

SHEGLAMが最新「ティーン世代のメイク事情」の調査を実施

初めてのメイクは小学生中学年～高学年で経験する子どもが最も多く、
親世代より2～3年早くデビューする傾向に

150以上の国と地域で展開するグローバルコスメブランド「SHEGLAM」は、6～15歳の子どもをもつ女性400人を対象に「ティーン世代のメイク事情」に関する意識調査を実施しました。

今回の調査では、子どもの“はじめてのメイク”が小学生から始まるケースが多く、親世代と比較して2～3年ほど早くデビューしていることが明らかになりました。最初に選ばれるアイテムはリップが圧倒的多数を占め、購入場所はドラッグストアやバラエティショップといった身近な店舗が中心。さらに、情報源はYouTubeやTikTokなどの動画SNSが主流となり、現代ならではの“メイク環境”の変化が浮き彫りとなりました。

本リリースでは、そんな“ティーン世代のリアルなメイク事情”を、調査結果とともに紐解いていきます。

■「ティーン世代のメイク事情」概要

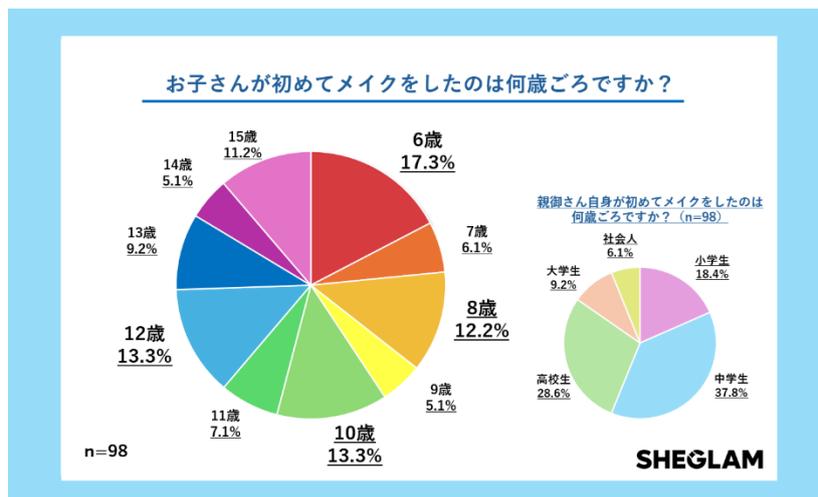
- ・調査期間：2025年7月17日-7月23日
- ・調査方法：オンラインアンケート
- ・対象人数：400名（うち、子どもが普段からメイクをしていると回答した98名を分析対象）
- ・調査対象：6～15歳の子どもをもつ20～50代の女性
- ・調査元：Knowns Biz調べ

■ 調査結果

①メイクデビューは「小学校中～高学年」が最も多く、親世代よりも2～3年早い傾向に。

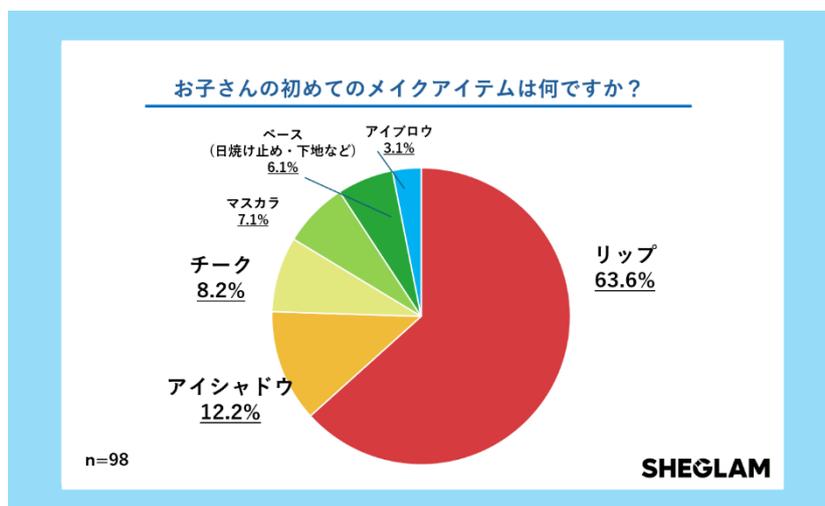
「お子さんが初めてメイクしたのは何歳ごろですか？」という質問では、「6歳」（17.3%）が最も多く、続いて「12歳」（13.3%）、「10歳」（13.3%）、「8歳」（12.2%）という結果となりました。低学年から挑戦する子どもも一定数いる一方で、全体の分布としては小学校中～高学年（8～12歳）に回答が集中しており、この年代がメイクデビューのボリュームゾーンであることが明らかになりました。

一方で、親御さん自身が初めてメイクしたのは「中学生」（37.8%）との回答が最多となり、「高校生」（28.6%）、「小学生」（18.4%）と続きました。比較すると、現代の子どもは親世代より平均で2～3年ほど早くメイクを始める傾向にあることがわかります。さらに現代の子どもにおいては、「6歳から始めた」というケースも一定数存在し、一部ではより早期化が進んでいる実態が明らかになりました。



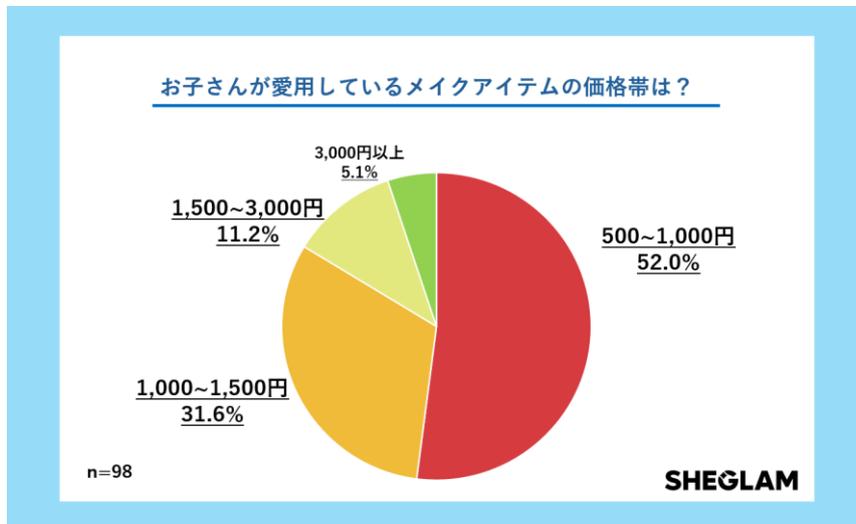
②初めてのメイクアイテムは「リップ」が圧倒的1位に。

「お子さんの初めてのメイクアイテムは何ですか？」という質問では、6割以上が「リップ」（63.6%）と回答。その他は「アイシャドウ」（12.2%）、「チーク」（8.2%）、「マスカラ」（7.1%）、「ベース（日焼け止め・下地など）」（5.1%）の結果に。メイクアイテムとして使いやすく、かつお手頃価格でも購入が可能なリップは、世代を超えて人気なアイテムであることも明らかになりました。

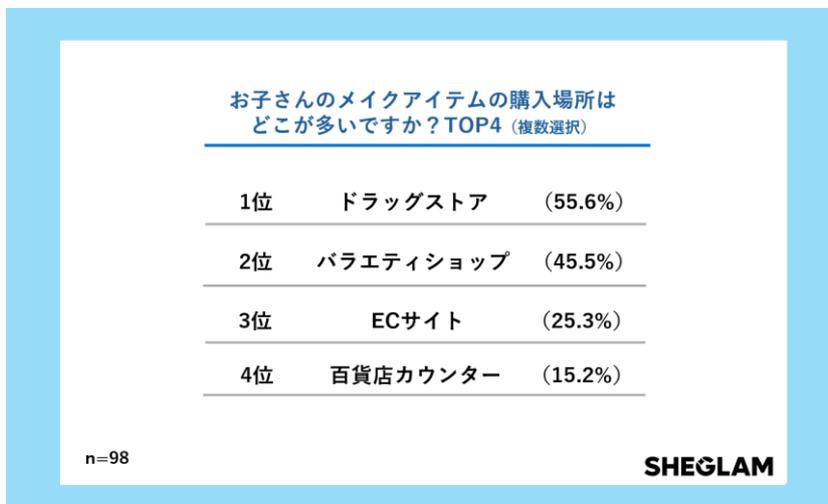


③購入するメイクアイテムの価格帯は、1,500円以下と全体の8割以上が回答。

「お子さんが愛用しているメイクアイテムの価格帯は？」では、「500～1,000円」（52.0%）が最多となり、続いて「1,000～1,500円」（31.6%）が多いという結果となりました。全体の8割以上が1,500円以下という結果から、手に取りやすい価格帯のアイテムがメイクデビューの中心となっていることがわかります。

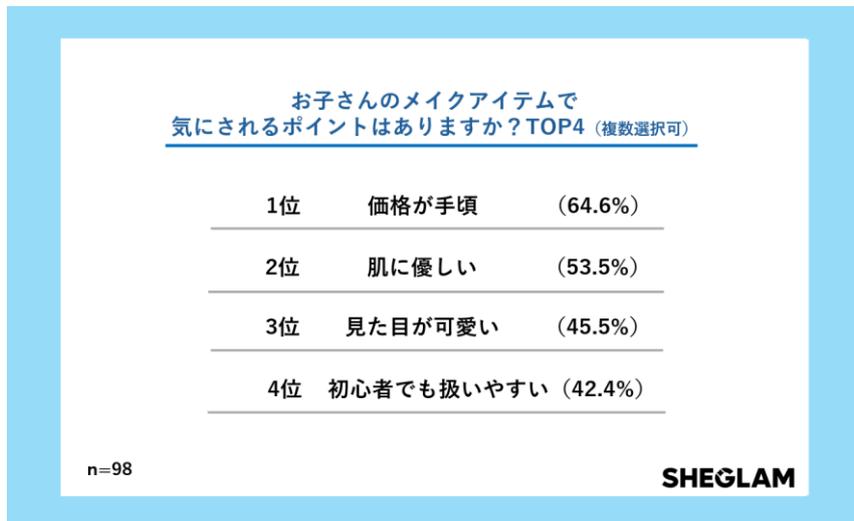
**④購入場所は「ドラッグストア」「バラエティショップ」が二大主流。**

「お子さんのメイクアイテムの購入場所はどこが多いですか？」という質問では、「ドラッグストア」（55.6%）と「バラエティショップ」（45.5%）が圧倒的多数を占めました。気軽に立ち寄れて商品を試しやすいドラッグストアや、最新のトレンドコスメが集まるバラエティショップが購入先として選ばれていることが特徴です。ECサイト（25.3%）や百貨店カウンター（15.2%）も一定数ありましたが、全体としては気軽に買いに行けるリアル店舗の人気が高い傾向が見られます

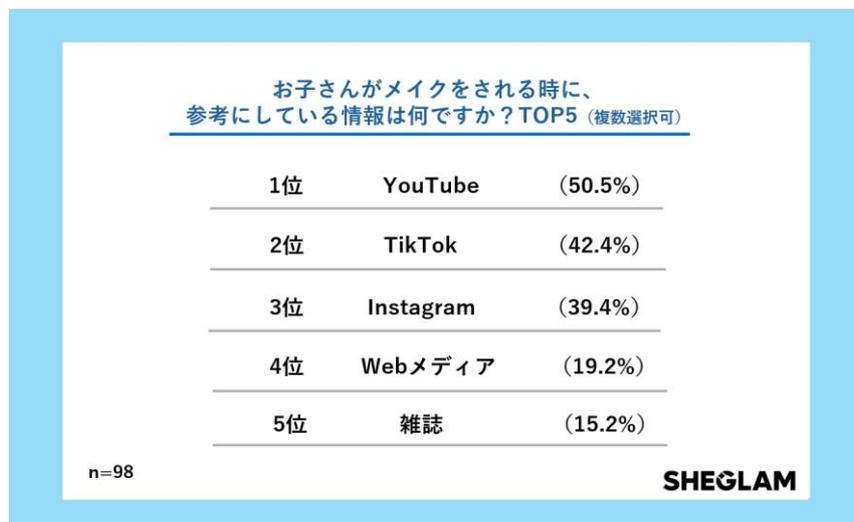


⑤アイテム選びで最も重視されるポイントは「価格の手頃さ」がトップに。

「お子さんのメイクアイテムで気にされるポイントはありますか？」という質問では、「価格が手頃」(64.6%)が最多で、次いで「肌に優しい」(53.5%)、「見た目が可愛い」(45.5%)、「初心者でも扱いやすい」(42.4%)という結果になりました。

**⑥メイクのお手本は「YouTube」「TikTok」など動画コンテンツが中心に**

「お子さんがメイクをされる時に、参考にしている情報は何か？」という質問では、「YouTube」(50.5%)、「TikTok」(42.4%)、「Instagram」(39.4%)が上位を占めました。一方で「雑誌」(15.2%)や「Webメディア」(19.2%)は回答が2割に満たず、情報源としては動画SNSの存在感が際立つ結果となりました。その中でも「YouTube」と「TikTok」が高い支持を集めており、じっくり学べる長尺動画と、トレンドを手軽にチェックできる短尺動画の両方が活用されている様子が見て取れます。



調査結果からは、“はじめてのメイク”が親世代よりも2~3年早い年齢で始まる傾向が見られ、リップを中心としたプチプラコスメが子どもたちの定番となっていることが明らかになりました。購入先もドラッグストアやバラエティショップといった身近な店舗が多く、さらにYouTubeやTikTokを通じて最新トレンドを取り入れながら、自分らしいメイクを楽しむ姿がうかがえます。

こうした「手に取りやすい価格」「見た目のかわいさ」といったポイントに加え、SNSで話題になりやすいビジュアル性を備えているのがSHEGLAMの魅力。ここからは、“初めてのメイクにおすすめ”をテーマに、SHEGLAMの人気アイテムを厳選してご紹介します。

■“初めてのメイクにおすすめ”をテーマに厳選！リアル店舗でも買えるSHEGLAMおすすめアイテム5選

Pout Perfect Shine Lip Plumper

ひと塗りでぷっくりとした立体感とみずみずしいツヤをプラス。

高発色タイプで仕上がりの変化を実感しやすく、気分を上げてくれる一本です。



<詳細情報>

・価格 : 各 ¥ 962 (税込)

・カラー展開 : 全10色

・購入先 :

全国のドラッグストア、バラエティショップ等協力店舗

SHEGLAM 公式サイト

<https://www.sheglam.com/product/Pout-Perfect-Shine-Lip-Plumper-8156181692581>

Take a Hint Lip Tint

口唇のPHに反応して色づき、自然に唇に馴染むカラーが最大5時間続くリップティント。
馴染みやすいカラーで初めてのティントにもおすすめです。



<商品詳細>

- ・価格 : ￥962 (税込)
- ・カラー展開 : 全12色
- ・購入先 :

全国のドラッグストア、バラエティショップ等協力店舗

SHEGLAM 公式サイト

<https://www.sheglam.com/product/Take-a-Hint-Lip-Tint-8228014162085>

Jazzy Jigsaw Eyeshadow Palette

使いやすいカラーが揃い、どの色を選んでも簡単・きれいにグラデーションが作れます。
ラメ& マットタイプでシーンを問わず使え、自然と仕上がりの幅が広がります。



<詳細情報>

・価格 : ¥1,443 (税込)

・カラー展開 : 全3色

・購入先 :

全国のドラッグストア、バラエティショップ等協力店舗

SHEGLAM 公式サイト

<https://www.sheglam.com/ja/product/Jazzy-Jigsaw-Eyeshadow-Palette-8241773445285>

Color Bloom Liquid Blush

頬にほんのり血色感を与えつつ、リップやアイシャドウとしても使えるマルチアイテム。

ナチュラルに仕上がるので、はじめてのカラーメイクにもぴったりです。



<商品詳細>

・価格 : 各 ¥962 (税込)

・カラー展開 : 全21色

・購入先 :

全国のドラッグストア、バラエティショップ等協力店舗

SHEGLAM 公式サイト

<https://www.sheglam.com/product/Color-Bloom-Liquid-Blush-Lilac-Dream-10704919372680512>

備考：

※価格は、キャンペーン状況、為替レートにより変動する場合があります。

※販売数には限りがございますので、売り切れの際はご容赦ください。

■ SHEGLAMのご紹介

SHEGLAM

SHEGLAMは2019年にSylvia Fuによって設立され、高品質なメイクアップを手頃な価格で提供するグローバルビューティーブランドです。多様な製品ラインと豊富なカラーバリエーションが特徴で、クリエイティビティやイノベーションへの取り組みが評価され、Z世代やミレニアル世代の間で瞬く間に人気を集めています。

私たちはお客様とのコミュニティの力を信じており、お客様からのフィードバックを活かして製品の改善と洗練に努めています。SHEGLAMは現在、ビューティーコミュニティでの強い存在感を持ち、ソーシャルメディアを通じて世界中の数百万人の方を魅了しています。

また、倫理的な取り組みにも力を入れており、英国の動物保護・擁護団体クルエルティ・フリー・インターナショナルより、製造や開発の過程で動物実験を行わないことを証明するLeaping Bunny Approvalを取得しています。

公式Webサイト：<https://www.sheglam.com/>

公式Instagram：

https://www.instagram.com/sheglam_official/

https://www.instagram.com/sheglam_japan/

公式TikTok：<https://www.tiktok.com/@sheglam>

■ SHEGLAMの取り組み

SHEGLAMでは、お客様の健康と安全を最優先に考え、革新的なビューティープロダクトを提供し、全ての処方において最高品質を実現しています。

1. クルエルティフリー

2022年に、英国の動物保護・擁護団体クルエルティ・フリー・インターナショナルより、製造や開発の過程で動物実験を行わないことを証明するLeaping Bunny Approvalを取得しています。

2. ヴィーガン

より多くのお客様にご利用いただけるよう、SHEGLAMの製品の90%以上がヴィーガン仕様となっております。

3. 安全性の保証

全ての SHEGLAM 製品は、FDA、EU 化粧品規制、GCC 標準化機構(GSO)、メキシコ公定規格と一般衛生法(GHL)、日本の化粧品規制基準など、厳格なグローバル化粧品安全規制に準拠していることをお約束いたします。当社の製品は、人の健康や生命に危険を及ぼす可能性のある発がん性物質や毒性物質を含まない処方となっております。

4. FSC認証の取得

パッケージには責任を持って調達された素材を使用しており、森林の生物多様性を守り、地域社会や先住民、労働者の権利を守りながら適切に生産された製品であることを意味するFSC認証を取得しています。

5. 労働倫理

労働者の人権を保護するため、SHEGLAMの製品を製造する施設は全てSA8000、BSCI、SMETA認証を100%取得しています。