

報道関係各位

**@cosmeメンバー900名に調査した結果をまとめた
「2014年アンチエイジングレポート」を発表**
～ 顔のアンチエイジングはより身近になる一方、髪のアンチエイジングはまだ知識不足か？ ～

株式会社アイスタイル(本社:東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO:吉松徹郎 東証一部・コード番号 3660 以下、アイスタイル)は20歳以上の@cosme(※)メンバー900名を対象に、2014年4月24日から2014年4月30日の期間にかけてアンチエイジングに関する自主調査を実施いたしました。その結果、2014年では「アンチエイジング」に関して下記のような傾向があることがわかりました。

- アンチエイジングはより身近になっていると考えられる。美容液などのアンチエイジングのための特別なアイテムに加え、化粧水、乳液、洗顔料、クレンジングなど普段使用する身近なアイテムにもアンチエイジング効果のあるアイテムを取り入れている。例えば、クレンジングにアンチエイジング効果のあるアイテムを使用したことがあるメンバーは2005年から20.2%増え、2014年では33.8%が使用経験ありと答えている。
- 2011年7月から「乾燥による小ジワを目立たなくする」新しい効能が厚生労働省によって認められたことにより、アンチエイジング化粧品のラインナップがより充実した。そのため、2014年では肌老化の原因として「乾燥」が注目されるなど、より肌老化への知識が高まっている。
- 髪や頭皮のアンチエイジングケアは美容意識の高い@cosmeメンバーにおいても後手に回っている。髪や頭皮の老化を実感するきっかけは「白髪」であり、老化現象が顕在化して初めてアンチエイジングを意識している。これは、髪や頭皮の老化に関する知識が行き渡っていないことを表している。
- 化粧品消費行動に大きな変化はないものの、「高級感」へのニーズが高まり、アンチエイジング化粧品にかけられる上限金額が上昇するなど、単価上昇が期待できそうだ。例えば、アンチエイジング効果のある美容液にかけてもよい上限金額を見ると、2010年の全年代の平均金額が7,890円だったのに対して、2014年では8,814円に上昇している。
- アンチエイジングに関して注目されているブランドは前回の2010年の調査から変わりなく、「ドモホルンリンクル」、「SK-II」の2強であった。50代以上においては、50代からのスキンケア「F.A.G.E.(エファージュ)」への注目度の高さがうかがえる。

※ @cosme(アットコスメ)とは

@cosmeは、1999年12月にサイトを開設。クチコミ投稿数1100万件以上、国内外2万7000ブランド・商品数24万点のデータベースと、クチコミ検索機能や新製品情報などのコンテンツを備えた、日本最大の化粧品・美容の総合サイトです。月間訪問者は930万人(全デバイス含む)、月間ページビュー数は、2.7億PV以上。サイトの開設以降、会員数・クチコミ件数・ページビューとも成長を続けております。(2014年5月現在)

※引用・転載時のクレジット表記のお願い

本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「アイスタイルが実施した調査結果によると」、「@cosmeメンバーにおける2014年アンチエイジングに関する意識調査によると」

【調査概要】

調査タイトル:

「@cosmeメンバーにおけるアンチエイジングに関する意識調査」

調査目的:

@cosmeメンバーにおけるアンチエイジングに対する意識及びアンチエイジング化粧品の使用実態を明らかにし、今後のアンチエイジング関連の一基礎資料とすることを目的に実施した。本調査は 2005 年／2008 年／2010 年に続き 2014 年度で 4 回目となる。

調査手法: インターネットリサーチ

調査時期: 2014 年 4 月 24 日(木)～2014 年 4 月 30 日(水)

調査対象者:

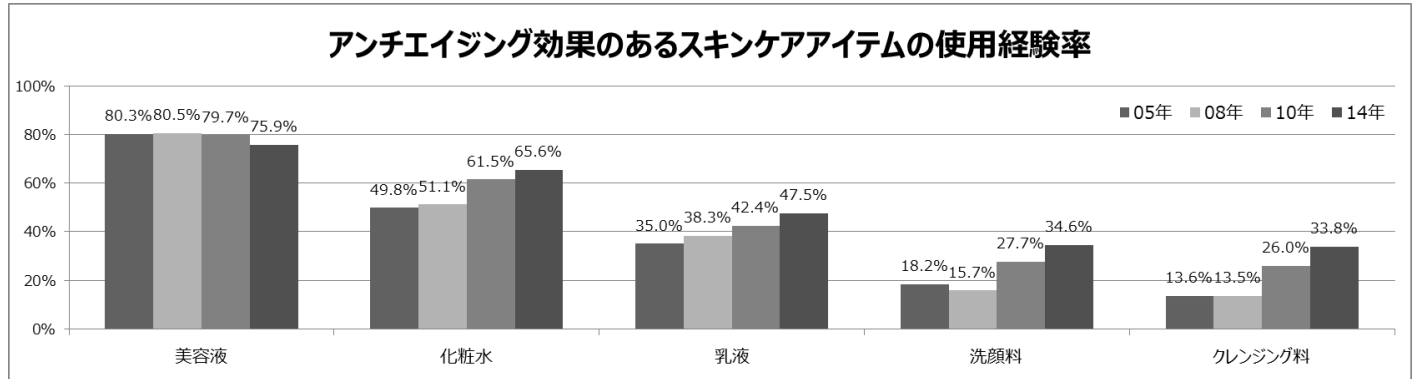
日本全国の 20 歳以上の@cosmeプロデュースメンバーの女性 900 名(年代による割付あり)

年代	20～24 歳	25～29 歳	30～34 歳	35～39 歳	40～44 歳	45～49 歳	50 歳以上
(n=900)	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	8.3%	8.3%	16.7%

職業	フルタイム	パート・ アルバイト ・フリーター	自営業・ 自由業	専業主婦	学生	無職	その他
(n=900)	45.4%	18.7%	3.6%	21.7%	6.3%	4.1%	0.2%

化粧品、洗顔料など普段使用する身近なアイテムにアンチエイジング効果のあるアイテムを取り入れる割合が増えている。

Q. これまでにお使いになったことのある「アンチエイジング効果のあるスキンケアアイテム」を全てお選びください。(複数回答)
n=671(ベース:これまでに「アンチエイジング効果のあるスキンケアアイテム」を使用したことがある)



※グラフは選択肢 13 項目より抜粋して表示

2014 年では肌老化の原因として「乾燥」が注目されるなど、より肌老化への知識が高まっている。

Q. 肌が老化する原因は何だと思いますか？(複数選択)
n=832(ベース:これまでに肌の老化を意識したことがある)

2008 年合計	2010 年合計	2014 年合計
n=858	n=854	n=832
加齢 (90.3%)	加齢 (84.8%)	紫外線 (83.4%)
紫外線 (87.3%)	紫外線 (77.9%)	加齢 (83.1%)
ストレス (77.0%)	ストレス (77.2%)	乾燥 (71.6%)
寝不足 (72.7%)	乾燥 (69.3%)	ストレス (69.5%)
乾燥 (65.9%)	寝不足 (69.3%)	寝不足 (65.4%)

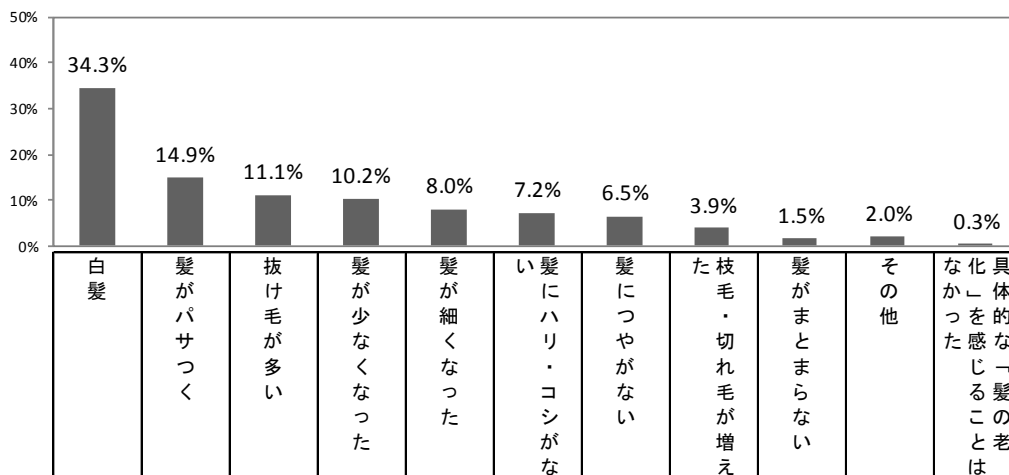
※表は上位 5 項目を抜粋して表示

※2005 年度の聴取はなし

※調査時期は 2008 年度(2008 年 9 月 1~8 日) / 2010 年度(2010 年 11 月 22~29 日) / 2014 年度(2014 年 4 月 24~30 日)

髪や頭皮の老化を実感するきっかけは「白髪」であり、老化現象が顕在化して初めてアンチエイジングを意識している。

Q. 初めて「髪や頭皮の老化」を感じたり、意識をしたのはどのような髪の状態からでしたか？(単一回答)
n=597(ベース:これまでに「髪や頭皮の老化」を感じたことがある)

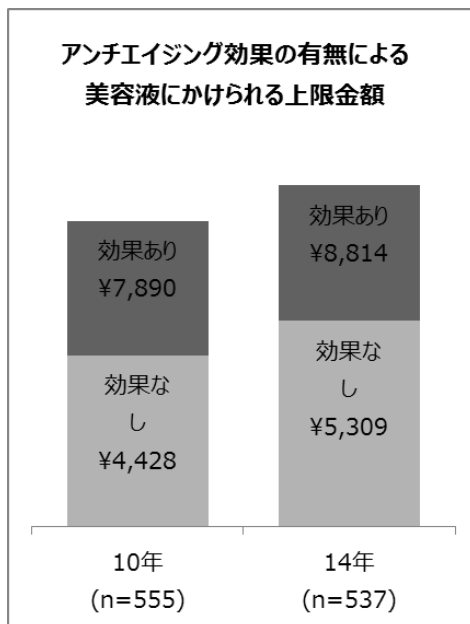


※「その他」「具体的な「髪の老化」を感じなかった」を除く 9 項目を降順にソート

「高級感」へのニーズが高まり、アンチエイジング化粧品にかけられる上限金額が上昇している。

Q. 下記のスキンケアアイテムを購入するとした場合、それぞれいくらくらいまでならお金をかけられますか？（アンチエイジング効果のあり／なしそれぞれについて自由回答）

n=537（ベース：アンチエイジング効果のある美容液購入意向者のうち、有効回答のみを集計）



※2005/2008年度の聴取はなし

※調査時期は 2010年度(2010年11月22~29日) / 2014年度(2014年4月24~30日)

アンチエイジングに関して注目されているブランドは各年代で「ドモホルンリンクル」、「SK-II」の2強となっている。50歳以上では「F.A.G.E.(エファージュ)」が第3位に浮上し、50歳以上から注目されていることがわかる。

Q. 「アンチエイジング」と聞いて思いつくメーカー・ブランドはございますか？（複数回答／制限選択2つまで）

n=900（ベース：全数）

20~24歳	n=150	25~29歳	n=150	30~34歳	n=150	35~39歳	n=150
SK-II	(42.7%)	SK-II	(49.3%)	SK-II	(44.7%)	ドモホルンリンクル	(39.3%)
ドモホルンリンクル	(36.7%)	ドモホルンリンクル	(35.3%)	ドモホルンリンクル	(41.3%)	SK-II	(28.7%)
アスタリフト	(24.0%)	アスタリフト	(19.3%)	アスタリフト	(16.7%)	アスタリフト	(22.7%)
資生堂	(11.3%)	ドクターシーラボ	(6.7%)	ポーラ/ポーラB.A	(8.7%)	ドクターシーラボ	(8.7%)
ドクターシーラボ	(9.3%)	ポーラ/ポーラB.A	(6.0%)	資生堂	(8.7%)	ポーラ/ポーラB.A	(8.0%)
40~44歳	n=75	45~49歳	n=75	50歳以上	n=150		
ドモホルンリンクル	(44.0%)	ドモホルンリンクル	(37.3%)	ドモホルンリンクル	(34.7%)		
SK-II	(32.0%)	SK-II	(14.7%)	SK-II	(19.3%)		
アスタリフト	(12.0%)	アスタリフト	(14.7%)	F.A.G.E. (エファージュ)	(17.3%)		
ラ・プレリー	(12.0%)	資生堂	(10.7%)	アスタリフト	(13.3%)		
ポーラ/ポーラB.A	(9.3%)	ドクターシーラボ	(9.3%)	ドクターシーラボ	(13.3%)		

※表は各年代の上位5項目を抜粋して表示

なお、今回の調査結果をまとめた「@cosmeメンバーにおける2014年アンチエイジングレポート」はアイスタイルのリーサーチサービスとして販売しています。

【サービス概要】

サービス名:「@cosmeメンバーにおけるアンチエイジングに関する意識調査」

版型:A4版・108ページ

価格:15万円

※アイスタイルのリーサーチサービスについてはアイスタイルHP(URL:<http://www.istyle.co.jp/business/media/research/>)をご覧ください。

【株式会社アイスタイル 会社概要】 <http://www.istyle.co.jp> 東証一部・コード番号 3660

- ◆所在地: 〒107-6034 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 34 階
- ◆設立: 1999年7月27日
- ◆資本金: 15億6,078万円
- ◆代表者: 代表取締役社長 兼 CEO 吉松 徹郎
- ◆事業内容: 化粧品のカチコミサイト@cosme(アットコスメ)の企画・運営、関連広告サービス、マーケティング・リーサーチサービスの提供

- ◆お問合せ◆ 株式会社アイスタイル コーポレートストーリー室 広報担当
TEL:03-5575-1262 FAX:03-5575-1261 Email: istyle-press@istyle.co.jp