

スキンケア・メーキャップ化粧品の使い分け意識調査 スキンケア用品を季節で使い分ける 72%

日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（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。今回はスキンケア・メーキャップ化粧品の使い分けについての意識調査（有効回答者数 1,020 名）を 2024 年 1 月 19 日～1 月 24 日に実施しました。



季節の変わり目、花粉、紫外線など、肌への負担が大きくなるタイミングは年間を通して様々です。また、普段からメーキャップをしている方は、季節ごとに使うアイテムを変えて楽しむ方も多いのではないのでしょうか。今回は、どれくらいの方がスキンケア用品やメーキャップ化粧品を使い分けているのか、切り替える際に重視することなど、「ファンくる」会員 1,020 名（男性 173 名、女性 847 名）に調査を実施しました。

スキンケア用品を季節で使い分けている方は 72%で、50 代以上では 80%と、年代が上がるほど季節で使い分けている方が多くなっています。スキンケア用品を切り替える際は「全く違うブランドの商品」を選ぶ方が 68%でした。春にスキンケア用品を切り替えるな

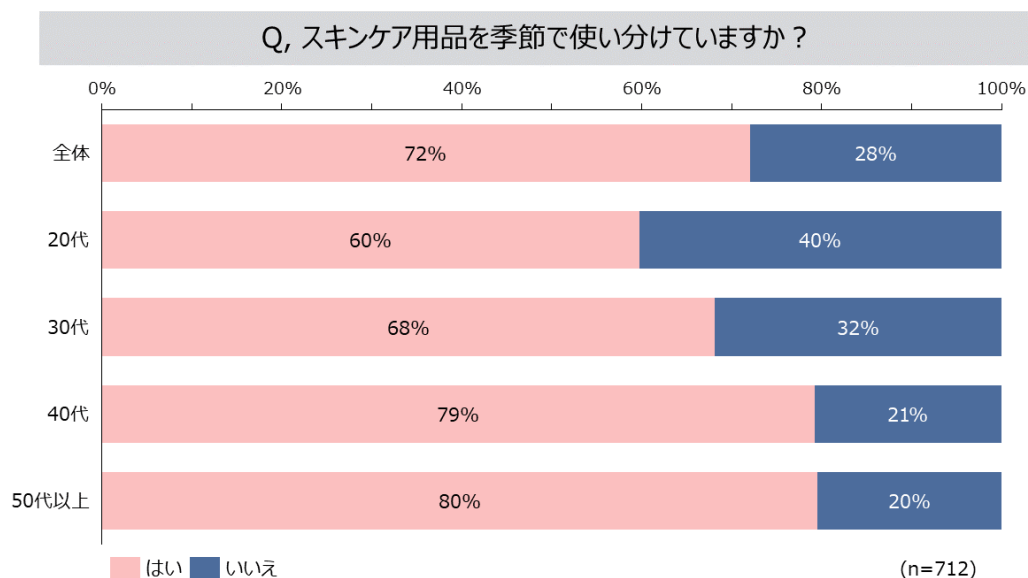
ら、「美白」が特徴の商品を選ぶ方が43%と最も多く、次いで「さっぱり」した商品を選ぶ方が40%でした。また、メーキャップ化粧品については、季節で使い分ける方は25%で、切り替える際は「全く違うブランド」を選ぶ方が64%でした。切り替えるタイミングは「春から夏」が58%、「秋から冬」が51%と続いています。使い分けているメーキャップ化粧品は「下地」が66%と最多で、次いで「ファンデーション」が61%となりました。アイテムごとに切り替えで重視することについては、ベースメイクでは「使用感」を重視する方が38%と最も多く、ポイントメイクでは「色」を重視する方が最も多いようです。

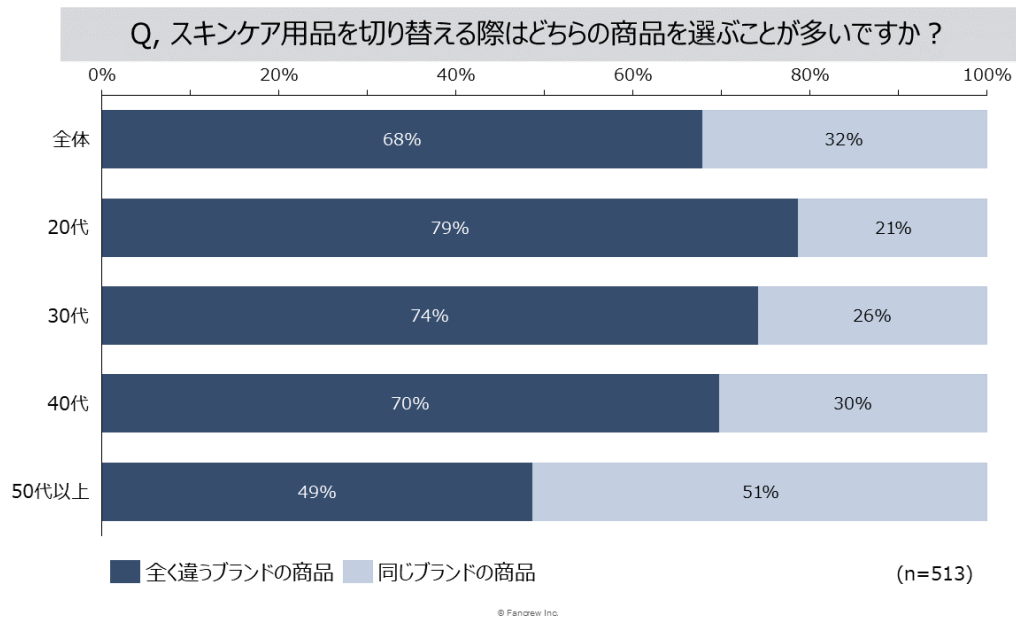
【調査結果サマリー】

1. スキンケア用品を季節で使い分ける72%、切り替える際は全く違うブランドの商品を選ぶ
2. 春に切り替えるなら、「美白」、「さっぱり」系の商品を選ぶ
3. メーキャップ化粧品を季節で使い分ける25%、切り替える際は全く違うブランドを選ぶ
4. 切り替えるタイミングは「春から夏」
5. 「下地」と「ファンデーション」を使い分け
6. ベースメイクで切り替える際は「使用感」、ポイントメイクは「色」を重視

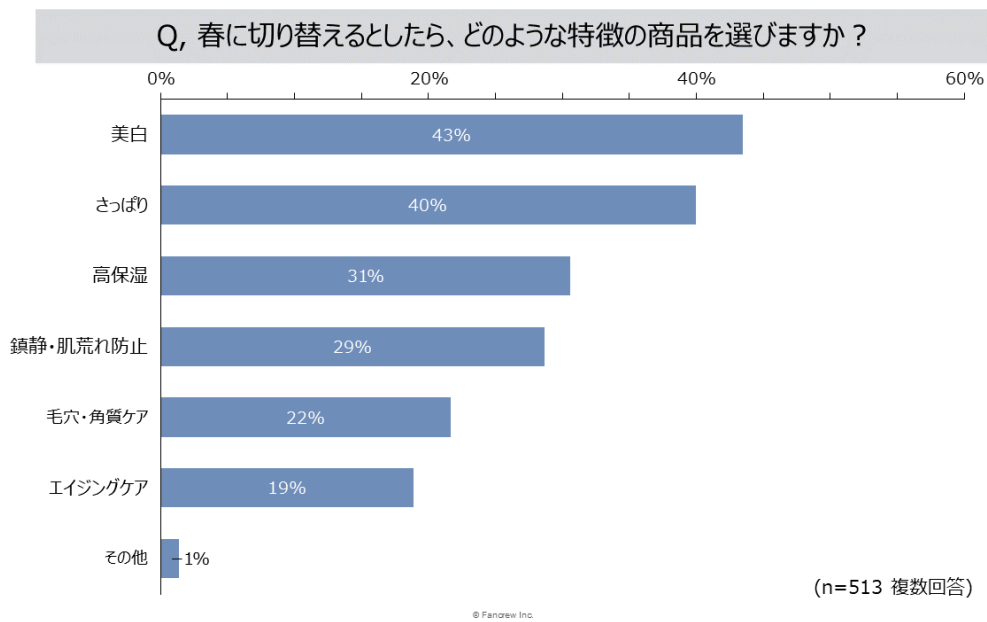
【調査結果】

1. スキンケア用品を季節で使い分ける72%、切り替える際は全く違うブランドの商品を選ぶ

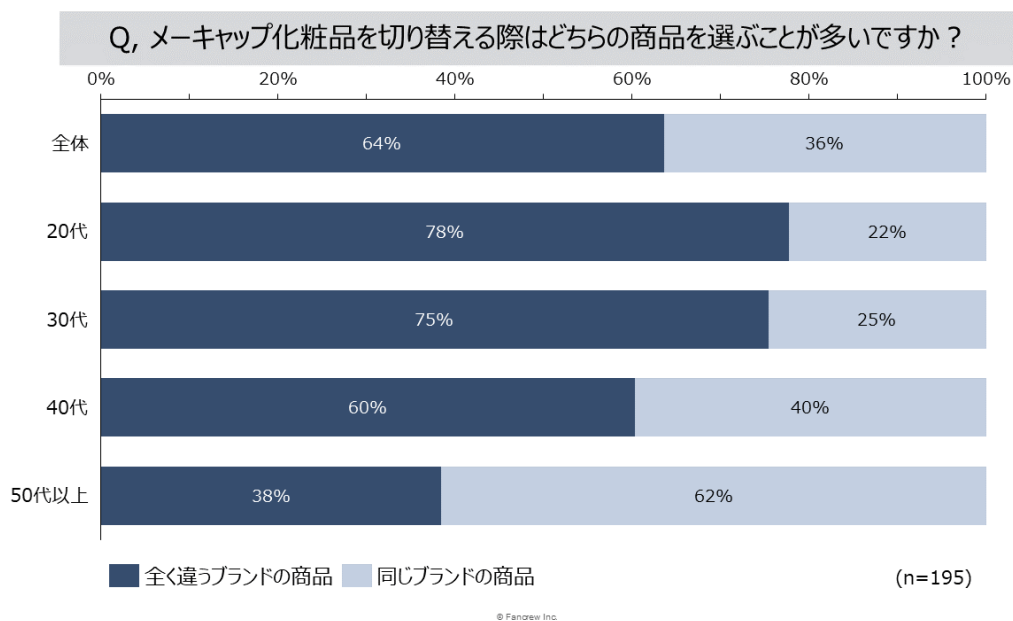
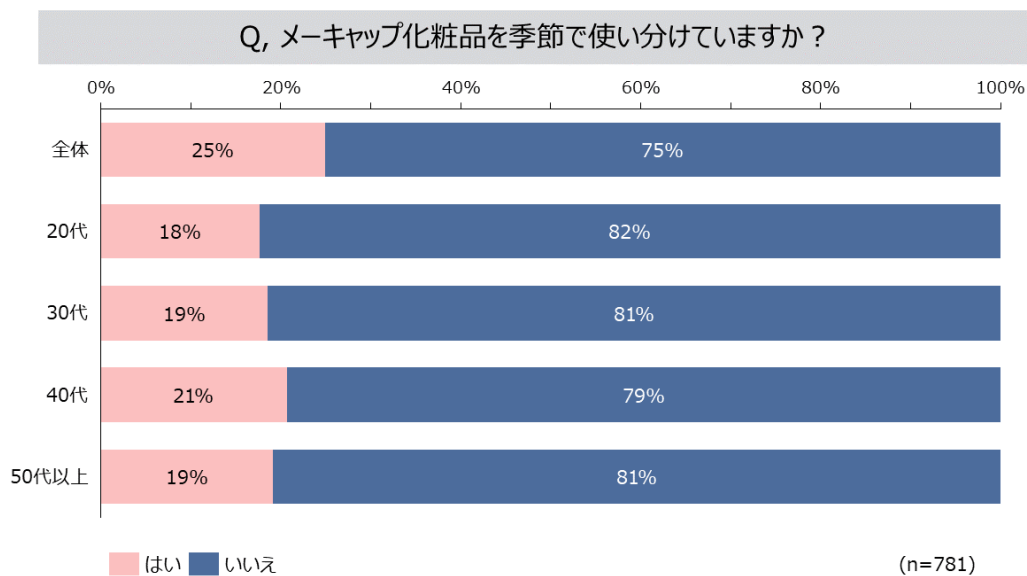




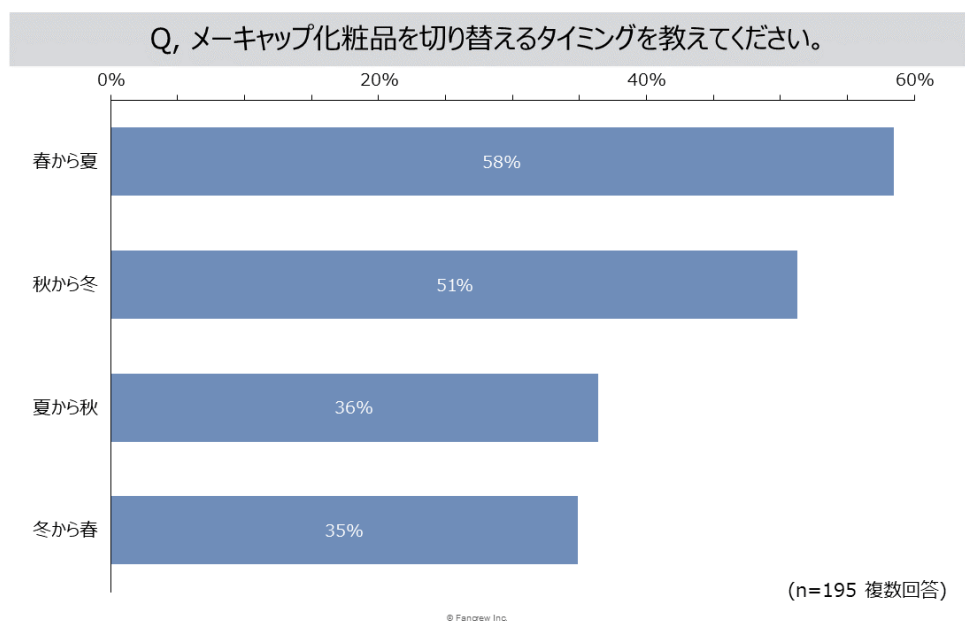
2. 春に切り替えるなら、「美白」、「さっぱり」系の商品を選ぶ



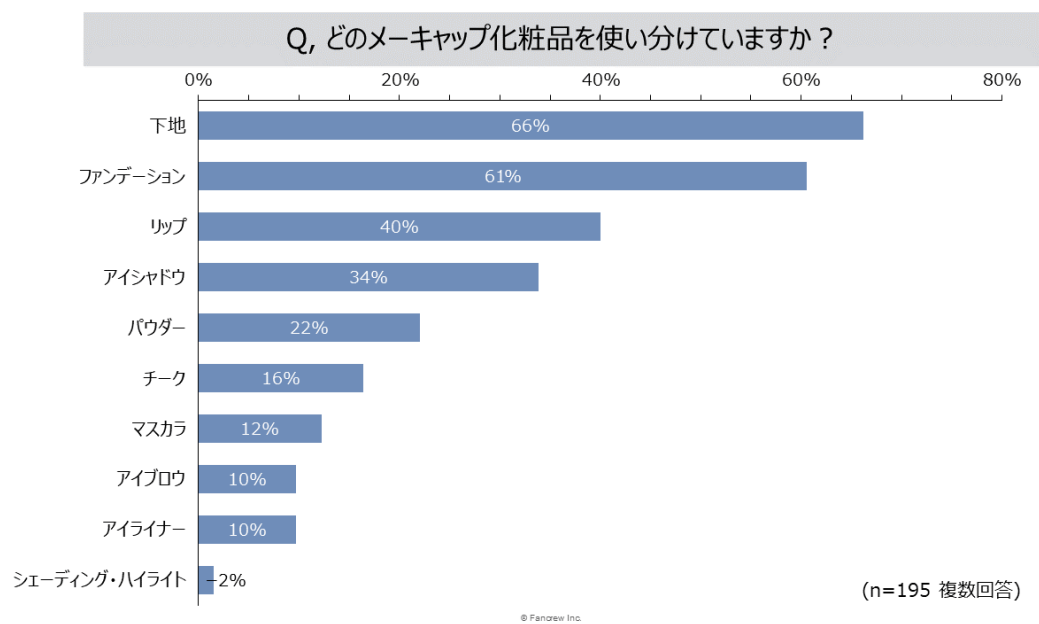
3. メーキャップ化粧品を季節で使い分ける 25%、切り替える際は全く違うブランドを選ぶ



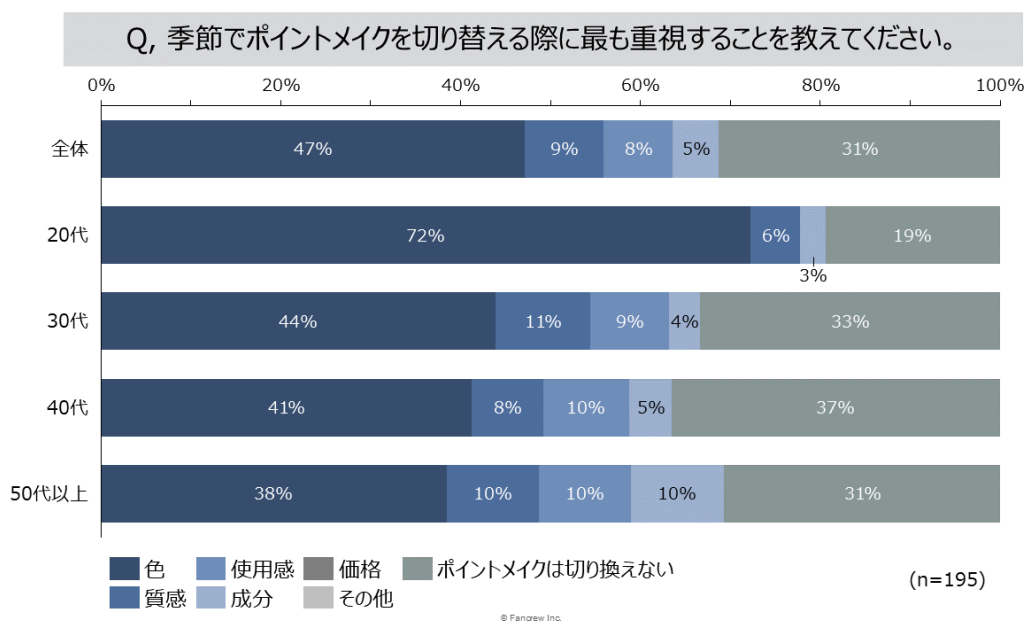
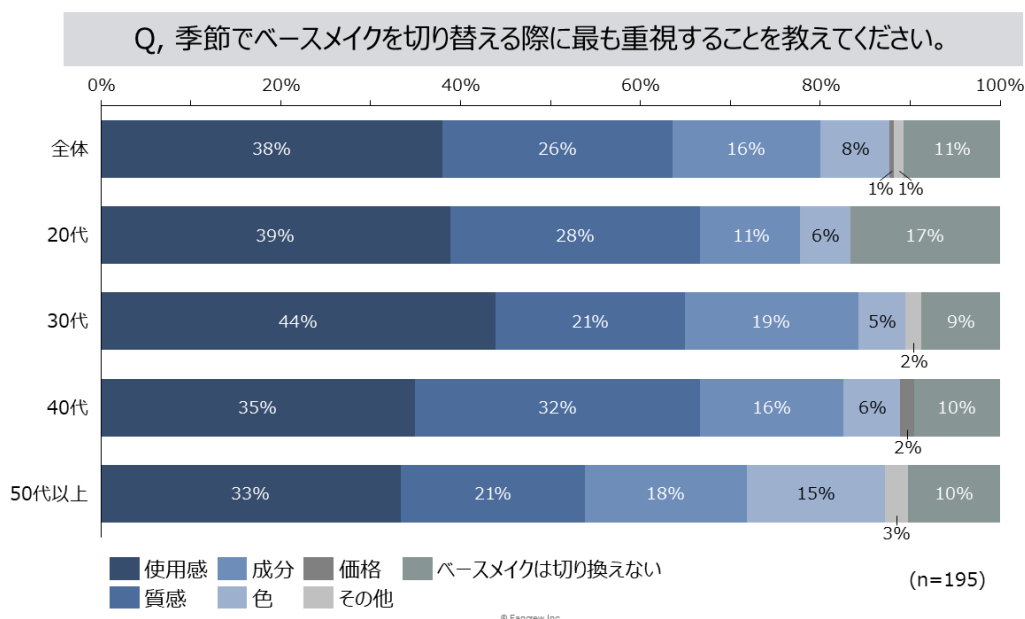
4. 切り替えるタイミングは「春から夏」



5. 「下地」と「ファンデーション」を使い分け



6. ベースメイクで切り替える際は「使用感」、ポイントメイクは「色」を重視



今回の結果から、スキンケア用品を季節で使い分けている方が多いことに加え、メーキャップ化粧品については「下地」や「ファンデーション」を使い分ける方が多く、肌に直接つけるアイテムを使い分ける傾向が伺えました。また、アイテムを切り替える際にはスキンケア用品、メーキャップ化粧品ともに「全く違うブランド」を選ぶ方が多いものの、年代別にみると、年代が上がるほど「同じブランド」の商品を選ぶ方が増えており、50代では「同じブランド」の商品を選ぶ方が多くなっています。年代が上がるほど、お気

に入りのブランドが固定されていくようです。

本調査ではこれ以外に紫外線対策や花粉による肌トラブルについてなど全 31 問で回答を得て、年代別、職業別、居住地域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 140 万人のユーザー

回答者数：1,020 名（男性 173 名、女性 847 名）

調査時期：2024 年 1 月 19 日～1 月 24 日

調査項目：スキンケア・メーキャップ化粧品の使い分けについての意識調査

設問数：31

※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「株式会社ファンくる（Fancrew Inc.）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】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験（CX）マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 140 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化（特許取得済）し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験（CX）全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

- 会社名：株式会社ファンくる
- 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.fancrew.co.jp/>

■事業内容：来店客調査「ファンくる CR」の運用・開発

消費者モニター調査「ファンくる MR」の運用・開発

販促・店頭調査「ファンくる PR」の運用・開発

従業員満足度調査「ファンくる ES」の運用・開発

体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発

インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）