

顔用スキンケア、半数の女性が無香料派

20 代の 2.5 人に 1 人、30 代の 5 人に 1 人の女性が妊娠・出産を機に無香料へ

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、20～59 歳の全国の女性約 15,000 人、その中で無香料のスキンケア・メイクアイテムを使用している約 1,000 人を対象に、香りに関する調査を実施しました。(実施期間：2020 年 1 月 30 日～2 月 10 日、調査方法：インターネットによるアンケート調査) 顔用スキンケア品の使用は無香料派の女性が半数にのぼることや、20 代の 2.5 人に 1 人、30 代の 5 人に 1 人の女性が妊娠・出産を機に無香料化粧品へ変更したことが明らかになりました。



【調査トピックス】

1、顔用スキンケア、無香料派の女性が半数。

最も使用率が高いのは、顔用スキンケア品で 50%。次いで、ファンデーションなどのベースメイク品 48%、口紅などポイントメイク品 41%。若年層の方が、使用率が高い結果に。

2、20 代の 2.5 人に 1 人、30 代の 5 人に 1 人の女性が妊娠・出産を機に無香料へ。

20 代前半 46%、後半 31%、30 代前半 26%、後半 18%、40 代 10%、50 代 3%と、若い程多い結果に。

3、スキンケア・メイクアイテムの表記で最も重視するのは、「無香料」。次いで「原産国」、「無着色」。

無香料のスキンケア・メイクアイテムのイメージは、1 位「肌にやさしい」40%、2 位「安心できる」32%、3 位「安全」24%。

4、無香料を選ぶ理由の上位は、「いろいろな香りが混ざるのが嫌だから」、「肌にやさしいから」。

男性の 27%、女性も実は 32%が百貨店などの化粧品売り場の香りが苦手。

5、7 割の女性が無香料に代え、肌トラブルが改善。

肌トラブルをきっかけに、無香料のスキンケア・メイクアイテムを使い始めた女性が 17%。そのうち、70%が肌トラブル改善、30%が変わらない、悪化は 0%。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社 ナリス化粧品 経営企画室 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

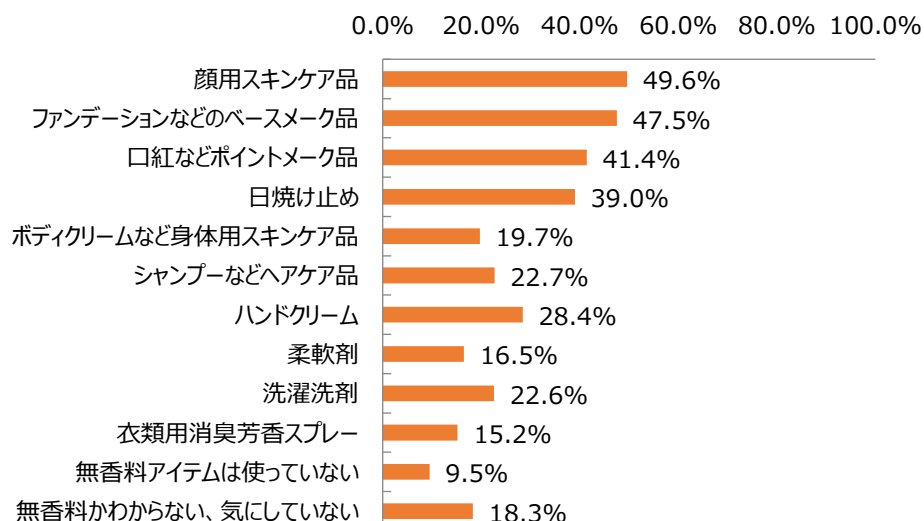
FAX:06-6346-6569 E-mail:narispr@naris.co.jp HP:<https://www.naris.co.jp>

【調査結果】

1. 顔用スキンケア、無香料派の女性が半数。

20～59 歳の全国の女性約 15,000 人に、使用している無香料のアイテムを質問したところ、顔用スキンケア品が 50%と、無香料派の女性が半数にのぼることが明らかになりました。次いで、ファンデーションなどのベースメイク品が 48%、口紅などポイントメイク品が 41%という結果が出ました。また若年層の方が、使用率が高いことが明らかになりました。

以下のアイテムのうち、あなたが使っている無香料のアイテムは何ですか？（n=15051）



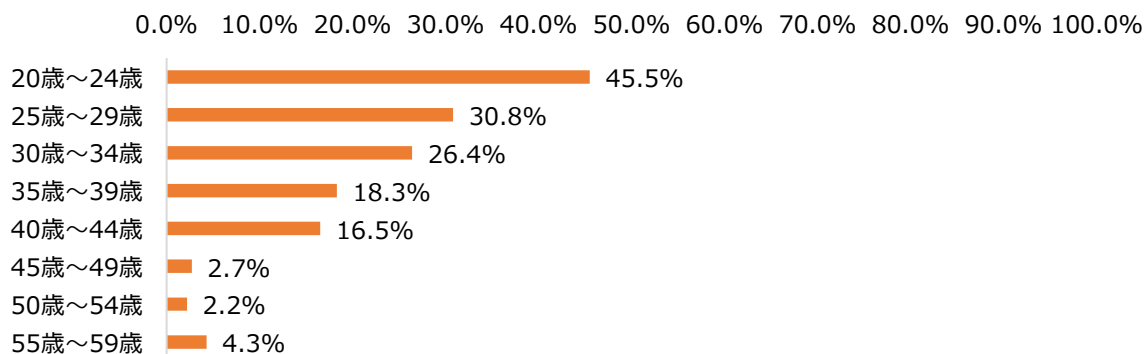
	n	20 歳～ 24 歳	25 歳～ 29 歳	30 歳～ 34 歳	35 歳～ 39 歳	40 歳～ 44 歳	45 歳～ 49 歳	50 歳～ 54 歳	55 歳～ 59 歳
全体	15051	2642	2254	1909	1933	1716	1699	1302	1596
顔用スキンケア品	7465	53.5	56.9	54.4	49.0	47.4	45.6	40.0	42.0
ファンデーションなどのベースメイク品	7144	52.3	55.4	51.2	47.0	47.2	42.5	38.4	37.4
口紅などポイントメイク品	6224	51.1	48.5	40.9	36.6	38.6	38.3	34.5	33.3
日焼け止め	5867	43.3	42.7	41.1	40.7	39.1	38.0	30.6	29.8
ボディクリームなど身体用スキンケア品	2970	24.3	24.3	22.0	20.9	17.5	16.3	13.4	12.8
シャンプーなどヘアケア品	3414	24.8	24.8	22.5	24.0	21.7	21.5	20.2	19.2
ハンドクリーム	4274	27.2	28.9	29.2	30.6	29.3	28.0	26.7	27.0
柔軟剤	2479	16.2	18.0	17.1	18.8	16.6	15.8	14.6	13.5
洗濯洗剤	3395	21.1	25.6	24.0	24.6	22.7	22.1	19.3	19.5
衣類用消臭芳香スプレー	2285	12.6	16.8	16.4	16.9	16.1	14.1	15.5	13.6
無香料アイテムは使っていない	1425	5.9	5.9	7.8	10.8	8.8	10.8	15.4	15.3
無香料かわからない、気にしていない	2747	17.0	15.4	18.2	16.8	19.6	20.1	20.5	20.9

2. 20 代の 2.5 人に 1 人、30 代の 5 人に 1 人の女性が妊娠・出産を機に無香料へ。

無香料のスキンケア・メイクアイテムを使用、かつ、子どものいる 20～59 歳の全国の女性約 500 人のうち、妊娠・出産の両方、もしくはどちらかをきっかけに無香料のスキンケア・メイクアイテムを使い始めたのは、20 代前半では 46%、後半では 31%、30 代前半では 26%、後半では 18%、40 代では 10%、50 代では 3%と、若い程多いことがわかりました。

妊娠・出産をきっかけに無香料のスキンケア・メイクアイテムを使い始めた女性の年代別グラフ

(n=509)



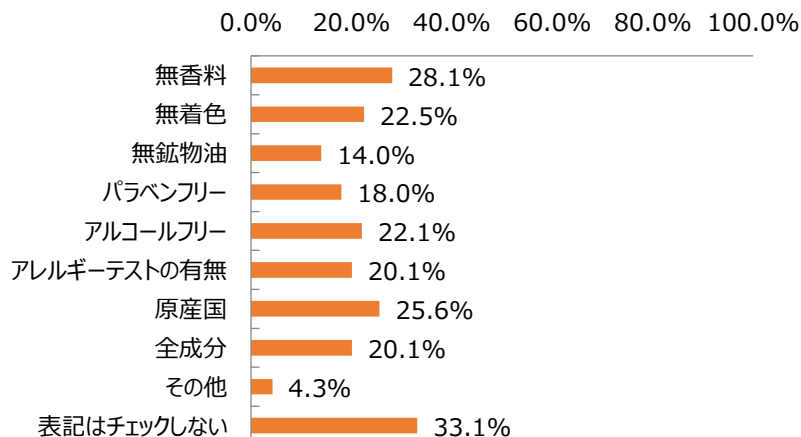
3、スキンケア・メイクアイテムの表記で最も重視するのは、「無香料」。

次いで「原産国」、「無着色」。

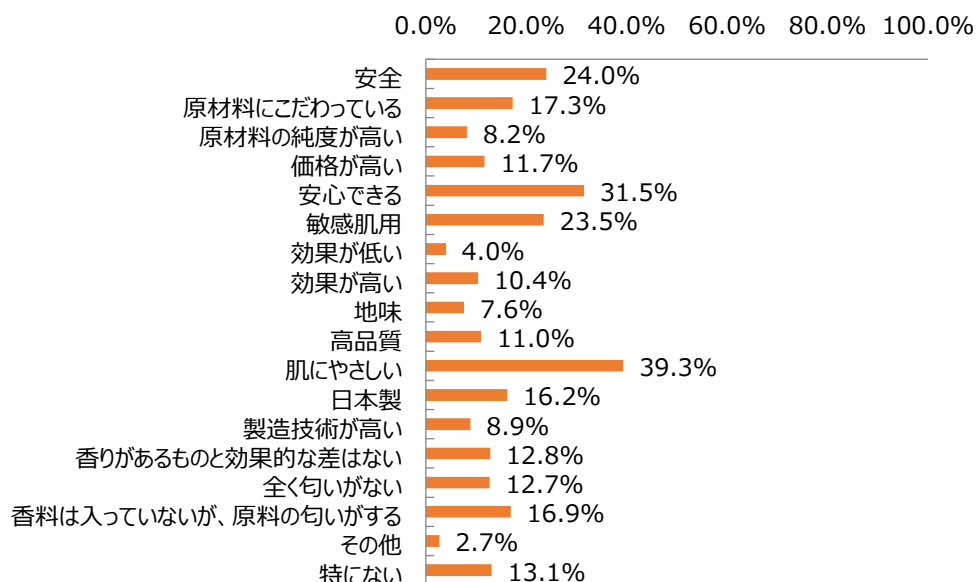
20～59歳の全国の女性約1,000人に、スキンケア・メイクアイテムの表記を調べるとき、何を重視するかを質問したところ、1位「無香料」28%、2位「原産国」26%、3位「無着色」23%という結果になりました。

また、無香料のスキンケア・メイクアイテムのイメージは、1位「肌にやさしい」40%、2位「安心できる」32%、3位「安全」24%という結果が出ました。

スキンケア・メイクアイテムの表記を調べるとき、以下のうち何を重視しますか？ (n=1090)



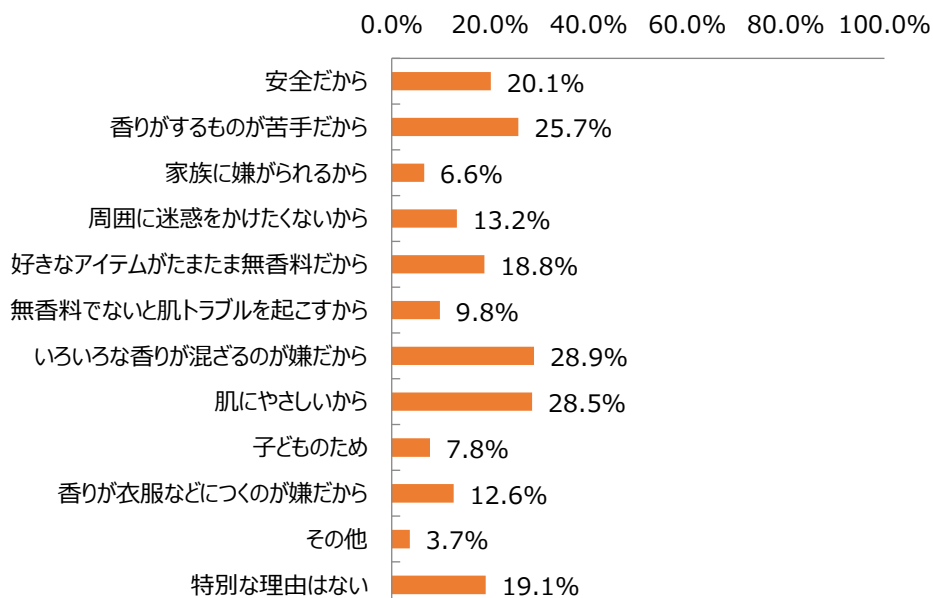
無香料のスキンケア・メイクアイテムのイメージを教えてください。 (n=1090)



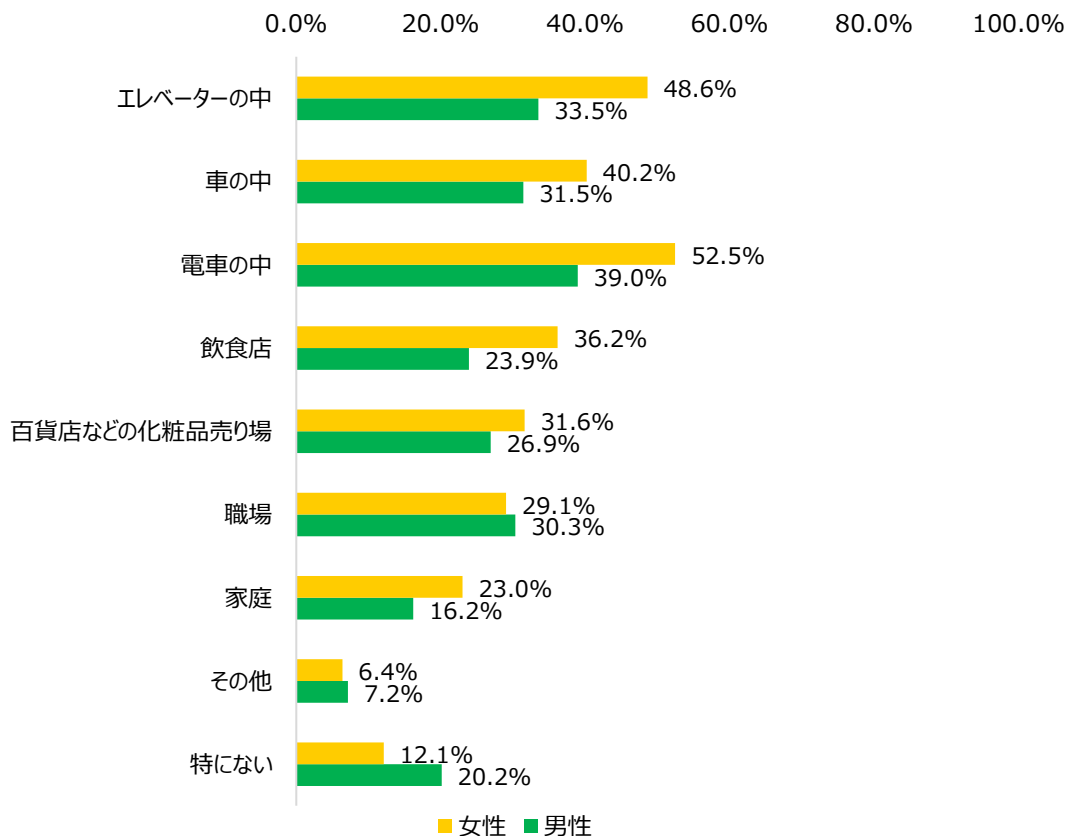
4.無香料を選ぶ理由の上位は、「いろいろな香りが混ざるのが嫌だから」、「肌にやさしいから」。

無香料のスキンケア・メイクアイテムを使用している 20～59 歳の全国の女性約 1,000 人に、無香料のアイテムを選ぶ理由を質問したところ、「いろいろな香りが混ざるのが嫌だから」、「肌にやさしいから」がともに約 3 割で上位でした。また、20～59 歳の全国の男女約 1,000 人に、香りが苦手、もしくは気になる場所を質問したところ、男性の 27%、女性も 32%が百貨店などの化粧品売り場の香りが苦手と答えました。

あなたが、無香料のアイテムを選ぶ理由は何ですか？（n=1067）

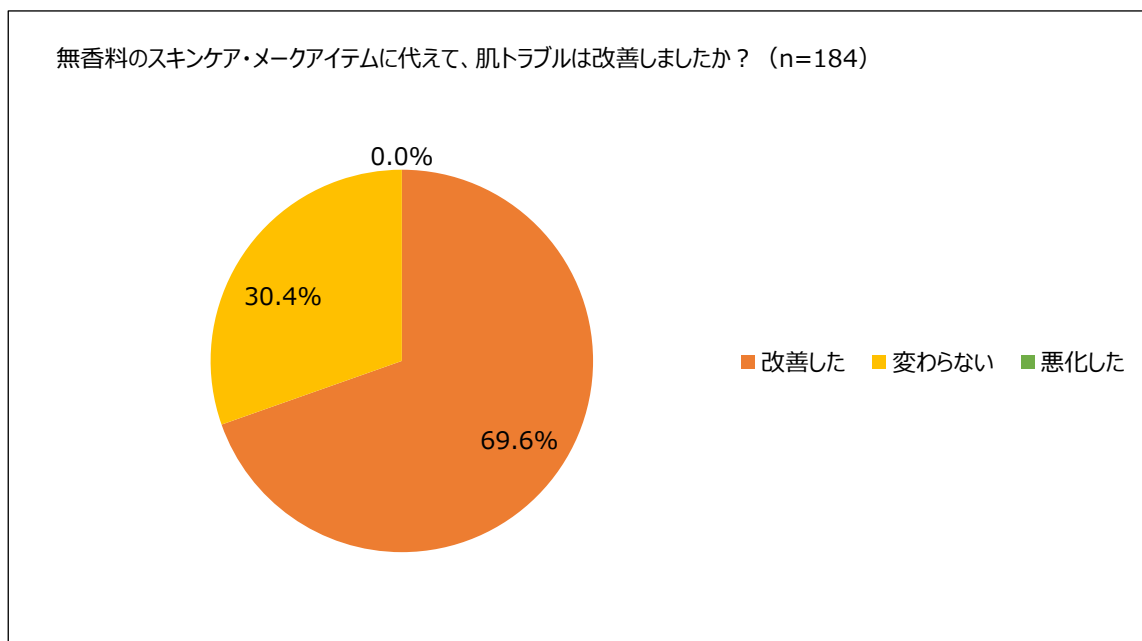
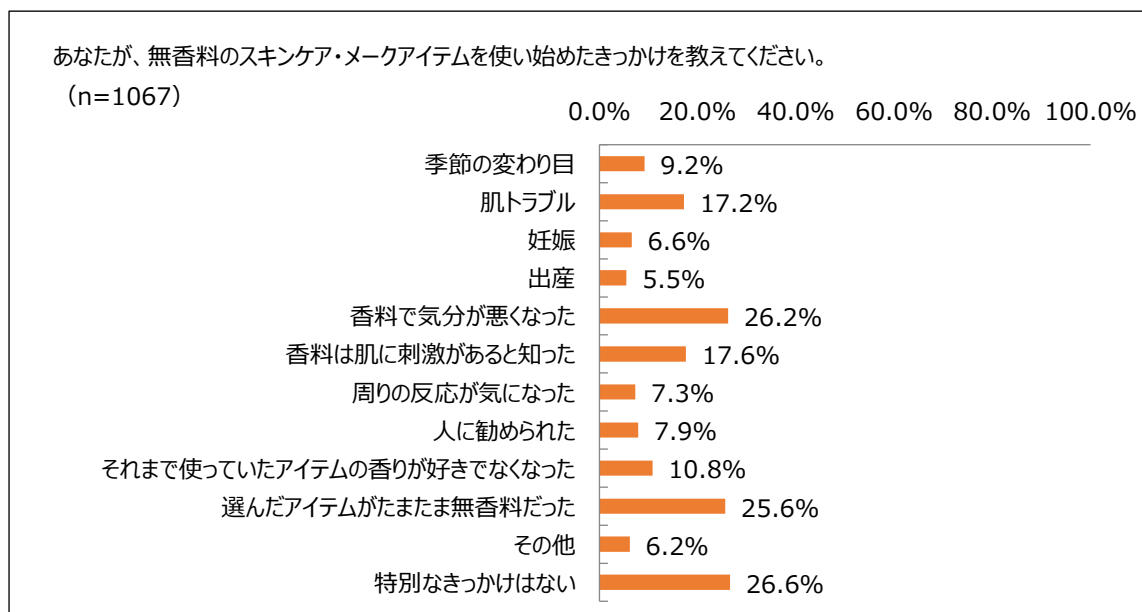


以下のうち、香りが苦手、もしくは気になる場所を教えてください。（n=1078）



5.7 割の女性が無香料に代え、肌トラブルが改善

無香料のスキンケア・メイクアイテムを使用している 20～59 歳の全国の女性約 1,000 人に、使い始めたきっかけを質問したところ、「肌トラブル」が 17%でした。この肌トラブルをきっかけに、無香料のスキンケア・メイクアイテムを使い始めた女性を対象に、肌トラブルが改善したかどうかを質問したところ、70%が改善、30%が変わらない、悪化は 0%という結果が出ました。



【調査概要】

調査実施期間：2020 年 1 月 30 日～2 月 10 日

調査対象者：全国、20～59 歳、女性約 15,000 人、

無香料のスキンケア・メイクアイテムを使用している女性約 1,000 人、

男女約 1,000 人など調査により異なります。

調査方法：インターネットによるアンケート調査

【全体を通した考察】

化粧品やトイレタリー品は、メーカー各社の努力により、「肌を整える、髪を洗浄する」といった本来の目的以外に「香りを楽しむ」という付加価値も提供してきました。近年では、複雑で上質なアロマを楽しめるアイテムも増えてきつつあります。その中で近年「無香料のアイテムを探している」、「無香料の商品の方が好きだ」という声が多数上がるようになったことを受け、今回の調査を行いました。当初は、スキンケアの無香料派は、少数派であろうと予想していましたが、ほぼ半数であることがわかりました。また、定着する香りが気になるファンデーションなどのベースメイク品や口紅などのメーキャップ品の方が無香料を使用している人が多いだろうという予想も反して、スキンケア品の使用者の方が多いたことがわかりました。香り付き製品の選択肢が増えた一方で、スキンケアやベースメイク、ポイントメイクの香りは、シャンプーや香水とは異なり、周囲の人にまで香りに気づかれることはないアイテムですが、香りに対して敏感な人が多いことがわかりました。

また、香料にアレルギーを持つ人が多いことも伺えます。単に香りの好き嫌いだけで無香料を選択しているわけではなく、無香料に対しての知識も「肌にやさしい」「安全」だという知識を持ったうえで、「無香料」アイテムを選択し、無香料に代えることによって、約 7 割の人の肌トラブルが改善しています。

また、妊娠・出産により、無香料を選ぶようになったのは、若年層で多くみられます。以前は、育児中は働いていない主婦が多いためにスキンケアやメイクをしない女性が多かったのですが、現在では育児中でもきれいでいたいという要望が増えたことや、出産後も早くから職場復帰する女性が増えたことも、背景としてあるのではないかと想像できます。

無香料化粧品にこだわって 40 年

1932 年創業の当社が、化粧品の無香料化に初めて成功したのは、1981 年。「ドレッシュク」というメーキャップブランドのファンデーションや口紅で、その後「ビオクイーン」というスキンケア品でも無香料化に成功し、以来、一貫して、無香料のスキンケア品、メーキャップ品の開発を続けています。

当時の化粧品原料の製造技術では、精製技術が低いために独特の匂いがあり、香料を使用することで、原料臭をマスキングするのが一般的な化粧品の製造方法でした。当社が、化粧品の無香料化に着手したのは、単に匂いがあることの不快感だけでなく、香料によるお客様の肌トラブルが理由です。

2001 年 4 月以降、化粧品は全成分を表記する義務があり、現在ではすべての原材料の表示がなされていますが、それ以前は、厚生労働省からアレルギーが発生する可能性のある 102 の成分は、「表示指定成分」として表示義務があり、「香料」は表示指定成分として表示する必要がある、人によっては、アレルギーが発生する可能性がある成分として、指定されていました。

無香料とは、「無臭の化粧品」という意味ではなく、香料を使用していない化粧品のことです。精製技術が低く、純度の低い原料から作られる化粧品は、匂いがあるだけでなく、不純物による肌トラブルが多いのです。また、香料は熱や光により変質するため、肌トラブルの大きな原因になります。また、無香料の化粧品の中でも匂いがあるもの、また時間が経つことで匂いを発生してしまう化粧品も存在します。

当社では、純度の高い原料の開発、採用から、匂い移りのない工場管理を徹底することで、お客様に安全で快適に、また効果の高い化粧品を提供し続けていきたいと考えています。



当社初の無香料化粧品「ドレッシュク」