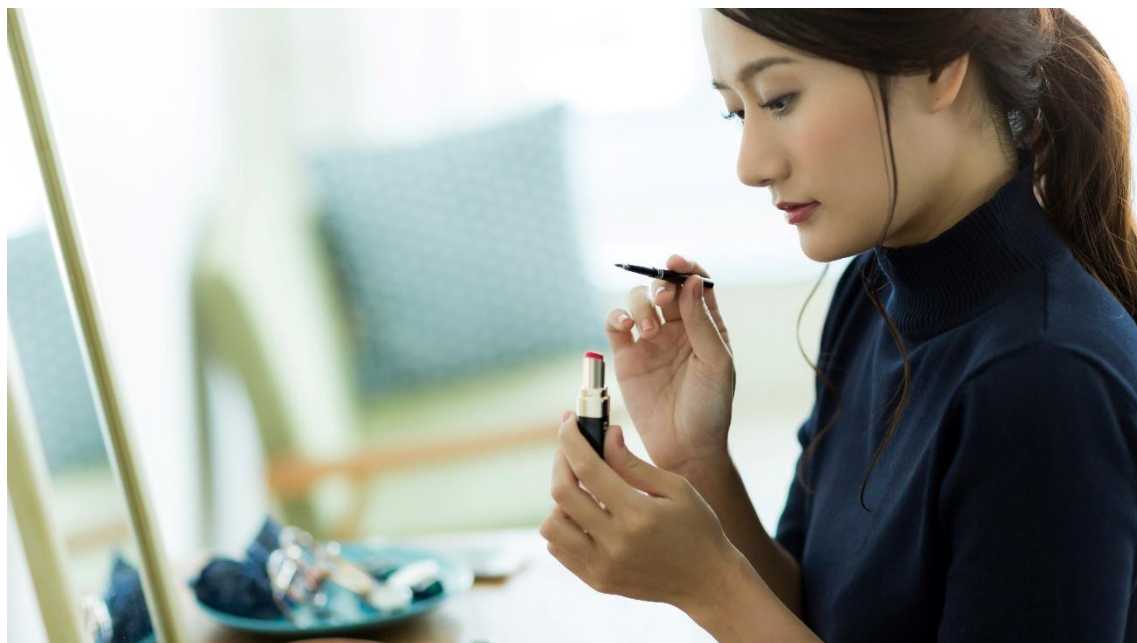


## プチプラコスメについての意識調査 機能性と色味を重視し口コミを参考に購入

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社 ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回はプチプラコスメについての意識調査（有効回答者数 907 名）を 2022 年 9 月 16 日～9 月 21 日に実施しました。



身近なドラッグストアやバラエティショップなどで手軽かつ安価に購入できる「プチプラコスメ」。購入しやすい価格帯だけでなく、パッケージなどの見た目のかわいらしさや機能性も魅力とされ、美容誌でもプチプラコスメのランキング特集が組まれるなど人気が続きます。今回はプチプラコスメの消費動向についてファンくる会員 907 名(女性)を対象に、アンケート調査を実施しました。

プチプラコスメを購入したことがある方は全体で 81%、年代が若くなるにつれて購入率は高くなり 20 代は 92%となっています。購入したいと思うプチプラコスメを知るきっかけ

けは20代から40代はインスタグラムを中心としたSNS、50代以上は店舗でした。購入先は年齢問わずドラッグストアが最も多い結果となりました。コロナ前後で購入頻度の変化は「ある」が43%、「ない」が57%と分かれており、プチプラコスメを知るきっかけや購入場所については大きな変化はないようでした。

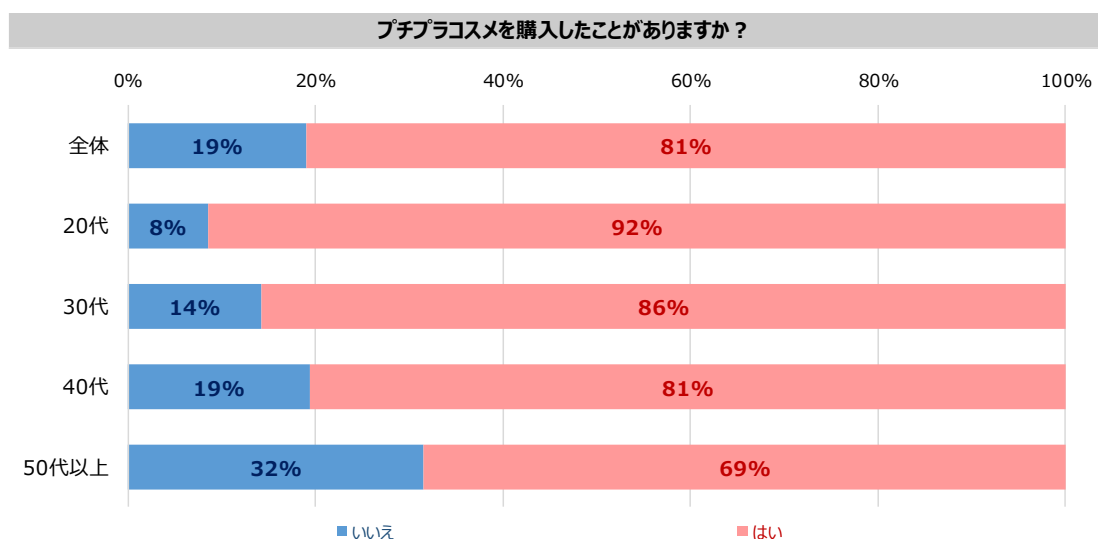
61%の方がお気に入りのプチプラコスメブランドがあり、購入する上で最も重視していることは「機能性」、次に「色味」「価格」でした。口コミをチェックする方は70%と非常に多く、コスメ情報サイトで確認しているようです。良い評価を参考に購入を決めた方は77%、反対に悪い口コミを参考に購入を諦めた方は61%いることがわかりました。

### 【調査結果サマリー】

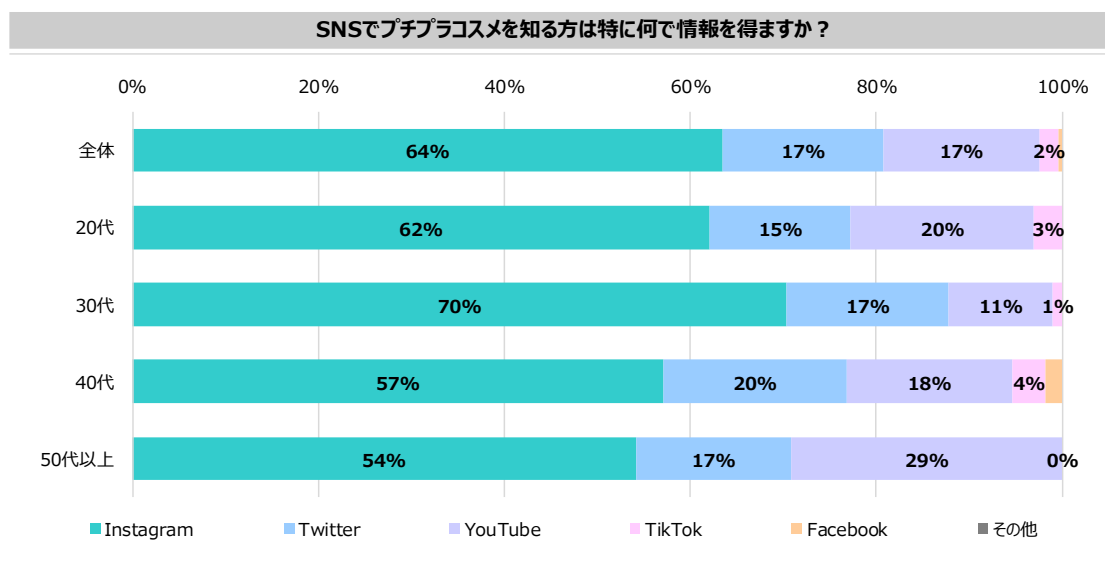
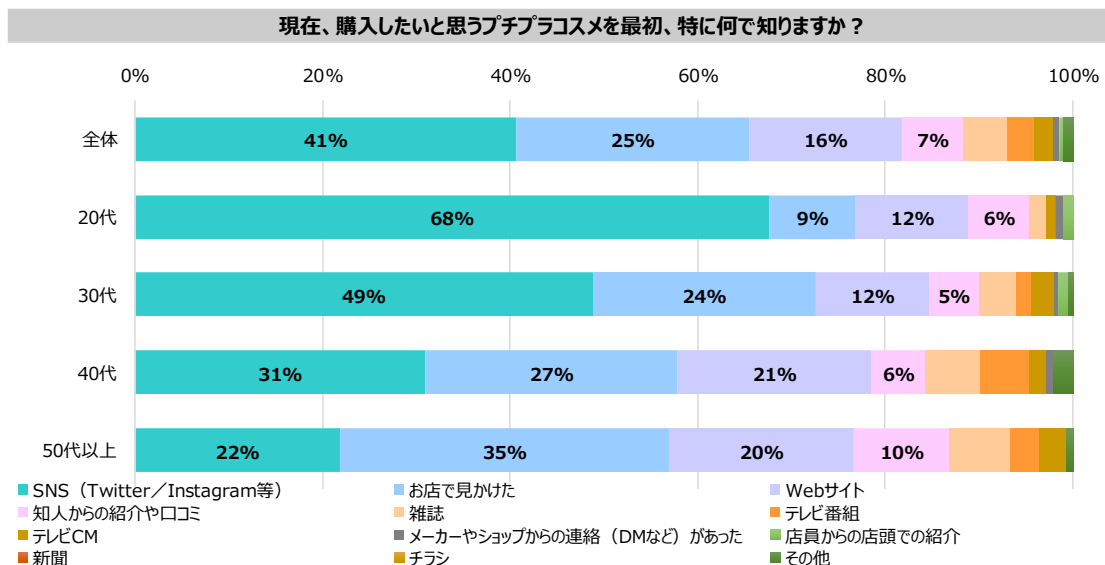
1. プチプラコスメの購入率は81%、若年層ほど割合が高くなる。
2. プチプラコスメを知るきっかけは20代~40代はSNS、50代以上は店舗。購入先はドラッグストア
3. コロナ前後で購入頻度の変化は「あった」が43%
4. 61%がお気に入りのブランドがある。
5. 購入で重視していることは「機能性」
6. 良い口コミを参考に購入したことがあるが77%、悪い口コミを参考に購入を諦めたことがあるが61%

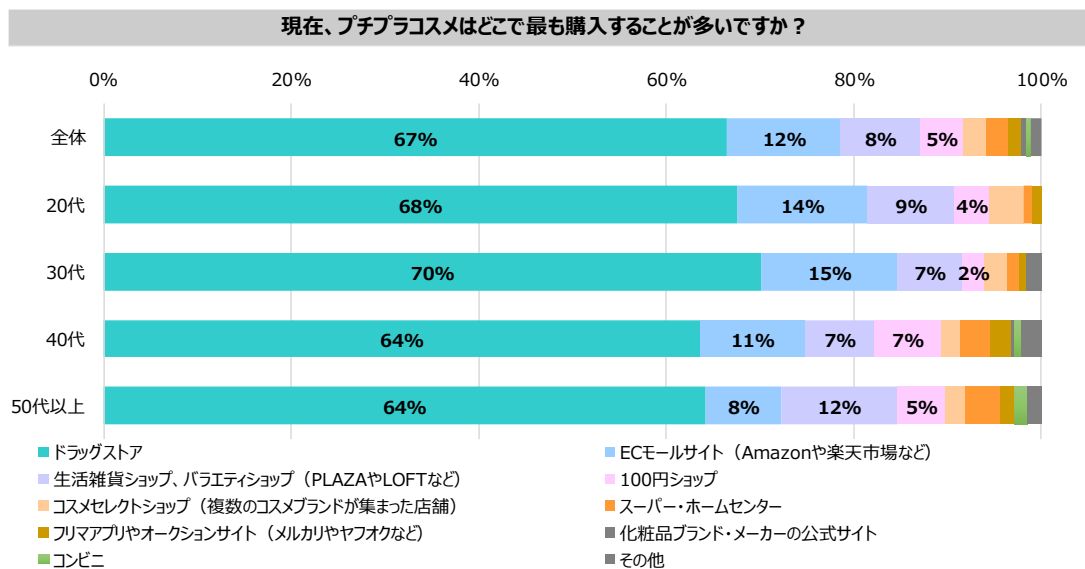
### 【調査結果】

1. プチプラコスメの購入率は81%、若年層ほど割合が高くなる。

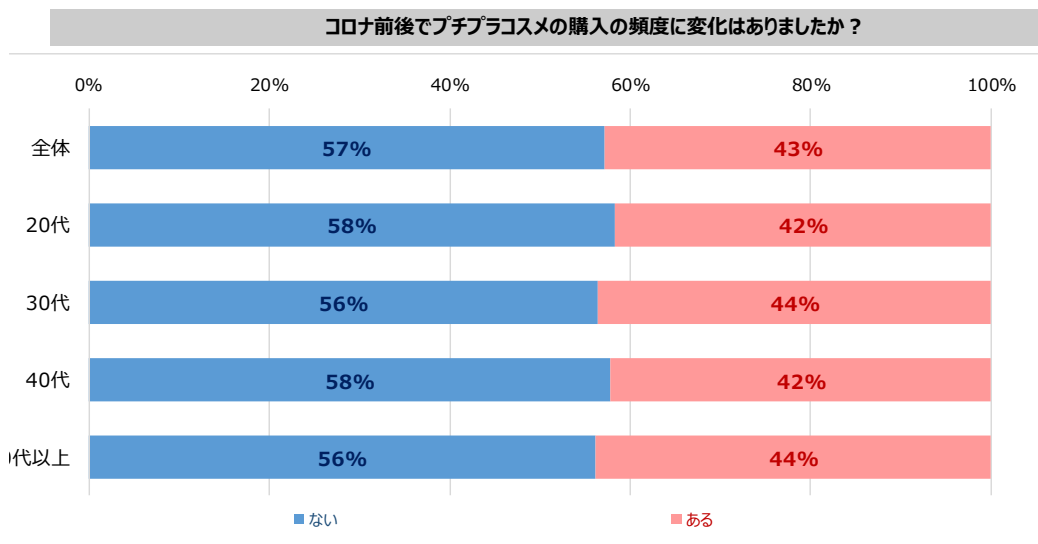


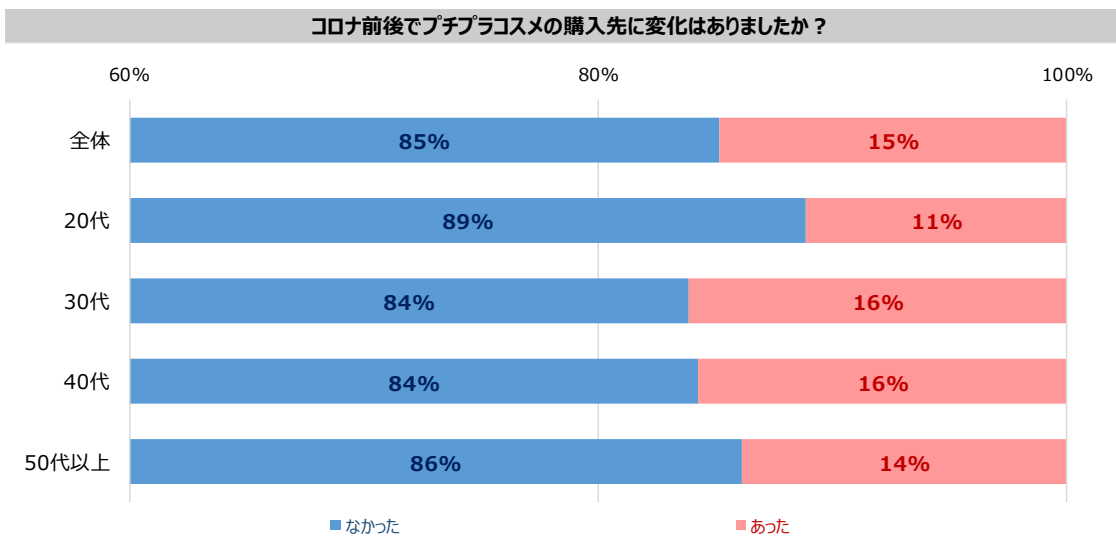
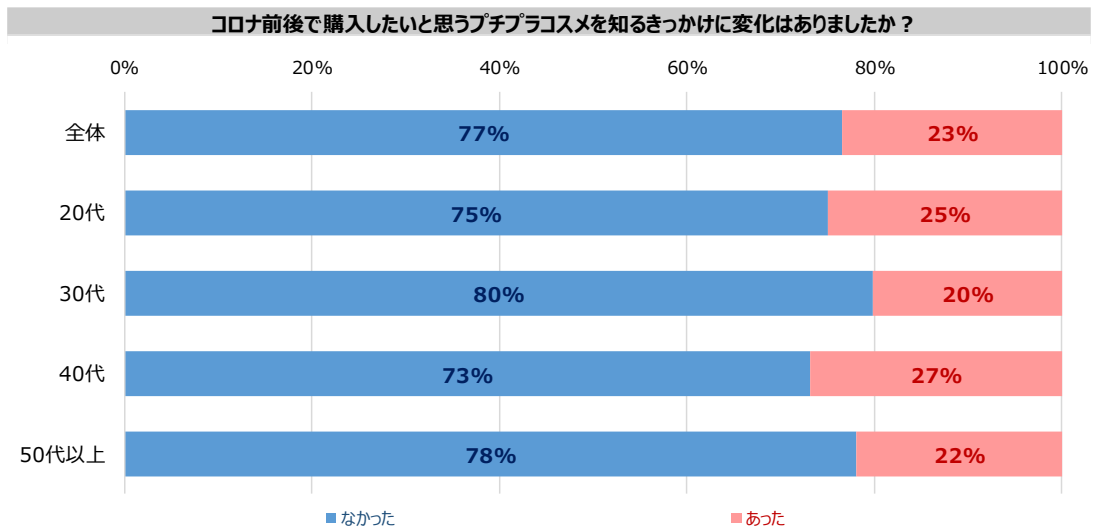
## 2. プチプラコスメを知るきっかけは 20代~40代はSNS、50代以上は店舗。購入先はドラッグストア





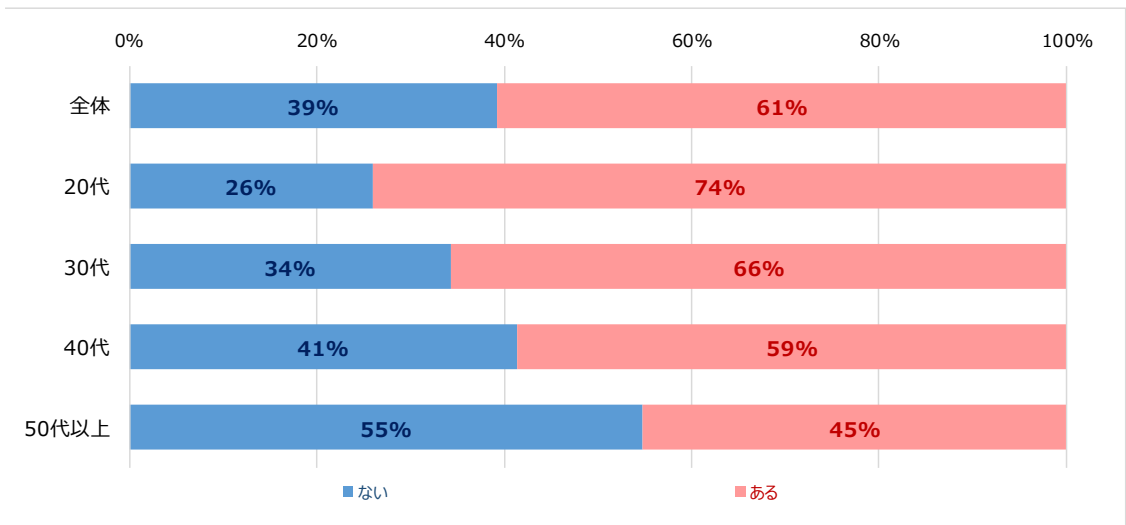
### 3. コロナ前後で購入頻度の変化は「ある」が43%





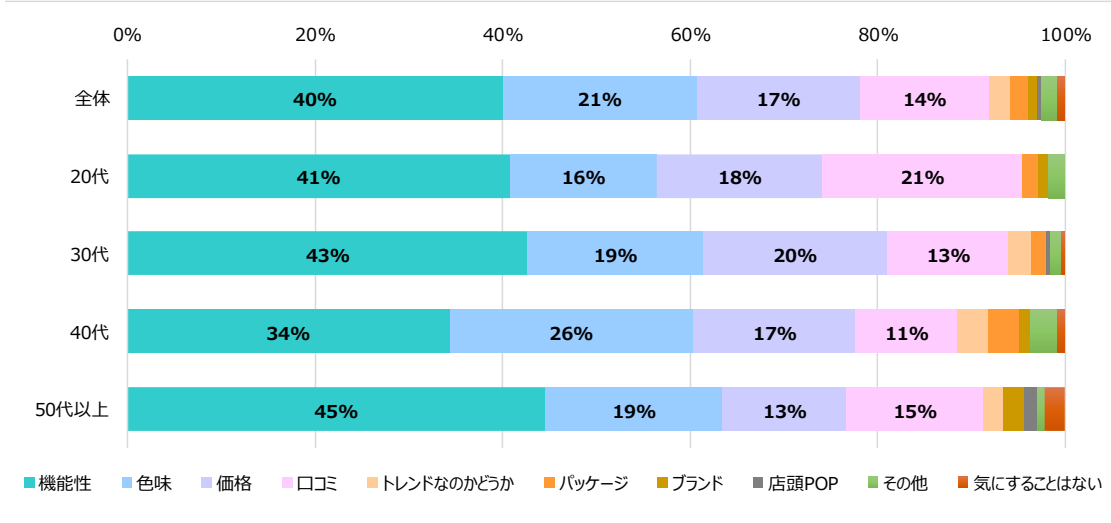
4. 61%がお気に入りのブランドがある

プチプラコスメのお気に入りのブランドはありますか？



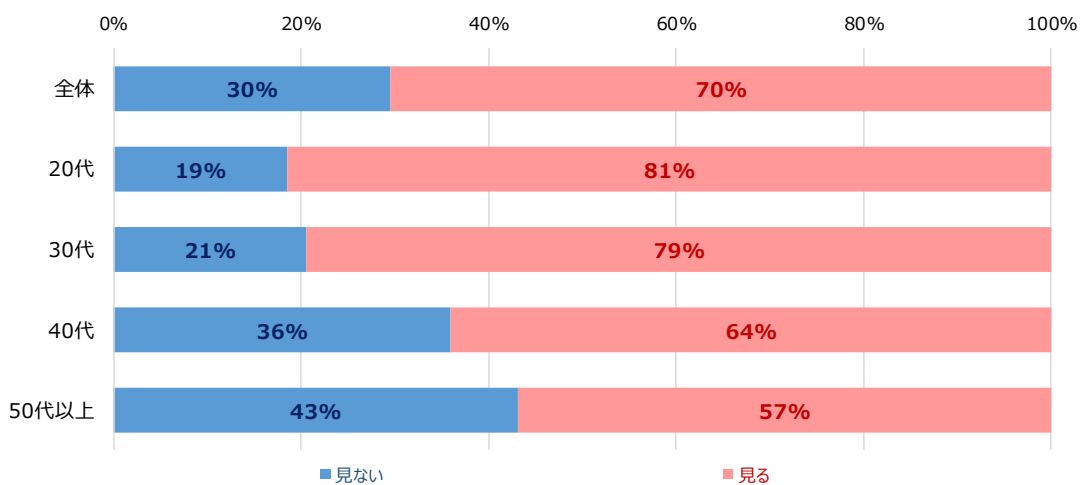
5. 購入で重視していることは「機能性」

プチプラコスメを購入する上で何を最も重視しますか？

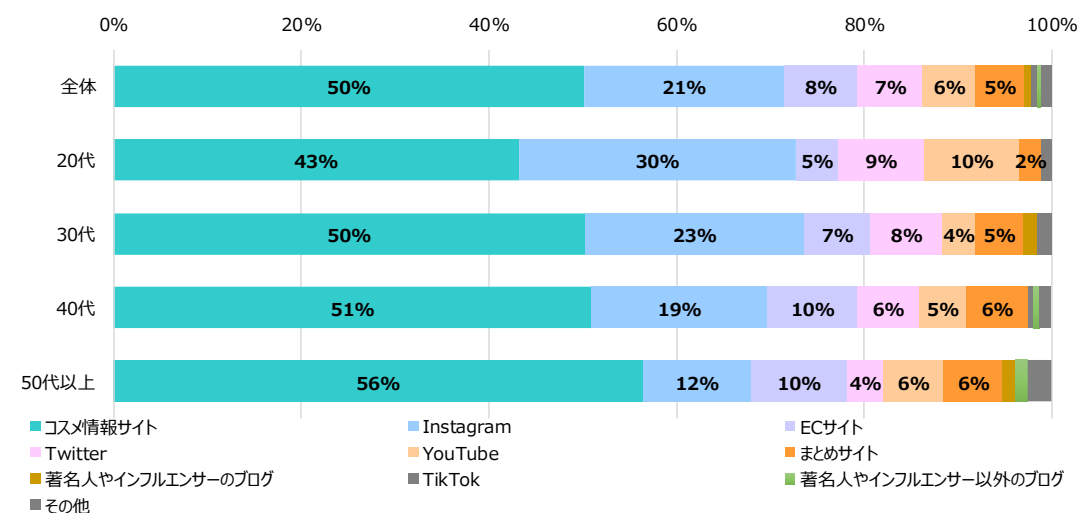


6. 良い口コミを参考に購入したことがあるが 77%、悪い口コミを参考に購入を諦めたことがあるが 61%

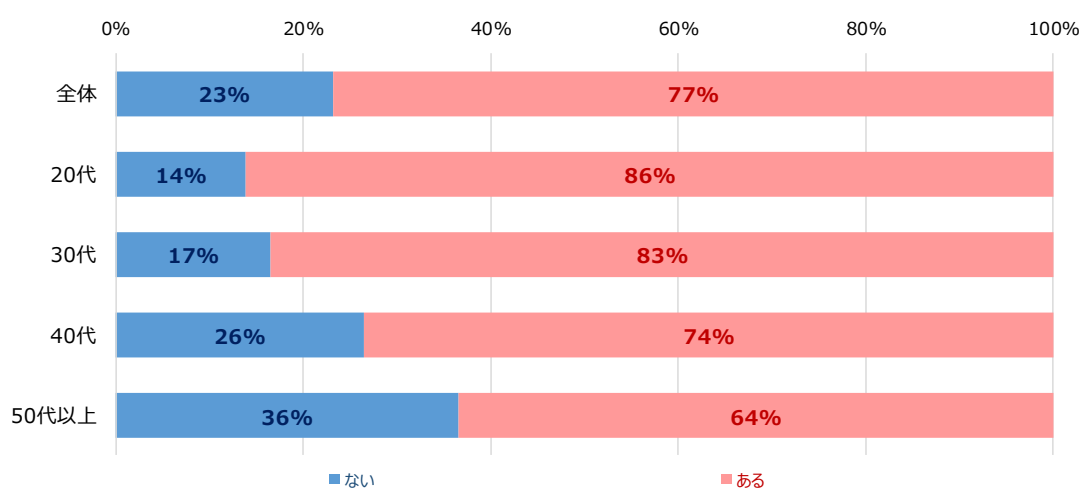
プチプラコスメを購入する際、口コミは見ますか？

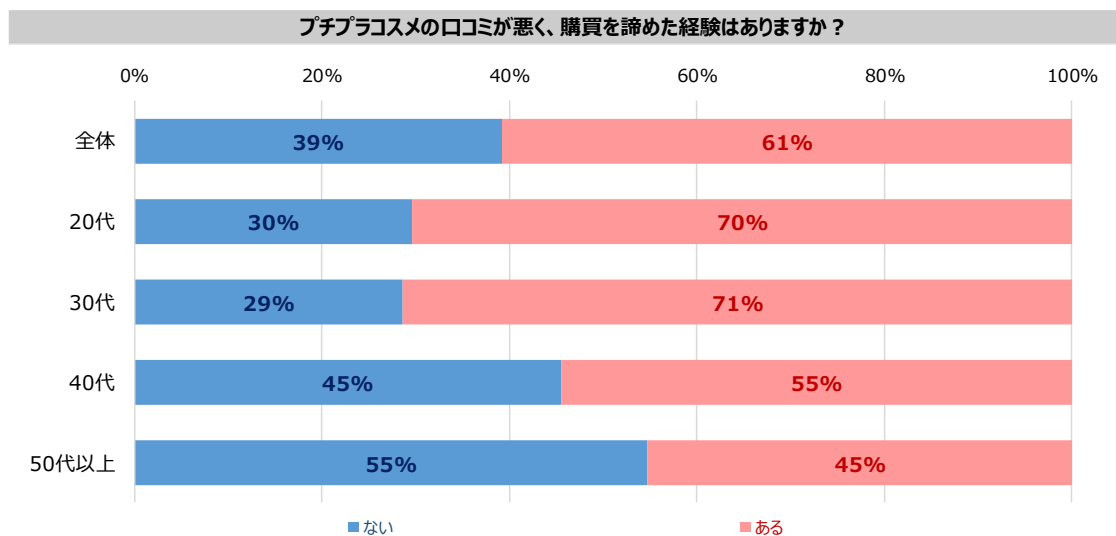


どこで口コミを見ますか？



プチプラコスメの口コミが良く、購買を決めた経験はありますか？





コロナ禍でプチプラコスメを購入頻度に変化があった方のフリーコメントでは「マスク生活によって化粧の頻度が落ち、購入回数が減った」、「巣ごもり生活の中で SNS を見る機会が増え、そこで見たプチプラコスメを買う頻度が増えた」という回答が多くみられました。コロナ前後で購入場所に大きな変化は見られませんでした。中には「コロナで遠出を控えるようになってから近所のドラッグストアで手に入るプチプラコスメの購入頻度が高くなった」という声もあり、コロナによって少なくともコスメの消費動向にも影響があったという結果となりました。

また、購入の上で重要視する点は「機能性」でしたが、口コミによって購買が左右されることも調査からわかりました。

本調査ではこれ以外にプチプラコスメを購入する頻度や許容する金額についてなど全 37 問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

### 【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 130 万人のユーザー

回答者数：907 名（女性）

調査時期：2022 年 9 月 16 日～9 月 21 日

調査項目：プチプラコスメについての意識調査

設問数：37

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。



クレジットに「ファンくる(株式会社 ROI)調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

---

#### 【ファンくるについて】



累計 3,000 社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国 130 万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっていただき、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げが V 字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

---

#### 【会社概要】

- 会社名：株式会社 ROI
- 代表者：代表取締役社長 山口敬人
- 資本金：1 億円
- 創業：2004 年 8 月 26 日
- 所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：[https://www.j-roi.com/?utm\\_source=prReport&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=prRoi](https://www.j-roi.com/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prRoi)
- 事業内容：モニター調査サービス「ファンくる」([https://www.fancrew.jp/?utm\\_source=prReport&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=prFancrew](https://www.fancrew.jp/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prFancrew))の運営・開発  
顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくるクラウド CS」([https://biz.fancrew.jp/?utm\\_source=prReport&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=prFancrewBiz](https://biz.fancrew.jp/?utm_source=prReport&utm_medium=referral&utm_campaign=prFancrewBiz))の運営・開発

#### 【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社 ROI（担当：広報、Email：[pr@j-roi.com](mailto:pr@j-roi.com)）