

2026年6月1日

# 使用している無香料アイテム、「顔用スキンケア」「日焼け止め」の順 化粧品選び、表記で最も重要視するのは「無香料」

## 無香料アイテムを使用する理由、「香りが混ざるのが苦手」

株式会社ナリス化粧品(代表者：村岡弘義 本社：大阪市福島区)は、ドラッグストアなどの一般流通や通信販売、訪問販売など複数の販路で、クリームタイプやジェルタイプ、パウダータイプやスプレータイプなど複数のテクスチャーの日焼け止めを発売しています。本格的な夏の到来を前に、使用者の増える日焼け止めなどを含む化粧品・日用品やその香りについて、意識や実態を把握するためのアンケートを実施し、一部は過去の調査とも比較をすることで意識の変化についても確認しましたので、以下にその内容をまとめます。(実施期間：2026年3月16日～4月23日 調査方法：インターネットによる自社調査 対象者：20歳～59歳 女性 n=2,085 質問内容によってnは異なります。)



### 【調査トピックス】

#### ①化粧品や日用品の購入時、最も重視する表示内容は「無香料」。

全体では約3割が、「無香料」を重視している。高齢層の方が、「無香料」の表示を重視する傾向。若年層は、「無香料」の重視は約2割で年代による差が大きい。

#### ②「無香料」の使用アイテム、1位「顔用スキンケア品」、2位「日焼け止め」。

無香料の日焼け止めを使用しているのは約4割。  
「顔用スキンケア品」、40代後半は約半数が「無香料」。

#### ③無香料アイテムを使用する理由、「いろいろな香りが混ざるのが苦手」。

無香料アイテムを使用する理由が多いのはアラフォー世代。「周囲に迷惑をかけたくない」・「体臭と香料の香りが混ざるのが苦手」・「香りが変化していくのが苦手」など香りに対して敏感な反応が多い。

#### ④無香料アイテムを使用するきっかけ、「香料で気分が悪くなった」約2割。

最も使い分けをしているのは、アラサー世代。

#### ⑤若年層「無香料」の意味を正しく理解しているのは半数以下。

高齢層は、約8割が正しく理解している。

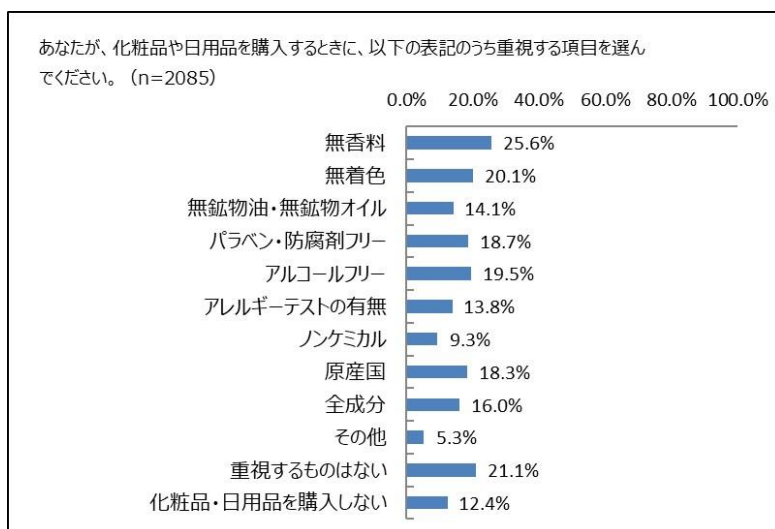
## 【調査結果】

### ①化粧品や日用品の購入時、最も重視する表示内容は「無香料」。

全国の20歳～59歳の女性2,085名に、化粧品や日用品を購入する際に重視する表記について確認しました。「価格」についてはあえて項目から省いています。全体で見ると1位は「無香料」で25.6%と約3割に上ります。続くのは「無着色」で20.1%、その次は「アルコールフリー」で19.5%でした。一方で「重視するものはない」の割合も21.1%でした。

これを年齢別に見てみました。「無香料」を重視する割合は、比較的年齢層が高いほど重視している傾向があり、30代前半までは約2割程度にとどまっていますが、30代後半以降は約3割程度です。また、「無香料」だけではなく、他の項目についても年齢が上がるほどに重視している項目の数や割合が増える傾向があります。これは、それまでの経験によって重視する項目

が増えていくことが考えられます。年齢が上がるほど重視する割合が増える項目としては、「パラベン・防腐剤フリー」や「原産国」、「全成分」などが挙げられます。「無香料」に関して見ると、20代後半の世代のみが「無着色」に次ぐ2位でしたが、それ以外の年代はすべて1位でした。2位で見ると、20代前半は「アルコールフリー」、30代前半は「無着色」、30代後半は「パラベン・防腐剤フリー」、



あなたが、化粧品や日用品を購入するときに、以下の表記のうち重視する項目を選んでください。

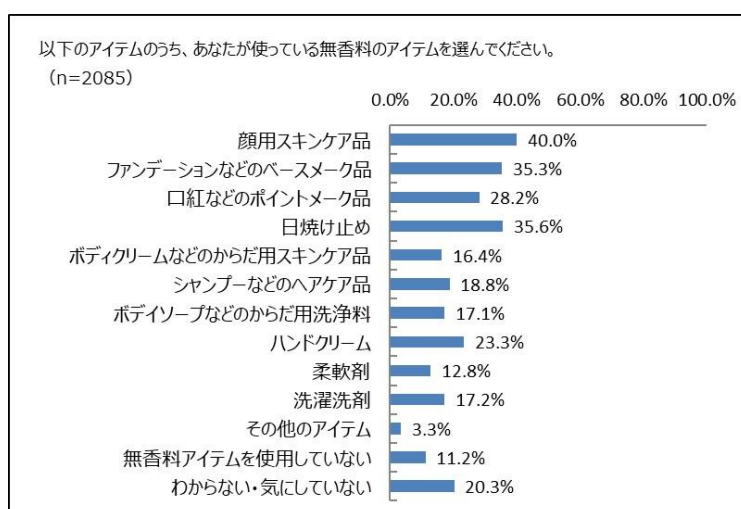
	無香料	無着色	アルコールフリー	パラベン・防腐剤フリー	原産国	全成分	無鉱物油・無鉱物オイル	アレルギーテストの有無	ノンケミカル	その他	重視するものはない	化粧品・日用品を購入しない
2085	25.6%	20.1%	19.5%	18.7%	18.3%	16.0%	14.1%	13.8%	9.3%	5.3%	21.1%	12.4%
20歳～24歳	18.9%	14.5%	17.5%	8.4%	10.2%	13.1%	10.2%	12.0%	8.7%	4.0%	23.6%	16.4%
25歳～29歳	21.5%	24.0%	20.0%	16.0%	10.9%	8.4%	15.3%	12.7%	8.7%	4.7%	17.5%	18.2%
30歳～34歳	19.8%	19.5%	16.3%	15.6%	10.5%	16.0%	9.3%	12.1%	10.1%	5.1%	21.4%	17.1%
35歳～39歳	28.5%	16.7%	17.1%	20.2%	18.3%	14.1%	14.8%	12.9%	9.1%	6.5%	20.5%	11.4%
40歳～44歳	29.5%	20.9%	22.9%	19.8%	16.7%	17.8%	16.7%	13.2%	10.1%	8.1%	23.6%	11.6%
45歳～49歳	28.6%	21.2%	21.6%	22.4%	23.7%	22.4%	16.3%	15.1%	9.4%	4.9%	20.8%	6.5%
50歳～54歳	27.8%	21.1%	21.9%	24.5%	27.0%	17.3%	16.5%	13.5%	9.3%	4.2%	21.1%	9.7%
55歳～59歳	30.5%	23.3%	18.9%	23.6%	30.2%	20.0%	14.2%	18.5%	8.7%	4.7%	20.4%	7.6%

40代前半は「アルコールフリー」、40代後半以上は「原産国」と、年代によって2位に重視する表示は異なりますが、20代後半を除くすべての年代の1位が「無香料」であることは興味深いと考えます。

### ②「無香料」の使用アイテム、1位「顔用スキンケア品」、2位「日焼け止め」。

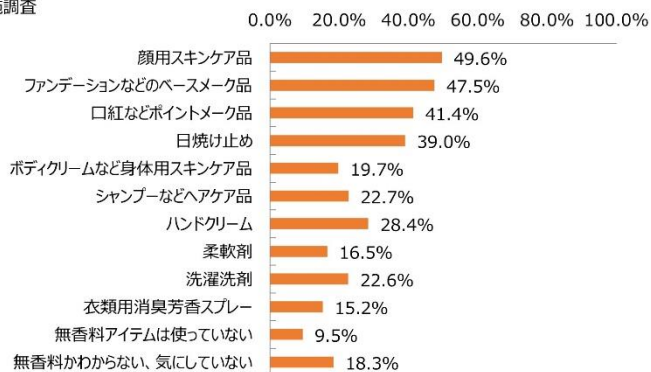
使用している無香料のアイテムを聞きました。全体では、1位が「顔用スキンケア品」で40.0%、続く2位が「日焼け止め」で35.6%と4割に迫ります。3位はファンデーションなどの「ベースメイク品」で35.3%でした。一般的に香りがついていることが多い「ハンドクリーム」や「ボディソープ」などのからだ用洗浄料、「シャンプーなどのヘアケア品」においても約2割が無香料のものを使用していると答えているのは意外でした。「無香料アイテムを使用していない」のは11.2%でした。

2020年1月に実施した、使用している無香料のアイテムについての調査と比較して見てみました。(対象の年代は20歳～59歳で今回の調査と同様ですが、nは15,051と規模感は異なります。)1位は、今回の調査と同様に「顔用スキンケア品」でしたが、2位には「ファンデーションなどのベースメイク品」、3位には「口紅などのポイントメイク品」で



以下のアイテムのうち、あなたが使っている無香料のアイテムは何ですか？ (n=15051)

2020年1月実施調査



した。前回 1 位の「顔用スキンケア品」と 4 位の「日焼け止め」は 10.6 ポイントの差がありましたが、今回の調査では、1 位の「顔用スキンケア品」と 2 位の「日焼け止め」の差は 4.4 ポイントであったことから「日焼け止め」の使用者が増えていることや、日焼け止めの使用シーンがスキンケアに近づいてきていることが考えられます。

今回の調査を年齢別に見てみました。最も多い「顔用スキンケア品」で見ると、30 代前半までは 30% 台、30 代後半以降は 40% 台です。最も多いのが 40 代後半で、47.3% と約半数が無香料のものを使用しています。「日焼け止め」は、20

代～30 代前半は 30% 台、30 代後半～40 代後半が約 4 割程度で増えるものの、50 代に入ると約 3 割程度に下がっています。「ファンデーションなどのベースメイク品」は 20 代前半のみ 3 割を下回りますが、それ以上の世代はすべて 3 割以上で、年齢による差は見られません。「口紅などのポイントメイク品」もすべての世代で約 3 割と、年齢による差は見られないアイテムです。「シャンプーなどのヘアケア品」、「洗濯洗剤」などのアイテムは年齢が上がると増えていく傾向が見られます。

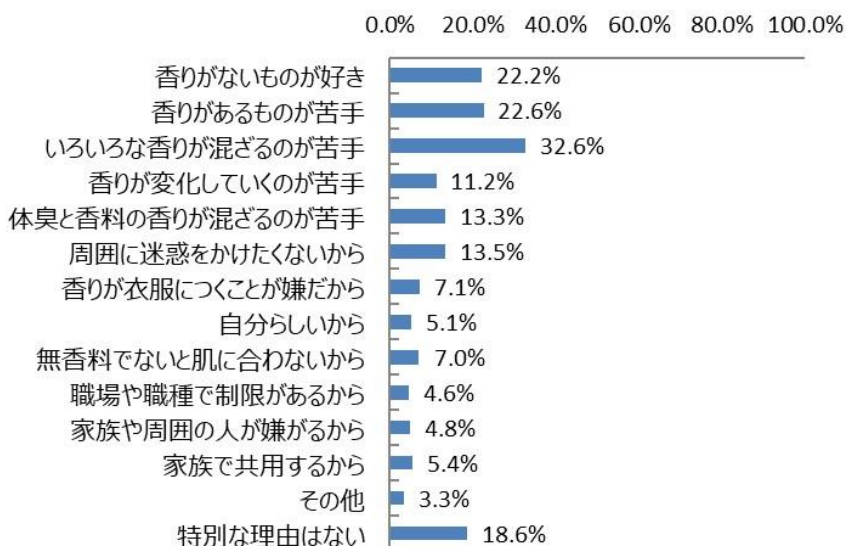
以下のアイテムのうち、あなたが使っている無香料のアイテムを選んでください。

		顔用スキンケア品	日焼け止め	ファンデーションなどのベースメイク品	口紅などのポイントメイク品	ハンドクリーム	シャンプーなどのヘアケア品	洗濯洗剤	ボディソープなどのからだ用洗剤	ボディクリームなどのからだ用スキンケア品	柔軟剤	その他のアイテム	無香料アイテムを使用していない	わからない、気にしていない
	2085	40.0%	35.6%	35.3%	28.2%	23.3%	18.8%	17.2%	17.1%	16.4%	12.8%	3.3%	11.2%	20.3%
20歳～24歳	275	32.7%	36.0%	26.9%	25.8%	22.2%	15.3%	9.8%	14.5%	12.4%	6.9%	3.6%	7.6%	24.4%
25歳～29歳	275	34.2%	34.5%	36.0%	27.3%	18.5%	17.8%	12.7%	16.4%	19.3%	9.8%	3.3%	6.5%	21.5%
30歳～34歳	257	36.2%	32.3%	33.5%	28.0%	22.6%	19.5%	16.0%	16.0%	15.6%	14.8%	2.7%	10.1%	21.0%
35歳～39歳	263	42.6%	42.6%	38.0%	29.7%	22.1%	17.5%	16.7%	18.3%	19.8%	14.1%	3.0%	8.7%	17.9%
40歳～44歳	258	41.1%	40.7%	37.2%	29.1%	27.5%	19.4%	17.8%	19.4%	17.4%	12.8%	3.9%	13.6%	22.1%
45歳～49歳	245	47.3%	38.8%	40.4%	31.0%	25.7%	20.4%	20.4%	17.6%	16.3%	12.7%	3.7%	11.4%	14.3%
50歳～54歳	237	44.3%	30.0%	34.6%	29.1%	23.6%	18.1%	21.5%	15.6%	16.0%	14.8%	3.4%	14.3%	21.9%
55歳～59歳	275	43.3%	30.2%	36.0%	26.5%	24.7%	22.5%	23.3%	19.3%	14.2%	17.1%	2.9%	17.5%	19.3%

### ③「無香料アイテムを使用する理由、「いろいろな香りが混ざるのが苦手」。

何らかの無香料アイテムを使用している 20 歳～59 歳の女性 1,428 名に、無香料のアイテムを使用する理由を聞きました。1 位は「いろいろな香りが混ざるのが苦手」で 32.6% でした。2 位は「香りがあるものが苦手」で 22.6%、3 位は「香りがないものが好き」で 22.2% でした。続いて「周囲に迷惑をかけたくないから」が 13.5%、「体臭と香料の香りが混ざるのが苦手」と香りに対してセンシティブな人の割合も一定層確認できました。

あなたが、無香料のアイテムを使用する理由は何ですか？ (n=1428)



あなたが、無香料のアイテムを使用する理由は何ですか？

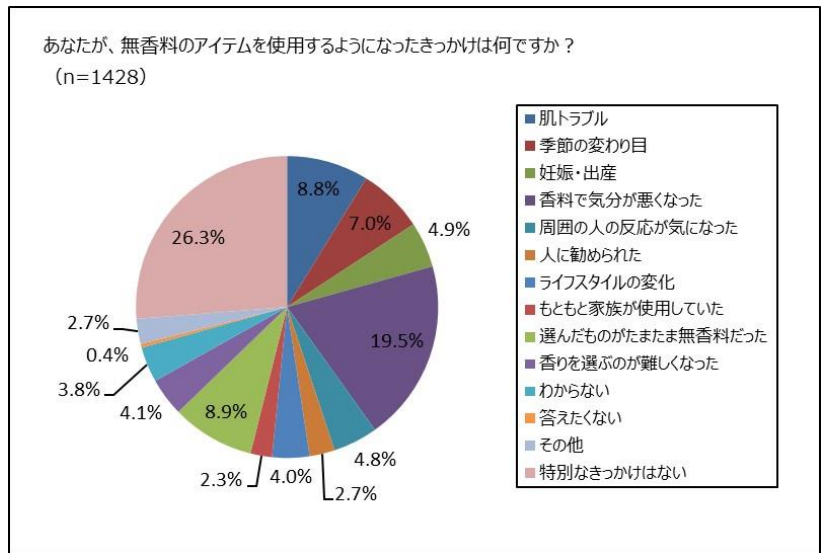
		いろいろな香りが混ざるのが苦手	香りがあるものが苦手	香りがないものが好き	周囲に迷惑をかけたくないから	体臭と香料の香りが混ざるのが苦手	香りが変化していくのが苦手	香りが衣服につくことが嫌だから	無香料でないと肌に合わないから	家族で共用するから	自分らしいから	家族や周囲の人が嫌がるから	職場や職種で制限があるから	その他	特別な理由はない
	1428	32.6%	22.6%	22.2%	13.5%	13.3%	11.2%	7.1%	7.0%	5.4%	5.1%	4.8%	4.6%	3.3%	18.6%
20歳～24歳	187	31.6%	24.1%	21.9%	15.0%	13.9%	11.8%	5.9%	7.0%	6.4%	7.0%	9.1%	7.0%	2.7%	13.4%
25歳～29歳	198	30.8%	25.8%	16.7%	10.1%	13.6%	19.2%	6.6%	5.1%	4.0%	6.6%	3.5%	4.5%	2.5%	13.1%
30歳～34歳	177	32.8%	19.2%	22.0%	13.6%	12.4%	13.0%	7.9%	5.6%	6.8%	2.8%	4.0%	6.2%	1.1%	20.3%
35歳～39歳	193	35.8%	21.8%	20.7%	12.4%	13.0%	8.3%	7.8%	5.2%	4.7%	5.2%	3.1%	4.1%	4.1%	20.7%
40歳～44歳	166	31.3%	29.5%	25.9%	15.1%	15.1%	13.3%	11.4%	10.2%	8.4%	5.4%	5.4%	8.4%	4.8%	15.7%
45歳～49歳	182	35.2%	17.6%	24.7%	17.0%	13.2%	10.4%	5.5%	6.0%	3.8%	7.7%	3.8%	3.8%	1.1%	22.5%
50歳～54歳	151	33.1%	18.5%	22.5%	9.3%	12.6%	6.0%	2.6%	7.9%	6.6%	2.0%	4.6%	0.0%	5.3%	23.2%
55歳～59歳	174	30.5%	24.1%	24.1%	15.5%	12.6%	6.3%	8.6%	9.8%	2.9%	3.4%	5.2%	2.3%	5.2%	21.3%

これを年齢別に見てみると、1位の「いろいろな香りが混ざるのが苦手」については、年齢による差はほとんど見られません。「香りがあるものが苦手」と「香りがないものが好き」は似ているようで嗜好の違いが反映されますが、年齢によるばらつきはあるものの大きな差があるとは言えないと考えます。40代前半は選んでいる項目が最も多い世代でした。「香りが衣服につくことが嫌だから」や「無香料でないと肌に合わないから」といった項目も1割を超える人が選んでおり、「家族で共用するから」を選んだ割合も全世代の中で1位でした。

④無香料アイテムを使用するきっかけ、「香料で気分が悪くなった」約2割。

無香料のアイテムを使用していると答えた1,428名に、使用するきっかけを聞きました。全体では1位が「香料で気分が悪くなった」で19.5%、2位は「選んだものがたまたま無香料だった」で8.9%、「肌トラブル」も8.8%と1割に迫りました。

この質問も年齢別に見てみました。1位の「香料で気分が悪くなった」は、20代後半以上は2割程度です。20代前半が14.4%と少ないのは、年齢による経験の少なさが影響している可能性があります。「季節の変わり目」と答えた人に、個別にその理由を聞いてみると「暑くなると香りが強いものが見つかる」という意見が出てきました。「妊娠・出産」をきっかけに「無香料」に切り替えたという意見も30代後半で11.4%と多いことがわかりました。妊娠・出産によって本人の肌質が変化したことだけでなく、こどもの肌に直接触れることを気遣い香りがないものを選ぶ人が増える傾向があるようです。③の調査結果からも「家族で共用するから」など、家族が増えることで無香料アイテムに切り替える人が一定層いることがわかります。



あなたが、無香料のアイテムを使用するようになったきっかけは何ですか？

		香料で気分が悪くなった	選んだものがたまたま無香料だった	肌トラブル	季節の変わり目	妊娠・出産	周囲の人の反応が気になった	香りを選ぶのが難しくなった	ライフスタイルの変化	人に勧められた	もともと家族が使用していた	わからない	答えたくない	その他	特別なきっかけはない
	1428	19.5%	8.9%	8.8%	7.0%	4.9%	4.8%	4.1%	4.0%	2.7%	2.3%	3.8%	0.4%	2.7%	26.3%
20歳～24歳	187	14.4%	10.2%	9.1%	6.4%	5.9%	7.5%	8.0%	4.8%	1.1%	4.3%	7.0%	0.0%	2.1%	19.3%
25歳～29歳	198	21.2%	8.6%	7.1%	12.1%	6.6%	7.6%	4.5%	2.0%	4.0%	2.5%	4.5%	1.0%	2.5%	15.7%
30歳～34歳	177	23.2%	8.5%	6.8%	6.8%	2.8%	5.6%	5.6%	5.6%	5.1%	1.7%	1.7%	0.0%	0.6%	26.0%
35歳～39歳	193	17.6%	5.7%	10.4%	6.2%	11.4%	5.2%	3.1%	2.6%	2.1%	1.6%	4.1%	1.0%	3.1%	25.9%
40歳～44歳	166	20.5%	7.2%	12.0%	6.0%	4.2%	3.0%	1.8%	6.0%	2.4%	1.8%	4.2%	0.0%	1.8%	28.9%
45歳～49歳	182	20.3%	8.2%	6.6%	8.2%	4.4%	2.7%	3.3%	4.9%	2.7%	2.2%	4.4%	0.5%	2.2%	29.1%
50歳～54歳	151	21.2%	10.6%	8.6%	7.3%	1.3%	3.3%	2.0%	4.0%	3.3%	0.7%	0.7%	0.0%	4.6%	32.5%
55歳～59歳	174	17.8%	12.6%	10.3%	2.3%	1.1%	2.3%	3.4%	2.3%	0.6%	3.4%	2.9%	0.0%	4.6%	36.2%

## ⑤若年層「無香料」の意味を正しく理解しているのは半数以下。

これまでの調査で、「無香料」についての意識は若年層では比較的強く、年齢を重ねるほど上がっていく傾向が見られることがわかりました。そこで、「無香料」についての認識についても聞いてみました。「無香料」は、香料を使用していないものことで香りがしない、無臭のもののことではないのですが、全体では「香りが全くしないもの」と捉えている割合が24.9%と4人に1人程度もいることがわかりました。年齢別に見てみると、20代前半では38.0%と約4割もの人異なる捉え方をしており、「香料を使用していないもの」と捉えている割合は46.5%と半数以下です。年齢が上がると「香りが全くしないもの」は10%台まで下がり、40代以上では約7割が「香料を使用していないもの」と捉えています。

「無香料」について最も正しいと思うものを選んでください。

		香りが全くしないもの のこと	香料を使用していないもの のこと	その他	わからない
	1428	24.9%	61.6%	3.6%	9.9%
20歳～24歳	187	38.0%	46.5%	6.4%	9.1%
25歳～29歳	198	31.3%	58.1%	3.0%	7.6%
30歳～34歳	177	25.4%	57.6%	4.5%	12.4%
35歳～39歳	193	31.1%	58.5%	3.1%	7.3%
40歳～44歳	166	18.7%	65.1%	3.6%	12.7%
45歳～49歳	182	19.8%	65.9%	1.6%	12.6%
50歳～54歳	151	16.6%	68.9%	4.0%	10.6%
55歳～59歳	174	14.4%	75.3%	2.3%	8.0%

### 【全体を通した考察】

当社では、近年の猛暑の長期化が化粧品の選択や使用シーンを変えていくのではないかという思いから、今回の調査を行いました。購入時の表記について「無香料」を重視している人が多いことがわかりました。また、日焼け止めに無香料を求める人が増えてきていることもわかりました。当社では、商品が果たすコンセプトによって、無香料のものも香料を使用したものも両方を開発しており、香りがついた化粧品が使用者の心理に与える好影響について、化粧品が提供できる価値の一つであると捉えています。一方で、猛暑化や高温化によって汗がたくさん出る環境下において、香りの変化とうまく付き合っていくことは難しくなっていく可能性があるとも考えています。日焼け止めは、多くの人の快適な生活を守るために必要なアイテムとしてその価値が上がっていくことが考えられます。日焼け止めを使用する人や日焼け止めを使うシチュエーションが増えることで、無香料のアイテムは今後より求められることが想像できます。今回の調査は成人女性に限ったものでしたが、様々な立場の人のニーズをとらえ、製品開発に生かしていきたいと考えます。

### 【当社の無香料の取り組み】

無香料とは、「無臭の化粧品」という意味ではなく、香料を使用していない化粧品のことです。当社では、1981年に「ドレッシュク」というメーカーブランドで無香料化を実現して以来、45年にわたって無香料の製品開発の技術を磨いています。当時の化粧品原料の製造技術では、精製技術が低いために独特の匂いがあり、香料を使用することで原料臭をマスキングするのが一般的な化粧品の製造方法でした。当社が化粧品の無香料化に着手したのは、単に匂いがあることの不快感だけでなく、香料によるお客様の肌トラブルが理由です。

2001年4月以降、化粧品は全成分を表記する義務が生まれ、現在ではすべての原材料の表示がなされていますが、それ以前は厚生労働省からアレルギーが発生する可能性のある102種類の成分についてのみ、「表示指定成分」として表示義務があり、「香料」は表示指定成分として表示する必要があるものでした。精製技術が低く、純度の低い原料から作られる化粧品は、匂いがあるだけでなく、不純物による肌トラブルが多いのです。また、香料は熱や光により変質するため、肌トラブルの大きな原因になります。また、無香料の化粧品の中でも匂いがあるもの、また時間が経つことで匂いを発生してしまう化粧品も存在します。当社では、純度の高い原料の開発、採用から、匂い移りのない工場管理を徹底することで、お客様に安全で快適に、また効果の高い化粧品を提供し続けていきたいと考えています。



当社初の無香料化粧品「ドレッシュク」

商品名：by365（バイサンロクゴ）パウダリーUVクリーム〈日焼け止めクリーム〉 内容量：60g

価格：オープン価格 参考価格：990円（税抜）1,089円（税込）



GOOD DESIGN AWARD  
2025年度受賞



クリームなのにパウダリー、サラサラ素肌の日焼け止めクリーム **顔・身体用**  
**SPF50+ PA++++ UV耐水性★★ 擦れに強い処方**

- 質感が変化する吸水ポリマー※1を使用したサラサラのテクスチャー。
- 植物性保湿成分 CICA/ツボクサエキス・ドクダミエキス配合。
- 水分を抱えた吸水ポリマー※1が弾けることでみずみずしさとパウダリーなサラサラ感を両立します。
- パウダーが肌や毛穴の凸凹を埋めてふんわりカバー。ソフトフォーカス効果に優れます。
- ウォータープルーフでありながら、石鹸で落とせます。
- 顔にも身体にも、化粧下地としても使用できます。
- サラサラパウダリーな仕上がりで、塗り直しも快適。べたつく首元などもさらさらでさわやかな気分。

※1 アクリレーツクロスポリマー-2-Na（吸着剤）

**無香料**

商品名：by365（バイサンロクゴ）パウダリーUVクリーム トーンアップ〈日焼け止めクリーム〉 内容量：60g

価格：オープン価格 参考価格：990円（税抜）1,089円（税込）



クリームなのにパウダリー、自然にトーンアップするさらさら素肌の日焼け止めクリーム **顔・身体用**

**SPF50+ PA++++ UV耐水性★★ 擦れに強い処方**

- 質感が変化する吸水ポリマー※1を使用したサラサラのテクスチャー。
- 植物性保湿成分 CICA/ツボクサエキス・ドクダミエキス配合。
- 水分を抱えた吸水ポリマー※1が弾けることでみずみずしさとパウダリーなサラサラ感を両立します。
- パウダーが肌や毛穴の凸凹を埋めてふんわりカバー。透明感のあるクリアホワイトのカラーがトーンアップしながら、ソフトフォーカスを実現します。
- ウォータープルーフでありながら、石鹸で落とせます。
- 顔にも身体にも、化粧下地としても使用できます。
- サラサラパウダリーな仕上がりで、塗り直しも快適。べたつく首元などもさらさらとスキンケアするように使えます。

※1 アクリレーツクロスポリマー-2-Na（吸着剤）

**無香料**

商品名：by365（バイサンロクゴ）パウダリーUVジェル〈日焼け止めジェル〉 内容量：70g

価格：オープン価格 参考価格：990円（税抜）1,089円（税込）



するする伸びてパウダリー、サラサラ素肌の日焼け止めジェル **顔・身体用**  
**SPF50+ PA++++ UV耐水性★★ 擦れに強い処方**

- 塗ったことを忘れるくらい膜感のないサラサラテクスチャー。
- 植物性保湿成分 CICA/ツボクサエキス・ドクダミエキス配合。
- 水分を抱えた吸水ポリマー※1が弾けることでみずみずしさとパウダリーなサラサラ感を両立します。
- ウォータープルーフでありながら、石鹸で落とせます。
- 顔にも身体にも、化粧下地としても使用できます。
- サラサラパウダリーな仕上がりで、塗り直しも快適。べたつく首元などもサラサラでさわやかな気分。

※1 アクリレーツクロスポリマー-2-Na（吸着剤）

**無香料**