

@cosmeコンシューマーレポート「2009年 化粧品購入チャネルレポート」のご案内

この度、化粧品購入時のチャネル利用実態に関する調査レポート、「@cosmeコンシューマーレポート 2009年 化粧品購入チャネルレポート」を作成しましたので、ご案内いたします。

本レポートは、株式会社アイスタイルが運営する美容情報専門クチコミサイト「@cosme(アットコスメ) <http://www.cosme.net/>」の会員を対象にインターネットリサーチを実施した結果をまとめたものとなります。

レポート詳細

発行: 株式会社アイスタイル
 発刊日: 2009年9月
 版型: A4版・135ページ
 価格: ¥150,000-(PDFファイル)

調査概要

調査手法: インターネットリサーチ
 調査目的: 本レポートは、化粧品購入時のチャネル利用実態を探ることを目的とするものである。主要チャネルにおける利用者像と利用実態を明らかにすることにより、化粧品購入時のチャネル特性を明らかにする。
 調査対象者: 18～49歳までの@cosmeプロデュースメンバー 840名 (年代により6セル×140名設定)
 18～24歳 25～29歳 30～34歳 35～39歳 40～44歳 45～49歳
 調査時期: 2009年7月10日(金)～7月15日(水)

調査内容

化粧品購入行動

- ・化粧品嗜好性
- ・好きな化粧品のイメージ
- ・化粧品情報源
- ・化粧品購入のきっかけとなる情報源
- ・年間購入金額<スキンケア化粧品>
- ・年間購入金額<メイクアップ化粧品>
- ・年間購入金額<ヘアケア製品>
- ・購入チャネル
- ・購入チャネルの使い分け理由

チャネル比較

- ・[チャネル別] 属性
- ・[チャネル別] 化粧品嗜好性
- ・[チャネル別] 好きな化粧品のイメージ
- ・[チャネル別] 化粧品情報源
- ・[チャネル別] 化粧品購入のきっかけとなる情報源
- ・[チャネル別] 年間購入金額<スキンケア化粧品>
- ・[チャネル別] 年間購入金額<メイクアップ化粧品>
- ・[チャネル別] 年間購入金額<ヘアケア製品>
- ・[チャネル別] 利用チャネル
- ・[チャネル別] チャネル使い分け状況
- ・[チャネル別] チャネル使い分け理由
- ・[チャネル別] 化粧品購入頻度
- ・[チャネル別] 購入アイテム
- ・[チャネル別] 購入アイテム<スキンケア化粧品>
- ・[チャネル別] 購入アイテム<メイクアップ化粧品>
- ・[チャネル別] 購入アイテム<ヘアケア製品>
- ・[チャネル別] 魅力点

百貨店利用者

- ・[百貨店利用者] まとめ
- ・[百貨店利用者] 属性
- ・[百貨店利用者] 化粧品嗜好性
- ・[百貨店利用者] 好きな化粧品のイメージ
- ・[百貨店利用者] 化粧品情報源
- ・[百貨店利用者] 化粧品購入のきっかけとなる情報源
- ・[百貨店利用者] 年間購入金額<スキンケア化粧品>
- ・[百貨店利用者] 年間購入金額<メイクアップ化粧品>
- ・[百貨店利用者] 年間購入金額<ヘアケア製品>
- ・[百貨店利用者] 利用チャネル
- ・[百貨店利用者] チャネル使い分け状況
- ・[百貨店利用者] チャネル使い分け理由
- ・[百貨店利用者] 利用頻度
- ・[百貨店利用者] 購入アイテム
- ・[百貨店利用者] 購入アイテム<スキンケア化粧品>
- ・[百貨店利用者] 購入アイテム<メイクアップ化粧品>
- ・[百貨店利用者] 購入アイテム<ヘアケア製品>
- ・[百貨店利用者] 魅力点

化粧品専門店利用者

ドラッグストア利用者

コンビニエンスストア利用者

通信販売(インターネット)利用者

百貨店利用者と同様の項目をチャネルごとに分析

@cosmeリサーチサービスのご紹介

株式会社アイスタイルでは、約110万人の@cosmeメンバーのうち、“よりよい化粧品やサービスの開発”に協力していただける「プロデュースメンバー」(約40万人)を対象にリサーチを行う、リサーチサービスを展開しています。化粧品に対しアクティブなメンバーであるため、美容関係のことについて、内容の濃い意見を聞くことができ、他社モニターでは集めることのできないような、出現率の低いケースでもモニターを確保することが可能です。

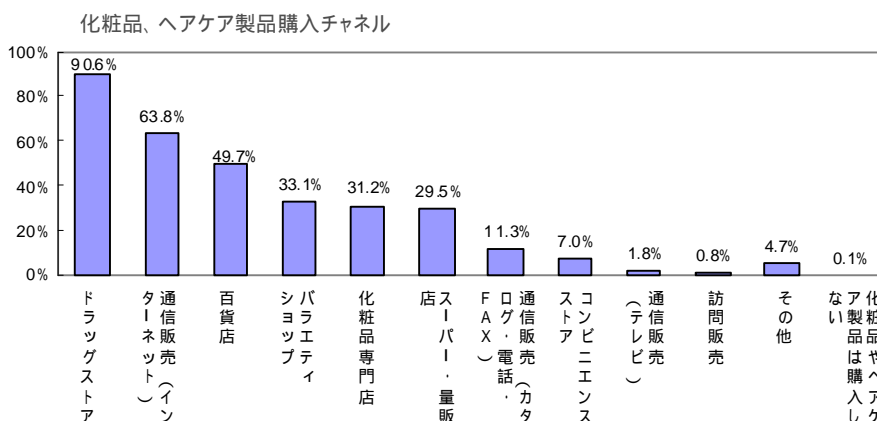
■レポートのご購入、またはリサーチサービスに関するお問い合わせ先

株式会社アイスタイル <http://www.istyle.co.jp/>
 03-5785-8904(TEL) 03-5785-8901(FAX)
 リサーチプランナー 田原 茜 / 西原 羽衣子 research@istyle.co.jp

**@cosmeコンシューマーレポート
 「2009年 化粧品購入チャネルレポート」**

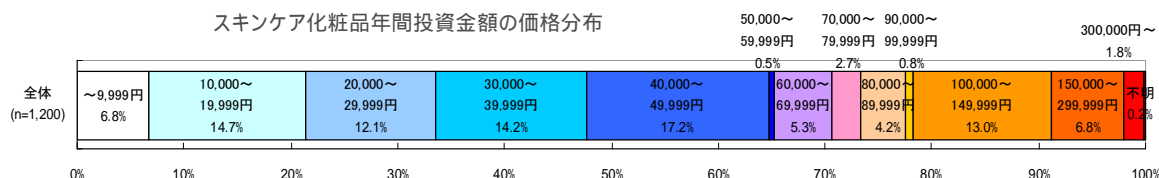
■ドラッグストアは9割、インターネット通販は6割に利用

➢ 化粧品やヘアケア製品を購入するチャネルとして、@cosmeメンバーの9割にドラッグストアが利用されている。次いで利用率が高いのはインターネット通販であり、30代後半以上の年代利用率が特に高い。百貨店は5割の利用率となり、百貨店の低迷とインターネット通販の台頭が見られる。



■スキンケア化粧品の年間投資金額約6万円、化粧品専門店と百貨店利用者は約8万円

➢ スキンケア化粧品年間投資金額は、化粧品専門店利用者、百貨店利用者において約8万円と高く、ドラッグストア利用者との差は2万円以上。また化粧品専門店利用者と百貨店利用者はメイクアップ化粧品、ヘアケア製品への投資金額も高く、トータルビューティーにおいて投資金額が高い傾向がある。



■最も魅力的なチャネルはドラッグストア

➢ 百貨店はブランドとカウンセリング、化粧品専門店はサンプルやポイント、ドラッグストアは価格と品揃え、インターネット通販は便利さ、と各チャネルに評価されるベネフィットは明確に異なる。また利用者の30%以上に魅力的と回答された項目数はドラッグストアが最も多く、利用率との相関が見られる。

■百貨店では「ファンデーション」を、ドラッグストアでは「シャンプー・コンディショナー」を購入

➢ 百貨店ではベースメイクアイテムを購入する人が多く、「ファンデーション」「化粧下地」の購入率が高い。ドラッグストアでは「シャンプー」「コンディショナー・トリートメント」といったヘアケア製品が、コンビニエンスストアでは「ネイルカラー」などメイクアップ化粧品の購入率が高い。「ファンデーションを探しに百貨店に行こう」「シャンプーを買いにドラッグストアに行こう」といったチャネル選択がされているようだ。