

実践『ペルソナ』通信 (No. 126)

「クレンジング」に関する調査 Side-*Be*

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、女子大生の「クレンジング」について、観察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。

※実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* とは、写真観察を行い、実態を考察した調査レポートです。

総括

今回の調査を通して、実践女子大学生はオイルクレンジングを使用している人の割合が高いことが分かりました。また、シンプルなパッケージを使用する人が多いことから、シンプルなパッケージが好まれる傾向が高いが分かりました。シートタイプを除き、ブランドに偏りがないことから、実践女子大生は、流行りのものよりも、自分の肌にあった効能のクレンジングを使用しているのではないかと考えました。

調査結果のポイント

(1) オイルクレンジングを使用している割合が高い

今回の調査で実践女子大学生に写真の提供をお願いしたところ、17 人中 8 人がオイルクレンジングを使用していることが分かりました。A 面の調査でもオイルクレンジングを使用する人は最も多かったため、多くの人に好まれていると考えられます。また、オイルクレンジング以外にもジェルタイプやバームタイプなど、様々な種類のクレンジングを使用していることが分かりました。

(2) シンプルなパッケージのクレンジングを使用する人が多い

デザインが多いパッケージのクレンジングよりも無地でブランドの名前が書かれているだけのパッケージのクレンジングを使用する傾向が高いことが分かりました。このことから、シンプルなパッケージが好まれやすいことや、パッケージよりも効能を優先する傾向にあることが考えられます。

(3) シートクレンジングは「ソフティモ」を使用している人が多い

シートタイプのクレンジングを使用している人のうち、2 人中 2 人が「ソフティモ」を使っており、他ブランドよりも人気が高い傾向が見られました。一方、オイルやジェル、バームといった他のタイプでは、特定のブランドに偏りはなく、さまざまな商品がまんべん

く使われていることが分かりました。

調査概要

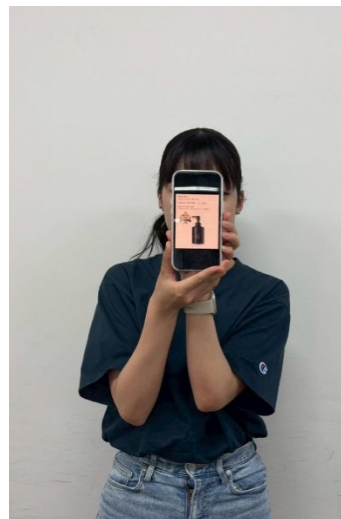
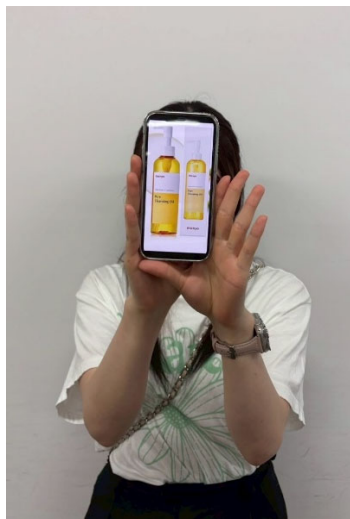
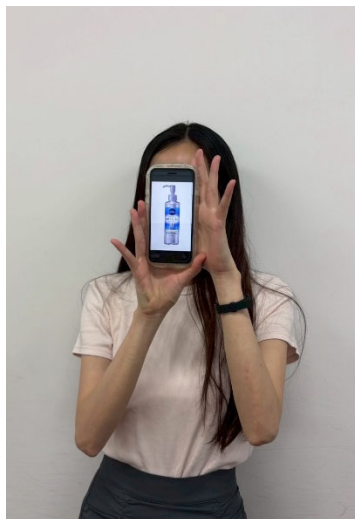
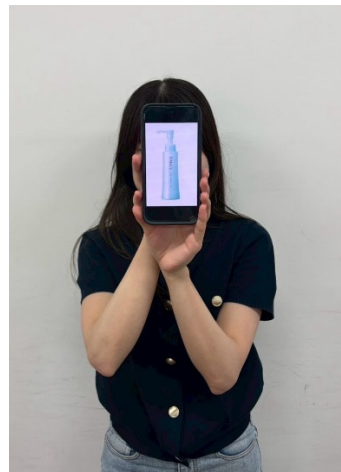
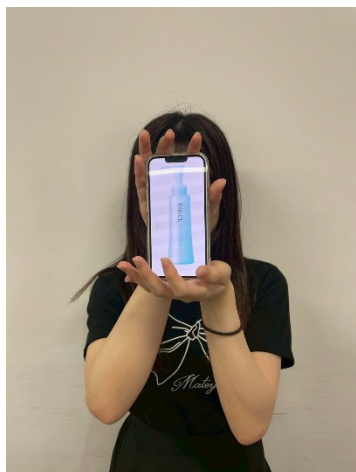
- ・調査対象：実践女子大生（全学年、全学部）
- ・調査方法：フィールドワークによる写真撮影および対象者観察
- ・調査期間：2025 年 7 月
- ・調査場所：実践女子大学渋谷キャンパス・調査協力者の居住内スペース

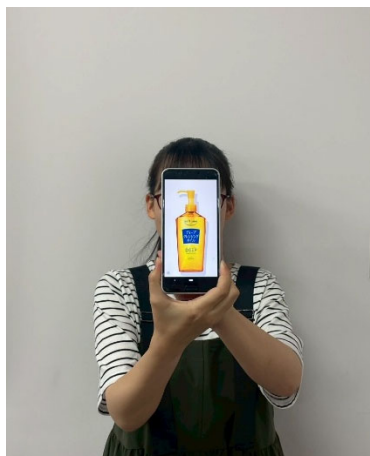
調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 岩坂果純・小峰麻衣子・松山萌愛

写真

【オイルクレンジング】

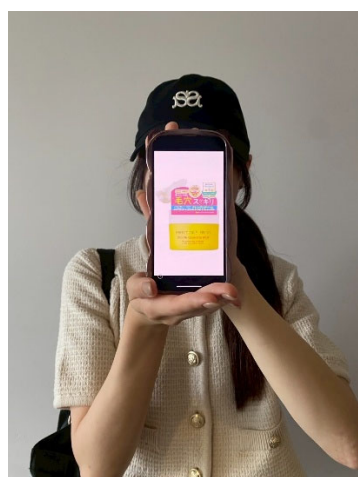




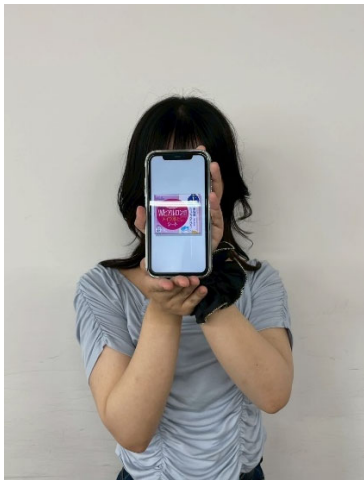
【ジェルクレンジング】



【バームクレンジング】



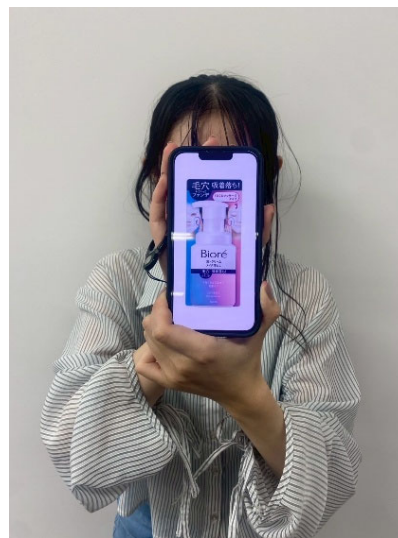
【シートクレンジング】



【クリームクレンジング】



【泡クレンジング】



調査後記

今回の調査を通じて、女子大生は様々なクレンジングを使用していることが分かりました。調査対象の 17 人中 8 人が、「オイルクレンジング」を使用しており、A 面の調査結果と同様に「オイルクレンジング」を使用している人が多い結果となりました。「オイルクレンジング」以外にも、「ジェルクレンジング」や「バームクレンジング」など、様々な種類を使用していることが分かりました。さらに、写真を見ると無地の背景にブランド名が書かれているだけのシンプルなデザインのクレンジングを好む傾向にあることが分かりました。

また、シートタイプのクレンジングに関しては、使用している 2 人のどちらも「ソフティモ」を使用しており、他ブランドの使用は見られませんでした。その他のタイプではブランドに偏りはありませんでした。

今回の調査において、多くの学生の方々に快く調査への回答や写真の提供をしていただいたことで、報告書を作り上げることができました。ご協力いただいた皆様には、この場をお借りして深く御礼申し上げます。今回の調査での経験を今後の調査分析にいかせるよう、メンバー一同精進いたします。