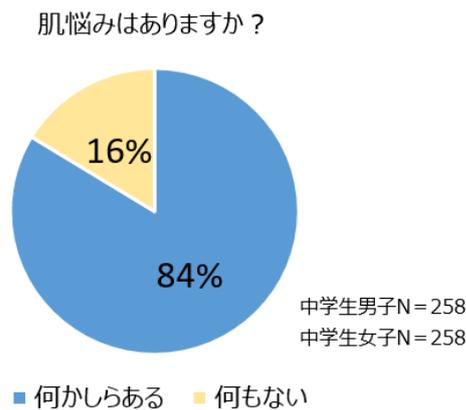


8割以上の中学生に「肌悩み」 悩みを「化粧品や美容手段で解決したい」が6割超

調査結果を活かし、玉川学園小中学生の探究学習で スキンケアや美容価値観に関する講座を実施

株式会社コーセー(本社:東京都中央区、代表取締役社長:小林 一俊)は、思春期世代の美容実態や美容価値観を探るため、中学生男女および比較対象の高校生男女、計 995 名に対し、インターネット調査を行った結果、中学生の 8 割以上が「肌悩みが気になる」と回答し、悩みに対し「化粧品や美容手段で解決したい」と考える中学生は 6 割超であることが分かりました。本調査結果を活かし、学校法人 玉川学園(所在地:東京都町田市)の 6~8 年生(小学 6 年生~中学 2 年生、男女 計 40 名)の児童・生徒に向け、「スキンケア」「紫外線対策」「美容価値観」に関する講座を 2024 年 9 月 5 日・12 日に実施しました。



当社では、グローバル(Global)・ジェンダー(Gender)・ジェネレーション(Generation)のそれぞれの頭文字をとった“3G”を掲げ、性別や年齢にとらわれない、より多くのお客さまに寄り添う商品やサービスの提供に取り組んでいます。そのうちの「ジェネレーション(Generation)」については、幼少期からのスキンケアの啓発、児童に向けた感性の多様性を学ぶ体験学習、思春期世代への美容情報提供など、次世代に向けて、健やかな肌づくりと豊かな感性を育む機会を継続的に提供しています。

近年では、日常的に化粧品を使う思春期世代の子どもが増えています。そこで今回、思春期世代の美容実態や美容価値観などをより深く探り、ニーズに合わせてさらなる価値提供につなげるため、中高生男女 995 名(中学生 516 名・高校生 479 名)に向けて調査を実施しました。

調査概要

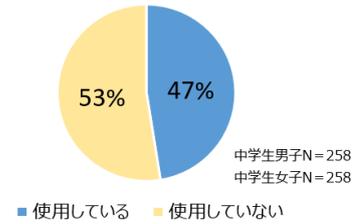
目的	: 中高生の美容に関する美容実態、美容意識、悩み実態の調査
地域	: 全国
方法	: インターネットリサーチ※1
時期	: 2024年7月26日(金)~8月6日(火)
有効回答数	: 995サンプル (中学生男性258名、女性258名 計516名/高校生男性221名、女性258名 計479名) ※2

※1 中学生に関しては、一般社団法人 日本マーケティングリサーチ協会が定める「マーケティングリサーチ綱領」の規定に則り、親が立会いのもと、親の代理回答により回答を得ています。
※2 性別は、自己申告した男・女の区分で分類しています。

調査結果①

■中学生の約5割が化粧水を使用している

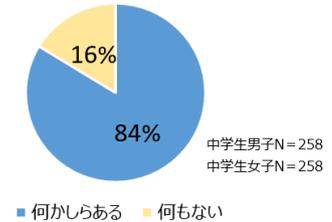
「普段、化粧水を使用しているか?」という設問に対し、約5割の中学生男女(男子:35%、女子:60%)が「使用している」と回答しました。なお、高校生男女の化粧水使用率は約7割でした。



調査結果②

■肌悩みがある中学生は8割超

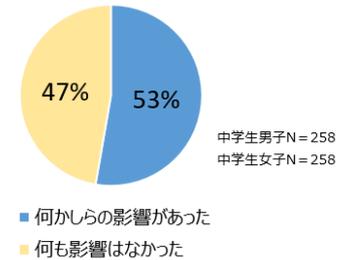
「肌悩みはあるか?」という設問に対し、8割超の中学生男女(男子:81%、女子:86%)が「何かしらある」と回答しました。なお、高校生男女では9割超が「何かしらある」と回答しています。



調査結果③

■中学生の5割超は、外見や肌悩みが原因で、行動や気持ちに影響が出ている

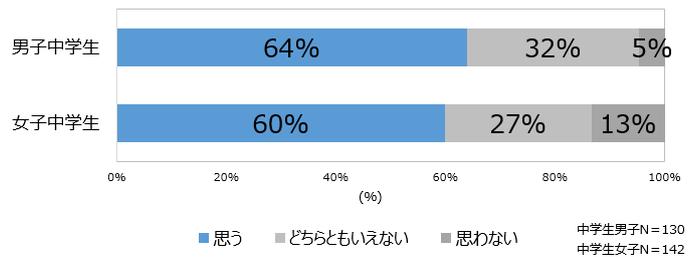
「外見や肌悩みが原因で、行動や気持ちに影響があるか?」という設問に対し、中学生の5割超(男子:50%、女子:55%)が、「何かしらの影響があった」と回答しました。具体的には「SNS等での検索をする時間が増えた」「周りの人の目が気になったりした」など、行動や気持ちに変化が生じたことが分かりました。なお、高校生は「何かしらの影響があった」の割合が8割に達しています。



調査結果④

■中学生の6割超は、外見や肌悩みを化粧品や美容手段で解決したい

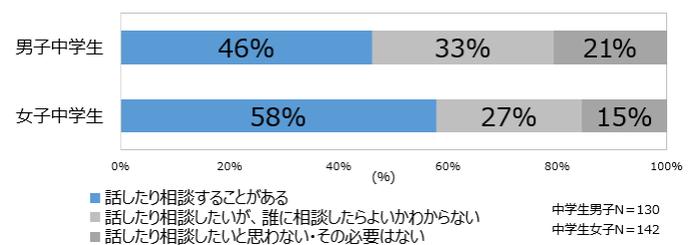
「外見や肌悩みを化粧品や美容手段で解決したいと思うか?」の設問に対し、中学生の6割超が「思う」と回答しました。なお、高校生は「思う」の割合が7割に達しています。



調査結果⑤

■中学生の5割超は、外見や肌に対して気になること・悩みを、誰かに話したり相談したりしていない

「外見や肌に対して気になること・悩みを、誰かに話したり相談したりするか?」という設問に対し、中学生の5割超が、「話したり相談したりしたいが誰に相談したらよいかわからない」「話したり相談したいと思わない・その必要はない」と回答しました。なお、高校生はその割合が7割に達しています。



当社の分析

中学生は、子どもから大人へと心身ともに大きく成長する「思春期」にあたり、肌には、皮脂分泌の増加に伴いニキビが頻発しはじめるなどの変化が生じます。今回の調査結果から、そういった思春期の変化に対して

行動や気持ちに影響が出ているという客観的な結果が得られたと考えています。一方で、SNS 等の普及に伴い、中学生でも比較的容易に情報が手に入る環境であるがゆえに、受け取る情報の偏りや、間違った情報を素直に受け入れてしまうなどの傾向も見受けられ、その世代に合った正しい知識を知って判断することが必要であると考えています。

調査結果の中で、5 割超の中学生は「外見や肌の悩みを他者に話したり相談したりしていない」と回答しましたが、その内訳として「話したり相談したりしたいが、誰に相談したらよいかわからない」という回答が多かったことから、解決手段に悩んでいることが、うかがえます。化粧品の使用実態に関しては中学生の化粧水の使用率は 5 割超と予想よりも高い傾向であり、「外見や肌の悩みを化粧品や美容手段で解決したい」という回答も多くみられたことから、近年は早い年齢から化粧品を使い始めていることが裏付けられ、化粧品に期待を寄せていることが推測されます。しかしながら、「自分の肌に何が必要なのか、合っているのかを自己判断では決められず、他人の意見に合わせている」との回答もありました。

これらの調査結果を踏まえ、当社としては、悩みが増え始めながらも人に相談しにくくなる思春期世代に向け、外見や肌の悩みの解決手段を提供する必要があること、肌およびスキンケアに関する正しい知識を分かりやすい表現で伝えながら、自分を慈しむことの大切さを理解してもらうことが重要だと考えます。

玉川学園で講座を実施

調査結果を活かし、学校法人 玉川学園の児童・生徒に向け、「スキンケア講座」「紫外線対策講座」「美容価値観講座」の 3 つの講座を 2 日間に分けて実施しました。



スキンケア講座では、思春期の肌の特徴や肌に必要なケアに加え、化粧品の「選び方が分からない」「使い方が分からない」という調査結果を踏まえ、使う目的と選び方、正しい使い方の講義をし、自社オリジナルのスキンケアテクニク「おもしろメソッド^{※3}」によるセルフケアを実践しました。スキンケアで自分の肌を大切にすることが自分自身を大切にすることに繋がるということを伝えました。

紫外線対策講座では、紫外線による肌トラブルを防ぐだけでなく、シワなどの将来の肌の老化を抑制するためにも UV ケアが大切であることを理解してもらうため、日焼け止めの正しい塗り方を伝えました。さらに、日焼け止めは紫外線ダメージを修復するためのエネルギー消費、疲労も軽減^{※4}することができ、スポーツなどのパフォーマンスの向上が期待できることについて講義しました。

美容価値観講座では、一人ひとりが望む「きれい」は多様であること、自分の価値観を大切にしながら、他者の価値観の多様性を知り、理解することの大切さを伝えました。

※3 [コーセー独自のスキンケアテクニク「おもしろメソッド」が肌と心にプラスの効果があることを確認](#)

※4 [日焼けにより、運動時の疲労が高まることを確認](#)

参加した生徒からは「スキンケアの意識が変わった(小 6 男)」「肌のことを詳しく知れてよかった(中 1 男)」「これからはスキンケアをして肌をいたわっていきたく思った(中 2 女)」等の声が寄せられました。自分のために化粧品を選び、自分のために正しくケアをすることが、肌悩みの解消だけでなく自分自身を大切にすることのケアにつながることを発信していきながら、思春期世代の QOL 向上に貢献することを目指していきます。