

vol.21 -2 「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!】

“現在使用ブランド”のトップは「通販専門ブランド」。“憧れブランド”は「SK」がダントツ。

“卒業ブランド”は「DHC」「クリニーク」。

「SK」使用者は満足度が高く、定着傾向。

【分析の軸】

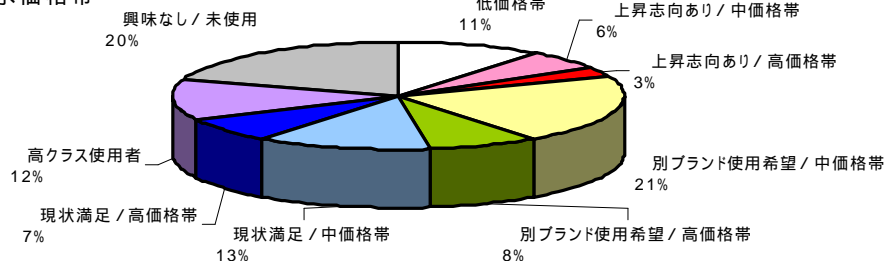
スキンケアブランドに対する今後の使用意向と現在使用している化粧水の価格帯を元に分析

化粧品は価格帯の幅が広いいため、クラスを分けるファクターとして価格帯を合わせて分析軸とします。

スキンケアブランドに対する今後の使用意向と現在使用している化粧水の価格帯を元に、回答者を以下の9グループに区分して分析を行いました。

- | | |
|------------------------------|-------------------------------------|
| 低価格帯(使用化粧品が「～1千円」) | 現状満足/中価格帯(使用化粧品が「～3千円」) |
| 上昇志向あり/中価格帯(使用化粧品が「～3千円」) | 現状満足/高価格帯(使用化粧品が「～5千円」) |
| 上昇志向あり/高価格帯(使用化粧品が「～5千円」) | 高クラス使用者(使用化粧品が「5千円より高い」) |
| 別ブランド使用希望/中価格帯(使用化粧品が「～3千円」) | 興味なし/未使用 |
| 別ブランド使用希望/高価格帯(使用化粧品が「～5千円」) | ただし、「興味なし/未使用」の人は
今回の分析の対象外とします。 |

今後の意向×化粧水価格帯



【過去・現在・未来のスキンケアブランド】

現在は「通販専門ブランド」。憧れるのは「SK」、「DHC」、「クリニーク」を卒業。

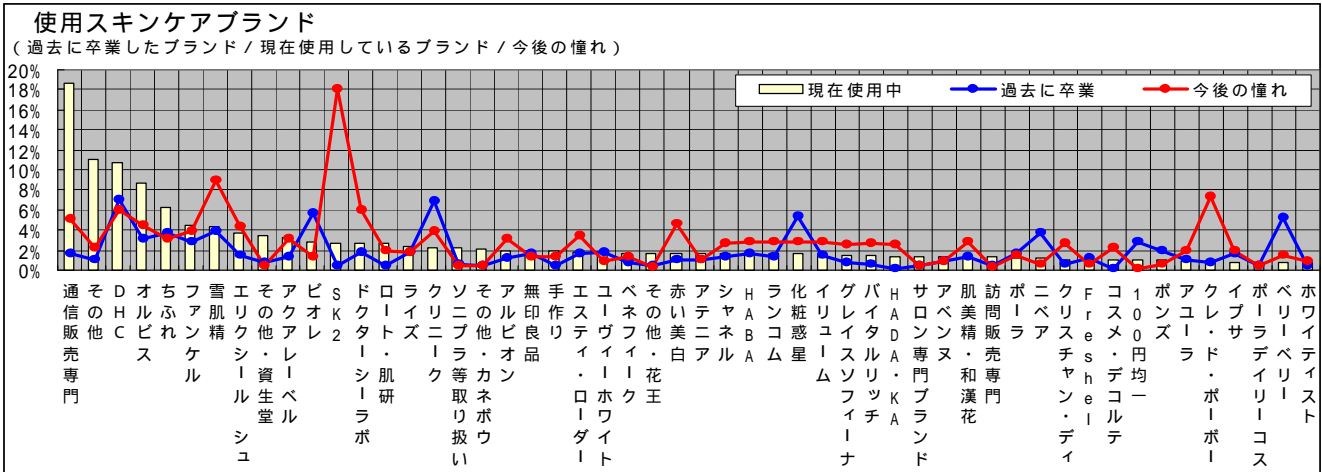
“現在使用ブランド”のトップは「通信販売専門ブランド」で、約2割を占めました。

過去に使用していた“卒業ブランド”として目立ったのは、現在使用者も多い「DHC」。

また、「クリニーク」も高くなっており、百貨店ブランドの入門として「クリニーク」の使用経験者が多いのかもしれませんが。

その他、「ピオレ」「化粧惑星」「ペリーベリー」「ニベア」など、コンビニ・ドラッグストアなどでセルフで気軽に買える比較的若い層をターゲットにしたブランドが、“卒業ブランド”として高い結果となりました。

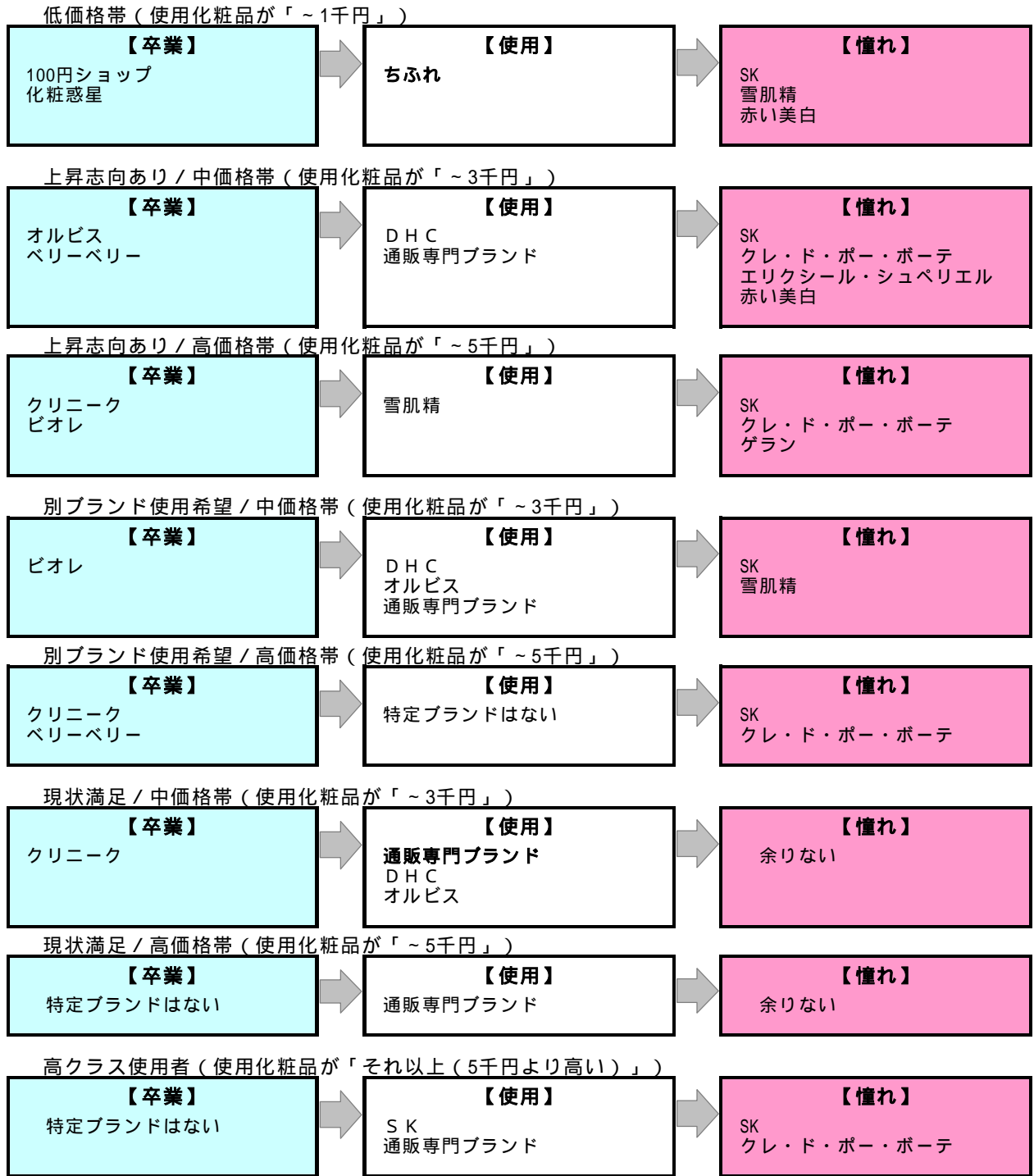
今後使用したい“憧れブランド”は、「SK」が圧倒的な人気を見せました。その他、「雪肌精」「クレド・ポー・ボーテ」などが目立っています。



今後の意向別 スキンケアブランドは…?

スキンケアブランドに対する今後の使用意向と現在使用している化粧水の価格帯を元にした9つのグループ別の“卒業ブランド”“現在使用ブランド”“憧れブランド”は以下の通りです。

卒業 現在使用 憧れとブランドがスイッチしていく様子が伺える中で、SK 使用者は今後もSK を使用したい傾向があり、ブランド定着率が高いようです。



次回は、スキンケア化粧品の使用アイテムや購買状況の他、どんな効果のあるスキンケアに惹かれるのか？を具体的な広告表現を元に見ていきたいと思います。

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>