

## 子育てママで「美容医療」の経験者は15%、5割超「興味あり」 スペシャルケアの頻度や美顔器の活用についてもリサーチ

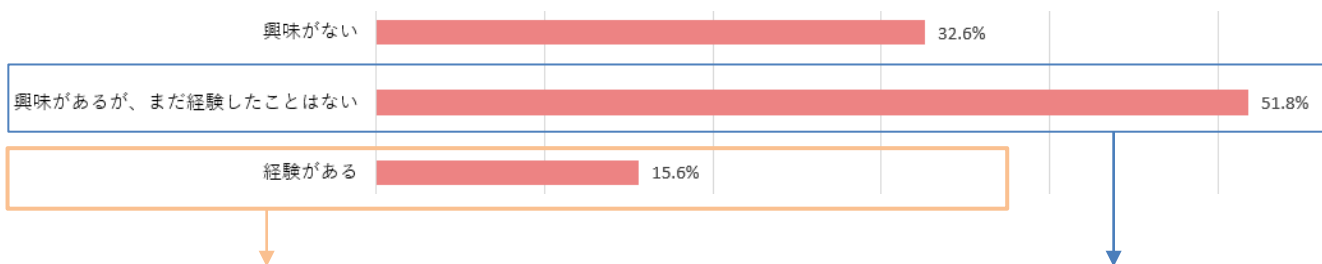
ハンドクリーム利用率第1位は「ロクシタン／シアハンドクリーム」  
満足度第1位は「イソップ／アンドラム アロマティック ハンドバーム」

園児とママ・パパの情報誌「あんふあん」「ぎゅって」を発行する株式会社こどもりびんぐ（所在地：東京都千代田区、代表取締役：藤田基予）では、「シルミル研究所」としてリサーチ事業を展開しています。今回、シルミル研究所では「美容」をテーマに全国の女性を対象とした調査「ウーマンリサーチ」を実施。前回（2023年7月31日発表）に続き、その結果の一部を紹介します。

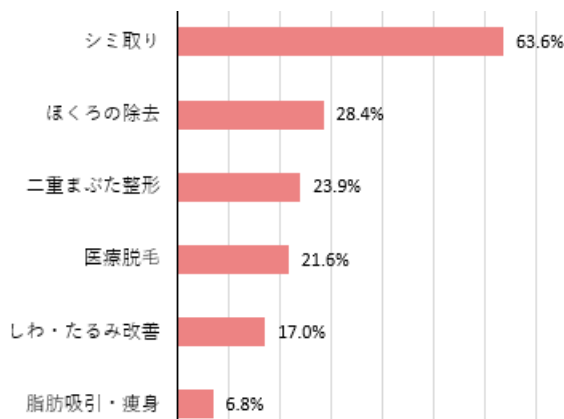
### ■「美容医療」の“経験者”は15.6%、“経験はないが興味がある人”は5割超

今回の調査の中で、未就学児の子どもがいるママに、美容医療への意識をリサーチ（回答数564人）。美容医療の施術の「経験がある」人は15.6%、「経験はないが、興味がある人」は51.8%という結果になりました。経験した施術で一番多かったのは「シミ取り」で経験者の6割以上が回答。また興味のある施術としても「シミ取り」が抜きんでて多く、ママたちにとって美容医療の中でもっともハードルが低く、チャレンジしやすい施術だということが分かりました。

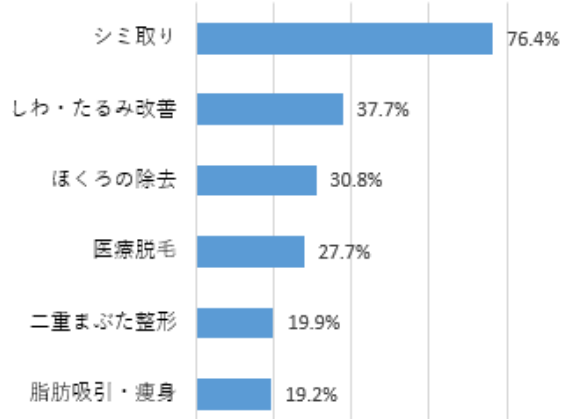
#### Q.美容医療の経験がありますか？



#### Q.経験した施術を教えてください (回答数88、複数回答)



#### Q.興味のある施術を教えてください (回答数292、複数回答)



## 「自信が持てるようになった」→「メイクが楽しかった」「目を見て話せるようになった」と行動変容も

美容医療の施術を経験した人のコメントとして目立ったのが、「やってよかった」というもの。施術した結果、「自信が持てるようになった」「明るくなった」と気持ちが前向きになり、それが「メイクするのが楽しかった」「人と会話するときに目を見て話せるようになった」といった行動の変化にもつながっているようです。美容についての悩みは、「何年も悩んでいた」「鏡を見るたびにコンプレックスだった」などと心の傷にもなりかねない深刻な声も少なくなく、美容医療の施術料金が多様化してきたことや手軽にできる施術が増えたことなどが、悩みを克服しようと一心発起する一助になっているようです。一方で、「メイクの時短がなかった」といった声もあり、毎日子育てや家事、仕事に忙しいママならではの視点といえそうです。

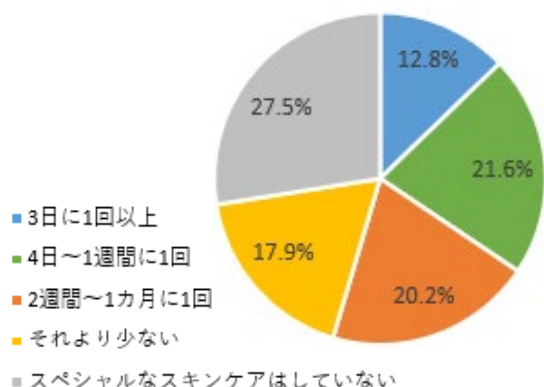
### <体験談>

- ・素顔に自信が持てるようになった。やってよかった。
- ・満足しており、もっと早くやればよかった。
- ・育休復帰を前にメイクの時短と気分を上げるためにシミとりをしたら快適に！
- ・鏡を見る度コンプレックスだったので、やって良かったと思う。
- ・完全にキレイになったわけではないが、肌への意識が高まった
- ・美人になったわけではないが、自分自身は満足できたし気持ちが明るくなった。
- ・メイクするのが楽しかったし、人と会話するときに目を見て話せるようになった。

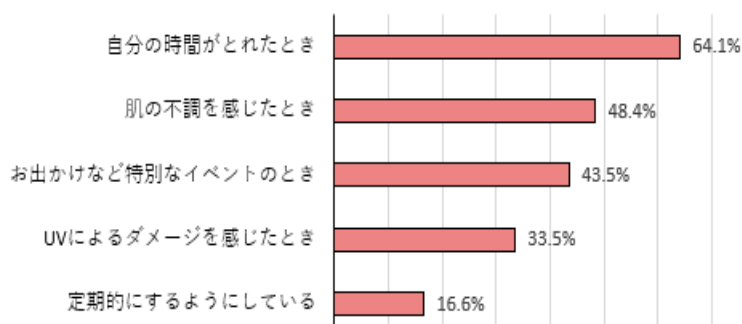
## ■ 自宅でのスペシャルケアは約3割が「1週間に1回以上」、一方「しない」派も約3割

日常のスキンケアとは別に、自宅でスペシャルケア（普段使用しないパックなどの化粧品や美顔器を使用するなど）を行う頻度は、下記の通り。「1週間に1回以上」が34.4%いる一方で、「スペシャルなスキンケアはしていない」人も3割弱いました。また、スペシャルなスキンケアを行うのは、「自分の時間がとれたとき」が64.1%と1位に。定期的に行っている人は16.6%と少なく、未就学児の子どもを持つママが「限られた自分時間」を美容に活用している様子が垣間見えました。

Q.スペシャルなスキンケアを行う頻度は？

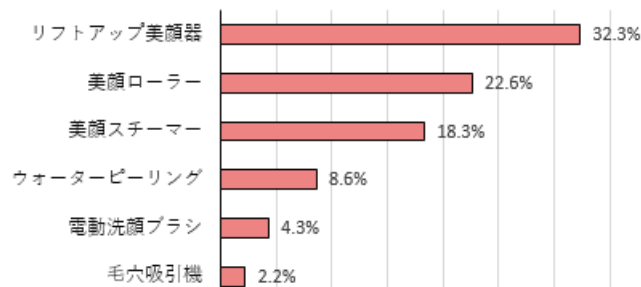


Q.スペシャルなスキンケアを行うのはどんなとき？（複数回答）



## スキンケアに美顔器を活用している人は16.5%、約4分の1の人が「購入を検討中」と回答

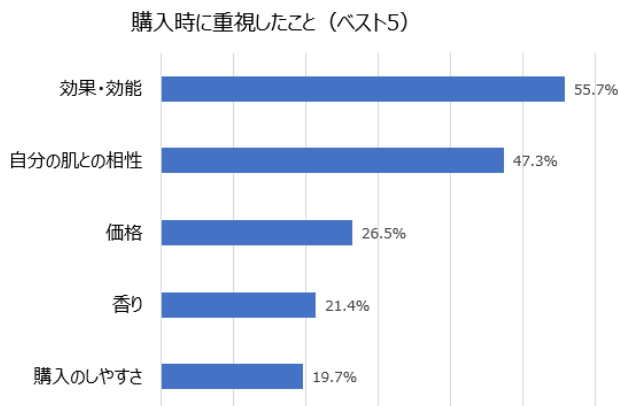
少しずつ普及し始め、商品のバリエーションも豊かになってきた美顔器。今回の調査で利用している人の割合は16.5%でした。一番よく使っている美顔器の種類は右グラフ（回答数93）の通りで、一番人気はリフトアップ美顔器という結果に。また、「現在は持っていないが、購入を検討中」という人も25.5%と約4分の1いることから、子育てママにとっても、身近な商品となってきていることが推測されます。



2023年8月24日  
株式会社こどもりびんぐ

## ■9割以上の女性がハンドクリームを利用

ウーマンリサーチでは、2023年6月～7月に実施した「美容」のアンケートの中で、「ハンドクリーム」についての調査を行いました。回答者1189人中、ハンドクリームを「一年中使っている」人は34.9%、「乾燥が気になる時期のみ使っている」人は55.3%。9割以上の人が利用していることが分かりました。どこで購入しているかについては、1位「ドラッグストア・薬局」62.3%、2位「百貨店」11.6%に続き、3位に「プレゼント」10.7%がランクイン。ハンドクリーム＝定番ギフトとして定着していることが浮き彫りになりました。購入時に重視したこと（右記グラフ）の4位に「香り」が上がっていることから、ハンドクリームの「香りを楽しめる・香りに癒やされる」という側面が、ギフトとして活用される理由の一つと言えます。



## 【女性が選ぶ「ハンドクリーム」利用率ランキング】

- 第1位 ロクシタン／シア ハンドクリーム
- 第2位 アトリックス／ビューティーチャージ ナイトスベリア
- 第3位 ユースキン／ハンドクリーム



## 【女性が選ぶ「ハンドクリーム」満足度ランキング】

- 第1位 イソップ／アンドラム アロマティック ハンドバーム
- 第2位 Neutrogena／インテンスリペア ハンドクリーム
- 第3位 アベンヌ／薬用ハンドクリーム

【調査概要】期間：2023.6.23～7.9「あんふあんWeb」「ぎゅってWeb」会員、こどもりびんぐアンケート会員に対しWebで調査を実施／調査対象：ハンドクリーム＝アトリックス ビューティーチャージ ナイトスベリア／アベンヌ 薬用ハンドクリーム／イソップ アンドラム アロマティック ハンドバーム／ヴァセリン オリジナルピュアスキンジェリー／エーザイ ザーネクリーム E／資生堂 パワライジング ハンドクリーム／シロジャム ハンドクリーム／ディオール ハンドクリーム／日興リカ サンホワイト ハンドクリーム／Neutrogenaインテンスリペア ハンドクリーム／PLuSアリュ ナチュラルオリジン ハンドクリーム／メンターム メディカルクリームG／ヤーマン プロ業務用ハンドクリーム／ユースキン ハンドクリーム／ロクシタン シア ハンドクリーム／その他（五十音順）

【回答者プロフィール】エリア：全国の女性1189人 年代：20代以下4.0%、30代39.9%、40代33.9%、50代以上22.2%、独身14.6%、既婚85.4%、子どもあり82.1%、子どもなし17.9%、※データは小数点2位以下四捨五入

株式会社こどもりびんぐは、小学館グループで園児とママ・パパ向け情報誌「あんふあん」「ぎゅって」の発行、ウーマンリサーチ等女性を対象とした「リサーチ事業」を展開するメディア事業者です。今後もウーマンリサーチでは、さまざまなテーマで調査を実施し、子育て中のママのインサイトなどを分析・報告してまいります。また、第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・SEO対策等、幅広くご活用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

調査項目は、右記二次元コードからダウンロードも可能です。



## ■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社こどもりびんぐ シルミル研究所 担当：相良、飯塚、又木  
TEL：03-5244-5761 E-mail：[woman.research@kodomoliving.co.jp](mailto:woman.research@kodomoliving.co.jp)  
<https://kodomoliving.co.jp/> ※そのほかの調査データも紹介しています