

# 調査報告書



2024年12月

## 美容センサス2024年下期 《美容意識・購買行動編》 資料編（詳細版）

### 「15～69歳男女の美容意識とコスメ購買行動」

株式会社リクルート

ホットペッパービューティーアカデミー  
<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>

本件に関するお問い合わせ先  
<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

※ 出版・印刷物、WEB等へデータ転載される際には、「(株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー調べ」と明記していただきますようお願い申し上げます。

# 目次 《美容意識・購買行動編》

調査概要	4
------	---

サマリー	6
------	---

詳細データ	18
-------	----

## 〔美容意識・購買行動〕

### (1) 美容意識

・【女性】ポイント別改善・維持意向（お金・時間を使いたいか）	19
・【男性】ポイント別改善・維持意向（お金・時間を使いたいか）	20
・【女性】美容にお金・時間をかけたい理由《髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人》	21
・【男性】美容にお金・時間をかけたい理由《髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人》	22
・【女性】感じている具体的な悩み	23
・【男性】感じている具体的な悩み	25
・【男女】外見を今より良くすること・若さを保つことへの関心	27

### (2) コスメ購買行動

・【男女】美容に使う1カ月あたりの金額	28
・【男女】美容に使う金額の変化	29
・【男女】基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額	30
・【男女】基礎化粧品に使う金額の変化	31
・【男女】メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額	32
・【男女】メイクアイテムに使う金額の変化	33
・【女性】アイテム購入率	34
・【女性】アイテム購入率（ジャンル別）	36
・【男性】アイテム購入率	37
・【男性】アイテム購入率（ジャンル別）	39
・【男女】アイテム購入価格：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	40
・【男女】アイテム購入価格：メイクアイテム《各アイテムの購入者》	42
・【男女】アイテム購入価格：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	44
・【男女】アイテム購入個数：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	46
・【男女】アイテム購入個数：メイクアイテム《各アイテムの購入者》	48
・【男女】アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	50
・【男女】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	52
・【女性】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	54
・【男性】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	55
・【男女】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》	56
・【女性】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》	58
・【男性】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》	59
・【男女】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	60
・【女性】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	62
・【男性】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	63
・【男女】コスメの購入チャネル：基礎化粧品《1年以内購入者》	64
・【男女】コスメの購入チャネル：メイクアイテム《1年以内購入者》	65
・【男女】コスメの購入チャネル：化粧雑貨・ボディケア《1年以内購入者》	66

---

### (3) 美容サロンの利用

- 【男女】 美容サロンの利用状況 67
- 【男女】 検索サイトでの新サロンの探索《美容サロン利用者》 68
- 【男女】 新サロン検索時の写真重視度《新しい美容サロンを探した人》 69
- 【男女】 新サロン検索時の写真で重視すること《写真を重視する人》 70
- 【男女】 新サロン検索時の写真で最も重視すること《写真を重視する人》 71
- 【男女】 検索サイトブログの参考度合《新しい美容サロンを探した人》 72
- 【男女】 美容サロンを探す際に重視する記事《ブログを参考にする人》 73
- 【男女】 美容サロンを探さない時でも参考にする記事《ブログを参考にする人》 74
- 【男女】 検索サイトブログの記事評価\_必要な要素《ブログを参考にする人》 75
- 【男女】 支出が増えた施設《美容サロン利用者》 76
- 【男女】 支出が増えた施設《各美容サロン利用者》 77
- 【男女】 支出が増えても利用する理由《美容サロン利用者》 78

# 調査概要

## 調査目的

- 女性・男性それぞれの過去1年間における美容意識や購買行動の実態をとらえる

## 調査方法

- インターネットによるアンケート調査
  - 株式会社マーケティングアプリケーションズの「MApps Panel」を利用

## 調査対象

- 全国、人口20万人以上の都市に居住する15～69歳の男女1万3,200人
  - 女性・男性 各6,600人
  - ※人口20万人以上の都市の人口比率によってエリアごとの割付数を決定
  - ※男女それぞれ、年齢5歳刻みで均等割付（エリアと年代による割付数詳細は下記の数表を参照）

### ■2024年下期調査 エリア別 割付数（数字はサンプル数）

		合計	北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州	(人)									
		サンプル	道	道	圏	圏	圏	国	州	合計	北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州		
				23区外	東京23区	甲信越	（静岡含む）												
女性	女性全体	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627								
	15～19歳	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57								
	20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
男性	男性全体	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627								
	15～19歳	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57								
	20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								
	60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114								

## 調査実施期間

- 2024年8月6日（火）～ 8月20日（火）
- ※時系列データ：比較対象の調査の実施期間と調査対象は以下の通り

調査年	調査実施期間	調査対象	
		女性	男性
2023年	8月3日（木）～ 8月13日（日）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2022年	8月10日（水）～ 8月19日（金）		
2021年	8月13日（金）～ 8月20日（金）		
2020年	8月14日（金）～ 8月21日（金）		

## 調査実施機関

- 株式会社アンド・ディ

## 報告書を見る際の注意点

※図表内の%の値は小数第2位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

# 調査概要

## 集計方法およびスコア・サンプル数表示の変更について

2024年調査より従来の集計方法を見直し、人口統計比率に合わせた集計（ウェイトバック集計）に変更しました。これに伴い、2020年～2023年のデータも時系列比較が行えるように、今回と同様の集計方法で再集計しました。

### ■ウェイトバック集計について（2023年調査までは実数集計）

実際に回収したサンプル数を人口統計の性年代別比率に合わせるウェイトバック集計（以降WBと記載）をしています。また、全体・年代別などの各区分のサンプル数は全てWB後のサンプル数（人口統計比率に合わせたサンプル数）を表示しています。

WBに使用した人口統計は、「各調査年の前年（平成31年～令和5年）1月1日住民基本台帳年齢階級別人口（市区町村別）」における「人口20万人以上の都市の男女・年代別人口（10歳区分）」（ただし、15～19歳のみ5歳区分の人口を使用）。

各調査年のWB前サンプル数（実際に回収したサンプル数）、WB後サンプル数（人口統計比率に合わせたサンプル数）は以下の通りです。

#### ■WB前サンプル数：実際に回収したサンプル数

2020～2024年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	600	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	6,600
男性	600	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	6,600

（人）

#### ■WB後サンプル数：人口統計比率に合わせたサンプル数

2024年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	421	1,076	1,149	1,419	1,428	1,108	6,600
男性	435	1,093	1,167	1,424	1,424	1,056	6,600

（人）

2023年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	420	1,062	1,164	1,455	1,383	1,115	6,600
男性	434	1,079	1,182	1,463	1,382	1,061	6,600

（人）

2022年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	423	1,060	1,177	1,482	1,330	1,129	6,600
男性	437	1,080	1,195	1,490	1,329	1,069	6,600

（人）

2021年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	430	1,051	1,189	1,497	1,281	1,152	6,600
男性	445	1,072	1,207	1,506	1,281	1,089	6,600

（人）

2020年	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	合計
女性	429	1,033	1,202	1,503	1,235	1,197	6,600
男性	445	1,055	1,221	1,516	1,236	1,127	6,600

（人）

※回答者条件が限定されている設問においても、上記ルールに基づいてWBをしています。

※WB前サンプル数が30以下の場合、WB後サンプル数が30を超えても参考値（斜体グレー表示）になります。

一方、WB前サンプル数が30を超えた場合は、WB後サンプル数が30以下でも参考値にはなりません。

---

# サマリー

## [美容意識・購買行動]サマリー

### 1. お金や時間を使いたい部位

女性全体で1位となったのは「髪型」だが、若年層（15～19歳、20代）では「体毛（ムダ毛）」が最も重視されている。一方、男性全体は「体臭・口臭」が1位となり、清潔感への意識が高いことがうかがえる。男性の15～19歳、20代においては「髪型」が1位で、若年層においては外見のスタイリングが関心の高い分野であることが見て取れる。

#### ■お金や時間を使いたい部位：「そう思う・計」※（各単一回答）

※「とてもそう思う」+「まあそう思う」

(%)

【女性】

	女性全体 (n=6,600)	年代別					
		15～19歳 (n= 421)	20代 (n=1,076)	30代 (n=1,149)	40代 (n=1,419)	50代 (n=1,428)	60代 (n=1,108)
髪型	56.3	71.5	58.6	57.1	52.3	52.9	56.8
顔の肌質	53.5	74.3	60.5	56.5	53.3	45.8	46.2
髪質	51.8	73.0	60.0	56.8	50.3	44.0	42.5
体型（全体のバランス）	44.6	60.2	50.9	50.1	45.5	37.5	35.1
体臭・口臭	44.1	66.8	56.3	50.8	44.8	35.9	26.3
顔のパーツ（目・鼻・歯など）	41.9	62.2	54.0	48.1	40.3	32.3	30.4
体毛（ムダ毛）	41.5	75.8	62.1	51.5	41.3	28.4	15.2
顔の毛まわり（眉毛・まつげ）	41.4	67.2	55.3	47.1	37.5	30.8	30.8
髪量	38.7	50.7	44.9	41.1	36.8	33.9	34.0
体の肌質	37.7	58.7	49.4	44.3	35.9	28.3	25.8
体のパーツ（腕・脚・首など）	35.6	55.8	44.5	40.5	36.3	26.8	24.6
手・指先・ネイル	32.9	55.7	45.4	36.6	30.4	25.1	21.7

※全体各年代において 1位 2～3位 4～5位

※「女性全体」で降順ソート

(%)

【男性】

	男性全体 (n=6,600)	年代別					
		15～19歳 (n= 435)	20代 (n=1,093)	30代 (n=1,167)	40代 (n=1,424)	50代 (n=1,424)	60代 (n=1,056)
体臭・口臭	35.7	50.7	44.6	41.6	34.5	28.9	24.4
髪型	33.9	55.5	47.1	39.0	33.3	24.3	19.7
髪量	30.3	37.5	36.3	33.8	31.0	25.5	22.9
体型（全体のバランス）	30.2	37.3	36.8	33.8	29.6	26.8	22.1
顔の肌質	28.6	48.7	40.1	33.6	28.4	19.2	16.0
髪質	27.6	46.2	39.4	31.8	28.4	18.9	13.5
体毛（ムダ毛）	26.8	52.3	40.5	33.8	26.3	16.5	9.0
顔の毛まわり（ひげ・鼻毛）	26.4	46.3	37.3	33.2	25.1	17.0	14.0
顔のパーツ（目・鼻・歯など）	23.6	40.2	32.9	28.2	23.0	15.6	13.6
顔の毛まわり（眉毛・まつげ）	22.5	41.8	34.4	26.9	21.8	12.6	11.4
体の肌質	22.0	38.5	33.0	27.9	20.3	13.8	10.5
体のパーツ（腕・脚・首など）	18.7	31.8	27.8	23.8	18.0	12.3	8.0
手・指先・ネイル	13.8	27.0	24.8	18.6	12.0	6.3	4.6

※全体各年代において 1位 2～3位 4～5位

※「男性全体」で降順ソート

## [美容意識・購買行動]サマリー

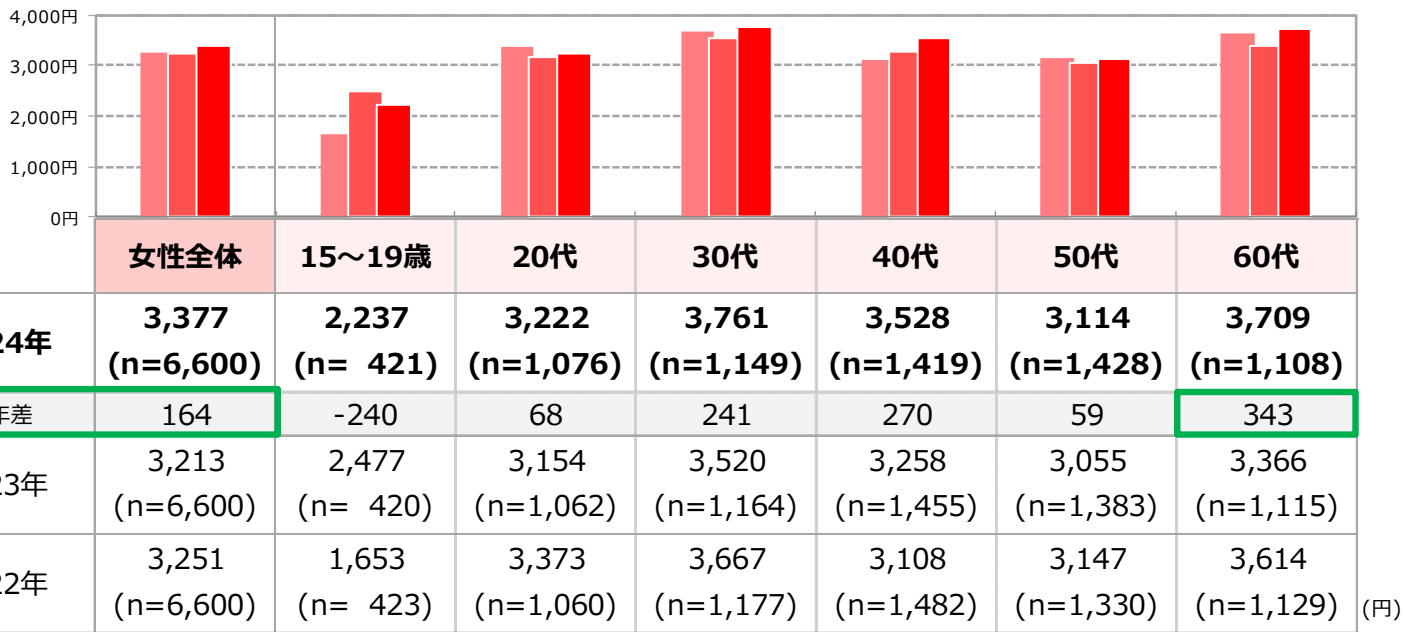
### 2. 基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額

女性全体は前年から164円上昇し、特に60代は343円と大幅に上昇。

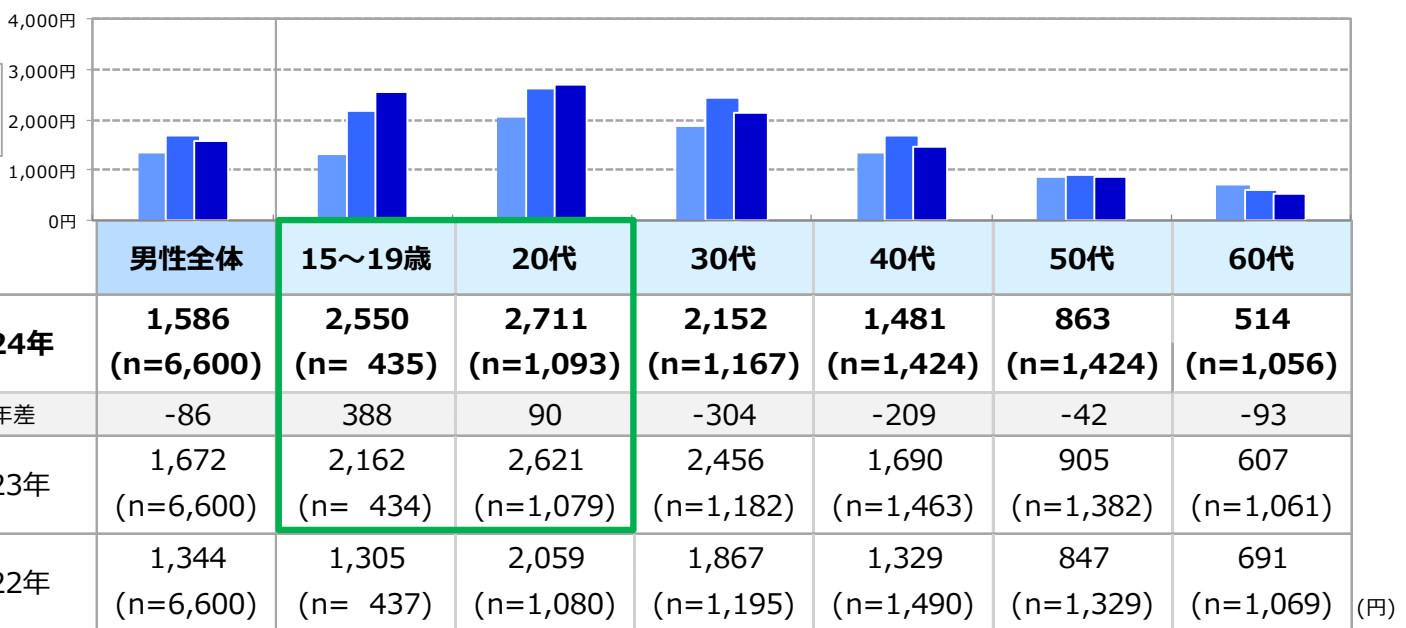
一方、男性全体の支出は前年からほぼ横ばいであるが、20代以下では2年連続で上昇傾向が見られる。

#### ■基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（単一回答）

【女性】



【男性】



※ 平均金額の算出方法：回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。ただし、選択肢の最高価格帯（5万円）のみ表示した金額をそのまま用いている。



## [美容意識・購買行動]サマリー

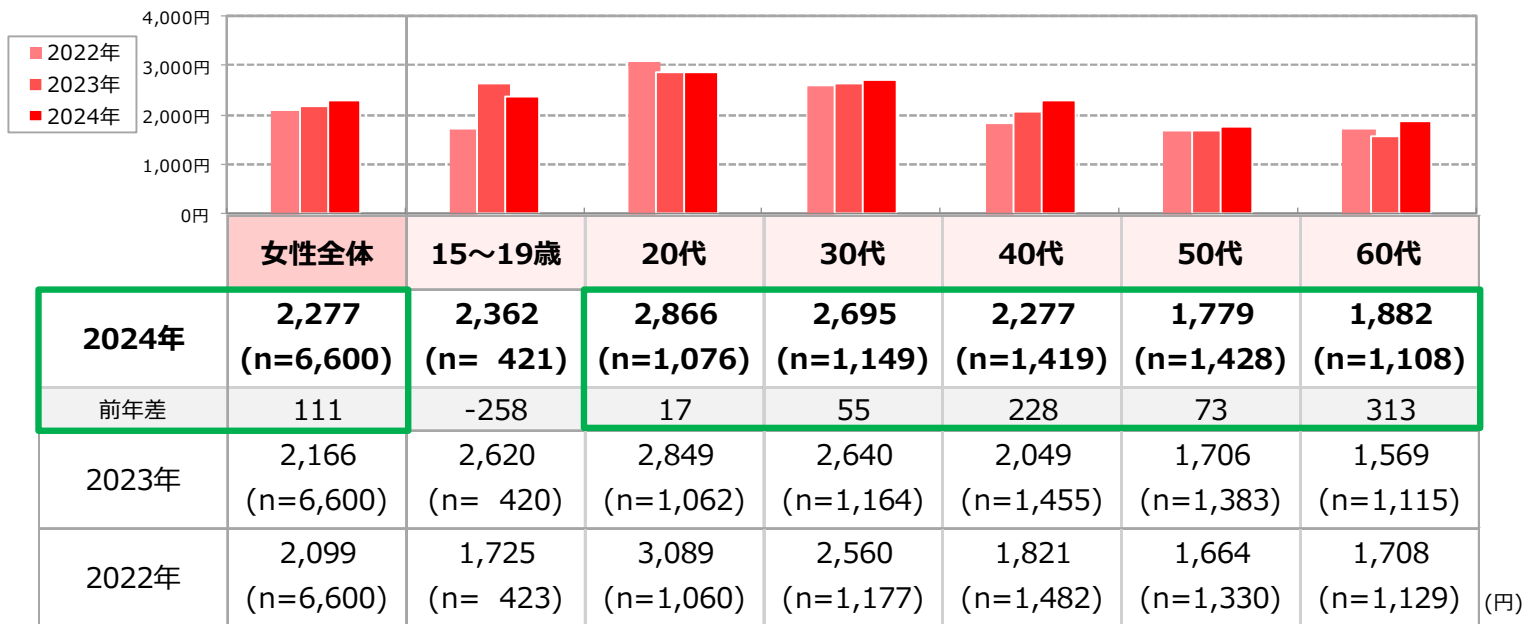
### 3. メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額

女性全体は前年から111円上昇し、20～60代で金額が増加した。特に60代は前年からの伸び幅が他の年代を大きく上回っている。また、40代は2年連続で増加傾向が見られる。

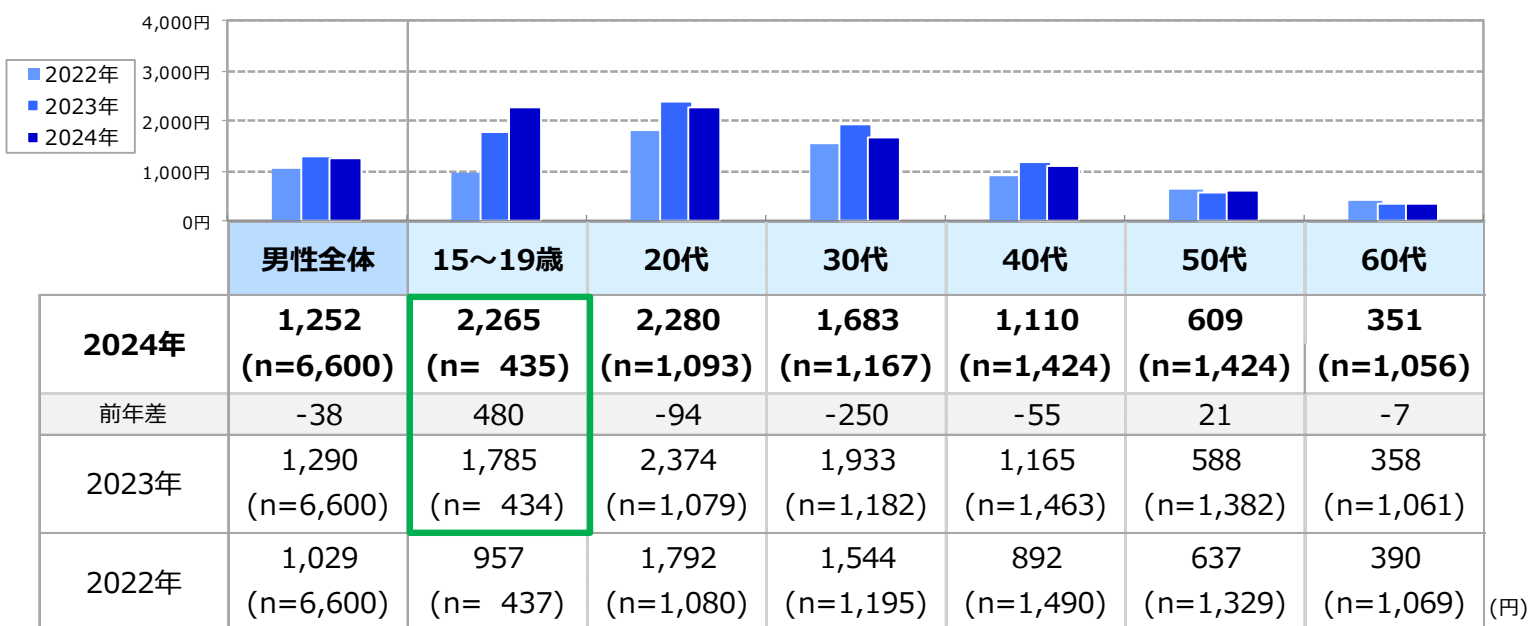
一方、男性全体の支出は前年からほぼ横ばいであるが、15～19歳は前年より480円増加し、2年連続で上昇している。

#### ■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（単一回答）

【女性】



【男性】



※ 平均金額の算出方法：回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。ただし、選択肢の最高価格帯（5万円）のみ表示した金額をそのまま用いている。

# [美容意識・購買行動]サマリー

## 4. 【女性】メイクアイテム購入率

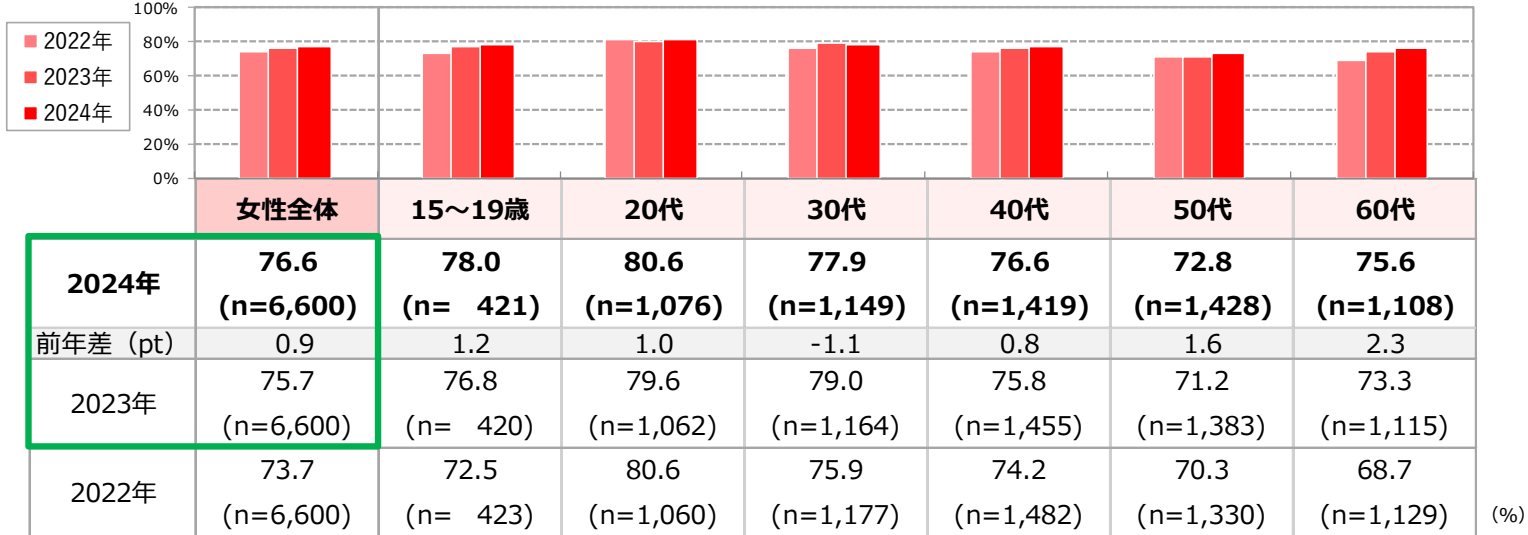
メイクアイテムの購入率は、女性全体で2年連続で増加している。

アイテム別の購入率は、全体的に前年から上昇傾向が見られ、中でも「口紅・グロス」の伸びが顕著である。年代別では、全体の1位が「ファンデーション」である一方、15～19歳は「口紅・グロス」、20代は「アイブロウ（眉マスカラを含む）」がそれぞれトップとなっている。

### ■メイクアイテム購入率※（各単一回答）

※ 1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【女性】



### ■メイクアイテム別の購入率※（各単一回答）

※ 1年以内に各メイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【女性】

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイブロウ (眉マスカラを含む)	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
女性全体	2024年 (n=6,600)	44.8	27.1	54.3	40.6	52.0	41.8	38.2	36.3	42.8	28.0	17.4
	2023年 (n=6,600)	43.0	25.7	52.8	38.2	52.0	41.0	37.8	36.0	36.7	24.8	16.2
	前年差(pt)	1.8	1.4	1.5	2.4	0.0	0.8	0.4	0.3	6.1	3.2	1.2
15～19歳	2024年 (n= 421)	49.2	45.2	44.2	55.8	48.3	56.3	57.2	53.8	63.3	39.8	40.3
	2023年 (n= 420)	45.0	45.3	43.5	53.2	51.8	60.2	58.3	53.8	57.7	32.3	34.3
	前年差(pt)	4.2	-0.1	0.7	2.6	-3.5	-3.9	-1.1	0.0	5.6	7.5	6.0
20代	2024年 (n=1,076)	52.2	35.8	52.3	48.3	57.8	50.3	50.8	47.8	56.1	34.2	32.0
	2023年 (n=1,062)	53.9	39.3	53.1	47.8	58.4	52.7	52.2	47.3	50.8	32.6	31.3
	前年差(pt)	-1.7	-3.5	-0.8	0.5	-0.6	-2.4	-1.4	0.5	5.3	1.6	0.7
30代	2024年 (n=1,149)	51.2	31.4	55.1	44.3	54.4	48.4	45.8	44.3	43.9	34.1	21.9
	2023年 (n=1,164)	51.0	27.8	52.8	43.2	55.3	48.1	45.6	43.1	38.0	30.1	21.6
	前年差(pt)	0.2	3.6	2.3	1.1	-0.9	0.3	0.2	1.2	5.9	4.0	0.3
40代	2024年 (n=1,419)	44.7	26.3	55.4	40.3	54.3	42.0	36.2	36.6	35.7	27.2	13.3
	2023年 (n=1,455)	42.2	23.4	55.4	35.8	53.4	39.5	35.6	36.4	31.8	22.8	11.7
	前年差(pt)	2.5	2.9	0.0	4.5	0.9	2.5	0.6	0.2	3.9	4.4	1.6
50代	2024年 (n=1,428)	40.1	21.1	55.5	34.2	48.5	33.7	28.8	25.6	37.9	21.5	8.1
	2023年 (n=1,383)	37.5	19.9	52.6	30.7	47.8	32.0	26.8	26.3	30.0	19.2	7.3
	前年差(pt)	2.6	1.2	2.9	3.5	0.7	1.7	2.0	-0.7	7.9	2.3	0.8
60代	2024年 (n=1,108)	35.5	15.9	56.1	31.9	46.8	31.2	25.3	23.8	36.7	20.4	7.2
	2023年 (n=1,115)	31.6	13.2	52.9	30.6	46.2	28.1	25.0	22.5	28.4	18.6	6.5
	前年差(pt)	3.9	2.7	3.2	1.3	0.6	3.1	0.3	1.3	8.3	1.8	0.7

※女性全体、各年代において

1位 2位

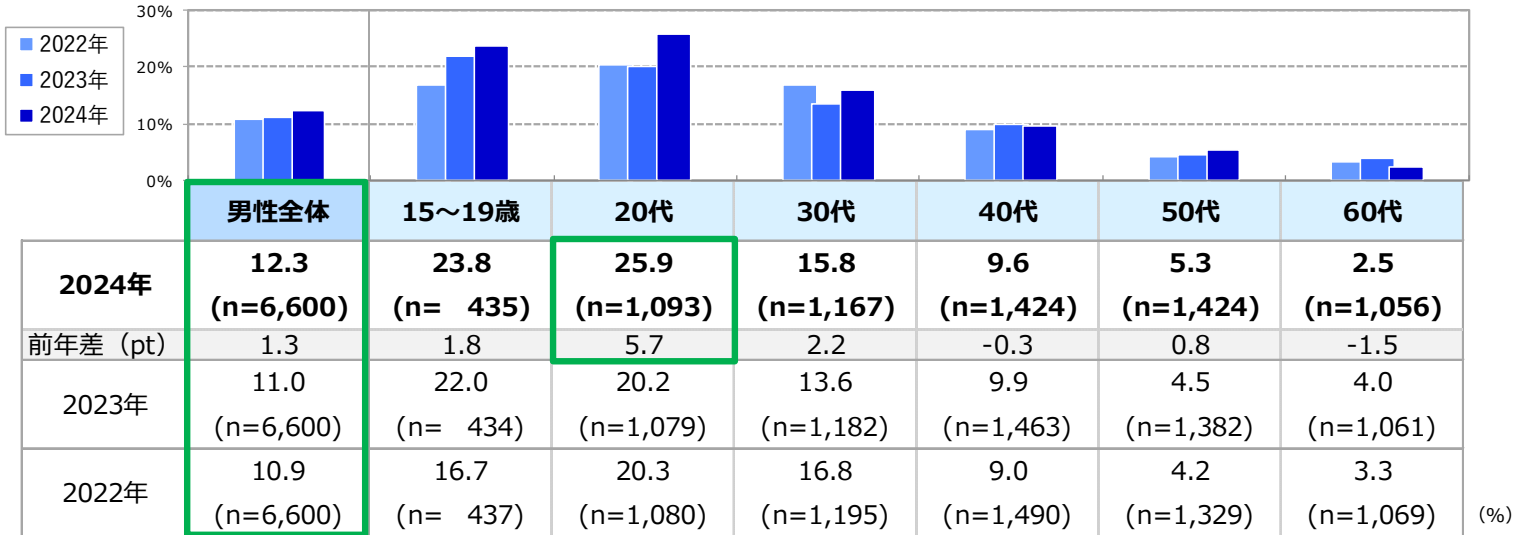
5. 【男性】メイクアイテム購入率

メイクアイテムの購入率は、男性全体で2年連続の増加となり、特に20代で購入率が最も高く、前年から5.7ポイント増加した。アイテム別の購入率では、全体的に増加傾向。15～19歳、20代は、各アイテムの前年からの増加幅が他の年代に比べて高い。

■メイクアイテム購入率※（各単一回答）

※ 1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【男性】



■メイクアイテム別の購入率※（各単一回答）

※ 1年以内に各メイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【男性】

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイブロウ (眉マスカラを含む)	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
男性全体	2024年 (n=6,600)	8.0	7.3	7.9	7.2	6.9	6.5	6.3	6.4	6.5	6.3	6.2
	2023年 (n=6,600)	6.7	6.5	6.7	6.2	5.9	5.7	5.6	5.1	5.6	5.2	5.2
	前年差(pt)	1.3	0.8	1.2	1.0	1.0	0.8	0.7	1.3	0.9	1.1	1.0
15～19歳	2024年 (n= 435)	17.8	18.7	16.7	17.0	16.7	16.2	16.2	16.3	16.7	16.0	16.2
	2023年 (n= 434)	15.0	14.8	13.7	13.5	13.2	13.8	11.8	12.5	12.8	10.7	11.0
	前年差(pt)	2.8	3.9	3.0	3.5	3.5	2.4	4.4	3.8	3.9	5.3	5.2
20代	2024年 (n=1,093)	17.4	16.8	17.7	16.8	15.7	15.4	14.6	14.8	14.8	14.5	14.7
	2023年 (n=1,079)	12.9	12.9	12.1	13.0	11.7	11.3	11.8	10.3	11.0	10.7	10.3
	前年差(pt)	4.5	3.9	5.6	3.8	4.0	4.1	2.8	4.5	3.8	3.8	4.4
30代	2024年 (n=1,167)	11.2	9.8	11.0	9.8	9.5	8.6	8.4	9.0	8.9	8.8	8.2
	2023年 (n=1,182)	8.8	7.8	9.3	8.4	7.4	7.8	7.2	6.8	7.3	7.3	6.9
	前年差(pt)	2.4	2.0	1.7	1.4	2.1	0.8	1.2	2.2	1.6	1.5	1.3
40代	2024年 (n=1,424)	5.4	4.5	5.1	4.1	4.3	3.8	3.7	3.5	3.8	3.8	3.8
	2023年 (n=1,463)	6.0	5.7	6.2	4.7	4.8	4.4	4.5	4.2	4.8	4.3	4.7
	前年差(pt)	-0.6	-1.2	-1.1	-0.6	-0.5	-0.6	-0.8	-0.7	-1.0	-0.5	-0.9
50代	2024年 (n=1,424)	2.5	2.2	2.8	2.5	2.1	1.8	1.8	1.8	1.9	1.8	1.7
	2023年 (n=1,382)	2.3	2.3	2.5	2.0	2.3	1.8	2.2	1.7	1.8	1.7	1.8
	前年差(pt)	0.2	-0.1	0.3	0.5	-0.2	0.0	-0.4	0.1	0.1	0.1	-0.1
60代	2024年 (n=1,056)	1.3	1.0	1.3	1.1	0.9	0.8	0.7	1.1	0.8	0.6	0.8
	2023年 (n=1,061)	1.7	1.4	1.8	1.2	1.4	1.3	1.3	0.9	1.3	0.8	0.9
	前年差(pt)	-0.4	-0.4	-0.5	-0.1	-0.5	-0.5	-0.6	0.2	-0.5	-0.2	-0.1

※男性全体、各年代において

1位 2位

## [美容意識・購買行動]サマリー

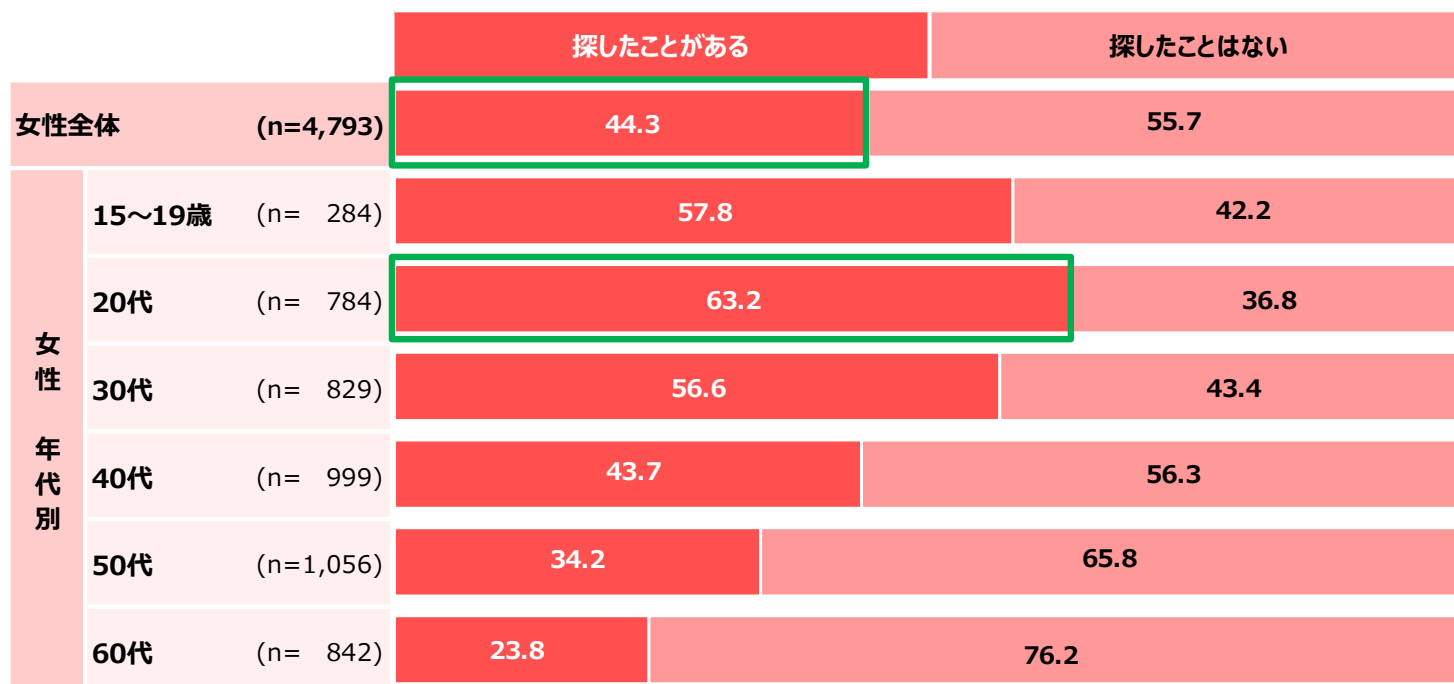
### 6. 「サロン検索サイト」での新サロンの探索

男女ともに、検索サイトを利用して新たに美容サロンを「探したことがある」割合は約4割。  
特に20代の割合が最も高く、他の年代に比べて新しいサロンの探索意欲が強い傾向が見られる。

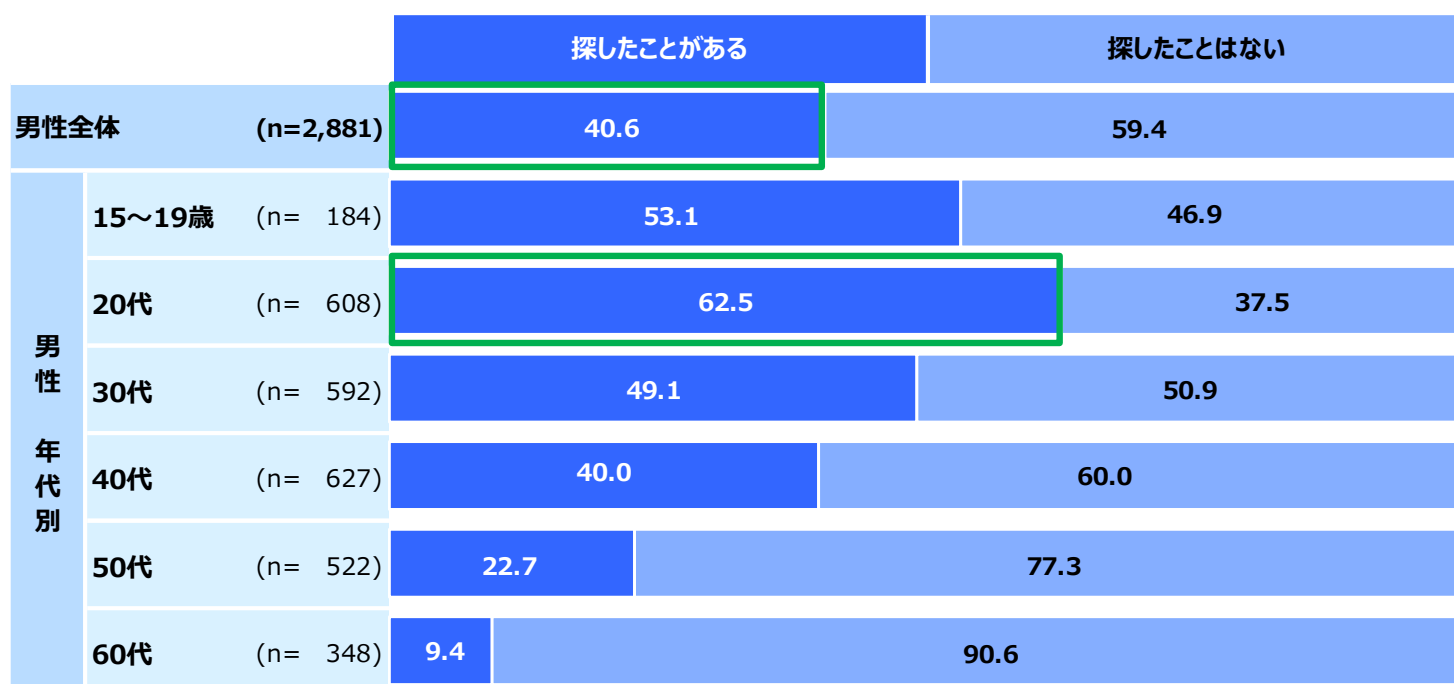
#### ■ 「サロン検索サイト」での新サロンの探索（美容サロン利用者※／単一回答）

※ ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンのいずれかの美容サロンを利用している人

【女性】 (％)



【男性】 (％)

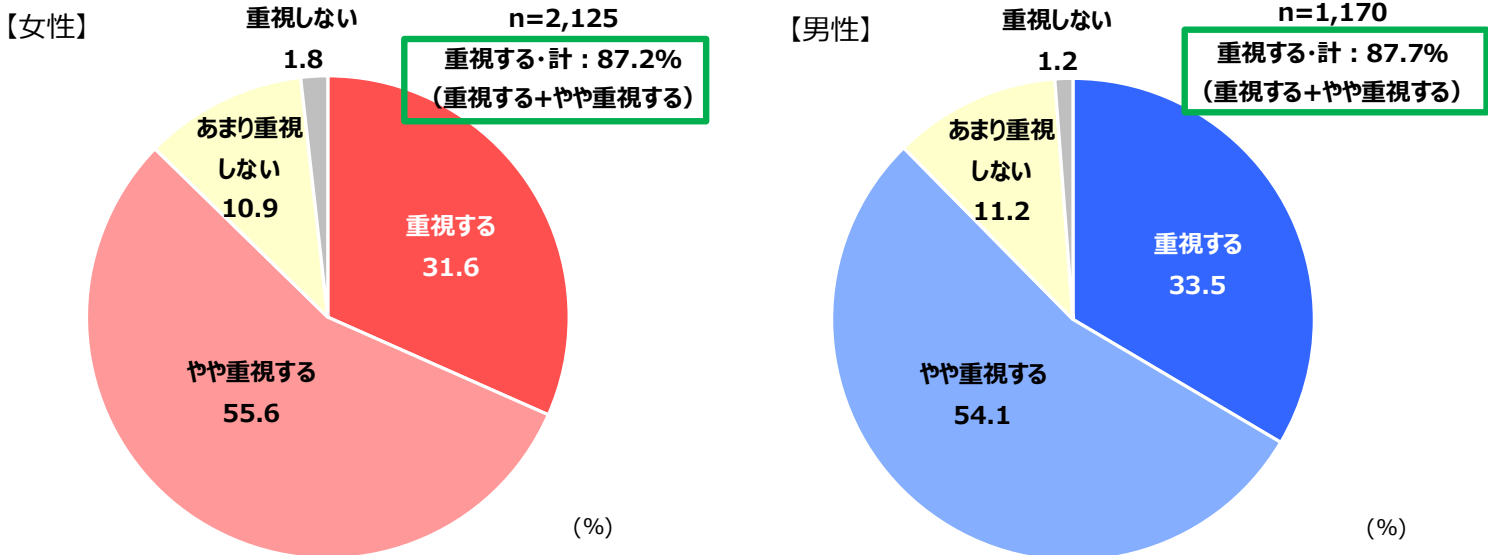


7. 「サロン検索サイト」での新サロン検索

新しいサロンを検索する際、男女共に約9割が写真を重視しており、特に「店内の様子分かる写真」が共通して最重要視されている。次に、女性は「施術（デザイン）写真」が重視されており、15～19歳はそのクオリティにこだわる傾向が強い。また、50代、60代の女性は「スタッフの写真」を重視する傾向にある。一方、男性は30代までは「施術（デザイン）写真の数」を重視し、40代、50代になると「サロンの外観写真」を重視する傾向が見られる。

■ 「サロン検索サイト」での新サロン検索時の写真重視度（新しい美容サロンを探した人※／単一回答）

※ 美容サロン利用者のうち、「検索サイト」で新しい美容サロンを探した人



■ 「サロン検索サイト」での新サロン検索時の写真で重視すること（写真を重視する人※／複数回答）

※ 「サロン検索サイト」で新しい美容サロンを探すときに写真を重視する人

【女性】 (%)

順位	新サロン検索時の写真で重視すること (トップ5)	女性全体 (n=1,854)	女性 年代別					
			15~19歳 (n= 148)	20代 (n= 435)	30代 (n= 417)	40代 (n= 385)	50代 (n= 300)	60代 (n= 169)
1位	店内の様子分かる写真	58.3	50.7	44.7	55.0	62.3	72.6	72.7
2位	施術（デザイン）写真の数	42.3	45.5	42.1	44.3	41.7	42.9	35.5
3位	施術（デザイン）写真のクオリティ	37.1	51.7	40.6	37.8	28.5	37.7	31.1
4位	サロンの外観写真	35.8	25.6	26.6	35.1	40.2	44.8	44.3
5位	スタッフの写真	35.3	24.6	25.4	31.7	38.0	50.4	45.9

※「女性全体」で降順ソート

※全体、各年代において

1位 2位 3位

【男性】 (%)

順位	新サロン検索時の写真で重視すること (トップ5)	男性全体 (n=1,026)	男性 年代別					
			15~19歳 (n= 84)	20代 (n= 332)	30代 (n= 259)	40代 (n= 222)	50代 (n= 102)	60代 (n= 26)
1位	店内の様子分かる写真	47.3	43.1	44.1	43.2	51.3	58.1	63.3
2位	サロンの外観写真	33.5	32.8	28.5	35.7	35.8	39.5	36.7
3位	施術（デザイン）写真の数	33.3	37.1	30.1	37.6	29.4	37.2	40.0
4位	施術（デザイン）写真のクオリティ	28.1	25.9	27.9	27.1	28.9	30.2	33.3
4位	スタッフの写真	28.1	27.6	22.7	25.6	33.7	39.5	30.0

※「男性全体」で降順ソート

※全体、各年代において

1位 2位 3位

※WB前n = 30以下の年代は、スコアをグレー斜体表示にしている

## [美容意識・購買行動]サマリー

### 8. 「サロン検索サイト」ブログの参考度

女性は約8割、男性は約9割が検索サイトのブログを参考にしており、男性の方が女性よりも参考にする傾向が強い。また、男女共に15～19歳が最もブログを参考に行っている割合が高い。

#### ■ 「サロン検索サイト」ブログの参考度（新しい美容サロンを探した人※／単一回答）

※ 美容サロン利用者のうち、「検索サイト」で新しい美容サロンを探した人

【女性】

		参考にする・計			参考にしない	参考にする・計 (%)
		参考にする	時々参考にする	たまに参考にする		
女性全体	(n=2,125)	20.9	38.2	19.3	21.6	78.4
女性 年代別	15～19歳 (n= 164)	32.1	35.9	19.2	12.8	87.2
	20代 (n= 495)	24.5	40.0	15.6	19.9	80.1
	30代 (n= 469)	22.7	40.4	15.5	21.4	78.6
	40代 (n= 436)	18.7	36.3	21.4	23.6	76.4
	50代 (n= 361)	14.5	39.6	18.5	27.4	72.6
	60代 (n= 200)	15.2	31.8	34.1	18.9	81.1

【男性】

		参考にする・計			参考にしない	参考にする・計 (%)
		参考にする	時々参考にする	たまに参考にする		
男性全体	(n=1,170)	29.6	44.4	15.2	10.8	89.2
男性 年代別	15～19歳 (n= 98)	34.1	43.7	15.6	6.7	93.3
	20代 (n= 380)	28.8	46.8	15.8	8.6	91.4
	30代 (n= 291)	26.8	50.2	13.0	10.0	90.0
	40代 (n= 250)	34.1	39.8	12.3	13.7	86.3
	50代 (n= 119)	27.0	34.0	22.0	17.0	83.0
	60代 (n= 33)	24.3	43.2	24.3	8.1	91.9

9. 「サロン検索サイト」のサロンページのブログで重要な要素

女性は全ての年代で「写真つきで分かりやすい」が最も重視されている。一方、男性全体でも「写真つきで分かりやすい」が1位だが、年代別にみると、30代では「施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある」が1位に、40代では「スタッフの性格・人柄が分かる」が1位となっている。

■ 「サロン検索サイト」のサロンページのブログで重要な要素（ブログを参考にする人※／複数回答）

※ 「サロン検索サイト」で新しい美容サロンを探す際に、ブログを参考にする人

(%)

【女性】	順位	「サロン検索サイト」のサロンページのブログで重要な要素（トップ10）	女性全体 (n=1,666)	女性 年代別					
				15~19歳 (n= 143)	20代 (n= 396)	30代 (n= 368)	40代 (n= 333)	50代 (n= 262)	60代 (n= 162)
	1位	写真つきで分かりやすい	44.9	45.1	39.8	47.5	41.5	55.0	42.0
	2位	スタッフの性格・人柄が分かる	35.4	35.3	31.4	34.3	36.5	40.9	36.9
	3位	施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある	34.9	36.3	29.4	33.8	37.6	36.8	41.5
	4位	サロンの重視していること（方針）やお客様への思いが分かる	27.7	27.9	23.8	24.7	30.1	26.4	40.9
	5位	長すぎず読みやすい	25.8	29.4	22.6	25.7	24.8	28.6	28.4
	6位	美容感度の高さが感じられる	23.6	27.0	21.7	22.3	20.9	29.1	25.6
	7位	新しい記事が多い・定期的に更新される	21.6	21.1	19.5	19.2	22.3	24.5	26.7
	8位	来店しているお客さまの様子が分かる	21.3	26.5	18.6	18.7	23.0	25.9	18.8
	9位	サロンで販売している商品の詳しい説明がある	13.9	12.3	13.8	15.6	15.6	11.4	11.9
	10位	記事の数が多	10.1	8.8	10.6	12.5	11.0	6.8	8.0

※「女性全体」で降順ソート

1位 2位 3位

(%)

【男性】	順位	「サロン検索サイト」のサロンページのブログで重要な要素（トップ10）	男性全体 (n=1,044)	男性 年代別					
				15~19歳 (n= 91)	20代 (n= 347)	30代 (n= 262)	40代 (n= 216)	50代 (n= 99)	60代 (n= 30)
	1位	写真つきで分かりやすい	34.1	33.3	30.4	32.3	36.8	41.0	50.0
	2位	施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある	30.3	30.2	30.2	32.7	28.6	28.9	26.5
	3位	スタッフの性格・人柄が分かる	30.2	27.8	27.3	27.5	38.5	30.1	35.3
	4位	サロンの重視していること（方針）やお客様への思いが分かる	26.4	25.4	22.0	27.9	34.6	16.9	41.2
	5位	美容感度の高さが感じられる	25.0	22.2	23.6	25.7	31.3	19.3	17.6
	6位	長すぎず読みやすい	24.3	22.2	20.5	25.7	24.7	32.5	35.3
	7位	新しい記事が多い・定期的に更新される	23.7	21.4	22.6	23.0	26.4	24.1	26.5
	8位	来店しているお客さまの様子が分かる	21.6	17.5	24.1	16.0	21.4	30.1	23.5
	9位	記事の数が多	18.6	15.1	16.5	23.8	17.0	19.3	14.7
	9位	サロンで販売している商品の詳しい説明がある	18.6	16.7	16.5	18.2	22.5	24.1	5.9

※「男性全体」で降順ソート

1位 2位 3位

## [美容意識・購買行動]サマリー

### 10. サロン利用者別の支出増加率

各美容サロン利用者ベースで見ると、女性は「エステサロン」と「アイビューティーサロン」で4割以上が支出増加を感じている。一方、男性は「アイビューティーサロン」で6割以上が支出増加を感じている。

#### ■サロン利用者別の支出増加率※1（各美容サロン利用者※2／複数回答）

※1 1年以内に利用した美容サロンの中で、以前よりも支出が増えたと思う施設

※2 ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンのいずれかの美容サロンを利用している人

【女性】

順位	サロン利用者別の支出増加率	n	女性全体
1位	エステサロン	(n= 398)	42.5
2位	アイビューティーサロン	(n= 644)	41.3
3位	ネイルサロン	(n= 475)	39.4
4位	リラクゼーションサロン	(n= 644)	39.0
5位	ヘアサロン (美容室・理容室)	(n=4,546)	32.6

※「女性全体」で降順ソート

【男性】

順位	サロン利用者別の支出増加率	n	男性全体
1位	アイビューティーサロン	(n= 230)	64.8
2位	ネイルサロン	(n= 171)	59.6
3位	リラクゼーションサロン	(n= 514)	56.4
4位	エステサロン	(n= 221)	48.9
5位	ヘアサロン (美容室・理容室)	(n=2,443)	33.9

※「男性全体」で降順ソート



## [美容意識・購買行動]サマリー

### 11. 支出が増えても利用する理由

女性全体では「自宅から近い、通いやすい場所にある」と「スタッフの技術が高い」が上位にランクイン。年代別には15～19歳では「スタッフの接客が良い」が1位、20代では「自分が受けたメニュー・サービスがある」が1位。男性は「自宅から近い・通いやすい場所にある」と「都合よい時間に利用できる」が上位に位置しており、利便性が利用理由として重視されている。一方、20代では「スタッフの接客が良い」が1位。

#### ■支出が増えても利用する理由（美容サロン利用者※／複数回答）

※ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンのいずれかの美容サロンを利用している人

【女性】

順位	支出が増えても利用する理由 (トップ10)	女性全体 (n=4,793)	女性 年代別					
			15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代
			(n= 284)	(n= 784)	(n= 829)	(n= 999)	(n=1,056)	(n= 842)
1位	自宅から近い、通いやすい場所にある	43.1	34.8	32.3	38.1	41.7	48.7	55.4
2位	スタッフの技術が高い	37.4	36.3	29.6	37.9	36.7	39.8	42.5
3位	自分が受けたメニュー・サービスがある	32.8	35.1	36.0	37.2	31.8	33.3	25.2
4位	スタッフの接客が良い	31.7	37.8	30.0	28.9	32.2	32.8	32.1
5位	都合よい時間に利用できる	30.6	21.7	25.7	31.6	30.5	33.5	33.8
6位	予約が取りやすい	27.3	26.9	26.9	31.2	28.3	24.9	25.7
7位	費用対効果が良い	26.3	17.3	21.7	26.1	27.6	29.0	29.1
8位	ネット予約ができる	22.8	25.2	24.0	27.7	24.1	20.0	18.1
9位	スタッフと親しい	16.0	24.4	14.4	15.2	12.8	15.0	20.5
10位	キャッシュレス対応・オンライン決済が可能	11.2	7.7	10.8	13.0	12.1	10.8	10.2

※「女性全体」で降順ソート

1位 2位 3位

【男性】

順位	支出が増えても利用する理由 (トップ10)	男性全体 (n=2,881)	男性 年代別					
			15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代
			(n= 184)	(n= 608)	(n= 592)	(n= 627)	(n= 522)	(n= 348)
1位	自宅から近い、通いやすい場所にある	38.4	36.2	28.6	34.6	37.7	45.5	53.9
2位	都合よい時間に利用できる	28.8	28.7	27.1	27.4	31.3	29.8	28.6
3位	スタッフの技術が高い	28.4	30.3	26.2	28.2	29.2	31.8	24.8
3位	スタッフの接客が良い	28.4	29.9	29.2	29.9	27.8	27.3	26.3
5位	費用対効果が良い	25.9	17.3	22.6	25.8	27.1	26.4	33.7
6位	自分が受けたメニュー・サービスがある	21.6	30.3	24.9	23.6	22.3	18.2	11.6
7位	予約が取りやすい	20.3	22.4	23.7	22.7	23.1	15.0	12.4
8位	スタッフと親しい	18.2	20.5	17.1	19.5	19.5	16.8	16.5
9位	ネット予約ができる	15.1	16.5	19.3	18.6	16.5	9.8	6.3
10位	キャッシュレス対応・オンライン決済が可能	10.0	11.0	12.0	12.5	10.2	7.5	4.8

※「男性全体」で降順ソート

1位 2位 3位

---

## 詳細データ

[美容意識・購買行動] (1) 美容意識

【女性】ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)

**女性が改善・維持のためにお金・時間を使いたいと思っているのは、1位「髪型」、2位「顔の肌質」、3位「髪質」。**

【女性】

- 「そう思う・計」のスコアは高い順に、1位「髪型」(56.3%)、2位「顔の肌質」(53.5%)、3位「髪質」(51.8%)。いずれも5割以上を示している。
- 2023年と比べると、「体の肌質」が4.8pt減。
- 年代別では、10~20代は「体毛(ムダ毛)」、30代・50~60代は「髪型」、40代は「顔の肌質」がトップ。

■ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)(全体/各単一回答)

Q.あなた自身の以下の項目の状態を改善・維持していくために、お金や時間を使いたいと思いますか。

(%)

	女性全体 (n=6,600)										
	そう思う・計					そう思う・計					
	とてもそう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2024年下期	2024年下期 2023年下期との差(pt)
髪型	15.2	41.0	23.5	12.2	8.1	58.9	54.9	57.3	55.4	56.3	0.9
髪質	16.8	35.0	27.0	12.0	9.2	51.9	49.9	51.0	52.2	51.8	-0.4
髪の量	11.1	27.6	34.4	15.6	11.4	39.8	37.4	38.1	38.5	38.7	0.2
顔の肌質	18.8	34.8	27.8	10.8	7.9	57.1	53.3	53.8	54.2	53.5	-0.7
顔の毛まわり(眉毛・まつげ)※1	12.3	29.1	32.8	15.3	10.5	40.2	40.4	41.5	40.9	41.4	0.5
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	13.5	28.4	33.1	13.9	11.1	43.2	42.3	41.7	40.7	41.9	1.2
手・指先・ネイル※2	9.8	23.1	33.2	19.5	14.4	36.2	35.6	36.1	35.1	32.9	-2.2
体のパーツ(腕・脚・首など)	10.0	25.6	35.6	16.4	12.4	39.9	38.5	37.6	36.8	35.6	-1.2
体型(全体のバランス)	15.0	29.6	32.2	12.8	10.3	49.9	46.9	46.9	45.5	44.6	-0.9
体の肌質※3	11.2	26.5	35.2	15.5	11.6	43.8	42.6	42.7	42.5	37.7	-4.8
体毛(ムダ毛)※3	14.1	27.4	30.9	15.1	12.5	43.8	42.6	42.7	42.5	41.5	-1.0
体臭・口臭	13.4	30.7	33.4	12.4	10.1	47.6	45.1	44.3	45.5	44.1	-1.4

※各年代、調査年において 1位 2~3位 4~5位 ※1:2023年まで女性のみ聴取 ※2:2023年まで「手・指先」

※3:2023年まで「体の肌質・体毛(ムダ毛)」。「体の肌質」「体毛(ムダ毛)」ともに、2023年までの数値は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」の数値

■ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)「そう思う・計」(全体/各単一回答)

Q.あなた自身の以下の項目の状態を改善・維持していくために、お金や時間を使いたいと思いますか。(「そう思う・計」=とてもそう思う+まあそう思う)

(%)

	女性 年代別																													
	15~19歳				20代				30代				40代				50代				60代									
	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期	2020年下期	2021年下期	2022年下期	2023年下期						
髪型	71.8	68.0	73.0	66.8	71.5	63.7	61.5	59.8	56.3	58.6	61.1	55.8	60.7	56.5	57.1	54.3	51.2	52.8	51.6	52.3	56.4	50.7	54.3	52.9	56.2	52.4	54.8	55.3	56.8	
髪質	68.5	68.2	69.7	70.8	73.0	62.5	61.4	57.9	57.3	60.0	56.8	54.8	56.3	56.6	56.8	49.2	48.5	48.8	50.3	50.3	44.5	42.9	45.9	48.5	44.0	43.0	37.1	40.8	42.6	42.5
髪の量	52.5	50.7	49.8	52.8	50.7	46.0	46.0	44.3	43.4	44.9	45.3	38.8	42.8	43.9	41.1	36.9	36.6	34.5	36.0	36.8	33.7	32.0	34.7	34.3	33.9	34.7	30.3	31.6	31.1	34.0
顔の肌質	73.2	71.2	70.7	71.7	74.3	65.9	63.3	58.8	58.3	60.5	61.7	56.8	60.4	58.9	56.5	55.6	51.5	50.9	53.5	53.3	50.6	46.3	48.8	48.8	45.8	48.0	44.3	45.7	46.7	46.2
顔の毛まわり(眉毛・まつげ)※1	62.8	62.8	66.0	66.3	67.2	53.2	56.4	55.3	51.9	55.3	45.5	44.9	47.7	47.2	47.1	37.3	37.4	36.8	36.9	37.5	30.0	30.0	34.3	32.8	30.8	29.5	28.1	27.8	29.6	30.8
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	66.5	61.7	64.0	61.8	62.2	56.1	57.3	52.8	50.0	54.0	48.3	46.7	47.8	46.8	48.1	40.8	41.7	38.3	39.1	40.3	32.9	31.5	33.5	32.3	32.3	32.1	29.7	30.5	29.8	30.4
手・指先・ネイル※2	49.2	49.2	54.2	53.7	55.7	44.2	44.8	42.3	42.9	45.4	40.2	37.8	39.5	36.8	36.6	32.6	34.7	32.1	31.6	30.4	30.8	28.3	33.0	31.2	25.1	30.7	29.3	28.7	28.5	21.7
体のパーツ(腕・脚・首など)	61.2	55.2	59.2	55.2	55.8	52.0	50.0	45.0	45.3	44.5	43.5	44.1	44.7	42.2	40.5	37.5	38.0	34.3	35.8	36.3	33.4	28.4	30.7	29.7	26.8	28.0	27.8	27.4	26.5	24.6
体型(全体のバランス)	65.8	60.7	66.0	61.8	60.2	59.5	56.5	53.8	50.8	50.9	54.0	50.8	50.8	51.7	50.1	48.0	46.3	45.4	44.6	45.5	44.2	40.5	42.5	39.5	37.5	40.3	37.0	36.4	36.7	35.1
体の肌質※3	79.8	76.7	76.7	75.3	58.7	66.2	64.6	59.9	60.2	49.4	55.4	52.5	56.8	53.5	44.3	41.6	42.3	41.2	41.5	35.9	28.3	26.9	29.5	29.4	28.3	18.8	17.2	17.0	19.5	25.8
体毛(ムダ毛)※3	79.8	76.7	76.7	75.3	75.8	66.2	64.6	59.9	60.2	62.1	55.4	52.5	56.8	53.5	51.5	41.6	42.3	41.2	41.5	41.3	28.3	26.9	29.5	29.4	28.3	18.8	17.2	17.0	19.5	15.2
体臭・口臭	66.5	63.5	64.3	63.7	66.8	60.4	55.8	53.0	52.6	56.3	54.8	51.8	52.0	52.3	50.8	44.8	45.7	43.7	46.1	44.8	40.0	36.8	38.0	40.1	35.9	34.1	30.0	29.2	30.6	26.3

※各年代、調査年において 1位 2~3位 4~5位 ※1:2023年まで女性のみ聴取 ※2:2023年まで「手・指先」 ※3:2023年まで「体の肌質・体毛(ムダ毛)」。「体の肌質」「体毛(ムダ毛)」ともに、2023年までの数値は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」の数値

[美容意識・購買行動] (1) 美容意識

【男性】ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)

男性が改善・維持のためにお金・時間を使いたいと思っているのは、1位「体臭・口臭」、2位「髪型」、3位「髪の量」。

【男性】

- 「そう思う・計」のスコアは高い順に、1位「体臭・口臭」(35.7%)、2位「髪型」(33.9%)、3位「髪の量」(30.3%)。
- 2023年と比べると、減少している項目が多い。
- 年代別では、10~20代は「髪型」、30~60代は「体臭・口臭」がトップ。

■ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)(全体/各単一回答)

Q.あなた自身の以下の項目の状態を改善・維持していくために、お金や時間を使いたいと思いますか。

(%)

	男性全体 (n=6,600)										
	そう思う・計					そう思う・計					
	とてもそう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない	2020年下期 (n=6,600)	2021年下期 (n=6,600)	2022年下期 (n=6,600)	2023年下期 (n=6,600)	2024年下期 (n=6,600)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)
髪型	10.2	23.7	27.7	17.7	20.6	37.2	32.9	32.7	34.2	33.9	-0.3
髪質	7.7	19.9	30.6	18.8	23.0	29.1	26.7	26.8	27.5	27.6	0.1
髪の量	9.9	20.4	30.0	16.9	22.8	32.3	28.5	27.9	29.8	30.3	0.5
顔の肌質	9.1	19.5	31.7	17.5	22.2	31.8	28.0	27.6	29.7	28.6	-1.1
顔の毛まわり(眉毛・まつげ) ※1	6.4	16.0	33.8	18.8	25.0					22.5	
顔の毛まわり(ひげ・鼻毛) ※2	8.4	18.0	32.2	18.0	23.3	31.7	29.4	29.1	31.5	26.4	-5.1
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	7.2	16.3	33.4	17.7	25.3	26.1	23.3	23.2	25.5	23.6	-1.9
手・指先・ネイル ※3	3.8	10.0	30.9	21.8	33.4	18.2	17.4	17.0	18.8	13.8	-5.0
体のパーツ(腕・脚・首など)	5.7	13.0	32.8	20.0	28.5	21.9	19.4	19.4	21.5	18.7	-2.8
体型(全体のバランス)	9.1	21.1	31.2	15.6	23.0	35.4	30.0	28.9	31.0	30.2	-0.8
体の肌質 ※4	6.5	15.5	33.8	17.9	26.3	27.3	25.2	25.9	27.6	22.0	-5.6
体毛(ムダ毛) ※4	9.3	17.5	30.6	16.7	25.9	27.3	25.2	25.9	27.6	26.8	-0.8
体臭・口臭	11.2	24.5	30.6	13.2	20.5	41.3	36.9	35.0	37.1	35.7	-1.4

※各年代、調査年において 1位 2~3位 4~5位 ※1: 2023年まで女性のみ聴取 ※2: 2023年まで「顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)」

※3: 2023年まで「手・指先」 ※4: 2023年まで「体の肌質・体毛(ムダ毛)」。「体の肌質」「体毛(ムダ毛)」ともに、2023年までの数値は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」の数値

■ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいかな)「そう思う・計」(全体/各単一回答)

Q.あなた自身の以下の項目の状態を改善・維持していくために、お金や時間を使いたいと思いますか。(「そう思う・計」=とてもそう思う+まあそう思う)

(%)

	男性 年代別																													
	15~19歳				20代				30代				40代				50代				60代									
	2020年下期 (n=445)	2021年下期 (n=445)	2022年下期 (n=437)	2023年下期 (n=434)	2024年下期 (n=435)	2020年下期 (n=1,055)	2021年下期 (n=1,072)	2022年下期 (n=1,080)	2023年下期 (n=1,079)	2024年下期 (n=1,093)	2020年下期 (n=1,221)	2021年下期 (n=1,207)	2022年下期 (n=1,195)	2023年下期 (n=1,182)	2024年下期 (n=1,167)	2020年下期 (n=1,516)	2021年下期 (n=1,506)	2022年下期 (n=1,490)	2023年下期 (n=1,463)	2024年下期 (n=1,424)	2020年下期 (n=1,236)	2021年下期 (n=1,281)	2022年下期 (n=1,329)	2023年下期 (n=1,382)	2024年下期 (n=1,424)	2020年下期 (n=1,127)	2021年下期 (n=1,089)	2022年下期 (n=1,069)	2023年下期 (n=1,061)	2024年下期 (n=1,056)
髪型	57.7	56.5	57.7	53.8	55.5	54.2	44.9	41.0	42.6	47.1	45.8	34.6	38.5	39.0	34.9	32.8	31.2	34.9	33.3	24.8	25.5	24.3	25.3	24.3	20.8	18.2	20.1	22.8	19.7	
髪質	39.7	39.3	37.7	43.3	40.2	41.6	36.7	34.4	35.7	39.4	37.5	29.9	30.8	33.5	31.8	28.9	26.8	27.1	29.0	28.4	18.3	18.9	19.7	18.8	18.9	14.6	13.3	14.6	14.6	13.5
髪の量	38.5	37.3	36.5	39.7	37.5	40.5	35.1	29.6	34.4	36.3	38.7	30.6	32.6	34.0	33.8	34.7	30.3	29.6	31.8	31.0	23.3	23.3	24.6	24.0	25.5	22.0	19.6	19.1	21.3	22.9
顔の肌質	53.5	56.2	54.3	49.5	48.7	47.8	39.8	36.3	38.2	40.1	39.6	30.3	32.1	35.7	33.6	30.9	26.9	27.3	30.9	28.4	18.8	18.1	19.2	20.4	19.2	15.0	15.6	13.8	16.9	16.0
顔の毛まわり(眉毛・まつげ) ※1					41.8					34.4					26.9					21.8					12.6				11.4	
顔の毛まわり(ひげ・鼻毛) ※2	53.5	56.3	53.3	53.3	46.3	46.8	41.3	38.0	40.2	37.3	39.4	32.0	35.2	37.2	33.2	30.2	28.3	29.5	34.2	25.1	20.6	20.8	20.0	20.9	17.0	15.1	15.7	14.3	17.8	14.0
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	39.7	39.3	37.7	43.3	40.2	38.3	34.5	31.0	32.7	32.9	32.6	27.1	27.7	30.6	28.2	25.2	22.0	24.2	27.5	23.0	15.5	16.7	15.6	16.3	15.6	14.9	11.0	12.3	14.3	13.6
手・指先・ネイル ※3	30.2	31.5	31.5	31.7	27.0	31.5	26.9	23.5	25.4	24.8	23.4	19.7	20.5	24.3	18.6	16.3	16.7	15.6	19.0	12.0	7.5	11.4	11.3	11.8	6.3	9.4	7.7	9.4	9.3	4.6
体のパーツ(腕・脚・首など)	32.8	34.8	32.3	35.8	31.8	34.5	29.2	24.8	29.2	27.8	27.5	22.7	24.6	25.5	23.8	20.0	17.3	19.5	22.3	18.0	13.4	13.4	13.2	14.4	12.3	11.6	10.0	10.6	11.7	8.0
体型(全体のバランス)	41.5	42.8	38.0	41.3	37.3	43.7	34.6	32.3	35.9	36.8	41.5	21.7	33.0	34.0	33.8	34.9	29.4	30.3	33.4	29.6	28.3	26.9	23.8	24.9	26.8	27.3	23.4	21.3	23.3	22.1
体の肌質 ※4	49.2	53.3	53.2	50.3	38.5	44.0	39.1	33.7	39.7	33.0	36.9	28.3	33.2	33.2	27.9	26.3	24.3	27.2	30.2	20.3	13.2	16.5	15.7	17.2	13.8	9.3	8.1	9.6	9.8	10.5
体毛(ムダ毛) ※4	49.2	53.3	53.2	50.3	52.3	44.0	39.1	33.7	39.7	40.5	36.9	28.3	33.2	33.2	33.8	26.3	24.3	27.2	30.2	26.3	13.2	16.5	15.7	17.2	16.5	9.3	8.1	9.6	9.8	9.0
体臭・口臭	57.0	56.2	54.5	53.8	50.7	49.7	43.7	39.2	42.3	44.6	48.8	39.5	38.1	41.8	41.6	42.7	35.8	35.8	37.9	34.5	30.9	31.8	29.7	30.8	28.9	28.7	27.1	25.2	27.0	24.4

※各年代、調査年において 1位 2~3位 4~5位 ※1: 2023年まで女性のみ聴取 ※2: 2023年まで「顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)」 ※3: 2023年まで「手・指先」 ※4: 2023年まで「体の肌質・体毛(ムダ毛)」。「体の肌質」「体毛(ムダ毛)」ともに、2023年までの数値は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」の数値

[美容意識・購買行動] (1) 美容意識

【女性】美容にお金・時間をかけたい理由《髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人》

女性が美容にお金や時間をかけたい理由は「内面から美しくなりたい」「自分が満足したい」「自分に自信を持ちたい」が上位。

【女性】

- 「あてはまる」のスコアは高い順に、1位「内面から美しくなりたい」「自分が満足したい」（44.7%）、3位「自分に自信を持ちたい」（44.3%）。
- 年代別では、15～19歳・40代は「自分に自信を持ちたい」、20～30代は「自分が満足したい」、50～60代は「内面から美しくなりたい」がトップ。

■ 美容にお金や時間をかけたい理由（髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人／各単一回答）

Q.髪・顔・体の改善・維持（美容）のためにお金や時間をかけたい理由として、あなたの気持ちに近いものをそれぞれお答えください。

	女性全体				女性 年代別									
	2024年下期 (n=5,111)				あてはまる									
	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	2022年下期 (n=5,096)	2023年下期 (n=5,058)	2024年下期 (n=5,111)	2024年下期 2023年下期との差(pt)	15～19歳 (n= 377)	20代 (n= 888)	30代 (n= 899)	40代 (n=1,085)	50代 (n=1,031)	60代 (n= 831)
内面から美しくなりたい	44.7	46.6	6.9	1.7	45.2	45.3	44.7	- 0.6	52.8	45.5	46.0	42.9	45.3	40.6
自分へのご褒美をあげたい	32.0	45.9	17.8	4.3	30.4	30.2	32.0	1.8	45.5	40.3	36.1	30.7	26.8	20.3
コンプレックスを解消したい	39.5	44.6	13.1	2.8	39.8	38.9	39.5	0.6	64.5	48.8	43.6	38.0	34.1	22.7
自分のためにキレイになりたい	41.9	46.5	9.7	1.9	41.1	40.8	41.9	1.1	63.6	48.4	44.8	41.6	37.0	28.6
自分が満足したい	44.7	45.6	8.2	1.5	43.4	43.7	44.7	1.0	64.5	50.7	47.6	44.8	40.8	30.9
身だしなみを整えたい	43.2	49.8	6.0	1.0	43.9	42.3	43.2	0.9	61.5	46.7	45.9	40.3	41.3	34.3
自分に自信を持ちたい	44.3	43.9	10.0	1.7	43.2	43.1	44.3	1.2	67.5	49.5	47.2	45.5	40.1	28.7
リフレッシュしたい	37.0	47.6	12.4	2.9	37.4	36.4	37.0	0.6	40.9	39.7	39.1	36.6	38.7	28.8
異性にモテたい・褒められたい	19.5	32.1	31.8	16.6	19.5	18.9	19.5	0.6	40.7	28.3	24.6	18.1	11.7	6.3
異性から嫌われたくない	18.2	39.5	28.7	13.6	18.5	17.8	18.2	0.4	32.9	26.9	20.3	17.3	13.3	6.9
周りから認められたい・浮きたくない	21.5	46.3	23.9	8.3	21.8	21.1	21.5	0.4	41.6	30.0	25.7	20.6	14.2	9.0
アンチエイジングをしたい	34.0	44.2	16.6	5.2			34.0		21.7	28.2	37.2	36.9	39.6	31.3
メイクをするより根本的にキレイになりたい	41.9	47.2	8.6	2.3			41.9		53.0	42.9	42.0	41.7	43.9	33.6
理想とする容姿や体型を実現したい	40.4	46.8	10.5	2.3			40.4		60.2	45.5	43.5	39.7	37.5	27.0

※全体、各年代において 1位 2～3位 4～5位

[美容意識・購買行動] (1) 美容意識

【男性】美容にお金・時間をかけたい理由《髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人》

男性が美容にお金や時間をかけたい理由は「身だしなみを整えたい」「自分に自信を持ちたい」「自分が満足したい」が上位。

【男性】

- 「あてはまる」のスコアは高い順に、1位「身だしなみを整えたい」（30.0%）、2位「自分に自信を持ちたい」（29.5%）、3位「自分が満足したい」（27.6%）。
- 年代別では、10～20代は「身だしなみを整えたい」「自分に自信を持ちたい」、30代は「自分に自信を持ちたい」、40代・60代は「身だしなみを整えたい」、50代は「理想とする容姿や体型を実現したい」がトップ。

■ 美容にお金や時間をかけたい理由（髪・顔・体の改善にお金・時間を使いたい人／各単一回答）

Q.髪・顔・体の改善・維持（美容）のためにお金や時間をかけたい理由として、あなたの気持ちに近いものをそれぞれお答えください。

	男性全体				男性全体				男性 年代別					
	2024年下期 (n=3,841)				あてはまる				あてはまる					
	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない	2022年下期 (n=3,755)	2023年下期 (n=3,850)	2024年下期 (n=3,841)	2024年下期 2023年下期との差(pt)	15~19歳 (n= 327)	20代 (n= 750)	30代 (n= 726)	40代 (n= 818)	50代 (n= 726)	60代 (n= 494)
内面から美しくなりたい	26.5	51.5	16.7	5.3	26.3	28.4	26.5	- 1.9	35.8	29.8	30.2	25.3	20.8	20.7
自分へのご褒美をあげたい	20.5	43.0	28.2	8.2	19.7	20.4	20.5	0.1	26.5	27.8	24.3	19.9	15.0	9.3
コンプレックスを解消したい	25.2	44.1	23.9	6.8	23.9	25.9	25.2	- 0.7	39.4	30.3	29.5	24.7	18.6	12.3
自分のためにキレイになりたい	21.7	45.6	25.4	7.4	21.1	23.3	21.7	- 1.6	34.3	27.9	25.7	20.2	15.2	9.8
自分が満足したい	27.6	47.9	19.4	5.1	26.9	28.9	27.6	- 1.3	38.3	32.9	31.5	27.0	22.2	15.5
身だしなみを整えたい	30.0	52.4	14.1	3.6	30.4	32.7	30.0	- 2.7	42.9	33.7	32.6	29.6	23.0	22.8
自分に自信を持ちたい	29.5	47.5	18.2	4.8	29.8	29.6	29.5	- 0.1	42.9	33.7	33.5	28.9	22.4	19.8
リフレッシュしたい	25.1	47.6	21.8	5.4	26.3	26.9	25.1	- 1.8	31.0	27.1	29.2	24.4	21.7	18.4
異性にモテたい・褒められたい	27.1	41.8	23.5	7.5	27.5	28.2	27.1	- 1.1	39.2	30.1	29.8	27.1	22.2	18.0
異性から嫌われたくない	26.9	47.7	18.9	6.5	26.3	27.2	26.9	- 0.3	36.7	29.3	29.9	27.4	20.8	20.5
周りから認められたい・浮きたくない	19.9	47.5	25.6	7.0	19.0	20.4	19.9	- 0.5	31.9	26.7	21.7	18.1	14.2	10.0
アンチエイジングをしたい	22.1	41.9	27.6	8.4			22.1		20.6	21.4	23.6	23.2	21.7	20.5
メイクをするより根本的にキレイになりたい	21.7	44.7	24.3	9.3			21.7		31.9	26.4	24.3	19.7	16.7	14.4
理想とする容姿や体型を実現したい	27.5	48.1	18.7	5.8			27.5		35.8	30.6	28.6	27.7	24.7	19.3

※全体、各年代において 1位 2~3位 4~5位

# [美容意識・購買行動] (1) 美容意識 【女性】感じている具体的な悩み

**女性全体の悩みは「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」「白髪」「肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ」が上位。**

【女性】

- 「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」（45.9%）が最も高く、次いで「白髪」（40.7%）、「肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ」（34.2%）。
- 2023年と比べると、全体的に減少している項目が多い。
- 年代別では、15～19歳は「ムダ毛処理・脱毛」20代は「ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ」、30～40代は「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」、50～60代は「白髪」がトップ。

## ■ 感じている具体的な悩み（全体／複数回答）

Q.あなたが感じている具体的な悩みについて、あてはまるものをお選びください。

	女性全体							女性 年代別					
	2024年 下期 (n=6,600)	2020年 下期 (n=6,600)	2021年 下期 (n=6,600)	2022年 下期 (n=6,600)	2023年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)	2024年下期 2023年下期 との差(点)	15～19歳 (n= 421)	20代 (n=1,076)	30代 (n=1,149)	40代 (n=1,419)	50代 (n=1,428)	60代 (n=1,108)
白髪	40.7	43.7	42.2	40.9	42.2	40.7	-1.5	2.8	4.9	21.3	50.6	64.9	65.8
クセ毛などの髪質※1	29.0	35.1	30.7	29.3	30.2	29.0	-1.2	36.7	24.8	29.1	30.2	32.4	24.1
髪													
ヘアスタイル	22.4	25.9	21.4	22.7	22.9	22.4	-0.5	35.5	27.3	24.3	20.7	19.3	16.9
髪のハリ・コシ、ボリューム※1	21.4	35.1	30.7	21.8	22.3	21.4	-0.9	20.3	16.2	19.3	21.3	23.8	26.4
薄毛・抜け毛	16.3	18.2	16.2	15.2	15.8	16.3	0.5	5.8	8.6	16.0	19.0	20.1	19.9
枝毛・切れ毛	15.8	16.3	15.4	14.7	15.7	15.8	0.1	36.0	26.8	20.8	13.4	8.8	4.3
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	45.9	47.5	44.7	45.0	46.1	45.9	-0.2	15.2	18.7	40.3	53.9	60.5	60.9
顔													
歯（歯並び・黄ばみなど）	32.2	34.7	31.3	32.1	33.2	32.2	-1.0	44.2	31.0	33.1	33.2	31.5	27.5
顔のむくみ・たるみ	25.6	25.4	23.7	24.1	26.5	25.6	-0.9	22.7	15.5	20.2	27.3	31.4	32.7
肌の乾燥・張りが無い	24.3	28.4	24.7	25.1	25.0	24.3	-0.7	24.7	20.8	26.5	25.4	24.5	23.7
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	21.5	23.7	22.0	21.5	21.6	21.5	-0.1	58.3	39.9	30.3	17.8	7.8	2.9
顔													
首の横ジワ	15.7	14.8	14.4	15.1	16.2	15.7	-0.5	7.3	7.8	12.2	17.8	19.9	21.9
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	15.2	15.6	15.0	14.7	16.3	15.2	-1.1	27.7	18.1	16.8	14.5	12.9	9.8
鼻（高さ、形など）	13.1	14.1	12.2	13.5	14.3	13.1	-1.2	36.5	16.8	15.0	11.4	7.3	8.1
眉毛が薄い・形が悪い	13.1					13.1		23.2	12.3	12.8	11.8	13.1	12.3
目（一重など）	12.0	13.8	12.2	13.3	13.5	12.0	-1.5	30.3	13.6	11.8	11.6	9.4	7.7
まつげが少ない・短い	11.6	12.5	11.8	12.0	13.2	11.6	-1.6	16.5	9.3	10.3	10.3	11.8	14.8
腕・二の腕のたるみ・乾燥	20.7	25.7	21.6	21.6	23.8	20.7	-3.1	22.5	15.1	20.9	20.3	23.0	23.0
手・足													
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	18.5	19.8	17.5	18.4	18.8	18.5	-0.3	24.2	14.8	17.3	18.3	21.2	18.2
脚のむくみ・乾燥	18.1	22.3	18.9	19.5	20.8	18.1	-2.7	28.0	17.1	20.0	20.7	16.9	11.8
手・指先の荒れ・乾燥	13.3	16.6	15.3	14.3	15.4	13.3	-2.1	19.2	11.4	13.3	14.3	13.4	11.6
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	34.2	40.8	37.1	36.6	36.6	34.2	-2.4	23.8	24.5	33.7	38.2	39.5	35.9
体全体・その他													
ポテリラインのくずれ	33.5	37.9	34.4	35.3	34.9	33.5	-1.4	24.2	21.0	33.4	39.0	39.2	34.8
体重の増加	31.5	37.7	34.1	32.8	33.2	31.5	-1.7	38.5	25.5	31.9	36.5	32.5	26.8
ムダ毛処理・脱毛	27.1	31.9	27.1	27.6	29.2	27.1	-2.1	59.5	36.1	34.7	30.7	16.7	6.8
体臭・口臭	20.3	24.1	21.0	20.2	21.4	20.3	-1.1	35.7	19.4	24.3	23.0	17.8	11.0
その他	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	0.3	-0.1	0.7	0.0	0.3	0.3	0.3	0.3
特に悩みはない	12.7	9.0	13.0	13.0	13.3	12.7	-0.6	9.3	20.0	17.2	12.6	7.6	9.3

※カテゴリーごと「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

※1：「髪のハリ・コシ、ボリューム」「クセ毛などの髪質」ともに、2021年までの数値は「髪のハリ・コシ、ボリューム」の数値

※全体、各年代において 1位 2～3位 4～5位 （「その他」「特に悩みはない」を除く）

# [美容意識・購買行動] (1) 美容意識

## 【女性】感じている具体的な悩み

**女性の年代別では、15～19歳は「ムダ毛処理・脱毛」、20代は「ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ」、30～40代は「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」、50～60代は「白髪」が1位。**

【女性】

- 1位の項目は年代によって異なり、15～19歳は「ムダ毛処理・脱毛」、20代は「ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ」、30～40代は「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」、50～60代は「白髪」。2位以降の項目も年代によって傾向が異なり、具体的な悩みは年代によって違う。

### ■感じている具体的な悩み（全体／複数回答）

Q.あなたが感じている具体的な悩みについて、あてはまるものをお選びください。

(%)

	女性 年代別														
	15～19歳					20代					30代				
	2020年 下期 (n=429)	2021年 下期 (n=430)	2022年 下期 (n=423)	2023年 下期 (n=420)	2024年 下期 (n=421)	2020年 下期 (n=1,033)	2021年 下期 (n=1,051)	2022年 下期 (n=1,060)	2023年 下期 (n=1,062)	2024年 下期 (n=1,076)	2020年 下期 (n=1,202)	2021年 下期 (n=1,189)	2022年 下期 (n=1,177)	2023年 下期 (n=1,164)	2024年 下期 (n=1,149)
ヘアスタイル	45.5	39.7	37.3	35.7	35.5	39.8	29.7	29.8	27.9	27.3	34.8	26.9	28.3	26.2	24.3
枝毛・切れ毛	31.5	37.7	33.2	34.0	36.0	33.9	27.2	24.5	24.5	26.8	22.9	22.0	19.8	22.5	20.8
薄毛・抜け毛	9.0	8.0	6.5	7.5	5.8	14.0	11.5	11.2	8.3	8.6	18.5	16.0	15.0	14.4	16.0
白髪	5.2	3.3	4.3	3.2	2.8	7.3	5.8	6.7	6.6	4.9	28.9	26.7	27.5	24.8	21.3
髪の毛のハリ・コシ、ボリューム※1	32.8	33.2	17.5	16.5	20.3	32.9	26.8	14.8	16.4	16.2	37.0	29.3	21.5	20.2	19.3
クセ毛などの髪質※1	32.8	33.2	35.7	39.8	36.7	32.9	26.8	28.7	24.6	24.8	37.0	29.3	34.1	32.0	29.1
肌の乾燥・張りがいい	21.3	20.3	19.5	20.3	24.7	31.5	23.6	23.0	20.7	20.8	34.2	29.5	30.7	27.4	26.5
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	13.5	13.2	10.0	11.5	15.2	27.0	19.7	19.2	19.1	18.7	45.1	39.2	41.1	40.7	40.3
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	65.7	61.5	60.2	59.5	58.3	49.1	44.3	41.1	39.1	39.9	32.9	28.9	31.9	31.3	30.3
顔のむくみ・たるみ	21.0	20.8	21.7	22.3	22.7	24.6	15.5	16.1	17.9	15.5	25.3	22.4	21.1	22.8	20.2
眉毛が薄い・形が悪い					23.2					12.3					12.8
まつげが少ない・短い	16.5	16.3	15.2	17.2	16.5	17.0	13.0	12.6	13.3	9.3	14.1	11.7	12.1	13.3	10.3
歯（歯並び・黄ばみなど）	49.5	43.3	42.3	43.7	44.2	41.8	35.4	33.7	31.3	31.0	38.9	33.3	36.6	35.8	33.1
首の横ジワ	5.8	5.3	5.2	6.5	7.3	10.3	7.8	7.8	7.2	7.8	15.2	13.8	15.2	14.1	12.2
目（一重など）	38.7	30.7	34.8	30.8	30.3	25.3	16.6	18.8	16.8	13.6	15.7	12.8	15.6	14.5	11.8
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	31.7	29.3	30.2	29.7	27.7	24.8	18.5	18.2	19.0	18.1	17.8	17.9	17.9	19.0	16.8
鼻（高さ、形など）	42.0	33.8	33.2	36.3	36.5	26.5	18.9	18.8	19.2	16.8	15.3	14.1	17.2	17.8	15.0
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	23.8	24.5	23.5	26.7	24.2	21.6	15.8	16.8	14.7	14.8	20.5	15.8	18.4	18.5	17.3
手・指先の荒れ・乾燥	15.3	15.2	16.3	18.7	19.2	17.8	16.6	13.4	13.2	11.4	20.1	16.6	15.3	15.9	13.3
腕・二の腕のたるみ・乾燥	25.8	23.0	23.2	22.2	22.5	26.7	19.3	18.6	18.8	15.1	28.4	21.9	23.0	23.4	20.9
脚のむくみ・乾燥	34.3	28.5	31.8	31.0	28.0	28.3	20.7	20.8	20.6	17.1	26.1	20.4	22.0	22.7	20.0
ボテラインのくずれ	27.3	28.0	26.0	25.3	24.2	33.8	24.7	26.1	22.7	21.0	43.5	36.9	36.7	37.1	33.4
体重の増加	42.8	41.5	40.2	40.7	38.5	38.9	31.7	30.5	27.3	25.5	40.3	31.8	32.5	34.5	31.9
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	28.7	26.7	26.5	23.5	23.8	37.1	27.8	29.3	26.1	24.5	42.2	37.5	40.3	35.0	33.7
ムダ毛処理・脱毛	71.5	62.8	64.3	62.0	59.5	53.6	42.5	38.3	40.8	36.1	43.1	36.3	38.5	37.5	34.7
体臭・口臭	35.2	30.2	31.2	33.0	35.7	28.8	22.3	20.0	21.3	19.4	31.5	26.2	25.8	24.4	24.3

※各年代、調査年において 1位 2～3位 4～5位

※1:「髪の毛のハリ・コシ、ボリューム」「クセ毛などの髪質」とともに、2021年までの数値は「髪の毛のハリ・コシ、ボリューム」の数値



# [美容意識・購買行動] (1) 美容意識 【男性】感じている具体的な悩み

**男性全体の悩みは「薄毛・抜け毛」「白髪」「体重の増加」が上位。**

## 【男性】

- 「薄毛・抜け毛」(24.0%)が最も高く、次いで「白髪」(21.7%)、「体重の増加」(18.3%)。
- 2023年と比べると、全体的に微減。
- 年代別にみると、具体的な悩みは年代によって異なる(詳細はP26参照)。
- 「ヘアスタイル」「ニキビ・肌が脂っぼい・テカリ」「肌の乾燥・張りがない」「目(一重など)」「鼻(高さ、形など)」「ムダ毛処理・脱毛」では年代が低いほど割合が高い。  
一方で、「顔のシミ・シワ・ホウレイ線」では年代が高いほど割合が高い。

## ■感じている具体的な悩み(全体/複数回答)

Q.あなたが感じている具体的な悩みについて、あてはまるものをお選びください。

	男性全体						2024年下期 2023年下期 との差(pt)	男性 年代別					
	2024年 下期 (n=6,600)	2020年 下期 (n=6,600)	2021年 下期 (n=6,600)	2022年 下期 (n=6,600)	2023年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)		15~19歳 (n= 435)	20代 (n=1,093)	30代 (n=1,167)	40代 (n=1,424)	50代 (n=1,424)	60代 (n=1,056)
薄毛・抜け毛	24.0	27.2	24.3	23.8	24.2	24.0	-0.2	10.3	15.6	20.9	29.8	27.9	28.8
白髪	21.7	23.1	21.5	21.4	21.9	21.7	-0.2	5.5	6.8	14.3	30.6	30.9	27.6
髪													
ヘアスタイル	13.6	17.4	13.4	13.0	14.0	13.6	-0.4	31.8	22.3	16.1	11.3	8.5	4.4
髪の毛のハリ・コシ、ボリューム※1	12.4	14.9	12.8	13.3	14.1	12.4	-1.7	6.3	9.3	12.0	15.2	13.9	12.8
クセ毛などの髪質※1	9.4	14.9	12.8	10.6	10.9	9.4	-1.5	16.7	10.4	11.7	10.3	7.3	4.4
枝毛・切れ毛※1	5.3	6.5	5.8	5.2	5.6	5.3	-0.3	6.3	9.3	7.8	5.0	2.8	1.8
顔													
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	16.2	17.2	15.5	15.7	18.4	16.2	-2.2	8.5	8.7	12.2	19.9	20.1	21.7
ニキビ・肌が脂っぼい・テカリ	15.9	18.9	16.6	16.1	16.4	15.9	-0.5	41.2	24.9	19.2	13.5	9.5	4.2
歯(歯並び・黄ばみなど)	15.3	20.7	15.9	16.0	18.0	15.3	-2.7	17.8	14.3	15.5	17.0	15.6	12.4
肌の乾燥・張りがない	11.5	13.8	11.1	11.0	12.5	11.5	-1.0	16.3	14.2	12.8	11.2	9.8	7.8
顔のむくみ・たるみ	7.2	7.6	7.3	7.3	8.2	7.2	-1.0	7.0	6.9	6.6	7.3	7.3	8.0
目(一重など)	4.3	5.1	4.5	3.8	4.8	4.3	-0.5	9.8	6.3	4.6	3.8	3.1	2.1
鼻(高さ、形など)	4.0	4.3	3.3	3.5	4.8	4.0	-0.8	11.7	4.8	4.1	3.3	2.8	2.3
眉毛が薄い・形が悪い	3.9					3.9		7.0	5.1	4.0	4.1	2.6	3.0
首の横シワ	3.0	3.0	2.7	2.5	3.6	3.0	-0.6	2.3	1.7	2.5	2.8	3.8	4.2
フェイスライン(しゃくれ・えら張りなど)	2.8	3.3	2.8	2.7	3.6	2.8	-0.8	6.5	3.8	4.3	2.4	1.7	0.9
まつげが少ない・短い	1.9	1.8	1.6	1.6	2.3	1.9	-0.4	1.8	2.8	2.8	1.6	1.5	1.1
爪													
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	6.7	7.5	6.6	6.3	7.6	6.7	-0.9	10.0	6.4	5.5	4.4	8.4	7.6
手・足													
手・指先の荒れ・乾燥	5.2	7.4	5.0	5.1	6.1	5.2	-0.9	13.2	7.5	4.8	4.1	4.2	3.2
腕・二の腕のたるみ・乾燥	3.5	3.4	2.7	2.5	3.6	3.5	-0.1	7.3	4.5	3.4	3.5	3.0	1.7
脚のむくみ・乾燥	2.8	3.8	2.7	2.9	3.6	2.8	-0.8	4.5	2.9	2.5	2.1	3.1	2.7
体全体・その他													
体重の増加	18.3	25.6	20.5	20.3	19.7	18.3	-1.4	13.0	13.3	17.9	20.1	21.7	19.2
体臭・口臭	17.7	24.2	19.3	18.8	19.4	17.7	-1.7	20.8	16.8	17.5	19.8	17.8	14.5
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	16.6	23.0	18.8	18.0	17.8	16.6	-1.2	9.0	11.3	14.8	19.0	21.1	17.6
ムダ毛処理・脱毛	14.9	13.9	12.9	14.0	15.5	14.9	-0.6	28.3	18.8	18.5	16.9	10.3	4.9
ボテラインのくずれ	9.5	11.5	9.8	9.9	11.0	9.5	-1.5	5.3	7.2	10.4	9.6	12.1	9.1
その他	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	-0.1	0.3	0.2	0.2	0.0	0.0	0.3
特に悩みはない	32.1	25.2	31.7	31.8	30.7	32.1	1.4	26.3	35.4	35.0	29.4	30.0	34.0

※カテゴリーごと「男性全体(2024年下期)」の降順ソート

※1:「髪の毛のハリ・コシ、ボリューム」「クセ毛などの髪質」ともに、2021年までの数値は「髪の毛のハリ・コシ・クセ毛などの髪質」の数値

※全体、各年代において 1位 2~3位 4~5位 (「その他」「特に悩みはない」を除く)

# 【美容意識・購買行動】 (1) 美容意識

## 【男性】感じている具体的な悩み

男性の年代別では10～20代は「ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ」、30代・60代は「薄毛・抜け毛」、40～50代は「白髪」が1位。

【男性】

- 1位の項目は年代によって異なり、10～20代は「ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ」、30代・60代は「薄毛・抜け毛」、40～50代は「白髪」。2位以降の項目も年代によって傾向が異なり、具体的な悩みは年代によって違う。

### ■ 感じている具体的な悩み (全体/複数回答)

Q.あなたが感じている具体的な悩みについて、あてはまるものをお選びください。

(%)

	男性 年代別														
	15～19歳					20代					30代				
	2020年 下期 (n=445)	2021年 下期 (n=445)	2022年 下期 (n=437)	2023年 下期 (n=434)	2024年 下期 (n=435)	2020年 下期 (n=1,055)	2021年 下期 (n=1,072)	2022年 下期 (n=1,080)	2023年 下期 (n=1,079)	2024年 下期 (n=1,093)	2020年 下期 (n=1,221)	2021年 下期 (n=1,207)	2022年 下期 (n=1,195)	2023年 下期 (n=1,182)	2024年 下期 (n=1,167)
ヘアスタイル	38.2	35.2	33.5	33.7	31.8	33.0	22.0	18.5	20.6	22.3	22.2	16.1	17.1	17.5	16.1
枝毛・切れ毛	7.7	7.2	8.7	8.8	6.3	13.0	11.1	7.4	7.8	9.3	9.5	8.8	8.9	7.8	7.8
薄毛・抜け毛	8.7	9.8	9.7	11.2	10.3	19.2	15.2	12.6	13.5	15.6	27.8	24.5	22.1	22.8	20.9
白髪	5.0	4.2	3.5	5.3	5.5	9.9	5.5	6.4	5.9	6.8	19.3	17.9	16.5	16.6	14.3
髪の毛のボリューム※1	17.0	17.3	9.0	9.3	6.3	15.0	10.9	8.9	9.6	9.3	17.1	13.9	12.8	14.0	12.0
クセ毛などの髪質※1	17.0	17.3	22.7	20.7	16.7	15.0	10.9	11.5	11.3	10.4	17.1	13.9	12.1	13.3	11.7
肌の乾燥・張りがいい	19.0	16.0	14.5	15.8	16.3	16.8	13.7	11.5	13.0	14.2	16.8	12.8	12.8	13.5	12.8
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	8.5	7.7	5.8	8.7	8.5	11.9	7.8	6.8	7.8	8.7	16.3	12.2	13.4	16.1	12.2
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	52.3	51.2	51.8	44.5	41.2	32.7	25.6	23.9	24.5	24.9	25.2	20.0	20.3	20.3	19.2
顔のむくみ・たるみ	8.5	9.5	8.7	9.3	7.0	8.4	6.6	5.8	6.1	6.9	6.8	6.9	6.5	8.0	6.6
眉毛が薄い・形が悪い					7.0					5.1					4.0
まつげが少ない・短い	2.5	2.2	2.3	3.3	1.8	3.4	1.8	1.8	2.1	2.8	1.8	1.8	2.2	3.5	2.8
歯 (歯並び・黄ばみなど)	25.3	22.0	23.8	22.0	17.8	20.1	14.6	12.0	14.8	14.3	23.8	16.2	16.1	17.7	15.5
首の横ジワ	1.0	0.8	1.3	2.5	2.3	2.9	1.4	1.6	1.6	1.7	3.2	1.5	2.0	4.3	2.5
目 (一重など)	10.8	10.5	10.3	12.3	9.8	8.0	6.3	4.2	5.3	6.3	5.8	4.8	3.7	5.3	4.6
フェイスライン (しゃくれ・えら張りなど)	4.8	5.8	7.0	6.7	6.5	5.8	4.0	2.8	4.7	3.8	4.7	3.0	3.1	4.4	4.3
鼻 (高さ、形など)	12.2	10.2	11.0	12.7	11.7	6.1	4.6	3.0	5.1	4.8	4.7	2.9	3.5	5.1	4.1
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	10.7	10.3	10.3	13.0	10.0	7.4	5.8	4.2	5.1	6.4	6.9	5.9	5.3	7.0	5.5
手・指先の荒れ・乾燥	13.3	10.2	14.0	11.7	13.2	10.2	6.1	5.3	6.0	7.5	8.2	5.4	5.4	7.3	4.8
腕・二の腕のたるみ・乾燥	5.0	3.3	4.7	7.0	7.3	5.1	3.5	3.1	3.9	4.5	3.7	3.1	3.0	3.8	3.4
脚のむくみ・乾燥	3.0	3.2	5.3	6.7	4.5	3.5	2.2	1.9	3.2	2.9	3.4	2.3	2.1	3.5	2.5
ポテラインのくずれ	10.0	7.8	5.0	8.7	5.3	8.7	6.5	6.3	6.3	7.2	12.0	10.1	8.4	11.1	10.4
体重の増加	18.2	18.7	14.7	11.8	13.0	17.8	13.5	12.0	12.7	13.3	28.2	19.3	19.0	18.5	17.9
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	12.3	9.3	10.2	11.7	9.0	15.8	11.4	9.9	9.8	11.3	23.2	18.8	15.3	15.0	14.8
ムダ毛処理・脱毛	30.3	30.5	34.8	33.8	28.3	22.2	18.7	16.0	19.2	18.8	18.8	14.9	18.0	18.3	18.5
体臭・口臭	30.7	26.2	26.8	29.3	20.8	21.3	16.3	13.5	16.6	16.8	26.9	18.8	17.5	18.8	17.5

	40代					50代					60代				
	2020年 下期 (n=1,516)	2021年 下期 (n=1,506)	2022年 下期 (n=1,490)	2023年 下期 (n=1,463)	2024年 下期 (n=1,424)	2020年 下期 (n=1,236)	2021年 下期 (n=1,281)	2022年 下期 (n=1,329)	2023年 下期 (n=1,382)	2024年 下期 (n=1,424)	2020年 下期 (n=1,127)	2021年 下期 (n=1,089)	2022年 下期 (n=1,069)	2023年 下期 (n=1,061)	2024年 下期 (n=1,056)
	ヘアスタイル	14.4	12.4	10.8	12.5	11.3	7.2	6.2	8.1	8.1	8.5	4.4	2.8	3.8	5.1
枝毛・切れ毛	5.7	5.0	4.3	6.4	5.0	3.0	2.5	2.7	3.1	2.8	1.6	1.9	1.4	2.0	1.8
薄毛・抜け毛	31.5	28.2	30.3	29.8	29.8	31.7	28.2	29.7	28.8	27.9	30.8	29.4	26.3	28.7	28.8
白髪	31.3	31.3	28.7	29.3	30.6	32.0	28.8	30.9	30.2	30.9	25.9	25.9	27.2	29.8	27.6
髪の毛のボリューム※1	17.9	14.0	14.8	17.3	15.2	11.7	13.3	16.3	15.2	13.9	10.9	9.0	14.6	15.3	12.8
クセ毛などの髪質※1	17.9	14.0	12.3	13.3	10.3	11.7	13.3	8.0	7.0	7.3	10.9	9.0	3.8	5.4	4.4
肌の乾燥・張りがいい	15.5	11.0	12.3	15.8	11.2	9.2	9.6	9.7	9.8	9.8	8.6	6.9	6.8	8.6	7.8
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	18.8	17.9	19.9	23.1	19.9	18.9	20.3	19.2	22.4	20.1	22.6	21.1	21.1	24.3	21.7
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	14.1	13.3	13.3	15.4	13.5	9.3	8.1	7.7	8.3	9.5	2.8	4.2	3.6	4.0	4.2
顔のむくみ・たるみ	9.0	6.8	8.3	8.3	7.3	6.8	9.2	8.0	8.6	7.3	6.4	5.8	6.5	9.7	8.0
眉毛が薄い・形が悪い					4.1					2.6					3.0
まつげが少ない・短い	1.3	1.4	1.4	2.2	1.6	0.8	0.8	1.8	1.7	1.5	1.8	2.0	0.8	1.9	1.1
歯 (歯並び・黄ばみなど)	22.8	16.8	17.9	19.2	17.0	19.0	16.3	16.3	19.3	15.6	14.8	13.1	14.0	16.4	12.4
首の横ジワ	3.0	3.5	2.6	3.8	2.8	2.6	3.3	3.0	4.0	3.8	3.8	4.2	3.9	4.8	4.2
目 (一重など)	4.6	3.7	3.8	4.5	3.8	3.1	2.6	2.7	3.1	3.1	2.2	3.1	2.3	3.3	2.1
フェイスライン (しゃくれ・えら張りなど)	3.4	2.6	3.2	4.3	2.4	1.8	2.3	1.3	2.0	1.7	0.4	1.0	1.2	1.3	0.9
鼻 (高さ、形など)	3.8	2.7	3.4	4.4	3.3	2.2	2.0	2.4	3.8	2.8	2.1	2.2	2.7	2.6	2.3
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	7.4	5.9	5.8	7.3	4.4	6.3	7.4	6.2	8.0	8.4	8.3	6.9	8.6	8.7	7.6
手・指先の荒れ・乾燥	7.8	4.6	5.1	6.5	4.1	4.6	3.8	3.5	4.8	4.2	3.9	3.2	3.2	3.8	3.2
腕・二の腕のたるみ・乾燥	3.8	2.8	2.3	4.3	3.5	1.8	2.3	2.0	2.3	3.0	2.2	1.5	1.7	2.3	1.7
脚のむくみ・乾燥	4.6	2.4	3.5	3.3	2.1	3.1	3.4	3.1	3.4	3.1	4.8	2.8	3.0	3.8	2.7
ポテラインのくずれ	12.8	10.8	12.4	13.8	9.6	12.0	11.6	13.6	12.6	12.1	12.1	9.8	9.3	10.6	9.1
体重の増加	30.8	22.5	24.7	23.6	20.1	26.4	24.8	24.0	23.9	21.7	25.1	21.7	21.6	20.7	19.2
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	27.4	20.3	20.7	23.2	19.0	26.3	23.3	23.6	21.1	21.1	24.3	22.3	22.0	20.1	17.6
ムダ毛処理・脱毛	13.8	13.3	15.0	17.8	16.9	6.3	8.3	8.4	10.7	10.3	2.8	2.7	4.3	4.3	4.9
体臭・口臭	27.8	20.8	23.0	21.3	19.8	22.3	20.8	18.8	19.9	17.8	18.8	16.3	16.3	15.7	14.5

※各年代、調査年において 1位 2～3位 4～5位

※1:「髪の毛のボリューム」とも、2021年までの数値は「髪の毛のボリューム」の数値

[美容意識・購買行動] (1) 美容意識

【男女】外見を今より良くすること・若さを保つことへの関心

**女性全体の74.7%、男性全体の54.1%が「外見を今より良くすること・若さを保つこと」に関心がある。**

【女性】

- 「関心がある・計」は74.7%。
- 年代別でみると「関心がある・計」は15～19歳が86.2%で最も高い。

【男性】

- 「関心がある・計」は54.1%。
- 年代別でみると「関心がある・計」は年代が低いほど高く、15～19歳で65.7%。

■ 外見を今より良くすること・若さを保つことへの関心 (全体/単一回答)

Q.あなたは、自分の髪型・顔・体型などの“外見”を今より良くすること・若さを保つことに対してどの程度関心がありますか。

(%)

		関心がある・計				関心がある・計						
		とても関心がある	やや関心がある	あまり関心がない	関心がない	2020年 下期	2021年 下期	2022年 下期	2023年 下期	2024年 下期	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	
女性全体	(n=6,600)	28.8	45.9	15.9	9.4	79.6	76.0	76.1	74.2	74.7	0.5	
女性 年代別	15～19歳 (n= 421)	52.7		33.5	6.8	7.0	89.2	87.2	86.7	82.3	86.2	3.9
	20代 (n=1,076)	36.0	39.2	11.8	13.1	85.2	79.2	76.2	72.2	75.2	3.0	
	30代 (n=1,149)	32.1	42.3	14.4	11.3	81.3	76.7	78.3	76.4	74.3	-2.1	
	40代 (n=1,419)	26.8	48.9	15.4	8.9	78.0	77.2	76.7	73.4	75.7	2.3	
	50代 (n=1,428)	22.8	49.0	19.7	8.5	77.3	72.1	74.3	73.6	71.8	-1.8	
	60代 (n=1,108)	19.8	53.0	20.8	6.3	73.8	71.0	70.8	72.5	72.8	0.3	

■ 外見を今より良くすること・若さを保つことへの関心 (全体/単一回答)

Q.あなたは、自分の髪型・顔・体型などの“外見”を今より良くすること・若さを保つことに対してどの程度関心がありますか。

(%)

		関心がある・計				関心がある・計					
		とても関心がある	やや関心がある	あまり関心がない	関心がない	2020年 下期	2021年 下期	2022年 下期	2023年 下期	2024年 下期	2024年下期 2023年下期 との差(pt)
男性全体	(n=6,600)	17.9	36.2	23.5	22.4	60.1	54.6	53.8	55.5	54.1	-1.4
男性 年代別	15～19歳 (n= 435)	28.8	36.8	16.7	17.7	71.3	73.2	71.0	64.7	65.7	1.0
	20代 (n=1,093)	25.0	36.0	17.0	22.0	69.4	60.5	55.1	60.3	61.0	0.7
	30代 (n=1,167)	22.1	34.5	20.0	23.4	66.8	55.6	57.9	57.3	56.6	-0.7
	40代 (n=1,424)	18.8	37.4	23.0	20.8	60.8	56.0	55.8	60.9	56.2	-4.7
	50代 (n=1,424)	11.8	37.3	28.3	22.7	51.9	49.5	49.3	49.1	49.1	0.0
	60代 (n=1,056)	8.5	34.7	31.4	25.4	47.8	44.1	43.4	45.6	43.2	-2.4

## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

### 【男女】美容に使う1カ月あたりの金額

**美容に使う1カ月あたりの平均金額は、女性全体で5,826円、男性全体で3,340円。**

#### 【女性】

- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は全体で5,826円。
- 年代別でみると、30代（6,625円）が最も高い。

#### 【男性】

- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は全体で3,340円。
- 年代別でみると、20代（4,672円）が最も高い。

#### ■美容に使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.美容（サロン利用や化粧品購入）に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

	0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
							1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
女性全体 (n=6,600)	15.3	21.8	19.4	14.2	6.5	8.8	9.0	2.7	1.5	0.9	14.1	5,826	
女性 年代別	15～19歳 (n= 421)	22.3	27.0	20.7	10.7	5.0	6.2	4.8	1.7	1.2	0.5	8.2	4,187
	20代 (n=1,076)	18.3	16.2	18.6	13.8	8.6	8.7	9.3	3.9	1.6	1.1	15.9	6,346
	30代 (n=1,149)	15.2	20.4	18.3	13.8	7.0	9.4	8.7	3.5	1.7	2.0	15.8	6,625
	40代 (n=1,419)	15.8	23.1	18.6	14.9	6.5	8.0	8.1	2.3	2.0	0.8	13.2	5,680
	50代 (n=1,428)	14.7	23.5	20.3	13.7	5.8	8.6	10.2	2.0	0.8	0.5	13.5	5,312
	60代 (n=1,108)	9.9	23.0	20.6	15.8	5.3	10.9	10.3	2.2	1.4	0.7	14.5	5,968

#### ■美容に使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.美容（サロン利用や化粧品購入）に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

	0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
							1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
男性全体 (n=6,600)	36.7	26.6	13.4	9.1	4.2	3.7	3.5	1.2	0.5	1.1	6.4	3,340	
男性 年代別	15～19歳 (n= 435)	41.7	24.0	12.5	8.7	3.7	2.0	2.5	2.2	0.7	2.2	7.5	3,752
	20代 (n=1,093)	29.5	19.0	17.6	13.1	6.8	4.3	5.7	1.8	0.5	1.9	9.8	4,672
	30代 (n=1,167)	31.5	24.7	14.3	10.2	6.0	4.8	4.5	1.4	1.2	1.4	8.5	4,244
	40代 (n=1,424)	34.8	28.4	13.0	9.0	3.7	5.0	3.6	1.3	0.5	0.8	6.2	3,298
	50代 (n=1,424)	42.2	29.0	11.6	7.2	2.7	2.6	2.8	1.2	0.3	0.6	4.8	2,544
	60代 (n=1,056)	43.4	31.8	11.3	6.8	2.3	2.0	1.6	0.3	0.1	0.5	2.4	1,923

#### <平均金額の算出方法について>

- ・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。
- ※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。

# [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

## 【男女】美容に使う金額の変化

**男女とも、美容に使う1カ月あたりの平均金額は、2023年と比べて増加。**

### 【女性】

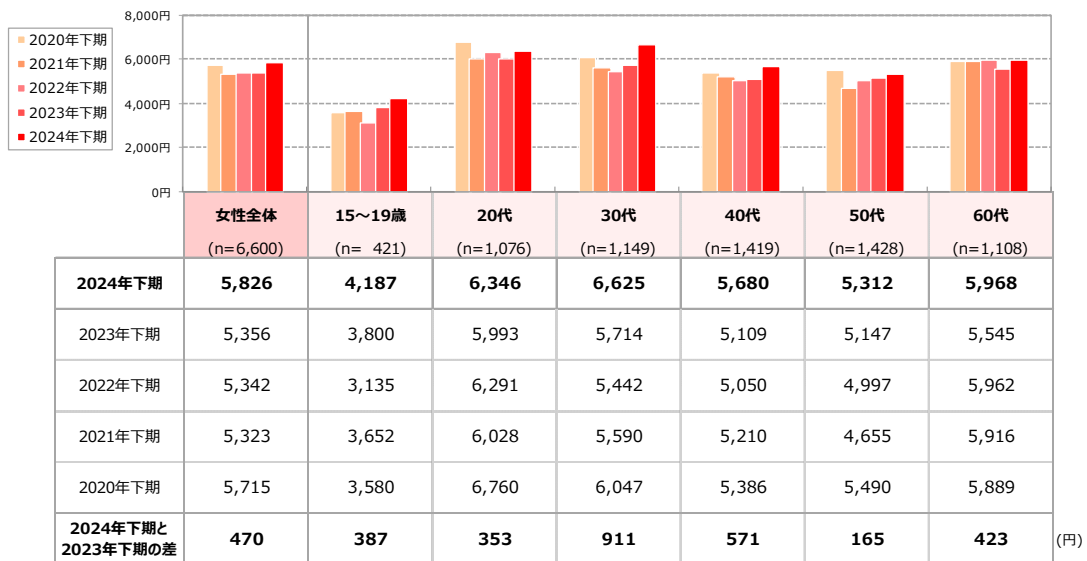
- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は2023年と比べて470円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べて全年代で増加している。なかでも、30代は911円と最も増加幅が大きい。

### 【男性】

- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は2023年と比べて292円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べて10~20代・50~60代で増加している。なかでも、15~19歳は1,055円と最も増加幅が大きい。

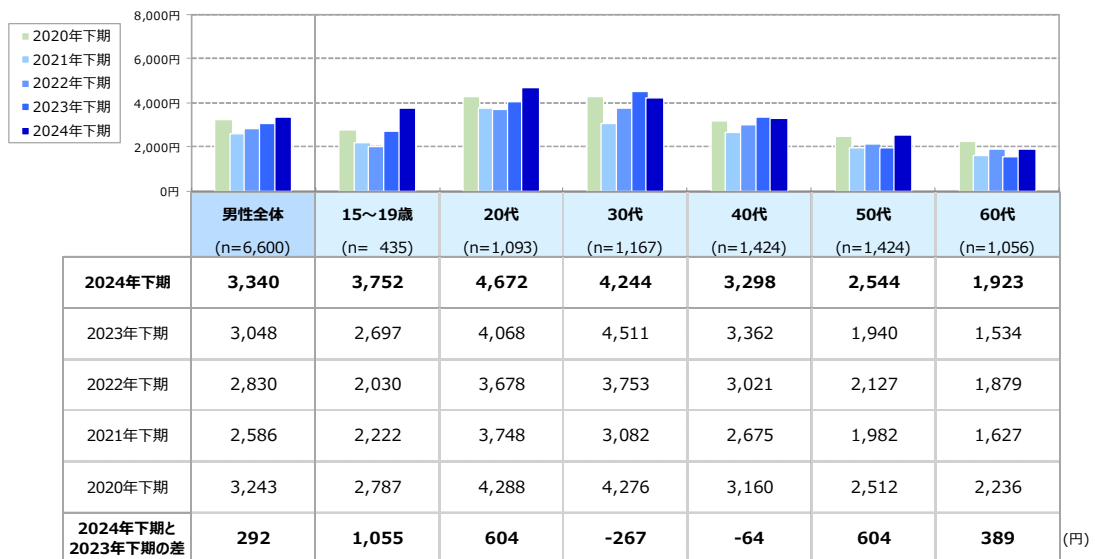
■美容に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.美容（サロン利用や化粧品購入）に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。



■美容に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.美容（サロン利用や化粧品購入）に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。



<平均金額の算出方法について>

- ・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。
- ※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。

## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

### 【男女】基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額

**基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は、女性全体で3,377円、男性全体で1,586円。**

#### 【女性】

- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は全体で3,377円。
- 年代別でみると、30代（3,761円）が最も高い。

#### 【男性】

- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は全体で1,586円。
- 年代別でみると、20代（2,711円）が最も高い。

#### ■ 基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.基礎化粧品に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

		0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
								1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
女性全体	(n=6,600)	15.2	40.8	19.7	10.8	4.5	3.8	3.2	1.1	0.3	0.6	5.2	3,377	
女性 年代別	15～19歳	(n= 421)	24.7	43.8	17.5	6.7	3.2	2.3	0.8	0.3	0.3	0.3	1.8	2,237
	20代	(n=1,076)	21.1	34.9	20.3	11.6	4.6	3.3	2.3	0.8	0.2	0.9	4.2	3,222
	30代	(n=1,149)	16.8	37.4	19.0	11.4	4.7	4.3	3.6	1.5	0.5	0.8	6.4	3,761
	40代	(n=1,419)	13.0	43.7	18.2	10.8	4.8	3.7	3.4	1.7	0.4	0.5	6.0	3,528
	50代	(n=1,428)	13.8	43.4	20.4	9.7	3.8	4.3	3.3	0.8	0.3	0.3	4.7	3,114
	60代	(n=1,108)	8.8	41.9	21.4	12.6	5.1	4.2	4.2	1.1	0.3	0.6	6.1	3,709

#### ■ 基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.基礎化粧品に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

		0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
								1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
男性全体	(n=6,600)	59.7	23.2	7.6	4.0	2.0	1.4	0.8	0.4	0.1	0.8	2.1	1,586	
男性 年代別	15～19歳	(n= 435)	53.5	24.0	10.8	4.7	2.2	0.8	0.7	0.8	0.3	2.2	4.0	2,550
	20代	(n=1,093)	43.5	25.2	14.8	7.4	3.3	2.1	1.3	0.8	0.3	1.5	3.8	2,711
	30代	(n=1,167)	51.1	26.1	8.9	5.9	3.0	1.9	1.3	0.4	0.3	1.1	3.1	2,152
	40代	(n=1,424)	59.4	24.5	6.6	3.3	2.8	1.7	0.9	0.3	0.0	0.7	1.8	1,481
	50代	(n=1,424)	70.6	19.8	4.5	2.5	0.8	0.9	0.4	0.3	0.0	0.3	1.0	863
	60代	(n=1,056)	74.3	20.7	3.0	1.1	0.3	0.4	0.2	0.0	0.0	0.2	0.3	514

#### <平均金額の算出方法について>

・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。

※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。

## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

### 【男女】基礎化粧品に使う金額の変化

**基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は、2023年と比べて女性は増加。一方、男性は微減。**

#### 【女性】

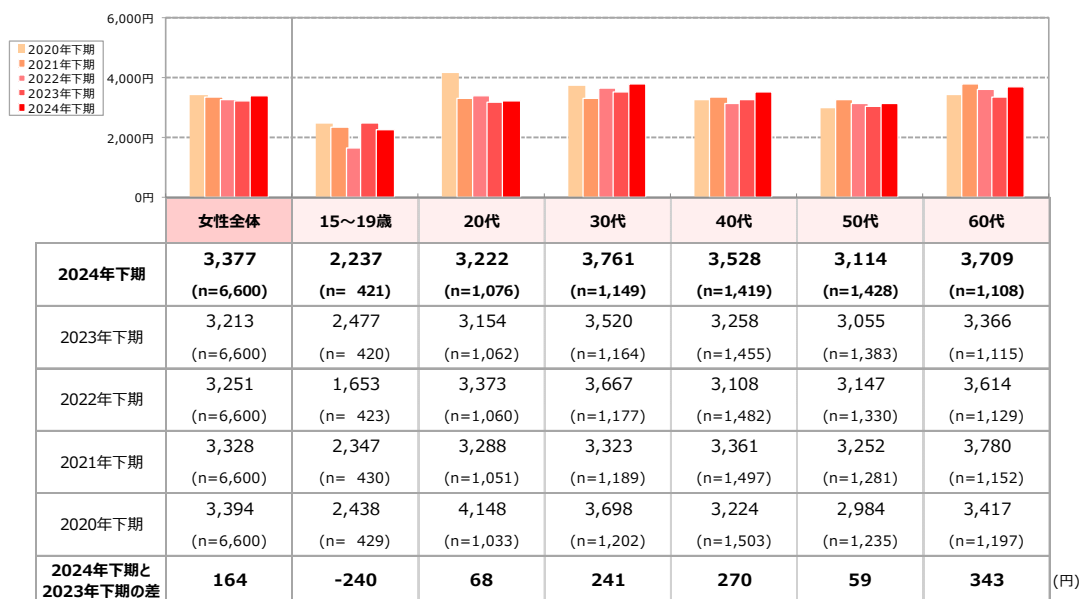
- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は、2023年と比べて164円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べて20～60代で増加しており、なかでも60代では343円と最も増加幅が大きい。

#### 【男性】

- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は2023年と比べて86円減少。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べ10～20代で増加しており、なかでも15～19歳では388円と最も増加幅が大きい。

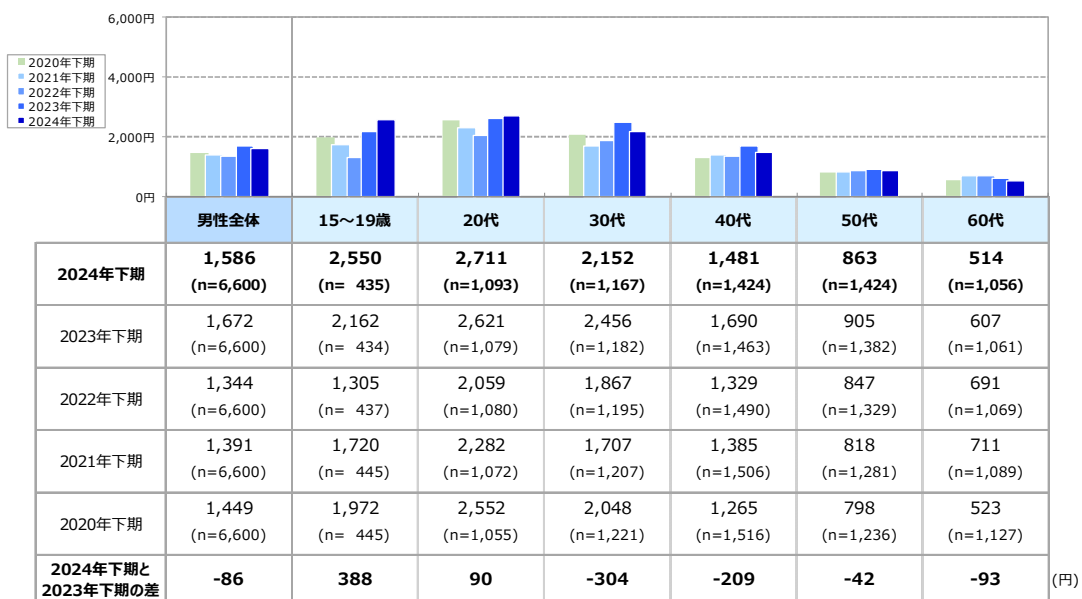
■基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.基礎化粧品に使う1カ月あたりの費用をお教えください。



■基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.基礎化粧品に使う1カ月あたりの費用をお教えください。



#### <平均金額の算出方法について>

・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。

※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。

## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

### 【男女】メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額

**メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は、女性全体で2,277円、男性全体で1,252円。**

#### 【女性】

- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は全体で2,277円。
- 年代別でみると、20代（2,866円）が最も高い。

#### 【男性】

- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は全体で1,252円。
- 年代別でみると、20代（2,280円）が最も高い。

#### ■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

	0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
							1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
女性全体 (n=6,600)	24.0	46.0	15.1	7.0	3.1	2.3	1.5	0.3	0.1	0.4	2.4	2,277	
女性 年代別	15～19歳 (n= 421)	26.3	41.5	17.0	6.7	2.8	2.8	1.7	0.7	0.2	0.3	2.8	2,362
	20代 (n=1,076)	24.1	38.4	16.2	10.3	4.3	3.4	2.1	0.3	0.2	0.8	3.4	2,866
	30代 (n=1,149)	22.8	41.7	17.4	8.4	3.9	2.7	1.7	0.4	0.3	0.7	3.1	2,695
	40代 (n=1,419)	22.8	47.3	15.9	6.1	2.8	2.3	1.8	0.4	0.1	0.4	2.8	2,277
	50代 (n=1,428)	25.7	51.4	12.0	5.6	2.3	1.7	0.8	0.3	0.1	0.2	1.3	1,779
	60代 (n=1,108)	23.5	51.0	14.1	5.7	2.3	1.8	1.3	0.1	0.0	0.3	1.7	1,882

#### ■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（全体／単一回答）

Q.メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用をお教えてください。

	0円	2,000円未満	2,000～4,000円未満	4,000～6,000円未満	6,000～8,000円未満	8,000～1万円未満	1万円以上・計				1万円以上・計	0円含む平均(円)	
							1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上			
男性全体 (n=6,600)	76.0	12.0	4.3	3.0	1.5	1.2	0.7	0.3	0.1	0.8	2.0	1,252	
男性 年代別	15～19歳 (n= 435)	67.8	15.2	6.0	4.0	2.2	1.0	0.8	0.3	0.5	2.2	3.8	2,265
	20代 (n=1,093)	63.2	14.1	7.7	6.7	2.8	2.1	1.3	0.4	0.3	1.6	3.6	2,280
	30代 (n=1,167)	70.8	12.6	5.9	4.1	2.1	2.0	0.9	0.4	0.2	1.1	2.6	1,683
	40代 (n=1,424)	76.5	12.8	4.2	2.3	1.5	1.0	0.8	0.4	0.0	0.7	1.8	1,110
	50代 (n=1,424)	83.7	10.3	1.9	1.6	1.0	0.5	0.5	0.3	0.1	0.2	1.0	609
	60代 (n=1,056)	87.8	9.2	1.6	0.5	0.2	0.4	0.1	0.2	0.0	0.2	0.4	351

#### <平均金額の算出方法について>

・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。

※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。



## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

### 【男女】メイクアイテムに使う金額の変化

**メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は、2023年と比べて女性は増加。一方、男性は微減。**

#### 【女性】

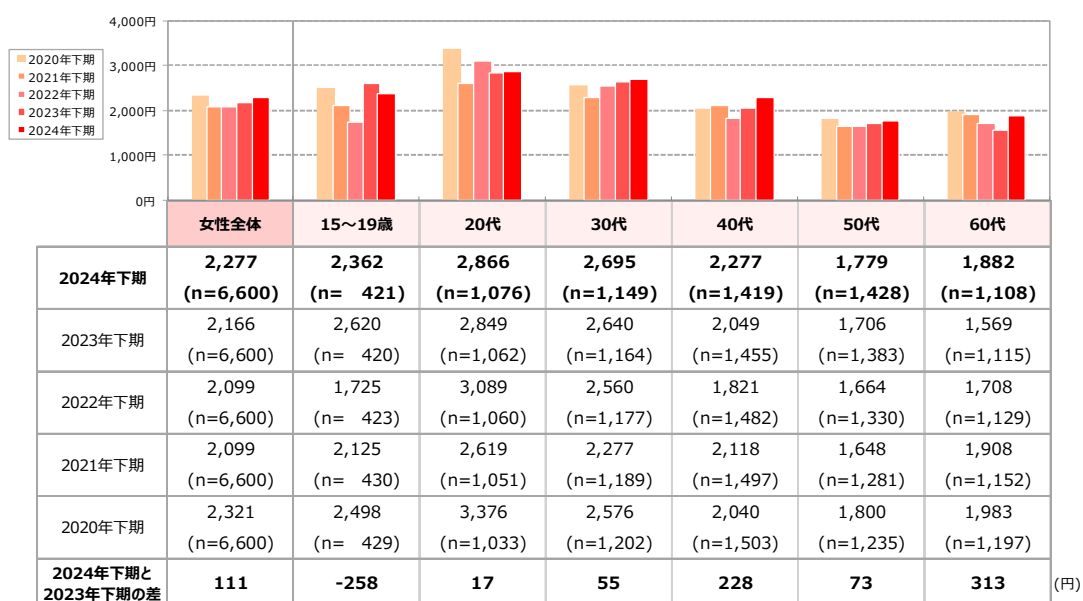
- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は2023年と比べて111円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べて20～60代で増加しており、なかでも60代では313円と最も増加幅が大きい。

#### 【男性】

- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は2023年と比べて38円減少。
- 年代別で見ると、平均金額は2023年と比べて15～19歳・50代で増加しており、なかでも15～19歳では480円と最も増加幅が大きい。

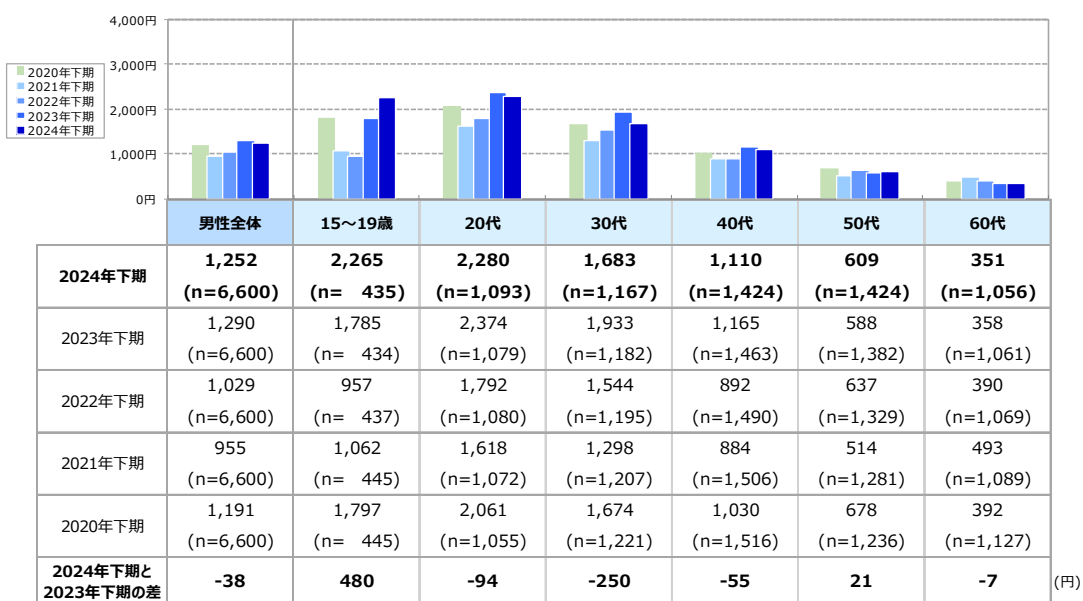
■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用をお教えてください。



■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

Q.メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用をお教えてください。



#### <平均金額の算出方法について>

- ・回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した。
- ※ただし、回答時に提示した選択肢の最高価格帯については中央値をとれないため、選択肢に表示した金額を用いている。

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動  
**【女性】アイテム購入率**

**女性の購入率1位は【基礎化粧品】では「洗顔料」、【メイクアイテム】では「ファンデーション」、【化粧雑貨・ボディケア】では「ハンドクリーム」。**

【女性】

- 【基礎化粧品】1位「洗顔料」（81.7%）、2位「化粧水」（77.9%）、3位「クレンジング」（68.5%）。
- 【メイクアイテム】1位「ファンデーション」（54.3%）、2位「アイブロウ（眉マスカラを含む）」（52.0%）、3位「下地」（44.8%）。
- 【化粧雑貨・ボディケア】1位「ハンドクリーム」（52.2%）、2位「フェイスシート、カラダふきシート」（35.6%）、3位「ボディローション/クリーム/オイル」（33.7%）。
- 2023年との比較では、全体的に僅差ではあるが増加する項目が多い。「口紅・グロス」（6.1pt増）で最も増加幅が大きい。

■ 過去1年のアイテム購入個数：購入率（1個以上購入）（全体/各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(%)

	女性全体						2024年下期 2023年下期 との差(pt)	
	2024年 下期 (n=6,600)	2020年 下期 (n=6,600)	2021年 下期 (n=6,600)	2022年 下期 (n=6,600)	2023年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)		
基礎化粧品	洗顔料	81.7	79.6	79.3	80.3	80.3	81.7	1.4
	化粧水	77.9	74.5	75.8	76.9	76.4	77.9	1.5
	クレンジング	68.5	67.2	65.4	67.3	66.5	68.5	2.0
	日焼け止め	66.8	62.9	62.2	65.6	66.0	66.8	0.8
	乳液・クリーム	62.3	59.3	59.5	60.4	60.0	62.3	2.3
	リップケア	57.7	55.5	51.3	51.1	53.4	57.7	4.3
	美容液	44.6	43.4	42.2	43.6	44.0	44.6	0.6
	パック・フェイスマスク	39.3	34.7	33.5	35.2	35.4	39.3	3.9
	アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）	26.3	21.3	21.7	24.1	24.7	26.3	1.6
フェイス用スクラブ・ピーリング	15.7	20.0	16.4	16.3	16.5	15.7	- 0.8	
メイクアイテム	ファンデーション	54.3	60.5	49.4	50.8	52.8	54.3	1.5
	アイブロウ（眉マスカラを含む）	52.0	50.8	47.9	50.3	52.0	52.0	0.0
	下地	44.8	47.2	38.4	41.6	43.0	44.8	1.8
	口紅・グロス	42.8	49.1	29.9	31.7	36.7	42.8	6.1
	アイシャドウ	41.8	42.7	36.6	38.4	41.0	41.8	0.8
	フェイスパウダー	40.6	38.6	33.0	36.0	38.2	40.6	2.4
	アイライナー	38.2	37.9	33.7	35.9	37.8	38.2	0.4
	マスカラ	36.3	36.8	32.1	34.9	36.0	36.3	0.3
	チーク	28.0	33.6	20.9	21.6	24.8	28.0	3.2
コンシーラー	27.1	26.3	20.2	23.1	25.7	27.1	1.4	
ハイライター・シェーディング	17.4	17.0	12.9	14.6	16.2	17.4	1.2	
化粧雑貨・ボディケア	ハンドクリーム	52.2	56.6	53.8	52.6	52.3	52.2	- 0.1
	フェイスシート、カラダふきシート	35.6	35.5	31.9	33.0	34.0	35.6	1.6
	ボディローション/クリーム/オイル	33.7	40.2	34.6	32.6	33.8	33.7	- 0.1
	ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）	25.1	30.6	25.7	25.0	25.9	25.1	- 0.8
	フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）	22.1	24.6	20.3	20.6	21.9	22.1	0.2
	あぶらとり紙	13.1	16.1	10.6	10.7	11.5	13.1	1.6
	ボディススクラブ	11.3	13.3	9.6	10.1	11.6	11.3	- 0.3
脱毛・除毛剤	9.2	12.8	9.4	9.0	9.6	9.2	- 0.4	

※カテゴリーごと、「女性全体（2024年下期）」で降順ソート



# [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動 【女性】アイテム購入率(ジャンル別)

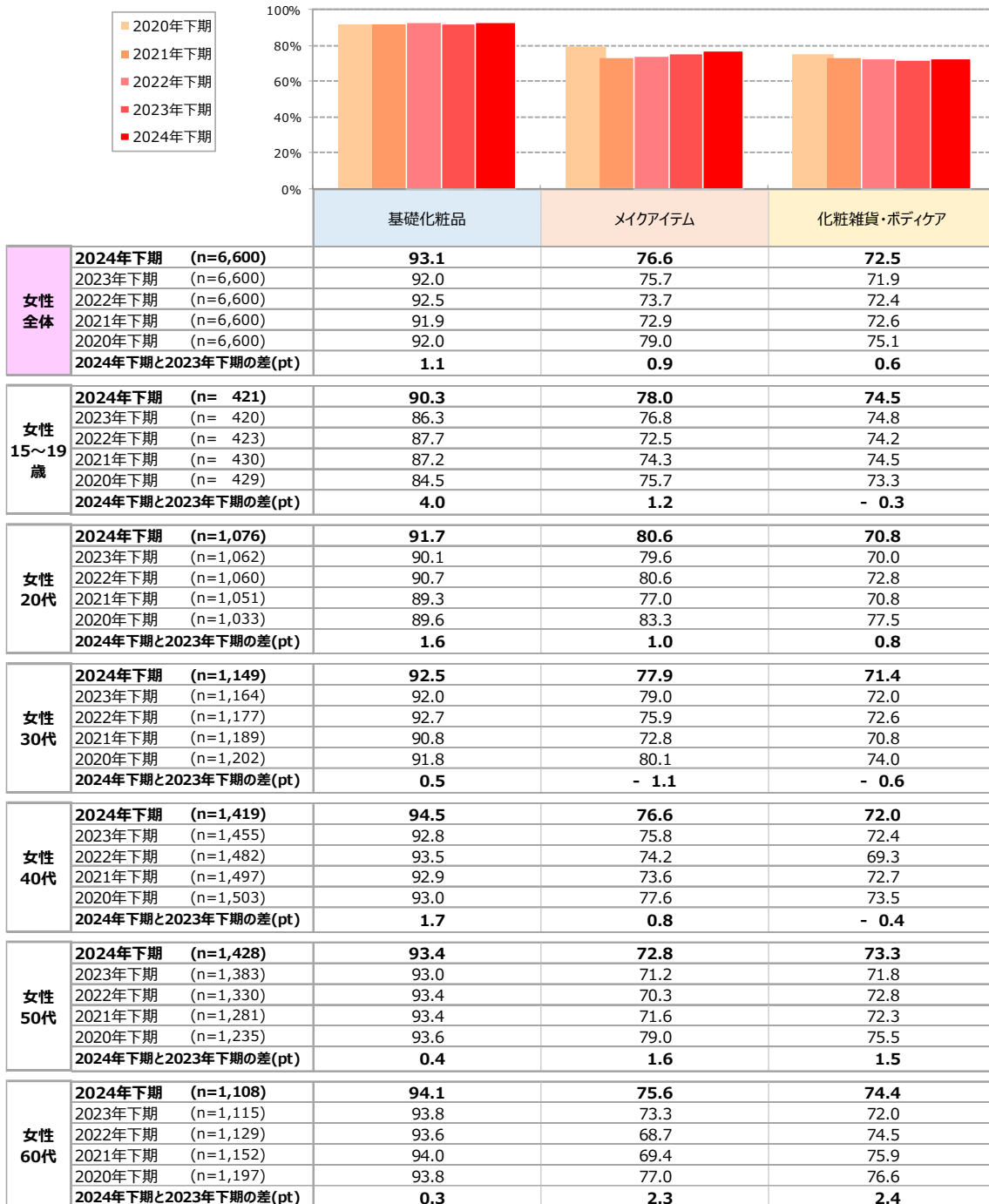
## 女性の購入率は【基礎化粧品】が突出。

【女性】

- 【基礎化粧品】が93.1%で突出。次いで【メイクアイテム】（76.6%）、【化粧雑貨・ボディケア】（72.5%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で【基礎化粧品】の購入率が高く、9割以上。

### ■過去1年のアイテム購入回数：購入率（1個以上購入）（全体／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男性】アイテム購入率

男性の購入率1位は【基礎化粧品】では「洗顔料」、【メイクアイテム】では「下地」、【化粧雑貨・ボディケア】では「フェイスシート、カラダふきシート」。

【男性】

- 【基礎化粧品】1位「洗顔料」(49.7%)、2位「化粧水」(31.0%)、3位「乳液・クリーム」(26.5%)。
- 【メイクアイテム】1位「下地」(8.0%)、2位「ファンデーション」(7.9%)、3位「コンシーラー」(7.3%)。
- 【化粧雑貨・ボディケア】1位「フェイスシート、カラダふきシート」(28.2%)、2位「ハンドクリーム」(24.7%)、3位「フレグランス(香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず)」(18.1%)。
- 2023年との比較では、全体的に僅差ではあるが増加する項目が多くみられる。

■ 過去1年のアイテム購入回数：購入率(1個以上購入)(全体/各単一回答)

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		男性全体						
		2024年 下期 (n=6,600)	2020年 下期 (n=6,600)	2021年 下期 (n=6,600)	2022年 下期 (n=6,600)	2023年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)
基礎化粧品	洗顔料	49.7	46.4	47.6	47.6	49.1	49.7	0.6
	化粧水	31.0	25.5	26.3	28.7	30.3	31.0	0.7
	乳液・クリーム	26.5	23.0	21.9	23.2	25.4	26.5	1.1
	日焼け止め	25.1	21.7	19.4	22.3	23.5	25.1	1.6
	リップケア	20.5	22.5	20.7	18.8	20.0	20.5	0.5
	アフターシェーブローション	17.9	19.1	17.8	18.2	18.2	17.9	- 0.3
	クレンジング	15.5	14.7	13.2	14.7	15.5	15.5	0.0
	美容液	14.0	11.1	10.8	11.9	13.2	14.0	0.8
	パック・フェイスマスク	11.9	9.9	9.3	9.9	10.8	11.9	1.1
	フェイス用スクラブ・ピーリング	10.5	10.9	9.0	9.6	9.8	10.5	0.7
アイケア(まつげ美容液、アイクリーム)	7.1	6.9	5.6	6.3	6.2	7.1	0.9	
メイクアイテム	下地	8.0	6.2	5.7	7.0	6.7	8.0	1.3
	ファンデーション	7.9	6.2	5.6	6.5	6.7	7.9	1.2
	コンシーラー	7.3	6.1	5.3	6.5	6.5	7.3	0.8
	フェイスパウダー	7.2	6.0	5.2	6.0	6.2	7.2	1.0
	アイブロウ(眉マスカラを含む)	6.9	5.7	5.0	5.9	5.9	6.9	1.0
	アイシャドウ	6.5	5.6	4.7	5.5	5.7	6.5	0.8
	口紅・グロス	6.5	5.7	4.9	5.7	5.6	6.5	0.9
	マスカラ	6.4	5.4	4.6	5.2	5.1	6.4	1.3
	アイライナー	6.3	5.9	4.8	5.4	5.6	6.3	0.7
	チーク	6.3	5.2	4.8	5.1	5.2	6.3	1.1
ハイライター・シェーディング	6.2	5.5	4.6	5.3	5.2	6.2	1.0	
化粧雑貨・ボディケア	フェイスシート、カラダふきシート	28.2	26.2	26.5	27.3	27.7	28.2	0.5
	ハンドクリーム	24.7	24.3	24.6	24.4	25.2	24.7	- 0.5
	フレグランス(香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず)	18.1	16.1	15.9	17.2	18.2	18.1	- 0.1
	ボディローション/クリーム/オイル	14.3	15.4	13.9	13.4	14.3	14.3	0.0
	脱毛・除毛剤	11.0	10.6	10.0	9.9	11.0	11.0	0.0
	あぶらとり紙	10.3	11.2	8.5	9.4	10.1	10.3	0.2
	ボディスクラブ	8.8	9.1	6.9	7.2	8.2	8.8	0.6
ネイル用品(ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など)	7.1	6.5	5.7	6.1	6.4	7.1	0.7	

※カテゴリーごと、「男性全体(2024年下期)」で降順ソート



# [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

## 【男性】アイテム購入率(ジャンル別)

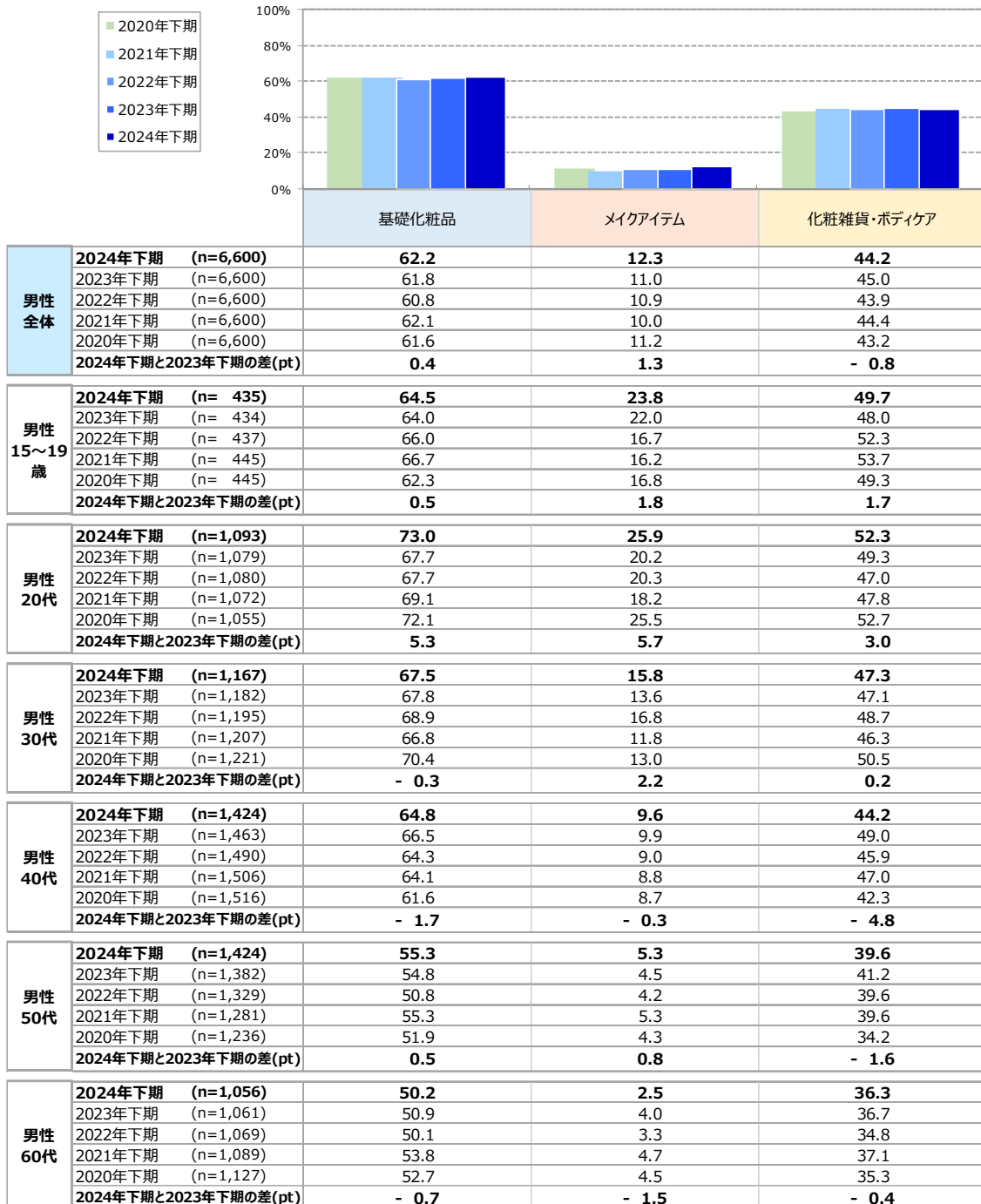
### 男性の購入率は【基礎化粧品】が突出。

【男性】

- 【基礎化粧品】が62.2%で突出。次いで【化粧雑貨・ボディケア】(44.2%)、【メイクアイテム】(12.3%)が続く。
- 年代別に購入率をみると、【基礎化粧品】【メイクアイテム】【化粧雑貨・ボディケア】の全カテゴリーで20代が最も高い。
- 2023年との比較では、20代で【基礎化粧品】【メイクアイテム】の購入率が5.0pt以上増。

#### ■ 過去1年のアイテム購入回数：購入率（1個以上購入）（全体／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

購入した基礎化粧品1個あたりの平均価格1位は、女性は「美容液」、男性は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」。

【女性】

- 1位「美容液」（6,020円）、2位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（3,951円）。
- 年代別にみると、全年代で「美容液」が1位。

【男性】

- 1位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（5,829円）、2位「美容液」（4,566円）。
- 年代別にみると、15～19歳は「アフターシェーブローション」、20～50代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位。

■購入アイテム1個あたりの価格：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

(円)

		基礎化粧品										
		ク レ ン ジ ン グ	洗 顔 料	グ ラ フ エ ・ イ ス ・ リ ス ク	ス バ ツ マ ス ク ・ フ エ イ	化 粧 水	乳 液 ・ ク リ ム	美 容 液	日 焼 け 止 め	ム 液 ・ ま つ げ ア イ ケ ア リ ン	ア イ ケ ア リ ン	リ ッ プ ケ ア
女性 年代別	女性全体	1,920 (n=4,520)	1,471 (n=5,389)	2,335 (n=1,039)	2,121 (n=2,597)	3,086 (n=5,144)	3,577 (n=4,109)	6,020 (n=2,945)	2,062 (n=4,408)	3,951 (n=1,736)	1,306 (n=3,809)	
	15～19歳	1,543 (n=243)	1,411 (n=315)	2,460 (n=100)	1,964 (n=241)	2,528 (n=306)	2,670 (n=271)	3,667 (n=175)	2,142 (n=325)	2,993 (n=170)	1,633 (n=279)	
	20代	1,965 (n=787)	1,530 (n=874)	2,744 (n=265)	2,026 (n=585)	2,892 (n=851)	3,297 (n=749)	5,067 (n=550)	2,420 (n=768)	4,097 (n=434)	2,003 (n=660)	
	30代	1,909 (n=831)	1,419 (n=948)	2,125 (n=240)	2,352 (n=522)	3,255 (n=908)	3,491 (n=761)	5,507 (n=554)	2,219 (n=806)	4,524 (n=365)	1,557 (n=685)	
	40代	1,951 (n=1,002)	1,520 (n=1,169)	2,224 (n=181)	1,985 (n=517)	3,162 (n=1,130)	3,611 (n=858)	6,512 (n=611)	1,951 (n=931)	3,710 (n=340)	1,008 (n=835)	
	50代	1,858 (n=962)	1,390 (n=1,152)	1,910 (n=148)	1,986 (n=432)	3,049 (n=1,100)	3,626 (n=812)	6,787 (n=570)	1,740 (n=891)	3,716 (n=253)	867 (n=784)	
	60代	2,057 (n=695)	1,527 (n=930)	2,455 (n=105)	2,458 (n=301)	3,249 (n=849)	4,260 (n=659)	7,018 (n=485)	2,009 (n=687)	4,136 (n=174)	1,076 (n=566)	
	※全体、各年代において		1位	2位								

■購入アイテム1個あたりの価格：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

(円)

		基礎化粧品										
		ク レ ン ジ ン グ	洗 顔 料	フ ・ エ ・ イ ス ・ リ ン ス グ ラ	マ ス ク ・ フ エ イ ス	ロ ア フ シ ャ ー ロ ウ ン シ ェ ー ブ	化 粧 水	乳 液 ・ ク リ ム	美 容 液	日 焼 け 止 め	ア イ ケ ア リ ン ・ ま つ げ ア イ ケ ア リ ン	リ ッ プ ケ ア
男性 年代別	男性全体	1,793 (n=1,021)	1,141 (n=3,282)	2,519 (n=690)	3,066 (n=786)	3,339 (n=1,180)	2,823 (n=2,048)	3,121 (n=1,746)	4,566 (n=927)	2,643 (n=1,658)	5,829 (n=471)	2,351 (n=1,352)
	15～19歳	1,882 (n=123)	1,528 (n=228)	2,803 (n=95)	3,954 (n=104)	8,347 (n=93)	5,076 (n=182)	5,961 (n=169)	6,596 (n=125)	4,602 (n=180)	6,637 (n=77)	5,326 (n=130)
	20代	1,999 (n=316)	1,427 (n=679)	2,581 (n=232)	3,215 (n=271)	5,187 (n=254)	3,728 (n=539)	3,616 (n=465)	5,270 (n=304)	3,365 (n=434)	6,293 (n=175)	3,254 (n=336)
	30代	1,825 (n=244)	1,278 (n=680)	2,389 (n=154)	3,642 (n=180)	3,346 (n=219)	2,455 (n=473)	3,081 (n=361)	3,861 (n=210)	2,694 (n=313)	5,447 (n=113)	2,398 (n=272)
	40代	1,655 (n=205)	1,039 (n=789)	2,701 (n=123)	2,284 (n=151)	2,340 (n=209)	2,369 (n=432)	2,424 (n=347)	3,718 (n=161)	1,980 (n=323)	4,734 (n=59)	1,395 (n=280)
	50代	1,375 (n=89)	819 (n=582)	2,093 (n=63)	1,596 (n=63)	1,572 (n=207)	1,540 (n=274)	2,052 (n=248)	3,227 (n=89)	1,576 (n=247)	5,294 (n=37)	964 (n=211)
	60代	1,374 (n=43)	813 (n=324)	1,765 (n=23)	1,540 (n=18)	1,521 (n=199)	1,628 (n=147)	1,905 (n=157)	2,817 (n=37)	1,364 (n=160)	4,288 (n=11)	1,204 (n=122)
※全体、各年代において		1位	2位	※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示								



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

購入した基礎化粧品1個あたりの平均価格の2023年との比較では、男女とも「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」の増加幅が最も大きい。

【女性】

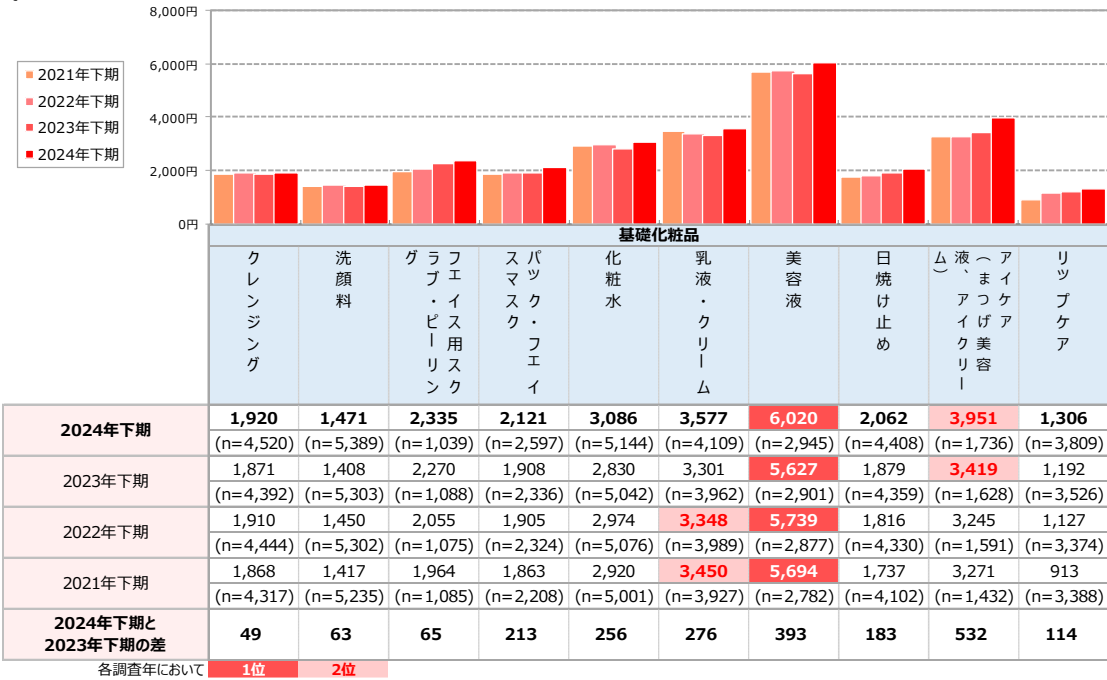
- 2023年との比較では、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（532円増）、「美容液」（393円増）で300円以上増加。

【男性】

- 2023年との比較では、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（1,733円増）、「アフターシェーブローション」（1,347円増）、「美容液」（1,264円増）、「乳液・クリーム」（1,066円増）で1,000円以上増加。

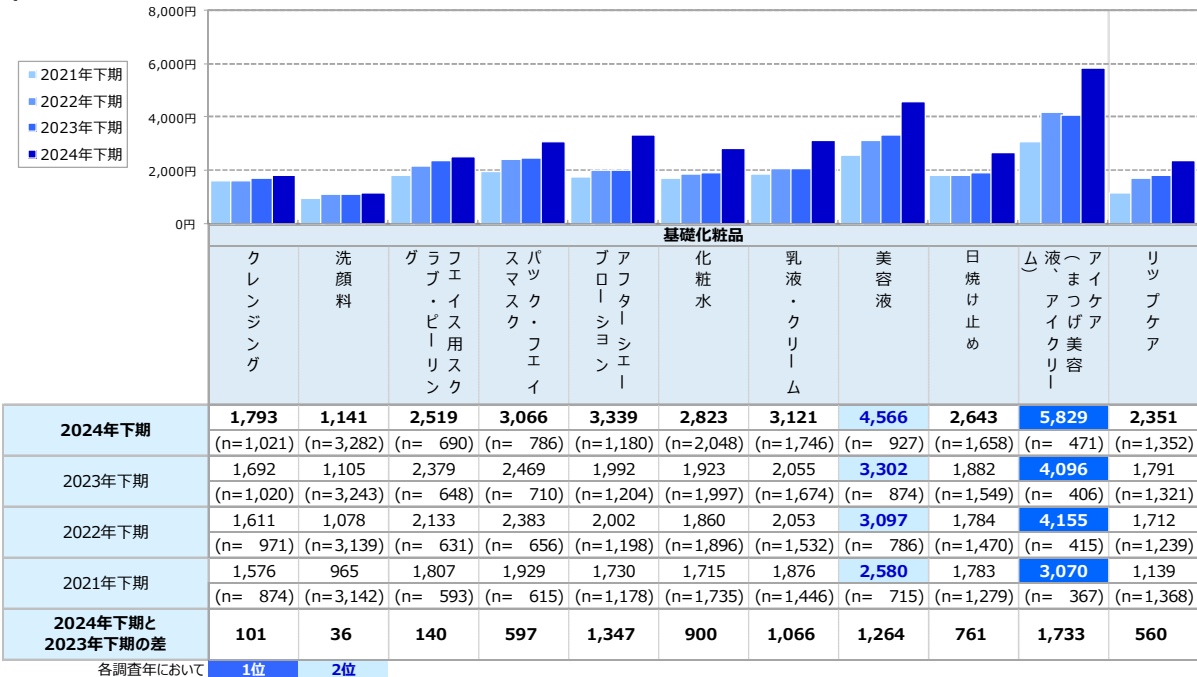
■購入アイテム1個あたりの価格：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



■購入アイテム1個あたりの価格：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



【美容意識・購買行動】 (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

購入したメイクアイテム1個あたりの平均価格1位は、女性は「ファンデーション」、男性は「アイシャドウ」。

【女性】

- 1位「ファンデーション」(3,215円)、2位「フェイスパウダー」(3,119円)。
- 年代別にみると、15~19歳は「チーク」、20代は「アイシャドウ」、30~50代は「ファンデーション」、60代は「フェイスパウダー」が1位。

【男性】

- 1位「アイシャドウ」(7,577円)、2位「アイライナー」(7,210円)。
- 年代別にみると、15~19歳・40代は「アイライナー」、20~30代は「アイシャドウ」が1位。

■購入アイテム1個あたりの価格：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライナー	アイシャドウ
女性全体		2,455 (n=2,955)	1,977 (n=1,788)	3,215 (n=3,581)	3,119 (n=2,677)	1,690 (n=3,432)	2,747 (n=2,756)	2,126 (n=2,520)	2,448 (n=2,399)	2,638 (n=2,828)	2,630 (n=1,845)	2,710 (n=1,149)
女性 年代別	15~19歳	1,521 (n=207)	1,435 (n=190)	2,073 (n=186)	2,059 (n=235)	2,367 (n=203)	2,775 (n=237)	2,362 (n=241)	2,747 (n=227)	2,984 (n=267)	3,039 (n=168)	2,759 (n=170)
	20代	2,335 (n=561)	1,946 (n=386)	3,016 (n=562)	2,889 (n=519)	2,270 (n=622)	3,856 (n=541)	2,865 (n=547)	3,086 (n=515)	3,158 (n=604)	3,435 (n=368)	2,768 (n=344)
	30代	2,537 (n=588)	2,052 (n=361)	3,327 (n=633)	3,227 (n=509)	2,108 (n=625)	2,055 (n=556)	2,575 (n=526)	2,738 (n=509)	2,848 (n=504)	2,858 (n=391)	2,977 (n=252)
	40代	2,593 (n=634)	2,102 (n=374)	3,353 (n=786)	3,202 (n=572)	1,331 (n=770)	2,112 (n=596)	1,602 (n=513)	1,857 (n=519)	2,211 (n=506)	2,067 (n=385)	2,407 (n=188)
	50代	2,321 (n=572)	1,935 (n=301)	3,170 (n=793)	3,162 (n=488)	1,136 (n=693)	2,075 (n=481)	1,363 (n=412)	1,872 (n=365)	2,170 (n=541)	2,041 (n=307)	2,156 (n=115)
	60代	2,965 (n=393)	2,283 (n=176)	3,508 (n=621)	3,814 (n=354)	1,499 (n=519)	2,523 (n=345)	1,723 (n=281)	2,352 (n=264)	2,532 (n=406)	2,380 (n=226)	3,046 (n=79)
	※全体、各年代において		1位	2位								

■購入アイテム1個あたりの価格：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライナー	アイシャドウ
男性全体		2,189 (n=525)	2,327 (n=484)	2,862 (n=519)	3,377 (n=477)	5,214 (n=456)	7,577 (n=426)	7,210 (n=413)	7,069 (n=423)	6,383 (n=426)	5,858 (n=417)	5,634 (n=411)
男性 年代別	15~19歳	2,204 (n=77)	2,623 (n=81)	3,804 (n=72)	3,585 (n=74)	4,960 (n=72)	10,669 (n=70)	10,939 (n=70)	9,376 (n=71)	8,879 (n=72)	9,266 (n=70)	6,489 (n=70)
	20代	2,365 (n=190)	2,379 (n=184)	3,059 (n=193)	3,233 (n=184)	5,806 (n=171)	8,626 (n=169)	7,655 (n=159)	8,176 (n=161)	6,716 (n=161)	5,739 (n=158)	6,480 (n=160)
	30代	2,107 (n=130)	2,450 (n=114)	2,460 (n=128)	3,523 (n=114)	4,637 (n=111)	5,996 (n=100)	5,191 (n=98)	4,970 (n=105)	5,620 (n=104)	4,892 (n=103)	3,855 (n=95)
	40代	2,219 (n=77)	2,154 (n=64)	2,346 (n=72)	3,181 (n=58)	5,236 (n=62)	5,005 (n=55)	6,723 (n=52)	6,235 (n=50)	5,153 (n=53)	4,959 (n=53)	5,331 (n=53)
	50代	1,570 (n=36)	1,440 (n=31)	2,188 (n=39)	3,595 (n=36)	3,568 (n=30)	4,029 (n=25)	3,814 (n=26)	5,081 (n=25)	3,015 (n=27)	3,011 (n=26)	4,132 (n=24)
	60代	1,875 (n=14)	1,388 (n=11)	3,617 (n=13)	3,250 (n=11)	8,368 (n=10)	6,339 (n=8)	4,050 (n=7)	4,104 (n=11)	6,428 (n=8)	6,679 (n=6)	8,900 (n=8)
※全体、各年代において		1位	2位									

※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

購入したメイクアイテム1個あたりの平均価格の2023年との比較では、女性は「マスカラ」、男性は「アイシャドウ」の増加幅が最も大きい。

【女性】

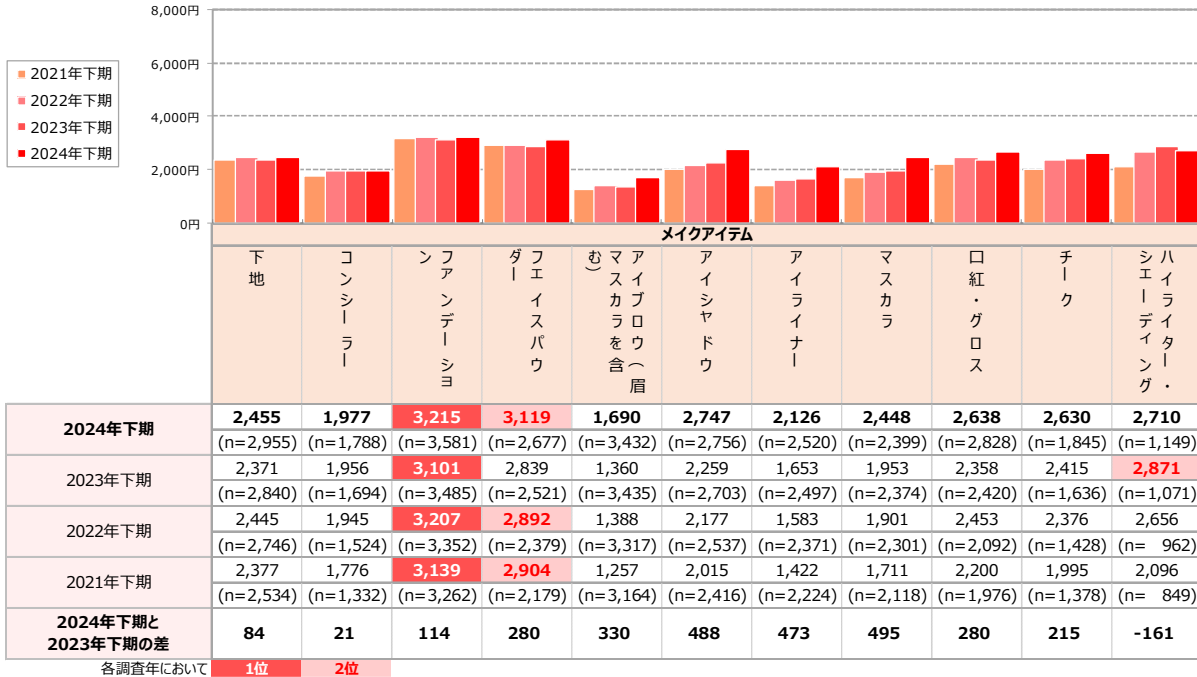
- 2023年との比較では、「マスカラ」（495円増）、「アイシャドウ」（488円増）、「アイライナー」（473円増）では400円以上増加。

【男性】

- 2023年との比較では、「アイシャドウ」（3,969円増）、「アイライナー」（3,568円増）では3,000円以上増加。

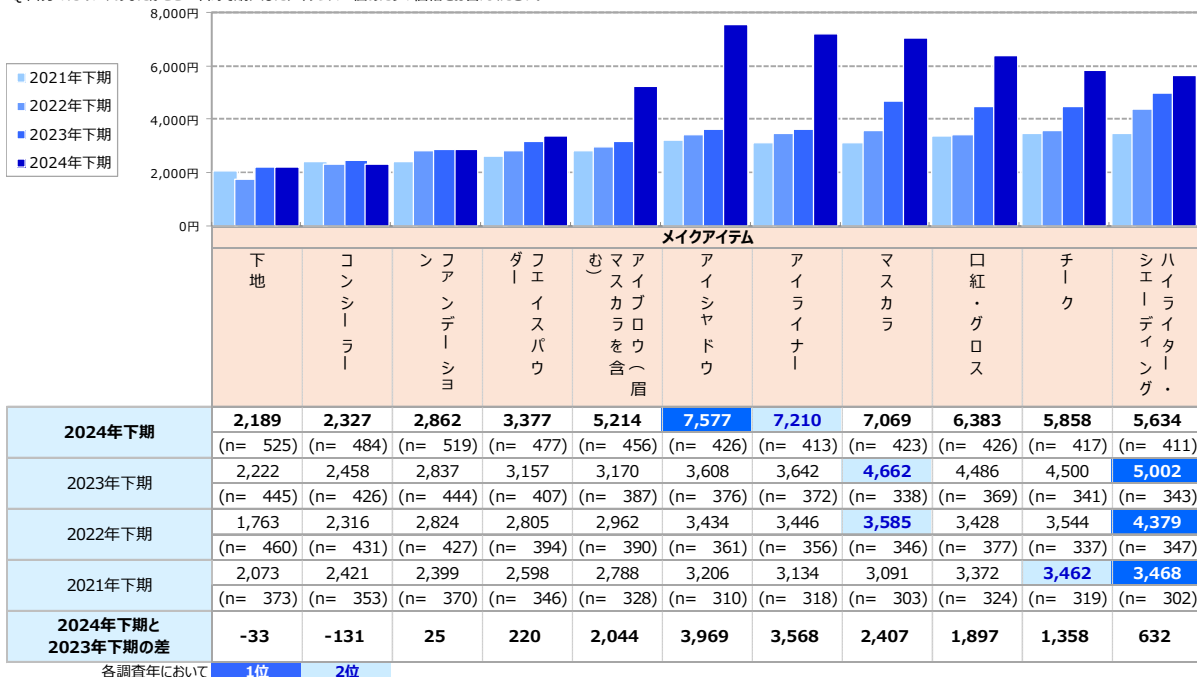
■ 購入アイテム1個あたりの価格：メイクアイテム（各アイテムの購入者/各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



■ 購入アイテム1個あたりの価格：メイクアイテム（各アイテムの購入者/各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

購入した化粧雑貨・ボディケア1個あたりの平均価格1位は、男女とも「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」。

【女性】

- 1位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（6,346円）、2位「脱毛・除毛剤」（2,679円）。
- 年代別にみると、全年代で「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位。

【男性】

- 1位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（6,125円）、2位「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」（5,817円）。
- 年代別にみると、15～19歳・40代は「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、20代は「あぶらとり紙」、30代・50～60代は「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位。

■ 購入アイテム1個あたりの価格：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア								
		オンボ イ/デ ルクイ リ ムシ ノ	ボ デ イ ス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト フ エ ト カ イ ラ ス ダ シ ふ き	ず※レ 制汗 汗剤 は含 まな どフ	レヘフ グ香水 ラ水 グレ グ	ケキリ アユツ 用品、 ネイル 用品 など （イマ ヘ ルニ ボ
女性	女性全体	1,670 (n=2,224)	2,362 (n= 749)	2,679 (n= 610)	1,358 (n=3,444)	2,482 (n= 866)	1,554 (n=2,349)	6,346 (n=1,461)	2,045 (n=1,654)	
	15～19歳	1,675 (n= 138)	2,493 (n= 92)	2,460 (n= 99)	2,669 (n= 174)	4,294 (n= 95)	2,848 (n= 203)	5,701 (n= 156)	2,441 (n= 170)	
	20代	1,709 (n= 405)	2,424 (n= 233)	2,315 (n= 183)	2,043 (n= 446)	4,495 (n= 199)	2,817 (n= 430)	7,307 (n= 355)	3,016 (n= 359)	
	30代	1,679 (n= 431)	2,428 (n= 167)	3,356 (n= 136)	1,549 (n= 549)	2,508 (n= 178)	1,835 (n= 438)	6,514 (n= 265)	2,342 (n= 322)	
	40代	1,617 (n= 460)	2,100 (n= 129)	2,222 (n= 108)	1,079 (n= 733)	955 (n= 156)	808 (n= 526)	5,949 (n= 278)	1,333 (n= 317)	
	50代	1,639 (n= 464)	1,838 (n= 77)	2,682 (n= 54)	984 (n= 852)	759 (n= 140)	727 (n= 468)	5,643 (n= 248)	1,193 (n= 290)	
	60代	1,726 (n= 326)	3,118 (n= 50)	4,100 (n= 31)	1,194 (n= 690)	1,475 (n= 97)	1,027 (n= 283)	6,335 (n= 160)	1,848 (n= 196)	
	※全体、各年代において		1位	2位						

■ 購入アイテム1個あたりの価格：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア								
		オンボ イ/デ ルクイ リ ムシ ノ	ボ デ イ ス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト フ エ ト カ イ ラ ス ダ シ ふ き	ず※レ 制汗 汗剤 は含 まな どフ	レヘフ グ香水 ラ水 グレ グ	ケキリ アユツ 用品、 ネイル 用品 など （イマ ヘ ルニ ボ
男性	男性全体	1,963 (n= 941)	2,571 (n= 579)	2,610 (n= 727)	1,762 (n=1,632)	4,198 (n= 681)	2,159 (n=1,860)	6,125 (n=1,194)	5,817 (n= 469)	
	15～19歳	2,218 (n= 94)	2,675 (n= 74)	2,924 (n= 99)	2,526 (n= 136)	5,416 (n= 89)	4,275 (n= 153)	7,142 (n= 104)	8,486 (n= 68)	
	20代	2,312 (n= 262)	2,829 (n= 195)	2,871 (n= 248)	2,606 (n= 363)	6,828 (n= 183)	3,892 (n= 393)	6,529 (n= 316)	6,368 (n= 170)	
	30代	1,898 (n= 208)	2,455 (n= 138)	2,422 (n= 155)	1,882 (n= 306)	3,200 (n= 168)	1,860 (n= 399)	5,719 (n= 245)	4,566 (n= 110)	
	40代	1,962 (n= 190)	2,446 (n= 95)	2,468 (n= 128)	1,441 (n= 316)	2,738 (n= 145)	1,259 (n= 433)	6,089 (n= 229)	6,594 (n= 58)	
	50代	1,363 (n= 116)	2,233 (n= 53)	2,109 (n= 74)	1,048 (n= 294)	2,013 (n= 64)	1,251 (n= 323)	5,499 (n= 182)	2,634 (n= 42)	
	60代	1,494 (n= 70)	2,046 (n= 24)	2,104 (n= 24)	1,139 (n= 217)	1,964 (n= 32)	885 (n= 158)	6,018 (n= 118)	3,365 (n= 21)	
	※全体、各年代において		1位	2位						

※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入価格：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

購入した化粧雑貨・ボディケア1個あたりの平均価格の2023年との比較では、女性は「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」、男性は「あぶらとり紙」の増加幅が最も大きい。

【女性】

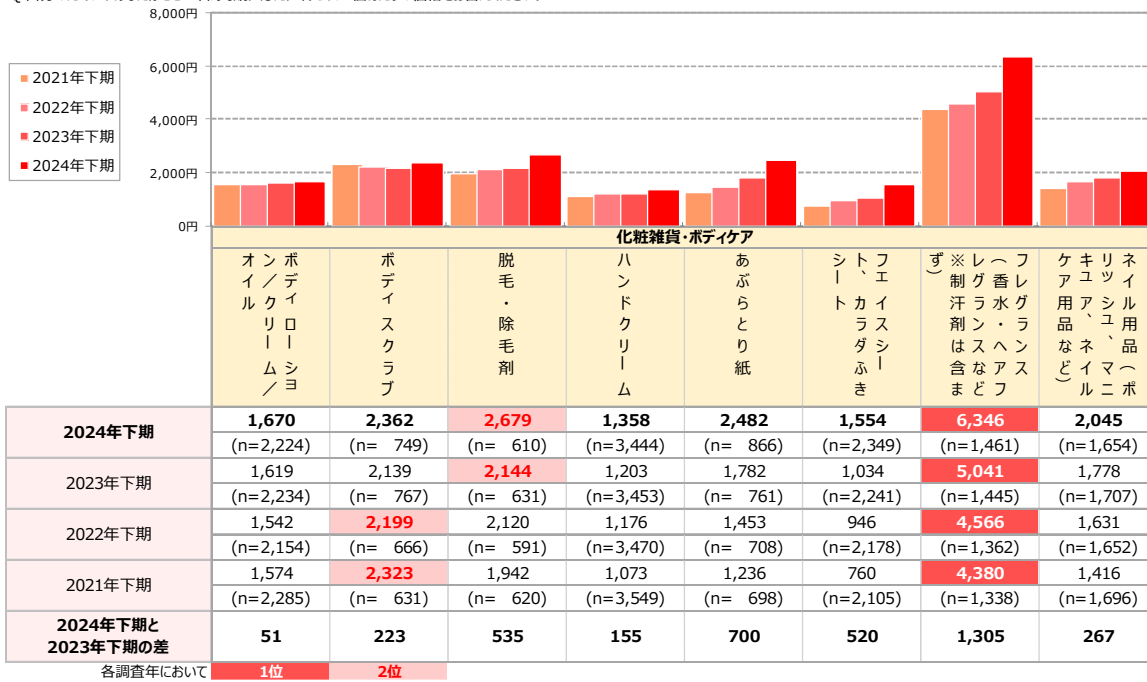
- 2023年との比較では、「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（1,305円増）が最も増加。

【男性】

- 2023年との比較では、「あぶらとり紙」（1,997円増）が最も増加。

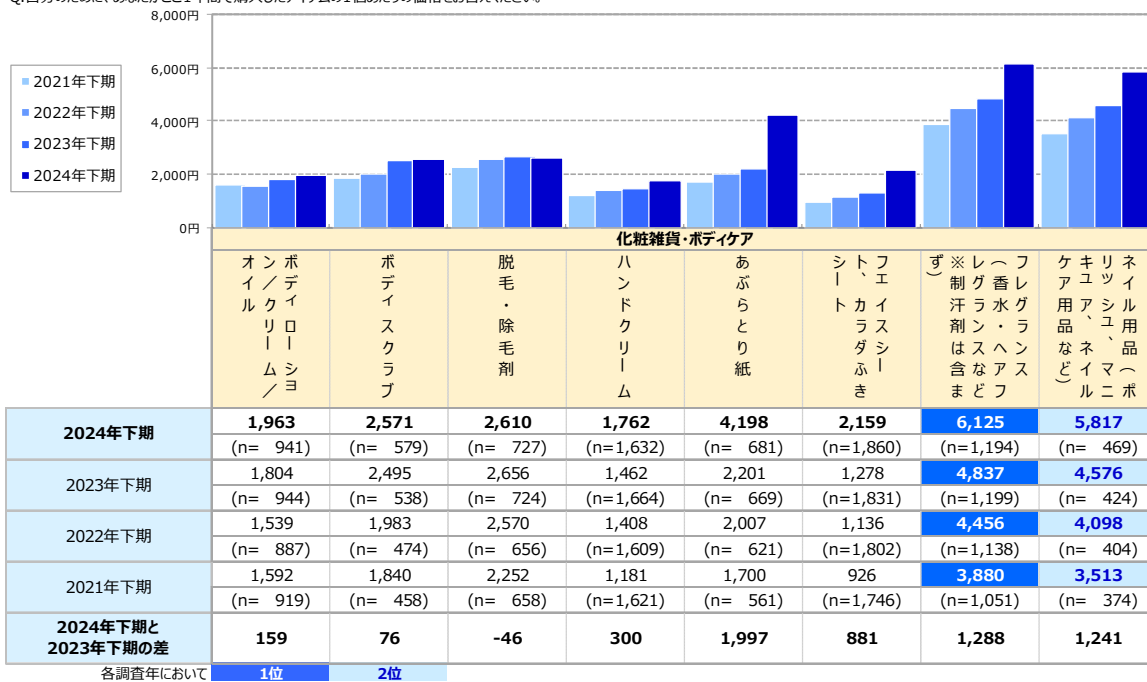
■ 購入アイテム1個あたりの価格：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



■ 購入アイテム1個あたりの価格：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入個数：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

購入した基礎化粧品の個数は、女性は「パック・フェイスマスク」、男性は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が最多。

【女性】

- 1位「パック・フェイスマスク」（4.1個）、2位「化粧水」（3.2個）。
- 年代別にみると、全年代で「パック・フェイスマスク」が1位。

【男性】

- 1位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（3.5個）、2位「パック・フェイスマスク」（3.4個）。
- 年代別にみると、10～30代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」、40代・60代は「洗顔料」、50代は「パック・フェイスマスク」が1位。

■アイテム購入個数：基礎化粧品（各アイテムの購入者/各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		基礎化粧品 (個)										
		クレンジング	洗顔料	グラフィック・イーストリス	スパマスク・フェイ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	液、まつげアイケア美容液	リップケア	
女性	女性全体	3.0 (n=4,520)	3.1 (n=5,389)	2.1 (n=1,039)	4.1 (n=2,597)	3.2 (n=5,144)	3.0 (n=4,109)	3.1 (n=2,945)	2.5 (n=4,408)	2.4 (n=1,736)	2.6 (n=3,809)	
	15～19歳	2.3 (n= 243)	2.8 (n= 315)	2.3 (n= 100)	3.8 (n= 241)	2.7 (n= 306)	2.5 (n= 271)	2.4 (n= 175)	3.1 (n= 325)	2.3 (n= 170)	2.7 (n= 279)	
	20代	2.4 (n= 787)	2.6 (n= 874)	2.3 (n= 265)	3.9 (n= 585)	2.9 (n= 851)	2.7 (n= 749)	2.8 (n= 550)	2.5 (n= 768)	2.4 (n= 434)	2.7 (n= 660)	
	30代	2.8 (n= 831)	2.9 (n= 948)	2.1 (n= 240)	4.3 (n= 522)	3.1 (n= 908)	3.0 (n= 761)	3.1 (n= 554)	2.5 (n= 806)	2.4 (n= 365)	2.7 (n= 685)	
	40代	3.3 (n=1,002)	3.4 (n=1,169)	2.1 (n= 181)	4.1 (n= 517)	3.4 (n=1,130)	3.2 (n= 858)	3.3 (n= 611)	2.6 (n= 931)	2.4 (n= 340)	2.8 (n= 835)	
	50代	3.3 (n= 962)	3.4 (n=1,152)	1.9 (n= 148)	4.3 (n= 432)	3.4 (n=1,100)	3.1 (n= 812)	3.4 (n= 570)	2.5 (n= 891)	2.4 (n= 253)	2.5 (n= 784)	
	60代	3.0 (n= 695)	3.3 (n= 930)	2.0 (n= 105)	3.8 (n= 301)	3.3 (n= 849)	2.9 (n= 659)	3.0 (n= 485)	2.3 (n= 687)	2.4 (n= 174)	2.8 (n= 566)	
	※全体、各年代において		1位	2位	※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため							

■アイテム購入個数：基礎化粧品（各アイテムの購入者/各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		基礎化粧品 (個)										
		クレンジング	洗顔料	グラフィック・イーストリス	スパマスク・フェイ	プロクター・アンド・ギャンブル	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	液、まつげアイケア美容液	リップケア
男性	男性全体	2.5 (n=1,021)	3.1 (n=3,282)	3.0 (n= 690)	3.4 (n= 786)	2.8 (n=1,180)	2.9 (n=2,048)	2.8 (n=1,746)	3.1 (n= 927)	2.3 (n=1,658)	3.5 (n= 471)	2.6 (n=1,352)
	15～19歳	2.5 (n= 123)	2.8 (n= 228)	3.2 (n= 95)	3.8 (n= 104)	3.7 (n= 93)	3.1 (n= 182)	3.3 (n= 169)	3.4 (n= 125)	2.8 (n= 180)	3.8 (n= 77)	3.1 (n= 130)
	20代	2.6 (n= 316)	3.0 (n= 679)	3.2 (n= 232)	3.2 (n= 271)	3.2 (n= 254)	3.1 (n= 539)	2.9 (n= 465)	3.2 (n= 304)	2.6 (n= 434)	3.7 (n= 175)	2.9 (n= 336)
	30代	2.5 (n= 244)	3.1 (n= 680)	3.1 (n= 154)	3.5 (n= 180)	2.8 (n= 219)	3.0 (n= 473)	2.9 (n= 361)	3.3 (n= 210)	2.4 (n= 313)	3.7 (n= 113)	2.8 (n= 272)
	40代	2.5 (n= 205)	3.3 (n= 789)	2.6 (n= 123)	3.2 (n= 151)	2.9 (n= 209)	3.0 (n= 432)	3.0 (n= 347)	2.9 (n= 161)	2.3 (n= 323)	3.3 (n= 59)	2.5 (n= 280)
	50代	2.5 (n= 89)	3.2 (n= 582)	2.7 (n= 63)	3.5 (n= 63)	2.3 (n= 207)	2.4 (n= 274)	2.4 (n= 248)	2.4 (n= 89)	1.6 (n= 247)	2.4 (n= 37)	2.0 (n= 211)
	60代	1.7 (n= 43)	2.9 (n= 324)	1.6 (n= 23)	2.3 (n= 18)	2.1 (n= 199)	2.5 (n= 147)	2.2 (n= 157)	2.4 (n= 37)	1.7 (n= 160)	2.3 (n= 11)	2.1 (n= 122)
	※全体、各年代において		1位	2位	※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため							

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入個数：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

**男女とも、購入した基礎化粧品の個数は2023年と比べて、ほとんどの項目で微増。**

【女性】

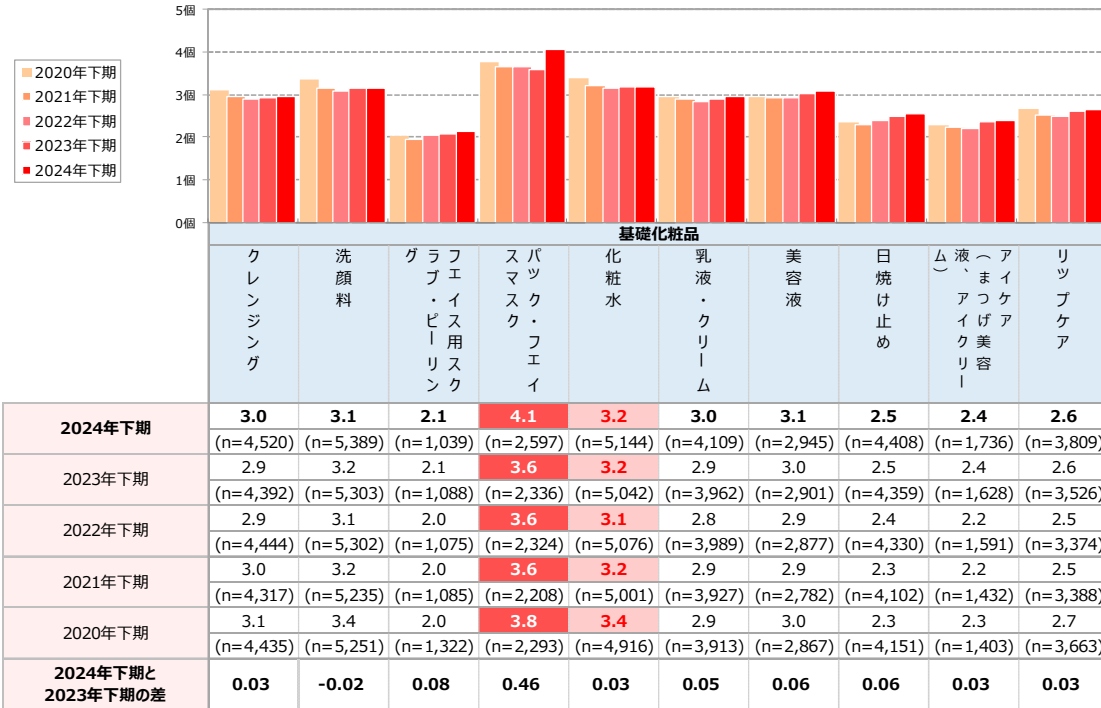
- 2023年との比較では、「洗顔料」以外の項目で微増しており、なかでも「パック・フェイスマスク」(0.46個増)で最も増加幅が大きい。

【男性】

- 2023年との比較では、全体的に微増傾向がみられ、なかでも「パック・フェイスマスク」(0.58個増)、「フェイス用スクラブ・ピーリング」(0.53個増)で増加幅が大きい。

■アイテム購入個数：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

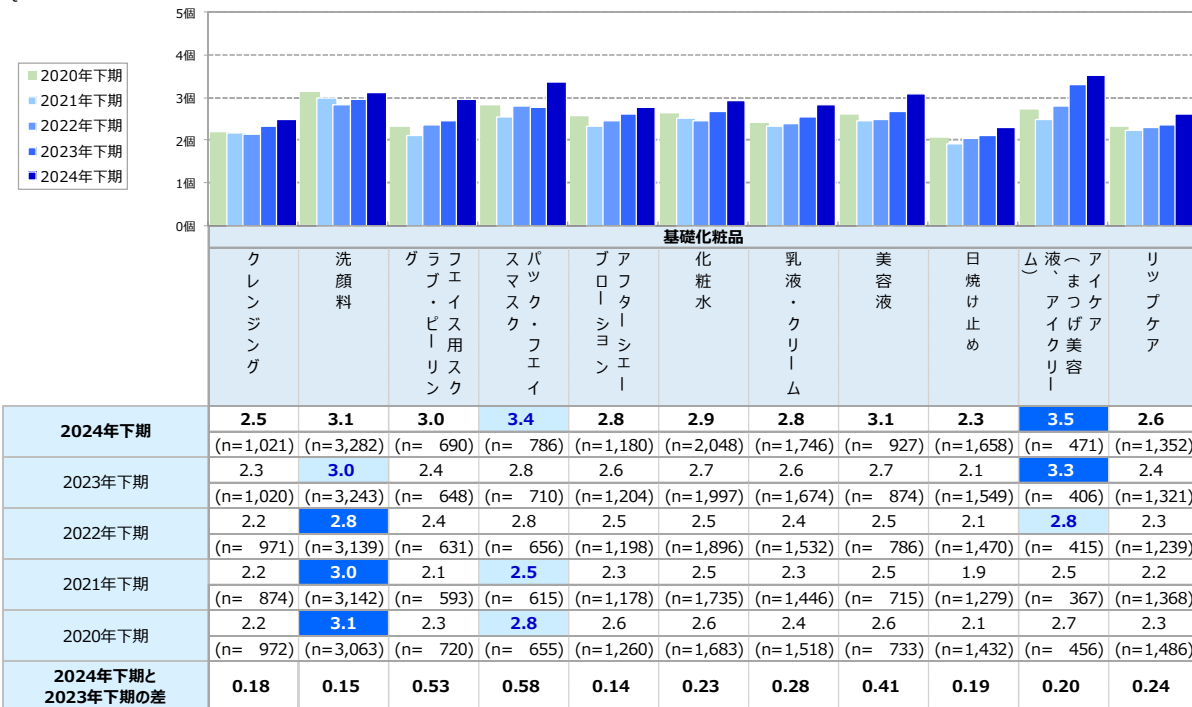
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります。各調査年において 1位 2位

■アイテム購入個数：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります。各調査年において 1位 2位 ※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入回数：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

購入したメイクアイテムの個数は、女性は「アイブロウ（眉マスカラを含む）」「口紅・グロス」、男性は「アイライナー」「チーク」が最多。

【女性】

- 「アイブロウ（眉マスカラを含む）」「口紅・グロス」（2.4個）が同数で1位。
- 年代別にみると、10～30代は「口紅・グロス」、40代は「アイライナー」、50～60代は「ファンデーション」が1位。

【男性】

- 「アイライナー」「チーク」（3.8個）が同数で1位。
- 年代別にみると、15～19歳は「アイライナー」、20代は「口紅・グロス」、30代は「ハイライター・シェーディング」、40代は「チーク」が1位。

■アイテム購入回数：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		メイクアイテム (個)										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	アイブロウ	アイブロウ（眉マスカラを含む）	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
女性	女性全体	2.1	1.8	2.3	2.0	2.4	2.2	2.3	2.3	2.4	1.9	2.1
		(n=2,955)	(n=1,788)	(n=3,581)	(n=2,677)	(n=3,432)	(n=2,756)	(n=2,520)	(n=2,399)	(n=2,828)	(n=1,845)	(n=1,149)
	15～19歳	1.8	1.8	2.0	2.2	2.4	2.8	2.4	2.3	3.0	2.4	2.3
		(n= 207)	(n= 190)	(n= 186)	(n= 235)	(n= 203)	(n= 237)	(n= 241)	(n= 227)	(n= 267)	(n= 168)	(n= 170)
	20代	1.8	1.8	2.0	2.0	2.3	2.4	2.3	2.3	2.5	2.3	2.3
		(n= 561)	(n= 386)	(n= 562)	(n= 519)	(n= 622)	(n= 541)	(n= 547)	(n= 515)	(n= 604)	(n= 368)	(n= 344)
	30代	2.1	1.8	2.2	2.0	2.4	2.2	2.3	2.3	2.4	1.9	2.1
		(n= 588)	(n= 361)	(n= 633)	(n= 509)	(n= 625)	(n= 556)	(n= 526)	(n= 509)	(n= 504)	(n= 391)	(n= 252)
40代	2.2	1.8	2.4	2.1	2.4	2.2	2.4	2.2	2.2	1.8	1.9	
	(n= 634)	(n= 374)	(n= 786)	(n= 572)	(n= 770)	(n= 596)	(n= 513)	(n= 519)	(n= 506)	(n= 385)	(n= 188)	
50代	2.3	1.8	2.5	2.0	2.4	2.0	2.3	2.4	2.2	1.6	1.7	
	(n= 572)	(n= 301)	(n= 793)	(n= 488)	(n= 693)	(n= 481)	(n= 412)	(n= 365)	(n= 541)	(n= 307)	(n= 115)	
60代	2.1	1.8	2.4	1.9	2.3	1.8	2.3	2.2	2.0	1.7	1.9	
	(n= 393)	(n= 176)	(n= 621)	(n= 354)	(n= 519)	(n= 345)	(n= 281)	(n= 264)	(n= 406)	(n= 226)	(n= 79)	

※全体、各年代において 1位 2位 ※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため

■アイテム購入回数：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		メイクアイテム (個)										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	アイブロウ	アイブロウ（眉マスカラを含む）	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
男性	男性全体	2.4	2.6	2.8	3.2	3.5	3.7	3.8	3.6	3.8	3.8	3.7
		(n= 525)	(n= 484)	(n= 519)	(n= 477)	(n= 456)	(n= 426)	(n= 413)	(n= 423)	(n= 426)	(n= 417)	(n= 411)
	15～19歳	2.5	2.6	3.0	3.4	4.2	4.4	4.6	4.6	4.3	4.3	4.5
		(n= 77)	(n= 81)	(n= 72)	(n= 74)	(n= 72)	(n= 70)	(n= 70)	(n= 71)	(n= 72)	(n= 70)	(n= 70)
	20代	2.3	2.5	2.8	3.2	3.6	3.8	3.8	3.7	4.0	3.8	3.5
		(n= 190)	(n= 184)	(n= 193)	(n= 184)	(n= 171)	(n= 169)	(n= 159)	(n= 161)	(n= 161)	(n= 158)	(n= 160)
	30代	2.5	2.8	2.9	3.2	3.4	3.5	3.4	3.2	3.4	3.6	3.6
		(n= 130)	(n= 114)	(n= 128)	(n= 114)	(n= 111)	(n= 100)	(n= 98)	(n= 105)	(n= 104)	(n= 103)	(n= 95)
40代	2.3	2.5	2.8	3.5	3.2	3.6	3.4	3.6	3.7	3.8	3.6	
	(n= 77)	(n= 64)	(n= 72)	(n= 58)	(n= 62)	(n= 55)	(n= 52)	(n= 50)	(n= 53)	(n= 53)	(n= 53)	
50代	1.9	2.2	2.6	2.2	2.0	2.9	3.4	1.9	2.4	3.1	2.9	
	(n= 36)	(n= 31)	(n= 39)	(n= 36)	(n= 30)	(n= 25)	(n= 26)	(n= 25)	(n= 27)	(n= 26)	(n= 24)	
60代	2.0	2.4	2.6	2.5	3.2	3.4	3.5	2.6	3.7	3.9	3.1	
	(n= 14)	(n= 11)	(n= 13)	(n= 11)	(n= 10)	(n= 8)	(n= 7)	(n= 11)	(n= 8)	(n= 6)	(n= 8)	

※全体、各年代において 1位 2位 ※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため ※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入個数：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

購入したメイクアイテムの個数は、男女とも2023年に比べてほとんどの項目で微増。

【女性】

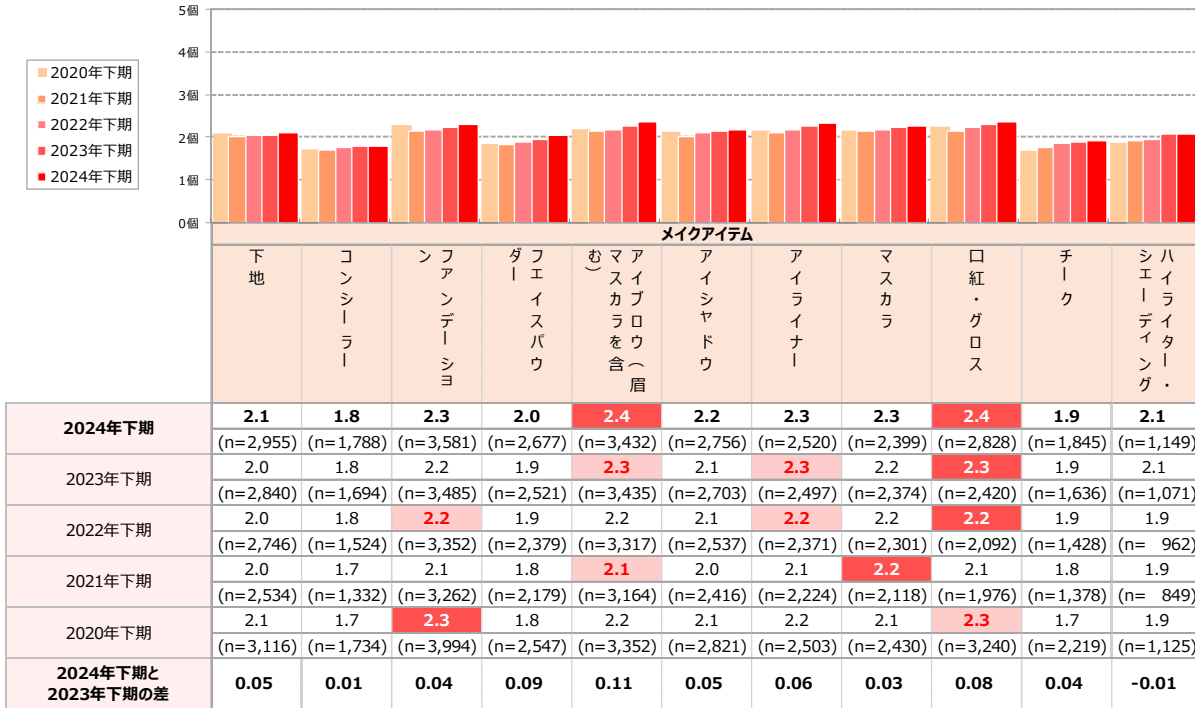
- 2023年との比較では、「ハイライター・シェーディング」以外の項目で微増。最も増加幅が大きいのは「アイブロウ（眉マスカラを含む）」（0.11個増）。

【男性】

- 2023年との比較では、「下地」以外の項目で微増。最も増加幅が大きいのは「アイシャドウ」（0.66個増）。

■アイテム購入個数：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

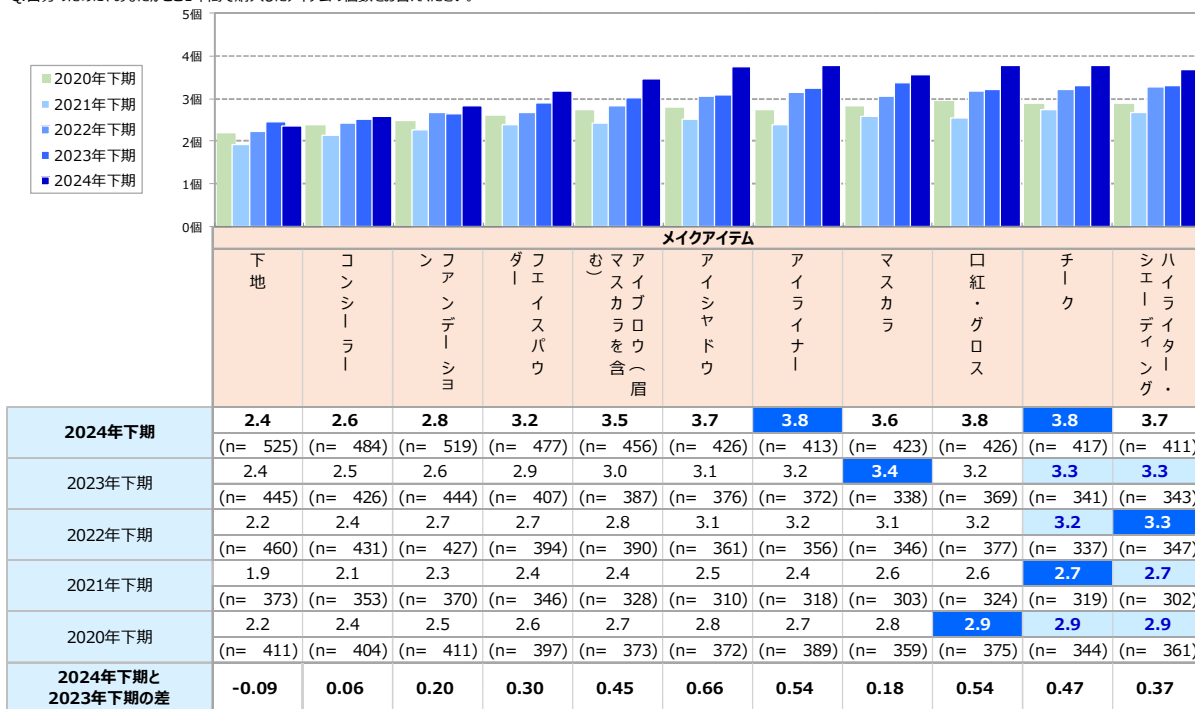
Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります  
各調査年において 1位 2位 ※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため

■アイテム購入個数：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります  
各調査年において 1位 2位 ※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

**男女ともに、購入した化粧雑貨・ボディケアの個数は「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」が最多。**

【女性】

- 1位「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」（3.1個）、2位「あぶらとり紙」（2.7個）。年代別にみると、10～50代で「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、60代で「フェイスシート、カラダふきシート」が1位。

【男性】

- 1位「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」（3.5個）、2位「あぶらとり紙」（3.2個）。年代別にみると、15～19歳・30代は「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、20代は「あぶらとり紙」「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、40～60代は「フェイスシート、カラダふきシート」が1位。

■アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア (個)												
		オン イ ル	ポ デ イ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト 、 フ エ ー ズ	※レ グ 汗 剤 は 含 ま ず	フ レ グ ラ ン ス ヘ ン ド ア フ ター	ケ ア 用 品 な ど	キ ュ ー ア 用 品 な ど	リ ツ ィ ユ ー ズ マ シ ン ガ ム	ネ イ ル 用 品 な ど	
女性	女性全体	2.4 (n=2,224)	2.2 (n= 749)	2.6 (n= 610)	2.4 (n=3,444)	2.7 (n= 866)	2.6 (n=2,349)	2.3 (n=1,461)	3.1 (n=1,654)					
	年代別	15～19歳	2.1 (n= 138)	2.1 (n= 92)	2.4 (n= 99)	2.3 (n= 174)	2.8 (n= 95)	2.5 (n= 203)	2.5 (n= 156)	3.4 (n= 170)				
		20代	2.4 (n= 405)	2.2 (n= 233)	2.7 (n= 183)	2.4 (n= 446)	3.1 (n= 199)	2.6 (n= 430)	2.5 (n= 355)	3.4 (n= 359)				
		30代	2.5 (n= 431)	2.3 (n= 167)	2.6 (n= 136)	2.4 (n= 549)	2.9 (n= 178)	2.5 (n= 438)	2.4 (n= 265)	3.5 (n= 322)				
		40代	2.6 (n= 460)	2.1 (n= 129)	2.6 (n= 108)	2.6 (n= 733)	2.5 (n= 156)	2.8 (n= 526)	2.1 (n= 278)	2.9 (n= 317)				
		50代	2.4 (n= 464)	1.8 (n= 77)	2.3 (n= 54)	2.4 (n= 852)	2.1 (n= 140)	2.6 (n= 468)	1.9 (n= 248)	2.9 (n= 290)				
		60代	2.4 (n= 326)	2.2 (n= 50)	2.6 (n= 31)	2.4 (n= 690)	2.8 (n= 97)	2.9 (n= 283)	2.3 (n= 160)	2.7 (n= 196)				
	※全体、各年代において		1位	2位	※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため									

■アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア (個)												
		オン イ ル	ポ デ イ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト 、 フ エ ー ズ	※レ グ 汗 剤 は 含 ま ず	フ レ グ ラ ン ス ヘ ン ド ア フ ター	ケ ア 用 品 な ど	キ ュ ー ア 用 品 な ど	リ ツ ィ ユ ー ズ マ シ ン ガ ム	ネ イ ル 用 品 な ど	
男性	男性全体	2.3 (n= 941)	2.6 (n= 579)	2.6 (n= 727)	2.3 (n=1,632)	3.2 (n= 681)	3.2 (n=1,860)	2.5 (n=1,194)	3.5 (n= 469)					
	年代別	15～19歳	2.3 (n= 94)	2.8 (n= 74)	2.7 (n= 99)	3.0 (n= 136)	3.7 (n= 89)	3.2 (n= 153)	3.5 (n= 104)	4.3 (n= 68)				
		20代	2.4 (n= 262)	2.7 (n= 195)	2.6 (n= 248)	2.6 (n= 363)	3.7 (n= 183)	2.9 (n= 393)	2.8 (n= 316)	3.7 (n= 170)				
		30代	2.4 (n= 208)	2.8 (n= 138)	2.7 (n= 155)	2.4 (n= 306)	3.1 (n= 168)	3.4 (n= 399)	2.7 (n= 245)	3.5 (n= 110)				
		40代	2.5 (n= 190)	2.3 (n= 95)	2.6 (n= 128)	2.3 (n= 316)	2.8 (n= 145)	3.6 (n= 433)	2.4 (n= 229)	3.4 (n= 58)				
		50代	1.9 (n= 116)	2.5 (n= 53)	2.2 (n= 74)	1.9 (n= 294)	3.1 (n= 64)	3.2 (n= 323)	1.9 (n= 182)	2.7 (n= 42)				
		60代	1.8 (n= 70)	1.7 (n= 24)	1.7 (n= 24)	1.6 (n= 217)	2.3 (n= 32)	2.7 (n= 158)	1.9 (n= 118)	2.4 (n= 21)				
	※全体、各年代において		1位	2位	※同スコアでも順位差があるのは、小数点2位以下を四捨五入しているため ※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示									

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

男女ともに、購入した化粧雑貨・ボディケアの個数は2023年に比べて、ほとんどの項目で微増傾向。

【女性】

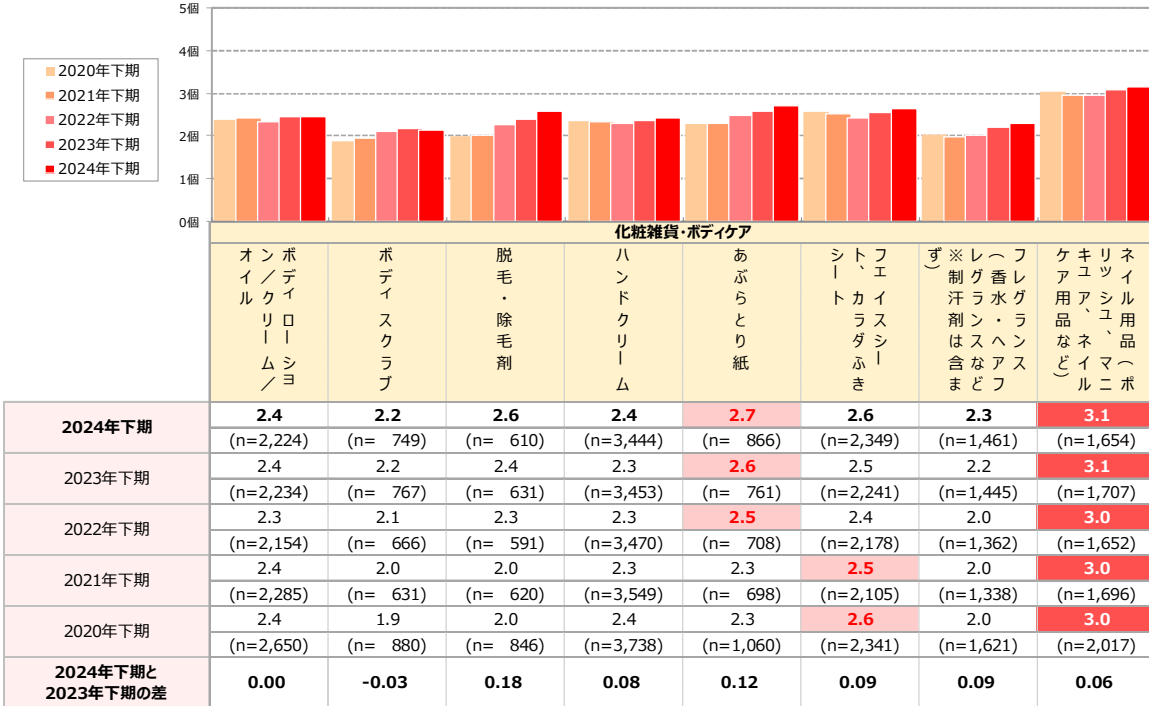
- 2023年との比較では、ほとんどの項目で微増傾向。最も増加幅が大きいのは「脱毛・除毛剤」(0.18個増)。

【男性】

- 2023年との比較では、全体的に微増傾向。最も増加幅が大きいのは「ネイル用品(ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など)」(0.40個増)。

■アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア(各アイテムの購入者/各単一回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

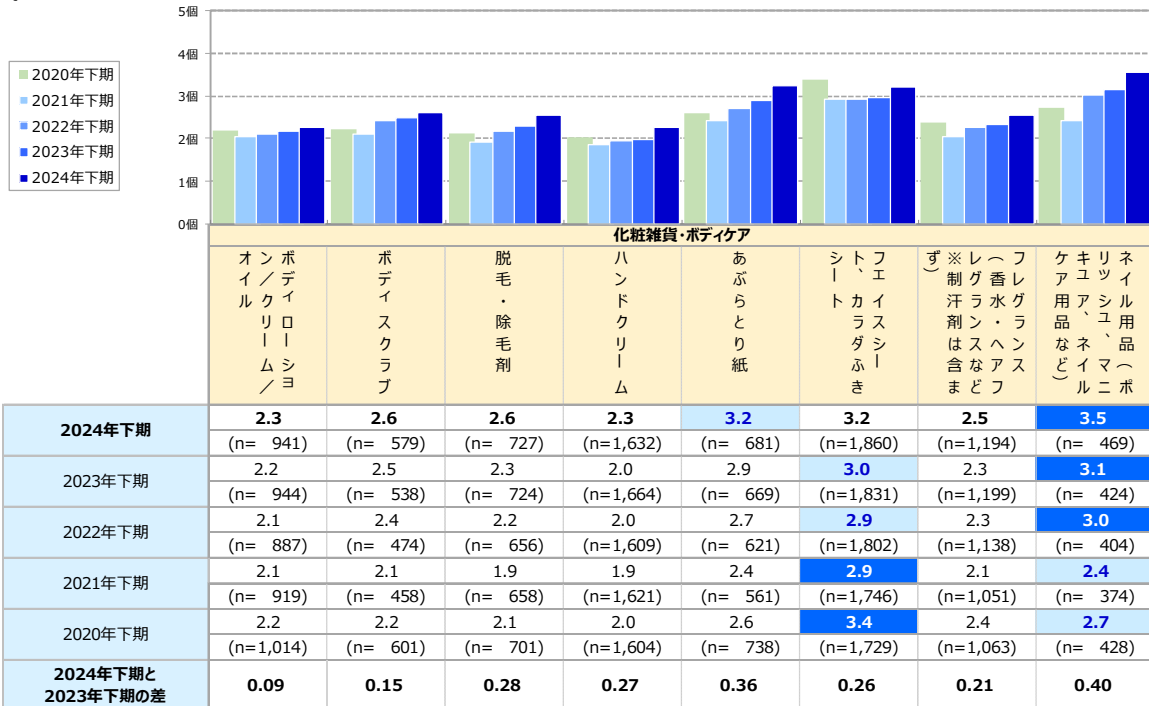


※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります

各調査年において 1位 2位

■アイテム購入個数：化粧雑貨・ボディケア(各アイテムの購入者/各単一回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2024年下期と2023年下期の差：個数の差が小さいため小数第2位まで表示。四捨五入した値を表示しているため図表上の計算と一致しないことがあります

各調査年において 1位 2位

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

女性の基礎化粧品年間購入額は、1位「美容液」が突出、2位「乳液・クリーム」。

【女性】

- 1位「美容液」（1万8,481円）、2位「乳液・クリーム」（1万552円）。
- 年代別にみると、全年代で「美容液」が1位。

男性の基礎化粧品年間購入額は、1位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が突出、2位「美容液」。

【男性】

- 1位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（2万460円）、2位「美容液」（1万4,018円）。
- 年代別にみると、15～19歳は「アフターシェーブローション」、20～50代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位。

■購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		基礎化粧品									
		クレンジング	洗顔料	グラフィエ・ビスリンスク	スパマツスク・フェイ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ム、液、アイケア	リップケア
女性	女性全体	5,664 (n=4,520)	4,604 (n=5,389)	4,997 (n=1,039)	8,611 (n=2,597)	9,844 (n=5,144)	10,552 (n=4,109)	18,481 (n=2,945)	5,217 (n=4,408)	9,443 (n=1,736)	3,435 (n=3,809)
	15～19歳	3,611 (n=243)	3,937 (n=315)	5,756 (n=100)	7,404 (n=241)	6,901 (n=306)	6,542 (n=271)	8,874 (n=175)	6,662 (n=325)	6,974 (n=170)	4,458 (n=279)
	20代	4,755 (n=787)	3,947 (n=874)	6,421 (n=265)	7,861 (n=585)	8,242 (n=851)	8,902 (n=749)	14,137 (n=550)	6,147 (n=768)	9,874 (n=434)	5,308 (n=660)
	30代	5,364 (n=831)	4,158 (n=948)	4,420 (n=240)	10,020 (n=522)	10,156 (n=908)	10,403 (n=761)	16,851 (n=554)	5,592 (n=806)	10,858 (n=365)	4,142 (n=685)
	40代	6,360 (n=1,002)	5,138 (n=1,169)	4,693 (n=181)	8,178 (n=517)	10,719 (n=1,130)	11,627 (n=858)	21,294 (n=611)	5,053 (n=931)	9,052 (n=340)	2,782 (n=835)
	50代	6,131 (n=962)	4,726 (n=1,152)	3,534 (n=148)	8,619 (n=432)	10,245 (n=1,100)	11,096 (n=812)	22,736 (n=570)	4,263 (n=891)	8,770 (n=253)	2,185 (n=784)
	60代	6,192 (n=695)	5,054 (n=930)	4,984 (n=105)	9,316 (n=301)	10,689 (n=849)	12,354 (n=659)	21,194 (n=485)	4,560 (n=687)	9,761 (n=174)	2,658 (n=566)

※全体、各年代において

1位 2位

■購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		基礎化粧品										
		クレンジング	洗顔料	グラフィエ・ビスリンスク	スパマツスク・フェイ	アフターシェーブローション	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ム、液、アイケア	リップケア
男性	男性全体	4,465 (n=1,021)	3,537 (n=3,282)	7,481 (n=690)	10,271 (n=786)	9,182 (n=1,180)	8,215 (n=2,048)	8,864 (n=1,746)	14,018 (n=927)	6,079 (n=1,658)	20,460 (n=471)	6,136 (n=1,352)
	15～19歳	4,743 (n=123)	4,278 (n=228)	8,942 (n=95)	14,946 (n=104)	31,134 (n=93)	15,583 (n=182)	19,492 (n=169)	22,097 (n=125)	12,978 (n=180)	25,420 (n=77)	16,351 (n=130)
	20代	5,177 (n=316)	4,267 (n=679)	8,285 (n=232)	10,320 (n=271)	16,391 (n=254)	11,408 (n=539)	10,631 (n=465)	16,864 (n=304)	8,614 (n=434)	23,032 (n=175)	9,502 (n=336)
	30代	4,544 (n=244)	3,962 (n=680)	7,358 (n=154)	12,674 (n=180)	9,503 (n=219)	7,390 (n=473)	8,935 (n=361)	12,548 (n=210)	6,897 (n=313)	19,882 (n=113)	6,810 (n=272)
	40代	4,088 (n=205)	3,418 (n=789)	6,942 (n=123)	7,400 (n=151)	6,669 (n=209)	7,083 (n=432)	7,345 (n=347)	10,596 (n=161)	4,455 (n=323)	15,528 (n=59)	3,432 (n=280)
	50代	3,479 (n=89)	2,629 (n=582)	5,651 (n=63)	5,570 (n=63)	3,553 (n=207)	3,727 (n=274)	5,007 (n=248)	7,874 (n=89)	2,506 (n=247)	12,811 (n=37)	1,967 (n=211)
	60代	2,295 (n=43)	2,382 (n=324)	2,859 (n=23)	3,465 (n=18)	3,179 (n=199)	4,021 (n=147)	4,115 (n=157)	6,648 (n=37)	2,319 (n=160)	9,648 (n=11)	2,504 (n=122)

※全体、各年代において

1位 2位

※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

**基礎化粧品年間購入額は、2023年と比べて、女性は「パック・フェイスマスク」、男性は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」の増加幅が最も大きい。**

【女性】

- 2023年と比較すると、全項目で増加しており、なかでも「パック・フェイスマスク」（1,742円増）、「美容液」（1,544円増）、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（1,374円増）が1,000円以上増加。

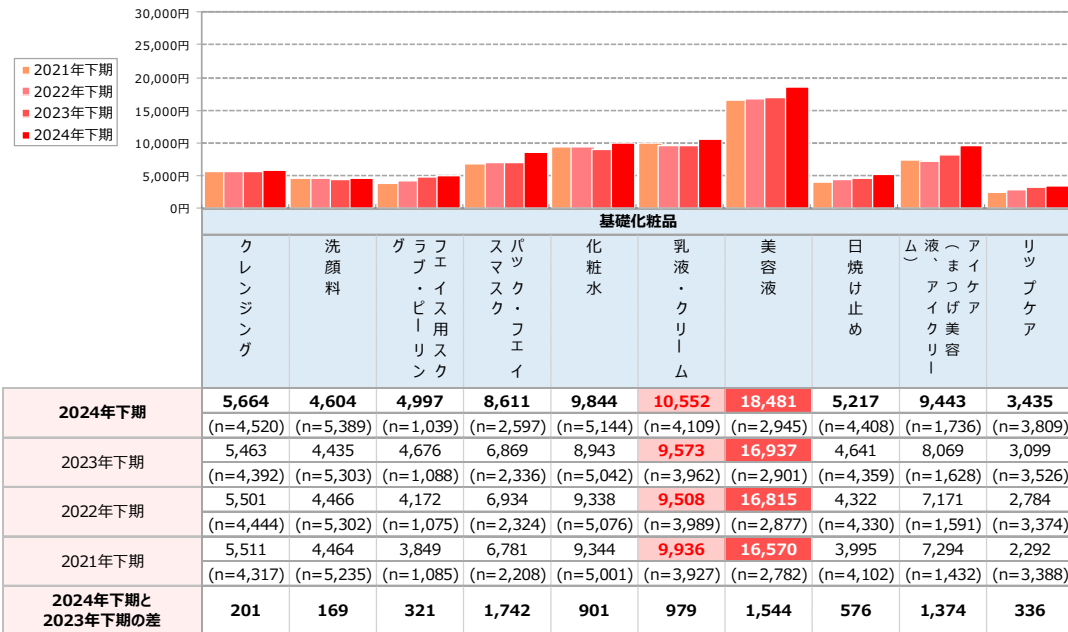
【男性】

- 2023年と比較すると、全項目で増加しており、なかでも「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（6,902円増）、「美容液」（5,235円増）が5,000円以上増加。

■ 購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

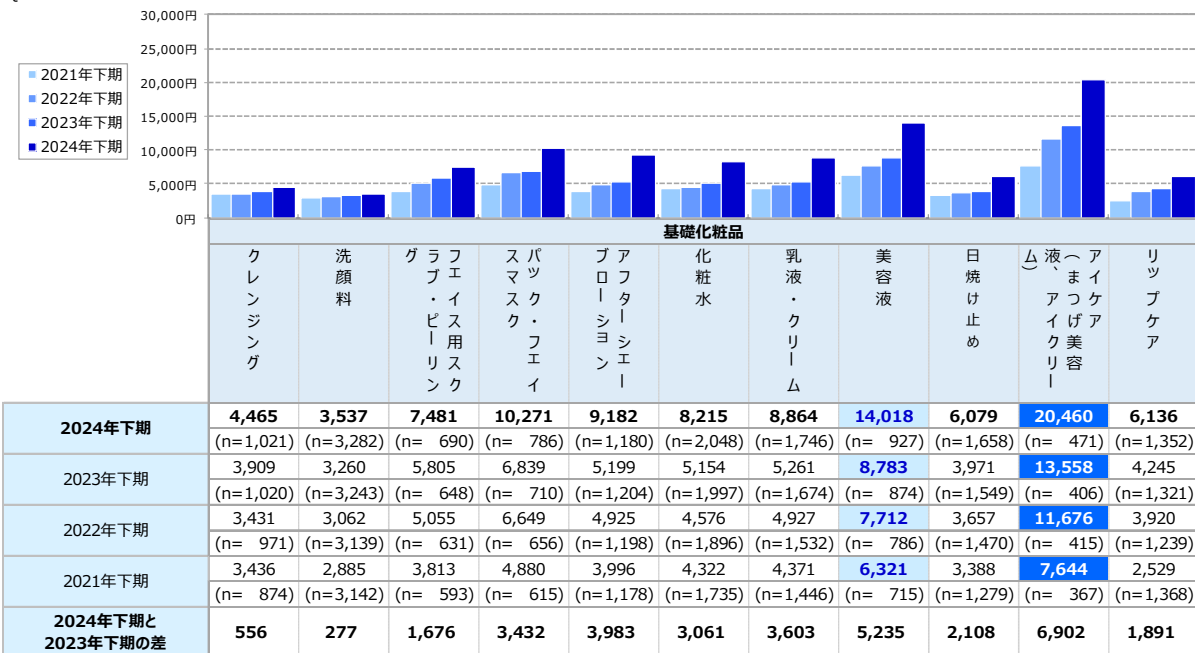


※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります  
各調査年において 1位 2位

■ 購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※各調査年において 1位 2位 ※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【女性】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

女性の基礎化粧品年間購入額は、全年代で1位が「美容液」で突出。

【女性】

- 全年代で「美容液」が1位で、50代が最も高い（2万2,736円）。
- 2023年と比較すると、10～20代は全アイテムで増加しており、15～19歳は「化粧水」、20代は「美容液」で最も増加幅が大きい。

■ 購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

FALSE

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		ク レ ン ジ ン グ	洗 顔 料	グ ラ フ エ イ ス ・ イ ス ト リ ン ク	ス バ ツ ス ク ・ フ エ イ	化 粧 水	乳 液 ・ ク リ ー ム	美 容 液	日 焼 け 止 め	ム 、 へ ま アイ ツ ケ イ げ ア ク リ ー ム	リ ッ プ ケ ア
女性 15～ 19歳	2024年下期	3,611 (n= 243)	3,937 (n= 315)	5,756 (n= 100)	7,404 (n= 241)	6,901 (n= 306)	6,542 (n= 271)	8,874 (n= 175)	6,662 (n= 325)	6,974 (n= 170)	4,458 (n= 279)
	2023年下期	2,869 (n= 233)	2,676 (n= 301)	5,043 (n= 93)	4,858 (n= 237)	3,762 (n= 298)	3,883 (n= 249)	5,941 (n= 158)	4,298 (n= 319)	5,198 (n= 165)	4,163 (n= 254)
	2022年下期	2,755 (n= 243)	2,499 (n= 305)	2,800 (n= 97)	3,684 (n= 228)	3,509 (n= 297)	3,157 (n= 237)	4,283 (n= 150)	3,053 (n= 319)	3,566 (n= 152)	2,531 (n= 240)
	2021年下期	2,577 (n= 229)	2,480 (n= 304)	2,386 (n= 95)	4,328 (n= 207)	3,015 (n= 291)	2,738 (n= 238)	3,733 (n= 145)	2,982 (n= 298)	2,629 (n= 138)	2,031 (n= 259)
	2024年下期と 2023年下期の差	742	1,261	713	2,546	3,139	2,659	2,933	2,364	1,776	295
女性 20代	2024年下期	4,755 (n= 787)	3,947 (n= 874)	6,421 (n= 265)	7,861 (n= 585)	8,242 (n= 851)	8,902 (n= 749)	14,137 (n= 550)	6,147 (n= 768)	9,874 (n= 434)	5,308 (n= 660)
	2023年下期	4,340 (n= 749)	3,449 (n= 826)	5,078 (n= 297)	6,386 (n= 524)	6,337 (n= 813)	6,480 (n= 702)	10,471 (n= 514)	4,960 (n= 737)	8,239 (n= 433)	4,398 (n= 616)
	2022年下期	4,417 (n= 784)	3,987 (n= 850)	4,737 (n= 265)	6,145 (n= 539)	6,944 (n= 822)	6,095 (n= 701)	11,223 (n= 490)	4,182 (n= 712)	6,422 (n= 426)	3,342 (n= 617)
	2021年下期	4,617 (n= 745)	4,039 (n= 823)	3,806 (n= 289)	6,004 (n= 492)	6,024 (n= 798)	5,795 (n= 658)	8,658 (n= 444)	3,632 (n= 679)	6,252 (n= 374)	2,607 (n= 559)
	2024年下期と 2023年下期の差	415	498	1,343	1,475	1,905	2,422	3,666	1,187	1,635	910
女性 30代	2024年下期	5,364 (n= 831)	4,158 (n= 948)	4,420 (n= 240)	10,020 (n= 522)	10,156 (n= 908)	10,403 (n= 761)	16,851 (n= 554)	5,592 (n= 806)	10,858 (n= 365)	4,142 (n= 685)
	2023年下期	5,789 (n= 823)	4,176 (n= 945)	4,877 (n= 246)	6,435 (n= 463)	8,054 (n= 906)	8,383 (n= 738)	15,423 (n= 537)	4,249 (n= 804)	7,574 (n= 345)	3,115 (n= 638)
	2022年下期	5,310 (n= 871)	3,799 (n= 964)	4,542 (n= 259)	7,067 (n= 485)	8,869 (n= 930)	9,015 (n= 781)	15,791 (n= 548)	4,811 (n= 805)	8,107 (n= 328)	3,145 (n= 652)
	2021年下期	5,909 (n= 843)	4,278 (n= 944)	3,941 (n= 234)	6,612 (n= 456)	9,260 (n= 893)	9,189 (n= 751)	15,878 (n= 512)	4,303 (n= 727)	7,350 (n= 316)	2,629 (n= 629)
	2024年下期と 2023年下期の差	-425	-18	-457	3,585	2,102	2,020	1,428	1,343	3,284	1,027
女性 40代	2024年下期	6,360 (n=1,002)	5,138 (n=1,169)	4,693 (n= 181)	8,178 (n= 517)	10,719 (n=1,130)	11,627 (n= 858)	21,294 (n= 611)	5,053 (n= 931)	9,052 (n= 340)	2,782 (n= 835)
	2023年下期	5,998 (n= 998)	5,003 (n=1,189)	4,107 (n= 204)	7,438 (n= 479)	10,659 (n=1,125)	11,694 (n= 860)	18,815 (n= 644)	5,197 (n= 945)	9,395 (n= 289)	2,843 (n= 794)
	2022年下期	5,886 (n=1,044)	4,873 (n=1,182)	3,719 (n= 206)	7,636 (n= 456)	10,530 (n=1,134)	11,017 (n= 882)	18,638 (n= 643)	4,616 (n= 982)	8,082 (n= 314)	2,626 (n= 731)
	2021年下期	5,850 (n=1,038)	4,612 (n=1,198)	4,460 (n= 206)	7,106 (n= 448)	11,215 (n=1,147)	11,763 (n= 888)	19,594 (n= 640)	4,328 (n= 944)	9,274 (n= 260)	2,114 (n= 765)
	2024年下期と 2023年下期の差	362	135	586	740	60	-67	2,479	-144	-343	-61
女性 50代	2024年下期	6,131 (n= 962)	4,726 (n=1,152)	3,534 (n= 148)	8,619 (n= 432)	10,245 (n=1,100)	11,096 (n= 812)	22,736 (n= 570)	4,263 (n= 891)	8,770 (n= 253)	2,185 (n= 784)
	2023年下期	6,018 (n= 905)	4,908 (n=1,141)	4,391 (n= 136)	7,834 (n= 375)	10,129 (n=1,048)	11,518 (n= 774)	22,707 (n= 557)	4,405 (n= 861)	8,740 (n= 233)	2,522 (n= 702)
	2022年下期	6,067 (n= 848)	4,888 (n=1,087)	4,143 (n= 154)	7,021 (n= 348)	10,651 (n=1,016)	10,819 (n= 736)	20,504 (n= 556)	3,957 (n= 842)	7,487 (n= 216)	2,309 (n= 644)
	2021年下期	5,835 (n= 821)	4,900 (n=1,041)	4,113 (n= 142)	7,999 (n= 331)	11,155 (n= 973)	12,592 (n= 692)	21,920 (n= 527)	3,955 (n= 777)	8,455 (n= 204)	1,910 (n= 641)
	2024年下期と 2023年下期の差	113	-182	-857	785	116	-422	29	-142	30	-337
女性 60代	2024年下期	6,192 (n= 695)	5,054 (n= 930)	4,984 (n= 105)	9,316 (n= 301)	10,689 (n= 849)	12,354 (n= 659)	21,194 (n= 485)	4,560 (n= 687)	9,761 (n= 174)	2,658 (n= 566)
	2023年下期	5,753 (n= 685)	4,938 (n= 902)	4,060 (n= 111)	8,139 (n= 259)	11,196 (n= 852)	12,451 (n= 638)	21,841 (n= 491)	4,332 (n= 693)	8,550 (n= 163)	2,197 (n= 521)
	2022年下期	6,975 (n= 655)	5,326 (n= 915)	4,034 (n= 94)	9,751 (n= 269)	11,719 (n= 877)	13,814 (n= 653)	22,747 (n= 489)	4,460 (n= 670)	9,186 (n= 156)	2,533 (n= 489)
	2021年下期	6,206 (n= 641)	4,986 (n= 926)	3,540 (n= 120)	8,077 (n= 275)	11,086 (n= 900)	13,401 (n= 700)	21,381 (n= 514)	4,037 (n= 676)	10,491 (n= 140)	2,304 (n= 536)
	2024年下期と 2023年下期の差	439	116	924	1,177	-507	-97	-647	228	1,211	461

※各年代において

1位 2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男性】アイテム別の年間購入額：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

男性の基礎化粧品年間購入額は、20～50代で「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位。

【男性】

- 20～50代で「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位。15～19歳は「アフターシェーブローション」が1位。
- 2023年と比較すると、10～20代・40代は全アイテムで増加しており、10～20代では「アフターシェーブローション」、40代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」で最も増加幅が大きい。

■購入アイテムの年間購入額※：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		基礎化粧品											
		クレンジング	洗顔料	グレアフェイスイースト用リンスク	スパッツスクフエイ	アフターシェーション	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	△液へま	アイケア	リップケア
男性 15～19歳	2024年下期	4,743 (n= 123)	4,278 (n= 228)	8,942 (n= 95)	14,946 (n= 104)	31,134 (n= 93)	15,583 (n= 182)	19,492 (n= 169)	22,097 (n= 125)	12,978 (n= 180)	25,420 (n= 77)	16,351 (n= 130)	
	2023年下期	3,599 (n= 106)	3,740 (n= 220)	6,948 (n= 72)	8,057 (n= 88)	9,730 (n= 69)	5,365 (n= 171)	5,440 (n= 147)	7,491 (n= 110)	4,795 (n= 166)	16,809 (n= 54)	7,757 (n= 114)	
	2022年下期	2,505 (n= 108)	3,702 (n= 245)	4,782 (n= 67)	4,768 (n= 88)	4,276 (n= 74)	3,657 (n= 165)	4,147 (n= 145)	4,199 (n= 98)	3,521 (n= 165)	13,845 (n= 39)	3,455 (n= 114)	
	2021年下期	2,835 (n= 91)	2,967 (n= 247)	3,652 (n= 56)	7,011 (n= 59)	7,142 (n= 54)	4,204 (n= 168)	5,518 (n= 125)	7,664 (n= 84)	4,176 (n= 142)	15,985 (n= 39)	4,599 (n= 107)	
	2024年下期と2023年下期の差	1,144	538	1,994	6,889	21,404	10,218	14,052	14,606	8,183	8,611	8,594	
男性 20代	2024年下期	5,177 (n= 316)	4,267 (n= 679)	8,285 (n= 232)	10,320 (n= 271)	16,391 (n= 254)	11,408 (n= 539)	10,631 (n= 465)	16,864 (n= 304)	8,614 (n= 434)	23,032 (n= 175)	9,502 (n= 336)	
	2023年下期	3,511 (n= 259)	3,524 (n= 635)	4,994 (n= 186)	6,521 (n= 200)	6,233 (n= 190)	5,569 (n= 477)	6,344 (n= 377)	9,636 (n= 239)	5,012 (n= 324)	13,214 (n= 126)	6,543 (n= 261)	
	2022年下期	3,826 (n= 263)	3,318 (n= 612)	4,645 (n= 184)	6,262 (n= 203)	6,762 (n= 202)	5,202 (n= 444)	5,376 (n= 333)	7,388 (n= 229)	5,011 (n= 304)	12,968 (n= 131)	6,509 (n= 247)	
	2021年下期	3,512 (n= 248)	3,630 (n= 601)	4,160 (n= 169)	5,301 (n= 192)	5,684 (n= 193)	5,212 (n= 419)	4,481 (n= 327)	6,130 (n= 213)	4,317 (n= 246)	7,370 (n= 109)	3,998 (n= 261)	
	2024年下期と2023年下期の差	1,666	743	3,291	3,799	10,158	5,839	4,287	7,228	3,602	9,818	2,959	
男性 30代	2024年下期	4,544 (n= 244)	3,962 (n= 680)	7,358 (n= 154)	12,674 (n= 180)	9,503 (n= 219)	7,390 (n= 473)	8,935 (n= 361)	12,548 (n= 210)	6,897 (n= 313)	19,882 (n= 113)	6,810 (n= 272)	
	2023年下期	5,676 (n= 257)	4,067 (n= 699)	8,615 (n= 166)	10,642 (n= 170)	8,697 (n= 218)	5,929 (n= 461)	6,921 (n= 351)	11,939 (n= 204)	6,104 (n= 300)	17,688 (n= 100)	6,340 (n= 273)	
	2022年下期	3,395 (n= 263)	3,066 (n= 698)	5,268 (n= 169)	7,871 (n= 165)	7,672 (n= 216)	5,416 (n= 452)	6,544 (n= 348)	9,787 (n= 201)	4,323 (n= 285)	12,722 (n= 125)	5,172 (n= 258)	
	2021年下期	3,850 (n= 214)	3,058 (n= 668)	3,841 (n= 130)	4,230 (n= 148)	4,824 (n= 193)	4,528 (n= 406)	4,720 (n= 288)	7,311 (n= 162)	4,041 (n= 257)	7,551 (n= 86)	3,266 (n= 267)	
	2024年下期と2023年下期の差	-1,132	-105	-1,257	2,032	806	1,461	2,014	609	793	2,194	470	
男性 40代	2024年下期	4,088 (n= 205)	3,418 (n= 789)	6,942 (n= 123)	7,400 (n= 151)	6,669 (n= 209)	7,083 (n= 432)	7,345 (n= 347)	10,596 (n= 161)	4,455 (n= 323)	15,528 (n= 59)	3,432 (n= 280)	
	2023年下期	3,340 (n= 249)	2,981 (n= 819)	5,146 (n= 141)	4,721 (n= 173)	4,773 (n= 280)	4,912 (n= 468)	4,652 (n= 379)	6,689 (n= 193)	3,397 (n= 354)	11,130 (n= 84)	3,154 (n= 333)	
	2022年下期	3,551 (n= 204)	2,839 (n= 798)	4,239 (n= 130)	5,560 (n= 129)	4,071 (n= 268)	3,880 (n= 473)	4,413 (n= 325)	7,289 (n= 154)	3,266 (n= 334)	7,325 (n= 73)	3,046 (n= 296)	
	2021年下期	3,195 (n= 190)	2,772 (n= 782)	3,727 (n= 136)	4,998 (n= 134)	3,889 (n= 245)	4,093 (n= 394)	4,856 (n= 310)	6,319 (n= 146)	3,083 (n= 303)	6,261 (n= 77)	1,798 (n= 345)	
	2024年下期と2023年下期の差	748	437	1,796	2,679	1,896	2,171	2,693	3,907	1,058	4,398	278	
男性 50代	2024年下期	3,479 (n= 89)	2,629 (n= 582)	5,651 (n= 63)	5,570 (n= 63)	3,553 (n= 207)	3,727 (n= 274)	5,007 (n= 248)	7,874 (n= 89)	2,506 (n= 247)	12,811 (n= 37)	1,967 (n= 211)	
	2023年下期	3,168 (n= 97)	2,443 (n= 548)	2,722 (n= 53)	4,640 (n= 50)	3,332 (n= 219)	4,034 (n= 267)	3,731 (n= 251)	7,524 (n= 84)	2,204 (n= 237)	7,724 (n= 28)	1,440 (n= 196)	
	2022年下期	3,715 (n= 89)	2,763 (n= 477)	8,010 (n= 55)	7,450 (n= 53)	3,548 (n= 212)	4,489 (n= 228)	4,786 (n= 199)	9,799 (n= 68)	2,973 (n= 207)	12,105 (n= 37)	2,563 (n= 180)	
	2021年下期	3,035 (n= 85)	2,317 (n= 504)	3,985 (n= 61)	2,886 (n= 50)	3,021 (n= 229)	3,341 (n= 212)	3,841 (n= 200)	4,066 (n= 66)	2,092 (n= 181)	3,370 (n= 32)	1,095 (n= 205)	
	2024年下期と2023年下期の差	311	186	2,929	930	221	-307	1,276	350	302	5,087	527	
男性 60代	2024年下期	2,295 (n= 43)	2,382 (n= 324)	2,859 (n= 23)	3,465 (n= 18)	3,179 (n= 199)	4,021 (n= 147)	4,115 (n= 157)	6,648 (n= 37)	2,319 (n= 160)	9,648 (n= 11)	2,504 (n= 122)	
	2023年下期	2,799 (n= 52)	2,390 (n= 322)	2,634 (n= 30)	3,078 (n= 28)	2,902 (n= 229)	4,014 (n= 153)	3,380 (n= 170)	5,803 (n= 44)	2,012 (n= 170)	4,621 (n= 14)	1,355 (n= 145)	
	2022年下期	2,454 (n= 45)	2,677 (n= 308)	4,668 (n= 26)	13,666 (n= 17)	3,568 (n= 225)	3,610 (n= 133)	2,975 (n= 182)	7,172 (n= 37)	2,296 (n= 175)	4,475 (n= 10)	1,892 (n= 143)	
	2021年下期	3,585 (n= 45)	2,159 (n= 340)	2,228 (n= 42)	4,533 (n= 31)	2,596 (n= 263)	3,457 (n= 135)	2,960 (n= 196)	4,947 (n= 44)	2,280 (n= 151)	7,351 (n= 25)	1,406 (n= 183)	
	2024年下期と2023年下期の差	-504	-8	225	387	277	7	735	845	307	5,027	1,149	

※各年代において

1位 2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

※回答者数 (WB前) が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

**女性のメイクアイテム年間購入額は、1位「ファンデーション」、2位「フェイスパウダー」。**

【女性】

- 1位「ファンデーション」（7,330円）、2位「フェイスパウダー」（6,332円）。
- 年代別にみると、15～19歳は「口紅・グロス」、20代は「アイシャドウ」、30～60代は「ファンデーション」が1位。

**男性のメイクアイテム年間購入額は、1位「アイシャドウ」、2位「アイライナー」。**

【男性】

- 1位「アイシャドウ」（2万8,338円）、2位「アイライナー」（2万7,182円）。
- 年代別にみると、15～19歳・40代は「アイライナー」、20～30代は「アイシャドウ」が1位。

■ 購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		メイクアイテム											
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイシャドウ	アイライナー	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライナー
女性全体		5,131 (n=2,955)	3,539 (n=1,788)	7,330 (n=3,581)	6,332 (n=2,677)	3,988 (n=3,432)	5,988 (n=2,756)	4,911 (n=2,520)	5,557 (n=2,399)	6,226 (n=2,828)	5,076 (n=1,845)	5,610 (n=1,149)	
女性 年代別	15～19歳	2,799 (n=207)	2,583 (n=190)	4,105 (n=186)	4,612 (n=235)	5,610 (n=203)	7,659 (n=237)	5,669 (n=241)	6,208 (n=227)	9,012 (n=267)	7,202 (n=168)	6,208 (n=170)	
	20代	4,296 (n=561)	3,483 (n=386)	5,911 (n=562)	5,894 (n=519)	5,176 (n=622)	9,100 (n=541)	6,446 (n=547)	7,098 (n=515)	8,021 (n=604)	7,901 (n=368)	6,311 (n=344)	
	30代	5,226 (n=588)	3,735 (n=361)	7,220 (n=633)	6,583 (n=509)	4,975 (n=625)	6,629 (n=556)	5,897 (n=526)	6,188 (n=509)	6,921 (n=504)	5,545 (n=391)	6,133 (n=252)	
	40代	5,731 (n=634)	3,679 (n=374)	7,947 (n=786)	6,564 (n=572)	3,194 (n=770)	4,583 (n=596)	3,861 (n=513)	4,123 (n=519)	4,842 (n=506)	3,700 (n=385)	4,477 (n=188)	
	50代	5,408 (n=572)	3,483 (n=301)	7,798 (n=793)	6,229 (n=488)	2,749 (n=693)	4,171 (n=481)	3,067 (n=412)	4,418 (n=365)	4,774 (n=541)	3,245 (n=307)	3,601 (n=115)	
	60代	6,167 (n=393)	4,018 (n=176)	8,454 (n=621)	7,247 (n=354)	3,463 (n=519)	4,415 (n=345)	3,928 (n=281)	5,174 (n=264)	4,988 (n=406)	4,094 (n=226)	5,635 (n=79)	
	※全体、各年代において		1位	2位									

■ 購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		メイクアイテム											
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイシャドウ	アイライナー	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライナー
男性全体		5,144 (n=525)	6,004 (n=484)	8,099 (n=519)	10,739 (n=477)	18,093 (n=456)	28,338 (n=426)	27,182 (n=413)	25,166 (n=423)	24,000 (n=426)	22,085 (n=417)	20,677 (n=411)	
男性 年代別	15～19歳	5,444 (n=77)	6,846 (n=81)	11,222 (n=72)	12,261 (n=74)	20,882 (n=72)	46,517 (n=70)	50,210 (n=70)	42,848 (n=71)	38,446 (n=72)	39,844 (n=70)	29,265 (n=70)	
	20代	5,463 (n=190)	6,019 (n=184)	8,535 (n=193)	10,378 (n=184)	20,844 (n=171)	33,038 (n=169)	29,319 (n=159)	29,842 (n=161)	26,864 (n=161)	21,751 (n=158)	22,874 (n=160)	
	30代	5,289 (n=130)	6,762 (n=114)	7,208 (n=128)	11,097 (n=114)	15,627 (n=111)	20,746 (n=100)	17,494 (n=98)	16,003 (n=105)	18,827 (n=104)	17,416 (n=103)	13,839 (n=95)	
	40代	5,126 (n=77)	5,428 (n=64)	6,616 (n=72)	11,229 (n=58)	16,912 (n=62)	17,868 (n=55)	22,925 (n=52)	22,259 (n=50)	19,221 (n=53)	18,745 (n=53)	19,192 (n=53)	
	50代	2,983 (n=36)	3,211 (n=31)	5,645 (n=39)	8,017 (n=36)	7,136 (n=30)	11,684 (n=25)	13,006 (n=26)	9,654 (n=25)	7,326 (n=27)	9,184 (n=26)	11,776 (n=24)	
	60代	3,750 (n=14)	3,359 (n=11)	9,404 (n=13)	8,255 (n=11)	26,610 (n=10)	21,806 (n=8)	14,175 (n=7)	10,752 (n=11)	23,591 (n=8)	25,781 (n=6)	27,679 (n=8)	
※全体、各年代において		1位	2位										

※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示



[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

メイクアイテム年間購入額は、2023年と比べて、女性は「アイライナー」、男性は「アイシャドウ」の増加幅が最も大きい。

【女性】

- 2023年と比べて、「ハイライター・シェーディング」以外で微増しており、なかでも「アイライナー」（1,192円増）が最も増加幅が大きい。

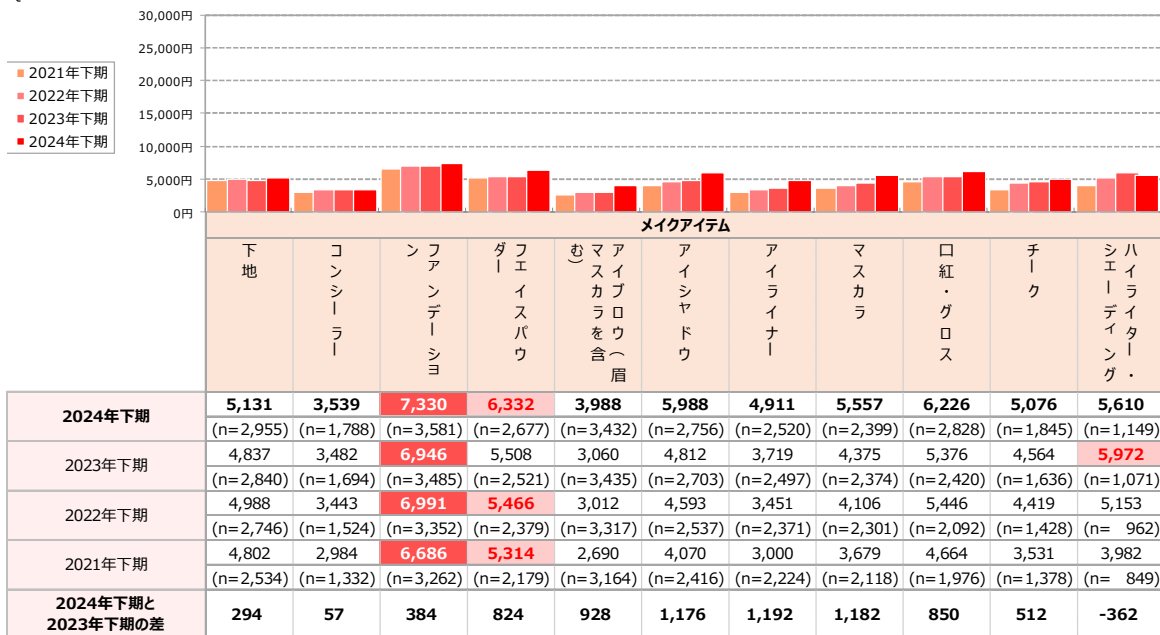
【男性】

- 2023年と比べて、「下地」「コンシーラー」以外で増加しており、なかでも「アイシャドウ」（1万7,225円増）が最も増加幅が大きい。

■ 購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



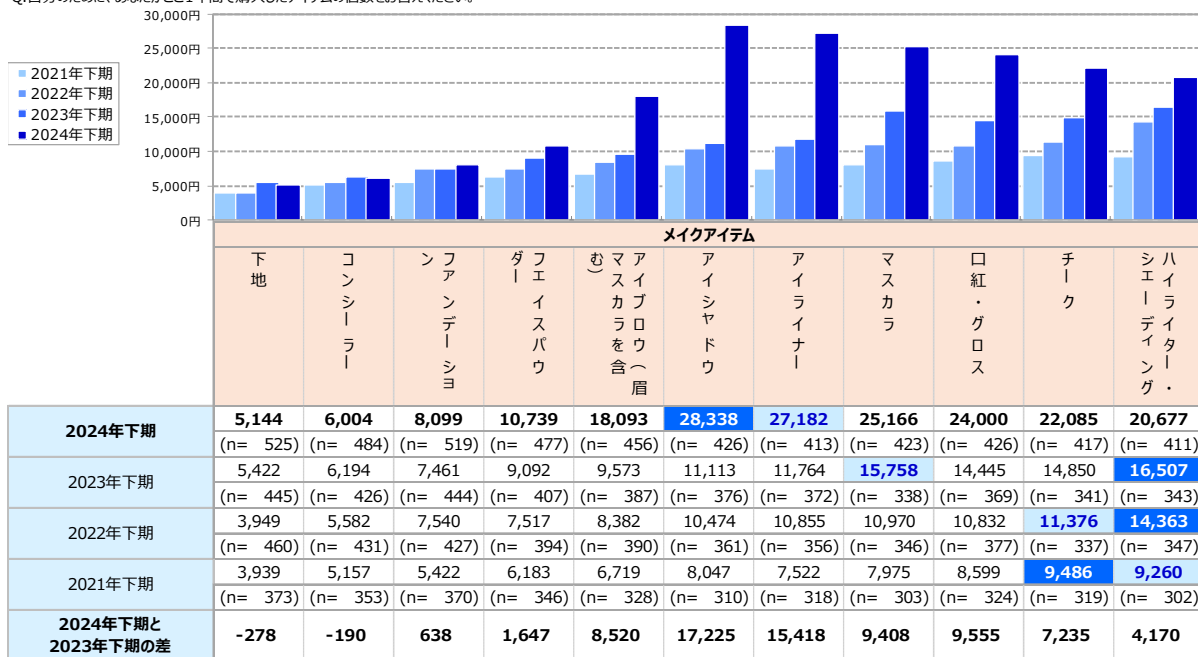
各調査年において 1位 2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

■ 購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



各調査年において 1位 2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【女性】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

女性のメイクアイテム年間購入額は、年代によって1位が異なる。

【女性】

- 15～19歳は「口紅・グロス」、20代は「アイシャドウ」、30～60代は「ファンデーション」が1位。
- 2023年と比較すると、10～20代・60代は全アイテムで増加しており、15～19歳は「口紅・グロス」、20代は「アイシャドウ」、60代は「フェイスパウダー」の増加幅が最も大きい。

■購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	眉毛マスカラ	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライティング
女性 15～ 19歳	2024年下期	2,799 (n= 207)	2,583 (n= 190)	4,105 (n= 186)	4,612 (n= 235)	5,610 (n= 203)	7,659 (n= 237)	5,669 (n= 241)	6,208 (n= 227)	9,012 (n= 267)	7,202 (n= 168)	6,208 (n= 170)
	2023年下期	2,423 (n= 189)	2,226 (n= 191)	3,232 (n= 183)	2,797 (n= 223)	2,808 (n= 218)	4,475 (n= 253)	3,230 (n= 245)	3,343 (n= 226)	5,402 (n= 242)	5,067 (n= 136)	5,225 (n= 144)
	2022年下期	2,664 (n= 171)	2,035 (n= 141)	3,560 (n= 158)	2,446 (n= 195)	2,159 (n= 206)	4,393 (n= 231)	2,658 (n= 228)	2,832 (n= 195)	4,730 (n= 209)	3,725 (n= 101)	3,692 (n= 125)
	2021年下期	2,514 (n= 182)	1,903 (n= 142)	3,094 (n= 152)	2,269 (n= 178)	1,851 (n= 205)	3,357 (n= 240)	2,130 (n= 214)	1,932 (n= 188)	3,890 (n= 220)	2,258 (n= 107)	2,138 (n= 120)
	2024年下期と 2023年下期の差	376	357	873	1,815	2,802	3,184	2,439	2,865	3,610	2,135	983
女性 20代	2024年下期	4,296 (n= 561)	3,483 (n= 386)	5,911 (n= 562)	5,894 (n= 519)	5,176 (n= 622)	9,100 (n= 541)	6,446 (n= 547)	7,098 (n= 515)	8,021 (n= 604)	7,901 (n= 368)	6,311 (n= 344)
	2023年下期	4,236 (n= 573)	3,686 (n= 417)	5,636 (n= 564)	5,286 (n= 508)	3,514 (n= 621)	6,464 (n= 560)	4,393 (n= 554)	4,842 (n= 502)	6,773 (n= 540)	6,573 (n= 346)	6,894 (n= 332)
	2022年下期	4,073 (n= 567)	3,660 (n= 378)	5,491 (n= 548)	4,750 (n= 499)	2,927 (n= 623)	5,168 (n= 587)	3,343 (n= 557)	3,861 (n= 514)	5,798 (n= 503)	5,006 (n= 319)	5,666 (n= 308)
	2021年下期	4,125 (n= 481)	2,693 (n= 300)	4,983 (n= 512)	4,518 (n= 395)	2,819 (n= 578)	4,439 (n= 542)	2,766 (n= 532)	3,130 (n= 491)	5,690 (n= 406)	4,504 (n= 275)	3,856 (n= 251)
	2024年下期と 2023年下期の差	60	-203	275	608	1,662	2,636	2,053	2,256	1,248	1,328	-583
女性 30代	2024年下期	5,226 (n= 588)	3,735 (n= 361)	7,220 (n= 633)	6,583 (n= 509)	4,975 (n= 625)	6,629 (n= 556)	5,897 (n= 526)	6,188 (n= 509)	6,921 (n= 504)	5,545 (n= 391)	6,133 (n= 252)
	2023年下期	4,801 (n= 594)	4,018 (n= 323)	6,671 (n= 615)	5,703 (n= 503)	3,309 (n= 644)	4,838 (n= 560)	3,802 (n= 531)	4,749 (n= 502)	5,348 (n= 442)	5,069 (n= 350)	6,231 (n= 251)
	2022年下期	4,802 (n= 563)	3,705 (n= 343)	6,798 (n= 619)	6,158 (n= 493)	3,407 (n= 670)	5,117 (n= 550)	4,123 (n= 522)	4,523 (n= 534)	6,678 (n= 405)	5,230 (n= 326)	6,532 (n= 237)
	2021年下期	4,899 (n= 515)	3,439 (n= 275)	6,327 (n= 570)	5,711 (n= 443)	2,561 (n= 613)	4,562 (n= 490)	3,447 (n= 486)	3,794 (n= 473)	5,332 (n= 309)	3,707 (n= 290)	5,215 (n= 197)
	2024年下期と 2023年下期の差	425	-283	549	880	1,666	1,791	2,095	1,439	1,573	476	-98
女性 40代	2024年下期	5,731 (n= 634)	3,679 (n= 374)	7,947 (n= 786)	6,564 (n= 572)	3,194 (n= 770)	4,583 (n= 596)	3,861 (n= 513)	4,123 (n= 519)	4,842 (n= 506)	3,700 (n= 385)	4,477 (n= 188)
	2023年下期	5,284 (n= 614)	3,510 (n= 341)	7,266 (n= 806)	5,866 (n= 521)	2,740 (n= 777)	4,491 (n= 575)	3,523 (n= 518)	4,413 (n= 530)	5,099 (n= 463)	4,037 (n= 331)	5,730 (n= 170)
	2022年下期	5,549 (n= 635)	3,624 (n= 331)	7,628 (n= 766)	5,653 (n= 506)	2,877 (n= 778)	4,348 (n= 524)	3,518 (n= 485)	4,264 (n= 518)	4,878 (n= 387)	3,747 (n= 311)	4,469 (n= 158)
	2021年下期	5,305 (n= 566)	3,195 (n= 278)	7,269 (n= 791)	5,738 (n= 499)	2,684 (n= 751)	3,775 (n= 523)	3,169 (n= 434)	4,218 (n= 470)	4,360 (n= 393)	3,278 (n= 301)	4,156 (n= 130)
	2024年下期と 2023年下期の差	447	169	681	698	454	92	338	-290	-257	-337	-1,253
女性 50代	2024年下期	5,408 (n= 572)	3,483 (n= 301)	7,798 (n= 793)	6,229 (n= 488)	2,749 (n= 693)	4,171 (n= 481)	3,067 (n= 412)	4,418 (n= 365)	4,774 (n= 541)	3,245 (n= 307)	3,601 (n= 115)
	2023年下期	5,412 (n= 519)	3,351 (n= 275)	7,883 (n= 727)	5,964 (n= 424)	2,961 (n= 660)	3,981 (n= 443)	3,508 (n= 370)	3,962 (n= 363)	4,601 (n= 415)	3,365 (n= 265)	4,528 (n= 101)
	2022年下期	5,762 (n= 455)	2,901 (n= 192)	7,284 (n= 685)	5,805 (n= 351)	2,752 (n= 571)	3,455 (n= 372)	2,736 (n= 340)	3,891 (n= 307)	4,021 (n= 327)	3,141 (n= 195)	3,526 (n= 78)
	2021年下期	5,402 (n= 430)	3,206 (n= 182)	7,742 (n= 656)	6,151 (n= 346)	2,700 (n= 532)	3,958 (n= 333)	3,046 (n= 302)	4,214 (n= 274)	4,030 (n= 336)	3,317 (n= 210)	3,700 (n= 85)
	2024年下期と 2023年下期の差	-4	132	-85	265	-212	190	-441	456	173	-120	-927
女性 60代	2024年下期	6,167 (n= 393)	4,018 (n= 176)	8,454 (n= 621)	7,247 (n= 354)	3,463 (n= 519)	4,415 (n= 345)	3,928 (n= 281)	5,174 (n= 264)	4,988 (n= 406)	4,094 (n= 226)	5,635 (n= 79)
	2023年下期	5,707 (n= 352)	3,531 (n= 147)	8,261 (n= 590)	5,865 (n= 341)	2,869 (n= 515)	4,015 (n= 313)	3,267 (n= 279)	4,192 (n= 251)	4,302 (n= 317)	2,972 (n= 207)	4,382 (n= 72)
	2022年下期	6,020 (n= 355)	4,201 (n= 139)	8,655 (n= 577)	6,790 (n= 334)	3,414 (n= 470)	4,381 (n= 272)	4,011 (n= 238)	4,825 (n= 234)	5,898 (n= 261)	4,882 (n= 177)	4,638 (n= 56)
	2021年下期	5,502 (n= 359)	3,201 (n= 156)	7,879 (n= 583)	6,087 (n= 318)	3,024 (n= 485)	3,703 (n= 288)	3,139 (n= 255)	4,567 (n= 221)	4,123 (n= 312)	3,354 (n= 194)	4,589 (n= 65)
	2024年下期と 2023年下期の差	460	487	193	1,382	594	400	661	982	686	1,122	1,253

※各年代において

1位 2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男性】アイテム別の年間購入額：メイクアイテム《各アイテムの購入者》

男性のメイクアイテム年間購入額は、年代によって1位が異なる。

【男性】

- 15～19歳・40代は「アイライナー」、20～30代は「アイシャドウ」が1位。
- 2023年と比較すると、10～20代は全アイテムで増加しており、なかでも「アイシャドウ」の増加幅が最も大きい。

■購入アイテムの年間購入額※：メイクアイテム（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

(円)

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイブロウカラーを含む	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライティング
男性 15～19歳	2024年下期	5,444 (n= 77)	6,846 (n= 81)	11,222 (n= 72)	12,261 (n= 74)	20,882 (n= 72)	46,517 (n= 70)	50,210 (n= 70)	42,848 (n= 70)	38,446 (n= 72)	39,844 (n= 70)	29,265 (n= 70)
	2023年下期	4,287 (n= 65)	4,654 (n= 64)	7,878 (n= 59)	9,542 (n= 59)	9,607 (n= 57)	9,286 (n= 60)	13,232 (n= 51)	15,105 (n= 54)	12,187 (n= 56)	15,240 (n= 46)	16,957 (n= 48)
	2022年下期	4,281 (n= 43)	4,921 (n= 41)	9,704 (n= 42)	6,658 (n= 45)	8,116 (n= 38)	11,435 (n= 34)	9,385 (n= 35)	12,116 (n= 33)	9,181 (n= 37)	11,340 (n= 32)	13,556 (n= 33)
	2021年下期	5,886 (n= 39)	5,587 (n= 40)	7,820 (n= 41)	6,855 (n= 41)	12,124 (n= 38)	14,465 (n= 39)	13,942 (n= 34)	12,744 (n= 33)	10,894 (n= 37)	14,207 (n= 34)	16,365 (n= 34)
	2024年下期と2023年下期の差	1,157	2,192	3,344	2,719	11,275	37,231	36,978	27,743	26,259	24,604	12,308
男性 20代	2024年下期	5,463 (n= 190)	6,019 (n= 184)	8,535 (n= 193)	10,378 (n= 184)	20,844 (n= 171)	33,038 (n= 169)	29,319 (n= 159)	29,842 (n= 161)	26,864 (n= 161)	21,751 (n= 158)	22,874 (n= 160)
	2023年下期	3,764 (n= 139)	5,639 (n= 139)	6,349 (n= 130)	7,581 (n= 140)	9,305 (n= 126)	11,819 (n= 121)	10,223 (n= 127)	15,364 (n= 111)	14,888 (n= 119)	15,989 (n= 115)	15,774 (n= 111)
	2022年下期	4,476 (n= 150)	7,472 (n= 143)	7,067 (n= 144)	7,808 (n= 134)	8,869 (n= 129)	11,796 (n= 121)	13,501 (n= 126)	13,711 (n= 113)	13,542 (n= 122)	16,265 (n= 110)	15,308 (n= 115)
	2021年下期	3,880 (n= 120)	6,294 (n= 100)	5,549 (n= 102)	7,738 (n= 103)	6,886 (n= 103)	8,128 (n= 94)	7,579 (n= 103)	7,402 (n= 89)	8,090 (n= 94)	7,752 (n= 94)	8,685 (n= 89)
	2024年下期と2023年下期の差	1,699	380	2,186	2,797	11,539	21,219	19,096	14,478	11,976	5,762	7,100
男性 30代	2024年下期	5,289 (n= 130)	6,762 (n= 114)	7,208 (n= 128)	11,097 (n= 114)	15,627 (n= 111)	20,746 (n= 100)	17,494 (n= 98)	16,003 (n= 105)	18,827 (n= 104)	17,416 (n= 103)	13,839 (n= 95)
	2023年下期	10,138 (n= 104)	11,357 (n= 93)	12,277 (n= 110)	15,292 (n= 100)	17,089 (n= 88)	15,752 (n= 92)	19,112 (n= 85)	21,662 (n= 80)	21,958 (n= 87)	20,057 (n= 86)	23,768 (n= 82)
	2022年下期	3,441 (n= 134)	4,530 (n= 127)	9,412 (n= 113)	8,104 (n= 108)	8,956 (n= 109)	10,253 (n= 102)	10,851 (n= 103)	10,030 (n= 102)	9,753 (n= 116)	10,829 (n= 101)	16,040 (n= 109)
	2021年下期	4,819 (n= 87)	6,357 (n= 81)	6,919 (n= 87)	5,924 (n= 76)	6,252 (n= 75)	7,379 (n= 69)	7,706 (n= 76)	10,584 (n= 69)	10,483 (n= 76)	12,618 (n= 75)	9,088 (n= 74)
	2024年下期と2023年下期の差	-4,849	-4,595	-5,069	-4,195	-1,462	4,994	-1,618	-5,659	-3,131	-2,641	-9,929
男性 40代	2024年下期	5,126 (n= 77)	5,428 (n= 64)	6,616 (n= 72)	11,229 (n= 58)	16,912 (n= 62)	17,868 (n= 55)	22,925 (n= 52)	22,259 (n= 50)	19,221 (n= 53)	18,745 (n= 53)	19,192 (n= 53)
	2023年下期	5,382 (n= 88)	5,345 (n= 83)	5,807 (n= 90)	6,735 (n= 68)	5,696 (n= 69)	8,878 (n= 65)	8,448 (n= 66)	15,057 (n= 61)	11,263 (n= 69)	10,799 (n= 63)	16,296 (n= 68)
	2022年下期	3,020 (n= 91)	5,162 (n= 81)	4,722 (n= 86)	5,769 (n= 73)	5,975 (n= 76)	8,440 (n= 68)	7,227 (n= 61)	9,179 (n= 66)	10,051 (n= 62)	6,932 (n= 61)	10,916 (n= 63)
	2021年下期	2,868 (n= 79)	3,265 (n= 83)	3,911 (n= 78)	5,171 (n= 73)	3,530 (n= 74)	6,250 (n= 67)	4,910 (n= 65)	6,038 (n= 63)	7,212 (n= 63)	5,880 (n= 67)	6,908 (n= 59)
	2024年下期と2023年下期の差	-256	83	809	4,494	11,216	8,990	14,477	7,202	7,958	7,946	2,896
男性 50代	2024年下期	2,983 (n= 36)	3,211 (n= 31)	5,645 (n= 39)	8,017 (n= 36)	7,136 (n= 30)	11,684 (n= 25)	13,006 (n= 26)	9,654 (n= 25)	7,326 (n= 27)	9,184 (n= 26)	11,776 (n= 24)
	2023年下期	2,817 (n= 31)	3,238 (n= 32)	3,331 (n= 35)	4,174 (n= 28)	4,037 (n= 32)	6,737 (n= 25)	5,816 (n= 30)	7,332 (n= 23)	6,651 (n= 25)	5,900 (n= 23)	4,250 (n= 24)
	2022年下期	3,001 (n= 29)	3,897 (n= 29)	7,732 (n= 30)	9,775 (n= 24)	10,786 (n= 28)	8,536 (n= 24)	9,440 (n= 23)	8,617 (n= 24)	7,645 (n= 29)	8,085 (n= 24)	13,349 (n= 20)
	2021年下期	2,313 (n= 28)	4,400 (n= 25)	3,716 (n= 36)	4,496 (n= 26)	7,020 (n= 19)	4,510 (n= 23)	4,627 (n= 21)	3,132 (n= 29)	4,666 (n= 29)	4,858 (n= 23)	4,874 (n= 26)
	2024年下期と2023年下期の差	166	-27	2,314	3,843	3,099	4,947	7,190	2,322	675	3,284	7,526
男性 60代	2024年下期	3,750 (n= 14)	3,359 (n= 11)	9,404 (n= 13)	8,255 (n= 11)	26,610 (n= 10)	21,806 (n= 8)	14,175 (n= 7)	10,752 (n= 11)	23,591 (n= 8)	25,781 (n= 6)	27,679 (n= 8)
	2023年下期	3,133 (n= 18)	2,502 (n= 15)	4,719 (n= 19)	4,721 (n= 12)	3,008 (n= 15)	4,409 (n= 13)	9,060 (n= 13)	5,735 (n= 10)	8,195 (n= 13)	7,722 (n= 8)	5,841 (n= 10)
	2022年下期	10,277 (n= 12)	3,621 (n= 11)	9,479 (n= 12)	8,424 (n= 10)	7,152 (n= 12)	13,200 (n= 11)	11,066 (n= 8)	5,369 (n= 7)	8,905 (n= 12)	4,050 (n= 9)	12,879 (n= 6)
	2021年下期	4,343 (n= 22)	3,639 (n= 24)	4,239 (n= 26)	4,459 (n= 27)	10,749 (n= 19)	9,932 (n= 18)	9,976 (n= 18)	9,630 (n= 19)	9,645 (n= 25)	16,210 (n= 25)	14,983 (n= 20)
	2024年下期と2023年下期の差	617	857	4,685	3,534	23,602	17,397	5,115	5,017	15,396	18,059	21,838

※各年代において

1位 2位

※金額の小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

※回答者数 (WB前) が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

女性の化粧雑貨・ボディケア年間購入額は、1位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」、2位「脱毛・除毛剤」。

【女性】

- 1位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（1万4,469円）、2位「脱毛・除毛剤」（6,885円）。
- 年代別にみると、全年代で「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位。

男性の化粧雑貨・ボディケア年間購入額は、1位「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、2位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」。

【男性】

- 1位「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」（2万592円）、2位「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（1万5,496円）。
- 年代別にみると、15～19歳・30～40代は「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、20代は「あぶらとり紙」、50～60代は「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位。

■ 購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア (円)										
		オン イ ル	ポ デ イ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト フ エ ト カ イ ラ ス ダ シ ふ き	ず※レ 制汗 剤・ラ ン・ア ス ま ど フ	フ レ グ ラ ン ス ・ ハ ン ス ・ ア ス マ ど フ	ケ ア ユ ー ズ ・ ア シ ル ン ・ ネ イ ル ニ ボ	リ ツ ィ ユ ー ズ ・ ア シ ル ン ・ ネ イ ル ニ ボ	
女性	女性全体	4,075 (n=2,224)	5,078 (n= 749)	6,885 (n= 610)	3,286 (n=3,444)	6,726 (n= 866)	4,087 (n=2,349)	14,469 (n=1,461)	6,421 (n=1,654)			
	年代別	15～19歳	3,451 (n= 138)	5,310 (n= 92)	5,904 (n= 99)	6,165 (n= 174)	12,023 (n= 95)	7,092 (n= 203)	14,024 (n= 156)	8,373 (n= 170)		
		20代	4,085 (n= 405)	5,381 (n= 233)	6,181 (n= 183)	4,821 (n= 446)	13,710 (n= 199)	7,212 (n= 430)	18,048 (n= 355)	10,104 (n= 359)		
		30代	4,198 (n= 431)	5,512 (n= 167)	8,726 (n= 136)	3,718 (n= 549)	7,298 (n= 178)	4,551 (n= 438)	15,568 (n= 265)	8,080 (n= 322)		
		40代	4,253 (n= 460)	4,473 (n= 129)	5,844 (n= 108)	2,751 (n= 733)	2,397 (n= 156)	2,254 (n= 526)	12,552 (n= 278)	3,812 (n= 317)		
		50代	3,901 (n= 464)	3,272 (n= 77)	6,142 (n= 54)	2,391 (n= 852)	1,594 (n= 140)	1,868 (n= 468)	10,891 (n= 248)	3,507 (n= 290)		
		60代	4,125 (n= 326)	6,766 (n= 50)	10,742 (n= 31)	2,806 (n= 690)	4,101 (n= 97)	2,958 (n= 283)	14,761 (n= 160)	5,045 (n= 196)		
			1位	2位								

■ 購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

		化粧雑貨・ボディケア (円)										
		オン イ ル	ポ デ イ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト フ エ ト カ イ ラ ス ダ シ ふ き	ず※レ 制汗 剤・ラ ン・ア ス ま ど フ	フ レ グ ラ ン ス ・ ハ ン ス ・ ア シ ル ン ・ ネ イ ル ニ ボ	ケ ア ユ ー ズ ・ ア シ ル ン ・ ネ イ ル ニ ボ	リ ツ ィ ユ ー ズ ・ ア シ ル ン ・ ネ イ ル ニ ボ	
男性	男性全体	4,456 (n= 941)	6,736 (n= 579)	6,682 (n= 727)	3,982 (n=1,632)	13,602 (n= 681)	6,952 (n=1,860)	15,496 (n=1,194)	20,592 (n= 469)			
	年代別	15～19歳	4,991 (n= 94)	7,597 (n= 74)	7,836 (n= 99)	7,629 (n= 136)	20,148 (n= 89)	13,723 (n= 153)	25,211 (n= 104)	36,235 (n= 68)		
		20代	5,503 (n= 262)	7,638 (n= 195)	7,522 (n= 248)	6,671 (n= 363)	24,990 (n= 183)	11,404 (n= 393)	18,412 (n= 316)	23,307 (n= 170)		
		30代	4,460 (n= 208)	6,874 (n= 138)	6,564 (n= 155)	4,536 (n= 306)	10,016 (n= 168)	6,231 (n= 399)	15,213 (n= 245)	16,118 (n= 110)		
		40代	4,827 (n= 190)	5,699 (n= 95)	6,293 (n= 128)	3,242 (n= 316)	7,694 (n= 145)	4,532 (n= 433)	14,431 (n= 229)	22,354 (n= 58)		
		50代	2,590 (n= 116)	5,605 (n= 53)	4,555 (n= 74)	1,960 (n= 294)	6,180 (n= 64)	3,966 (n= 323)	10,338 (n= 182)	7,138 (n= 42)		
		60代	2,644 (n= 70)	3,478 (n= 24)	3,661 (n= 24)	1,845 (n= 217)	4,537 (n= 32)	2,363 (n= 158)	11,254 (n= 118)	8,009 (n= 21)		
			1位	2位								

※全体、各年代において

※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

化粧雑貨・ボディケア年間購入額は、2023年と比べて、男女とも全項目で金額が増加している。

【女性】

- 2023年と比べて、全項目で増加しており、なかでも「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」「あぶらとり紙」で2,000円以上増加。

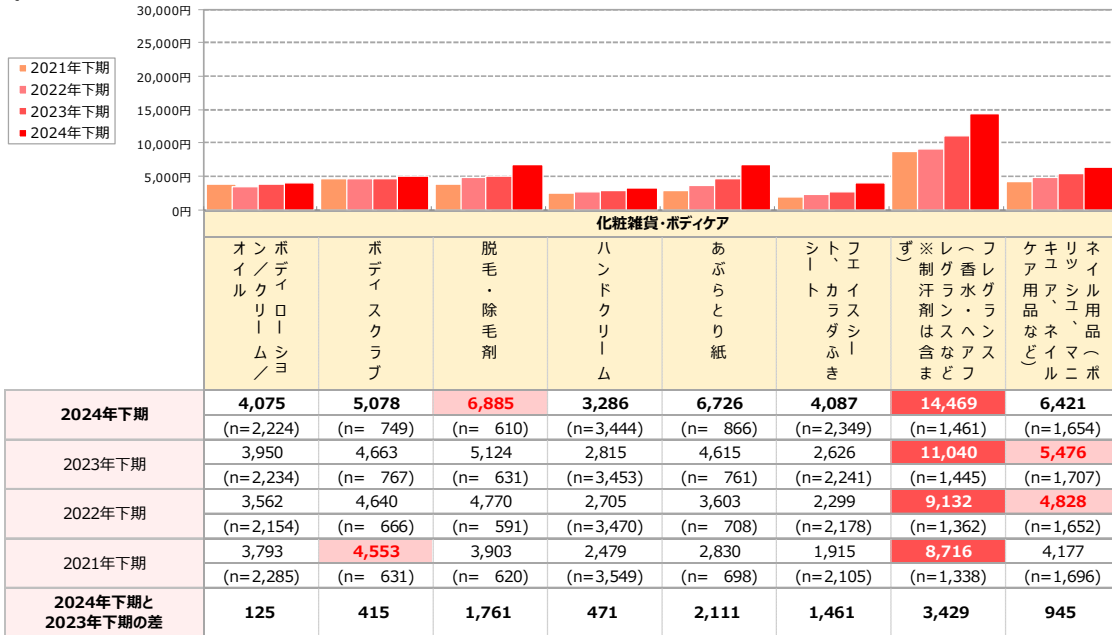
【男性】

- 2023年と比べ、全項目で増加しており、なかでも「あぶらとり紙」「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」で6,000円以上増加。

■購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者/各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがこ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q.自分のために、あなたがこ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

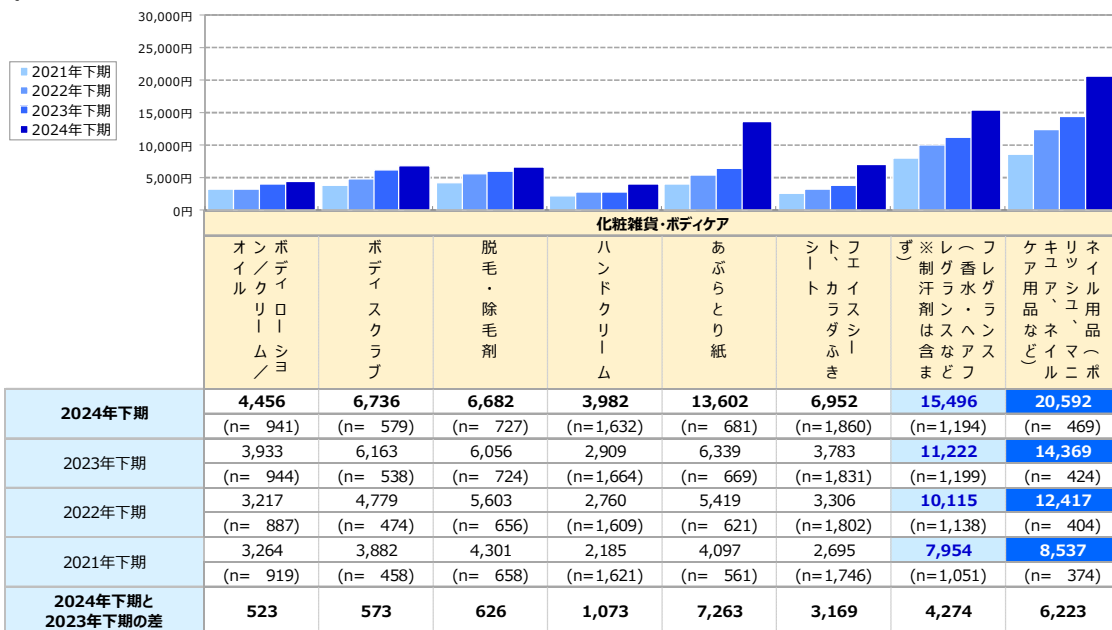


※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります  
各調査年において 1位 2位

■購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者/各単一回答）

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出

Q.自分のために、あなたがこ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q.自分のために、あなたがこ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります  
各調査年において 1位 2位

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【女性】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

女性の化粧雑貨・ボディケア年間購入額は、全年代で1位が「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」で突出。

【女性】

- 全年代で「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位で、20代が最も高い（1万8,048円）。
- 2023年と比較すると、15～19歳・60代は全アイテムで増加しており、なかでも15～19歳の「あぶらとり紙」は7,134円増加。

■購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出  
(円)

		化粧雑貨・ボディケア								
		リ ポ デ イ ム ／ ロ ー オ イ ル ／ シ ョ ン ／ ク	ポ デ イ ス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	ダ フ エ イ ス シ ー ト カ ラ	※ フ レ グ ラ ン ス は 含 ま ず ※ 香 水 な ど	イ シ ユ ル ケ ア 用 品 な ど （ ヘ ア リ ン グ な ど ）	ネ イ ル マ ル 用 品 （ ヘ ア リ ン グ な ど ）
女性 15～ 19歳	2024年下期	3,451 (n= 138)	5,310 (n= 92)	5,904 (n= 99)	6,165 (n= 174)	12,023 (n= 95)	7,092 (n= 203)	14,024 (n= 156)	8,373 (n= 170)	
	2023年下期	2,321 (n= 137)	3,244 (n= 89)	3,908 (n= 104)	2,571 (n= 180)	4,889 (n= 92)	2,766 (n= 198)	8,019 (n= 167)	7,115 (n= 174)	
	2022年下期	2,292 (n= 128)	2,960 (n= 63)	2,816 (n= 104)	2,107 (n= 159)	2,582 (n= 73)	1,989 (n= 195)	5,855 (n= 149)	3,350 (n= 176)	
	2021年下期	2,147 (n= 139)	3,748 (n= 51)	3,232 (n= 117)	1,550 (n= 165)	1,848 (n= 64)	1,297 (n= 183)	4,428 (n= 143)	3,078 (n= 186)	
	2024年下期と 2023年下期の差	1,130	2,066	1,996	3,594	7,134	4,326	6,005	1,258	
女性 20代	2024年下期	4,085 (n= 405)	5,381 (n= 233)	6,181 (n= 183)	4,821 (n= 446)	13,710 (n= 199)	7,212 (n= 430)	18,048 (n= 355)	10,104 (n= 359)	
	2023年下期	4,082 (n= 407)	5,300 (n= 260)	6,362 (n= 200)	3,793 (n= 447)	7,393 (n= 192)	7,339 (n= 434)	12,545 (n= 370)	7,662 (n= 389)	
	2022年下期	3,179 (n= 394)	5,173 (n= 205)	5,767 (n= 166)	3,189 (n= 449)	4,732 (n= 155)	2,940 (n= 413)	9,478 (n= 344)	6,681 (n= 359)	
	2021年下期	3,872 (n= 403)	5,300 (n= 187)	4,639 (n= 187)	2,882 (n= 430)	3,975 (n= 156)	2,191 (n= 384)	8,841 (n= 335)	5,101 (n= 384)	
	2024年下期と 2023年下期の差	3	81	-181	1,028	6,317	3,673	5,503	2,442	
女性 30代	2024年下期	4,198 (n= 431)	5,512 (n= 167)	8,726 (n= 136)	3,718 (n= 549)	7,298 (n= 178)	4,551 (n= 438)	15,568 (n= 265)	8,080 (n= 322)	
	2023年下期	4,258 (n= 457)	5,183 (n= 164)	5,566 (n= 139)	3,206 (n= 538)	5,729 (n= 141)	3,142 (n= 409)	11,386 (n= 246)	6,070 (n= 325)	
	2022年下期	4,183 (n= 452)	5,159 (n= 180)	6,476 (n= 131)	3,228 (n= 586)	4,669 (n= 171)	2,663 (n= 458)	10,012 (n= 268)	6,070 (n= 355)	
	2021年下期	4,174 (n= 464)	5,133 (n= 143)	3,854 (n= 144)	2,657 (n= 577)	3,961 (n= 126)	2,339 (n= 424)	8,145 (n= 240)	4,721 (n= 337)	
	2024年下期と 2023年下期の差	-60	329	3,160	512	1,569	1,409	4,182	2,010	
女性 40代	2024年下期	4,253 (n= 460)	4,473 (n= 129)	5,844 (n= 108)	2,751 (n= 733)	2,397 (n= 156)	2,254 (n= 526)	12,552 (n= 278)	3,812 (n= 317)	
	2023年下期	3,915 (n= 473)	4,496 (n= 135)	3,844 (n= 109)	2,668 (n= 797)	3,245 (n= 153)	2,095 (n= 511)	10,465 (n= 291)	4,896 (n= 346)	
	2022年下期	3,362 (n= 446)	4,211 (n= 115)	5,107 (n= 109)	2,792 (n= 766)	2,921 (n= 126)	1,936 (n= 480)	7,903 (n= 242)	4,104 (n= 342)	
	2021年下期	3,762 (n= 510)	3,469 (n= 137)	3,889 (n= 101)	2,432 (n= 840)	2,443 (n= 158)	1,788 (n= 519)	9,387 (n= 240)	3,976 (n= 344)	
	2024年下期と 2023年下期の差	338	-23	2,000	83	-848	159	2,087	-1,084	
女性 50代	2024年下期	3,901 (n= 464)	3,272 (n= 77)	6,142 (n= 54)	2,391 (n= 852)	1,594 (n= 140)	1,868 (n= 468)	10,891 (n= 248)	3,507 (n= 290)	
	2023年下期	4,017 (n= 415)	4,053 (n= 77)	5,080 (n= 48)	2,445 (n= 796)	2,754 (n= 103)	1,892 (n= 446)	10,882 (n= 214)	3,361 (n= 283)	
	2022年下期	3,697 (n= 404)	4,874 (n= 59)	2,847 (n= 58)	2,335 (n= 795)	2,594 (n= 110)	1,657 (n= 380)	9,261 (n= 211)	3,102 (n= 234)	
	2021年下期	3,823 (n= 395)	4,108 (n= 64)	2,655 (n= 42)	2,383 (n= 779)	1,553 (n= 104)	1,535 (n= 363)	9,860 (n= 193)	4,006 (n= 233)	
	2024年下期と 2023年下期の差	-116	-781	1,062	-54	-1,160	-24	9	146	
女性 60代	2024年下期	4,125 (n= 326)	6,766 (n= 50)	10,742 (n= 31)	2,806 (n= 690)	4,101 (n= 97)	2,958 (n= 283)	14,761 (n= 160)	5,045 (n= 196)	
	2023年下期	4,013 (n= 345)	3,254 (n= 42)	3,877 (n= 31)	2,481 (n= 694)	1,937 (n= 81)	2,025 (n= 242)	10,871 (n= 156)	3,458 (n= 190)	
	2022年下期	3,861 (n= 329)	3,732 (n= 43)	3,018 (n= 24)	2,376 (n= 716)	2,203 (n= 73)	2,194 (n= 251)	11,307 (n= 150)	4,304 (n= 187)	
	2021年下期	3,889 (n= 374)	4,438 (n= 50)	4,454 (n= 30)	2,412 (n= 757)	2,020 (n= 90)	1,813 (n= 232)	10,576 (n= 180)	3,206 (n= 212)	
	2024年下期と 2023年下期の差	112	3,512	6,865	325	2,164	933	3,890	1,587	

※各年代において

1位

2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期」と「2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男性】アイテム別の年間購入額：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》

男性の化粧雑貨・ボディケア年間購入額は、10～50代で「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」が上位にあがる。

【男性】

- 15～19歳・30～40代は「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」、20代は「あぶらとり紙」、50～60代は「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」が1位。
- 2023年と比較すると、10～20代・40代は全アイテムで増加しており、なかでも10～20代で「ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）」は1万円以上増加。

■ 購入アイテムの年間購入額※：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者／各単一回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの1個あたりの価格をお答えください。  
Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。

※年間購入額：購入単価と購入個数を乗じて算出  
(円)

		化粧雑貨・ボディケア								
		オンボ イ/デ ル リ ム シ ノ	ポ デ イ ス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ー ム	あ ぶ ら と り 紙	シ ト フ エ ト カ イ ラ ス ダ シ ふ き	ず ※レ 制グ 汗ア 汗ラ 剤ン はス 含な まど フ	フ レ グ ラ ン ス ・ ハ ン ド ク リ ー ム	ケ ア 用 品 な ど ネ イ ル マ ー ケ ッ ト
男性 15～ 19歳	2024年下期	4,991 (n= 94)	7,597 (n= 74)	7,836 (n= 99)	7,629 (n= 136)	20,148 (n= 89)	13,723 (n= 153)	25,211 (n= 104)	36,235 (n= 68)	
	2023年下期	3,972 (n= 90)	6,413 (n= 63)	5,602 (n= 96)	3,949 (n= 126)	7,705 (n= 76)	6,601 (n= 134)	11,174 (n= 96)	18,087 (n= 63)	
	2022年下期	2,401 (n= 81)	5,277 (n= 44)	5,593 (n= 100)	2,567 (n= 151)	4,420 (n= 58)	2,694 (n= 156)	10,134 (n= 87)	12,882 (n= 45)	
	2021年下期	3,872 (n= 81)	4,643 (n= 42)	3,820 (n= 101)	2,516 (n= 135)	7,149 (n= 42)	3,329 (n= 146)	7,873 (n= 80)	11,141 (n= 38)	
	2024年下期と 2023年下期の差	1,019	1,184	2,234	3,680	12,443	7,122	14,037	18,148	
男性 20代	2024年下期	5,503 (n= 262)	7,638 (n= 195)	7,522 (n= 248)	6,671 (n= 363)	24,990 (n= 183)	11,404 (n= 393)	18,412 (n= 316)	23,307 (n= 170)	
	2023年下期	3,341 (n= 215)	6,319 (n= 155)	4,954 (n= 211)	3,898 (n= 307)	7,814 (n= 157)	4,581 (n= 343)	12,838 (n= 289)	12,672 (n= 139)	
	2022年下期	4,167 (n= 183)	5,268 (n= 144)	6,970 (n= 197)	3,813 (n= 284)	8,068 (n= 156)	4,347 (n= 319)	10,112 (n= 256)	17,995 (n= 319)	
	2021年下期	3,747 (n= 198)	4,293 (n= 123)	4,642 (n= 204)	3,227 (n= 255)	5,919 (n= 132)	3,976 (n= 315)	8,864 (n= 232)	8,547 (n= 105)	
	2024年下期と 2023年下期の差	2,162	1,319	2,568	2,773	17,176	6,823	5,574	10,635	
男性 30代	2024年下期	4,460 (n= 208)	6,874 (n= 138)	6,564 (n= 155)	4,536 (n= 306)	10,016 (n= 168)	6,231 (n= 399)	15,213 (n= 245)	16,118 (n= 110)	
	2023年下期	6,409 (n= 217)	9,213 (n= 132)	9,147 (n= 169)	4,902 (n= 311)	9,412 (n= 166)	5,667 (n= 370)	12,239 (n= 245)	22,707 (n= 89)	
	2022年下期	3,526 (n= 212)	5,100 (n= 125)	5,853 (n= 151)	4,085 (n= 293)	5,481 (n= 154)	3,520 (n= 401)	10,053 (n= 239)	12,183 (n= 110)	
	2021年下期	3,260 (n= 182)	4,427 (n= 99)	4,570 (n= 144)	2,551 (n= 287)	4,492 (n= 128)	2,346 (n= 375)	6,989 (n= 222)	9,772 (n= 80)	
	2024年下期と 2023年下期の差	-1,949	-2,339	-2,583	-366	604	564	2,974	-6,589	
男性 40代	2024年下期	4,827 (n= 190)	5,699 (n= 95)	6,293 (n= 128)	3,242 (n= 316)	7,694 (n= 145)	4,532 (n= 433)	14,431 (n= 229)	22,354 (n= 58)	
	2023年下期	3,622 (n= 217)	4,299 (n= 115)	5,574 (n= 154)	2,456 (n= 382)	4,243 (n= 169)	3,036 (n= 474)	11,688 (n= 251)	13,596 (n= 73)	
	2022年下期	2,462 (n= 216)	3,871 (n= 93)	3,794 (n= 135)	2,397 (n= 369)	3,671 (n= 156)	3,088 (n= 479)	10,316 (n= 253)	8,434 (n= 77)	
	2021年下期	3,404 (n= 226)	2,992 (n= 113)	3,789 (n= 129)	1,887 (n= 377)	2,669 (n= 164)	2,252 (n= 461)	8,763 (n= 237)	7,593 (n= 84)	
	2024年下期と 2023年下期の差	1,205	1,400	719	786	3,451	1,496	2,743	8,758	
男性 50代	2024年下期	2,590 (n= 116)	5,605 (n= 53)	4,555 (n= 74)	1,960 (n= 294)	6,180 (n= 64)	3,966 (n= 323)	10,338 (n= 182)	7,138 (n= 42)	
	2023年下期	2,470 (n= 120)	3,485 (n= 45)	4,039 (n= 62)	1,639 (n= 289)	2,563 (n= 63)	1,796 (n= 328)	7,487 (n= 198)	7,313 (n= 40)	
	2022年下期	3,454 (n= 125)	4,298 (n= 51)	5,808 (n= 51)	2,305 (n= 265)	6,640 (n= 65)	3,219 (n= 295)	9,106 (n= 190)	8,104 (n= 39)	
	2021年下期	2,068 (n= 143)	3,143 (n= 48)	5,167 (n= 49)	1,861 (n= 286)	2,922 (n= 49)	1,812 (n= 274)	6,503 (n= 173)	7,499 (n= 37)	
	2024年下期と 2023年下期の差	120	2,120	516	321	3,617	2,170	2,851	-175	
男性 60代	2024年下期	2,644 (n= 70)	3,478 (n= 24)	3,661 (n= 24)	1,845 (n= 217)	4,537 (n= 32)	2,363 (n= 158)	11,254 (n= 118)	8,009 (n= 21)	
	2023年下期	2,739 (n= 86)	3,368 (n= 28)	4,584 (n= 31)	1,515 (n= 248)	2,272 (n= 37)	1,923 (n= 180)	10,852 (n= 119)	4,004 (n= 19)	
	2022年下期	2,931 (n= 70)	4,104 (n= 17)	3,999 (n= 21)	1,501 (n= 247)	1,622 (n= 31)	1,771 (n= 152)	10,527 (n= 112)	6,082 (n= 16)	
	2021年下期	3,230 (n= 89)	3,910 (n= 33)	2,959 (n= 32)	1,505 (n= 281)	1,779 (n= 45)	2,849 (n= 174)	8,740 (n= 106)	5,645 (n= 29)	
	2024年下期と 2023年下期の差	-95	110	-923	330	2,265	440	402	4,005	

※各年代において

1位

2位

※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2024年下期と2023年下期の差」は図表上の計算と一致しないことが稀あります

※回答者数 (WB前) が30サンプル以下のサンプルは非表示

## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

# 【男女】コスメの購入チャネル：基礎化粧品《1年以内購入者》

### 男女ともに、1年間の基礎化粧品の購入チャネル1位は、「ドラッグストア」が突出。

#### 【女性】

- 1年間の基礎化粧品の購入チャネル1位は「ドラッグストア」(60.8%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(26.0%)、3位「インターネット通販(ブランドのサイト)」(15.6%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位のほか、「インターネット通販(ECモール)」が3位以内。このほか、10~30代では「デパート」、40~60代では「インターネット通販(ブランドのサイト)」が高い傾向。
- 2023年との比較では、「ドラッグストア」で2.2pt増。

#### 【男性】

- 1年間の基礎化粧品の購入チャネル1位は「ドラッグストア」(66.1%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(19.0%)、3位「デパート」(12.3%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位で、なかでも50代(72.1%)が最も高い。「デパート」「インターネット通販(ブランドのサイト)」「ファッションビル・ショッピングモール」「訪問販売」では年代が低いほど割合が高くなっている。
- 2023年との比較では、ほぼ横ばい。

#### ■コスメの購入チャネル：基礎化粧品(基礎化粧品の1年以内購入者/複数回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	女性全体						女性 年代別					
	2024年 下期 (n=6,146)	2021年 下期 (n=6,063)	2022年 下期 (n=6,106)	2023年 下期 (n=6,073)	2024年 下期 (n=6,146)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 380)	20代 (n= 987)	30代 (n=1,062)	40代 (n=1,340)	50代 (n=1,334)	60代 (n=1,042)
ドラッグストア	60.8	58.0	57.8	58.6	60.8	2.2	66.6	64.3	63.7	63.9	56.5	53.9
インターネット通販(ECモール)	26.0	21.9	23.8	24.7	26.0	1.3	19.2	26.7	29.5	27.1	27.4	21.2
インターネット通販(ブランドのサイト)	15.6	18.4	18.1	17.3	15.6	- 1.7	5.7	4.5	9.6	15.7	22.5	27.0
デパート	11.3	12.6	11.6	12.1	11.3	- 0.8	15.9	16.9	13.5	10.1	7.7	8.1
バラエティショップ	7.2	6.7	6.8	6.9	7.2	0.3	12.9	11.9	8.8	5.6	4.5	4.3
コンビニ/スーパーマーケット	6.0	7.2	6.5	6.6	6.0	- 0.6	7.7	5.2	5.3	5.2	5.5	8.2
化粧品専門店	5.9	7.9	5.8	6.0	5.9	- 0.1	7.4	6.7	5.9	5.9	5.2	5.3
ファッションビル・ショッピングモール	4.4	4.5	4.3	4.2	4.4	0.2	15.5	6.5	4.8	3.4	2.2	1.9
美容サロン、病院・クリニック	1.8	2.1	1.7	2.0	1.8	- 0.2	3.0	2.0	1.8	1.5	1.9	1.4
訪問販売	0.8	1.0	0.9	1.1	0.8	- 0.3	1.8	1.6	0.5	0.4	0.5	1.0
その他	2.3	2.5	2.5	2.5	2.3	- 0.2	1.5	0.5	0.8	1.9	4.1	4.3

※「女性全体(2024年下期)」の降順ソート

※全体、各年代において

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)

#### ■コスメの購入チャネル：基礎化粧品(基礎化粧品の1年以内購入者/複数回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	男性全体						男性 年代別					
	2024年 下期 (n=4,108)	2021年 下期 (n=4,101)	2022年 下期 (n=4,012)	2023年 下期 (n=4,079)	2024年 下期 (n=4,108)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 280)	20代 (n= 798)	30代 (n= 788)	40代 (n= 924)	50代 (n= 788)	60代 (n= 530)
ドラッグストア	66.1	70.3	65.8	65.2	66.1	0.9	54.0	57.9	67.2	69.4	72.1	68.9
インターネット通販(ECモール)	19.0	17.0	19.6	19.4	19.0	- 0.4	17.1	21.3	20.4	19.4	17.0	16.9
デパート	12.3	11.8	12.8	12.3	12.3	0.0	27.1	20.5	14.4	10.0	4.5	4.2
コンビニ/スーパーマーケット	11.7	12.2	11.1	11.1	11.7	0.6	14.0	13.2	10.5	12.6	10.5	10.1
インターネット通販(ブランドのサイト)	4.8	4.2	4.2	4.8	4.8	0.0	7.0	6.5	4.2	4.1	4.1	4.0
バラエティショップ	4.5	4.2	4.0	4.4	4.5	0.1	7.8	5.0	5.9	4.5	2.7	2.2
ファッションビル・ショッピングモール	4.5	3.9	4.6	4.1	4.5	0.4	10.3	6.7	4.7	4.5	2.1	1.3
化粧品専門店	2.8	3.0	2.7	2.5	2.8	0.3	3.6	3.3	3.3	4.0	1.1	1.2
美容サロン、病院・クリニック	1.8	2.3	1.3	2.0	1.8	- 0.2	4.7	2.6	2.8	1.7	0.5	0.0
訪問販売	1.2	1.1	1.1	1.3	1.2	- 0.1	4.4	2.1	1.1	0.9	0.5	0.2
その他	0.6	0.5	0.8	1.8	0.6	- 1.2	0.0	0.2	0.6	0.8	0.5	1.5

※「男性全体(2024年下期)」の降順ソート

※全体、各年代において

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)



## [美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

# 【男女】コスメの購入チャネル：メイクアイテム《1年以内購入者》

### 男女ともに、1年間のメイクアイテムの購入チャネル1位は、「ドラッグストア」。

#### 【女性】

- 1年間のメイクアイテムの購入チャネル1位は「ドラッグストア」(64.6%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(24.9%)、3位「デパート」(12.6%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位のほか、「インターネット通販(ECモール)」が2位。このほか、15~19歳では「ファッションビル・ショッピングモール」、20~40代では「デパート」、50~60代では「インターネット通販(ブランドのサイト)」が高い傾向。
- 2023年との比較では、「ドラッグストア」で2.6pt増。

#### 【男性】

- 1年間のメイクアイテムの購入チャネル1位は「ドラッグストア」(42.4%)。次いで、2位「デパート」(25.2%)、3位「インターネット通販(ECモール)」(16.1%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位のほか、「デパート」が3位以内。
- 2023年との比較では、「ドラッグストア」で6.7pt増。

#### ■コスメの購入チャネル：メイクアイテム(メイクアイテムの1年以内購入者/複数回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	女性全体						女性 年代別					
	2024年下期 (n=5,053)	2021年下期 (n=4,812)	2022年下期 (n=4,864)	2023年下期 (n=4,993)	2024年下期 (n=5,053)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 328)	20代 (n= 867)	30代 (n= 895)	40代 (n=1,086)	50代 (n=1,039)	60代 (n= 837)
ドラッグストア	64.6	62.8	63.4	62.0	64.6	2.6	62.2	63.4	67.6	68.4	64.3	59.1
インターネット通販(ECモール)	24.9	21.0	22.9	23.5	24.9	1.4	25.2	26.5	29.4	25.7	22.3	20.4
デパート	12.6	14.2	14.1	12.6	12.6	0.0	14.3	16.9	15.4	11.0	9.7	10.1
バラエティショップ	10.7	10.6	10.1	11.2	10.7	- 0.5	20.5	16.4	11.2	9.8	6.4	7.1
インターネット通販(ブランドのサイト)	10.0	13.6	12.2	10.9	10.0	- 0.9	7.1	3.7	5.9	9.1	15.7	15.9
コンビニ/スーパーマーケット	6.2	7.3	6.0	6.5	6.2	- 0.3	9.6	5.8	5.2	5.4	5.5	8.4
化粧品専門店	6.1	8.3	6.4	5.6	6.1	0.5	13.9	7.0	5.5	5.8	4.9	4.9
ファッションビル・ショッピングモール	6.1	6.4	6.0	5.4	6.1	0.7	20.9	8.5	6.1	4.5	3.2	3.6
美容サロン、病院・クリニック	1.1	1.1	0.7	1.3	1.1	- 0.2	3.2	1.4	1.2	0.7	0.9	0.9
訪問販売	1.1	1.0	0.7	1.0	1.1	0.1	4.3	2.0	0.6	0.2	0.8	0.8
その他	2.2	2.1	2.8	2.6	2.2	- 0.4	2.1	0.3	1.1	1.8	3.9	3.6

※「女性全体(2024年下期)」の降順ソート ※全体、各年代において **1位** **2~3位** **4~5位** (「その他」を除く)

#### ■コスメの購入チャネル：メイクアイテム(メイクアイテムの1年以内購入者/複数回答)

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	男性全体						男性 年代別					
	2024年下期 (n= 809)	2021年下期 (n= 658)	2022年下期 (n= 718)	2023年下期 (n= 723)	2024年下期 (n= 809)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 104)	20代 (n= 283)	30代 (n= 185)	40代 (n= 137)	50代 (n= 75)	60代 (n= 26)
ドラッグストア	42.4	43.8	39.1	35.7	42.4	6.7	35.0	39.2	40.0	45.2	60.3	56.7
デパート	25.2	28.4	28.4	24.9	25.2	0.3	25.2	25.1	27.9	28.7	12.7	26.7
インターネット通販(ECモール)	16.1	18.2	18.0	22.5	16.1	- 6.4	14.7	17.0	16.3	19.1	12.7	3.3
コンビニ/スーパーマーケット	15.7	17.2	16.0	15.6	15.7	0.1	14.7	13.8	20.0	17.4	12.7	10.0
ファッションビル・ショッピングモール	15.3	13.8	13.0	16.6	15.3	- 1.3	20.3	13.2	16.3	15.7	17.5	3.3
バラエティショップ	10.3	9.7	8.9	9.1	10.3	1.2	9.1	10.3	12.1	8.7	12.7	3.3
インターネット通販(ブランドのサイト)	9.6	12.2	9.1	11.6	9.6	- 2.0	10.5	7.4	14.2	8.7	6.3	13.3
化粧品専門店	8.5	10.6	7.4	11.1	8.5	- 2.6	14.7	7.1	6.8	11.3	4.8	6.7
美容サロン、病院・クリニック	6.7	7.1	6.0	9.7	6.7	- 3.0	9.1	6.4	6.3	7.8	4.8	3.3
訪問販売	5.3	5.0	4.0	6.9	5.3	- 1.6	11.9	3.9	4.7	3.5	4.8	10.0
その他	0.6	0.6	0.4	0.8	0.6	- 0.2	0.0	1.0	0.0	0.9	0.0	3.3

※「男性全体(2024年下期)」の降順ソート ※全体、各年代において **1位** **2~3位** **4~5位** (「その他」を除く)

[美容意識・購買行動] (2) コスメ購買行動

【男女】コスメの購入チャネル：化粧雑貨・ボディケア《1年以内購入者》

男女ともに、1年間の化粧雑貨・ボディケアの購入チャネル1位は、「ドラッグストア」が突出。

【女性】

- 1年間の化粧雑貨・ボディケアの購入チャネル1位は「ドラッグストア」(68.0%)で突出。次いで2位「インターネット通販(ECモール)」(21.5%)、3位「バラエティショップ」(9.0%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位のほか、「インターネット通販(ECモール)」が3位以内。このほか、15~19歳では「ファッションビル・ショッピングモール」、20~40代では「バラエティショップ」、50代では「インターネット通販(ブランドのサイト)」、60代では「コンビニ/スーパーマーケット」が高い傾向。
- 2023年との比較では、「ドラッグストア」で1.4pt増。

【男性】

- 1年間の化粧雑貨・ボディケアの購入チャネル1位は「ドラッグストア」(63.5%)で突出。次いで2位「インターネット通販(ECモール)」(19.0%)、3位「コンビニ/スーパーマーケット」(12.9%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位で、なかでも50代(72.0%)が最も高い。「バラエティショップ」「化粧品専門店」「美容サロン、病院・クリニック」では年代が低いほど割合が高くなっている。
- 2023年との比較では、ほぼ横ばい。

■コスメの購入チャネル：化粧雑貨・ボディケア（化粧雑貨・ボディケアの1年以内購入者／複数回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	女性全体						女性 年代別					
	2024年下期 (n=4,787)	2021年下期 (n=4,794)	2022年下期 (n=4,777)	2023年下期 (n=4,745)	2024年下期 (n=4,787)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 314)	20代 (n= 761)	30代 (n= 820)	40代 (n=1,021)	50代 (n=1,046)	60代 (n= 824)
ドラッグストア	68.0	68.0	66.9	66.6	68.0	1.4	59.5	61.6	70.4	70.7	70.0	69.2
インターネット通販 (ECモール)	21.5	18.1	20.2	21.4	21.5	0.1	17.9	21.8	24.5	24.5	21.0	16.1
バラエティショップ	9.0	10.4	8.8	9.7	9.0	- 0.7	13.0	11.9	11.3	9.1	6.5	5.6
デパート	7.1	7.7	8.0	8.0	7.1	- 0.9	11.9	10.5	8.3	6.5	4.7	4.6
コンビニ/スーパーマーケット	6.4	8.4	7.6	6.7	6.4	- 0.3	10.1	5.1	5.5	4.9	5.7	9.6
インターネット通販 (ブランドのサイト)	6.2	7.4	8.1	7.3	6.2	- 1.1	6.0	2.8	4.9	4.7	8.6	9.4
ファッションビル・ショッピングモール	5.8	6.0	5.4	5.3	5.8	0.5	18.8	9.0	6.1	4.1	3.2	2.9
化粧品専門店	3.8	4.5	3.7	3.8	3.8	0.0	6.7	4.7	3.5	3.8	3.0	3.1
美容サロン、病院・クリニック	1.1	1.2	1.0	1.2	1.1	- 0.1	3.4	1.9	1.3	0.7	0.7	0.7
訪問販売	0.6	0.5	0.5	0.7	0.6	- 0.1	1.1	1.8	0.1	0.1	0.3	0.6
その他	1.5	2.0	1.7	1.6	1.5	- 0.1	1.1	0.1	0.6	1.2	3.1	2.5

※「女性全体(2024年下期)」の降順ソート

※全体、各年代において

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)

■コスメの購入チャネル：化粧雑貨・ボディケア（化粧雑貨・ボディケアの1年以内購入者／複数回答）

Q.自分のために、あなたがここ1年間で購入した化粧品・コスメはどこで購入しましたか。

	男性全体						男性 年代別					
	2024年下期 (n=2,916)	2021年下期 (n=2,929)	2022年下期 (n=2,900)	2023年下期 (n=2,972)	2024年下期 (n=2,916)	2024年下期 2023年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 216)	20代 (n= 572)	30代 (n= 552)	40代 (n= 629)	50代 (n= 564)	60代 (n= 384)
ドラッグストア	63.5	67.8	63.6	63.2	63.5	0.3	50.7	50.5	64.9	67.4	72.0	69.7
インターネット通販 (ECモール)	19.0	17.6	20.0	19.7	19.0	- 0.7	17.4	18.5	20.6	17.7	18.7	20.4
コンビニ/スーパーマーケット	12.9	13.9	13.4	12.3	12.9	0.6	16.1	14.8	10.6	14.5	12.2	10.1
デパート	10.2	9.3	11.0	10.2	10.2	0.0	17.1	17.0	12.2	9.6	3.2	4.4
バラエティショップ	5.5	4.9	4.6	4.5	5.5	1.0	7.7	7.2	6.9	6.0	3.4	2.3
インターネット通販 (ブランドのサイト)	5.3	4.5	4.2	4.6	5.3	0.7	7.7	6.8	5.6	4.2	4.0	4.8
ファッションビル・ショッピングモール	5.2	5.2	5.0	5.6	5.2	- 0.4	12.1	9.2	3.2	5.3	3.2	1.4
化粧品専門店	2.8	2.9	2.6	2.9	2.8	- 0.1	5.7	4.0	3.0	2.5	1.7	1.4
美容サロン、病院・クリニック	2.6	1.8	1.8	2.7	2.6	- 0.1	7.0	3.5	2.8	2.3	1.5	0.5
訪問販売	1.2	1.3	1.4	1.6	1.2	- 0.4	4.0	2.1	1.2	0.2	0.6	0.5
その他	0.7	0.8	0.9	1.3	0.7	- 0.6	0.0	0.2	0.9	1.1	0.6	1.1

※「男性全体(2024年下期)」の降順ソート

※全体、各年代において

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)

# [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

## 【男女】美容サロンの利用状況

### 男女ともに、美容サロンの利用状況1位は、「ヘアサロン（美容室・理容室）」が突出。

#### 【女性】

- 美容サロンの利用状況1位は「ヘアサロン（美容室・理容室）」（68.9%）で突出。次いで2位「アイビューティーサロン」「リラクゼーションサロン」（9.8%）が同率で続く。
- 年代別にみると、全年代で「ヘアサロン（美容室・理容室）」が1位。2位は、10～30代では「アイビューティーサロン」、40～60代では「リラクゼーションサロン」があげられる。

#### 【男性】

- 美容サロンの利用状況1位は「ヘアサロン（美容室・理容室）」（37.0%）で突出。次いで2位「リラクゼーションサロン」（7.8%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ヘアサロン（美容室・理容室）」が1位。2位は、15～19歳では「アイビューティーサロン」、20～60代では「リラクゼーションサロン」があげられる。

#### ■美容サロンの利用状況（全体／複数回答）

Q.あなたがここ1年間に利用した美容サロンをすべてお選びください。※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。 (%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)	15~19歳 (n= 421)	20代 (n=1,076)	30代 (n=1,149)	40代 (n=1,419)	50代 (n=1,428)	60代 (n=1,108)
ヘアサロン（美容室・理容室）	68.9	68.9	61.5	65.6	66.6	68.1	72.1	74.2
アイビューティーサロン	9.8	9.8	11.7	22.8	15.3	6.5	3.3	3.0
リラクゼーションサロン	9.8	9.8	4.2	10.3	11.8	10.3	9.2	9.3
ネイルサロン	7.2	7.2	5.5	14.5	10.8	6.7	3.8	2.1
エステサロン	6.0	6.0	5.8	8.8	9.0	4.6	4.0	4.8
あてはまるものはない	27.4	27.4	32.5	27.2	27.8	29.6	26.1	24.0

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2位 （「あてはまるものはない」を除く）

#### ■美容サロンの利用状況（全体／複数回答）

Q.あなたがここ1年間に利用した美容サロンをすべてお選びください。※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。 (%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=6,600)	2024年 下期 (n=6,600)	15~19歳 (n= 435)	20代 (n=1,093)	30代 (n=1,167)	40代 (n=1,424)	50代 (n=1,424)	60代 (n=1,056)
ヘアサロン（美容室・理容室）	37.0	37.0	32.8	43.9	43.8	38.3	31.3	30.0
リラクゼーションサロン	7.8	7.8	3.7	8.3	9.8	10.0	6.9	5.0
アイビューティーサロン	3.5	3.5	5.8	8.0	5.3	2.3	1.3	0.3
エステサロン	3.3	3.3	3.0	6.1	5.3	3.9	1.6	0.1
ネイルサロン	2.6	2.6	5.0	5.1	4.4	2.0	0.8	0.2
あてはまるものはない	56.3	56.3	57.7	44.4	49.3	56.0	63.3	67.1

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2位 （「あてはまるものはない」を除く）

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

### 【男女】検索サイトでの新サロンの探索《美容サロン利用者》

**男女とも、検索サイトを使って、新たに美容サロンを「探したことがある」の割合は約4割。**

【女性】

- 「探したことがある」の割合は44.3%。
- 年代別でみると、20代の「探したことがある」（63.2%）が最多。

【男性】

- 「探したことがある」の割合は40.6%。
- 年代別でみると、20代の「探したことがある」（62.5%）が最多。

#### ■ 検索サイトでの新サロンの探索（美容サロン利用者／単一回答）

Q.あなたはここ1年間で「サロン検索サイト」を使って、新たに美容サロンを探したことはありますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。 (%)

		探したことがある	探したことはない
女性全体 (n=4,793)		44.3	55.7
女性 年代別	15～19歳 (n= 284)	57.8	42.2
	20代 (n= 784)	63.2	36.8
	30代 (n= 829)	56.6	43.4
	40代 (n= 999)	43.7	56.3
	50代 (n=1,056)	34.2	65.8
	60代 (n= 842)	23.8	76.2

#### ■ 検索サイトでの新サロンの探索（美容サロン利用者／単一回答）

Q.あなたはここ1年間で「サロン検索サイト」を使って、新たに美容サロンを探したことはありますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。 (%)

		探したことがある	探したことはない
男性全体 (n=2,881)		40.6	59.4
男性 年代別	15～19歳 (n= 184)	53.1	46.9
	20代 (n= 608)	62.5	37.5
	30代 (n= 592)	49.1	50.9
	40代 (n= 627)	40.0	60.0
	50代 (n= 522)	22.7	77.3
	60代 (n= 348)	9.4	90.6

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

### 【男女】新サロン検索時の写真重視度《新しい美容サロンを探した人》

**男女とも、「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際の写真重視度は、9割弱を占める。**

#### 【女性】

- 「重視する・計」は87.2%。そのうち「重視する」の割合は31.6%。
- 年代別で見ると、15～19歳の「重視する・計」（90.2%）が最多。

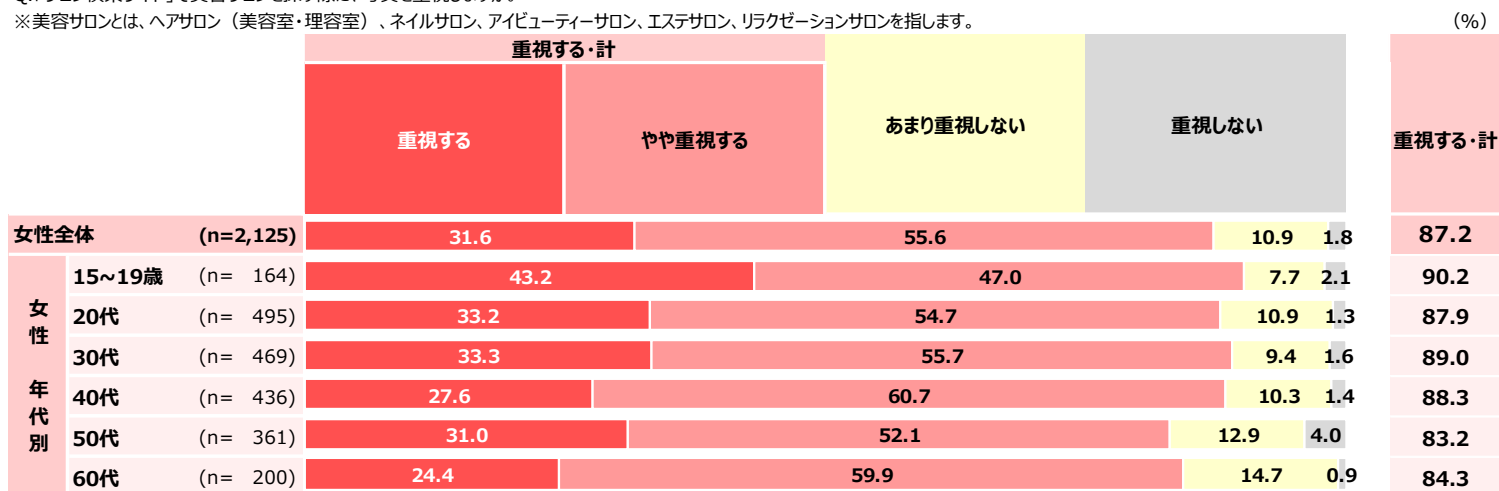
#### 【男性】

- 「重視する・計」は87.7%。そのうち「重視する」の割合は33.5%。
- 年代別で見ると、30代の「重視する・計」（89.0%）が最多。

#### ■新サロン検索時の写真重視度（新しい美容サロンを探した人／単一回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、写真を重視しますか。

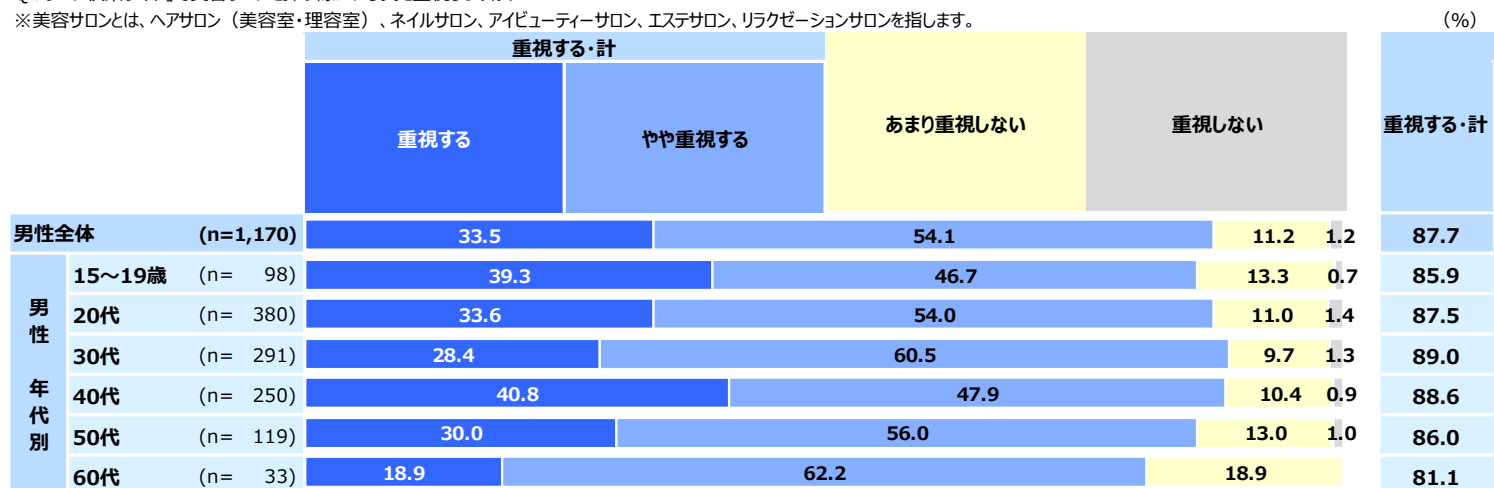
※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。



#### ■新サロン検索時の写真重視度（新しい美容サロンを探した人／単一回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、写真を重視しますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。



## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

# 【男女】新サロン検索時の写真で重視すること《写真を重視する人》

### 男女ともに、新サロン検索時の写真で重視すること1位は、「店内の様子が分かる写真」。

#### 【女性】

- 新サロン検索時の写真で重視すること1位は「店内の様子が分かる写真」（58.3%）。次いで2位「施術（デザイン）写真の数」（42.3%）、3位「施術（デザイン）写真のクオリティ」（37.1%）が続く。
- 年代別にみると、15～19歳は「施術（デザイン）写真のクオリティ」、20～60代は「店内の様子が分かる写真」が1位。

#### 【男性】

- 新サロン検索時の写真で重視すること1位は「店内の様子が分かる写真」（47.3%）。次いで2位「サロンの外観写真」（33.5%）、3位「施術（デザイン）写真の数」（33.3%）が続く。
- 年代別にみると、10～50代で「店内の様子が分かる写真」が1位。

#### ■新サロン検索時の写真で重視すること（写真を重視する人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、どのような写真を重視しますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,854)	2024年 下期 (n=1,854)	15~19歳 (n= 148)	20代 (n= 435)	30代 (n= 417)	40代 (n= 385)	50代 (n= 300)	60代 (n= 169)
店内の様子が分かる写真	58.3	58.3	50.7	44.7	55.0	62.3	72.6	72.7
施術（デザイン）写真の数	42.3	42.3	45.5	42.1	44.3	41.7	42.9	35.5
施術（デザイン）写真のクオリティ	37.1	37.1	51.7	40.6	37.8	28.5	37.7	31.1
サロンの外観写真	35.8	35.8	25.6	26.6	35.1	40.2	44.8	44.3
スタッフの写真	35.3	35.3	24.6	25.4	31.7	38.0	50.4	45.9
施術の様子が分かる写真	29.7	29.7	29.4	24.1	25.5	31.3	38.5	35.0
クーポンページに掲載されている写真	27.5	27.5	26.5	25.8	23.9	29.4	33.7	25.7
ブログに掲載されている写真	22.7	22.7	25.1	22.7	24.8	21.2	22.2	19.7
取り扱っている商品の写真	18.6	18.6	16.6	17.1	19.3	16.0	20.6	24.6
その他	0.4	0.4	0.9	0.2	0.2	0.6	0.4	0.5

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)

#### ■新サロン検索時の写真で重視すること（写真を重視する人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、どのような写真を重視しますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,026)	2024年 下期 (n=1,026)	15~19歳 (n= 84)	20代 (n= 332)	30代 (n= 259)	40代 (n= 222)	50代 (n= 102)	60代 (n= 26)
店内の様子が分かる写真	47.3	47.3	43.1	44.1	43.2	51.3	58.1	63.3
サロンの外観写真	33.5	33.5	32.8	28.5	35.7	35.8	39.5	36.7
施術（デザイン）写真の数	33.3	33.3	37.1	30.1	37.6	29.4	37.2	40.0
施術（デザイン）写真のクオリティ	28.1	28.1	25.9	27.9	27.1	28.9	30.2	33.3
スタッフの写真	28.1	28.1	27.6	22.7	25.6	33.7	39.5	30.0
施術の様子が分かる写真	26.0	26.0	23.3	24.1	27.4	24.1	32.6	36.7
ブログに掲載されている写真	24.4	24.4	28.4	27.7	23.7	23.0	16.3	20.0
クーポンページに掲載されている写真	23.2	23.2	24.1	21.6	22.9	26.2	25.6	10.0
取り扱っている商品の写真	21.2	21.2	17.2	19.7	21.4	26.7	16.3	20.0
その他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

# 【男女】新サロン検索時の写真で最も重視すること《写真を重視する人》

### 男女ともに、新サロン検索時の写真で最も重視すること1位は、「店内の様子が分かる写真」。

#### 【女性】

- 新サロン検索時の写真で最も重視すること1位は「店内の様子が分かる写真」（23.9%）。次いで2位「施術（デザイン）写真のクオリティ」（19.2%）、3位「施術（デザイン）写真の数」（14.8%）が続く。
- 年代別にみると、10～20代は「施術（デザイン）写真のクオリティ」、30～60代は「店内の様子が分かる写真」が1位。

#### 【男性】

- 新サロン検索時の写真で最も重視すること1位は「店内の様子が分かる写真」（24.2%）。次いで2位「施術（デザイン）写真の数」（13.8%）、3位「施術（デザイン）写真のクオリティ」（12.7%）が続く。
- 年代別にみると、10～50代で「店内の様子が分かる写真」が1位。

#### ■新サロン検索時の写真で最も重視すること（写真を重視する人／単一回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、どのような写真を重視しますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,854)	2024年 下期 (n=1,854)	15~19歳 (n= 148)	20代 (n= 435)	30代 (n= 417)	40代 (n= 385)	50代 (n= 300)	60代 (n= 169)
店内の様子が分かる写真	23.9	23.9	17.1	16.1	22.7	30.7	28.2	30.6
施術（デザイン）写真のクオリティ	19.2	19.2	34.6	23.1	18.8	13.2	16.3	15.3
施術（デザイン）写真の数	14.8	14.8	13.3	17.9	15.1	13.2	14.7	11.5
施術の様子が分かる写真	9.4	9.4	8.1	8.2	7.6	10.7	10.3	13.1
クーポンページに掲載されている写真	9.2	9.2	5.2	10.1	9.2	9.5	11.1	6.6
スタッフの写真	7.4	7.4	5.7	5.6	6.4	8.0	9.9	10.4
ブログに掲載されてる写真	6.3	6.3	6.2	8.9	7.6	4.9	3.6	4.9
サロンの外観写真	4.7	4.7	4.7	4.3	6.4	6.1	1.6	3.8
取り扱っている商品の写真	4.6	4.6	4.7	5.6	6.0	3.1	4.0	3.3
その他	0.4	0.4	0.5	0.2	0.2	0.6	0.4	0.5

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」を除く）

#### ■新サロン検索時の写真で最も重視すること（写真を重視する人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、どのような写真を重視しますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,026)	2024年 下期 (n=1,026)	15~19歳 (n= 84)	20代 (n= 332)	30代 (n= 259)	40代 (n= 222)	50代 (n= 102)	60代 (n= 26)
店内の様子が分かる写真	24.2	24.2	21.6	23.0	22.6	24.1	31.4	36.7
施術（デザイン）写真の数	13.8	13.8	16.4	11.8	17.3	8.6	20.9	13.3
施術（デザイン）写真のクオリティ	12.7	12.7	12.9	13.2	12.4	13.4	10.5	10.0
ブログに掲載されてる写真	9.1	9.1	8.6	11.5	7.9	10.7	2.3	3.3
施術の様子が分かる写真	8.4	8.4	6.9	8.5	9.0	7.0	8.1	20.0
サロンの外観写真	8.1	8.1	10.3	9.9	9.4	4.3	7.0	3.3
スタッフの写真	8.1	8.1	6.9	6.3	6.0	14.4	7.0	6.7
取り扱っている商品の写真	7.8	7.8	7.8	7.9	7.5	9.6	4.7	6.7
クーポンページに掲載されている写真	7.7	7.7	8.6	7.9	7.9	7.5	8.1	0.0
その他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」を除く）

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

# 【男女】検索サイトブログの参考度合《新しい美容サロンを探した人》

**検索サイトブログの参考度合は、女性は78.4%、男性は89.2%。**

### 【女性】

- 「参考にする・計」は78.4%。そのうち「参考にする」の割合は20.9%。
- 年代別でみると、15～19歳の「参考にする・計」（87.2%）が最多。

### 【男性】

- 「参考にする・計」は89.2%。そのうち「参考にする」の割合は29.6%。
- 年代別でみると、15～19歳の「参考にする・計」（93.3%）が最多。

### ■ 検索サイトブログの参考度合（新しい美容サロンを探した人／単一回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、サロンページにある「ブログ」を参考にしますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

		参考にする・計				参考にする・計 (%)
		参考にする	時々参考にする	たまに参考にする	参考にしない	
女性全体	(n=2,125)	20.9	38.2	19.3	21.6	78.4
女性 年代別	15～19歳 (n= 164)	32.1	35.9	19.2	12.8	87.2
	20代 (n= 495)	24.5	40.0	15.6	19.9	80.1
	30代 (n= 469)	22.7	40.4	15.5	21.4	78.6
	40代 (n= 436)	18.7	36.3	21.4	23.6	76.4
	50代 (n= 361)	14.5	39.6	18.5	27.4	72.6
	60代 (n= 200)	15.2	31.8	34.1	18.9	81.1

### ■ 検索サイトブログの参考度合（新しい美容サロンを探した人／単一回答）

Q.「サロン検索サイト」で美容サロンを探す際に、サロンページにある「ブログ」を参考にしますか。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

		参考にする・計				参考にする・計 (%)
		参考にする	時々参考にする	たまに参考にする	参考にしない	
男性全体	(n=1,170)	29.6	44.4	15.2	10.8	89.2
男性 年代別	15～19歳 (n= 98)	34.1	43.7	15.6	6.7	93.3
	20代 (n= 380)	28.8	46.8	15.8	8.6	91.4
	30代 (n= 291)	26.8	50.2	13.0	10.0	90.0
	40代 (n= 250)	34.1	39.8	12.3	13.7	86.3
	50代 (n= 119)	27.0	34.0	22.0	17.0	83.0
	60代 (n= 33)	24.3	43.2	24.3	8.1	91.9



## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

### 【男女】美容サロンを探す際に重視する記事《ブログを参考にする人》

**男女ともに、美容サロンを検索する際に重視する記事の1位は、「施術メニューについて」。**

#### 【女性】

- 美容サロンを検索する際に重視する記事の1位は「施術メニューについて」（57.0%）が突出。次いで2位「おすすめメニュー・デザインについて」（36.3%）、3位「施術の様子・エピソードについて」（31.8%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「施術メニューについて」が1位。

#### 【男性】

- 美容サロンを検索する際に重視する記事の1位は「施術メニューについて」（43.1%）。次いで2位「施術の様子・エピソードについて」（34.5%）、3位「サロンで販売している商品の紹介・使い方について」（30.3%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「施術メニューについて」が1位。

#### ■美容サロンを探す際に重視する記事（ブログを参考にする人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。「美容サロンを探す際に重視する記事」「美容サロンを探さない時でも参考にする記事」を教えてください。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,666)	2024年 下期 (n=1,666)	15~19歳 (n= 143)	20代 (n= 396)	30代 (n= 368)	40代 (n= 333)	50代 (n= 262)	60代 (n= 162)
施術メニューについて	57.0	57.0	54.9	51.6	52.7	56.4	65.9	69.3
おすすめメニュー・デザインについて	36.3	36.3	31.4	31.4	35.3	37.9	41.8	42.0
施術の様子・エピソードについて	31.8	31.8	34.3	30.3	35.3	31.9	28.2	31.3
サロンの営業時間やお休みについて	30.3	30.3	29.9	21.7	22.3	34.4	38.6	47.2
サロンで販売している商品の紹介・使い方について	20.8	20.8	24.0	22.4	23.6	18.8	16.8	18.2
自宅でのお手入れについて	18.8	18.8	27.9	13.6	19.5	20.9	20.0	15.3
お客さまの様子について	17.2	17.2	22.5	12.0	17.9	14.9	22.7	19.3
スタッフのプライベートについて	8.9	8.9	10.3	9.7	8.6	9.2	6.8	9.7
その他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0
特になし	9.5	9.5	5.9	8.8	8.8	10.6	11.8	9.7

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」「特になし」を除く）

#### ■美容サロンを探す際に重視する記事（ブログを参考にする人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。「美容サロンを探す際に重視する記事」「美容サロンを探さない時でも参考にする記事」を教えてください。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,044)	2024年 下期 (n=1,044)	15~19歳 (n= 91)	20代 (n= 347)	30代 (n= 262)	40代 (n= 216)	50代 (n= 99)	60代 (n= 30)
施術メニューについて	43.1	43.1	38.9	39.1	45.4	43.4	54.2	44.1
施術の様子・エピソードについて	34.5	34.5	31.7	33.9	36.1	37.4	32.5	20.6
サロンで販売している商品の紹介・使い方について	30.3	30.3	34.1	30.7	32.7	28.0	25.3	23.5
サロンの営業時間やお休みについて	29.2	29.2	27.0	24.4	27.5	34.6	37.3	41.2
おすすめメニュー・デザインについて	26.9	26.9	30.2	24.7	27.9	28.0	26.5	26.5
スタッフのプライベートについて	21.3	21.3	23.8	21.3	23.4	23.1	12.0	11.8
自宅でのお手入れについて	20.9	20.9	18.3	19.7	22.3	22.5	20.5	20.6
お客さまの様子について	19.3	19.3	24.6	15.7	20.4	20.9	25.3	5.9
その他	0.1	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0
特になし	4.5	4.5	2.4	5.2	3.0	4.9	6.0	5.9

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」「特になし」を除く）

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

# 【男女】美容サロンを探さない時でも参考にする記事《ブログを参考にする人》

### 男女ともに、美容サロンを探さない時でも参考にする記事の1位は、「施術メニューについて」。

#### 【女性】

- 美容サロンを探さない時でも参考にする記事の1位は「施術メニューについて」（32.8%）。次いで2位「おすすめメニュー・デザインについて」（16.9%）、3位「施術の様子・エピソードについて」（15.7%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「施術メニューについて」が1位。

#### 【男性】

- 美容サロンを探さない時でも参考にする記事の1位は「施術メニューについて」（27.2%）。次いで2位「施術の様子・エピソードについて」（20.3%）、3位「サロンで販売している商品の紹介・使い方について」（16.9%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「施術メニューについて」が1位。

#### ■美容サロンを探さない時でも参考にする記事（ブログを参考にする人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。「美容サロンを探す際に重視する記事」「美容サロンを探さない時でも参考にする記事」を教えてください。

※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,666)	2024年 下期 (n=1,666)	15~19歳 (n= 143)	20代 (n= 396)	30代 (n= 368)	40代 (n= 333)	50代 (n= 262)	60代 (n= 162)
施術メニューについて	32.8	32.8	31.4	30.5	29.9	34.4	38.6	33.5
おすすめメニュー・デザインについて	16.9	16.9	17.6	15.8	15.1	19.5	18.6	14.8
施術の様子・エピソードについて	15.7	15.7	13.7	17.2	18.7	13.5	13.6	14.8
自宅でのお手入れについて	12.7	12.7	18.6	10.6	11.9	13.8	13.2	11.4
サロンで販売している商品の紹介・使い方について	10.4	10.4	12.7	13.6	11.9	7.8	7.7	7.4
サロンの営業時間やお休みについて	10.3	10.3	12.3	8.1	6.8	12.1	11.8	15.9
お客さまの様子について	7.9	7.9	8.8	7.2	8.8	7.1	9.1	6.8
スタッフのプライベートについて	4.8	4.8	7.4	5.7	6.5	3.2	3.2	2.8
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
特になし	20.6	20.6	13.7	17.2	20.3	21.6	24.1	28.4

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」「特になし」を除く）

#### ■美容サロンを探さない時でも参考にする記事（ブログを参考にする人／複数回答）

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。

「美容サロンを探す際に重視する記事」「美容サロンを探さない時でも参考にする記事」を教えてください。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,044)	2024年 下期 (n=1,044)	15~19歳 (n= 91)	20代 (n= 347)	30代 (n= 262)	40代 (n= 216)	50代 (n= 99)	60代 (n= 30)
施術メニューについて	27.2	27.2	26.2	26.0	25.7	25.3	42.2	23.5
施術の様子・エピソードについて	20.3	20.3	25.4	17.3	22.7	22.5	16.9	14.7
サロンで販売している商品の紹介・使い方について	16.9	16.9	24.6	16.0	16.0	18.7	12.0	14.7
おすすめメニュー・デザインについて	15.6	15.6	13.5	14.2	17.5	18.1	12.0	14.7
自宅でのお手入れについて	13.5	13.5	15.1	12.1	13.4	16.5	10.8	14.7
スタッフのプライベートについて	12.5	12.5	16.7	11.8	13.0	14.3	4.8	17.6
サロンの営業時間やお休みについて	12.4	12.4	7.9	11.3	10.8	15.9	14.5	17.6
お客さまの様子について	9.6	9.6	7.9	8.1	11.2	11.0	10.8	2.9
その他	0.1	0.1	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0
特になし	10.5	10.5	6.3	12.6	9.3	9.3	12.0	14.7

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位（「その他」「特になし」を除く）

[美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

【男女】検索サイトブログの記事評価\_必要な要素《ブログを参考にする人》

男女ともに、「ブログ」で重要だと思うこと1位は、「写真つきで分かりやすい」。

【女性】

- 「ブログ」で重要だと思うこと1位は、「写真つきで分かりやすい」(44.9%)。次いで2位「スタッフの性格・人柄が分かる」(35.4%)、3位「施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある」(34.9%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「写真つきで分かりやすい」が1位。

【男性】

- 「ブログ」で重要だと思うこと1位は、「写真つきで分かりやすい」(34.1%)。次いで2位「施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある」(30.3%)、3位「スタッフの性格・人柄が分かる」(30.2%)が続く。
- 年代別にみると、10~20代・50~60代は「写真つきで分かりやすい」、30代は「施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある」、40代は「スタッフの性格・人柄が分かる」が1位。

■ 検索サイトブログの記事評価\_必要な要素 (ブログを参考にする人/複数回答)

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。「ブログ」で重要だと思うことを教えてください。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,666)	2024年 下期 (n=1,666)	15~19歳 (n= 143)	20代 (n= 396)	30代 (n= 368)	40代 (n= 333)	50代 (n= 262)	60代 (n= 162)
写真つきで分かりやすい	44.9	44.9	45.1	39.8	47.5	41.5	55.0	42.0
スタッフの性格・人柄が分かる	35.4	35.4	35.3	31.4	34.3	36.5	40.9	36.9
施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある	34.9	34.9	36.3	29.4	33.8	37.6	36.8	41.5
サロンの重視していること(方針)やお客さまへの思いが分かる	27.7	27.7	27.9	23.8	24.7	30.1	26.4	40.9
長すぎず読みやすい	25.8	25.8	29.4	22.6	25.7	24.8	28.6	28.4
美容感度の高さが感じられる	23.6	23.6	27.0	21.7	22.3	20.9	29.1	25.6
新しい記事が多い・定期的に更新される	21.6	21.6	21.1	19.5	19.2	22.3	24.5	26.7
来店しているお客さまの様子が分かる	21.3	21.3	26.5	18.6	18.7	23.0	25.9	18.8
サロンで販売している商品の詳しい説明がある	13.9	13.9	12.3	13.8	15.6	15.6	11.4	11.9
記事の数が多い	10.1	10.1	8.8	10.6	12.5	11.0	6.8	8.0
その他	0.1	0.1	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0
特にない	7.3	7.3	3.4	7.7	6.8	6.7	8.6	10.2

※「女性全体(2024年下期)」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位 (「その他」「特にない」を除く)

■ 検索サイトブログの記事評価\_必要な要素 (ブログを参考にする人/複数回答)

Q.「サロン検索サイト」のサロンページにある「ブログ」について伺います。「ブログ」で重要だと思うことを教えてください。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=1,044)	2024年 下期 (n=1,044)	15~19歳 (n= 91)	20代 (n= 347)	30代 (n= 262)	40代 (n= 216)	50代 (n= 99)	60代 (n= 30)
写真つきで分かりやすい	34.1	34.1	33.3	30.4	32.3	36.8	41.0	50.0
施術メニューについて、クーポンやメニュー画面よりも詳しい説明がある	30.3	30.3	30.2	30.2	32.7	28.6	28.9	26.5
スタッフの性格・人柄が分かる	30.2	30.2	27.8	27.3	27.5	38.5	30.1	35.3
サロンの重視していること(方針)やお客さまへの思いが分かる	26.4	26.4	25.4	22.0	27.9	34.6	16.9	41.2
美容感度の高さが感じられる	25.0	25.0	22.2	23.6	25.7	31.3	19.3	17.6
長すぎず読みやすい	24.3	24.3	22.2	20.5	25.7	24.7	32.5	35.3
新しい記事が多い・定期的に更新される	23.7	23.7	21.4	22.6	23.0	26.4	24.1	26.5
来店しているお客さまの様子が分かる	21.6	21.6	17.5	24.1	16.0	21.4	30.1	23.5
記事の数が多い	18.6	18.6	15.1	16.5	23.8	17.0	19.3	14.7
サロンで販売している商品の詳しい説明がある	18.6	18.6	16.7	16.5	18.2	22.5	24.1	5.9
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
特にない	3.4	3.4	1.6	4.7	2.6	2.2	4.8	2.9

※「男性全体(2024年下期)」の降順ソート

1位 2~3位 4~5位 (「その他」「特にない」を除く)

# [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

## 【男女】支出が増えた施設《美容サロン利用者》

### 男女ともに、支出が増えた施設1位は、「ヘアサロン（美容室・理容室）」が突出。

#### 【女性】

- 支出が増えた施設1位は、「ヘアサロン（美容室・理容室）」（30.9%）で突出。次いで2位「アイビューティーサロン」（5.5%）、3位「リラクゼーションサロン」（5.2%）が1割未満で続く。
- 年代別にみると、全年代で「ヘアサロン（美容室・理容室）」が1位。2位は、10～30代では「アイビューティーサロン」、40～60代では「リラクゼーションサロン」があげられる。

#### 【男性】

- 支出が増えた施設1位は、「ヘアサロン（美容室・理容室）」（28.8%）で突出。次いで2位「リラクゼーションサロン」（10.1%）、3位「アイビューティーサロン」（5.2%）が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ヘアサロン（美容室・理容室）」が1位。2位は、15～19歳では「アイビューティーサロン」、20～60代では「リラクゼーションサロン」があげられる。

#### ■支出が増えた施設（美容サロン利用者／複数回答）

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。ここ1年間で、以前よりも支出が増えたと思う施設をすべてお選びください。  
 ※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=4,793)	2024年 下期 (n=4,793)	15~19歳 (n= 284)	20代 (n= 784)	30代 (n= 829)	40代 (n= 999)	50代 (n=1,056)	60代 (n= 842)
ヘアサロン（美容室・理容室）	30.9	30.9	45.2	35.5	31.8	27.3	27.4	29.6
アイビューティーサロン	5.5	5.5	10.6	12.9	8.1	3.3	1.8	1.9
リラクゼーションサロン	5.2	5.2	2.7	6.6	6.9	4.3	5.1	4.5
ネイルサロン	3.9	3.9	4.2	9.0	5.9	3.3	1.4	1.0
エステサロン	3.5	3.5	4.4	5.0	6.6	2.7	1.8	2.0
あてはまるものはない	59.8	59.8	43.5	47.0	54.3	65.9	67.6	65.8

※「女性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2位（「あてはまるものはない」を除く）

#### ■支出が増えた施設（美容サロン利用者／複数回答）

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。ここ1年間で、以前よりも支出が増えたと思う施設をすべてお選びください。  
 ※美容サロンとは、ヘアサロン（美容室・理容室）、ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

(%)

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=2,881)	2024年 下期 (n=2,881)	15~19歳 (n= 184)	20代 (n= 608)	30代 (n= 592)	40代 (n= 627)	50代 (n= 522)	60代 (n= 348)
ヘアサロン（美容室・理容室）	28.8	28.8	44.1	38.1	33.8	26.9	17.3	16.5
リラクゼーションサロン	10.1	10.1	5.1	10.0	9.7	13.3	9.8	8.1
アイビューティーサロン	5.2	5.2	7.9	9.3	7.9	3.6	1.4	0.5
エステサロン	3.7	3.7	3.9	5.8	4.9	3.8	2.3	0.3
ネイルサロン	3.5	3.5	6.3	5.8	5.6	2.5	1.1	0.3
あてはまるものはない	57.3	57.3	38.2	40.3	52.9	60.6	72.0	76.2

※「男性全体（2024年下期）」の降順ソート

1位 2位（「あてはまるものはない」を除く）

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

### 【男女】支出が増えた施設《各美容サロン利用者》

**各美容サロン利用者のうち支出が増えた施設は、女性は「エステサロン」が1位、男性は「アイビューティーサロン」が1位。**

【女性】

- 各美容サロン利用者のうち、支出が増えた施設1位は「エステサロン」（42.5%）。次いで2位「アイビューティーサロン」（41.3%）が続く。

【男性】

- 各美容サロン利用者のうち、支出が増えた施設1位は「アイビューティーサロン」（64.8%）。次いで2位「ネイルサロン」（59.6%）が続く。

#### ■支出が増えた施設（各美容サロン利用者／複数回答）

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。ここ1年間で、以前よりも支出が増えたと思う施設をすべてお選びください。

		(%)					
		ヘアサロン（美容室・理容室）	ネイルサロン	アイビューティーサロン	エステサロン	リラクゼーションサロン	
女性	女性全体	32.6 (n=4,546)	39.4 (n= 475)	41.3 (n= 644)	42.5 (n= 398)	39.0 (n= 644)	
	年代別	15~19歳	49.6 (n= 259)	51.5 (n= 23)	61.4 (n= 49)	51.4 (n= 25)	44.0 (n= 18)
		20代	39.4 (n= 706)	45.4 (n= 156)	41.2 (n= 246)	41.5 (n= 95)	46.8 (n= 111)
		30代	34.4 (n= 765)	39.5 (n= 123)	38.0 (n= 176)	52.8 (n= 103)	42.6 (n= 135)
		40代	28.3 (n= 966)	35.0 (n= 95)	35.9 (n= 92)	41.8 (n= 65)	29.0 (n= 147)
		50代	28.1 (n=1,029)	26.1 (n= 55)	40.0 (n= 48)	33.3 (n= 57)	40.9 (n= 131)
		60代	30.3 (n= 822)	36.0 (n= 23)	47.2 (n= 33)	31.6 (n= 53)	36.9 (n= 102)
	※全体、各年代において		1位	2位			

#### ■支出が増えた施設（各美容サロン利用者／複数回答）

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。ここ1年間で、以前よりも支出が増えたと思う施設をすべてお選びください。

		(%)					
		ヘアサロン（美容室・理容室）	ネイルサロン	アイビューティーサロン	エステサロン	リラクゼーションサロン	
男性	男性全体	33.9 (n=2,443)	59.6 (n= 171)	64.8 (n= 230)	48.9 (n= 221)	56.4 (n= 514)	
	年代別	15~19歳	56.9 (n= 143)	53.3 (n= 22)	57.1 (n= 25)	55.6 (n= 13)	59.1 (n= 16)
		20代	48.2 (n= 480)	63.9 (n= 56)	64.6 (n= 87)	53.4 (n= 66)	67.7 (n= 90)
		30代	39.2 (n= 511)	64.2 (n= 52)	76.2 (n= 61)	46.9 (n= 62)	50.4 (n= 114)
		40代	30.9 (n= 546)	54.2 (n= 28)	67.9 (n= 33)	42.6 (n= 56)	58.3 (n= 142)
		50代	20.2 (n= 446)	50.0 (n= 12)	37.5 (n= 19)	52.6 (n= 23)	51.8 (n= 99)
		60代	18.1 (n= 317)	50.0 (n= 2)	50.0 (n= 4)	100.0 (n= 1)	53.3 (n= 53)
	※全体、各年代において		1位	2位			※回答者数（WB前）が30サンプル以下のランキングは非表示

## [美容意識・購買行動] (3) 美容サロンの利用

# 【男女】支出が増えても利用する理由《美容サロン利用者》

**男女ともに、支出が増えても利用する理由1位は、「自宅から近い、通いやすい場所にある」。**

### 【女性】

- 支出が増えても利用する理由1位は、「自宅から近い、通いやすい場所にある」(43.1%)。次いで2位「スタッフの技術が高い」(37.4%)、3位「自分が受けたメニュー・サービスがある」(32.8%)が続く。
- 年代別にみると、15~19歳では「スタッフの接客が良い」、20代では「自分が受けたメニュー・サービスがある」、30~60代では「自宅から近い、通いやすい場所にある」が1位。

### 【男性】

- 支出が増えても利用する理由1位は、「自宅から近い、通いやすい場所にある」(38.4%)。次いで2位「都合よい時間に利用できる」(28.8%)、3位「スタッフの技術が高い」「スタッフの接客が良い」(28.4%)が同率で続く。
- 年代別にみると、15~19歳・30~60代では「自宅から近い、通いやすい場所にある」、20代では「スタッフの接客が良い」が1位。

### ■ 支出が増えても利用する理由 (美容サロン利用者/複数回答)

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。物価上昇に伴って商品・サービスの値上げラッシュが続いていますが、「値上げされても、利用し続けている・利用したいと思う」施設について、その理由としてあてはまるものすべてをお選びください。

※美容サロンとは、ヘアサロン(美容室・理容室) ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

※複数のサロンを利用されている場合は、値上げされても利用継続を考えているサロンを想定して回答してください。

	女性全体		女性 年代別					
	2024年 下期 (n=4,793)	2024年 下期 (n=4,793)	15~19歳 (n= 284)	20代 (n= 784)	30代 (n= 829)	40代 (n= 999)	50代 (n=1,056)	60代 (n= 842)
自宅から近い、通いやすい場所にある	43.1	43.1	34.8	32.3	38.1	41.7	48.7	55.4
スタッフの技術が高い	37.4	37.4	36.3	29.6	37.9	36.7	39.8	42.5
自分が受けたメニュー・サービスがある	32.8	32.8	35.1	36.0	37.2	31.8	33.3	25.2
スタッフの接客が良い	31.7	31.7	37.8	30.0	28.9	32.2	32.8	32.1
都合よい時間に利用できる	30.6	30.6	21.7	25.7	31.6	30.5	33.5	33.8
予約が取りやすい	27.3	27.3	26.9	26.9	31.2	28.3	24.9	25.7
費用対効果が良い	26.3	26.3	17.3	21.7	26.1	27.6	29.0	29.1
ネット予約ができる	22.8	22.8	25.2	24.0	27.7	24.1	20.0	18.1
スタッフと親しい	16.0	16.0	24.4	14.4	15.2	12.8	15.0	20.5
キャッシュレス対応・オンライン決済が可能	11.2	11.2	7.7	10.8	13.0	12.1	10.8	10.2
その他	0.4	0.4	0.5	0.1	0.1	0.4	0.8	0.4
値上げされたら利用をやめる	8.2	8.2	8.1	10.4	7.9	7.8	9.2	5.7
			1位	2~3位	4~5位	([その他]「値上げされたら利用をやめる」を除く)		

### ■ 支出が増えても利用する理由 (美容サロン利用者/複数回答)

Q.ここ1年間で利用した美容サロンについて伺います。物価上昇に伴って商品・サービスの値上げラッシュが続いていますが、「値上げされても、利用し続けている・利用したいと思う」施設について、その理由としてあてはまるものすべてをお選びください。

※美容サロンとは、ヘアサロン(美容室・理容室) ネイルサロン、アイビューティーサロン、エステサロン、リラクゼーションサロンを指します。

※複数のサロンを利用されている場合は、値上げされても利用継続を考えているサロンを想定して回答してください。

	男性全体		男性 年代別					
	2024年 下期 (n=2,881)	2024年 下期 (n=2,881)	15~19歳 (n= 184)	20代 (n= 608)	30代 (n= 592)	40代 (n= 627)	50代 (n= 522)	60代 (n= 348)
自宅から近い、通いやすい場所にある	38.4	38.4	36.2	28.6	34.6	37.7	45.5	53.9
都合よい時間に利用できる	28.8	28.8	28.7	27.1	27.4	31.3	29.8	28.6
スタッフの技術が高い	28.4	28.4	30.3	26.2	28.2	29.2	31.8	24.8
スタッフの接客が良い	28.4	28.4	29.9	29.2	29.9	27.8	27.3	26.3
費用対効果が良い	25.9	25.9	17.3	22.6	25.8	27.1	26.4	33.7
自分が受けたメニュー・サービスがある	21.6	21.6	30.3	24.9	23.6	22.3	18.2	11.6
予約が取りやすい	20.3	20.3	22.4	23.7	22.7	23.1	15.0	12.4
スタッフと親しい	18.2	18.2	20.5	17.1	19.5	19.5	16.8	16.5
ネット予約ができる	15.1	15.1	16.5	19.3	18.6	16.5	9.8	6.3
キャッシュレス対応・オンライン決済が可能	10.0	10.0	11.0	12.0	12.5	10.2	7.5	4.8
その他	0.4	0.4	0.0	0.0	0.2	0.6	0.7	0.8
値上げされたら利用をやめる	10.6	10.6	6.7	8.4	10.8	12.3	12.5	10.1
			1位	2~3位	4~5位	([その他]「値上げされたら利用をやめる」を除く)		

※「男性全体(2024年下期)」の降順ソート