



美容センサス 2023 年下期

《美容意識・購買行動編》

「15～69 歳男女の美容意識とコスメ購買行動」

報告書

株式会社リクルート

ホットペッパービューティーアカデミー

<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>

※出版・印刷物、WEB 等へデータ転載される際には、

「(株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー調べ」と明記していただきますようお願い申し上げます。

調査概要と回答者プロフィール

調査名

美容センサス 2023 年下期<<美容意識・購買行動編>>

調査目的

女性・男性それぞれの過去 1 年間における美容意識や購買行動の実態をとらえる

調査方法

インターネットによるアンケート調査

- 株式会社マーケティングアプリケーションズの「MAApps Panel」を利用

調査対象

全国、人口 20 万人以上の都市に居住する 15～69 歳の男女各 6,600 人

※人口 20 万人以上の都市の人口比率によってエリアごとの割付数を決定

※男女それぞれ、年齢 5 歳刻みで均等割付（エリアと年代による割付数詳細は下記数表を参照）

エリア別割付数（数字はサンプル数）

		合計 サンプル	東北 北海道	首都 圏	23 区外	東 京 23 区	甲 信 越	（東 海 静 岡 含む）	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州			合計 サンプル	東北 北海道	首都 圏	23 区外	東 京 23 区	甲 信 越	（東 海 静 岡 含む）	関 西	中 国 ・ 四 国	九 州
女性	女性全体	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627	男性	男性全体	6,600	561	2,772	1,848	924	264	671	1,243	462	627
	15～19歳	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57		15～19歳	600	51	252	168	84	24	61	113	42	57
	20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114		20代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114		30代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114		40代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114		50代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114
	60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114		60代	1,200	102	504	336	168	48	122	226	84	114

調査実施期間

2023 年 8 月 3 日（木）～8 月 13 日（日）

※時系列データ：比較対象の調査の実施期間と調査対象は以下の通り

調査年	調査実施期間	調査対象	
		女性	男性
2021年	8月13日（金）～ 8月20日（金）	男女それぞれ 15～69歳 6,600サンプル	
2022年	8月10日（水）～ 8月19日（金）		
2023年	8月3日（木）～ 8月13日（日）		

調査実施機関

株式会社アンド・ディ

報告書を見る際の注意点

図表内の%の値は小数第 2 位を四捨五入しているため、差分や合計値において、単純計算した数値と合致しない場合があります。

各年代の詳細データは、ホットペッパービューティーアカデミーホームページにてご紹介しています。

美容センサスデータブック https://hba.beauty.hotpepper.jp/search_databook/

1. マスク着用義務の解除後にケアしたい部分

女性 15～19 歳と 20 代は「ニキビ」、30 代以上は「顔のシミ・シワ」のケアを重視。

男性 15～19 歳と 20 代は「ニキビ」、30 代は「ひげそり跡」、40 代以上は「顔のシミ・シワ」のケアを重視。

■マスク着用義務の解除後にケアしたい部分（複数回答）

【女性】

	女性全体 2023年 (n=6,600)	年代別					
		15～19歳 (n= 600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
顔のシミ・シワ	37.3	8.8	17.5	38.1	46.8	50.3	48.3
毛穴	26.8	37.7	33.8	37.5	27.4	18.1	11.8
歯の黄ばみ	23.8	32.5	25.7	28.8	24.6	18.3	17.1
日焼け	23.2	44.7	25.6	26.0	20.8	17.7	15.2
小顔・リフトアップ	21.5	27.2	22.2	23.9	21.6	19.4	17.7
ニキビ	18.7	55.5	36.5	24.3	9.0	3.9	1.5
目のクマ	18.2	16.5	13.4	21.3	18.7	20.1	18.3
歯並び	16.4	24.3	18.5	18.1	17.1	13.7	10.5
		※各年代において	1位	2～3位	4～5位		

※「女性全体」で降順ソート
※「その他」「あてはまるものはない」は非表示

【男性】

	男性全体 2023年 (n=6,600)	年代別					
		15～19歳 (n= 600)	20代 (n=1,200)	30代 (n=1,200)	40代 (n=1,200)	50代 (n=1,200)	60代 (n=1,200)
顔のシミ・シワ	17.1	11.2	11.8	18.8	23.0	17.4	17.6
ひげそり跡	16.9	23.7	18.3	21.7	21.0	11.5	8.6
ニキビ	15.3	44.2	24.3	20.4	10.7	4.8	1.9
歯の黄ばみ	13.3	14.3	12.4	16.9	15.2	12.8	9.0
歯並び	10.2	12.7	10.3	12.2	11.9	8.1	7.1
毛穴	9.7	14.0	12.8	14.7	10.1	5.3	3.7
目のクマ	8.8	6.8	5.4	11.4	11.2	8.6	8.3
日焼け	7.5	12.3	9.3	8.8	8.2	5.1	3.8
小顔・リフトアップ	6.8	7.2	9.2	10.4	8.8	3.8	1.6
		※各年代において	1位	2～3位	4～5位		

※「男性全体」で降順ソート
※「その他」「あてはまるものはない」は非表示

2. お金や時間を使いたい部位

女性は「髪型」が3年連続で1位。2位以下の順位も大きな変化はない。

男性はスコアが全体的に前年から増加。「体の肌質・体毛（ムダ毛）」は2年連続で増加。

■お金や時間を使いたい部位：「そう思う・計」（各単一回答）

※「そう思う・計」は「とてもそう思う」+「まあそう思う」

【女性】

	女性全体 (%)							
	2021年 (n=6,600)		2022年 (n=6,600)		2023年 (n=6,600)		前年差(pt)	
	順位	スコア	順位	スコア	順位	スコア		
髪型	1位	55.6	1位	58.0	1位	55.9	-2.1	
顔の肌質	2位	54.2	2位	54.5	2位	54.9	0.4	
髪質	3位	50.7	3位	51.7	3位	52.8	1.1	
体型（全体のバランス）	4位	47.5	4位	47.6	4位	46.2	-1.4	
体臭・口臭	5位	45.8	5位	45.1	5位	46.1	1.0	
体の肌質・体毛（ムダ毛）	6位	44.0	6位	44.1	6位	44.0	-0.1	
顔の毛まわり（眉毛・まつ毛）	8位	41.5	7位	42.7	7位	42.1	-0.6	
顔のパーツ（目・鼻・歯など）	7位	43.2	7位	42.7	8位	41.6	-1.1	
髪量	10位	38.0	9位	38.7	9位	39.1	0.4	
体のパーツ（腕・脚・首など）	9位	39.2	10位	38.5	10位	37.6	-0.9	
手・指先	11位	36.3	11位	36.8	11位	36.0	-0.8	

※各調査年において 1位 2~3位 4~5位

※2023年の降順ソート

【男性】

	男性全体 (%)							
	2021年 (n=6,600)		2022年 (n=6,600)		2023年 (n=6,600)		前年差(pt)	
	順位	スコア	順位	スコア	順位	スコア		
体臭・口臭	1位	37.4	1位	35.5	1位	37.6	2.1	
髪型	2位	33.5	2位	33.4	2位	34.8	1.4	
顔の毛まわり（ひげ・眉毛・鼻毛）	4位	30.2	3位	29.8	3位	32.2	2.4	
体型（全体のバランス）	3位	30.4	4位	29.1	4位	31.3	2.2	
顔の肌質	5位	28.9	5位	28.3	5位	30.3	2.0	
髪量	6位	28.6	6位	27.9	6位	30.0	2.1	
体の肌質・体毛（ムダ毛）	8位	26.0	8位	26.5	7位	28.2	1.7	
髪質	7位	27.3	7位	27.3	8位	28.0	0.7	
顔のパーツ（目・鼻・歯など）	9位	23.8	9位	23.5	9位	26.0	2.5	
体のパーツ（腕・脚・首など）	10位	20.0	10位	19.8	10位	22.0	2.2	
手・指先	11位	17.8	11位	17.5	11位	19.2	1.7	

※各調査年において 1位 2~3位 4~5位

※2023年の降順ソート

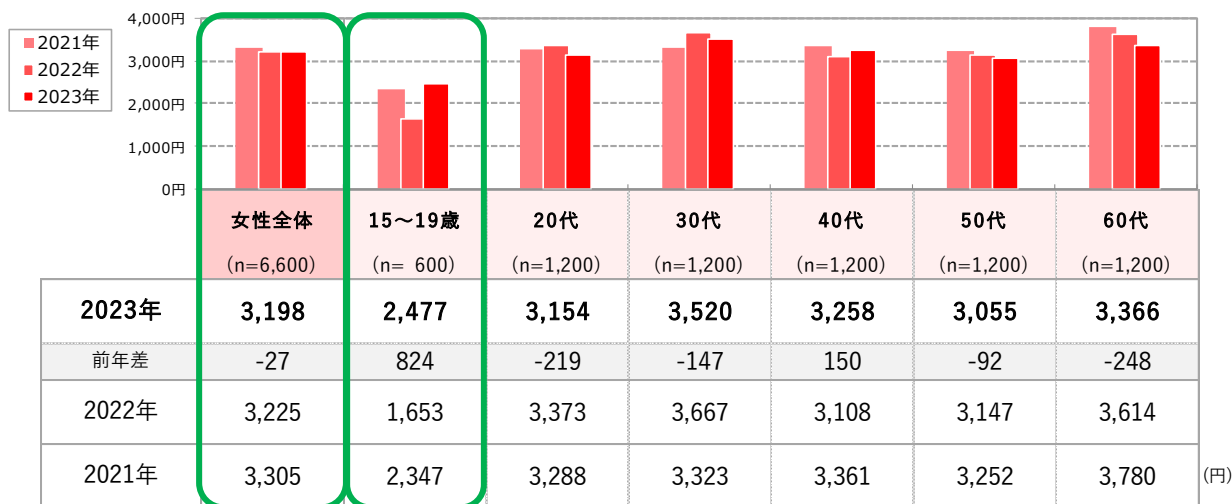
3. 基礎化粧品に使う 1 カ月あたりの金額

女性全体は前年からは横ばいだが、15～19 歳は 824 円上昇。

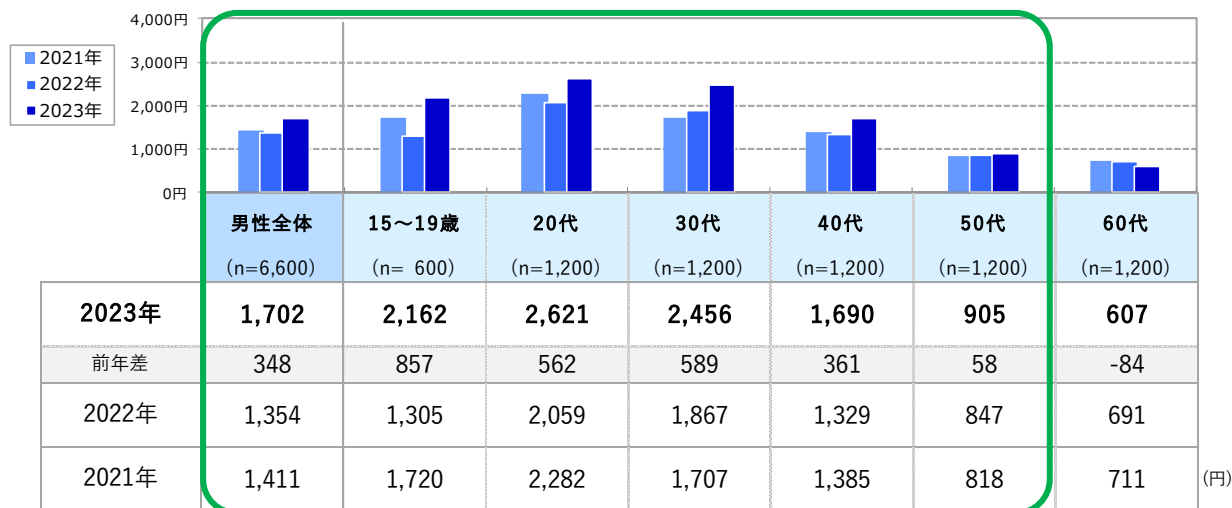
男性全体は前年から 348 円上昇。60 代以外は各年代前年から金額が上昇し、特に 15～19 歳は +857 円と大きく伸びた。男女とも 15～19 歳の前年からの伸び幅が他の年代を大きく上回った。

■基礎化粧品に使う 1 カ月あたりの金額（0 円含む平均）（単一回答）

【女性】



【男性】



※平均金額の算出方法：回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した
ただし、選択肢の最高価格帯（5 万円）のみ表示した金額をそのまま用いている

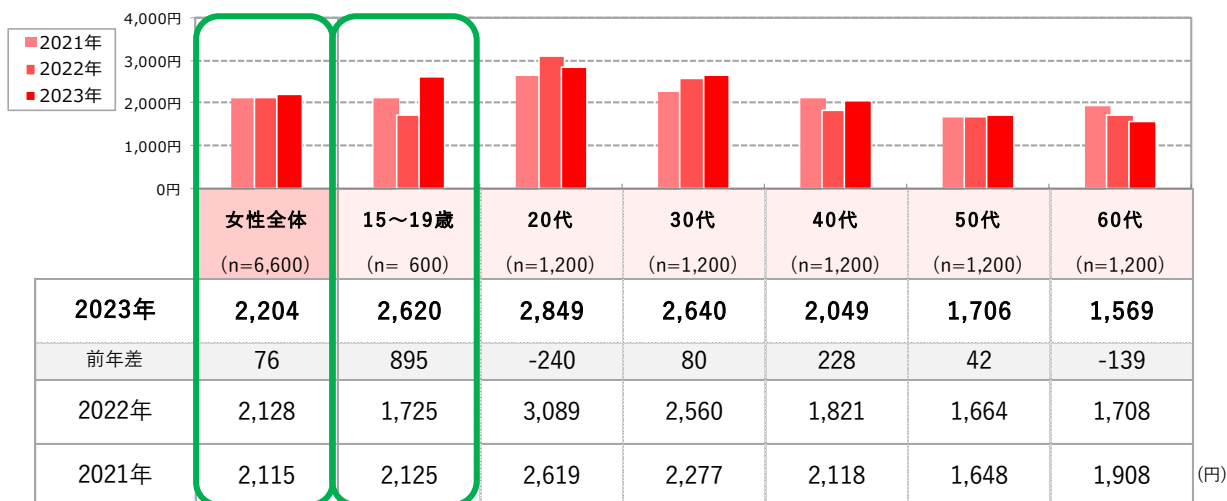
4. メイクアイテムに使う 1 カ月あたりの金額

女性全体は前年からはほぼ横ばいだが、15～19 歳は 895 円上昇。

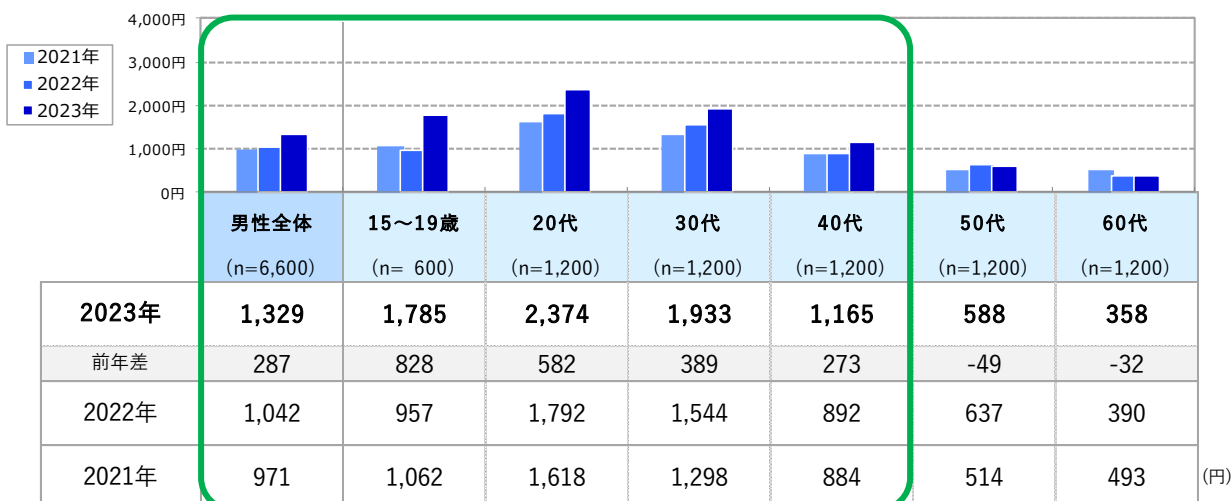
男性全体は前年から 287 円上昇。15～19 歳、20 代、30 代、40 代で金額が上昇し、特に 15～19 歳は +828 円と大きく伸びた。男女とも基礎化粧品同様、15～19 歳の前年からの伸び幅が他の年代を大きく上回った。

■メイクアイテムに使う 1 カ月あたりの金額（0 円含む平均）（単一回答）

【女性】



【男性】



※平均金額の算出方法：回答形式は選択肢方式としているが、便宜上選択肢の中央値を用いて平均金額を算出した
ただし、選択肢の最高価格帯（5 万円）のみ表示した金額をそのまま用いている

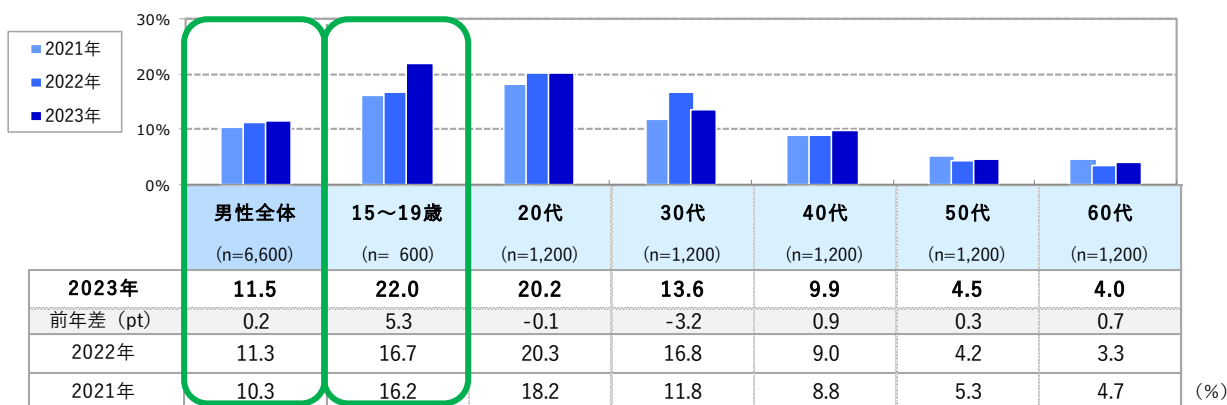
5. 【男性】メイクアイテム購入率

男性全体のメイクアイテム購入率は 11.5%で緩やかに増加。前年からは 15～19 歳の購入率が 5.3 ポイント増加し 22.0%に。メイクアイテム別に見ても、15～19 歳は、全てのメイクアイテムの購入率が前年から増加。最も増加幅が大きかったのは、「アイシャドウ」(+6.0 ポイント)、次いで「コンシーラー」(+5.3 ポイント)、「下地」(+5.2 ポイント)。

■メイクアイテム購入率※1（各単一回答）

※1 メイクアイテム購入率：1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【男性】



■メイクアイテム別の購入率※2（各単一回答）

※2 メイクアイテム別の購入率：1年以内に各メイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【男性】

		メイクアイテム										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイブロウ(眉マスカラを含む)	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
男性全体	2023年 (n=6,600)	7.1	6.8	7.0	6.5	6.2	6.1	6.0	5.5	5.9	5.5	5.5
	2022年 (n=6,600)	7.2	6.8	6.7	6.2	6.1	5.7	5.6	5.4	5.9	5.3	5.4
	前年差(pt)	-0.1	0.0	0.3	0.3	0.1	0.4	0.4	0.1	0.0	0.2	0.1
15～19歳	2023年 (n= 600)	15.0	14.8	13.7	13.5	13.2	13.8	11.8	12.5	12.8	10.7	11.0
	2022年 (n= 600)	9.8	9.5	9.7	10.3	8.7	7.8	8.0	7.7	8.5	7.3	7.7
	前年差(pt)	5.2	5.3	4.0	3.2	4.5	6.0	3.8	4.8	4.3	3.4	3.3
20代	2023年 (n=1,200)	12.9	12.9	12.1	13.0	11.7	11.3	11.8	10.3	11.0	10.7	10.3
	2022年 (n=1,200)	13.9	13.3	13.3	12.4	11.9	11.3	11.7	10.5	11.3	10.2	10.7
	前年差(pt)	-1.0	-0.4	-1.2	0.6	-0.2	0.0	0.1	-0.2	-0.3	0.5	-0.4
30代	2023年 (n=1,200)	8.8	7.8	9.3	8.4	7.4	7.8	7.2	6.8	7.3	7.3	6.9
	2022年 (n=1,200)	11.3	10.6	9.4	9.0	9.1	8.5	8.6	8.5	9.7	8.4	9.1
	前年差(pt)	-2.5	-2.8	-0.1	-0.6	-1.7	-0.7	-1.4	-1.7	-2.4	-1.1	-2.2
40代	2023年 (n=1,200)	6.0	5.7	6.2	4.7	4.8	4.4	4.5	4.2	4.8	4.3	4.7
	2022年 (n=1,200)	6.1	5.4	5.8	4.9	5.1	4.6	4.1	4.4	4.2	4.1	4.3
	前年差(pt)	-0.1	0.3	0.4	-0.2	-0.3	-0.2	0.4	-0.2	0.6	0.2	0.4
50代	2023年 (n=1,200)	2.3	2.3	2.5	2.0	2.3	1.8	2.2	1.7	1.8	1.7	1.8
	2022年 (n=1,200)	2.2	2.2	2.3	1.8	2.1	1.8	1.8	1.8	2.2	1.8	1.5
	前年差(pt)	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.0	0.4	-0.1	-0.4	-0.1	0.3
60代	2023年 (n=1,200)	1.7	1.4	1.8	1.2	1.4	1.3	1.3	0.9	1.3	0.8	0.9
	2022年 (n=1,200)	1.2	1.0	1.2	0.9	1.1	1.0	0.8	0.7	1.1	0.8	0.6
	前年差(pt)	0.5	0.4	0.6	0.3	0.3	0.3	0.5	0.2	0.2	0.0	0.3

※男性全体、各年代において 1位 2位

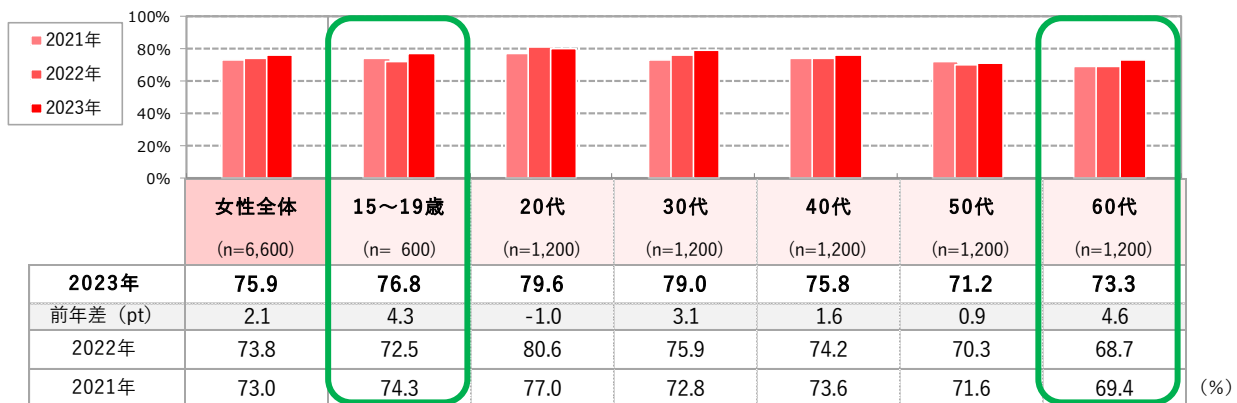
6. 【女性】メイクアイテム購入率

女性全体のメイクアイテム購入率は75.9%で増加傾向。前年からの増加幅が最も大きかったのは60代、次いで15～19歳。メイクアイテム別の購入率は、15～19歳が全てのアイテムにおいて前年からの増加幅が大きい。最も増加幅が大きかったのは、「コンシーラー」(+12.0ポイント)、次いで「チーク」(+8.5ポイント)、「口紅・グロス」(+8.2ポイント)。

■メイクアイテム購入率※1（各単一回答）

※1 メイクアイテム購入率：1年以内にメイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【女性】



■メイクアイテム別の購入率※2（各単一回答）

※2 メイクアイテム別の購入率：1年以内に各メイクアイテムを1個以上購入した人の割合

【女性】

		メイクアイテム (%)										
		下地	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー	アイブロウ (眉マスカラを含む)	アイシャドウ	アイライナー	マスカラ	口紅・グロス	チーク	ハイライター・シェーディング
女性全体	2023年 (n=6,600)	43.4	26.6	52.5	39.0	52.2	41.9	39.0	36.8	37.8	25.3	17.4
	2022年 (n=6,600)	41.8	23.7	50.4	36.8	50.4	39.4	37.0	35.6	32.8	22.0	15.5
	前年差(pt)	1.6	2.9	2.1	2.2	1.8	2.5	2.0	1.2	5.0	3.3	1.9
15～19歳	2023年 (n= 600)	45.0	45.3	43.5	53.2	51.8	60.2	58.3	53.8	57.7	32.3	34.3
	2022年 (n= 600)	40.5	33.3	37.3	46.2	48.7	54.7	54.0	46.2	49.5	23.8	29.5
	前年差(pt)	4.5	12.0	6.2	7.0	3.1	5.5	4.3	7.6	8.2	8.5	4.8
20代	2023年 (n=1,200)	53.9	39.3	53.1	47.8	58.4	52.7	52.2	47.3	50.8	32.6	31.3
	2022年 (n=1,200)	53.5	35.7	51.8	47.1	58.8	55.4	52.6	48.5	47.5	30.1	29.1
	前年差(pt)	0.4	3.6	1.3	0.7	-0.4	-2.7	-0.4	-1.2	3.3	2.5	2.2
30代	2023年 (n=1,200)	51.0	27.8	52.8	43.2	55.3	48.1	45.6	43.1	38.0	30.1	21.6
	2022年 (n=1,200)	47.8	29.2	52.6	41.9	56.9	46.8	44.3	45.3	34.4	27.7	20.2
	前年差(pt)	3.2	-1.4	0.2	1.3	-1.6	1.3	1.3	-2.2	3.6	2.4	1.4
40代	2023年 (n=1,200)	42.2	23.4	55.4	35.8	53.4	39.5	35.6	36.4	31.8	22.8	11.7
	2022年 (n=1,200)	42.8	22.3	51.7	34.2	52.5	35.3	32.8	34.9	26.1	21.0	10.7
	前年差(pt)	-0.6	1.1	3.7	1.6	0.9	4.2	2.8	1.5	5.7	1.8	1.0
50代	2023年 (n=1,200)	37.5	19.9	52.6	30.7	47.8	32.0	26.8	26.3	30.0	19.2	7.3
	2022年 (n=1,200)	34.3	14.4	51.5	26.4	42.9	28.0	25.6	23.1	24.6	14.7	5.8
	前年差(pt)	3.2	5.5	1.1	4.3	4.9	4.0	1.2	3.2	5.4	4.5	1.5
60代	2023年 (n=1,200)	31.6	13.2	52.9	30.6	46.2	28.1	25.0	22.5	28.4	18.6	6.5
	2022年 (n=1,200)	31.4	12.3	51.1	29.6	41.7	24.1	21.1	20.8	23.1	15.7	5.0
	前年差(pt)	0.2	0.9	1.8	1.0	4.5	4.0	3.9	1.7	5.3	2.9	1.5

※女性全体、各年代において 1位 2位

7. 【男性】メイクアイテム非購入者におけるメイク関心度

男性のメイクアイテム非購入者全体の「関心あり・計」は12.1%。15～19歳、20代が他の年代と比べて高めである。

■メイクアイテム非購入者におけるメイク関心度（メイクアイテム1年以内非購入者／単一回答）

【男性】

						(%)
		関心がある	やや関心がある	あまり関心はない	関心はない	関心あり・計
男性全体	(n=5,842)	2.6	9.5	23.9	64.0	12.1
年代別	15～19歳	4.7	14.3	25.2	55.8	19.0
	20代	4.0	14.5	26.0	55.5	18.5
	30代	3.5	12.1	22.8	61.7	15.5
	40代	3.2	9.3	25.1	62.3	12.6
	50代	1.3	5.7	24.0	69.0	7.0
	60代	0.4	5.2	21.3	73.1	5.6

※「関心あり・計」は「関心がある」+「やや関心がある」

8. 【男性】メイクをする理由

男性15～19歳、20代の1位が「肌をキレイに見せたいから」。30代は「周囲に不快感を与えたくないから」、40代以上は「身だしなみとして」が1位。

■メイクをする理由（メイクアイテム1年以内購入者／複数回答）

【男性】

	男性全体 2023年 (n= 758)	年代別					
		15～19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
肌をキレイに見せたいから	29.2	31.8	29.8	22.7	31.9	31.5	31.3
身だしなみとして	27.6	26.5	18.6	26.4	37.0	37.0	45.8
自分自身が気持ち良く過ごしたいから	27.4	20.5	24.8	29.4	31.9	29.6	39.6
自分に自信を持ちたいから	24.9	26.5	22.7	28.8	26.1	20.4	20.8
周囲に不快感を与えたくないから	23.6	15.9	20.2	32.5	27.7	14.8	31.3
仕事（学校など）で相手への印象を良くしたいから	21.0	16.7	21.9	22.7	26.1	20.4	10.4
異性にモテたいから	19.1	25.0	16.1	22.1	17.6	14.8	16.7
韓流アイドルやSNSに影響されて	14.9	12.1	17.8	16.0	15.1	11.1	8.3

※「男性全体」で降順ソート
※「その他」は非表示

※各年代において 1位 2～3位 4～5位

9. 【男性】メイクを始めたきっかけ、メイク方法の学び方

男性全体のメイクを始めたきっかけの1位は「インターネットやSNSの情報を見て」。メイク方法の学び方の1位も「SNS (YouTube、Instagram、TikTok など) から」でSNSの影響が大きい様子が見える。

メイクアイテム購入種類数別のメイク方法の学び方では、購入種類数が少ないほどSNSを經由して学ぶ割合が高く、購入種類数が多いほど、身近な人や美容系のスタッフなどから学ぶ割合が高い。

■メイクを始めたきっかけ（メイクアイテム1年以内購入者／複数回答）

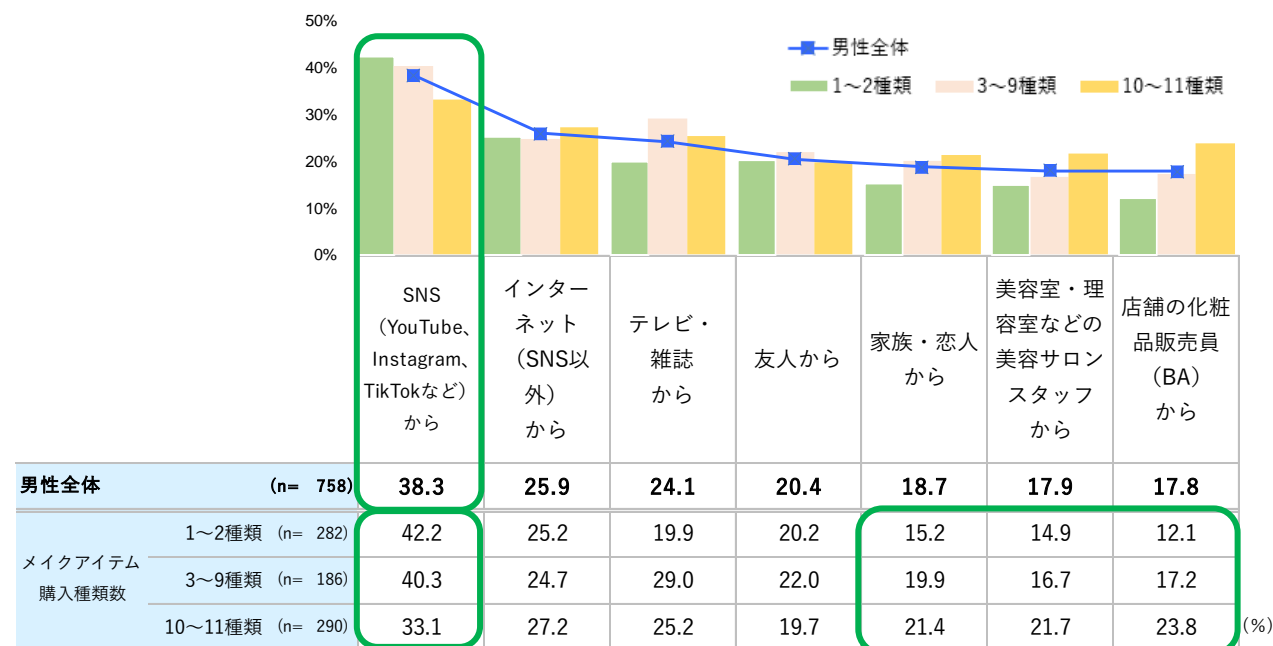
【男性】

	男性全体 2023年 (n= 758)	年代別 (%)					
		15~19歳 (n= 132)	20代 (n= 242)	30代 (n= 163)	40代 (n= 119)	50代 (n= 54)	60代 (n= 48)
		インターネットやSNSの情報を見て	31.4	30.3	26.9	36.2	29.4
店頭で目にして気になったから	26.0	20.5	22.7	27.6	31.9	29.6	33.3
メイクした友人や知人を見て	23.4	18.9	24.0	26.4	27.7	20.4	14.6
家族や恋人に勧められたり、教えてもらったから	23.1	17.4	26.4	28.2	25.2	16.7	6.3
テレビや雑誌の情報を見て	20.4	14.4	15.7	21.5	27.7	22.2	37.5
美容室・理容室などの美容サロンのスタッフに勧められたから	19.3	19.7	18.6	20.2	23.5	16.7	10.4
メイクした著名人・芸能人・モデルなどを見て	18.6	15.9	19.0	21.5	21.0	18.5	8.3
				※各年代において	1位	2~3位	4~5位

※「男性全体」で降順ソート
※「その他」は非表示

■メイク方法の学び方（メイクアイテム購入種類数別）（メイクアイテム1年以内購入者／複数回答）

【男性】



10. 【男性】メイクをして良かったこと

男性は年代に関わらず、「肌がキレイと言われた」「褒められた」「自分に自信が持てるようになった」という回答が多数見られた。

■メイクをして良かったこと（メイクアイテム 1 年以内購入者／自由回答）

【男性】

～自由回答抜粋～

メイクをするようになって良かったことや周囲からの評価	年代	職業	職種
彼女と付き合えた。肌が綺麗で羨ましいと言われた	10代	学生	—
周囲の目が気にならなくなった	10代	学生	—
会話が苦手だったけど自信がついて女子と会話ができるようになった	10代	学生	—
顔のトーンが上がったと言われるようになった	10代	学生	—
よく褒められるようになった	10代	学生	—
肌荒れを隠すことができる	20代	学生	—
容姿に自信が持てるようになった	20代	正社員	総務・人事
以前に比べて明るく楽しく活発になって行動するようになったのと、メイクの大切さと必要性を学んで身だしなみに関心が高まっている	20代	学生	—
自分に自信がついた感じがする。人からおしゃれさんやと言われることが増えたなと思う	20代	正社員	事務
眉毛など一つの部分を変えるだけでも印象は変わるので前より良くなったと言われて嬉しい	30代	正社員	接客・販売
若返ったような気がする	30代	正社員	研究・技術系
きれいになったと言われるようになった	30代	正社員	総務・人事
気分が上がる	30代	正社員	SE・プログラマー
褒められた	30代	正社員	営業
周りからの評判もよく気分が上がった	30代	正社員	SE・プログラマー
前よりも明るい表情になった	30代	正社員	企画・マーケティング
肌が綺麗と直接言われた	30代	契約社員	事務
肌がきれい、実年齢より若く見られたことが嬉しいです	40代	正社員	事務
関係が凄く良好になったことです。褒められることが多いです。陰口を叩かれないのは良いです	40代	正社員	営業
シミやホクロが目立たなくなるので、汚く見えないかな、とあまり心配にならずにすむ	40代	正社員	その他（設備保守技術）
自分に自信が持てるようになりコンプレックスの解消に繋がって、今までよりも積極的な思考を持ち、プラスに行動ができるようになった	40代	正社員	総務・人事
即効性がある	40代	正社員	総務・人事
周りの目をそこまで気にすることがなくなってきた。健康的な肌色で自分にも勇気を持てる事で前向きな考え方が増えてストレスなどが軽減した	40代	正社員	総務・人事
容姿を褒められた	40代	正社員	秘書・受付
明るく健康的に見られるようになった	40代	正社員	研究・技術系
疲れが顔に出ないようにになりました	50代	正社員	総務・人事
肌が綺麗になり良かったと思います	50代	正社員	SE・プログラマー
人からシワが少なくなったねと言われる	50代	正社員	事務
生き生きする	50代	正社員	研究・技術系