

国産スキンケアブランド「メディプラス」 増税前にお財布チェック！女性の支出傾向 スキンケアアイテムへの支出“月平均 5,000 円以下”が約 7 割という結果に

株式会社メディプラス（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：鈴木敬）は、グループ会社である株式会社メディプラス研究所の（ココロの体力測定 2019）をもとに、2019年10月からの増税を目前に、女性がスキンケアとメイクアイテムにかかる金額と傾向を分析しました。



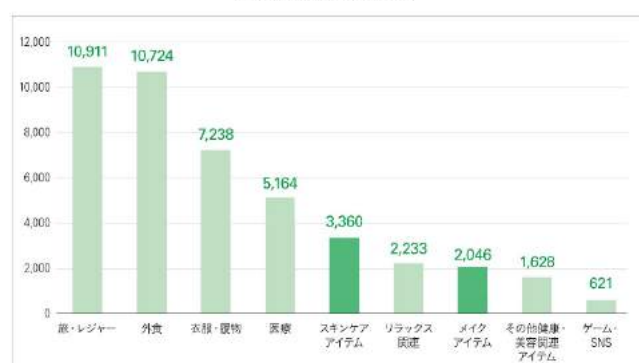
<エビデンス①>

女性の支出内容と月平均金額

ココロの体力測定 2019 の調査によると、「旅・レジャー」「外食」と外出しながら体験できるものに平均 1 万円以上支出。次いで、「衣服・履物」に約 7 千円、「医療費」に約 5 千円と生活必需品や体調面のケアに支出している結果となりました。

「スキンケア」アイテムにおいては、約 3 千円と「メイク」アイテムに比べて約千円高い結果となっています。

女性の月平均支出金額 (円)



<エビデンス②>

年代別「スキンケア」「メイク」月平均支出金額

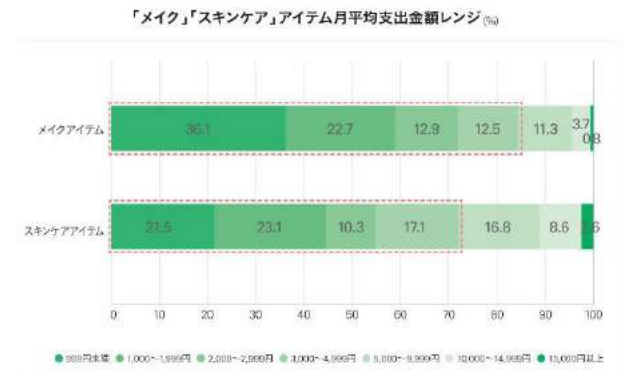
20代～60代の年代別「スキンケア」「メイク」アイテム月平均支出金額をみると、「メイク」アイテムはどの年代も平均2千円前後の支出となっていますが、「スキンケア」アイテムにおいては、20代が平均約2.7千円、そして年代が上がるにつれて平均金額が増していき傾向にあるようです。特に60代は平均4千円越えと、20代と比較しても約1.5倍、さらに60代の「メイク」アイテム金額と比較しても約1.8倍の支出を行っていることがわかりました。



<エビデンス③>

「スキンケア」「メイク」の金額レンジ

「スキンケア」「メイク」アイテムの月平均支出レンジをみると、「メイク」アイテムの支出は千円以下が全体の約4割を占めており、5千円以下までを含めると、8割を超えています。これに対して、「スキンケア」アイテムでは、千円以下が2割にとどまり、5千円以下までを含めると、全体の約7割となっています。



<エビデンス③③③の調査概要>

「ココロの体力測定 2019」

方法：インターネット調査

(SCR 調査)

期間：SCR 調査 2019年3月16日～3月18日

対象：全国、20～69歳、14万人（男女各7万人）

(本調査)

期間：2018年5月7日～10日

サンプル数：2060人（男女各1030人）

今回抽出対象者：すべて女性

(本調査より)

全体：1030人

(年代別/20代：206人、30代：206人、40代：206人、50代：206人、60代：206人、年取別/400

万未満：281人、400～600万未満：208人、600～800万未満：114人、800～1000万未満：80人、

1000～1200万未満：32人、1200万以上：47人)

増税前にスキンケアの見直しを!?

今回の調査で、女性のお財布のヒモが緩む要素として、「旅・レジャー」や「外食」といったモノ消費ではなくコト消費が多い傾向があることがわかりました。次いで生活必需品や、体調面のケアなども支出費用としては確保しているようです。

10月からの増税のタイミングでお財布の見直しを考えると、ランニングコストとなる「モノ」への支出をさらに下げていくことが想定されます。その中でも「メイク」アイテムは、インスタ映えなどの流行に伴い、パッケージや限定品と“見た目”や“可愛さ”を重視し、ファストファッションに続き、流行アイテムを低価格で購入できるプチプラアイテムへの支出意欲増が伺えます。対して、個人の肌に合う成分や機能性で選ぶ「スキンケア」アイテムは、少々高くても「安心」「安全」「効果効能」を重視しているかもしれません。約7割の人が5千円以下でスキンケアを揃えている結果を見ると、ライン使いでスキンケアを揃える場合、1アイテムあたりにかけられる金額が少なくなってしまうため、ますます高機能なオールインワンアイテムの需要が増えるのではないのでしょうか。

月平均約4千円以下！オールインワンだから2本でスキンケア完了

<商品概要>

アイテム名：メディプラスゲル

価格：3,700円 (税抜)

容量：180g【約2カ月分】*他、90g、45g 展開

URL：<https://mediplus-orders.jp/items/mediplusgel/>

アイテム名：クレンジングゲル

価格：3,600円 (税抜)

容量：160g【約2カ月分】

URL：<https://mediplus-orders.jp/items/cleansinggel/>



<ブランド情報>

【国産スキンケアブランド Mediplus（メディプラス）】

メディプラスは、健康で美しい肌づくりのために、肌と心の関係に着目しています。スキンケアブランドとして、肌をとりまく環境だけでなく、心を取りまく環境にも向き合い、肌と心のストレス性疲労^{※1}に着目した美容理論を基に商品を展開しています。ストレス性疲労^{※1}をオフすること、つまり自分と向き合う「セルフケア」の時間をつくることにより、心をリラックスさせ、そこから真に健康で美しい肌が生まれると考え、「毎日のスキンケア時間を通じて、ストレス性疲労^{※1}をオフしていく」＝「ストレスオフTMで綺麗に」を提唱しています。

株式会社メディプラスは、一般社団法人ストレスオフ・アライアンスへ協賛し、女性のストレス問題への啓発活動をサポートしています。

※1 ストレスが心身に蓄積し、自身のキャパシティを超過することで起こる疲労状態。

■メディプラス公式オンラインショップ

・ URL : <http://brand.mediplus-orders.jp/>

・【その他】サイト *一部商品展開

メディプラス公式 Yahoo ショッピング店、メディプラス公式楽天市場店、メディプラス公式 Amazon 店

■商品取扱い店舗 *一部商品展開

・ URL : <https://mediplus.co.jp/shop/>

九州・沖縄エリア（山口県を含む）限定バラエティショップ（東急ハンズ、PLAZA、ロフトなど）約 100 店舗、玉造アートボックス 美肌マルシェ内（島根県）

■会社概要

会 社 名：株式会社 メディプラス

本 社：〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿 4-6-1 恵比寿 MF ビル 2 階

代 表 者：代表取締役社長 鈴木敬

設 立：2003 年 8 月

資 本 金：4,650 万円

T E L：03-6408-5121

F A X：03-6408-5122

U R L：<https://mediplus.co.jp/>

事業内容：オリジナル化粧品<メディプラス>の企画・開発・販売

【本リリースに関するお問合せ先】

メディプラス広報事務局 担当：柴山

TEL：03-5411-0066 FAX：03-3401-7788 Email：pr@netamoto.co.jp

<お客様からのお問合せ先>

株式会社メディプラス コールセンター

TEL：0120-34-8748（年中無休 1/1～1/3 を除く）