

「肌の触感」は、肌コンディションやスキンケア効果のバロメーター 8割の女性が、肌の触感がその日の気分に影響

いつまでも魅力的な女性でいるために、最も努力していることは「スキンケア」



株式会社ナリス化粧品(代表者：村岡弘義 本社：大阪市福島区)は、効能などの実用面、または個人の感覚的な感想などあいまいな言葉で語られることが多い「スキンケア」の、まだあまり明らかにされていないパーソナルな感覚や深層心理を明らかにするため、20～49歳の全国の女性約2,200人に対し、「スキンケアと女性心理」に関するインターネット調査を実施しました。

「肌の触感」は、肌コンディションやスキンケア効果のバロメーターであり、女性の一日の気分にも大きな影響を与えることがわかりました。

【調査トピックス】

1、8割の女性が、肌の触感がその日の気分に影響

朝、肌の触感が良ければ、その日は幸せな気分になると答えた女性は約8割。肌のコンディションを判断する基準は、「化粧のり」と「肌表面の触感」が上位に。またスキンケアの効果を肌の触感で判断できる女性は75%。

2、いつまでも魅力的な女性でいるために、最も努力していることは「スキンケア」

3人に1人が最も努力しているのは「スキンケア」、続いて「十分な睡眠」「趣味を楽しむ」「バランスのいい食事」の順。スキンケアは若い年代が多く、睡眠は年を重ねた年代が多い。

3、スキンケアをすることで実現したいことは、「自分に自信を持ちたい」が約5割

「毎日を気分よく過ごしたい」は約4割。自信を持ちたいと答えたのは若い年代が多く、気分よく過ごしたいと答えたのは年を重ねた年代が多い。

4、自分のためにスキンケアをしている女性は8割

スキンケアをする理由は「肌トラブルの予防」「身だしなみ」の順。

5、良いスキンケア品と判断する基準、「使用時の肌の感触が良い」約2割

一方で、「スキンケア品が肌に入る感覚を実感できない」は48%。「肌に入る」は、スキンケアを表現する言葉として一般的だが、約半数の女性は実感できていない。

【調査概要】

調査実施期間：2019年10月3日～10月11日

調査対象者：20～49歳の全国の女性約2,200人（スクリーニング調査は4,400人）

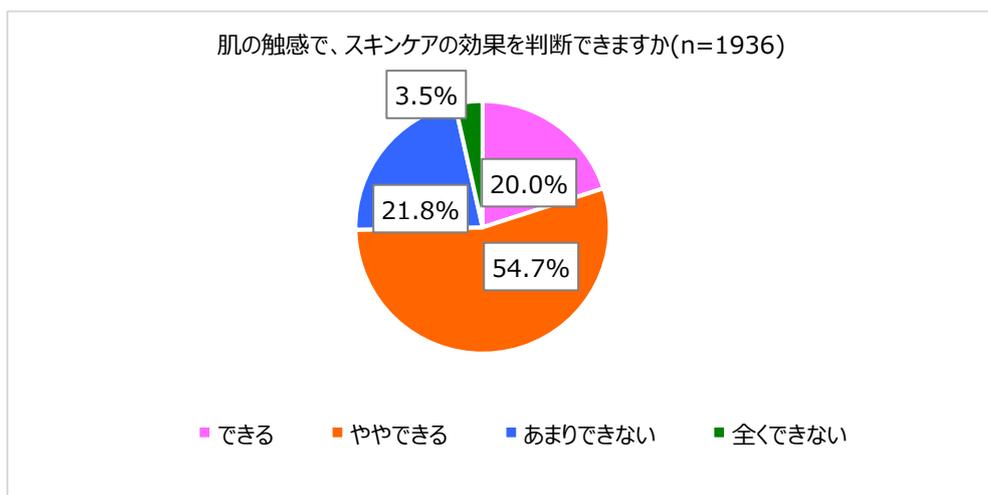
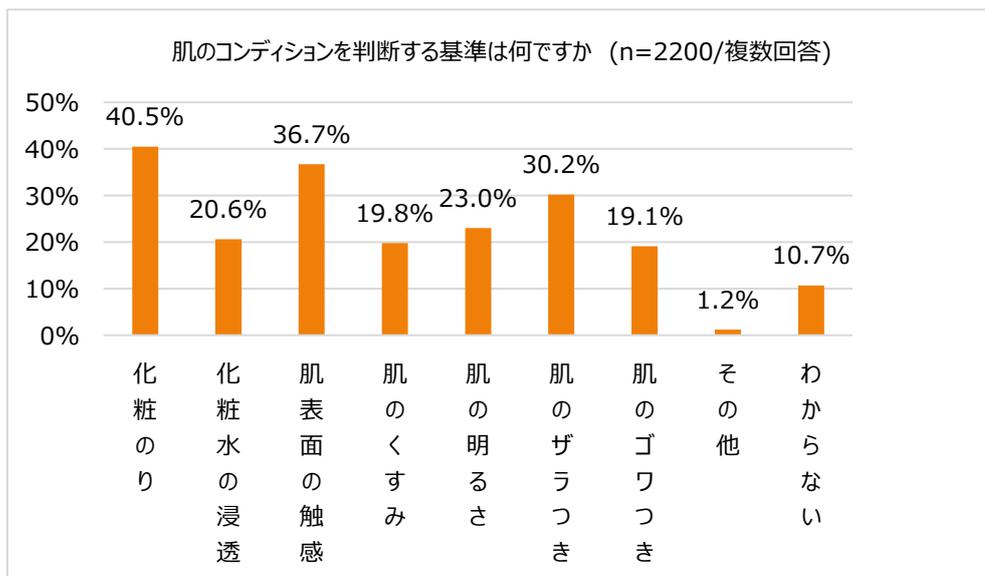
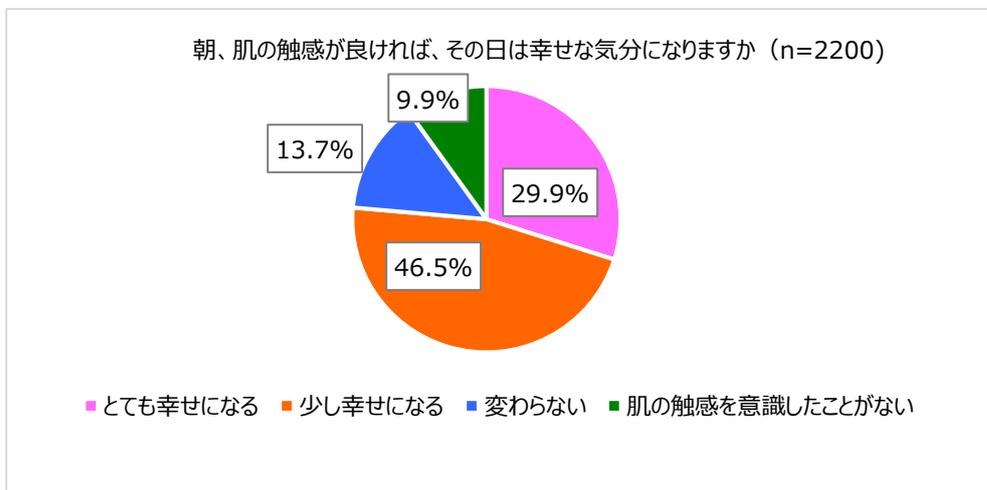
調査方法：インターネットによるアンケート調査

本件に関するお問い合わせ先
株式会社 ナリス化粧品 広報課 横谷(よこたに)
〒553-0001 大阪市福島区海老江1丁目11番17号 TEL:06-6346-6672
FAX:06-6346-6569 E-mail:narispr@naris.co.jp HP:http://www.naris.co.jp

【調査内容】

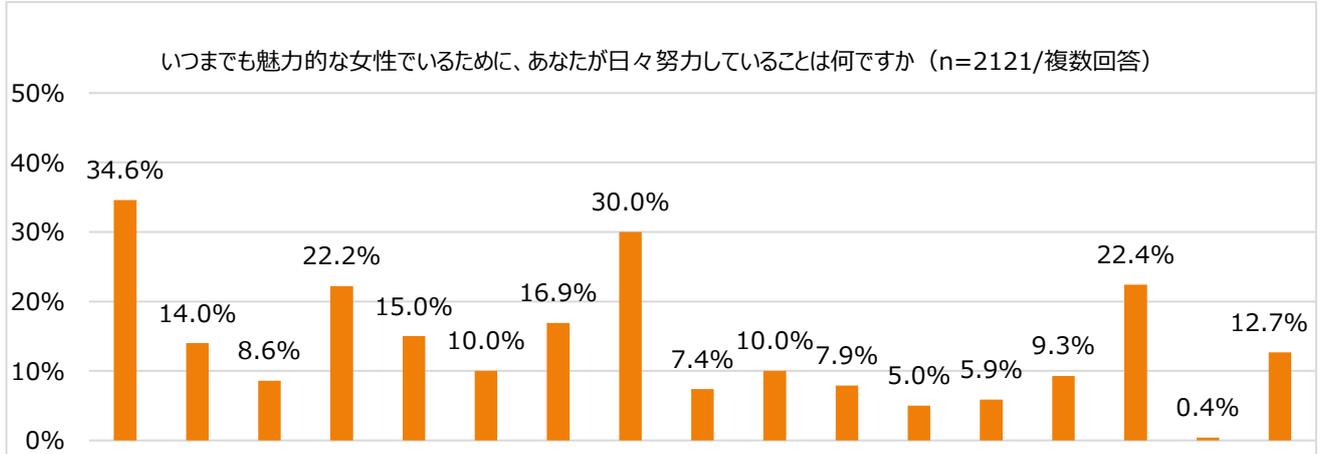
① 8割の女性が、肌の触感とその日の気分に影響。

朝、肌の触感が良ければ、その日は幸せな気分になりますかとの質問に、「とても幸せになる」(29.9%)、少し幸せになる(46.5%)と約8割の女性が幸せになると答えました。また肌のコンディションを判断する基準は、「化粧のり」が40.5%、「肌表面の触感」が36.7%。また、「肌のざらつき」30.2%、「肌のごわつき」19.1%など、肌の触感に対する感度が高いことがわかりました。スキンケアの効果を肌の触感で判断できる女性は約75%にのぼり、「肌の触感」は肌コンディションやスキンケア効果のパロメーターであり、女性の一日の気分に大きな影響を与えることがわかりました。



②いつまでも魅力的な女性でいるために、最も努力していることは「スキンケア」

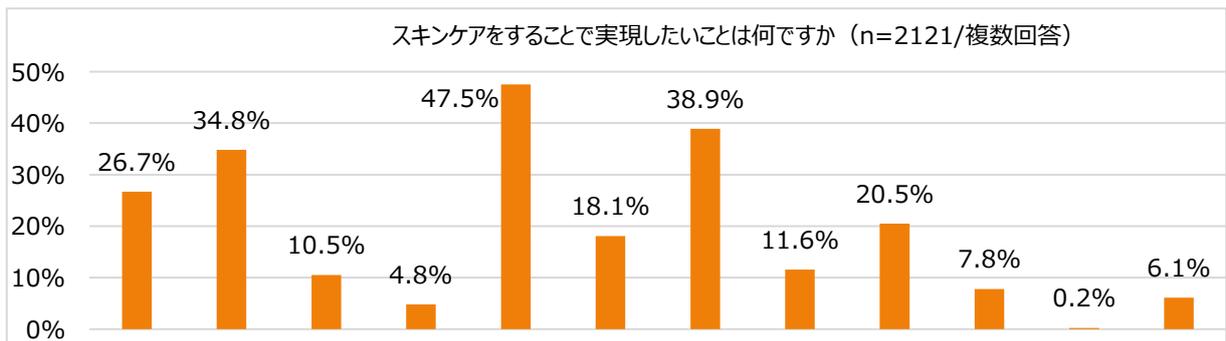
いつまでも魅力的な女性でいるために最も努力をしていることは、「スキンケア」(34.6%)「十分な睡眠」、(30.0%)、「趣味を楽しむ」(22.4%)、「バランスのいい食事」(22.2%)の順でした。外見を変えるものとして、「ダイエット」「ファッションセンスを磨く」「メイクスキルを磨く」など、比較的短時間でわかりやすい効果が出るものよりも、じっくりと取り組まなければならない「スキンケア」に努力している女性が多いことがわかりました。また、スキンケアは若い年代が、睡眠と食事は年を重ねた年代がやや多いという傾向が出ました。



| | スキンケア | ヘアケア | ボディケア | バランスのいい食事 | ダイエット | 教養を身につける | 適度な運動 | 十分な睡眠 | メイクスキルを磨く | ファッションセンスを磨く | コミュニケーション力を磨く | 仕事力を磨く | 恋愛をする | 人とのつながりをつくる | 趣味を楽しむ | その他 | 特になし |
|---------|-------|-------|-------|-----------|-------|----------|-------|-------|-----------|--------------|---------------|--------|-------|-------------|--------|------|-------|
| 全体 | 34.6% | 14.0% | 8.6% | 22.2% | 15.0% | 10.0% | 16.9% | 30.0% | 7.4% | 10.0% | 7.9% | 5.0% | 5.9% | 9.3% | 22.4% | 0.4% | 12.7% |
| 20歳～24歳 | 39.2% | 13.4% | 10.8% | 13.1% | 16.2% | 8.8% | 12.8% | 23.3% | 18.5% | 16.5% | 9.1% | 5.1% | 10.2% | 8.0% | 23.9% | 0.0% | 11.4% |
| 25歳～29歳 | 36.3% | 17.7% | 12.4% | 16.9% | 20.0% | 9.6% | 16.9% | 26.8% | 7.9% | 6.5% | 6.5% | 5.9% | 6.2% | 8.2% | 20.0% | 0.3% | 12.1% |
| 30歳～34歳 | 34.6% | 10.1% | 9.6% | 24.2% | 16.9% | 6.2% | 18.9% | 30.7% | 7.0% | 11.3% | 8.5% | 3.1% | 5.1% | 9.3% | 23.7% | 0.8% | 11.5% |
| 35歳～39歳 | 31.8% | 13.8% | 7.0% | 24.8% | 12.1% | 10.7% | 15.5% | 33.5% | 5.4% | 9.3% | 6.2% | 5.4% | 7.0% | 13.0% | 22.0% | 0.6% | 13.5% |
| 40歳～44歳 | 35.1% | 16.3% | 6.3% | 28.3% | 11.4% | 13.7% | 18.6% | 31.7% | 3.4% | 10.9% | 10.0% | 3.7% | 3.1% | 9.4% | 22.0% | 0.6% | 12.3% |
| 45歳～49歳 | 30.2% | 13.0% | 5.6% | 26.0% | 13.3% | 11.0% | 18.9% | 33.9% | 2.5% | 5.6% | 7.1% | 6.5% | 3.7% | 7.9% | 23.2% | 0.0% | 15.5% |

③スキンケアをすることで実現したいことは、「自分に自信を持ちたい」が約5割

スキンケアをすることで実現したいことは、「自分に自信を持ちたい」(47.5%)、「毎日気分よく過ごしたい」(38.9%)、「いつまでも魅力的な女性でいたい」(34.8%)の順でした。全体的な傾向としては、周りからよく見られたいという欲求よりも、自分はどうありたいという欲求が上回りました。「自分に自信を持ちたい」は若い年代が、「毎日気分よく過ごしたい」は年を重ねた年代が多いという傾向が出ました。

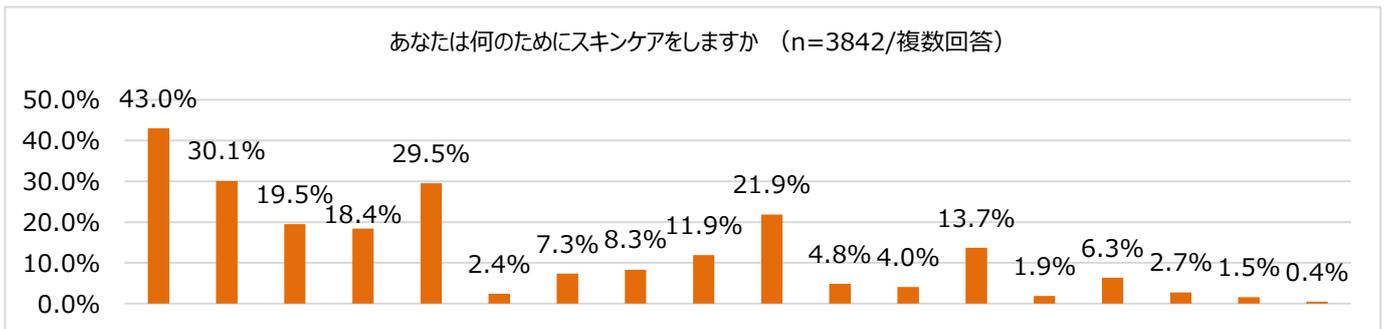
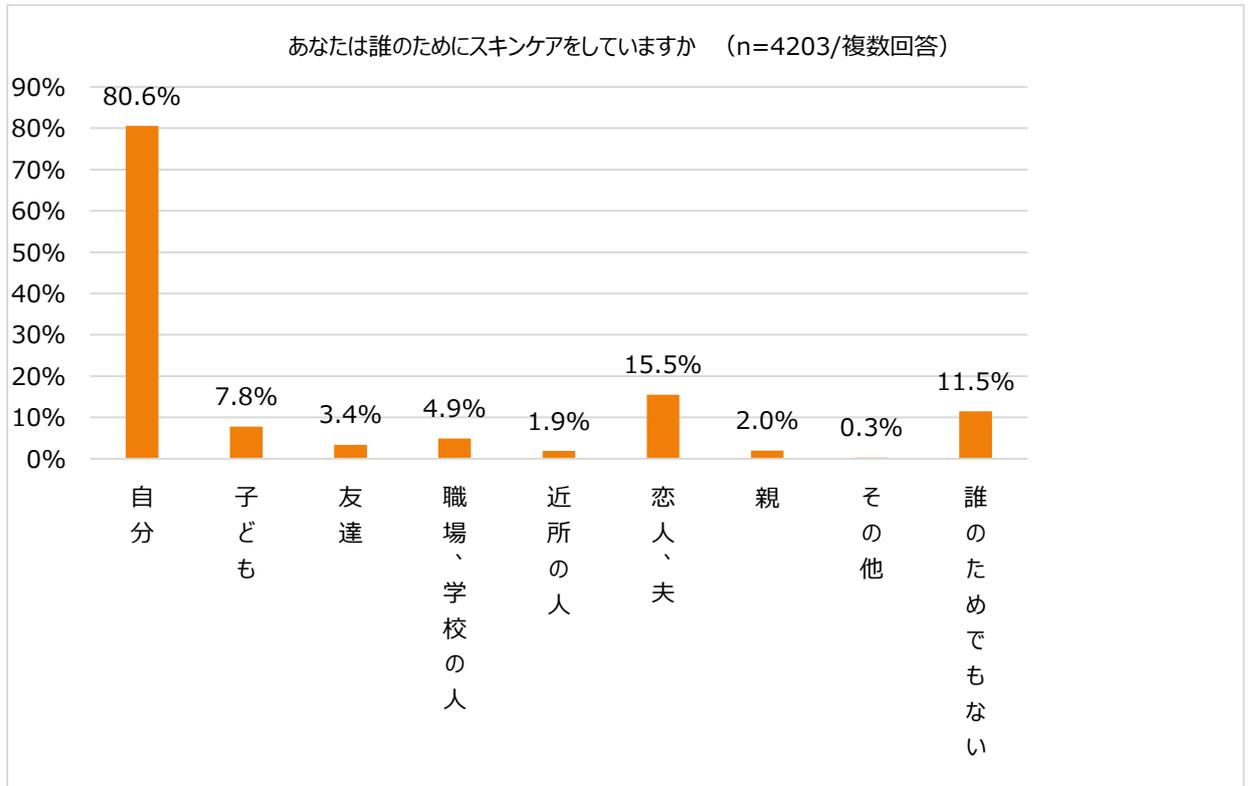


| | 若く見られたい | いつまでも魅力的な女性でいたい | 好きな人に好感をもってもらいたい | モテたい | 自分に自信を持ちたい | 周りの人の印象を良くしたい | 毎日気分よく過ごしたい | メイクの時間を短縮したい | 自分らしくありたい | 気分転換 | その他 | 特になし |
|---------|---------|-----------------|------------------|------|------------|---------------|-------------|--------------|-----------|-------|------|------|
| 全体 | 26.7% | 34.8% | 10.5% | 4.8% | 47.5% | 18.1% | 38.9% | 11.6% | 20.5% | 7.8% | 0.2% | 6.1% |
| 20歳～24歳 | 13.9% | 32.7% | 17.6% | 9.7% | 56.5% | 20.2% | 34.1% | 12.2% | 18.2% | 7.4% | 0.0% | 5.4% |
| 25歳～29歳 | 20.3% | 36.6% | 14.9% | 7.0% | 48.5% | 20.6% | 31.5% | 12.4% | 19.4% | 10.1% | 0.3% | 5.6% |
| 30歳～34歳 | 30.1% | 36.9% | 11.8% | 4.5% | 49.3% | 20.3% | 36.9% | 15.8% | 16.6% | 7.0% | 0.0% | 5.4% |
| 35歳～39歳 | 33.0% | 35.8% | 7.6% | 2.8% | 43.9% | 16.9% | 41.4% | 10.1% | 26.8% | 7.9% | 0.3% | 6.2% |
| 40歳～44歳 | 31.7% | 34.6% | 7.7% | 2.9% | 46.6% | 15.4% | 46.6% | 10.6% | 19.4% | 7.7% | 0.3% | 6.0% |
| 45歳～49歳 | 31.4% | 32.5% | 3.1% | 2.0% | 40.1% | 15.3% | 43.2% | 8.5% | 22.3% | 6.5% | 0.6% | 7.9% |

④自分のためにスキンケアをしている女性は 8 割

誰のためにスキンケアをしていますかとの質問に、「自分」と答えた人は 80%で、「恋人、夫」は 15%でした。

スキンケアをしている理由は、「肌トラブルの予防」(39.3%)、「肌悩みの改善」(27.5%)といったスキンケアの効果、効能の役割を求めること以外に「自分磨き」(12.5%)「自信を持つため」(7.6%)といった自己実現に繋がる理由も挙がりました。

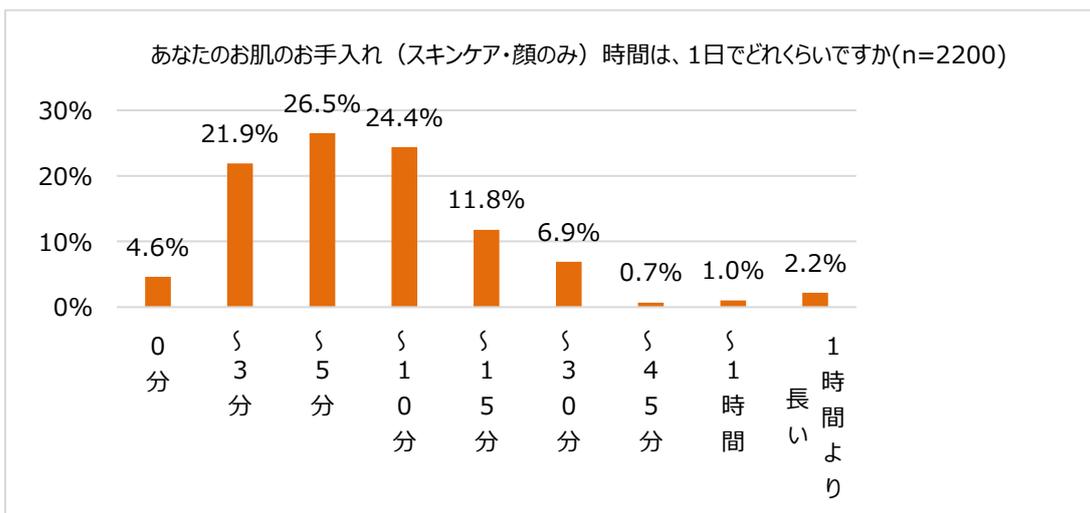
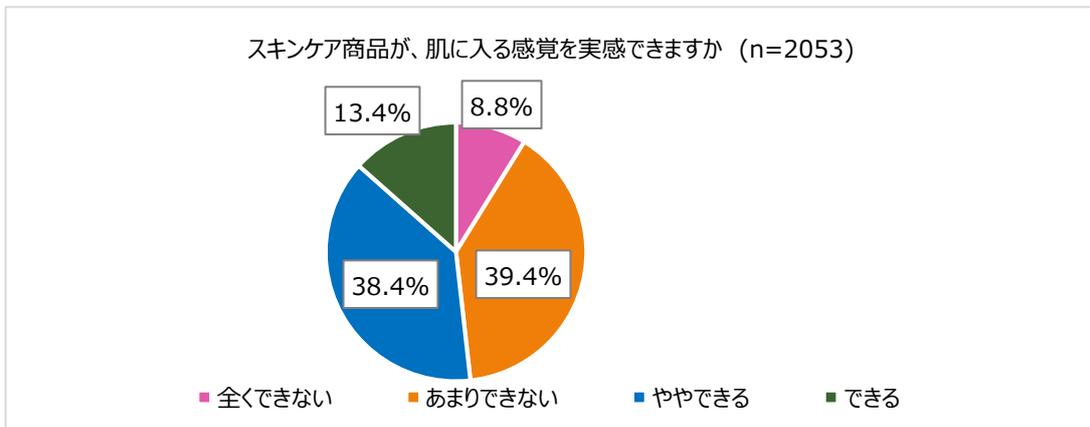
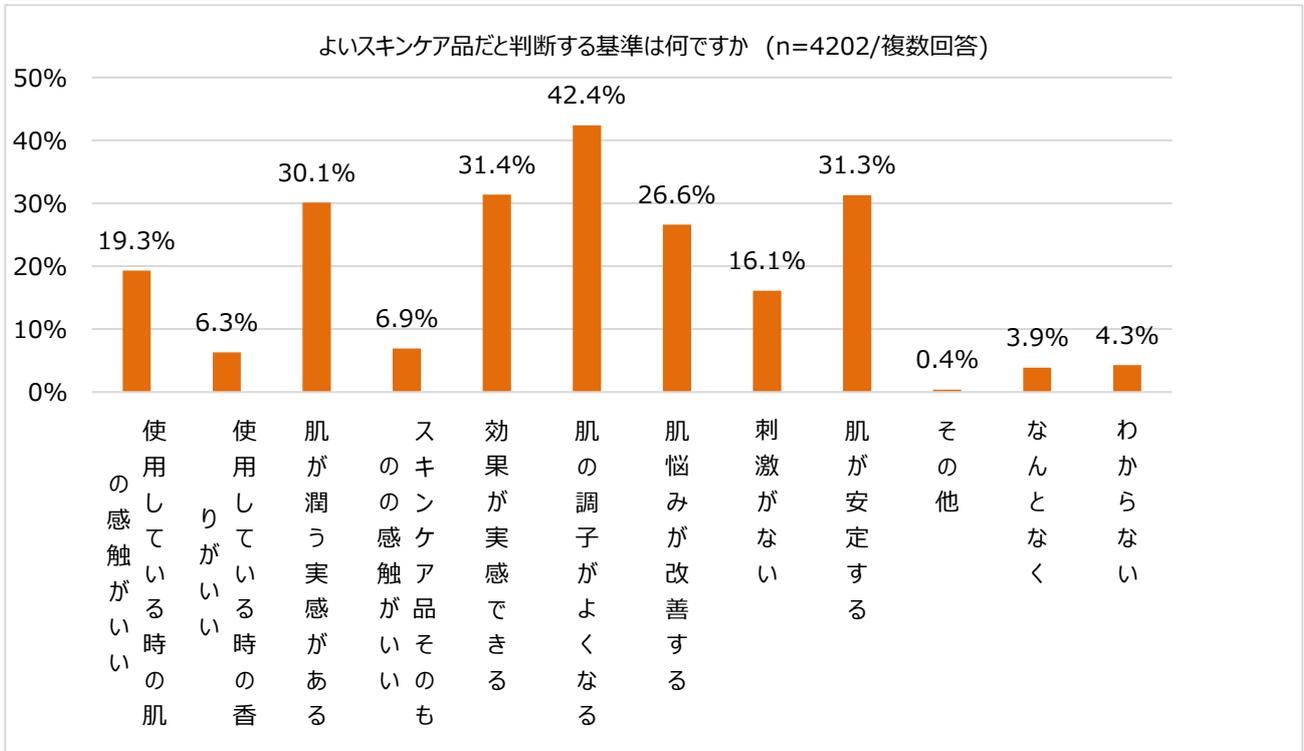


| | 肌トラブルの予防 | 肌悩みの改善 | 清潔さを保つ | 若さを保つ | 身だしなみ | ストレス解消 | 未来への投資 | 自信を持つため | 当然すべきこと | 習慣だから | 気持ちのリセット | 自分へのご褒美 | 自分磨き | 趣味 | リフレッシュ | 癒し | 生きがい | その他 |
|---------|----------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|---------|---------|-------|----------|---------|-------|------|--------|------|------|------|
| 全体 | 43.0% | 30.1% | 19.5% | 18.4% | 29.5% | 2.4% | 7.3% | 8.3% | 11.9% | 21.9% | 4.8% | 4.0% | 13.7% | 1.9% | 6.3% | 2.7% | 1.5% | 0.4% |
| 20歳~24歳 | 43.6% | 32.6% | 23.3% | 10.8% | 22.8% | 2.5% | 7.2% | 13.0% | 11.9% | 20.0% | 5.3% | 4.2% | 22.5% | 3.2% | 5.6% | 2.5% | 2.5% | 0.0% |
| 25歳~29歳 | 46.5% | 30.7% | 19.4% | 15.3% | 23.7% | 3.5% | 9.7% | 11.1% | 10.2% | 19.1% | 4.3% | 5.8% | 15.3% | 3.0% | 7.6% | 2.5% | 1.9% | 0.1% |
| 30歳~34歳 | 43.0% | 32.5% | 18.4% | 19.8% | 28.0% | 2.9% | 8.6% | 7.9% | 12.0% | 21.3% | 4.7% | 5.7% | 11.9% | 1.5% | 6.5% | 2.9% | 1.8% | 0.7% |
| 35歳~39歳 | 38.9% | 25.1% | 16.7% | 22.7% | 28.7% | 2.1% | 8.1% | 7.5% | 11.3% | 22.0% | 4.3% | 3.2% | 12.3% | 1.9% | 6.1% | 3.6% | 1.4% | 0.4% |
| 40歳~44歳 | 42.1% | 29.0% | 19.3% | 19.5% | 36.1% | 1.9% | 6.1% | 7.1% | 13.2% | 23.5% | 4.9% | 3.7% | 11.5% | 1.1% | 6.0% | 3.4% | 1.1% | 0.8% |
| 45歳~49歳 | 42.5% | 30.0% | 19.5% | 21.3% | 36.6% | 1.5% | 4.0% | 2.9% | 12.5% | 24.2% | 5.4% | 1.4% | 8.7% | 0.7% | 6.3% | 1.2% | 0.3% | 0.7% |

⑤ 良いスキンケア品と判断する基準、「使用時の肌の感触が良い」約 2 割

個人の感覚に依るところが多くあいまいな評価基準ですが、「悩みを解決する「肌の調子よくなる」(42.4%)、「効果が実感できる」(31.4%)という当然の項目以外に、「肌が潤う実感がある」(30.1%)、「使用している時の肌の感触が良い」(19.3%)という感触に関する評価も高いことや、「肌が安定する」(31.3%)という項目も高いことがわかりました。一方で、スキンケア品が「肌に入る」という表現は、一般的によく使われる言葉ですが、スキンケアをしている女性のうち、約半数は「肌に入る」感覚を実感できていないことがわかりました。

また、1日で、スキンケアにかかる時間は、10分以下の女性が約8割と、自分磨きのために最も努力しているものの、かけている時間は短いこともわかりました。



【全体を通した考察】

当社は、今から約 50 年以上前の 1960 年代から、化粧品の使用感、テクスチャーやにおい、肌なじみなどの官能評価を専門に行う部門「美容研究課」を組織し、化粧品の効果・効能だけでなく、心地よく使い続けられる「使用感」を大切にしてきました。化粧品の効果効能を調べる専門部門を持つ化粧品会社は多く存在しますが、官能に特化した部門がある会社はほとんどありません。新製品開発においては、社内外のパネラー数十名で、数週間にわたり、自宅など実際の使用シーンに合わせてテストを行い、効果効能や安全性、使用感についての調査を行うことを基本としており、使用テストで出てきた意見を元に改良を行い、最終的な製品のパフォーマンスを向上させています。

今回の調査では、化粧品やスキンケアというものが、より「きれいになる」ことはもちろん、自身の内面を支えるものとして存在するということがわかりました。スキンケアは一日にして成るものではありませんが、ビジュアルや文字情報などの視覚情報が多くあふれる現在、それだけでなく触覚や嗅覚という人が持つ本来の感覚を呼び覚まし、自身の肌にしかりと向き合うことが、美肌への近道と考え、より使い続けたい化粧品、スキンケアにゆっくりと時間をかけたいような使用感の追究を行っていきたく思います。