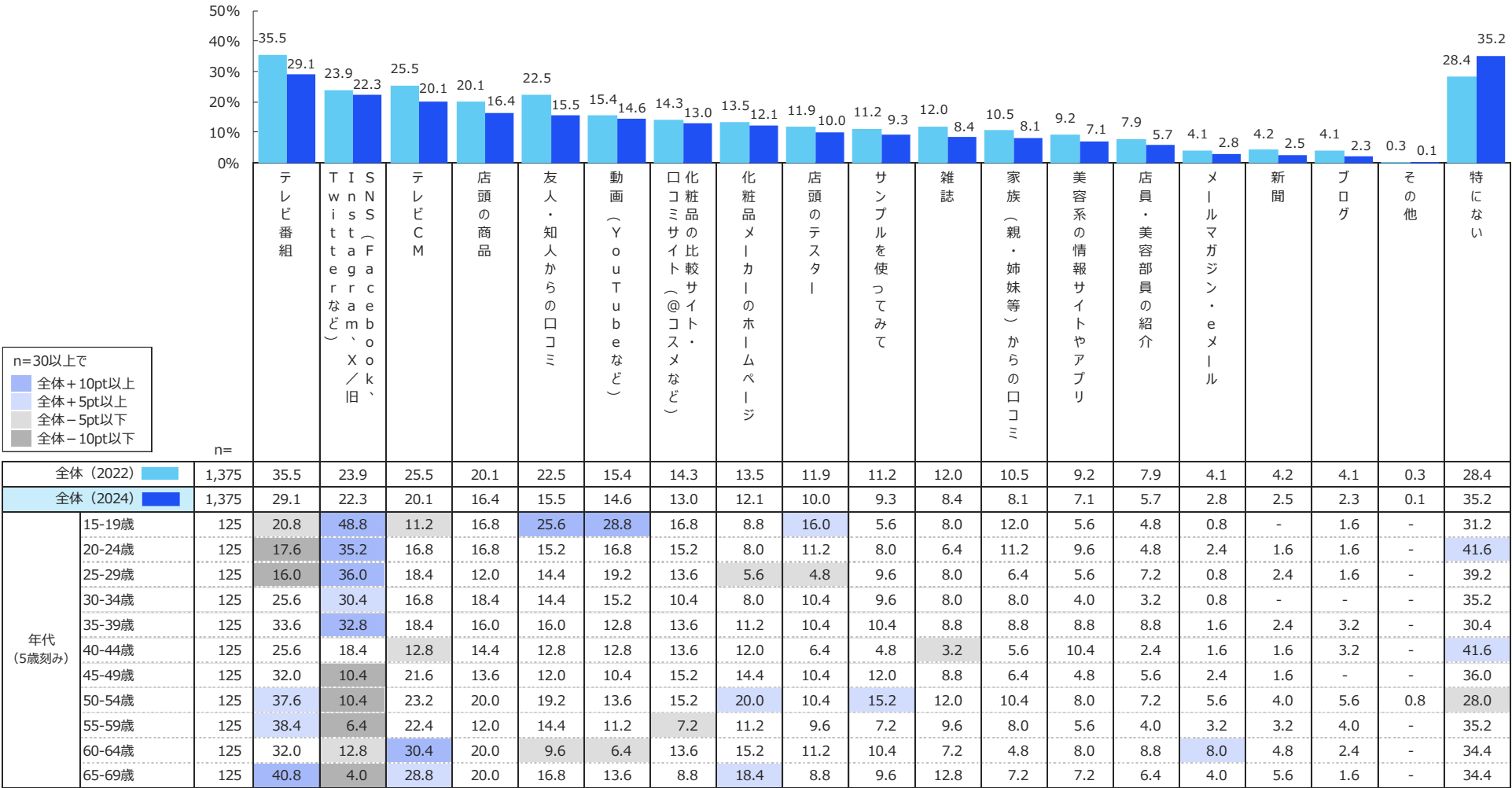


FQ31_6 美容行動を行う理由について、あなたのお考えに最も近いものを1つずつ、お知らせください。
 /いつまでも美しくありたい (SA)

興味がある美容行動／今後行ってみたいと思う行動（自由回答 一部抜粋）

スキンケア・美容習慣	• かわいいメイク • ニキビ除去 • 美容液を使用する • 美白化粧品を使う • エステサロンに通う • 美顔器 • 小顔マッサージ • ヘッドスパ • 新しい美容成分に興味がある	• かわいいメイクをしたい（21歳） • ニキビ除去（15歳） • 美容液の使用（25歳）/美容液を持続する（61歳） • 美白化粧品を使う（48歳）美白化粧品を使ってみたい（57歳） • フェイシャルエステ（19歳）/リフトアップ出来る施術を受ける（54歳）/美容サロンに行きたい（60歳） • 美顔器ローラー（37歳）/美顔器などを購入して、自宅でセルフエステを試してみたい（60歳） • 小顔マッサージ（17歳） • 頭皮の汚れもきれいにしてくれそうだから（50歳）/ドライヘッドスパを体験してみたい（53歳） • 新しい美容成分等はいへん興味深く使ってみたい（38歳）
美容医療・施術	• シミ取り • 黒子除去 • ハーブピーリング • ハイフ • 脱毛 • 骨格矯正 • 美容整形 • 美容医療 • 脂肪対策 • ほうれい線の改善 • 歯のホワイトニング	• シミが出てきたらシミ取りをしたい（30歳）/皮膚科でシミをレーザーでとりたい（34歳）/シミ取りレーザー（49歳） • 黒子除去（22歳）（42歳） • ハーブピーリング（29歳） • ハイフで顔のたるみをなくしたい（26歳） • 脱毛（37歳）（49歳） • きれいな姿勢になりたい（41歳） • ダーマペン、ポテンツァをやってみたい（23歳）/美容整形（32歳）/美容整形したい（57歳）/美容整形を試してみたい（64歳） • 美容皮膚科の施術（50歳）/美容医療（52歳）（57歳） • 脂肪吸引。年々脂肪が落ちづらくなってるので美容外科でやってもらいたい（38歳）/脂肪溶解（42歳） • ほうれい線がくっきり下まで伸びているのを改善したい（55歳）/目立たなくするリフトアップの方法があればしたい（67歳） • ホワイトニング（18歳）/歯のホワイトニング（49歳）
運動・フィットネス	• ヨガ/ピラティス • 規則正しい生活、運動 • ダイエット	• ヨガ（39歳）/ピラティス（28歳）/マシンピラティス（41歳） • 運動と栄養のあるものを食べて、規則正しい生活を送る（40歳）/健康管理、運動（43歳）/定期的な運動（44歳） • 体系を崩さないよう鍛えたい（42歳）/ダイエットして体重を減らしたい（53歳）

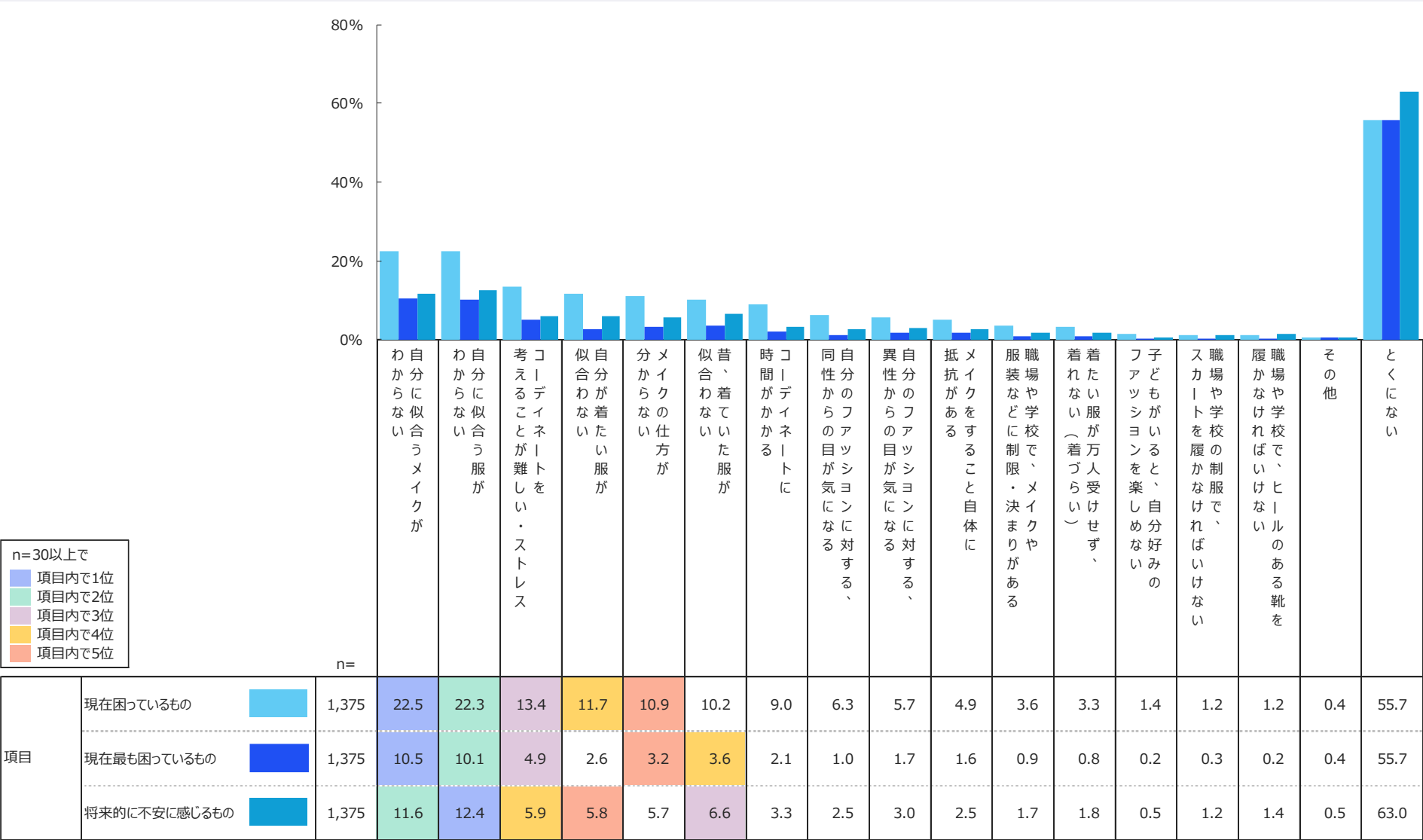
美容情報 収集経路



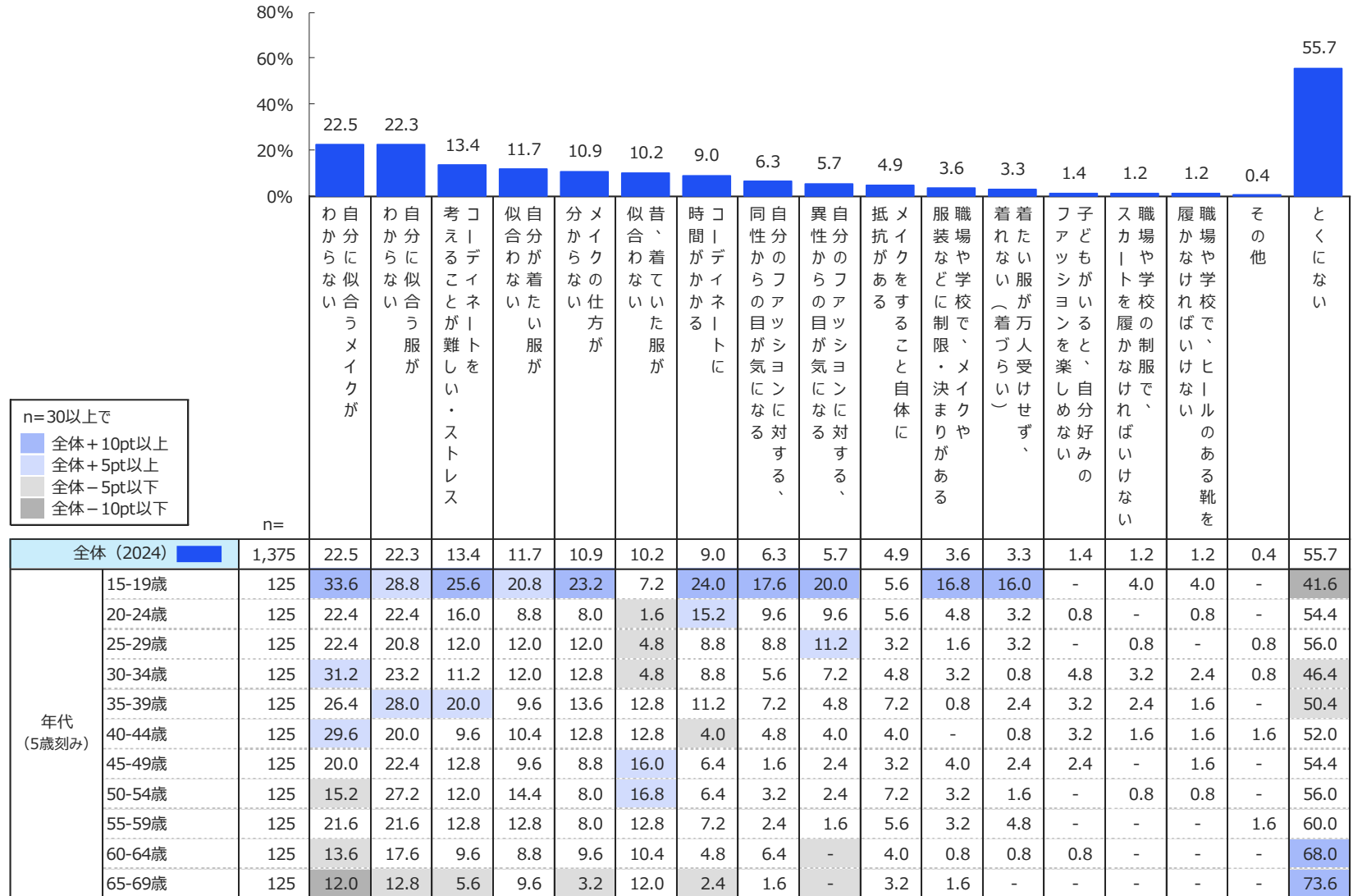
※全体 (2024) の値を基準に降順並び替え

FQ33 あなたは、「美容」全般に関する情報をどちらで入手しますか。あてはまるものをすべてお知らせください。(MA)

ファッションの困りごと



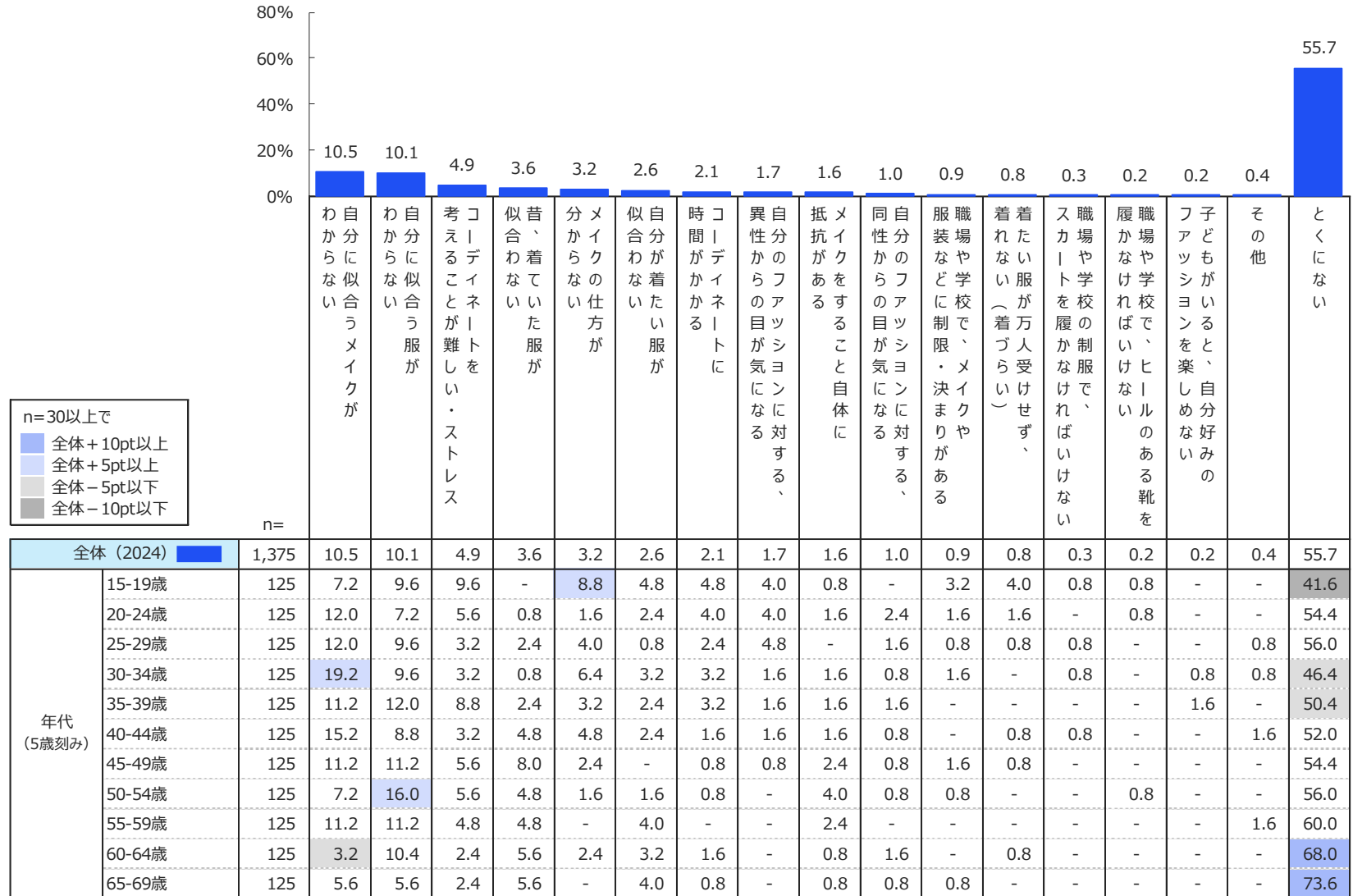
ファッションの困りごと（現在困っているもの：全て）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え
 ※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ34_1 以下の困りごとについて、あなたのお気持ちに最も近いものをそれぞれお知らせください。／現在困っているもの（MA）

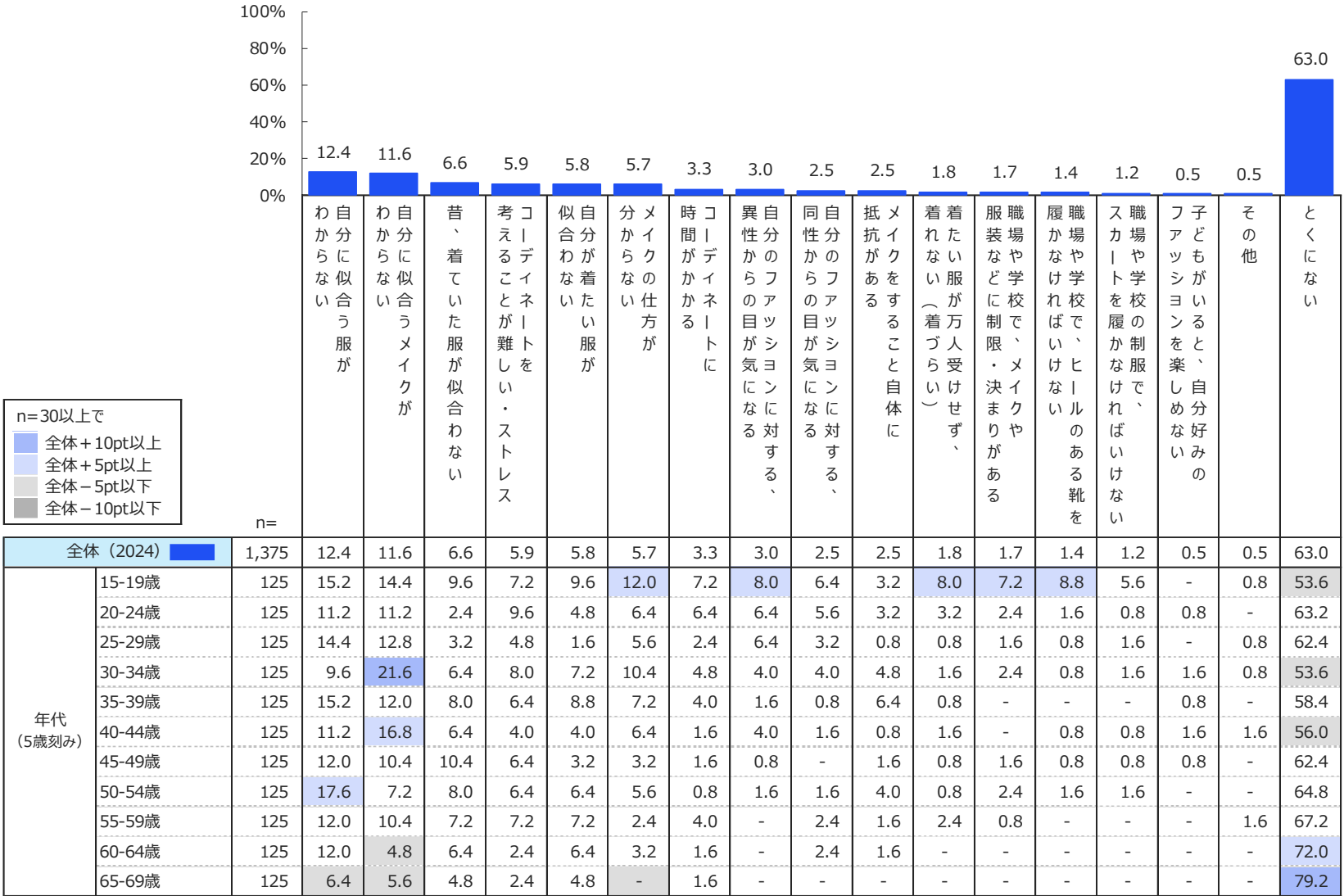
ファッションの困りごと（現在最も困っていること）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え
 ※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ34_2 以下の困りごとについて、あなたのお気持ちに最も近いものをそれぞれお知らせください。／現在最も困っているもの（SA）

ファッションの困りごと（将来的に不安に感じること）



※全体（2024）の値を基準に降順並び替え
※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ34_3 以下の困りごとについて、あなたのお気持ちに最も近いものをそれぞれお知らせください。／将来的に不安に感じるもの（MA）

パーソナル診断 認知

			(%)			
			自分のタイプを把握し、ファッションに活かしている	自分のタイプは把握しているが、ファッションに活かしていない	自分のタイプを把握していない	そもそもどんなものか知らない
n=						
項目	パーソナルカラー（イエベ・ブルベなど）	1,375	10.3	12.6	39.9	37.2
	骨格診断	1,375	7.9	11.7	41.2	39.1
	顔タイプ診断	1,375	5.9	8.3	43.3	42.5

※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ35 以下の言葉について、どの程度知っていますか。また、あなたはこれらをどのくらい実践・活用していますか。【全体（2024）ベース】（SA）

パーソナル診断 認知（パーソナルカラー：イエベ・ブルベなど）

(%)

		n=	自分のタイプを把握し、 ファッションに 活かしている	自分のタイプは 把握しているが、 ファッションに 活かしていない	自分のタイプを 把握していない	そもそもどんなものか 知らない
全体（2024）		1,375	10.3	12.6	39.9	37.2
年代 (5歳刻み)	15-19歳	125	17.6	24.0	32.8	25.6
	20-24歳	125	13.6	16.8	34.4	35.2
	25-29歳	125	13.6	10.4	45.6	30.4
	30-34歳	125	12.8	14.4	40.8	32.0
	35-39歳	125	14.4	13.6	36.0	36.0
	40-44歳	125	7.2	15.2	42.4	35.2
	45-49歳	125	4.0	8.0	48.8	39.2
	50-54歳	125	12.0	9.6	36.8	41.6
	55-59歳	125	8.8	8.8	43.2	39.2
	60-64歳	125	4.8	8.8	39.2	47.2
	65-69歳	125	4.8	8.8	38.4	48.0

※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ35_1 以下の言葉について、どの程度知っていますか。また、あなたはこれらをどのくらい実践・活用していますか。／パーソナルカラー（イエベ・ブルベなど）（SA）

パーソナル診断 認知（骨格診断）

(%)

		n=	自分のタイプを把握し、 ファッションに 活かしている	自分のタイプは 把握しているが、 ファッションに 活かしていない	自分のタイプを 把握していない	そもそもどんなものか 知らない
全体（2024）		1,375	7.9	11.7	41.2	39.1
年代 (5歳刻み)	15-19歳	125	20.0	19.2	36.8	24.0
	20-24歳	125	14.4	18.4	31.2	36.0
	25-29歳	125	11.2	11.2	48.8	28.8
	30-34歳	125	11.2	15.2	41.6	32.0
	35-39歳	125	9.6	13.6	41.6	35.2
	40-44歳	125	4.0	12.0	44.0	40.0
	45-49歳	125	1.6	8.8	48.0	41.6
	50-54歳	125	7.2	8.8	36.8	47.2
	55-59歳	125	5.6	7.2	45.6	41.6
	60-64歳	125	0.8	8.0	38.4	52.8
	65-69歳	125	1.6	6.4	40.8	51.2

※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ35_2 以下の言葉について、どの程度知っていますか。また、あなたはこれらをどのくらい実践・活用していますか。／骨格診断（SA）

パーソナル診断 認知（顔タイプ診断）

(%)

		n=	自分のタイプを把握し、 ファッションに 活かしている	自分のタイプは 把握しているが、 ファッションに 活かしていない	自分のタイプを 把握していない	そもそもどんなものか 知らない
全体（2024）		1,375	5.9 8.3	43.3		42.5
年代 (5歳刻み)	15-19歳	125	12.8 22.4	36.8		28.0
	20-24歳	125	6.4 15.2	40.0		38.4
	25-29歳	125	10.4 6.4	52.0		31.2
	30-34歳	125	8.8 9.6	46.4		35.2
	35-39歳	125	9.6 7.2	44.0		39.2
	40-44歳	125	1.6 12.8	40.8		44.8
	45-49歳	125	0.8 4.0	52.0		43.2
	50-54歳	125	6.4 4.8	39.2		49.6
	55-59歳	125	4.8 1.6	45.6		48.0
	60-64歳	125	0.8 3.2	39.2		56.8
	65-69歳	125	2.4 4.0	40.8		52.8

※2024年実施調査にて新たに聴取した項目

FQ35_3 以下の言葉について、どの程度知っていますか。また、あなたはこれらをどのくらい実践・活用していますか。／顔タイプ診断（SA）

ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)について

この「美容に関する調査」では、
クロス・マーケティングのオリジナルメソッドである
「ポテンシャル・ニーズ・クラスター」でのクロス集計を行っています。

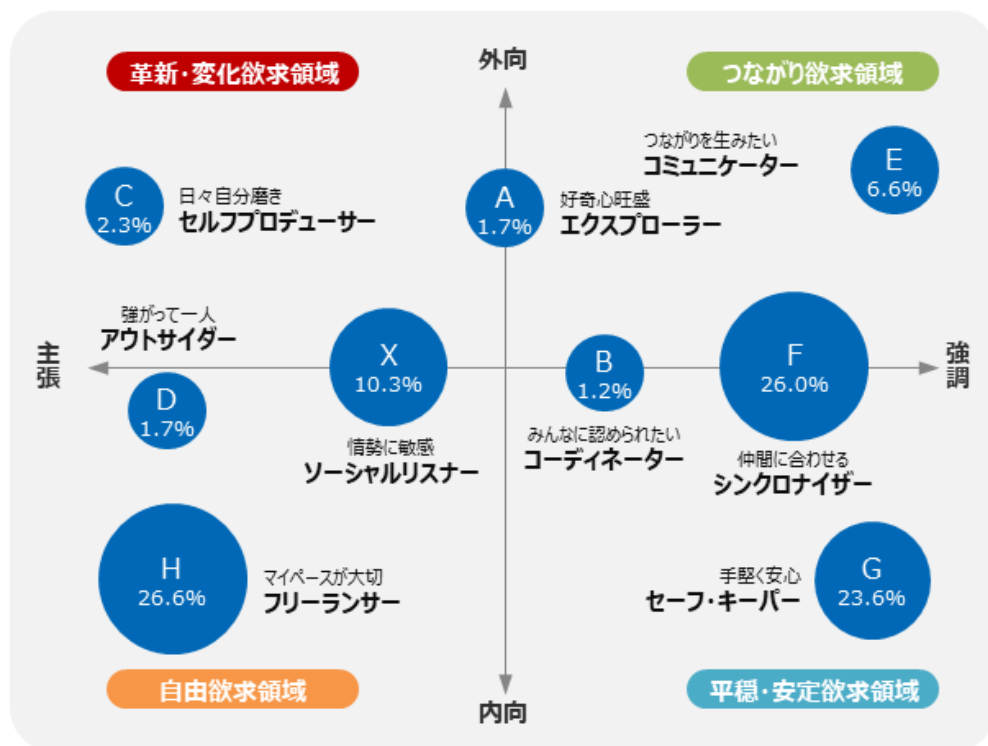
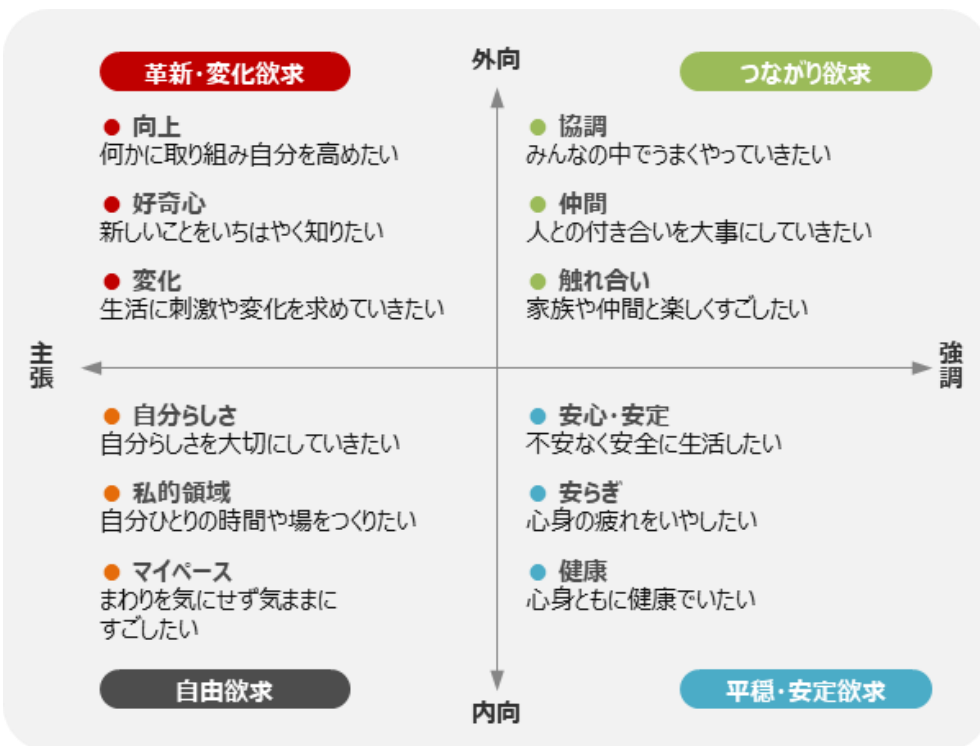
ご関心のある方は本レポート末尾のお問い合わせ欄からご連絡ください。

ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)

クロス・マーケティングでは、インサイトを理解する上で、とても重要となる生活者の **Beニーズ** を大きく4つの欲求、12の欲求因子に規定。
(※) これをポテンシャルニーズと定義。

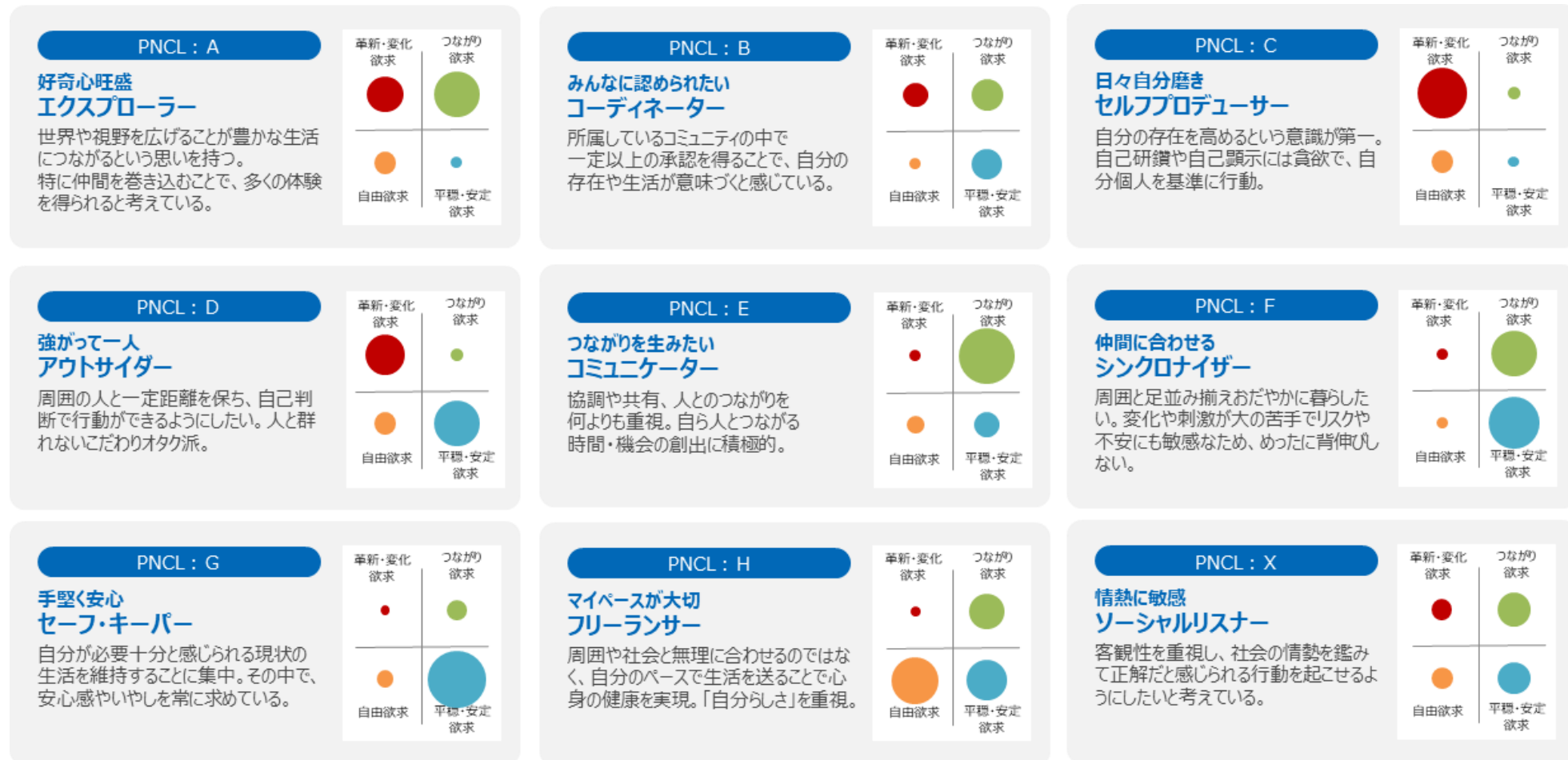
これらの **12の欲求因子** が **それぞれの人の心の中で異なる重さ・形で配置され、その差が人々の欲求の個体差として行動の差をもたらす** と考え、その配分パターンを9つの「ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL)」に分類。

(※) マレーが作成した36の欲求リストを基に整理を行い因子の決定まで実施。



ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)

9つのCLの特徴は以下の通り。



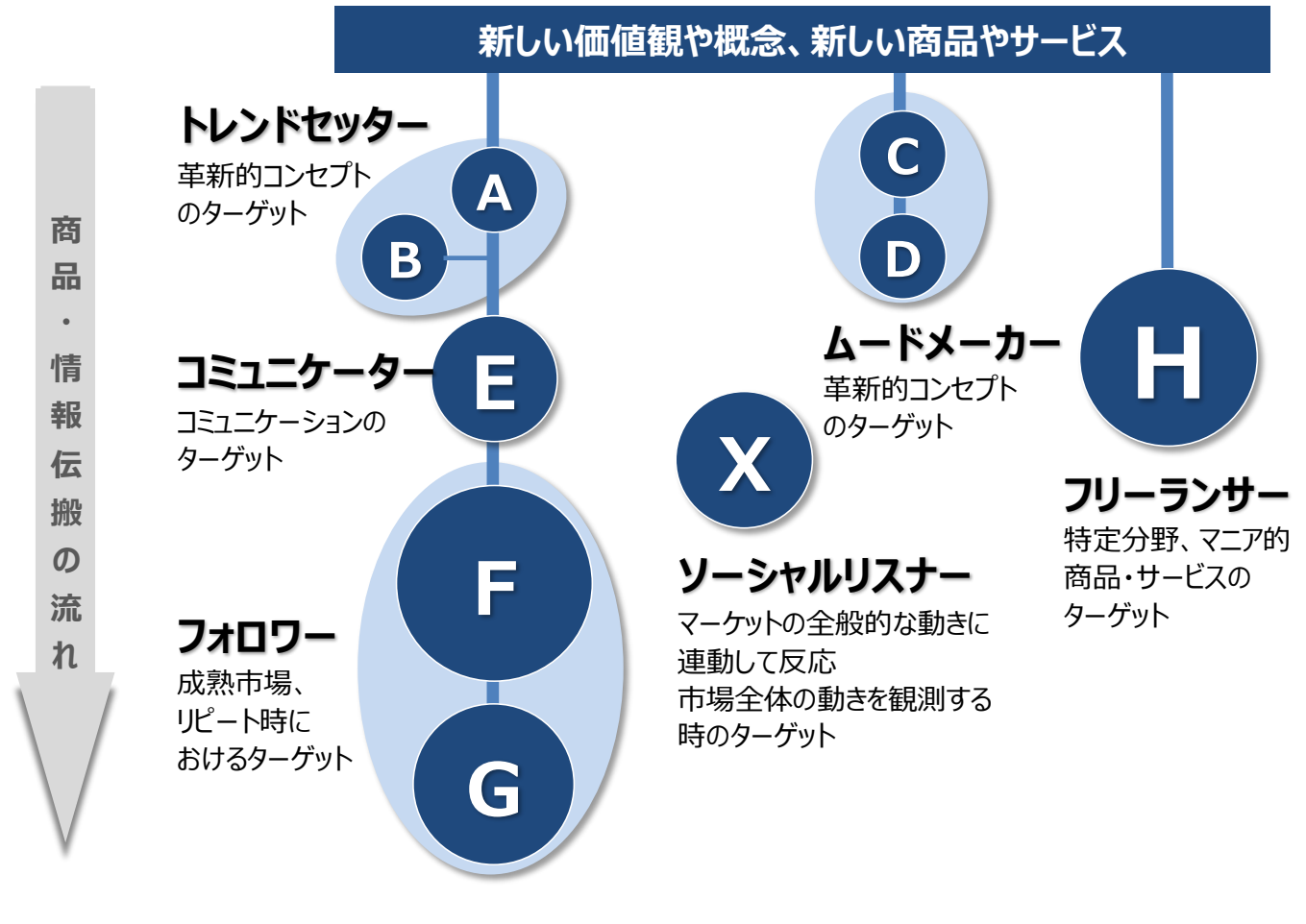
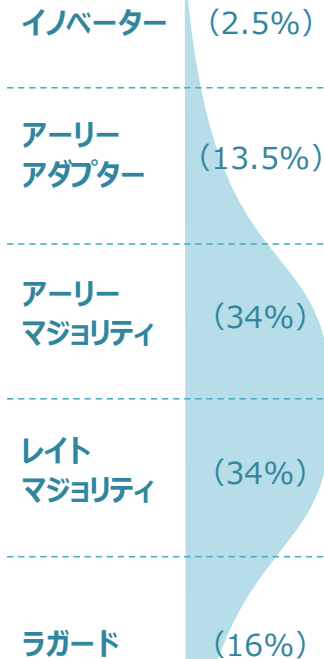
ポテンシャル・ニーズ・クラスター(PNCL)

A・B・E・F・Gのラインが基本的には「イノベーター理論」にあてはまるラインです。

しかし、「イノベーター理論」では伝搬の道が1本しかありませんが、

その道筋に入らない独自の集団（C・D・H・X）を抽出したのがPNCLのオリジナルな視点です。

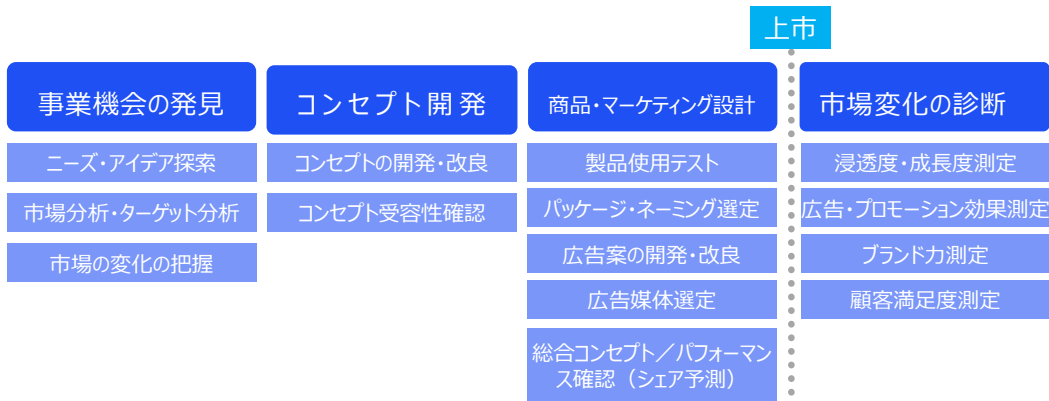
<参考：イノベーター理論>



クロス・マーケティングについて

クロス・マーケティングについて

クロス・マーケティングは マーケティングにおけるあらゆる局面での課題解決をサポートします。



クロス・マーケティングの特長

特長 1 【人】	セールス、リサーチャー、ディレクター。お客様と接する全ての担当者が課題解決に向けてお手伝いする、充実したサポート体制を組んでいます。	特長 2 【クオリティ】	「回答負荷軽減を意識した画面づくり」「的確なターゲット選定のための配信設定」「精度の高いデータクリーニング」を実施し、高いクオリティを維持しています。
特長 3 【スピード】	高機能なアンケートシステムのため、画面作成・配信・データ納品までスピーディに対応。お急ぎのアンケートなど最短24時間で納品します。	特長 4 【モニター (Panel)】	180万人超の国内最大規模のアンケートモニターを保有。モニターは、基本属性だけでなく、シニア/携帯電話利用/自動車保有/化粧品利用といった約20のカテゴリーに分類されています。対象者を限定した調査もスムーズに実施します。

会社概要

社名： 株式会社クロス・マーケティング
(英文社名：Cross Marketing Inc.)

設立： 2003年4月1日

所在地： 【本社】
〒163-1424
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
(代表) TEL：03-6859-2251 / FAX：03-6859-2273

【西日本営業所】
〒530-0001
大阪府大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル4階
(代表) TEL：06-6451-1260 / FAX：06-6451-1261

代表： 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容： マーケティング・リサーチ事業
マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

親会社： 株式会社クロス・マーケティンググループ
(東京証券取引所プライム市場 証券コード3675)



**本件に関する
お問い合わせ先**

株式会社クロス・マーケティング
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
TEL : 03-6859-1192 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»
本リリースの引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」