

ミドル～シニア世代における 美容についてのアンケート調査結果



株式会社マーケティング・コミュニケーションズ

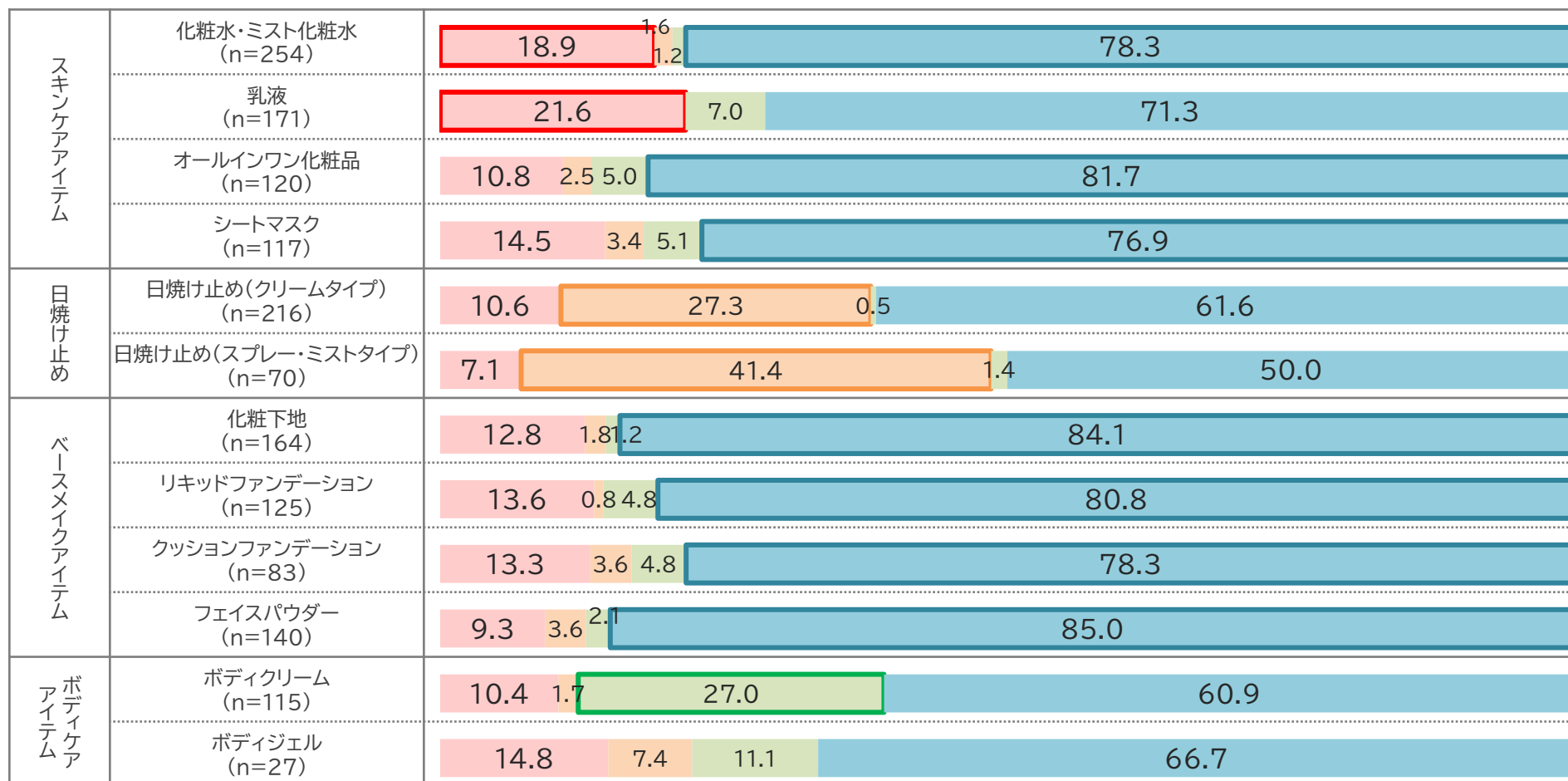
季節での美容アイテムの使い分け

- ✓全体的に「夏と冬で同じもの」が高いが、特に『ベースメイクアイテム群』でいずれも8割と高い。
- ✓『化粧水・ミスト化粧水』『乳液』は、「夏と冬で使い分ける」が2割と他アイテムよりやや高い。
- ✓『日焼け止め』は両タイプとも「夏しか使わない」が高いが、特に『スプレー・ミストタイプ』で顕著。
- ✓『ボディクリーム』は「冬しか使わない」3割と、『ボディジェル』より使い分けている傾向。

【季節での美容アイテムの使い分け(SA)】

※各アイテム使用者を対象

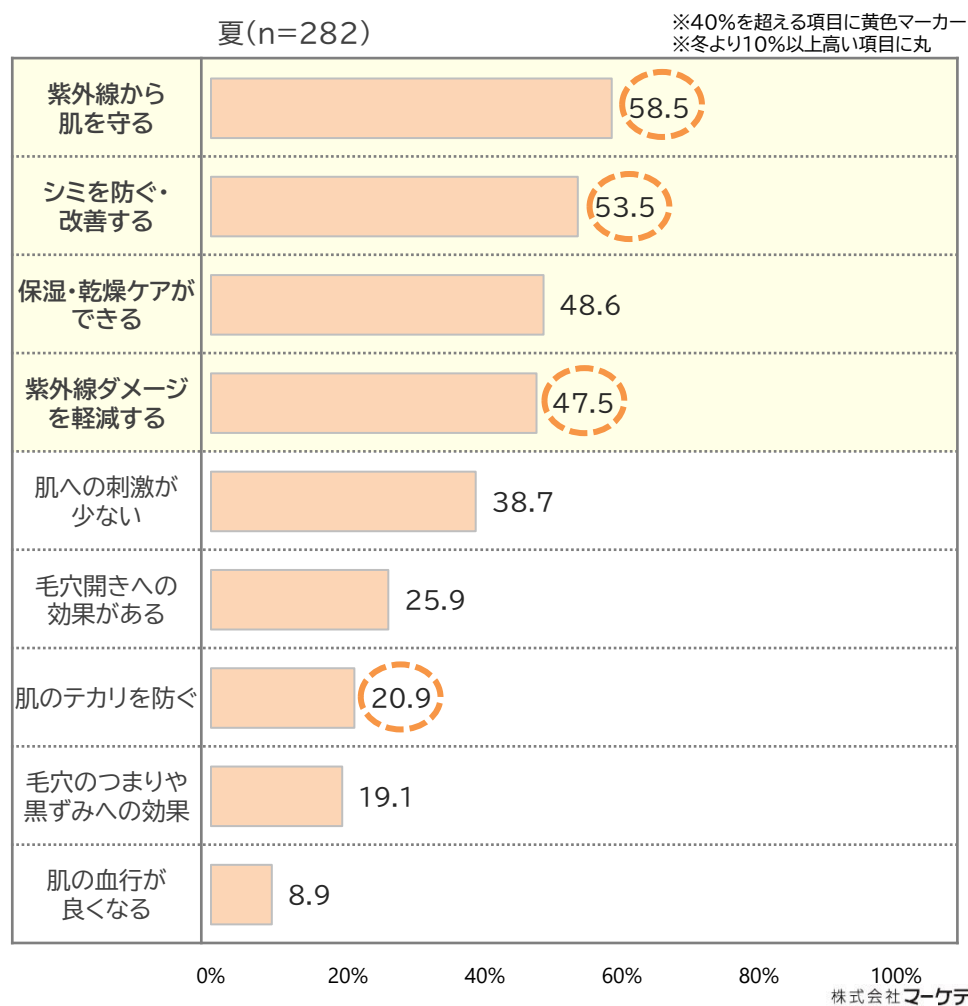
■夏と冬で違うものを使っている(夏と冬で使いわけている) ■夏しか使わない ■冬しか使わない ■夏と冬で同じものを使っている



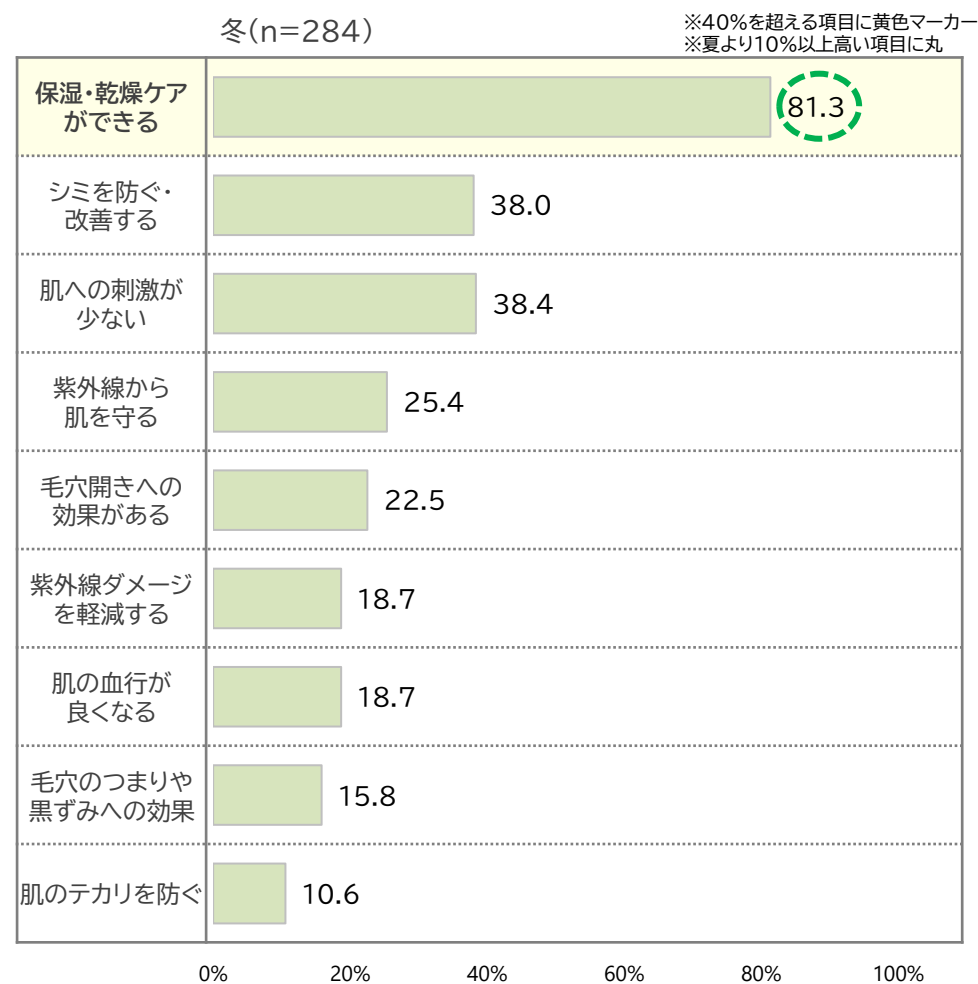
夏と冬でのスキンケアアイテムに求める効果

- ✓夏は、「紫外線から肌を守る」が6割で最も高く、「シミを防ぐ・改善する」「保湿・乾燥ケアができる」「紫外線ダメージを軽減する」が続く。一方、冬は、「保湿・乾燥ケアができる」が8割と顕著に高い。
- ✓夏の方が10%以上高い項目は「紫外線から肌を守る」「シミを防ぐ・改善する」「紫外線ダメージを軽減する」「肌のテカリを防ぐ」。

【〈夏〉求める効果 (MA)】 ※夏に「化粧水・ミスト化粧水」「乳液」「オールインワン化粧品」「シートマスク」使用者を対象



【〈冬〉求める効果 (MA)】 ※冬に「化粧水・ミスト化粧水」「乳液」「オールインワン化粧品」「シートマスク」使用者を対象



夏と冬でのファンデーション選択時の重視点

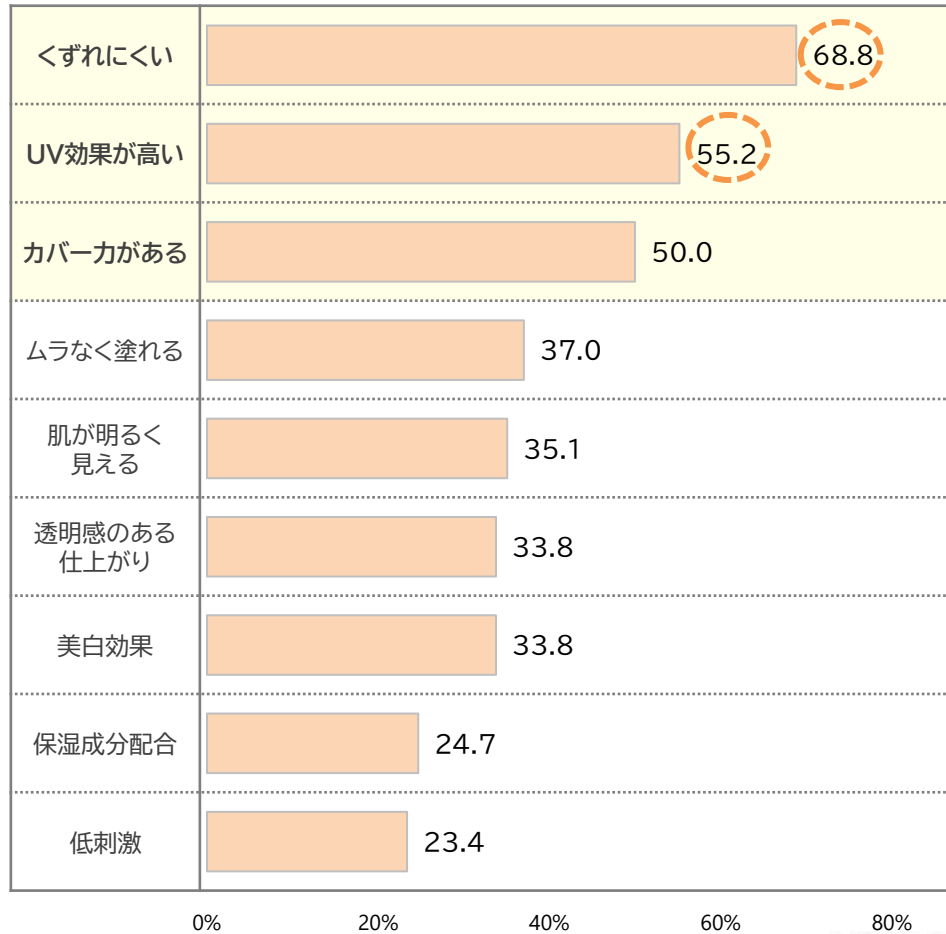
- ✓夏は、「くずれにくい」が7割で最も高く、「UV効果が高い」「カバー力がある」が続く。
- 一方、冬は、「保湿成分配合」「カバー力がある」「肌が明るく見える」がそれぞれ4～5割。
- ✓夏の方が10%以上高い項目は「くずれにくい」「UV効果が高い」。冬の方が高い項目は「保湿成分配合」。

【〈夏〉重視点 (MA)】

※夏に「リキッドファンデーション」「クッションファンデーション」使用者を対象

夏(n=154)

※40%を超える項目に黄色マーカー
※冬より10%以上高い項目に丸

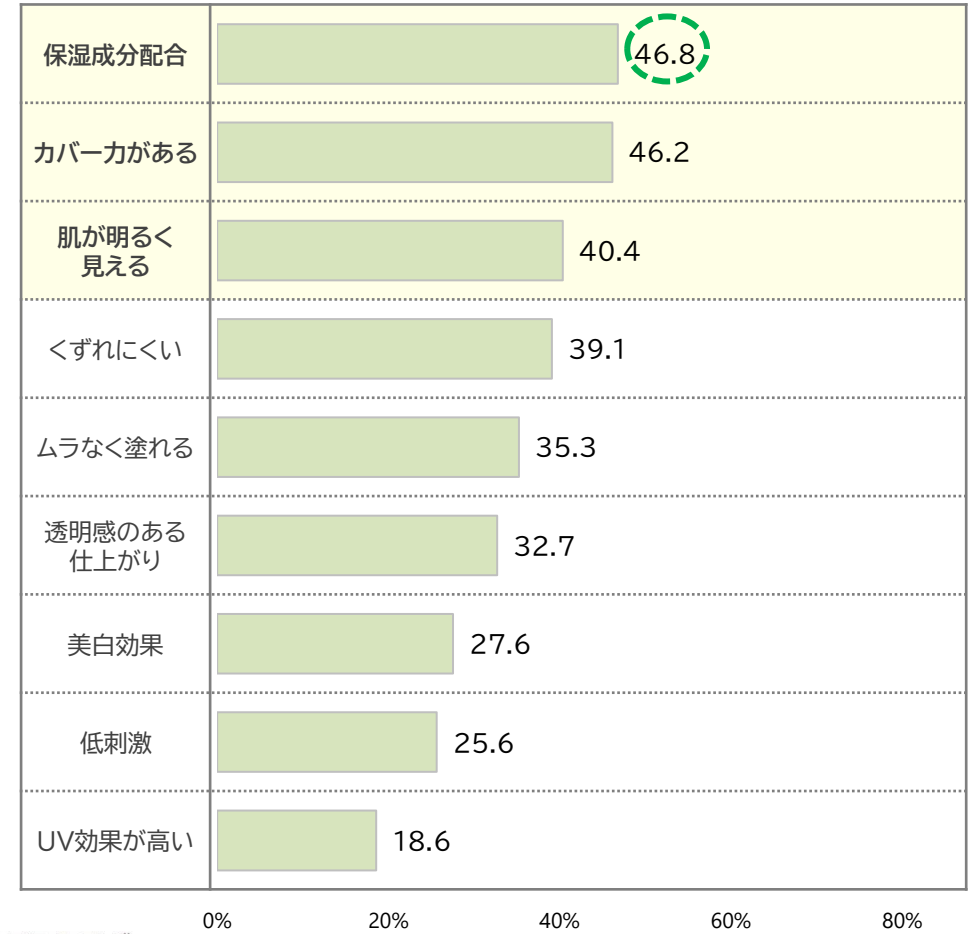


【〈冬〉重視点 (MA)】

※冬に「リキッドファンデーション」「クッションファンデーション」使用者を対象

冬(n=156)

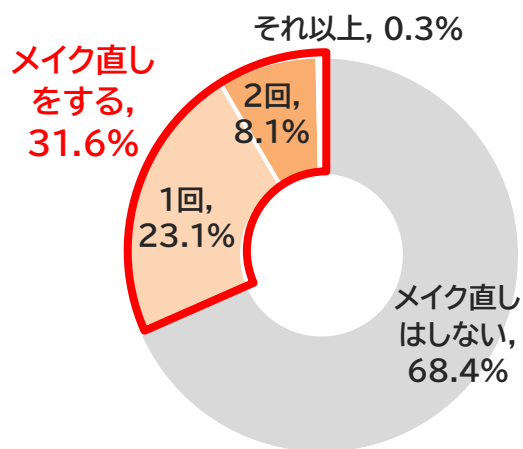
※40%を超える項目に黄色マーカー
※夏より10%以上高い項目に丸



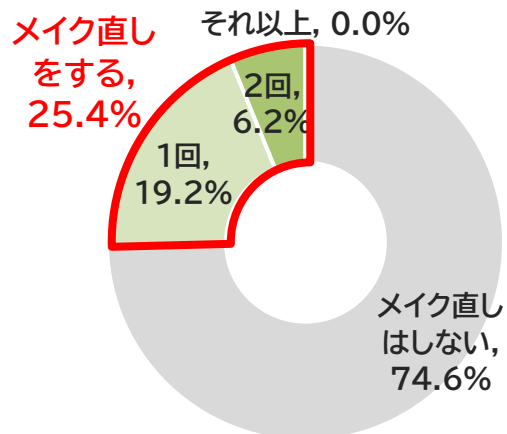
夏と冬でのメイク直しの回数とメイク直しの内容

- ✓夏は、「メイク直しをする」人が32%。冬は、「メイク直しをする」人が25%と夏より7%減る。「1回」「2回」ともに、夏より下がり、冬は、メイク直しをする人が少なくなるだけでなく、頻度も少なくなっている。
- ✓メイク直しの内容は「リップを塗る」が最も高く、9割と大半。「ファンデーションを塗り直す」「フェイスパウダーを塗り直す」などのベースメイクに関することが高くなっている。

【〈夏〉メイク直しの回数 (SA)】 (n=307)

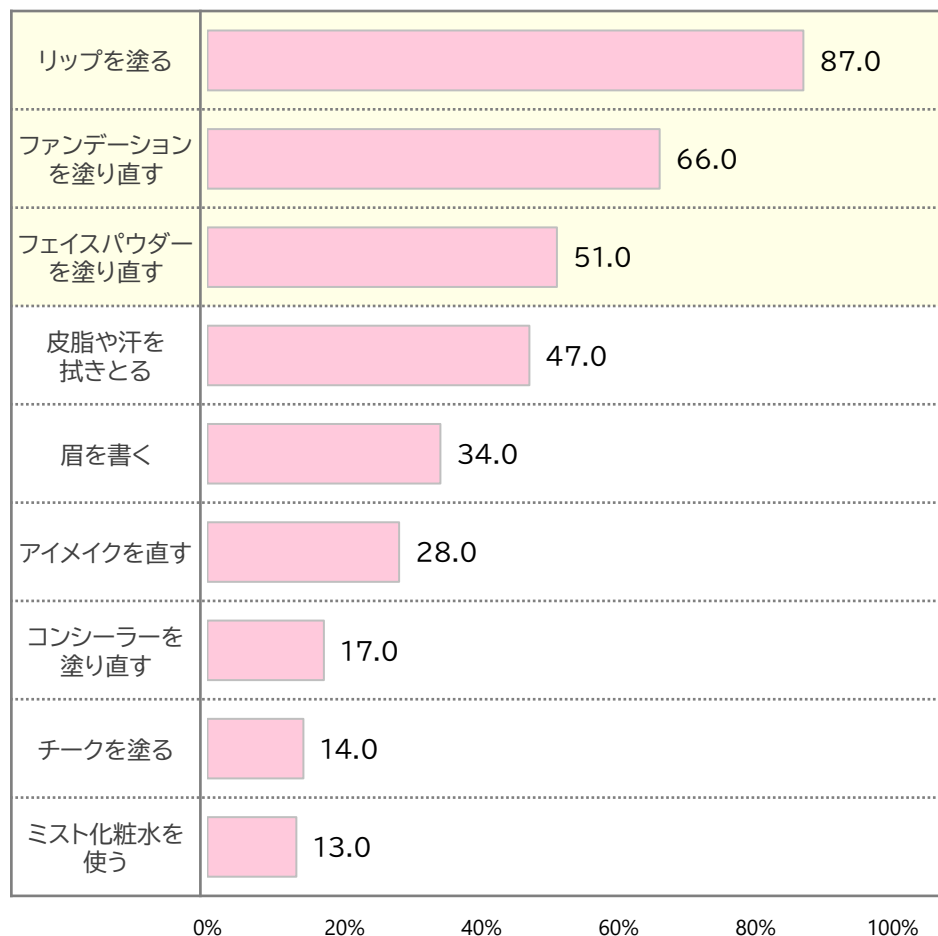


【〈冬〉メイク直しの回数 (SA)】 (n=307)



【メイク直しの具体的な内容 (MA)】

メイク直しをする人 (n=100)

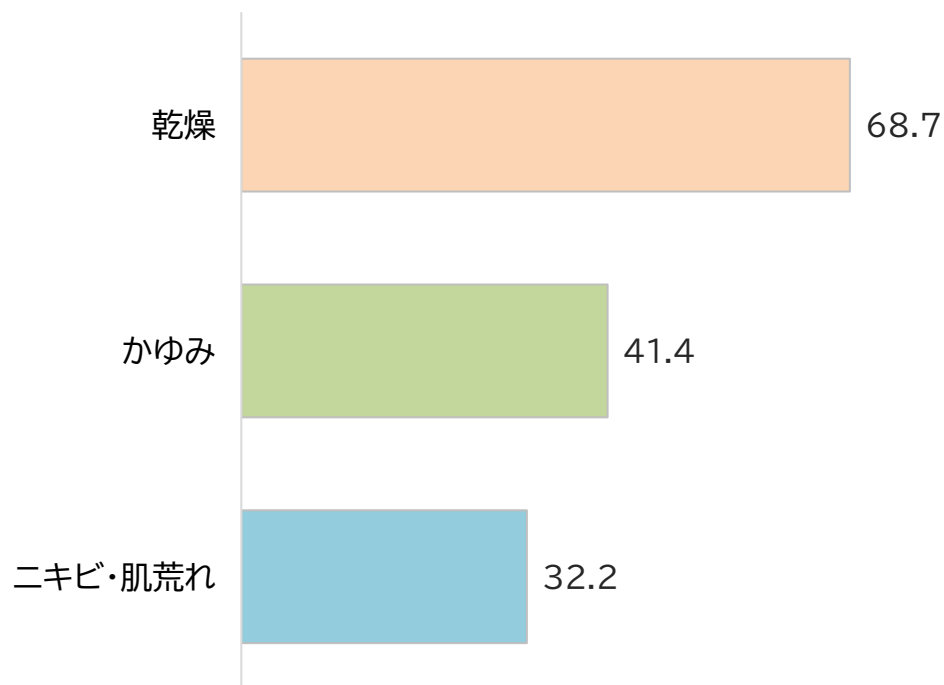


季節の変わり目での肌悩み

- ✓「乾燥」「かゆみ」「ニキビ・肌荒れ」の肌悩みについて、「乾燥に悩んでいる」人が最も多く7割。
- ✓「乾燥」は「秋から冬にかけて」「冬から春にかけて」肌悩みが多くなる。
- ✓「ニキビ・肌荒れ」は、「季節は関係なく常に悩んでいる」が半数と高い。

【肌悩みがある人の割合(MA)】

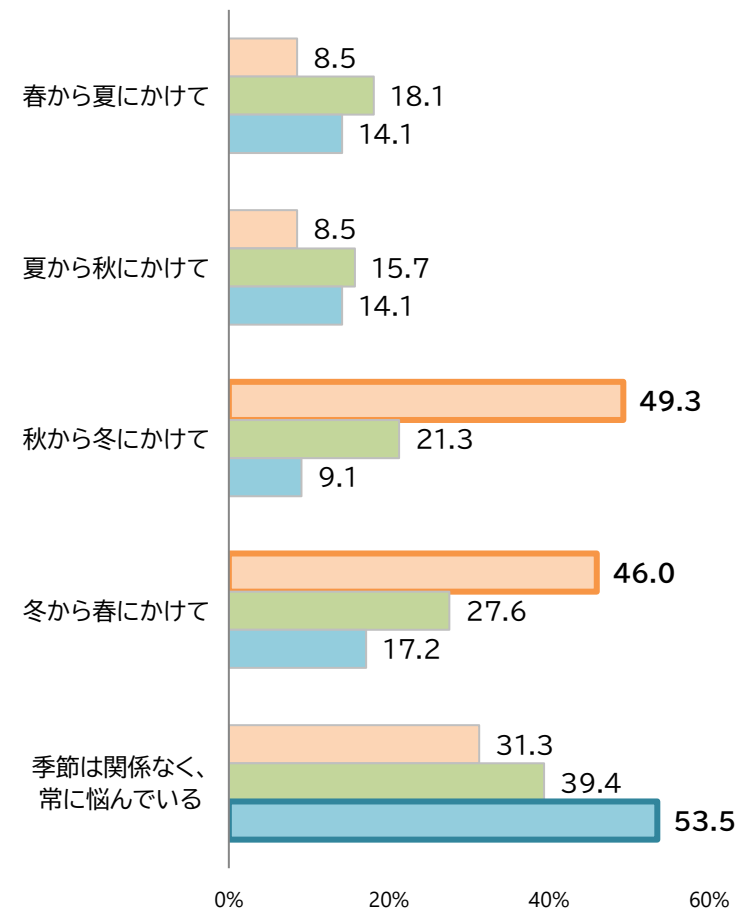
(n=307)



【季節の変わり目で悩む時期(MA)】

※悩んでいる人を対象

■乾燥(n=211) ■かゆみ(n=127) ■ニキビ・肌荒れ(n=99)



弊社では、日々の暮らしや意識の変化を丁寧に捉えながら、皆さまにとって身近で役立つ情報をお届けできるよう、定期的に自主調査を実施しております。

貴社の今後の活動の参考になれば幸いです。

なお、調査についてのご質問等に関しては下記までお気軽にお問合せください。

TEL : 06-6245-6858 E-mail : mcto@mcto.co.jp

課題解決のための
リサーチ&コンサルティング・サービス



株式会社マーケティング・コミュニケーションズ

■調査概要

- ・実施時期:2025年9月
- ・実施方法:インターネットリサーチ
- ・実施対象:女性40～80代 全国

■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・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「株式会社マーケティング・コミュニケーションズが9月に実施した調査結果によると…」