

MDBネットサーベイ

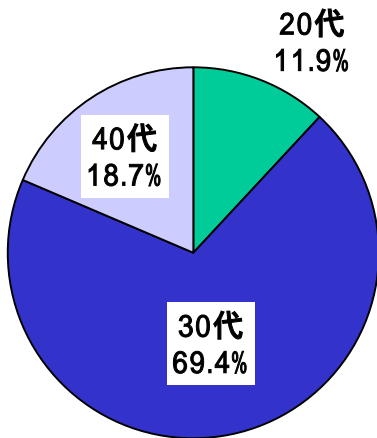
子ども用化粧品（キッズコスメ）に関する 調査報告書

< 調査結果報告（抜粋） >

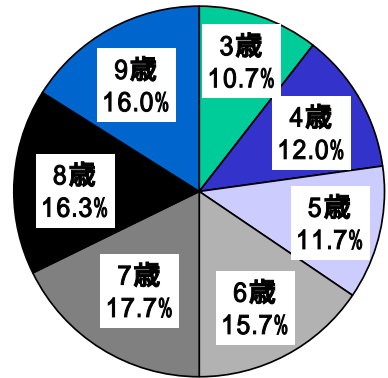
2003年9月

株式会社 日本能率協会総合研究所
マーケティングデータバンク

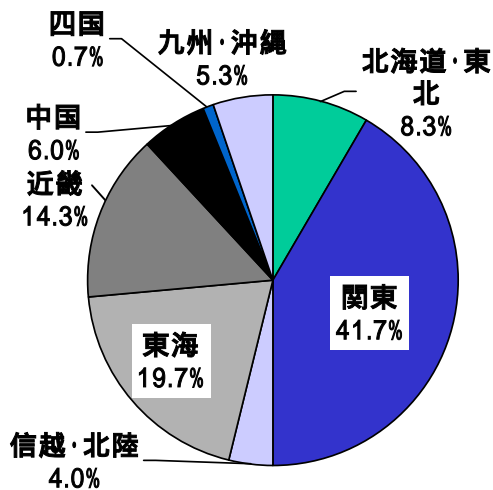
F 1 . 親の年齢 (n=300)



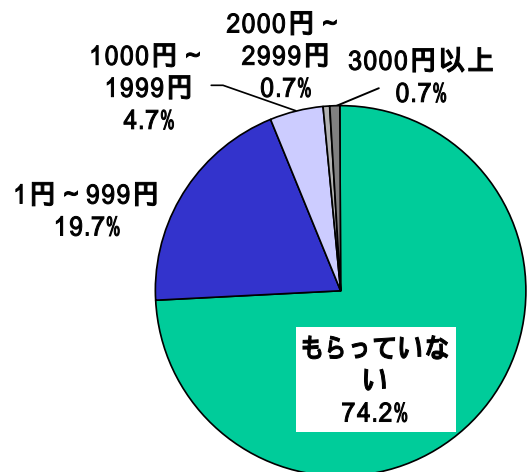
Q 3 . 子どもの年齢 (n=300)



F 2 . 居住地域 (n=300)



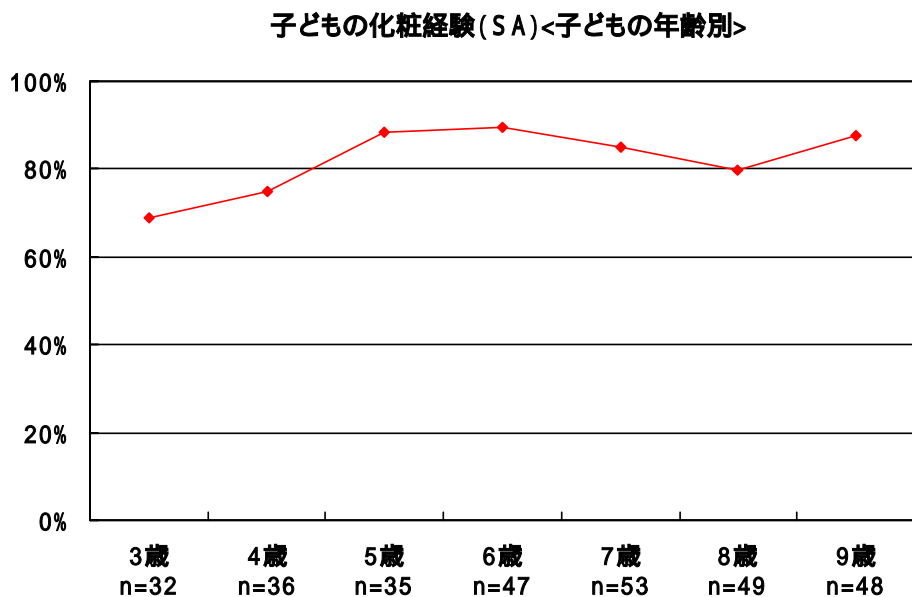
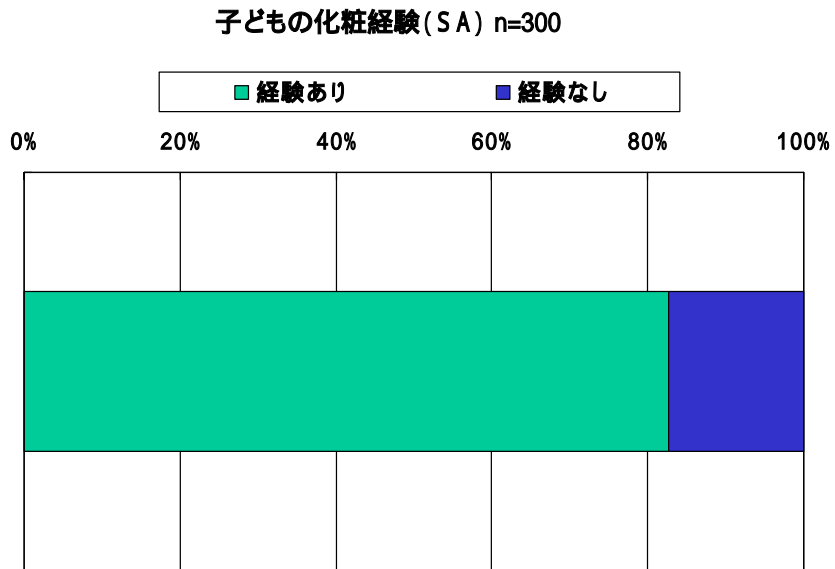
Q 2 6 . 子どもの小遣い (n=300)



1. 化粧経験率

8割以上の子どもが「化粧経験あり」と回答

- ・子どもの化粧経験についてみると、「経験あり」と答えた人は全体の8割以上を占めている。
- ・子どもの年齢別にみると、『3歳』の子供は7割に満たないが、『4歳』では7割を超え、『5歳以上』では化粧経験が概ね8割以上を占めている。

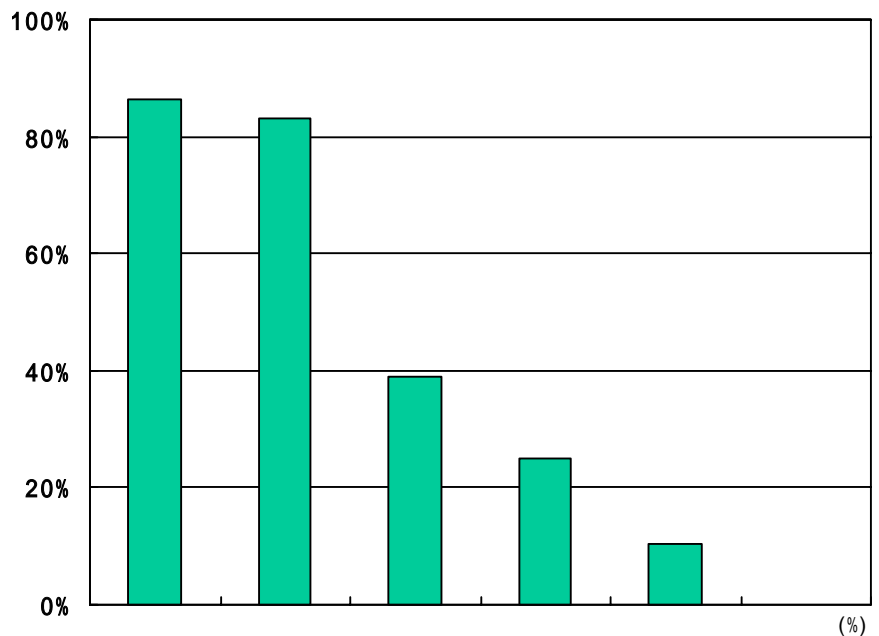


2. 化粧部位

化粧経験者の8割以上は「つめ」、「唇」に化粧

・化粧したことのある部位について尋ねたところ、「つめ」が最も多く、続いて「唇」となっている。化粧経験者の8割以上が「つめ」「唇」の化粧経験があるとしている。

化粧部位(MA) n=248



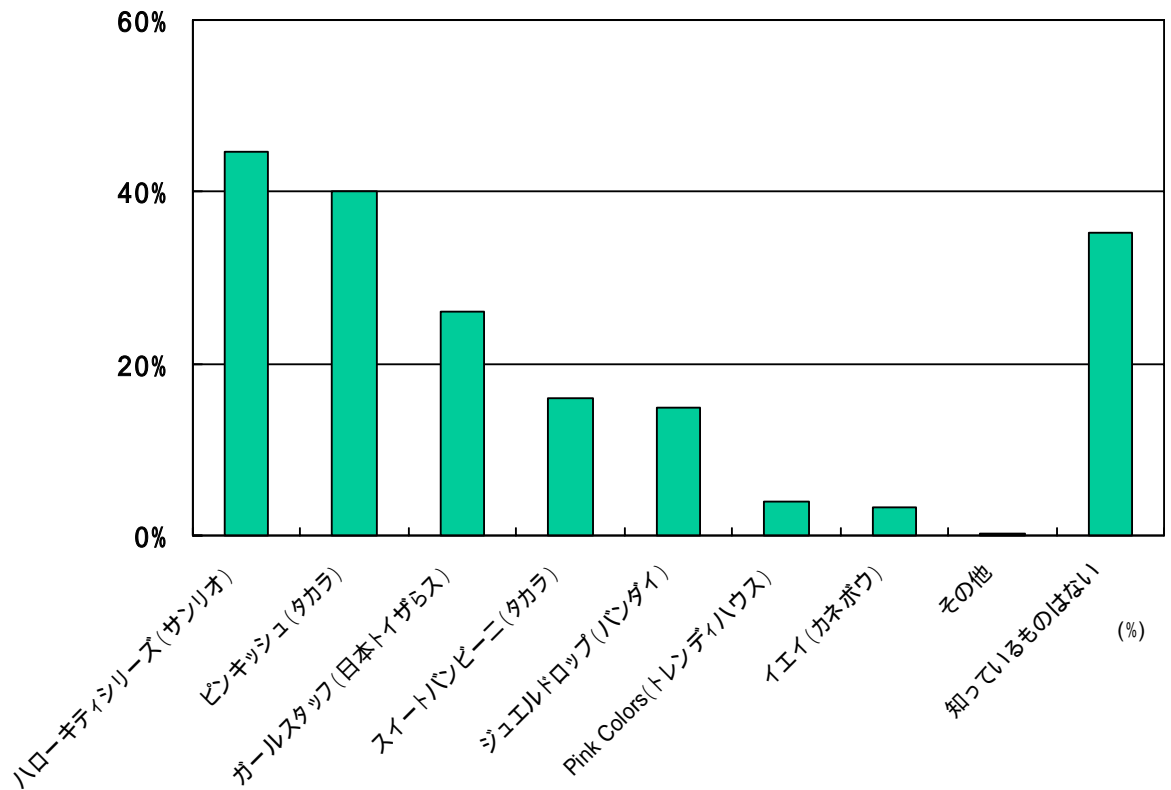
		合計	つめ	唇	目	頬	眉	その他
全体		248						
Q3子どもの年齢	3歳	22						
	4歳	27						
	5歳	31						
	6歳	42						
	7歳	45						
	8歳	39						
	9歳	42						
	3～6歳	122						
	7～9歳	126						
F1親の年齢	20代	30						
	30代	180						
	40代	38						

1. ブランド別認知率

ブランド認知率トップは「ハローキティシリーズ」

・知っている「キッズコスメ」のブランドで最も多いのは「ハローキティシリーズ」であった。以下、「ピンキッシュ」、「ガールスタッフ」の順となっている。

「キッズコスメ」ブランド認知(MA) n=300



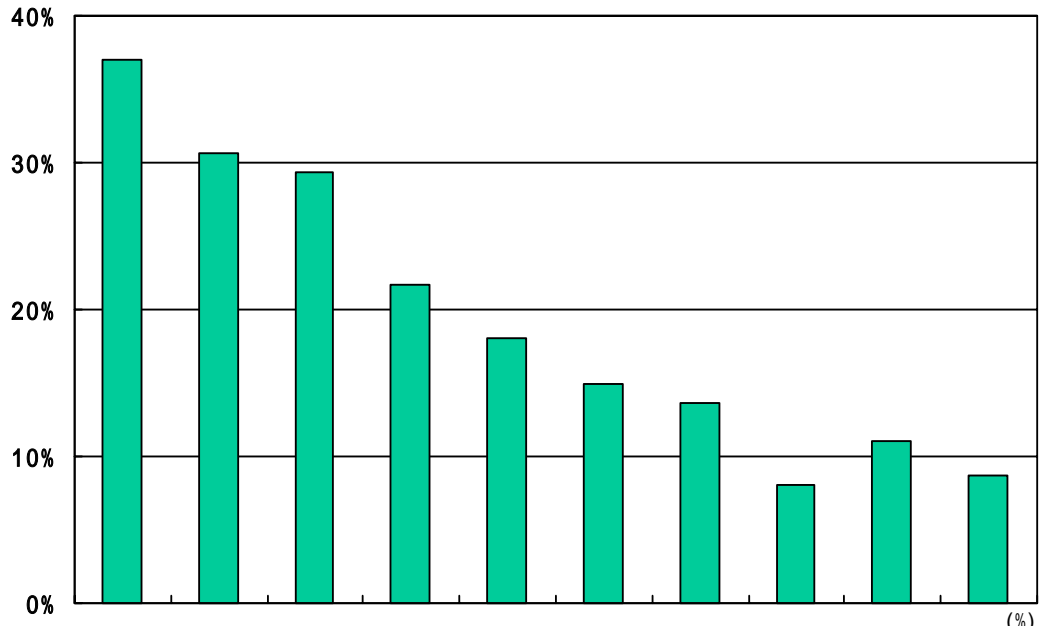
2. キッズコスメのイメージ

全体の4割近くが「安全面で心配」と回答

・「キッズコスメ」のイメージについてみると、最も多いのは「安全面で心配」で全体の約4割近くが回答している。以下、「低価格」、「夢がある」の順となっている。

・親の年齢別では、『40代』が「安全面で心配」、『20代』が「本格的な商品」、「大人も使える」をあげる割合が高くなっている。

「キッズコスメ」イメージ(MA) n=300



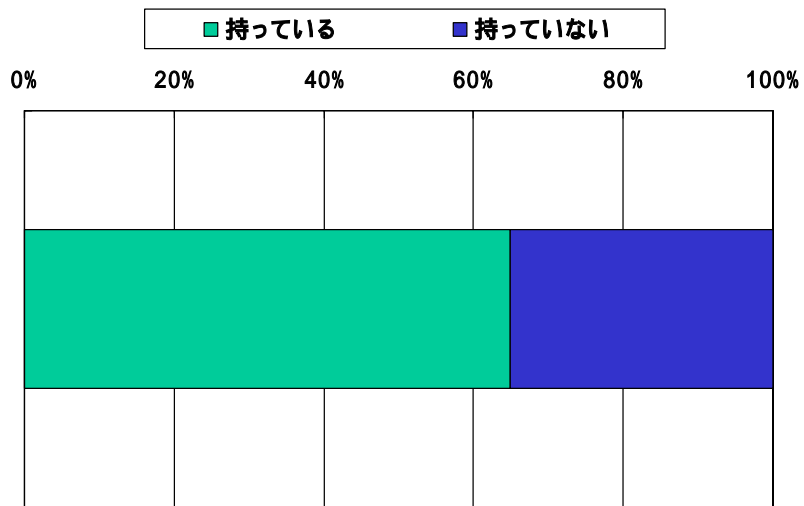
	合計	安全面で心配	低価格	夢がある	肌にやさしい	色が派手	本格的な商品	大人も使える	高価格	その他	わからない
全体	300										
Q3子どもの年齢	3～6歳	150									
	7～9歳	150									
F1親の年齢	20代	35									
	30代	210									
	40代	55									
Q4子どもの化粧経験	経験あり	248									
	経験なし	52									
Q8キッズコスメの所有	持っている	161									
	持っていない	87									

3. 所有率

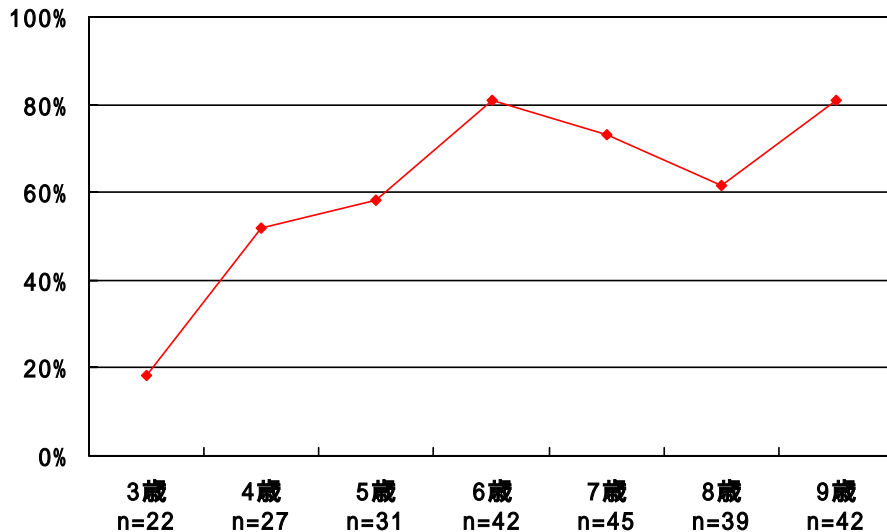
化粧経験者の6割以上が「キッズコスメ」を持っていると回答

- ・キッズコスメの所有を尋ねたところ「持っている」人は64.9%と化粧経験者の6割以上を占めている。
- ・子供の年齢別にみると、『3歳』は2割に満たないが、『4歳』『5歳』で半数を超え、6歳以上ではいずれの年代も6割を超えている。

「キッズコスメ」の所有(SA) n=248



「キッズコスメ」の所有(SA)<子どもの年齢別>

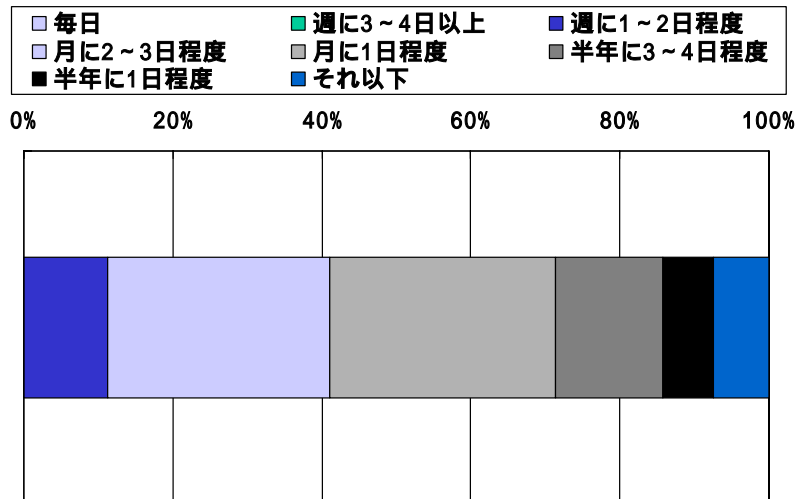


4. 利用頻度

7割以上がキッズコスメを月1日以上利用

・キッズコスメの利用頻度を尋ねたところ、「月に1日程度」が最も多く、次いで「月に2～3日程度」、「週に1～2日程度」と続いている。これらを合わせると71.4%で、キッズコスメ所有者の7割以上が月に1日以上の頻度で利用している。

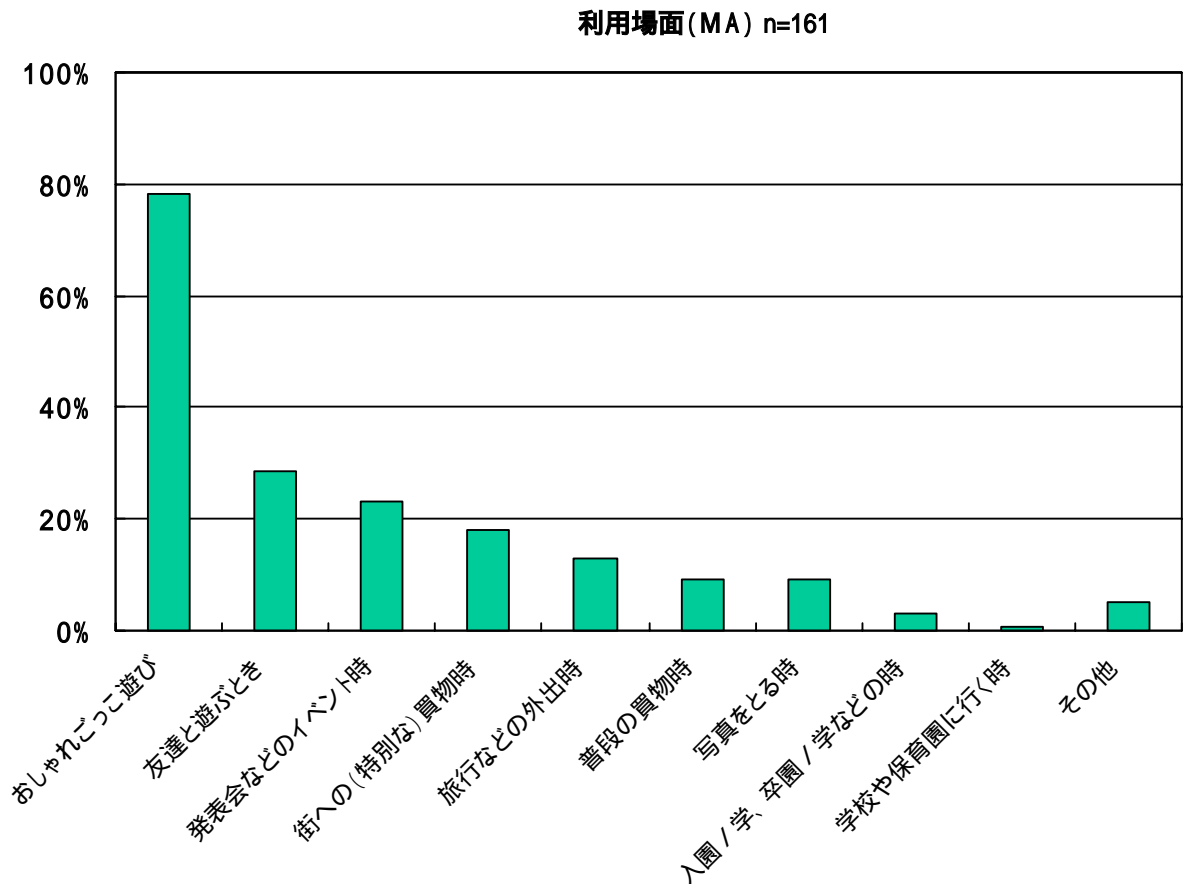
「キッズコスメ」の利用頻度(SA) n=161



5. 利用場面

キッズコスメを「おしゃれごっこ遊び」で利用している子供は約8割

・キッズコスメの利用場面についてみると、「おしゃれごっこ遊びをする時」が約8割と最も多く、以下、「友達と遊ぶ時」、「発表会などのイベントの時」の順となっている。



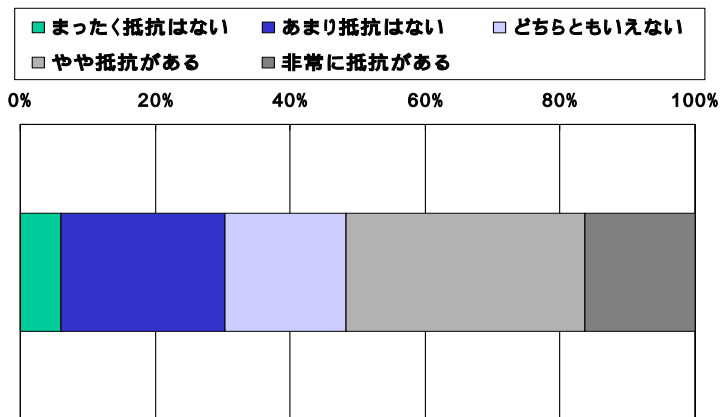
1. 子どもの化粧についての抵抗感

全体の半数以上の母親が自分の子どもの化粧に「抵抗感」を感じている

・自分の子どもの化粧についての考え方について「抵抗感あり（非常に抵抗がある + やや抵抗がある）」は全体の51.7%と、半数以上が自分の子どもの化粧に抵抗感を感じている。

・子どもの化粧経験別にみると、『化粧経験あり』の場合も「抵抗感あり（非常に抵抗がある + やや抵抗がある）」の割合が半数近くを占めている。

自分の子どもの化粧について(SA) n=300



(%)

	合計	抵抗なし計	抵抗あり計	まったく抵抗はない	あまり抵抗はない	どちらともいえない	やや抵抗がある	非常に抵抗がある	平均
全体	300								
Q3子どもの年齢	3～6歳	150							
	7～9歳	150							
F1親の年齢	20代	35							
	30代	210							
	40代	55							
Q4子どもの化粧経験	経験あり	248							
	経験なし	52							
Q8キッズコスメの所有	持っている	161							
	持っていない	87							

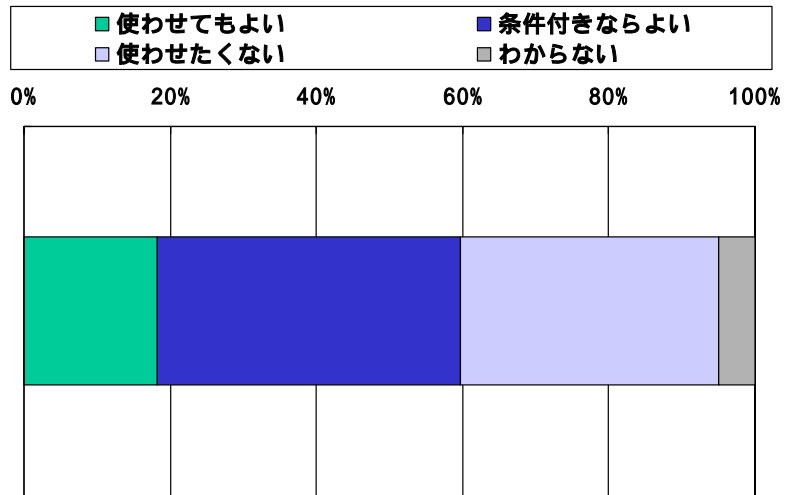
2. 今後の「キッズコスメ」利用意向

キッズコスメを容認する母親は全体の約6割

・子どもがキッズコスメを使用することについて「使わせてもよい」と答えた人と「条件付きならよい」と回答した人を合わせると59.6%で、全体のほぼ6割が容認している。

・親の年齢別では、『20代』で「使わせてもよい」と答えた割合は3割弱、「条件付きならよい」と合わせると8割となっている。逆に『40代』では「使わせたくない」と回答した人が半数以上を占めている。

「キッズコスメ」利用意向(SA) n=300



(%)

		合計	使わせてもよい	条件付きならよい	使わせたくない	わからない
	全体	300				
Q3子どもの年齢	3～6歳	150				
	7～9歳	150				
F1親の年齢	20代	35				
	30代	210				
	40代	55				
Q4子どもの化粧品経験	経験あり	248				
	経験なし	52				
Q8キッズコスメの所有	持っている	161				
	持っていない	87				

【調査内容一覧】

・化粧（大人用・子供用問わず）の実態

化粧経験率、化粧部位、化粧頻度、利用場面

*おしゃれごっこ遊び	*発表会などのイベント時	*写真を撮る時	*普段の買物時
*友人と遊ぶ時	*街への（特別な）買物時	*入園式／卒園式などの時	*旅行などの外出時
*学校や保育園に行く時			

・子ども用化粧品（キッズコスメ）の実態

ブランド別認知率、ブランド認知率、キッズコスメのイメージ、所有率、所有しているキッズコスメの種類、所有している種類の数、所有ブランド名、利用頻度、利用場面、キッズコスメの選択主体、主な選択主体、キッズコスメの購入者、主な購入者、購入場所、購入重視点、心配な点、改善希望点、キッズコスメの非所有理由

*イエイ（カネボウ）	*ガールスタッフ（日本トイザラス）	*ジュエルドロップ（バンダイ）
*スイートバンピーニ（タカラ）	*ピンキッシュ（タカラ）	*Pink Colors（トレンディハウス）
*ハローキティシリーズ（サンリオ）		

・子どもの化粧に対する考え方

子どもの化粧についての抵抗感、今後のキッズコスメの利用意向、許容条件

・嗜好・ライフスタイル

好きな色、好きなフルーツ、普段読む雑誌名、お小遣い額

【本件についてのお問い合わせ先】

株式会社 日本能率協会総合研究所
マーケティング・データ・バンク
市場調査室
(担当) 大木・堀口
TEL : 03-6212-9125
MAIL : mdb-net@jmar.co.jp

なお、本調査の調査報告書・集計表（GT・クロス）・自由回答データを販売しております。
お気軽にお問い合わせください。

【定 価】 84,000円（税抜価格80,000円 税4,000円）
【MDB会員価格】 52,500円（税抜価格50,000円 税2,500円）

*MDB会員の方は、本調査の詳細データ（性別、年代別、性・年代別など）をご覧になれるほか、コピーサービスを受けることができます。担当スタッフまでお問い合わせください。