

## 「21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査」結果の報告 コロナ禍を経て、「毛穴」「ニキビ」ニーズが拡大 10代・20代女性はスキンケアへの関心高まる

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：譲原正昭 本社：東京都港区）は、2021年1月に、15～69歳の女性を対象に、『21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査』を実施いたしました。本調査は2003年から3年毎に冬・夏の年2回、継続的に実施しております。時系列比較から、コロナ禍前後の特徴的な傾向やトレンドの変化が分かる調査結果がまとまりましたので、その一部をご紹介します。

### Summary

#### ◆コロナ禍をきっかけに、10代・20代は“マスクトラブル”で積極的にスキンケア。

「メイクよりスキンケアに注力」「スキンケアへの関心が高くなった」「スキンケアに時間をかける」と、スキンケアに積極的な変化があった人が2割前後。10代・20代で3割超が目立つ。

#### ◆この3年で「毛穴」「ニキビ」と“部分しわ”の悩みが増加。

18冬→21冬で増加が大きかった肌悩み上位5項目は、「毛穴の黒ずみ」「毛穴が目立つ」「ニキビ・吹き出物」「首のしわ・小じわ」「マリオネットライン」で、4～5ポイント増加した。

#### ◆スキンケア化粧品の「美白」「毛穴」「ニキビ」「敏感肌」に対する効果への期待高まる。

「美白・ホワイトニング・しみ対策」への期待は増加が続き、18冬→21冬で10代が10ポイント増。「毛穴ケア」「ニキビ対策・アクネ菌抑制」も増加が目立つ。「敏感肌対策」は4ポイント増。

#### ◆高価格帯スキンケア化粧品は60代で増加、50代で減少。

18冬→21冬で「水分補給用(化粧水など)」「栄養分補給用(乳液・クリームなど)」では単価8000円以上が3ポイント減少。60代は全てのアイテムで高価格帯が各年代中最も多い。

#### ◆オフィシャルではないネット通販、美容部員無の店舗は増加続く。

「スペシャルケア用」の購入先は「ドラッグストア」が42%、「メーカー以外のネット通販」「化粧品メーカーのネット通販」の順。「ドラッグストア」「バラエティショップ」は15冬→21冬で増加。

#### ◆スキンケア化粧品に「乳酸菌」や医薬品成分を使ってみたい人が増加。

18冬→21冬で使用意向が増えたスキンケア化粧品の成分・素材は、「乳酸菌」「ハトムギ」「トラネキサム酸」「ヘパリン類似物質」「ビタミンC」の順で、いずれも6ポイント以上の増加。

### 【調査概要】

- ・調査対象：首都圏(東京・千葉・埼玉・神奈川)および近畿圏(大阪・兵庫)の15～69歳の女性
- ・調査方法：日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」を利用したインターネット調査  
(年代・属性を人口構成に割り当て抽出)
- ・有効回収数：2,000人
- ・調査実施日：2021年1月22日(金)～1月26日(火)

### 《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社 日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 担当：土井・山口・荒木  
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22  
TEL:03-3578-7607 FAX:03-3578-7614 E-mail:info\_mlmc@jmar.co.jp

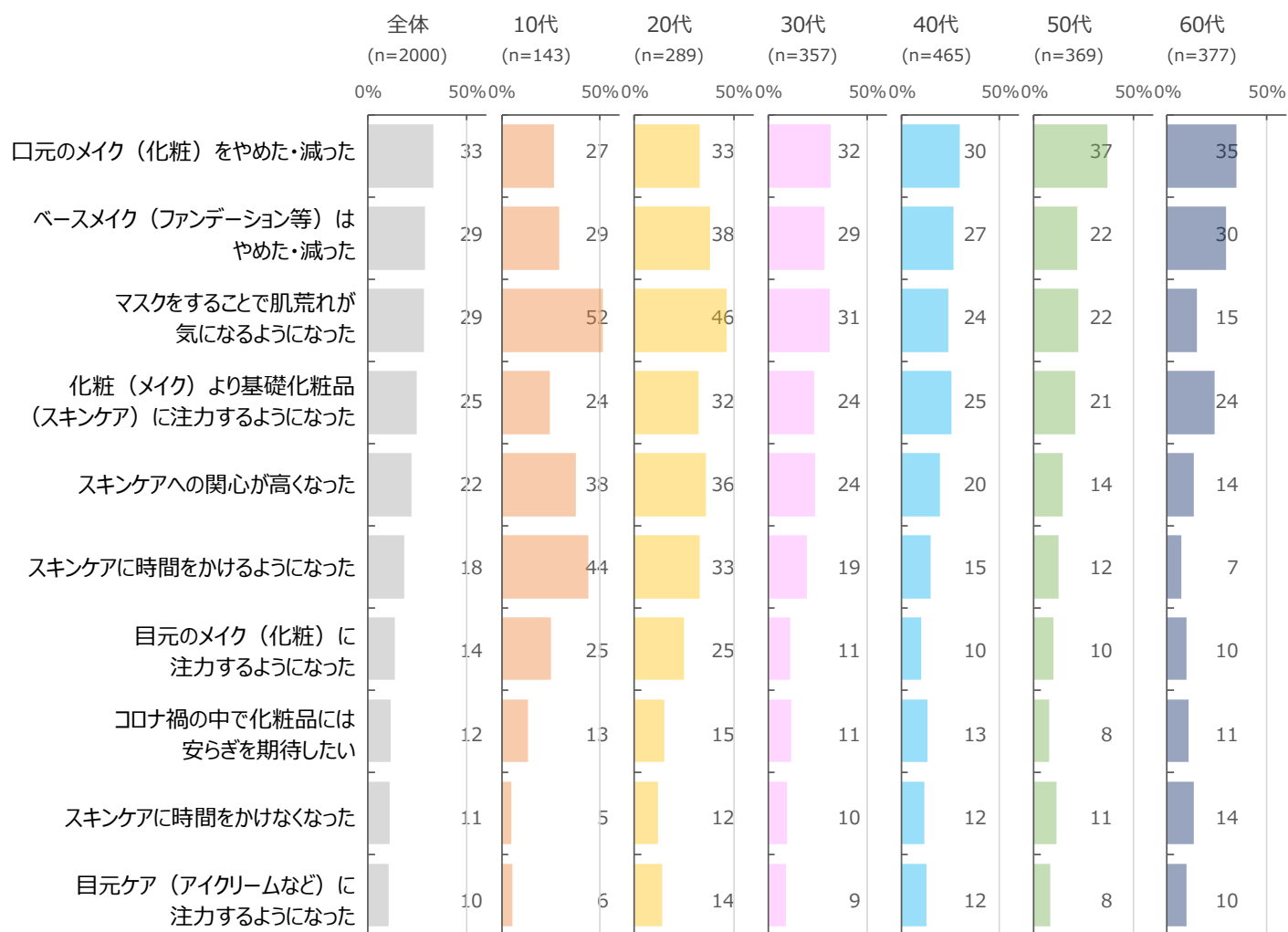
**Point! : 10代・20代は“マスクラブル”で積極的にスキンケア。**

- ◆コロナ禍をきっかけに「口元のメイク」「ベースメイク」をやめた・減った人は約3割。口元は50代・60代で、ベースメイクは20代が多い。
- ◆「マスクで肌荒れ」が気になる人は約3割。10代で52%、20代で46%と、若い人ほど“マスクラブル”が多い。
- ◆「メイクよりスキンケアに注力」「スキンケアへの関心が高くなった」「スキンケアに時間をかける」と、スキンケアに積極的な変化があった人は2割前後。特に10代・20代では3割超の高い項目が目立つ。

**図表1 コロナ禍をきっかけにしたスキンケアの変化**

「Q. スキンケア（顔のお手入れ）や、化粧品について、コロナ禍をきっかけに、何か変化がありましたか。あてはまるものをあげてください。」

17の選択肢を提示(複数回答)したうち、上位10項目

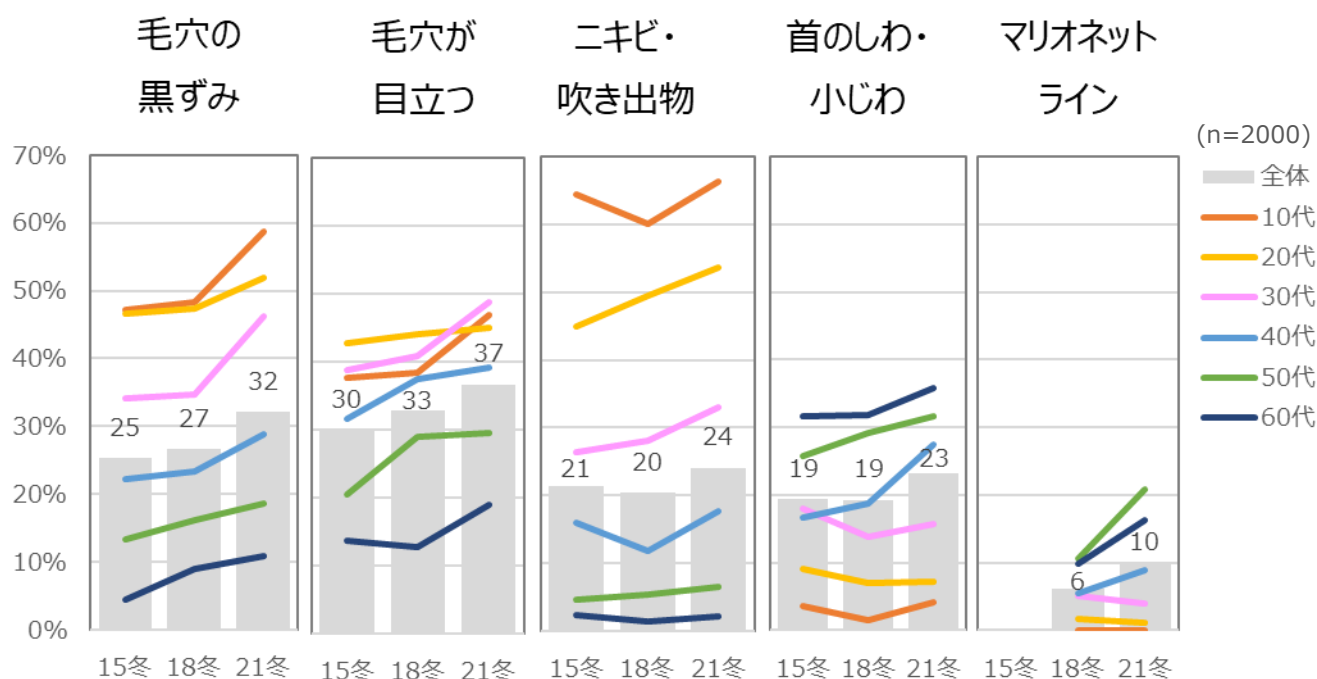


**Point! : この3年で「毛穴」「ニキビ」と“部分しわ”の悩みが増加。**

- ◆ 18 冬→21 冬で増加が大きかった肌悩み上位 5 項目は、「毛穴の黒ずみ」「毛穴が目立つ」「ニキビ・吹き出物」「首のしわ・小じわ」「マリオネットライン」で、4～5 ポイント増加した。
- ◆ 「毛穴の黒ずみ」「毛穴が目立つ」は 10 代・30 代で増加が目立つ。
- ◆ 「ニキビ・吹き出物」は 10 代の 3 人に 2 人、20 代の半数以上が気にしており、20 代・30 代では 15 冬→21 冬で増加が続いた。
- ◆ 「首のしわ・小じわ」は 40 代で、「マリオネットライン」は 50 代で特に増加しており、首やあごの“部分しわ”の悩みが増えた。

**図表 2 肌悩み：増加した上位 5 項目**

「Q. 次のうち、あなたの冬のお肌（顔全体）で気になることをあげてください。」  
40 の選択肢を提示(複数回答)したうち、18 冬→21 冬での増加上位 5 項目

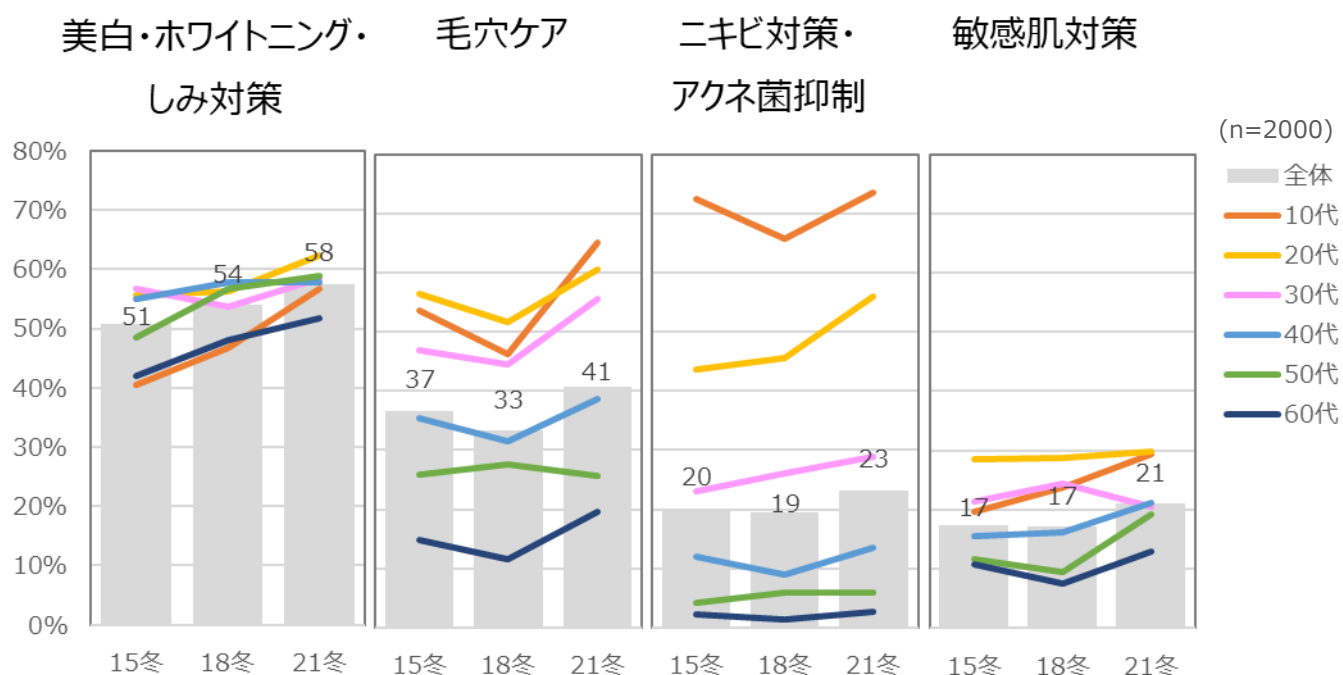


**Point! : 「美白」「毛穴」「ニキビ」「敏感肌」に対する効果への期待高まる。**

- ◆スキンケア化粧品に「美白・ホワイトニング・しみ対策」を期待する人は増加が続き、全年代で5～6割と高水準。18冬→21冬で10代では10ポイント増、20代・30代でも5～6ポイント増加した。
- ◆「毛穴ケア」は10～30代、「ニキビ対策・アクネ菌抑制」は10代・20代で4割以上。30代以下で特に高く、増加も目立つ。
- ◆「敏感肌対策」は18冬→21冬で4ポイント増加。期待値が高いのは10代・20代、最も増加したのは50代。

**図表3 スキンケア化粧品に期待する効果：増加した上位4項目**

「Q. あなたは、スキンケア化粧品（基礎化粧品）にどのような効果を期待していますか。」  
13の選択肢を提示（複数回答）したうち、18冬→21冬での増加上位4項目



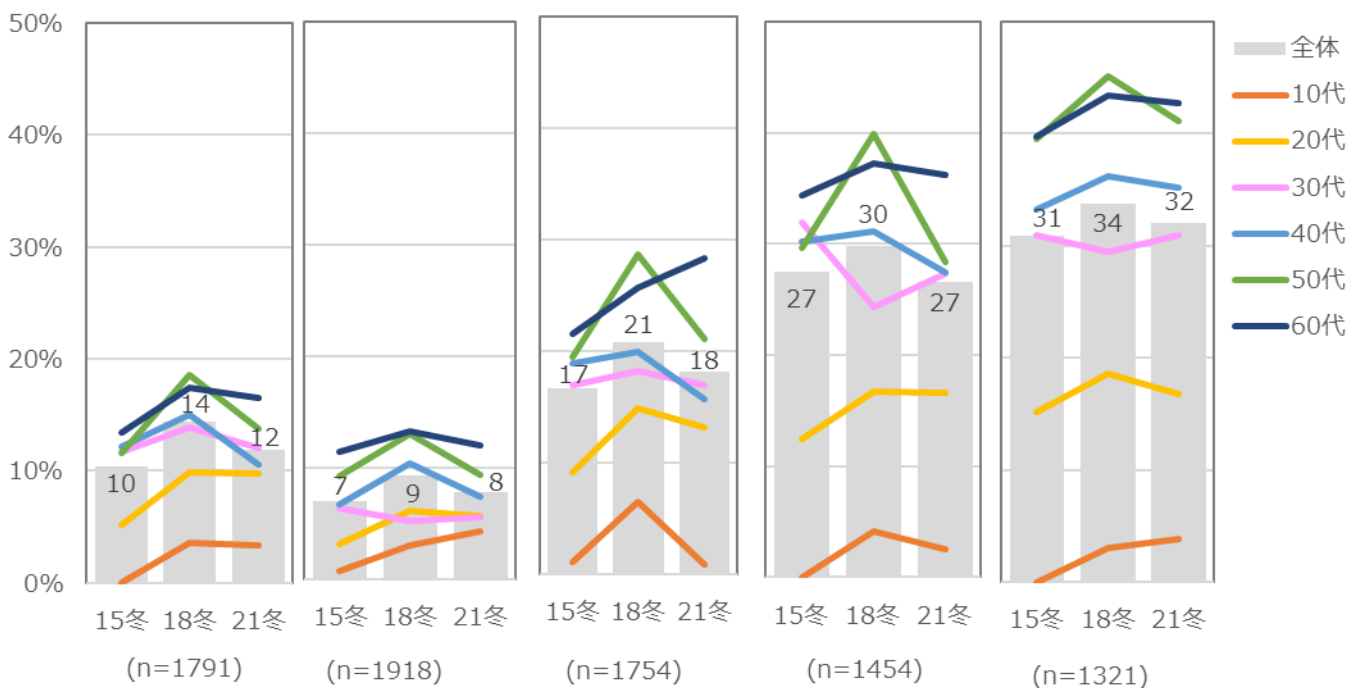
**Point! : 高価格帯スキンケア化粧品は 60 代で増加、50 代で減少。**

- ◆スキンケア化粧品の購入単価は 18 冬→21 冬で高価格帯が減少傾向。「水分補給用(化粧水など)」「栄養分補給用(乳液・クリームなど)」では単価 8000 円以上が 3 ポイント減少。
- ◆60 代は、21 冬で全てのアイテムで高価格帯が各年代中最も多い。特に「水分補給用(化粧水など)」では増加が続いて目立つ。
- ◆50 代は、18 冬→21 冬で「栄養分補給用(乳液・クリームなど)」「水分補給用(化粧水など)」の高価格帯が大幅減、全てのアイテムで 60 代を下回った。

図表 4 スキンケア化粧品の購入単価でみる高価格帯の割合

[クレンジング用] [洗顔用] [水分補給用(化粧水など)]  
 [栄養分補給用(乳液・クリームなど)] [スペシャルケア用] それぞれについて、  
 「Q. (前問で聞いた一番多く使用している化粧品ブランド) をいつも 1 個あたりどのくらいの価格で購入されていますか。(税込みで、金額を記入)」

クレンジング用： 洗顔用： 水分補給用： 栄養分補給用： スペシャルケア用：  
 4000円以上 4000円以上 8000円以上 8000円以上 8000円以上

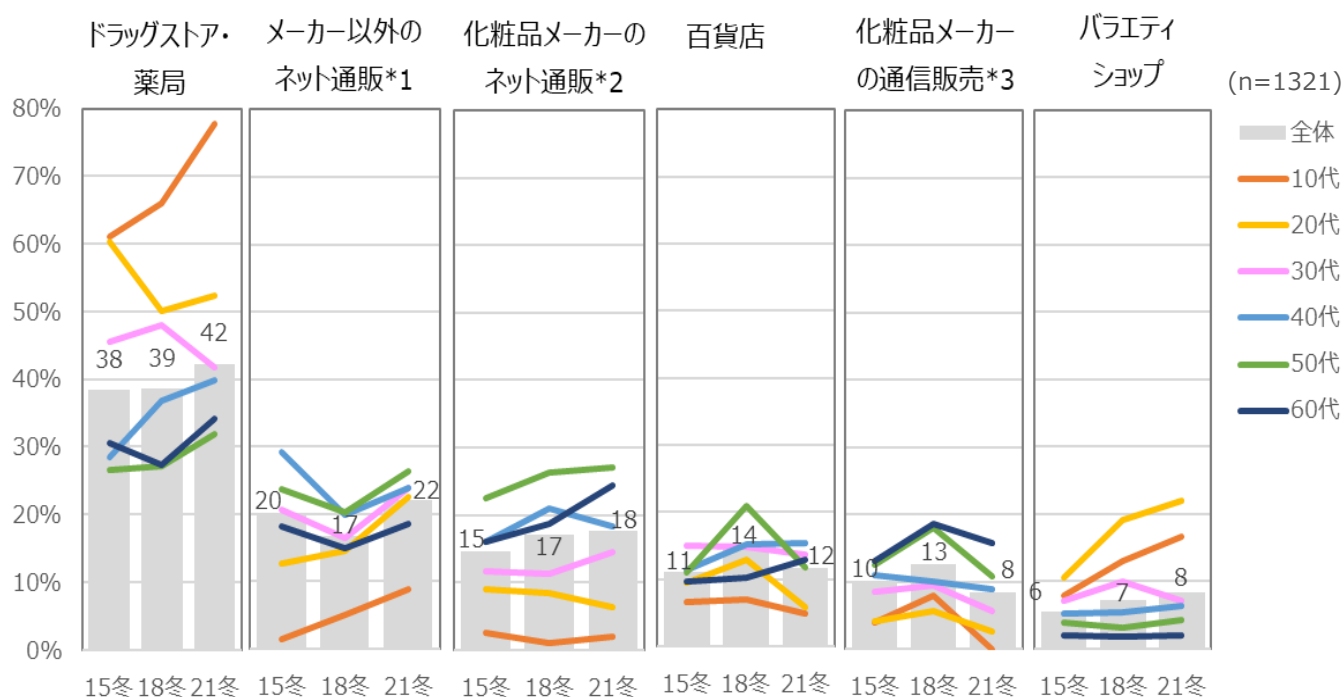


**Point! : オフィシャル以外のネット通販、美容部員無の店舗は増加続く。**

- ◆「スペシャルケア用」の購入先は「ドラッグストア」が最も高く 42%、「メーカー以外のネット通販」「化粧品メーカーのネット通販」「百貨店」の順。
- ◆18 冬→21 冬でネット通販が増加。特にオフィシャルではない「メーカー以外」が全体で 5 ポイント、全ての年代で増加した。
- ◆「ドラッグストア」「バラエティショップ」といった美容部員の接客が無いセルフ販売方式（自由に商品を手にとって選べる）の店舗は 15 冬→21 冬で増加を続けており、「ドラッグストア」は 10 代・40 代、「バラエティショップ」は 10 代・20 代での増加が目立つ。
- ◆一方で、18 冬→21 冬で減少したのは「百貨店」と「化粧品メーカーの通信販売（カタログ・テレビ等）」で、50 代での減少が目立つ。

図表5 「スペシャルケア用」化粧品の購入チャネル：ベスト6

「Q. あなたは普段、「スペシャルケア用」スキンケア化粧品をどのような店・方法で購入していますか。3つまでお選びください。」20の選択肢を提示（3つまで複数回答）したうち、上位6項目



\*1「インターネット通販（メーカー以外のネットショッピング、携帯サイトでのショッピング・ネットオークション等含む）」

\*2「化粧品メーカーのインターネット通販（メーカーやブランドのホームページ・携帯サイト）」

\*3「化粧品メーカーの通信販売（メーカーやブランドからのカタログ・チラシ・DM・テレビ）」

**Point! : 化粧品に「乳酸菌」や医薬品成分を使ってみたい人が増加。**

- ◆18 冬→21 冬で使用意向が増えたスキンケア化粧品の成分・素材は、「乳酸菌」「ハトムギ」「トラネキサム酸」「ヘパリン類似物質」「ビタミンC」の順で、いずれも6ポイント以上の増加。
- ◆「乳酸菌」は8ポイント増加して約3割。昨今のヨーグルトブームとともに、食べるだけではなく化粧品素材としても急成長した。
- ◆「ハトムギ」（「ヨクイニン」が含まれる）は3割を超え、「トラネキサム酸」（「トランサミン」の成分）「ヘパリン類似物質」（「ヒルドイド」の成分）も躍進、皮膚科などの処方薬の成分の増加が目立った。

**図表6 スキンケア化粧品で使ってみたい成分・素材：増加した上位20項目**

「Q. 次のうち、効能を知っているかどうかにかかわらず、スキンケア化粧品（基礎化粧品）としてあなたが今後積極的に使ってみたい成分をすべてあげてください。」

「Q. 次にあげる素材のうち、スキンケア化粧品（基礎化粧品）としてあなたが今後積極的に使ってみたいものをすべてあげてください。」

合計56の選択肢を提示（複数回答）したうち、18冬→21冬での増加上位20項目

(n=2000)

1位	乳酸菌	11位	大豆イソフラボン
2位	ハトムギ	12位	ビタミンE
3位	トラネキサム酸	13位	クレイ（粘土）
4位	ヘパリン類似物質	14位	ハイドロキノン
5位	ビタミンC	15位	大豆・豆乳
6位	ビタミンB	16位	植物エキス（ビワの葉・どくだみ・他）
7位	ビタミンA		レチノール
8位	セラミド	18位	スクワラン
9位	米・米ぬか	19位	アロエ
10位	ビタミンC誘導体		オーガニック素材

『21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査』は、女性の肌ニーズ・基礎化粧品の使用実態を総合的に捉える総合的な調査です。女性の肌や基礎化粧品に対する意識を実態を総合的に探り、どのような人が、なぜ、何を意識し、どの化粧品を使っているのかを明らかにするため、下記項目について調査しました。

### 【『21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査』の調査内容】

- 1) 肌ニーズの実態
  - ①肌状態 ②お手入れ意識 ③自覚している肌タイプ/客観的肌タイプ
  - ④敏感肌の自覚 ⑤冬の肌悩み(気になること/改善したいこと) ⑥理想とする肌
- 2) 肌トラブルの実態
  - ①肌トラブルの自覚 ②肌トラブルが起きるとき ③肌トラブルの症状 ④肌トラブルの対応経験
- 3) スキンケア化粧品への期待・選び方
  - ①使用経験のあるブランド ②期待する効果 ③成分の認知・使用意向 ④素材の使用意向
  - ⑤気になるスキンケア関連用語 ⑥選択時の重視点 ⑦選択時の留意点 ⑧情報源
  - ⑨相談相手 ⑩購入のきっかけ ⑪選び方 ⑫コロナ禍をきっかけにしたスキンケアの変化
- 4) 使用・購入実態
  - 1.「クレンジング用」化粧品
  - 2.「洗顔用」化粧品
  - 3.「水分補給用」化粧品(化粧水など)
  - 4.「栄養分補給用」化粧品(乳液・クリームなど)
  - 5.「スペシャルケア用」化粧品
    - ①使用頻度 ②購入チャネル ③形状タイプ ④使用ブランド ⑤購入価格
    - ⑥購入理由 ⑦使用理由 ⑧期待する効果 ⑨購入回数・リピート意向
- 5) ライフスタイルと肌のケア
  - ①お金と時間のかけ方 ②意識しているスキンケア行動 ③顔の手入れに使う用品・器具
  - ④肌のための気づかい(生活習慣/食生活/サプリメント/意識している行動) ⑤美容意識

2003年冬/夏・2006年冬/夏・2009年冬/夏・2012年冬/夏・2015年冬/夏・2018年冬/夏に「スキンケアニーズ総合調査」を実施しており、今回の調査は13回目となる継続調査です。また、本リリースでピックアップした項目以外にも、多岐にわたる項目がございます。

### 【調査購入のご案内】

本調査は、弊社自主企画による調査に複数企業にご参加いただく方式で実施し、以下のアウトプット一式を提供いたします。

#### ・『21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査』のアウトプット

- (1) 調査報告書：A4判・107頁・2021年3月発行
- (2) 集計データ(CD-ROM)：クロス集計、ローデータ、他一式

#### ・『21 冬 スキンケア ニーズ 総合調査』の購入費用

- 定価 520,000円(税別)・M D Bメンバー価格 470,000円(税別)  
※『21 夏 スキンケアニーズ総合調査』とのセット価格有り  
セット価格 定価 840,000円(税別)・M D Bメンバー価格 800,000円(税別)

※本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が保有します。

※弊社は、本調査にご参加・購入いただいた企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発刊から一定期間経過後はこの限りではありません。

※本調査の成果物のご利用はご参加・購入いただいた企業(法人・個人)の内部でのご利用のみに限らせていただきます。

#### 《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 担当：土井・山口・荒木  
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22  
TEL:03-3578-7607 FAX:03-3578-7614 E-mail:info\_mlmc@jmar.co.jp

**本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。**