

ジーコム独自調査レポート NO.169

美容ケア実態と 今後の美容ニーズ

福岡県居住者の「美容ケア」に関する調査

2023年5月

Research & Consulting
G:COM
株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2023年4月21日（金）～4月28日（金）

4. 調査規模

454サンプル

5. 標本構成

■性	件数	構成比(%)
男性	179	39.4
女性	275	60.6
全体	454	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20・30代	99	21.8
40・50代	174	38.3
60代以上	181	39.9
全体	454	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	243	53.5
市外都市圏	107	23.6
その他福岡県	104	22.9
全体	454	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	109	24.0
公務員	11	2.4
団体職員・病院勤務	9	2.0
経営者・会社役員	10	2.2
派遣社員・契約社員	36	7.9
商工自営	26	5.7
農林漁業	-	-
自由業	9	2.0
学生	3	0.7
パート・アルバイト	76	16.7
専業主婦(主夫)	103	22.7
無職	61	13.4
その他	1	0.2
全体	454	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
未婚	106	23.3
既婚・子どもなし	57	12.6
既婚・子どもが小学生以下	79	17.4
既婚・子どもが中学生以上で扶養	54	11.9
既婚・子育て終了	158	34.8
全体	454	100.0

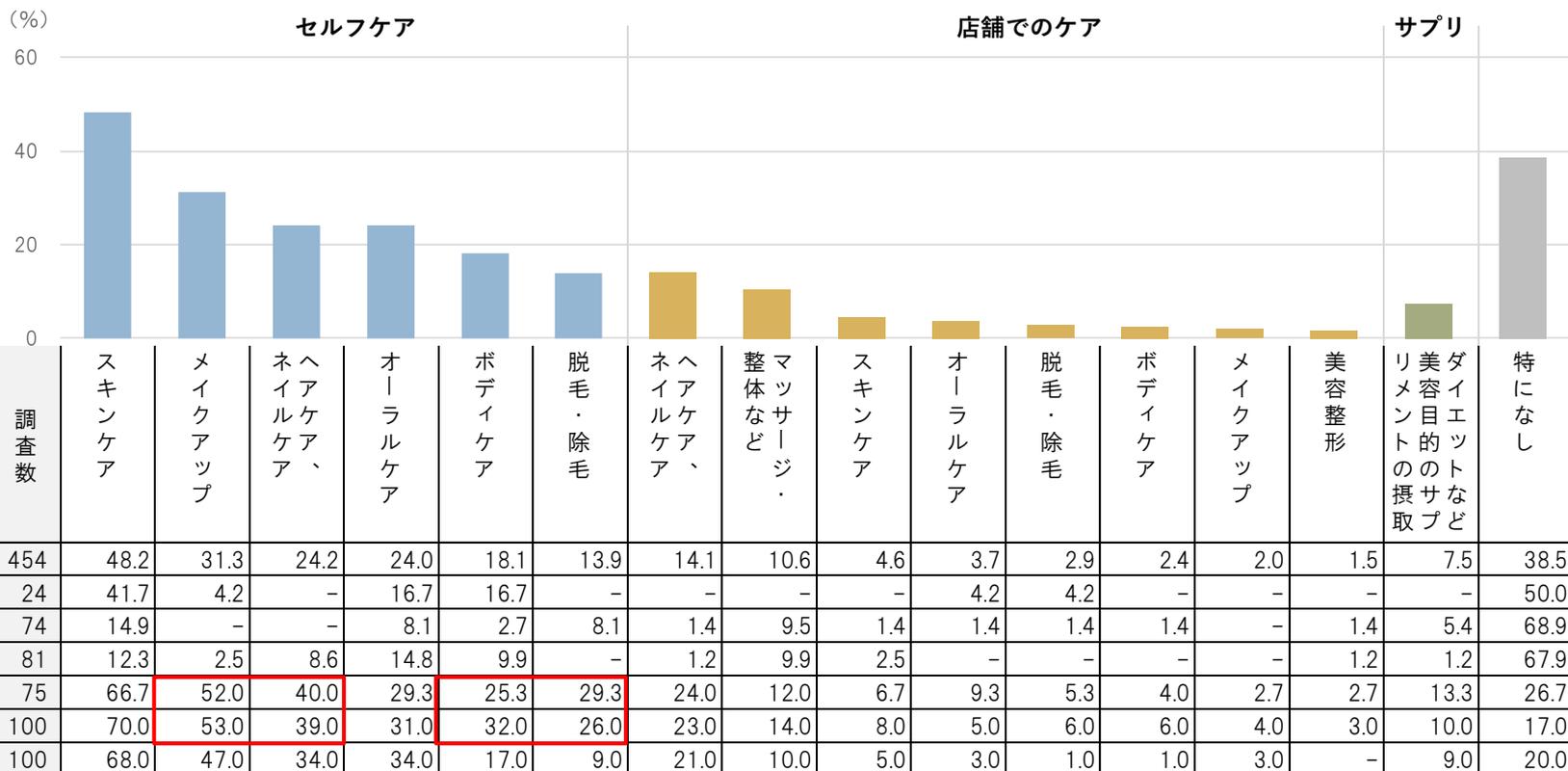
【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

コロナ禍で行った美容ケアは、自宅などで自分で行う「セルフケア」が上位を占めた。店舗での美容ケアは1割程度にとどまった。

セルフケアの多くは、女性50代以下で他に比べて高く、特に「セルフ脱毛」は他と比べて突出している。

◆コロナ禍で行った美容ケア（複数回答）

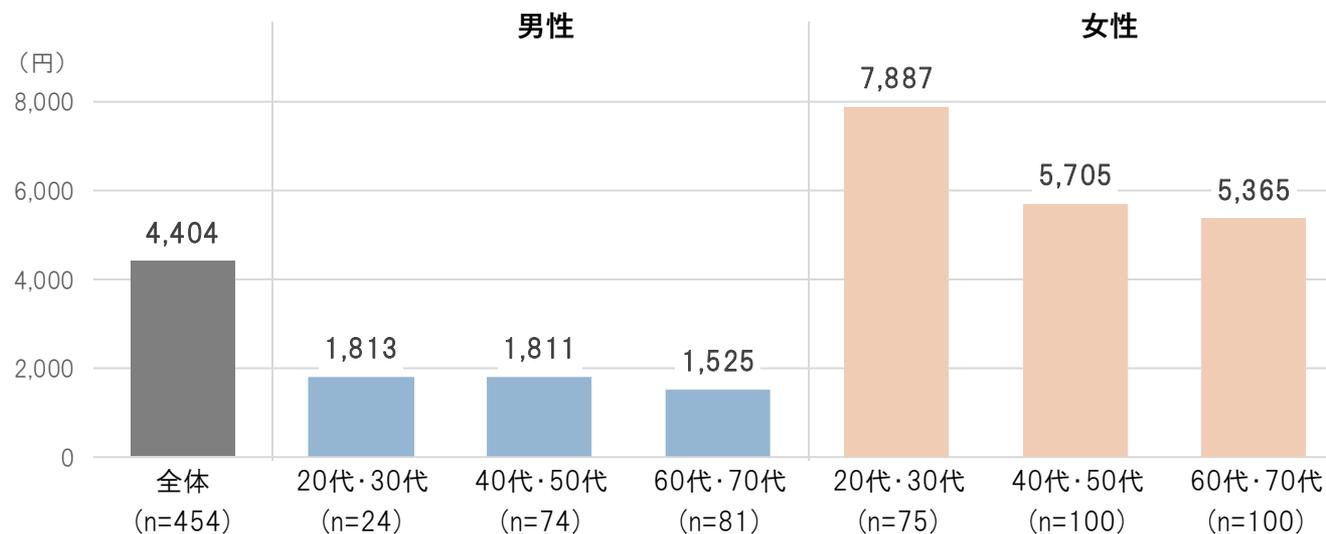


*「セルフ」はご自宅などでご自身で行う美容ケア、「店舗」は、店舗・医院などでプロが施術を行う美容ケア

美容ケアにかかる1か月当たりの平均金額は、全体で4,404円。

女性20・30代で8,000円弱と突出しており、女性40代以上の5,000円台と差がある。

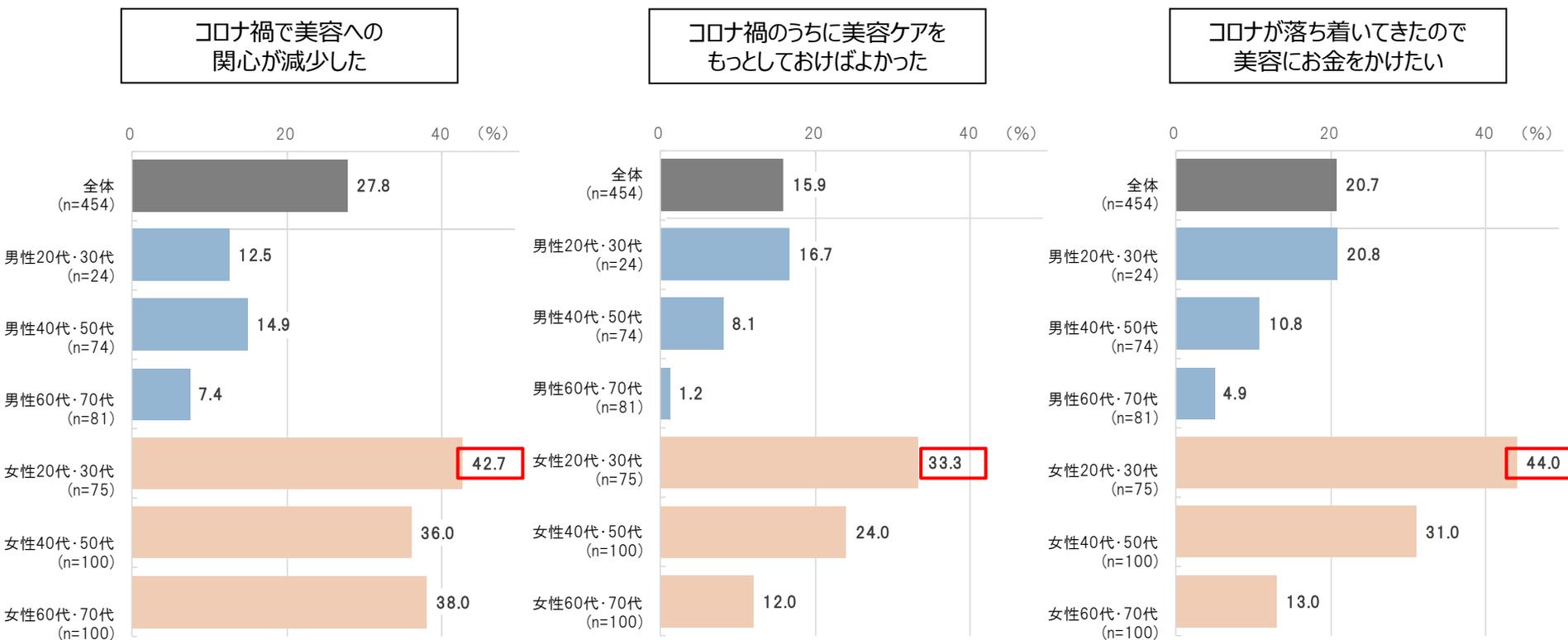
◆美容ケアにかかる1か月あたりの平均金額
(単一回答)



女性の4割前後が「コロナ禍において美容への関心が減少した」と回答。特に女性20・30代の割合が高い。

一方、女性20・30代は、「コロナ禍にもっと美容ケアをしてあげればよかった」が3割超、「コロナが落ち着き、美容にお金をかけたい」が4割超におよび、コロナ禍で減少した美容への関心は若い世代から戻りつつある。

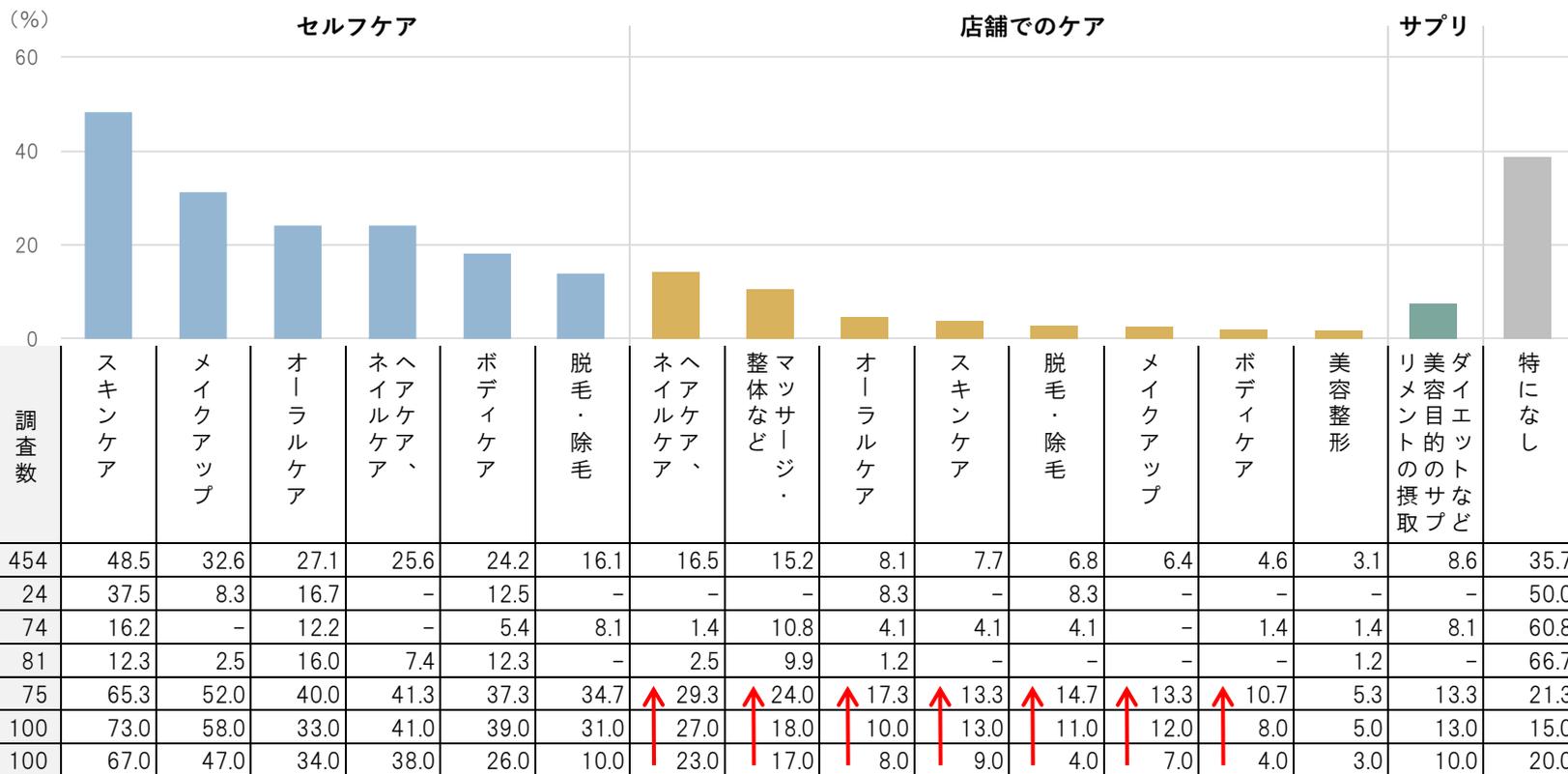
◆コロナ禍・コロナ後の美容意識（単一回答）
※肯定層抜粋



今後行いたい美容ケアは、「セルフのスキンケア」が突出して高く、次いでセルフのメイクアップ、オーラルケアが続く。一方、店舗でのケアは「ヘアケア・ネイルケア」「マッサージ・整体」が全体で1割半以上となった。

また、店舗でのケアは、女性の年代が下がるにつれて高くなる項目が多く、女性の若年層の店舗利用者が増えることがうかがえる。

◆今後、行いたい美容ケア（複数回答）



*「セルフ」はご自宅などでご自身で行う美容ケア、「店舗」は、店舗・医院などでプロが施術を行う美容ケア

「今後、関心のある美容ケア」について具体的に尋ねたところ、男女ともに「シミ」のケアは関心がトップとなり、次いで男性は「脱毛」「セルフ（ケア）」「顔」、女性は「肌」「顔」「シワ」というキーワードが挙がった。

前頁「今後、行いたい美容ケア」では、男性の回答は女性に比べて高くなかったが、具体的なニーズがあることがわかる。

◆今後、関心のある美容ケア（自由回答）
※複数件数キーワード抜粋

男性（件）

シミ	14	かゆみ	2
脱毛	9	しわ	2
セルフ	7	アンチエイジング	2
顔	7	オールインワン	2
肌	6	維持	2
乾燥	4	永久	2
清潔	4	自然体	2
頭髪	4	若々しい	2
白髪	4	消す	2
クリーム	3	身だしなみ	2
ホワイトニング	4	洗顔	2
簡単	3		
健康	3		
予防	3		

女性（件）

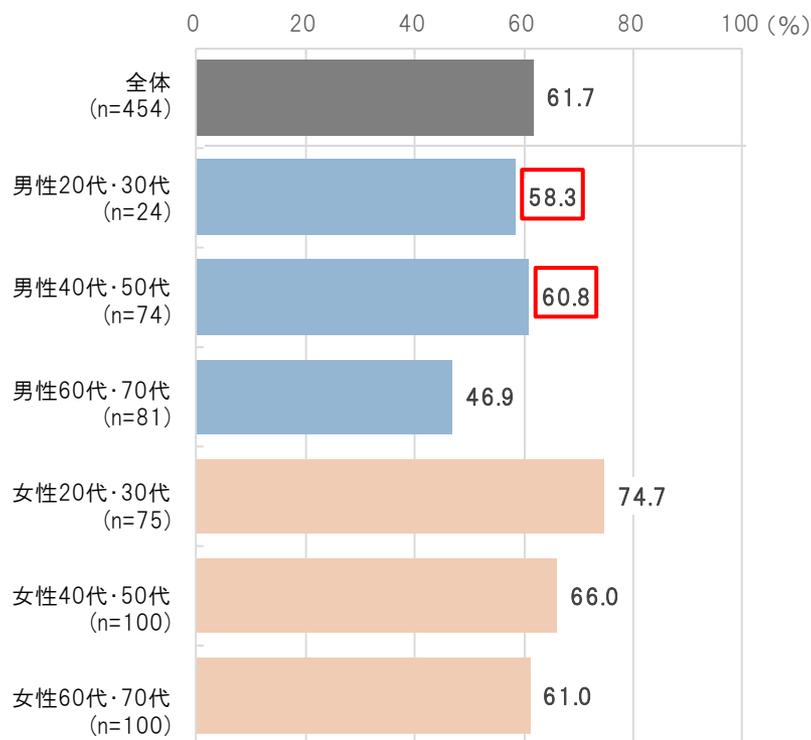
シミ	40	アンチエイジング	5	ストレッチ	3
肌	24	エステ	5	レーザー	3
顔	20	ダイエット	5	整形	3
シワ	18	ネイル	5	体操	3
セルフ	14	化粧品	5	頭皮	3
美	14	自宅	5	肌荒れ	3
アップ	13	店舗	5	美顔	3
たるみ	11	白髪	5	予防	3
脱毛	11	シャンプー	4	綺麗	3
リフト	10	ハイク	4	エイジングケア	2
髪	19	ヨガ	4	ハリ	2
ホワイトニング	8	改善	4	ピーリング	2
マッサージ	8	乾燥	4	健康	2
メイク	6	矯正	4	歯科	2
歯	6	清潔	4	時間	2
		白髪染め	4	生活	2
		毛穴	4	全身	2
				痩身	2
				年齢	2
				皮膚	2
				眉	2
				眉毛	2
				美肌	2

「男性がスキンケアをすることについて驚かない」の肯定層は、男性50代以下で6割を占める。

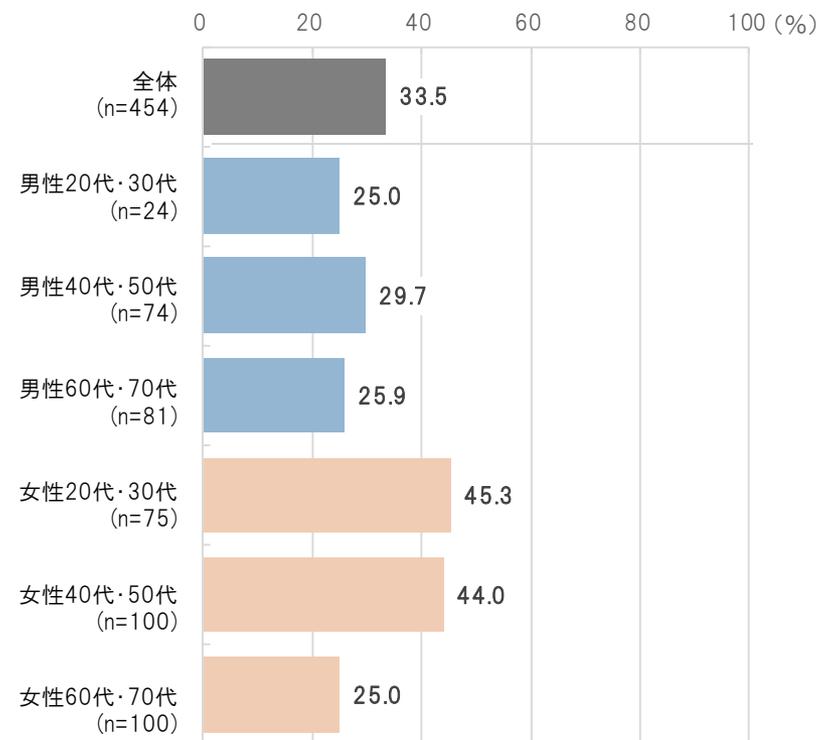
一方、「男性がメイクをすることについて驚かない」の肯定層は、男性の全年代で3割未滿にとどまり、男性のメイクについては抵抗感があるようすがうかがえる。

◆男性の美容ケアに対する意識（単一回答）
※肯定層抜粋

男性がスキンケアをすることは驚かない



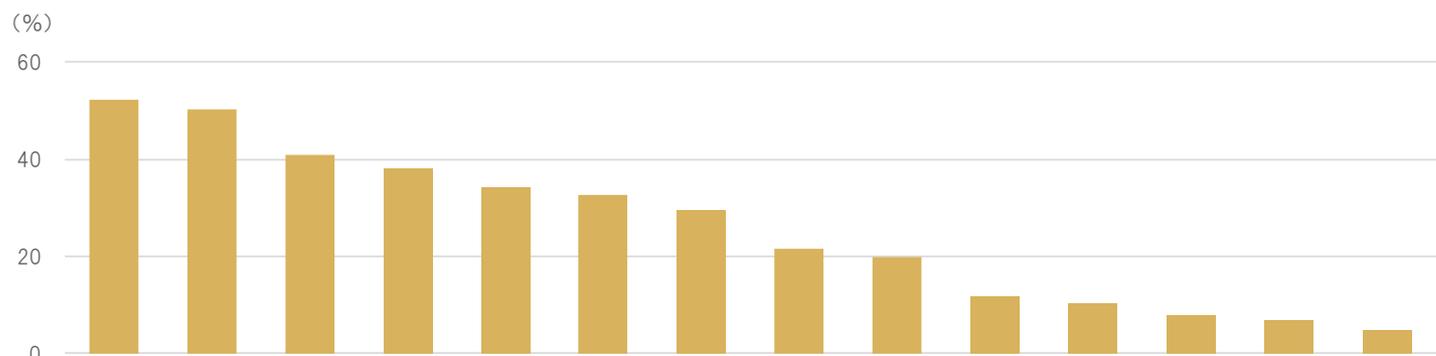
男性がメイクをすることは驚かない



今後、美容で意識したいことは、「清潔感」「身だしなみ」「健康的」といった基本的な美容についての項目が上位である。

女性20・30代は「美しさ」、女性60代以上は「清潔感」「健康的」などが高く、女性40代以上は「自然体」「リラックス」「いたわる」など、自分を大事にする美容の意識が他の性年代より高い。

◆今後、美容で意識したいこと（複数回答）



		調査数	清潔感がある	身だしなみを整える	健康的に見える	自然体でいる	リラックスする	若々しく見える	自分をいたわる	美しく見える	年相応に見える	コンプレックスをカバーする	周囲から浮かない	個性を表現できる	最小限にとどめる	モテる
全体		454	52.2	50.2	41.0	38.1	34.1	32.6	29.5	21.6	19.8	11.7	10.1	7.9	6.8	4.8
性年代別	男性20代・30代	24	29.2	29.2	20.8	16.7	12.5	16.7	0.0	4.2	0.0	8.3	0.0	4.2	4.2	12.5
	男性40代・50代	74	44.6	35.1	18.9	24.3	18.9	20.3	14.9	2.7	13.5	1.4	4.1	1.4	2.7	8.1
	男性60代・70代	81	39.5	35.8	39.5	35.8	19.8	12.3	12.3	2.5	19.8	2.5	4.9	6.2	2.5	3.7
	女性20代・30代	75	53.3	54.7	44.0	36.0	36.0	41.3	38.7	46.7	21.3	21.3	12.0	12.0	4.0	5.3
	女性40代・50代	100	57.0	62.0	48.0	45.0	47.0	45.0	42.0	30.0	21.0	16.0	16.0	11.0	10.0	3.0
	女性60代・70代	100	68.0	63.0	54.0	50.0	48.0	43.0	42.0	28.0	27.0	16.0	14.0	9.0	13.0	3.0

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp