

コロナ禍によるメイク品、使用実態の変化を調査 ファンデーションをやめた女性の3割が日焼け止めで代用

ファンデーション不使用者倍増の理由、「マスク着用」「メイクそのものをする気がなくなった」

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、コロナ禍により、マスクの常時着用が一般的となって定着した現在の女性のメイクの使用実態調査を行い、10月20日に「メイクの使用実態調査 2000人比較」と題し、コロナ禍前後の比較をまとめたリリースとして発表しました。その中で、ベースメイクの核であるとも言えるファンデーションを使用しなくなった女性が倍増している実態が分かったため、今回、より深掘した調査を行いました。(調査実施日：10月29日～11月5日/調査対象：全国15歳～59歳女性 n=385/調査方法：インターネットによる調査)



【調査トピックス】

- ① **ファンデーションを使用していない女性、11.5%から21.3%に倍増。**
メイク品12種について、コロナ禍以前の2019年11月実施の調査と比較。不使用者の割合が最も増えたのがファンデーションで、約10ポイントの増。(2021年10月実施 n=2,111)
- ② **ファンデーションを使用するのをやめた女性は4割超。**
10代以外のすべての年代で、年齢による傾向は見られず、4割を超える女性が「以前は日常的に使用していたが、今は使用していない」。
- ③ **ファンデーションを使用しなくなった理由、同率の1位は、「マスクをつけるから」と「メイクそのものをする気がしないから」で、約3割。**
コロナ禍が影響していると考えられるその他の理由、「外出の機会が少ないから」14%、「節約のため」6.8%。
- ④ **ファンデーション以外のアイテムを代用しているのは、約半数。**
アラフォー女性を中心に「ファンデーション以外のアイテムで、代用する仕上がりの方が好き」と答える女性は、約1割
- ⑤ **ファンデーションの代わりに、日焼け止めを使用している女性は、約3割。**
代用しているアイテムは、「日焼け止め(顔色補正効果なし)」、「おしろい(パウダー)」、「化粧下地」の順。「日焼け止め」と「化粧下地」を合わせると4割超。

【調査結果】

① ファンデーションを使用していない女性、11.5%から21.3%に倍増。

全国の15歳から54歳の女性2,111名に、現在使用しているメイクアイテムの使用状況について聞きました。（2021年10月 インターネットによる調査）。2019年に実施した同様の調査（n=1,678）と比較し、「使用していない」と答えた女性の割合で、コロナ禍により、メイク品の使用の実態の変化を伺うことができます。目元に使用するために必要なアイテムや、顔に立体感を演出するアイテムは使用者の割合が増えている傾向があり、これは、マスクを使用しても見える部分であったり、マスクを着用することで、顔から色味がなくなり、平坦に見えることを改善するアイテムで、マスク着用により、メイクの意識が変化していることがわかります。また、最も使用者が多いのは、ファンデーションですが、使用していないと答えた女性が、11.5%から21.3%と大幅に増えています。尚、このデータは、10月20日発表のリリース「メイクの使用実態調査、コロナ前後2000人比較」でも取り上げています。

以下のアイテムについてあなたにあてはまるものを選んでください。

（2021年10月実施）

	うまく使 こなせてい る	まあまあ、使 こなせてい る	あまりうまく 使こなせて いない	全くうまく使 こなせてい ない	使用してい ない
n=2,111 15歳~54歳					
ファンデーション	8.6%	34.7%	28.4%	7.1%	21.3%
アイシャドウ	10.1%	31.2%	26.2%	8.9%	23.6%
アイブロウ	9.0%	33.0%	25.5%	8.5%	24.0%
口紅	8.8%	27.6%	23.5%	8.5%	31.5%
アイライナー	9.5%	24.8%	22.6%	9.5%	33.5%
フェイスパウダー	9.2%	29.8%	19.2%	6.8%	34.9%
マスカラ	10.4%	26.5%	19.0%	8.7%	35.4%
チーク	6.5%	25.3%	22.9%	9.5%	35.8%
コンシーラー	6.2%	18.9%	20.3%	9.1%	45.5%
リップグロス	6.7%	19.1%	16.5%	7.5%	50.2%
ハイライト	5.7%	15.9%	16.9%	8.7%	52.9%
ノーズシャドウ	5.2%	12.1%	13.7%	9.5%	59.5%

以下のメイクアイテムについて、あなたにあてはまるものを選んでください。

（2019年11月実施）

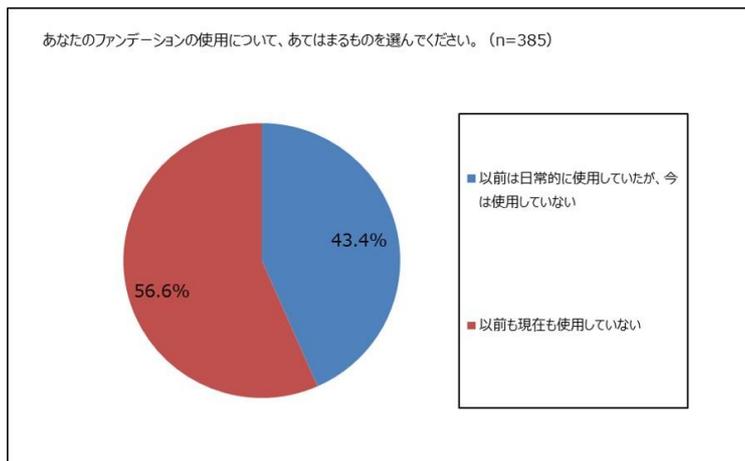
	うまく使 こなせてい る	まあまあ、使 こなせてい る	あまりうまく 使こなせて いない	全くうまく使 こなせてい ない	使用してい ない
n=1,678 15歳~54歳					
ファンデーション	11.8%	40.4%	30.1%	6.3%	11.5%
アイブロウ	9.5%	39.0%	26.8%	6.2%	19.5%
口紅	11.8%	36.4%	24.0%	6.7%	21.0%
アイシャドウ	10.6%	32.9%	28.1%	7.1%	21.2%
チーク	8.0%	30.7%	25.8%	7.2%	28.2%
アイライナー	9.8%	24.9%	23.7%	8.9%	32.8%
フェイスパウダー	8.0%	30.6%	20.8%	6.1%	34.5%
マスカラ	10.1%	26.5%	18.9%	6.6%	37.9%
リップグロス	8.0%	25.7%	17.4%	5.8%	43.1%
コンシーラー	6.2%	18.5%	19.5%	8.2%	47.6%
ハイライト	5.5%	15.2%	17.9%	7.0%	54.4%
ノーズシャドウ	4.0%	11.0%	12.1%	6.4%	66.4%

② ファンデーションを使用するのをやめた女性は4割超。

上記のアンケートで、ファンデーションを使用していないと答えた385人の女性に、ファンデーションの使用について、「ずっと使用していない」のか、「以前は使用していたけれども、現在は使用していない」のかを聞きました。（調査期間：10月29日～11月5日）「以前は日常的に使用していたが、今は使用していない」女性が4割を超えています。15歳～19歳の若年層のみ、「以前も現在も使用していない」と答えた女性が約8割に上りますが、それ以上の年代では、ほとんどの年齢層で約5割程度の女性が、「以前は使用していたが、現在は使用していない」と答えており、ファンデーション離れが顕著である現実が明確となりました。

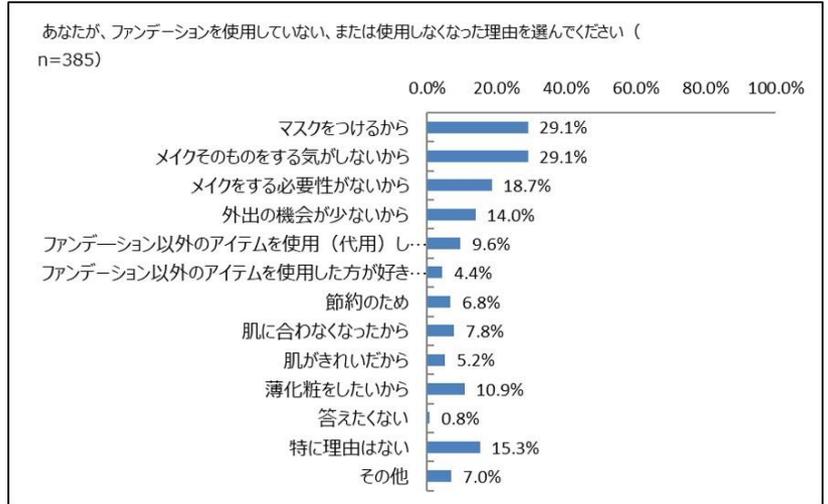
あなたのファンデーションの使用について、あてはまるものを選んでください。

		以前は日常的 に使用してい たが、今は使 用してはい ない	以前も現在も 使用してはい ない
全体	385	43.4%	56.6%
15歳～19歳	84	20.2%	79.8%
20歳～24歳	32	40.6%	59.4%
25歳～29歳	35	57.1%	42.9%
30歳～34歳	41	46.3%	53.7%
35歳～39歳	46	43.5%	56.5%
40歳～44歳	50	52.0%	48.0%
45歳～49歳	48	47.9%	52.1%
50歳～54歳	47	57.4%	42.6%
55歳～59歳	2	100.0%	0.0%



③ ファンデーションを使用しなくなった理由、同率の1位は、「マスクをつけるから」と「メイクそのものをする気がしないから」で、約3割。

以前は、ファンデーションを使用していたが、現在はファンデーションを使用していない女性に、ファンデーションを使用しない理由を聞きました。（3つまでの複数回答につき、答えは100%にはなりません。）同率の1位は、「マスクをつけるから」と「メイクそのものをする気がしないから」で、29.1%と約3割の女性が、マスクを着用することにより、メイクそのものへのモチベーションが低下していることがわかります。「外出の機会が少ないから」といったコロナ禍による外出自粛による行動の変化がファンデーション離れを促したのではないかと予想できる回答も1割を超えています。年齢別に見てみると、10代後半から20代前半の層と40代で「メイクそのものをする気がしないから」がファンデーションを使用しない理由の1位ですが、25歳～34歳のアラフォー世代では、メイクそのものへのモチベーションはそこまで低くないようで、2割を切っています。また、「ファンデーション以外のアイテムを使用しているから」と答えたのは全体では9.6%と約1割でした。30代～40代の世代は、全てファンデーション以外のアイテムを使用している女性が1割を超え、30代後半では約2割の女性に上ります。ファンデーションを使用しなくなったから何も使用しなくなったのではなく、ファンデーション以外のアイテムを使用することで、顔色のトーンアップや均一化、また立体化を図っている女性も存在し、メイクをしなくなったのではなく、メイクの仕上がりに多様性が出てきたということが予想できます。

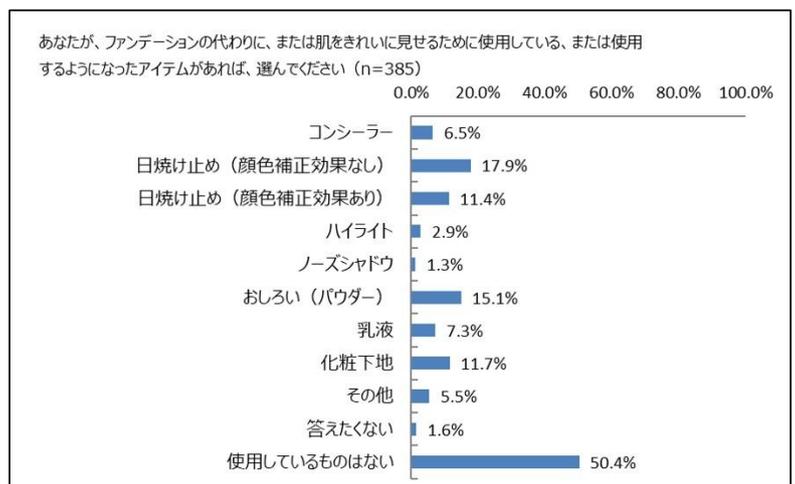


あなたが、ファンデーションを使用していない、または使用しなくなった理由を選んでください

	マスクをつけるから	メイクそのものをする気がしないから	メイクをする必要がないから	外出の機会が少ないから	薄化粧をしたいから	ファンデーション以外のアイテムを使用（代用）しているから	肌に合わなくなったから	節約のため	肌がきれいだから	ファンデーション以外のアイテムを使用した方が好きな仕上がりになるから	答えたくない	特に理由はない	その他	
全体	385	29.1%	29.1%	18.7%	14.0%	10.9%	9.6%	7.8%	6.8%	5.2%	4.4%	0.8%	15.3%	7.0%
15歳～19歳	84	25.0%	31.0%	17.9%	9.5%	10.7%	3.6%	2.4%	7.1%	7.1%	0.0%	2.4%	14.3%	6.0%
20歳～24歳	32	21.9%	31.2%	15.6%	3.1%	6.2%	6.2%	12.5%	0.0%	3.1%	0.0%	0.0%	15.6%	9.4%
25歳～29歳	35	42.9%	17.1%	20.0%	25.7%	11.4%	8.6%	8.6%	5.7%	2.9%	2.9%	0.0%	17.1%	2.9%
30歳～34歳	41	26.8%	19.5%	17.1%	17.1%	12.2%	12.2%	7.3%	7.3%	7.3%	4.9%	0.0%	17.1%	9.8%
35歳～39歳	46	23.9%	28.3%	17.4%	10.9%	13.0%	17.4%	4.3%	4.3%	6.5%	10.9%	0.0%	13.0%	8.7%
40歳～44歳	50	32.0%	36.0%	22.0%	10.0%	14.0%	12.0%	10.0%	8.0%	6.0%	8.0%	0.0%	16.0%	4.0%
45歳～49歳	48	27.1%	35.4%	10.4%	12.5%	12.5%	14.6%	16.7%	10.4%	4.2%	8.3%	2.1%	10.4%	10.4%
50歳～54歳	47	38.3%	29.8%	27.7%	25.5%	6.4%	6.4%	4.3%	8.5%	2.1%	0.0%	0.0%	21.3%	6.4%
55歳～59歳	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%

④ ファンデーション以外のアイテムを代用しているのは、約半数。

ファンデーションを使用していないと答えた女性に、ファンデーションの代わりに肌をきれいに見せるために使用しているアイテムを聞きました。「使用しているものはない」と答えた女性が、50.4%であることから、約半数の女性は、何らかのアイテムを使用して、顔をきれいに見せていることがわかりました。（複数回答につき、100%にはなりません。）



⑤ ファンデーションの代わりに、日焼け止めを使用している女性は、約 3 割。

ファンデーションを使用する代わりに使用しているアイテムは多品目にわたり、最も多く使用されているのは、「日焼け止め（顔色補正効果なし）」で、17.9%。「おしろい（パウダー）」で 15.1%、「化粧下地」11.7%と続きます。「日焼け止め（顔色補正効果あり）」を選んだ女性は 11.4%で、顔色補正効果なし、ありの日焼け止めを合わせると約 3 割の女性が、ファンデーションを使用する代わりに日焼け止めを使用しており、「日焼け止め」は広く女性に必要性を感じられているようです。

年齢別に見てみると、20 代後半の補正効果のある日焼け止めを使用している女性が 22.9%と、最も多く、また、複数のアイテムを使用していることが伺えます。「顔色補正効果のある日焼け止め」や「化粧下地」は、10 代を除くと、世代による使用率の違いがあまり見られないことに対し、顔色補正効果のある日焼け止めの使用率に世代による差があるのは、顔色の補正効果のある日焼け止めが、市場に出回り始めてから日が浅く、存在そのものの認知が低いことも理由に挙げられると考えます。

あなたが、ファンデーションの代わりに、または肌をきれいに見せるために使用している、または使用するようになったアイテムがあれば、選んでください

		日焼け止め（顔色補正効果なし）	おしろい（パウダー）	化粧下地	日焼け止め（顔色補正効果あり）	乳液	コンシーラー	ハイライト	ノーズシャドウ	その他	答えたくない	使用しているものはない
全体	385	17.9%	15.1%	11.7%	11.4%	7.3%	6.5%	2.9%	1.3%	5.5%	1.6%	50.4%
15歳～19歳	84	19.0%	15.5%	4.8%	17.9%	8.3%	8.3%	2.4%	3.6%	2.4%	2.4%	47.6%
20歳～24歳	32	15.6%	9.4%	15.6%	6.2%	15.6%	6.2%	6.2%	0.0%	6.2%	0.0%	43.8%
25歳～29歳	35	11.4%	14.3%	17.1%	22.9%	5.7%	8.6%	5.7%	2.9%	0.0%	0.0%	48.6%
30歳～34歳	41	19.5%	19.5%	12.2%	7.3%	2.4%	7.3%	0.0%	2.4%	2.4%	2.4%	56.1%
35歳～39歳	46	19.6%	19.6%	19.6%	6.5%	8.7%	13.0%	6.5%	0.0%	8.7%	0.0%	52.2%
40歳～44歳	50	16.0%	16.0%	10.0%	14.0%	6.0%	6.0%	4.0%	0.0%	4.0%	2.0%	56.0%
45歳～49歳	48	20.8%	16.7%	10.4%	8.3%	6.2%	0.0%	0.0%	0.0%	14.6%	2.1%	39.6%
50歳～54歳	47	19.1%	6.4%	12.8%	4.3%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%	59.6%
55歳～59歳	2	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%

◆全体を通じた考察

コロナ禍により、マスクをつけなければならない日常が長期化し、当たり前となった現在、女性のメイクそのものへのモチベーションが下がっていることは想像できていました。メイクで最も使用率の高いファンデーションを使用しなくなった女性が倍増していたことを受け、今回の調査を行いました。確かにマスク着用によるファンデーションの不使用は現実のものとなっていましたが、ファンデーションを使用しなくなったからと言って、メイクをしていないとも言い切れない現実が垣間見えます。なかでも日焼け止めは、夏場や日差しが強い季節だけでなく、年中使われるアイテムになりつつあり、ファンデーションの代わりともなっていることがわかりました。日焼け止めや、化粧下地をファンデーション代わりに使用していることは、女性のメイクに対する工夫であるとも言えます。近年では、顔色補正効果のある日焼け止めや、日焼け止め効果の高い化粧下地など、化粧品が多機能化していることで、1つのアイテムの守備範囲が広がっています。そのアイテムが、実際に何をしてくれるのか、発売する企業は明確にわかりやすく表現し、使用者に正しい選択肢を提供することが大切だと考えます。