

肌質改善に関する意識・悩み・行動調査(2025)

株式会社RiLiSh



調査概要

本調査は、肌質改善に関する消費者の利用実態や意識を明らかにすることを目的として実施しました。回答者には、現在の肌質や抱えている肌悩み、季節・生活に起因する悪化要因、日常ケアや家庭用美容機器の活用状況、過去 12か月に受けた施術内容、情報収集経路、施設選びの重視点、価格認知などについて多角的に質問しました。

1. 利用実態の把握

肌質の分布、普段感じる肌悩み、過去2か月の施術経験を整理し、日常生活における肌質改善の取り入れ方を確認。

2. 悪化要因と季節性の特定

季節ごとの変動や生活・環境要因(睡眠、食生活、紫外線・空調、摩擦等)を把握し、再発抑止の視点を抽出。

3. ケア行動とツールの把握

日常のベースケア(洗浄・保湿UV等)と、家庭用美容機器の活用・継続意向を可視化。

4. 情報収集と意思決定プロセス

SNS・予約サイト・口コミ等の情報源の利用実態を確認し、比較検討から予約に至る流れを記述。

5. 施設選択の要因特定

価格の明確さ、立地の利便性、清潔感、勧誘の有無など重視点を把握し、選択基準を明確化。

6. 満足・不満の分析

体験後の満足点と後悔・不満点を整理し、改善余地と継続の阻害要因を抽出。

7. 価格受容と利用スタイル

1回あたりの理想価格帯の認知や、通いやすい条件(立地・時間帯)を把握し、継続・再来の前提を整理。

8. 今後の利用意向

継続利用のスタイルや理由を把握し、固定利用層と流動層の双方に向けた示唆を抽出。

調査方法

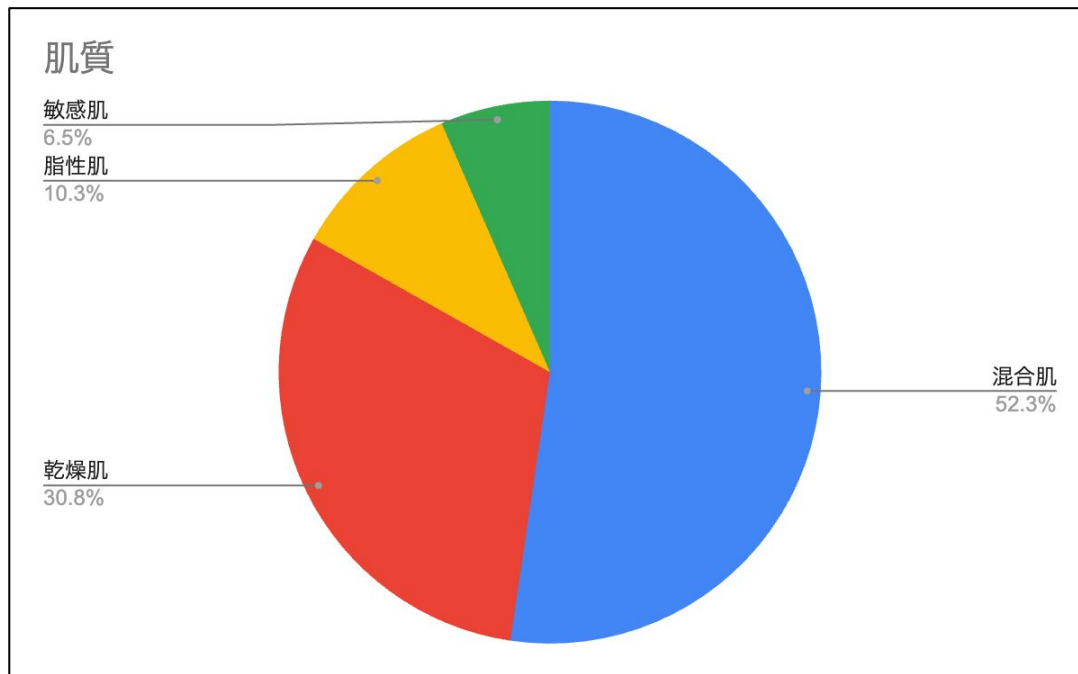
1. **調査手法**
インターネットアンケート調査(利用ツール: [ユニーリサーチ](#))
2. **調査対象**
全国の美容クリニック・エステサロン利用経験者(女性に限る)
3. **調査期間**
2025年8月
4. **回答数**
有効回答100件

エグゼクティブサマリ

1. **肌悩みは複合的に併存**
乾燥・テカリ・赤み・ごわつき・毛穴目立ちなどを組み合わせて意識する層が多数。
2. **季節と生活要因で状態が大きく変動**
夏は皮脂と紫外線、冬は乾燥と空調、加えて睡眠・食生活・ストレスが悪化を後押し。
3. **日常のベースケアが土台**
洗浄・保湿・UVを軸に、角質ケアや鎮静・導入を状況に応じて追加する積み上げ型が主流。
4. **家庭用美容機器は“つなぎ”の役割**
超音波・イオン・LED等を、不調時や施術間の維持管理として活用する傾向。
5. **施術はライトメニューから段階拡張**
体験しやすいフェイシャルや角質ケアを入口に、必要に応じてより専門性の高い施術へ移行。
6. **情報収集はSNS・予約サイト・口コミが核**
症例写真やレビューの透明性が比較検討と予約行動に直結。
7. **主要な受診障壁は効果不確実・価格・勧誘不安**
期待値のギャップとコストの見通し不足が初回受診の妨げになりやすい。
8. **価格受容は“試しやすい単発レンジ”に集中**
初回体験での納得感が得られると、定期メニューや回数券・セット化への移行が進みやすい。
9. **継続のドライバーは一貫した説明とフォロー**
個別最適な提案、衛生・対応品質、アフターケアの一貫性がロイヤルティ形成に寄与。
10. **肌質改善はライフスタイル連動へ進化**
季節前倒しの計画と生活習慣の見直し、透明性の高い情報提供が、満足度と継続率を押し上げる基盤となる。

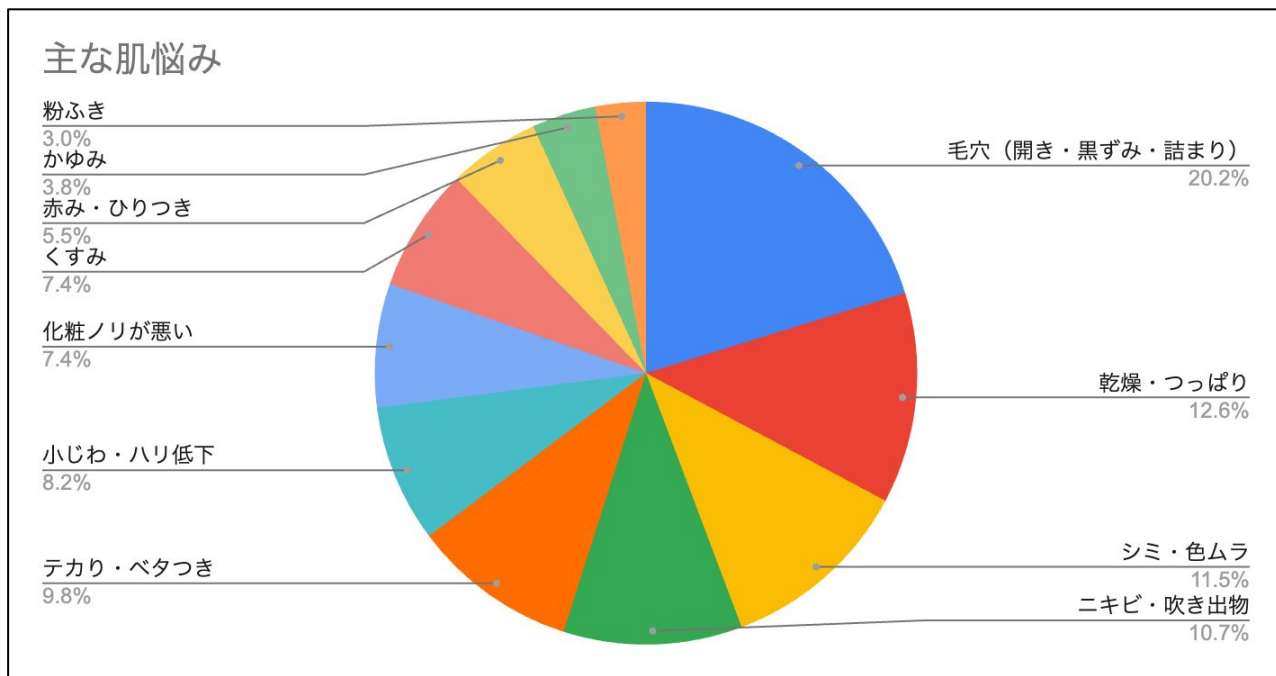
肌質 – 混合肌と乾燥肌が多い

- 乾燥／混合／脂性が主要層。
- 油水分バランス調整と保湿、日中のUV対策が安定化に寄与。



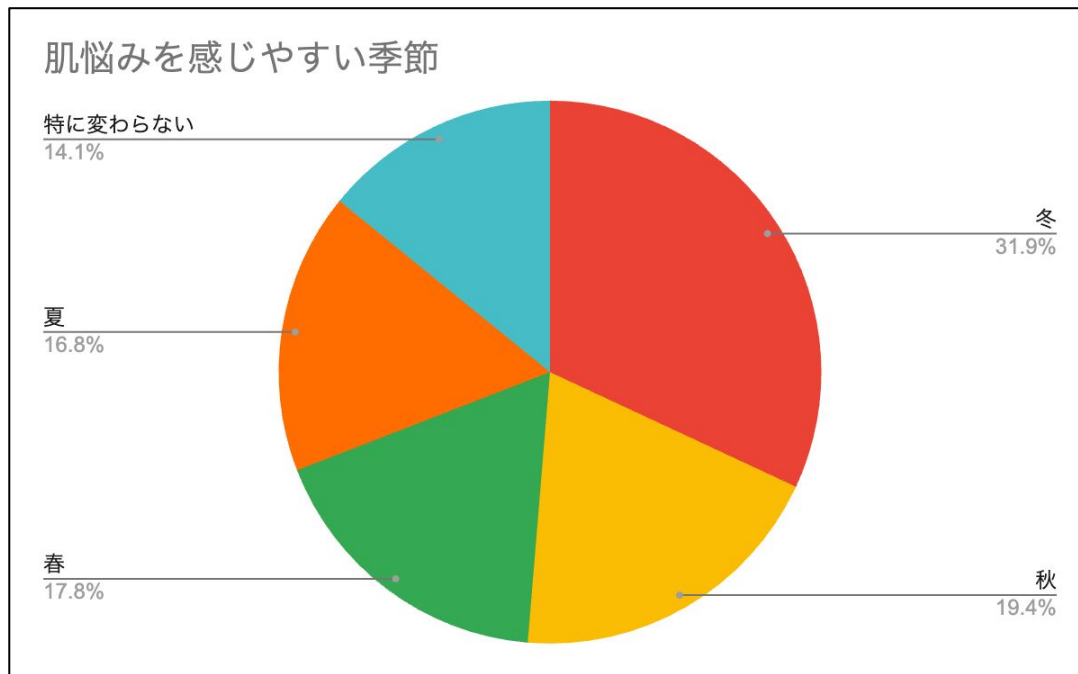
普段感じている肌悩み – 複数の症状が横並びで併存

- 乾燥・テカリ・赤み・荒れ・毛穴目立ち等が同程度で併存。
- 単一对処では限界があり、症状別の併走ケア(保湿・整肌・鎮静・角質)を前提とする。



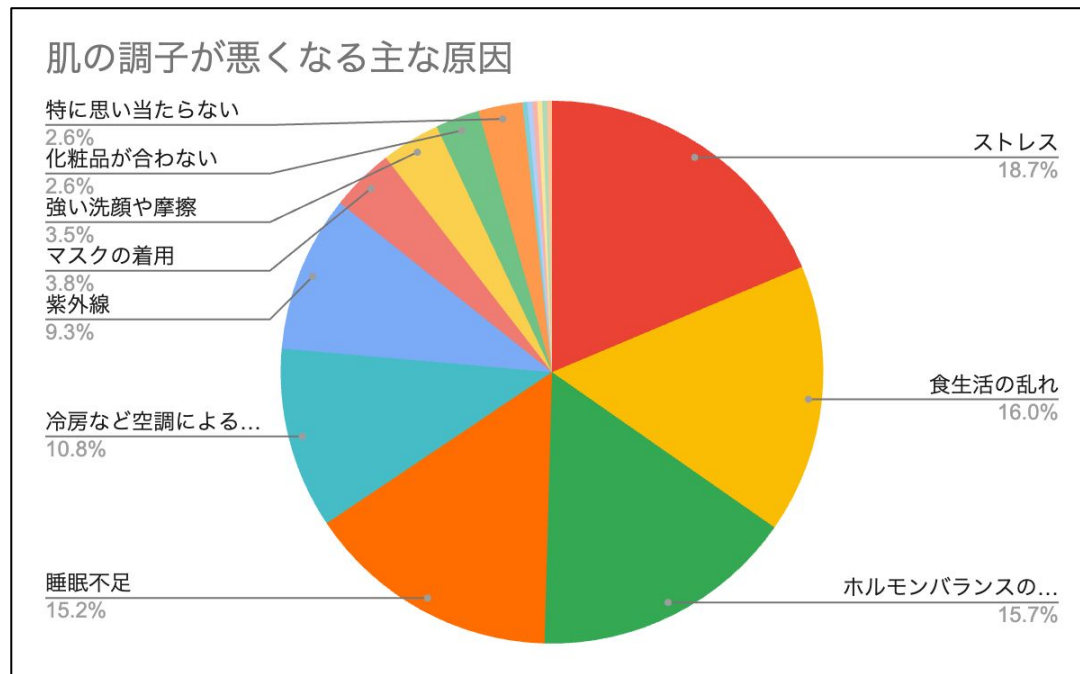
肌悩みを感じやすい季節 – 夏と冬で山が生じる

- 夏は皮脂と紫外線、冬は乾燥と空調の影響が強く、状態悪化の要因が異なる。
- 季節前倒しの予防プログラム(夏＝皮脂／UV、冬＝保湿／バリア)が有効となる。



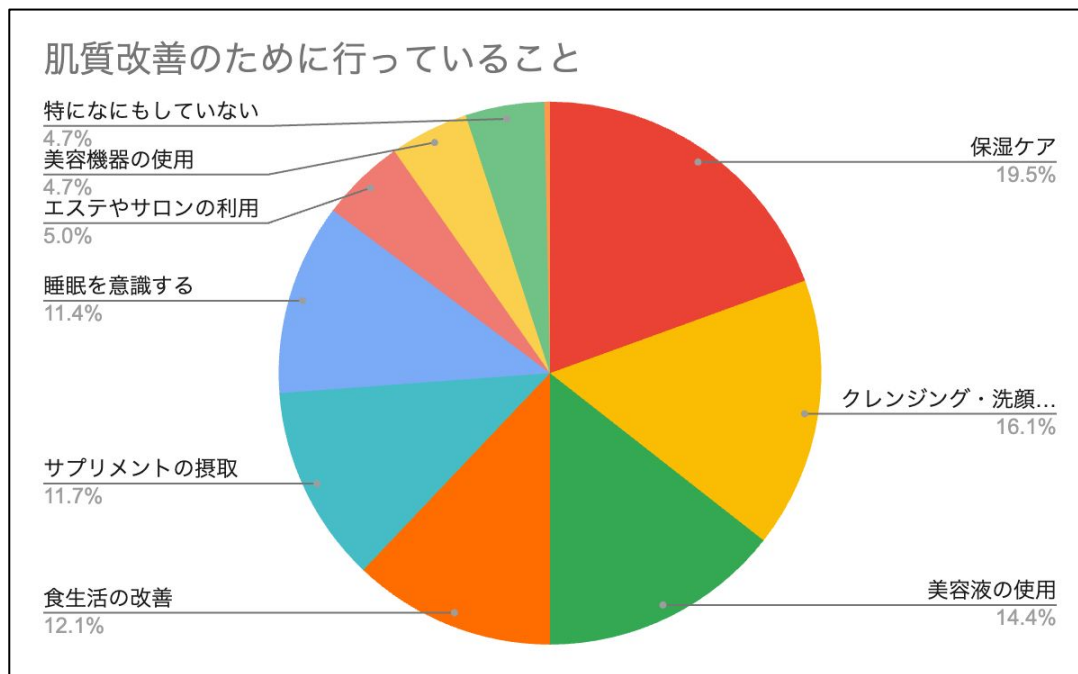
肌の調子が悪くなる主な原因 – 生活・環境要因が中心

- 睡眠不足、食生活の乱れ、ストレス、花粉・紫外線、マスク・摩擦などがトリガーとなる。
- クレンジング不足や過剰な角質ケアも悪化要因となり、頻度設計の見直しが必要となる。



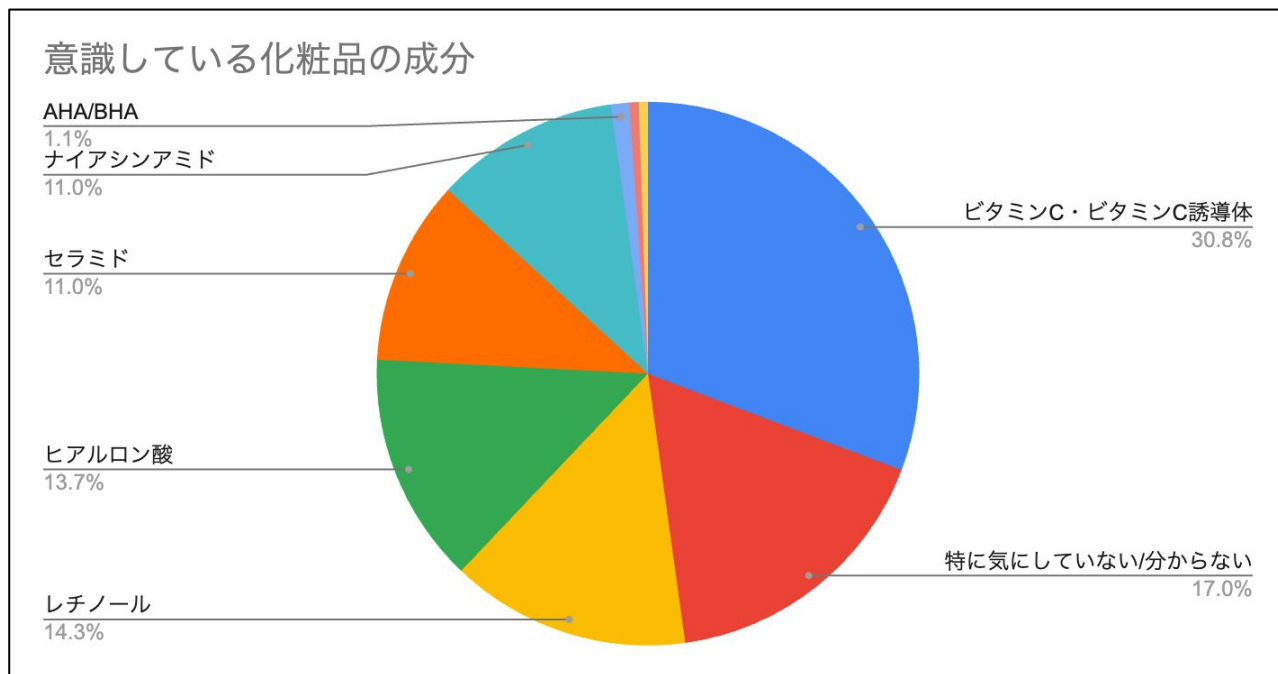
肌質改善のためにやっていること - ベースケアが土台、必要時に強化

- 洗浄→保湿→UVの基本動線を日常化し、状態に応じて角質ケア・導入・鎮静を追加する。
- イベント前や不調時は集中ケア(マスク／美容液／機器)で一時的にブーストする。



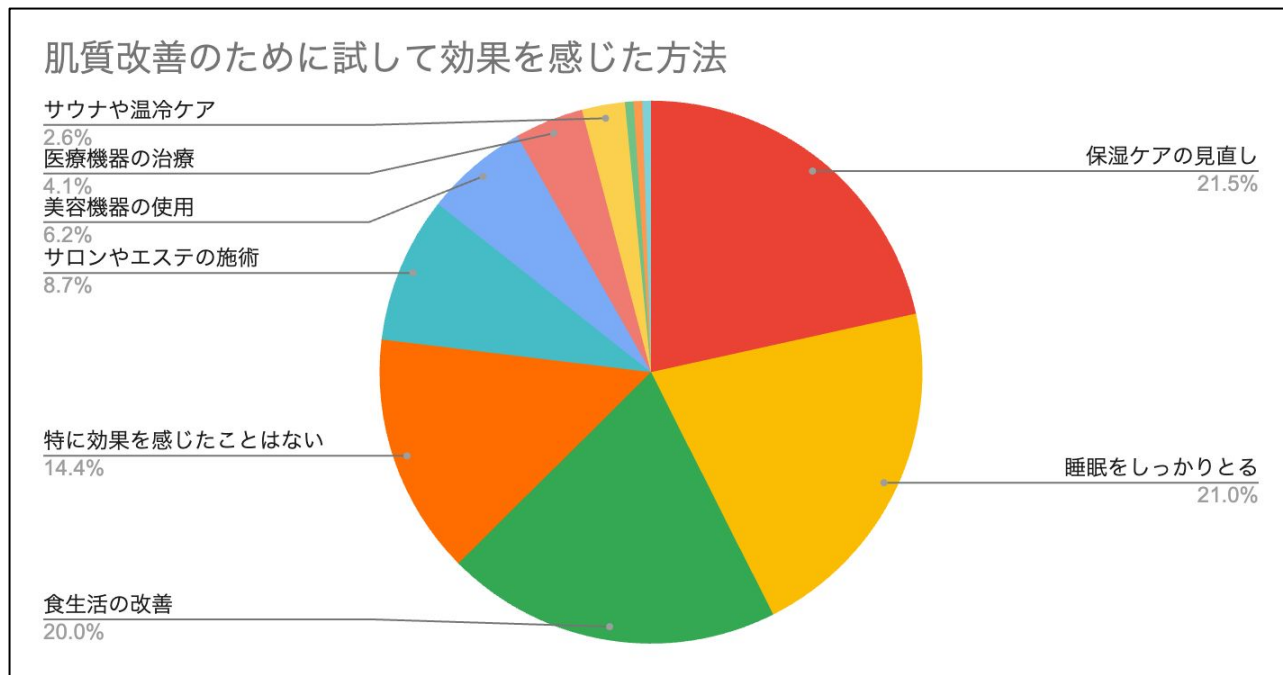
意識している化粧品成分 – 機能別に選択が進む

- 整肌・透明感(ビタミンC誘導体／ナイアシンアミド)、ハリ・キメ(レチノール／ペプチド)が多い。
- 鎮静(ツボクサ系)や保水(ヒアルロン酸／セラミド)も併用され、目的別レイヤリングが主流となる。



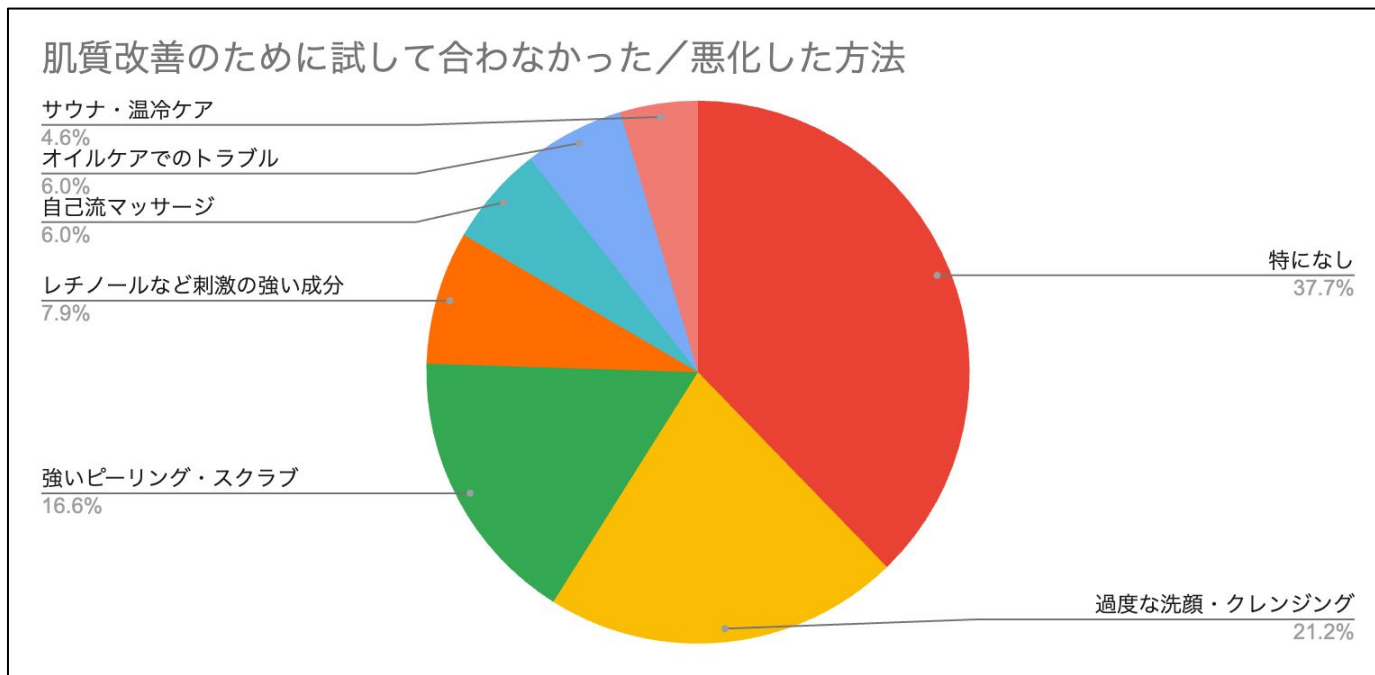
試して効果を感じた方法 – 積み上げ型が奏功

- 日常の保湿・UVの徹底と、適切な角質ケアの継続が実感につながりやすい。
- 生活習慣(睡眠・食事・運動)の改善と合わせて、肌コンディションが安定しやすい。



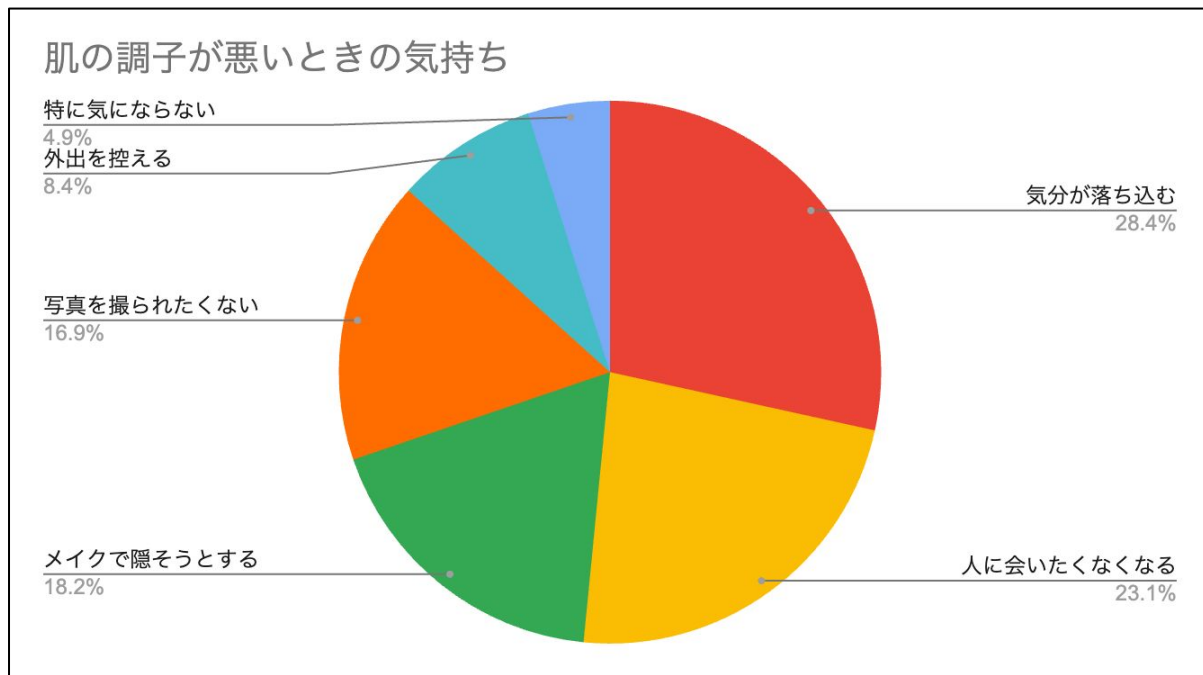
試して合わなかった／悪化した方法 – 過負荷と頻度ミスが要因

- 高刺激の連用や多成分の同時使用が、乾燥・赤み・荒れのリスクを上げやすい。
- 肌質・季節に対して頻度と強度を最適化できないことが失敗要因となる。



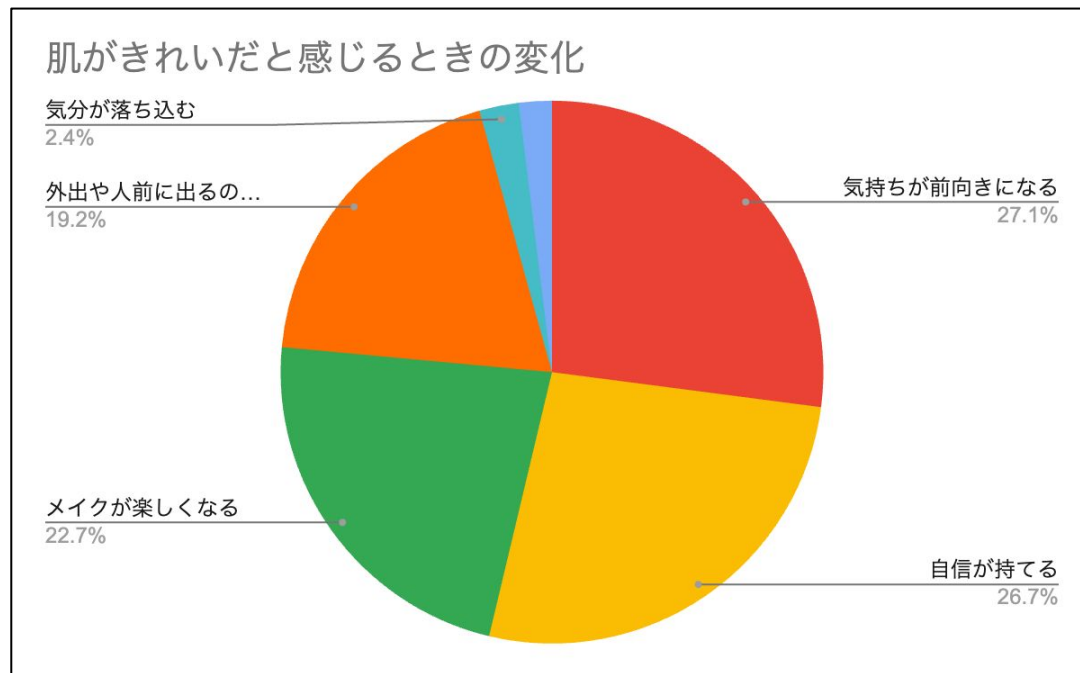
肌の調子が悪いときの気持ち – 可視化と社会接点を意識

- 外出・撮影・人前の機会に不安が増し、短期改善策のニーズが高まる。
- 同時に、根本改善へ向けた中期プランの必要性を強く感じやすい。



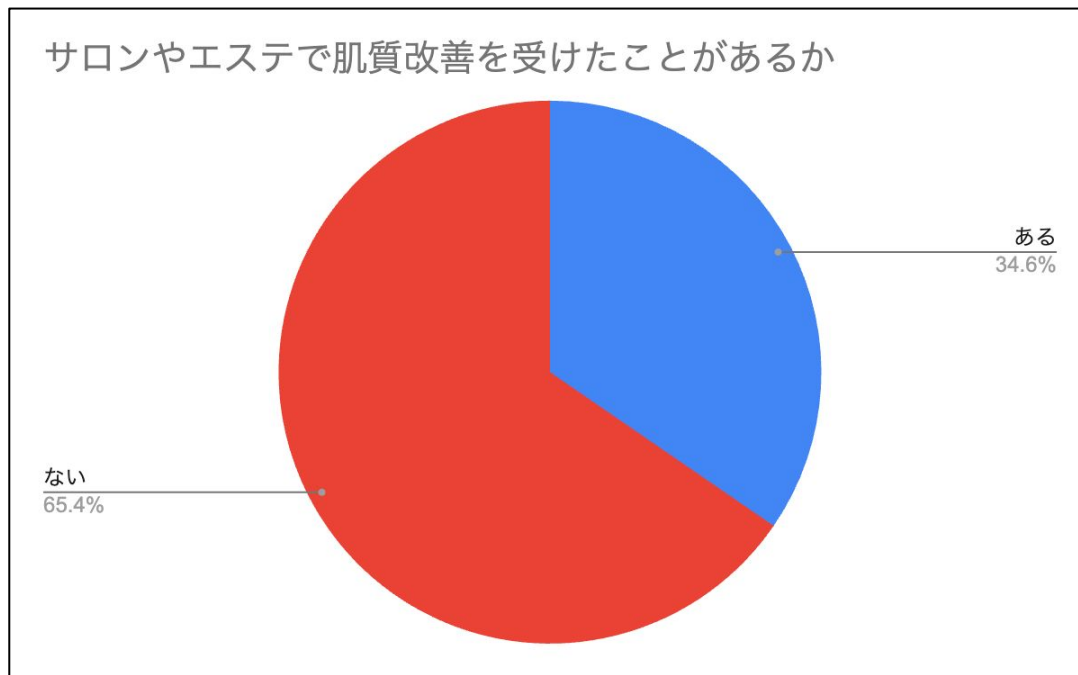
肌がきれいだと感じる時の変化 – 行動と感情が好循環

- 外出・撮影・対人の自信が高まり、スキンケア継続や健康的な生活が続きやすい。
- ポジティブ体験が再購入・口コミに波及し、行動が定着しやすい。



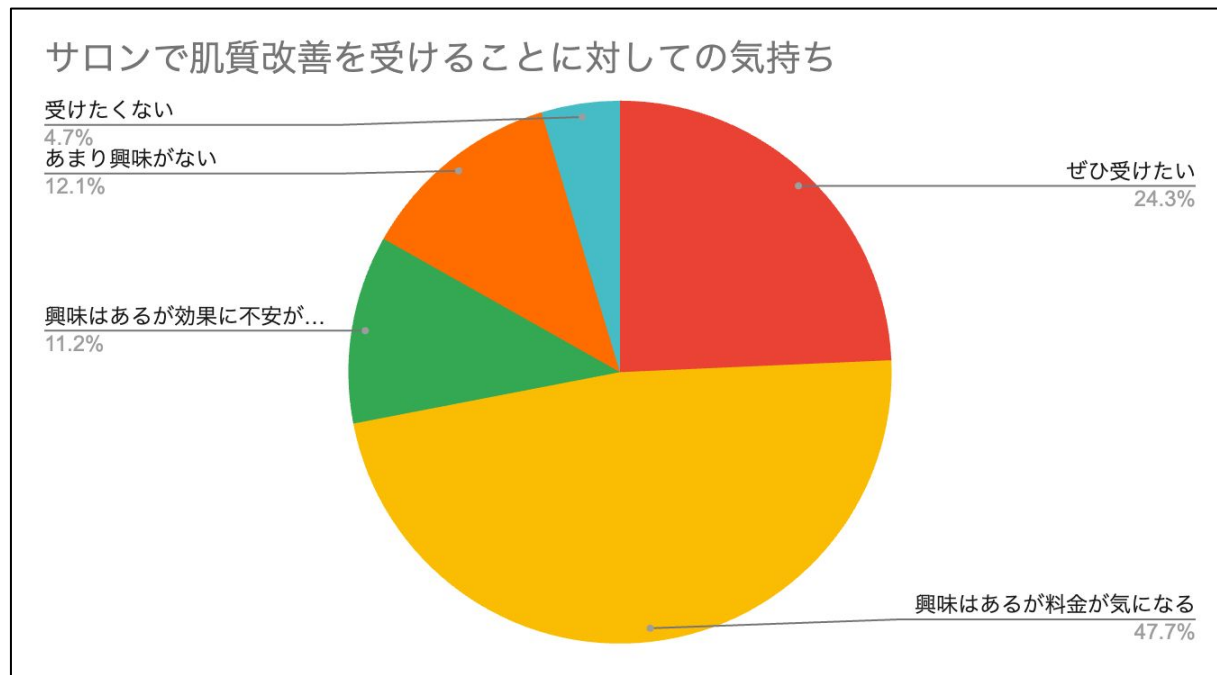
サロンやエステで肌質改善を受けたことがあるか – 未経験が約7割存在

- 約7割がサロンやエステでの施術未経験。
- 価格面などがハードルとなっている可能性が高い。



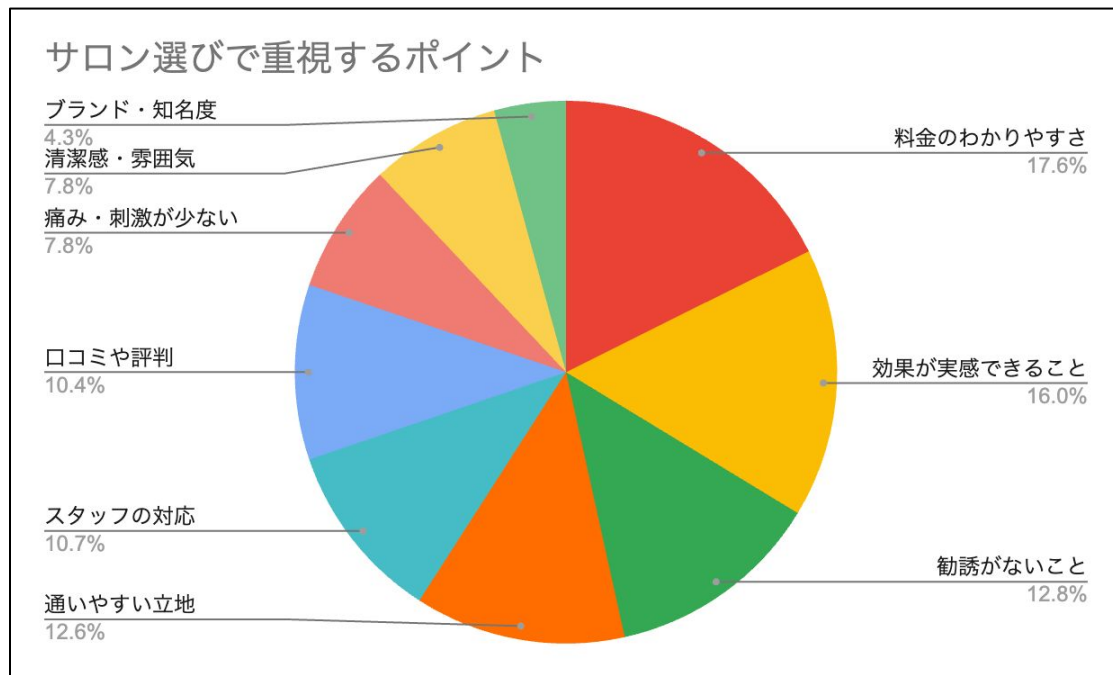
サロンで肌質改善を受けることに対する気持ち

- 「月1回」「2～3か月に1回」の来店が中心で、美容習慣としての定着が見られる。
- 定期性はサービスの安定収益化に直結する重要要素。



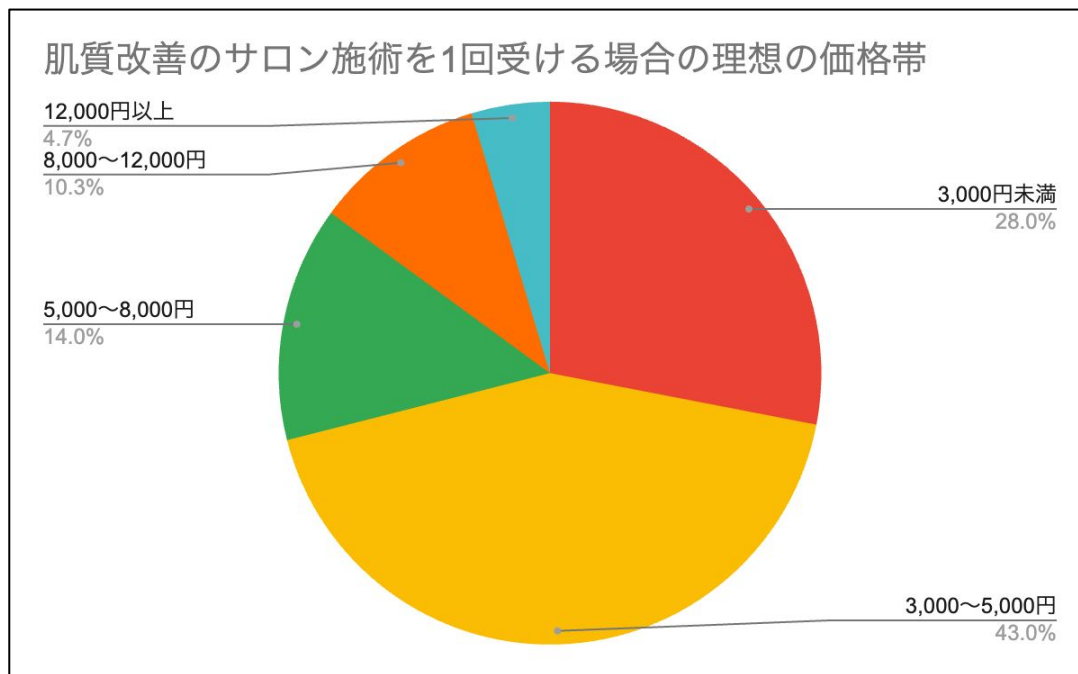
サロン選びで重視するポイント

- ホットペッパービューティーやSNS、口コミ紹介が主要な情報源。
- オンラインと人づての双方が、来店の意思決定に影響している。



肌質改善を1回受ける場合の理想の価格帯

- ホットペッパービューティーやSNS、口コミ紹介が主要な情報源。
- オンラインと人づての双方が、来店の意思決定に影響している。



まとめ

本調査から、国内の肌質改善はすでに **日常的なスキンケア習慣** として定着していることが明らかになりました。多くの生活者が乾燥・テカリ・赤み・ごわつき・毛穴目立ちなど複数の悩みを抱えており、日常の **洗浄・保湿・UV**を基盤としつつ、状態に応じて **角質ケア・鎮静・導入**などを追加する“段階的ケア”への関心が高まっています。

支出・選択行動の面では、**試しやすい価格帯** から導入し、納得感が得られれば **定期メニューや回数券・セット化** へ移行する傾向が見られます。施設選びの基準は「**価格の明確さ**」「**清潔感**」「**アクセスの良さ**」「**勧誘の有無**」が重視され、**SNSや予約サイト、口コミ**といったオンライン情報が意思決定に強く影響しています。

ケア頻度は **一定の周期での継続** が中心で、季節（夏＝皮脂・UV、冬＝乾燥・空調）や生活要因（睡眠・食生活・ストレス）に合わせた **前倒しの予防計画** が求められます。一方で、「**効果の実感不足**」「**価格負担**」「**勧誘への不安**」といった不満・障壁は依然残り、初回受診や継続利用の妨げとなっています。

その中でも、**一貫した説明とアフターフォロー**、担当者への **信頼感**、そして **通いやすさ** は継続利用の強い動機づけとなり、顧客ロイヤルティを高める鍵であることが示唆されました。

総じて、本調査は「肌質改善が **ライフスタイルの一部** へと進化する一方で、**透明性・安心感・信頼** の確保と、**季節連動×生活習慣支援** による個別最適化が、満足度と継続率を押し上げる次の成長ドライバーである」ことを浮き彫りにしました。

本データのご利用にあたっての注意事項

1. 本資料に掲載されたデータや内容は、株式会社iLiShが実施した独自調査に基づくものです。
2. 本調査結果は統計的な傾向を示すものであり、すべての利用者の行動や意識を代表するものではありません。
3. 本資料の内容を引用・転載する場合は、必ず出典として「株式会社iLiSh『肌質改善に関する意識・悩み・行動調査2025』」を明記してください。
4. 本資料に記載されている情報の正確性については万全を期しておりますが、利用者が本情報を用いて行う判断・行動については当社は責任を負いかねます。
5. 本資料の一部または全部を、営利目的で二次利用することとはご遠慮ください。