

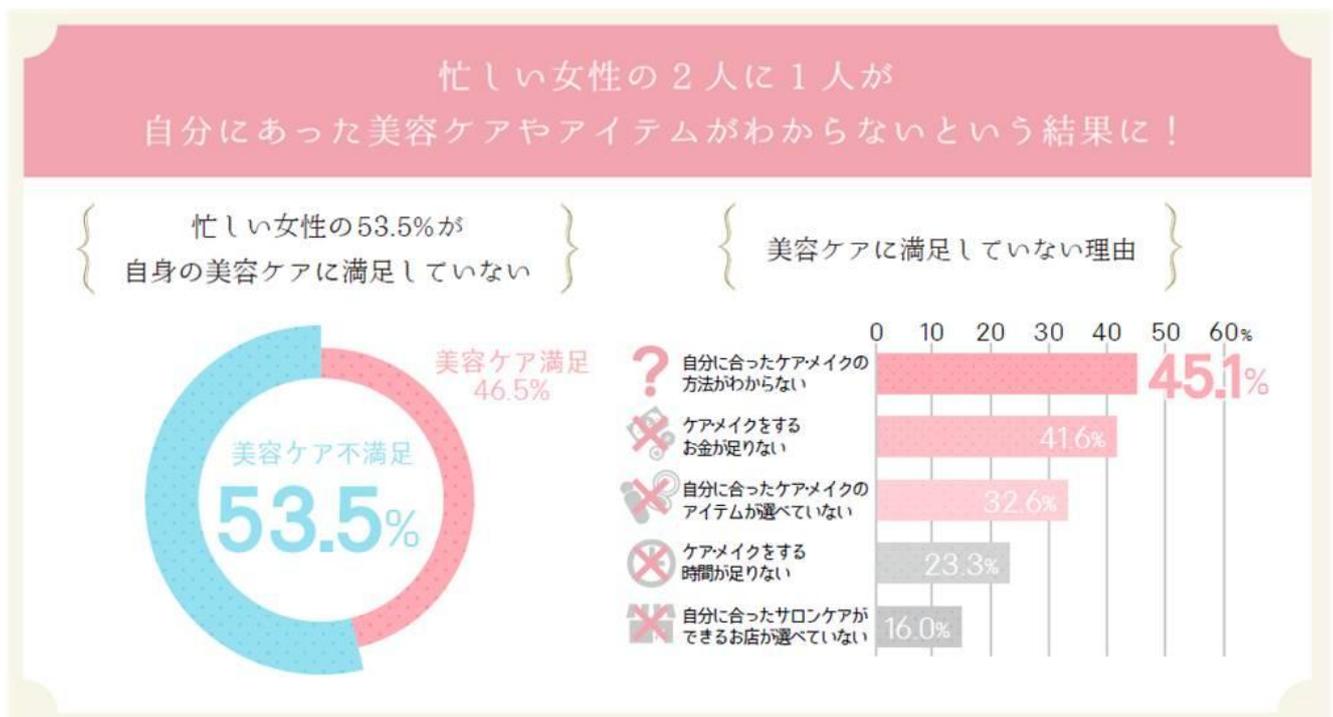
「女性の美容ケアに関する実態調査」

女性の53.5%が自分の美容ケアに悩む “美容迷子” という結果に
美容ケアで効果がなかったと感じる金額は一人あたり年間平均11,727円
時間やお金を有効活用しスマートな美容ケアを実践する
“スマ美” 傾向の女性は生活満足度も高い

総合オンラインストアAmazon.co.jp（以下、Amazon）は、国内最大級のビューティーオンラインストア「Amazonビューティーストア」（<http://www.amazon.co.jp/allbeauty>）において、2016年5月10日（火）～11日（水）に全国の20～40代の女性600名を対象に「美容ケアに関する実態調査」をインターネットを通じて実施しました。本調査では、仕事に家事に育児に忙しい女性の美容ケアに対する現実と理想の比較を行いながら、美容ケアに関する女性の実態を把握しました。

「Amazonビューティーストア」は、2015年10月より、忙しい女性に向けた“キレイの見つけ方”を提案・発信するプロジェクト、Amazon Beauty Lab.（アマゾンビューティーラボ）を立ち上げました。今後、本調査結果をもとに忙しい女性たちに向けて、Amazonビューティーストアを活用したすばやく賢くお得に“キレイ”を見つける方法を発信してまいります。

Amazonでは、今後も付加価値の高い商品を取り揃える事によって、お客様の最も身近で頼れるパートナーとして、全てのお客様の利便性の向上を追求し、サービス強化に努めてまいります。

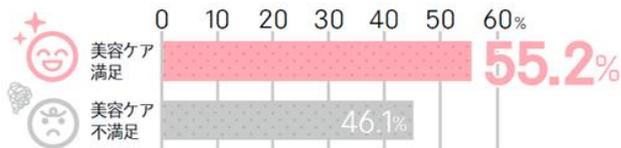


調査結果によると、53.5%が「自身のセルフ美容ケアに満足していない」と回答、忙しい女性の2人に1人が自身の美容ケアについて悩んでいるということが伺えました。また、満足していない理由の1位に「自分にあったセルフケア／メイクがわからない（45.1%）」があがり、また3位には「自分にあったセルフケア／メイクアイテムが選べていない（32.6%）」があがるなど、自分にあった美容ケアやアイテムがわからない“美容迷子”の存在が明らかとなりました。また、美容ケアでかけた金額において、年間で効果がなかったと感じる金額は1人平均11,727円という結果となり、20～40代女性人口から推測すると約2000億円規模になると予測できます。

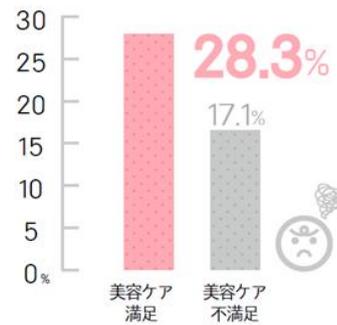
（参考資料4ページのQ1、Q2参照）

スマートな美容ケアができている人は
生活満足度も高い傾向。

美容ケアに満足している人のうち
55.2%がECサイトを活用



平日夜に美容アイテムを購入している人の
美容ケア満足度



美容ケアに満足している人の生活満足度



美容ケアに対する満足度別に行動を比較したところ、「自身の美容ケアに満足している」人の55.2%がECサイトを活用して、美容に関する情報収集やアイテム購入をしている傾向が見られました。

また、美容アイテムの購入時間帯について比較すると、「自身の美容ケアに満足している」人は平日夜に美容アイテムを購入する割合が高い傾向が見られました。美容ケアに満足している人はECサイトなどを活用しながら平日のスキマ時間に効率的な美容ケアを行っている傾向が高いことが伺えます。

また、美容ケアに対する満足度と生活満足度の関係について調査したところ、「自身の美容ケアに満足している」人の68.4%が生活満足感を感じていると回答、反対に「自身の美容ケアに満足していない」人の62.1%の人が普段の生活にも満足していないという結果になりました。総じて、美容ケアに満足していると生活全体においての幸福度も高いと推測できます。（参考資料5ページ目のQ3、Q4、6ページ目のQ7参照）

【調査概要】

- ・ 調査対象と回収サンプル数 : 20～40代の女性（有職・主婦）600サンプル
- ・ 調査地域 : 全国
- ・ 調査方法 : インターネット調査（調査会社の登録モニター活用）
- ・ 調査期間 : 2016年5月10日（火）～11日（水）



Amazon Beauty Lab.は忙しい女性へ向けてスマートな美容ケア「スマ美」を提案 新連載の「スマ美」へと導く美容アイテムランキング企画も本日スタート

<http://www.amazon.co.jp/beautylab>

Amazon Beauty Lab.（アマゾン ビューティーラボ）では、今回の「女性の美容ケアに関する実態調査」で明らかとなった“美容迷子”へ向けてAmazonビューティーストアが提供する3つの“スマート”と、季節やお悩みに合わせた時短ビューティーケアを紹介していきます。それぞれの悩みや季節テーマに合わせた美容ケアや、賢く美容アイテムを購入する方法をなど、スマートな美容ケアを実践する「スマ美」へと変わるための提案を通じて、ポートします。

【Amazon ビューティーストアが提案する3つの“スマート”】

Amazon ビューティーストアは、デイリーユースからラグジュアリーブランドまで圧倒的な品ぞろえを実現し、欲しいものがすぐ届くワンストップショッピングが可能で、ニーズに合わせた検索機能やカスタマーレビューなど、効率的に賢く“スマート”に美容ケアができるサービスが充実しています。

1) 時間スマート

すぐ届く、スマホで購入可能

朝の洗顔後に化粧水が切れても平日のスキマ時間にスマホを活用してAmazonビューティーストアでワンストップショッピング。最速で夜には届くためいつもの美容ケアが可能。

2) お得スマート

お得に購入出来る

Amazonビューティーストアなら、一番お得なアイテムも一目瞭然。対象商品を定期的にお届けする「定期おトク便」も利用でき、お金も無駄にしません。

3) 情報スマート

Amazonならではのカスタマーレビューやランキング

カスタマーレビューやアイテムごとのランキング、Amazonビューティーラボの特集ページ等から、自分に合った美容情報を探ることができます。

【Amazon Beauty Lab.が提案するスマート美容ケア「スマ美」のすすめ】



Amazon Beauty Lab.
所長
菅野 結以



Amazon Beauty Lab.
アドバイザー
小西 さやか

Amazon Beauty Lab.（アマゾン ビューティーラボ）は、モデル界の美容番長である菅野結以さん、日本化粧品検定協会代表理事 コスメコンシェルジュ小西さやかさんとともに、忙しい女性の“美”をサポートする活動を行っています。菅野さんの愛用する美容アイテムや自ら実践している時短美容方法の発信や、小西さんによる美容アイテムの選び方・季節・テーマにあったアイテムなどを紹介して“美容迷子”をスマートな美容ケアができる「スマ美」へと変える提案を行っています。

6月8日からは新たに「スマ美必見 美の裏ワザ&ランキング」企画がスタート。美容に関するお悩みに対し小西さんが解説をしながらケア方法を伝授します。さらにAmazon Beauty Lab.的おすすめアイテムランキングも発表、菅野さんのコメントと共にご紹介いたします。

新連載：スマ美必見 キレイの裏ワザ&ランキング 第1回「シミ」 URL www.amazon.co.jp/beautylab_sumabi

Amazonビューティーストアについて

ブランド数約4,500、商品数は125,000点以上と圧倒的な品揃えを誇る、国内最大級のビューティーストア。

2015年よりナチュラル・オーガニックビューティーアイテムの取り扱いを拡大、また「あなたのビューティーライフが見つかる場所」をコンセプトに、ラグジュアリー、セレクト、ナチュラル・オーガニック、ドクターズコスメ等のカテゴリーにおいて、ラグジュアリーからデイリーユースブランドまで、すべての方の美に対するニーズを叶えるラインアップの実現を目指しています。

<http://www.amazon.co.jp/allbeauty>

Amazonについて

Amazonは、1995年7月にWorld Wide Web上でスタートしました。Amazonは4つの理念を指針としています。競合他社ではなくお客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。カスタマーレビュー、1-Click注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazonプライム、フルフィルメントby Amazon (FBA)、アマゾン ウェブ サービス (AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexaなどは、Amazonが先駆けて提供している商品やサービスです。

[参考資料]

調査データ① 忙しい女性の美容ケアの実態

忙しい女性の2人に1人が自身の美容ケアに不満足。
 「自分にあった美容ケア方法やアイテムがわからない…」
 そんな“美容迷子”の存在が浮き彫りに！

忙しい女性の**53.5%**の人が
 自分自身のセルフ美容ケアに満足していない

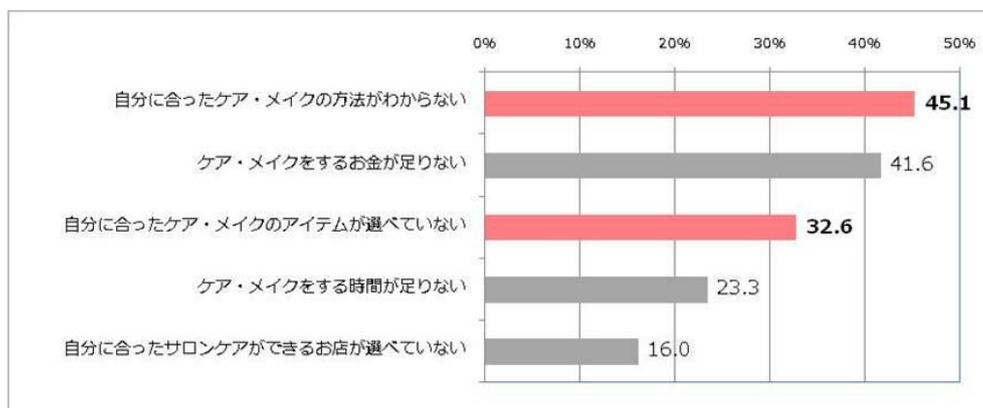
Q1.あなたは自分自身の美容ケアに満足していますか？ (N=600)



Point
 美容におけるセルフケアについて
 53.5%の女性が満足していないと
 回答。
 また、セルフメイクについては
 53.3%、サロンケアについては
 52.2%の女性が満足していないと
 いう結果になりました。

自身の美容ケアに満足していない理由として
 自分にあったケア方法やアイテムがわからない“美容迷子”が上位。
 美容ケアで効果がなかったと感じる金額は年間1人平均11,727円、
 20～40代女性の人口推計で見ると約2000億円規模

Q2.美容ケアに満足していない理由は何ですか？ (N=600)



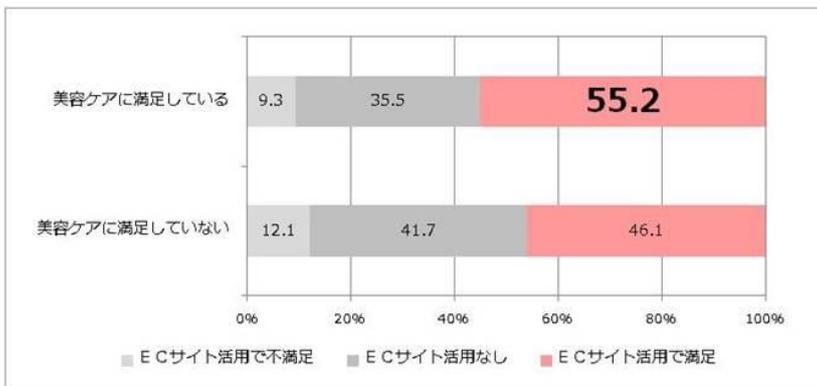
Point
 美容ケアに満足していない理由として、45.1%の女性が「自分にあったケア・メイク方法がわからない」、32.6%の女性が「自分にあったケア・メイクのアイテムが選べていない」という結果となり、美容ケアに満足していない女性のうち7割以上が“美容迷子”であることがわかりました。
 また、美容ケアでかかった金額において年間で効果がなかったと感じている金額は1人平均11,727円。女性人口から推測すると約2000億円規模という結果に。
 ※平成28年4月時点の総務省統計局における人口推計によると20～40代の女性は2301万人*。
 この数字に一人あたりの平均額を掛け合わせて算出。（*出典：総務省統計局
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201604.pdf>）

[参考資料]

調査データ② スマートな美容ケアを行う“スマ美”の実態

美容ケアに満足している人はECサイトを活用しながら、
平日夜に効率的な情報収集とアイテムの購入を行っている傾向。
美容ケア満足女性は、効率的にお得にスマートに美容ケアを行う
“スマ美”傾向

「美容ケアに満足している」人の中で**55.2%**が
ECサイトを活用して美容に関する情報収集やアイテムを購入

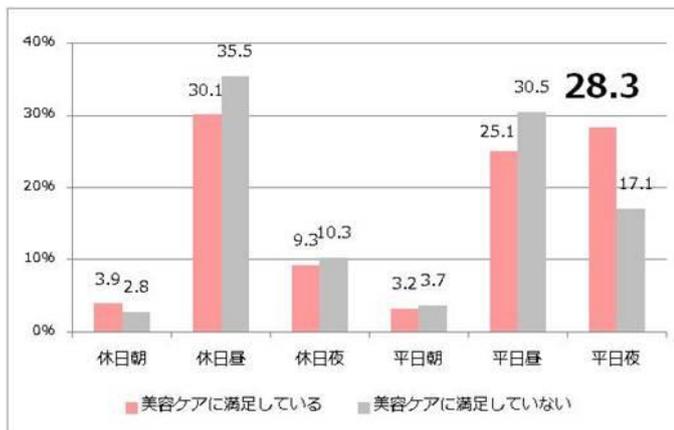


Point

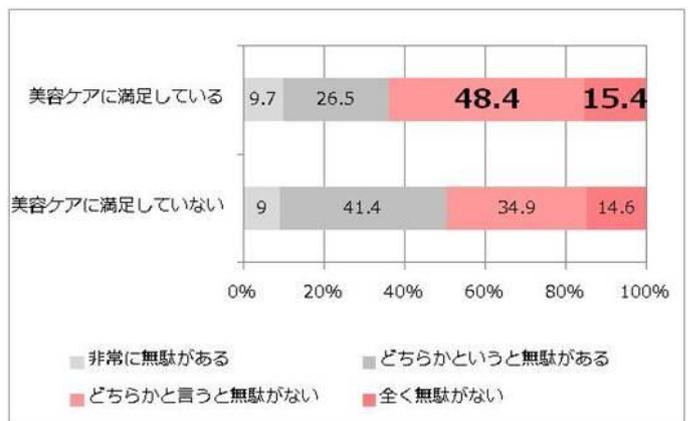
美容ケアに満足している人ほど、
ECサイトの活用に満足しており、
逆にECサイトへの不満は10%を切
る結果となりました。
このことから、美容ケアに満足し
ている人はECサイトを上手に活用
していることが伺えます。

「美容ケアに満足している」人は、
美容ケアに関する行動時間帯は**平日夜**が高く、美容ケアの**無駄**も**少ない**傾向。

Q4.美容アイテムの購入はいつ行っていますか？
(N=600)



Q5.自身の美容ケアに無駄がると感じますか？
(N=600)



Point

美容ケアに満足している人ほど、美容アイテム
の情報収集・購入は平日夜に行っていることが
わかります。

Point

美容ケアに満足している人ほど、美容ケアの
時間に無駄を感じておらず、スマートに賢く
美容ケアができている結果となりました。

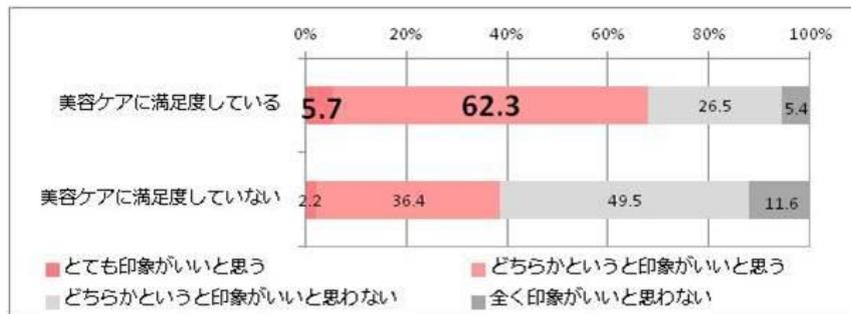
[参考資料]

調査データ③ スマートな美容ケアを行う“スマ美”の生活満足度

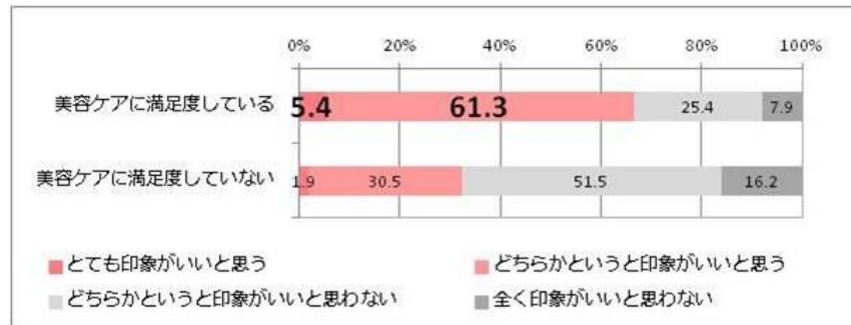
「美容ケアに満足している」人のほうが
同性・異性ともに第一印象が良い傾向に。
生活満足度についても68.4%の人が高いと感じている結果に！

「美容ケアに満足している」人のほうが会社・友人・異性における
第一印象が良いと感じている。

【同性からみて】



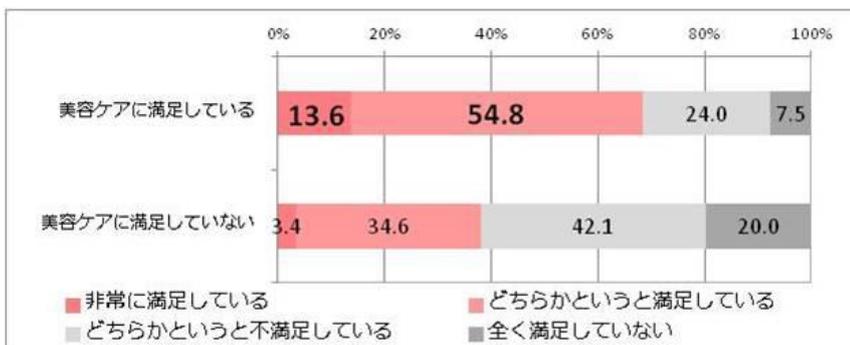
【異性からみて】



Point 美容ケアに満足している人ほど、友人、異性からの第一印象が良いと感じている傾向にあるという結果になりました。このことから、美容ケアの満足度が第一印象の良さと比例していることがわかります。

「美容ケアに満足している」人の中で**68.4%**が生活満足度が高い一方で、
「美容ケアに満足していない」人の**62.1%**が生活満足度が低いと回答

Q7.あなたの生活満足度についてお答えください。(N=600)



Point

美容ケアに満足している人の68.4%が普段の生活に満足しており、反対に美容ケアに不満を感じている人62.1%もの人が普段の生活にもなんらかの不満を抱いている結果となりました。このことから、美容ケアの満足度が生活満足度とも比例していることがわかります。