

“美を創造し、演出する”シーボンが全国2,113名の働く女性に聞きました 働く女性の2人に1人がスキンケアサロンに行ったことがあることが判明！ 通勤ストレスを化粧品の購入で解消か？

第2回 働く女性に関する意識調査

化粧品メーカーの(株)シーボン(東証一部上場)は、“美を創造し、演出する”という企業理念のもと、女性が自分らしく輝ける生き方を応援しています。この度、3月の婦人運動月間に合わせて「第2回 働く女性に関する意識調査」を、全国の20～60代の働く女性2,113名に対して実施しました。

第2回 働く女性に関する意識調査

□調査期間:2019年2月23日～25日 □調査対象:2,113名(全国の20～60代、有職者の女性) □調査方法:インターネット調査
本資料の内容を転載引用する場合は「株式会社シーボン調べ」と明記してください。

TOPIC① 働く女性の54.5%が「スキンケアサロンに行ったことがある」と回答 きっかけは、「プライベートを充実させたい」という思いから

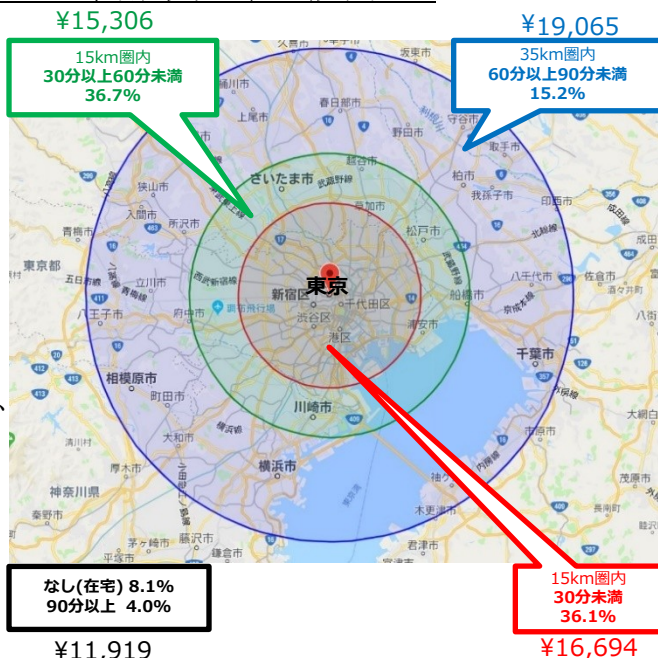
スキンケアサロン(お肌のお手入れを中心としたエステサロンなど)に行ったことがあるかを質問したところ、全体の54.5%が「ある」と回答しました。また、スキンケアサロンに行こうと思ったきっかけについては、「自分に合うスキンケアがない」が第1位で26.3%でした。ひとりひとりの肌悩みに合ったカウンセリングを求めて、スキンケアサロンを訪れる女性が多いようです。

次に多かったのは、「恋をした・その他きれいになりたい気持ちになった」「結婚式・同窓会・参観日への出席」「結婚を控えて」のプライベート理由の合計が35%でした。これは「転職を考えていた」「商談・プレゼン前」といったビジネス理由よりも大きく上回っています。プライベートの充実が働く女性のモチベーションにつながっているようです。

TOPIC② 通勤時間が長い女性ほど、化粧品の衝動買いする傾向あり

スキンケアサロンに行った目的を通勤時間別に聞いたところ、「お肌のお手入れ」に次いで「自分へのご褒美」「ストレス解消」と回答した人が多く、特に通勤時間が90分以上と長い女性ほどその割合が高くなりました。長い通勤時間は仕事に加えてストレスになるようで、スキンケアサロンがその解消の一助になっているようです。

また、自分へのご褒美や衝動買いで購入したスキンケア金額を質問したところ、通勤時間60分以上90分未満の方の平均購入金額が19,065円と、最も高額でした。この金額は、日本人女性がスキンケアにかかる年間金額の約2倍にあたります。(9,598円 総務省統計局2017年調べ)



TOPIC①

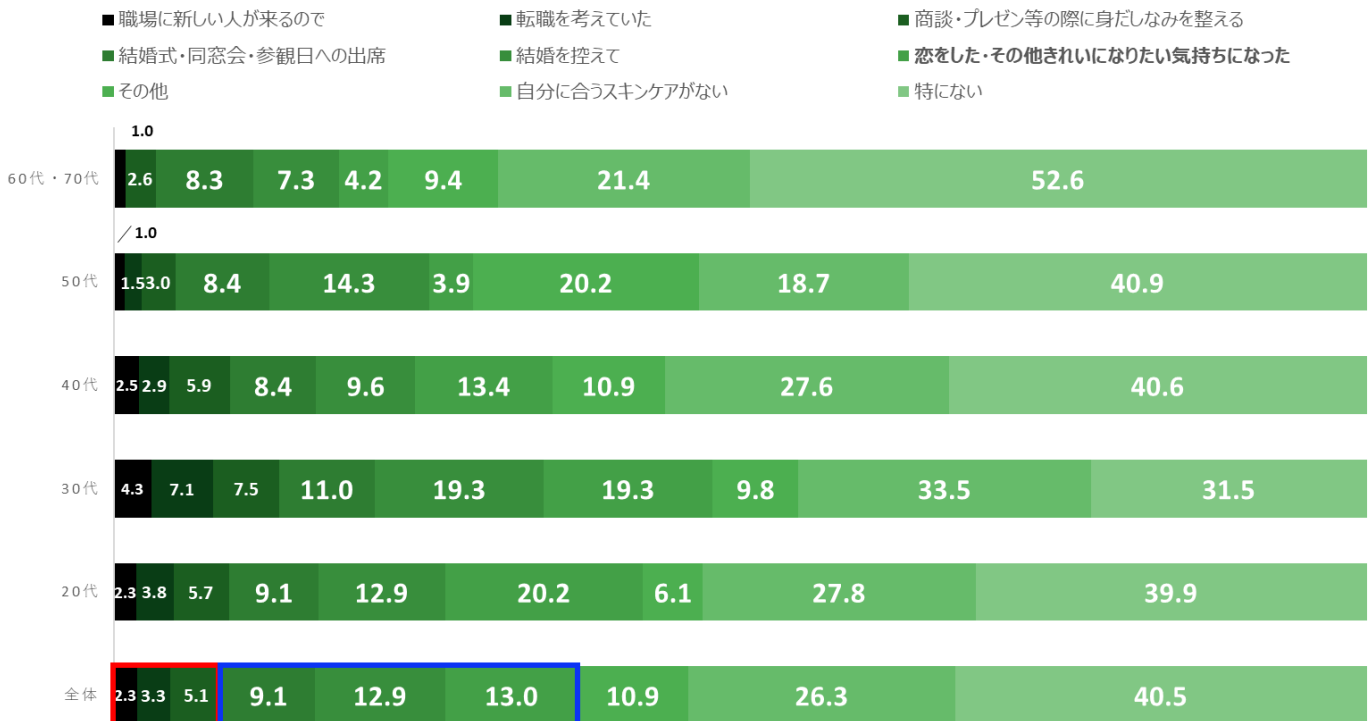
働く女性の54.5%が「スキンケアサロンに行ったことがある」と回答

きっかけは、「プライベートを充実させたい」という思いから

スキンケアサロン（お肌のお手入れを中心としたエステサロンなど）に行ったことがあるかの質問に、全体の54.5%が「ある」と回答し、働く女性にとってスキンケアサロンが身近な存在であることが伺えます。

また、スキンケアサロンに行こうと思ったきっかけを聞いたところ、「自分に合うスキンケアがない」が26.3%と自分の肌を知りたい、現状のスキンケアに不満があるなど、スキンケアサロンにカウンセリング機能を求めて来店している人が多いようです。次に多かったのは、「恋をした・その他きれいになりたい気持ちになった」「結婚式・同窓会・参観日への出席」「結婚を控えて」のプライベート理由の合計が35%でした。これは「転職を考えていた」「商談・プレゼン前」といったビジネス理由よりも大きく上回っています。プライベートの充実が働く女性のモチベーションにつながっているようです。（下記グラフ参照）

Q. スキンケアサロンに行こうと思った「きっかけ」は何ですか？（複数回答）



スキンケアサロンで利用したいメニューを聞いたところ、「顔のマッサージ」「肌チェック」「顔のパック」の順に多い結果となりました。20代・30代では「肌悩みへのアドバイス」が全体の回答率を上回り、他の年代よりもスキンケアに対する悩みや迷いを抱えていることが伺えます。

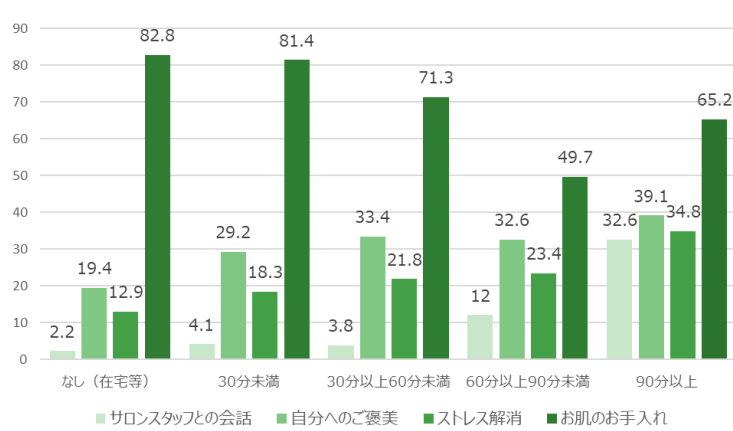
Q. スキンケアサロンで利用したいメニューをお選びください（複数回答）

メニュー	全体	20代	30代	40代	50代	60代・70代
顔のマッサージ	57.8%	44.8%	58.1%	63.2%	65.9%	59.9%
肌チェック	45.8%	47.8%	52.1%	50.6%	42.1%	34.3%
顔のパック	40.3%	35.0%	44.3%	45.6%	41.8%	35.2%
肌悩みへのアドバイス	36.0%	40.7%	41.7%	34.5%	33.4%	27.8%
ボディマッサージ	33.0%	34.8%	38.3%	35.7%	33.4%	21.7%
洗顔	23.6%	29.7%	28.6%	25.1%	19.0%	13.5%
今後のお手入れプランの提案	19.0%	18.7%	21.4%	16.7%	21.9%	16.5%
特にない	14.6%	24.0%	13.5%	7.0%	11.3%	15.9%
最適商品の提案	10.2%	11.5%	12.0%	9.4%	9.6%	8.0%
LINE等のアフターフォロー	3.9%	4.1%	6.0%	3.2%	2.9%	2.8%
その他	0.4%	0.5%	0.3%	0.6%	0.3%	0.3%

TOPIC②

通勤時間が長い女性ほど、化粧品を衝動買いする傾向あり

Q.通勤時間別スキンケアサロンに行った目的

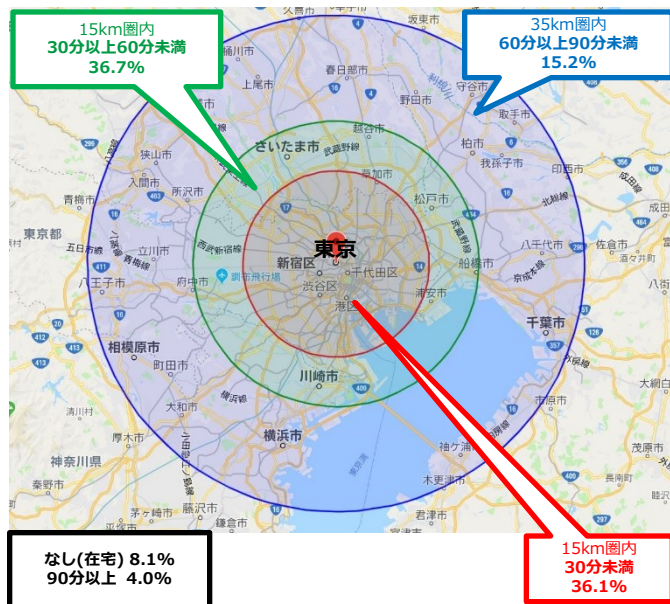


Q.通勤時間別自分へのご褒美で購入したスキンケア製品の最高額

通勤時間	%	平均金額
なし(在宅等)	8.1%	¥11,919
30分未満	36.1%	¥16,694
30分以上60分未満	36.7%	¥15,306
60分以上90分未満	15.2%	¥19,065
90分以上	4.0%	¥15,268

Q.通勤時間別スキンケアサロンに行った場所

通勤時間	%	勤務先近くの オフィス街	勤務地近くの 駅前	自宅近くの 住宅街	自宅近くの 駅前	勤務先・自宅近く ではない駅前	勤務先・自宅近く ではない 駅前ではないところ
なし(在宅等)	8.1%	6.5%	3.2%	19.4%	11.8%	30.1%	25.8%
30分未満	36.1%	9.2%	7.7%	19.0%	12.5%	24.6%	23.4%
30分以上60分未満	36.7%	13.0%	16.1%	14.7%	10.7%	20.1%	10.7%
60分以上90分未満	15.2%	10.3%	8.0%	13.1%	13.1%	22.9%	4.6%
90分以上	4.0%	28.2%	4.3%	13.0%	17.4%	13.0%	10.9%
計	100.0%	11.3%	10.3%	16.3%	12.1%	22.7%	15.6%



通勤時間別スキンケアサロンに行った目的を複数回答で聞いたところ、全体数では「お肌のお手入れ」が最多回答となり、通勤時間が短いほど数字が伸びています。一方、「サロンスタッフとの会話」「自分へのご褒美」「ストレス解消」の項目では通勤時間が長いほど数字が伸びており、特別感のあるスキンケアサロンに行く傾向にあるようです。通勤ストレスは時間がかかるほど増え、ご褒美やサロンスタッフとの会話でもストレス解消になり、働き続けるモチベーションツールとしてスキンケアサロンがあがるといえます。

また、自分へのご褒美で購入したスキンケア金額を質問したところ、通勤時間60分以上90分未満の方の平均購入金額が19,065円と最高額でした。この金額は日本人女性がスキンケアにかかる年間平均額の約2倍※1にあたり、通勤時間が長い人ほどご褒美や衝動買いが高額になる結果となりました。

※1 総務省統計局

2人に1人がスキンケアサロンを利用したことがあるということから、働く女性にとってスキンケアサロンが身近であるといえます。今後も、化粧品の製造・販売に加え、サロンでのアフターケアを提供する化粧品メーカーとして、お客様にキレイになる喜びや夢を提供してまいります。

<参考>

肌カウンセリングシステム「ビューティログアドバイザー®」

シーボンでは、カウンセリング力の強化を図るため、肌カウンセリングシステム「ビューティログアドバイザー®」を導入しています。サロンケア前後の肌データを測定し、年齢やライフスタイルなどのカウンセリング状況とあわせて、パーソナルデータとして継続的に保存。肌のプロであるフェイシャリスト®が総合的に分析を行い、その時々に合わせて最適な化粧品やスキンケアを提案するためのシステムです。

- 肌撮影機エピスキャンで肌画像(モノクロ・ホワイต์・ブルー)を取得。肉眼では見えにくい肌トラブルを発見することができる
- アップカメラで皮膚表面の状態を拡大して、毛穴や赤み・シミ(色素沈着)などの状態を確認できる
- 肌のキメのレプリカを採取。キメ密度・乾燥や毛穴の状態などの情報を読み取り、肌質や肌状態を見極める
- 毛穴・明るさ・シミ(色素沈着)・シワの状態の解析を実施。数値化し、定量的に記録判断できる
- 解析された毛穴・シミ(色素沈着)・シワの色の濃淡に強弱をつけたイメージ画像をもとにシミュレーションを行うことで、印象の変化が確認できる

※「ビューティログアドバイザー」、 「フェイシャリスト」は、株式会社シーボンの商標登録です。

「化粧品」×「サロンケア」体験してみませんか？ トライアルプラン実施中

シーボンが初めての方に、化粧品と本格的なフェイシャルケアを、全国のシーボン・フェイシャリストサロンでお試しいただけるトライアルプランを1,500円でご用意しています。

2019年1月1日(火)～3月31日(日)まではこのトライアルプランを期間限定価格500円で実施中。

詳細は、下記キャンペーンページをご確認ください。

<https://www.cbon.co.jp/campaign/index3.html>



画面イメージ

エピスキャン



【シーボンについて】

化粧品、医薬部外品等製造販売の株式会社シーボン(本店:東京都港区六本木七丁目18番12号/資本金:4億8,074万円/代表取締役兼執行役員社長:金子靖代/証券コード:4926)は、シーボン・フェイシャリストサロン(会員制/直営106店舗、代理店4店舗)(※)を中心に化粧品販売やアフターサービスを提供している化粧品メーカーです。「美を創造し、演出する」という理念に基づき、「お客様の肌に最後まで責任を持つ」という想いから、化粧品販売に加え、化粧品の購入金額に応じて、フェイシャルマッサージなどのアフターサービスを提供する独自のビューティシステムを採用しています。

(※)店舗数は2019年3月20日現在

【会社概要】株式会社シーボン(東京証券取引所市場第一部/証券コード:4926) / 化粧品、医薬部外品等製造販売
本店:東京都港区六本木七丁目18番12号/資本金:4億8,074万円/代表取締役兼執行役員社長:金子靖代

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社シーボン

〒216-8556 神奈川県川崎市宮前区菅生一丁目20番8号<シーボン パピリオン>

■広報担当 瀧川 朗子 pr@cbon.co.jp TEL 044-979-2397(直) FAX 044-979-2591

■IR担当 岸 真由子 ir@cbon.co.jp TEL 044-979-1620(直) FAX 044-979-2593