

20代～60代の女性を対象に「マスク着用緩和による化粧品の意向」について意識調査  
**「メイクがしっくり感じない」と思う要因は  
気づかぬうちに生じていた3つの変化が関係していた  
～“違和感の正体”その謎を紐解く～**

総合化粧品メーカーの株式会社伊勢半(本社：東京都千代田区、代表取締役社長 澤田 晴子、以下伊勢半)は、20代～60代の女性605名を対象に「マスク着用緩和による化粧品（メイク）の意向について」の調査を行いましたので、その結果を発表いたします。

**【調査概要】**

調査対象：20代～60代の全国の女性605人

集計方法：インターネット調査

調査期間：2022年12月5日～12月7日

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

**【調査背景】**

2020年新型コロナウイルス感染症の影響で外出時のマスク着用が推奨され、巣ごもり生活をはじめとするライフスタイルの変化によりメイクをする機会が減ったことで、需要減少による販売低迷に直面しました。現在は行動制限やマスク着用の緩和によりメイク需要も回復傾向にあり、Withコロナ・Afterコロナに向けた議論も新たな段階へと進んでいます。

そこで「マスク着用緩和による化粧品（メイク）の意向」について調査いたしました。

本調査では、メイクに関して「しっくりこない」と感じる“違和感”に注目し、その違和感の謎を紐解き、学術的  
面から「ストレスと化粧の社会生理心理学（フレグランスジャーナル社）」などの著作で知られる化粧心理学の  
専門家・東北大学 大学院 文学研究科 教授 阿部恒之先生にもご協力いただきました。

**リリースサマリー**

- 違和感の正体① メイクの仕上がりは、その日の「気持ち」によって感じ方が変化する  
コロナ禍以前に購入した化粧品を今もリピートしている人は69%  
普段愛用している化粧品でも、2人に1人は「日によってメイクの印象が変わる」と回答
- 違和感の正体② 人の顔は時と共に変化するため、今の顔にあった化粧品を使用することが重要  
コロナ禍以前と比較し、「自身の顔に変化を感じる」と回答した人は56%
- 違和感の正体③ 期限が切れた化粧品は色味などが変化し、メイクの仕上がりにも影響が  
化粧品の買い替え頻度について、半数以上の62%が「使用している化粧品を使い切った時」

※調査結果をご紹介いただく際には伊勢半調べと注釈を記載ください。



### <阿部恒之先生 プロフィール>

1985年3月東北大学文学部哲学科心理学専攻卒業。化粧品メーカーの研究所にて心理学研究員として勤務。在職のまま東北大学大学院に編入学し、2001年3月修了。博士（文学）。

2005年 東北大学に赴任。現在、東北大学 大学院 文学研究科 教授（心理学専攻分野）。化粧の心理学を中心に、生理心理学、災害の心理学などの研究を行っている。

著書は「ストレスと化粧の社会生理心理学（フレグランスジャーナル社）」など多数。公益社団法人日本心理学会（常務理事）、日本顔学会（副会長）などの学会役員を務める。

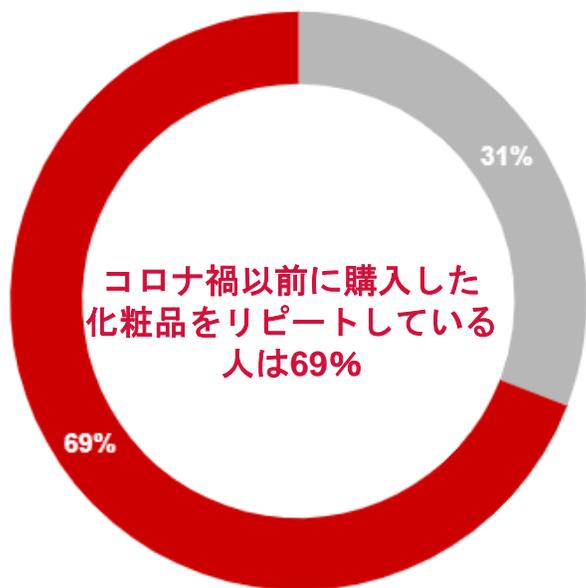
## 違和感の正体① 「気分による感じ方の変化」

メイクの仕上がりは、その日の「気持ち」によって感じ方が変化する

Q1.コロナ禍以前に使用していた化粧品と今使用している化粧品に違いはありますか？

(単数回答)n=605

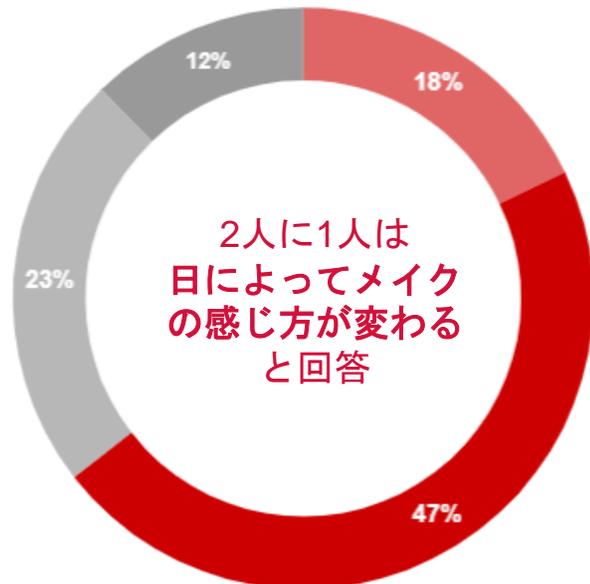
● ある ● ない



Q2.普段使用している化粧品でも、メイクの仕上がりによって「合わない/しっくりこない」と感じることはありますか？

(単数回答)n=605

● よくある ● たまにある ● あまりない ● 全くない



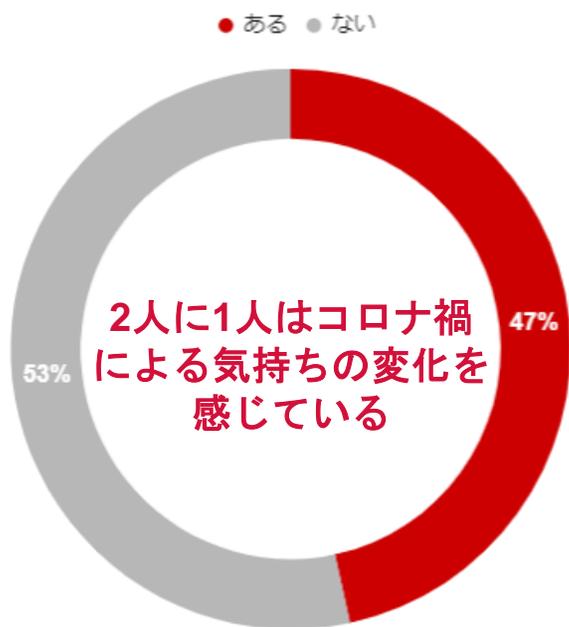
今回の調査を実施する上で、最初に使用している化粧品について調査いたしました。コロナ禍前に使用していた化粧品と現在使用している化粧品の違いに関して「違いはない」と回答した方は69%で、半数以上の方は使い慣れた化粧品を使用していると回答していました。

しかし、そんな愛用している化粧品でもメイクの仕上がりによっては「合わない/しっくりこない」と感じるかという設問では、65%の方が「よくある/たまにある」と回答し、**2人に1人は日によってメイクの感じ方が変わるということが分かりました。**

新型コロナウイルス感染症は、私たちのライフスタイルに「テレワーク」「マスク」「行動制限」などあらゆる影響を与えました。そこで、次はコロナ禍がもたらした変化に私たちはどのように感じているのか調査しました。

### Q3.コロナ禍以前のライフスタイルと比べ、気分の浮き沈みなど「気持ちの変化」を感じることは増えました？

(単数回答)n=605



コロナ禍以前と現在での気持ちの変化に関して調査をおこなったところ、僅差ではありますが、「全くない」と回答した方が多く53%という結果になりました。

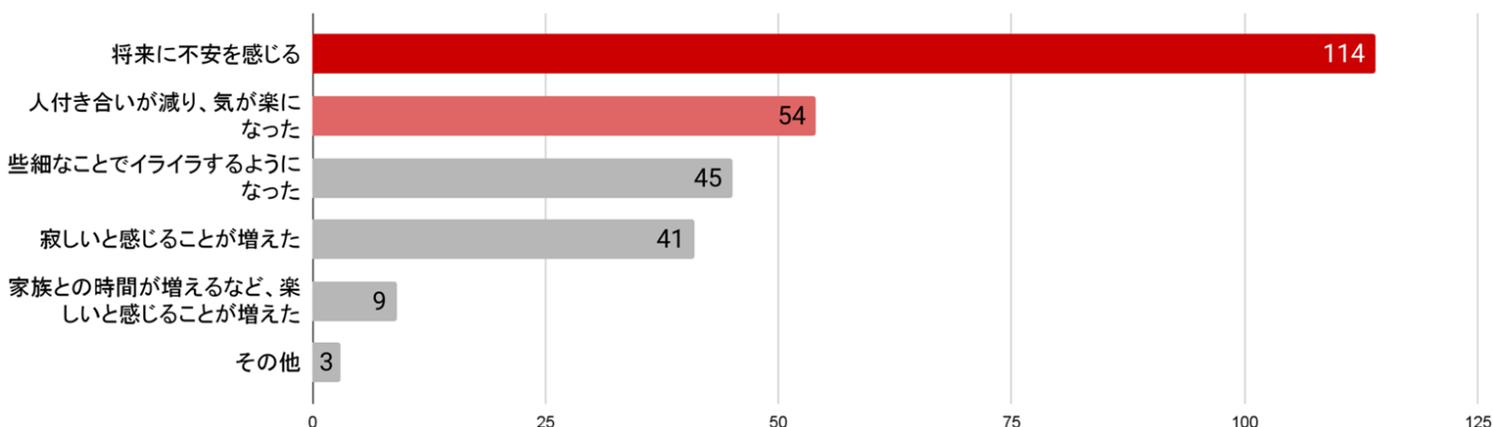
「ある」と回答された方は47%となり、気持ちの変化を抱えていない人が多数であるものの、**2人に1人は気分の浮き沈みなど気持ちの変化を感じているといえます。**

その中でも、気持ちの変化で最も多かったのは「将来に対する不安」で、全体の40%を占めており、続いて「人付き合いが減り、気が楽になった」(19%)という回答となりました。

コロナ禍において、前向きな感情よりもどこか寂しさ、不安を抱く方が多かったと推測されます。

### Q4. (あると答えた方に)気持ちの変化として近いものを選択してください

(単数回答)n=282



### コロナ禍は私たちのライフスタイルを変え、ストレスとなっている<阿部 恒之先生>

「新型コロナウイルス」をはじめ「就職」「進学」など大きな出来事によって今までの生活リズムが変化すると、新たなライフスタイルに慣れるためのエネルギーを使います。そのエネルギーが一定量を超えるとストレスとなり、私たちの心身の健康が損なわれるといわれています(Holmes & Rahe, 1967)。このとき、健康に害を及ぼすのは悪い出来事のみならず、たとえ良い出来事であっても生活様式の変化に適応するためのエネルギーが積み重なってしまうと、ストレスへと繋がってしまいます。

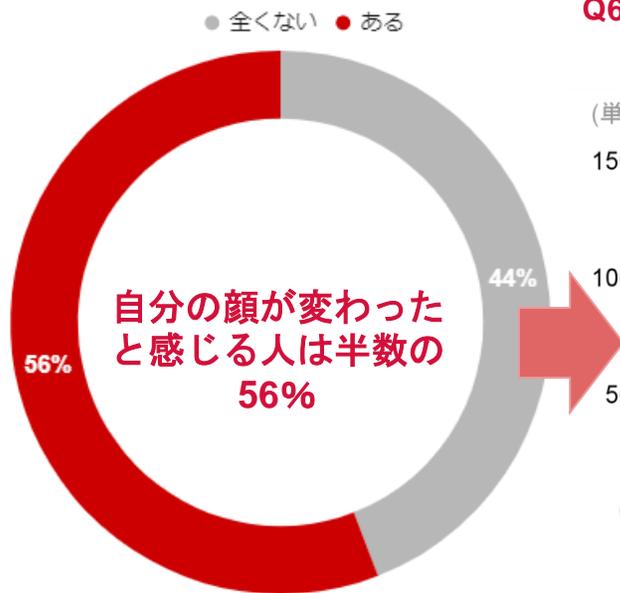
ストレスの影響により、メイクの仕上がりなどの「感じ方」にも影響が出てしまうと考えられます。メイクは装いと同等に、時と場所、環境にふさわしく調整するものなので、コロナによって環境が変われば、前と同じメイクがすっかりこなくなるのも自然なことです。

## 違和感の正体②「顔の変化」

人の顔は時と共に変化するため、今の顔にあった化粧品を使用することが重要！

## Q5. コロナ禍以前と比べて、自身の顔の変化について感じたことはありますか？

(単数回答)n=605



## Q6. (あると答えた方に)

最も変化を感じやすいのはどの部分ですか？

(単数回答)n=338



続いて、顔の変化に関してどのように感じているのか調査をおこないました。自身の顔について変化を感じると回答した方は全体の56%で、コロナ禍におけるこの3年間で半数以上が顔に変化を感じていると回答しました。特に変化を感じる部位として、最も多かったのは「口元」で142名(42%)という結果になりました。

この3年間で「自分の顔の変化を感じる」という人は半数以上にのぼるという結果になりましたが、人は時間を重ねるとともにホルモンバランスの変化や筋肉の衰えなどの内的要因、紫外線や乾燥など外的要因により「口元」だけでなく、「目元」や「肌質」なども徐々に変化し、顔全体の印象が変化すると言われます。顔立ちの変化にともない、過去に似合っていた化粧品が現在の顔に必ずしも合うとは限りませんので、使用している化粧品は定期的に見直し、今の顔にあった化粧品を選ぶことが重要となります。

## 自分の変化に向き合う＜阿部 恒之先生＞

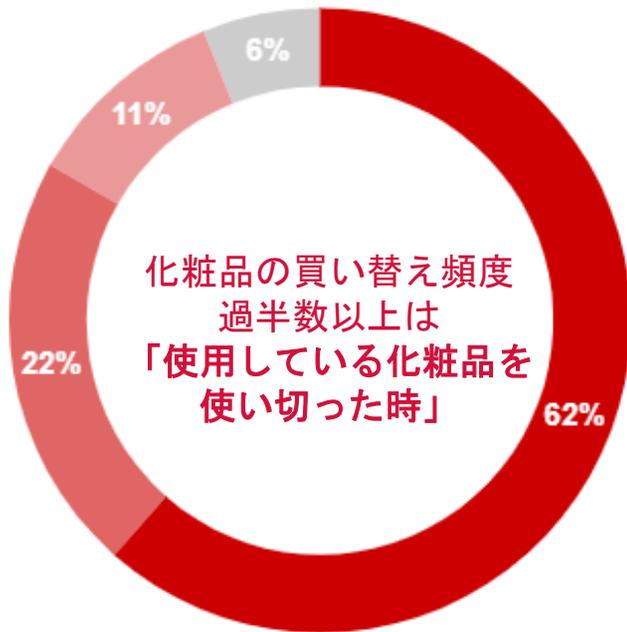
コロナ禍で他人の顔を見る機会が減りましたが、自分の顔はいままでと変わらず毎日鏡で見ます。自分の顔の変化に気づいた方はきっと自分への関心が高く、鏡に映ったご自身の顔をよく見ていたので、過去の自分の顔との違いが際立ったのかもしれませんが。また、マスクで口元を隠す機会が多くなったことで、逆に隠される口元に注意が集まったということもあるかもしれません。自分の顔の変化に気づいた方も、気づかなかった方もコロナ禍が始まる3年前とは何らかの変化が生じているはずです。その変化に向き合い今の新しい自分にふさわしいメイクや装いを楽しまれてはいかがでしょうか。

## 違和感の正体③ 「化粧品の消費期限守れていますか？」 期限が切れた化粧品は色味などが変化し、メイクの仕上がりにも影響が

Q7. 普段使用している化粧品は、どのぐらいの頻度で別のブランドや色味などの新しい物に買い替えますか？

(単数回答)n=605

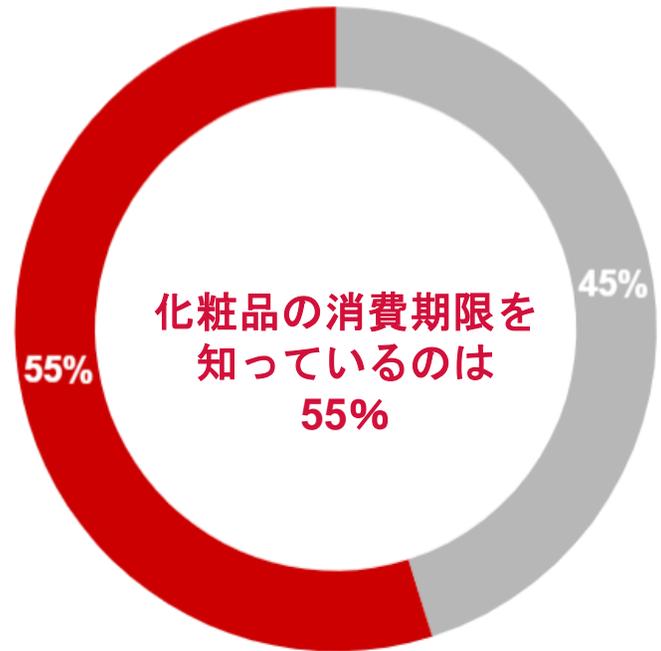
- 使用している化粧品を使い切った時
- 新しいもの買い替えず、愛用している化粧品のモデルをリピート
- シーズンごと(新商品が発売された時)
- その他



Q8. 化粧品に消費期限があるのを知っていますか

(単数回答)n=605

- 知らない
- 知っている



最後に、化粧品の買い替え頻度について調査をおこないました。

普段使用している化粧品に関して、色味やブランド含め、どのタイミングで新しい物に買い替えるのか調査したところ、今回過半数以上の方が「使用している化粧品を使い切った時」(62%)と回答しました。続いて「新しいもの買い替えず、愛用している化粧品のモデルをリピートし続けている」が(22%)という結果になりました。

また、化粧品には消費期限(品質保持期限)が設けられていますが、「消費期限を知っている」と回答した方は55%という結果になりました。

期限が表示されていない場合、化粧品の使用期限は未開封で3年とされていますが、開封後は化粧品が空気に触れることで酸化したり、清潔に使用・保管ができていないと雑菌が繁殖してしまうこともあります。

未開封の化粧品でも、高温や直射日光が当たるなどの適切でない条件で保管すると品質が低下して変な臭いが発生する可能性があるだけでなく、中身の色が変色してメイクの仕上がりにも影響し「しっとりこない」という違和感を覚える一因にもなります。

お気に入りの化粧品も定期的に見直し、買い替えてあげることで  
今のあなたにしっかりフィットするメイクにアップデートしませんか？

## 伊勢半 春のオススメ商品

## ①キスミー フェルム ソフトマツルージュ 【3月15日(水)発売】



全6色 3.8g 各¥1,200 (税込¥1,320)

マットな質感の奥に、ほんのリツヤを仕込むことでベタッと見せず、自然になじんで抜け感のある仕上がりを叶えます。

水分を密閉し、マットなのにしっとりフィットして縦ジワを目立たせません。唇にするりと自然になじんで抜け感のある仕上がりを叶えます。

## 【カラー展開】

リップメイクを楽しみたい気分を盛り上げるおしゃれな6色展開



01 Dry Rose  
ドライローズ

02 Spice Red  
スパイスレッド

03 Tender Pink  
テンダーピンク

04 Healthy Coral  
ヘルシーコーラル

05 Mode Beige  
モードベージュ

06 Red Brown  
レッドブラウン

## ②キス リップアーマー



全6色 5g 各¥1,300 (税込¥1,430)

世界初※1の成分アプローチで“ツヤ×うるおい×落ちにくい”仕上がりを実現した「キス リップアーマー」。塗って約5分待つと唇に色が密着し、「透明ジェル膜」が唇をコート。濡れたような光沢感がありながら、ティッシュオフしなくても色移りせず、つけたての発色が1日中※2続きます。

※1 唇に色が密着し、ツヤとうるおいを保つためのキー成分（トリメチルシロキシケイ酸、エタノール、ジメチコン、ジフェニルシロキシフェニルトリメチコン、グリセリン、ポリアクリレートクロスポリマー-6）の選択が世界初である。先行技術調査およびMintel社データベースを用いた伊勢半調べ（2021年9月）

※2 当社調べ。日中の活動時間

## 【カラー特長】

ベージュ～ブラウントーンで揃えた、唇を美しく見せるニュアンスカラー

01 スチームヌード  
血色感を宿した  
ヌードベージュ



02 夜遊びコーラル  
こなれた印象の  
くすみコーラル



03 惑星ロマンス  
甘さをおさえた  
ベージュピンク



04 反撃モーヴ  
湿度を感じるあざと  
モーヴピンク



05 ベイクドキャラメル  
気取らない洒落感の  
オレンジブラウン



06 熱帯のパラド  
熱を帯びた大人の  
レッドブラウン



伊勢半 春のオススメ商品

③キスミー ヒロインメイク マイクロマスカラ アドバンスフィルム



全2色 4.5g 各¥1,200 (税込¥1,320)

フィルムとウォータープルーフの長所を両立した新タイプのマスカラとして好評の通称「第3のマスカラ」。超極細※ブラシのマイクロマスカラなら塗り残しがちな目頭・目尻や短いうぶ毛もキャッチし、繊細大人キレイなロングまつ毛を叶えます。感動の塗りやすさで下まつ毛にもおすすめです。

※ヒロインメイク内。

お湯+洗顔料で  
カンタンOFF!

①お湯でふやかして



洗顔料・クレンジング料のご使用前に、マスカラにお湯(38℃程度)をしっかりとなじませ、ふやかしてください。

②いつもの洗顔料でOFF



その後、お手持ちの洗顔料で洗ってください。洗顔料の前にクレンジング料をお使い頂いてもOKです。

④キスミー ヒロインメイク プライムリキッドアイライナー リッチキープ

【新色 3月8日(水)発売】



新色1色/全5色 0.4mL 各¥1,200 (税込¥1,320)

ヒロインメイク史上最強※1の超!耐久アイライナーに話題の人気カラー「モカグレージュ」が仲間入り!! 耐久性の高いスーパー※1ウォータープルーフ処方、涙・汗・皮脂・こすれに強く、1日中※2美しいラインをキープします。



01 濃黒ブラック

くっきり濃密な黒  
シャープな印象に



02 ブラウンブラック

限りなく黒に近い茶黒  
知的な印象に



03 ナチュラルブラウン

ほんのり赤みブラウン  
レディな印象に



04 バーガンディブラウン

赤みをプラスした茶黒  
上品で色っぽい印象に



05 モカグレージュ

抜け感のある印象  
目もとになじむブラウングレー

※1 ヒロインメイク筆ペンライナー内で。 ※2 日中の活動時間。伊勢半調べ。効果には個人差があります。

⑤キスミー ヘビーローテーション カラーリングアイブロウ

【新色 3月8日(水)発売】



新色2色/全10色 8g 各¥800 (税込¥880)

「キスミー ヘビーローテーション カラーリングアイブロウ」から顔に自然に馴染み、いつもと一味違った印象のトレンド眉を楽しむ「11:ダスティモーヴ」、「12:グレイッシュベージュ」の2色が新登場!

ヘビーローテーションの眉マスカラなら、全10色のラインアップの中から、髪色やなりたいイメージに合わせて自分に似合う眉メイクを楽しめます。

## 伊勢半 春のオススメ商品

## ⑥キスミー フェルム ファウンクリーム 【3月29日(水)発売】



全3色 17g 各¥1,200 (税込¥1,320)

肌にすっと溶け込む軽やかなつけ心地で、スキンケア気分で使えるファンデーションが新登場！ふんわり感触のやわらかなつけ心地で、なめらか美肌を叶えます。

圧迫感のない心地良さを実現しながら、シミ・くすみ・たるみ毛穴など肌悩みをしっかりカバーし、明るい肌に仕上げます。

## 【カラー展開】



01 ライトオークル  
明るめ



02 オークル  
中間的な明るさ



10 ピンクオークル  
赤味よりで明るめ

■掲載時におけるクレジット表記／お客様お問合せ先

KISSME(伊勢半) 〒102-8370 東京都千代田区四番町6-11 TEL 03-3262-3123

伊勢半コーポレートサイト <https://www.isehan.co.jp>

※調査結果をご紹介いただく際には伊勢半調べと注釈を記載ください。