

vol.21「スキンケアブランド・・・過去・現在・未来」

株式会社マーケティングジャンクション(本社:東京都渋谷区 代表取締役:吉澤隆)が運営するモニターサイト「Amazonet」では20～59歳の女性会員を対象に、「スキンケア化粧品」をテーマにしたアンケートを実施しました。

実施日時・・・2007年7月
 調査エリア・・・全国
 対象者・・・Amazonet会員の方
 有効回答者数・・・1000人
 (各:20代 250人 30代 250人 40代 250人 50代 250人)
 実査機関・・・株式会社マーケティングジャンクション

【アンケート結果トピックス!】

使用している化粧水の価格帯は、どの年代でもあまり変わらない。

現在使用しているのとは違うスキンケアブランドを使いたい人は、約半数!

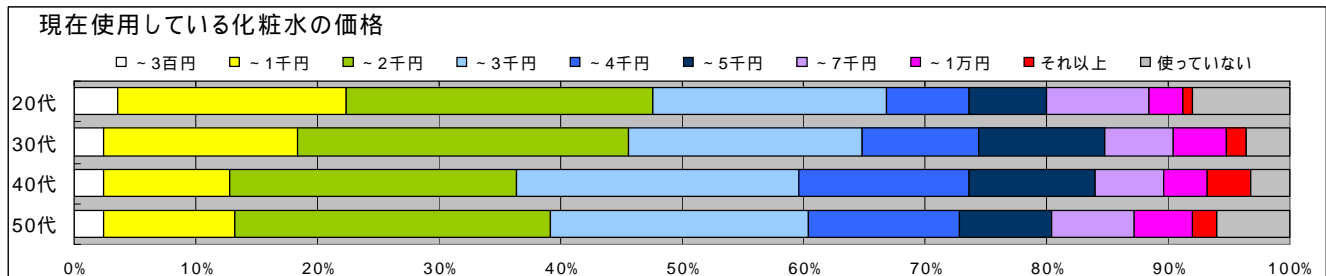
高額化粧品使用者はさらに高い物を、年代が若いほどブランドスイッチを望む。

今回は女性がスキンケアブランドに対して、今のままで満足しているのか、それとも別のブランドを使ってみたいのか...
 スキンケアブランドの使用意向を把握。現在使用中の価格帯と今後の使用意向から回答者を区分し、それぞれのブランドスイッチの状況やスキンケア化粧品についてどんな特長を持っているのかを、3回に渡ってレポートします。

【使用している化粧水の価格】

年代による使用化粧水の価格帯の差は、ほとんどない。

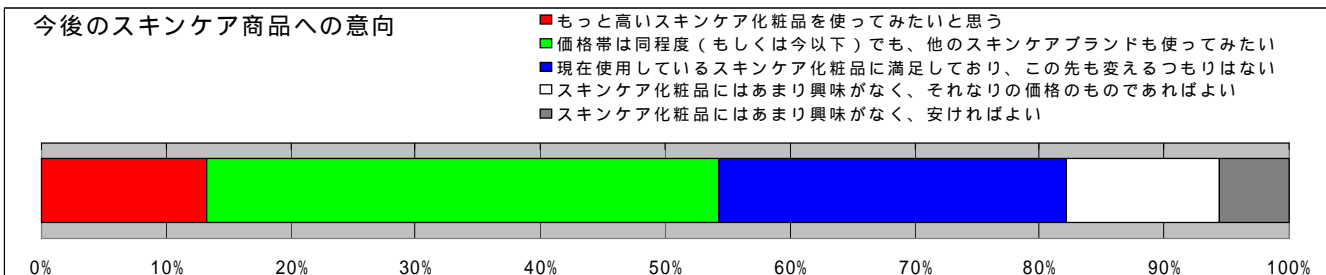
価格帯の幅が広い化粧水ですが、主に使用されているのは「～2千円」「～3千円」で約半数を占めます。
 年代による差はほとんどなく、年代が上がるにつれ使用化粧水の価格帯が上がるということはないようです。



【今後のスキンケアブランドに対する意向】

半数以上の人は違うブランドへのスイッチを望んでいる。

現在使用しているスキンケアブランドについて、「もっと高いものを使ってみたい」と、上のクラスへの上昇志向を持つ人は全体の約1割。「同価格帯の別ブランドへ」と回答した人は41%で、半数近くの人が、「他のブランドを使用してみたい」と考えています。
 そして、「現在使用しているスキンケアブランドに満足し、この先も変えるつもりはない」人は28%で、約3割は自分に合った化粧品に出会い現状に満足しています。

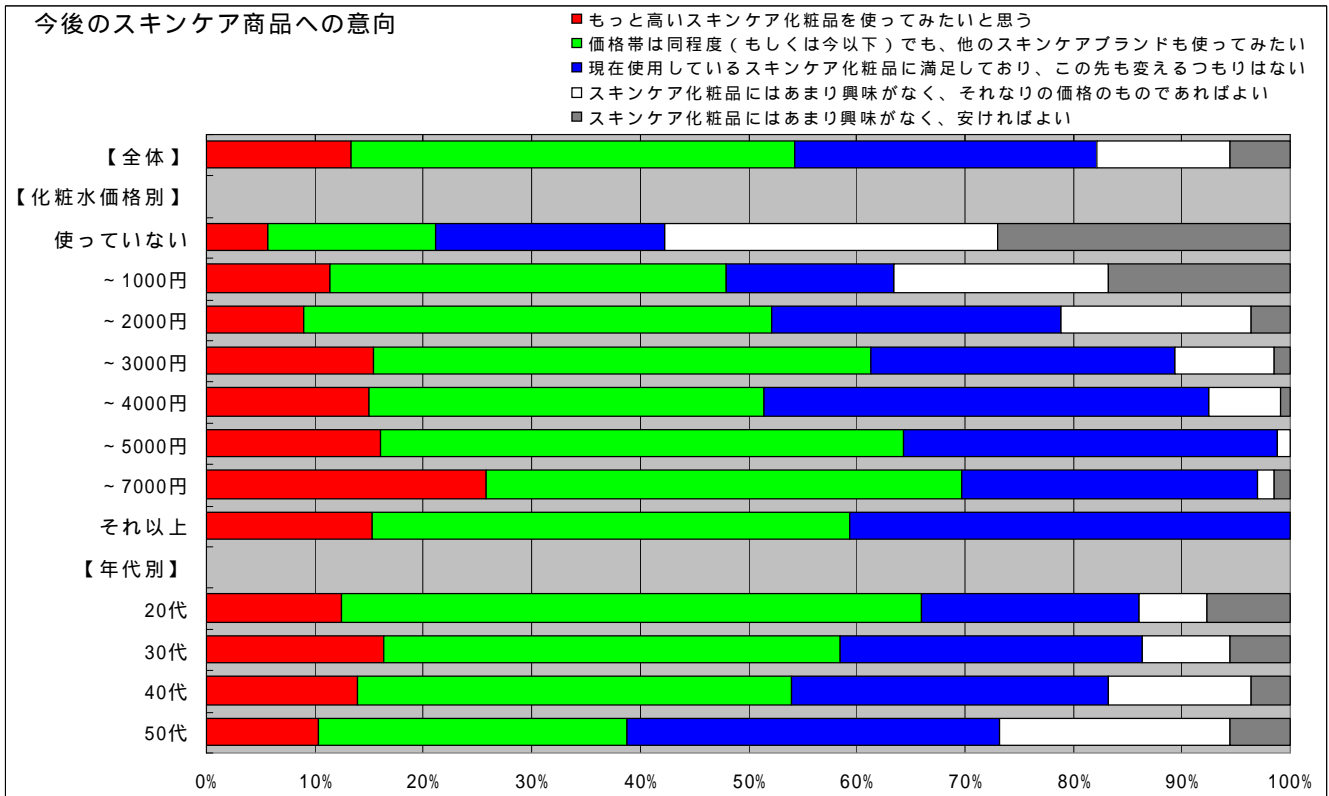


高額化粧品使用者は上昇志向が高く、年代が若いほどブランドスイッチ願望が高い。

スキンケアブランドの使用意向について、現在使用している化粧水の価格帯別に見ると、価格帯が上がるにつれて「もっと高いものを使ってみたい」傾向にあります。

価格帯とスキンケア化粧品への興味は比例する傾向にあり、高い化粧品を使っている人ほど興味が高く、さらに上のクラスへと上昇志向が強いです。

また、年代別で見ると、年代が上がるにつれ「現在使用している化粧品に満足し、この先も変えるつもりはない」がやや高くなっています。年代が若い方が、同レベルでのブランドスイッチ願望が高い結果となりました。



次回は、具体的な“現在使用ブランド”の他、“卒業ブランド”“憧れブランド”についてお届けします。

この調査のデータは、Amazonetからのものと明記していただければ
ご自由に引用・転載いただけます。
詳細はお問い合わせください。 >>info2@amazonet.com

株式会社マーケティングジャンクション <http://www.marketing-j.co.jp>
モニターサイト「Amazonet」 <http://www.amazonet.com>