

「ふきとりの日」に合わせたスキンケア・美容に関する意識 男女 4,400 名のスキンケア意識、3 年比較

ふきとり化粧水の使用経験、「とても美容に興味がある」男女の約 7 割

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、主力商品である「ふきとり化粧水」の認知度や使用実態を含む男女のスキンケアや美容に関する意識調査を行いましたので以下にまとめます。

当社は、1937 年に老化角質を取り除く角層ケアを目的としたふきとり化粧水「ナリス コンク」の発売以降、角層研究に注力しています。2015 年度（2016 年 8 月調査）から継続してふきとり化粧水の国内販売動向調査を実施しており、2024 年 4 月の調査で 9 年連続国内販売シェアが No.1 です。（調査会社：TPCマーケティングリサーチ株式会社 2015 年 4 月～2024 年 3 月実績 調査実施 2024 年 4 月）これまでふきとり化粧水の正しい理解促進や使用方法の啓蒙を行っており、2016 年以降は、当社が日本記念日協会に申請し認可された 2 月 10 日の「ふきとりの日」に際し、ふきとり化粧水に関する情報発信を行っています。今回は男女約 4,400 名に行った美容意識に関する意識や、ふきとり化粧水の認知度・使用率について過去の調査との比較・変化も含めて以下に内容をまとめます。（実施期間：2025 年 1 月 10 日～2025 年 1 月 31 日 調査方法：インターネットによる自社調査）※内容によって回答者数が異なるため、n 数は各図表に記入している数字を参照ください。



【調査トピックス】

① スキンケア習慣、中年以降の男性で増加。

30 代後半～40 代後半男性、スキンケアをしている割合、2 年間で約 10 ポイント増加。

② 「美容に興味がある」増加しているのは、男女ともに 30 代～40 代。

男性の美容への興味関心は 50 歳で二極化傾向。

③ ふきとり化粧水の使用経験、「美容にとても興味がある」男女の約 7 割。

ふきとり化粧水の認知率、使用経験は横ばい。

④ ふきとり化粧水使用者の男性約 4 割・女性約 3 割が肌に自信がある。

男性、「とても自信がある」約 1 割。

⑤ 毎日、ふきとり化粧水を使用する人ほど、肌に自信がある。

【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 広報 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 スキンケア習慣、中年以降の男性で増加。

全国の 15 歳～64 歳の男性 2,202 名と女性 2,179 名の合計 4,381 名にスキンケアをしているか否か聞きました。また、2024 年 1 月実施（15 歳～64 歳 男性 2,329 名と女性 2,368 名の合計 4,697 名）と、2023 年 1 月実施（20 歳～59 歳 男性 2,166 名と女性 2,201 名の合計 4,367 名）の調査内容と比較してみました。スキンケアや美容への関心のジェンダーレス化や高齢者の PC 操作のスキルの向上に伴い、2024 年度からは調査対象の年齢を広げていますので、すべてを同条件で比較することはできていません。

スキンケアをしているか否かの調査について、まずは男性の結果を見てみます。「しっかりしている」10%と「まあまあしている」29%を合わせた 39%が「している」と答えています。昨年度は「しっかりしている」10.3%と「まあまあしている」26.7%で合計が 37%でした。2 年前と比較すると「しっかりしている」6.7%「まあまあしている」27.3%で「している」のは 34%で、全体では確実に増加し続けていることがわかります。年齢別で見ると、20 代前半が「している」が 2023 年に 42.9%、2024 年に 50.6%、今年が 56.6%と伸びており、すべての年代を通して「している」割合も最も多いことがわかります。10 代後半は昨年度と比較し減少、20 代後半も昨年一昨年と比較して減少していますが、30 代以上の世代の増加率が高いことがわかります。特に 30 代後半は「している」割合が、38.7%から 51.1%と 10 ポイント以上も増加しており、全世代の中でも 20 代後半に次いで、「している」と答えている割合が多い結果となりました。

あなたは、スキンケアをしていますか？							あなたは、スキンケアをしていますか？							あなたは、スキンケアをしていますか？							
2025年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていません	全くしていません	わからない	2024年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていません	全くしていません	わからない	2023年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていません	全くしていません	わからない	答えたくない
	2202	10.0%	29.0%	24.8%	29.9%	6.4%		2329	10.3%	26.7%	25.5%	30.4%	7.0%		2166	6.7%	27.3%	25.6%	31.8%	3.6%	4.8%
15歳～19歳	213	15.0%	30.5%	16.9%	20.7%	16.9%	15歳～19歳	226	15.5%	32.3%	19.0%	20.8%	12.4%	20歳～24歳	275	8.0%	34.9%	19.6%	20.0%	6.5%	10.9%
20歳～24歳	221	22.2%	34.4%	16.7%	17.6%	9.0%	20歳～24歳	249	21.3%	29.3%	15.3%	20.9%	13.3%	25歳～29歳	276	14.1%	35.1%	16.3%	24.3%	4.0%	6.2%
25歳～29歳	221	15.4%	30.8%	16.7%	23.1%	14.0%	25歳～29歳	294	15.6%	35.0%	19.7%	19.4%	10.2%	30歳～34歳	276	9.8%	30.8%	24.6%	21.0%	5.1%	8.7%
30歳～34歳	221	10.4%	36.2%	20.8%	23.5%	9.0%	30歳～34歳	242	13.2%	30.2%	23.1%	24.0%	9.5%	35歳～39歳	276	10.1%	28.6%	25.7%	26.4%	3.6%	5.4%
35歳～39歳	221	16.7%	34.4%	17.2%	25.8%	5.9%	35歳～39歳	257	13.2%	28.0%	23.3%	28.4%	7.0%	40歳～44歳	245	4.5%	29.0%	30.2%	29.0%	4.5%	2.9%
40歳～44歳	221	9.0%	33.0%	25.3%	29.0%	3.6%	40歳～44歳	205	9.3%	28.3%	25.9%	33.2%	3.4%	45歳～49歳	275	4.0%	22.5%	25.8%	43.6%	1.8%	2.2%
45歳～49歳	221	5.9%	28.5%	32.1%	31.7%	1.8%	45歳～49歳	221	3.2%	25.8%	29.0%	36.7%	5.4%	50歳～54歳	268	1.9%	18.3%	34.0%	42.5%	2.2%	1.1%
50歳～54歳	221	2.7%	16.7%	37.1%	42.5%	0.9%	50歳～54歳	219	0.9%	18.3%	34.7%	44.7%	1.4%	55歳～59歳	275	1.1%	19.3%	29.5%	47.6%	1.5%	1.1%
55歳～59歳	221	1.8%	24.0%	29.9%	42.1%	2.3%	55歳～59歳	203	2.5%	13.8%	31.5%	50.2%	2.0%								
60歳～64歳	221	0.9%	21.3%	34.4%	42.5%	0.9%	60歳～64歳	213	3.3%	21.1%	39.0%	33.8%	2.8%								

次に女性に聞いた結果を見てみます。全体では「しっかりしている」21.4%と「まあまあしている」49.9%を合わせた 71.3%が「している」と答えており、昨年の「しっかりしている」21.7%「まあまあしている」49.6%の「している」71.3%と全く同率です。2023 年は、「しっかりしている」18.5%「まあまあしている」49.8%「している」68.3%で横ばいと言えます。最も「している」のが多いのは、10 代後半で 78.4%、昨年の 82%よりも少し減少しているものの 10 代後半が最も多いのは傾向として変わりません。女性は 3 年間を通して意識の変化はほとんど見られませんが、10 代後半から 20 代前半の若年層において「しっかりしている」と答える割合が、30%を超えており、特に 20 代前半で 27.2%から 32.6%と 5 ポイント以上増加しており、スキンケア習慣や意識の低年齢化傾向が見られます。特に女性のスキンケア意識は、コロナ禍など大きな環境変化によるもの以外は、1 年単位の調査では傾向を見ることが難しいため、細かな変化や複数年に渡る調査によって、その変化を感じることができると考えます。

あなたは、スキンケアをしていますか？							あなたは、スキンケアをしていますか？							あなたは、スキンケアをしていますか？							
2025年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない	2024年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない	2023年		しっかりしている	まあまあしている	あまりしていない	全くしていない	わからない	答えたくない
	2179	21.4%	49.9%	19.0%	6.0%	3.7%		2368	21.7%	49.6%	18.1%	6.7%	4.0%		2201	18.5%	49.8%	20.4%	5.9%	1.9%	3.6%
15歳～19歳	190	31.6%	46.8%	13.2%	6.3%	2.1%	15歳～19歳	228	32.0%	50.0%	9.6%	4.8%	3.5%	20歳～24歳	276	27.2%	47.1%	10.5%	4.3%	2.2%	8.7%
20歳～24歳	221	32.6%	42.1%	11.8%	6.3%	7.2%	20歳～24歳	270	29.3%	44.4%	8.9%	10.4%	7.0%	25歳～29歳	275	26.2%	43.3%	17.1%	5.5%	2.2%	5.8%
25歳～29歳	221	21.7%	52.9%	16.7%	3.2%	5.4%	25歳～29歳	303	26.4%	48.5%	12.5%	5.6%	6.9%	30歳～34歳	275	20.0%	52.4%	17.1%	4.7%	2.5%	3.3%
30歳～34歳	221	25.8%	46.6%	15.4%	6.3%	5.9%	30歳～34歳	229	23.1%	43.7%	21.0%	7.4%	4.8%	35歳～39歳	275	18.2%	50.9%	21.8%	5.5%	1.1%	2.5%
35歳～39歳	221	25.3%	48.9%	17.2%	3.6%	5.0%	35歳～39歳	235	25.5%	48.1%	15.3%	6.8%	4.3%	40歳～44歳	275	16.7%	47.3%	24.4%	6.2%	2.9%	2.5%
40歳～44歳	221	19.9%	50.2%	19.5%	6.8%	3.6%	40歳～44歳	231	18.2%	50.6%	19.5%	8.7%	3.0%	45歳～49歳	275	13.5%	53.8%	20.4%	7.3%	1.5%	3.6%
45歳～49歳	221	19.9%	43.9%	24.9%	7.7%	3.6%	45歳～49歳	227	12.8%	54.6%	25.6%	3.1%	4.0%	50歳～54歳	275	14.5%	52.4%	24.7%	6.2%	1.1%	1.1%
50歳～54歳	221	15.4%	52.0%	24.4%	5.4%	2.7%	50歳～54歳	194	19.1%	46.4%	25.3%	5.7%	3.6%	55歳～59歳	275	11.6%	50.9%	27.6%	7.3%	1.5%	1.1%
55歳～59歳	221	13.6%	53.8%	24.0%	7.7%	0.9%	55歳～59歳	224	15.6%	54.5%	24.6%	4.5%	0.9%								
60歳～64歳	221	9.5%	61.1%	22.6%	6.3%	0.5%	60歳～64歳	227	11.0%	55.9%	23.3%	9.7%	0.0%								

② 「美容に興味がある」増加しているのは男女ともに 30 代～40 代。

次に美容への興味関心度を聞きました。（この調査は 2 年間の比較のみです。）まず男性ですが、全体では「とても興味がある」10.4%、「まあまあ興味がある」26.2%で「興味がある」のは、36.6%。昨年の調査では、「とても興味がある」10.9%、「まあまあ興味がある」26.2%で「興味がある」は 37.1%だったため、横ばいと言えます。年齢別に見てみると、30 代～40 代は「興味がある」人の割合が約 5 ポイント上昇しており、その他の世代は横ばいか減少しています。ただし、50 代以上になると、「興味がない」人の割合も 5 ポイント以上増えていることから、男性の美容について、50 歳くらいで何らかの境目があり、二極化の傾向が見られます。

次に女性の美容への興味関心を見てみます。全体では「とても興味がある」23.5%「まあまあ興味がある」43.8 で「興味がある」のは 67.3%でした。昨年は「とても興味がある」22.8、「まあまあ興味がある」43.8%で「興味がある」のは 66.6%だったので、女性も横ばいと言えます。年齢別に見てみると、10 代後半から 20 代後半は、20 代前半の 70.6%の同率を除いては、微減傾向にあり、30 代～50 代前半までが上昇していることがわかります。最も増加しているのは 40 代前半で 60.2%から 71.1%と約 10 ポイントの増加です。全体の興味関心は横ばいながら、30 代～40 代の中高年層の興味関心が増加していることが、市場に大きく影響を与えていることが想像できます。

あなたは、美容に興味がありますか？						
2025年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味がない	全く興味がない	わからない
	2202	10.4%	26.2%	27.6%	29.1%	6.7%
15歳～19歳	213	11.3%	30.0%	20.2%	24.9%	13.6%
20歳～24歳	221	24.4%	29.9%	15.8%	20.4%	9.5%
25歳～29歳	221	16.7%	29.0%	18.6%	21.7%	14.0%
30歳～34歳	221	14.9%	32.1%	18.6%	27.1%	7.2%
35歳～39歳	221	14.5%	29.9%	19.9%	27.1%	8.6%
40歳～44歳	221	10.4%	33.0%	26.7%	26.2%	3.6%
45歳～49歳	221	5.9%	31.7%	29.4%	27.6%	5.4%
50歳～54歳	221	2.3%	14.0%	43.4%	38.9%	1.4%
55歳～59歳	221	2.7%	17.6%	41.6%	35.3%	2.7%
60歳～64歳	221	0.5%	14.9%	41.6%	41.6%	1.4%

あなたは、美容に興味がありますか？						
2024年		とても興味がある	まあまあ興味がある	あまり興味はない	全く興味はない	わからない
	2368	22.8%	43.8%	20.7%	8.0%	4.7%
15歳～19歳	228	39.5%	43.9%	9.2%	3.1%	4.4%
20歳～24歳	270	28.5%	42.2%	12.6%	8.1%	8.5%
25歳～29歳	303	25.4%	49.2%	12.2%	5.3%	7.9%
30歳～34歳	229	26.2%	38.0%	21.4%	9.6%	4.8%
35歳～39歳	235	28.1%	37.9%	18.7%	10.6%	4.7%
40歳～44歳	231	19.5%	40.7%	24.7%	10.4%	4.8%
45歳～49歳	227	11.9%	48.0%	27.3%	8.8%	4.0%
50歳～54歳	194	16.0%	42.8%	30.9%	7.2%	3.1%
55歳～59歳	224	17.9%	46.9%	25.4%	6.7%	3.1%
60歳～64歳	227	11.9%	46.7%	30.4%	11.0%	0.0%

減傾向にあり、30 代～50 代前半までが上昇していることがわかります。最も増加しているのは 40 代前半で 60.2%から 71.1%と約 10 ポイントの増加です。全体の興味関心は横ばいながら、30 代～40 代の中高年層の興味関心が増加していることが、市場に大きく影響を与えていることが想像できます。

③ 美容にとても興味がある人のふきとり化粧水の使用経験は男女ともに約 7 割。

次に、ふきとり化粧水の認知率と使用経験について聞きました。まず男性から見てみます。まず知っているを合計した認知率ですが、昨年の調査で 36.3%で、今回の調査は 37.8%でしたので、上昇率 1.5%とわずかでした。年齢別で見ると、30 代～40 代の認知率が、約 5 ポイント上昇しており、これはスキンケア習慣や美容への興味関心が増加している世代と合致します。使用経験で見ると、全体では 19.3%で昨年の 18.7%から横ばいです。認知率

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

2025年		知っている、過去に使ったことがある	知っている、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
	2202	9.4%	9.9%	18.5%	62.3%
15歳～19歳	213	8.0%	8.9%	17.8%	65.3%
20歳～24歳	221	21.3%	19.5%	15.8%	43.4%
25歳～29歳	221	16.7%	17.2%	14.5%	51.6%
30歳～34歳	221	15.8%	13.6%	19.5%	51.1%
35歳～39歳	221	11.8%	13.1%	20.4%	54.8%
40歳～44歳	221	9.5%	10.0%	19.5%	61.1%
45歳～49歳	221	6.3%	6.3%	22.2%	65.2%
50歳～54歳	221	0.9%	5.4%	15.4%	78.3%
55歳～59歳	221	2.3%	4.1%	20.8%	72.9%
60歳～64歳	221	0.9%	0.5%	19.5%	79.2%

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

2024年		知っている、過去に使ったことがある	知っている、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
	2329	9.7%	9.0%	17.6%	63.8%
15歳～19歳	226	11.5%	6.2%	21.7%	60.6%
20歳～24歳	249	21.7%	17.7%	14.1%	46.6%
25歳～29歳	294	16.7%	15.6%	20.1%	47.6%
30歳～34歳	242	12.4%	12.0%	14.9%	60.8%
35歳～39歳	257	11.7%	12.5%	12.5%	63.4%
40歳～44歳	205	5.4%	8.8%	18.0%	67.8%
45歳～49歳	221	3.6%	5.0%	18.1%	73.3%
50歳～54歳	219	4.1%	2.7%	15.1%	78.1%
55歳～59歳	203	3.0%	2.5%	18.7%	75.9%
60歳～64歳	213	1.4%	1.9%	23.5%	73.3%

の増加に対して使用経験は伴っていないことがわかります。

女性で見てみると認知率は昨年 81.8%で今年は 80.4%なので横ばいから微減です。使用経験で見ると、昨年は 44.3%、今年は 44.6%と横ばいです。年齢別に見てみると、40代～50代（40代後半を除く）で使用者が増加しているものの、20代前半から30代前半までの世代は微減しています。

最後に男女ともにふきとり化粧水の認知・使用経験と美容への興味関心度をかけ合わせて見てみました。美容への興味関心の高さと

ふきとり化粧水の使用経験は比例し、男性では美容にとっても興味がある人の 65.8%が使用したことがあると答え、女性のとても興味がある人の使用経験の 69.3%に匹敵します。以前からふきとり化粧水は美容意識の高い人が使用する傾向があることを

把握していましたが、今回の調査では女性だけに限らず、男性においても同じことが言えることがわかりました。まあまあ興味がある人では、男性の 34.1%、女性の 48.6%が使用経験があることがわかりました。

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

		知っている、過去に使ったことがある	知っている、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2025年					
	2179	29.8%	14.8%	35.8%	19.7%
15歳～19歳	190	23.7%	15.8%	35.3%	25.3%
20歳～24歳	221	36.2%	20.8%	19.9%	23.1%
25歳～29歳	221	29.4%	20.4%	30.8%	19.5%
30歳～34歳	221	29.4%	14.9%	34.4%	21.3%
35歳～39歳	221	32.1%	15.4%	32.6%	19.9%
40歳～44歳	221	29.0%	14.5%	37.1%	19.5%
45歳～49歳	221	28.1%	13.6%	40.7%	17.6%
50歳～54歳	221	27.6%	13.1%	42.5%	16.7%
55歳～59歳	221	30.3%	10.9%	41.6%	17.2%
60歳～64歳	221	31.2%	8.6%	42.5%	17.6%

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

		知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2024年					
	2368	28.5%	15.8%	37.5%	18.2%
15歳～19歳	228	25.0%	14.5%	38.6%	21.9%
20歳～24歳	270	26.7%	24.1%	27.0%	22.2%
25歳～29歳	303	27.1%	24.8%	29.0%	19.1%
30歳～34歳	229	27.5%	17.5%	38.4%	16.6%
35歳～39歳	235	35.7%	11.5%	37.0%	15.7%
40歳～44歳	231	27.3%	13.0%	42.4%	17.3%
45歳～49歳	227	28.2%	17.6%	38.3%	15.9%
50歳～54歳	194	28.4%	10.8%	43.8%	17.0%
55歳～59歳	224	28.6%	9.8%	43.8%	17.9%
60歳～64歳	227	30.8%	9.7%	41.9%	17.6%

「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

		知っていて、過去 に使ったこと がある	知っていて、現在 使用してい る	知っている が、使った ことはない	知らない
2025年					
	2202	9.4%	9.9%	18.5%	62.3%
とても興味がある	228	44.3%	21.5%	13.6%	20.6%
まあまあ興味がある	577	14.9%	19.2%	28.2%	37.6%
あまり興味がない	608	1.6%	6.4%	21.9%	70.1%
全く興味がない	641	0.6%	1.4%	10.9%	87.1%
わからない	148	3.4%	6.1%	7.4%	83.1%

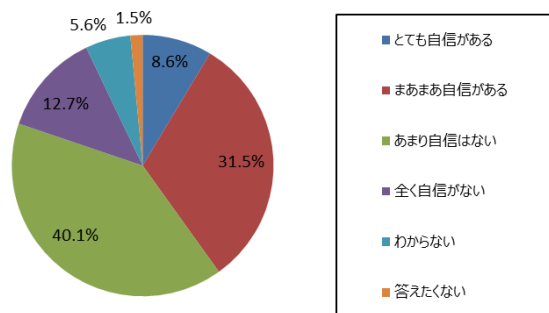
「ふきとり化粧水」について、あなたにあってはまるものを選んでください。

		知っていて、過去に使ったことがある	知っていて、現在使用している	知っているが、使ったことはない	知らない
2025年					
	2179	29.8%	14.8%	35.8%	19.7%
とても興味がある	511	50.1%	19.2%	24.9%	5.9%
まあまあ興味がある	955	31.4%	17.2%	41.7%	9.7%
あまり興味がない	422	16.8%	11.6%	43.1%	28.4%
全く興味がない	205	9.8%	4.4%	30.7%	55.1%
わからない	86	2.3%	2.3%	10.5%	84.9%

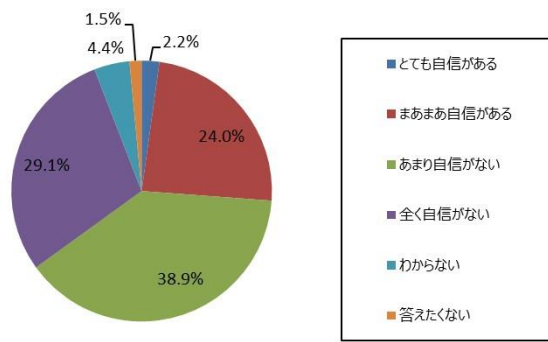
④ ふきとり化粧水使用者の男性約 4 割・女性約 3 割が肌に自信がある。

ここからは、調査においてふきとり化粧水を使用したことがあると答えた人のうち、197 名の男性と 275 名の女性に追加調査を行った内容をまとめます。まず、ご自身の肌について自信があるか否か聞きました。男性は、「とても自信がある」8.6%、「まあまあ自信がある」31.5%を合わせた 40.1%が自信があると答えています。一方で女性は、「とても自信がある」2.2%、「まあまあ自信がある」24%で合わせた 26.2%が自信があると答えており、男性の方が自信がある人の割合が高いことがわかりました。

【男性】あなたは、ご自身のお肌に自信がありますか？（n=197）

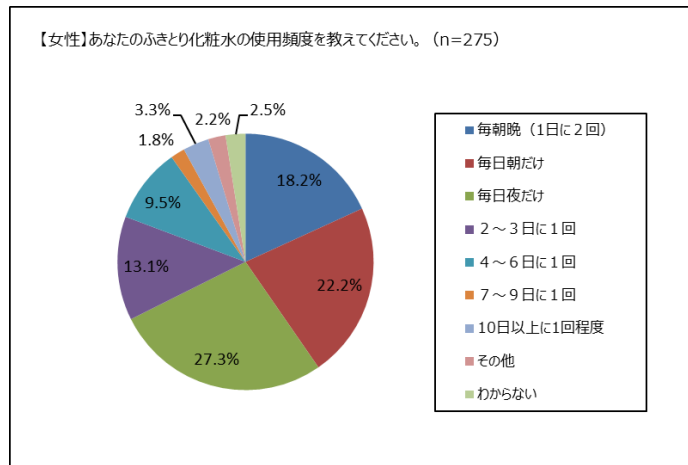
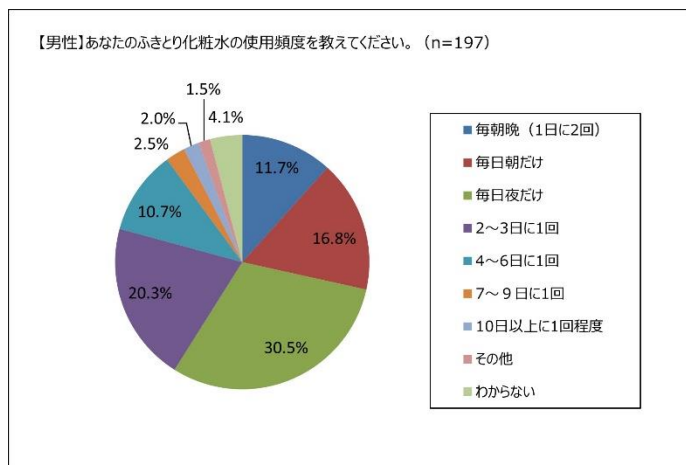


【女性】あなたは、ご自身のお肌に自信がありますか？（n=275）



⑤ 毎日、ふきとり化粧水を使用する人ほど、肌に自信がある。

ふきとり化粧水の使用頻度を聞きました。男性は、「毎朝晩（1日に2回）」が11.7%、「毎日朝だけ」が16.8%、「毎日夜だけ」が30.5%で、1日に1回以上使用している人は59%でした。女性は「毎朝晩（1日に2回）」が18.2%、「毎日朝だけ」が22.2%、「毎日夜だけ」が27.3%で、1日に1回以上使用している割合は67.7%でした。女性の方が使用頻度が多いようです。



これを肌への自信と使用頻度でかけ合わせて見ました。Nが少ないため、参考値ではありますが、男女ともに1日に1回以上使用している方が肌への自信があると答えています。特に、女性の方が自信があると答えている割合が高い傾向がみ受けられました。

【男性】あなたのふきとり化粧水の使用頻度を教えてください。

		毎朝晩 (1日に 2回)	毎日朝 だけ	毎日夜 だけ	2〜3 日に1 回	4〜6 日に1 回	7〜9 日に1 回	10日 以上1 回程度	その他	わから ない
	197	11.7%	16.8%	30.5%	20.3%	10.7%	2.5%	2.0%	1.5%	4.1%
とても自信がある	17	35.3%	23.5%	23.5%	17.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
まあまあ自信がある	62	9.7%	25.8%	33.9%	16.1%	11.3%	1.6%	0.0%	0.0%	1.6%
あまり自信はない	79	11.4%	13.9%	32.9%	22.8%	11.4%	2.5%	1.3%	1.3%	2.5%
全く自信がない	25	8.0%	4.0%	24.0%	24.0%	16.0%	8.0%	8.0%	8.0%	0.0%
わからない	11	0.0%	9.1%	27.3%	18.2%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	27.3%
答えたくない	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%

【女性】あなたのふきとり化粧水の使用頻度を教えてください。

		毎朝晩 (1日に 2回)	毎日朝 だけ	毎日夜 だけ	2〜3 日に1 回	4〜6 日に1 回	7〜9 日に1 回	10日 以上1 回程度	その他	わから ない
	275	18.2%	22.2%	27.3%	13.1%	9.5%	1.8%	3.3%	2.2%	2.5%
とても自信がある	6	66.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
まあまあ自信がある	66	15.2%	22.7%	25.8%	18.2%	13.6%	0.0%	3.0%	0.0%	1.5%
あまり自信はない	107	17.8%	24.3%	27.1%	13.1%	10.3%	0.9%	1.9%	3.7%	0.9%
全く自信がない	80	17.5%	20.0%	32.5%	12.5%	5.0%	5.0%	3.8%	2.5%	1.2%
わからない	12	16.7%	25.0%	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%	16.7%	0.0%	25.0%
答えたくない	4	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%

●全体を通した感想

近年、女性だけでなく、男性の美容意識の高まりがメディアなどでも取り上げられますが、今回の調査では、昨年と比較しても急激に男女ともにスキンケア行動や美容への興味関心の高まりを感じ、美容が確かにジェンダーフリーとなっていることを実感しました。以前から「ふきとり化粧水」は、美容意識の高い女性が使用するものと捉えてきましたが、男性も同様であったことは今回の発見でした。また使用頻度については、それぞれの製品で適切な使用頻度が異なるものの、毎朝晩使用していると答えた人が肌に自信があるという傾向が見られました。化粧品は、それぞれの人に合った化粧品を正しく使用することが何よりも大事ですが、ふきとり化粧水の認知度が上がっていないことについては、当社の発信不足も感じ、今後より、それぞれの人が満足度の高い化粧品に出会えるお手伝いをしていかなければならないと捉えています。当社では、「不要な老化角質（垢）」や、「洗顔だけでは落としきれない皮脂」をやさしく取り除くことを第一にふきとり化粧水を開発しており、「余分な角質を取り除くこと」が、美容の第1歩と考えていますが、まだまだ、正しく情報が伝わっていない現実もわかりました。今後も継続して、より長く使用していただけるよう製品開発や情報発信をしていくことで、男女を問わず、多様なユーザーの「キレイになりたい」「自信を持ちたい」に応えられるよう取り組みます。

【ふきとり化粧水とは】

余分な老化角質を取り除くことにより、肌のターンオーバーに働きかけ、後で使用する化粧品の浸透を高める目的で1937年（昭和12年）に、創業者である村岡満義により開発・発売。当時は「塗り重ねること」がスキンケアの常識であったため、常識を覆した商品として注目を浴びました。スキンケアで使用する「化粧水」は、洗顔の後に種類だけを使用することが一般的ですが、当社では、洗顔の後に「ふきとり化粧水」を使用してから「化粧水」を使用するという2種類の化粧水を使用する独自の美容理論のもと、商品を構成しています。使用方法は、コットンにふきとり化粧水をしみ込ませ、やさしくふきとります。尚、「ネイチャーコンク」のように、化粧水にふきとり機能を持たせた、1本でふきとり化粧水と化粧水の効果を併せ持つ、多機能で簡便タイプのふきとり化粧水も発売しています。尚、当社は、2017年にふきとり化粧水の国内販売シェア第1位を記念し、日本記念日協会に2月10日を「ふきとりの日」と申請し、認定されています。



初のふきとり化粧水 コンク

【健康な角層に導くための「ふきとり化粧水」 認知促進へ】

当社では、使用感の違いや使用部位別など、ナリスブランドだけでも約20品目のふきとり化粧水を取り扱っています。私たちが最も大事にしていることは、その人その人によって異なる目指す肌や肌質・使用感の好み・ライフスタイルや、こうなりたいという個別のイメージに寄り添うこと。それぞれの「こうなりたい」を叶えるためのふきとり化粧水は異なります。薬用や乳液状、またふきとり機能と一般の化粧水の機能を併せ持つ多機能タイプなど、様々なアイテムを発売しているのは個別の異なる要望に応えるためです。当社では、ふきとり化粧水の目的は、単に汚れをふきとることだけではなく、健康な角層に導くことだと考えていますが、正しい理解が浸透しているとは言えない現状だと捉えています。また、ジェンダーフリーの化粧品の登場や、性別や年齢を超えた化粧品の共用実態もあり、もはやスキンケアは女性だけのものではありません。使用者の多様化が進むことが予想される中、正しく選び、正しく使うための情報提供を、より丁寧により積極的に行っていきたいと考えています。

【ナリス化粧品の主なふきとり化粧水】

<p>【商品名】ネイチャーコンク 薬用 クリアローション（販売名：薬用ローション W 10）医薬部外品・ネイチャーコンク 薬用 クリアローション とてもしっとり（販売名：薬用ローション W9）医薬部外品</p> <p>【流通】ドラッグストア【参考価格】935 円（税込）【容量】200mL</p> <p>【発売日】2025 年 2 月 10 日</p> <p>【HP】www.narisup.com</p>		<p>【商品名】サイクルプラス スキン ライトニング コンク</p> <p>【流通】通信販売</p> <p>【価格】2,640 円（税込）</p> <p>【容量】150mL</p> <p>【発売日】2018 年 7 月 25 日</p> <p>【HP】www.cycleplus.jp</p>	
<p>【商品名】ルクエ コンク</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】3,300 円（税込）</p> <p>【容量】210mL</p> <p>【発売日】2020 年 1 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>		<p>【商品名】ルクエ オールパーパス ローション</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】3,850 円（税込）</p> <p>【容量】210mL</p> <p>【発売日】2020 年 1 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>	
<p>【商品名】マジェスタ コンクα・コンクβ</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】8,250 円（税込）</p> <p>【容量】180mL</p> <p>【発売日】2017 年 8 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>		<p>【商品名】セルグレース コンク</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】15,400 円（税込）</p> <p>【容量】180mL</p> <p>【発売日】2023 年 1 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>	
<p>【商品名】ビオQueen オールパーパス ローション</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】6,600 円（税込）</p> <p>【容量】195mL</p> <p>【発売日】2024 年 1 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>		<p>【商品名】アウラス ザ フェイス クリア コンク(男性用)</p> <p>【流通】訪問販売・ナリス化粧品店舗・通信販売</p> <p>【価格】2,200 円（税込）</p> <p>【容量】200mL</p> <p>【発売日】2018 年 1 月 21 日</p> <p>【HP】www.naris.co.jp</p>	