

## 実践『ペルソナ』通信 (No.106)

### 「お直し用化粧品」に関する調査

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、女子大学生の「お直し用化粧品」についてアンケート調査を実施しました。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

#### はじめに

大学生になり、メイクをする機会が増えました。学内でもメイク直しをしている学生をよく見かけます。「お直し用化粧品」には、様々な種類があり、何を持ち歩いているかには個人差があります。そこで、本調査では女子大生の「お直し用化粧品」について調べていきます。

#### 総括

今回の調査を通して、実践女子大学生はお直し用化粧品を半数以上の人が持ち歩いており、所持数は2・3個が最も多いことがわかりました。また、絶対に持ち歩きたいお直し用化粧品は口紅を選んだ人が約7割となり、最も重視するポイントは機能性ということがわかりました。Instagram で情報を得てお直し用化粧品を購入する人が約8割にも達し、ドラッグストアやバラエティショップといった手軽に買うことができる場所を好む傾向がありました。

#### Topics

- (1) お直し用化粧品を持ち歩いている人は半数以上
- (2) お直し用化粧品を持ち歩く・持ち歩かない双方の理由
- (3) 今後、お直し用化粧品を持ち歩こうと考えている人は半数以上
- (4) お直し用化粧品の所持数は2・3個が半数以上
- (5) 絶対に持ち歩きたい「お直し用化粧品」で口紅を選ぶ人は約7割
- (6) お直し用化粧品に最も重視するポイントは機能性
- (7) コロナ禍で持ち歩く「お直し用化粧品」が変化した人は3割
- (8) Instagram で情報を経て購入する人が約8割
- (9) ドラッグストアとバラエティショップで購入する人が約7割

## 調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 中田陽菜・西澤悠華・根津早弥花・三浦未乃梨

## 調査概要

- ・調査対象：実践女子大生 1～4 年生
- ・調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- ・調査期間：2022 年 5 月 25 日（水）～6 月 1 日（水）
- ・有効回答者数：260 名
- ・回答者の属性：1 年生（48.1%）、2 年生（31.2%）、3 年生（20.0%）、4 年生（0.8%）

## 調査結果

### (1) お直し用化粧品を持ち歩いている人は半数以上

長時間外出する日に、お直し用の化粧品を持ち歩くかについて調査したところ、「持ち歩く」と回答した人は 75%（194 人）、「持ち歩かない」と回答した人は 25%（66 人）でした（図 1）。このことから半数以上の人々が長時間の外出時にお直し用の化粧品を持ち歩いていることが分かりました。

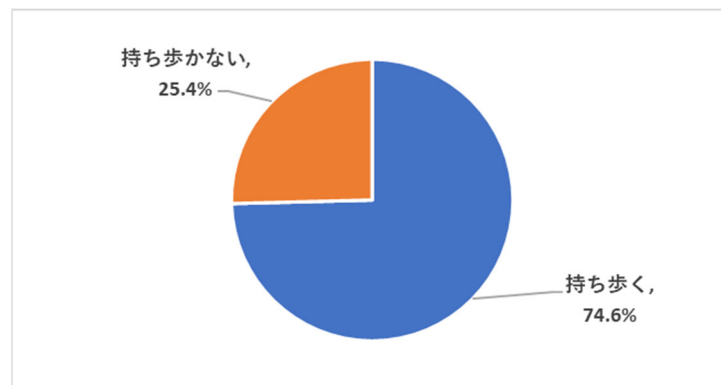


図 1. お直し用化粧品を持ち歩く人の割合（N=260）

### (2) お直し用化粧品を持ち歩く・持ち歩かない双方の理由

お直し用化粧品を持ち歩く・持ち歩かない双方の理由を調査し、テキストマイニングを行ったところ、持ち歩かないと回答した人では「荷物」、持ち歩くと回答した人では「崩れる」という単語が目立ちました（図 2、図 3）。

持ち歩かない理由では、様々な単語があがっている中、「荷物」の他に「かさばる」という単語も目立っており、お直し用化粧品を持ち歩かない人は、鞆の中身を少しでも軽くしたいと考えられます。持ち歩く理由では、「崩れる」という単語が最も目立ち、お直し用化粧品を持ち歩く人は、化粧できれいになった自分を保ちたいと考えられます。

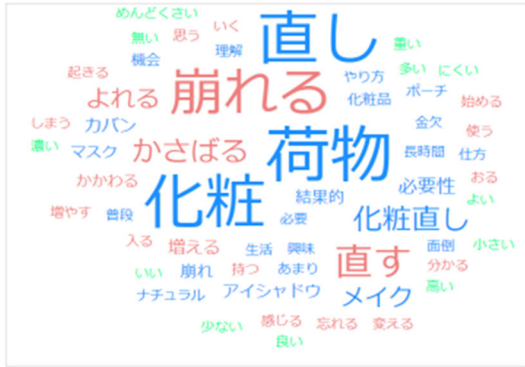


図2. お直し用化粧品を持ち歩かない理由 (N=66)

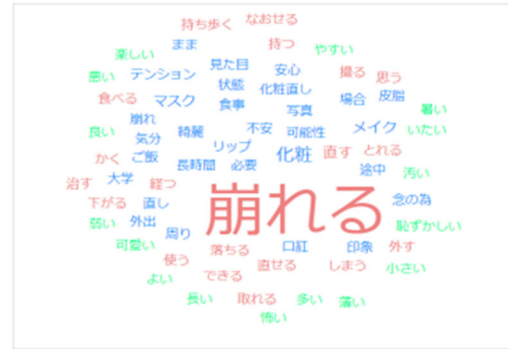


図3. お直し用化粧品を持ち歩く理由 (N=194)

(3) 今後、お直し用化粧品を持ち歩こうと考えている人は半数以上

お直し用化粧品を持ち歩いていない人に、今後お直し用化粧品を持ち歩くことを考えているか調査したところ、「はい」(考えている)と回答した人は51.5% (34人)、「いいえ」(考えていない)と回答した人は48.5% (32人)でした(図4)。現在、お直し用化粧品を持ち歩いていなくても、今後持ち歩きたいと考えている人が半数以上いることが分かりました。

これを踏まえ、どのようなお直し用化粧品を持ち歩きたいか調査したところ、「口紅(色付きリップも含む)」と回答した人が88.2% (30人)と最も多く、次いで「パウダー」が47.1% (16人)、「ビューラー」「アイシャドウ」「ファンデーション」が20.6% (7人)という結果になりました(図5)。飲食などの場面で、化粧が崩れやすい場所のお直し用化粧品を持ち歩きたいと考えている人が多いと考えられます。

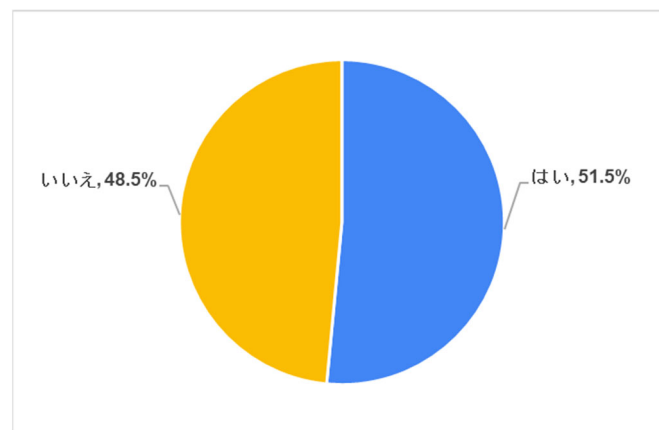


図4. 今後「お直し用化粧品」を持ち歩くか (N=66)

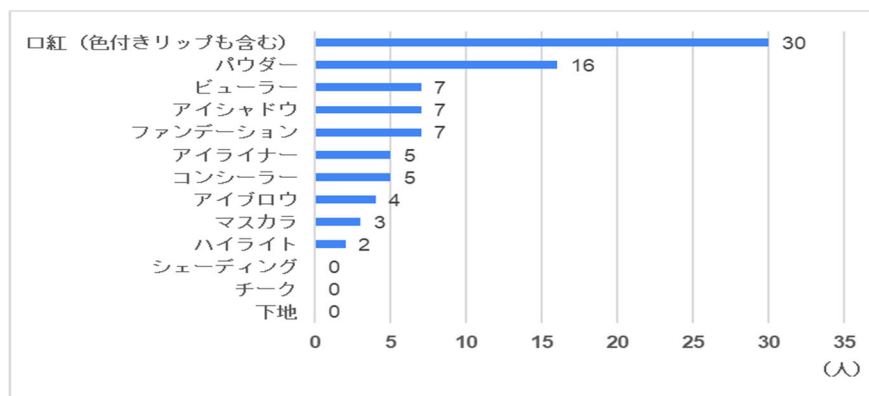


図 5. 今後何を持ち歩きたいか (MA、N=34)

#### (4) お直し用化粧品の所持数は 2・3個が半数以上

お直し用化粧品を何個持ち歩くかを調査したところ、3個と回答した人が最も多く 27.3% (53人)、次いで2個と回答した人が 25.8% (50人)、4個と回答した人が 18% (35人) でした (図 6)。全体の半数以上が2個あるいは3個持ち歩いています。また、1個と答えた人が1割に満たず、複数個持ち歩いている人が全体の9割以上を占めています。このことから多くの女子大生が長時間外出する際は複数個のお直し用化粧品を持ち歩いていることが分かりました。

また、持ち歩くお直し化粧品の種類を複数回答で調査したところ、口紅と回答した人が最も多く 95.9% (186人)、次いでパウダーと回答した人が 57.2% (112人)、ビューラーと回答した人が 42.8% (83人) でした (図 7)。このことから多くの人々が口紅やパウダーをお直し用化粧品として持ち歩いているということが分かりました。その他としてあぶらとり紙やマルチバーム、ダブルライナーなどがあがりました。

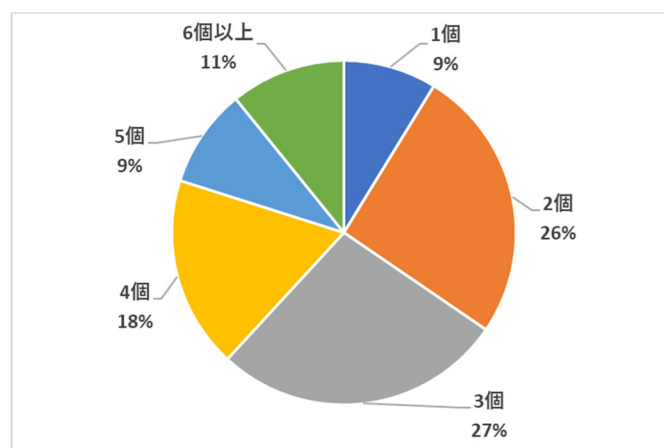


図 6. 持ち歩くお直し化粧品の個数 (N=194)

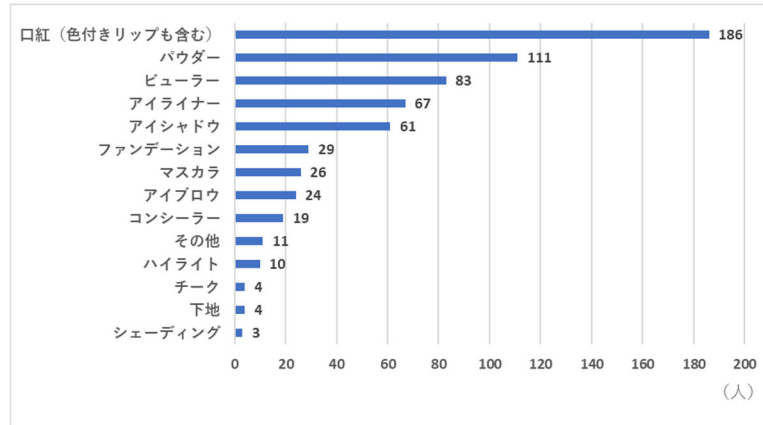


図 7. 持ち歩くお直し化粧品の種類 (MA、N=194)

(5) 絶対に持ち歩きたい「お直し化粧品」で口紅を選ぶ人は約 7 割

絶対に持ち歩きたいお直し化粧品の種類を調査したところ、口紅と回答した人が最も多く、69.1% (134 人)、次いでパウダーと回答した人が 13.4% (26 人)、ビューラーと回答した人が 5.2% (10 人) でした (図 8)。このことから絶対に持ち歩きたいお直し化粧品として口紅を選ぶ人が全体の約 7 割いることが読み取れます。他の化粧品と比べて口紅を選んだ人が多く、口紅はお直し化粧品として重要視されていると考えられます。

また、これらの絶対に持ち歩きたいお直し化粧品の価格帯を調査したところ、1,000 円以上 2,000 円未満と回答した人が最も多く 47.9% (93 人)、次いで 500 円以上 1,000 円未満と回答した人が 23.7% (46 人)、2,000 円以上 3,000 円未満と回答した人が 12.4% (24 人) いました (図 9)。このことから全体の約 5 割が 1,000 円以上 2,000 円未満のお直し化粧品を持ち歩いていることがわかりました。絶対に持ち歩きたいお直し化粧品として口紅を選んでいる人が最も多いということを踏まえると 1,000 円以上 2,000 円未満の口紅を持ち歩いている人が多いと考えられます。

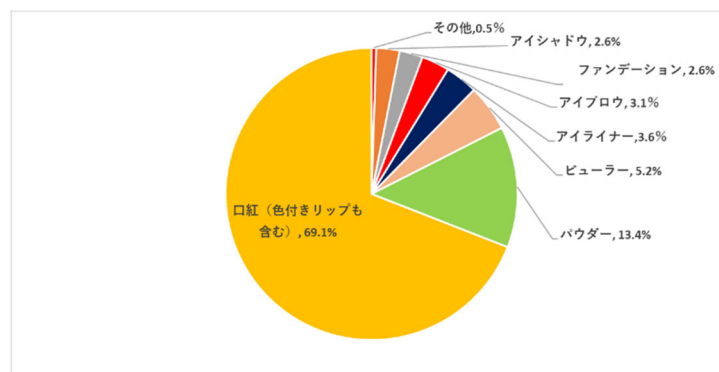


図 8. 絶対に持ち歩きたいお直し化粧品の種類 (N=194)

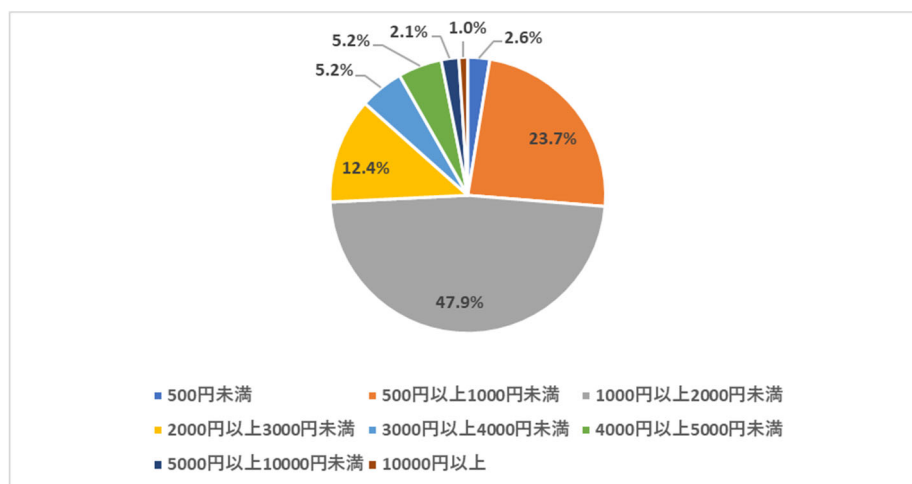


図 9. 絶対に持ち歩きたいお直し化粧品の価格帯 (N=194)

#### (6) お直し用化粧品に最も重視するポイントは機能性

お直し用化粧品を持ち歩くのに最も重視するポイントについて調査したところ、「機能性」と回答した人は 47.5% (92 人) と最も多く、次いで「大きさ」と回答した人は 23.7% (46 人)、「中身の色」と回答した人は 20.1% (39 人) でした。「耐久性」(割れにくさ、漏れにくさ等)は 5.7% (11 人)、「デザイン」と「値段」に至っては共に 1.5% (3 人) と少ない結果となりました(図 10)。このことからお直し用化粧品を持ち歩く際、最も重要視しているポイントは機能性であり、デザインや値段はさほど重視されていないということが分かりました。

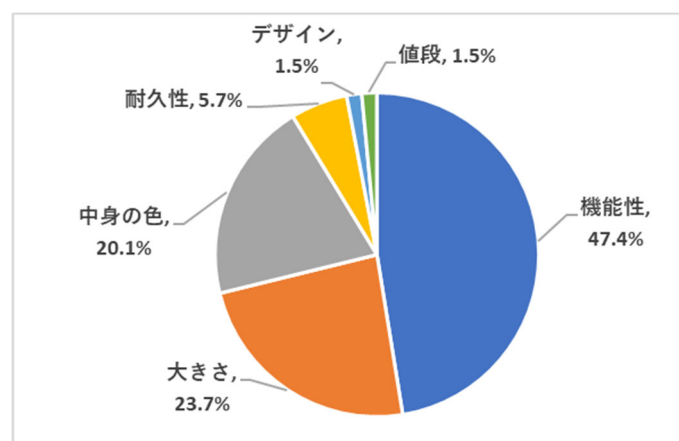


図 10. お直し用化粧品に最も重視するポイント (N=194)

#### (7) コロナ禍で持ち歩く「お直し用化粧品」が変化した人は 3 割

コロナ以前と現在(コロナ禍)で持ち歩く化粧品に変化はあったのか調査したところ「はい」と回答したのは 30.9% (60 人)、「いいえ」と回答したのは 69.1% (134 人) と全体の 3 割の人が変化したということが分かりました(図 11)。今回調査対象に 1 年生も含まれていたため、コロナ以前は高校生であり、化粧をしてこなかった人もいたため変化したと回答した割合が 3 割ほどであったことが考えられます。

また、「はい」と答えた方にどの化粧品が変わったのか複数回答で調査したところ「口紅（色付きリップを含む）」と回答した人は43.3%（26人）と最も多く、次いで「パウダー」が36.7%（22人）、「ファンデーション」が23.3%（14人）といった結果になりました（図12）。この結果から「口紅（色付きリップを含む）」と「パウダー」、「ファンデーション」の3つの化粧品を多くの方がコロナ禍により変わったことが分かりました。

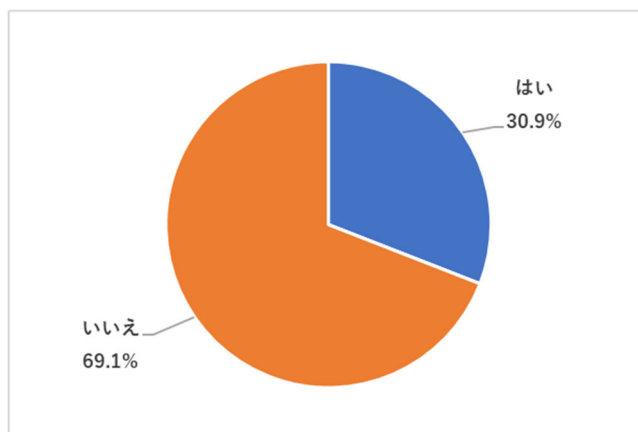


図 11. コロナ前後で持ち歩く化粧品は変わったか (N=194)

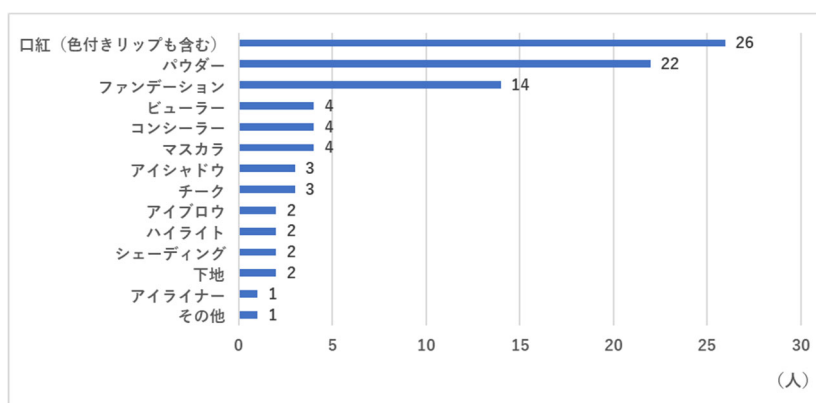


図 12. どの化粧品が変わったか (MA、N=60)

また、コロナ前後で持ち歩くお直し用化粧品を変えた理由と変えなかった理由を調査し、テキストマイニングを行ったところ、変えた理由では「マスク」という単語が目立ち、変えなかった理由は「持ち歩く」や「コロナ」といった単語が目立ちました（図13、図14）。

この結果からやはり変えた理由にはコロナ禍によりマスクをする機会が増えたことから化粧品を変えた人が多く、変えなかった理由として「そもそも」や「以前」という単語も書かれていることから調査対象者に1年生も含まれているため、そもそもコロナ禍以前は化粧していないことから必要性を感じないという人や、「マスク」の単語からマスクをしていても直したい所は変わらないという意見が多かったと考えられます。







のことから、お直し用化粧品を購入する場所として、ドラッグストアやバラエティショップなどのより手軽に買うことができる場所が好まれているということが分かりました。

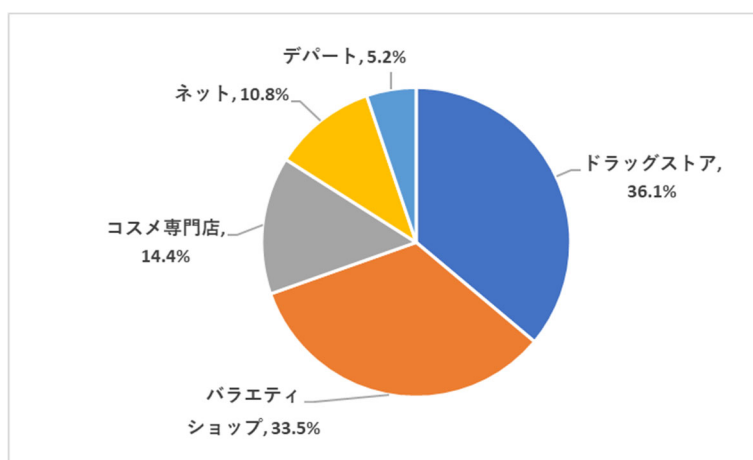


図 16. お直し用化粧品を実際に購入する最も多い場所 (N=194)

### 考察

今回の調査から、女子大生はお直し用化粧品を持ち歩く人が半数以上いることがわかりました。お直し用化粧品を持ち歩いている人は、化粧を保ちたいことから、一方で持ち歩いていない人は、荷物を軽くしたいことから、それぞれ持ち歩く・持ち歩かないを選択している傾向が見えました。また、お直し用化粧品を持ち歩かない人に対し、今後お直し用化粧品を持ち歩くことを考えているか聞いたところ、半数以上が持ち歩くことを考えていることがわかりました。これを踏まえ、今後持ち歩きたいと思うお直し用化粧品について聞いたところ、「口紅」が最も多く、次いで「パウダー」が多くあがりました。

お直し用化粧品を何個持ち歩くかについては「3個」と回答した人が最も多く、9割以上が長時間外出する際は複数個のお直し用化粧品を持ち歩いている傾向があることがわかりました。また、持ち歩くお直し用化粧品の種類は「口紅」や「パウダー」、「ビューラー」などが多く選ばれており、全体的に直すことのできるものから、部分的に直すことのできるものと幅広く持ち歩いていることがわかりました。絶対に持ち歩きたい化粧品として1種類と絞ると「口紅」を選ぶ人が7割と他の化粧品に比べて重要視されていることがわかりました。この化粧品の価格帯は「1,000円以上2,000円未満」が約5割を占めており、それ以上の価格帯のお直し用化粧品を持ち歩いている人はあまりいないということがわかりました。お直し用化粧品で重視するポイントについては「機能性」と回答した人が訳5割と最も多いことがわかりました。このことからお直し用化粧品で最も重要視しているポイントは「機能性」であり、「デザイン」や「値段」などはさほど重視されていないということがわかりました。

コロナ前後で持ち歩くお直し用化粧品が変化した人と回答した人は3割であることから、

調査対象者に1年生も含まれており、コロナ以前は高校生で化粧をしていなかった人が多かったことが考えられます。また、「口紅」と「パウダー」、「ファンデーション」を変えたと回答した人が多かったことがわかりました。また、お直し用化粧品を変えた理由と変えなかった理由を聞いたところ、変えた理由としてコロナ禍によりマスクをする機会が増えたことから変化したという意見が多く、変えなかった理由としてコロナ以前は高校生であり化粧をしていなかったことから必要性を感じないという意見や、マスクをしていても直したい所は変わらないといった意見が多く見受けられました。

お直し用化粧品を購入する際の情報源として1番多かったのが「Instagram」、2番目が「コスメ情報・口コミアプリ」となり、「雑誌・テレビ」と回答した人が少なくなったことからテレビ・雑誌離れが進み、SNSや口コミなどで実際に使用している人の感想を見聞きし、購入に至る人が多いということが考えられます。またお直し用化粧品を実際に購入する場所について、ドラッグストアとバラエティショップで購入する人が約7割を占めたことから、気軽に立ち寄って買うことができる場所が好まれる傾向にあることがわかりました。

以上のことから、女子大生はSNSでお直し用化粧品について情報を集め、機能性を重視したお直し用化粧品を2・3個持ち歩き、中でも口紅を持ち歩く人が多いということがわかりました。また、手頃な価格で手軽に買うことができる口紅・パウダーにニーズがある傾向があると考えられます。

