

美容センサス2023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/>

※ 出版・印刷物・WEB等への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。

調査概要

4

【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・時間を使いたい人）	5
• 【男性】ポイント別改善・維持意向（お金・時間を使いたい人）	6
• 【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》	7
• 【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》	8
• 【女性】感じている具体的な悩み	9
• 【男性】感じている具体的な悩み	11
• 【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	13
• 【男女】マスク着用義務の解除後にケアしたい部分	14
• 【男女】（サロン選び）検索サイトでの重視ポイント《美容サロン・検索サイト利用者》	15
• 【男女】（サロン選び）検索サイトになかったら選ばないポイント《美容サロン・検索サイト利用者》	16

(2) コスメ購買行動

• 【男女】美容に使う1カ月あたりの金額	17
• 【男女】美容に使う金額の変化	18
• 【男女】基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額	19
• 【男女】基礎化粧品に使う金額の変化	20
• 【男女】メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額	21
• 【男女】メイクアイテムに使う金額の変化	22
• 【女性】アイテム購入率	23
• 【女性】アイテム購入率（ジャンル別）	25
• 【男性】アイテム購入率	26
• 【男性】アイテム購入率（ジャンル別）	28
• 【男女】アイテム購入価格：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	29
• 【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》	31
• 【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》	33
• 【男女】アイテム購入回数：基礎化粧品《各アイテムの購入者》	35
• 【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》	37
• 【男女】アイテム購入回数：化粧雑貨・ボディケア《各アイテムの購入者》	39
• 【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》	41
• 【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》	43
• 【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》	44
• 【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》	45
• 【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》	47
• 【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》	48
• 【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》	49
• 【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》	51
• 【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》	52
• 【男女】コスメの購入チャネル：基礎化粧品《1年以内購入者》	53
• 【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》	54
• 【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》	55

(3) メンズメイク	
• 【男性】メイク関心度《メイクアイテム1年以内非購入者》	56
• 【男性】メイク関心者がメイクをしていない理由 《メイクに関心があるメイクアイテム1年以内非購入者》	57
• 【男性】メイクをする理由《メイクアイテム1年以内購入者》	58
• 【男性】メイクを始めたきっかけ《メイクアイテム1年以内購入者》	59
• 【男性】メイク方法の学び方《メイクアイテム1年以内購入者》	60

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）

■2023年下期調査 エリア別 割付数（数字はサンプル数）

		合計	東北	首都	23	東	甲	関	中	九	(人)																				
		サ	北	都	区	京	中	西	国	州	合計	東北	首都	23	東	甲	関	中	九	合計	東北	首都	23	東	甲	関	中	九			
		ン	海	都	外	東	信	西	・	州	サ	北	都	区	京	中	西	国	州	合計	東北	首都	区	東	信	関	中	九			
		プ	道	都	外	京	越	・	四		ル	道	都	外	東	海	西	国		ル	道	都	外	越	海	西	国	州			
		ル	道	都	外	東	越	・	四		ル	道	都	外	東	海	西	国		ル	道	都	外	越	海	西	国	州			
		ル	道	都	外	東	越	・	四		ル	道	都	外	東	海	西	国		ル	道	都	外	越	海	西	国	州			
		ル	道	都	外	東	越	・	四		ル	道	都	外	東	海	西	国		ル	道	都	外	越	海	西	国	州			
		ル	道	都	外	東	越	・	四		ル	道	都	外	東	海	西	国		ル	道	都	外	越	海	西	国	州			
女性	女性全体	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627	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	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57
	20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	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	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627	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	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57
	20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114

調査実施期間

- 2023年8月3日（木）～ 8月13日（日）
 - ※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
2019年	8月15日（木）～ 8月23日（金）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2020年	8月14日（金）～ 8月21日（金）		
2021年	8月13日（金）～ 8月20日（金）		
2022年	8月10日（水）～ 8月19日（金）		
2023年	8月3日（木）～ 8月13日（日）		

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。

【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」(55.9%)、2位「顔の肌質」(54.9%)、3位「髪質」(52.8%)。いずれも5割以上を示している。
- 2022年と比べると、全体的にほぼ横ばい。
- 年代別では、10~20代は「体の肌質・体毛(ムダ毛)」、30~40代は「顔の肌質」、50~60代は「髪型」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		どちらともいえない	あまりそう思わない	まったくそう思わない	2019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)	2023年下期 2022年下期との差(pt)					
	とてもそう思う	まあそう思う														
髪型	15.5	40.3	23.8	12.1	8.2	57.2	59.5	55.6	58.0	55.9	-2.1					
髪質	15.8	37.1	26.4	12.2	8.5	48.0	52.8	50.7	51.7	52.8	1.1					
髪の量	11.3	27.8	34.3	15.8	10.7	35.2	40.5	38.0	38.7	39.1	0.4					
顔の肌質	19.3	35.6	26.7	10.0	8.3	58.5	57.9	54.2	54.5	54.9	0.4					
顔の毛まわり(眉毛・まつげ)	13.3	28.8	33.2	14.6	10.1	40.4	41.3	41.5	42.7	42.1	-0.6					
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	14.0	27.6	32.7	14.7	11.0	43.2	44.2	43.2	42.7	41.6	-1.1					
手・指先	9.7	26.2	35.5	16.7	11.8	35.0	36.9	36.3	36.8	36.0	-0.8					
体のパーツ(腕・脚・首など)	10.7	27.0	35.3	15.7	11.4	38.7	40.9	39.2	38.5	37.6	-0.9					
体型(全体のバランス)	14.9	31.3	31.3	12.4	10.1	50.6	50.7	47.5	47.6	46.2	-1.4					
体の肌質・体毛(ムダ毛)	15.2	28.8	30.3	14.4	11.3	43.3	45.5	44.0	44.1	44.0	-0.1					
体臭・口臭	13.5	32.6	32.2	12.2	9.5	49.3	48.6	0.0	45.1	46.1	1.0					

■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									
	2019年下期 (n=600)	2020年下期 (n=600)	2021年下期 (n=600)	2022年下期 (n=600)	2023年下期 (n=600)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2023年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2023年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2023年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2023年下期 (n=1,200)					
髪型	66.2	71.8	68.0	73.0	66.8	63.3	63.7	61.5	59.8	56.3	57.3	61.1	55.8	60.7	56.5	50.1	54.3	51.2	52.8	51.6	54.1	56.4	50.7	54.3	54.3	56.6	56.2	52.4	54.8	55.3
髪質	63.0	68.5	68.2	69.7	70.8	56.7	62.5	61.4	57.9	57.3	50.5	56.8	54.8	56.3	56.6	43.1	49.2	48.5	48.8	50.3	42.7	44.5	42.9	45.9	48.5	39.7	43.0	37.1	40.8	42.6
髪の量	41.0	52.5	50.7	49.8	52.8	41.8	46.0	46.0	44.3	43.4	35.3	45.3	38.8	42.8	43.9	32.3	36.9	36.6	34.5	36.0	32.4	33.7	32.0	34.7	34.3	31.4	34.7	30.3	31.6	31.1
顔の肌質	70.2	73.2	71.2	70.7	71.7	65.6	65.9	63.3	58.8	58.3	60.1	61.7	56.8	60.4	58.9	54.2	55.6	51.5	50.9	53.5	53.5	50.6	46.3	48.8	48.8	53.2	48.0	44.3	45.7	46.7
顔の毛まわり(眉毛・まつげ)	56.2	62.8	62.8	66.0	66.3	54.5	53.2	56.4	55.3	51.9	43.9	45.5	44.9	47.7	47.2	35.5	37.3	37.4	36.8	36.9	31.8	30.0	30.0	34.3	32.8	28.3	29.5	28.1	27.8	29.6
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	62.0	66.5	61.7	64.0	61.8	56.8	56.1	57.3	52.8	50.0	47.8	48.3	46.7	47.8	46.8	35.9	40.8	41.7	38.3	39.1	33.8	32.9	31.5	33.5	32.3	32.3	32.1	29.7	30.5	29.8
手・指先	45.7	49.2	49.2	54.2	53.7	44.3	44.2	44.8	42.3	42.9	34.3	40.2	37.8	39.5	36.8	31.8	32.6	34.7	32.1	31.6	29.4	30.8	28.3	33.0	31.2	30.1	30.7	29.3	28.7	28.5
体のパーツ(腕・脚・首など)	54.2	61.2	55.2	59.2	55.2	51.6	52.0	50.0	45.0	45.3	41.2	43.5	44.1	44.7	42.2	34.4	37.5	38.0	34.3	35.8	31.0	33.4	28.4	30.7	29.7	27.7	28.0	27.8	27.4	26.5
体型(全体のバランス)	63.2	65.8	60.7	66.0	61.8	59.1	59.5	56.5	53.8	50.8	52.1	54.0	50.8	50.8	51.7	45.8	48.0	46.3	45.4	44.6	43.8	44.2	40.5	42.5	39.5	46.0	40.3	37.0	36.4	36.7
体の肌質・体毛(ムダ毛)	73.3	79.8	76.7	76.7	75.3	64.0	66.2	64.6	59.9	60.2	50.6	55.4	52.5	56.8	53.5	38.9	41.6	42.3	41.2	41.5	28.3	28.3	26.9	29.5	29.4	19.8	18.8	17.2	17.0	19.5
体臭・口臭	60.3	66.5	63.5	64.3	63.7	59.2	60.4	55.8	53.0	52.6	54.1	54.8	51.8	52.0	52.3	46.1	44.8	45.7	43.7	46.1	42.3	40.0	36.8	38.0	40.1	39.2	34.1	30.0	29.2	30.6

※各年代、調査年において 10代 2~3割 4~5割

【男性】ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいのか)

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「顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)」。

【男性】

- 「そう思う・計」のスコアは高い順に、1位「体臭・口臭」(37.6%)、2位「髪型」(34.8%)、3位「顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)」(32.2%)。
- 2022年と比べるとすべての項目で増加している。
- 年代別では、15~19歳は「髪型」「体臭・口臭」、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・時間を使いたいのか)(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	まったくそう思わない	2019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)	2023年下期 2022年下期との差(pt)
髪型	11.2	23.7	27.1	17.8	20.3	38.2	38.1	33.5	33.4	34.8	1.4
髪質	8.7	19.3	30.8	19.0	22.3	26.5	29.7	27.3	27.3	28.0	0.7
髪の色	10.4	19.6	31.0	17.3	21.7	30.7	32.4	28.6	27.9	30.0	2.1
顔の肌質	10.2	20.1	31.6	17.0	21.1	30.8	32.5	28.9	28.3	30.3	2.0
顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)	10.8	21.4	31.2	16.0	20.6	33.4	32.5	30.2	29.8	32.2	2.4
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	7.9	18.1	32.3	18.1	23.6	25.2	26.6	23.8	23.5	26.0	2.5
手・指先	5.9	13.3	35.0	20.5	25.2	17.7	18.8	17.8	17.5	19.2	1.7
体のパーツ(腕・脚・首など)	6.6	15.4	34.2	18.9	24.9	20.0	22.4	20.0	19.8	22.0	2.2
体型(全体のバランス)	10.2	21.2	32.3	15.4	21.1	34.6	35.7	30.4	29.1	31.3	2.2
体の肌質・体毛(ムダ毛)	9.5	18.7	32.0	17.0	22.8	26.1	28.0	26.0	26.5	28.2	1.7
体臭・口臭	12.5	25.1	31.8	13.1	17.5	44.1	41.7	37.4	35.5	37.6	2.1

■ポイント別改善・維持意向(お金・時間を使いたいのか)「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									
	2019年下期 (n=600)	2020年下期 (n=600)	2021年下期 (n=600)	2022年下期 (n=600)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2022年下期 (n=1,200)						
髪型	59.0	57.7	56.5	57.7	53.8	49.9	54.2	44.9	41.0	42.6	43.0	45.8	34.6	38.5	39.2	35.3	34.9	32.8	31.2	34.9	27.4	24.8	25.5	24.3	25.3	24.8	20.8	18.2	20.1	22.8
髪質	41.2	44.3	49.2	47.7	44.5	37.9	41.6	36.7	34.4	35.7	32.6	37.5	29.9	30.8	33.5	25.3	28.9	26.8	27.1	29.0	16.0	18.3	18.9	19.7	18.8	13.6	14.6	13.3	14.6	
髪の色	40.3	38.5	37.3	36.5	39.7	38.8	40.5	35.1	29.6	34.4	35.9	38.7	30.6	32.6	34.0	30.3	34.7	30.3	29.6	31.8	22.6	23.3	23.3	24.6	24.0	20.8	22.0	19.6	19.1	21.3
顔の肌質	53.8	53.5	56.2	54.3	49.5	42.0	47.8	39.8	36.3	38.2	37.2	39.6	30.3	32.1	35.7	28.3	30.9	26.9	27.3	30.9	18.3	18.8	18.1	19.2	20.4	17.0	15.0	15.6	13.8	16.9
顔の毛まわり(ひげ・眉毛・鼻毛)	50.5	53.5	56.3	53.3	53.3	45.8	46.8	41.3	38.0	40.2	38.2	39.4	32.0	35.2	37.2	30.7	30.2	28.3	29.5	34.2	22.7	20.6	20.8	20.0	20.9	21.3	15.1	15.7	14.3	17.8
顔のパーツ(目・鼻・歯など)	40.3	39.7	39.3	37.7	43.3	35.9	38.3	34.5	31.0	32.7	31.5	32.6	27.1	27.7	30.6	22.8	25.2	22.0	24.2	27.5	15.6	15.5	16.7	15.6	16.3	12.8	14.9	11.0	12.3	14.3
手・指先	29.2	30.2	31.5	31.5	31.7	24.7	31.5	26.9	23.5	25.4	21.8	23.4	19.7	20.5	24.3	16.8	16.3	16.7	15.6	19.0	10.5	7.5	11.4	11.3	11.8	9.0	9.4	7.7	9.4	9.3
体のパーツ(腕・脚・首など)	32.7	32.8	34.8	32.3	35.8	28.3	34.5	29.2	24.8	29.2	24.5	27.5	22.7	24.6	25.5	20.3	20.0	17.3	19.5	22.3	11.7	13.4	13.4	13.2	14.4	9.2	11.6	10.0	10.6	11.7
体型(全体のバランス)	45.5	41.5	42.8	38.0	41.3	40.8	43.7	34.6	32.3	35.9	37.3	41.5	31.3	33.0	34.0	35.0	34.9	29.4	30.3	33.4	27.3	28.3	26.9	23.8	24.9	27.1	27.3	23.4	21.3	23.3
体の肌質・体毛(ムダ毛)	49.2	49.2	53.3	53.2	50.3	38.1	44.0	39.1	33.7	39.7	32.3	36.9	28.3	33.2	33.2	25.5	26.3	24.3	27.2	30.2	14.4	13.2	16.5	15.7	17.2	8.9	9.3	8.1	9.6	9.8
体臭・口臭	58.7	57.0	56.2	54.5	53.8	50.8	49.7	43.7	39.2	42.3	47.6	48.8	39.5	38.1	41.8	44.5	42.7	35.8	35.8	37.9	36.8	30.9	31.8	29.7	30.8	33.5	28.7	27.1	25.2	27.0

※各年代、調査年において 1位 2~3位 4~5位

【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」（45.5%）、2位「自分が満足したい」（44.6%）、3位「自分に自信を持ちたい」（44.1%）。
- 年代別では、10～30代は「自分に自信を持ちたい」、40～60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				あてはまる			女性 年代別					
	2023年下期 (n=5,092)				2022年下期 (n=5,134)	2023年下期 (n=5,092)	2023年下期 2022年下期との差(pt)	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				15～19歳 (n= 514)	20代 (n= 961)	30代 (n= 947)	40代 (n= 892)	50代 (n= 874)	60代 (n= 904)
内面から美しくなりたい	45.5		46.1	6.8 1.6	45.2	45.5	0.3	58.8	43.7	46.4	46.0	45.2	38.9
自分へのご褒美をあげたい	31.1	45.7	18.6	4.7	31.0	31.1	0.1	48.6	40.0	36.5	28.3	23.6	15.9
コンプレックスを解消したい	39.9	43.4	14.1	2.6	40.8	39.9	- 0.9	66.0	47.3	44.2	39.2	31.7	21.2
自分のためにきれいになりたい	41.8	46.0	10.3	1.9	42.1	41.8	- 0.3	65.6	49.0	46.9	39.8	33.9	24.7
自分が満足したい	44.6	45.9	8.1	1.4	44.2	44.6	0.4	67.9	48.9	47.9	42.8	38.1	31.1
身だしなみを整えたい	43.0	49.8	6.2	0.9	44.7	43.0	- 1.7	62.3	46.2	45.2	42.5	37.3	32.5
自分に自信を持ちたい	44.1	43.9	10.4	1.6	44.0	44.1	0.1	68.9	50.9	49.3	42.5	35.1	27.5
リフレッシュしたい	36.7	48.0	12.8	2.5	37.4	36.7	- 0.7	46.7	36.5	40.9	39.2	31.6	29.3
異性にモテたい・褒められたい	19.9	32.4	32.3	15.4	20.4	19.9	- 0.5	41.1	28.3	23.5	17.4	11.2	6.0
異性から嫌われたくない	18.7	38.8	30.1	12.4	19.3	18.7	- 0.6	36.6	27.2	21.5	16.3	10.9	6.6
周りから認められたい・浮きたくない	22.1	45.3	24.1	8.5	22.8	22.1	- 0.7	44.2	31.3	23.4	18.7	14.5	9.2

※全体、各年代において 1位 2～3位 4～5位

【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」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」（33.1%）、2位「自分に自信を持ちたい」（30.2%）。
- 年代別では、15～19歳は「自分に自信を持ちたい」、20～60代は「身だしなみを整えたい」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				あてはまる			男性 年代別					
	2023年下期 (n=3,879)				2022年下期 (n=3,791)	2023年下期 (n=3,879)	2023年下期 2022年下期 との差(ppt)	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				15～19歳 (n=437)	20代 (n=791)	30代 (n=739)	40代 (n=730)	50代 (n=599)	60代 (n=583)
内面から美しくなりたい	28.7	48.9	16.7	5.8	26.7	28.7	2.0	37.8	31.1	31.0	29.7	24.0	19.0
自分へのご褒美をあげたい	20.7	42.8	26.7	9.8	19.9	20.7	0.8	30.0	26.5	22.7	22.1	14.7	7.9
コンプレックスを解消したい	26.3	42.4	23.8	7.5	24.4	26.3	1.9	42.6	32.0	28.7	27.3	19.7	9.3
自分のためにきれいになりたい	23.9	44.1	24.3	7.7	21.8	23.9	2.1	39.6	32.6	26.3	23.6	13.9	8.2
自分が満足したい	29.5	47.5	17.8	5.1	27.4	29.5	2.1	43.9	36.2	32.6	28.4	21.9	14.9
身だしなみを整えたい	33.1	51.0	12.9	3.0	31.0	33.1	2.1	46.7	38.3	32.9	33.8	27.7	20.6
自分に自信を持ちたい	30.2	47.3	17.5	5.0	30.3	30.2	- 0.1	46.9	36.7	31.8	29.6	23.5	14.6
リフレッシュしたい	27.2	47.7	19.1	6.0	26.5	27.2	0.7	36.2	31.2	29.4	27.5	22.0	17.0
異性にモテたい・褒められたい	28.5	40.2	23.1	8.2	27.8	28.5	0.7	41.0	33.2	31.7	28.2	23.2	14.8
異性から嫌われたくない	27.7	47.1	18.4	6.8	26.8	27.7	0.9	43.0	30.6	29.1	27.7	21.7	16.8
周りから認められたい・浮きたくない	21.1	47.1	24.0	7.9	19.7	21.1	1.4	37.3	26.5	23.5	19.7	13.2	8.1

※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」(44.0%)が最も高く、次いで「白髪」(39.5%)、「肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ」(35.7%)。
- 2022年と比べると、全体的にほぼ横ばい。
- 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P10参照)。
- 「ヘアスタイル」「枝毛・切れ毛」「ニキビ・肌が脂っばい・テカリ」「フェイスライン(しゃくれ・えら張りなど)」「ムダ毛処理・脱毛」で年代が低いほど割合が高くなっている。

■ 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					
	2023年 下期 (n=6,600)	2019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)	2023年下期 2022年下期 との差(点)	15~19歳 (n=600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
白髪	39.5	40.6	41.1	39.6	38.5	39.5	1.0	3.2	6.6	24.8	52.8	67.4	63.9
クセ毛などの髪質※1	30.2	34.0	34.8	30.5	29.3	30.2	0.9	39.8	24.6	32.0	31.4	32.6	25.4
ヘアスタイル	23.4	28.9	27.0	22.1	23.3	23.4	0.1	35.7	27.9	26.2	22.0	19.9	14.8
髪のハリ・コシ、ボリューム※1	21.9	34.0	34.8	30.5	21.5	21.9	0.4	16.5	16.4	20.2	24.2	25.0	26.3
枝毛・切れ毛	16.5	17.7	17.4	16.5	15.5	16.5	1.0	34.0	24.5	22.5	12.4	9.8	4.7
薄毛・抜け毛	15.2	18.3	17.8	15.7	14.8	15.2	0.4	7.5	8.3	14.4	19.3	19.6	18.2
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	44.0	46.5	45.7	42.8	43.0	44.0	1.0	11.5	19.1	40.7	55.2	60.8	60.3
歯(歯並び・黄ばみなど)	33.3	33.6	35.2	31.5	32.4	33.3	0.9	43.7	31.3	35.8	35.8	30.9	27.7
顔のむくみ・たるみ	26.1	26.5	25.2	23.3	23.7	26.1	2.4	22.3	17.9	22.8	28.0	32.2	31.3
肌の乾燥・張りが無い	24.7	28.3	28.2	24.4	24.8	24.7	-0.1	20.3	20.7	27.4	27.5	25.8	24.3
ニキビ・肌が脂っばい・テカリ	23.4	24.9	25.8	23.8	23.3	23.4	0.1	59.5	39.1	31.3	17.8	6.8	4.0
フェイスライン(しゃくれ・えら張りなど)	16.8	14.9	16.4	15.5	15.3	16.8	1.5	29.7	19.0	19.0	14.8	12.6	12.3
首の横シワ	15.7	14.6	14.4	13.9	14.6	15.7	1.1	6.5	7.2	14.1	17.8	20.3	23.6
鼻(高さ・形など)	15.3	14.7	15.3	13.0	14.4	15.3	0.9	36.3	19.2	17.8	11.6	8.0	9.3
目(一重など)	14.2	14.4	15.0	12.8	14.2	14.2	0.0	30.8	16.8	14.5	11.4	10.3	9.6
まつげが少ない・短い	13.4	13.7	12.8	12.0	12.1	13.4	1.3	17.2	13.3	13.3	12.3	11.7	14.4
腕・二の腕のたるみ・乾燥	23.6	25.4	25.7	21.5	21.7	23.6	1.9	22.2	18.8	23.4	25.7	24.4	26.4
脚のむくみ・乾燥	20.9	22.3	22.7	19.0	19.8	20.9	1.1	31.0	20.6	22.7	24.3	18.4	13.5
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	18.9	18.5	19.9	17.5	18.5	18.9	0.4	26.7	14.7	18.5	20.0	20.1	17.2
手・指先の荒れ・乾燥	15.4	16.0	16.5	15.2	14.3	15.4	1.1	18.7	13.2	15.9	16.3	15.9	13.9
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	35.7	38.4	40.1	36.3	36.0	35.7	-0.3	23.5	26.1	35.0	42.3	42.6	38.6
ボディラインのくずれ	34.0	38.4	37.2	33.6	34.5	34.0	-0.5	25.3	22.7	37.1	39.3	41.0	34.5
体重の増加	33.0	36.7	37.7	33.9	32.8	33.0	0.2	40.7	27.3	34.5	37.9	34.0	27.5
ムダ毛処理・脱毛	30.3	31.3	33.5	28.4	28.7	30.3	1.6	62.0	40.8	37.5	31.8	18.0	7.8
体臭・口臭	21.6	25.0	24.4	21.1	20.4	21.6	1.2	33.0	21.3	24.4	25.7	18.0	12.8
その他	0.4	0.2	0.3	0.3	0.2	0.4	0.2	0.8	0.1	0.5	0.2	0.3	0.6
特に悩みはない	13.7	8.6	9.0	13.1	13.2	13.7	0.5	11.3	21.8	17.2	11.2	8.9	10.4

※カテゴリーごと「女性全体(2023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」「特に悩みはない」を除く)

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

【美容意識・購買行動】(1) 美容意識 【女性】感じている具体的な悩み

女性の年代別では、10～20代は「ムダ毛処理・脱毛」、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、10～20代は「ムダ毛処理・脱毛」、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				
	2019年 下期 (n= 600)	2020年 下期 (n= 600)	2021年 下期 (n= 600)	2022年 下期 (n= 600)	2023年 下期 (n= 600)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)
ヘアスタイル	41.0	45.5	39.7	37.3	35.7	37.5	39.8	29.7	29.8	27.9	36.3	34.8	26.9	28.3	26.2
眉毛・切れ毛	32.7	31.5	37.7	33.2	34.0	31.7	33.9	27.2	24.5	24.5	24.8	22.9	22.0	19.8	22.5
薄毛・抜け毛	8.2	9.0	8.0	6.5	7.5	15.9	14.0	11.5	11.2	8.3	20.3	18.5	16.0	15.0	14.4
白髪	3.7	5.2	3.3	4.3	3.2	8.4	7.3	5.8	6.7	6.6	28.9	28.9	26.7	27.5	24.8
髪の毛のハリ・コシ、ボリューム※1	32.8	32.8	33.2	17.5	16.5	29.6	32.9	26.8	14.8	16.4	36.8	37.0	29.3	21.5	20.2
クセ毛などの髪質※1	32.8	32.8	33.2	35.7	39.8	29.6	32.9	26.8	28.7	24.6	36.8	37.0	29.3	34.1	32.0
肌の乾燥・張りがない	21.0	21.3	20.3	19.5	20.3	29.7	31.5	23.6	23.0	20.7	32.8	34.2	29.5	30.7	27.4
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	10.2	13.5	13.2	10.0	11.5	26.3	27.0	19.7	19.2	19.1	47.1	45.1	39.2	41.1	40.7
ニキビ・肌が脂っ肌・テカリ	61.0	65.7	61.5	60.2	59.5	46.5	49.1	44.3	41.1	39.1	31.8	32.9	28.9	31.9	31.3
顔のむくみ・たるみ	20.0	21.0	20.8	21.7	22.3	23.0	24.6	15.5	16.1	17.9	26.0	25.3	22.4	21.1	22.8
まつげが少ない・短い	18.0	16.5	16.3	15.2	17.2	16.0	17.0	13.0	12.6	13.3	16.3	14.1	11.7	12.1	13.3
歯（歯並び・黄ばみなど）	41.2	49.5	43.3	42.3	43.7	36.9	41.8	35.4	33.7	31.3	40.4	38.9	33.3	36.6	35.8
首の横ジワ	6.2	5.8	5.3	5.2	6.5	10.0	10.3	7.8	7.8	7.2	14.6	15.2	13.8	15.2	14.1
目（一重など）	34.0	38.7	30.7	34.8	30.8	22.1	25.3	16.6	18.8	16.8	15.8	15.7	12.8	15.6	14.5
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	23.7	31.7	29.3	30.2	29.7	22.7	24.8	18.5	18.2	19.0	17.3	17.8	17.9	17.9	19.0
鼻（高さ、形など）	35.2	42.0	33.8	33.2	36.3	24.2	26.5	18.9	18.8	19.2	15.8	15.3	14.1	17.2	17.8
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	22.0	23.8	24.5	23.5	26.7	18.0	21.6	15.8	16.8	14.7	18.2	20.5	15.8	18.4	18.5
手・指先の荒れ・乾燥	14.2	15.3	15.2	16.3	18.7	16.1	17.8	16.6	13.4	13.2	18.4	20.1	16.6	15.3	15.9
腕・二の腕のたるみ・乾燥	24.8	25.8	23.0	23.2	22.2	25.2	26.7	19.3	18.6	18.8	29.4	28.4	21.9	23.0	23.4
脚のむくみ・乾燥	30.3	34.3	28.5	31.8	31.0	27.7	28.3	20.7	20.8	20.6	26.6	26.1	20.4	22.0	22.7
ボディラインのくずれ	26.0	27.3	28.0	26.0	25.3	31.9	33.8	24.7	26.1	22.7	45.6	43.5	36.9	36.7	37.1
体重の増加	44.0	42.8	41.5	40.2	40.7	34.9	38.9	31.7	30.5	27.3	41.4	40.3	31.8	32.5	34.5
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	25.8	28.7	26.7	26.5	23.5	33.5	37.1	27.8	29.3	26.1	41.6	42.2	37.5	40.3	35.0
ムダ毛処理・脱毛	64.0	71.5	62.8	64.3	62.0	51.7	53.6	42.5	38.3	40.8	39.9	43.1	36.3	38.5	37.5
体臭・口臭	35.2	35.2	30.2	31.2	33.0	27.8	28.8	22.3	20.0	21.3	30.3	31.5	26.2	25.8	24.4

	40代					50代					60代				
	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)
	ヘアスタイル	25.0	22.6	19.6	20.1	22.0	21.6	17.4	15.3	18.8	19.9	18.1	11.2	10.3	12.6
眉毛・切れ毛	13.4	10.9	11.1	11.9	12.4	7.3	8.3	7.1	8.5	9.8	3.6	4.0	4.7	4.2	4.7
薄毛・抜け毛	20.8	20.3	18.8	16.8	19.3	19.0	20.1	18.2	17.8	19.6	20.7	20.6	18.2	17.4	18.2
白髪	54.8	56.8	54.5	51.7	52.8	66.1	69.1	68.8	63.6	67.4	62.9	61.3	60.2	60.0	63.9
髪の毛のハリ・コシ、ボリューム※1	37.4	38.8	33.3	21.8	24.2	35.4	35.8	33.5	24.8	25.0	31.5	30.4	28.4	26.9	26.3
クセ毛などの髪質※1	37.4	38.8	33.3	30.8	31.4	35.4	35.8	33.5	29.9	32.6	31.5	30.4	28.4	19.7	25.4
肌の乾燥・張りがない	30.0	29.9	27.3	27.0	27.5	28.3	27.9	25.4	25.1	25.8	24.6	21.1	18.3	20.7	24.3
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	57.1	56.4	52.8	54.2	55.2	61.2	58.9	60.1	59.2	60.8	58.9	57.1	57.3	57.7	60.3
ニキビ・肌が脂っ肌・テカリ	17.6	17.5	16.3	15.5	17.8	7.8	6.6	8.2	7.5	6.8	2.6	2.8	2.5	2.3	4.0
顔のむくみ・たるみ	27.3	25.5	24.8	24.7	28.0	31.8	28.0	30.4	30.7	32.2	27.5	24.9	24.7	27.2	31.3
まつげが少ない・短い	10.8	10.4	10.4	11.3	12.3	10.8	10.4	12.1	11.0	11.7	12.2	10.2	10.7	12.3	14.4
歯（歯並び・黄ばみなど）	34.5	35.5	33.0	31.3	35.8	29.7	29.4	29.2	31.3	30.9	22.5	23.5	20.9	24.1	27.7
首の横ジワ	16.6	15.7	16.5	15.4	17.8	17.4	17.5	15.8	18.8	20.3	18.4	17.7	20.1	20.6	23.6
目（一重など）	10.0	9.3	10.3	9.4	11.4	7.9	8.3	8.8	9.3	10.3	6.5	4.6	6.7	7.4	9.6
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	12.9	12.6	13.7	13.2	14.8	9.8	12.1	12.4	10.3	12.6	7.4	7.2	7.9	9.4	12.3
鼻（高さ、形など）	9.5	9.7	10.1	11.2	11.6	7.5	7.0	6.0	7.0	8.0	6.4	4.8	5.6	8.3	9.3
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	18.6	19.6	18.4	17.3	20.0	18.8	20.5	19.3	19.2	20.1	17.3	15.6	14.9	18.4	17.2
手・指先の荒れ・乾燥	18.8	17.7	17.9	14.8	16.3	14.8	15.0	14.5	15.0	15.9	13.0	12.8	10.3	12.0	13.9
腕・二の腕のたるみ・乾燥	25.3	26.1	23.2	19.8	25.7	23.5	24.0	21.5	23.2	24.4	23.7	23.1	20.8	23.0	26.4
脚のむくみ・乾燥	24.9	25.1	22.5	20.8	24.3	16.2	16.9	17.3	17.5	18.4	12.0	11.4	9.3	11.7	13.5
ボディラインのくずれ	45.1	43.3	42.4	39.7	39.3	40.8	40.4	38.3	40.4	41.0	34.8	30.1	28.3	34.0	34.5
体重の増加	38.4	41.3	39.2	34.5	37.9	35.3	35.8	34.9	34.6	34.0	29.9	29.7	28.8	28.2	27.8
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	43.2	45.8	42.5	37.8	42.3	45.0	45.1	42.8	41.6	42.6	35.1	36.0	35.5	35.9	38.6
ムダ毛処理・脱毛	30.3	32.3	27.9	29.1	31.8	14.8	15.1	12.9	15.3	18.0	3.7	4.4	4.9	4.8	7.8
体臭・口臭	26.2	25.8	23.1	23.0	25.7	21.0	19.3	18.8	16.5	18.0	14.8	11.3	10.6	11.3	12.8

※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」「体臭・口臭」が上位。

【男性】

- 「薄毛・抜け毛」(23.5%)が最も高く、次いで「白髪」(20.8%)、「体臭・口臭」(19.5%)。
- 2022年と比べると、全体的にほぼ横ばい。
- 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P12参照)。
- 「ヘアスタイル」「枝毛・切れ毛」「ニキビ・肌が脂っばい・テカリ」「鼻(高さ、形など)」「フェイスライン(しゃくれ・えら張りなど)」で、年代が低いほど割合が高くなっている。

■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							男性 年代別					
	2023年 下期 (n=6,600)	2019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)	2023年下期 2022年下期 との差(点)	15~19歳 (n= 600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
薄毛・抜け毛	23.5	26.8	26.4	23.7	22.9	23.5	0.6	11.2	13.5	22.8	29.8	28.8	28.7
白髪	20.8	22.8	22.0	20.3	20.3	20.8	0.5	5.3	5.9	16.6	29.3	30.2	29.8
ヘアスタイル	14.7	19.3	18.2	14.0	13.6	14.7	1.1	33.7	20.6	17.5	12.5	8.1	5.1
髪のハリ・コシ、ボリューム※1	13.8	14.3	14.7	12.7	13.1	13.8	0.7	9.3	9.6	14.0	17.3	15.2	15.3
クセ毛などの髪質※1	11.0	14.3	14.7	12.7	10.7	11.0	0.3	20.7	11.3	13.3	13.3	7.0	5.4
枝毛・切れ毛	5.7	6.8	6.7	6.0	5.3	5.7	0.4	8.8	7.8	7.8	6.4	3.1	2.0
歯(歯並び・黄ばみなど)	17.9	19.4	20.6	16.0	16.0	17.9	1.9	22.0	14.8	17.7	19.2	19.3	16.4
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	17.8	16.4	16.9	15.1	15.1	17.8	2.7	8.7	7.8	16.1	23.1	22.4	24.3
ニキビ・肌が脂っばい・テカリ	17.2	19.4	20.0	17.6	17.2	17.2	0.0	44.5	24.5	20.3	15.4	8.3	4.0
肌の乾燥・張りが無い	12.5	13.4	13.9	11.3	11.0	12.5	1.5	15.8	13.0	13.5	15.8	9.8	8.6
顔のむくみ・たるみ	8.2	8.7	7.6	7.3	7.2	8.2	1.0	9.3	6.1	8.0	8.3	8.6	9.7
目(一重など)	5.0	5.8	5.3	4.7	3.9	5.0	1.1	12.3	5.3	5.3	4.5	3.1	3.3
鼻(高さ、形など)	5.0	5.2	4.5	3.5	3.7	5.0	1.3	12.7	5.1	5.1	4.4	3.8	2.6
フェイスライン(しゃくれ・えら張りなど)	3.7	3.2	3.4	2.9	2.7	3.7	1.0	6.7	4.7	4.4	4.3	2.0	1.3
首の横ジワ	3.6	3.4	2.9	2.6	2.5	3.6	1.1	2.5	1.6	4.3	3.8	4.0	4.8
まつげが少ない・短い	2.4	2.0	1.9	1.6	1.7	2.4	0.7	3.3	2.1	3.5	2.2	1.7	1.9
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	7.7	7.8	7.6	6.7	6.4	7.7	1.3	13.0	5.1	7.0	7.3	8.0	8.7
手・指先の荒れ・乾燥	6.2	6.2	7.5	5.1	5.3	6.2	0.9	11.7	6.0	7.3	6.5	4.8	3.8
脚のむくみ・乾燥	3.7	4.1	3.8	2.7	3.0	3.7	0.7	6.7	3.2	3.5	3.3	3.4	3.8
腕・二の腕のたるみ・乾燥	3.6	3.4	3.4	2.7	2.6	3.6	1.0	7.0	3.9	3.8	4.3	2.3	2.3
体臭・口臭	19.5	26.6	24.0	19.3	18.6	19.5	0.9	29.3	16.6	18.8	21.3	19.9	15.7
体重の増加	19.1	24.0	25.0	20.2	19.7	19.1	-0.6	11.8	12.7	18.5	23.6	23.9	20.7
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	17.3	20.4	22.4	18.3	17.6	17.3	-0.3	11.7	9.8	15.0	23.2	21.1	20.1
ムダ毛処理・脱毛	15.8	13.2	14.4	13.3	14.4	15.8	1.4	33.8	19.2	18.3	17.8	10.7	4.3
ボテラインのくずれ	10.7	13.0	11.4	9.6	9.5	10.7	1.2	8.7	6.3	11.1	13.8	12.6	10.6
その他	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.0	0.2	0.2	0.0	0.3	0.3	0.2
特に悩みはない	31.0	24.9	25.1	31.8	32.0	31.0	-1.0	27.0	37.3	34.8	26.4	28.3	30.3

※カテゴリごと「男性全体(2023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」「特に悩みはない」を除く)

※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「髪のコシ・ハリ・クセ毛などの髪質」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

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

	男性 年代別														
	15～19歳					20代					30代				
	2019年 下期 (n=600)	2020年 下期 (n=600)	2021年 下期 (n=600)	2022年 下期 (n=600)	2023年 下期 (n=600)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)
ヘアスタイル	40.2	38.2	35.2	33.5	33.7	32.2	33.0	22.0	18.5	20.6	24.8	22.2	16.1	17.1	17.5
枝毛・切れ毛	8.8	7.7	7.2	8.7	8.8	12.3	13.0	11.1	7.4	7.8	9.8	9.5	8.8	8.9	7.8
薄毛・抜け毛	10.8	8.7	9.8	9.7	11.2	19.5	19.2	15.2	12.6	13.5	28.9	27.8	24.5	22.1	22.8
白髪	5.3	5.0	4.2	3.5	5.3	10.3	9.9	5.5	6.4	5.9	20.8	19.3	17.9	16.5	16.6
髪のリウ・コシ、ボリューム※1	17.7	17.0	17.3	9.0	9.3	14.3	15.0	10.9	8.9	9.6	16.9	17.1	13.9	12.8	14.0
クセ毛などの髪質※1	17.7	17.0	17.3	22.7	20.7	14.3	15.0	10.9	11.5	11.3	16.9	17.1	13.9	12.1	13.3
肌の乾燥・張りが無い	17.7	19.0	16.0	14.5	15.8	17.4	16.8	13.7	11.5	13.0	17.8	16.8	12.8	12.8	13.5
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	6.2	8.5	7.7	5.8	8.7	10.0	11.9	7.8	6.8	7.8	15.3	16.3	12.2	13.4	16.1
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	49.2	52.3	51.2	51.8	44.5	30.5	32.7	25.6	23.9	24.5	24.2	25.2	20.0	20.3	20.3
顔のむくみ・たるみ	6.8	8.5	9.5	8.7	9.3	7.6	8.4	6.6	5.8	6.1	9.2	6.8	6.9	6.5	8.0
まつげが少ない・短い	2.7	2.5	2.2	2.3	3.3	3.4	3.4	1.8	1.8	2.1	2.8	1.8	1.8	2.2	3.5
歯（歯並び・黄ばみなど）	24.2	25.3	22.0	23.8	22.0	20.3	20.1	14.6	12.0	14.8	22.4	23.8	16.2	16.1	17.7
首の横ジワ	1.7	1.0	0.8	1.3	2.5	2.9	2.9	1.4	1.6	1.6	4.4	3.2	1.5	2.0	4.3
目（一重など）	14.0	10.8	10.5	10.3	12.3	8.1	8.0	6.3	4.2	5.3	6.6	5.8	4.8	3.7	5.3
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	5.7	4.8	5.8	7.0	6.7	4.3	5.8	4.0	2.8	4.7	5.3	4.7	3.0	3.1	4.4
鼻（高さ、形など）	12.7	12.2	10.2	11.0	12.7	7.4	6.1	4.6	3.0	5.1	5.8	4.7	2.9	3.5	5.1
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	11.5	10.7	10.3	10.3	13.0	6.9	7.4	5.8	4.2	5.1	7.8	6.9	5.9	5.3	7.0
手・指先の荒れ・乾燥	9.3	13.3	10.2	14.0	11.7	7.3	10.2	6.1	5.3	6.0	8.1	8.2	5.4	5.4	7.3
腕・二の腕のたるみ・乾燥	3.7	5.0	3.3	4.7	7.0	4.5	5.1	3.5	3.1	3.9	5.3	3.7	3.1	3.0	3.8
脚のむくみ・乾燥	6.0	3.0	3.2	5.3	6.7	4.1	3.5	2.2	1.9	3.2	4.3	3.4	2.3	2.1	3.5
ポテラインのくずれ	8.2	10.0	7.8	5.0	8.7	10.7	8.7	6.5	6.3	6.3	14.3	12.0	10.1	8.4	11.1
体重の増加	16.7	18.2	18.7	14.7	11.8	19.8	17.8	13.5	12.0	12.7	26.1	28.2	19.3	19.0	18.5
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	11.7	12.3	9.3	10.2	11.7	14.2	15.8	11.4	9.9	9.8	20.4	23.2	18.8	15.3	15.0
ムダ毛処理・脱毛	26.8	30.3	30.5	34.8	33.8	18.3	22.2	18.7	16.0	19.2	18.1	18.8	14.9	18.0	18.3
体臭・口臭	32.3	30.7	26.2	26.8	29.3	24.7	21.3	16.3	13.5	16.6	27.3	26.9	18.8	17.5	18.8

	40代					50代					60代				
	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)	2019年 下期 (n=1,200)	2020年 下期 (n=1,200)	2021年 下期 (n=1,200)	2022年 下期 (n=1,200)	2023年 下期 (n=1,200)
	ヘアスタイル	15.1	14.4	12.4	10.8	12.5	8.1	7.2	6.2	8.1	8.1	5.8	4.4	2.8	3.8
枝毛・切れ毛	5.0	5.7	5.0	4.3	6.4	3.1	3.0	2.5	2.7	3.1	2.8	1.6	1.9	1.4	2.0
薄毛・抜け毛	30.8	31.5	28.2	30.3	29.8	31.2	31.7	28.2	29.7	28.8	31.4	30.8	29.4	26.3	28.7
白髪	33.0	31.3	31.3	28.7	29.3	32.3	32.0	28.8	30.9	30.2	26.4	25.9	25.9	27.2	29.8
髪のリウ・コシ、ボリューム※1	16.2	17.9	14.0	14.8	17.3	11.7	11.7	13.3	16.3	15.2	11.0	10.9	9.0	14.6	15.3
クセ毛などの髪質※1	16.2	17.9	14.0	12.3	13.3	11.7	11.7	13.3	8.0	7.0	11.0	10.9	9.0	3.8	5.4
肌の乾燥・張りが無い	13.4	15.5	11.0	12.3	15.8	8.2	9.2	9.6	9.7	9.8	7.9	8.6	6.9	6.8	8.6
顔のシミ・シワ・ホウレイ線	19.8	18.8	17.9	19.9	23.1	18.3	18.9	20.3	19.2	22.4	23.6	22.6	21.1	21.1	24.3
ニキビ・肌が脂っぽい・テカリ	15.2	14.1	13.3	13.3	15.4	8.5	9.3	8.1	7.7	8.3	3.9	2.8	4.2	3.6	4.0
顔のむくみ・たるみ	9.7	9.0	6.8	8.3	8.3	9.8	6.8	9.2	8.0	8.6	8.4	6.4	5.8	6.5	9.7
まつげが少ない・短い	1.5	1.3	1.4	1.4	2.2	1.1	0.8	0.8	1.8	1.7	1.1	1.8	2.0	0.8	1.9
歯（歯並び・黄ばみなど）	20.6	22.8	16.8	17.9	19.2	17.0	19.0	16.3	16.3	19.3	14.2	14.8	13.1	14.0	16.4
首の横ジワ	3.8	3.0	3.5	2.6	3.8	2.8	2.6	3.3	3.0	4.0	4.1	3.8	4.2	3.9	4.8
目（一重など）	4.5	4.6	3.7	3.8	4.5	3.4	3.1	2.6	2.7	3.1	2.3	2.2	3.1	2.3	3.3
フェイスライン（しゃくれ・えら張りなど）	2.9	3.4	2.6	3.2	4.3	1.4	1.8	2.3	1.3	2.0	0.8	0.4	1.0	1.2	1.3
鼻（高さ、形など）	3.7	3.8	2.7	3.4	4.4	2.4	2.2	2.0	2.4	3.8	2.8	2.1	2.2	2.7	2.6
爪が弱い・割れやすい・形が悪い	6.9	7.4	5.9	5.8	7.3	6.9	6.3	7.4	6.2	8.0	8.5	8.3	6.9	8.6	8.7
手・指先の荒れ・乾燥	6.0	7.8	4.6	5.1	6.5	4.2	4.6	3.8	3.5	4.8	3.8	3.9	3.2	3.2	3.8
腕・二の腕のたるみ・乾燥	3.1	3.8	2.8	2.3	4.3	1.8	1.8	2.3	2.0	2.3	2.1	2.2	1.5	1.7	2.3
脚のむくみ・乾燥	2.8	4.6	2.4	3.5	3.3	4.2	3.1	3.4	3.1	3.4	4.3	4.8	2.8	3.0	3.8
ポテラインのくずれ	18.4	12.8	10.8	12.4	13.8	12.3	12.0	11.6	13.6	12.6	11.8	12.1	9.8	9.3	10.6
体重の増加	28.3	30.8	22.5	24.7	23.6	25.8	26.4	24.8	24.0	23.9	23.5	25.1	21.7	21.6	20.7
肩・首などのコリ・腰痛・体のゆがみ	26.1	27.4	20.3	20.7	23.2	23.3	26.3	23.3	23.6	21.1	22.3	24.3	22.3	22.0	20.1
ムダ毛処理・脱毛	14.7	13.8	13.3	15.0	17.8	5.2	6.3	8.3	8.4	10.7	3.2	2.8	2.7	4.3	4.3
体臭・口臭	31.4	27.8	20.8	23.0	21.3	24.9	22.3	20.8	18.8	19.9	22.1	18.8	16.3	16.3	15.7

※各年代、調査年において 1位 2～3位 4～5位

※1:「髪のリウ・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「髪のリウ・コシ・クセ毛などの髪質」の数値

【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74.4%、男性全体の55.5%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74.4%。
- 年代別でみると「関心がある・計」は15～19歳が82.3%で最も高い。

【男性】

- 「関心がある・計」は55.5%。
- 年代別でみると「関心がある・計」は15～19歳が64.7%で最も高い。
- 2022年に比べると、「関心がある・計」が20代では5.2pt増。

■ 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	2019年 下期	2020年 下期	2021年 下期	2022年 下期	2023年 下期	2023年下期 2022年下期 との差(pt)
女性全体	(n=6,600)	28.2	46.2	15.3	10.3	80.2	80.0	76.3	76.3	74.4	-1.9
女性 年代別	15～19歳 (n= 600)	49.5	32.8	8.0	9.7	88.7	89.2	87.2	86.7	82.3	-4.4
	20代 (n=1,200)	32.0	40.2	12.2	15.7	81.6	85.2	79.2	76.2	72.2	-4.0
	30代 (n=1,200)	32.2	44.3	11.0	12.6	83.0	81.3	76.7	78.3	76.4	-1.9
	40代 (n=1,200)	24.9	48.5	17.1	9.5	76.3	78.0	77.2	76.7	73.4	-3.3
	50代 (n=1,200)	22.5	51.1	19.1	7.3	77.9	77.3	72.1	74.3	73.6	-0.7
	60代 (n=1,200)	18.7	53.8	20.9	6.6	77.7	73.8	71.0	70.8	72.5	1.7

■ 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	2019年 下期	2020年 下期	2021年 下期	2022年 下期	2023年 下期	2023年下期 2022年下期 との差(pt)
男性全体	(n=6,600)	18.9	36.6	22.8	21.7	60.1	60.4	55.0	54.0	55.5	1.5
男性 年代別	15～19歳 (n= 600)	31.5	33.2	14.5	20.8	75.5	71.3	73.2	71.0	64.7	-6.3
	20代 (n=1,200)	22.8	37.5	15.5	24.3	66.9	69.4	60.5	55.1	60.3	5.2
	30代 (n=1,200)	23.0	34.3	19.2	23.6	64.3	66.8	55.6	57.9	57.3	-0.6
	40代 (n=1,200)	20.3	40.6	20.5	18.6	61.2	60.8	56.0	55.8	60.9	5.1
	50代 (n=1,200)	12.1	37.0	29.4	21.5	52.4	51.9	49.5	49.3	49.1	-0.2
	60代 (n=1,200)	10.1	35.5	33.6	20.8	48.3	47.8	44.1	43.4	45.6	2.2

【男女】マスク着用義務の解除後にケアしたい部分

マスク着用義務の解除後にケアしたい部分は、男女ともに「顔のシミ・シワ」が1位。

【女性】

- マスク着用義務の解除後にケアしたい部分は、「顔のシミ・シワ」(37.3%)が最多。次いで「毛穴」(26.8%)、「歯の黄ばみ」(23.8%)が続く。
- 年代別では、10~20代は「ニキビ」、30~60代は「顔のシミ・シワ」が1位。

【男性】

- マスク着用義務の解除後にケアしたい部分は、「顔のシミ・シワ」(17.1%)が最多。次いで「ひげそり跡」(16.9%)、「ニキビ」(15.3%)が続く。
- 年代別では、10~20代は「ニキビ」、30代は「ひげそり跡」、40~60代は「顔のシミ・シワ」が1位。

■ マスク着用義務の解除後にケアしたい部分 (全体/複数回答)

Q.新型コロナウイルス対策のマスク着用が個人の判断になったことで、あなたがこれまで以上にケアをしたいと思う部分がありますか。あてはまるものをすべてお選びください。(%)

	女性全体 2023年 下期 (n=6,600)	女性 年代別					
		15~19歳 (n= 600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
顔のシミ・シワ	37.3	8.8	17.5	38.1	46.8	50.3	48.3
毛穴	26.8	37.7	33.8	37.5	27.4	18.1	11.8
歯の黄ばみ	23.8	32.5	25.7	28.8	24.6	18.3	17.1
日焼け	23.2	44.7	25.6	26.0	20.8	17.7	15.2
小顔・リフトアップ	21.5	27.2	22.2	23.9	21.6	19.4	17.7
ニキビ	18.7	55.5	36.5	24.3	9.0	3.9	1.5
目のクマ	18.2	16.5	13.4	21.3	18.7	20.1	18.3
歯並び	16.4	24.3	18.5	18.1	17.1	13.7	10.5
その他	0.4	0.2	0.2	0.2	0.3	0.7	0.8
あてはまるものはない	28.1	17.5	26.9	26.3	28.2	30.3	33.9
※「女性全体」で降順ソート		※各年代において					
		1位	2~3位	4~5位	〔「その他」「あてはまるものはない」を除く〕		

■ マスク着用義務の解除後にケアしたい部分 (全体/複数回答)

Q.新型コロナウイルス対策のマスク着用が個人の判断になったことで、あなたがこれまで以上にケアをしたいと思う部分がありますか。あてはまるものをすべてお選びください。(%)

	男性全体 2023年 下期 (n=6,600)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
顔のシミ・シワ	17.1	11.2	11.8	18.8	23.0	17.4	17.6
ひげそり跡	16.9	23.7	18.3	21.7	21.0	11.5	8.6
ニキビ	15.3	44.2	24.3	20.4	10.7	4.8	1.9
歯の黄ばみ	13.3	14.3	12.4	16.9	15.2	12.8	9.0
歯並び	10.2	12.7	10.3	12.2	11.9	8.1	7.1
毛穴	9.7	14.0	12.8	14.7	10.1	5.3	3.7
目のクマ	8.8	6.8	5.4	11.4	11.2	8.6	8.3
日焼け	7.5	12.3	9.3	8.8	8.2	5.1	3.8
小顔・リフトアップ	6.8	7.2	9.2	10.4	8.8	3.8	1.6
その他	0.2	0.2	0.0	0.3	0.1	0.1	0.3
あてはまるものはない	51.9	32.3	44.7	47.6	49.7	61.5	65.8
※「男性全体」で降順ソート		※各年代において					
		1位	2~3位	4~5位	〔「その他」「あてはまるものはない」を除く〕		

【男女】(サロン選び) 検索サイトでの重視ポイント《美容サロン・検索サイト利用者》

検索サイトでの重視ポイントは、男女ともに「口コミ」が1位。

- 【女性】
- 検索サイトでの重視ポイントは、「口コミ」(45.9%)が最多。次いで「使えるクーポンがある」「ネット予約が可能」(44.5%)が同率で続く。
 - 年代別では、15~19歳・50~60代は「口コミ」、20~40代は「ネット予約が可能」が1位。

- 【男性】
- 検索サイトでの重視ポイントは、「口コミ」(33.8%)が最多。次いで「使えるクーポンがある」(27.8%)、「ネット予約が可能」(27.5%)が続く。
 - 年代別では、10~20代・50~60代は「口コミ」、30代は「ネット予約が可能」、40代は「使えるクーポンがある」が1位。

■ 検索サイトでの重視ポイント (美容サロン・検索サイト利用者/複数回答)

Q.美容サロンを「検索サイト」を使って探す際、あなたが「重視する(重視したい)ポイント」を教えてください。

	女性全体 2023年 下期 (n=3,596)	女性 年代別					
		15~19歳 (n= 351)	20代 (n= 803)	30代 (n= 783)	40代 (n= 674)	50代 (n= 554)	60代 (n= 431)
口コミ	45.9	53.3	40.3	46.0	45.7	50.5	44.8
使えるクーポンがある	44.5	37.0	39.7	47.1	48.5	48.6	42.9
ネット予約が可能	44.5	35.9	41.3	50.2	49.1	44.4	40.1
写真(スタイルや施術の様子)	26.7	29.3	25.4	32.4	25.5	26.2	19.3
写真(店内写真、外観写真)	25.8	19.9	22.5	30.4	27.9	26.7	23.7
スタイリスト・施術者の写真	17.2	15.7	15.6	19.9	17.8	18.4	13.7
スタイリスト・施術者のコメント	15.7	15.4	13.1	16.0	16.5	17.5	16.5
動画(スタイル・施術の動画)	9.1	9.4	8.8	10.1	9.1	9.0	8.1
動画(店内の様子)	8.8	6.6	6.7	8.9	10.4	10.1	10.0
スタッフのブログ	7.8	6.3	9.2	7.7	7.7	8.3	6.5
その他	1.7	0.6	0.9	0.9	1.9	2.0	5.1
※「女性全体」で降順ソート		※各年代において 1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)					

■ 検索サイトでの重視ポイント (美容サロン・検索サイト利用者/複数回答)

Q.美容サロンを「検索サイト」を使って探す際、あなたが「重視する(重視したい)ポイント」を教えてください。

	男性全体 2023年 下期 (n=2,806)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 332)	20代 (n= 631)	30代 (n= 584)	40代 (n= 562)	50代 (n= 398)	60代 (n= 299)
口コミ	33.8	39.2	29.5	33.7	32.7	36.9	35.1
使えるクーポンがある	27.8	23.2	23.5	29.8	36.1	29.9	19.4
ネット予約が可能	27.5	23.2	29.2	34.2	32.4	19.6	16.7
写真(スタイルや施術の様子)	18.3	21.7	21.2	20.9	19.8	13.3	7.0
写真(店内写真、外観写真)	17.2	20.5	14.3	21.7	20.5	13.1	10.4
スタイリスト・施術者の写真	12.1	10.2	11.9	15.9	14.1	11.3	4.7
スタイリスト・施術者のコメント	12.0	13.0	12.8	14.0	12.8	11.3	5.0
動画(スタイル・施術の動画)	11.8	15.7	8.1	12.3	14.1	12.3	9.0
動画(店内の様子)	11.3	10.5	10.5	12.7	11.0	13.3	8.7
スタッフのブログ	9.6	8.4	9.8	11.8	10.7	8.8	5.0
その他	4.7	2.4	2.4	1.0	3.2	8.3	17.4
※「男性全体」で降順ソート		※各年代において 1位 2~3位 4~5位 (「その他」を除く)					

【男女】(サロン選び) 検索サイトになかったら選ばないポイント《美容サロン・検索サイト利用者》

検索サイトになかったら選ばないポイントは、男女ともに「口コミ」が1位。

【女性】

- 検索サイトになかったら選ばないポイントは、「口コミ」(37.5%)が最多。次いで「ネット予約が可能」(33.3%)、「使えるクーポンがある」(28.7%)が続く。
- 年代別では、10~20代・50~60代は「口コミ」、30~40代は「ネット予約が可能」が1位。

【男性】

- 検索サイトになかったら選ばないポイントは、「口コミ」(28.4%)が最多。次いで「ネット予約が可能」(24.3%)、「使えるクーポンがある」(21.6%)が続く。
- 年代別では、10~20代・50~60代は「口コミ」、30~40代は「ネット予約が可能」が1位。

■ 検索サイトになかったら選ばないポイント (美容サロン・検索サイト利用者/複数回答)

Q.美容サロンを「検索サイト」を使って探す際、あなたが「なかったらサロンを選ばないポイント」を教えてください。

(%)

	女性全体 2023年 下期 (n=3,596)	女性 年代別					
		15~19歳 (n= 351)	20代 (n= 803)	30代 (n= 783)	40代 (n= 674)	50代 (n= 554)	60代 (n= 431)
口コミ	37.5	46.2	35.0	37.9	33.5	39.5	38.3
ネット予約が可能	33.3	21.1	30.4	40.1	38.1	31.9	30.9
使えるクーポンがある	28.7	19.4	23.9	30.3	34.4	30.3	31.1
写真 (スタイルや施術の様子)	20.4	24.5	19.4	22.6	19.1	20.6	16.9
写真 (店内写真、外観写真)	19.1	14.5	14.7	21.6	20.2	23.1	20.0
スタイリスト・施術者の写真	11.9	11.1	12.1	11.9	12.3	11.9	11.4
スタイリスト・施術者のコメント	10.4	13.1	10.6	9.3	8.3	11.7	11.6
動画 (スタイル・施術の動画)	7.8	9.7	7.8	8.3	6.2	6.1	9.5
動画 (店内の様子)	7.1	7.7	7.7	5.9	5.8	8.1	8.4
スタッフのブログ	5.8	6.8	6.1	5.5	5.5	5.4	6.0
その他	2.6	0.9	1.1	1.7	2.4	4.3	6.5
※「女性全体」で降順ソート		※各年代において		1位	2~3位	4~5位	(「その他」を除く)

■ 検索サイトになかったら選ばないポイント (美容サロン・検索サイト利用者/複数回答)

Q.美容サロンを「検索サイト」を使って探す際、あなたが「なかったらサロンを選ばないポイント」を教えてください。

(%)

	男性全体 2023年 下期 (n=2,806)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 332)	20代 (n= 631)	30代 (n= 584)	40代 (n= 562)	50代 (n= 398)	60代 (n= 299)
口コミ	28.4	31.6	26.1	26.0	27.0	32.4	31.1
ネット予約が可能	24.3	18.4	24.4	28.9	29.7	18.3	19.1
使えるクーポンがある	21.6	16.6	16.6	22.8	29.4	24.1	17.1
写真 (スタイルや施術の様子)	16.5	21.1	18.1	18.8	16.4	13.6	8.0
写真 (店内写真、外観写真)	15.5	16.3	14.3	18.3	18.5	12.1	11.0
スタイリスト・施術者のコメント	12.8	10.5	15.2	15.2	14.8	7.8	8.4
動画 (スタイル・施術の動画)	11.7	15.4	12.5	15.1	8.7	8.5	9.4
スタイリスト・施術者の写真	10.8	10.8	12.4	12.3	13.3	6.8	5.4
動画 (店内の様子)	9.7	11.1	9.5	12.7	8.4	7.8	7.4
スタッフのブログ	8.7	8.7	8.9	12.0	6.9	6.8	7.4
その他	5.1	2.1	2.1	0.9	3.9	10.1	19.1
※「男性全体」で降順ソート		※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】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5,347円、男性全体で3,048円。

【女性】

- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は全体で5,347円。
- 年代別で見ると、20代（5,993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3,048円。
- 年代別で見ると、30代（4,511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)	17.6	24.7	18.5	12.4	6.0	8.1	7.8	2.7	1.2	0.9	12.6	5,347	
女性 年代別	15～19歳	(n= 600)	27.3	29.5	18.2	10.5	3.7	4.7	3.0	0.8	0.7	1.7	6.2	3,800
	20代	(n=1,200)	19.0	20.8	17.9	12.8	7.3	7.6	8.0	3.8	1.6	1.3	14.7	5,993
	30代	(n=1,200)	16.8	23.3	18.8	13.2	5.8	8.0	8.9	2.8	1.2	1.3	14.2	5,714
	40代	(n=1,200)	17.8	26.8	18.8	11.5	5.3	8.5	6.3	3.2	1.2	0.8	11.3	5,109
	50代	(n=1,200)	16.8	27.0	18.2	11.6	5.9	8.7	7.4	2.6	1.2	0.7	11.8	5,147
	60代	(n=1,200)	12.7	23.2	19.1	14.1	7.2	9.4	11.1	2.2	1.0	0.2	14.4	5,545

■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)	40.2	27.2	12.8	7.7	3.5	3.5	2.3	1.0	0.7	1.2	5.1	3,048	
男性 年代別	15～19歳	(n= 600)	45.3	27.5	12.0	4.3	3.3	3.0	2.2	0.3	0.7	1.3	4.5	2,697
	20代	(n=1,200)	33.9	21.9	15.9	10.2	6.3	4.8	3.2	1.3	0.7	1.8	7.0	4,068
	30代	(n=1,200)	32.9	25.4	15.7	9.0	5.1	3.6	2.6	1.8	1.7	2.3	8.3	4,511
	40代	(n=1,200)	35.4	28.7	12.4	9.4	3.3	4.5	3.4	1.3	0.6	1.1	6.3	3,362
	50代	(n=1,200)	46.8	29.8	11.8	5.1	1.3	2.6	1.2	0.8	0.3	0.5	2.7	1,940
	60代	(n=1,200)	49.4	30.0	8.8	6.3	1.8	2.2	1.1	0.4	0.1	0.1	1.7	1,534

<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、2022年と比べて微増。

【女性】

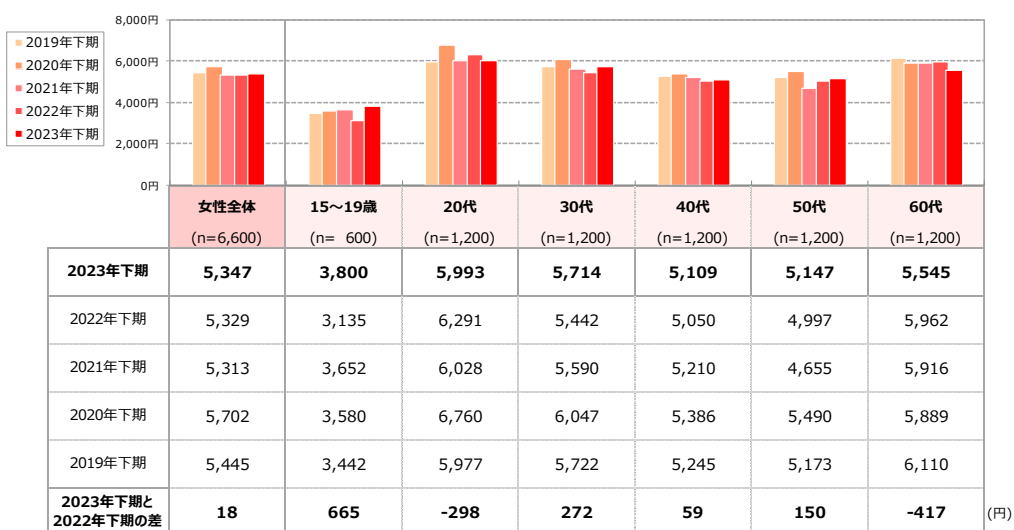
- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は2022年と比べて18円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べて15～19歳・30～50代で増加している。なかでも、15～19歳は665円と最も増加幅が大きい。

【男性】

- 美容に使う1カ月あたりの平均金額は2022年と比べて235円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べて10～40代で増加している。なかでも、30代は758円と最も増加幅が大きい。

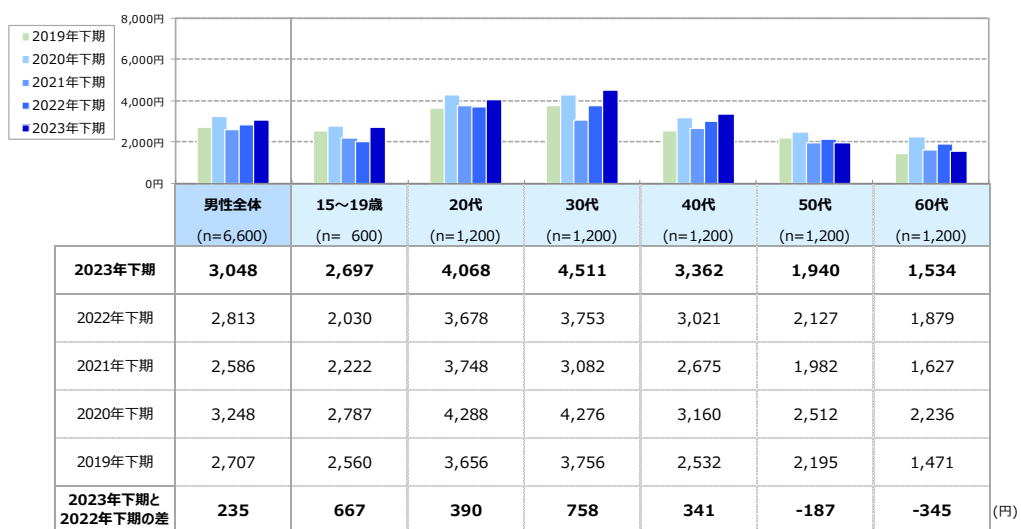
■美容に使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

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



■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品の購入）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】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3,198円、男性全体で1,702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3,198円。
- 年代別で見ると、30代（3,520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1,702円。
- 年代別で見ると、20代（2,621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				(%)		
								1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上	1万円以上・計	0円含む平均(円)	
女性全体	(n=6,600)	16.7	42.4	18.4	10.3	3.6	3.8	3.0	0.9	0.3	0.6	4.8	3,198	
女性 年代別	15～19歳	(n= 600)	27.3	44.0	14.3	6.3	3.3	1.8	1.0	0.5	0.5	0.8	2.8	2,477
	20代	(n=1,200)	24.3	35.0	20.6	9.9	2.6	3.2	2.2	1.0	0.2	1.2	4.5	3,154
	30代	(n=1,200)	16.8	40.3	19.2	10.3	4.1	3.9	3.4	0.5	0.4	1.2	5.5	3,520
	40代	(n=1,200)	14.4	45.7	17.6	10.1	3.3	3.9	2.6	1.4	0.6	0.4	5.0	3,258
	50代	(n=1,200)	13.1	46.9	17.3	10.1	3.6	4.3	3.6	0.5	0.3	0.3	4.7	3,055
	60代	(n=1,200)	9.5	43.3	19.6	13.2	4.4	4.7	4.2	1.2	0.0	0.1	5.4	3,366

■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				(%)		
								1万～2万円未満	2万～3万円未満	3万～5万円未満	5万円以上	1万円以上・計	0円含む平均(円)	
男性全体	(n=6,600)	57.8	25.4	7.5	4.0	1.6	1.2	0.8	0.4	0.2	1.0	2.4	1,702	
男性 年代別	15～19歳	(n= 600)	53.7	26.7	8.8	4.5	1.2	1.8	0.8	0.7	0.5	1.3	3.3	2,162
	20代	(n=1,200)	46.4	28.9	10.8	5.9	2.4	1.7	1.1	0.6	0.0	2.2	3.8	2,621
	30代	(n=1,200)	49.3	27.5	9.7	4.6	3.0	1.9	1.4	0.7	0.6	1.3	4.0	2,456
	40代	(n=1,200)	55.8	26.0	7.3	5.6	1.7	1.5	0.8	0.5	0.2	0.8	2.2	1,690
	50代	(n=1,200)	68.6	22.6	4.6	1.6	0.8	0.7	0.6	0.3	0.1	0.3	1.3	905
	60代	(n=1,200)	71.3	21.3	4.2	2.0	0.6	0.2	0.3	0.1	0.0	0.1	0.5	607

<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、2022年と比べて女性は微減。男性は300円以上増

【女性】

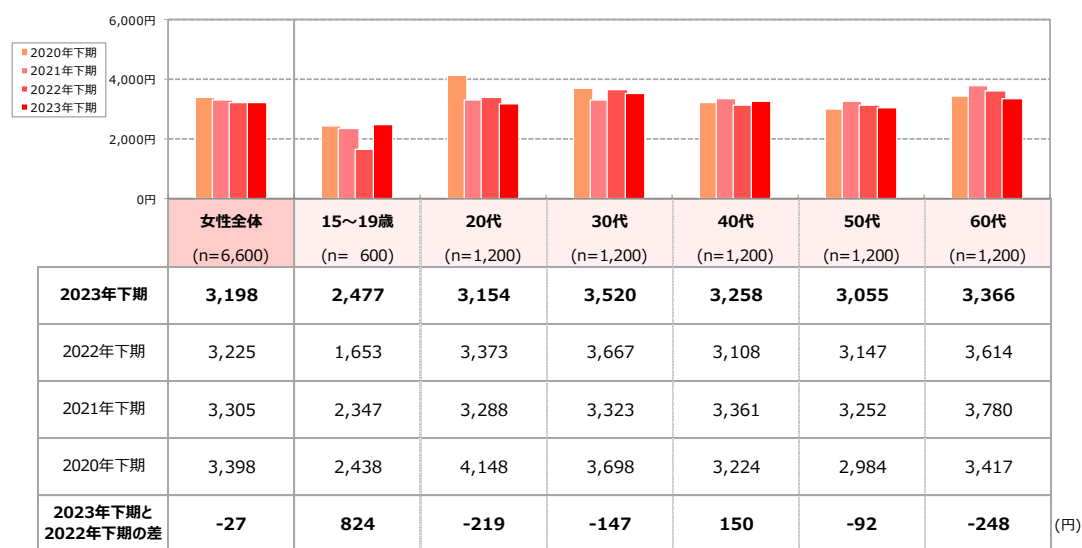
- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は、2022年と比べて27円減少。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べて15～19歳・40代で増加しており、なかでも15～19歳では824円と最も増加幅が大きい。

【男性】

- 基礎化粧品に使う1カ月あたりの平均金額は2022年と比べて348円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べ10～50代で増加しており、なかでも15～19歳では857円と最も増加幅が大きい。

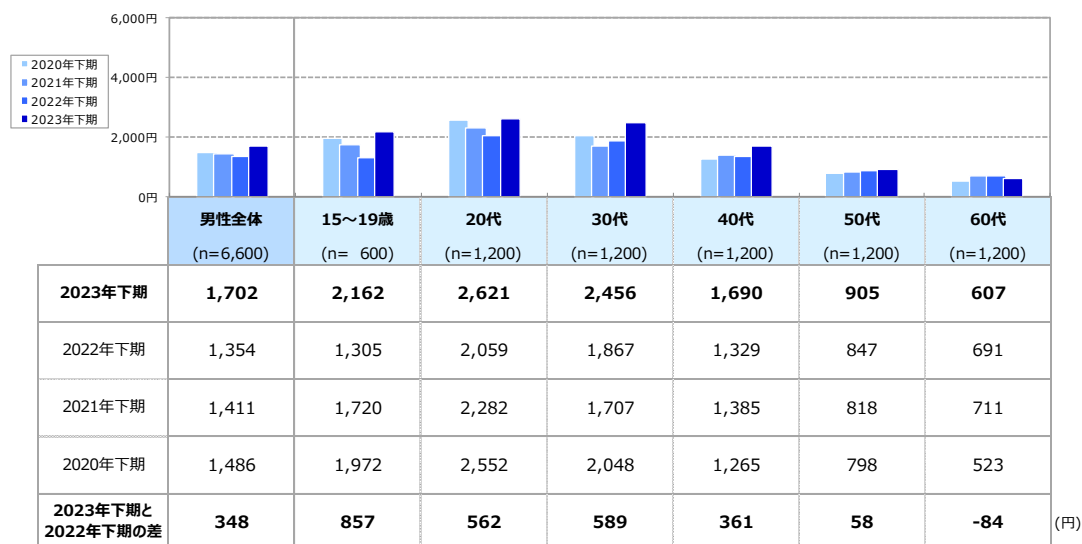
■ 基礎化粧品に使う1カ月あたりの金額 (0円含む平均) (全体/単一回答)

Q.基礎化粧品に使う1カ月あたりの費用をお教えてください。



■ 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】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2,204円、男性全体で1,329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2,204円。
- 年代別で見ると、20代（2,849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1,329円。
- 年代別で見ると、20代（2,374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)		26.2	46.3	14.3	6.4	2.4	2.0	1.3	0.3	0.2	0.6	2.4	2,204
女性 年代別	15～19歳 (n= 600)	28.3	42.0	14.8	6.5	3.5	1.5	1.5	0.2	0.5	1.2	3.3	2,620
	20代 (n=1,200)	26.6	37.3	18.3	8.1	3.8	2.2	2.0	0.5	0.3	1.1	3.8	2,849
	30代 (n=1,200)	24.1	45.1	14.8	7.3	2.4	3.1	1.9	0.2	0.2	1.1	3.3	2,640
	40代 (n=1,200)	24.6	49.1	14.5	5.4	2.7	1.8	1.0	0.5	0.2	0.3	2.0	2,049
	50代 (n=1,200)	27.8	50.8	11.9	5.3	1.3	1.5	0.9	0.3	0.2	0.2	1.5	1,706
	60代 (n=1,200)	27.0	51.5	11.8	5.8	1.4	1.8	0.5	0.2	0.1	0.0	0.8	1,569

■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)		76.5	11.9	4.0	2.9	1.6	1.0	0.6	0.3	0.2	1.0	2.1	1,329
男性 年代別	15～19歳 (n= 600)	71.3	14.8	4.3	3.0	1.7	1.8	0.7	0.5	0.7	1.2	3.0	1,785
	20代 (n=1,200)	65.0	14.6	7.0	5.9	2.4	1.3	0.8	0.5	0.3	2.2	3.8	2,374
	30代 (n=1,200)	70.7	13.7	4.8	2.9	3.1	1.8	0.7	0.3	0.6	1.4	3.0	1,933
	40代 (n=1,200)	77.3	11.0	4.2	3.3	1.3	1.2	0.8	0.3	0.2	0.7	1.8	1,165
	50代 (n=1,200)	85.6	9.1	2.1	1.1	1.0	0.3	0.3	0.3	0.0	0.3	0.9	588
	60代 (n=1,200)	86.4	9.5	1.7	1.5	0.3	0.2	0.3	0.1	0.0	0.1	0.4	358

<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

男女とも、メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は、2022年より増加。

【女性】

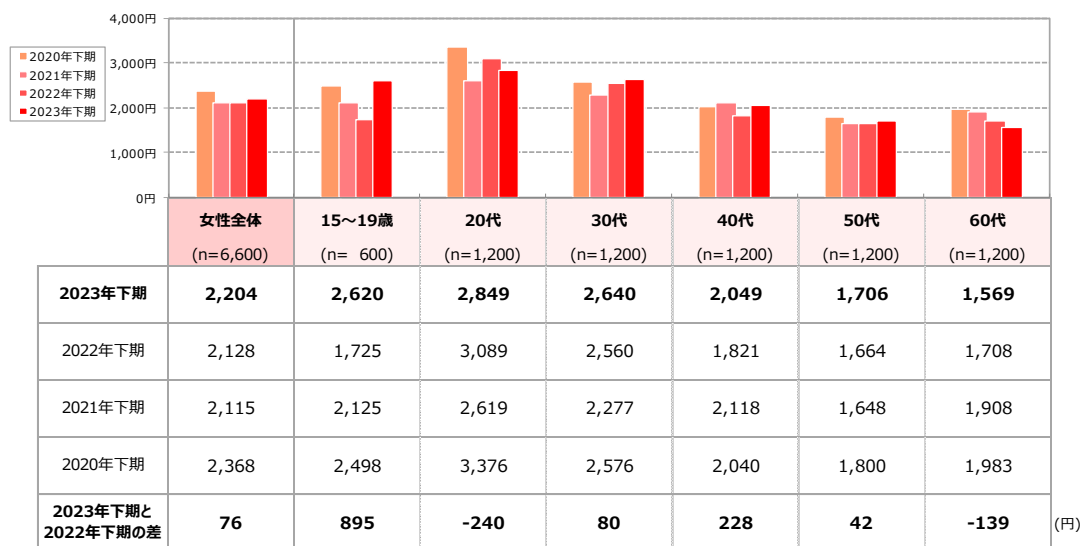
- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は2022年と比べて76円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べて15～19歳・30～50代で増加しており、なかでも15～19歳では895円と最も増加幅が大きい。

【男性】

- メイクアイテムに使う1カ月あたりの平均金額は2022年と比べて287円増加。
- 年代別で見ると、平均金額は2022年と比べて10～40代で増加しており、なかでも15～19歳では828円と最も増加幅が大きい。

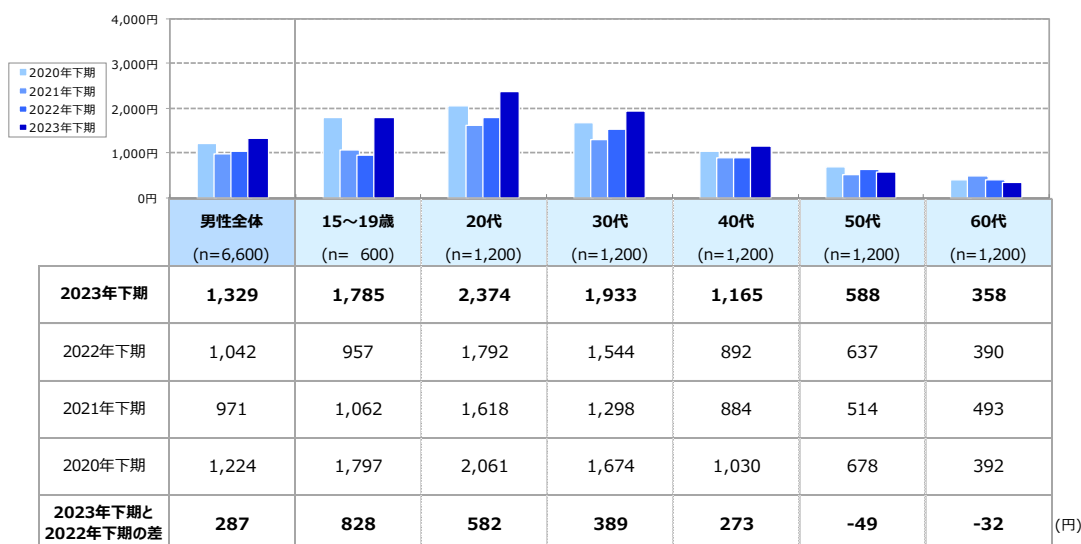
■メイクアイテムに使う1カ月あたりの金額（0円含む平均）（全体／単一回答）

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。

【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」(80.0%)、2位「化粧水」(76.2%)、3位「日焼け止め」(66.5%)。
- 【メイクアイテム】1位「ファンデーション」(52.5%)、2位「アイブロウ(眉マスカラを含む)」(52.2%)、3位「下地」(43.4%)。
- 【化粧雑貨・ボディケア】1位「ハンドクリーム」(51.7%)、2位「フェイスシート、カラダふきシート」(34.3%)、3位「ボディローション/クリーム/オイル」(34.1%)。
- 2022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、「口紅・グロス」は5.0pt増で最も増加幅が大きい。

■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。

(%)

	女性全体							2023年下期 2022年下期 との差(pt)
	2023年 下期 (n=6,600)	2019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)		
基礎化粧品	洗顔料	80.0	79.8	79.1	79.0	80.1	80.0	- 0.1
	化粧水	76.2	75.3	74.1	75.5	76.8	76.2	- 0.6
	日焼け止め	66.5	64.8	62.9	62.3	65.9	66.5	0.6
	クレンジング	66.2	69.7	66.9	65.0	67.1	66.2	- 0.9
	乳液・クリーム	60.3	60.2	59.2	59.5	60.6	60.3	- 0.3
	リップケア	53.7	59.0	55.6	51.6	51.5	53.7	2.2
	美容液	44.0	43.7	43.3	41.9	43.5	44.0	0.5
	パック・フェイスマスク	36.5	36.2	35.5	34.3	36.3	36.5	0.2
	アイケア(まつげ美容液、アイクリーム)	25.7	21.3	21.9	22.5	25.0	25.7	0.7
	フェイス用スクラブ・ピーリング	17.1	19.4	20.6	17.0	16.8	17.1	0.3
メイクアイテム	ファンデーション	52.5	66.7	60.1	48.9	50.4	52.5	2.1
	アイブロウ(眉マスカラを含む)	52.2	54.0	51.0	48.0	50.4	52.2	1.8
	下地	43.4	52.0	47.6	38.7	41.8	43.4	1.6
	アイシャドウ	41.9	47.1	43.8	37.6	39.4	41.9	2.5
	アイライナー	39.0	41.2	38.9	34.8	37.0	39.0	2.0
	フェイスパウダー	39.0	43.7	39.1	33.4	36.8	39.0	2.2
	口紅・グロス	37.8	58.7	49.8	30.9	32.8	37.8	5.0
	マスカラ	36.8	39.4	37.5	32.8	35.6	36.8	1.2
	コンシーラー	26.6	30.0	27.0	20.8	23.7	26.6	2.9
	チーク	25.3	40.7	33.9	21.2	22.0	25.3	3.3
化粧雑貨・ボディケア	ハイライター・シェーディング	17.4	18.4	18.2	13.7	15.5	17.4	1.9
	ハンドクリーム	51.7	57.6	56.0	53.0	52.0	51.7	- 0.3
	フェイスシート、カラダふきシート	34.3	37.7	35.9	32.1	33.5	34.3	0.8
	ボディローション/クリーム/オイル	34.1	40.5	40.4	34.7	32.8	34.1	1.3
	ネイル用品(ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など)	26.6	33.5	31.4	26.6	25.8	26.6	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)	22.8	25.7	25.4	21.1	21.5	22.8	1.3
	ボディスクラブ	12.3	13.2	13.8	9.8	10.6	12.3	1.7
あぶらとり紙	12.1	18.8	16.3	10.8	11.1	12.1	1.0	
脱毛・除毛剤	10.3	13.4	13.7	10.2	9.6	10.3	0.7	

※カテゴリーごと、「女性全体(2023年下期)」で降順ソート

【女性】アイテム購入率

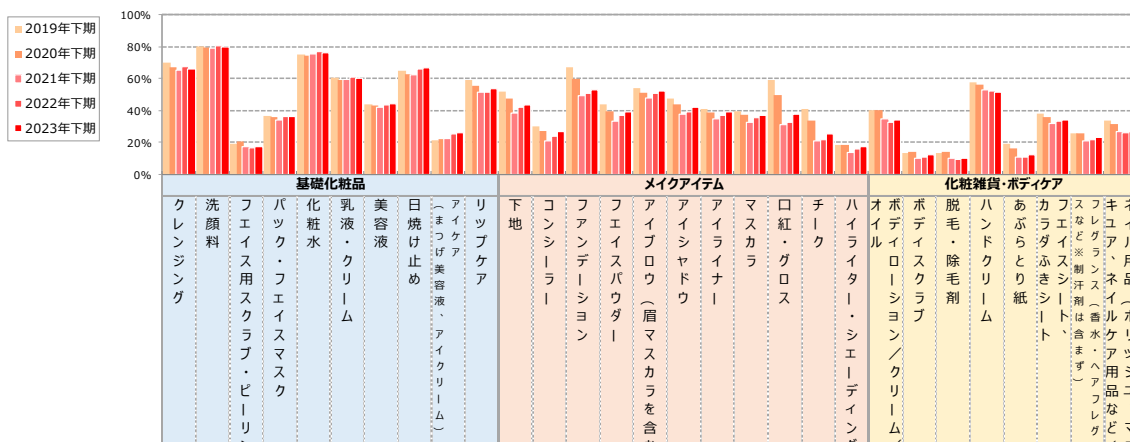
全アイテムにおける女性の購入率は「洗顔料」「化粧水」が上位。

【女性】

- 【基礎化粧品】15～19歳では「日焼け止め」、20～60代では「洗顔料」が1位。
- 【メイクアイテム】15～19歳では「アイシャドウ」、20～30代では「アイブロウ（眉マスカラを含む）」、40～60代では「ファンデーション」が1位。
- 【化粧雑貨・ボディケア】15～19歳では「フェイスシート、カラダふきシート」、20～60代では「ハンドクリーム」が1位。
- 2022年と比較では、全年代で「ファンデーション」「フェイスパウダー」「口紅・グロス」「チーク」「ハイライター・シェーディング」の割合が増加している。

■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。



	2023年下期 (n=6,600)	購入率 (%)																											
		2022年下期 (n=6,600)	2021年下期 (n=6,600)	2020年下期 (n=6,600)	2019年下期 (n=6,600)	2023年下期と2022年下期の差(pt)	2022年下期 (n=600)	2021年下期 (n=600)	2020年下期 (n=600)	2019年下期 (n=600)	2023年下期と2022年下期の差(pt)	2022年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2023年下期と2022年下期の差(pt)	2022年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2023年下期と2022年下期の差(pt)	2022年下期 (n=1,200)	2021年下期 (n=1,200)	2020年下期 (n=1,200)	2019年下期 (n=1,200)	2023年下期と2022年下期の差(pt)			
女性全体	66.2	80.0	17.1	36.5	76.2	60.3	44.0	66.5	25.7	53.7	43.4	26.6	52.5	39.0	52.2	41.9	39.0	36.8	37.8	25.3	17.4	34.1	12.3	10.3	51.7	12.1	34.3	22.8	26.6
女性 15～19歳	55.5	71.5	22.2	56.3	71.0	59.2	37.7	76.0	39.3	60.3	45.0	45.3	43.5	53.2	51.8	60.2	58.3	53.8	57.7	32.3	34.3	32.7	21.2	24.7	42.8	22.0	47.2	39.7	41.3
女性 20代	70.5	77.8	28.0	49.3	76.5	66.1	48.4	69.3	40.8	58.0	53.9	39.3	53.1	47.8	58.4	52.7	52.2	47.3	50.8	32.6	31.3	38.3	24.5	18.8	42.1	18.1	40.8	34.8	36.6
女性 30代	70.7	81.2	21.2	39.8	77.8	63.4	46.1	69.1	29.7	54.8	51.0	27.8	52.8	43.2	55.3	48.1	45.6	43.1	38.0	30.1	21.6	39.3	14.1	11.9	46.3	12.1	35.2	21.2	27.9
女性 40代	68.6	81.7	14.0	32.9	77.3	59.1	44.3	64.9	19.8	54.6	42.2	23.4	55.4	35.8	53.4	39.5	35.6	36.4	31.8	22.8	11.7	32.5	9.3	7.5	54.8	10.5	35.7	20.0	23.8
女性 50代	65.4	82.5	9.8	27.1	75.8	56.0	40.3	62.3	16.8	50.8	37.5	19.9	52.6	30.7	47.8	32.0	26.8	26.3	30.0	19.2	7.3	30.0	5.6	3.5	57.6	7.4	32.3	15.5	20.5
女性 60代	61.4	80.9	10.0	23.3	76.4	57.3	44.1	62.2	14.6	46.8	31.6	13.2	52.9	30.6	46.2	28.1	25.0	22.5	28.4	18.6	6.5	30.9	3.8	2.8	62.3	7.3	21.8	14.0	17.1

※全体、各年代、各カテゴリにおいて 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)

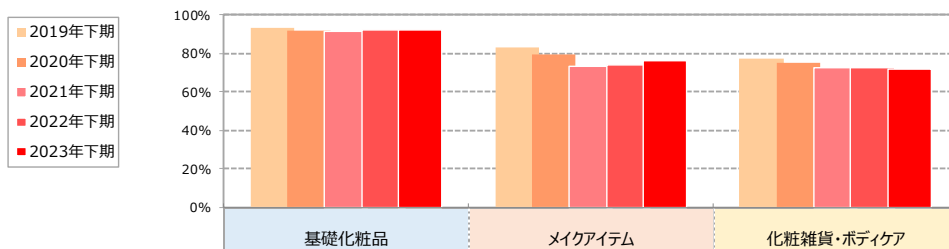
女性の購入率は【基礎化粧品】が突出。

【女性】

- 【基礎化粧品】が91.8%で突出。次いで【メイクアイテム】(75.9%)、【化粧雑貨・ボディケア】(71.9%)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、20～60代の購入率は9割以上を占める。

■ 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。



		基礎化粧品			メイクアイテム			化粧雑貨・ボディケア			
		2023年下期	2022年下期	2021年下期	2020年下期	2019年下期	2023年下期	2022年下期	2021年下期	2020年下期	2019年下期
女性 全体	2023年下期 (n=6,600)	91.8	92.3	91.6	75.9	79.0	71.9	72.6	72.7	75.2	77.0
	2022年下期 (n=6,600)										
	2021年下期 (n=6,600)										
	2020年下期 (n=6,600)										
	2019年下期 (n=6,600)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 0.5			2.1		- 0.7				
女性 15～19 歳	2023年下期 (n= 600)	86.3	87.7	87.2	76.8	75.7	74.8	74.2	74.5	73.3	73.8
	2022年下期 (n= 600)										
	2021年下期 (n= 600)										
	2020年下期 (n= 600)										
	2019年下期 (n= 600)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 1.4			4.3		0.6				
女性 20代	2023年下期 (n=1,200)	90.1	90.7	89.3	79.6	89.6	70.0	72.8	70.8	77.5	84.6
	2022年下期 (n=1,200)										
	2021年下期 (n=1,200)										
	2020年下期 (n=1,200)										
	2019年下期 (n=1,200)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 0.6			- 1.0		- 2.8				
女性 30代	2023年下期 (n=1,200)	92.0	92.7	90.8	79.0	91.8	72.0	72.6	70.8	74.0	85.2
	2022年下期 (n=1,200)										
	2021年下期 (n=1,200)										
	2020年下期 (n=1,200)										
	2019年下期 (n=1,200)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 0.7			3.1		- 0.6				
女性 40代	2023年下期 (n=1,200)	92.8	93.5	92.9	75.8	93.3	72.4	69.3	72.7	73.5	81.9
	2022年下期 (n=1,200)										
	2021年下期 (n=1,200)										
	2020年下期 (n=1,200)										
	2019年下期 (n=1,200)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 0.7			1.6		3.1				
女性 50代	2023年下期 (n=1,200)	93.0	93.4	93.4	71.2	94.1	71.8	72.8	72.3	75.5	82.9
	2022年下期 (n=1,200)										
	2021年下期 (n=1,200)										
	2020年下期 (n=1,200)										
	2019年下期 (n=1,200)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	- 0.4			0.9		- 1.0				
女性 60代	2023年下期 (n=1,200)	93.8	93.6	94.0	73.3	95.4	72.0	74.5	75.9	76.6	83.1
	2022年下期 (n=1,200)										
	2021年下期 (n=1,200)										
	2020年下期 (n=1,200)										
	2019年下期 (n=1,200)										
	2023年下期と2022年下期の差(pt)	0.2			4.6		- 2.5				

【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」（49.0%）、2位「化粧水」（30.7%）、3位「乳液・クリーム」（25.7%）。
- 【メイクアイテム】1位「下地」（7.1%）、2位「ファンデーション」（7.0%）、3位「コンシーラー」（6.8%）。
- 【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」（27.6%）、2位「ハンドクリーム」（25.4%）、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）」（18.4%）。
- 2022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						2023年下期 2022年下期 との差(pt)	
	2023年 下期 (n=6,600)	2019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)		
基礎化粧品	洗顔料	49.0	45.4	46.6	47.6	47.5	49.0	1.5
	化粧水	30.7	25.3	25.9	26.7	29.0	30.7	1.7
	乳液・クリーム	25.7	22.1	23.3	22.3	23.7	25.7	2.0
	日焼け止め	24.0	22.2	22.0	19.7	22.8	24.0	1.2
	リップケア	20.2	22.2	22.7	20.8	19.0	20.2	1.2
	アフターシェーブローション	18.3	18.7	19.1	17.9	18.2	18.3	0.1
	クレンジング	15.8	13.4	15.1	13.6	15.1	15.8	0.7
	美容液	13.7	10.8	11.4	11.2	12.4	13.7	1.3
	パック・フェイスマスク	11.1	9.5	10.3	9.5	10.4	11.1	0.7
	フェイス用スクラブ・ピーリング	10.2	9.6	11.2	9.2	9.8	10.2	0.4
アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）	6.5	6.1	7.2	5.7	6.5	6.5	0.0	
メイクアイテム	下地	7.1	5.3	6.6	5.8	7.2	7.1	- 0.1
	ファンデーション	7.0	6.2	6.6	5.8	6.7	7.0	0.3
	コンシーラー	6.8	5.6	6.5	5.5	6.8	6.8	0.0
	フェイスパウダー	6.5	5.6	6.3	5.4	6.2	6.5	0.3
	アイブロウ（眉マスカラを含む）	6.2	5.6	6.0	5.1	6.1	6.2	0.1
	アイシャドウ	6.1	5.1	6.0	4.9	5.7	6.1	0.4
	アイライナー	6.0	5.3	6.2	5.0	5.6	6.0	0.4
	口紅・グロス	5.9	5.1	6.0	5.1	5.9	5.9	0.0
	ハイライター・シェーディング	5.5	5.0	5.8	4.7	5.4	5.5	0.1
	マスカラ	5.5	5.1	5.7	4.7	5.4	5.5	0.1
チーク	5.5	4.8	5.5	5.0	5.3	5.5	0.2	
化粧雑貨・ボディケア	フェイスシート、カラダふきシート	27.6	26.2	26.3	26.3	27.2	27.6	0.4
	ハンドクリーム	25.4	23.8	24.5	24.7	24.7	25.4	0.7
	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）	18.4	15.8	16.4	16.0	17.4	18.4	1.0
	ボディローション／クリーム／オイル	14.6	14.3	15.5	14.0	13.5	14.6	1.1
	脱毛・除毛剤	11.4	8.9	11.1	10.5	10.4	11.4	1.0
	あぶらとり紙	10.4	11.1	11.4	8.5	9.5	10.4	0.9
	ボディスクラブ	8.5	7.5	9.3	7.0	7.4	8.5	1.1
ネイル用品（ポリッシュ、マニキュア、ネイルケア用品など）	6.8	6.0	6.8	5.8	6.3	6.8	0.5	

※カテゴリーごと、「男性全体（2023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

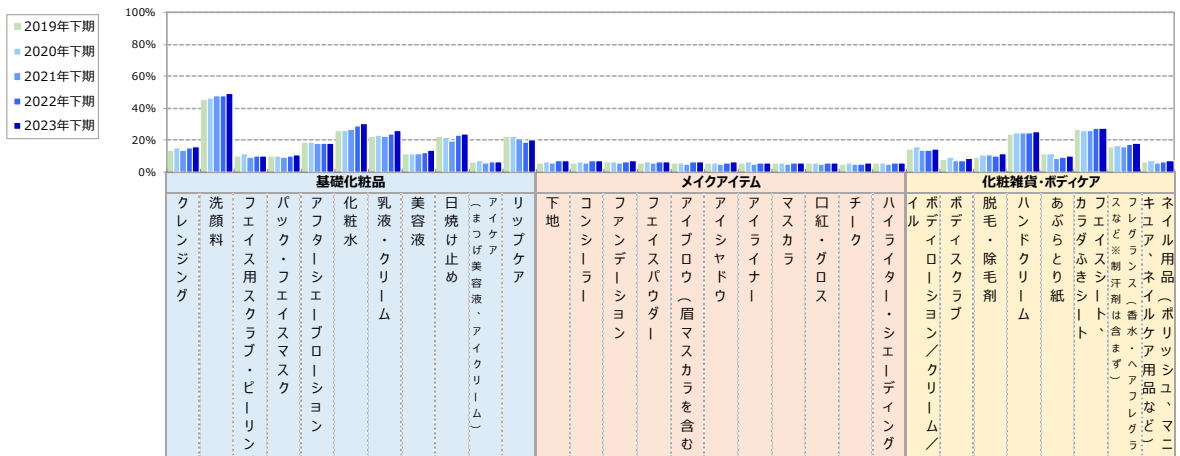
全アイテムにおける男性の購入率1位は、全年代で「洗顔料」。

【男性】

- 【基礎化粧品】全年代で「洗顔料」が1位。
- 【メイクアイテム】15～19歳では「下地」、20代では「フェイスパウダー」、30～60代では「ファンデーション」が1位。
- 【化粧雑貨・ボディケア】10～50代では「フェイスシート、カラダふきシート」、60代では「ハンドクリーム」が1位。
- 2022年との比較では、全年代で「美容液」の割合が増加している。また、15～19歳でスコアの増加が目立っており、特に「下地」「コンシーラー」「アイシャドウ」が5pt以上増加している。

■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1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



性別	年齢	年次	アイテム購入率 (%)																														
			基礎化粧品							メイクアイテム							化粧雑貨・ボディケア							ネイル用品									
男性	全体	2023年下期 (n=6,600)	15.8	49.0	10.2	11.1	18.3	30.7	25.7	13.7	24.0	6.5	20.2	7.1	6.8	7.0	6.5	6.2	6.1	6.0	5.5	5.9	5.5	5.5	14.6	8.5	11.4	25.4	10.4	27.6	18.4	6.8	
		2022年下期 (n=6,600)	15.1	47.5	9.8	10.4	18.2	29.0	23.7	12.4	22.8	6.5	19.0	7.2	6.8	6.7	6.2	6.1	5.7	5.6	5.4	5.9	5.3	5.4	13.5	7.4	10.4	24.7	9.5	27.2	17.4	6.3	
		2021年下期 (n=6,600)	13.6	47.6	9.2	9.5	17.9	26.7	22.3	11.2	19.7	5.7	20.7	5.8	5.5	5.8	5.4	5.1	4.9	5.0	4.7	5.1	5.0	4.7	14.0	7.0	10.5	24.7	8.5	26.3	16.0	5.8	
		2020年下期 (n=6,600)	15.1	46.6	11.2	10.3	19.1	25.9	23.3	11.4	22.0	7.2	22.7	6.6	6.5	6.6	6.3	6.0	6.0	6.2	5.7	6.0	5.5	5.8	15.5	9.3	11.1	24.5	11.4	26.3	16.4	6.8	
		2019年下期 (n=6,600)	13.4	45.4	9.6	9.5	18.7	25.3	22.1	10.8	22.2	6.1	22.2	5.3	5.6	6.2	5.6	5.6	5.1	5.3	5.1	5.1	4.8	5.0	14.3	7.5	8.9	23.8	11.1	26.2	15.8	6.0	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			0.7	1.5	0.4	0.7	0.1	1.7	2.0	1.3	1.2	0.0	1.2	-0.1	0.0	0.3	0.3	0.1	0.4	0.4	0.1	0.0	0.2	0.1	1.1	1.1	1.0	0.7	0.9	0.4	1.0
男性	15～19歳	2023年下期 (n=600)	24.5	50.7	16.7	20.3	15.8	39.3	33.8	25.3	38.2	12.5	26.3	15.0	14.8	13.7	13.5	13.2	13.8	11.8	12.5	12.8	10.7	11.0	20.7	14.5	22.2	29.0	17.5	31.0	22.2	14.5	
		2022年下期 (n=600)	24.8	56.0	15.3	20.2	17.0	37.8	33.2	22.3	37.8	9.0	26.2	9.8	9.5	9.7	10.3	8.7	7.8	8.0	7.7	8.5	7.3	7.7	18.5	10.2	22.8	34.7	13.3	35.7	19.8	10.3	
		2021年下期 (n=600)	20.5	55.5	12.7	13.3	12.2	37.7	28.2	18.8	32.0	8.8	24.0	8.7	9.0	9.2	9.2	8.5	8.7	7.7	7.5	8.3	7.7	7.7	18.2	9.5	22.7	30.3	9.5	32.8	18.0	8.5	
		2020年下期 (n=600)	21.0	53.7	14.3	16.0	15.0	32.5	26.3	17.2	28.8	10.8	26.7	11.0	9.7	10.2	9.8	9.5	10.5	9.8	9.8	9.3	9.2	9.3	18.7	11.0	19.2	26.3	13.2	32.7	17.7	9.8	
		2019年下期 (n=600)	18.5	50.0	13.0	11.8	10.8	26.7	22.3	15.7	25.8	8.3	24.2	7.0	7.8	8.2	7.8	7.7	7.3	8.0	6.8	7.7	6.3	7.8	17.0	9.7	15.2	25.3	13.3	29.3	16.5	7.7	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			-0.3	-5.3	1.4	0.1	-1.2	1.5	0.6	3.0	0.4	3.5	0.1	5.2	5.3	4.0	3.2	4.5	6.0	3.8	4.8	4.3	3.4	3.3	2.2	4.3	-0.6	-5.7	4.2	-4.7	2.4
男性	20代	2023年下期 (n=1,200)	24.0	58.9	17.3	18.6	17.6	44.3	34.9	22.2	30.0	11.7	24.2	12.9	12.9	12.1	13.0	11.7	11.3	11.8	10.3	11.0	10.7	10.3	19.9	14.4	19.6	28.5	14.6	31.8	26.8	12.9	
		2022年下期 (n=1,200)	24.3	56.7	17.0	18.8	18.8	41.2	30.8	21.3	28.2	12.2	22.9	13.9	13.3	13.3	12.4	11.9	11.3	11.7	10.5	11.3	10.2	10.7	16.9	13.3	18.3	26.3	14.4	29.5	23.8	10.9	
		2021年下期 (n=1,200)	23.2	56.1	15.8	17.9	18.0	39.1	30.5	19.8	22.9	10.2	24.3	11.2	9.3	9.5	9.6	9.6	8.8	9.6	8.3	8.8	8.8	8.3	18.5	11.5	19.0	23.8	12.3	29.4	21.7	9.8	
		2020年下期 (n=1,200)	26.6	59.2	20.8	20.4	21.1	40.1	32.8	21.8	28.0	16.3	29.7	16.3	15.8	15.3	15.5	14.4	14.6	15.0	13.6	14.8	13.5	14.1	22.5	19.0	22.3	29.3	19.6	34.6	25.4	14.7	
		2019年下期 (n=1,200)	22.1	54.8	17.7	17.6	19.0	38.8	30.4	20.5	27.3	12.8	29.3	10.2	10.8	12.3	12.2	12.1	11.2	12.2	11.1	11.2	10.5	11.0	19.0	13.0	16.6	24.9	17.8	34.7	21.9	11.4	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			-0.3	2.2	0.3	-0.2	-1.2	3.1	4.1	0.9	1.8	-0.5	1.3	-1.0	-0.4	-1.2	0.6	-0.2	0.0	0.1	-0.2	-0.3	0.5	-0.4	3.0	1.1	1.3	2.2	0.2	2.3	3.0
男性	30代	2023年下期 (n=1,200)	21.8	59.1	14.0	14.4	18.4	39.0	29.7	17.3	25.3	8.5	23.1	8.8	7.8	9.3	8.4	7.4	7.8	7.2	6.8	7.3	7.3	6.9	18.3	11.2	14.3	26.3	14.0	31.3	20.8	7.5	
		2022年下期 (n=1,200)	22.0	58.4	14.2	13.8	18.1	37.8	29.1	16.8	23.8	10.4	21.6	11.3	10.6	9.4	9.0	9.1	8.5	8.6	8.5	9.7	8.4	9.1	17.8	10.4	12.7	24.5	12.9	33.6	20.0	9.2	
		2021年下期 (n=1,200)	17.8	55.3	10.8	12.3	16.0	33.7	23.8	13.4	21.3	7.1	22.1	7.2	6.8	7.2	6.3	6.3	5.8	6.3	5.8	6.3	6.3	6.2	15.1	8.2	11.9	23.8	10.6	31.1	18.4	6.7	
		2020年下期 (n=1,200)	19.4	57.5	15.0	13.5	17.7	35.8	27.5	13.9	23.5	8.9	26.0	7.0	7.0	7.2	6.7	6.0	6.2	7.4	6.3	6.3	5.9	6.0	18.5	10.8	12.6	25.9	14.6	35.6	18.9	7.7	
		2019年下期 (n=1,200)	19.1	57.7	13.3	13.1	18.0	35.2	25.7	13.5	24.8	8.6	26.6	7.6	8.3	9.6	7.8	7.3	6.8	7.0	7.3	6.6	6.3	6.5	18.8	10.4	11.6	25.8	16.4	34.5	18.8	8.3	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			-0.2	0.7	-0.2	0.6	0.3	1.2	0.6	0.5	1.5	-1.9	1.5	-2.5	-2.8	-0.1	-0.6	-1.7	-0.7	-1.4	-1.7	-2.4	-1.1	-2.2	0.5	0.8	1.6	1.8	1.1	-2.3	0.8
男性	40代	2023年下期 (n=1,200)	17.0	56.0	9.7	11.8	19.2	32.0	25.9	13.2	24.2	5.8	22.8	6.0	5.7	6.2	4.7	4.8	4.4	4.2	4.8	4.3	4.7	14.8	7.8	10.5	26.1	11.6	32.4	17.2	5.0		
		2022年下期 (n=1,200)	13.7	53.6	8.8	8.7	18.0	31.8	21.8	10.3	22.4	4.9	19.8	6.1	5.4	5.8	4.9	5.1	4.6	4.1	4.4	4.2	4.1	4.3	14.5	6.3	9.1	24.8	10.5	32.2	17.0	5.2	
		2021年下期 (n=1,200)	12.6	51.9	9.0	8.9	16.3	26.2	20.6	9.7	20.1	5.1	22.9	5.3	5.5	5.2	4.8	4.9	4.4	4.3	4.2	4.2	4.4	3.9	15.0	7.5	8.6	25.0	10.9	30.6	15.8	5.6	
		2020年下期 (n=1,200)	14.8	48.5	9.9	9.1	18.5	24.3	21.8	11.4	22.5	5.8	22.8	4.9	4.5	4.8	4.9	4.6	4.2	4.2	4.5	4.3	4.3	4.3	16.0	9.2	9.5	23.5	11.3	28.5	14.3	5.4	
		2019年下期 (n=1,200)	13.3	48.7	8.2	9.0	16.8	25.0	21.4	10.2	22.8	5.3	21.9	5.2	4.8	5.6	4.3	4.3	4.3	4.1	4.2	4.3	4.0	3.8	15.4	7.7	7.8	23.4	10.8	26.7	15.3	5.3	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			3.3	2.4	0.9	3.1	1.2	0.2	4.1	2.9	1.8	0.9	3.0	-0.1	0.3	0.4	-0.2	-0.3	-0.2	0.4	-0.2	0.6	0.2	0.4	0.3	1.5	1.4	1.3	1.1	0.2	0.2
男性	50代	2023年下期 (n=1,200)	7.0	39.7	3.8	3.6	15.8	19.3	18.2	6.1	17.2	2.0	14.2	2.3	2.3	2.5	2.0	2.3	1.8	2.2	1.7	1.8	1.7	1.8	8.7	3.3	4.5	20.9	4.6	23.8	14.3	2.9	
		2022年下期 (n=1,200)	6.7	35.9	4.2	4.0	15.9	17.2	15.0	5.1	15.6	2.8	13.6	2.2	2.2	2.3	1.8	2.1	1.8	1.8	1.8	2.2	1.8	1.5	9.4	3.8	3.8	19.9	4.9	22.2	14.3	2.9	
		2021年下期 (n=1,200)	6.7	39.3	4.8	3.9	17.9	16.6	15.6	5.2	14.2	2.5	16.0	2.2	1.9	2.8	2.0	1.5	1.8	1.7	2.3	2.3	1.8	2.0	11.2	3.8	3.8	22.3	3.8	21.4	13.5	2.9	
		2020年下期 (n=1,200)	6.3	35.6	5.1	3.4	16.9	14.0	13.3	4.2	14.6	2.2	16.1	1.6	1.8	2.1	1.7	1.6	1.4	1.5	1.1	1.6	1.3	1.3	9.3	4.6	4.2	17.9	4.8	17.8	11.9	2.5	
		2019年下期 (n=1,200)	6.0	35.8	4.1	4.2	18.8	13.5	13.1	3.7	16.6	2.0	15.3	1.5	1.8	1.4	1.7	1.9	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.5	10.0	3.5	3.5	20.0	4.8	20.3	13.6	2.2	
		2023年下期と2022年下期の差(pt)			0.3	3.8	-0.4	-0.4	-0.1	2.1	3.2	1.0	1.6	-0.8	0.6	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.0	0.4	-0.1	-0.4	-0.1	0.3	-0.7	-0.5	0.7	1.0	-0.3	1.6	0.0
男性	60代	2023年下期 (n=1,200)	4.9	30.3	2.8	2.7	21.6	14.4	16.0	4.2	16.0	1.3	13.7	1.7	1.4	1.8	1.2	1.4	1.3	1.3	0.9	1.3	0.8	0.9	8.1	2.7	2.9	23.4	3.5	17.0	11.3	1.8	
		2022年下期 (n=1,200)	4.2	28.8	2.4	1.6	21.1	12.4	17.0	3.4	16.3	0.9	13.4	1.2	1.0	1.2	0.9	1.1	1.0	0.8	0.7	1.1	0.8	0.6	6.6	1.6	2.0	23.1	2.9	14.3	10.5	1.5	
		2021年下期 (n=1,200)	4.2	31.3	3.8	2.8	24.2	12.4	18.0	4.1	13.8	2.3	16.8	2.0	2.2	2.4	2.5	1.8	1.7	1.7	1.8	2.3	2.3	1.8	8.2	3.0	2.9	25.8	4.2	1			

【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)

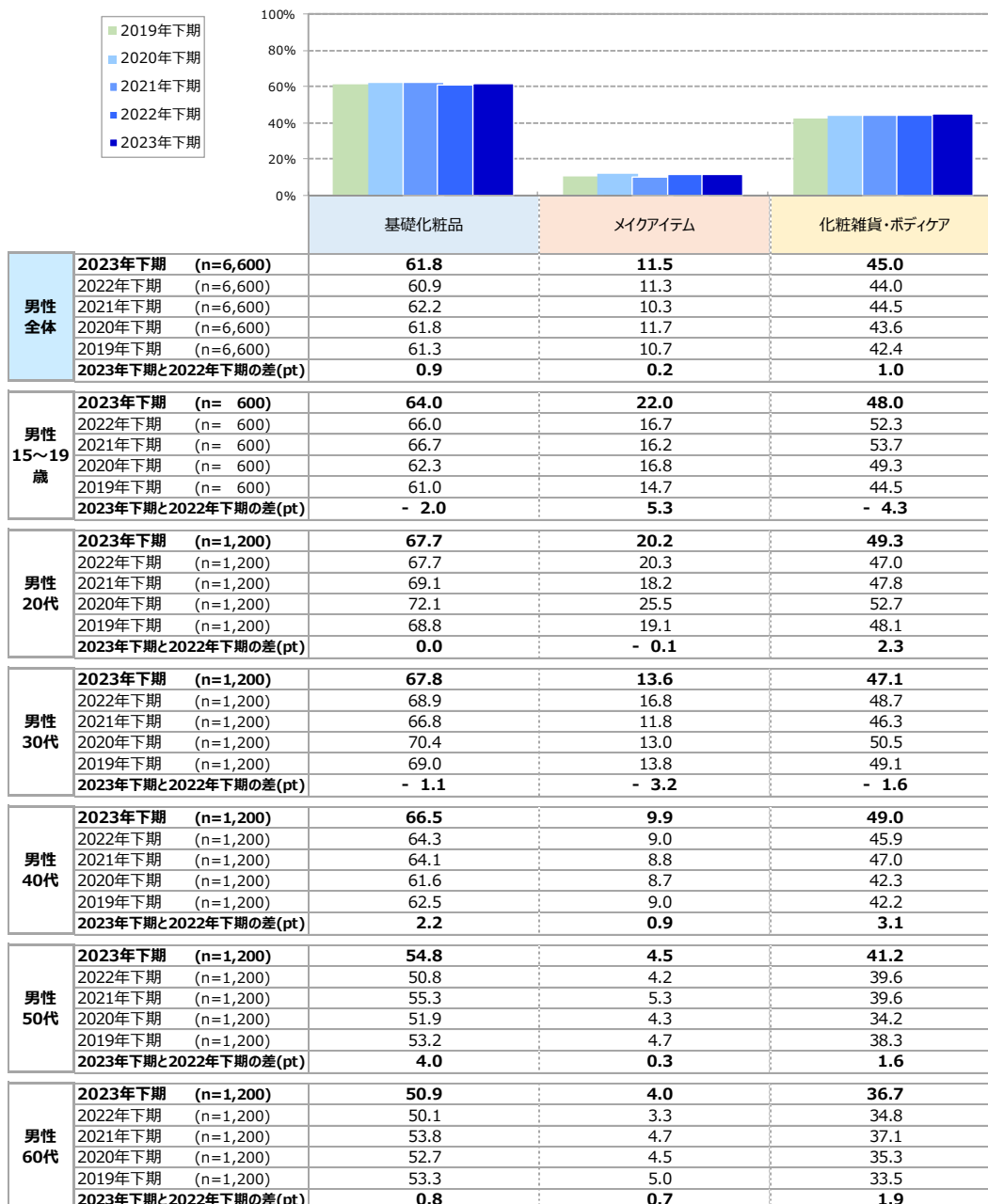
男性の購入率は【基礎化粧品】が突出。

【男性】

- 【基礎化粧品】が61.8%で突出。次いで【化粧雑貨・ボディケア】(45.0%)、【メイクアイテム】(11.5%)が続く。
- 年代別に購入率をみると、【基礎化粧品】は30代、【メイクアイテム】は15~19歳、【化粧雑貨・ボディケア】は20代が最も高い。
- 2022年との比較では、15~19歳で【メイクアイテム】の購入率が5.3pt増。

■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1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



【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」（5,489円）、2位「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（3,352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）」（4,119円）、2位「美容液」（3,300円）。
- 年代別にみると、10～40代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」、50～60代は「美容液」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。

		基礎化粧品										
		クレンジング	洗顔料	グラフィエビス 用リシンク	スパマツク・フエイ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ム液（まつげ美容液）	アイケア	リップケア
女性	女性全体	1,860 (n=4,372)	1,396 (n=5,277)	2,262 (n=1,129)	1,891 (n=2,406)	2,776 (n=5,032)	3,224 (n=3,977)	5,489 (n=2,903)	1,868 (n=4,389)	3,352 (n=1,696)	1,227 (n=3,541)	
	15～19歳	1,366 (n=333)	1,079 (n=429)	2,084 (n=133)	1,557 (n=338)	1,517 (n=426)	1,681 (n=355)	2,435 (n=226)	1,477 (n=456)	2,300 (n=236)	1,652 (n=362)	
	20代	1,801 (n=846)	1,358 (n=933)	2,161 (n=336)	1,835 (n=592)	2,296 (n=918)	2,541 (n=793)	4,012 (n=581)	2,000 (n=832)	3,349 (n=489)	1,666 (n=696)	
	30代	2,136 (n=848)	1,430 (n=974)	2,501 (n=254)	1,828 (n=477)	2,658 (n=934)	2,994 (n=761)	5,469 (n=553)	1,816 (n=829)	3,427 (n=356)	1,241 (n=658)	
	40代	1,892 (n=823)	1,516 (n=980)	2,244 (n=168)	1,927 (n=395)	3,135 (n=928)	3,736 (n=709)	6,089 (n=531)	2,022 (n=779)	3,964 (n=238)	1,053 (n=655)	
	50代	1,791 (n=785)	1,367 (n=990)	2,252 (n=118)	2,014 (n=325)	2,953 (n=909)	3,645 (n=672)	6,525 (n=483)	1,762 (n=747)	3,582 (n=202)	917 (n=609)	
	60代	1,874 (n=737)	1,448 (n=971)	2,268 (n=120)	2,332 (n=279)	3,424 (n=917)	4,123 (n=687)	6,890 (n=529)	1,960 (n=746)	3,533 (n=175)	931 (n=561)	
			1位	2位								

※全体、各年代において

■ 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。

		基礎化粧品											
		クレンジング	洗顔料	グラフィエビス 用リシンク	スパマツク・フエイ	プロフイタ ショ ユン エ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ム液（まつげ美容液）	アイケア	リップケア
男性	男性全体	1,687 (n=1,043)	1,129 (n=3,232)	2,389 (n=671)	2,504 (n=735)	2,021 (n=1,206)	1,938 (n=2,024)	2,075 (n=1,699)	3,300 (n=906)	1,905 (n=1,581)	4,119 (n=426)	1,875 (n=1,332)	
	15～19歳	1,457 (n=147)	1,350 (n=304)	2,662 (n=100)	2,633 (n=122)	2,812 (n=95)	2,017 (n=236)	2,030 (n=203)	2,795 (n=152)	1,965 (n=229)	4,277 (n=75)	3,030 (n=158)	
	20代	1,533 (n=288)	1,320 (n=707)	1,943 (n=207)	2,415 (n=223)	2,218 (n=211)	2,040 (n=531)	2,412 (n=419)	3,405 (n=266)	2,142 (n=360)	3,980 (n=140)	2,586 (n=290)	
	30代	2,217 (n=261)	1,412 (n=709)	3,352 (n=168)	3,444 (n=173)	3,041 (n=221)	2,229 (n=468)	2,573 (n=356)	4,131 (n=207)	2,701 (n=304)	5,187 (n=102)	2,429 (n=277)	
	40代	1,491 (n=204)	920 (n=672)	2,257 (n=116)	1,866 (n=142)	1,781 (n=230)	1,806 (n=384)	1,803 (n=311)	2,764 (n=158)	1,610 (n=290)	3,511 (n=69)	1,325 (n=273)	
	50代	1,685 (n=84)	817 (n=476)	1,389 (n=46)	1,834 (n=43)	1,468 (n=190)	1,528 (n=232)	1,622 (n=218)	3,329 (n=73)	1,352 (n=206)	3,140 (n=24)	770 (n=170)	
	60代	1,352 (n=59)	813 (n=364)	1,337 (n=34)	1,277 (n=32)	1,319 (n=259)	1,568 (n=173)	1,420 (n=192)	2,480 (n=50)	1,163 (n=192)	1,894 (n=16)	630 (n=164)	
			1位	2位									

※全体、各年代において

【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2022年との比較では、男女とも「フェイス用スクラブ・ピーリング」の増加幅が最も大きい。

【女性】

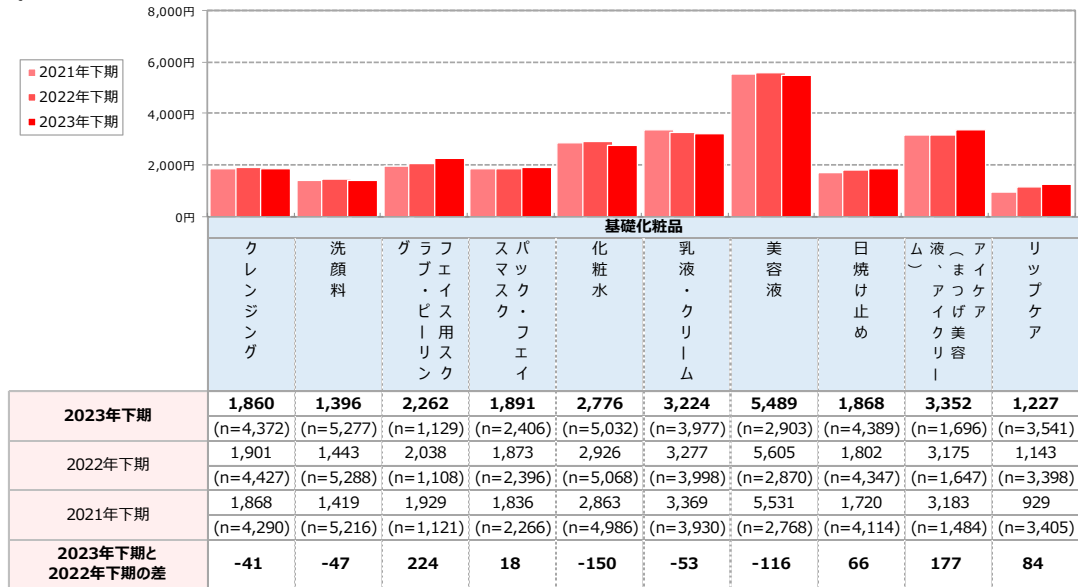
- 2022年との比較では、「フェイス用スクラブ・ピーリング」（224円増）、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（177円増）で100円以上増加している。

【男性】

- 2022年との比較では、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」以外で増加している。なかでも「フェイス用スクラブ・ピーリング」（265円増）、「美容液」（257円増）では200円以上増加している。

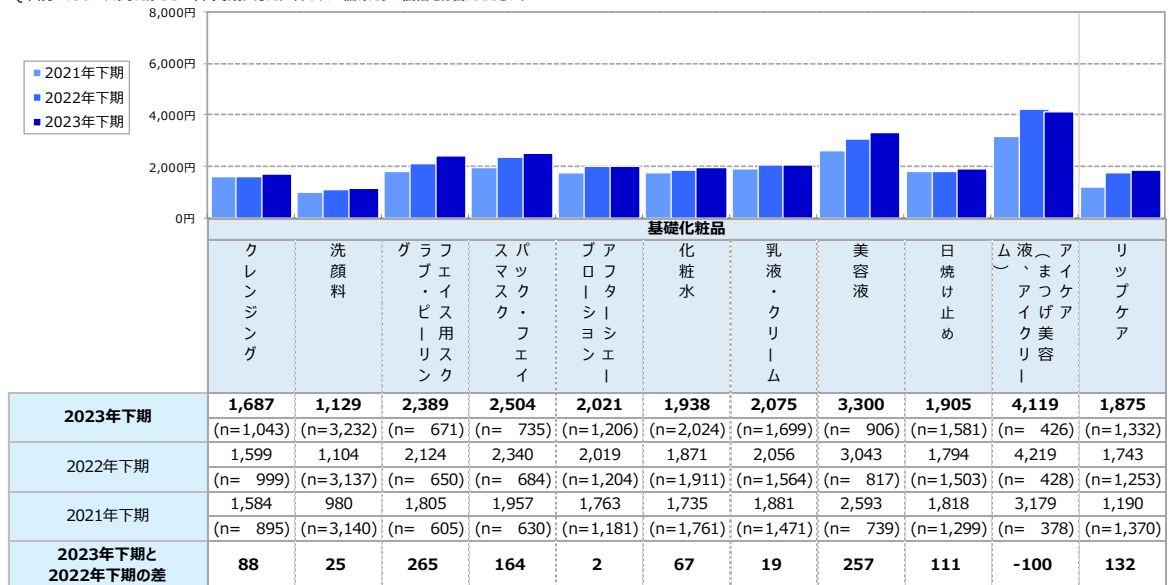
■ 購入アイテム1個あたりの価格：基礎化粧品（各アイテムの購入者／各単一回答）

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。



【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「ハイライター・シェーディング」。

【女性】

- 1位「ファンデーション」（3,064円）、2位「ハイライター・シェーディング」（2,836円）。
- 年代別にみると、15～19歳は「チーク」、20代は「ハイライター・シェーディング」、30～60代は「ファンデーション」が1位。

【男性】

- 1位「ハイライター・シェーディング」（4,980円）、2位「マスカラ」（4,634円）。
- 年代別にみると、10～40代は「ハイライター・シェーディング」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	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	ハイライター・シェーディング
女性全体		2,336 (n=2,864)	1,927 (n=1,754)	3,064 (n=3,463)	2,766 (n=2,576)	1,373 (n=3,444)	2,265 (n=2,765)	1,662 (n=2,571)	1,951 (n=2,429)	2,356 (n=2,495)	2,427 (n=1,672)	2,836 (n=1,146)
女性 年代別	15～19歳	1,317 (n=270)	1,325 (n=272)	1,710 (n=261)	1,371 (n=319)	1,312 (n=311)	1,819 (n=361)	1,475 (n=350)	1,562 (n=323)	1,950 (n=346)	2,252 (n=194)	2,177 (n=206)
	20代	2,206 (n=647)	1,910 (n=471)	2,790 (n=637)	2,517 (n=574)	1,583 (n=701)	2,682 (n=632)	1,961 (n=626)	2,105 (n=567)	2,605 (n=610)	2,705 (n=391)	2,959 (n=375)
	30代	2,462 (n=612)	2,232 (n=333)	3,270 (n=634)	2,895 (n=518)	1,511 (n=664)	2,293 (n=577)	1,744 (n=547)	2,139 (n=517)	2,453 (n=456)	2,668 (n=361)	3,010 (n=259)
	40代	2,469 (n=506)	2,077 (n=281)	3,187 (n=665)	3,154 (n=430)	1,207 (n=641)	2,089 (n=474)	1,493 (n=427)	1,854 (n=437)	2,256 (n=382)	2,307 (n=273)	3,032 (n=140)
	50代	2,438 (n=450)	1,841 (n=239)	3,153 (n=631)	3,106 (n=368)	1,244 (n=573)	2,052 (n=384)	1,525 (n=321)	1,801 (n=315)	2,212 (n=360)	2,103 (n=230)	2,695 (n=88)
	60代	2,784 (n=379)	2,235 (n=158)	3,471 (n=635)	3,390 (n=367)	1,304 (n=554)	2,404 (n=337)	1,492 (n=300)	2,065 (n=270)	2,458 (n=341)	2,185 (n=223)	3,222 (n=78)
※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	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	ハイライター・シェーディング
男性全体		2,175 (n=470)	2,426 (n=451)	2,834 (n=465)	3,161 (n=432)	3,187 (n=410)	3,587 (n=401)	3,684 (n=393)	4,634 (n=360)	4,459 (n=391)	4,525 (n=360)	4,980 (n=361)
男性 年代別	15～19歳	1,779 (n=90)	1,892 (n=89)	2,566 (n=82)	2,982 (n=81)	2,809 (n=79)	3,015 (n=83)	3,696 (n=71)	4,279 (n=75)	3,492 (n=77)	4,164 (n=64)	4,608 (n=66)
	20代	1,549 (n=155)	2,128 (n=155)	2,387 (n=145)	2,614 (n=156)	2,917 (n=140)	3,528 (n=135)	3,235 (n=141)	4,328 (n=123)	4,366 (n=132)	4,648 (n=128)	4,667 (n=124)
	30代	3,508 (n=106)	3,863 (n=94)	4,263 (n=112)	4,949 (n=101)	5,408 (n=89)	4,832 (n=93)	5,309 (n=86)	5,823 (n=81)	6,328 (n=88)	5,747 (n=87)	6,584 (n=83)
	40代	2,469 (n=72)	2,284 (n=68)	2,440 (n=74)	2,532 (n=56)	2,020 (n=57)	3,115 (n=53)	2,560 (n=54)	4,826 (n=50)	3,938 (n=57)	3,673 (n=52)	5,396 (n=56)
	50代	1,361 (n=27)	1,779 (n=28)	1,820 (n=30)	1,969 (n=24)	1,852 (n=28)	2,968 (n=22)	2,562 (n=26)	3,055 (n=20)	2,930 (n=22)	2,622 (n=20)	1,824 (n=21)
	60代	1,790 (n=20)	1,635 (n=17)	2,205 (n=22)	1,943 (n=14)	1,653 (n=17)	2,130 (n=15)	4,530 (n=15)	3,700 (n=11)	3,517 (n=15)	2,672 (n=9)	2,573 (n=11)
※全体、各年代において		1位	2位									

【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2022年との比較では、女性は「ハイライター・シェーディング」、男性は「マスカラ」の増加幅が最も大きい。

【女性】

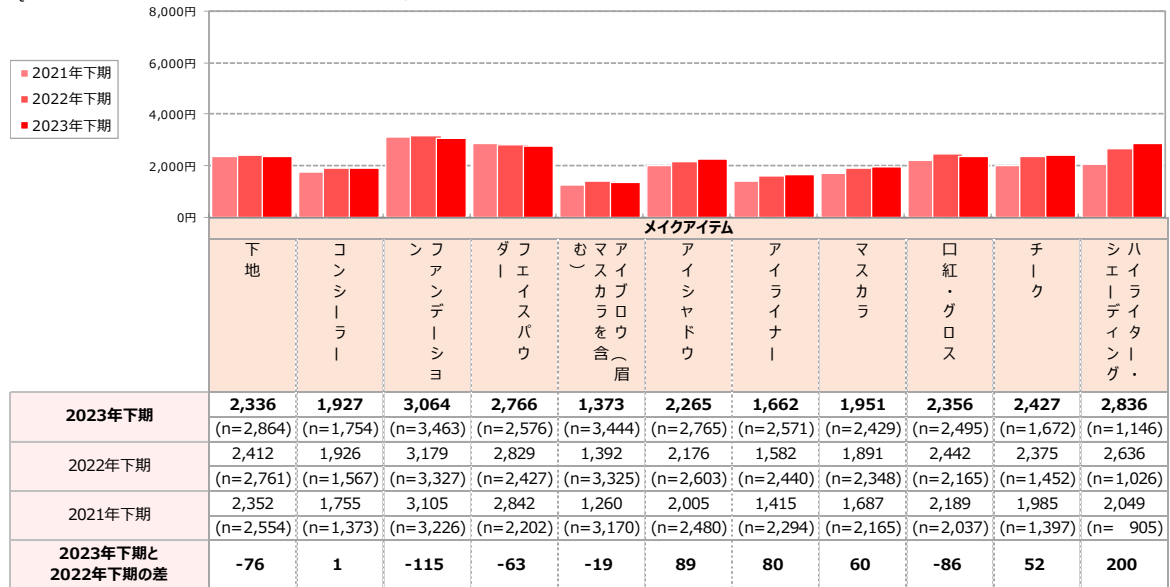
- 2022年との比較では、「ハイライター・シェーディング」では200円増加。

【男性】

- 2022年との比較では、「ファンデーション」以外で増加しており、「マスカラ」（1,028円増）、「口紅・グロス」（1,019円増）では1,000円以上と増加幅が大きい。

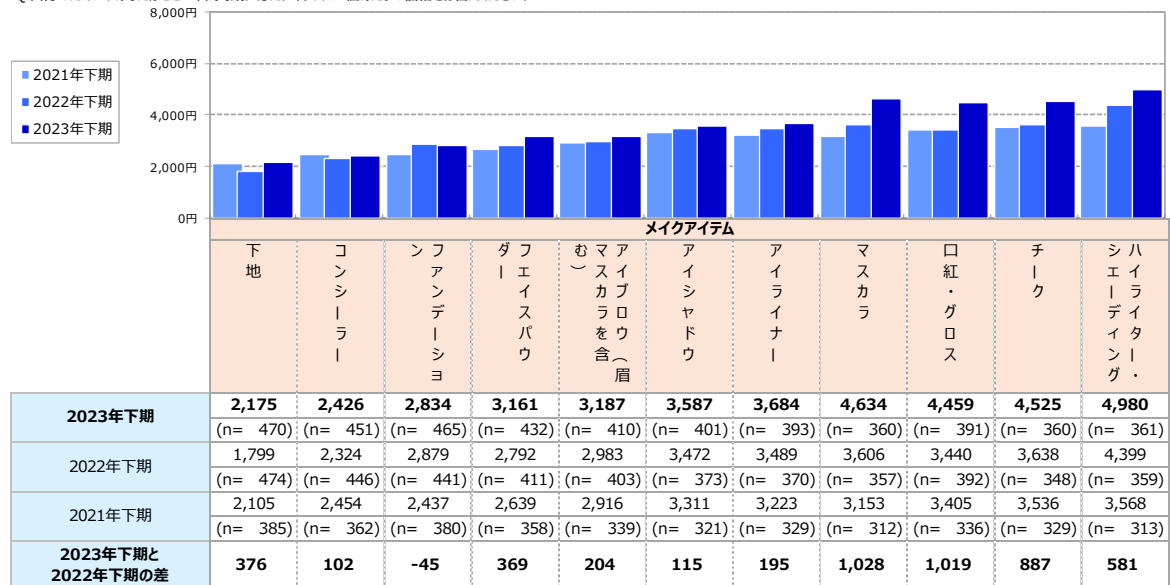
■ 購入アイテム1個あたりの価格：メイクアイテム（各アイテムの購入者/各単一回答）

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。



【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）」（4,961円）、2位「脱毛・除毛剤」（2,129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）」（4,828円）、2位「ネイル用品（ポリッシュ、ネイルケア用品など）」（4,594円）。
- 年代別にみると、15～19歳・30代は「ネイル用品（ポリッシュ、ネイルケア用品など）」、20代・40～60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 リロ ムシ ノヨ	ポ デ イス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ム	あ ぶ ら り 紙	シトフ 、エ トカ ラス ダシ ふ き	※レ 制汗 剤・ 香水 フレ グ ラ ン ス は ス ハ ン ス な ど フ	ど ル リ ネ ケ ッ イ ル ア シ ル 用 品 、 品 な い ホ	
女性	女性全体	1,607 (n=2,248)	2,109 (n= 813)	2,129 (n= 682)	1,221 (n=3,412)	1,829 (n= 796)	1,070 (n=2,264)	4,961 (n=1,504)	1,818 (n=1,758)	
	年代別	15～19歳	1,050 (n= 196)	1,423 (n= 127)	1,670 (n= 148)	1,273 (n= 257)	1,873 (n= 132)	1,208 (n= 283)	3,427 (n= 238)	2,105 (n= 248)
		20代	1,620 (n= 460)	2,199 (n= 294)	2,305 (n= 226)	1,642 (n= 505)	2,424 (n= 217)	1,427 (n= 490)	5,038 (n= 418)	2,221 (n= 439)
		30代	1,710 (n= 471)	2,492 (n= 169)	2,553 (n= 143)	1,370 (n= 555)	2,329 (n= 145)	1,366 (n= 422)	5,396 (n= 254)	1,891 (n= 335)
		40代	1,638 (n= 390)	2,151 (n= 111)	1,716 (n= 90)	1,150 (n= 657)	1,293 (n= 126)	759 (n= 421)	5,130 (n= 240)	1,718 (n= 285)
		50代	1,569 (n= 360)	2,133 (n= 67)	2,605 (n= 42)	974 (n= 691)	1,162 (n= 89)	706 (n= 387)	5,387 (n= 186)	1,128 (n= 246)
		60代	1,760 (n= 371)	1,881 (n= 45)	1,664 (n= 33)	1,098 (n= 747)	905 (n= 87)	810 (n= 261)	5,575 (n= 168)	1,459 (n= 205)
	※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 リロ ムシ ノヨ	ポ デ イス ク ラ ブ	脱 毛 ・ 除 毛 剤	ハ ン ド ク リ ム	あ ぶ ら り 紙	シトフ 、エ トカ ラス ダシ ふ き	※レ 制汗 剤・ 香水 フレ グ ラ ン ス は ス ハ ン ス な ど フ	ど ル リ ネ ケ ッ イ ル ア シ ル 用 品 、 品 な い ホ	
男性	男性全体	1,806 (n= 962)	2,518 (n= 559)	2,652 (n= 755)	1,491 (n=1,677)	2,258 (n= 684)	1,340 (n=1,822)	4,828 (n=1,216)	4,594 (n= 449)	
	年代別	15～19歳	1,662 (n= 124)	2,393 (n= 87)	2,535 (n= 133)	1,732 (n= 174)	2,342 (n= 105)	2,284 (n= 186)	3,880 (n= 133)	5,153 (n= 87)
		20代	1,505 (n= 239)	2,323 (n= 173)	2,073 (n= 235)	1,813 (n= 342)	2,596 (n= 175)	1,678 (n= 382)	4,976 (n= 321)	4,023 (n= 155)
		30代	2,693 (n= 220)	3,700 (n= 134)	3,977 (n= 172)	2,208 (n= 316)	3,169 (n= 168)	1,799 (n= 376)	5,164 (n= 249)	6,204 (n= 90)
		40代	1,639 (n= 178)	1,837 (n= 94)	2,372 (n= 126)	1,234 (n= 313)	1,458 (n= 139)	970 (n= 389)	5,149 (n= 206)	4,656 (n= 60)
		50代	1,357 (n= 104)	1,700 (n= 39)	2,082 (n= 54)	926 (n= 251)	1,238 (n= 55)	615 (n= 285)	4,004 (n= 172)	3,166 (n= 35)
		60代	1,505 (n= 97)	1,958 (n= 32)	2,363 (n= 35)	935 (n= 281)	975 (n= 42)	715 (n= 204)	5,346 (n= 135)	1,916 (n= 22)
※全体、各年代において		1位	2位							

【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2022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「ボディスクラブ」の増加幅が最も大きい。

【女性】

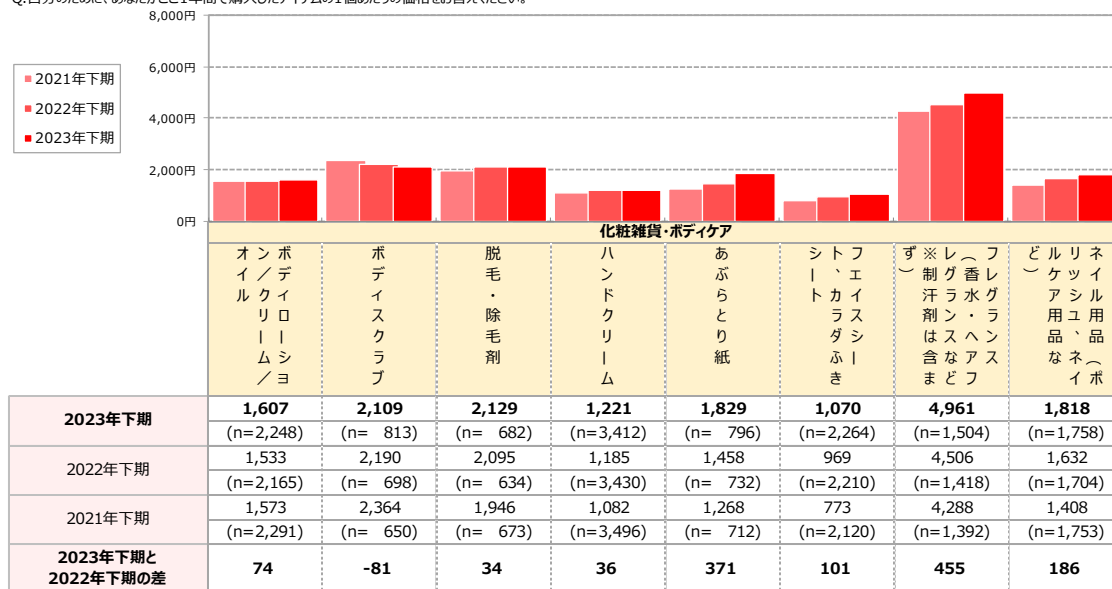
- 2022年との比較では、「ボディスクラブ」以外で増加しており、「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（455円増）、「あぶらとり紙」（371円増）で300円以上増加。

【男性】

- 2022年との比較では、全項目で増加しており、「ボディスクラブ」（526円増）、「ネイル用品（ポリッシュ、ネイルケア用品など）」（412円増）、「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）」（379円増）で300円以上増加。

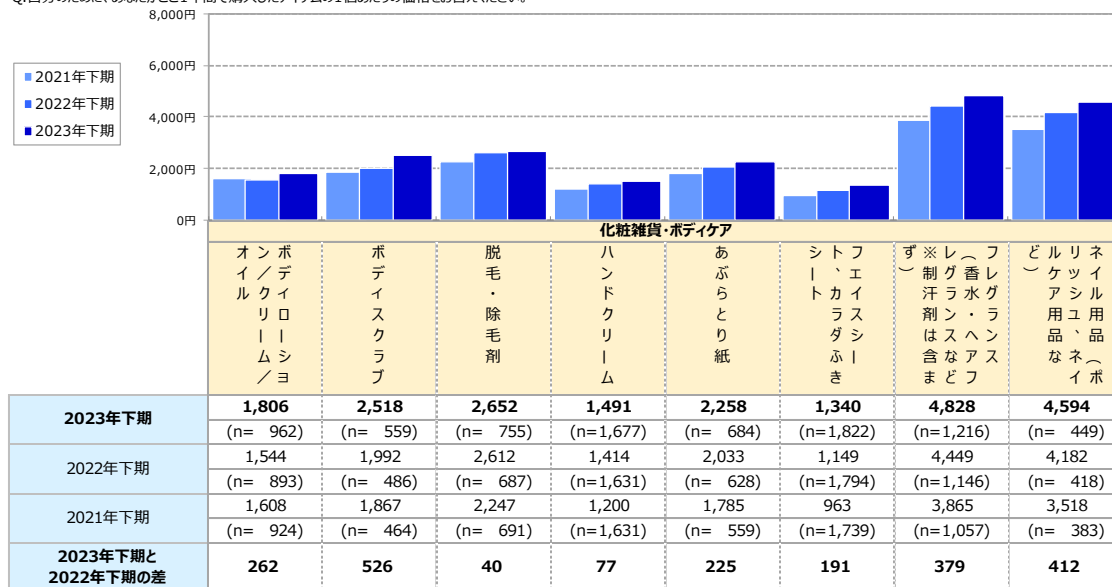
■ 購入アイテム1個あたりの価格：化粧雑貨・ボディケア（各アイテムの購入者/各単一回答）

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。



【男女】アイテム購入回数：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」（3.6個）、2位「化粧水」（3.1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）」（3.4個）、2位「洗顔料」（2.9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）」、40～60代は「洗顔料」が1位。

■アイテム購入回数：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											
		クレンジング	洗顔料	グラフィエイブルスキンケア	スパマスク・フェイスマスク	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ムレ（まつげ美容液）	アイケア	リップケア	
女性	女性全体	2.9 (n=4,372)	3.1 (n=5,277)	2.1 (n=1,129)	3.6 (n=2,406)	3.1 (n=5,032)	2.9 (n=3,977)	3.0 (n=2,903)	2.5 (n=4,389)	2.4 (n=1,696)	2.6 (n=3,541)		
	年代別	15～19歳	2.1 (n=333)	2.5 (n=429)	2.4 (n=133)	3.1 (n=338)	2.5 (n=426)	2.3 (n=355)	2.4 (n=226)	2.9 (n=456)	2.3 (n=236)	2.5 (n=362)	
		20代	2.4 (n=846)	2.5 (n=933)	2.4 (n=336)	3.5 (n=592)	2.8 (n=918)	2.6 (n=793)	2.6 (n=581)	2.5 (n=832)	2.5 (n=489)	2.6 (n=696)	
		30代	2.7 (n=848)	2.9 (n=974)	2.0 (n=254)	3.5 (n=477)	3.0 (n=934)	2.8 (n=761)	2.8 (n=553)	2.3 (n=829)	2.2 (n=356)	2.5 (n=658)	
		40代	3.2 (n=823)	3.3 (n=980)	1.8 (n=168)	3.9 (n=395)	3.4 (n=928)	3.1 (n=709)	3.1 (n=531)	2.6 (n=779)	2.4 (n=238)	2.7 (n=655)	
		50代	3.4 (n=785)	3.6 (n=990)	2.0 (n=118)	3.9 (n=325)	3.4 (n=909)	3.2 (n=672)	3.5 (n=483)	2.5 (n=747)	2.4 (n=202)	2.8 (n=609)	
		60代	3.1 (n=737)	3.4 (n=971)	1.8 (n=120)	3.5 (n=279)	3.3 (n=917)	3.0 (n=687)	3.2 (n=529)	2.2 (n=746)	2.4 (n=175)	2.4 (n=561)	
	※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：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											
		クレンジング	洗顔料	グラフィエイブルスキンケア	スパマスク・フェイスマスク	プロトシオン	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	ムレ（まつげ美容液）	アイケア	リップケア
男性	男性全体	2.3 (n=1,043)	2.9 (n=3,232)	2.5 (n=671)	2.8 (n=735)	2.6 (n=1,206)	2.7 (n=2,024)	2.6 (n=1,699)	2.7 (n=906)	2.1 (n=1,581)	3.4 (n=426)	2.4 (n=1,332)	
	年代別	15～19歳	2.5 (n=147)	2.8 (n=304)	2.6 (n=100)	3.1 (n=122)	3.5 (n=95)	2.7 (n=236)	2.7 (n=203)	2.7 (n=152)	2.4 (n=229)	3.9 (n=75)	2.6 (n=158)
		20代	2.3 (n=288)	2.7 (n=707)	2.6 (n=207)	2.7 (n=223)	2.8 (n=211)	2.7 (n=531)	2.6 (n=419)	2.8 (n=266)	2.3 (n=360)	3.3 (n=140)	2.5 (n=290)
		30代	2.6 (n=261)	2.9 (n=709)	2.6 (n=168)	3.1 (n=173)	2.9 (n=221)	2.7 (n=468)	2.7 (n=356)	2.9 (n=207)	2.9 (n=304)	3.4 (n=102)	2.6 (n=277)
		40代	2.2 (n=204)	3.2 (n=672)	2.3 (n=116)	2.5 (n=142)	2.7 (n=230)	2.7 (n=384)	2.6 (n=311)	2.4 (n=158)	2.1 (n=290)	3.2 (n=69)	2.4 (n=273)
		50代	1.9 (n=84)	3.0 (n=476)	2.0 (n=46)	2.5 (n=43)	2.3 (n=190)	2.6 (n=232)	2.3 (n=218)	2.3 (n=73)	1.6 (n=206)	2.5 (n=24)	1.9 (n=170)
		60代	2.1 (n=59)	2.9 (n=364)	2.0 (n=34)	2.4 (n=32)	2.2 (n=259)	2.6 (n=173)	2.4 (n=192)	2.3 (n=50)	1.7 (n=192)	2.4 (n=16)	2.2 (n=164)
	※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								

【男女】アイテム購入個数：基礎化粧品《各アイテムの購入者》

男女ともに、購入した基礎化粧品の個数は2022年に比べて微増傾向。

【女性】

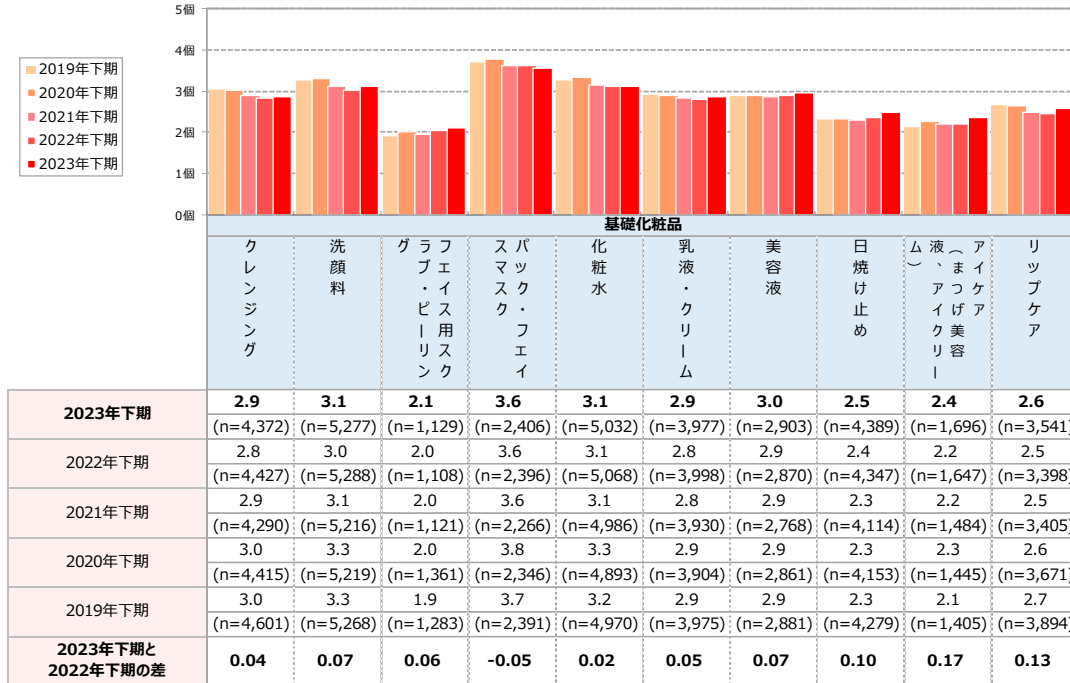
- 2022年との比較では、全体的に微増傾向がみられる。「フェイス用スクラブ・ピーリング」「美容液」「日焼け止め」では2019年以降微増傾向。

【男性】

- 2022年との比較では、全体的に微増傾向がみられ、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」では0.52個増で最も増加幅が大きい。

■ 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）

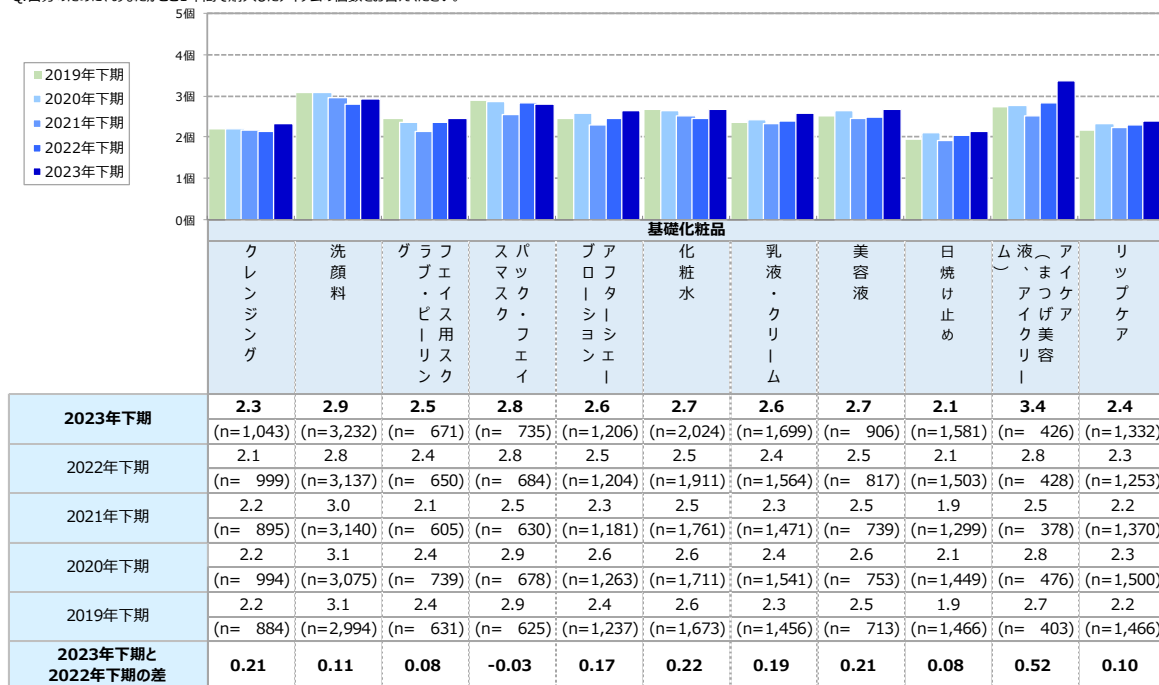
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2023年下期と2022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

■ 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。



※2023年下期と2022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

【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「口紅・グロス」、男性は「マスカラ」が最多。

【女性】

- 1位「口紅・グロス」(2.3個)、2位「アイブロウ(眉マスカラを含む)」「アイライナー」(2.2個)。
- 年代別にみると、10~20代は「口紅・グロス」、30~40代は「マスカラ」、50~60代は「ファンデーション」が1位。

【男性】

- 1位「マスカラ」(3.4個)、2位「チーク」「ハイライター・シェーディング」(3.3個)。
- 年代別にみると、15~19歳は「ハイライター・シェーディング」、20~30代は「マスカラ」、40代は「アイライナー」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	アイブロウパウダー	マスカラ(眉を含む)	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	2.0 (n=2,864)	1.8 (n=1,754)	2.2 (n=3,463)	2.0 (n=2,576)	2.2 (n=3,444)	2.2 (n=2,765)	2.2 (n=2,571)	2.2 (n=2,429)	2.3 (n=2,495)	1.9 (n=1,672)	2.1 (n=1,146)	
	15~19歳	1.8 (n=270)	1.7 (n=272)	1.9 (n=261)	2.0 (n=319)	2.1 (n=311)	2.5 (n=361)	2.2 (n=350)	2.1 (n=323)	2.8 (n=346)	2.3 (n=194)	2.4 (n=206)	
	20代	1.9 (n=647)	1.9 (n=471)	2.0 (n=637)	2.1 (n=574)	2.2 (n=701)	2.4 (n=632)	2.2 (n=626)	2.3 (n=567)	2.6 (n=610)	2.4 (n=391)	2.3 (n=375)	
	30代	2.0 (n=612)	1.8 (n=333)	2.0 (n=634)	2.0 (n=518)	2.2 (n=664)	2.1 (n=577)	2.2 (n=547)	2.2 (n=517)	2.2 (n=456)	1.9 (n=361)	2.1 (n=259)	
	40代	2.1 (n=506)	1.7 (n=281)	2.3 (n=665)	1.9 (n=430)	2.3 (n=641)	2.2 (n=474)	2.4 (n=427)	2.4 (n=437)	2.3 (n=382)	1.8 (n=273)	1.9 (n=140)	
	50代	2.2 (n=450)	1.8 (n=239)	2.5 (n=631)	1.9 (n=368)	2.4 (n=573)	1.9 (n=384)	2.3 (n=321)	2.2 (n=315)	2.1 (n=360)	1.6 (n=230)	1.7 (n=88)	
	60代	2.1 (n=379)	1.6 (n=158)	2.4 (n=635)	1.7 (n=367)	2.2 (n=554)	1.7 (n=337)	2.2 (n=300)	2.0 (n=270)	1.8 (n=341)	1.4 (n=223)	1.4 (n=78)	
		※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	アイブロウパウダー	マスカラ(眉を含む)	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 (n=470)	2.5 (n=451)	2.7 (n=465)	2.9 (n=432)	3.1 (n=410)	3.1 (n=401)	3.3 (n=393)	3.4 (n=360)	3.3 (n=391)	3.3 (n=360)	3.3 (n=361)	
	15~19歳	2.4 (n=90)	2.5 (n=89)	3.1 (n=82)	3.2 (n=81)	3.4 (n=79)	3.1 (n=83)	3.6 (n=71)	3.5 (n=75)	3.5 (n=77)	3.7 (n=64)	3.7 (n=66)	
	20代	2.4 (n=155)	2.7 (n=155)	2.7 (n=145)	2.9 (n=156)	3.2 (n=140)	3.4 (n=135)	3.2 (n=141)	3.6 (n=123)	3.4 (n=132)	3.4 (n=128)	3.4 (n=124)	
	30代	2.9 (n=106)	2.9 (n=94)	2.9 (n=112)	3.1 (n=101)	3.2 (n=89)	3.3 (n=93)	3.6 (n=86)	3.7 (n=81)	3.5 (n=88)	3.5 (n=87)	3.6 (n=83)	
	40代	2.2 (n=72)	2.3 (n=68)	2.4 (n=74)	2.7 (n=56)	2.8 (n=57)	2.9 (n=53)	3.3 (n=54)	3.1 (n=50)	2.9 (n=57)	2.9 (n=52)	3.0 (n=56)	
	50代	2.1 (n=27)	1.8 (n=28)	1.8 (n=30)	2.1 (n=24)	2.2 (n=28)	2.3 (n=22)	2.3 (n=26)	2.4 (n=20)	2.3 (n=22)	2.3 (n=20)	2.3 (n=21)	
	60代	1.8 (n=20)	1.5 (n=17)	2.1 (n=22)	2.4 (n=14)	1.8 (n=17)	2.1 (n=15)	2.0 (n=15)	1.6 (n=11)	2.3 (n=15)	2.9 (n=9)	2.3 (n=11)	
		※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								

【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、男女とも2022年に比べて微増傾向。

【女性】

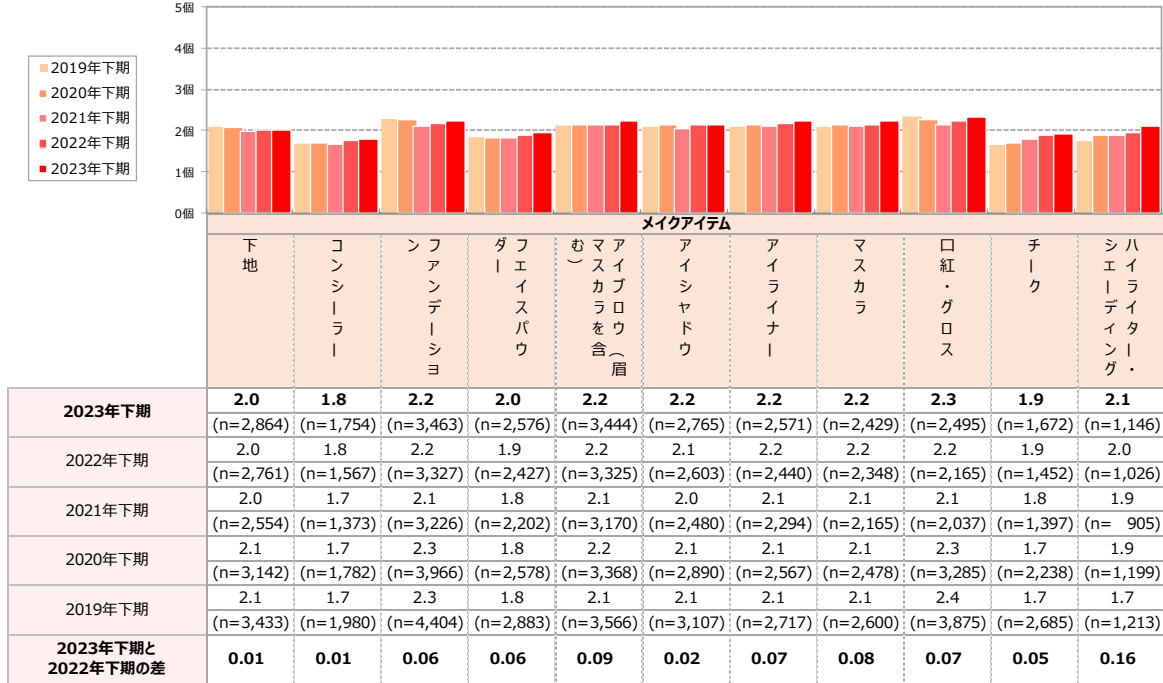
- 2022年との比較では、全体的に微増傾向。最も増加幅が大きいのは「ハイライター・シェーディング」(0.16個増)。

【男性】

- 2022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「マスカラ」(0.30個増)。

■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)

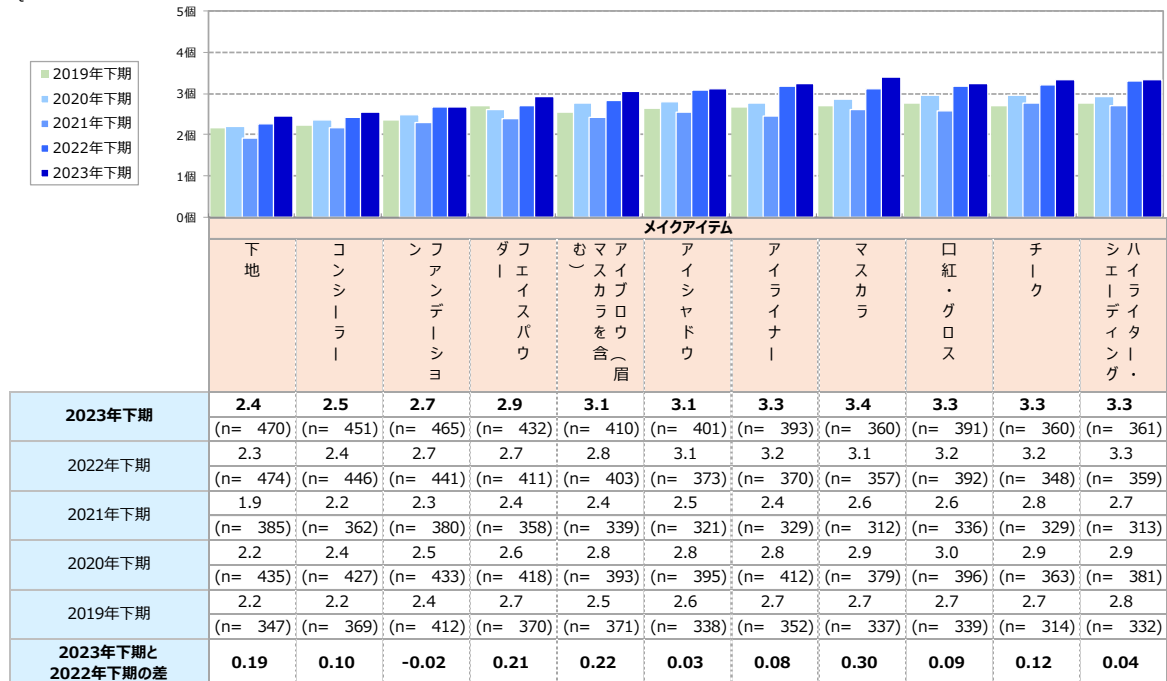
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2023年下期と2022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

■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。



※2023年下期と2022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

【男女】アイテム購入回数：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、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、ネイルケア用品など）」（3.1個）、2位「あぶらとり紙」（2.6個）。
- 年代別にみると、10～50代で「ネイル用品（ポリッシュ、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、ネイルケア用品など）」（3.2個）、2位「フェイスシート、カラダふきシート」（2.9個）。
- 年代別にみると、10～30代は「ネイル用品（ポリッシュ、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。

■アイテム購入回数：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								
		オンボイ/テクニカルリムシム/ヨ	ボディスクラブ	脱毛・除毛剤	ハンドクリーム	あぶらとり紙	シート、エトラスダふき	ず制汗剤は含まど	※レグ香水・ラハンアス	フケツル用品、なネイ
女性	女性全体	2.4 (n=2,248)	2.2 (n= 813)	2.4 (n= 682)	2.3 (n=3,412)	2.6 (n= 796)	2.5 (n=2,264)	2.2 (n=1,504)	3.1 (n=1,758)	
	15～19歳	2.2 (n= 196)	2.3 (n= 127)	2.3 (n= 148)	2.0 (n= 257)	2.6 (n= 132)	2.3 (n= 283)	2.3 (n= 238)	3.4 (n= 248)	
		2.5 (n= 460)	2.4 (n= 294)	2.8 (n= 226)	2.3 (n= 505)	3.1 (n= 217)	2.5 (n= 490)	2.5 (n= 418)	3.5 (n= 439)	
	20代	2.5 (n= 471)	2.1 (n= 169)	2.2 (n= 143)	2.3 (n= 555)	2.5 (n= 145)	2.3 (n= 422)	2.1 (n= 254)	3.2 (n= 335)	
		2.4 (n= 390)	2.1 (n= 111)	2.2 (n= 90)	2.3 (n= 657)	2.5 (n= 126)	2.8 (n= 421)	2.0 (n= 240)	2.9 (n= 285)	
	30代	2.6 (n= 360)	1.9 (n= 67)	2.0 (n= 42)	2.5 (n= 691)	2.4 (n= 89)	2.4 (n= 387)	2.0 (n= 186)	3.0 (n= 246)	
		2.3 (n= 371)	1.7 (n= 45)	2.3 (n= 33)	2.3 (n= 747)	2.1 (n= 87)	2.5 (n= 261)	2.0 (n= 168)	2.4 (n= 205)	
	40代	2.4 (n= 390)	2.1 (n= 111)	2.2 (n= 90)	2.3 (n= 657)	2.5 (n= 126)	2.8 (n= 421)	2.0 (n= 240)	2.9 (n= 285)	
50代	2.6 (n= 360)	1.9 (n= 67)	2.0 (n= 42)	2.5 (n= 691)	2.4 (n= 89)	2.4 (n= 387)	2.0 (n= 186)	3.0 (n= 246)		
60代	2.3 (n= 371)	1.7 (n= 45)	2.3 (n= 33)	2.3 (n= 747)	2.1 (n= 87)	2.5 (n= 261)	2.0 (n= 168)	2.4 (n= 205)		
		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：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								
		オンボイ/テクニカルリムシム/ヨ	ボディスクラブ	脱毛・除毛剤	ハンドクリーム	あぶらとり紙	シート、エトラスダふき	ず制汗剤は含まど	※レグ香水・ラハンアス	フケツル用品、なネイ
男性	男性全体	2.2 (n= 962)	2.5 (n= 559)	2.3 (n= 755)	2.0 (n=1,677)	2.9 (n= 684)	2.9 (n=1,822)	2.4 (n=1,216)	3.2 (n= 449)	
	15～19歳	2.4 (n= 124)	2.7 (n= 87)	2.2 (n= 133)	2.3 (n= 174)	3.3 (n= 105)	2.9 (n= 186)	2.9 (n= 133)	3.5 (n= 87)	
		2.2 (n= 239)	2.7 (n= 173)	2.4 (n= 235)	2.2 (n= 342)	3.0 (n= 175)	2.7 (n= 382)	2.6 (n= 321)	3.2 (n= 155)	
	20代	2.4 (n= 220)	2.5 (n= 134)	2.3 (n= 172)	2.2 (n= 316)	3.0 (n= 168)	3.2 (n= 376)	2.4 (n= 249)	3.7 (n= 90)	
		2.2 (n= 178)	2.3 (n= 94)	2.4 (n= 126)	2.0 (n= 313)	2.9 (n= 139)	3.1 (n= 389)	2.3 (n= 206)	2.9 (n= 60)	
	30代	1.8 (n= 104)	2.1 (n= 39)	1.9 (n= 54)	1.8 (n= 251)	2.1 (n= 55)	2.1 (n= 285)	1.9 (n= 172)	2.3 (n= 35)	
		1.8 (n= 97)	1.7 (n= 32)	1.9 (n= 35)	1.6 (n= 281)	2.3 (n= 42)	2.7 (n= 204)	2.0 (n= 135)	2.1 (n= 22)	
	40代	1.8 (n= 178)	2.3 (n= 94)	2.4 (n= 126)	2.0 (n= 313)	2.9 (n= 139)	3.1 (n= 389)	2.3 (n= 206)	2.9 (n= 60)	
50代	1.8 (n= 104)	2.1 (n= 39)	1.9 (n= 54)	1.8 (n= 251)	2.1 (n= 55)	2.1 (n= 285)	1.9 (n= 172)	2.3 (n= 35)		
60代	1.8 (n= 97)	1.7 (n= 32)	1.9 (n= 35)	1.6 (n= 281)	2.3 (n= 42)	2.7 (n= 204)	2.0 (n= 135)	2.1 (n= 22)		
		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						

【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2022年に比べて微増傾向。

【女性】

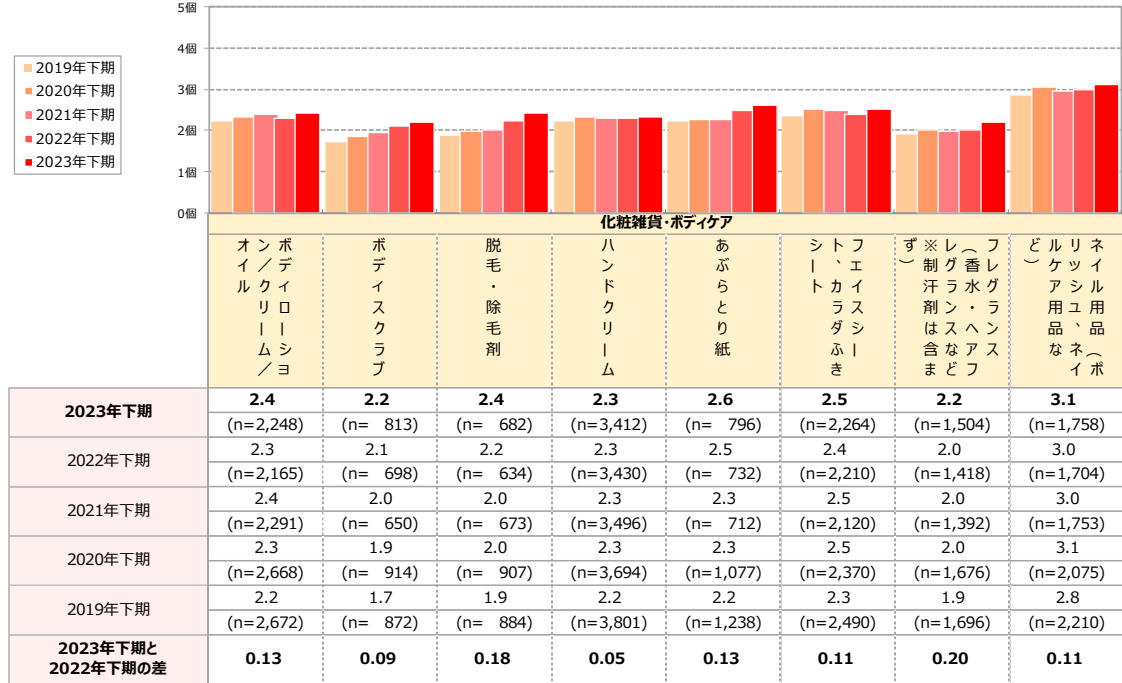
- 2022年との比較では、全体的に微増傾向。最も増加幅が大きいのは「フレグランス（香水・ヘアフレグランスなど※制汗剤は含まず）」（0.20個増）。

【男性】

- 2022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「あぶらとり紙」（0.20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）

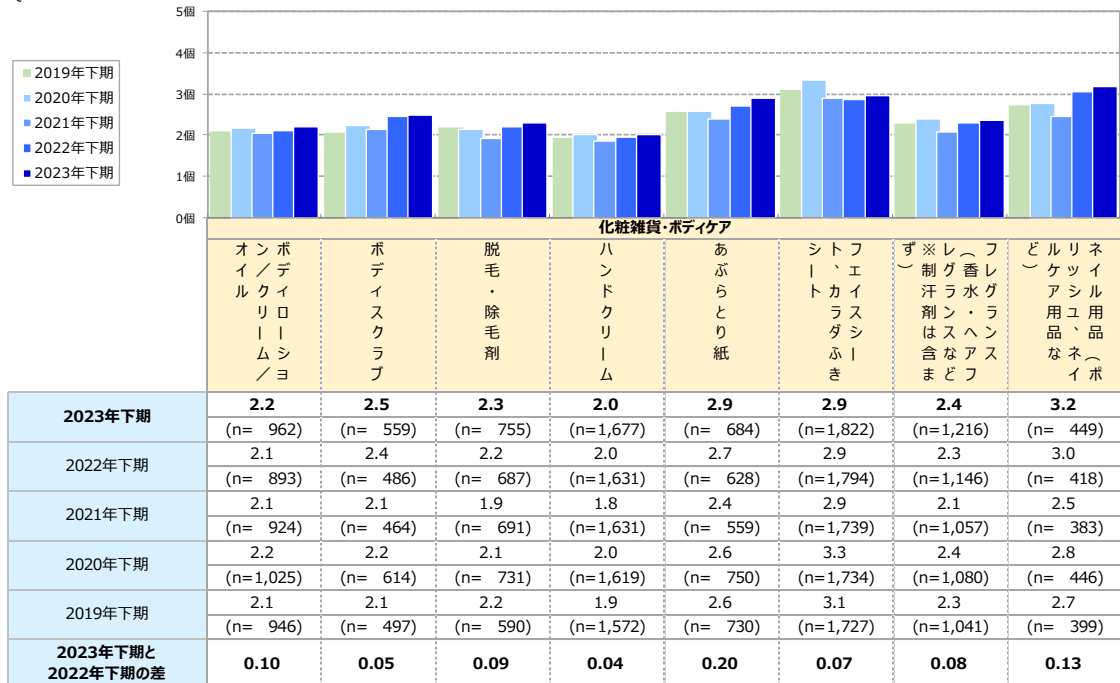
Q. 自分のために、あなたがここ1年間で購入したアイテムの個数をお答えください。



※2023年下期と2022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

■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。



※2023年下期と2022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

【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」（1万6,302円）、2位「乳液・クリーム」（9,221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）」（1万3,799円）、2位「美容液」（8,844円）。
- 年代別にみると、10～40代は「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」、50～60代は「美容液」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。

		基礎化粧品									
		クレンジング	洗顔料	グラフィエイス 用リス	スパ マスク・フエ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	乳液・アイケア	リップケア
女性	女性全体	5,338 (n=4,372)	4,328 (n=5,277)	4,728 (n=1,129)	6,732 (n=2,406)	8,661 (n=5,032)	9,221 (n=3,977)	16,302 (n=2,903)	4,614 (n=4,389)	7,911 (n=1,696)	3,178 (n=3,541)
	15～19歳	2,869 (n=333)	2,676 (n=429)	5,043 (n=133)	4,858 (n=338)	3,762 (n=426)	3,883 (n=355)	5,941 (n=226)	4,298 (n=456)	5,198 (n=236)	4,163 (n=362)
	20代	4,340 (n=846)	3,449 (n=933)	5,078 (n=336)	6,386 (n=592)	6,337 (n=918)	6,480 (n=793)	10,471 (n=581)	4,960 (n=832)	8,239 (n=489)	4,398 (n=696)
	30代	5,789 (n=848)	4,176 (n=974)	4,877 (n=254)	6,435 (n=477)	8,054 (n=934)	8,383 (n=761)	15,423 (n=553)	4,249 (n=829)	7,574 (n=356)	3,115 (n=658)
	40代	5,998 (n=823)	5,003 (n=980)	4,107 (n=168)	7,438 (n=395)	10,659 (n=928)	11,694 (n=709)	18,815 (n=531)	5,197 (n=779)	9,395 (n=238)	2,843 (n=655)
	50代	6,018 (n=785)	4,908 (n=990)	4,391 (n=118)	7,834 (n=325)	10,129 (n=909)	11,518 (n=672)	22,707 (n=483)	4,405 (n=747)	8,740 (n=202)	2,522 (n=609)
	60代	5,753 (n=737)	4,938 (n=971)	4,060 (n=120)	8,139 (n=279)	11,196 (n=917)	12,451 (n=687)	21,841 (n=529)	4,332 (n=746)	8,550 (n=175)	2,197 (n=561)
	※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。

		基礎化粧品										
		クレンジング	洗顔料	グラフィエイス 用リス	スパ マスク・フエ	ブア タ シ エ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	乳液・アイケア	リップケア
男性	男性全体	3,931 (n=1,043)	3,297 (n=3,232)	5,853 (n=671)	6,986 (n=735)	5,315 (n=1,206)	5,194 (n=2,024)	5,333 (n=1,699)	8,844 (n=906)	4,058 (n=1,581)	13,799 (n=426)	4,481 (n=1,332)
	15～19歳	3,599 (n=147)	3,740 (n=304)	6,948 (n=100)	8,057 (n=122)	9,730 (n=95)	5,365 (n=236)	5,440 (n=203)	7,491 (n=152)	4,795 (n=229)	16,809 (n=75)	7,757 (n=158)
	20代	3,511 (n=288)	3,524 (n=707)	4,994 (n=207)	6,521 (n=223)	6,233 (n=211)	5,569 (n=531)	6,344 (n=419)	9,636 (n=266)	5,012 (n=360)	13,214 (n=140)	6,543 (n=290)
	30代	5,676 (n=261)	4,067 (n=709)	8,615 (n=168)	10,642 (n=173)	8,697 (n=221)	5,929 (n=468)	6,921 (n=356)	11,939 (n=207)	6,104 (n=304)	17,688 (n=102)	6,340 (n=277)
	40代	3,340 (n=204)	2,981 (n=672)	5,146 (n=116)	4,721 (n=142)	4,773 (n=230)	4,912 (n=384)	4,652 (n=311)	6,689 (n=158)	3,397 (n=290)	11,130 (n=69)	3,154 (n=273)
	50代	3,168 (n=84)	2,443 (n=476)	2,722 (n=46)	4,640 (n=43)	3,332 (n=190)	4,034 (n=232)	3,731 (n=218)	7,524 (n=73)	2,204 (n=206)	7,724 (n=24)	1,440 (n=170)
	60代	2,799 (n=59)	2,390 (n=364)	2,634 (n=34)	3,078 (n=32)	2,902 (n=259)	4,014 (n=173)	3,380 (n=192)	5,803 (n=50)	2,012 (n=192)	4,621 (n=16)	1,355 (n=164)
	※全体、各年代において		1位	2位								

【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、2022年と比べて男女とも「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】

- 2022年と比較すると、「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（957円増）の増加幅が最も大きい。

【男性】

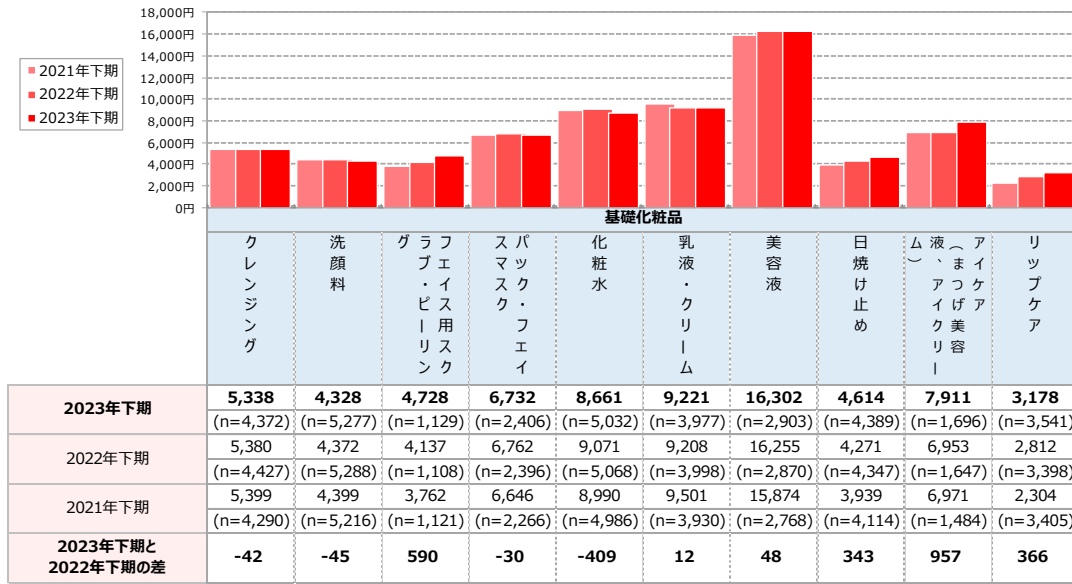
- 2022年と比較すると、全項目で増加しており、なかでも「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」（1,859円増）、「美容液」（1,328円増）が1,000円以上増加。

■ 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。



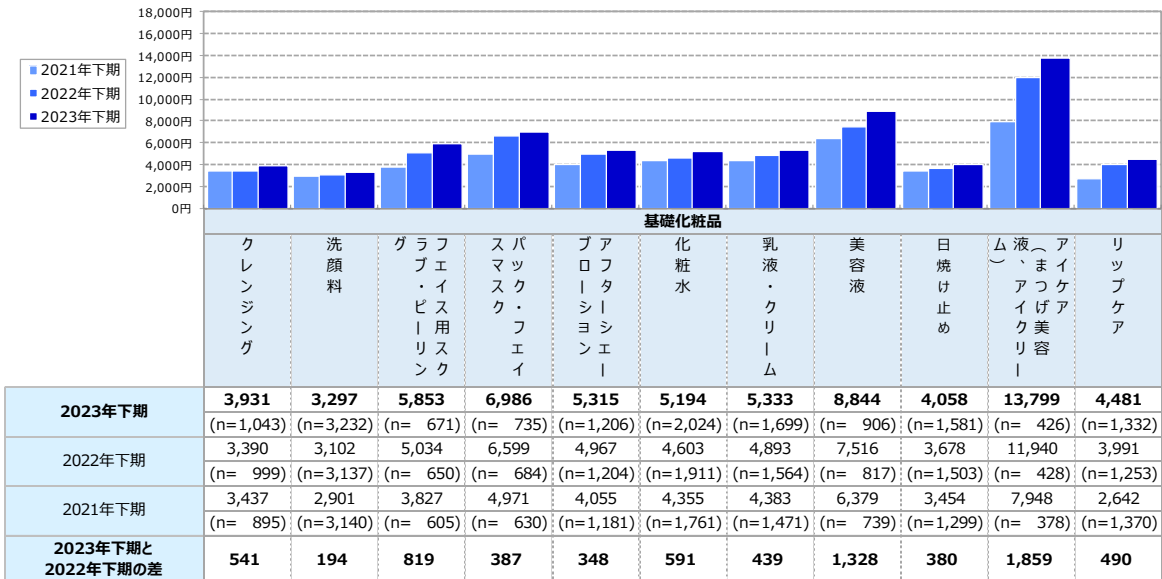
※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2023年下期と2022年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

■ 購入アイテムの年間購入額※：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、「2023年下期と2022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

【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（2万2,707円）。
- 2022年と比較すると、15～19歳は全アイテムで増加しており、なかでも「フェイス用スクラブ・ピーリング」は2,243円増加。

■ 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。

(円)

		クレンジング	洗顔料	グラフィック・イビス用リンスク	スパマックスク・フエイ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	液、メイクアップアイテム	リップケア
女性 15～19歳	2023年下期	2,869 (n= 333)	2,676 (n= 429)	5,043 (n= 133)	4,858 (n= 338)	3,762 (n= 426)	3,883 (n= 355)	5,941 (n= 226)	4,298 (n= 456)	5,198 (n= 236)	4,163 (n= 362)
	2022年下期	2,755 (n= 345)	2,499 (n= 432)	2,800 (n= 138)	3,684 (n= 323)	3,509 (n= 421)	3,157 (n= 336)	4,283 (n= 213)	3,053 (n= 453)	3,566 (n= 216)	2,531 (n= 341)
	2021年下期	2,577 (n= 319)	2,480 (n= 424)	2,386 (n= 132)	4,328 (n= 289)	3,015 (n= 406)	2,738 (n= 332)	3,733 (n= 202)	2,982 (n= 416)	2,629 (n= 193)	2,031 (n= 361)
	2023年下期と2022年下期の差	113	177	2,243	1,174	253	727	1,658	1,245	1,632	1,632
女性 20代	2023年下期	4,340 (n= 846)	3,449 (n= 933)	5,078 (n= 336)	6,386 (n= 592)	6,337 (n= 918)	6,480 (n= 793)	10,471 (n= 581)	4,960 (n= 832)	8,239 (n= 489)	4,398 (n= 696)
	2022年下期	4,417 (n= 888)	3,987 (n= 962)	4,737 (n= 300)	6,145 (n= 610)	6,944 (n= 931)	6,095 (n= 794)	11,223 (n= 555)	4,182 (n= 806)	6,422 (n= 482)	3,342 (n= 699)
	2021年下期	4,617 (n= 851)	4,039 (n= 939)	3,806 (n= 330)	6,004 (n= 562)	6,024 (n= 911)	5,795 (n= 751)	8,658 (n= 507)	3,632 (n= 775)	6,252 (n= 427)	2,607 (n= 638)
	2023年下期と2022年下期の差	-76	-538	341	241	-607	385	-752	778	1,816	1,057
女性 30代	2023年下期	5,789 (n= 848)	4,176 (n= 974)	4,877 (n= 254)	6,435 (n= 477)	8,054 (n= 934)	8,383 (n= 761)	15,423 (n= 553)	4,249 (n= 829)	7,574 (n= 356)	3,115 (n= 658)
	2022年下期	5,310 (n= 888)	3,799 (n= 983)	4,542 (n= 264)	7,067 (n= 494)	8,869 (n= 948)	8,869 (n= 796)	9,015 (n= 559)	15,791 (n= 821)	4,811 (n= 334)	3,145 (n= 665)
	2021年下期	5,909 (n= 851)	4,278 (n= 953)	3,941 (n= 236)	6,612 (n= 460)	9,260 (n= 901)	9,189 (n= 758)	15,878 (n= 517)	4,303 (n= 734)	7,350 (n= 319)	2,629 (n= 635)
	2023年下期と2022年下期の差	478	377	335	-632	-815	-631	-368	-562	-533	-30
女性 40代	2023年下期	5,998 (n= 823)	5,003 (n= 980)	4,107 (n= 168)	7,438 (n= 395)	10,659 (n= 928)	11,694 (n= 709)	18,815 (n= 531)	5,197 (n= 779)	9,395 (n= 238)	2,843 (n= 655)
	2022年下期	5,886 (n= 845)	4,873 (n= 957)	3,719 (n= 167)	7,636 (n= 369)	10,530 (n= 918)	11,017 (n= 714)	18,638 (n= 521)	4,616 (n= 795)	8,082 (n= 254)	2,626 (n= 592)
	2021年下期	5,850 (n= 832)	4,612 (n= 960)	4,460 (n= 165)	7,106 (n= 359)	11,215 (n= 919)	11,763 (n= 712)	19,594 (n= 513)	4,328 (n= 757)	9,274 (n= 208)	2,114 (n= 613)
	2023年下期と2022年下期の差	111	130	387	-198	129	677	177	581	1,313	217
女性 50代	2023年下期	6,018 (n= 785)	4,908 (n= 990)	4,391 (n= 118)	7,834 (n= 325)	10,129 (n= 909)	11,518 (n= 672)	22,707 (n= 483)	4,405 (n= 747)	8,740 (n= 202)	2,522 (n= 609)
	2022年下期	6,067 (n= 765)	4,888 (n= 981)	4,143 (n= 139)	7,021 (n= 314)	10,651 (n= 917)	10,819 (n= 664)	20,504 (n= 502)	3,957 (n= 760)	7,487 (n= 195)	2,309 (n= 581)
	2021年下期	5,835 (n= 769)	4,900 (n= 975)	4,113 (n= 133)	7,999 (n= 310)	11,155 (n= 911)	12,592 (n= 648)	21,920 (n= 494)	3,955 (n= 728)	8,455 (n= 191)	1,910 (n= 600)
	2023年下期と2022年下期の差	-49	19	249	814	-522	699	2,203	448	1,253	213
女性 60代	2023年下期	5,753 (n= 737)	4,938 (n= 971)	4,060 (n= 120)	8,139 (n= 279)	11,196 (n= 917)	12,451 (n= 687)	21,841 (n= 529)	4,332 (n= 746)	8,550 (n= 175)	2,197 (n= 561)
	2022年下期	6,975 (n= 696)	5,326 (n= 973)	4,034 (n= 100)	9,751 (n= 286)	11,719 (n= 933)	13,814 (n= 694)	22,747 (n= 520)	4,460 (n= 712)	9,186 (n= 166)	2,533 (n= 520)
	2021年下期	6,206 (n= 668)	4,986 (n= 965)	3,540 (n= 125)	8,077 (n= 286)	11,086 (n= 938)	13,401 (n= 729)	21,381 (n= 535)	4,037 (n= 704)	10,491 (n= 146)	2,304 (n= 558)
	2023年下期と2022年下期の差	-1,222	-388	26	-1,612	-523	-1,362	-905	-128	-636	-336

※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、「2023年下期と2022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

【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、10～40代で「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位。

【男性】

- 10～40代で「アイケア（まつげ美容液、アイクリーム）」が1位で、30代が最も高い（1万7,688円）。50～60代は「美容液」が1位。
- 2022年と比較すると、15～19歳・30代は全アイテムで増加しており、なかでも15～19歳の「アフターシェーブローション」は5,453円増加。

■ 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。

(円)

		基礎化粧品										
		クレンジング	洗顔料	グレアフェイビス用リンスク	スパッシュ・クフエイ	ブロータシオンエイ	化粧水	乳液・クリーム	美容液	日焼け止め	液、アイケア、アイゲク美容液	リップケア
男性 15～19歳	2023年下期	3,599 (n= 147)	3,740 (n= 304)	6,948 (n= 100)	8,057 (n= 122)	9,730 (n= 95)	5,365 (n= 236)	5,440 (n= 203)	7,491 (n= 152)	4,795 (n= 229)	16,809 (n= 75)	7,757 (n= 158)
	2022年下期	2,505 (n= 149)	3,702 (n= 336)	4,782 (n= 92)	4,768 (n= 121)	4,276 (n= 102)	3,657 (n= 227)	4,147 (n= 199)	4,199 (n= 134)	3,521 (n= 227)	13,845 (n= 54)	3,455 (n= 157)
	2021年下期	2,835 (n= 123)	2,967 (n= 333)	3,652 (n= 76)	7,011 (n= 80)	7,142 (n= 73)	4,204 (n= 226)	5,518 (n= 169)	7,664 (n= 113)	4,176 (n= 192)	15,985 (n= 53)	4,599 (n= 144)
	2023年下期と2022年下期の差	1,094	37	2,166	3,289	5,453	1,709	1,293	3,292	1,274	2,964	4,302
男性 20代	2023年下期	3,511 (n= 288)	3,524 (n= 707)	4,994 (n= 207)	6,521 (n= 223)	6,233 (n= 211)	5,569 (n= 531)	6,344 (n= 419)	9,636 (n= 266)	5,012 (n= 360)	13,214 (n= 140)	6,543 (n= 290)
	2022年下期	3,826 (n= 292)	3,318 (n= 680)	4,645 (n= 204)	6,262 (n= 226)	6,762 (n= 225)	5,202 (n= 494)	5,376 (n= 370)	7,388 (n= 255)	5,011 (n= 338)	12,968 (n= 146)	6,509 (n= 275)
	2021年下期	3,512 (n= 278)	3,630 (n= 673)	4,160 (n= 189)	5,301 (n= 215)	5,684 (n= 216)	5,212 (n= 469)	4,481 (n= 366)	6,130 (n= 238)	4,317 (n= 275)	7,370 (n= 122)	3,998 (n= 292)
	2023年下期と2022年下期の差	-316	207	349	258	-529	367	967	2,248	2	245	33
男性 30代	2023年下期	5,676 (n= 261)	4,067 (n= 709)	8,615 (n= 168)	10,642 (n= 173)	8,697 (n= 221)	5,929 (n= 468)	6,921 (n= 356)	11,939 (n= 207)	6,104 (n= 304)	17,688 (n= 102)	6,340 (n= 277)
	2022年下期	3,395 (n= 264)	3,066 (n= 701)	5,268 (n= 170)	7,871 (n= 166)	7,672 (n= 217)	5,416 (n= 454)	6,544 (n= 349)	9,787 (n= 202)	4,323 (n= 286)	12,722 (n= 125)	5,172 (n= 259)
	2021年下期	3,850 (n= 213)	3,058 (n= 664)	3,841 (n= 129)	4,230 (n= 147)	4,824 (n= 192)	4,528 (n= 404)	4,720 (n= 286)	7,311 (n= 161)	4,041 (n= 255)	7,551 (n= 85)	3,266 (n= 265)
	2023年下期と2022年下期の差	2,281	1,000	3,347	2,770	1,026	513	377	2,152	1,781	4,965	1,168
男性 40代	2023年下期	3,340 (n= 204)	2,981 (n= 672)	5,146 (n= 116)	4,721 (n= 142)	4,773 (n= 230)	4,912 (n= 384)	4,652 (n= 311)	6,689 (n= 158)	3,397 (n= 290)	11,130 (n= 69)	3,154 (n= 273)
	2022年下期	3,551 (n= 164)	2,839 (n= 643)	4,239 (n= 105)	5,560 (n= 104)	4,071 (n= 216)	3,880 (n= 381)	4,413 (n= 262)	7,289 (n= 124)	3,266 (n= 269)	7,325 (n= 59)	3,046 (n= 238)
	2021年下期	3,195 (n= 151)	2,772 (n= 623)	3,727 (n= 108)	4,998 (n= 107)	3,889 (n= 195)	4,093 (n= 314)	4,856 (n= 247)	6,319 (n= 116)	3,083 (n= 241)	6,261 (n= 61)	1,798 (n= 275)
	2023年下期と2022年下期の差	-211	142	907	-839	702	1,032	239	-600	132	3,805	108
男性 50代	2023年下期	3,168 (n= 84)	2,443 (n= 476)	2,722 (n= 46)	4,640 (n= 43)	3,332 (n= 190)	4,034 (n= 232)	3,731 (n= 218)	7,524 (n= 73)	2,204 (n= 206)	7,724 (n= 24)	1,440 (n= 170)
	2022年下期	3,715 (n= 80)	2,763 (n= 431)	8,010 (n= 50)	7,450 (n= 48)	3,548 (n= 191)	4,489 (n= 206)	4,786 (n= 180)	9,799 (n= 61)	2,973 (n= 187)	12,105 (n= 33)	2,563 (n= 163)
	2021年下期	3,035 (n= 80)	2,317 (n= 472)	3,985 (n= 57)	2,886 (n= 47)	3,021 (n= 215)	3,341 (n= 199)	3,841 (n= 187)	4,066 (n= 62)	2,092 (n= 170)	3,370 (n= 30)	1,095 (n= 192)
	2023年下期と2022年下期の差	-547	-321	-5,287	-2,810	-215	-455	-1,056	-2,276	-770	-4,380	-1,123
男性 60代	2023年下期	2,799 (n= 59)	2,390 (n= 364)	2,634 (n= 34)	3,078 (n= 32)	2,902 (n= 259)	4,014 (n= 173)	3,380 (n= 192)	5,803 (n= 50)	2,012 (n= 192)	4,621 (n= 16)	1,355 (n= 164)
	2022年下期	2,454 (n= 50)	2,677 (n= 346)	4,668 (n= 29)	13,666 (n= 19)	3,568 (n= 253)	3,610 (n= 149)	2,975 (n= 204)	7,172 (n= 41)	2,296 (n= 196)	4,475 (n= 11)	1,892 (n= 161)
	2021年下期	3,585 (n= 50)	2,159 (n= 375)	2,228 (n= 46)	4,533 (n= 34)	2,596 (n= 290)	3,457 (n= 149)	2,960 (n= 216)	4,947 (n= 49)	2,280 (n= 166)	7,351 (n= 27)	1,406 (n= 202)
	2023年下期と2022年下期の差	344	-287	-2,034	-10,588	-666	404	405	-1,369	-284	146	-538

※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、「2023年下期と2022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

【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「ハイライター・シェーディング」。

【女性】

- 1位「ファンデーション」（6,802円）、2位「ハイライター・シェーディング」（5,984円）。
- 年代別にみると、15～19歳は「口紅・グロス」、20代は「ハイライター・シェーディング」、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「ハイライター・シェーディング」、2位「マスカラ」。

【男性】

- 1位「ハイライター・シェーディング」（1万6,633円）、2位「マスカラ」（1万5,756円）。
- 年代別にみると、15～19歳、30～40代は「ハイライター・シェーディング」、20代は「チーク」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。

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	グレイズパウダー	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	ハイライター・シェーディング
女性全体		4,719 (n=2,864)	3,430 (n=1,754)	6,802 (n=3,463)	5,394 (n=2,576)	3,076 (n=3,444)	4,870 (n=2,765)	3,723 (n=2,571)	4,351 (n=2,429)	5,442 (n=2,495)	4,684 (n=1,672)	5,984 (n=1,146)
女性 年代別	15～19歳	2,423 (n=270)	2,226 (n=272)	3,232 (n=261)	2,797 (n=319)	2,808 (n=311)	4,475 (n=361)	3,230 (n=350)	3,343 (n=323)	5,402 (n=346)	5,067 (n=194)	5,225 (n=206)
	20代	4,236 (n=647)	3,686 (n=471)	5,636 (n=637)	5,286 (n=574)	3,514 (n=701)	6,464 (n=632)	4,393 (n=626)	4,842 (n=567)	6,773 (n=610)	6,573 (n=391)	6,894 (n=375)
	30代	4,801 (n=612)	4,018 (n=333)	6,671 (n=634)	5,703 (n=518)	3,309 (n=664)	4,838 (n=577)	3,802 (n=547)	4,749 (n=517)	5,348 (n=456)	5,069 (n=361)	6,231 (n=259)
	40代	5,284 (n=506)	3,510 (n=281)	7,266 (n=665)	5,866 (n=430)	2,740 (n=641)	4,491 (n=474)	3,523 (n=427)	4,413 (n=437)	5,099 (n=382)	4,037 (n=273)	5,730 (n=140)
	50代	5,412 (n=450)	3,351 (n=239)	7,883 (n=631)	5,964 (n=368)	2,961 (n=573)	3,981 (n=384)	3,508 (n=321)	3,962 (n=315)	4,601 (n=360)	3,365 (n=230)	4,528 (n=88)
	60代	5,707 (n=379)	3,531 (n=158)	8,261 (n=635)	5,865 (n=367)	2,869 (n=554)	4,015 (n=337)	3,267 (n=300)	4,192 (n=270)	4,302 (n=341)	2,972 (n=223)	4,382 (n=78)
		※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。

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	グレイズパウダー	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	ハイライター・シェーディング
男性全体		5,307 (n=470)	6,138 (n=451)	7,538 (n=465)	9,199 (n=432)	9,720 (n=410)	11,120 (n=401)	11,973 (n=393)	15,756 (n=360)	14,492 (n=391)	15,114 (n=360)	16,633 (n=361)
男性 年代別	15～19歳	4,287 (n=90)	4,654 (n=89)	7,878 (n=82)	9,542 (n=81)	9,607 (n=79)	9,286 (n=83)	13,232 (n=71)	15,105 (n=75)	12,187 (n=77)	15,240 (n=64)	16,957 (n=66)
	20代	3,764 (n=155)	5,639 (n=155)	6,349 (n=145)	7,581 (n=156)	9,305 (n=140)	11,819 (n=135)	10,223 (n=141)	15,364 (n=123)	14,888 (n=132)	15,989 (n=128)	15,774 (n=124)
	30代	10,138 (n=106)	11,357 (n=94)	12,277 (n=112)	15,292 (n=101)	17,089 (n=89)	15,752 (n=93)	19,112 (n=86)	21,662 (n=81)	21,958 (n=88)	20,057 (n=87)	23,768 (n=83)
	40代	5,382 (n=72)	5,345 (n=68)	5,807 (n=74)	6,735 (n=56)	5,696 (n=57)	8,878 (n=53)	8,448 (n=54)	15,057 (n=50)	11,263 (n=57)	10,799 (n=52)	16,296 (n=56)
	50代	2,817 (n=27)	3,238 (n=28)	3,331 (n=30)	4,174 (n=24)	4,037 (n=28)	6,737 (n=22)	5,816 (n=26)	7,332 (n=20)	6,651 (n=22)	5,900 (n=20)	4,250 (n=21)
	60代	3,133 (n=20)	2,502 (n=17)	4,719 (n=22)	4,721 (n=14)	3,008 (n=17)	4,409 (n=15)	9,060 (n=15)	5,735 (n=11)	8,195 (n=15)	7,722 (n=9)	5,841 (n=11)
		※全体、各年代において		1位	2位							

【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、2022年と比べて、女性は「ハイライター・シェーディング」、男性は「マスカラ」の増加幅が最も大きい。

【女性】

- 2022年と比べて多くの項目で増加。なかでも「ハイライター・シェーディング」（844円増）が最も増加幅が大きい。

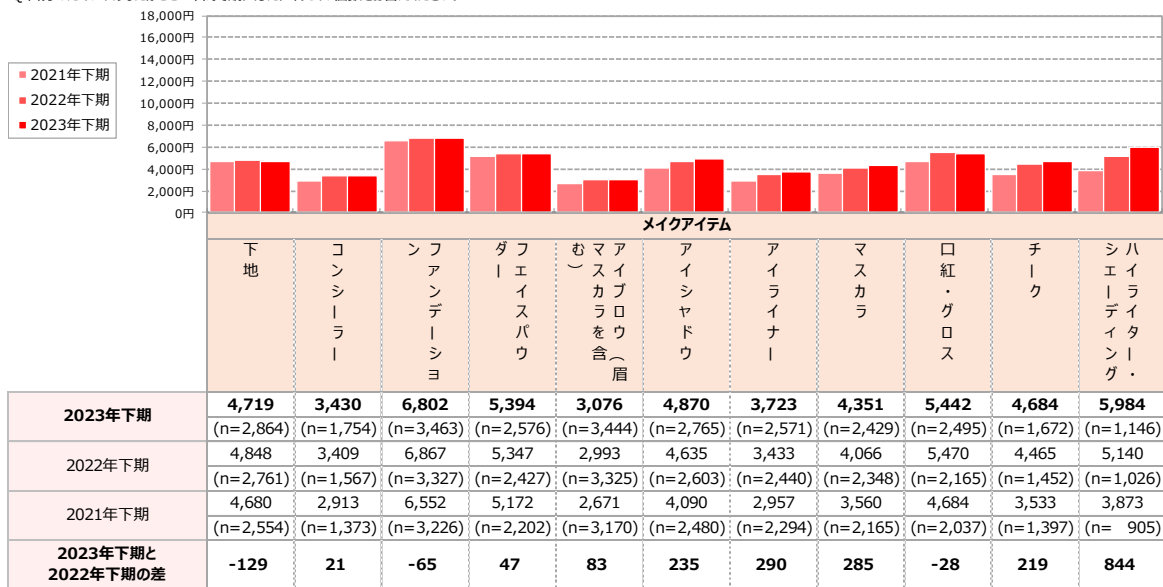
【男性】

- 2022年と比べて、「ファンデーション」以外で増加しており、なかでも「マスカラ」（4,577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。

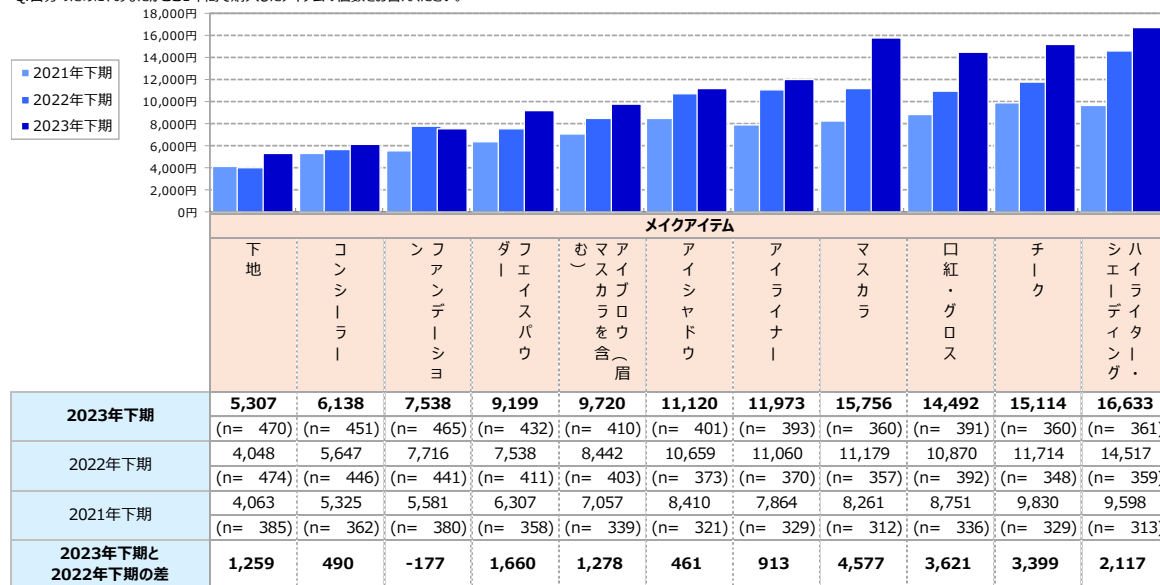


※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2023年下期と2022年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

■ 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。



※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2023年下期と2022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

【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「ハイライター・シェーディング」、30～60代は「ファンデーション」が1位。
- 2022年と比較すると、20代は全アイテムで増加しており、なかでも「チーク」は1,568円増加。一方、60代は全アイテムで減少している。

■ 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。

(円)

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	タフエイズパウ	むすアイカブラウ含へ肩	アイシヤドゥ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター
女性 15～ 19歳	2023年下期	2,423 (n= 270)	2,226 (n= 272)	3,232 (n= 261)	2,797 (n= 311)	2,808 (n= 319)	4,475 (n= 277)	3,230 (n= 292)	3,343 (n= 361)	5,402 (n= 350)	5,067 (n= 323)	5,225 (n= 346)
	2022年下期	2,664 (n= 243)	2,035 (n= 200)	3,560 (n= 224)	2,446 (n= 277)	2,159 (n= 292)	4,393 (n= 328)	2,658 (n= 324)	2,832 (n= 277)	4,730 (n= 297)	3,725 (n= 143)	3,692 (n= 177)
	2021年下期	2,514 (n= 254)	1,903 (n= 198)	3,094 (n= 212)	2,269 (n= 249)	1,851 (n= 286)	3,357 (n= 335)	2,130 (n= 299)	1,932 (n= 263)	3,890 (n= 307)	2,258 (n= 150)	2,138 (n= 167)
	2023年下期と 2022年下期の差	-241	191	-328	351	649	82	572	511	671	1,342	1,532
女性 20代	2023年下期	4,236 (n= 647)	3,686 (n= 471)	5,636 (n= 637)	5,286 (n= 574)	3,514 (n= 701)	6,464 (n= 632)	4,393 (n= 626)	4,842 (n= 567)	6,773 (n= 610)	6,573 (n= 391)	6,894 (n= 375)
	2022年下期	4,073 (n= 642)	3,660 (n= 428)	5,491 (n= 621)	4,750 (n= 565)	2,927 (n= 705)	5,168 (n= 665)	3,343 (n= 631)	3,861 (n= 582)	5,798 (n= 570)	5,006 (n= 361)	5,666 (n= 349)
	2021年下期	4,125 (n= 549)	2,693 (n= 342)	4,983 (n= 584)	4,518 (n= 451)	2,819 (n= 660)	4,439 (n= 619)	2,766 (n= 607)	3,130 (n= 561)	5,690 (n= 463)	4,504 (n= 314)	3,856 (n= 287)
	2023年下期と 2022年下期の差	162	26	145	536	587	1,296	1,050	980	975	1,568	1,229
女性 30代	2023年下期	4,801 (n= 612)	4,018 (n= 333)	6,671 (n= 634)	5,703 (n= 518)	3,309 (n= 664)	4,838 (n= 577)	3,802 (n= 547)	4,749 (n= 517)	5,348 (n= 456)	5,069 (n= 361)	6,231 (n= 259)
	2022年下期	4,802 (n= 574)	3,705 (n= 350)	6,798 (n= 631)	6,158 (n= 503)	3,407 (n= 683)	5,117 (n= 561)	4,123 (n= 532)	4,523 (n= 544)	6,678 (n= 413)	5,230 (n= 332)	6,532 (n= 242)
	2021年下期	4,899 (n= 520)	3,439 (n= 278)	6,327 (n= 575)	5,711 (n= 447)	2,561 (n= 619)	4,562 (n= 495)	3,447 (n= 491)	3,794 (n= 477)	5,332 (n= 312)	3,707 (n= 293)	5,215 (n= 199)
	2023年下期と 2022年下期の差	-1	312	-127	-455	-98	-279	-321	226	-1,330	-161	-301
女性 40代	2023年下期	5,284 (n= 506)	3,510 (n= 281)	7,266 (n= 665)	5,866 (n= 430)	2,740 (n= 641)	4,491 (n= 474)	3,523 (n= 427)	4,413 (n= 437)	5,099 (n= 382)	4,037 (n= 273)	5,730 (n= 140)
	2022年下期	5,549 (n= 514)	3,624 (n= 268)	7,628 (n= 620)	5,653 (n= 410)	2,877 (n= 630)	4,348 (n= 424)	3,518 (n= 393)	4,264 (n= 419)	4,878 (n= 313)	3,747 (n= 252)	4,469 (n= 128)
	2021年下期	5,305 (n= 454)	3,195 (n= 223)	7,269 (n= 634)	5,738 (n= 400)	2,684 (n= 602)	3,775 (n= 419)	3,169 (n= 348)	4,218 (n= 377)	4,360 (n= 315)	3,278 (n= 241)	4,156 (n= 104)
	2023年下期と 2022年下期の差	-265	-113	-362	214	-137	143	6	148	220	290	1,261
女性 50代	2023年下期	5,412 (n= 450)	3,351 (n= 239)	7,883 (n= 631)	5,964 (n= 368)	2,961 (n= 573)	3,981 (n= 384)	3,508 (n= 321)	3,962 (n= 315)	4,601 (n= 360)	3,365 (n= 230)	4,528 (n= 88)
	2022年下期	5,762 (n= 411)	2,901 (n= 173)	7,284 (n= 618)	5,805 (n= 317)	2,752 (n= 515)	3,455 (n= 336)	2,736 (n= 307)	3,891 (n= 277)	4,021 (n= 295)	3,141 (n= 176)	3,526 (n= 70)
	2021年下期	5,402 (n= 403)	3,206 (n= 170)	7,742 (n= 614)	6,151 (n= 324)	2,700 (n= 498)	3,958 (n= 312)	3,046 (n= 283)	4,214 (n= 257)	4,030 (n= 315)	3,317 (n= 197)	3,700 (n= 80)
	2023年下期と 2022年下期の差	-349	449	598	159	209	526	772	71	580	223	1,001
女性 60代	2023年下期	5,707 (n= 379)	3,531 (n= 158)	8,261 (n= 635)	5,865 (n= 367)	2,869 (n= 554)	4,015 (n= 337)	3,267 (n= 300)	4,192 (n= 270)	4,302 (n= 341)	2,972 (n= 223)	4,382 (n= 78)
	2022年下期	6,020 (n= 377)	4,201 (n= 148)	8,655 (n= 613)	6,790 (n= 355)	3,414 (n= 500)	4,381 (n= 289)	4,011 (n= 253)	4,825 (n= 249)	5,898 (n= 277)	4,882 (n= 188)	4,638 (n= 60)
	2021年下期	5,502 (n= 374)	3,201 (n= 162)	7,879 (n= 607)	6,087 (n= 331)	3,024 (n= 505)	3,703 (n= 300)	3,139 (n= 266)	4,567 (n= 230)	4,123 (n= 325)	3,354 (n= 202)	4,589 (n= 68)
	2023年下期と 2022年下期の差	-312	-670	-394	-925	-545	-366	-744	-633	-1,596	-1,910	-256

※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、「2023年下期と2022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

【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、10～40代で「ハイライター・シェーディング」が上位にあがる。

【男性】

- 15～19歳・30～40代で「ハイライター・シェーディング」が1位で、30代が最も高い（2万3,768円）。20代は「チーク」が1位。
- 2022年と比較すると、30代は全アイテムで増加しており、なかでも「マスカラ」（1万1,632円増）、「口紅・グロス」（1万2,205円増）は1万円以上増加。

■ 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	パウダー	アイシャドウ	マスカラ	ハイライター	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター
男性 15～19歳	2023年下期	4,287 (n= 90)	4,654 (n= 89)	7,878 (n= 82)	9,542 (n= 81)	9,607 (n= 79)	9,286 (n= 83)	13,232 (n= 71)	15,105 (n= 75)	12,187 (n= 77)	15,240 (n= 64)	16,957 (n= 66)	
	2022年下期	4,281 (n= 59)	4,921 (n= 57)	9,704 (n= 58)	6,658 (n= 62)	8,116 (n= 52)	11,435 (n= 47)	9,385 (n= 48)	12,116 (n= 46)	13,942 (n= 51)	12,744 (n= 44)	14,207 (n= 46)	13,556 (n= 46)
	2021年下期	5,886 (n= 52)	5,587 (n= 54)	7,820 (n= 55)	6,855 (n= 55)	12,124 (n= 51)	14,465 (n= 52)	13,942 (n= 46)	12,744 (n= 45)	10,894 (n= 50)	14,207 (n= 46)	16,365 (n= 46)	
	2023年下期と2022年下期の差	7	-267	-1,827	2,884	1,490	-2,148	3,847	2,989	3,006	3,900	3,401	
男性 20代	2023年下期	3,764 (n= 155)	5,639 (n= 155)	6,349 (n= 145)	7,581 (n= 156)	9,305 (n= 140)	11,819 (n= 135)	10,223 (n= 141)	15,364 (n= 123)	14,888 (n= 132)	15,989 (n= 128)	15,774 (n= 124)	
	2022年下期	4,476 (n= 167)	7,472 (n= 159)	7,067 (n= 160)	7,808 (n= 149)	8,869 (n= 143)	11,796 (n= 135)	13,501 (n= 140)	13,711 (n= 126)	13,542 (n= 136)	16,265 (n= 122)	15,308 (n= 128)	
	2021年下期	3,880 (n= 134)	6,294 (n= 112)	5,549 (n= 114)	7,738 (n= 115)	6,886 (n= 115)	8,128 (n= 105)	7,579 (n= 115)	7,402 (n= 100)	8,090 (n= 105)	7,752 (n= 105)	8,685 (n= 100)	
	2023年下期と2022年下期の差	-712	-1,833	-718	-227	436	23	-3,278	1,653	1,346	-276	466	
男性 30代	2023年下期	10,138 (n= 106)	11,357 (n= 94)	12,277 (n= 112)	15,292 (n= 101)	17,089 (n= 89)	15,752 (n= 93)	19,112 (n= 86)	21,662 (n= 81)	21,958 (n= 88)	20,057 (n= 87)	23,768 (n= 83)	
	2022年下期	3,441 (n= 135)	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= 86)	6,357 (n= 81)	6,919 (n= 86)	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)	
	2023年下期と2022年下期の差	6,697	6,827	2,866	7,189	8,134	5,499	8,261	11,632	12,205	9,228	7,728	
男性 40代	2023年下期	5,382 (n= 72)	5,345 (n= 68)	5,807 (n= 74)	6,735 (n= 56)	5,696 (n= 57)	8,878 (n= 53)	8,448 (n= 54)	15,057 (n= 50)	11,263 (n= 57)	10,799 (n= 52)	16,296 (n= 56)	
	2022年下期	3,020 (n= 73)	5,162 (n= 65)	4,722 (n= 69)	5,769 (n= 59)	5,975 (n= 61)	8,440 (n= 55)	7,227 (n= 49)	7,227 (n= 53)	10,051 (n= 50)	6,932 (n= 49)	10,916 (n= 51)	
	2021年下期	2,868 (n= 63)	3,265 (n= 66)	3,911 (n= 62)	5,171 (n= 58)	3,530 (n= 59)	6,250 (n= 53)	4,910 (n= 52)	6,038 (n= 50)	7,212 (n= 50)	5,880 (n= 53)	6,908 (n= 47)	
	2023年下期と2022年下期の差	2,362	183	1,085	966	-279	437	1,221	5,878	1,212	3,866	5,380	
男性 50代	2023年下期	2,817 (n= 27)	3,238 (n= 28)	3,331 (n= 30)	4,174 (n= 24)	4,037 (n= 28)	6,737 (n= 22)	5,816 (n= 26)	7,332 (n= 20)	6,651 (n= 22)	5,900 (n= 20)	4,250 (n= 21)	
	2022年下期	3,001 (n= 26)	3,897 (n= 26)	7,732 (n= 27)	9,775 (n= 22)	10,786 (n= 25)	8,536 (n= 22)	9,440 (n= 21)	8,617 (n= 22)	7,645 (n= 26)	8,085 (n= 22)	13,349 (n= 18)	
	2021年下期	2,313 (n= 26)	4,400 (n= 23)	3,716 (n= 34)	4,496 (n= 24)	7,020 (n= 18)	4,510 (n= 22)	4,627 (n= 20)	3,132 (n= 27)	4,666 (n= 27)	4,858 (n= 22)	4,874 (n= 24)	
	2023年下期と2022年下期の差	-183	-659	-4,402	-5,601	-6,748	-1,799	-3,624	-1,285	-994	-2,186	-9,099	
男性 60代	2023年下期	3,133 (n= 20)	2,502 (n= 17)	4,719 (n= 22)	4,721 (n= 14)	3,008 (n= 17)	4,409 (n= 15)	9,060 (n= 15)	5,735 (n= 11)	8,195 (n= 15)	7,722 (n= 9)	5,841 (n= 11)	
	2022年下期	10,277 (n= 14)	3,621 (n= 12)	9,479 (n= 14)	8,424 (n= 11)	7,152 (n= 13)	13,200 (n= 12)	11,066 (n= 9)	5,369 (n= 8)	8,905 (n= 13)	4,050 (n= 10)	12,879 (n= 7)	
	2021年下期	4,343 (n= 24)	3,639 (n= 26)	4,239 (n= 29)	4,459 (n= 30)	10,749 (n= 21)	9,932 (n= 20)	9,976 (n= 20)	9,630 (n= 21)	9,645 (n= 28)	16,210 (n= 28)	14,983 (n= 22)	
	2023年下期と2022年下期の差	-7,145	-1,120	-4,760	-3,702	-4,144	-8,791	-2,006	366	-710	3,672	-7,038	

※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、「2023年下期と2022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

【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、2022年と比べて、男女とも全項目で金額が増加している。

【女性】

- 2022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1,000円以上増加。

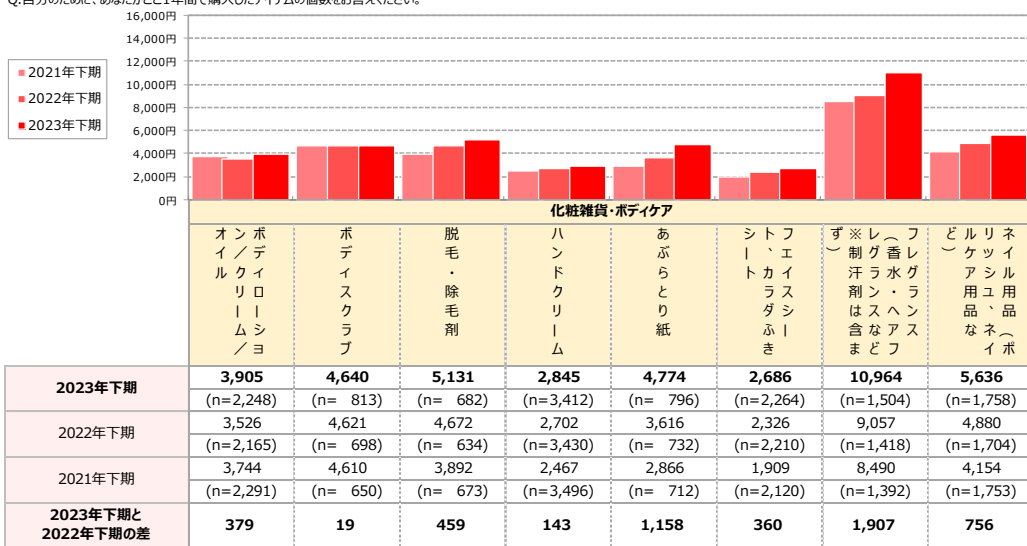
【男性】

- 2022年と比べ、全項目で増加しており、なかでも「ネイル用品（ポリッシュ、ネイルケア用品など）」「ボディスクラブ」「あぶらとり紙」「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1,000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。

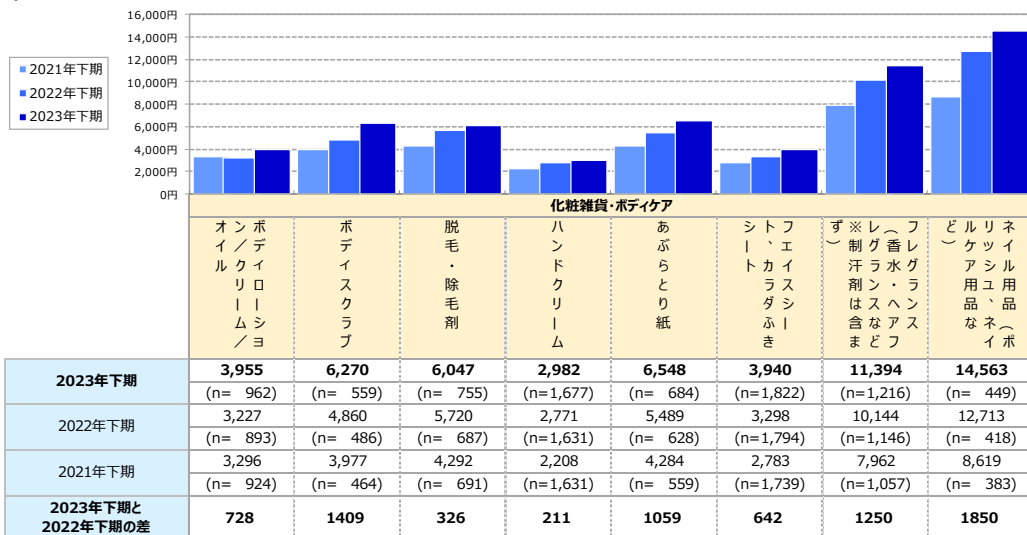


※金額は小数第1位を四捨五入しているため、「2023年下期と2022年下期の差」は図表上の計算と一致しないことがあります

■購入アイテムの年間購入額※：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、「2023年下期と2022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

【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（1万2,545円）。
- 2022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20代の「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）」は3,066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。

※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 ー ム イ ノ ー シ ョ ン ノ ク	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	ダ フ ふ エ キ ス ト ー ト 、 カ ラ	※ハ フ 制 汗 剤 レ グ ン ス （ 香 水 ・ ど ・	な シ ネ イ ル 用 品 （ ケ ア リ 用 ツ ク
女性 15～ 19歳	2023年下期	2,321 (n= 196)	3,244 (n= 127)	3,908 (n= 148)	2,571 (n= 257)	4,889 (n= 132)	2,766 (n= 283)	8,019 (n= 238)	7,115 (n= 248)
	2022年下期	2,292 (n= 182)	2,960 (n= 90)	2,816 (n= 147)	2,107 (n= 226)	2,582 (n= 103)	1,989 (n= 276)	5,855 (n= 211)	3,350 (n= 249)
	2021年下期	2,147 (n= 194)	3,748 (n= 71)	3,232 (n= 164)	1,550 (n= 231)	1,848 (n= 89)	1,297 (n= 256)	4,428 (n= 200)	3,078 (n= 260)
	2023年下期と 2022年下期の差	29	284	1,091	465	2,307	778	2,164	3,765
女性 20代	2023年下期	4,082 (n= 460)	5,300 (n= 294)	6,362 (n= 226)	3,793 (n= 505)	7,393 (n= 217)	3,539 (n= 490)	12,545 (n= 418)	7,662 (n= 439)
	2022年下期	3,179 (n= 446)	5,173 (n= 232)	5,767 (n= 188)	3,189 (n= 508)	4,732 (n= 176)	2,940 (n= 468)	9,478 (n= 389)	6,681 (n= 406)
	2021年下期	3,872 (n= 460)	5,300 (n= 213)	4,639 (n= 213)	2,882 (n= 491)	3,975 (n= 178)	2,191 (n= 438)	8,841 (n= 383)	5,101 (n= 438)
	2023年下期と 2022年下期の差	903	127	594	604	2,661	599	3,066	981
女性 30代	2023年下期	4,258 (n= 471)	5,183 (n= 169)	5,566 (n= 143)	3,206 (n= 555)	5,729 (n= 145)	3,142 (n= 422)	11,386 (n= 254)	6,070 (n= 335)
	2022年下期	4,183 (n= 461)	5,159 (n= 184)	6,476 (n= 134)	3,228 (n= 597)	4,669 (n= 174)	2,663 (n= 467)	10,012 (n= 273)	6,070 (n= 362)
	2021年下期	4,174 (n= 468)	5,133 (n= 144)	3,854 (n= 145)	2,657 (n= 582)	3,961 (n= 127)	2,339 (n= 428)	8,145 (n= 249)	4,721 (n= 340)
	2023年下期と 2022年下期の差	75	25	-911	-23	1,061	479	1,373	0
女性 40代	2023年下期	3,915 (n= 390)	4,496 (n= 111)	3,844 (n= 90)	2,668 (n= 657)	3,245 (n= 126)	2,095 (n= 421)	10,465 (n= 240)	4,896 (n= 285)
	2022年下期	3,362 (n= 361)	4,211 (n= 93)	5,107 (n= 88)	2,792 (n= 620)	3,215 (n= 102)	1,936 (n= 389)	7,903 (n= 196)	4,104 (n= 277)
	2021年下期	3,762 (n= 409)	3,469 (n= 110)	3,889 (n= 81)	2,432 (n= 673)	2,443 (n= 127)	1,788 (n= 416)	9,387 (n= 192)	3,976 (n= 276)
	2023年下期と 2022年下期の差	553	285	-1,263	-124	30	159	2,562	793
女性 50代	2023年下期	4,017 (n= 360)	4,053 (n= 67)	5,080 (n= 42)	2,445 (n= 691)	2,754 (n= 89)	1,892 (n= 387)	10,882 (n= 186)	3,361 (n= 246)
	2022年下期	3,697 (n= 365)	4,874 (n= 53)	2,847 (n= 52)	2,335 (n= 718)	2,594 (n= 99)	1,657 (n= 343)	9,261 (n= 190)	3,102 (n= 211)
	2021年下期	3,823 (n= 370)	4,108 (n= 60)	2,655 (n= 39)	2,383 (n= 730)	1,553 (n= 97)	1,535 (n= 340)	9,860 (n= 181)	4,006 (n= 218)
	2023年下期と 2022年下期の差	319	-821	2,233	110	160	235	1,621	260
女性 60代	2023年下期	4,013 (n= 371)	3,254 (n= 45)	3,877 (n= 33)	2,481 (n= 747)	1,937 (n= 87)	2,025 (n= 261)	10,871 (n= 168)	3,458 (n= 205)
	2022年下期	3,861 (n= 350)	3,732 (n= 46)	3,018 (n= 25)	2,376 (n= 761)	2,203 (n= 78)	2,194 (n= 267)	11,307 (n= 159)	4,304 (n= 199)
	2021年下期	3,889 (n= 390)	4,438 (n= 52)	4,454 (n= 31)	2,412 (n= 789)	2,020 (n= 94)	1,813 (n= 242)	10,576 (n= 187)	3,206 (n= 221)
	2023年下期と 2022年下期の差	152	-478	859	106	-266	-169	-436	-846

※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、「2023年下期と2022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

【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、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、ネイルケア用品など)」、20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。
- 2022年と比較すると、15~19歳・30代は全アイテムで増加しており、なかでも30代の「ネイル用品(ポリッシュ、ネイルケア用品など)」は1万524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。

※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個数をお答えください。

(円)

		化粧雑貨・ボディケア							
		ボディメイク / オイル / シェン / ク	ボディスクラブ	脱毛・除毛剤	ハンドクリーム	あぶらとり紙	ダフエイク / シート / カラ	※ヘアフレグランス(香水など)	ネイル用品(ポリッシュ)
男性 15~19歳	2023年下期	3,972 (n= 124)	6,413 (n= 87)	5,602 (n= 133)	3,949 (n= 174)	7,705 (n= 105)	6,601 (n= 186)	11,174 (n= 133)	18,087 (n= 87)
	2022年下期	2,401 (n= 111)	5,277 (n= 61)	5,593 (n= 137)	2,567 (n= 208)	4,420 (n= 80)	2,694 (n= 214)	10,134 (n= 119)	12,882 (n= 62)
	2021年下期	3,872 (n= 109)	4,643 (n= 57)	3,820 (n= 136)	2,516 (n= 182)	7,149 (n= 57)	3,329 (n= 197)	7,873 (n= 108)	11,141 (n= 51)
	2023年下期と2022年下期の差	1,571	1,136	10	1,382	3,285	3,906	1,040	5,205
男性 20代	2023年下期	3,341 (n= 239)	6,319 (n= 173)	4,954 (n= 235)	3,898 (n= 342)	7,814 (n= 175)	4,581 (n= 382)	12,838 (n= 321)	12,672 (n= 155)
	2022年下期	4,167 (n= 203)	5,268 (n= 160)	6,970 (n= 219)	3,813 (n= 316)	8,068 (n= 173)	4,347 (n= 354)	10,112 (n= 285)	17,995 (n= 131)
	2021年下期	3,747 (n= 222)	4,293 (n= 138)	4,642 (n= 228)	3,227 (n= 286)	5,919 (n= 148)	3,976 (n= 353)	8,864 (n= 260)	8,547 (n= 118)
	2023年下期と2022年下期の差	-825	1,050	-2,016	85	-254	234	2,726	-5,323
男性 30代	2023年下期	6,409 (n= 220)	9,213 (n= 134)	9,147 (n= 172)	4,902 (n= 316)	9,412 (n= 168)	5,667 (n= 376)	12,239 (n= 249)	22,707 (n= 90)
	2022年下期	3,526 (n= 213)	5,100 (n= 125)	5,853 (n= 152)	4,085 (n= 294)	5,481 (n= 155)	3,520 (n= 403)	10,053 (n= 240)	12,183 (n= 110)
	2021年下期	3,260 (n= 181)	4,427 (n= 98)	4,570 (n= 143)	2,551 (n= 285)	4,492 (n= 127)	2,346 (n= 373)	6,989 (n= 221)	9,772 (n= 80)
	2023年下期と2022年下期の差	2,883	4,113	3,294	817	3,931	2,147	2,186	10,524
男性 40代	2023年下期	3,622 (n= 178)	4,299 (n= 94)	5,574 (n= 126)	2,456 (n= 313)	4,243 (n= 139)	3,036 (n= 389)	11,688 (n= 206)	13,596 (n= 60)
	2022年下期	2,462 (n= 174)	3,871 (n= 75)	3,794 (n= 109)	2,397 (n= 297)	3,671 (n= 126)	3,088 (n= 386)	10,316 (n= 204)	8,434 (n= 62)
	2021年下期	3,404 (n= 180)	2,992 (n= 90)	3,789 (n= 103)	1,887 (n= 300)	2,669 (n= 131)	2,252 (n= 367)	8,763 (n= 189)	7,593 (n= 67)
	2023年下期と2022年下期の差	1,160	428	1,780	59	571	-52	1,372	5,161
男性 50代	2023年下期	2,470 (n= 104)	3,485 (n= 39)	4,039 (n= 54)	1,639 (n= 251)	2,563 (n= 55)	1,796 (n= 285)	7,487 (n= 172)	7,313 (n= 35)
	2022年下期	3,454 (n= 113)	4,298 (n= 46)	5,808 (n= 46)	2,305 (n= 239)	6,640 (n= 59)	3,219 (n= 266)	9,106 (n= 172)	8,104 (n= 35)
	2021年下期	2,068 (n= 134)	3,143 (n= 45)	5,167 (n= 46)	1,861 (n= 268)	2,922 (n= 46)	1,812 (n= 257)	6,503 (n= 162)	7,499 (n= 35)
	2023年下期と2022年下期の差	-984	-813	-1,769	-666	-4,077	-1,424	-1,618	-790
男性 60代	2023年下期	2,739 (n= 97)	3,368 (n= 32)	4,584 (n= 35)	1,515 (n= 281)	2,272 (n= 42)	1,923 (n= 204)	10,852 (n= 135)	4,004 (n= 22)
	2022年下期	2,931 (n= 79)	4,104 (n= 19)	3,999 (n= 24)	1,501 (n= 277)	1,622 (n= 35)	1,771 (n= 171)	10,527 (n= 126)	6,082 (n= 18)
	2021年下期	3,230 (n= 98)	3,910 (n= 36)	2,959 (n= 35)	1,505 (n= 310)	1,779 (n= 50)	2,849 (n= 192)	8,740 (n= 117)	5,645 (n= 32)
	2023年下期と2022年下期の差	-192	-736	585	14	650	152	325	-2,078

※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、「2023年下期と2022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

【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」(58.9%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(24.4%)、3位「インターネット通販(ブランドのサイト)」(16.7%)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。
- 2022年との比較では、ほぼ横ばい。

【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」(64.2%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(19.5%)、3位「デパート」(13.1%)が続く。
- 年代別にみると、全年代で「ドラッグストア」が1位で、なかでも40代が最も高い。「デパート」「バラエティショップ」「ファッションビル・ショッピングモール」では年代が低いほど割合が高くなっている。
- 2022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					
	2023年下期 (n=6,058)	2021年下期 (n=6,048)	2022年下期 (n=6,092)	2023年下期 (n=6,058)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 518)	20代 (n=1,081)	30代 (n=1,104)	40代 (n=1,113)	50代 (n=1,116)	60代 (n=1,126)
ドラッグストア	58.9	58.5	58.2	58.9	0.7	63.9	61.7	63.1	56.6	56.7	54.3
インターネット通販(ECモール)	24.4	21.6	23.5	24.4	0.9	20.7	23.5	28.3	28.2	24.5	19.4
インターネット通販(ブランドのサイト)	16.7	17.8	17.4	16.7	- 0.7	6.4	5.6	11.2	18.8	24.2	27.8
デパート	12.5	13.0	11.8	12.5	0.7	17.4	19.7	14.5	11.1	7.4	7.9
バラエティショップ	7.1	7.0	7.1	7.1	0.0	10.8	10.4	8.0	5.8	4.9	5.0
コンビニ/スーパーマーケット	6.7	7.3	6.5	6.7	0.2	8.1	6.8	4.8	5.6	6.9	8.5
化粧品専門店	6.2	8.1	5.9	6.2	0.3	10.0	6.4	7.9	5.9	3.4	5.6
ファッションビル・ショッピングモール	4.6	4.9	4.5	4.6	0.1	13.9	6.9	4.2	3.4	2.3	1.8
美容サロン、病院・クリニック	2.1	2.1	1.7	2.1	0.4	3.5	3.5	1.8	1.8	1.1	1.6
訪問販売	1.2	1.0	0.9	1.2	0.3	2.5	2.1	1.1	0.4	0.7	1.1
その他	2.4	2.4	2.4	2.4	0.0	1.7	1.2	1.4	2.1	3.4	4.3

※「女性全体(2023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					
	2023年下期 (n=4,076)	2021年下期 (n=4,107)	2022年下期 (n=4,018)	2023年下期 (n=4,076)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 384)	20代 (n= 812)	30代 (n= 813)	40代 (n= 798)	50代 (n= 658)	60代 (n= 611)
ドラッグストア	64.2	70.0	65.3	64.2	- 1.1	51.6	52.5	64.9	72.7	70.4	69.2
インターネット通販(ECモール)	19.5	16.9	19.7	19.5	- 0.2	19.8	21.9	20.9	19.2	16.9	17.3
デパート	13.1	12.2	13.4	13.1	- 0.3	27.1	20.8	17.7	7.9	5.2	3.3
コンビニ/スーパーマーケット	11.2	12.4	11.2	11.2	0.0	14.3	11.7	10.8	11.0	10.3	10.3
インターネット通販(ブランドのサイト)	4.9	4.2	4.3	4.9	0.6	7.3	6.3	5.2	4.1	3.3	4.1
バラエティショップ	4.5	4.4	4.1	4.5	0.4	7.3	6.2	4.8	4.0	2.9	2.6
ファッションビル・ショッピングモール	4.4	4.1	4.9	4.4	- 0.5	10.2	6.8	4.4	3.8	1.5	1.3
化粧品専門店	2.7	3.2	2.8	2.7	- 0.1	7.3	2.7	2.0	3.0	1.4	1.6
美容サロン、病院・クリニック	2.1	2.4	1.4	2.1	0.7	5.5	3.0	3.1	1.3	0.5	0.7
訪問販売	1.5	1.1	1.2	1.5	0.3	6.3	2.5	1.1	0.4	0.8	0.3
その他	1.8	0.5	0.8	1.8	1.0	1.8	0.9	0.6	1.4	4.0	2.8

※「男性全体(2023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)

【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」(61.8%)で突出。次いで、2位「インターネット通販(ECモール)」(23.4%)、3位「デパート」(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、10~40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。
- 2022年との比較では、「バラエティショップ」で1.0pt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」(35.0%)。次いで、2位「デパート」(25.3%)、3位「インターネット通販(ECモール)」(22.4%)が続く。
- 年代別にみると、15~19歳・30~60代では「ドラッグストア」、20代では「デパート」が1位。
- 2022年との比較では、「インターネット通販(ECモール)」で4.2pt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					
	2023年 下期 (n=5,007)	2021年 下期 (n=4,818)	2022年 下期 (n=4,871)	2023年 下期 (n=5,007)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 461)	20代 (n= 955)	30代 (n= 948)	40代 (n= 910)	50代 (n= 854)	60代 (n= 879)
ドラッグストア	61.8	62.9	63.5	61.8	- 1.7	61.4	60.9	65.5	63.2	62.2	57.3
インターネット通販(ECモール)	23.4	21.0	23.1	23.4	0.3	24.9	24.7	27.3	26.2	21.2	16.4
デパート	12.9	14.6	14.5	12.9	- 1.6	15.0	20.1	13.5	12.3	8.7	8.2
バラエティショップ	11.5	11.2	10.5	11.5	1.0	14.3	15.9	13.2	10.3	8.2	7.6
インターネット通販(ブランドのサイト)	10.6	13.2	11.9	10.6	- 1.3	5.4	4.9	6.6	10.9	15.7	18.3
コンビニ/スーパーマーケット	6.5	7.3	6.0	6.5	0.5	6.9	5.4	5.1	5.8	7.5	8.6
化粧品専門店	5.8	8.7	6.7	5.8	- 0.9	10.2	7.3	6.1	5.2	3.5	4.6
ファッションビル・ショッピングモール	5.8	7.0	6.4	5.8	- 0.6	14.3	8.6	5.1	4.8	3.5	2.3
美容サロン、病院・クリニック	1.4	1.2	0.7	1.4	0.7	2.8	2.7	1.7	0.8	0.2	0.7
訪問販売	1.1	1.1	0.8	1.1	0.3	2.0	1.7	1.6	0.2	0.6	1.0
その他	2.5	2.1	2.7	2.5	- 0.2	1.7	1.0	1.6	3.1	3.6	4.0

※「女性全体(2023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					
	2023年 下期 (n= 758)	2021年 下期 (n= 680)	2022年 下期 (n= 743)	2023年 下期 (n= 758)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
ドラッグストア	35.0	43.8	39.2	35.0	- 4.2	31.8	27.3	38.0	46.2	35.2	43.8
デパート	25.3	28.4	28.3	25.3	- 3.0	25.0	30.2	31.9	17.6	16.7	8.3
インターネット通販(ECモール)	22.4	18.1	18.2	22.4	4.2	26.5	17.8	21.5	24.4	27.8	27.1
ファッションビル・ショッピングモール	16.6	13.8	13.2	16.6	3.4	19.7	14.5	18.4	19.3	13.0	10.4
コンビニ/スーパーマーケット	16.0	17.2	16.2	16.0	- 0.2	25.8	12.8	14.1	18.5	9.3	12.5
インターネット通販(ブランドのサイト)	11.5	12.4	8.9	11.5	2.6	16.7	6.6	12.3	17.6	11.1	4.2
化粧品専門店	10.9	10.9	7.3	10.9	3.6	15.2	7.4	11.0	17.6	7.4	4.2
美容サロン、病院・クリニック	9.9	7.1	6.1	9.9	3.8	17.4	7.0	10.4	13.4	1.9	2.1
バラエティショップ	9.4	9.9	9.0	9.4	0.4	16.7	6.2	8.6	11.8	3.7	8.3
訪問販売	7.1	5.0	4.3	7.1	2.8	10.6	7.9	5.5	6.7	3.7	4.2
その他	0.8	0.4	0.4	0.8	0.4	0.8	0.4	0.0	0.8	5.6	0.0

※「男性全体(2023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)

【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」(66.0%)で突出。次いで2位「インターネット通販(ECモール)」(21.2%)、3位「バラエティショップ」(9.9%)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代では「デパート」、30~40代では「バラエティショップ」、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。
- 2022年との比較では、ほぼ横ばい。

【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」(62.3%)で突出。次いで2位「インターネット通販(ECモール)」(20.0%)、3位「コンビニ/スーパーマーケット」(12.4%)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60代が最も高い。
- 2022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					
	2023年 下期 (n=4,747)	2021年 下期 (n=4,796)	2022年 下期 (n=4,790)	2023年 下期 (n=4,747)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 449)	20代 (n= 840)	30代 (n= 864)	40代 (n= 869)	50代 (n= 861)	60代 (n= 864)
ドラッグストア	66.0	67.8	66.6	66.0	- 0.6	58.8	57.3	68.2	67.3	71.9	69.1
インターネット通販 (ECモール)	21.2	17.9	20.2	21.2	1.0	17.4	22.0	24.7	24.4	20.6	16.2
バラエティショップ	9.9	10.8	9.0	9.9	0.9	11.8	13.2	11.1	9.2	8.4	6.6
デパート	8.2	7.9	8.3	8.2	- 0.1	8.9	14.6	9.5	7.0	5.2	4.6
インターネット通販 (ブランドのサイト)	7.2	7.2	7.9	7.2	- 0.7	5.3	4.2	5.9	7.5	9.3	9.8
コンビニ/スーパーマーケット	6.7	8.5	7.6	6.7	- 0.9	6.9	6.9	5.2	5.3	6.7	9.5
ファッションビル・ショッピングモール	5.6	6.4	5.7	5.6	- 0.1	12.7	7.9	5.7	4.7	3.1	3.1
化粧品専門店	4.0	4.6	3.7	4.0	0.3	6.5	5.7	4.2	2.8	2.2	3.9
美容サロン、病院・クリニック	1.3	1.3	1.1	1.3	0.2	3.8	3.3	0.9	0.2	0.3	0.6
訪問販売	0.8	0.5	0.6	0.8	0.2	2.0	1.4	1.0	0.1	0.1	0.7
その他	1.5	1.9	1.7	1.5	- 0.2	1.6	1.1	0.9	1.7	2.2	1.7

※「女性全体(2023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					
	2023年 下期 (n=2,967)	2021年 下期 (n=2,935)	2022年 下期 (n=2,906)	2023年 下期 (n=2,967)	2023年下期 2022年下期 との差(pt)	15~19歳 (n= 288)	20代 (n= 592)	30代 (n= 565)	40代 (n= 588)	50代 (n= 494)	60代 (n= 440)
ドラッグストア	62.3	67.3	63.0	62.3	- 0.7	49.3	48.6	64.1	69.6	67.4	71.4
インターネット通販 (ECモール)	20.0	17.6	20.0	20.0	0.0	23.3	22.5	19.3	19.4	17.2	19.1
コンビニ/スーパーマーケット	12.4	14.0	13.6	12.4	- 1.2	17.7	12.0	13.1	11.2	12.3	10.5
デパート	10.7	9.5	11.5	10.7	- 0.8	18.1	16.7	13.8	7.3	5.3	4.1
ファッションビル・ショッピングモール	5.9	5.3	5.2	5.9	0.7	12.2	10.1	5.7	5.1	2.0	2.0
インターネット通販 (ブランドのサイト)	4.7	4.6	4.3	4.7	0.4	6.6	5.6	6.2	3.9	3.2	3.2
バラエティショップ	4.6	5.0	4.7	4.6	- 0.1	7.6	5.6	4.6	3.9	3.6	3.4
化粧品専門店	3.1	3.1	2.8	3.1	0.3	7.3	3.9	3.0	3.1	1.0	1.8
美容サロン、病院・クリニック	2.9	1.9	1.9	2.9	1.0	6.9	3.9	3.5	2.0	1.0	1.4
訪問販売	1.8	1.4	1.5	1.8	0.3	6.9	3.0	1.4	0.5	0.6	0.5
その他	1.3	0.7	0.8	1.3	0.5	1.7	0.3	0.7	1.0	2.8	1.6

※「男性全体(2023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)

【男性】メイク関心度《メイクアイテム1年以内非購入者》

メイクに関心があるのは、男性全体の12.1%。

【男性】

- 「関心あり・計」の割合は12.1%。
- 年代別でみると、年代が低いほど「関心あり・計」の割合が高い。

■メイク関心度（メイクアイテム1年以内非購入者／単一回答）

Q.あなたは「メイク」によって肌の悩みを改善したり、良く見せることに関心がありますか。

(%)

		関心がある	やや関心がある	あまり関心はない	関心はない	関心あり・計
男性全体 (n=5,842)		2.6	9.5	23.9	64.0	12.1
男性 年代別	15～19歳 (n= 468)	4.7	14.3	25.2	55.8	19.0
	20代 (n= 958)	4.0	14.5	26.0	55.5	18.5
	30代 (n=1,037)	3.5	12.1	22.8	61.7	15.5
	40代 (n=1,081)	3.2	9.3	25.1	62.3	12.6
	50代 (n=1,146)	1.3	5.7	24.0	69.0	7.0
	60代 (n=1,152)	0.4	5.2	21.3	73.1	5.6

メイクに関心があるのにメイクをしていない理由は、「お金がかかりそう」が1位。

【男性】

- メイクに関心があるのにメイクをしていない理由は、「お金がかかりそう」（47.6%）が最多。次いで「メイクの仕方が分からない」（37.3%）、「何から始めていいか分からない」（34.9%）が続く。
- 年代別では、全年代で「お金がかかりそう」が1位。

■メイク関心者がメイクをしていない理由（メイクに関心があるメイクアイテム1年以内非購入者／複数回答）

Q.メイクに関心があるのに、現在していない（メイクアイテムを購入していない）のはなぜですか。あてはまるものをすべてお選びください。

(%)

	男性全体 2023年 下期 (n= 708)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 89)	20代 (n= 177)	30代 (n= 161)	40代 (n= 136)	50代 (n= 80)	60代 (n= 65)
お金がかかりそう	47.6	53.9	42.9	43.5	49.3	51.3	53.8
メイクの仕方が分からない	37.3	52.8	37.3	33.5	36.0	33.8	32.3
何から始めていいか分からない	34.9	47.2	26.6	32.9	36.8	38.8	36.9
時間がかかりそう	32.9	39.3	31.6	25.5	39.7	33.8	30.8
まわりの目が気になる	20.8	32.6	22.0	19.9	14.0	17.5	21.5
メイクの仕方を教えてくれる人がいない	19.1	20.2	21.5	19.3	14.7	21.3	16.9
どこでメイクアイテムを購入したらいいか分からない	18.9	23.6	18.6	19.9	14.7	17.5	21.5
その他	1.6	3.4	1.1	0.6	1.5	2.5	1.5
※「男性全体」で降順ソート		1位	2~3位	4~5位	（「その他」を除く）		

【男性】メイクをする理由《メイクアイテム1年以内購入者》

メイクをする理由は、「肌をキレイに見せたいから」が1位。

【男性】

- メイクをする理由は、「肌をキレイに見せたいから」(29.2%)が最多。次いで「身だしなみとして」(27.6%)、「自分自身が気持ち良く過ごしたいから」(27.4%)が続く。
- 年代別では、10~20代は「肌をキレイに見せたいから」、30代は「周囲に不快感を与えたくないから」、40~60代は「身だしなみとして」が1位。

■メイクをする理由（メイクアイテム1年以内購入者／複数回答）

Q.あなたがメイクをする理由として、あてはまるものをすべてお選びください。

(%)

	男性全体 2023年 下期 (n= 758)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
肌をキレイに見せたいから	29.2	31.8	29.8	22.7	31.9	31.5	31.3
身だしなみとして	27.6	26.5	18.6	26.4	37.0	37.0	45.8
自分自身が気持ち良く過ごしたいから	27.4	20.5	24.8	29.4	31.9	29.6	39.6
自分に自信を持ちたいから	24.9	26.5	22.7	28.8	26.1	20.4	20.8
周囲に不快感を与えたくないから	23.6	15.9	20.2	32.5	27.7	14.8	31.3
仕事（学校など）で相手への印象を良くしたいから	21.0	16.7	21.9	22.7	26.1	20.4	10.4
異性にモテたいから	19.1	25.0	16.1	22.1	17.6	14.8	16.7
韓流アイドルやSNSに影響されて	14.9	12.1	17.8	16.0	15.1	11.1	8.3
その他	0.4	0.8	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0
※「男性全体」で降順ソート			※各年代において	1位	2~3位	4~5位	（「その他」を除く）

【男性】メイクを始めたきっかけ《メイクアイテム1年以内購入者》

メイクを始めたきっかけは、「インターネットやSNSの情報を見て」が1位。

【男性】

- メイクを始めたきっかけは、「インターネットやSNSの情報を見て」(31.4%)が最多。次いで「店頭で目にして気になったから」(26.0%)、「メイクした友人や知人を見て」(23.4%)が続く。
- 年代別では、10～30代・50～60代は「インターネットやSNSの情報を見て」、40代は「店頭で目にして気になったから」が1位。

■メイクを始めたきっかけ（メイクアイテム1年以内購入者／複数回答）

Q.あなたが、メイク用品（メイクアイテム）を利用するようになったきっかけをお答えください。あてはまるものをすべてお選びください。

(%)

	男性全体 2023年 下期 (n= 758)	男性 年代別					
		15～19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
インターネットやSNSの情報を見て	31.4	30.3	26.9	36.2	29.4	37.0	39.6
店頭で目にして気になったから	26.0	20.5	22.7	27.6	31.9	29.6	33.3
メイクした友人や知人を見て	23.4	18.9	24.0	26.4	27.7	20.4	14.6
家族や恋人に勧められたり、教えてもらったから	23.1	17.4	26.4	28.2	25.2	16.7	6.3
テレビや雑誌の情報を見て	20.4	14.4	15.7	21.5	27.7	22.2	37.5
美容室・理容室などの美容サロンのスタッフに勧められたから	19.3	19.7	18.6	20.2	23.5	16.7	10.4
メイクした著名人・芸能人・モデルなどを見て	18.6	15.9	19.0	21.5	21.0	18.5	8.3
その他	0.7	0.8	0.0	0.0	0.8	3.7	2.1
※「男性全体」で降順ソート		※各年代において	1位	2～3位	4～5位	（「その他」を除く）	

【男性】メイク方法の学び方《メイクアイテム1年以内購入者》

メイク方法の学び方は、「SNS (YouTube、Instagram、TikTokなどから) 」が1位。

【男性】

- メイク方法の学び方は、「SNS (YouTube、Instagram、TikTokなどから) 」(38.3%)が最多。次いで「インターネット (SNS以外) から」(25.9%)、「テレビ・雑誌から」(24.1%)が続く。
- 年代別では、10~40代は「SNS (YouTube、Instagram、TikTokなどから)」、50代は「SNS (YouTube、Instagram、TikTokなどから)」「テレビ・雑誌から」、60代は「インターネット (SNS以外) から」が1位。

■メイク方法の学び方 (メイクアイテム1年以内購入者/複数回答)

Q.あなたは、メイクの方法をどのように学んでいますか。あてはまるものをすべてお選びください。

	男性全体 2023年 下期 (n= 758)	男性 年代別					
		15~19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
SNS (YouTube、Instagram、TikTokなどから)	38.3	40.9	39.3	38.0	38.7	37.0	27.1
インターネット (SNS以外) から	25.9	20.5	21.9	26.4	32.8	25.9	41.7
テレビ・雑誌から	24.1	17.4	20.2	25.2	32.8	37.0	22.9
友人から	20.4	16.7	20.2	28.8	19.3	16.7	10.4
家族・恋人から	18.7	15.2	18.2	19.6	27.7	7.4	18.8
美容室・理容室などの美容サロンのスタッフから	17.9	18.9	15.3	25.2	15.1	13.0	16.7
店舗の化粧品販売員 (BA) から	17.8	12.9	16.1	19.6	27.7	18.5	8.3
その他	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	4.2
※「男性全体」で降順ソート		※各年代において	1位	2~3位	4~5位	〔「その他」を除く〕	