

～化粧水についてのアンケート～ お気に入りを求めているいろいろ試している人が約4割 30代以下は、使用者の評価をより重視

リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビングくらしHOW研究所（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 細井英久）では、全国の女性を対象に「化粧水について」の調査を実施。利用状況や、ブランドスイッチのきっかけなどを聞きました。

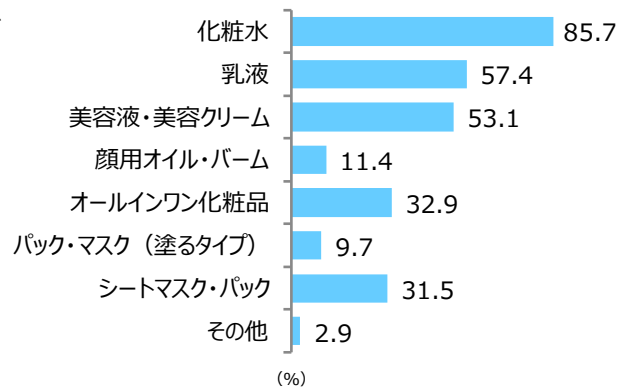
リビングくらしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <https://www.kurashihow.co.jp>

■女性が普段のフェイスクアに最も使っている化粧水 お気に入りを使い続けるという人は約4割で、「肌に合う実感」と「コスパ」が決め手に

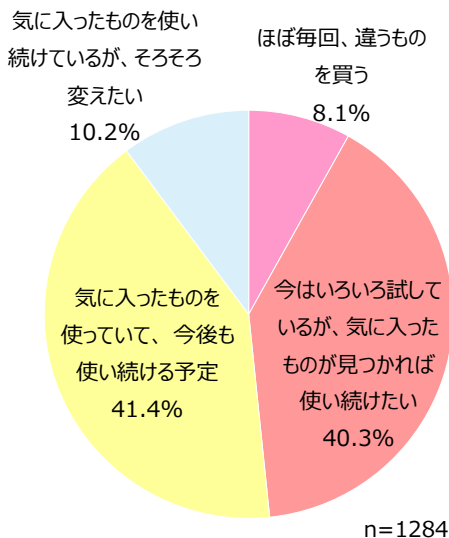
普段のフェイスクアに使うもののトップは「化粧水」85.7%（グラフ1）。使っている化粧水の価格は「1000円～3000円未満」42.5%が最多で、よく購入する場所（複数回答）の上位は「ドラッグストア」55.0%、「メーカー・ブランドのサイト」19.2%、「百貨店」16.4%。

化粧水の選び方を聞くと、「今はいろいろ試しているが、気に入ったものが見つければ使い続けたい」という人が約4割（グラフ2）。一方、すでに愛用品があって、今後も使い続ける予定という人も約4割います。愛用する理由は「自分の肌に合う」75.8%、「コストパフォーマンスがよい」44.0%、「効果を実感している」33.5%など（グラフ3）。実際に使って「肌に合う」と感じることでコスパのバランスが、ファン化のポイントのようです。

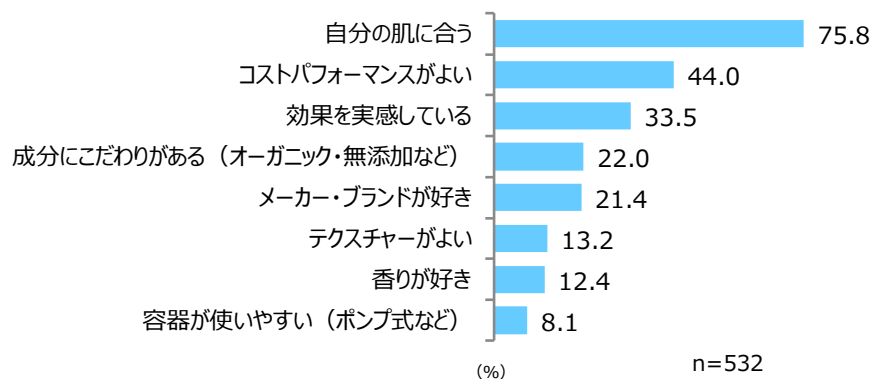
グラフ1. 普段、フェイスクアに使うもの（複数回答）



グラフ2. 化粧水の選び方



グラフ3. お気に入りの化粧水を使い続ける理由（複数回答、上位8項目抜粋）

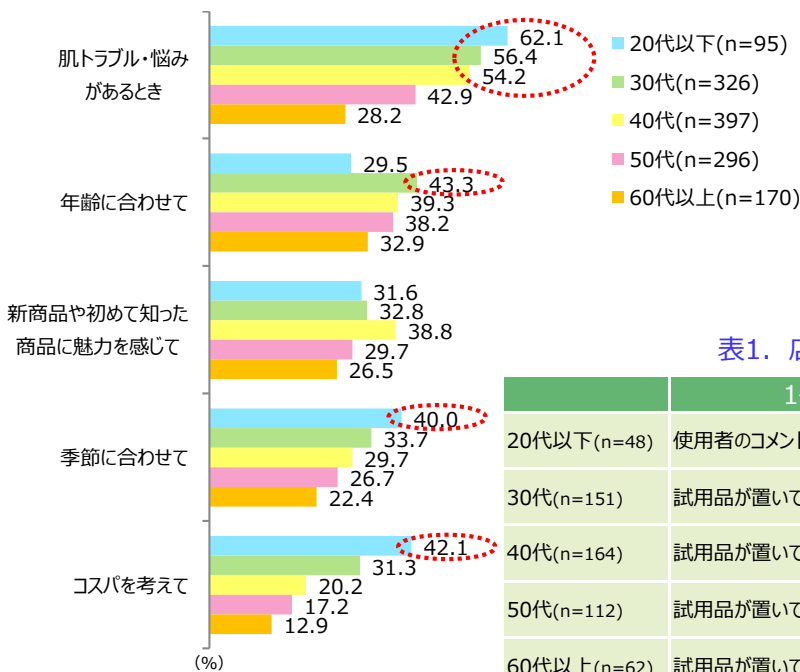


■ 化粧水を変えようと思うタイミングは「肌トラブル・悩みがあるとき」「年齢に合わせて」スイッチ要因は「サンプル」「店頭で見て」が強いが、30代以下はクチコミや情報サイトも

化粧水を変えようと思うタイミングは、全体では1位「肌トラブル・悩みがあるとき」49.3%、2位「年齢に合わせて」38.5%、3位「新商品や初めて知った商品に魅力を感じて」33.0%。年代別にみると、「肌トラブル・悩みがあるとき」は40代以下のポイントが高く、「年齢に合わせて」は30代が特に重視（グラフ4）。20代以下は「季節に合わせて」「コスパを考えて」が各4割台と多くなっています。

化粧水を変えるきっかけは、どの年代でも1位は「サンプルで試して」、2位は「店頭で試したり、POPを見て」で、実際に商品に触れることがブランドスイッチの大きな要因に（グラフ5）。20代以下・30代は「友人・知人・家族のクチコミ（ブログ・SNS含む）」がきっかけになるという人も各3～4割程度います。「店頭で試したり、POPを見て」を選んだ人に、店頭で興味を惹かれたものを聞くと、30代以上は「試用品が置いてある」が1位で、年代が上がるほどポイントが上昇（表1）。20代以下は1位「使用者のコメント」（30代では2位）、2位「ランキング上位のマーク」となっていて、若い世代ほど使用者評価をより重視する傾向です。

グラフ4. 化粧水を変えようと思うとき（複数回答、上位5項目）



グラフ5. 化粧水を変えるきっかけになること（複数回答、上位7項目）

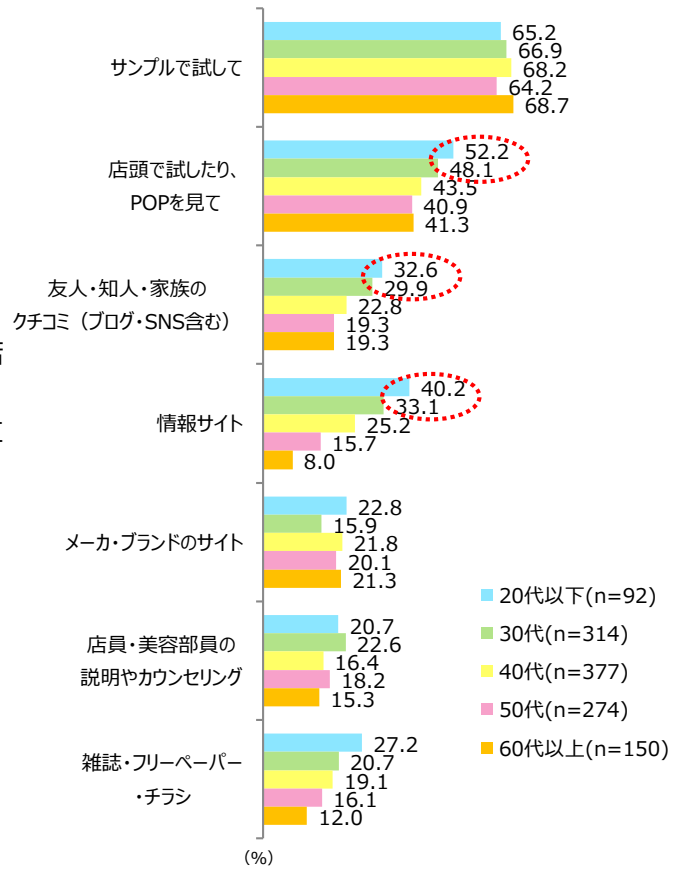


表1. 店頭で興味を惹かれたもの（複数回答）

	1位	2位	3位
20代以下(n=48)	使用者のコメント 50.0%	ランキング上位のマーク 47.9%	試用品が置いてある 43.8%
30代(n=151)	試用品が置いてある 49.7%	使用者のコメント 43.7%	キャッチコピー 43.0%
40代(n=164)	試用品が置いてある 53.0%	キャッチコピー 38.4%	使用者のコメント 33.5%
50代(n=112)	試用品が置いてある 53.6%	キャッチコピー 29.5%	使用者のコメント 25.9%
60代以上(n=62)	試用品が置いてある 67.7%	お得なキャンペーン 35.5%	キャッチコピー 25.8%

【調査概要】期間：2019.7.3～7.7 / サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふあんWeb」「シティリビングWeb」でのアンケート / 調査対象：全国の女性 / 集計数：1499人
 【回答者プロフィール】20代以下6.9% 30代26.0% 40代30.7% 50代23.7% 60代以上12.7% / フルタイムワーク33.2% パート・アルバイトワーク26.0% 専業主婦33.9% そのほか7.0% / 既婚74.4% 独身25.6% / 子どもがいる61.2% いない38.8% データは小数点2位以下四捨五入

詳細レポートはリビングくらしHOW研究所サイトで公開 <https://www.kurashihow.co.jp/markets/15292/>
 日々、Facebookで女性とくらしのミニデータを更新中 <https://www.facebook.com/kurashiHOW/>

■ 本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社リビングくらしHOW研究所 担当：島本

TEL：03-5216-9420

FAX：03-5216-9430

E-mail：info@kurashihow.co.jp