実践女子大学人間社会学部実践「ペルソナ」研究会

2025 年 8 月 12 日

実践『ペルソナ』通信（No. 126）

「クレンジング」に関する調査

実践女子大学人間社会学部　実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、女子大学生の「クレンジング」についてアンケート調査を実施しました。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

はじめに

お化粧をする女子大生にとって「クレンジング」はなくてはならない必需品です。クレンジングは効果、香り、タイプなどが異なるたくさんの商品が存在します。そこで、本調査は、女子大生は、クレンジングに何を求め、どのようなクレンジングを利用しているのか、女子大生の肌にも焦点を当てながら調査していきます。

総括

今回の調査を通して、女子大生はクレンジングを使用している人が 97%で、その６割がオイルタイプを使用していることが分かりました。また、女子大生の５割は家族で共有していました。定期的にクレンジングを買い替える人は約２割で、理由として、いろんな種類を試してみたい人が多くいました。女子大生の 9 割が肌の悩みを抱えており、具体的に「毛穴」「ニキビ」「乾燥」が多くみられました。そのため、クレンジングを購入する際に最も重視している項目として「効能」が高いという傾向がみられたと考えられます。クレンジングの主な購入場所はドラッグストアで、予算は「1000 円以上～2000 円未満」の比較的安価なクレンジングを使用している人が多い結果となりました。

Topics

（１）クレンジングを使用している人は 97%、６割はオイルタイプ
（２）女子大生の５割は家族で共有
（３）定期的にクレンジングを買い替える理由は「色んな種類を試してみたいから」
（４）ダブル洗顔不要のクレンジングを使用している人は３割
（５）ポイントリムーバーを使っている人は５割
（６）女子大生の３割は肌質が「混合肌」、次いで２割が「脂性肌」
（７）女子大生の肌の悩み No.1 は「毛穴」
（８）クレンジングの購入場所はドラッグストア、価格は比較的安価、ブランドもいろいろ
（９）クレンジングを購入する際に最も重要視しているのは「効能」
（１０）クレンジングの情報源は TikTok

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会　岩坂果純・小峰麻衣子・松山萌愛

調査概要

- 調査名：女子大生の「クレンジング」に関する調査
- 調査目的：いまどきの女子大生（実践女子大学生）の「クレンジング」に関する実態把握
- 調査期間：2025 年 6 月 19 日（木）～ 6 月 27 日（金）
- 調査場所：オンライン
- 調査方法：Google フォームを調査票として用いたウェブ調査および特定の授業での集合調査
- 母集団：実践女子大学の学生
- 抽出方法：実践女子大生を対象としたスノーボールサンプリング法
- 有効回答者数：172 名
- 回答者の属性：1 年生（91.3%）、2 年生（5.2%）、3 年生（2.3%）、4 年生（1.2%）
- 回答者の毎月自由に使える金額：5000 円未満（9.3%）、5000 円以上～10000 円未満（12.2%）、10000 円以上～15000 円未満（9.3%）、15000 円以上～20000 円未満（11.0%）、20000 円以上～25000 円未満（4.7%）、25000 円以上～30000 円未満（10.4%）、30000 円以上～35000 円未満（5.2%）、35000 円以上～40000 円未満（2.9%）、40000 円以上～45000 円未満（2.3%）、45000 円以上 50000 円未満（4.7%）、50000 円以上（27.9%）

調査結果

（1）クレンジングを使用している人は 97%、6割はオイルタイプ

クレンジングを使用している調査したところ、「はい」と回答した人は 166 人（97%）と多数を占めていました（図１）。現在使用しているクレンジングのタイプを調査したところ、「オイル」が 96 人（56%）、「ジェル」が 27 人（16%）、「バーム」が 23 人（14%）、「クリーム」が 8 人（5%）でした（図 2）。また、クレンジングを使用する頻度について調査したところ、「毎日」が 126 人（76%）、「週 5 日程度」が 30 人（18%）、「週に 2、3 日」が 4 人（2%）でした（図 3）。

なお、化粧をする頻度について調査したところ、「毎日化粧している」と回答した人が 78 人（45%）で一番多い結果になりました。

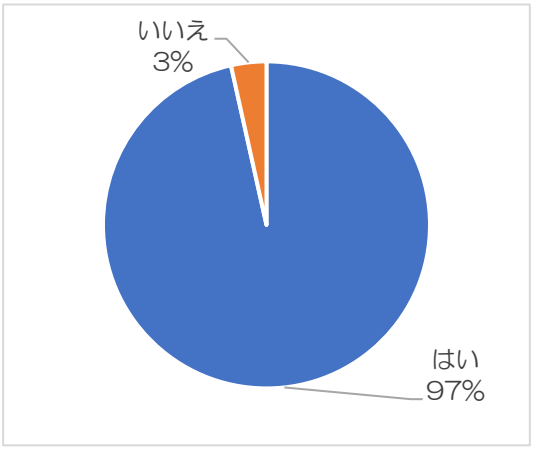

図1．クレンジングの使用の有無
（N=172）

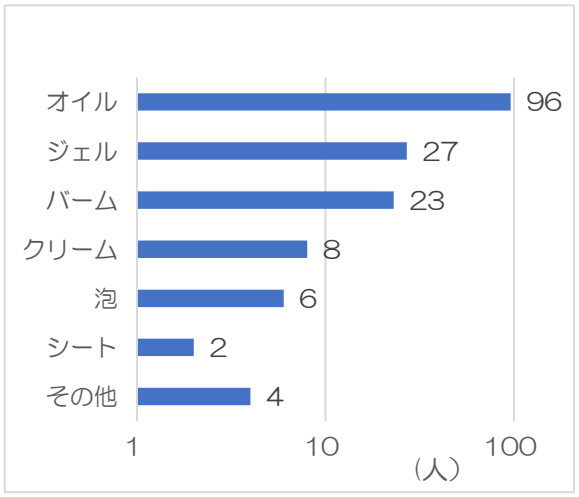

図2．使用しているクレンジングのタイプ
（N=166）

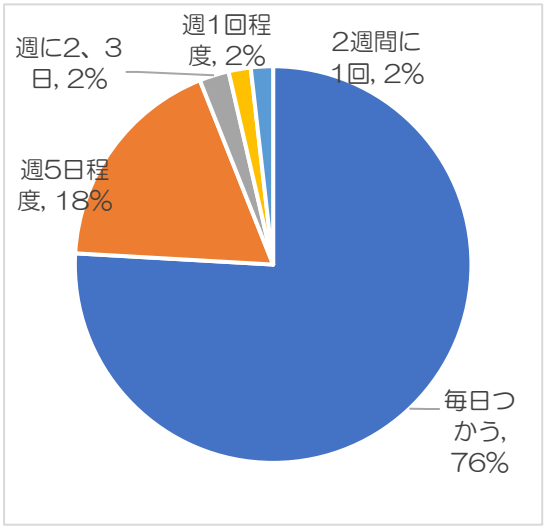

図3． クレンジングを使用する頻度
（N=166）

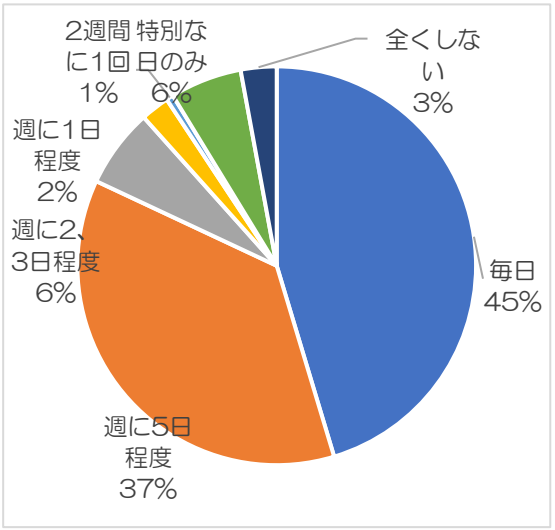

図4．化粧をする頻度（N=172）

<u>（2）女子大生の５割は家族で共有</u>

現在使用しているクレンジングを家族と共有しているかについて調査したところ、「はい」と回答した人は全体の 93 人（56%）、「いいえ」と回答した人は 73 人（44%）で、過半数の人がクレンジングを家族と共有しているという結果になりました（図 5）。

ここで「はい」と回答した人の生活属性を見ると、実家暮らしが 92 人（99%）で、１人暮らしが１人（1%）でした（図 6）。１人暮らしをする人も含まれていましたが、ほぼ全員が実家暮らしでした。このことからクレンジングは一家に１つということも少なくないことが分かりました。

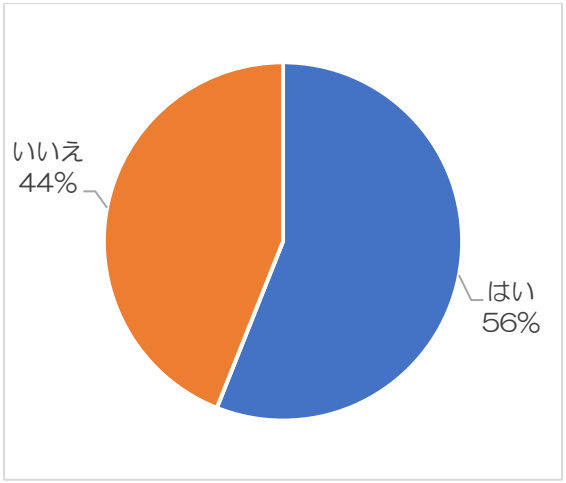

図５．家族と共有しているか（N=166）

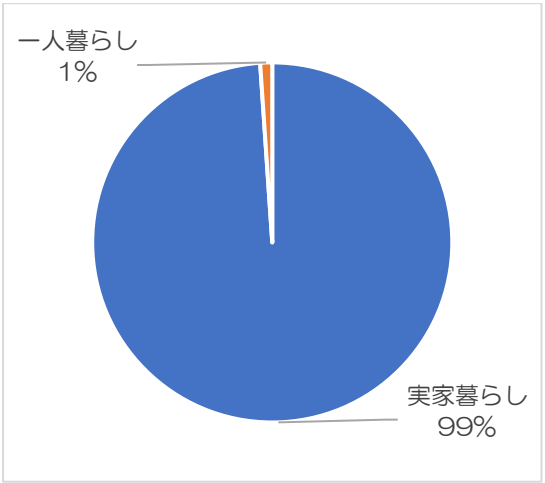

図６．「はい」と回答した人の生活属性（N=93）

（３）定期的にクレンジングを買い替える理由は「色んな種類を試してみたいから」

定期的に使用するクレンジングを買い替えるかについて調査したところ、「はい」と回答した人は 39 人（23%）、「いいえ」と回答した人は 128 人（77%）で、２割の人はクレンジングを定期的に買い替えていますが約 8 割の人は同じ種類のものを使い続けていることが分かりました（図７）。

また、現在使用しているクレンジングをリピートしたいかについて調査したところ、「はい」と回答した人は 136 人（82%）、「いいえ」と回答した人は 30 人（18%）となり、多くの人が現在使用しているクレンジングに満足していることが分かりました（図８）。

クレンジングを定期的に買い替えたいと回答した人の理由を複数回答で調査したところ、最も多かった回答は「色んな種類を試してみたいから」が 31 人、「使用感・効果に満足できていないため」が 10 人、「トレンドに合わせて」が５人となりました（図９）。

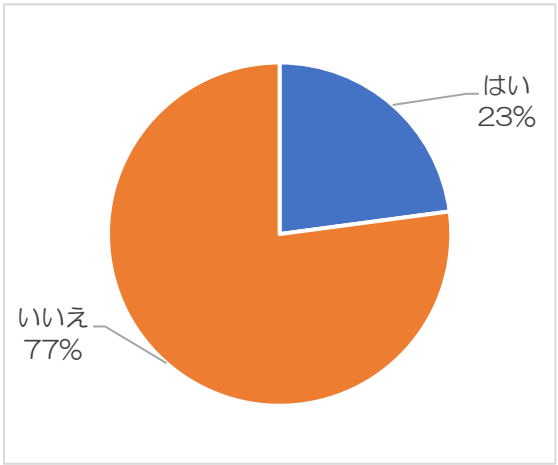

図７．定期的に買い替える（N=166）

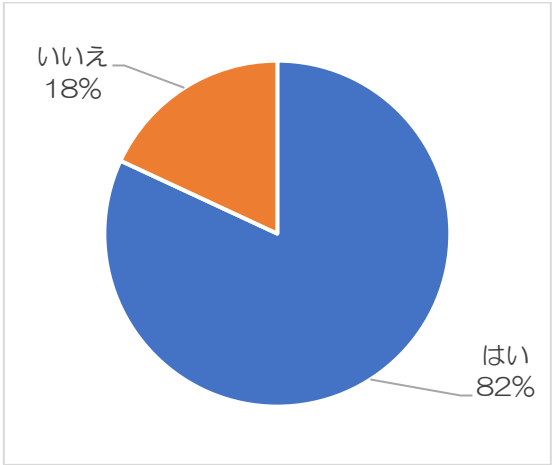

図８．　現在使用しているものをリピートしたい（N=166）

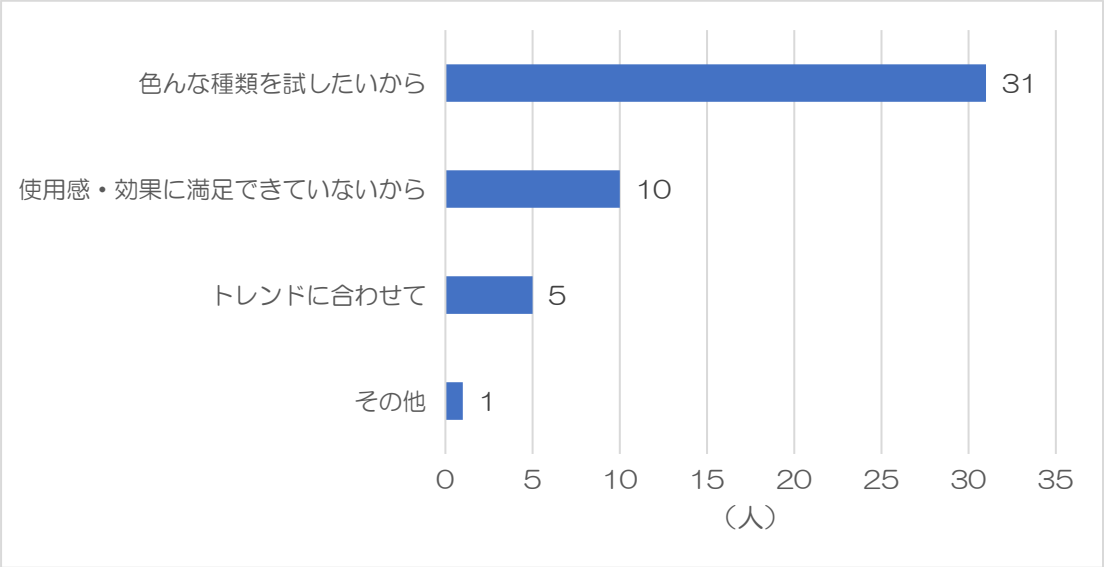

図 9．定期的に買い替える理由（N=38、MA）

（4）ダブル洗顔不要のクレンジングを使用している人は３割

ダブル洗顔不要のクレンジングを使っている調査したところ、「はい」と回答した人が 55 人（33%）、「いいえ」と回答した人が 111 人（67%）でダブル洗顔不要かどうかは重視している人が少ないことが分かりました（図 10）。「はい」と回答した人に実際に洗顔料を併用しているか聞いたところ、「はい」と回答した人が 39 人（71%）、「いいえ」と回答した人が 16 人（29%）となり、ダブル洗顔不要のクレンジングを使っていても洗顔料を使っている人が７割いることが分かりました（図 11）。

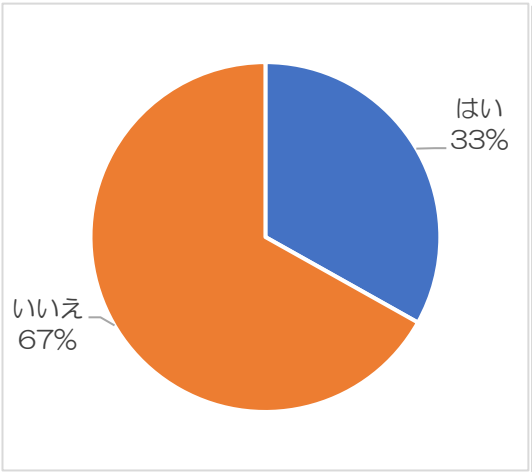

図 10．ダブル洗顔不要のクレンジングを使っているか（N=166）

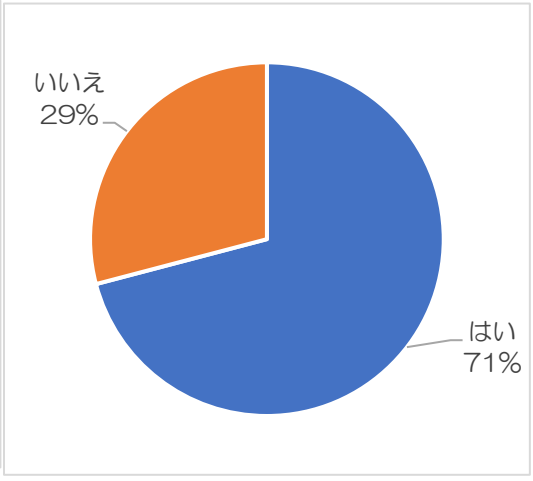

図 11．洗顔料を併用しているか（N=55）

（5）ポイントリムーバーを使っている人は５割

ポイントリムーバーを使用しているか調査したところ、「はい」が 82 人（49%）、「いいえ」が 90 人（51%）となり、約半数の人がポイントリムーバーを使用していることが分かりました（図 12）。

また、ポイントリムーバーを使用している人にどこに使用しているか調査したところ、「マスカラ」が 75 人（89%）、アイメイクが８人（10%）、リップが１人（1%）となり、９割近くの人がマスカラにポイントリムーバーを使っていることが分かりました（図 13）。

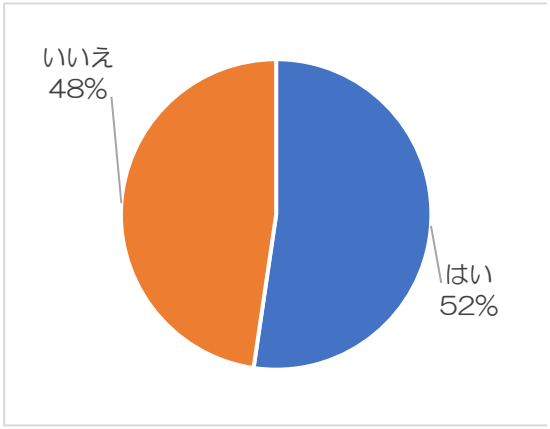

図 12.　ポイントリムーバーを利用しているか（N=172）

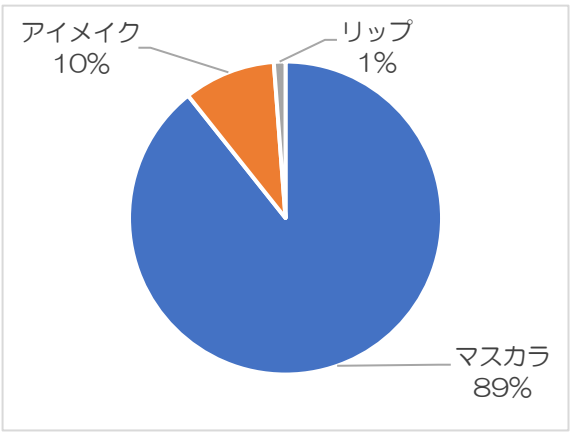

図 13. ポイントリムーバーを使っている部分（N=84）

（6）女子大生の３割は肌質が「混合肌」、次いで２割が「脂性肌」

肌質を調査したところ、「混合肌」が 51 人（30%）でした。次いで「脂性肌」が 36 人（21%）、「乾燥肌」が 29 人（17%）、「敏感肌」が 12 人（7%）、「普通肌」が６人（3%）、「わからない」が 38 人（22%）という結果でした（図 14）。今回調査した人たちの中では、混合肌がやや多く、普通肌は少なめでしたが、大きな偏りはなく肌質は人それぞれでした。

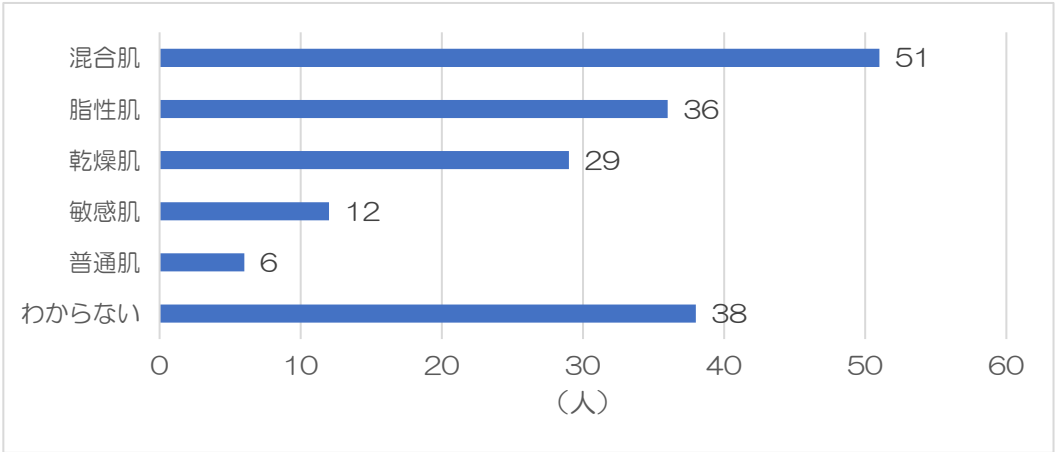

図 14. 肌質（N=172）

（7）女子大生の肌の悩み No.1 は「毛穴」

肌について何か悩みがあるか調査したところ、「はい」が 155 人（90%）、「いいえ」が 17 人（10%）という結果になり、9割の人が肌に悩みがあることが分かりました（図 15）。

また、肌に悩みがあると回答した人にどのような肌悩みがあるのかを複数回答で調査したところ、最も多かった回答が「毛穴」で 122 人（79%）の人が悩んでいると回答しました。次いで、「ニキビ」が 102 人（66%）、「乾燥」が 67 人（43%）、「くすみ」が 21 人（14%）、「しみ」が5人（3%）、「しわ」が3人（2%）でした（図 16）。また、その他と回答した人は 8 人（5%）おり、その他の回答として、「皮脂テカリ」、「インナードライ」、「顔の赤み」、「そばかす」などがありました。

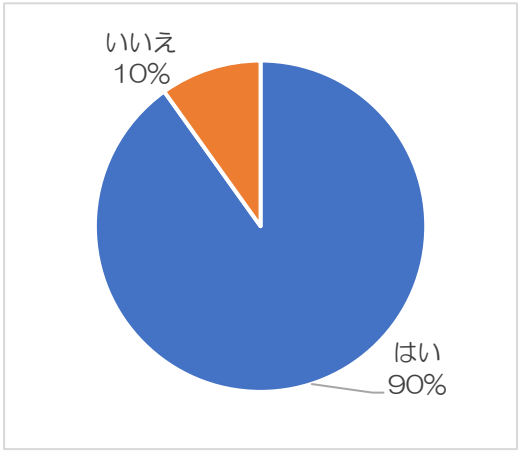

図 15. 肌の悩みがあるか（N=172）

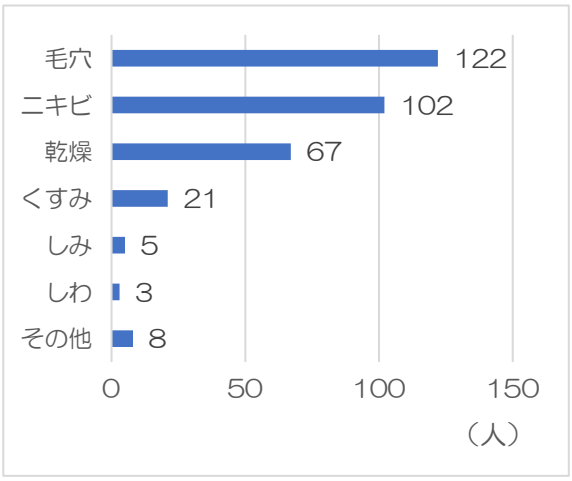

図 16. どのような悩みか（N=155、MA）

（8）クレンジングの購入場所はドラッグストア、価格は比較的安価、ブランドもいろいろ

クレンジングの購入場所と予算について調査すると、最も多かった回答は 100 人（60%）で「ドラッグストア」でした。次いで、「ネット」が 28 人（17%）、「コスメショップ」が 16 人（10%）、「スーパー」が 9 人（5%）、「無印良品」が 6 人（4%）、「デパート」が 2 人（1%）、その他（3%）にはドン・キホーテ、皮膚科、美容サロンがありました（図 17）。

購入するクレンジングの予算についても調査したところ、「1000 円以上～2000 円未満」と回答した人が最も多く 90 人（54%）、「500 円以上～1000 円未満」が 40 人（24%）、「2000 円以上～3000 円未満」が 24 人（15%）、「3000 円以上～4000 円未満」が 7 人（4%）、「5000 円以上」が3人（2%）でした（図 18）。全体的に美容や日用雑貨を取り扱う身近なドラックストアで、1,000 円以上～2,000 円未満の比較的安価な市販のクレンジングを購入していました。

現在使用しているクレンジングを自由記述で尋ね、ワードクラウドで表したところ、「ビオレ」「パーフェクトワン」「無印良品」「オルビス」「ファンケル」「キュレル」などが多く選出されました（図 19）。

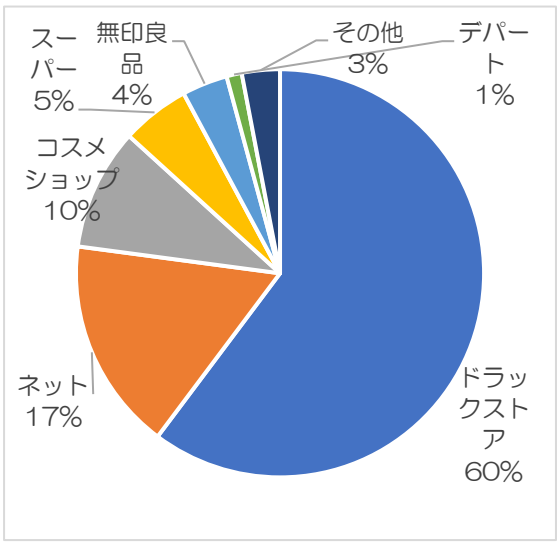

図 17. 購入場所（N=166）

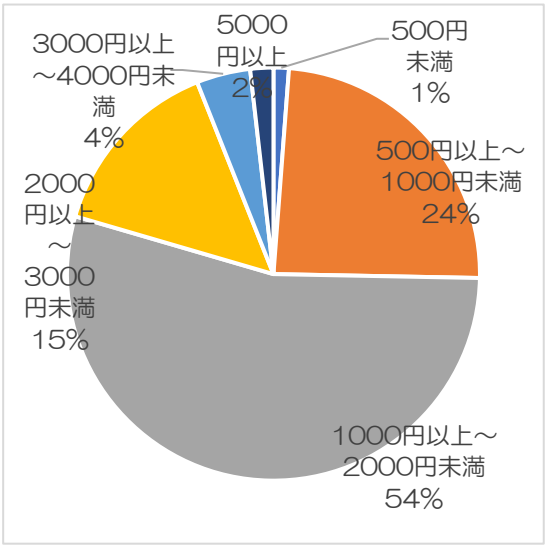

図 18. 購入予算（N=166）

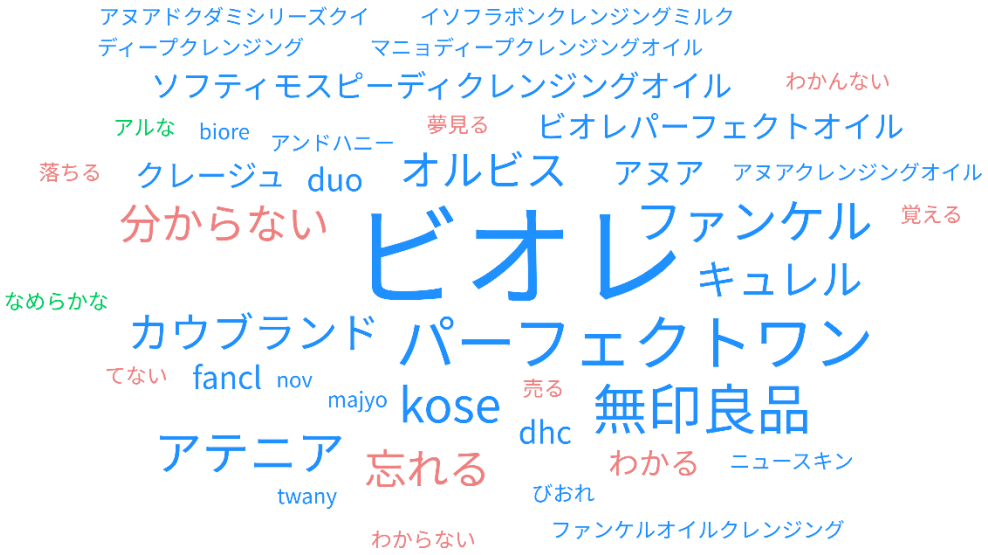

図 19. 使用しているクレンジングのブランド（N=136）

（9）クレンジングを購入する際に最も重要視しているのは「効能」

クレンジングを購入する際に最も重視していることは何か、各項目の重要度を調査しました。値段は「重要である」は 70 人（42%）、「やや重要である」67 人（41%）であり、重要視している人が多い結果となりました（図 20）。香りは「重要である」16 人（10%）、「やや重要である」は 53 人（32%）であり、若干重要視している人の方が多い結果となりました（図 21）。パッケージは「重要ではない」77 人（46%）、「やや重要ではない」43 人（26%）であり、重要視していない人が多い結果となりました（図 22）。ブランドは「重要である」は 17 人（10%）、「やや重要である」は 76 人（46%）であり、やや重要視している人が多い結果となりました（図 23）。肌悩みは「重要である」は 92 人（55%）、「やや重要である」は 56 人（34%）であり、最も強く重要視している人が多い結果となりました（図 24）。肌質は「重要である」は 81 人（49%）、「やや重要である」は 59 人（36%）であり、重要視している

人が多い結果となりました（図 25）。成分は「重要である」は 56 人（34%）、「やや重要である」は 60 人（36%）であり、重要視している人が多い結果となりました（図 26）。効能は「重要である」は 93 人（56%）、「やや重要である」は 52 人（31%）であり、重要視している人が多い結果となりました（図 27）。

結果として、女子大生がクレンジングを購入する際に最も重視する項目を調査したところ、最も重要度が高い項目は「効能」で 64 人（39%）が重視していることが分かり、一方で「香り」「パッケージ」は選ばれず、比較的重要視されていないことが分かりました（図 28）。

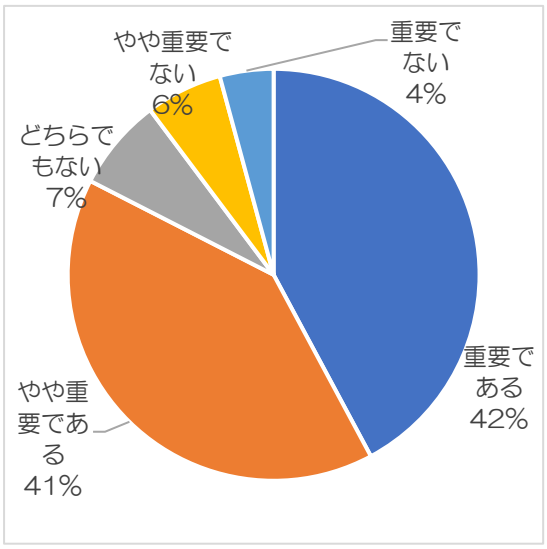

図 20. 値段の重要度（N=166）

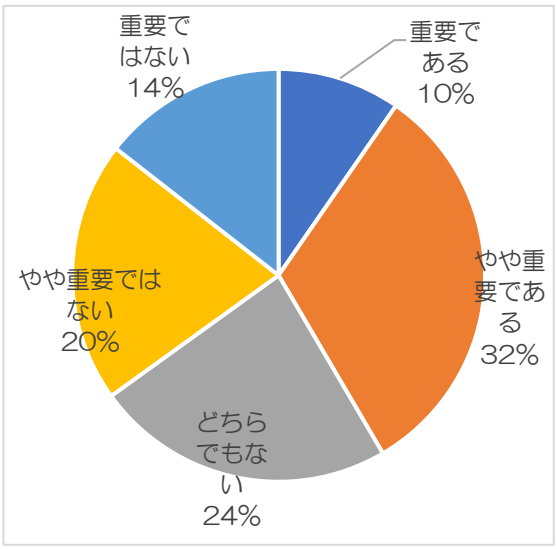

図 21. 香りの重要度（N=166）

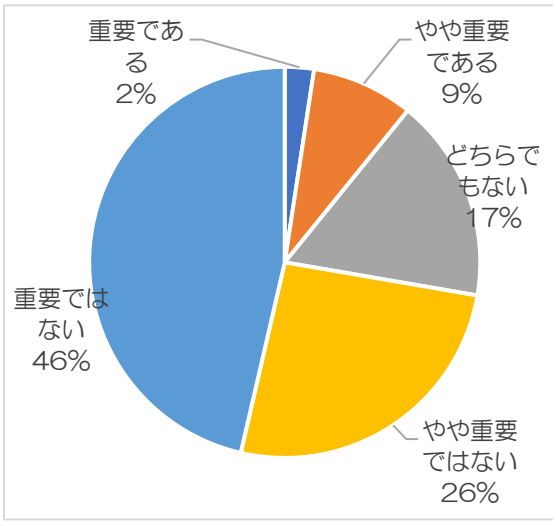

図 22. パッケージの重要度（N=166）

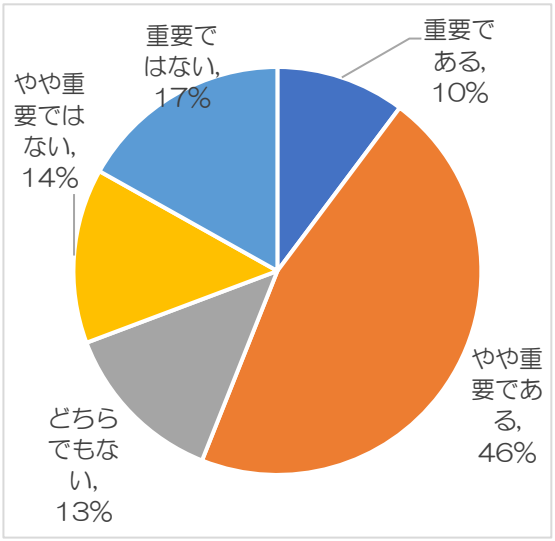

図 23. ブランドの重要度（N=166）

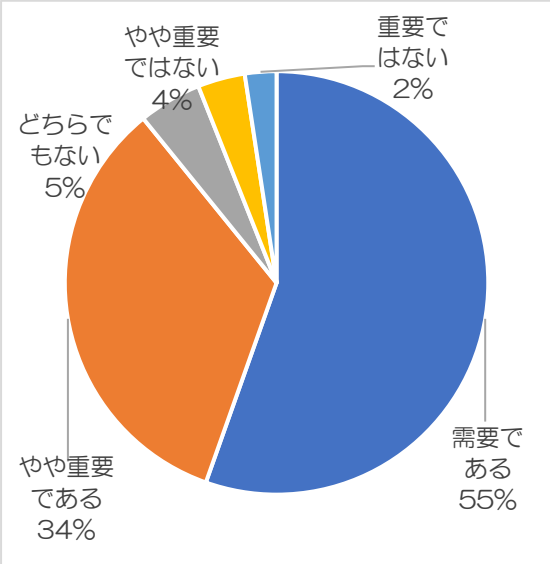

図 24. 肌悩みの重要度（N=166）

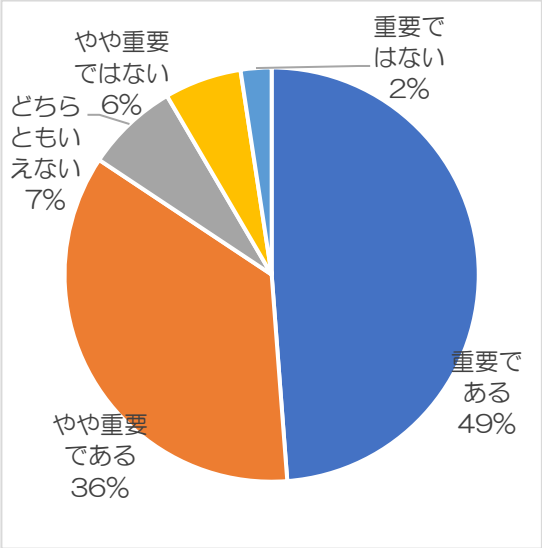

図 25. 肌質の重要度（N=166）

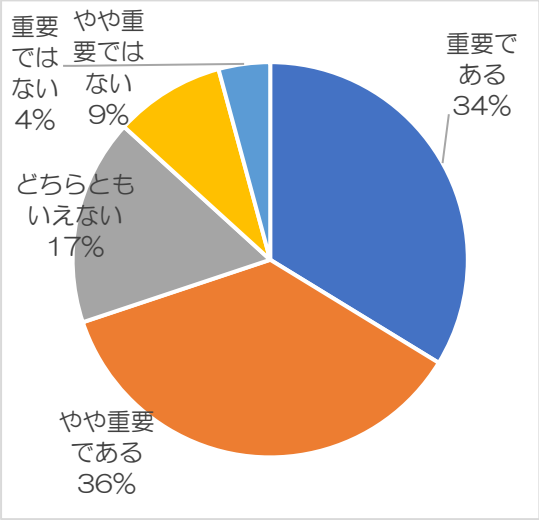

図 26. 成分の重要度（N=166）

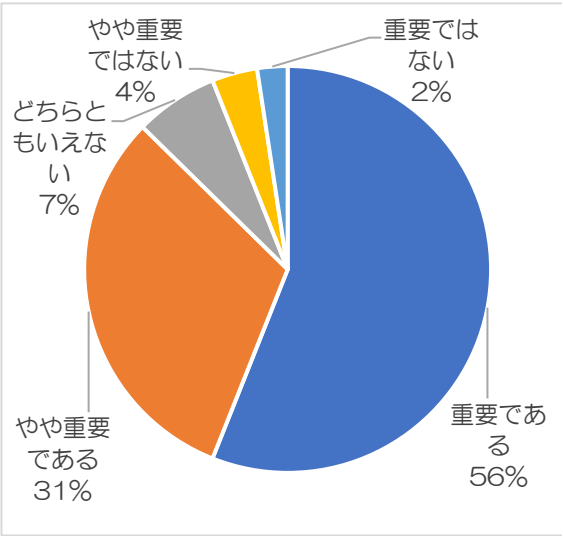

図 27. 効能の重要度（N=166）

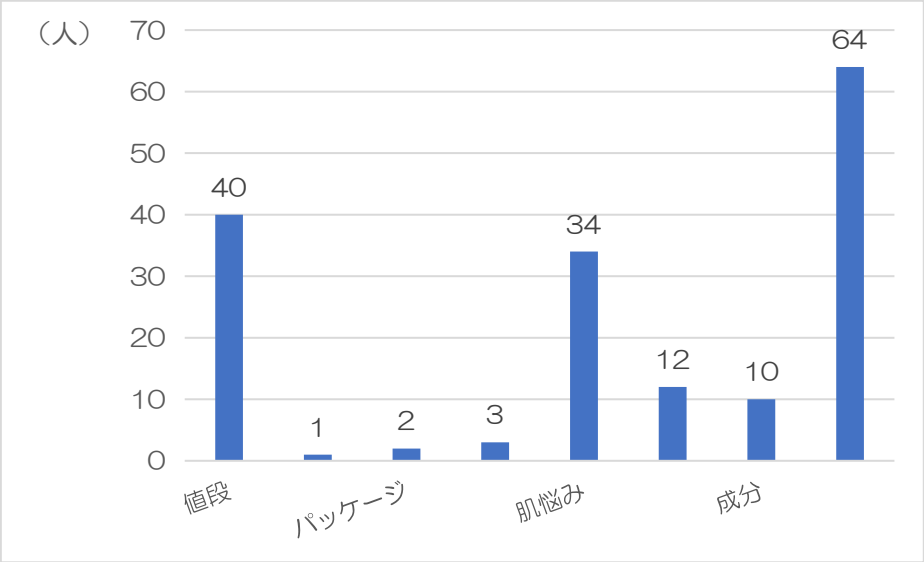

図 28. ８つの中で最も重要度が高いもの（N=166）

（１０）クレンジングの情報源は TikTok

クレンジングを購入するとき、主に参考にする情報源について調査したところ、「TikTok」が 69 人（42%）、「口コミサイト」が 27 人（16%）、「X（旧：Twitter）」が 21 人（13%）、「Instagram」が 17 人（10%）、「YouTube」が 12 人（7%）という結果になりました（図 29）。このことから、特に SNS からの情報を参考にしている人が多くいることが分かりました。

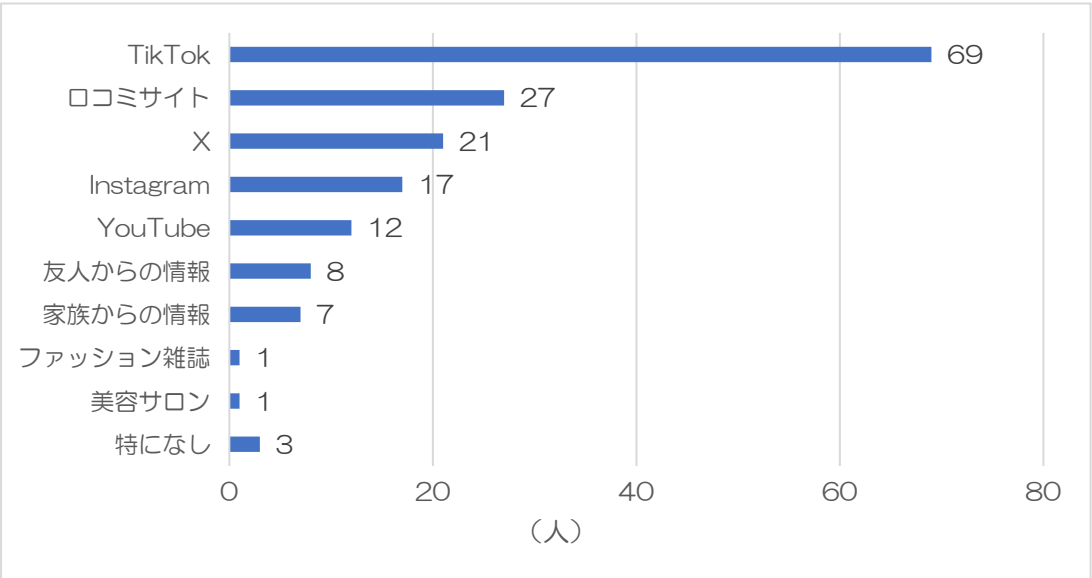

図 29. クレンジングの情報源（N=166）

考察

今回の調査で、クレンジングを使用している人は 97%で、女子大生のほとんどがクレンジングを使用していました。また、毎日クレンジングを使用している人は 76%で、毎日化粧をする人が 45%であることから、化粧をしない日もクレンジングを使用する人が多くいると考えられます。クレンジングを使用している人のうち約６割はオイルタイプを使用しており、次いで、ジェルタイプ、バームタイプを使用する人が多くいました。

現在使用しているクレンジングを家族と共有している人は全体の 56%で、過半数の人がクレンジングを家族で共有していました。また家族と共有していると回答した人の 99%が実家暮らしをしており、クレンジングが一家に一台であるという家庭も少なくないことが推測されます。

また、クレンジングを定期的に買い替えたいと思う人は「いいえ」が約８割で多い結果となりました。そのため、多くの人は現在使用しているクレンジングの満足度は高く、リピート率が高いと言えます。一方で、買い替えたいと思う人は全体の約 2 割でした。理由は、「色んな種類を試したいから」、「使用感・効果に満足できていないため」、「トレンドに合わせて」という意見が多くありました。

ダブル洗顔不要のクレンジングを使用している人は全体の約３割で、ダブル洗顔が不要かどうかを重視している人は少ない傾向にありました。さらに、ダブル洗顔不要のクレンジングを使用している人に、実際に洗顔料を併用しているか聞いたところ、「はい」が約 7 割で、ダブル洗顔不要のクレンジングを使用していても洗顔料を併用している人が多くいました。また、ポイントリムーバーを使用している人は全体の約半数でした。その中でも「マスカラ」に使用している人が約９割であり、“まつ毛を大切にしたい”と考えている人が多いと予想されます。

女子大生の肌について調査したところ、「混合肌」が 30%、「脂性肌」が 21%、「乾燥肌」が 16%、「敏感肌」が 7%、「普通肌」が 3%、「わからない」が 22%でした。３割の人が「混合肌」で最も多い結果となりましたが、大きな偏りはなく、肌質は人それぞれでした。そして女子大生の 9 割が肌に悩みを抱えていました。具体的な悩みとして、「毛穴」、「ニキビ」、「乾燥」があげられました。これには、女子大生は化粧をする機会が多いという背景があると考えられます。化粧をすることは、肌への負担になったりダメージを与えたりします。そのため、女子大生の肌の悩みも多くなり、中でも最も多い悩みは「毛穴」で約８割の人が悩んでいるという結果になったと考えられます。また、クレンジングを購入する際に重要視することについても、最も多かった回答は「効能」であったため、“クレンジングで肌の悩みを改善したい”という思いが強いと予想されます。

クレンジングの購入場所について調査したところ、「ドラッグストア」という回答が最も多く、６割を占めていました。実際に手に取って確認してから購入を決めたい人が多い傾向があると考えられます。またクレンジングの予算に関して、「1000 円以上～2000 円未満」と回答した人が半数以上であったことから、女子大生は全体的に美容や日用雑貨を取り扱う身近なドラッグストアで、比較的安価な市販のクレンジングを購入していると推測されます。

クレンジングについての情報源として、「TikTok」が 42%で最も多く、次いで「口コミサ

イト」16%、「X（旧：Twitter）」13%、「Instagram」10%、「YouTube」7%でした。クレンジングを購入する際に、特に SNS からの情報を参考にしている人が多い結果となりました。

今回の調査を通じて、女子大生の多くがクレンジングを毎日使用することが分かりました。また、女子大生の大半が肌に悩みを持っており、クレンジングを選ぶ際に「効能」を最も重視することが明らかになりました。肌のコンディションは顔全体の印象を大左右するため、自分の肌に適した効能のものを使用する傾向にあると考えられます。

下図は上述の 10 つのポイントを踏まえ、生成 AI（ChatGPT 5。2025 年 8 月 8 日（金）16:28）で作成したペルソナのイメージ図です。

生成：ChatGPT 5（2025 年 8 月 8 日（金）16:28）。

付録：調査票

女子大生の「クレンジング」に関する調査

このたび「クレンジング」に関する調査を行うことになりました。お忙しいところ、恐縮ですが、調査へのご協力お願いいたします。
なお、回答者への所要時間は3分ほどです。調査結果は、統計的処理し、公表の場においても個人が特定されない形とします。ご不明点な点につきましては下記連絡先までご連絡ください。よろしくお願いいたします。

調査主体：実践女子大学人間社会学部人間社会学科　ペルソナ チームC
（takeuchi-akinobu@jissen.ac.jp)

1.クレンジングについて

Q01. あなたはクレンジングを使用していますか。(1つ選択) *

- ○ はい
- ○ いいえ

Q02. あなたは普段どのくらいの頻度でクレンジングを使用しますか。(1つ選択) *

- ○ 毎日つかう
- ○ 週5日程度
- ○ 週に2、3日
- ○ 週1回程度
- ○ 2週間に1回
- ○ 月に1回
- ○ 全く使わない

2．現在使用しているクレンジングについて

Q03. あなたは普段クレンジングを家族と共有していますか。(1つ選択) *

- ○ はい
- ○ いいえ

Q04. あなたの現在使用しているクレンジングのタイプを教えてください。(1つ選択) *

- ○ オイル
- ○ クリーム
- ○ ジェル
- ○ バーム
- ○ 泡
- ○ シート
- ○ その他:

Q05. 現在日常的に使用しているクレンジングの名前を教えてください。

回答を入力

Q06. あなたはクレンジングを使い切るまでどのくらいかかりますか。(1つ選択) *

- ○ 1ヶ月未満
- ○ 1ヶ月程度
- ○ 2ヶ月程度
- ○ 3ヶ月程度
- ○ 4ヶ月以上

Q07. あなたは定期的に使用するクレンジングの種類を変えますか。(1つ選択) *

- ○ はい→Q07sへ
- ○ いいえ

Q07s. (Q07で【はい】と答えた方にお聞きします)クレンジングを定期的に買い替える理由を教えてください。(複数回答可)

- ☐ 使用感・効果に満足できていないため
- ☐ 香りを変えたいから
- ☐ トレンドに合わせて
- ☐ 色んな種類を試してみたいから
- ☐ その他

Q08. あなたは現在使用しているクレンジングをリピートしたいと思いますか。 * (1つ選択)

- ○ はい
- ○ いいえ

Q09. あなたはダブル洗顔不要のクレンジングを使っていますか。(1つ選択) *

- ○ はい→Q09sへ
- ○ いいえ

Q09s. (Q09 で【はい】と答えた方にお聞きします)あなたは実際に洗顔料を併用していますか。(1つ選択)

- ○ はい
- ○ いいえ

3．ポイントリムーバーについて

ポイントリムーバーとは濃いメイクを落とすための洗浄力の強いクレンジングを指す。

Q10. あなたは普段ポイントリムーバーを使用していますか。(1つ選択) *

- ○ はい→Q10sへ
- ○ いいえ

Q10s. (Q10で【はい】と答えた方にお聞きします) あなたは普段どこにポイントリムーバーを使用していますか。(複数選択可)

- ○ マスカラ
- ○ アイメイク
- ○ リップ
- ○ その他:

4．肌について

Q11. あなたの肌質は何ですか。(1つ選択) *

- ○ 脂性肌
- ○ 混合肌
- ○ 乾燥肌
- ○ 普通肌
- ○ 敏感肌
- ○ わからない

4．肌について

Q11. あなたの肌質は何ですか。（1つ選択） *

- ○ 脂性肌
- ○ 混合肌
- ○ 乾燥肌
- ○ 普通肌
- ○ 敏感肌
- ○ わからない

Q12. あなたは肌について何か悩みはありますか。（1つ選択） *

- ○ はい→Q12sへ
- ○ いいえ

Q12s. （Q12で【はい】と答えた人にお聞きします）あなたの肌悩みは何ですか。（複数回答可）

- ☐ 乾燥
- ☐ 毛穴
- ☐ ニキビ
- ☐ しみ
- ☐ しわ
- ☐ くすみ
- ☐ その他: _____

5．クレンジングの購入に関して

Q13. あなたは普段どこでクレンジングを購入しますか。（1つ選択） *

- ○ スーパー
- ○ ドラッグストア
- ○ コスメショップ
- ○ デパート
- ○ ネット
- ○ その他: _____

Q14. あなたがクレンジングを購入するときの予算はいくらですか。（1つ選択） *

- ○ 500円未満
- ○ 500円以上～1,000円未満
- ○ 1,000円以上～2,000円未満
- ○ 2,000円以上～3,000円未満
- ○ 3,000円以上～4,000円未満
- ○ 4,000円以上～5,000円未満
- ○ 5,000円以上

Q15. あなたが現在、使用しているクレンジングの値段はいくらですか。（1つ選択） *

- ○ 500円未満
- ○ 500円以上～1,000円未満
- ○ 1,000円以上～2,000円未満
- ○ 2,000円以上～3,000円未満
- ○ 3,000円以上～4,000円未満
- ○ 4,000円以上～5,000円未満
- ○ 5,000円以上

Q16. あなたは、クレンジングを購入するとき、各要素の重要度はどのくらいですか。（各項目1つ選択） *

	重要ではない	やや重要ではない	どちらでもない	やや重要である	重要である
A. 値段	○	○	○	○	○
B. 香り	○	○	○	○	○
C. パッケージ	○	○	○	○	○
D. ブランド	○	○	○	○	○
E. 肌悩み	○	○	○	○	○
F. 肌質	○	○	○	○	○
G. 成分	○	○	○	○	○
H. 効能	○	○	○	○	○

Q17. 【Q16】の8個の要素の中で、最も重要度が高い要素はでどれですか。（1つ選択） *

- ○ 値段
- ○ 香り
- ○ パッケージ
- ○ ブランド
- ○ 肌悩み
- ○ 肌質
- ○ 成分
- ○ 効能

Q18. あなたがクレンジングを購入するとき、主に参考にする情報源は何ですか。（1つ選択）

- ○ Instagram
- ○ X
- ○ YouTube
- ○ TikTok
- ○ ファッション雑誌
- ○ 友人からの情報
- ○ 口コミサイト
- ○ その他: _____

6．あなた自身について

F1.あなたの学年を教えてください。（1つ選択） *

- ○ 大学１年生
- ○ 大学２年生
- ○ 大学３年生
- ○ 大学４年生
- ○ その他: _____

F2. あなたが毎月自由に使える金額を教えてください。（1つ選択） *

- ○ 5,000円未満
- ○ 5,000円以上～10,000円未満
- ○ 10,000円以上～15,000円未満
- ○ 15,000円以上～20,000円未満
- ○ 20,000円以上～25,000円未満
- ○ 25,000円以上～30,000円未満
- ○ 30,000円以上～35,000円未満
- ○ 35,000円以上～40,000円未満
- ○ 40,000円以上～45,000円未満
- ○ 45,000円以上～50,000円未満
- ○ 50,000円以上

F3. あなたの現在のお住まいは、どのようなタイプですか。(1つ選択) *

- ○ 実家暮らし
- ○ 1人暮らし
- ○ 寮
- ○ ルームシェア
- ○ その他: _____

F4. あなたの化粧をする頻度を教えてください。(1つ選択) *

- ○ 毎日している
- ○ 週に5日程度
- ○ 週に2、3日程度
- ○ 週に1日程度
- ○ 2週間に1回
- ○ 月1回
- ○ 特別な日のみしている
- ○ 全くしない