Ⅰ． 日常生活における一般消費財の利用について

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

2．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

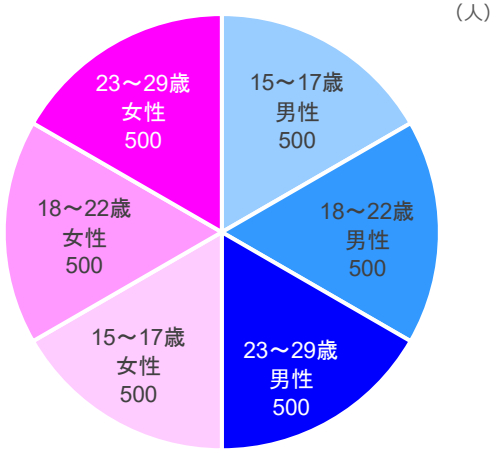
3．商品選択の基準

【調査概要】
◇調査方法　インターネットによるアンケート調査
◇調査期間　2024年7月12日～18日
◇調査対象　日本国内在住の15～29歳男女
◇回答者数　3,000名（内訳：各年代区分、男女500名ずつ）
*年代区分（15～17歳、18～22歳、23～29歳の3区分）

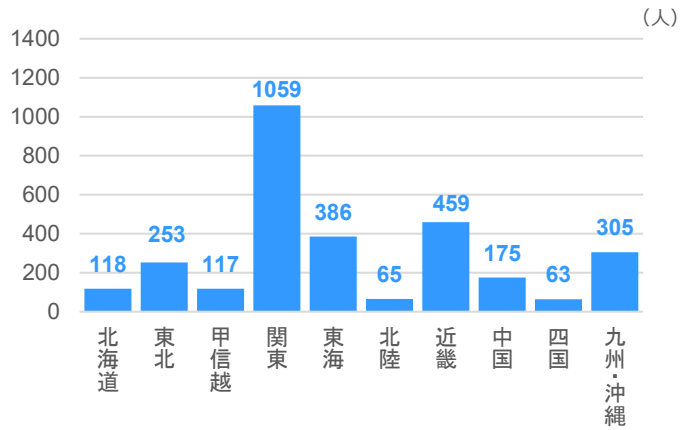
©2024 PLANET, INC.

本調査の対象者

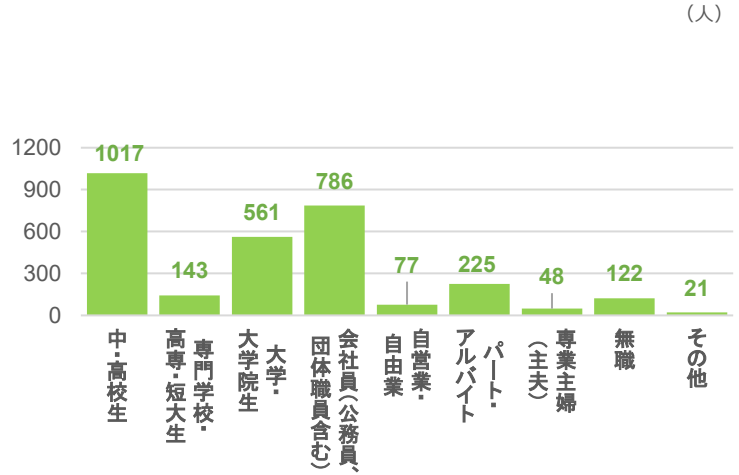
◇ 性・年代



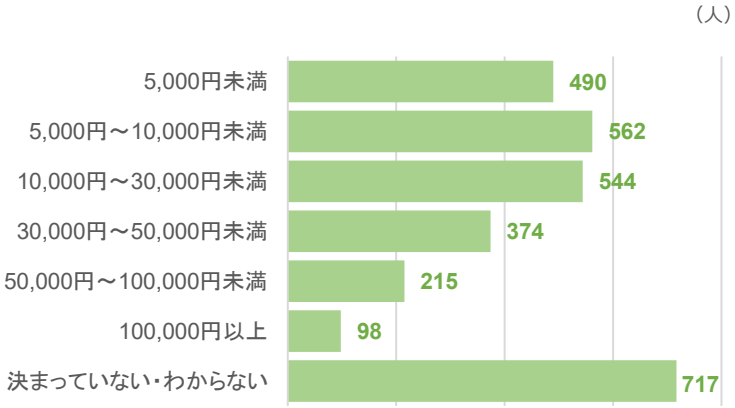
◇ 居住エリア



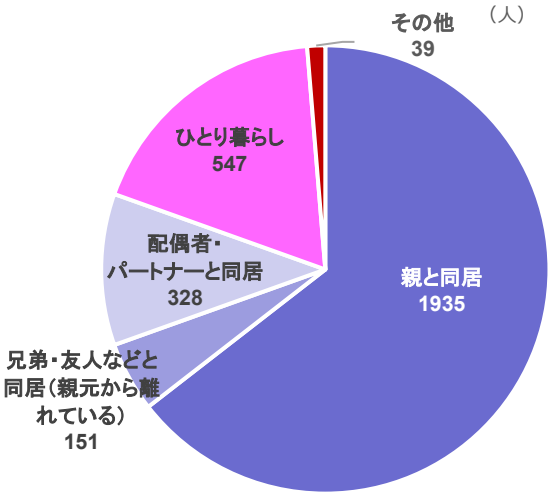
◇ 職業



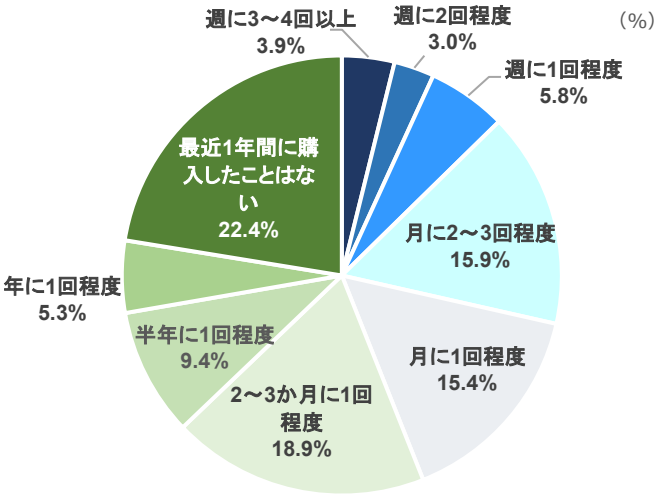
◇ 1か月のお小遣い



◇ 同居の状況



◇ 直近1年間のインターネットでの買物頻度



©2024 PLANET, INC.

本調査での商品カテゴリ

日用品・化粧品・医薬品類

オーラルケア	歯磨き、ハブラシ、洗口液、マウスウオッシュ　など
ヘアケア・ヘアメイク	シャンプー、コンディショナー、トリートメント、ヘアカラー、白髪染め、ヘアスプレー、ヘアワックス、ヘアスタイリング剤、頭皮ヘア　など
ボディケア・ボディウオッシュ	ボディシャンプー、石鹸、ボディクリーム、ハンドクリーム、入浴剤、脱毛、除毛　など
衛生用品	ティッシュペーパー、マスク、手指消毒剤、ハンドソープ、生理用品、ショーツ　など
日用雑貨	台所用品、洗濯用品、掃除用品、風呂用品、トイレ用品、フレグランス、殺虫剤、防虫剤、除湿剤、芳香剤、使い捨てカイロ　など
スキンケア・UVケア	クレンジング、洗顔料、フェイスマスク、日焼け止め、制汗剤、汗拭きシート　など
基礎化粧品	化粧水、乳液、化粧パック、ファンデーション、ニキビクリーム、リップクリーム、美白乳液、化粧小物、コットン　など ※男性用化粧品含む
メイクアップ化粧品	口紅、アイブロー、アイライナー、アイシャドウ、マスカラ、チーク、ネイルケア　など
医薬品・医療用品	風邪薬、胃腸薬、痛み止め、便秘薬、下痢止め、整腸剤、目薬、口中薬、鼻炎薬、痔の薬、肩こり・腰痛・筋肉痛薬、ドリンク剤、ビタミン剤、殺菌・消毒、包帯、サポーター、絆創膏、コンタクトケア用品、綿棒、避妊用品、冷却用品、体温計　など
健康補助食品	サプリメント、ダイエット食品、コラーゲン、プロテイン、健康茶、栄養機能食品　など

©2024 PLANET, INC.

１．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

Q.あなたが使っている商品は、自分で選んでいますか？

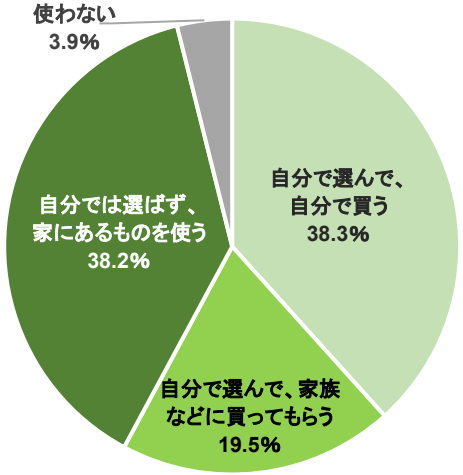
©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

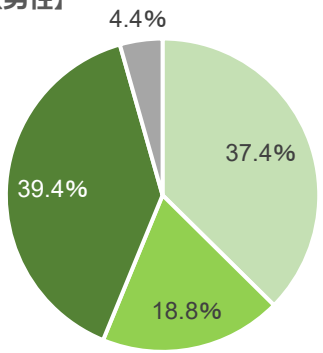
Q．あなたが使っている商品は、自分で選んでいますか。次にあげる【日用品】について、それぞれ、最もあてはまるものを選んでください。(SA)

（1）オーラルケア
（歯ブラシ、ハミガキ、洗口液など）

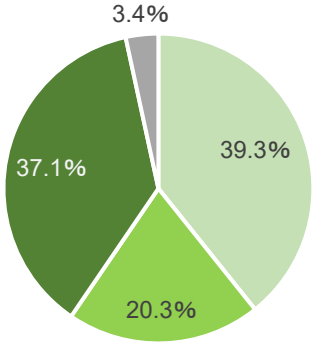
【全体】



【男性】



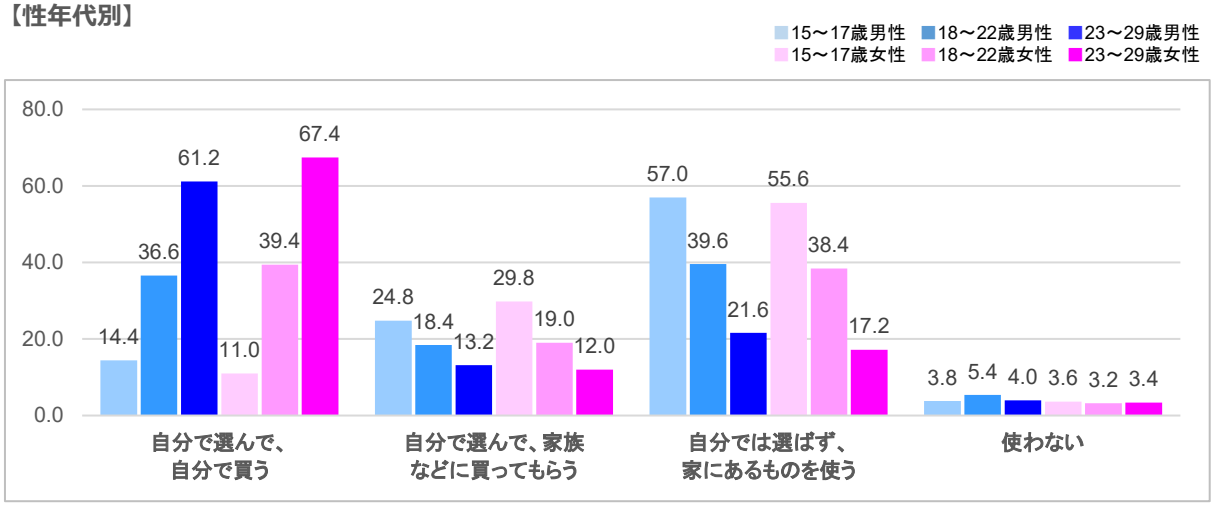
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	38.3	19.5	38.2	3.9
性別	男性	1500	37.4	18.8	39.4	4.4
	女性	1500	39.3	20.3	37.1	3.4
年齢	15～17歳	1000	12.7	27.3	56.3	3.7
	18～22歳	1000	38.0	18.7	39.0	4.3
	23～29歳	1000	64.3	12.6	19.4	3.7
性年代	15～17歳 男性	500	14.4	24.8	57.0	3.8
	18～22歳 男性	500	36.6	18.4	39.6	5.4
	23～29歳 男性	500	61.2	13.2	21.6	4.0
	15～17歳 女性	500	11.0	29.8	55.6	3.6
	18～22歳 女性	500	39.4	19.0	38.4	3.2
	23～29歳 女性	500	67.4	12.0	17.2	3.4

【性年代別】

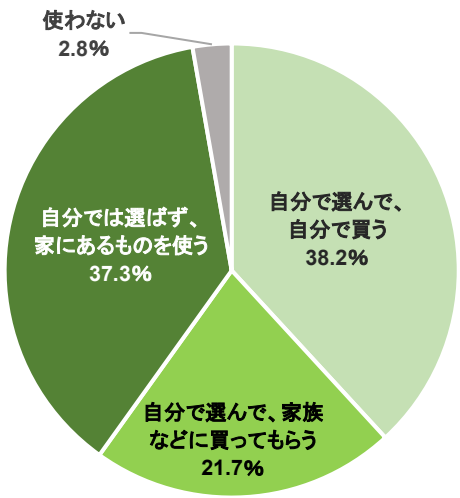


©2024 PLANET, INC.

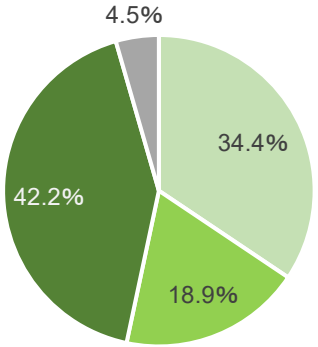
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（2）ヘアケア
（シャンプー、トリートメント、頭皮ケアなど）

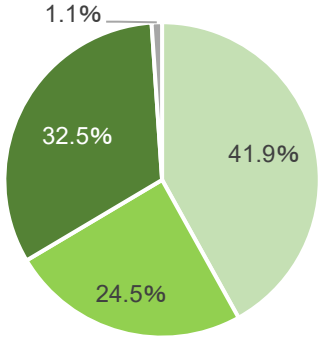
【全体】



【男性】



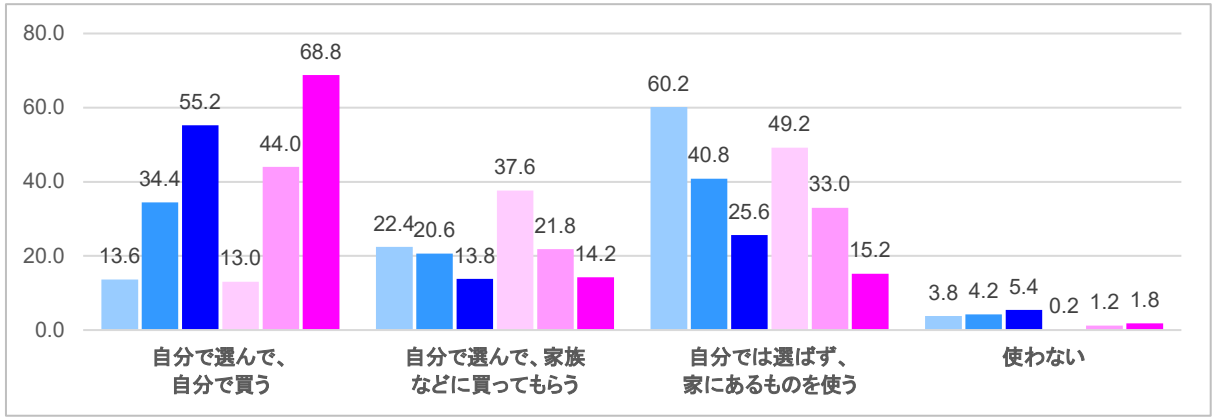
【女性】



（%）

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	38.2	21.7	37.3	2.8
性別	男性	1500	34.4	18.9	42.2	4.5
	女性	1500	41.9	24.5	32.5	1.1
年齢	15～17歳	1000	13.3	30.0	54.7	2.0
	18～22歳	1000	39.2	21.2	36.9	2.7
	23～29歳	1000	62.0	14.0	20.4	3.6
性年代	15～17歳 男性	500	13.6	22.4	60.2	3.8
	18～22歳 男性	500	34.4	20.6	40.8	4.2
	23～29歳 男性	500	55.2	13.8	25.6	5.4
	15～17歳 女性	500	13.0	37.6	49.2	0.2
	18～22歳 女性	500	44.0	21.8	33.0	1.2
	23～29歳 女性	500	68.8	14.2	15.2	1.8

【性年代別】

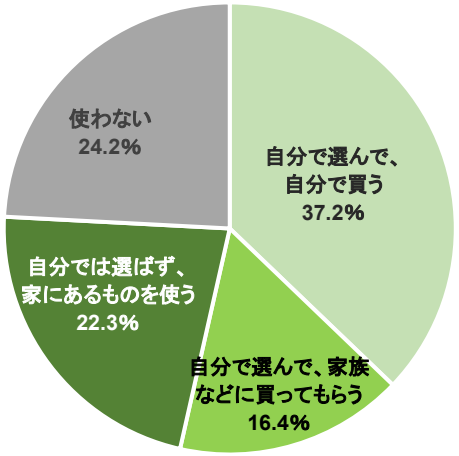


©2024 PLANET, INC.

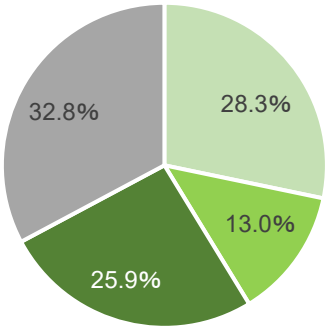
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（3）ヘアメイク
（ヘアカラー、ヘアスプレー、スタイリング剤など）

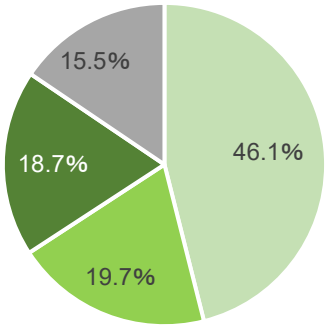
【全体】



【男性】



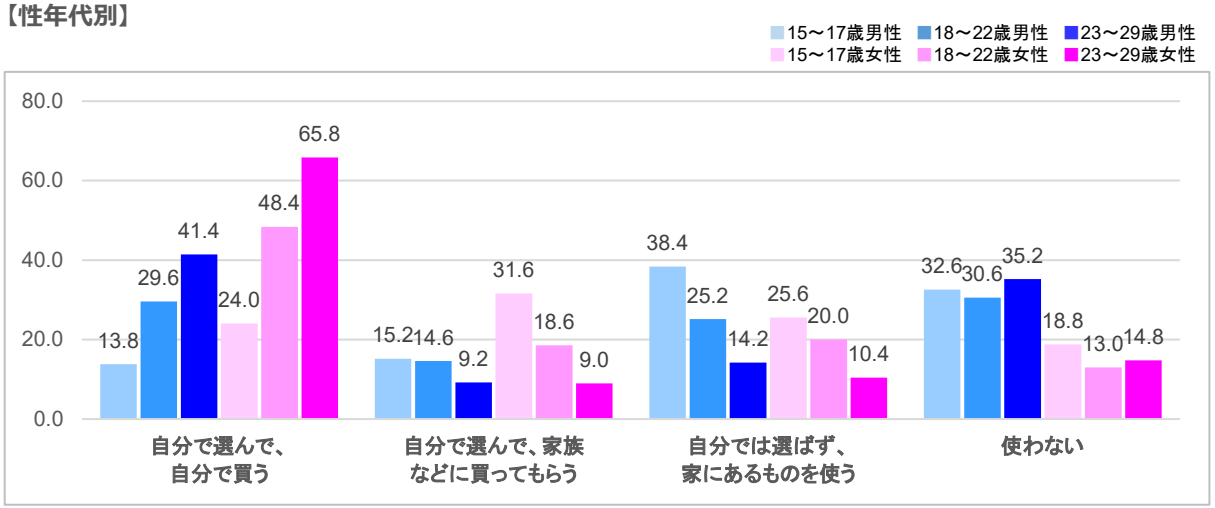
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	37.2	16.4	22.3	24.2
性別	男性	1500	28.3	13.0	25.9	32.8
	女性	1500	46.1	19.7	18.7	15.5
年齢	15～17歳	1000	18.9	23.4	32.0	25.7
	18～22歳	1000	39.0	16.6	22.6	21.8
	23～29歳	1000	53.6	9.1	12.3	25.0
性年代	15～17歳 男性	500	13.8	15.2	38.4	32.6
	18～22歳 男性	500	29.6	14.6	25.2	30.6
	23～29歳 男性	500	41.4	9.2	14.2	35.2
	15～17歳 女性	500	24.0	31.6	25.6	18.8
	18～22歳 女性	500	48.4	18.6	20.0	13.0
	23～29歳 女性	500	65.8	9.0	10.4	14.8

【性年代別】

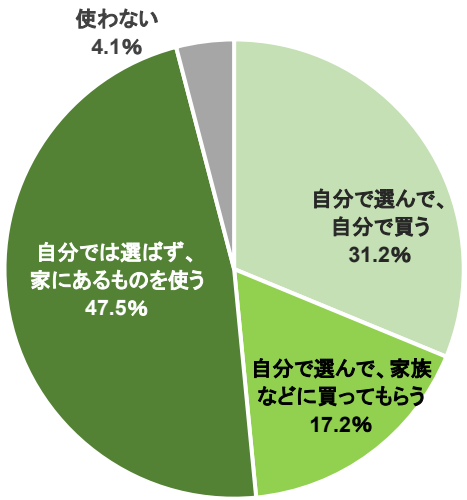


©2024 PLANET, INC.

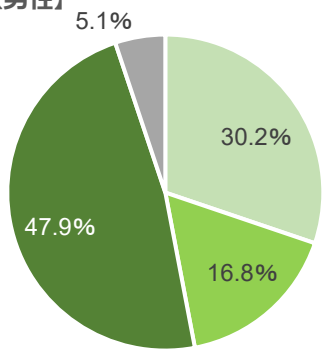
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（4）ボディウオッシュ
（ボディソープ、石鹸、入浴剤など）

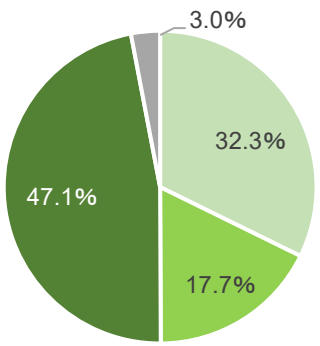
【全体】



【男性】



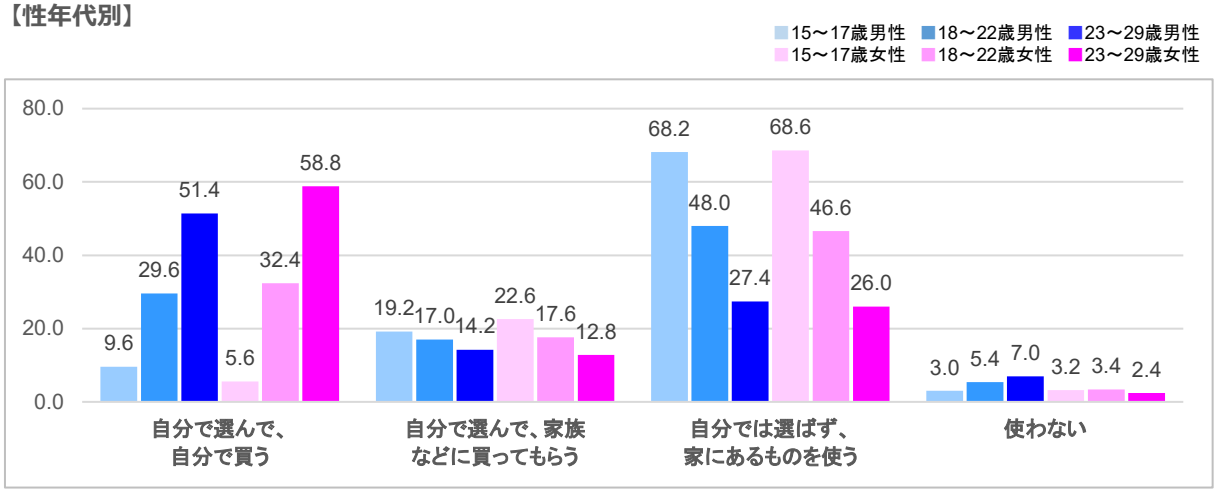
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	31.2	17.2	47.5	4.1
性別	男性	1500	30.2	16.8	47.9	5.1
	女性	1500	32.3	17.7	47.1	3.0
年齢	15～17歳	1000	7.6	20.9	68.4	3.1
	18～22歳	1000	31.0	17.3	47.3	4.4
	23～29歳	1000	55.1	13.5	26.7	4.7
性年代	15～17歳 男性	500	9.6	19.2	68.2	3.0
	18～22歳 男性	500	29.6	17.0	48.0	5.4
	23～29歳 男性	500	51.4	14.2	27.4	7.0
	15～17歳 女性	500	5.6	22.6	68.6	3.2
	18～22歳 女性	500	32.4	17.6	46.6	3.4
	23～29歳 女性	500	58.8	12.8	26.0	2.4

【性年代別】

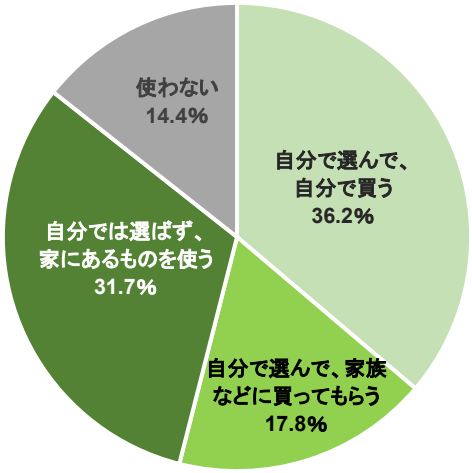


©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（5）ボディケア
（ボディクリーム、ハンドクリーム、脱毛用品など）

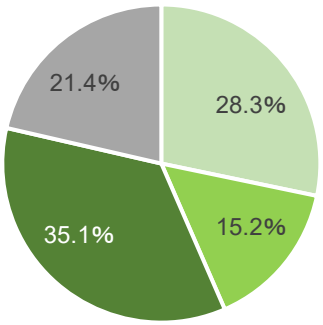
【全体】



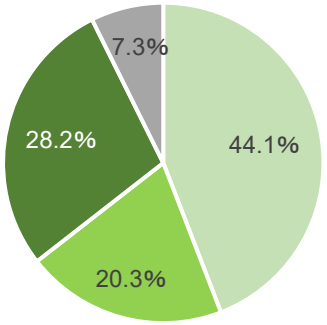
(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	36.2	17.8	31.7	14.4
性別	男性	1500	28.3	15.2	35.1	21.4
	女性	1500	44.1	20.3	28.2	7.3
年齢	15～17歳	1000	15.5	25.7	48.1	10.7
	18～22歳	1000	37.7	17.1	31.0	14.2
	23～29歳	1000	55.4	10.5	15.9	18.2
性年代	15～17歳 男性	500	12.2	19.8	52.2	15.8
	18～22歳 男性	500	30.4	14.4	34.2	21.0
	23～29歳 男性	500	42.2	11.4	19.0	27.4
	15～17歳 女性	500	18.8	31.6	44.0	5.6
	18～22歳 女性	500	45.0	19.8	27.8	7.4
	23～29歳 女性	500	68.6	9.6	12.8	9.0

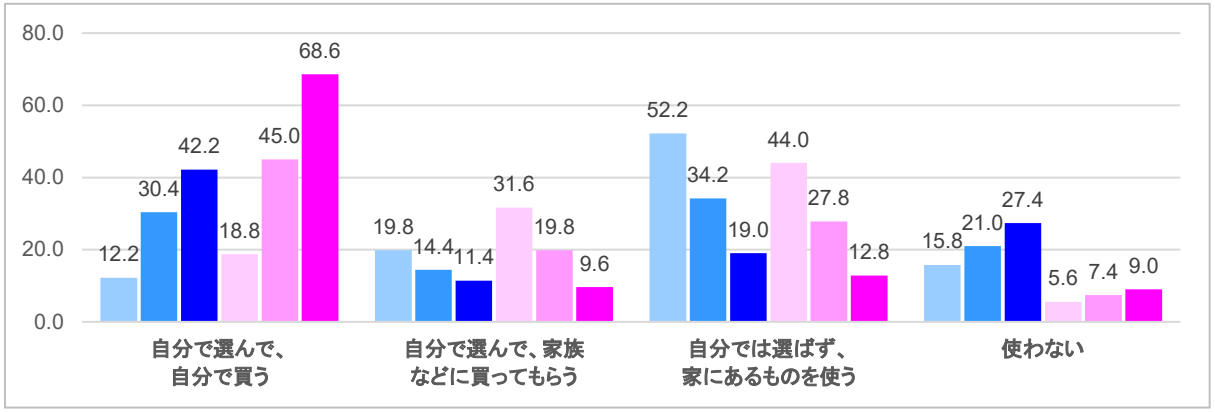
【男性】



【女性】



【性年代別】

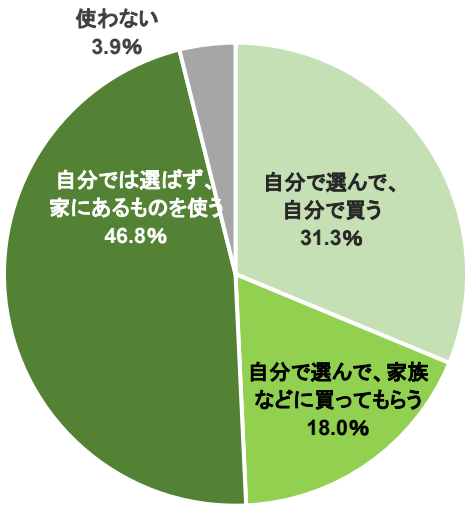


©2024 PLANET, INC.

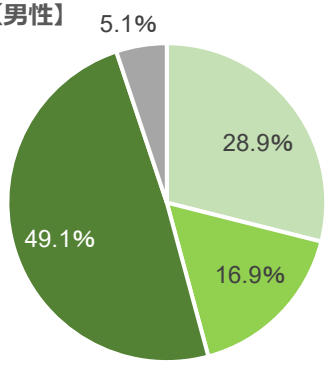
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（6）衛生用品
（ティッシュペーパー、マスクなど）

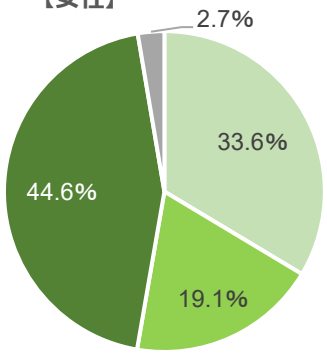
【全体】



【男性】



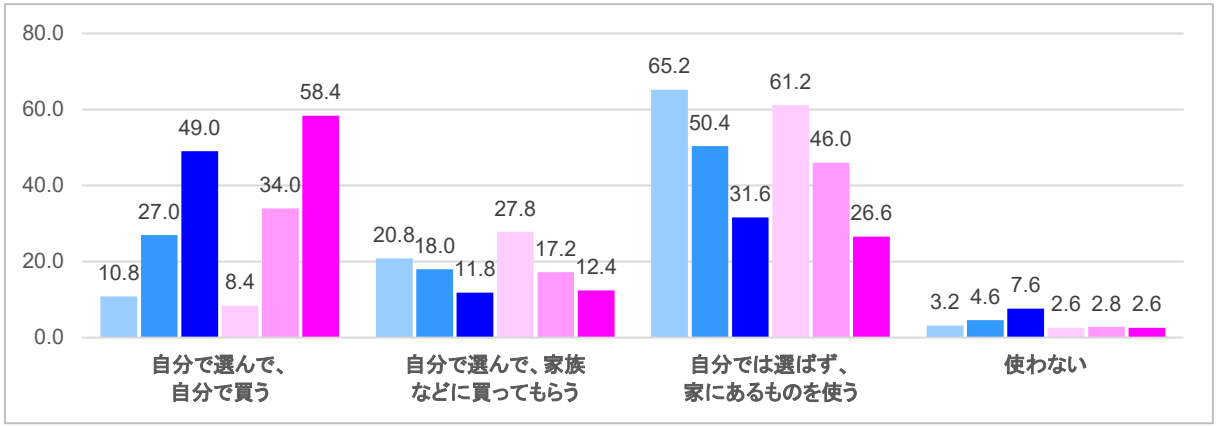
【女性】



（%）

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	31.3	18.0	46.8	3.9
性別	男性	1500	28.9	16.9	49.1	5.1
	女性	1500	33.6	19.1	44.6	2.7
年齢	15～17歳	1000	9.6	24.3	63.2	2.9
	18～22歳	1000	30.5	17.6	48.2	3.7
	23～29歳	1000	53.7	12.1	29.1	5.1
性年代	15～17歳 男性	500	10.8	20.8	65.2	3.2
	18～22歳 男性	500	27.0	18.0	50.4	4.6
	23～29歳 男性	500	49.0	11.8	31.6	7.6
	15～17歳 女性	500	8.4	27.8	61.2	2.6
	18～22歳 女性	500	34.0	17.2	46.0	2.8
	23～29歳 女性	500	58.4	12.4	26.6	2.6

【性年代別】



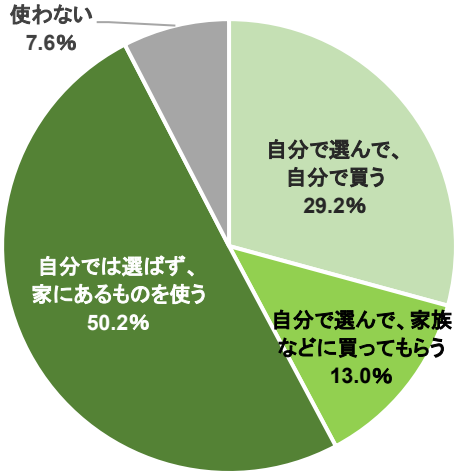
©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

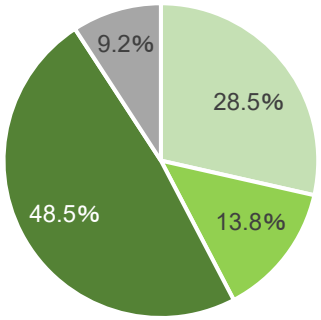
Q．あなたが使っている商品は、自分で選んでいますか。次にあげる【その他の日用品、健康・医薬品・医療用品】について、それぞれ、最もあてはまるものを選んでください。(SA)

（1）洗濯用品（洗剤、柔軟剤、漂白剤など）

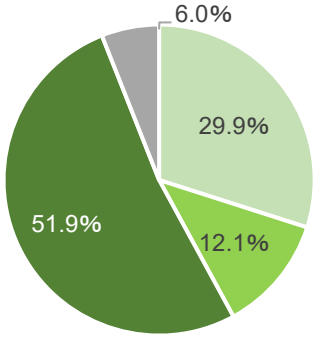
【全体】



【男性】



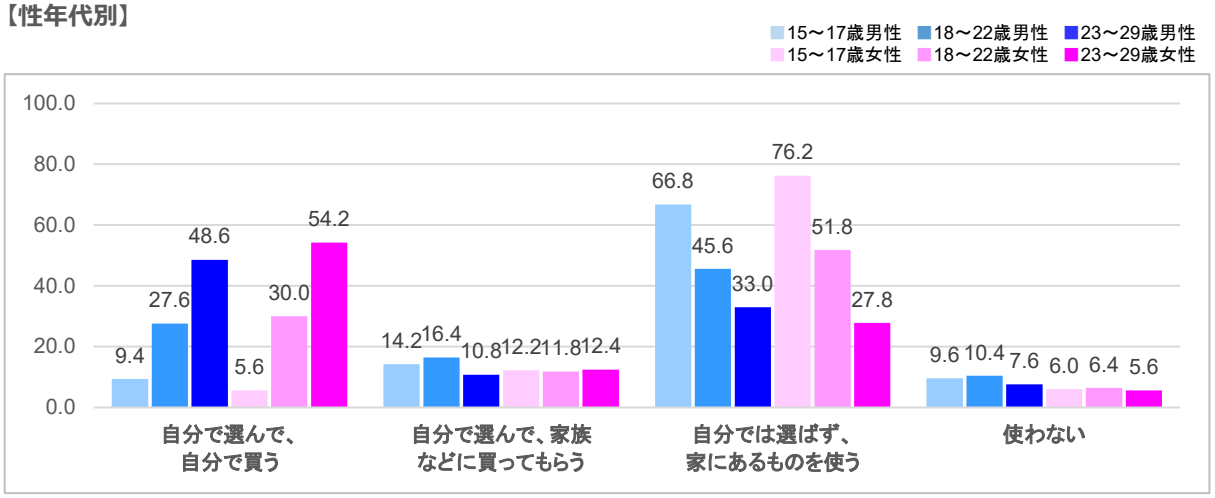
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	29.2	13.0	50.2	7.6
性別	男性	1500	28.5	13.8	48.5	9.2
	女性	1500	29.9	12.1	51.9	6.0
年齢	15～17歳	1000	7.5	13.2	71.5	7.8
	18～22歳	1000	28.8	14.1	48.7	8.4
	23～29歳	1000	51.4	11.6	30.4	6.6
性年代	15～17歳 男性	500	9.4	14.2	66.8	9.6
	18～22歳 男性	500	27.6	16.4	45.6	10.4
	23～29歳 男性	500	48.6	10.8	33.0	7.6
	15～17歳 女性	500	5.6	12.2	76.2	6.0
	18～22歳 女性	500	30.0	11.8	51.8	6.4
	23～29歳 女性	500	54.2	12.4	27.8	5.6

【性年代別】

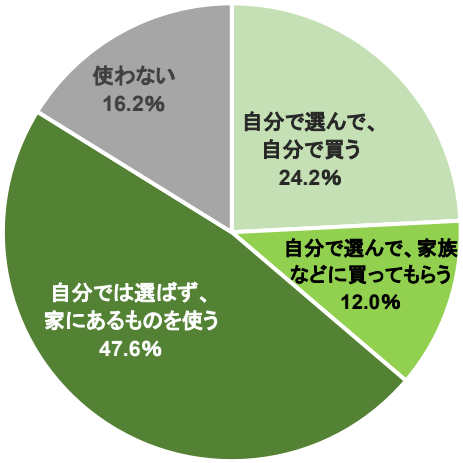


©2024 PLANET, INC.

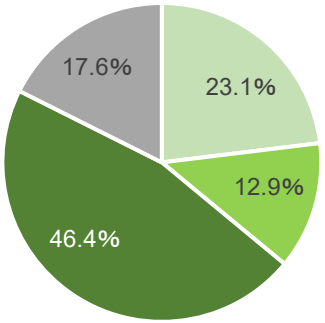
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（2）フレグランス
（玄関、トイレ、リビングなど）

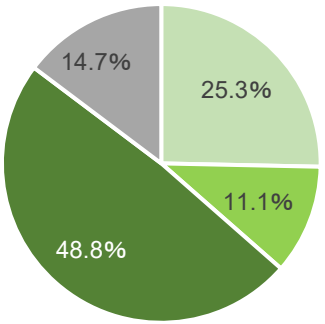
【全体】



【男性】



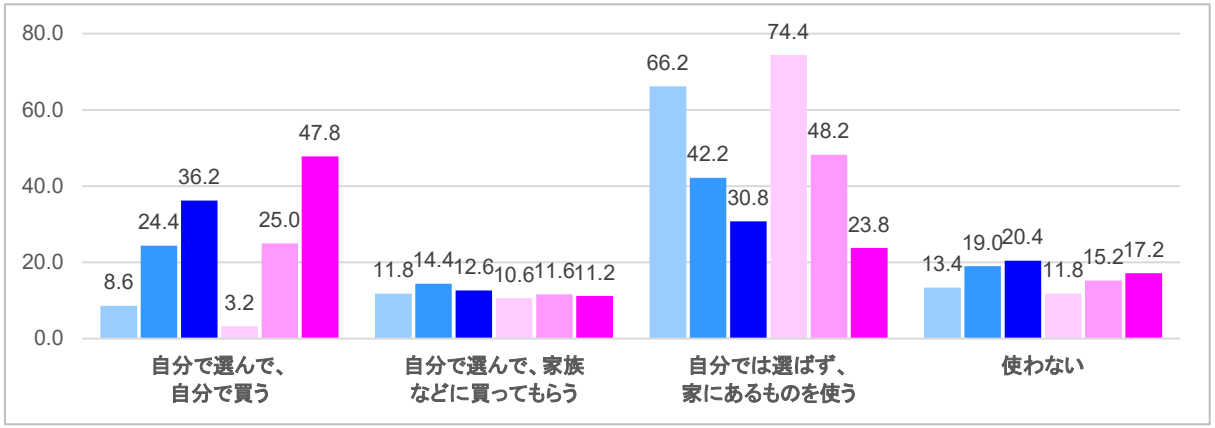
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	24.2	12.0	47.6	16.2
性別	男性	1500	23.1	12.9	46.4	17.6
	女性	1500	25.3	11.1	48.8	14.7
年齢	15～17歳	1000	5.9	11.2	70.3	12.6
	18～22歳	1000	24.7	13.0	45.2	17.1
	23～29歳	1000	42.0	11.9	27.3	18.8
性年代	15～17歳 男性	500	8.6	11.8	66.2	13.4
	18～22歳 男性	500	24.4	14.4	42.2	19.0
	23～29歳 男性	500	36.2	12.6	30.8	20.4
	15～17歳 女性	500	3.2	10.6	74.4	11.8
	18～22歳 女性	500	25.0	11.6	48.2	15.2
	23～29歳 女性	500	47.8	11.2	23.8	17.2

【性年代別】

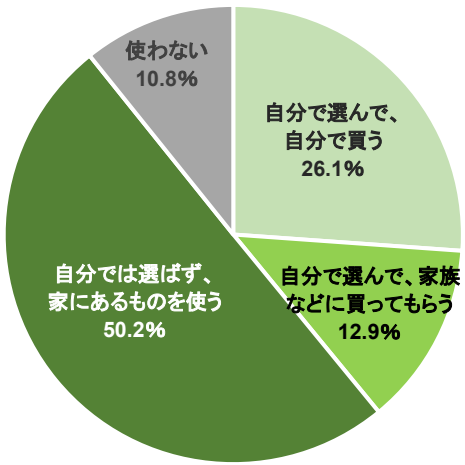


©2024 PLANET, INC.

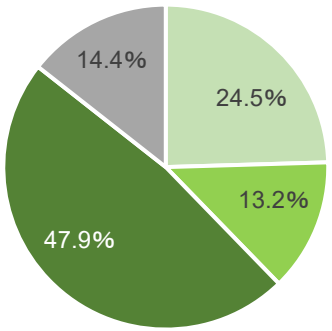
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（3）日用雑貨
（防虫剤、カイロ、掃除用品など）

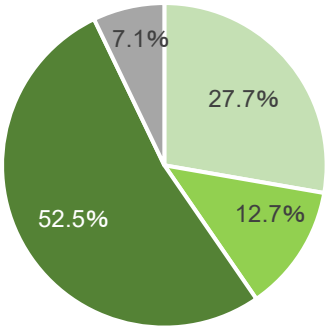
【全体】



【男性】



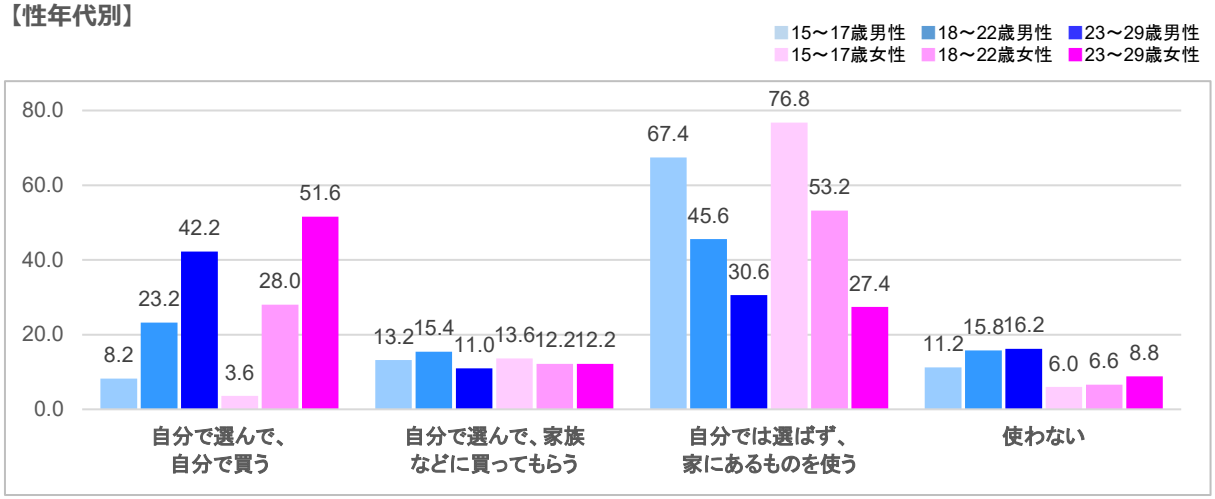
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	26.1	12.9	50.2	10.8
性別	男性	1500	24.5	13.2	47.9	14.4
	女性	1500	27.7	12.7	52.5	7.1
年齢	15～17歳	1000	5.9	13.4	72.1	8.6
	18～22歳	1000	25.6	13.8	49.4	11.2
	23～29歳	1000	46.9	11.6	29.0	12.5
性年代	15～17歳 男性	500	8.2	13.2	67.4	11.2
	18～22歳 男性	500	23.2	15.4	45.6	15.8
	23～29歳 男性	500	42.2	11.0	30.6	16.2
	15～17歳 女性	500	3.6	13.6	76.8	6.0
	18～22歳 女性	500	28.0	12.2	53.2	6.6
	23～29歳 女性	500	51.6	12.2	27.4	8.8

【性年代別】

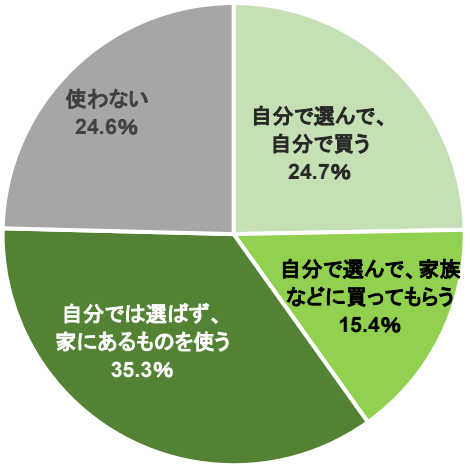


©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（4）サニタリー用品（生理用品など）

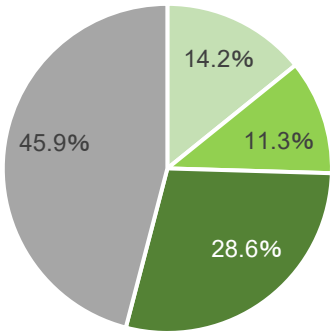
【全体】



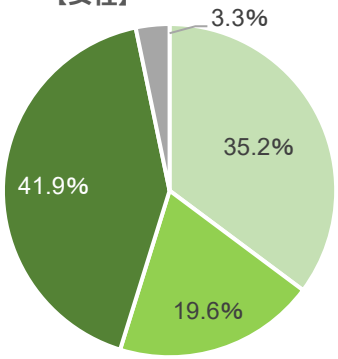
		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	24.7	15.4	35.3	24.6
性別	男性	1500	14.2	11.3	28.6	45.9
	女性	1500	35.2	19.6	41.9	3.3
年齢	15～17歳	1000	6.0	17.0	54.6	22.4
	18～22歳	1000	24.8	16.7	34.4	24.1
	23～29歳	1000	43.3	12.6	16.8	27.3
性年代	15～17歳 男性	500	7.0	9.4	42.8	40.8
	18～22歳 男性	500	14.6	14.4	25.8	45.2
	23～29歳 男性	500	21.0	10.0	17.2	51.8
	15～17歳 女性	500	5.0	24.6	66.4	4.0
	18～22歳 女性	500	35.0	19.0	43.0	3.0
	23～29歳 女性	500	65.6	15.2	16.4	2.8

(%)

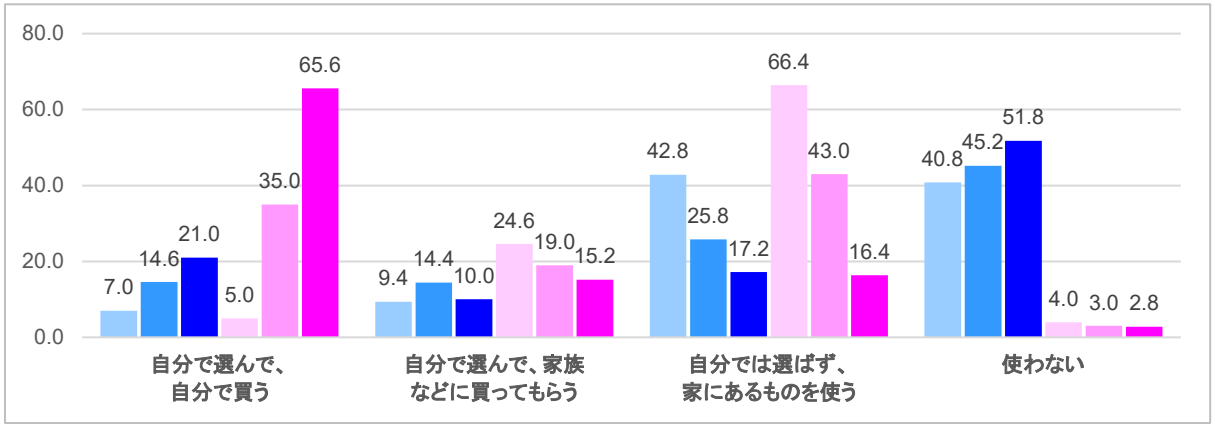
【男性】



【女性】



【性年代別】

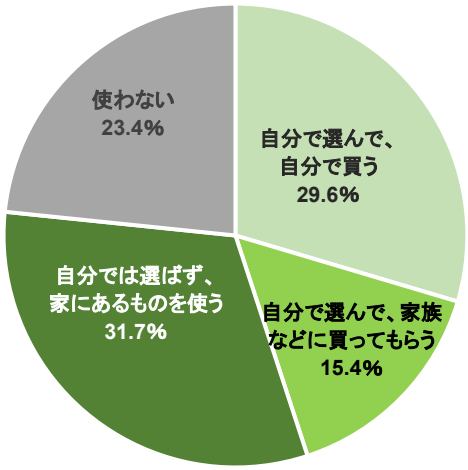


©2024 PLANET, INC.

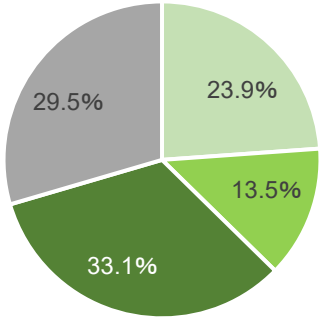
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（5）医薬品・医療用品
（ビタミン剤、コンタクトケア用品など）

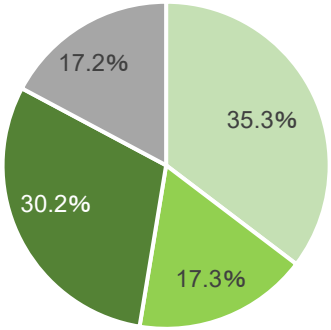
【全体】



【男性】



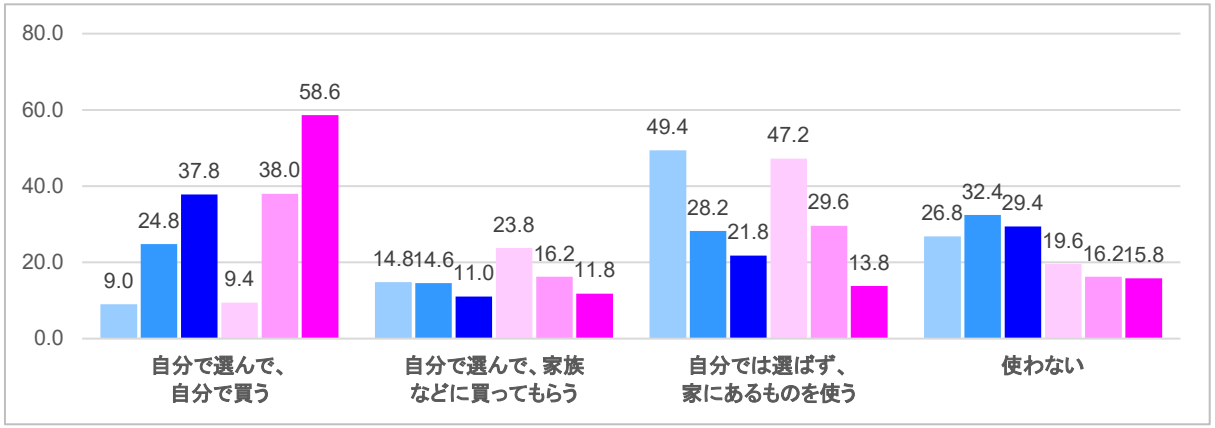
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	29.6	15.4	31.7	23.4
性別	男性	1500	23.9	13.5	33.1	29.5
	女性	1500	35.3	17.3	30.2	17.2
年齢	15～17歳	1000	9.2	19.3	48.3	23.2
	18～22歳	1000	31.4	15.4	28.9	24.3
	23～29歳	1000	48.2	11.4	17.8	22.6
性年代	15～17歳 男性	500	9.0	14.8	49.4	26.8
	18～22歳 男性	500	24.8	14.6	28.2	32.4
	23～29歳 男性	500	37.8	11.0	21.8	29.4
	15～17歳 女性	500	9.4	23.8	47.2	19.6
	18～22歳 女性	500	38.0	16.2	29.6	16.2
	23～29歳 女性	500	58.6	11.8	13.8	15.8

【性年代別】

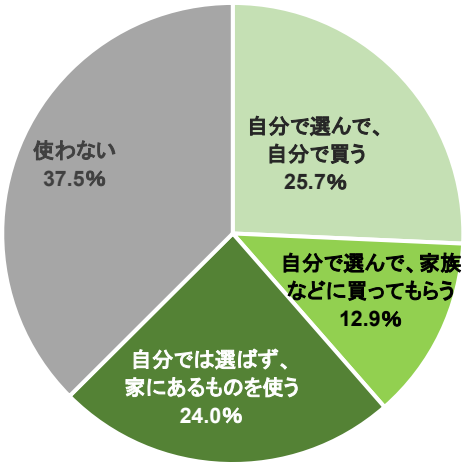


©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（６）健康補助食品
（サプリメント、ダイエット食品、プロテインなど）

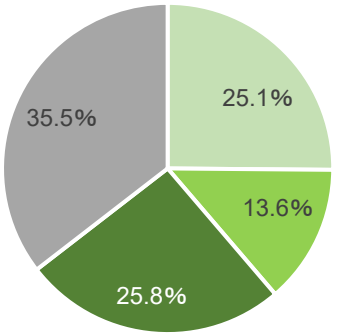
【全体】



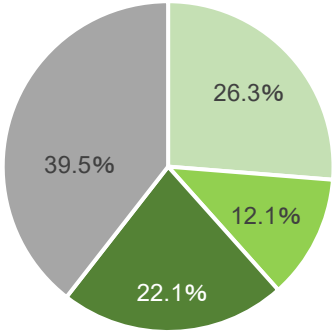
		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	25.7	12.9	24.0	37.5
性別	男性	1500	25.1	13.6	25.8	35.5
	女性	1500	26.3	12.1	22.1	39.5
年齢	15～17歳	1000	11.3	14.7	38.0	36.0
	18～22歳	1000	27.9	12.8	21.0	38.3
	23～29歳	1000	37.9	11.1	12.9	38.1
性年代	15～17歳 男性	500	12.8	16.6	40.2	30.4
	18～22歳 男性	500	26.6	14.2	21.0	38.2
	23～29歳 男性	500	36.0	10.0	16.2	37.8
	15～17歳 女性	500	9.8	12.8	35.8	41.6
	18～22歳 女性	500	29.2	11.4	21.0	38.4
	23～29歳 女性	500	39.8	12.2	9.6	38.4

(%)

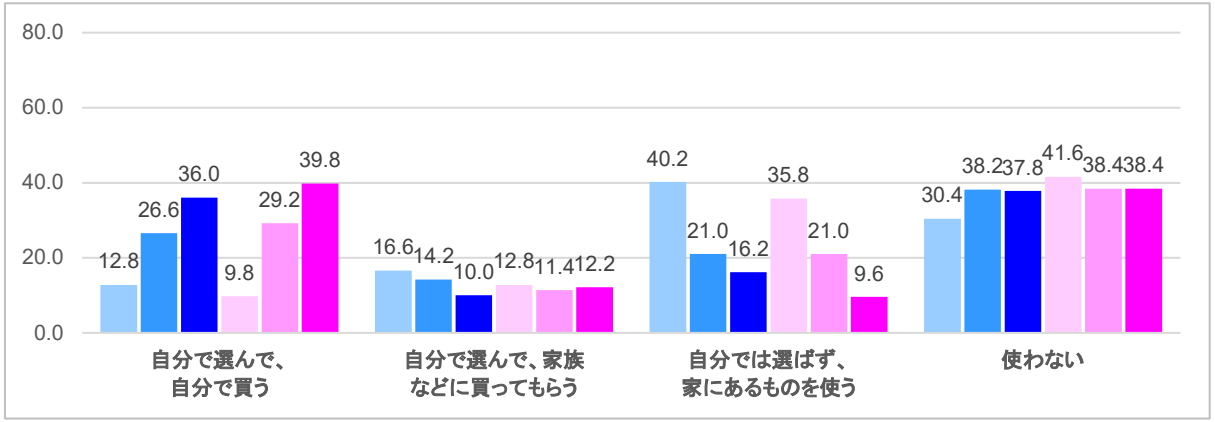
【男性】



【女性】



【性年代別】



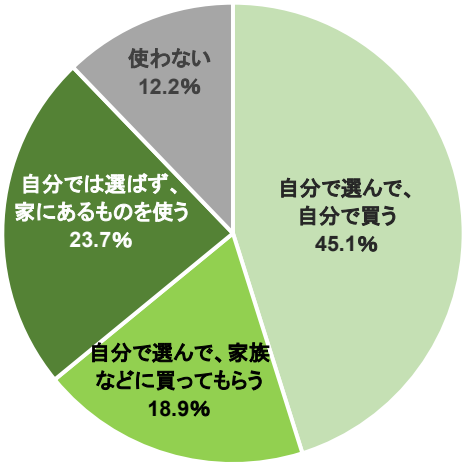
©2024 PLANET, INC.

1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

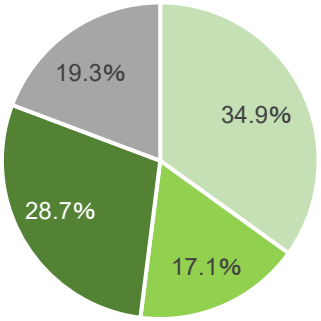
Q．あなたが使っている商品は、自分で選んでいますか。次にあげる【化粧品・美容小物】について、それぞれ、最もあてはまるものを選んでください。(SA)

（1）スキンケア
（クレンジング、洗顔料、フェイスマスクなど）

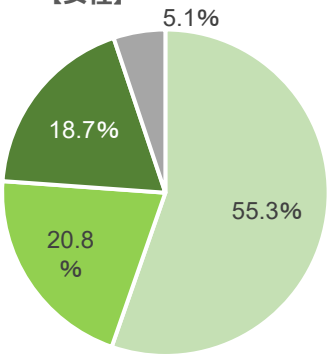
【全体】



【男性】



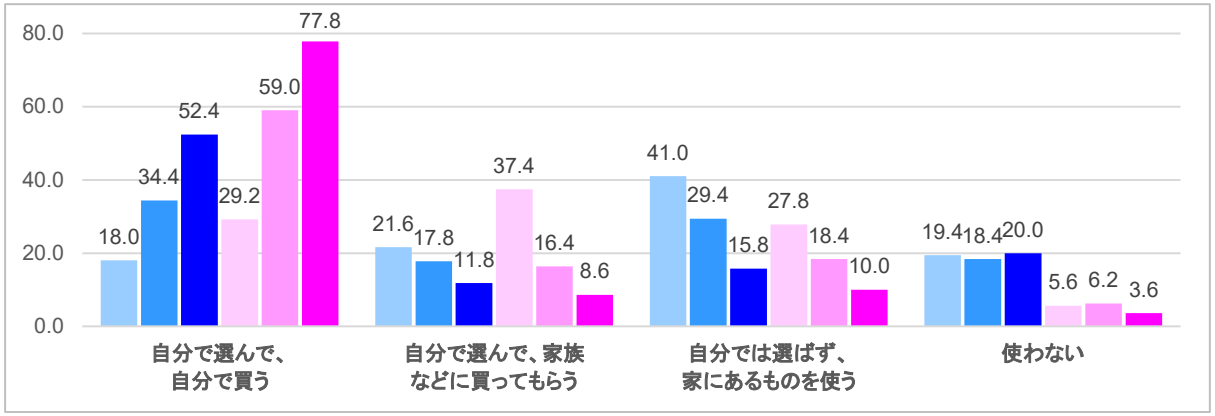
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	45.1	18.9	23.7	12.2
性別	男性	1500	34.9	17.1	28.7	19.3
	女性	1500	55.3	20.8	18.7	5.1
年齢	15～17歳	1000	23.6	29.5	34.4	12.5
	18～22歳	1000	46.7	17.1	23.9	12.3
	23～29歳	1000	65.1	10.2	12.9	11.8
性年代	15～17歳 男性	500	18.0	21.6	41.0	19.4
	18～22歳 男性	500	34.4	17.8	29.4	18.4
	23～29歳 男性	500	52.4	11.8	15.8	20.0
	15～17歳 女性	500	29.2	37.4	27.8	5.6
	18～22歳 女性	500	59.0	16.4	18.4	6.2
	23～29歳 女性	500	77.8	8.6	10.0	3.6

【性年代別】

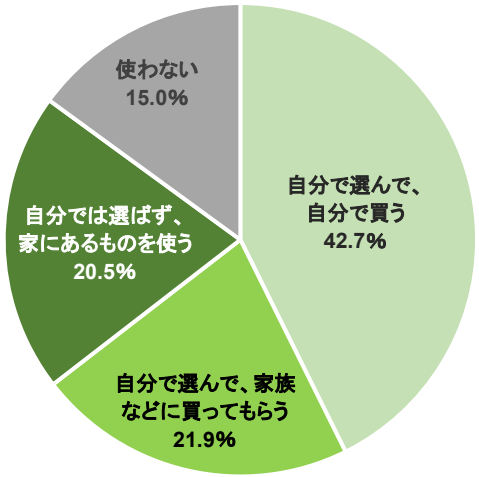


©2024 PLANET, INC.

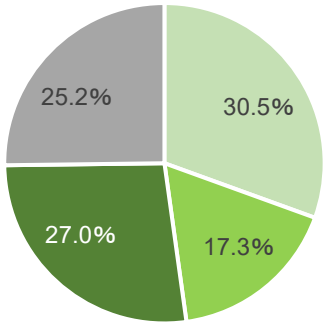
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（2）UVケア
（制汗剤、汗拭きシート、日焼け止めなど）

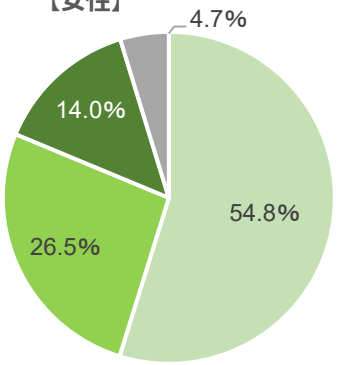
【全体】



【男性】



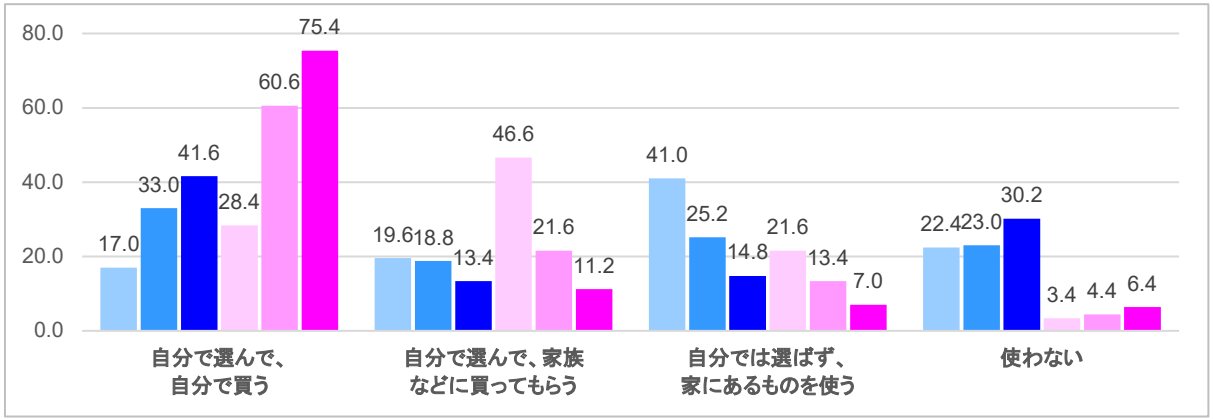
【女性】



（%）

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	42.7	21.9	20.5	15.0
性別	男性	1500	30.5	17.3	27.0	25.2
	女性	1500	54.8	26.5	14.0	4.7
年齢	15～17歳	1000	22.7	33.1	31.3	12.9
	18～22歳	1000	46.8	20.2	19.3	13.7
	23～29歳	1000	58.5	12.3	10.9	18.3
性年代	15～17歳 男性	500	17.0	19.6	41.0	22.4
	18～22歳 男性	500	33.0	18.8	25.2	23.0
	23～29歳 男性	500	41.6	13.4	14.8	30.2
	15～17歳 女性	500	28.4	46.6	21.6	3.4
	18～22歳 女性	500	60.6	21.6	13.4	4.4
	23～29歳 女性	500	75.4	11.2	7.0	6.4

【性年代別】

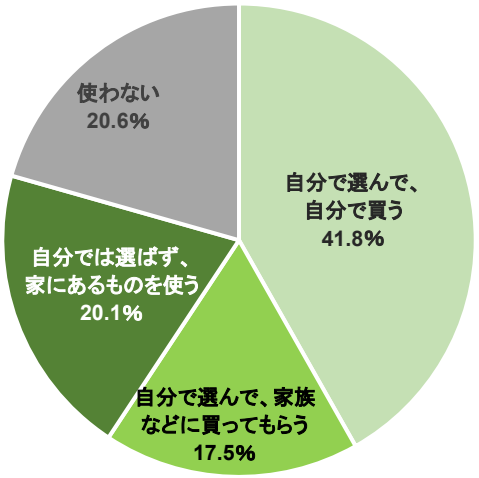


©2024 PLANET, INC.

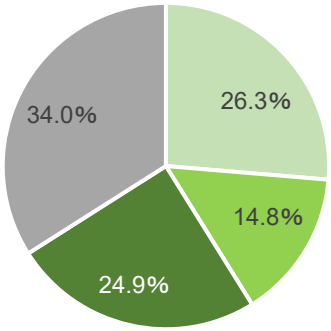
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（３）基礎化粧品
（化粧水、ファンデーション、乳液・美容液など）

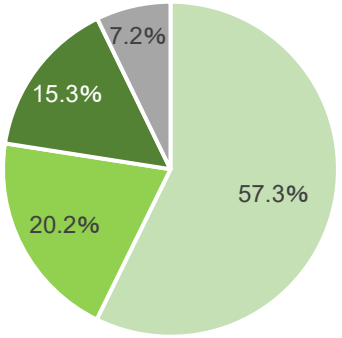
【全体】



【男性】



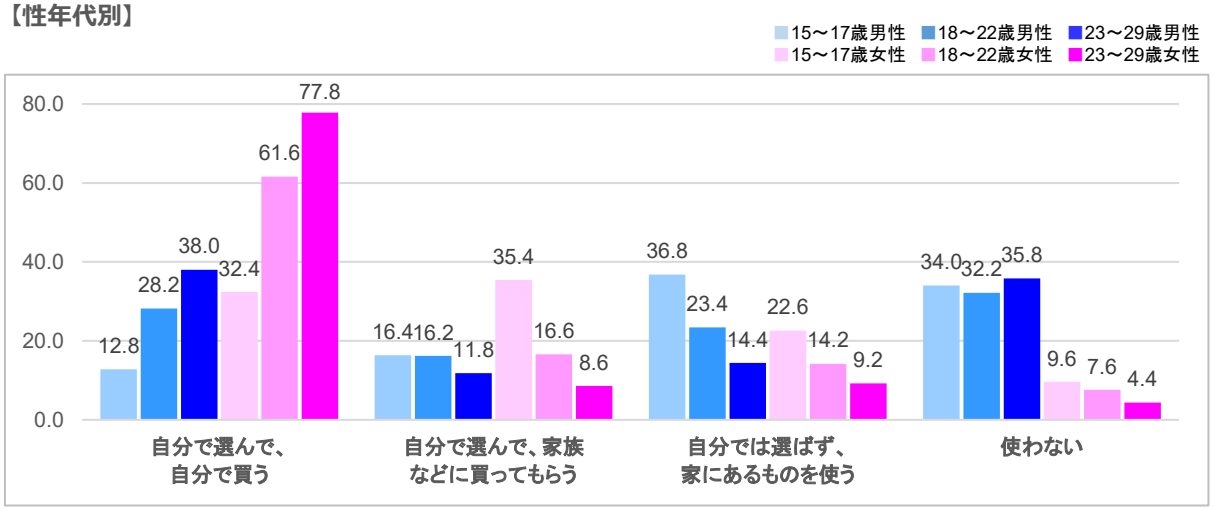
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	41.8	17.5	20.1	20.6
性別	男性	1500	26.3	14.8	24.9	34.0
	女性	1500	57.3	20.2	15.3	7.2
年齢	15～17歳	1000	22.6	25.9	29.7	21.8
	18～22歳	1000	44.9	16.4	18.8	19.9
	23～29歳	1000	57.9	10.2	11.8	20.1
性年代	15～17歳 男性	500	12.8	16.4	36.8	34.0
	18～22歳 男性	500	28.2	16.2	23.4	32.2
	23～29歳 男性	500	38.0	11.8	14.4	35.8
	15～17歳 女性	500	32.4	35.4	22.6	9.6
	18～22歳 女性	500	61.6	16.6	14.2	7.6
	23～29歳 女性	500	77.8	8.6	9.2	4.4

【性年代別】

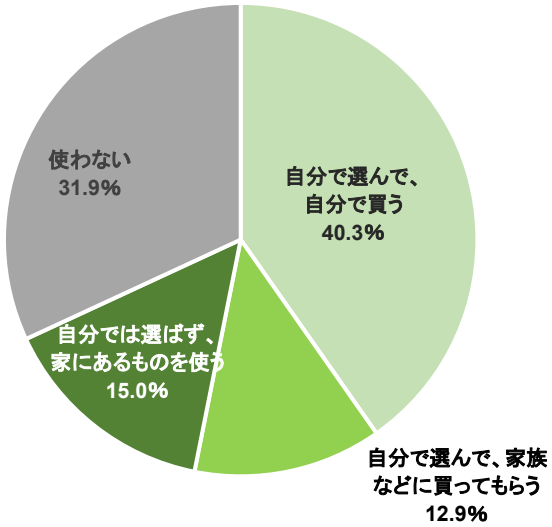


©2024 PLANET, INC.

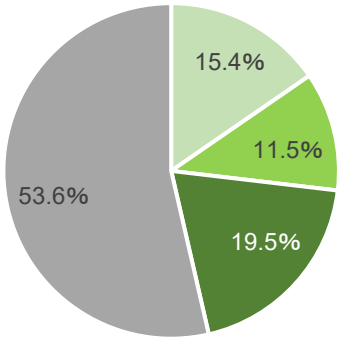
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（4）メイクアップ化粧品
（口紅、アイシャドウ、ネイルケアなど）

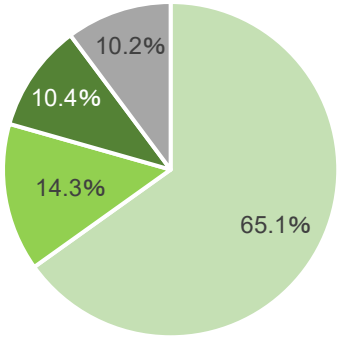
【全体】



【男性】



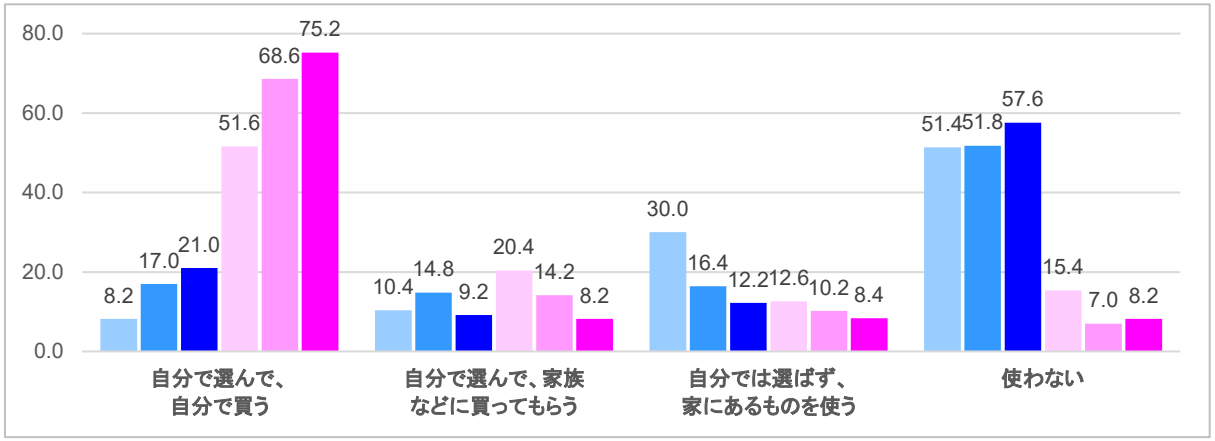
【女性】



(%)

		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	40.3	12.9	15.0	31.9
性別	男性	1500	15.4	11.5	19.5	53.6
	女性	1500	65.1	14.3	10.4	10.2
年齢	15～17歳	1000	29.9	15.4	21.3	33.4
	18～22歳	1000	42.8	14.5	13.3	29.4
	23～29歳	1000	48.1	8.7	10.3	32.9
性年代	15～17歳 男性	500	8.2	10.4	30.0	51.4
	18～22歳 男性	500	17.0	14.8	16.4	51.8
	23～29歳 男性	500	21.0	9.2	12.2	57.6
	15～17歳 女性	500	51.6	20.4	12.6	15.4
	18～22歳 女性	500	68.6	14.2	10.2	7.0
	23～29歳 女性	500	75.2	8.2	8.4	8.2

【性年代別】

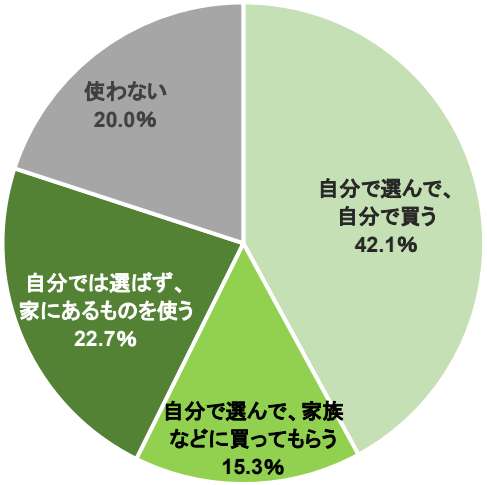


©2024 PLANET, INC.

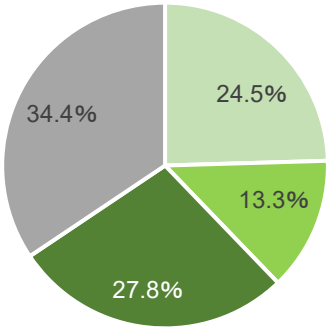
1．ファミリーユースとパーソナルユースの実態

（５）美容小物（メイクブラシ、くし、カミソリなど）

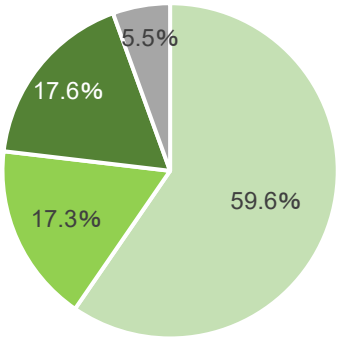
【全体】



【男性】



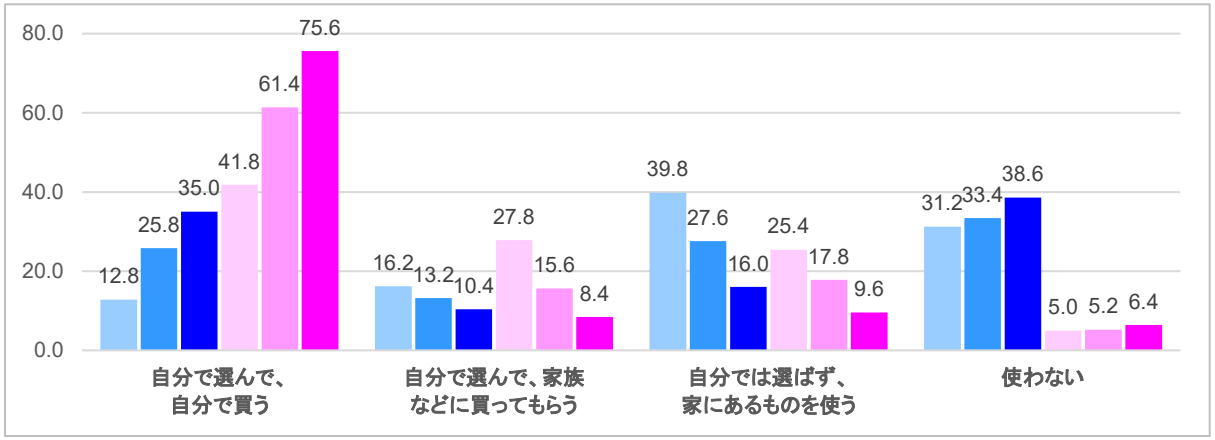
【女性】



		合計	自分で選んで、自分で買う	自分で選んで、家族などに買ってもらう	自分では選ばず、家にあるものを使う	使わない
全体		3000	42.1	15.3	22.7	20.0
性別	男性	1500	24.5	13.3	27.8	34.4
	女性	1500	59.6	17.3	17.6	5.5
年齢	15～17歳	1000	27.3	22.0	32.6	18.1
	18～22歳	1000	43.6	14.4	22.7	19.3
	23～29歳	1000	55.3	9.4	12.8	22.5
性年代	15～17歳 男性	500	12.8	16.2	39.8	31.2
	18～22歳 男性	500	25.8	13.2	27.6	33.4
	23～29歳 男性	500	35.0	10.4	16.0	38.6
	15～17歳 女性	500	41.8	27.8	25.4	5.0
	18～22歳 女性	500	61.4	15.6	17.8	5.2
	23～29歳 女性	500	75.6	8.4	9.6	6.4

(%)

【性年代別】



©2024 PLANET, INC.

２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

Q.あなたは、いつごろから自分で選ぶようになりましたか？

©2024 PLANET, INC.

２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

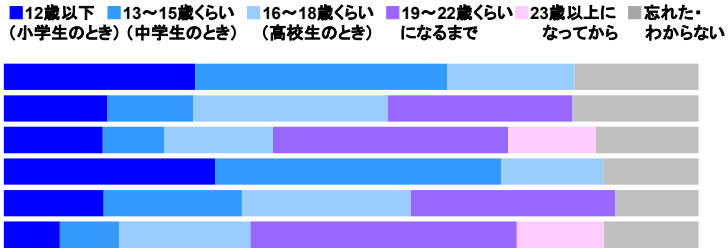
Q．あなたは、次にあげる【日用品】は、いつごろから自分で選ぶようになりましたか。それぞれ、主にあてはまるものを選んでください。(SA)

（１）オーラルケア
（歯ブラシ、ハミガキ、洗口液など）

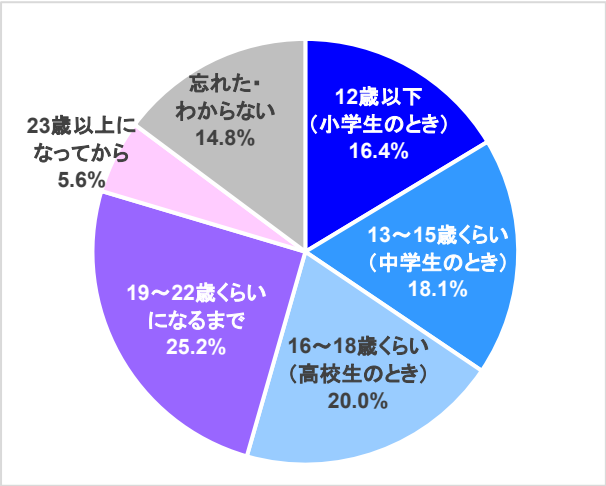
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1736	16.4	18.1	20.0	25.2	5.6	14.8
性別	男性	843	17.6	16.4	20.3	23.6	5.6	16.6
	女性	893	15.2	19.7	19.7	26.7	5.6	13.1
年齢	15～17歳	400	29.0	38.8	16.5	0.0	0.0	15.8
	18～22歳	567	14.6	16.2	26.1	28.0	0.0	15.0
	23～29歳	769	11.1	8.7	17.3	36.2	12.6	14.2
性年代	15～17歳 男性	196	27.6	36.2	18.4	0.0	0.0	17.9
	18～22歳 男性	275	14.9	12.4	28.0	26.5	0.0	18.2
	23～29歳 男性	372	14.2	8.9	15.6	33.9	12.6	14.8
	15～17歳 女性	204	30.4	41.2	14.7	0.0	0.0	13.7
	18～22歳 女性	292	14.4	19.9	24.3	29.5	0.0	12.0
	23～29歳 女性	397	8.1	8.6	18.9	38.3	12.6	13.6

(%)

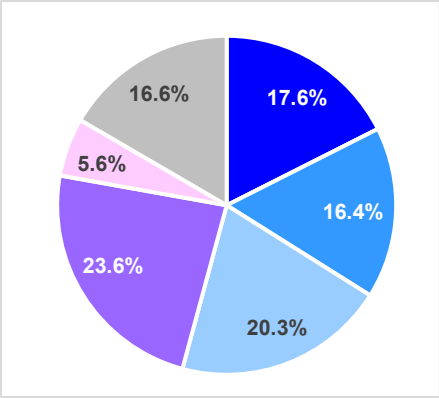
【性年代別】



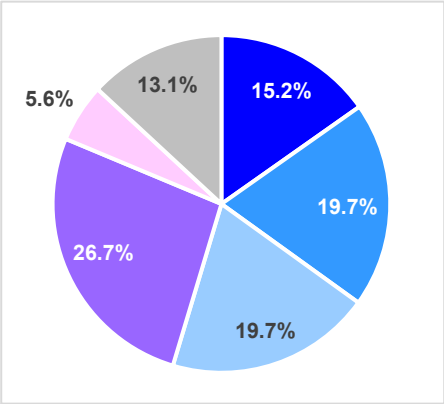
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

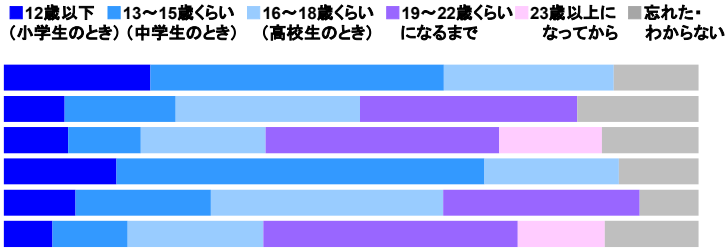
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（２）ヘアケア
（シャンプー、トリートメント、頭皮ケアなど）

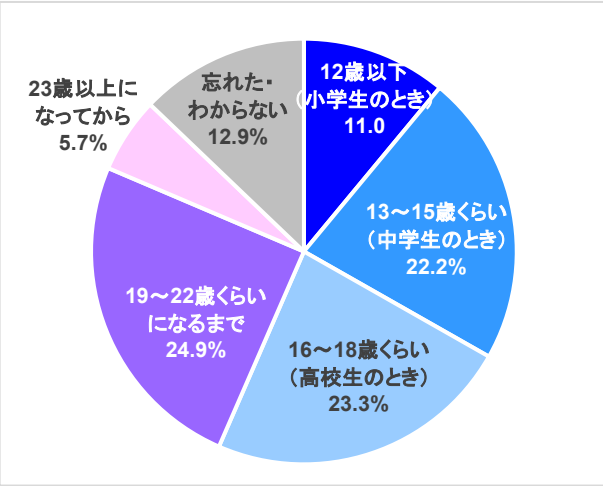
(%)

		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1797	11.0	22.2	23.3	24.9	5.7	12.9
性別	男性	800	11.8	19.5	22.4	25.3	6.4	14.8
	女性	997	10.4	24.4	24.1	24.6	5.2	11.3
年齢	15～17歳	433	18.2	48.5	21.5	0.0	0.0	11.8
	18～22歳	604	9.6	17.9	30.3	29.6	0.0	12.6
	23～29歳	760	8.0	10.7	18.8	35.3	13.6	13.7
性年代	15～17歳 男性	180	21.1	42.2	24.4	0.0	0.0	12.2
	18～22歳 男性	275	8.7	16.0	26.5	31.3	0.0	17.5
	23～29歳 男性	345	9.3	10.4	18.0	33.6	14.8	13.9
	15～17歳 女性	253	16.2	53.0	19.4	0.0	0.0	11.5
	18～22歳 女性	329	10.3	19.5	33.4	28.3	0.0	8.5
	23～29歳 女性	415	7.0	10.8	19.5	36.6	12.5	13.5

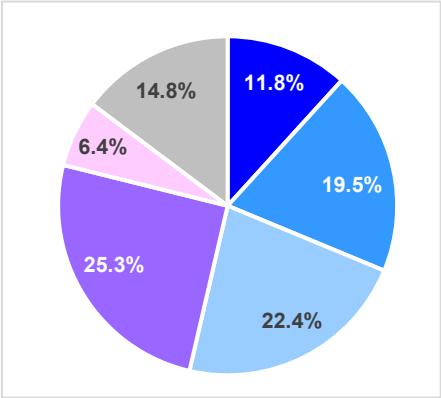
【性年代別】



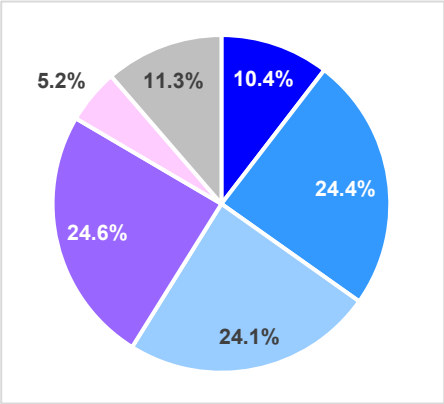
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

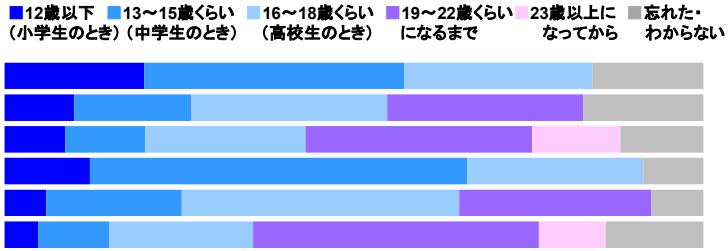
（３）ヘアメイク
（ヘアカラー、ヘアスプレー、スタイリング剤など）

【全体】

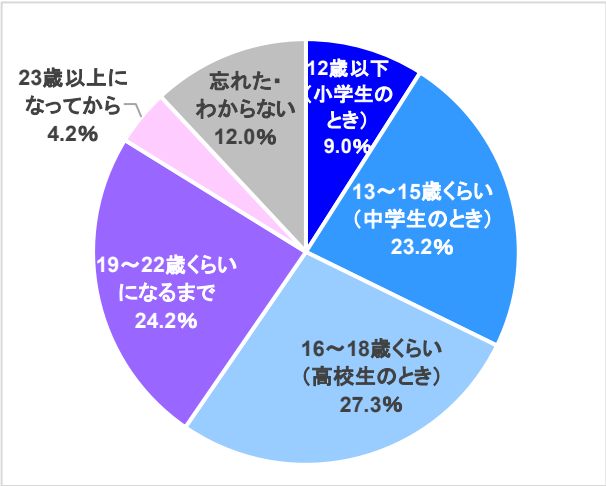
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1606	9.0	23.2	27.3	24.2	4.2	12.0
性別	男性	619	11.8	19.4	25.7	23.3	5.2	14.7
	女性	987	7.3	25.6	28.4	24.8	3.6	10.2
年齢	15～17歳	423	14.9	48.2	25.8	0.0	0.0	11.1
	18～22歳	556	7.6	18.3	35.1	27.7	0.0	11.3
	23～29歳	627	6.4	10.7	21.5	37.5	10.8	13.1
性年代	15～17歳 男性	145	20.0	37.2	26.9	0.0	0.0	15.9
	18～22歳 男性	221	10.0	16.7	28.1	28.1	0.0	17.2
	23～29歳 男性	253	8.7	11.5	22.9	32.4	12.6	11.9
	15～17歳 女性	278	12.2	54.0	25.2	0.0	0.0	8.6
	18～22歳 女性	335	6.0	19.4	39.7	27.5	0.0	7.5
	23～29歳 女性	374	4.8	10.2	20.6	40.9	9.6	13.9

(%)

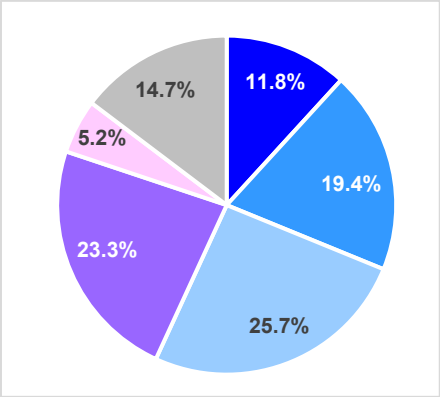
【性年代別】



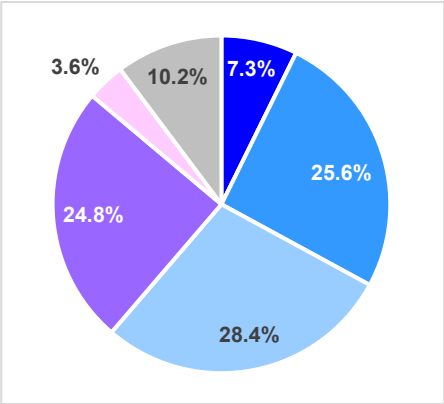
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

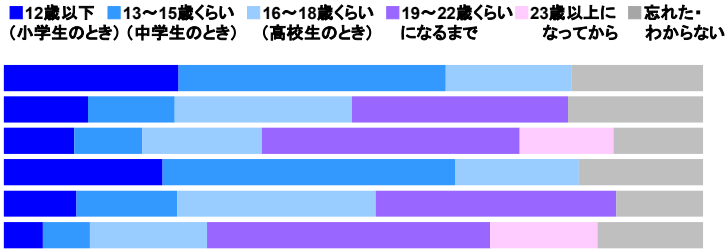
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（４）ボディウオッシュ
（ボディソープ、石鹸、入浴剤など）

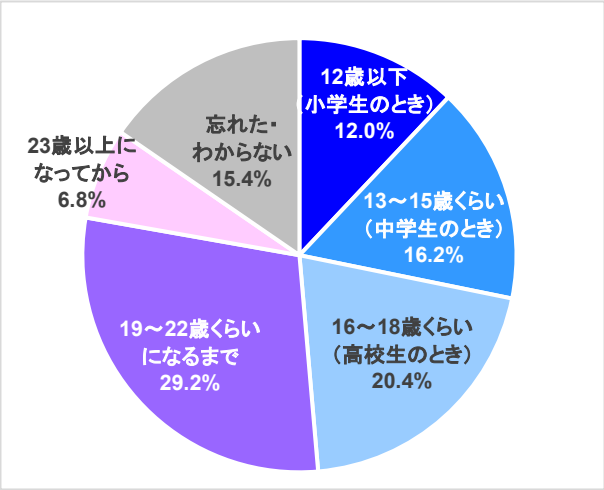
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1454	12.0	16.2	20.4	29.2	6.8	15.4
性別	男性	705	13.8	16.5	20.0	27.4	6.2	16.2
	女性	749	10.4	15.9	20.8	30.8	7.3	14.7
年齢	15～17歳	285	23.9	40.0	17.9	0.0	0.0	18.2
	18～22歳	483	11.2	13.5	26.9	32.7	0.0	15.7
	23～29歳	686	7.7	8.2	16.9	38.8	14.4	14.0
性年代	15～17歳 男性	144	25.0	38.2	18.1	0.0	0.0	18.8
	18～22歳 男性	233	12.0	12.4	25.3	30.9	0.0	19.3
	23～29歳 男性	328	10.1	9.8	17.1	36.9	13.4	12.8
	15～17歳 女性	141	22.7	41.8	17.7	0.0	0.0	17.7
	18～22歳 女性	250	10.4	14.4	28.4	34.4	0.0	12.4
	23～29歳 女性	358	5.6	6.7	16.8	40.5	15.4	15.1

（%）

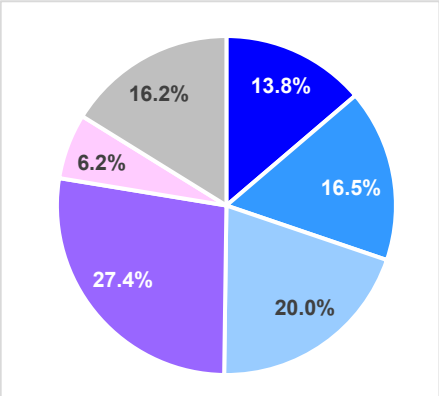
【性年代別】



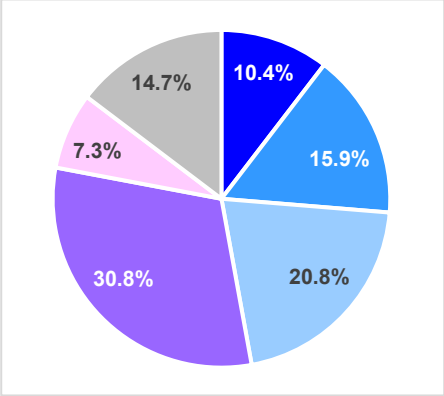
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

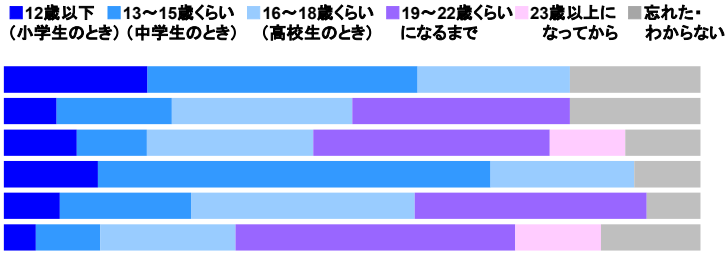
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（５）ボディケア
（ボディクリーム、ハンドクリーム、脱毛用品など）

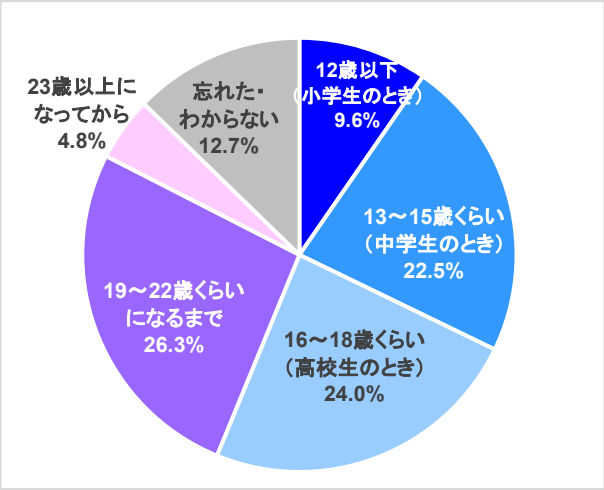
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1619	9.6	22.5	24.0	26.3	4.8	12.7
性別	男性	652	12.0	19.3	24.1	24.7	4.4	15.5
	女性	967	8.1	24.7	24.0	27.4	5.0	10.9
年齢	15～17歳	412	16.3	49.5	21.1	0.0	0.0	13.1
	18～22歳	548	7.8	17.9	29.6	32.5	0.0	12.2
	23～29歳	659	7.0	9.6	21.2	37.6	11.7	12.9
性年代	15～17歳 男性	160	20.6	38.8	21.9	0.0	0.0	18.8
	18～22歳 男性	224	7.6	16.5	25.9	31.3	0.0	18.8
	23～29歳 男性	268	10.4	10.1	23.9	34.0	10.8	10.8
	15～17歳 女性	252	13.5	56.3	20.6	0.0	0.0	9.5
	18～22歳 女性	324	8.0	18.8	32.1	33.3	0.0	7.7
	23～29歳 女性	391	4.6	9.2	19.4	40.2	12.3	14.3

（%）

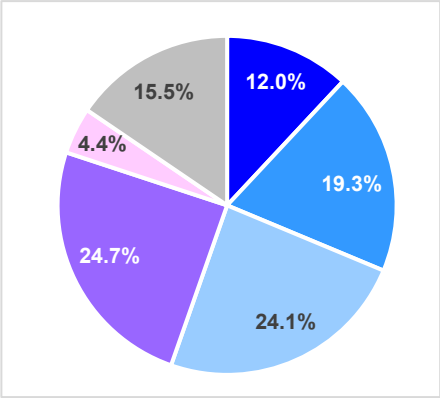
【性年代別】



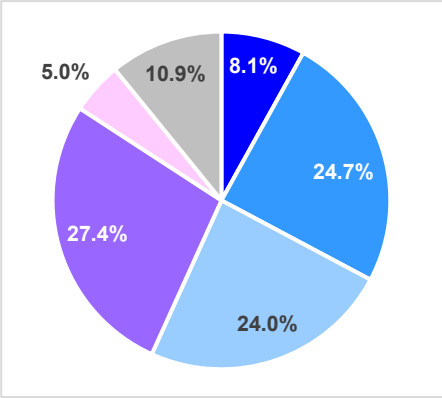
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

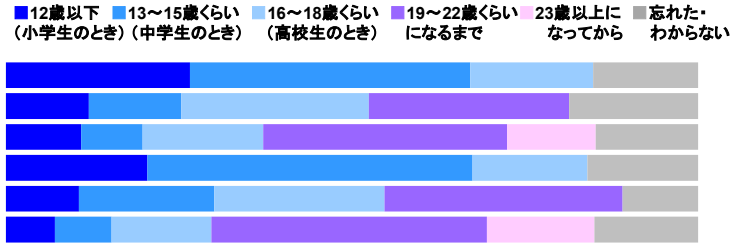
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（６）衛生用品（ティッシュペーパー、マスクなど）

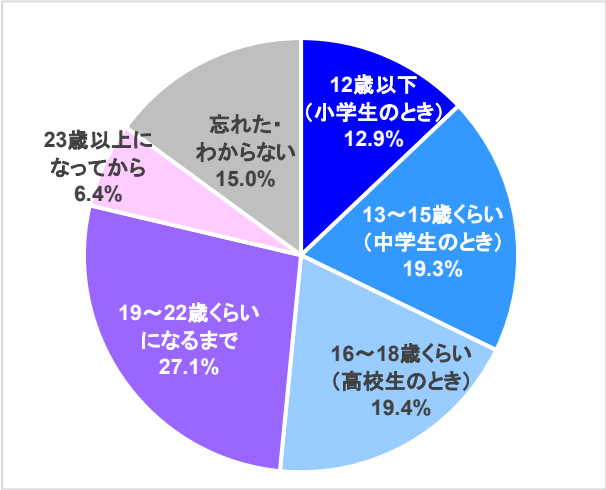
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1478	12.9	19.3	19.4	27.1	6.4	15.0
性別	男性	687	14.8	17.6	20.7	25.0	5.7	16.2
	女性	791	11.3	20.7	18.2	29.0	7.0	13.9
年齢	15～17歳	339	23.3	44.0	17.1	0.0	0.0	15.6
	18～22歳	481	11.2	16.6	25.8	31.8	0.0	14.6
	23～29歳	658	8.8	8.5	15.8	37.7	14.3	14.9
性年代	15～17歳 男性	158	26.6	40.5	17.7	0.0	0.0	15.2
	18～22歳 男性	225	12.0	13.3	27.1	28.9	0.0	18.7
	23～29歳 男性	304	10.9	8.9	17.4	35.2	12.8	14.8
	15～17歳 女性	181	20.4	47.0	16.6	0.0	0.0	16.0
	18～22歳 女性	256	10.5	19.5	24.6	34.4	0.0	10.9
	23～29歳 女性	354	7.1	8.2	14.4	39.8	15.5	15.0

（%）

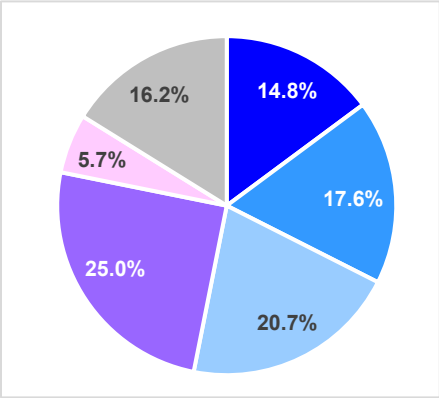
【性年代別】



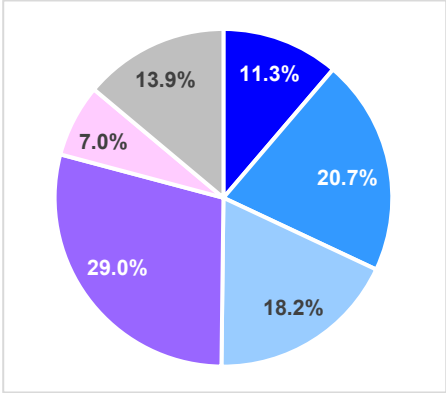
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

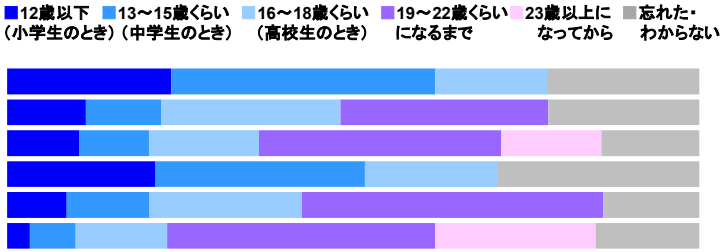
Q．あなたは、次にあげる【その他の日用品、健康・医薬品・医療用品】は、いつごろから自分で選ぶようになりましたか。それぞれ、主にあてはまるものを選んでください。(SA)

（１）洗濯用品
（洗剤、柔軟剤、漂白剤など）

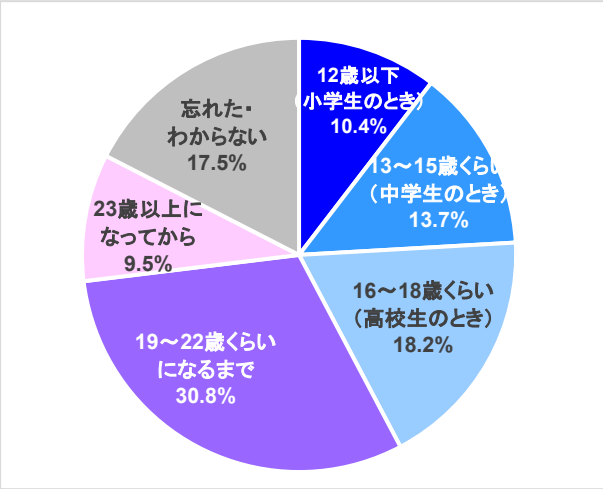
(%)

		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1266	10.4	13.7	18.2	30.8	9.5	17.5
性別	男性	635	13.2	15.6	19.4	26.8	6.8	18.3
	女性	631	7.6	11.7	17.0	34.9	12.2	16.6
年齢	15～17歳	207	22.7	34.8	17.4	0.0	0.0	25.1
	18～22歳	429	10.0	11.4	24.0	36.6	0.0	17.9
	23～29歳	630	6.7	8.3	14.4	37.0	19.0	14.6
性年代	15～17歳 男性	118	23.7	38.1	16.1	0.0	0.0	22.0
	18～22歳 男性	220	11.4	10.9	25.9	30.0	0.0	21.8
	23～29歳 男性	297	10.4	10.1	15.8	35.0	14.5	14.1
	15～17歳 女性	89	21.3	30.3	19.1	0.0	0.0	29.2
	18～22歳 女性	209	8.6	12.0	22.0	43.5	0.0	13.9
	23～29歳 女性	333	3.3	6.6	13.2	38.7	23.1	15.0

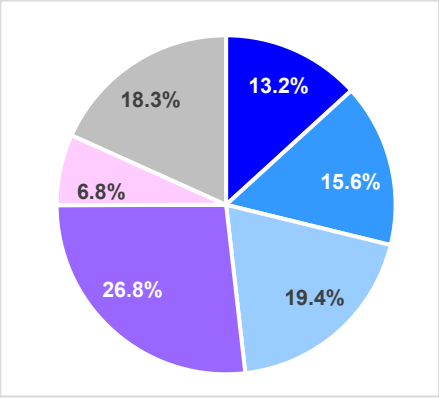
【性年代別】



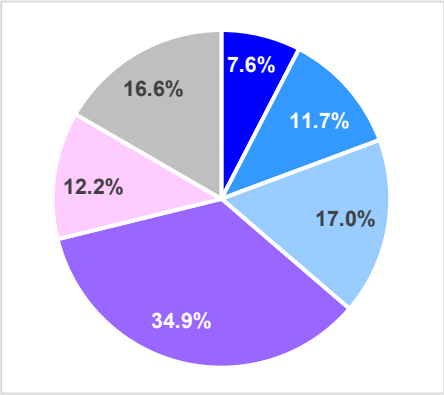
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

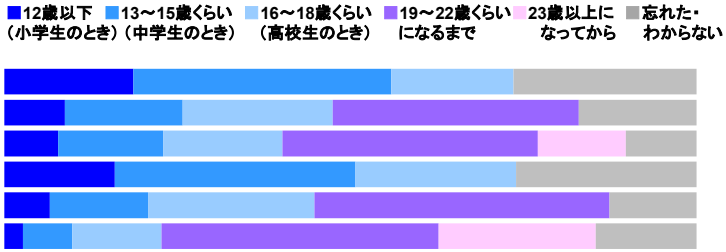
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（２）フレグランス
（玄関、トイレ、リビングなど）

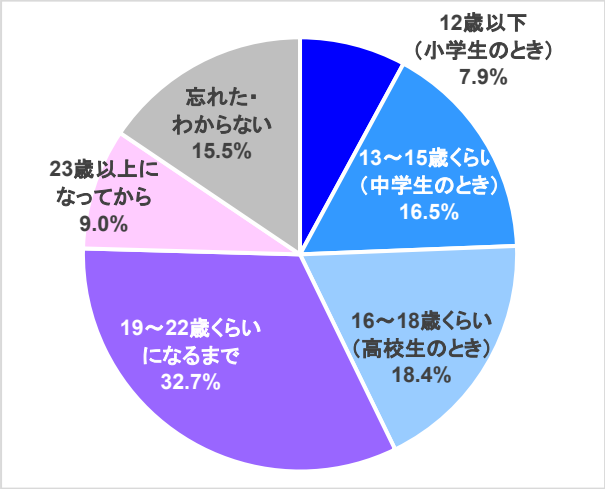
(%)

		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1087	7.9	16.5	18.4	32.7	9.0	15.5
性別	男性	540	10.2	20.0	18.9	29.4	5.7	15.7
	女性	547	5.7	13.0	17.9	35.8	12.2	15.4
年齢	15～17歳	171	17.5	36.3	19.9	0.0	0.0	26.3
	18～22歳	377	7.7	15.6	22.8	39.0	0.0	14.9
	23～29歳	539	5.0	10.8	14.8	38.6	18.2	12.6
性年代	15～17歳 男性	102	18.6	37.3	17.6	0.0	0.0	26.5
	18～22歳 男性	194	8.8	17.0	21.6	35.6	0.0	17.0
	23～29歳 男性	244	7.8	15.2	17.2	36.9	12.7	10.2
	15～17歳 女性	69	15.9	34.8	23.2	0.0	0.0	26.1
	18～22歳 女性	183	6.6	14.2	24.0	42.6	0.0	12.6
	23～29歳 女性	295	2.7	7.1	12.9	40.0	22.7	14.6

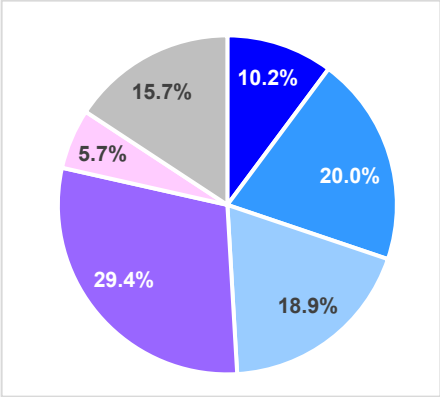
【性年代別】



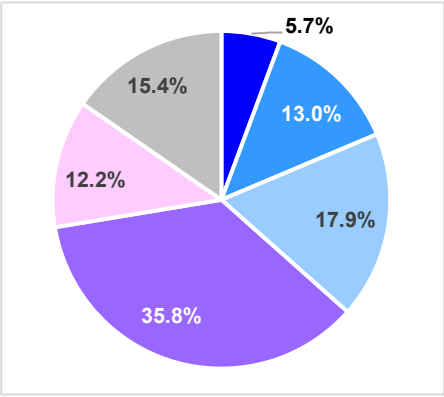
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

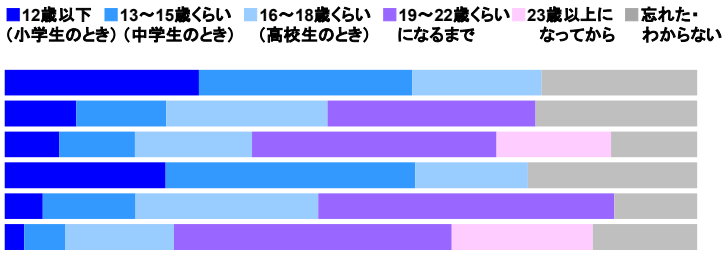
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（３）日用雑貨
（防虫剤、カイロ、掃除用品など）

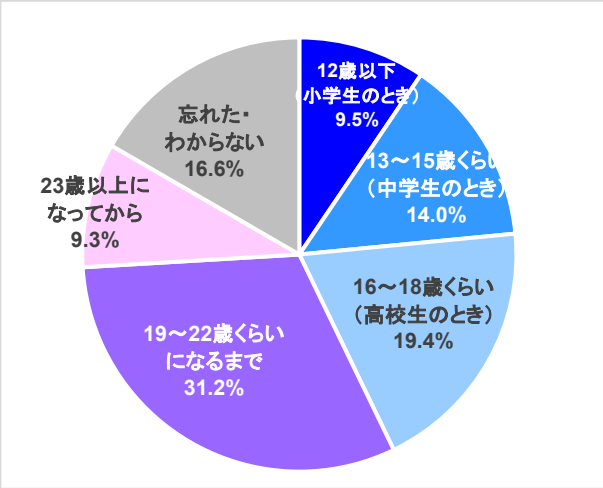
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1172	9.5	14.0	19.4	31.2	9.3	16.6
性別	男性	566	12.5	15.4	19.4	26.9	7.8	18.0
	女性	606	6.6	12.7	19.3	35.3	10.7	15.3
年齢	15～17歳	193	25.9	33.2	17.6	0.0	0.0	23.3
	18～22歳	394	7.9	13.2	24.9	36.5	0.0	17.5
	23～29歳	585	5.1	8.2	16.2	37.9	18.6	13.8
性年代	15～17歳 男性	107	28.0	30.8	18.7	0.0	0.0	22.4
	18～22歳 男性	193	10.4	13.0	23.3	30.1	0.0	23.3
	23～29歳 男性	266	7.9	10.9	16.9	35.3	16.5	12.4
	15～17歳 女性	86	23.3	36.0	16.3	0.0	0.0	24.4
	18～22歳 女性	201	5.5	13.4	26.4	42.8	0.0	11.9
	23～29歳 女性	319	2.8	6.0	15.7	40.1	20.4	15.0

（%）

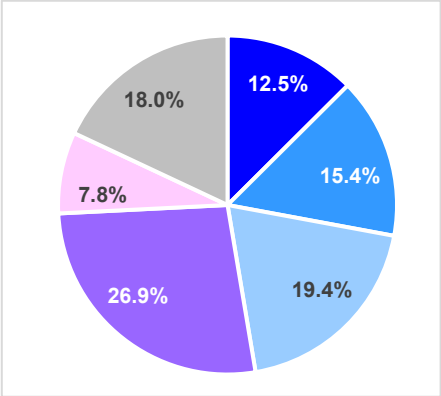
【性年代別】



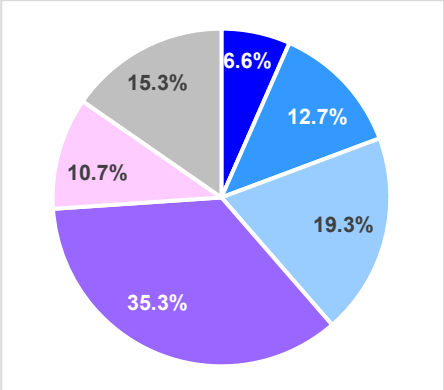
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

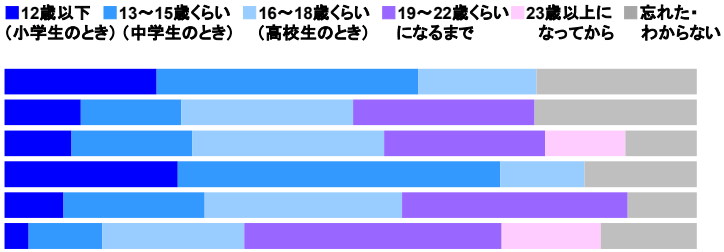
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（４）サニタリー用品（生理用品など）

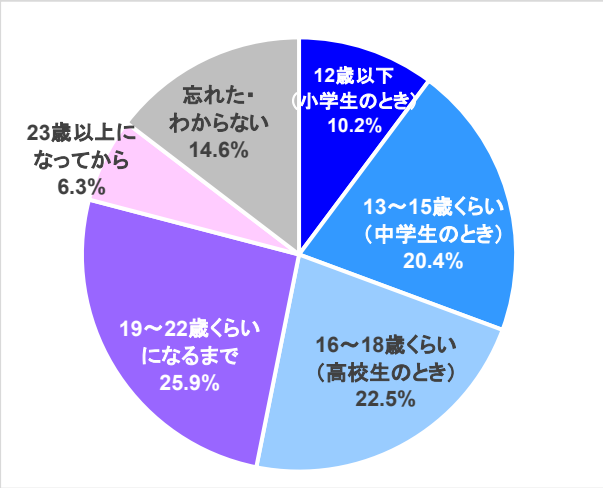
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1204	10.2	20.4	22.5	25.9	6.3	14.6
性別	男性	382	12.8	20.7	24.3	19.4	4.7	18.1
	女性	822	9.0	20.3	21.7	29.0	7.1	13.0
年齢	15～17歳	230	23.9	43.5	13.9	0.0	0.0	18.7
	18～22歳	415	9.4	18.3	27.2	30.4	0.0	14.7
	23～29歳	559	5.2	12.5	22.5	33.3	13.6	12.9
性年代	15～17歳 男性	82	22.0	37.8	17.1	0.0	0.0	23.2
	18～22歳 男性	145	11.0	14.5	24.8	26.2	0.0	23.4
	23～29歳 男性	155	9.7	17.4	27.7	23.2	11.6	10.3
	15～17歳 女性	148	25.0	46.6	12.2	0.0	0.0	16.2
	18～22歳 女性	270	8.5	20.4	28.5	32.6	0.0	10.0
	23～29歳 女性	404	3.5	10.6	20.5	37.1	14.4	13.9

（%）

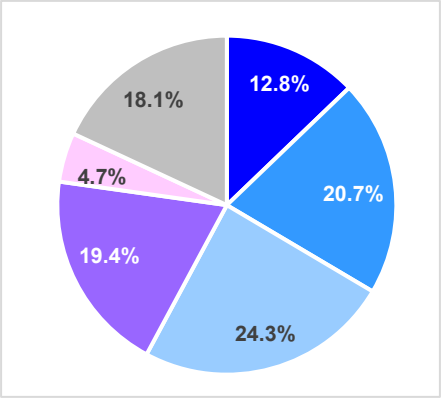
【性年代別】



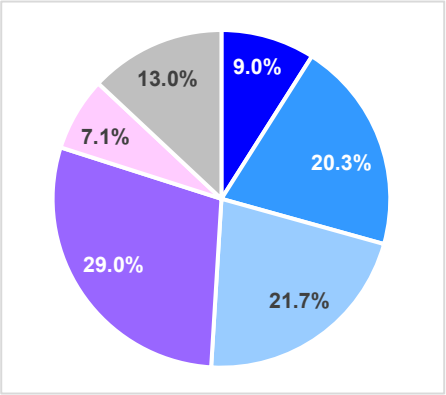
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

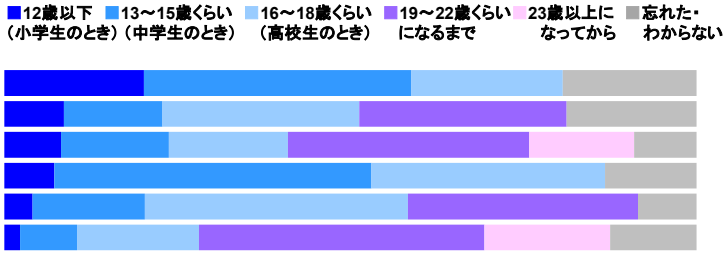
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（5）医薬品・医療用品
（ビタミン剤、コンタクトケア用品など）

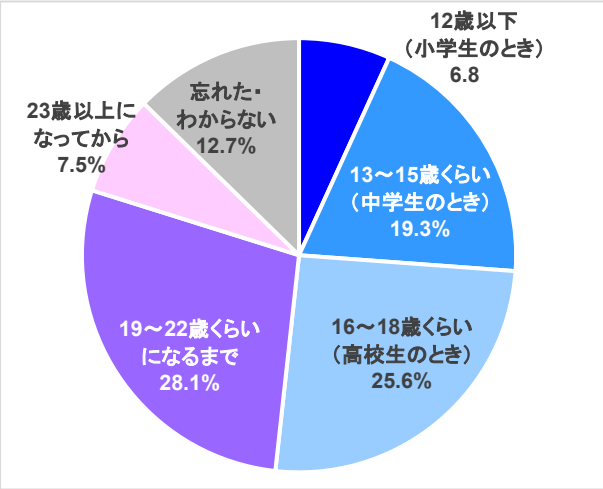
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1349	6.8	19.3	25.6	28.1	7.5	12.7
性別	男性	560	10.9	20.0	22.1	25.7	6.6	14.6
	女性	789	3.9	18.9	28.0	29.8	8.1	11.3
年齢	15～17歳	285	12.6	42.8	28.8	0.0	0.0	15.8
	18～22歳	468	6.0	15.4	34.0	31.8	0.0	12.8
	23～29歳	596	4.7	11.2	17.4	38.6	16.9	11.1
性年代	15～17歳 男性	119	20.2	38.7	21.8	0.0	0.0	19.3
	18～22歳 男性	197	8.6	14.2	28.4	29.9	0.0	18.8
	23～29歳 男性	244	8.2	15.6	17.2	34.8	15.2	9.0
	15～17歳 女性	166	7.2	45.8	33.7	0.0	0.0	13.3
	18～22歳 女性	271	4.1	16.2	38.0	33.2	0.0	8.5
	23～29歳 女性	352	2.3	8.2	17.6	41.2	18.2	12.5

（%）

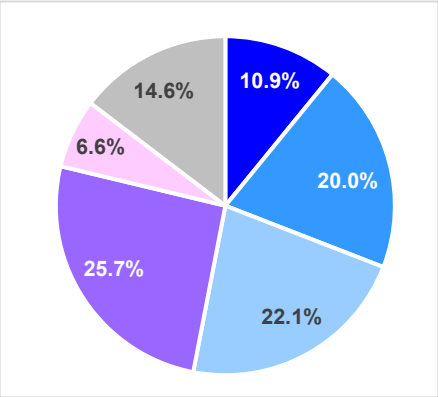
【性年代別】



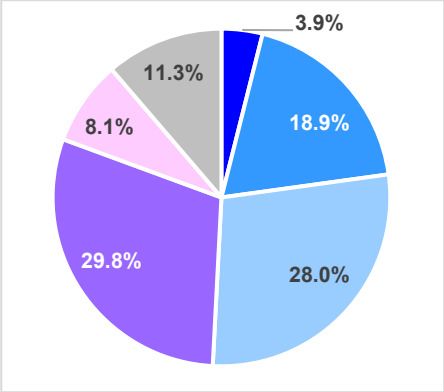
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

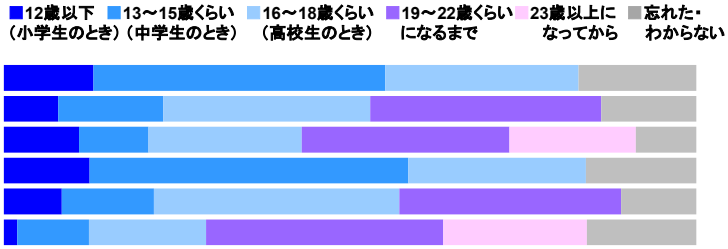
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（６）健康補助食品
（サプリメント、ダイエット食品、プロテインなど）

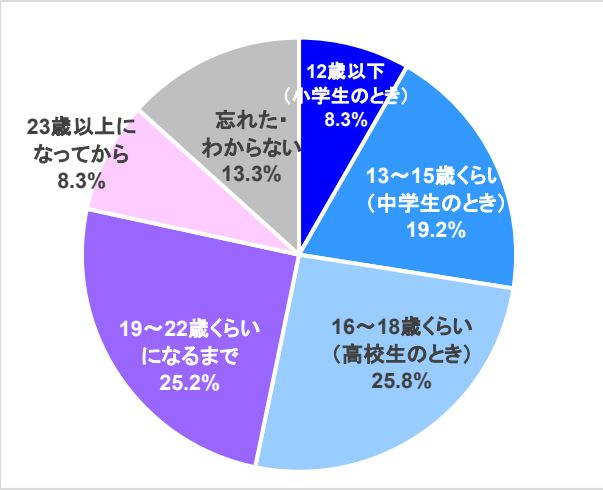
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1157	8.3	19.2	25.8	25.2	8.3	13.3
性別	男性	581	10.3	20.0	26.3	23.6	7.2	12.6
	女性	576	6.3	18.4	25.2	26.7	9.4	14.1
年齢	15～17歳	260	12.7	43.8	26.9	0.0	0.0	16.5
	18～22歳	407	8.1	14.3	32.7	32.7	0.0	12.3
	23～29歳	490	6.1	10.2	19.4	32.2	19.6	12.4
性年代	15～17歳 男性	147	12.9	42.2	27.9	0.0	0.0	17.0
	18～22歳 男性	204	7.8	15.2	29.9	33.3	0.0	13.7
	23～29歳 男性	230	10.9	10.0	22.2	30.0	18.3	8.7
	15～17歳 女性	113	12.4	46.0	25.7	0.0	0.0	15.9
	18～22歳 女性	203	8.4	13.3	35.5	32.0	0.0	10.8
	23～29歳 女性	260	1.9	10.4	16.9	34.2	20.8	15.8

（%）

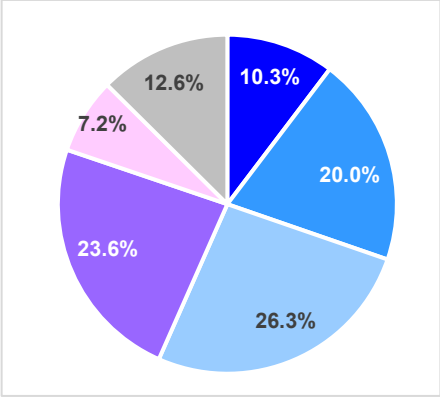
【性年代別】



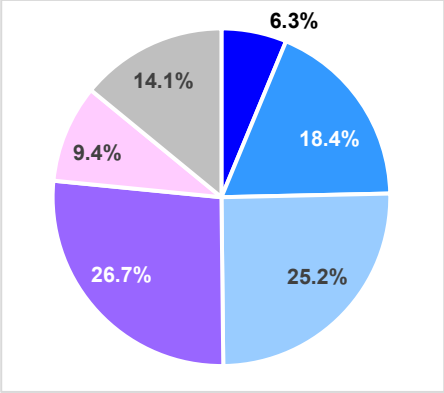
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

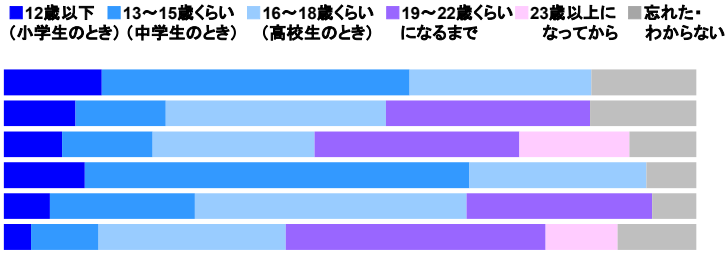
Q．あなたは、次にあげる【化粧品・美容小物】は、いつごろから自分で選ぶようになりましたか。それぞれ、主にあてはまるものを選んでください。(SA)

（１）スキンケア
（クレンジング、洗顔料、フェイスマスクなど）

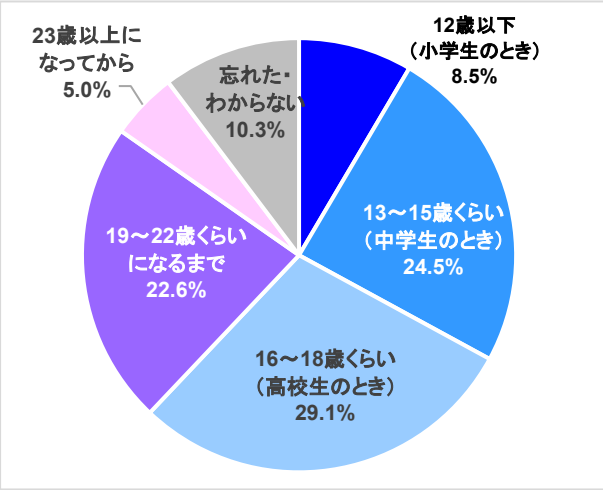
(%)

		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1922	8.5	24.5	29.1	22.6	5.0	10.3
性別	男性	780	10.5	21.0	26.9	22.1	6.5	12.9
	女性	1142	7.1	26.8	30.6	23.0	3.9	8.5
年齢	15～17歳	531	12.6	51.4	25.8	0.0	0.0	10.2
	18～22歳	638	8.2	17.7	36.2	27.9	0.0	10.0
	23～29歳	753	5.8	11.2	25.5	34.1	12.7	10.6
性年代	15～17歳 男性	198	14.1	44.4	26.3	0.0	0.0	15.2
	18～22歳 男性	261	10.3	13.0	31.8	29.5	0.0	15.3
	23～29歳 男性	321	8.4	13.1	23.4	29.6	15.9	9.7
	15～17歳 女性	333	11.7	55.6	25.5	0.0	0.0	7.2
	18～22歳 女性	377	6.6	21.0	39.3	26.8	0.0	6.4
	23～29歳 女性	432	3.9	9.7	27.1	37.5	10.4	11.3

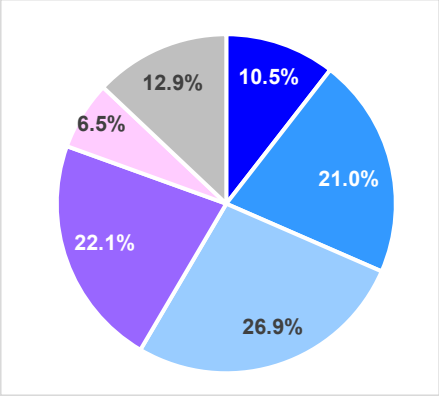
【性年代別】



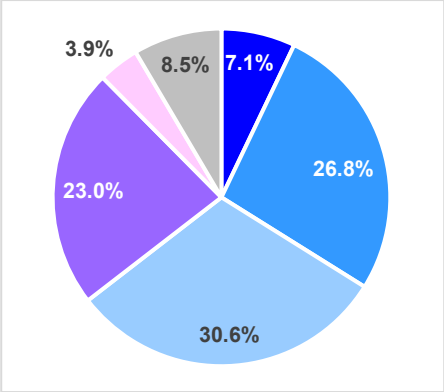
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

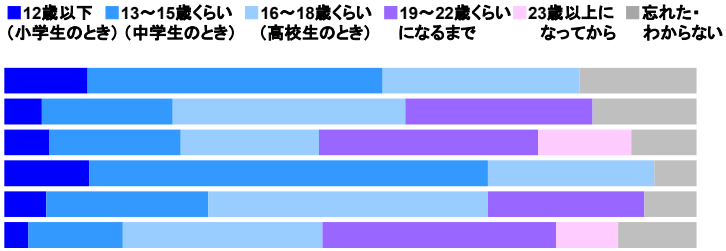
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（２）UVケア
（制汗剤、汗拭きシート、日焼け止めなど）

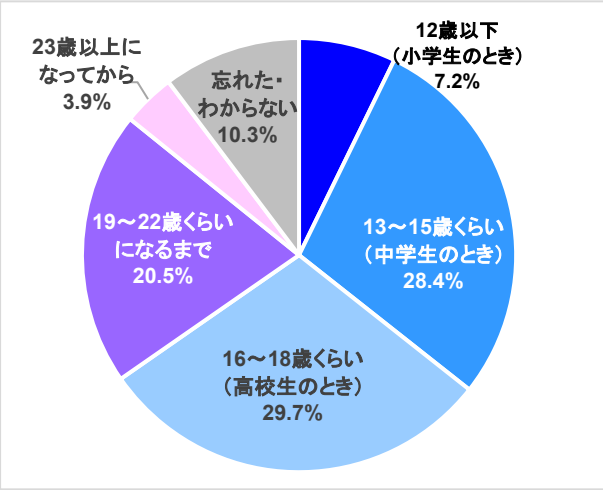
(%)

		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1936	7.2	28.4	29.7	20.5	3.9	10.3
性別	男性	717	7.5	25.0	27.1	21.9	5.2	13.4
	女性	1219	7.1	30.4	31.3	19.6	3.2	8.4
年齢	15～17歳	558	12.2	52.7	25.4	0.0	0.0	9.7
	18～22歳	670	5.8	21.6	37.8	24.3	0.0	10.4
	23～29歳	708	4.7	15.7	25.4	32.9	10.7	10.6
性年代	15～17歳 男性	183	12.0	42.6	28.4	0.0	0.0	16.9
	18～22歳 男性	259	5.4	18.9	33.6	27.0	0.0	15.1
	23～29歳 男性	275	6.5	18.9	20.0	31.6	13.5	9.5
	15～17歳 女性	375	12.3	57.6	24.0	0.0	0.0	6.1
	18～22歳 女性	411	6.1	23.4	40.4	22.6	0.0	7.5
	23～29歳 女性	433	3.5	13.6	28.9	33.7	9.0	11.3

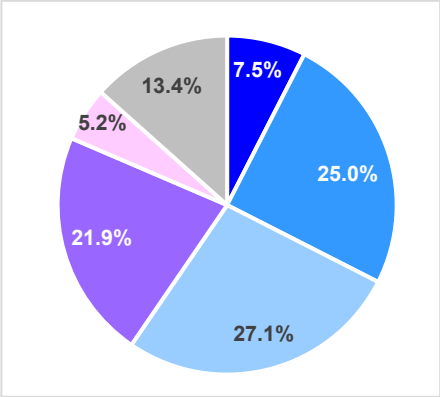
【性年代別】



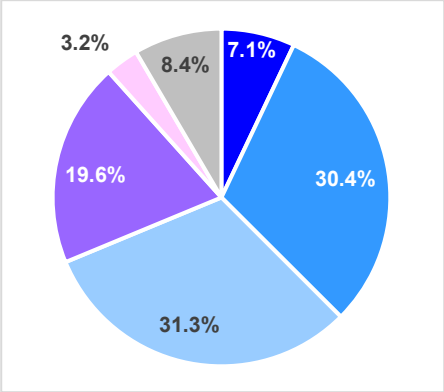
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

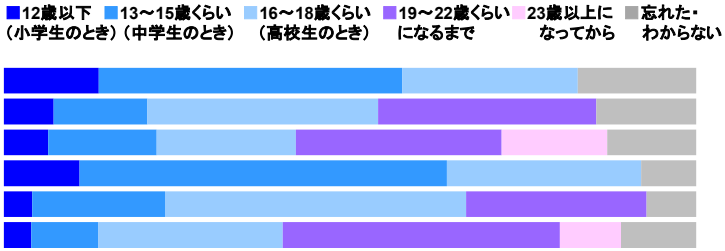
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（３）基礎化粧品
（化粧水、ファンデーション、乳液・美容液など）

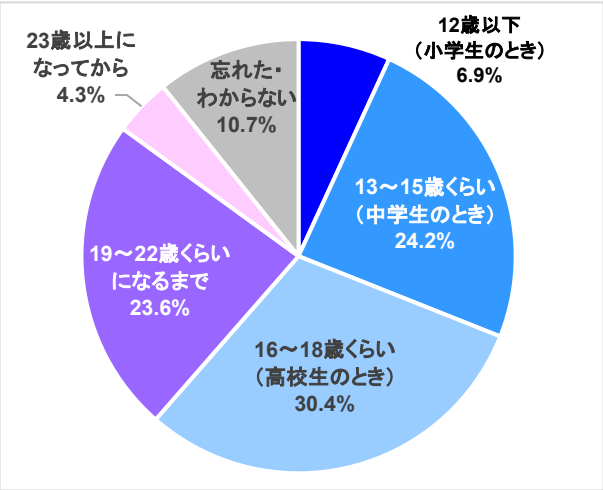
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1779	6.9	24.2	30.4	23.6	4.3	10.7
性別	男性	617	8.4	21.6	26.1	23.3	6.2	14.4
	女性	1162	6.0	25.6	32.7	23.7	3.3	8.8
年齢	15～17歳	485	11.8	50.3	27.2	0.0	0.0	10.7
	18～22歳	613	5.2	17.1	39.8	28.1	0.0	9.8
	23～29歳	681	4.8	11.9	24.2	36.3	11.2	11.6
性年代	15～17歳 男性	146	13.7	43.8	25.3	0.0	0.0	17.1
	18～22歳 男性	222	7.2	13.5	33.3	31.5	0.0	14.4
	23～29歳 男性	249	6.4	15.7	20.1	29.7	15.3	12.9
	15～17歳 女性	339	10.9	53.1	28.0	0.0	0.0	8.0
	18～22歳 女性	391	4.1	19.2	43.5	26.1	0.0	7.2
	23～29歳 女性	432	3.9	9.7	26.6	40.0	8.8	10.9

（%）

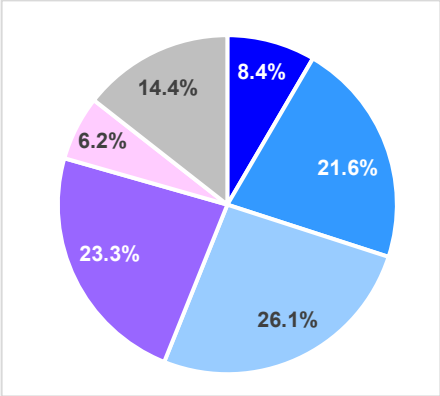
【性年代別】



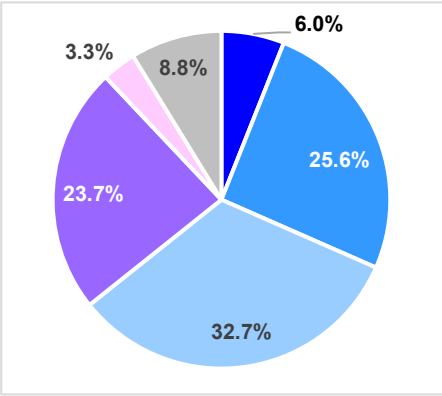
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

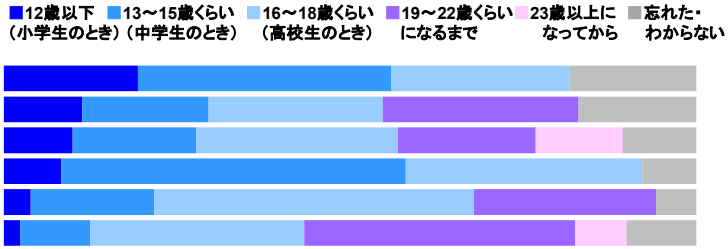
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（４）メイクアップ化粧品
（口紅、アイシャドウ、ネイルケアなど）

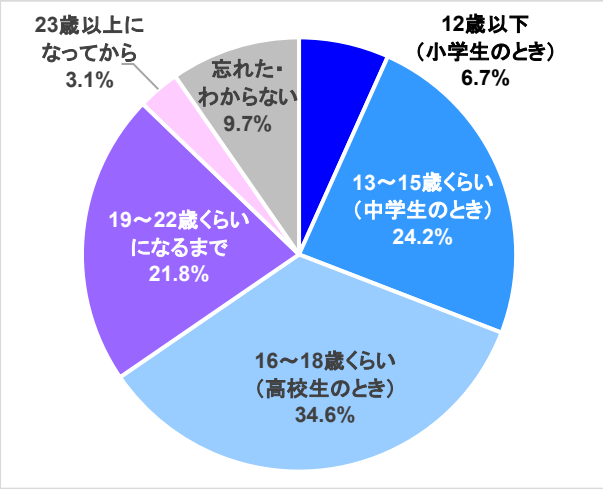
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1594	6.7	24.2	34.6	21.8	3.1	9.7
性別	男性	403	12.7	22.3	26.8	18.6	4.7	14.9
	女性	1191	4.7	24.8	37.2	22.8	2.6	7.9
年齢	15～17歳	453	10.6	47.0	32.5	0.0	0.0	9.9
	18～22歳	573	5.9	18.0	40.3	26.9	0.0	8.9
	23～29歳	568	4.4	12.1	30.5	34.0	8.8	10.2
性年代	15～17歳 男性	93	19.4	36.6	25.8	0.0	0.0	18.3
	18～22歳 男性	159	11.3	18.2	25.2	28.3	0.0	17.0
	23～29歳 男性	151	9.9	17.9	29.1	19.9	12.6	10.6
	15～17歳 女性	360	8.3	49.7	34.2	0.0	0.0	7.8
	18～22歳 女性	414	3.9	17.9	46.1	26.3	0.0	5.8
	23～29歳 女性	417	2.4	10.1	30.9	39.1	7.4	10.1

（%）

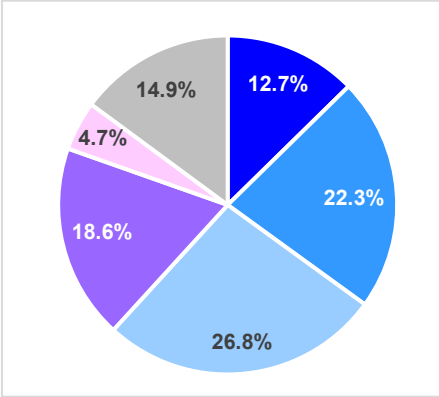
【性年代別】



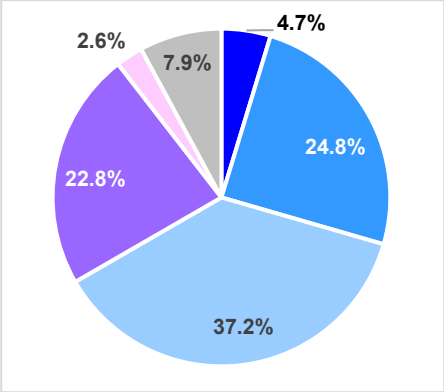
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

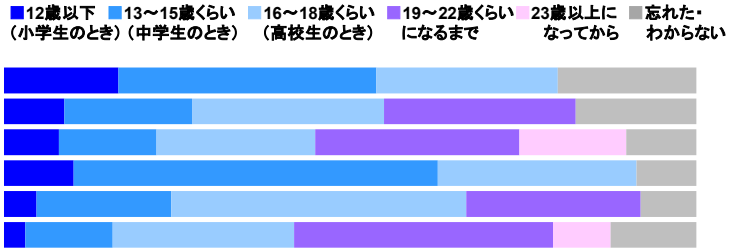
２．ファミリーユースからパーソナルユースへの転換時期

（５）美容小物（メイクブラシ、くし、カミソリなど）

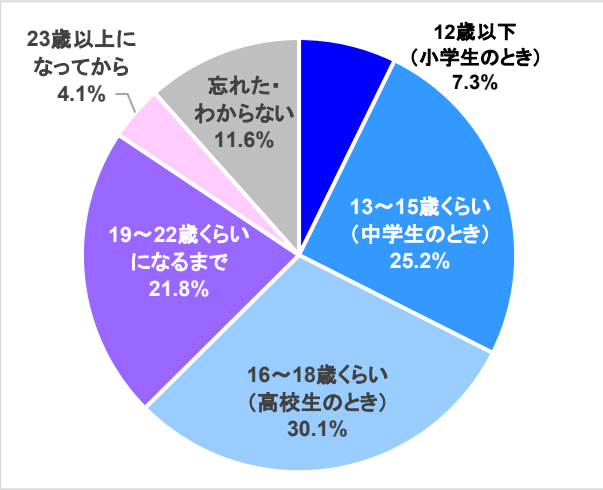
		合計	12歳以下（小学生のとき）	13～15歳くらい（中学生のとき）	16～18歳くらい（高校生のとき）	19～22歳くらいになるまで	23歳以上になってから	忘れた・わからない
全体		1720	7.3	25.2	30.1	21.8	4.1	11.6
性別	男性	567	10.4	21.5	25.4	21.3	6.2	15.2
	女性	1153	5.7	27.0	32.4	22.0	3.0	9.8
年齢	15～17歳	493	12.0	48.1	28.0	0.0	0.0	12.0
	18～22歳	580	6.0	19.1	37.6	26.0	0.0	11.2
	23～29歳	647	4.8	13.1	25.0	34.6	10.8	11.6
性年代	15～17歳 男性	145	16.6	37.2	26.2	0.0	0.0	20.0
	18～22歳 男性	195	8.7	18.5	27.7	27.7	0.0	17.4
	23～29歳 男性	227	7.9	14.1	22.9	29.5	15.4	10.1
	15～17歳 女性	348	10.1	52.6	28.7	0.0	0.0	8.6
	18～22歳 女性	385	4.7	19.5	42.6	25.2	0.0	8.1
	23～29歳 女性	420	3.1	12.6	26.2	37.4	8.3	12.4

（%）

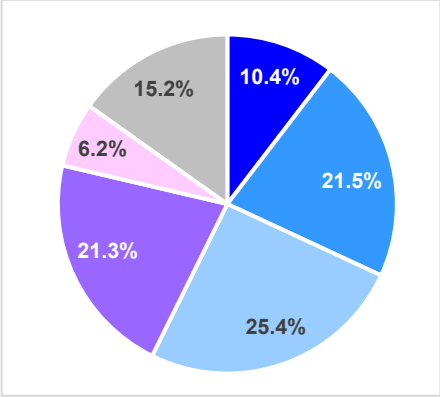
【性年代別】



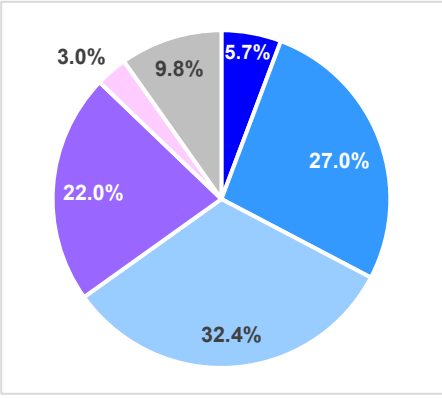
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

３．商品選択の基準

Q.あなたは、どのような基準で商品を選んでいますか？

©2024 PLANET, INC.

３．商品選択の基準

日常生活における一般消費財の利用について、商品選択の基準について調査した。

「品質が良い・効果を感じられる」、「コスパがよい」が上位

商品やサービス購入する際に選択の基準については全体的に、「品質が良い・効果を感じられる」が最も多い。次いで「コスパがよい」、「色・香り・デザインなどが洗練されている」「仲間やSNSで話題・はやっている」という順となっており、品質と効果が特に重視されているようである。また、若くなるにつれてコスパよりも品質と機能を求めていることがわかった。

【日用品】

最も重視されているのは、「品質が良い・効果を感じられる」であった。次いで「コスパがよい」、「色・香・デザインが洗練されている」と続く。

「仲間やSNSで話題・はやっている」は、オーラケアを除いて10%を超える結果となった。

【その他の日用品、健康・医薬品・医療用品】

最も重視されているのは、「品質が良い・効果を感じられる」であった。洗濯用品、フレグランスなどでは「色・香・デザインが洗練されている」も重視されているようだ。「仲間やSNSで話題・はやっている」は、洗濯用品とサニタリー用品を除いて、10%を超えている。

【化粧品・化粧小物】

最も重視されているのは、「品質が良い・効果を感じられる」であり、次いで[コスパがよい」となっている。

スキンケア、基礎化粧品、メイクアップ化粧品では、「仲間やSNSで話題・はやっている」が重視されており、UVケア、化粧小物では「色・香・デザインが洗練されている」が重視されている。スキンケアを含む化粧品カテゴリでは、SNSの影響も高いことがうかがえる。

©2024 PLANET, INC.

３．商品選択の基準

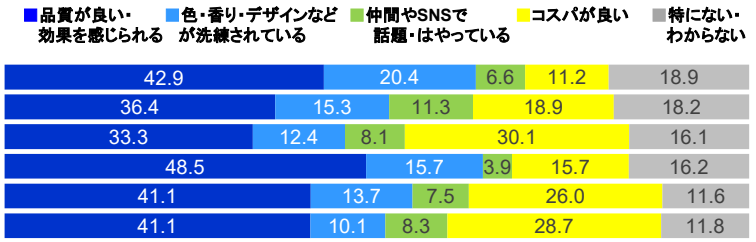
Q．あなたは、どのような基準で商品を選んでいますか。次にあげる【日用品】について、それぞれ、最も重視するものを選んでください。(SA)

（１）オーラルケア
（歯ブラシ、ハミガキ、洗口液など）

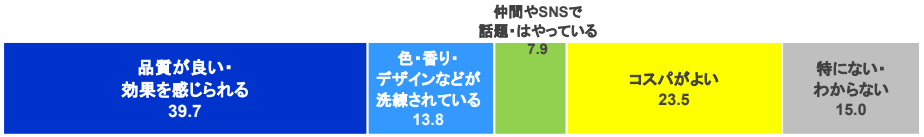
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1736	39.7	13.8	7.9	23.5	15.0
性別	男性	843	36.5	15.2	8.8	22.1	17.4
	女性	893	42.8	12.5	7.1	24.9	12.8
年齢	15～17歳	400	45.8	18.0	5.3	13.5	17.5
	18～22歳	567	38.8	14.5	9.3	22.6	14.8
	23～29歳	769	37.3	11.2	8.2	29.4	13.9
性年代	15～17歳 男性	196	42.9	20.4	6.6	11.2	18.9
	18～22歳 男性	275	36.4	15.3	11.3	18.9	18.2
	23～29歳 男性	372	33.3	12.4	8.1	30.1	16.1
	15～17歳 女性	204	48.5	15.7	3.9	15.7	16.2
	18～22歳 女性	292	41.1	13.7	7.5	26.0	11.6
	23～29歳 女性	397	41.1	10.1	8.3	28.7	11.8

【性年代別】

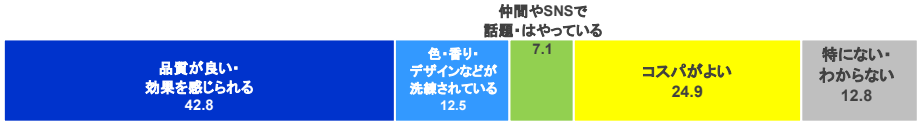


【全体】



【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.

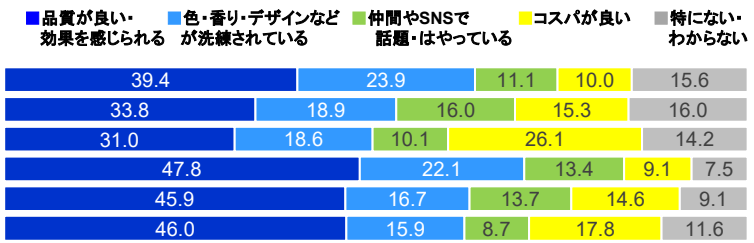
３．商品選択の基準

（２）ヘアケア
（シャンプー、トリートメント、頭皮ケアなど）

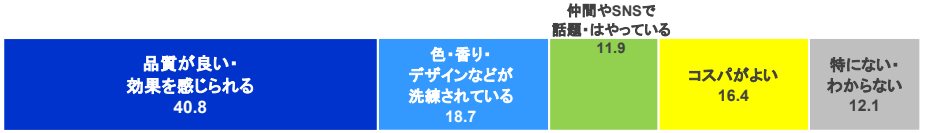
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1797	40.8	18.7	11.9	16.4	12.1
性別	男性	800	33.9	19.9	12.4	18.8	15.1
	女性	997	46.4	17.8	11.5	14.5	9.7
年齢	15～17歳	433	44.3	22.9	12.5	9.5	10.9
	18～22歳	604	40.4	17.7	14.7	14.9	12.3
	23～29歳	760	39.2	17.1	9.3	21.6	12.8
性年代	15～17歳 男性	180	39.4	23.9	11.1	10.0	15.6
	18～22歳 男性	275	33.8	18.9	16.0	15.3	16.0
	23～29歳 男性	345	31.0	18.6	10.1	26.1	14.2
	15～17歳 女性	253	47.8	22.1	13.4	9.1	7.5
	18～22歳 女性	329	45.9	16.7	13.7	14.6	9.1
	23～29歳 女性	415	46.0	15.9	8.7	17.8	11.6

【性年代別】



【全体】



【男性】

【女性】

©2024 PLANET, INC.

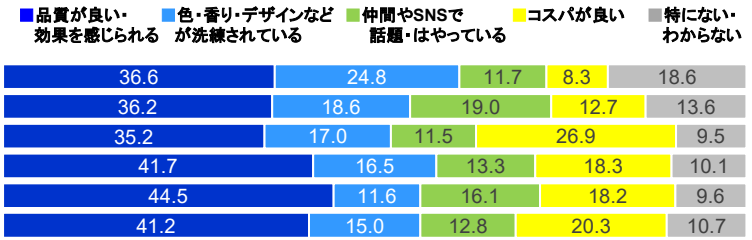
３．商品選択の基準

（３）ヘアメイク
（ヘアカラー、ヘアスプレー、スタイリング剤など）

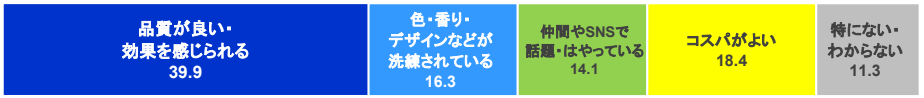
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1606	39.9	16.3	14.1	18.4	11.3
性別	男性	619	35.9	19.4	14.2	17.4	13.1
	女性	987	42.5	14.3	14.1	19.0	10.1
年齢	15～17歳	423	40.0	19.4	12.8	14.9	13.0
	18～22歳	556	41.2	14.4	17.3	16.0	11.2
	23～29歳	627	38.8	15.8	12.3	23.0	10.2
性年代	15～17歳 男性	145	36.6	24.8	11.7	8.3	18.6
	18～22歳 男性	221	36.2	18.6	19.0	12.7	13.6
	23～29歳 男性	253	35.2	17.0	11.5	26.9	9.5
	15～17歳 女性	278	41.7	16.5	13.3	18.3	10.1
	18～22歳 女性	335	44.5	11.6	16.1	18.2	9.6
	23～29歳 女性	374	41.2	15.0	12.8	20.3	10.7

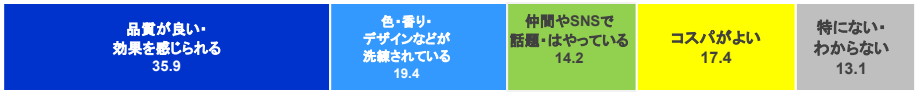
【性年代別】



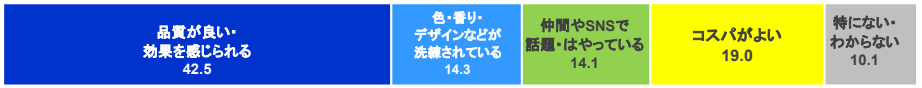
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

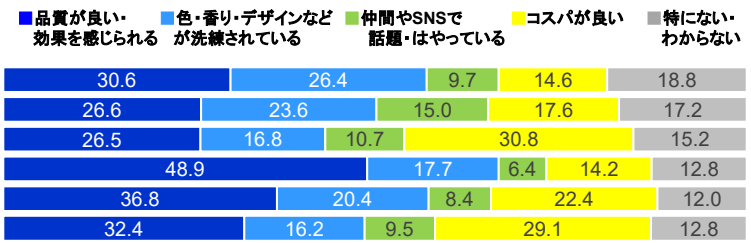
３．商品選択の基準

（４）ボディウオッシュ
（ボディソープ、石鹸、入浴剤など）

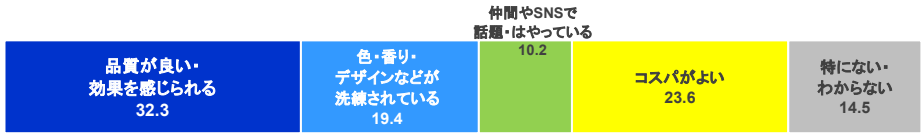
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1454	32.3	19.4	10.2	23.6	14.5
性別	男性	705	27.4	21.0	11.9	23.1	16.6
	女性	749	37.0	17.9	8.5	24.0	12.6
年齢	15～17歳	285	39.6	22.1	8.1	14.4	15.8
	18～22歳	483	31.9	21.9	11.6	20.1	14.5
	23～29歳	686	29.6	16.5	10.1	29.9	14.0
性年代	15～17歳 男性	144	30.6	26.4	9.7	14.6	18.8
	18～22歳 男性	233	26.6	23.6	15.0	17.6	17.2
	23～29歳 男性	328	26.5	16.8	10.7	30.8	15.2
	15～17歳 女性	141	48.9	17.7	6.4	14.2	12.8
	18～22歳 女性	250	36.8	20.4	8.4	22.4	12.0
	23～29歳 女性	358	32.4	16.2	9.5	29.1	12.8

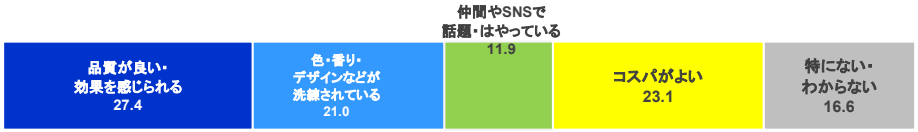
【性年代別】



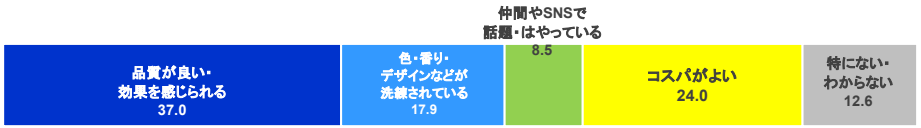
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

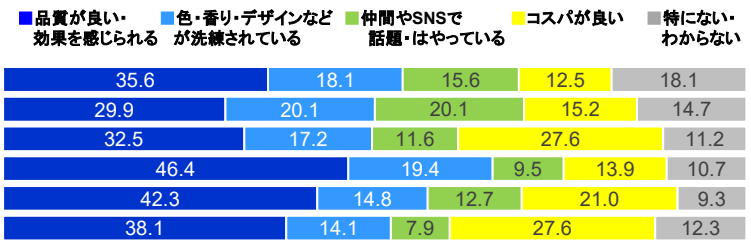
３．商品選択の基準

（５）ボディケア
（ボディクリーム、ハンドクリーム、脱毛用品など）

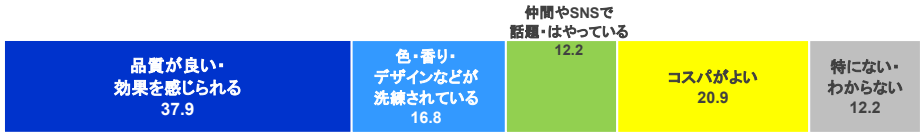
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1619	37.9	16.8	12.2	20.9	12.2
性別	男性	652	32.4	18.4	15.5	19.6	14.1
	女性	967	41.7	15.7	9.9	21.8	10.9
年齢	15～17歳	412	42.2	18.9	11.9	13.3	13.6
	18～22歳	548	37.2	17.0	15.7	18.6	11.5
	23～29歳	659	35.8	15.3	9.4	27.6	11.8
性年代	15～17歳 男性	160	35.6	18.1	15.6	12.5	18.1
	18～22歳 男性	224	29.9	20.1	20.1	15.2	14.7
	23～29歳 男性	268	32.5	17.2	11.6	27.6	11.2
	15～17歳 女性	252	46.4	19.4	9.5	13.9	10.7
	18～22歳 女性	324	42.3	14.8	12.7	21.0	9.3
	23～29歳 女性	391	38.1	14.1	7.9	27.6	12.3

【性年代別】

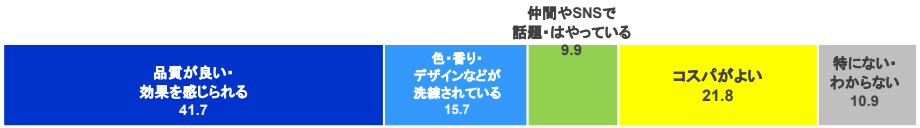


【全体】



【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.

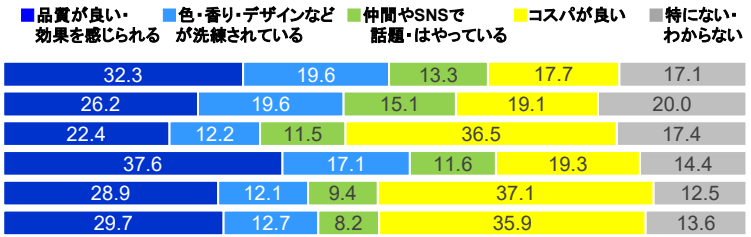
３．商品選択の基準

（６）衛生用品
（ティッシュペーパー、マスクなど）

（%）

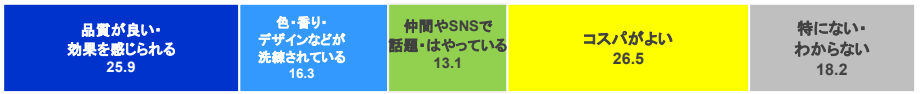
		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1478	28.8	14.8	11.1	29.7	15.6
性別	男性	687	25.9	16.3	13.1	26.5	18.2
	女性	791	31.2	13.5	9.4	32.5	13.4
年齢	15～17歳	339	35.1	18.3	12.4	18.6	15.6
	18～22歳	481	27.7	15.6	12.1	28.7	16.0
	23～29歳	658	26.3	12.5	9.7	36.2	15.3
性年代	15～17歳 男性	158	32.3	19.6	13.3	17.7	17.1
	18～22歳 男性	225	26.2	19.6	15.1	19.1	20.0
	23～29歳 男性	304	22.4	12.2	11.5	36.5	17.4
	15～17歳 女性	181	37.6	17.1	11.6	19.3	14.4
	18～22歳 女性	256	28.9	12.1	9.4	37.1	12.5
	23～29歳 女性	354	29.7	12.7	8.2	35.9	13.6

【性年代別】



【全体】

【男性】



【女性】

©2024 PLANET, INC.

３．商品選択の基準

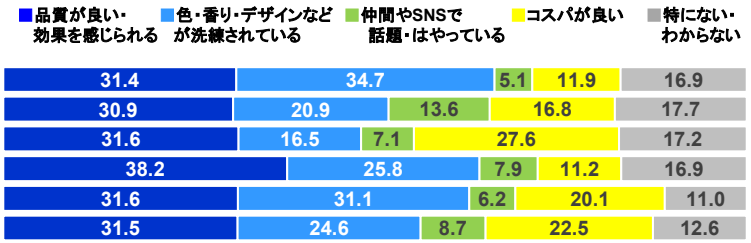
Q．あなたは、どのような基準で商品を選んでいますか。次にあげる【その他の日用品、健康・医薬品・医療用品】について、それぞれ、最も重視するものを選んでください。(SA)

（１）洗濯用品
（洗剤、柔軟剤、漂白剤など）

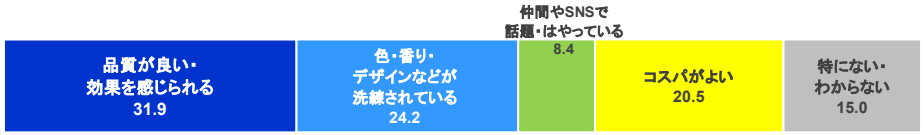
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1266	31.9	24.2	8.4	20.5	15.0
性別	男性	635	31.3	21.4	9.0	20.9	17.3
	女性	631	32.5	26.9	7.8	20.1	12.7
年齢	15～17歳	207	34.3	30.9	6.3	11.6	16.9
	18～22歳	429	31.2	25.9	10.0	18.4	14.5
	23～29歳	630	31.6	20.8	7.9	24.9	14.8
性年代	15～17歳 男性	118	31.4	34.7	5.1	11.9	16.9
	18～22歳 男性	220	30.9	20.9	13.6	16.8	17.7
	23～29歳 男性	297	31.6	16.5	7.1	27.6	17.2
	15～17歳 女性	89	38.2	25.8	7.9	11.2	16.9
	18～22歳 女性	209	31.6	31.1	6.2	20.1	11.0
	23～29歳 女性	333	31.5	24.6	8.7	22.5	12.6

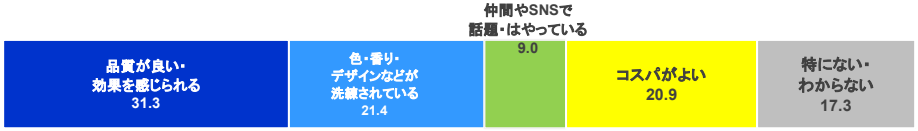
【性年代別】



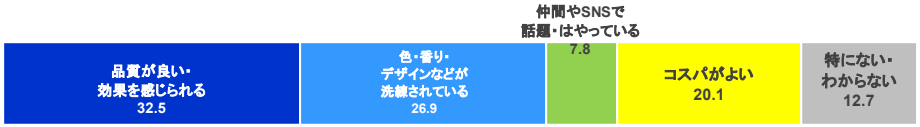
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

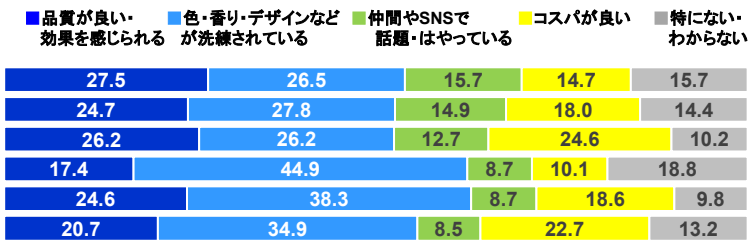
３．商品選択の基準

（２）フレグランス
（玄関、トイレ、リビングなど）

（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1087	23.7	32.1	11.3	20.1	12.8
性別	男性	540	25.9	26.9	14.1	20.4	12.8
	女性	547	21.6	37.3	8.6	19.7	12.8
年齢	15～17歳	171	23.4	33.9	12.9	12.9	17.0
	18～22歳	377	24.7	32.9	11.9	18.3	12.2
	23～29歳	539	23.2	31.0	10.4	23.6	11.9
性年代	15～17歳 男性	102	27.5	26.5	15.7	14.7	15.7
	18～22歳 男性	194	24.7	27.8	14.9	18.0	14.4
	23～29歳 男性	244	26.2	26.2	12.7	24.6	10.2
	15～17歳 女性	69	17.4	44.9	8.7	10.1	18.8
	18～22歳 女性	183	24.6	38.3	8.7	18.6	9.8
	23～29歳 女性	295	20.7	34.9	8.5	22.7	13.2

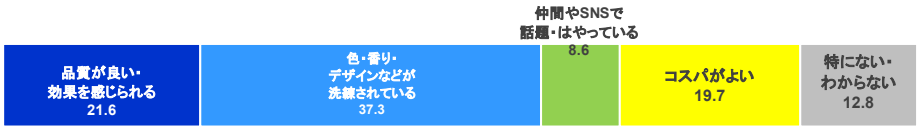
【性年代別】



【全体】

【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.

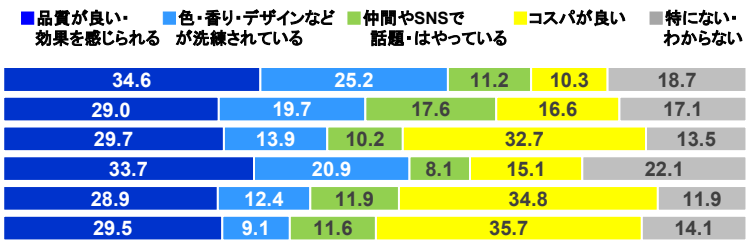
３．商品選択の基準

（3）日用雑貨
（防虫剤、カイロ、掃除用品など）

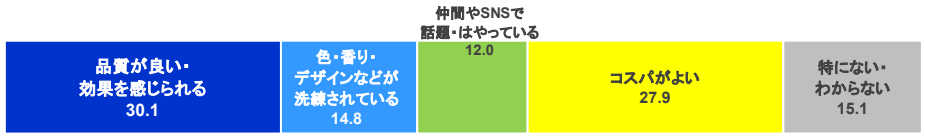
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1172	30.1	14.8	12.0	27.9	15.1
性別	男性	566	30.4	18.0	12.9	23.0	15.7
	女性	606	29.9	11.9	11.2	32.5	14.5
年齢	15～17歳	193	34.2	23.3	9.8	12.4	20.2
	18～22歳	394	28.9	16.0	14.7	25.9	14.5
	23～29歳	585	29.6	11.3	10.9	34.4	13.8
性年代	15～17歳 男性	107	34.6	25.2	11.2	10.3	18.7
	18～22歳 男性	193	29.0	19.7	17.6	16.6	17.1
	23～29歳 男性	266	29.7	13.9	10.2	32.7	13.5
	15～17歳 女性	86	33.7	20.9	8.1	15.1	22.1
	18～22歳 女性	201	28.9	12.4	11.9	34.8	11.9
	23～29歳 女性	319	29.5	9.1	11.6	35.7	14.1

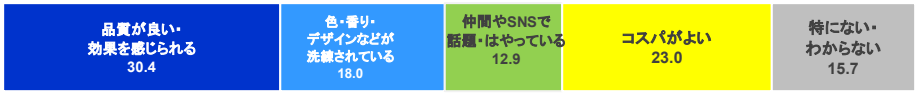
【性年代別】



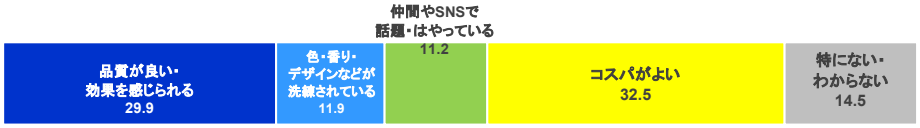
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

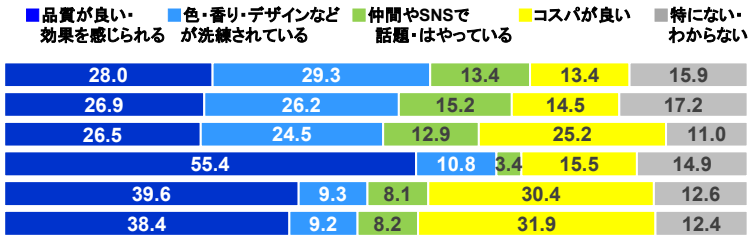
３．商品選択の基準

（４）サニタリー用品（生理用品など）

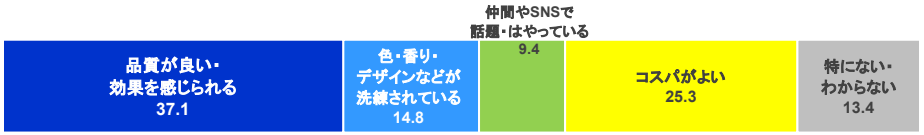
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1204	37.1	14.8	9.4	25.3	13.4
性別	男性	382	27.0	26.2	13.9	18.6	14.4
	女性	822	41.8	9.5	7.3	28.5	12.9
年齢	15～17歳	230	45.7	17.4	7.0	14.8	15.2
	18～22歳	415	35.2	15.2	10.6	24.8	14.2
	23～29歳	559	35.1	13.4	9.5	30.1	12.0
性年代	15～17歳 男性	82	28.0	29.3	13.4	13.4	15.9
	18～22歳 男性	145	26.9	26.2	15.2	14.5	17.2
	23～29歳 男性	155	26.5	24.5	12.9	25.2	11.0
	15～17歳 女性	148	55.4	10.8	3.4	15.5	14.9
	18～22歳 女性	270	39.6	9.3	8.1	30.4	12.6
	23～29歳 女性	404	38.4	9.2	8.2	31.9	12.4

【性年代別】

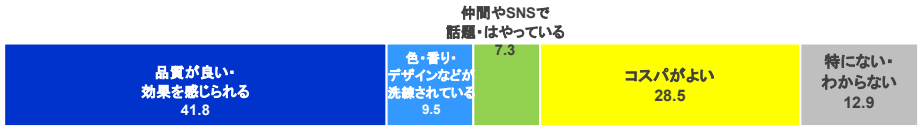


【全体】



【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.

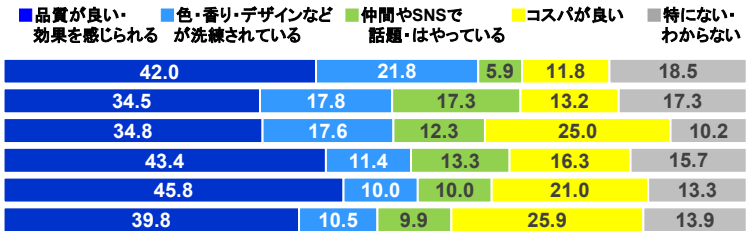
３．商品選択の基準

（５）医薬品・医療用品
（ビタミン剤、コンタクトケア用品など）

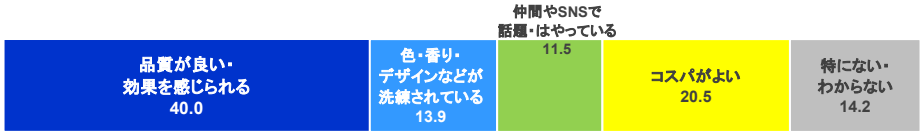
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1349	40.0	13.9	11.5	20.5	14.2
性別	男性	560	36.3	18.6	12.7	18.0	14.5
	女性	789	42.6	10.5	10.6	22.2	14.1
年齢	15～17歳	285	42.8	15.8	10.2	14.4	16.8
	18～22歳	468	41.0	13.2	13.0	17.7	15.0
	23～29歳	596	37.8	13.4	10.9	25.5	12.4
性年代	15～17歳 男性	119	42.0	21.8	5.9	11.8	18.5
	18～22歳 男性	197	34.5	17.8	17.3	13.2	17.3
	23～29歳 男性	244	34.8	17.6	12.3	25.0	10.2
	15～17歳 女性	166	43.4	11.4	13.3	16.3	15.7
	18～22歳 女性	271	45.8	10.0	10.0	21.0	13.3
	23～29歳 女性	352	39.8	10.5	9.9	25.9	13.9

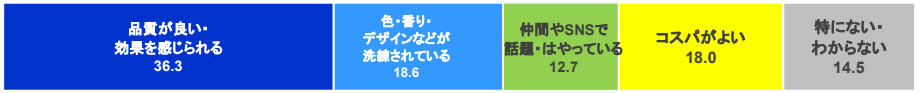
【性年代別】



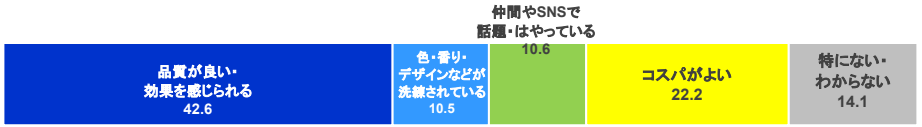
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

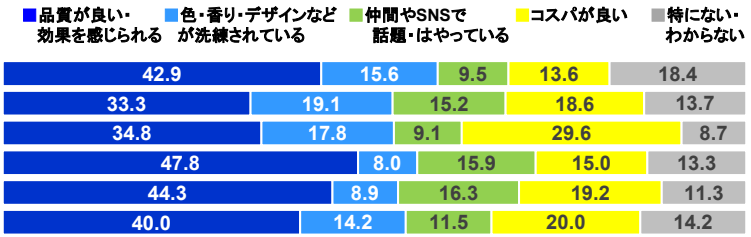
３．商品選択の基準

（６）健康補助食品
（サプリメント、ダイエット食品、プロテインなど）

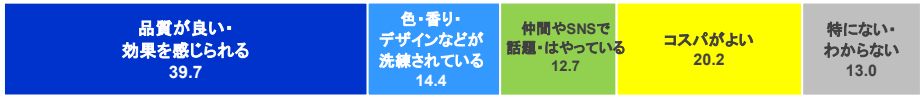
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1157	39.7	14.4	12.7	20.2	13.0
性別	男性	581	36.3	17.7	11.4	21.7	12.9
	女性	576	43.1	11.1	14.1	18.8	13.0
年齢	15～17歳	260	45.0	12.3	12.3	14.2	16.2
	18～22歳	407	38.8	14.0	15.7	18.9	12.5
	23～29歳	490	37.6	15.9	10.4	24.5	11.6
性年代	15～17歳 男性	147	42.9	15.6	9.5	13.6	18.4
	18～22歳 男性	204	33.3	19.1	15.2	18.6	13.7
	23～29歳 男性	230	34.8	17.8	9.1	29.6	8.7
	15～17歳 女性	113	47.8	8.0	15.9	15.0	13.3
	18～22歳 女性	203	44.3	8.9	16.3	19.2	11.3
	23～29歳 女性	260	40.0	14.2	11.5	20.0	14.2

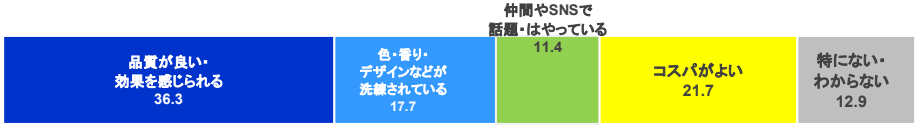
【性年代別】



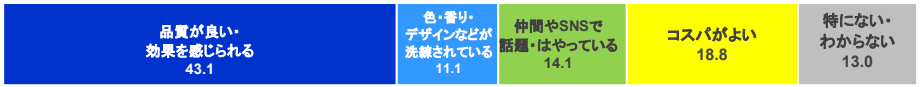
【全体】



【男性】



【女性】



©2024 PLANET, INC.

３．商品選択の基準

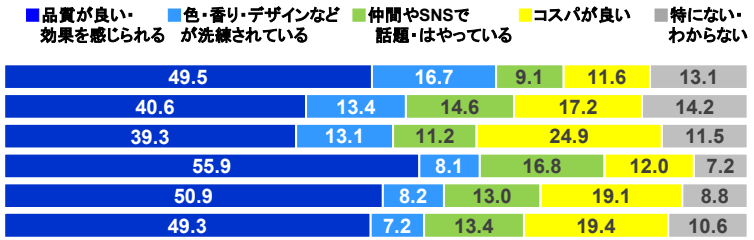
Q．あなたは、どのような基準で商品を選んでいますか。次にあげる【化粧品・美容小物】について、それぞれ、最も重視するものを選んでください。(SA)

（１）スキンケア
（クレンジング、洗顔料、フェイスマスクなど）

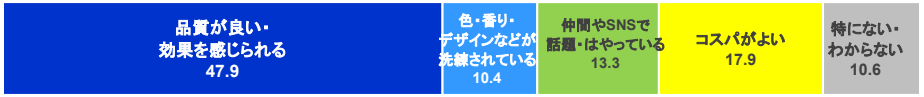
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1922	47.9	10.4	13.3	17.9	10.6
性別	男性	780	42.3	14.1	11.8	19.0	12.8
	女性	1142	51.8	7.8	14.3	17.2	9.0
年齢	15～17歳	531	53.5	11.3	13.9	11.9	9.4
	18～22歳	638	46.7	10.3	13.6	18.3	11.0
	23～29歳	753	45.0	9.7	12.5	21.8	11.0
性年代	15～17歳 男性	198	49.5	16.7	9.1	11.6	13.1
	18～22歳 男性	261	40.6	13.4	14.6	17.2	14.2
	23～29歳 男性	321	39.3	13.1	11.2	24.9	11.5
	15～17歳 女性	333	55.9	8.1	16.8	12.0	7.2
	18～22歳 女性	377	50.9	8.2	13.0	19.1	8.8
	23～29歳 女性	432	49.3	7.2	13.4	19.4	10.6

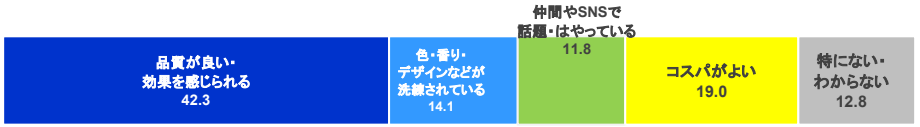
【性年代別】



【全体】



【男性】



【女性】

©2024 PLANET, INC.

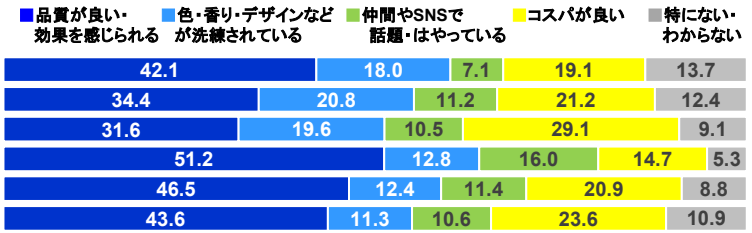
３．商品選択の基準

（２）UVケア
（制汗剤、汗拭きシート、日焼け止めなど）

（%）

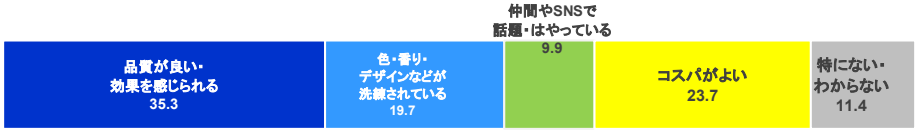
		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1936	42.6	14.9	11.6	21.3	9.6
性別	男性	717	35.3	19.7	9.9	23.7	11.4
	女性	1219	46.9	12.1	12.6	19.9	8.4
年齢	15～17歳	558	48.2	14.5	13.1	16.1	8.1
	18～22歳	670	41.8	15.7	11.3	21.0	10.1
	23～29歳	708	39.0	14.5	10.6	25.7	10.2
性年代	15～17歳 男性	183	42.1	18.0	7.1	19.1	13.7
	18～22歳 男性	259	34.4	20.8	11.2	21.2	12.4
	23～29歳 男性	275	31.6	19.6	10.5	29.1	9.1
	15～17歳 女性	375	51.2	12.8	16.0	14.7	5.3
	18～22歳 女性	411	46.5	12.4	11.4	20.9	8.8
	23～29歳 女性	433	43.6	11.3	10.6	23.6	10.9

【性年代別】



【全体】

【男性】



【女性】

©2024 PLANET, INC.

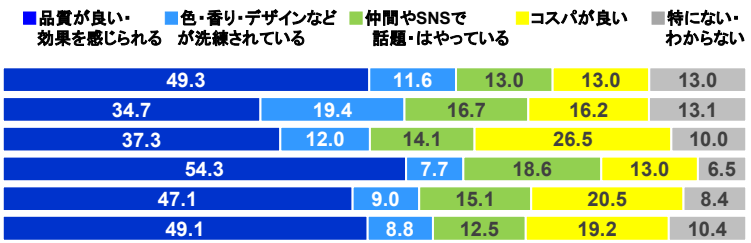
３．商品選択の基準

（３）基礎化粧品
（化粧水、ファンデーション、乳液・美容液など）

（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1779	46.2	10.6	15.0	18.4	9.7
性別	男性	617	39.2	14.6	14.7	19.6	11.8
	女性	1162	49.9	8.5	15.1	17.8	8.6
年齢	15～17歳	485	52.8	8.9	16.9	13.0	8.5
	18～22歳	613	42.6	12.7	15.7	18.9	10.1
	23～29歳	681	44.8	10.0	13.1	21.9	10.3
性年代	15～17歳 男性	146	49.3	11.6	13.0	13.0	13.0
	18～22歳 男性	222	34.7	19.4	16.7	16.2	13.1
	23～29歳 男性	249	37.3	12.0	14.1	26.5	10.0
	15～17歳 女性	339	54.3	7.7	18.6	13.0	6.5
	18～22歳 女性	391	47.1	9.0	15.1	20.5	8.4
	23～29歳 女性	432	49.1	8.8	12.5	19.2	10.4

【性年代別】



【全体】

【男性】

【女性】

©2024 PLANET, INC.

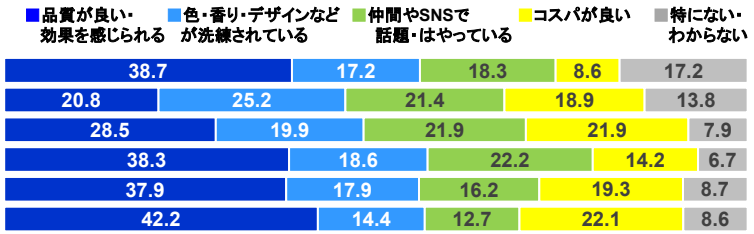
３．商品選択の基準

（４）メイクアップ化粧品
（口紅、アイシャドウ、ネイルケアなど）

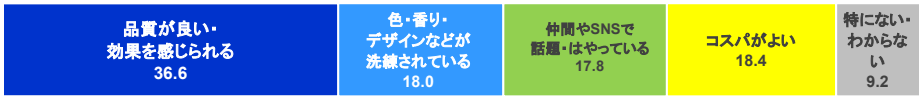
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1594	36.6	18.0	17.8	18.4	9.2
性別	男性	403	27.8	21.3	20.8	17.6	12.4
	女性	1191	39.5	16.9	16.8	18.7	8.1
年齢	15～17歳	453	38.4	18.3	21.4	13.0	8.8
	18～22歳	573	33.2	19.9	17.6	19.2	10.1
	23～29歳	568	38.6	15.8	15.1	22.0	8.5
性年代	15～17歳 男性	93	38.7	17.2	18.3	8.6	17.2
	18～22歳 男性	159	20.8	25.2	21.4	18.9	13.8
	23～29歳 男性	151	28.5	19.9	21.9	21.9	7.9
	15～17歳 女性	360	38.3	18.6	22.2	14.2	6.7
	18～22歳 女性	414	37.9	17.9	16.2	19.3	8.7
	23～29歳 女性	417	42.2	14.4	12.7	22.1	8.6

【性年代別】

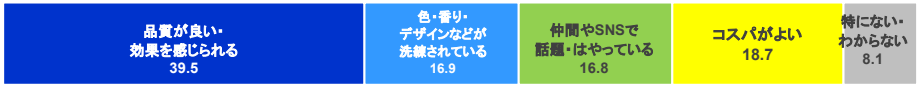


【全体】



【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.

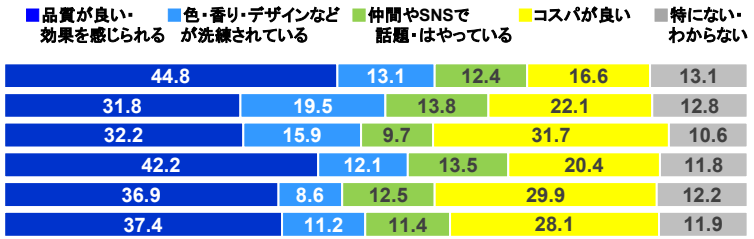
３．商品選択の基準

（５）美容小物（メイクブラシ、くし、カミソリなど）

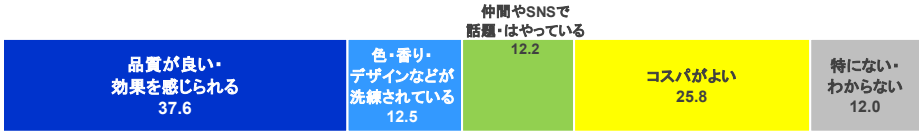
（%）

		合計	品質が良い・効果を感じられる	色・香り・デザインなどが洗練されている	仲間やSNSで話題・はやっている	コスパがよい	特にない・わからない
全体		1720	37.6	12.5	12.2	25.8	12.0
性別	男性	567	35.3	16.4	11.8	24.5	12.0
	女性	1153	38.7	10.6	12.4	26.4	12.0
年齢	15～17歳	493	43.0	12.4	13.2	19.3	12.2
	18～22歳	580	35.2	12.2	12.9	27.2	12.4
	23～29歳	647	35.5	12.8	10.8	29.4	11.4
性年代	15～17歳 男性	145	44.8	13.1	12.4	16.6	13.1
	18～22歳 男性	195	31.8	19.5	13.8	22.1	12.8
	23～29歳 男性	227	32.2	15.9	9.7	31.7	10.6
	15～17歳 女性	348	42.2	12.1	13.5	20.4	11.8
	18～22歳 女性	385	36.9	8.6	12.5	29.9	12.2
	23～29歳 女性	420	37.4	11.2	11.4	28.1	11.9

【性年代別】

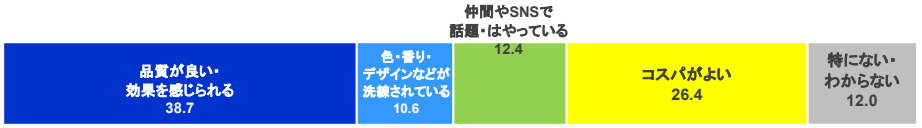


【全体】



【男性】

【女性】



©2024 PLANET, INC.