

ウィズコロナ時代の美容行動 「画面越しに見せたい顔」とは？

ポーラ文化研究所は、15～64歳の男女2,000人を対象に2021年11月9日～11月12日にアンケート調査を行いました。
オンラインで人と会うことが増えたウィズコロナ時代の美容行動と「画面越しに見せたい顔」への意識について探りました。

調査結果のポイント

- **コロナ前とくらべた美容行動の頻度**
 - スキンケアは、男女ともに「変わらない」が約7割（女性71.3%、男性72.0%）、「増えた」が約2割（女性21.1%、男性24.2%）、「減った」は1割未満（女性7.6%、男性3.8%）。
 - メークは、女性では「変わらない」38.0%、「増えた」10.4%、「減った」51.6%。男性は「変わらない」64.5%、「増えた」19.9%、「減った」15.7%。男性は女性とくらべて「変わらない」が多く、「減った」が少ない。
 - 「シェイプアップ・痩身のための運動」は男女ともに「増えた」が約3割を占める（女性29.5%、男性32.0%）。外出を控えることによる運動不足や、健康意識の高まりなどが影響していると推察。「減った」割合が大きい項目は、女性では「メーク」51.6%、「香水やコロンの使用」32.7%。男性では「香水やコロンの使用」23.2%、「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」19.9%。→ P4
- **「画面に映る自分の顔」で気になること**
 - 女性：「髪型」35.6%、「顔の色」30.6%、「ほうれい線の目立ち」「顔のパーツのバランス」24.0%、「フェイスラインのたるみ」22.5%がトップ5。
 - 男性：「気になったことはない」29.0%がトップ。以下、「ヒゲ」22.9%、「髪型」20.3%、「ニキビやニキビ跡」「歯並びや歯の色」12.3%、「肌のテカリ」11.7%が続く。→ P5
- **「画面越しに見せたい顔」のイメージ**
 - 女性：「清潔感がある」48.7%、「品がある」33.5%、「親しみやすい」「健康的な」32.7%、「きれいな」29.6%がトップ5。
 - 男性：「清潔感がある」30.6%、「イメージは特にない」25.7%、「健康的な」20.4%、「親しみやすい」17.8%、「誠実な」「落ち着いた」16.7%がトップ5。→ P6
- **「画面越しに見せたい顔」にするために行っていること**
 - 女性：「化粧品を使ったメーク」45.4%、「カメラをちょうど良い位置にする」36.2%、「ヘアスタイルに気を配る」29.8%がトップ3。
 - 男性：「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」43.6%、「特にない」39.9%、「ヘアスタイルに気を配る」25.0%がトップ3。→ P7
- **「画面越しに見せたい顔」にする意味**
 - 男女ともに「人への印象を良くすること」「社会のマナー、礼儀に近いこと」「TPOに合わせること」が上位にあがる。「人とのかかわり方」への意識が関連していると推測。→ P9

※本ページ掲載のコロナ前とくらべた美容行動の頻度は該当の行動を行っている人、「画面に映る自分の顔」「画面越しに見せたい顔」に関しては、オンラインで人と対面することがある人の回答である。

2022年6月23日

ポーラ文化研究所

POLA RESEARCH INSTITUTE OF
BEAUTY & CULTURE

担当：川上・西原・廣川・鈴木

目次・調査実施概要

目次

I. 美容行動

- ① 現在の実行状況 [P3](#)
- ② コロナ前とくらべた頻度変化 [P4](#)

II. オンライン上の表現と意識

- ① 「画面に映る自分の顔」で気になること [P5](#)
- ② 「画面越しに見せたい顔」のイメージ [P6](#)
- ③ 「画面越しに見せたい顔」にするために行っていること [P7](#)
- ④ 「画面越しに見せたい顔」にするために今後行いたいこと [P8](#)
- ⑤ 「画面越しに見せたい顔」にする意味 [P9](#)
- ⑥ 女性の使用メイクアイテム オンラインとリアルの場の差 [P10](#)

参考データ

- 美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化 [P12](#)
- 「画面に映る自分の顔」で気になること [P17](#)
- 「画面越しに見せたい顔」のイメージ [P18](#)
- 「画面越しに見せたい顔」にするために行っていること [P19](#)
- 「画面越しに見せたい顔」にするために今後行いたいこと [P20](#)
- 「画面越しに見せたい顔」にする意味 [P21](#)
- オンラインでの使用メイクアイテム [P22](#)
- リアルの場での使用メイクアイテム [P23](#)
- 現在行っている／今後行いたい化粧・美容に関する行動 [P24](#)
- 自由回答より「よそおい・美容・化粧」に関する考え、価値観の変化 [P28](#)
- 対象者プロフィール [P29](#)

調査実施概要

調査名：ポーラ文化研究所 化粧文化調査2021

調査時期：2021年11月9日（火）15:30～2021年11月12日（金）9:00

調査方法：インターネット調査

回答デバイス：PC・スマートフォン

調査対象者：首都圏一都三県（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）に居住する15～64歳の男女2,000人

女性の15～19歳、20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳、40～44歳、45～49歳、50～54歳、55～59歳、60～64歳：各100人

男性の15～19歳、20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳、40～44歳、45～49歳、50～54歳、55～59歳、60～64歳：各100人

※調査会社のアンケートモニター（約220万人）のうち、47,008人にメールにて調査を依頼。回答者12,808人の中から年齢層（男女別5歳刻み）ごとに100人を無作為に選び、合計2,000人を調査対象として抽出した。

※本調査はインターネット調査であるため、対象者はインターネットユーザーであることが前提である。

※属性に関する情報（年齢、居住地、未婚、職業）は、アンケートモニターを保有する調査会社で事前（「ポーラ文化研究所 化粧文化調査2021」回答時より1年以内）に聴取した情報である。

※本レポートで表記した構成比（%）の数値は、小数点以下第二位を四捨五入し表記している。そのため、内訳の合計が100%とならないことがある。

※本レポートで表記した「コロナ前」は、「新型コロナウイルスが広がる前」を指す。

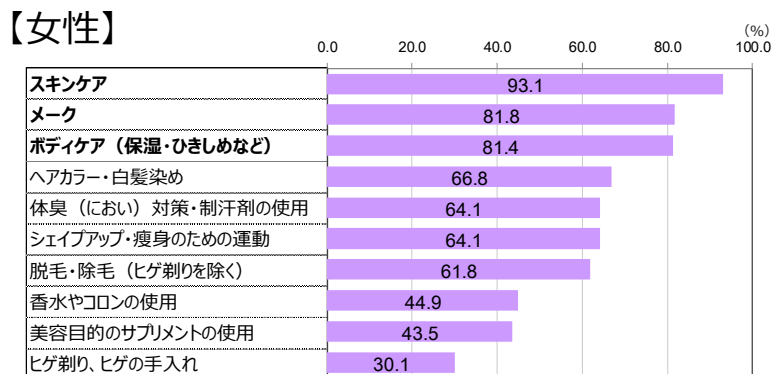
※本レポートで表記した「平均反応個数」は、複数回答形式の設問において、他選択肢と「排他」の関係となる「特にない」「わからない」といった選択肢（複数選択できない選択肢）の回答者を算出のベースから除いている。

I. 美容行動 ①現在の実行状況

10項目の美容行動を提示し、現在の実行状況についてたずねた。

- 女性では、「スキンケア」93.1%、「メイク」81.8%、「ボディケア」81.4%が実行率トップ3。
- 男性では、「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」89.6%、「スキンケア」55.0%、「シェイプアップ・痩身のための運動」50.6%が実行率トップ3。
「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」以外のすべての項目において、男性は女性を下回る実行率。
男性の「メイク」実行者は、20代以下が44.0%に達し、若い年代が多い。

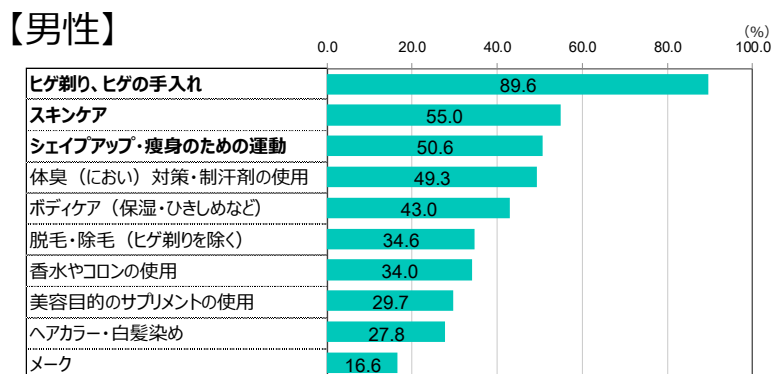
■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_現在 (2021年8月~回答時現在)
行っている行動 (基数: 女性全員1000人)



■ 行っている「よそおい・美容・化粧」行動の年代構成 (各基数: 現在、該当の行動を行っている女性)

行動	n	年代 (%)										平均年齢 (歳)			
		10代後半	20代前半	20代後半	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代前半	20代以下	30~40代	50代以上	平均年齢
スキンケア	931	9.8	10.4	10.0	10.0	9.8	9.9	10.5	10.2	9.6	9.9	30.2	40.2	29.6	39.6
メイク	818	9.9	11.2	11.1	10.1	9.8	9.7	10.0	9.3	8.9	9.9	32.3	39.6	28.1	39.0
ボディケア (保湿・ひきしめなど)	814	10.4	11.1	10.9	10.9	10.7	10.1	9.8	9.0	8.7	8.4	32.4	41.5	26.0	38.4
ヘアカラー・白髪染め	668	7.9	10.8	9.3	9.6	9.3	9.0	10.6	10.5	11.2	11.8	28.0	38.5	33.5	40.8
シェイプアップ・痩身のための運動	641	10.0	11.7	11.7	10.3	11.5	9.4	10.6	9.4	8.0	7.5	33.4	41.8	24.8	38.1
体臭 (におい) 対策・制汗剤の使用	641	9.4	11.7	10.8	10.5	10.8	10.5	10.9	9.2	8.7	7.6	31.8	42.6	25.6	38.6
脱毛・除毛 (ヒゲ剃りを除く)	618	11.3	12.9	13.4	11.7	11.7	10.2	10.2	7.3	5.8	5.5	37.7	43.7	18.6	36.2
香水やコロンの使用	449	11.1	15.4	13.4	10.9	10.0	8.2	8.5	6.7	7.8	8.0	39.9	37.6	22.5	36.5
美容目的のサプリメントの使用	435	6.4	11.0	13.6	11.7	12.4	10.1	9.2	9.7	9.2	6.7	31.0	43.4	25.5	38.7
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	301	10.6	10.0	12.3	10.6	12.0	11.0	12.0	7.6	7.6	6.3	32.9	45.5	21.6	37.8

■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_現在 (2021年8月~回答時現在)
行っている行動 (基数: 男性全員1,000人)



■ 行っている「よそおい・美容・化粧」行動の年代構成 (各基数: 現在、該当の行動を行っている男性)

行動	n	年代 (%)										平均年齢 (歳)			
		10代後半	20代前半	20代後半	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代前半	20代以下	30~40代	50代以上	平均年齢
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	896	9.4	9.8	10.3	10.0	10.5	9.9	10.0	9.8	9.9	10.3	29.5	40.5	30.0	39.9
スキンケア	550	12.5	12.0	11.8	13.6	11.3	8.7	8.7	7.3	8.0	6.0	36.4	42.4	21.3	36.6
シェイプアップ・痩身のための運動	506	10.3	10.7	10.3	10.7	12.8	9.5	9.9	8.3	8.1	9.5	31.2	42.9	25.9	38.8
体臭 (におい) 対策・制汗剤の使用	493	10.1	10.3	10.3	12.2	10.5	11.0	11.4	7.5	9.1	7.5	30.8	45.0	24.1	38.6
ボディケア (保湿・ひきしめなど)	430	13.5	12.6	11.6	13.0	11.9	8.6	8.6	8.4	6.7	5.1	37.7	42.1	20.2	36.2
脱毛・除毛 (ヒゲ剃りを除く)	346	13.6	14.5	11.0	13.0	12.4	8.7	9.0	7.8	5.8	4.3	39.0	43.1	17.9	35.5
香水やコロンの使用	340	9.1	12.9	10.3	12.4	10.6	7.4	9.1	7.1	10.0	11.2	32.4	39.4	28.2	39.0
美容目的のサプリメントの使用	297	8.4	11.1	11.4	14.1	12.5	9.8	10.4	7.7	6.7	7.7	31.0	46.8	22.2	38.0
ヘアカラー・白髪染め	278	10.1	8.6	9.4	10.4	9.4	10.8	12.9	9.4	8.6	10.4	28.1	43.5	28.4	40.1
メイク	166	15.1	13.3	15.7	13.3	12.0	7.8	7.8	4.8	4.8	5.4	44.0	41.0	15.1	34.4

I. 美容行動 ②コロナ前とくらべた頻度変化

該当の美容行動を行っている人の、現在（2021年8月～回答時現在）とコロナ前の同時期（2019年8～10月頃）の頻度を分析した。

- スキンケアは、男女ともに「変わらない」が約7割（女性71.3%、男性72.0%）、「増えた」が約2割（女性21.1%、男性24.2%）、「減った」は1割未満（女性7.6%、男性3.8%）。
 - メークは、女性では「変わらない」38.0%、「増えた」10.4%、「減った」51.6%。男性は「変わらない」64.5%、「増えた」19.9%、「減った」15.7%。男性は女性とくらべて「変わらない」が多く、「減った」が少ない。
- 提示した美容行動10項目のうち、「シェイプアップ・痩身のための運動」は男女ともに「増えた」が約3割を占める（女性29.5%、男性32.0%）。外出を控えることによる運動不足や、健康意識の高まりなどが影響していると推察する。
- 「減った」割合が大きい項目は、女性では「メーク」51.6%、「香水やコロンの使用」32.7%。男性では「香水やコロンの使用」23.2%、「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」19.9%。

■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（各基数：現在、該当の行動を行っている女性）

【女性】

	n=	■ 増えた	■ 変わらない	■ 減った	(%)
スキンケア	931	21.1	71.3	7.6	
メーク	818	10.4	38.0	51.6	
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	814	19.8	69.2	11.1	
ヘアカラー・白髪染め	668	12.1	65.1	22.8	
シェイプアップ・痩身のための運動	641	29.5	50.1	20.4	
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	641	8.6	69.4	22.0	
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	618	12.9	68.0	19.1	
香水やコロンの使用	449	14.5	52.8	32.7	
美容目的のサプリメントの使用	435	25.7	64.1	10.1	
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	301	11.3	69.1	19.6	

■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（各基数：現在、該当の行動を行っている男性）

【男性】

	n=	■ 増えた	■ 変わらない	■ 減った	(%)
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	896	9.4	70.8	19.9	
スキンケア	550	24.2	72.0	3.8	
シェイプアップ・痩身のための運動	506	32.0	53.4	14.6	
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	493	12.0	73.8	14.2	
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	430	25.1	67.7	7.2	
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	346	22.8	66.5	10.7	
香水やコロンの使用	340	11.5	65.3	23.2	
美容目的のサプリメントの使用	297	21.9	68.4	9.8	
ヘアカラー・白髪染め	278	16.2	72.7	11.2	
メーク	166	19.9	64.5	15.7	

※本ページ掲載図表の「増えた」は「増えた」「やや増えた」、「減った」は「減った」「やや減った」の合計値。

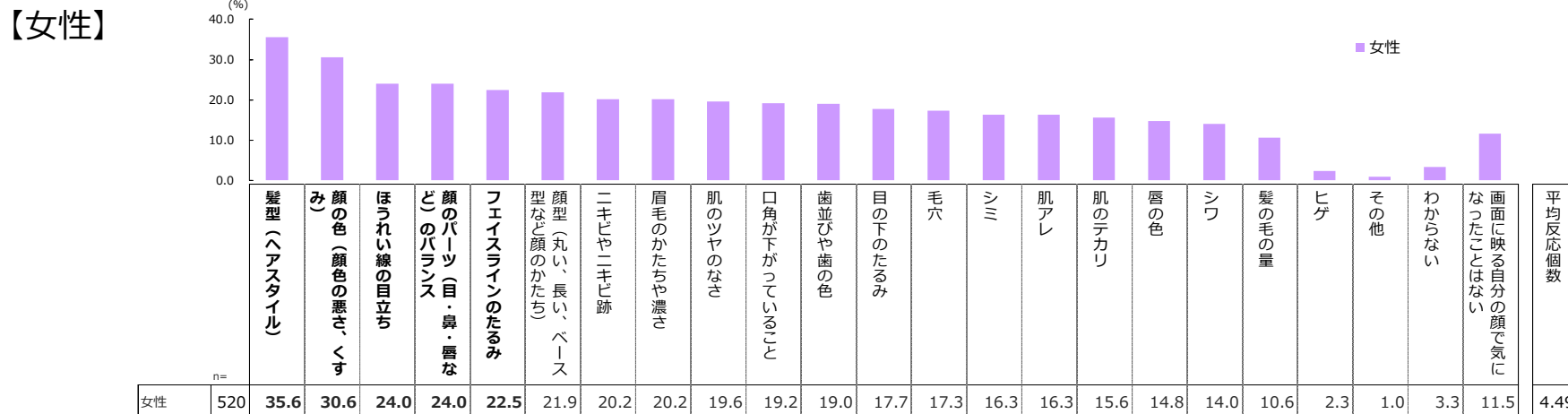
Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ①「画面に映る自分の顔」で気になること

オンラインで人と対面することがある人に、「画面に映る自分の顔」で気になることをたずねた。

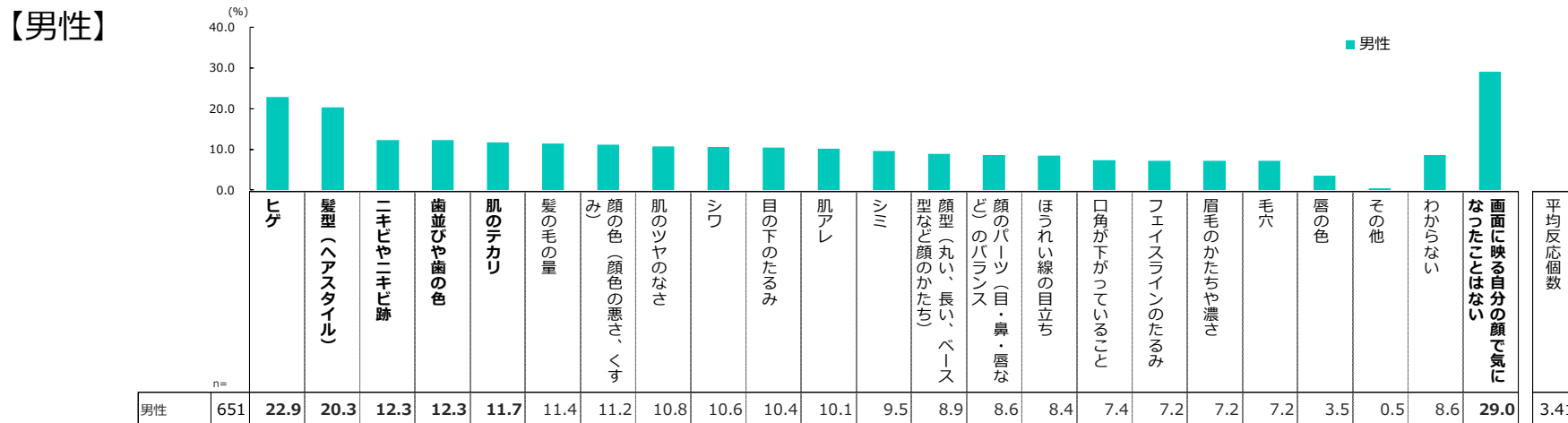
- 女性では、「髪型」35.6%、「顔の色」30.6%、「ほうれい線の目立ち」「顔のパーツのバランス」24.0%、「フェイスラインのたるみ」22.5%がトップ5。
- 男性では、「気になったことはない」29.0%がトップ。以下、「ヒゲ」22.9%、「髪型」20.3%、「ニキビやニキビ跡」「歯並びや歯の色」12.3%、「肌のテカリ」11.7%が続く。

平均反応個数は女性4.49、男性3.41。女性は男性に比べ、気にしている項目が多い状況。

■ Q16 オンラインで人と対面する時、画面に映る自分の顔について気になること、気になったこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある女性520人）



■ Q16 オンラインで人と対面する時、画面に映る自分の顔について気になること、気になったこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある男性651人）



Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ②「画面越しに見せたい顔」のイメージ

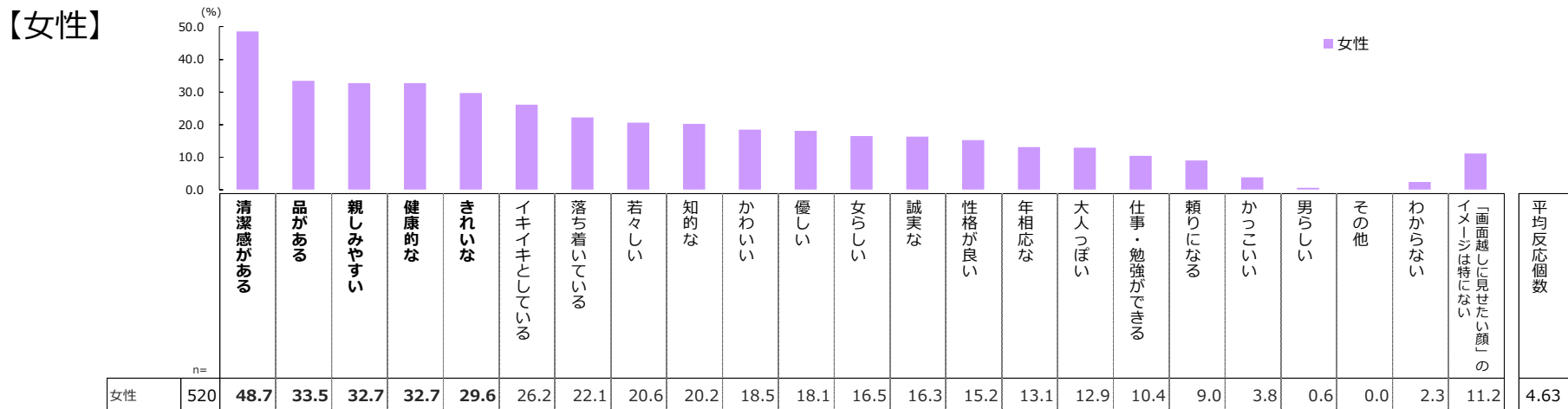
オンラインで人と対面することがある人に、「画面越しに見せたい顔」のイメージをたずねた。

- 女性では、「清潔感がある」48.7%、「品がある」33.5%、「親しみやすい」「健康的な」32.7%、「きれいな」29.6%がトップ5。
- 男性では、「清潔感がある」30.6%、「イメージは特にない」25.7%、「健康的な」20.4%、「親しみやすい」17.8%、「誠実な」「落ち着いた」16.7%がトップ5。

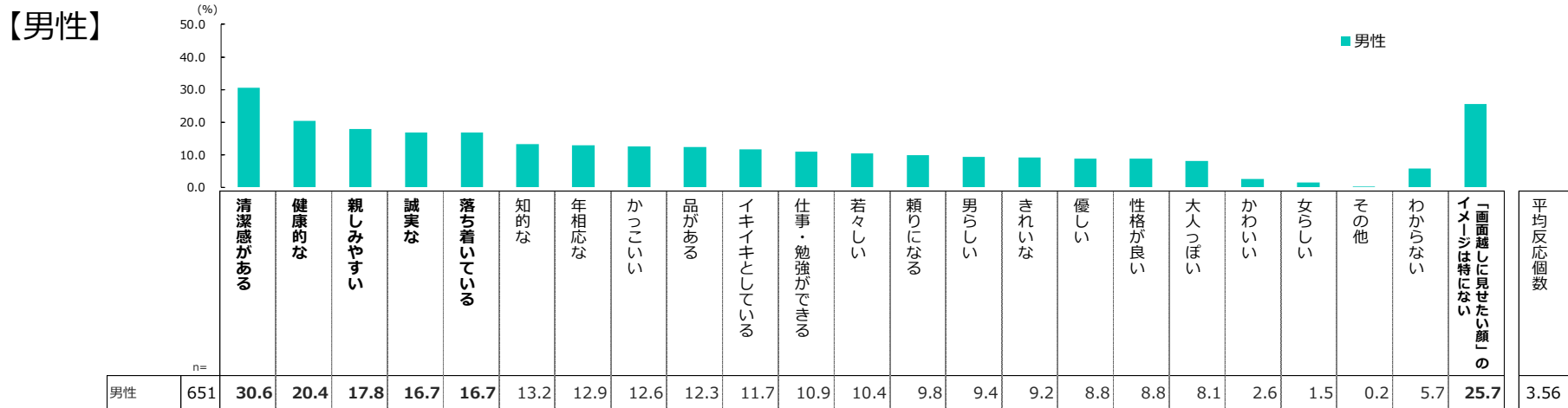
男女ともに「清潔感がある」がトップ。男性では「イメージは特にない」25.7%が上位にあがっているが、女性では11.2%。

平均反応個数は女性4.63、男性3.56。女性は男性とくらべ、見せたいイメージの種類が多い状況。

■ Q17 オンラインで人と対面する時、自身の「画面越しに見せたい顔」のイメージ（基数：現在、オンラインで人と対面することがある女性520人）



■ Q17 オンラインで人と対面する時、自身の「画面越しに見せたい顔」のイメージ（基数：現在、オンラインで人と対面することがある男性651人）



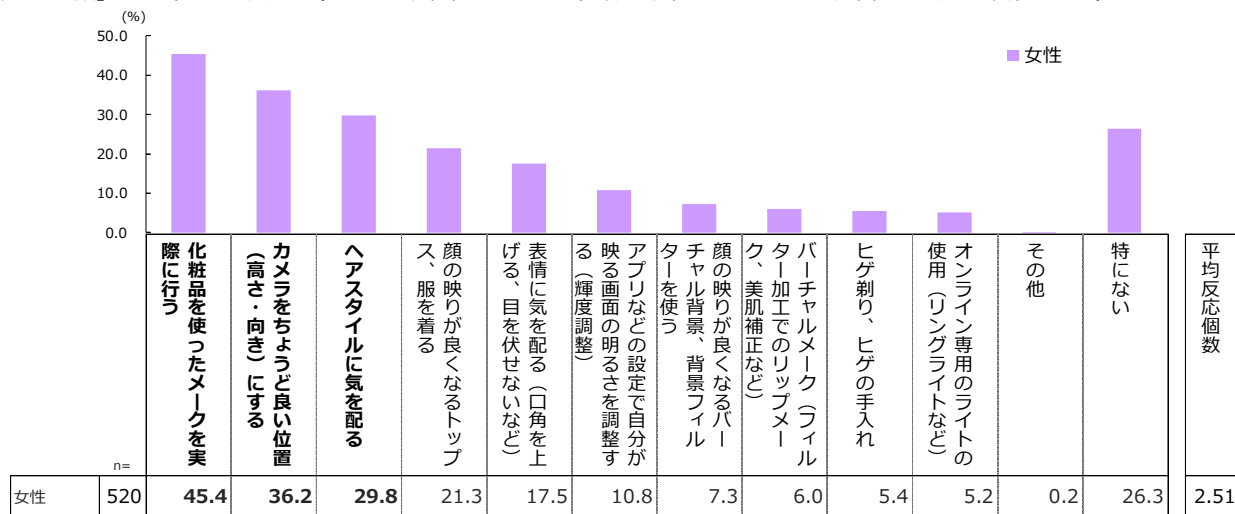
Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ③「画面越しに見せたい顔」にするために行っていること

オンラインで人と対面することがある人に、「画面越しに見せたい顔」にするために現在行っていることをたずねた。

- 女性では、「化粧品を使ったメイク」45.4%、「カメラをちょうど良い位置にする」36.2%、「ヘアスタイルに気を配る」29.8%がトップ3。
- 男性では、「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」43.6%、「特にない」39.9%、「ヘアスタイルに気を配る」25.0%がトップ3。
「化粧品を使ったメイク」は女性では45.4%に達したが、男性では3.1%にとどまる。

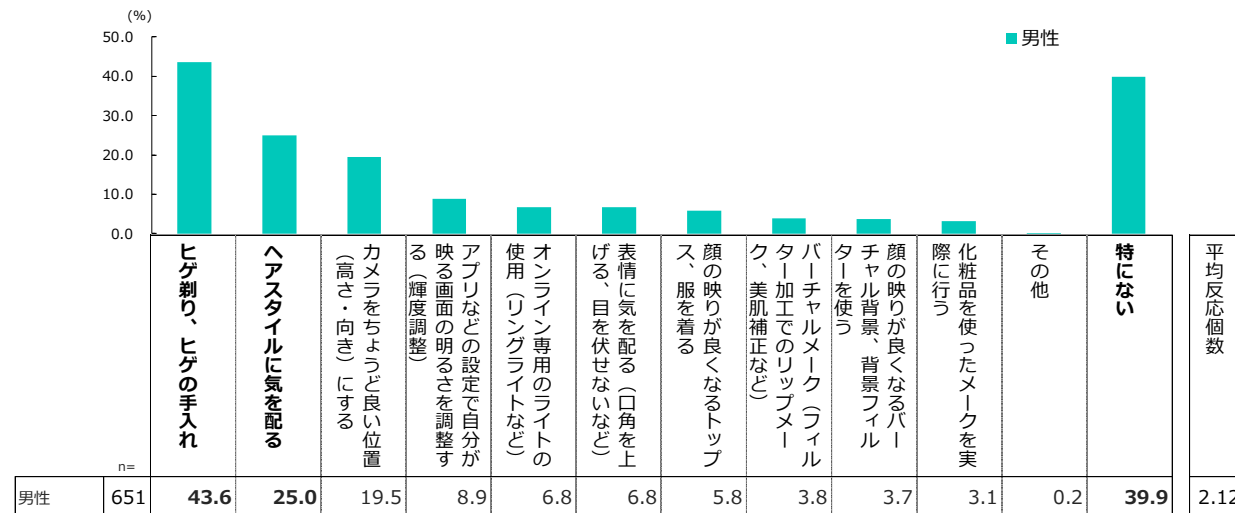
■ Q18「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、現在行っていること（基数：現在、オンラインで人と対面することがある女性520人）

【女性】



■ Q18「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、現在行っていること（基数：現在、オンラインで人と対面することがある男性651人）

【男性】



Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ④「画面越しに見せたい顔」にするために今後行いたいこと

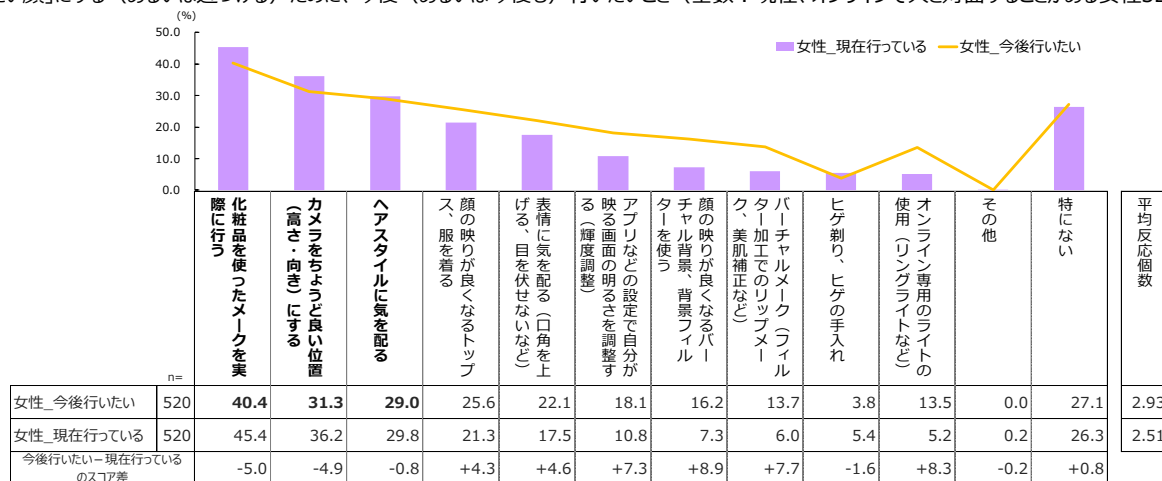
オンラインで人と対面することがある人に、「画面越しに見せたい顔」にするために今後行いたいことをたずねた。

- 女性では、「化粧品を使ったメイク」40.4%、「カメラをちょうど良い位置にする」31.3%、「ヘアスタイルに気を配る」29.0%がトップ3。
- 男性では、「特にない」41.5%、「ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ」39.2%、「ヘアスタイルに気を配る」25.0%がトップ3。

「顔の映りが良くなるバーチャル背景を使う」「オンライン専用のライトの使用」「バーチャルメイク」「アプリなどの設定で自分が映る画面の明るさを調整する」に関して、女性では今後行いたいことのスコアが現在行っているスコアを約7～9ポイント上回る。「画面越しに見せたい顔」に近づくバーチャル上の設定や専用機器について興味をもっているようだ。

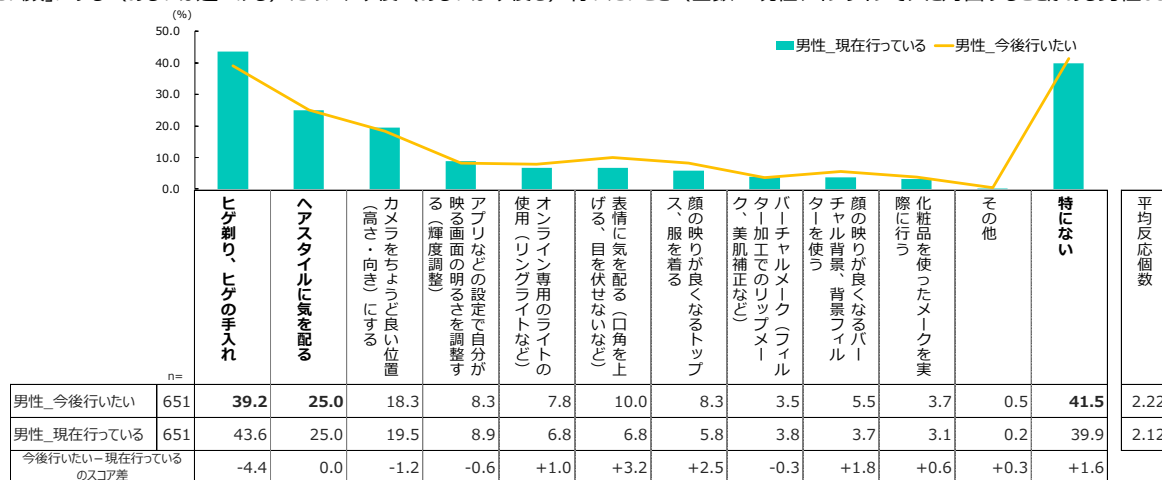
■ Q18 「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、今後（あるいは今後も）行いたいこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある女性520人）

【女性】



■ Q18 「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、今後（あるいは今後も）行いたいこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある男性651人）

【男性】



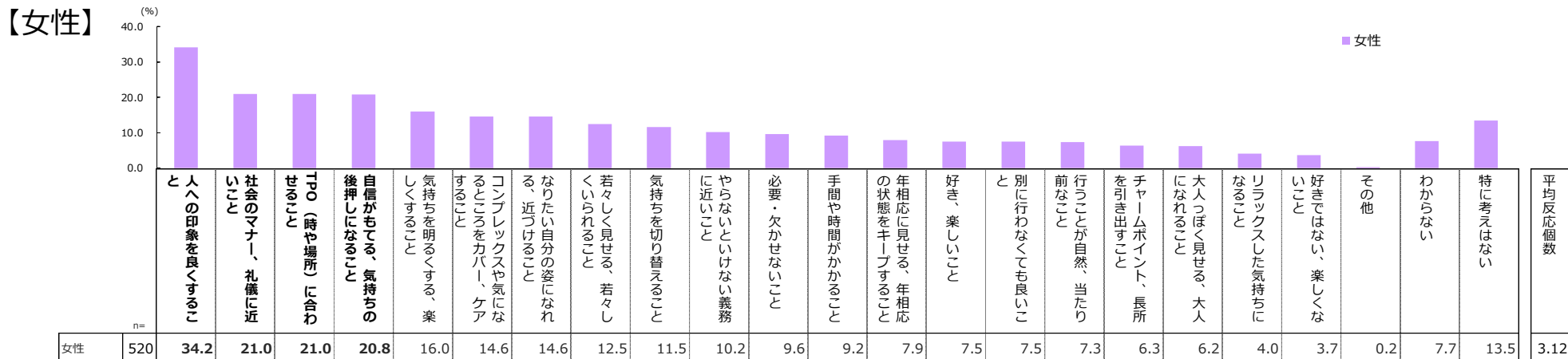
Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ⑤「画面越しに見せたい顔」にする意味

オンラインで人と対面することがある人に、「画面越しに見せたい顔」にすることはどのようなことなのかをたずねた。

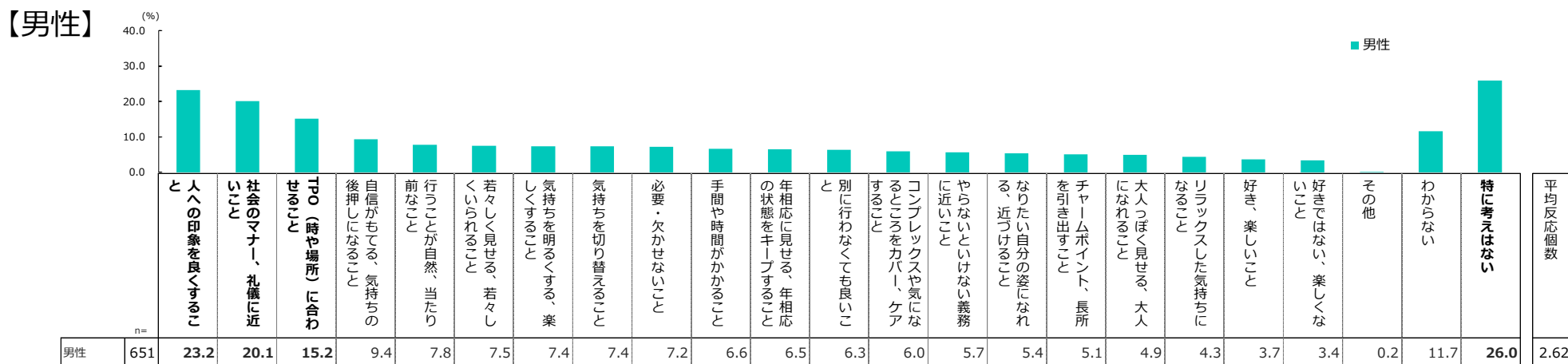
- 女性では、「人への印象を良くすること」34.2%、「社会のマナー、礼儀に近いこと」「TPOに合わせること」21.0%、「自信がもてる、気持ちの後押しになること」20.8%が上位。
- 男性では、「特に考えはない」26.0%がトップ。以下、「人への印象を良くすること」23.2%、「社会のマナー、礼儀に近いこと」20.1%、「TPOに合わせること」15.2%が続く。

男性は「特に考えはない」が女性より多いものの、男女ともに「人への印象を良くすること」「社会のマナー、礼儀に近いこと」「TPOに合わせること」が上位にあがる。「人とのかかわり方」への意識が関連していると推測。

■ Q19 オンラインで人と対面するとき、「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ことは、どのようなことか（基数：現在、オンラインで人と対面することがある女性520人）



■ Q19 オンラインで人と対面するとき、「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ことは、どのようなことか（基数：現在、オンラインで人と対面することがある男性651人）



Ⅱ. オンライン上の表現と意識 ⑥女性の使用メイクアイテム オンラインとリアルの中の差

現在メイクを行っており、オンラインで人と対面することがある女性・リアルの中で人と対面することがある女性それぞれに、使用メイクアイテムをたずねた。

- オンラインで人と対面する時のメイクアイテム使用率トップ5は、「アイブロー」53.9%、「アイシャドー」48.3%、「口紅」44.1%、「ファンデーション」40.6%、「アンダーメイク」39.1%。
- リアルの中で人と対面する時のメイクアイテムは、「アイブロー」69.7%、「アイシャドー」68.4%、「ファンデーション」66.4%、「アンダーメイク」55.6%、「口紅」54.5%、「アイライナー」53.3%、「マスカラ」51.1%が過半数の使用率。

提示したすべてのメイクアイテムで、オンラインでの使用率はリアルでの使用率を下回る。なかでも、「ファンデーション」「アイシャドー」は20ポイント以上、「マスカラ」「アイライナー」「フェイスパウダー」「アンダーメイク」「アイブロー」「チークカラー」は15ポイント以上、下回っている。

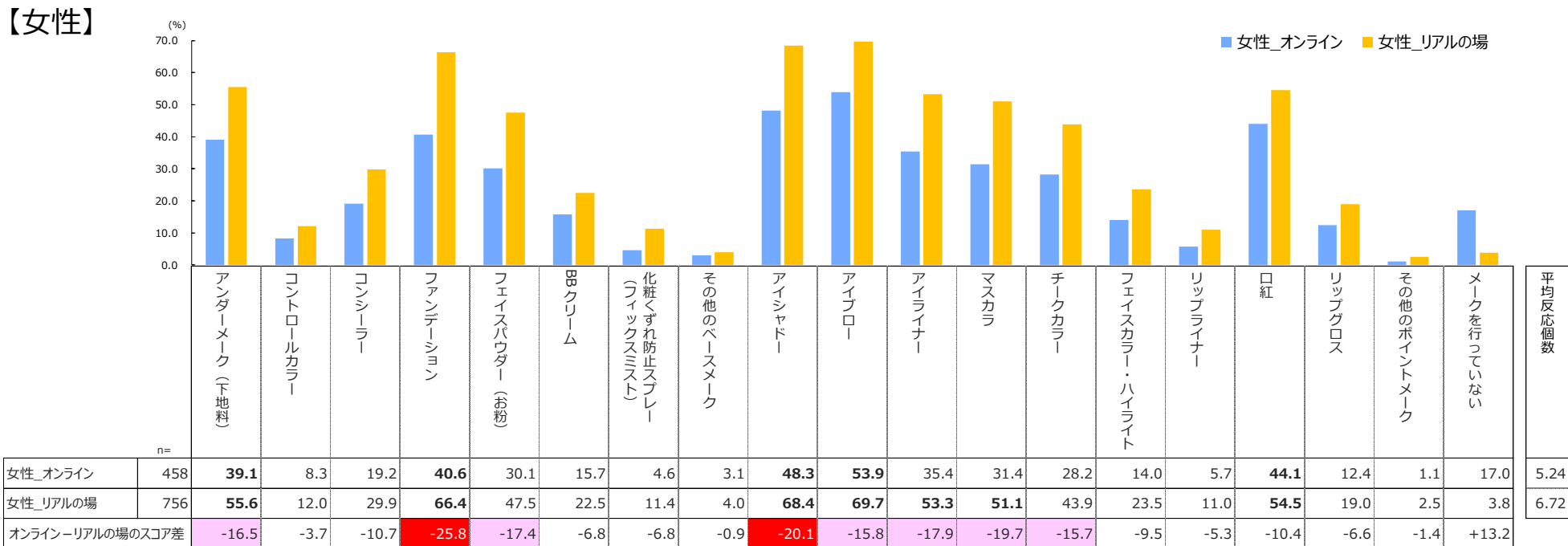
平均反応個数はオンライン5.24、リアルの場合6.72と、オンラインはリアルの場合より使用メイクアイテムの種類が少ない状況。

オンラインではメイクを行っていない人が17.0%と、リアルの場合の3.8%とくらべて実行率が低い。

リアルの場合よりオンラインの画面越しでは肌の質感や色調などが伝わりにくいことが多いことから、オンラインでのメイクアイテムの使用率や種類数、実行率はリアルの場合を下回っていると推察される。

■ Q20 オンラインで人と対面する時の使用メイクアイテム（基数：現在メイクを行っており、オンラインで人と対面することがある女性458人）

■ Q20 リアルの中で人と対面する時の使用メイクアイテム（基数：現在メイクを行っており、リアルの中で人と対面することがある女性756人）



※表の色付け：オンライン-リアルの場合のスコア差が20ポイント以上の場合■、15ポイント以上の場合■で色付け。

参考データ

参考データ：美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化（対象者全員ベース）

■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：女性全員1,000人）

【女性】

	n=	%							%	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	感染拡大前は 行っていたが 行わなくなった	もともと行って いなかった	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
スキンケア	1,000	8.0	11.6	66.4	4.3	2.8	0.4	6.5	19.6	7.1
メイク	1,000	2.5	6.0	31.1	21.7	20.5	3.4	14.8	8.5	42.2
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	1,000	6.1	10.0	56.3	4.4	4.6	0.6	18.0	16.1	9.0
ヘアカラー・白髪染め	1,000	2.8	5.3	43.5	9.8	5.4	1.7	31.5	8.1	15.2
シェイプアップ・痩身のための運動	1,000	5.0	13.9	32.1	7.8	5.3	1.1	34.8	18.9	13.1
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	1,000	1.2	4.3	44.5	8.2	5.9	1.1	34.8	5.5	14.1
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	1,000	3.0	5.0	42.0	6.5	5.3	1.3	36.9	8.0	11.8
香水やコロンの使用	1,000	1.7	4.8	23.7	7.1	7.6	1.5	53.6	6.5	14.7
美容目的のサプリメントの使用	1,000	3.4	7.8	27.9	2.4	2.0	0.6	55.9	11.2	4.4
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	1,000	0.3	3.1	20.8	3.6	2.3	0.1	69.8	3.4	5.9

■ Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：男性全員1,000人）

【男性】

	n=	%							%	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	感染拡大前は 行っていたが 行わなくなった	もともと行って いなかった	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
スキンケア	1,000	4.6	8.7	39.6	1.5	0.6	0.5	44.5	13.3	2.1
メイク	1,000	0.9	2.4	10.7	1.9	0.7	0.3	83.1	3.3	2.6
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	1,000	3.2	7.6	29.1	2.3	0.8	0.3	56.7	10.8	3.1
ヘアカラー・白髪染め	1,000	1.7	2.8	20.2	1.3	1.8	0.5	71.7	4.5	3.1
シェイプアップ・痩身のための運動	1,000	4.9	11.3	27.0	4.1	3.3	1.2	48.2	16.2	7.4
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	1,000	1.4	4.5	36.4	3.7	3.3	0.5	50.2	5.9	7.0
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	1,000	2.9	5.0	23.0	2.4	1.3		65.4	7.9	3.7
香水やコロンの使用	1,000	1.0	2.9	22.2	3.5	4.4	0.8	65.2	3.9	7.9
美容目的のサプリメントの使用	1,000	1.7	4.8	20.3	1.0	1.9	0.6	69.7	6.5	2.9
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	1,000	2.7	5.7	63.4	11.7	6.1	0.3	10.1	8.4	17.8

参考データ：美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化（行っている人ベース）

■Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（各基数：現在、該当の行動を行っている女性）

【女性】

		n=					(%)	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	増えた (増えた+ やや増えた)	減った (やや減った+ 減った)
スキンケア	931	8.6	12.5	71.3	4.6	3.0	21.1	7.6
メイク	818	3.1	7.3	38.0	26.5	25.1	10.4	51.6
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	814	7.5	12.3	69.2	5.4	5.7	19.8	11.1
ヘアカラー・白髪染め	668	4.2	7.9	65.1	14.7	8.1	12.1	22.8
シェイプアップ・痩身のための運動	641	7.8	21.7	50.1	12.2	8.3	29.5	20.4
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	641	1.9	6.7	69.4	12.8	9.2	8.6	22.0
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	618	4.9	8.1	68.0	10.5	8.6	12.9	19.1
香水やコロンの使用	449	3.8	10.7	52.8	15.8	16.9	14.5	32.7
美容目的のサプリメントの使用	435	7.8	17.9	64.1	5.5	4.6	25.7	10.1
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	301	1.0	10.3	69.1	12.0	7.6	11.3	19.6

■Q2 「よそおい・美容・化粧」行動_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（各基数：現在、該当の行動を行っている男性）

【男性】

		n=					(%)	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	増えた (増えた+ やや増えた)	減った (やや減った+ 減った)
スキンケア	550	8.4	15.8	72.0	2.7	1.1	24.2	3.8
メイク	166	5.4	14.5	64.5	11.4	4.2	19.9	15.7
ボディケア（保湿・ひきしめなど）	430	7.4	17.7	67.7	5.3	1.9	25.1	7.2
ヘアカラー・白髪染め	278	6.1	10.1	72.7	4.7	6.5	16.2	11.2
シェイプアップ・痩身のための運動	506	9.7	22.3	53.4	8.1	6.5	32.0	14.6
体臭（におい）対策・制汗剤の使用	493	2.8	9.1	73.8	7.5	6.7	12.0	14.2
脱毛・除毛（ヒゲ剃りを除く）	346	8.4	14.5	66.5	6.9	3.8	22.8	10.7
香水やコロンの使用	340	2.9	8.5	65.3	10.3	12.9	11.5	23.2
美容目的のサプリメントの使用	297	5.7	16.2	68.4	3.4	6.4	21.9	9.8
ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	896	3.0	6.4	70.8	13.1	6.8	9.4	19.9

参考データ：美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化「スキンケア」

■ Q2 「スキンケア」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		(%)							(%)	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	感染拡大前は 行っていたが 行わなくなった	もともと行って いなかった	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
全体		n=2,000	6.3	10.2	53.0	2.9	17.0	25.5	16.5	4.6
性別	女性	1,000	8.0	11.6	66.4	4.3	2.8	0.4	19.6	7.1
	男性	1,000	4.6	8.7	39.6	1.5	0.5	44.5	13.3	2.1
女性 年代別	女性10代後半	100	17.0	24.0	46.0	2.0	2.0	9.0	41.0	4.0
	女性20代	200	19.5	17.0	49.0	7.0	2.5	5.0	36.5	9.5
	女性30代	200	7.5	12.5	68.0	2.0	2.0	0.5	20.0	4.0
	女性40代	200	1.5	11.5	76.0	4.5	1.5	0.5	13.0	6.0
	女性50代	200	1.5	3.0	76.5	5.0	6.0	0.5	4.5	11.0
	女性60代前半	100	3.0	4.0	79.0	4.0	2.0	1.0	7.0	6.0
男性 年代別	男性10代後半	100	11.0	19.0	35.0	4.0	3.0	31.0	30.0	4.0
	男性20代	200	8.5	12.5	41.5	2.5	0.5	1.0	21.0	3.0
	男性30代	200	4.0	10.5	51.5	1.5	1.0	1.0	14.5	2.5
	男性40代	200	3.0	4.5	39.5	0.5	0.5	52.0	7.5	1.0
	男性50代	200	1.5	5.5	34.0	0.5	0.5	58.0	7.0	1.0
	男性60代前半	100	1.0	2.0	28.0	1.0	1.0	66.0	3.0	2.0

■ Q2 「スキンケア」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：現在、スキンケアを行っている人1,481人（女性931人、男性550人））

		(%)					(%)		
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)	
全体		n=1,481	8.5	13.7	71.6	3.9	2.3	22.2	6.2
性別	女性	931	8.6	12.5	71.3	4.6	3.0	21.1	7.6
	男性	550	8.4	15.8	72.0	2.7	1.1	24.2	3.8
女性 年代別	女性10代後半	91	18.7	26.4	50.5	2.2	2.2	45.1	4.4
	女性20代	190	20.5	17.9	51.6	7.4	2.6	38.4	10.0
	女性30代	184	8.2	13.6	73.9	2.2	2.2	21.7	4.3
	女性40代	190	1.6	12.1	80.0	4.7	1.6	13.7	6.3
	女性50代	184	1.6	3.3	83.2	5.4	6.5	4.9	12.0
	女性60代前半	92	3.3	4.3	85.9	4.3	1.2	7.6	6.5
男性 年代別	男性10代後半	69	15.9	27.5	50.7	5.8	3.8	43.5	5.8
	男性20代	131	13.0	19.1	63.4	3.8	0.8	32.1	4.6
	男性30代	137	5.8	15.3	75.2	2.2	1.5	21.2	3.6
	男性40代	96	6.3	9.4	82.3	1.0	1.0	15.6	2.1
	男性50代	84	3.6	13.1	81.0	1.2	1.2	16.7	2.4
	男性60代前半	33	3.0	6.1	84.8	3.0	3.0	9.1	6.1

参考データ：美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化「メイク」

■Q2 「メイク」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		n=	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	感染拡大前は 行っていたが 行わなくなった	もともと行って いなかった	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
全体		2,000	1.7	4.2	20.9	11.8	10.6	1.9	49.0	5.9	22.4
性別	女性	1,000	2.5	6.0	31.1	21.7	20.5	3.4	14.8	8.5	42.2
	男性	1,000	0.9	2.4	10.7	1.9	0.7	0.3	83.1	3.3	2.6
女性年代別	女性10代後半	100	12.0	22.0	24.0	17.0	6.0	19.0	34.0	23.0	
	女性20代	200	4.5	8.5	29.5	28.5	20.5	1.0	7.5	13.0	49.0
	女性30代	200	0.5	5.5	33.5	19.0	23.0	5.5	13.0	6.0	42.0
	女性40代	200	1.0	3.5	35.0	22.5	18.5	3.0	16.5	4.5	41.0
	女性50代	200	0.5	2.0	29.0	19.0	26.0	4.0	21.5	0.5	45.0
	女性60代前半	100	1.0	2.0	33.0	22.0	23.0	7.0	12.0	3.0	45.0
男性年代別	男性10代後半	100	3.0	7.0	12.0	2.0	75.0	10.0	3.0		
	男性20代	200	0.5	4.5	14.0	3.5	1.5	0.5	75.5	5.0	5.0
	男性30代	200	2.0	2.0	14.0	2.5	0.5	0.5	78.5	4.0	3.0
	男性40代	200	0.5	2.0	9.0	1.0	0.5	87.0	2.5	1.5	
	男性50代	200	7.0	0.5	1.5	0.5	91.5	0.0	1.0		
	男性60代前半	100	7.0	2.0	91.0	0.0	2.0				

■Q2 「メイク」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：現在、メイクを行っている人984人（女性818人、男性166人））

		n=	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
全体		984	3.5	8.5	42.5	24.0	21.5	12.0	45.5
性別	女性	818	3.1	7.3	38.0	26.5	25.1	10.4	51.6
	男性	166	5.4	14.5	64.5	11.4	4.2	19.9	15.7
女性年代別	女性10代後半	81	14.8	27.2	29.6	21.0	7.4	42.0	28.4
	女性20代	183	4.9	9.3	32.2	31.1	22.4	14.2	53.6
	女性30代	163	0.6	6.7	41.1	23.3	28.2	7.4	51.5
	女性40代	161	1.2	4.3	43.5	28.0	23.0	5.6	50.9
	女性50代	149	0.7	38.9	25.5	34.9	0.7	60.4	
	女性60代前半	81	1.2	2.5	40.7	27.2	28.4	3.7	55.6
男性年代別	男性10代後半	25	12.0	28.0	48.0	8.0	4.0	40.0	12.0
	男性20代	48	2.1	18.8	58.3	14.6	6.3	20.8	20.8
	男性30代	42	9.5	9.5	66.7	11.9	2.4	19.0	14.3
	男性40代	26	3.8	15.4	69.2	7.7	3.8	19.2	11.5
	男性50代	16	87.5	6.3	6.3	0.0	12.5		
	男性60代前半	9	77.8	22.2	0.0	22.2			

参考データ：美容行動 コロナ前とくらべた頻度変化「ボディケア」

■ Q2 「ボディケア」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

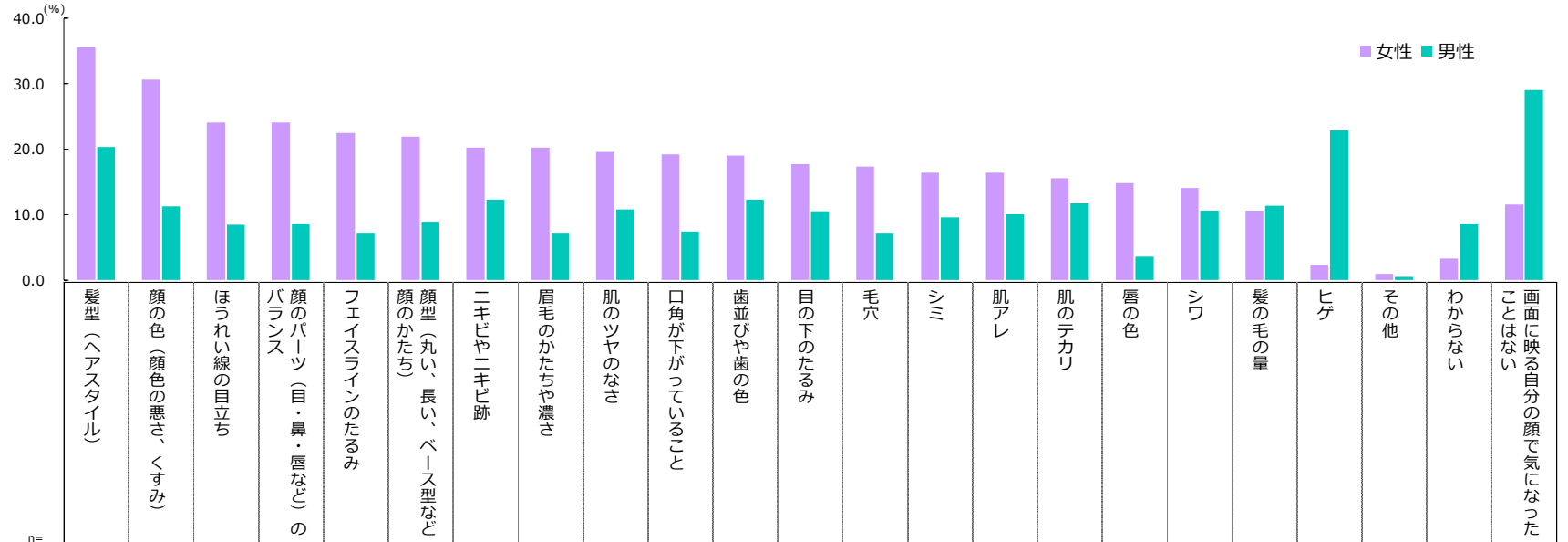
		n=							(%)	
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	感染拡大前は 行っていたが 行わなくなった	もともと行って いなかった	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)
全体	2,000	4.7	8.8	42.7	3.4	2.7	0.5	37.4	13.5	6.1
性別	女性	6.1	10.0	56.3	4.4	4.6	0.6	18.0	16.1	9.0
	男性	3.2	7.6	29.1	2.3	0.3		56.7	10.8	3.1
女性年代別	女性10代後半	17.0	19.0	45.0	4.0			15.0	36.0	4.0
	女性20代	15.0	20.0	44.0	6.5	4.0	0.5	10.0	35.0	10.5
	女性30代	5.5	9.0	64.5	4.0	5.0	1.0	11.0	14.5	9.0
	女性40代	0.5	8.5	62.5	4.5	5.0	0.5	18.5	9.0	9.5
	女性50代	0.5	1.5	59.5	3.0	7.5	1.0	27.0	2.0	10.5
	女性60代前半	1.0	3.0	57.0	4.0	3.0		32.0	4.0	7.0
男性年代別	男性10代後半	5.0	20.0	25.0	7.0	1.0	2.0	40.0	25.0	8.0
	男性20代	6.0	11.5	29.5	3.0	2.0	0.5	47.5	17.5	5.0
	男性30代	4.5	8.0	40.0	1.0			46.5	12.5	1.0
	男性40代	2.5	4.0	28.5	1.5	0.5		63.0	6.5	2.0
	男性50代	4.0		26.5	2.0			67.5	4.0	2.0
	男性60代前半	1.0	1.0	17.0	1.0	2.0		78.0	2.0	3.0

■ Q2 「ボディケア」_2019年8～10月頃とくらべた現在（2021年8月～回答時現在）の頻度変化（基数：現在、ボディケアを行っている人1,244人（女性814人、男性430人））

		n=					(%)		
		増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	増えた (増えた+ やや増え た)	減った (やや減っ た+減っ た)	
全体	1,244	7.5	14.1	68.6	5.4	4.3	21.6	9.7	
性別	女性	814	7.5	12.3	69.2	5.4	5.7	19.8	11.1
	男性	430	7.4	17.7	67.7	5.3	1.9	25.1	7.2
女性年代別	女性10代後半	85	20.0	22.4	52.9	4.7		42.4	4.7
	女性20代	179	16.8	22.3	49.2	7.3	4.5	39.1	11.7
	女性30代	176	6.3	10.2	73.3	4.5	5.7	16.5	10.2
	女性40代	162	0.6	10.5	77.2	5.6	6.2	11.1	11.7
	女性50代	144	0.7	2.1	82.6	4.2	10.4	2.8	14.6
	女性60代前半	68	1.5	4.4	83.8	5.9	4.4	5.9	10.3
男性年代別	男性10代後半	58	8.6	34.5	43.1	12.1	1.7	43.1	13.8
	男性20代	104	11.5	22.1	56.7	5.8	3.8	33.7	9.6
	男性30代	107	8.4	15.0	74.8	1.9		23.4	1.9
	男性40代	74	6.8	10.8	77.0	4.1	1.4	17.6	5.4
	男性50代	65	12.3		81.5	6.2		12.3	6.2
	男性60代前半	22	4.5	4.5	77.3	4.5	9.1	9.1	13.6

参考データ：オンライン上の表現と意識 「画面に映る自分の顔」で気になること

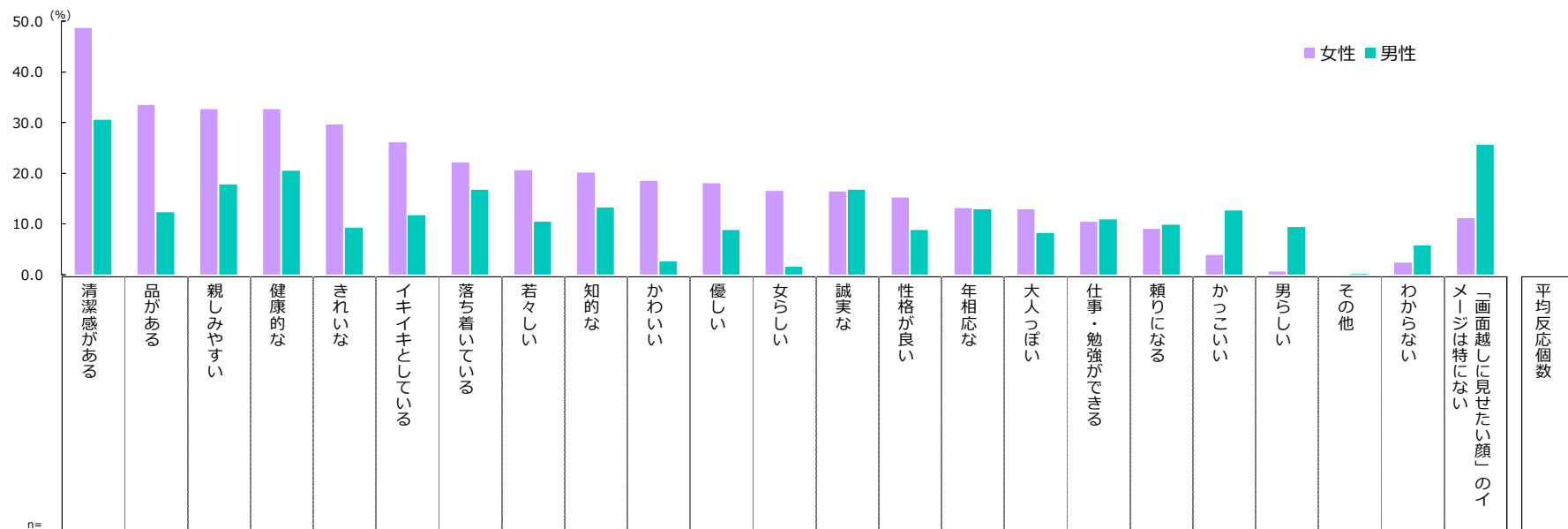
■ Q16 オンラインで人と対面する時、画面に映るに自分の顔について気になること、気になったこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある人1,171人（女性520人、男性651人））



		n=	27.1	19.8	15.4	15.5	14.0	14.7	15.8	13.0	14.7	12.6	15.3	13.7	11.7	12.6	12.9	13.4	8.5	12.1	11.0	13.7	0.7	6.2	21.3	3.97
全体		1,171	27.1	19.8	15.4	15.5	14.0	14.7	15.8	13.0	14.7	12.6	15.3	13.7	11.7	12.6	12.9	13.4	8.5	12.1	11.0	13.7	0.7	6.2	21.3	3.97
性別	女性	520	35.6	30.6	24.0	24.0	22.5	21.9	20.2	20.2	19.6	19.2	19.0	17.7	17.3	16.3	16.3	15.6	14.8	14.0	10.6	2.3	1.0	3.3	11.5	4.49
	男性	651	20.3	11.2	8.4	8.6	7.2	8.9	12.3	7.2	10.8	7.4	12.3	10.4	7.2	9.5	10.1	11.7	3.5	10.6	11.4	22.9	0.5	8.6	29.0	3.41
女性年代別	女性10代後半	80	40.0	32.5	5.0	45.0	11.3	36.3	40.0	27.5	16.3	18.8	30.0	3.8	21.3	6.3	33.8	17.5	28.8	2.5	16.3	2.5	0.0	5.0	12.5	5.27
	女性20代	144	34.7	33.3	11.1	25.7	12.5	25.7	27.1	22.2	17.4	21.5	17.4	8.3	15.3	9.0	20.8	18.8	15.3	3.5	8.3	2.1	0.0	2.1	9.7	3.97
	女性30代	111	36.9	31.5	28.8	20.7	25.2	24.3	13.5	19.8	17.1	15.3	13.5	20.7	15.3	12.6	12.6	17.1	12.6	8.1	1.8	0.0	3.6	18.0	4.63	
	女性40代	86	27.9	37.2	39.5	12.8	27.9	15.1	18.6	11.6	23.3	19.8	22.1	22.1	22.1	25.6	10.5	17.4	10.5	25.6	7.0	5.8	1.2	2.3	8.1	4.51
	女性50代	68	33.8	19.1	38.2	13.2	32.4	8.8	1.5	19.1	23.5	17.6	10.3	30.9	14.7	29.4	4.4	14.7	4.4	26.5	13.2	0.0	1.5	5.9	10.3	4.26
	女性60代前半	31	48.4	16.1	41.9	29.0	51.6	6.5	6.5	19.4	29.0	25.8	29.0	45.2	16.1	25.8	6.5	3.2	3.2	38.7	19.4	0.0	9.7	0.0	6.5	5.03
男性年代別	男性10代後半	80	28.8	7.5	6.3	13.8	6.3	20.0	35.0	12.5	15.0	10.0	15.0	6.3	11.3	8.8	17.5	11.3	5.0	6.3	11.3	32.5	0.0	5.0	21.3	3.80
	男性20代	145	20.0	12.4	4.8	6.2	3.4	7.6	13.8	7.6	7.6	6.2	8.3	6.9	6.9	1.4	11.7	8.3	1.4	8.3	6.9	21.4	0.7	6.2	34.5	2.90
	男性30代	134	14.9	6.0	8.2	9.0	6.7	9.7	9.7	4.5	8.2	4.5	14.2	9.0	5.2	10.4	8.2	11.9	2.2	9.0	4.5	23.9	0.0	4.5	32.8	2.87
	男性40代	121	20.7	14.9	9.1	11.6	8.3	9.9	9.9	8.3	17.4	9.1	14.9	9.1	9.1	9.9	9.9	14.9	5.0	12.4	17.4	21.5	0.0	9.9	30.6	4.08
	男性50代	117	20.5	14.5	13.7	2.6	11.1	3.4	4.3	5.1	8.5	7.7	11.1	17.1	6.0	17.1	6.8	13.7	4.3	13.7	15.4	22.2	0.9	15.4	22.2	3.52
	男性60代前半	54	20.4	11.1	9.3	13.0	9.3	3.7	3.7	7.4	9.3	9.3	11.1	18.5	5.6	13.0	7.4	9.3	5.6	16.7	18.5	14.8	1.9	13.0	27.8	3.69

参考データ：オンライン上の表現と意識 「画面越しに見せたい顔」のイメージ

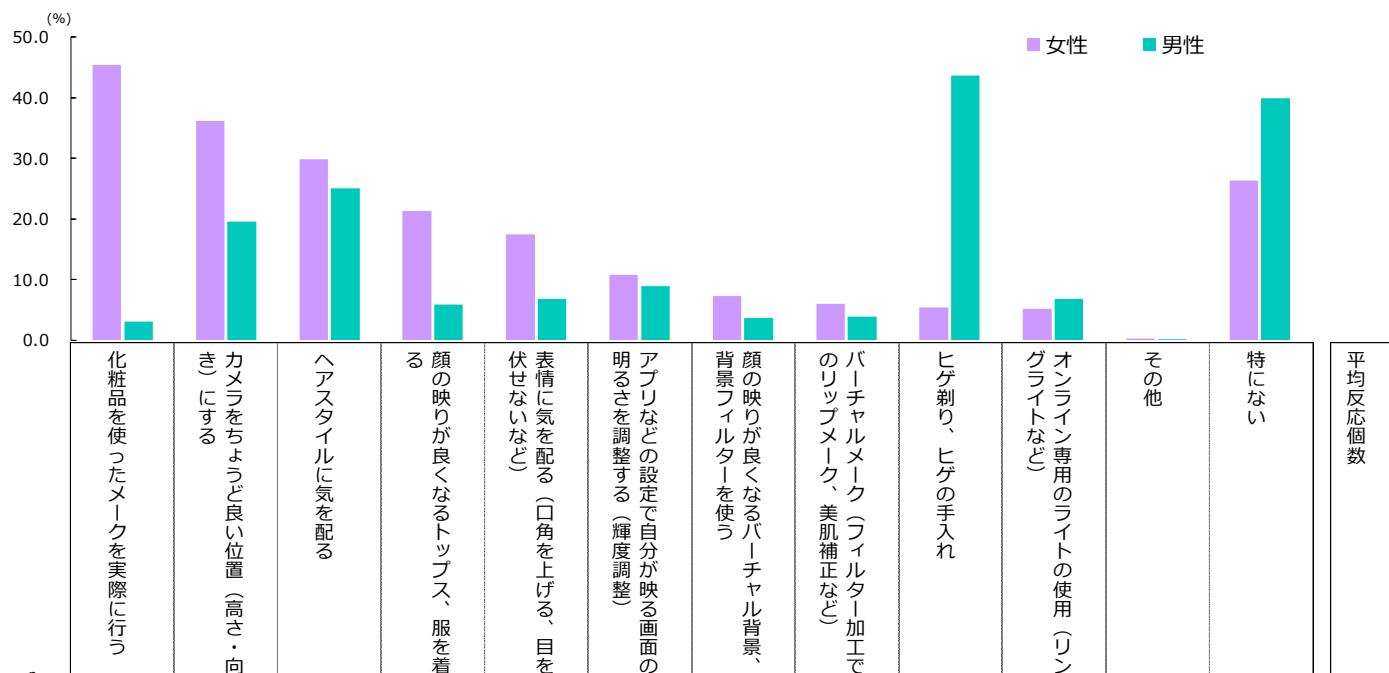
■Q17 オンラインで人と対面する時、自身の「画面越しに見せたい顔」のイメージ（基数：現在、オンラインで人と対面することがある人1,171人（女性520人、男性651人））



		n=	清潔感がある	品がある	親しみやすい	健康的な	きれいな	イキイキとしている	落ち着いている	若々しい	知的な	かわいい	優しい	女らしい	誠実な	性格が良い	年相応な	大人っぽい	仕事・勉強ができる	頼りになる	かっこいい	男らしい	その他	わからない	「画面越しに見せたい顔」のイメージは特にない	平均反応個数
全体		1,171	38.6	21.7	24.4	25.9	18.3	18.1	19.1	14.9	16.3	9.6	12.9	8.2	16.6	11.6	13.0	10.2	10.7	9.5	8.7	5.5	0.1	4.2	19.2	4.10
性別	女性	520	48.7	33.5	32.7	32.7	29.6	26.2	22.1	20.6	20.2	18.5	18.1	16.5	16.3	15.2	13.1	12.9	10.4	9.0	3.8	0.6	0.0	2.3	11.2	4.63
	男性	651	30.6	12.3	17.8	20.4	9.2	11.7	16.7	10.4	13.2	2.6	8.8	1.5	16.7	8.8	12.9	8.1	10.9	9.8	12.6	9.4	0.2	5.7	25.7	3.56
女性年代別	女性10代後半	80	51.3	27.5	32.5	21.3	40.0	13.8	23.8	17.5	13.8	31.3	21.3	21.3	18.8	22.5	6.3	27.5	11.3	13.8	3.8	0.0	0.0	6.3	10.0	5.00
	女性20代	144	51.4	29.9	28.5	31.3	34.7	23.6	22.9	17.4	17.4	26.4	17.4	19.4	15.3	15.3	7.6	17.4	13.2	12.5	2.8	2.1	0.0	0.7	6.9	4.40
	女性30代	111	48.6	40.5	34.2	32.4	34.2	31.5	24.3	18.0	24.3	16.2	19.8	19.8	21.6	17.1	15.3	10.8	13.5	9.9	4.5	0.0	0.0	0.9	16.2	5.27
	女性40代	86	46.5	30.2	31.4	34.9	19.8	27.9	16.3	26.7	18.6	10.5	14.0	7.0	8.1	8.1	12.8	3.5	2.3	2.3	5.8	0.0	0.0	1.2	12.8	3.80
	女性50代	68	41.2	36.8	32.4	38.2	17.6	32.4	26.5	23.5	25.0	5.9	14.7	10.3	14.7	13.2	26.5	7.4	10.3	4.4	1.5	0.0	0.0	4.4	10.3	4.48
	女性60代前半	31	51.6	41.9	51.6	51.6	16.1	32.3	12.9	29.0	29.0	6.5	25.8	19.4	22.6	12.9	19.4	0.0	6.5	6.5	6.5	0.0	0.0	3.2	12.9	5.27
男性年代別	男性10代後半	80	38.8	20.0	32.5	23.8	20.0	13.8	21.3	17.5	17.5	6.3	16.3	2.5	21.3	20.0	12.5	17.5	18.8	16.3	28.8	17.5	0.0	3.8	8.8	4.37
	男性20代	145	25.5	11.0	13.1	18.6	11.7	11.7	15.9	11.0	14.5	2.8	9.0	1.4	17.2	11.0	11.0	9.7	12.4	10.3	13.8	14.5	0.0	2.8	27.6	3.53
	男性30代	134	29.1	7.5	14.9	17.9	9.0	10.4	14.2	9.7	11.9	3.0	6.7	3.0	10.4	5.2	14.9	9.7	9.0	6.7	9.7	5.2	0.0	4.5	29.1	3.13
	男性40代	121	33.9	12.4	19.0	19.8	6.6	8.3	16.5	6.6	12.4	1.7	9.9	1.7	14.0	6.6	14.0	5.0	9.1	11.6	10.7	6.6	0.0	6.6	31.4	3.65
	男性50代	117	29.1	12.0	19.7	23.1	4.3	9.4	17.9	11.1	10.3	1.7	7.7	0.0	20.5	6.0	10.3	5.1	11.1	9.4	9.4	8.5	0.9	10.3	23.9	3.45
	男性60代前半	54	31.5	16.7	9.3	22.2	3.7	24.1	16.7	7.4	14.8	0.0	1.9	0.0	22.2	5.6	16.7	0.0	3.7	3.7	3.7	1.9	0.0	7.4	27.8	3.17

参考データ：オンライン上の表現と意識 「画面越しに見せたい顔」にするために行っていること

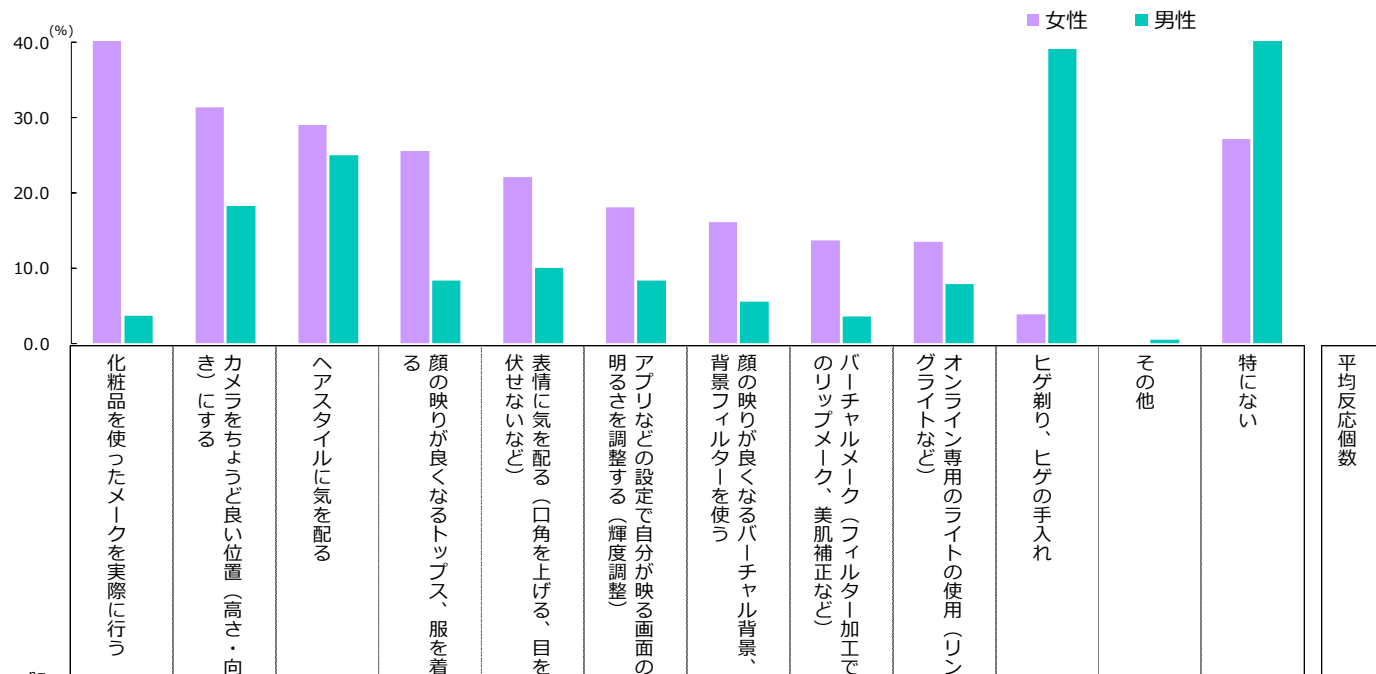
■ Q18 「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、現在行っていること（基数：現在、オンラインで人と対面することがある人1,171人（女性520人、男性651人））



		n=	化粧品を使ったメイクを実際に行う	カメラをちょうど良い位置（高さ・向き）にする	ヘアスタイルに気を配る	顔の映りが良くなるトップス、服を着る	表情に気を配る（口角を上げる、目を伏せないなど）	アプリなどの設定で自分が映る画面の明るさを調整する（輝度調整）	背景フィルターを使う	顔の映りが良くなるバーチャル背景、背景フィルターを使う	バーチャルメイク（フィルター加工でのリップメイク、美肌補正など）	ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	オンライン専用のライトの使用（リングライトなど）	その他	特になし	平均反応個数
全体		1,171	21.9	26.9	27.2	12.7	11.5	9.7	5.3	4.8	26.6	6.1	0.2	33.9	2.31	
性別	女性	520	45.4	36.2	29.8	21.3	17.5	10.8	7.3	6.0	5.4	5.2	0.2	26.3	2.51	
	男性	651	3.1	19.5	25.0	5.8	6.8	8.9	3.7	3.8	43.6	6.8	0.2	39.9	2.12	
女性年代別	女性10代後半	80	45.0	40.0	37.5	13.8	11.3	7.5	5.0	7.5	12.5	6.3	0.0	27.5	2.57	
	女性20代	144	56.3	41.7	32.6	25.7	16.7	17.4	9.7	11.1	5.6	8.3	0.0	13.2	2.59	
	女性30代	111	45.9	37.8	26.1	24.3	19.8	13.5	7.2	3.6	4.5	4.5	0.0	27.9	2.60	
	女性40代	86	38.4	30.2	30.2	17.4	20.9	5.8	5.8	2.3	4.7	2.3	0.0	31.4	2.31	
	女性50代	68	39.7	27.9	20.6	16.2	17.6	5.9	5.9	4.4	1.5	4.4	0.0	35.3	2.23	
	女性60代前半	31	25.8	29.0	29.0	32.3	19.4	3.2	9.7	0.0	0.0	0.0	3.2	45.2	2.76	
男性年代別	男性10代後半	80	3.8	20.0	27.5	10.0	8.8	8.8	8.8	8.8	56.3	12.5	0.0	27.5	2.28	
	男性20代	145	2.8	17.9	25.5	5.5	7.6	9.7	2.1	2.1	46.9	10.3	0.0	30.3	1.87	
	男性30代	134	4.5	14.2	22.4	8.2	4.5	10.4	3.0	5.2	37.3	2.2	0.7	40.3	1.89	
	男性40代	121	4.1	23.1	20.7	5.8	5.8	11.6	4.1	4.1	38.8	4.1	0.0	48.8	2.39	
	男性50代	117	0.9	20.5	30.8	2.6	6.8	6.0	3.4	0.9	41.0	6.8	0.0	50.4	2.41	
	男性60代前半	54	1.9	25.9	24.1	1.9	9.3	3.7	1.9	3.7	48.1	5.6	0.0	40.7	2.13	

参考データ：オンライン上の表現と意識 「画面越しに見せたい顔」にするために今後行いたいこと

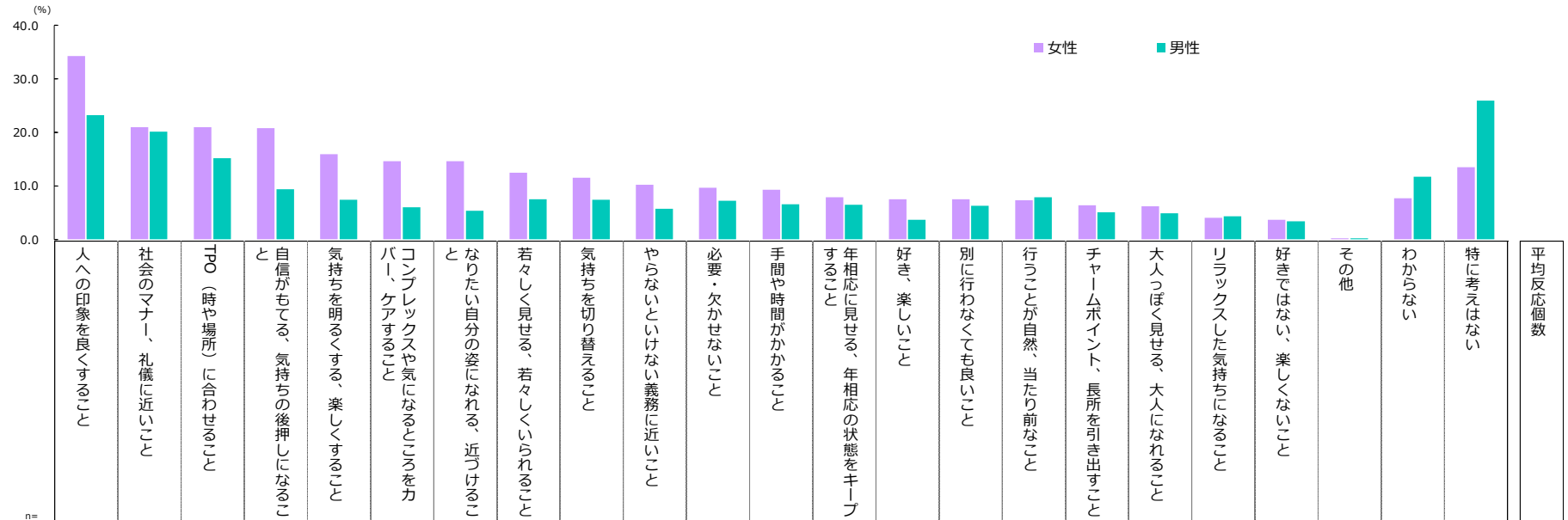
■ Q18 「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ために、今後（あるいは今後も）行いたいこと（基数：現在、オンラインで人と対面することがある人1,171人（女性520人、男性651人））



		n=	化粧品を使ったメイクを実際に行う	カメラをちょうど良い位置（高さ・向き）にする	ヘアスタイルに気を配る	顔の映りが良くなるトップス、服を着る	表情に気を配る（口角を上げる、目を伏せないなど）	アプリなどの設定で自分が映る画面の明るさを調整する（輝度調整）	背景フィルターを使う	顔の映りが良くなるバーチャル背景、背景フィルターを使う	バーチャルメイク（フィルター加工でのリップメイク、美肌補正など）	オンライン専用のライトの使用（リングライトなど）	ヒゲ剃り、ヒゲの手入れ	その他	特になし	平均反応個数
全体		1,171	20.0	24.1	26.8	16.0	15.4	12.6	10.2	8.0	10.3	23.5	0.3	35.1	2.58	
性別	女性	520	40.4	31.3	29.0	25.6	22.1	18.1	16.2	13.7	13.5	3.8	0.0	27.1	2.93	
	男性	651	3.7	18.3	25.0	8.3	10.0	8.3	5.5	3.5	7.8	39.2	0.5	41.5	2.22	
女性年代別	女性10代後半	80	43.8	31.3	32.5	16.3	15.0	22.5	13.8	12.5	12.5	7.5	0.0	27.5	2.86	
	女性20代	144	45.1	38.2	32.6	26.4	19.4	18.8	16.0	19.4	18.8	4.9	0.0	15.3	2.83	
	女性30代	111	40.5	34.2	28.8	27.0	25.2	17.1	22.5	14.4	11.7	2.7	0.0	32.4	3.32	
	女性40代	86	37.2	20.9	20.9	29.1	22.1	18.6	15.1	10.5	8.1	2.3	0.0	29.1	2.61	
	女性50代	68	39.7	22.1	27.9	23.5	27.9	14.7	11.8	8.8	10.3	2.9	0.0	35.3	2.93	
	女性60代前半	31	19.4	38.7	29.0	35.5	29.0	12.9	12.9	6.5	19.4	0.0	0.0	38.7	3.32	
男性年代別	男性10代後半	80	10.0	16.3	35.0	18.8	20.0	11.3	11.3	1.3	15.0	48.8	0.0	23.8	2.46	
	男性20代	145	3.4	20.7	23.4	7.6	6.2	10.3	6.2	2.8	6.9	45.5	0.7	33.1	2.00	
	男性30代	134	4.5	14.9	22.4	7.5	9.0	8.2	6.0	8.2	6.0	34.3	0.7	41.8	2.09	
	男性40代	121	1.7	19.8	19.8	4.1	8.3	7.4	5.8	4.1	6.6	31.4	0.8	54.5	2.42	
	男性50代	117	1.7	16.2	29.9	6.8	8.5	4.3	0.9	0.9	9.4	36.8	0.0	50.4	2.33	
	男性60代前半	54	1.9	24.1	22.2	9.3	14.8	9.3	3.7	1.9	3.7	42.6	0.0	40.7	2.25	

参考データ：オンライン上の表現と意識 「画面越しに見せたい顔」にする意味

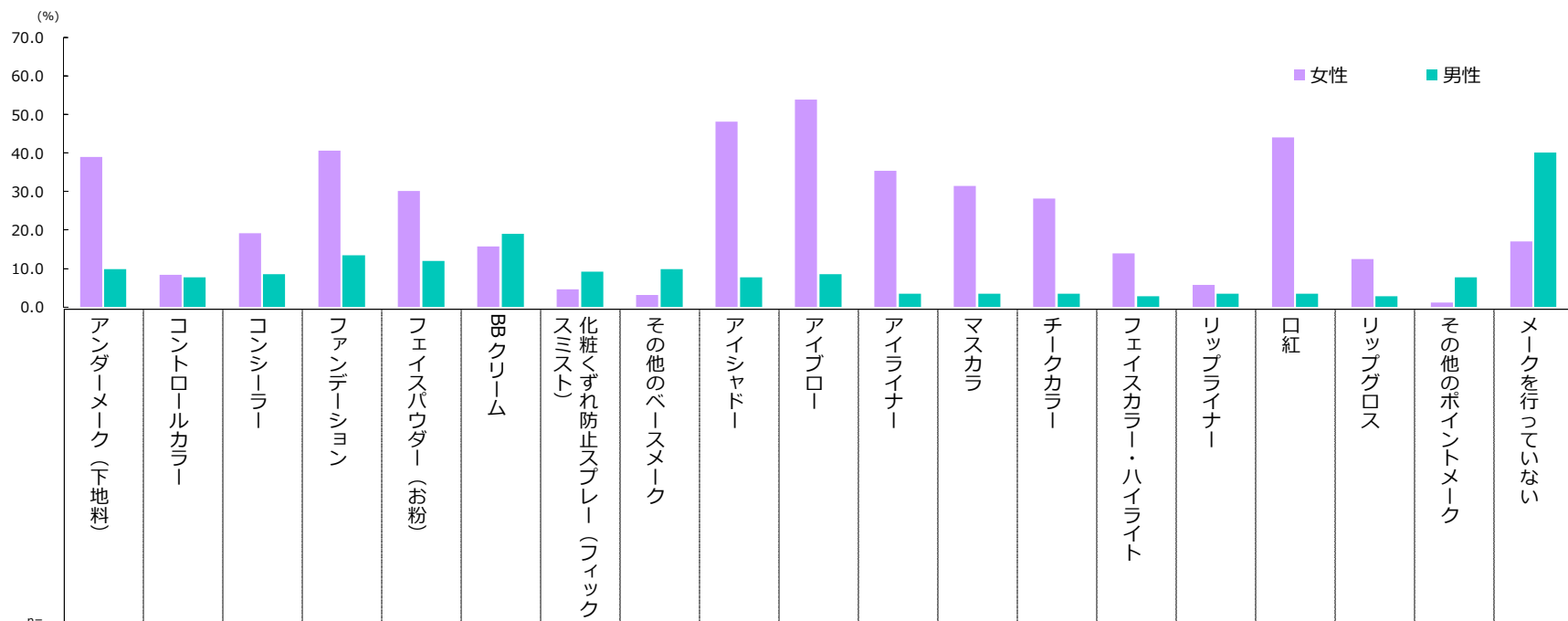
■Q19 オンラインで人と対面するとき、「画面越しに見せたい顔」にする（あるいは近づける）ことは、どのようなことか（基数：現在、オンラインで人と対面することがある人1,171人（女性520人、男性651人））



		n=	28.1	20.5	17.8	14.4	11.2	9.8	9.5	9.7	9.2	7.7	8.3	7.8	7.1	5.4	6.8	7.6	5.6	5.5	4.2	3.5	0.2	9.9	20.4	2.87
性別	全体	1,171	28.1	20.5	17.8	14.4	11.2	9.8	9.5	9.7	9.2	7.7	8.3	7.8	7.1	5.4	6.8	7.6	5.6	5.5	4.2	3.5	0.2	9.9	20.4	2.87
	女性	520	34.2	21.0	21.0	20.8	16.0	14.6	14.6	12.5	11.5	10.2	9.6	9.2	7.9	7.5	7.5	7.3	6.3	6.2	4.0	3.7	0.2	7.7	13.5	3.12
	男性	651	23.2	20.1	15.2	9.4	7.4	6.0	5.4	5.4	7.5	7.4	5.7	7.2	6.6	6.5	3.7	6.3	7.8	5.1	4.9	4.3	3.4	0.2	11.7	26.0
女性年代別	女性10代後半	80	31.3	13.8	15.0	21.3	10.0	20.0	18.8	8.8	8.8	12.5	16.3	12.5	5.0	10.0	10.0	5.0	6.3	8.8	3.8	3.8	0.0	8.8	12.5	3.06
	女性20代	144	39.6	24.3	24.3	23.6	13.9	16.0	13.9	9.0	7.6	13.2	11.1	11.1	6.9	10.4	9.0	6.3	6.3	8.3	5.6	4.9	0.0	4.9	6.3	2.98
	女性30代	111	32.4	27.9	25.2	25.2	18.0	18.9	20.7	16.2	15.3	9.9	11.7	9.0	5.4	5.4	9.0	13.5	8.1	7.2	0.9	4.5	0.0	12.6	13.5	3.85
	女性40代	86	31.4	15.1	18.6	17.4	17.4	10.5	12.8	11.6	12.8	5.8	4.7	4.7	8.1	7.0	5.8	4.7	5.8	2.3	5.8	2.3	0.0	11.6	10.5	2.63
	女性50代	68	30.9	20.6	22.1	11.8	16.2	5.9	7.4	19.1	13.2	8.8	4.4	5.9	11.8	4.4	4.4	4.4	5.9	2.9	2.9	2.9	0.0	1.5	26.5	2.86
	女性60代前半	31	38.7	16.1	9.7	19.4	29.0	9.7	6.5	12.9	16.1	6.5	3.2	12.9	19.4	3.2	0.0	9.7	3.2	3.2	6.5	0.0	3.2	3.2	29.0	3.38
男性年代別	男性10代後半	80	38.8	28.8	23.8	16.3	16.3	13.8	11.3	12.5	11.3	6.3	15.0	10.0	7.5	11.3	7.5	10.0	10.0	10.0	8.8	3.8	0.0	6.3	13.8	3.41
	男性20代	145	17.2	20.0	15.9	9.7	6.9	7.6	2.8	6.9	6.2	6.2	8.3	6.2	4.1	2.1	5.5	10.3	6.2	6.9	2.8	4.1	0.0	15.2	22.8	2.51
	男性30代	134	18.7	15.7	14.2	8.2	6.0	7.5	9.7	10.4	5.2	6.0	5.2	7.5	3.7	4.5	8.2	7.5	5.2	5.2	3.0	2.2	0.0	11.9	26.1	2.48
	男性40代	121	19.0	16.5	13.2	11.6	2.5	4.1	1.7	5.0	6.6	5.8	5.0	6.6	5.8	2.5	6.6	7.4	3.3	1.7	3.3	5.0	0.0	12.4	29.8	2.30
	男性50代	117	26.5	24.8	15.4	5.1	6.8	1.7	4.3	5.1	7.7	5.1	7.7	4.3	8.5	4.3	3.4	6.0	3.4	3.4	4.3	2.6	0.9	12.0	30.8	2.64
	男性60代前半	54	29.6	16.7	7.4	5.6	11.1	0.0	3.7	5.6	11.1	3.7	1.9	5.6	11.1	1.9	1.9	7.4	1.9	1.9	7.4	1.9	0.0	7.4	33.3	2.31

参考データ：オンライン上の表現と意識 オンラインでの使用メイクアイテム

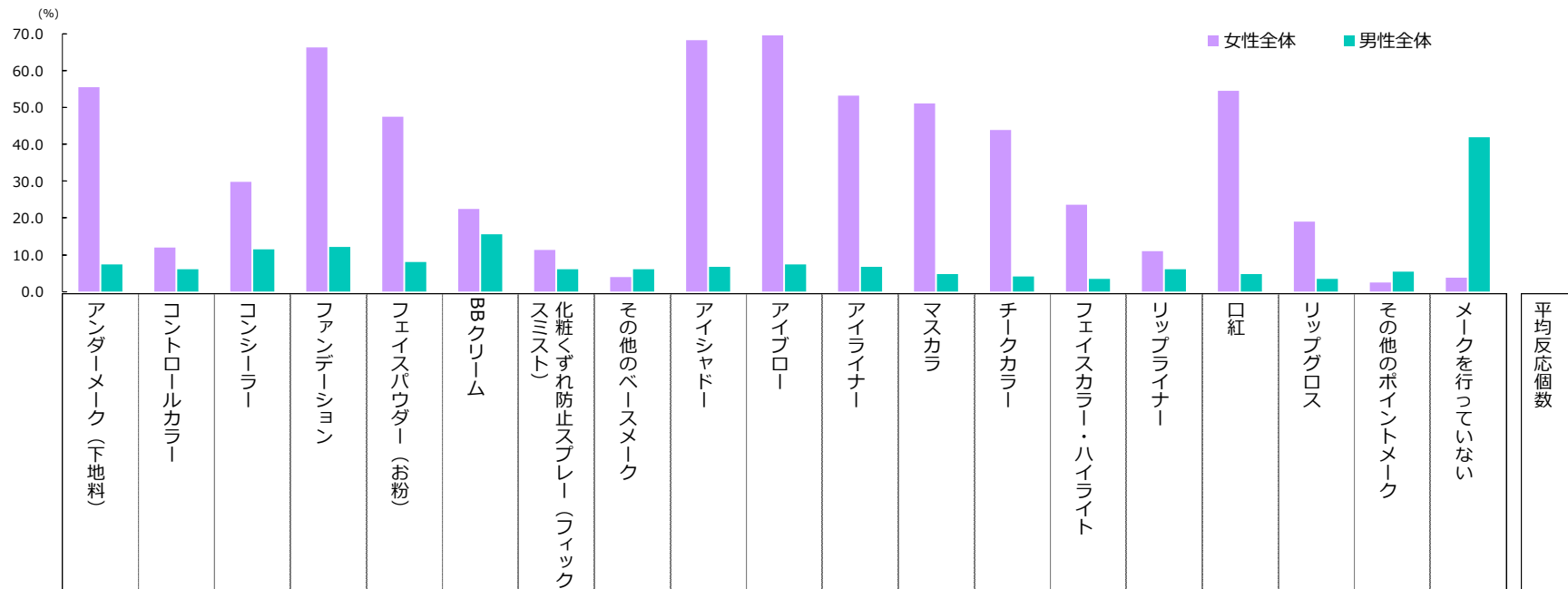
■ Q20 オンラインで人と対面する時の使用メイクアイテム（基数：現在メイクを行っており、オンラインで人と対面することがある人600人（女性458人、男性142人））



		n=	アンダーメイク（下地料）	コントロールカラー	コンシーラー	ファンデーション	フェイスパウダー（お粉）	BBクリーム	化粧くずれ防止スプレー（フィックスマイスト）	その他のベースメイク	アイシャドウ	アイブロー	アイライナー	マスカラ	チークカラー	フェイスカラー・ハイライト	リップライナー	口紅	リップグロス	その他のポイントメイク	メイクを行っていない	平均反応個数
全体		600	32.2	8.2	16.7	34.2	25.8	16.5	5.7	4.7	38.7	43.2	27.8	24.8	22.3	11.3	5.2	34.5	10.2	2.7	22.5	4.70
性別	女性	458	39.1	8.3	19.2	40.6	30.1	15.7	4.6	3.1	48.3	53.9	35.4	31.4	28.2	14.0	5.7	44.1	12.4	1.1	17.0	5.24
	男性	142	9.9	7.7	8.5	13.4	12.0	19.0	9.2	9.9	7.7	8.5	3.5	3.5	3.5	2.8	3.5	3.5	2.8	7.7	40.1	2.28
女性年代別	女性10代後半	66	31.8	4.5	16.7	22.7	24.2	10.6	7.6	7.6	48.5	42.4	36.4	27.3	15.2	21.2	7.6	48.5	6.1	0.0	27.3	5.21
	女性20代	139	47.5	11.5	22.3	31.7	35.3	14.4	3.6	2.9	51.8	54.7	34.5	33.8	29.5	17.3	4.3	47.5	7.2	0.0	14.4	5.25
	女性30代	95	45.3	10.5	25.3	38.9	34.7	11.6	9.5	1.1	50.5	58.9	45.3	37.9	32.6	15.8	1.1	43.2	16.8	3.2	16.8	5.80
	女性40代	76	34.2	7.9	14.5	61.8	28.9	19.7	2.6	3.9	42.1	64.5	28.9	34.2	28.9	9.2	9.2	35.5	18.4	1.3	11.8	5.06
	女性50代	55	30.9	3.6	12.7	47.3	23.6	25.5	0.0	1.8	47.3	47.3	30.9	21.8	30.9	5.5	10.9	43.6	14.5	1.8	14.5	4.68
	女性60代前半	27	22.2	3.7	14.8	63.0	18.5	18.5	0.0	0.0	40.7	44.4	29.6	18.5	29.6	3.7	3.7	44.4	18.5	0.0	25.9	5.05
男性年代別	男性10代後半	22	13.6	4.5	18.2	18.2	22.7	22.7	9.1	18.2	18.2	13.6	13.6	4.5	4.5	9.1	0.0	0.0	9.1	18.2	31.8	3.20
	男性20代	38	10.5	0.0	7.9	13.2	13.2	18.4	13.2	10.5	5.3	10.5	0.0	5.3	2.6	0.0	2.6	0.0	2.6	2.6	39.5	1.96
	男性30代	37	8.1	16.2	0.0	8.1	8.1	24.3	5.4	5.4	5.4	5.4	0.0	0.0	2.7	2.7	2.7	5.4	0.0	5.4	40.5	1.77
	男性40代	26	7.7	3.8	15.4	11.5	11.5	15.4	7.7	11.5	7.7	7.7	3.8	7.7	3.8	0.0	3.8	0.0	0.0	11.5	42.3	2.27
	男性50代	13	7.7	7.7	0.0	23.1	0.0	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	7.7	0.0	7.7	46.2	1.57
	男性60代前半	6	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	16.7	16.7	33.3	16.7	0.0	50.0

参考データ：オンライン上の表現と意識 リアルの場での使用メイクアイテム

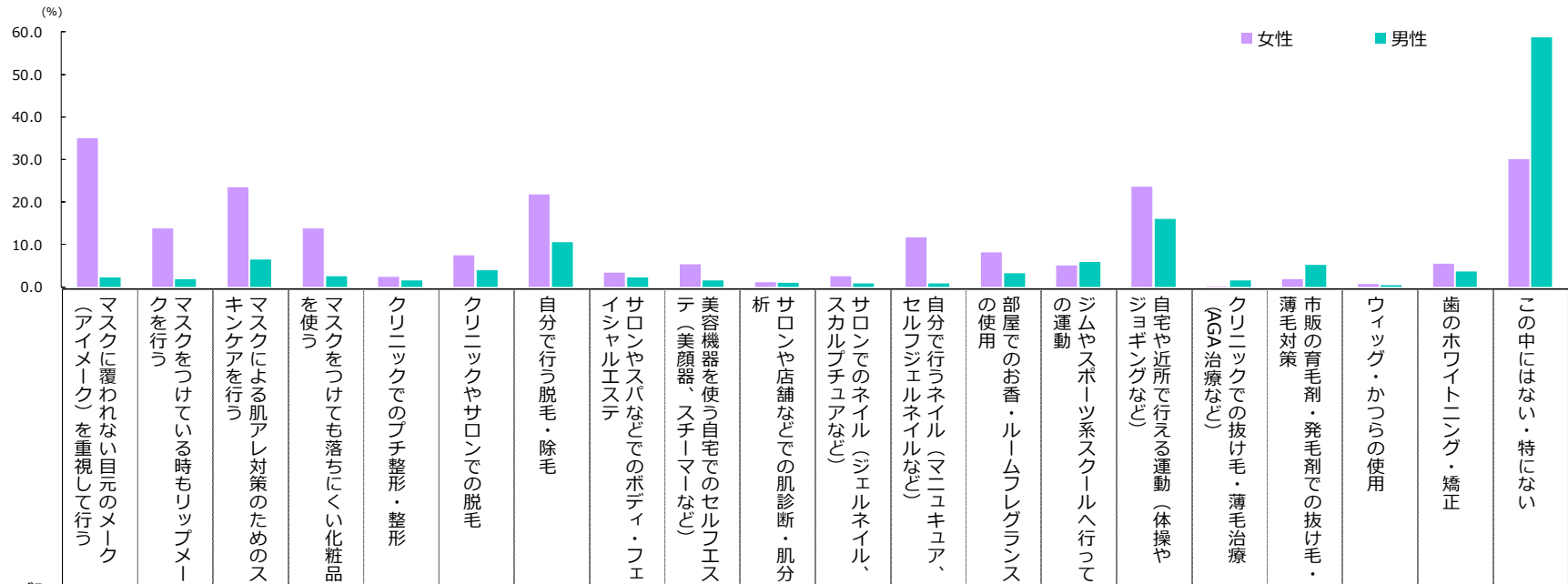
■ Q20 リアルの場で人と対面する時の使用メイクアイテム（基数：現在メイクを行っており、リアルな場で人と対面することがある人904人（女性756人、男性148人））



		n=	アンダーメイク (下地料)	コントロールカラー	コンシラー	ファンデーション	フェイスパウダー (お粉)	BBクリーム	化粧くずれ防止スプレー (フィックスマイスト)	その他のベースメイク	アイシャドー	アイブロー	アイライナー	マスカラ	チークカラー	フェイスカラー・ハイライト	リップライナー	口紅	リップグロス	その他のポイントメイク	メイクを行っていない	平均反応個数
全体		904	47.7	11.1	26.9	57.5	41.0	21.3	10.5	4.3	58.3	59.5	45.7	43.5	37.4	20.2	10.2	46.3	16.5	3.0	10.1	6.24
性別	女性全体	756	55.6	12.0	29.9	66.4	47.5	22.5	11.4	4.0	68.4	69.7	53.3	51.1	43.9	23.5	11.0	54.5	19.0	2.5	3.8	6.72
	男性全体	148	7.4	6.1	11.5	12.2	8.1	15.5	6.1	6.1	6.8	7.4	6.8	4.7	4.1	3.4	6.1	4.7	3.4	5.4	41.9	2.16
女性年代別	女性10代後半	78	52.6	12.8	32.1	44.9	50.0	10.3	17.9	2.6	75.6	62.8	64.1	53.8	24.4	28.2	12.8	53.8	11.5	3.8	9.0	6.75
	女性20代	173	70.5	15.6	42.8	59.0	55.5	19.7	17.9	6.4	75.7	71.7	56.6	56.6	44.5	35.3	13.3	61.3	18.5	2.3	4.0	7.54
	女性30代	148	57.4	12.2	31.8	62.8	51.4	21.6	10.8	6.1	76.4	76.4	66.9	58.8	51.4	26.4	8.1	45.9	19.6	4.7	3.4	7.13
	女性40代	151	53.6	9.9	26.5	77.5	45.0	25.2	7.9	2.0	59.6	70.2	44.4	51.0	41.1	17.2	9.9	44.4	23.8	1.3	2.6	6.27
	女性50代	132	47.7	11.4	22.7	75.8	39.4	27.3	6.1	1.5	61.4	68.9	47.7	42.4	53.0	17.4	12.9	59.8	16.7	2.3	1.5	6.24
	女性60代前半	74	37.8	8.1	13.5	74.3	37.8	29.7	6.8	4.1	58.1	59.5	35.1	35.1	37.8	9.5	8.1	67.6	21.6	0.0	5.4	5.76
男性年代別	男性10代後半	23	4.3	0.0	26.1	17.4	17.4	8.7	17.4	13.0	8.7	21.7	17.4	17.4	8.7	8.7	8.7	13.0	4.3	8.7	34.8	3.40
	男性20代	40	5.0	5.0	12.5	10.0	10.0	17.5	5.0	2.5	5.0	2.5	7.5	2.5	5.0	5.0	7.5	0.0	2.5	2.5	40.0	1.79
	男性30代	38	13.2	13.2	7.9	7.9	5.3	15.8	5.3	2.6	5.3	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	5.3	2.6	2.6	42.1	1.59
	男性40代	25	4.0	4.0	4.0	12.0	4.0	16.0	0.0	8.0	12.0	8.0	8.0	4.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0	12.0	44.0	1.86
	男性50代	15	6.7	0.0	6.7	13.3	0.0	26.7	0.0	6.7	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	6.7	6.7	46.7	1.63
男性60代前半	7	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	0.0	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	0.0	57.1	6.00

参考データ：現在行っている化粧・美容に関する行動

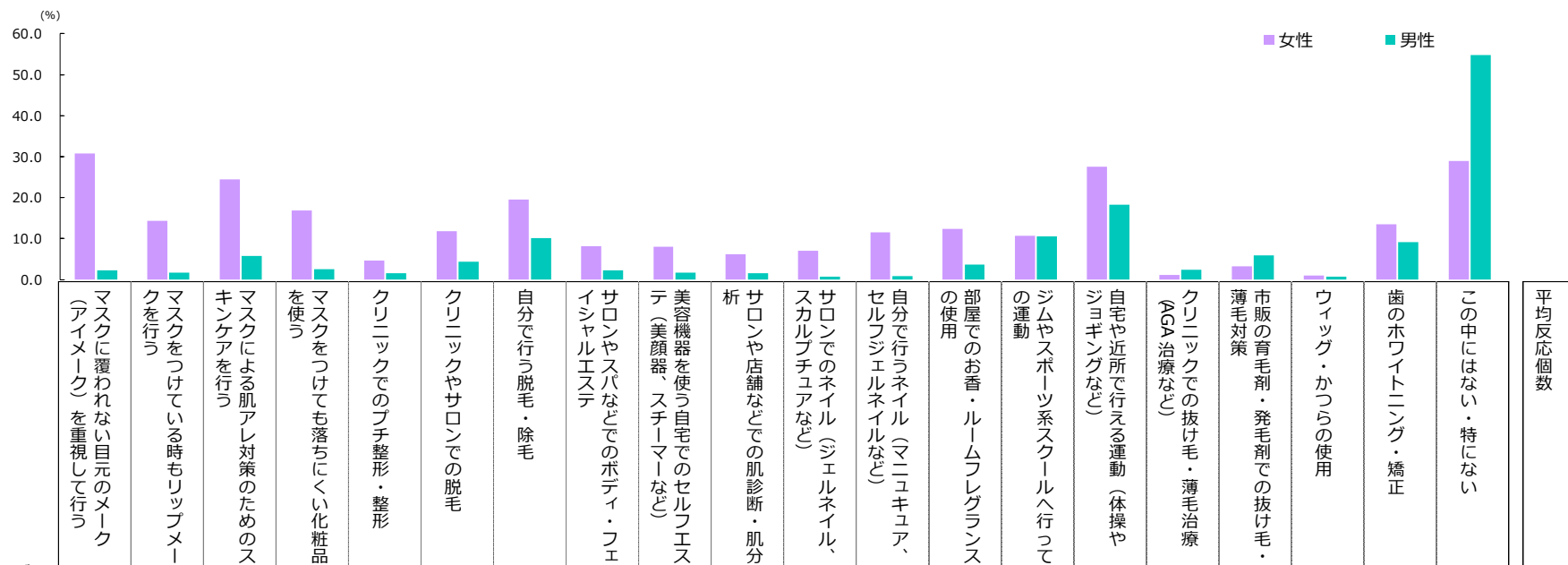
■ Q22 新型コロナウイルスの感染拡大という生活を経て、現在行っていること（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



		n=	18.7	7.8	14.9	8.2	2.0	5.7	16.2	2.9	3.5	1.1	1.8	6.3	5.7	5.5	19.8	0.9	3.6	0.6	4.6	44.4	2.32
全体		2,000	18.7	7.8	14.9	8.2	2.0	5.7	16.2	2.9	3.5	1.1	1.8	6.3	5.7	5.5	19.8	0.9	3.6	0.6	4.6	44.4	2.32
性別	女性	1,000	35.0	13.8	23.4	13.8	2.4	7.5	21.8	3.4	5.4	1.2	2.6	11.7	8.2	5.1	23.6	0.1	1.9	0.7	5.5	30.0	2.67
	男性	1,000	2.3	1.8	6.4	2.6	1.5	3.9	10.6	2.3	1.5	1.0	0.9	0.8	3.2	5.9	16.0	1.6	5.2	0.4	3.6	58.7	1.73
女性年代別	女性10代後半	100	45.0	27.0	29.0	19.0	6.0	9.0	39.0	5.0	4.0	1.0	2.0	20.0	9.0	1.0	18.0	0.0	0.0	1.0	9.0	19.0	3.01
	女性20代	200	52.5	20.0	37.0	24.0	5.0	24.0	24.0	4.5	9.5	4.0	4.5	14.5	9.0	8.0	20.5	0.0	0.5	1.0	9.0	13.5	3.14
	女性30代	200	39.0	10.0	24.5	15.5	3.0	6.5	26.5	5.0	7.5	0.0	4.5	14.0	9.0	3.0	26.0	0.5	3.0	1.5	7.5	27.5	2.85
	女性40代	200	23.0	7.5	17.5	7.0	0.0	2.5	19.0	2.0	3.5	1.5	1.0	8.5	7.5	4.5	19.5	0.0	2.0	0.0	5.5	41.5	2.26
	女性50代	200	25.5	11.0	14.0	6.5	1.0	0.0	15.0	3.0	3.5	0.0	1.5	8.5	7.0	5.0	25.0	0.0	2.5	0.0	1.0	39.5	2.15
	女性60代前半	100	25.0	14.0	19.0	13.0	0.0	0.0	10.0	0.0	2.0	0.0	1.0	6.0	8.0	9.0	36.0	0.0	3.0	1.0	0.0	37.0	2.33
男性年代別	男性10代後半	100	5.0	5.0	15.0	8.0	2.0	8.0	18.0	6.0	7.0	3.0	3.0	4.0	4.0	5.0	12.0	4.0	2.0	0.0	7.0	44.0	2.11
	男性20代	200	2.0	1.5	8.5	3.0	2.5	6.5	13.5	5.5	1.0	0.5	2.0	0.5	4.0	6.5	15.0	0.5	0.5	0.5	4.0	56.5	1.79
	男性30代	200	3.0	2.5	8.0	2.5	2.5	7.0	13.0	1.5	1.5	1.5	0.0	1.0	3.0	5.5	18.5	2.0	4.5	0.5	5.0	54.5	1.82
	男性40代	200	2.5	1.5	3.5	1.5	1.5	1.0	6.5	0.5	1.0	1.0	1.0	0.0	1.5	6.0	15.5	0.5	7.5	0.0	3.0	64.0	1.54
	男性50代	200	1.0	0.5	3.0	1.5	0.0	0.0	9.5	1.0	0.5	0.0	0.0	0.5	3.5	7.0	16.0	2.5	8.0	1.0	2.5	63.5	1.59
	男性60代前半	100	1.0	1.0	3.0	1.0	0.0	2.0	3.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	4.0	4.0	18.0	1.0	9.0	0.0	0.0	66.0	1.41

参考データ：今後行いたい化粧・美容に関する行動

■ Q22 新型コロナウイルスの感染拡大という生活を経て、今後行いたい（あるいは今後も行いたい）こと（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））



性別		全体	女性	男性	女性10代後半	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代前半	男性10代後半	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代前半	平均反応個数
		2,000	1,000	1,000	100	200	200	200	200	100	100	200	200	200	200	100	
		16.5	30.7	2.3	42.0	43.0	33.5	23.0	22.0	22.0	8.0	1.0	3.0	2.0	1.5	0.0	2.74
		8.0	14.3	1.7	30.0	20.0	12.0	8.0	11.0	11.0	6.0	1.5	2.0	1.5	0.5	0.0	
		15.1	24.4	5.8	35.0	39.0	28.5	14.5	13.0	19.0	17.0	7.5	5.5	3.5	3.0	2.0	
		9.8	16.9	2.6	21.0	28.0	17.0	10.5	10.0	17.0	5.0	3.0	1.5	1.5	0.0	1.0	
		3.1	4.7	1.5	9.0	10.0	5.5	2.0	1.5	0.0	4.0	4.0	1.0	0.5	0.0	0.0	
		8.1	11.8	4.3	26.0	28.0	12.0	4.5	1.5	0.0	9.0	6.5	6.5	2.0	2.0	0.0	
		14.8	19.5	10.1	26.0	21.5	26.0	17.0	14.5	11.0	24.0	11.0	13.0	5.5	7.5	3.0	
		5.2	8.2	2.2	9.0	12.0	11.0	7.5	5.0	2.0	5.0	2.0	2.0	0.5	3.5	1.0	
		4.9	8.0	1.7	8.0	14.0	8.0	7.0	5.5	3.0	5.0	2.5	2.0	0.5	0.0	2.0	
		3.9	6.2	1.6	10.0	12.5	6.0	4.0	3.5	0.0	4.0	1.0	4.0	0.5	0.0	1.0	
		3.9	7.1	0.7	11.0	10.0	11.5	5.0	2.5	2.0	2.0	1.5	1.0	0.0	0.0	0.0	
		6.2	11.5	0.8	13.0	14.0	15.0	6.5	12.0	7.0	4.0	0.5	1.0	0.5	0.0	0.0	
		8.1	12.4	3.7	10.0	16.5	15.0	9.0	12.5	8.0	6.0	4.5	2.0	3.0	3.5	5.0	
		10.6	10.7	10.5	6.0	14.5	7.5	12.0	9.0	15.0	15.0	8.0	12.0	9.5	13.0	5.0	
		22.9	27.6	18.2	19.0	29.0	28.0	22.0	32.0	35.0	17.0	15.5	18.5	18.0	19.0	23.0	
		1.8	1.2	2.4	1.0	2.0	2.0	0.5	1.0	0.0	5.0	1.5	2.5	1.0	3.0	3.0	
		4.6	3.3	5.9	2.0	2.5	4.5	2.5	3.5	5.0	4.0	1.5	6.0	7.5	8.5	8.0	
		0.9	1.0	0.7	0.0	1.0	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	0.5	0.0	0.5	1.0	2.0	
		11.3	13.5	9.1	18.0	22.5	14.5	11.0	8.0	5.0	13.0	9.5	15.0	7.5	4.5	5.0	
		41.9	28.9	54.8	18.0	12.5	29.0	37.5	38.5	36.0	39.0	54.0	48.0	61.5	59.0	64.0	
		2.74	3.28	1.90	3.61	3.89	3.65	2.68	2.75	2.55	2.52	1.80	1.94	1.70	1.76	1.69	

参考データ：現在行っている・今後行いたい化粧・美容に関する行動（女性）

■ Q22 新型コロナウイルスの感染拡大という生活を経て、現在行っている事が、今後行いたい（あるいは今後も行いたい）こと（基数：女性全員1,000人）

	n=	今後実行意向者 (今後行いたいと答えた人)				今後実行非意向者 (今後行いたいと答えなかった人)				現実行者 (現在行っている人)	今後実行 意向者	今後実行 非意向者
		現実行者 (現在行っている人)		現在行っていない人		現実行者 (現在行っている人)		現在行っていない人				
		現在行っており、今後も行 いたいと答えた人 (実行意向継続層)	現在行っていないが、今 後行いたいと答えた人 (実行意向新規層)	現在行っており、今後も 行いたいと答えなかった人 (実行非意向継続層)	現在行っていないが、今 後行いたいと答えなかった人 (実行非意向新規層)	現在行っており、今後も 行いたいと答えなかった人 (実行中止意向層)	現在行っていないが、今 後行いたいと答えなかった人 (実行中止意向新規層)	(%)	(%)			
マスクに覆われない目元のメイク（アイメイク）を重視して行う	1,000	27.1	3.6	61.4	7.9	35.0	30.7	69.3				
マスクをつけている時もリップメイクを行う	1,000	10.2	4.1	82.1	3.6	13.8	14.3	85.7				
マスクによる肌アレ対策のためのスキンケアを行う	1,000	17.1	7.3	69.3	6.3	23.4	24.4	75.6				
マスクをつけても落ちにくい化粧品を使う	1,000	10.3	6.6	79.6	3.5	13.8	16.9	83.1				
クリニックでのプチ整形・整形	1,000	1.2	3.5	94.1	1.2	2.4	4.7	95.3				
クリニックやサロンでの脱毛	1,000	5.5	6.3	86.2	2.0	7.5	11.8	88.2				
自分で行う脱毛・除毛	1,000	16.2	3.3	74.9	5.6	21.8	19.5	80.5				
サロンやスパなどでのボディ・フェイシャルエステ	1,000	2.3	5.9	90.7	1.1	3.4	8.2	91.8				
美容機器を使う自宅でのセルフエステ（美顔器、スチーマーなど）	1,000	3.6	4.4	90.2	1.8	5.4	8.0	92.0				
サロンや店舗などでの肌診断・肌分析	1,000	0.7	5.5	93.3	0.5	1.2	6.2	93.8				
サロンでのネイル（ジェルネイル、スカルプチュアなど）	1,000	1.9	5.2	92.2	0.7	2.6	7.1	92.9				
自分で行うネイル（マニキュア、セルフジェルネイルなど）	1,000	7.9	3.6	84.7	3.8	11.7	11.5	88.5				
部屋でのお香・ルームフレグランスの使用	1,000	6.3	6.1	85.7	1.9	8.2	12.4	87.6				
ジムやスポーツ系スクールへ行っての運動	1,000	4.2	6.5	88.4	0.9	5.1	10.7	89.3				
自宅や近所で行える運動（体操やジョギングなど）	1,000	19.5	8.1	68.3	4.1	23.6	27.6	72.4				
クリニックでの抜け毛・薄毛治療（AGA治療など）	1,000	1.2	1.2	98.7	0.1	0.1	1.2	98.8				
市販の育毛剤・発毛剤での抜け毛・薄毛対策	1,000	1.7	1.6	96.5	0.2	1.9	3.3	96.7				
ウィッグ・かつらの使用	1,000	0.3	0.7	98.6	0.4	0.7	1.0	99.0				
歯のホワイトニング・矯正	1,000	3.8	9.7	84.8	1.7	5.5	13.5	86.5				

参考データ：現在行っている・今後行いたい化粧・美容に関する行動（男性）

■ Q22 新型コロナウイルスの感染拡大という生活を経て、現在行っている事から、今後行いたい（あるいは今後も行いたい）こと（基数：男性全員1,000人）

	n=	今後実行意向者 (今後行いたいと答えた人)				今後実行非意向者 (今後行いたいと答えなかった人)		
		現実行者 (現在行っている人)		現在行っていない人		現実行者 (現在行っている人)		
						(%)		
		現在行っており、今後も行いたいと答えた人 (実行意向継続層)	現在行っていないが、今後行いたいと答えた人 (実行意向新規層)	現在行っておらず、今後行いたいと答えなかった人 (実行非意向継続層)	現在行っているが、今後行いたいと答えなかった人 (実行中止意向層)	現実行者	今後実行意向者	今後実行非意向者
マスクに覆われない目元のメイク（アイメイク）を重視して行う	1,000	1.4	0.9	96.8	0.9	2.3	2.3	97.7
マスクをつけている時もリップメイクを行う	1,000	0.9	0.8	97.4	0.9	1.8	1.7	98.3
マスクによる肌アレ対策のためのスキンケアを行う	1,000	3.7	2.1	91.5	2.7	6.4	5.8	94.2
マスクをつけても落ちにくい化粧品を使う	1,000	1.1	1.5	95.9	1.5	2.6	2.6	97.4
クリニックでのプチ整形・整形	1,000	0.2	1.3	97.2	1.3	1.5	1.5	98.5
クリニックやサロンでの脱毛	1,000	1.9	2.4	93.7	2.0	3.9	4.3	95.7
自分で行う脱毛・除毛	1,000	7.2	2.9	86.5	3.4	10.6	10.1	89.9
サロンやスパなどでのボディ・フェイシャルエステ	1,000	0.6	1.6	96.1	1.7	2.3	2.2	97.8
美容機器を使う自宅でのセルフエステ（美顔器、スチーマーなど）	1,000	0.2	1.5	97.0	1.3	1.5	1.7	98.3
サロンや店舗などでの肌診断・肌分析	1,000	1.6		97.4	1.0	1.0	1.6	98.4
サロンでのネイル（ジェルネイル、スカルプチュアなど）	1,000	0.7		98.4	0.9	0.9	0.7	99.3
自分で行うネイル（マニキュア、セルフジェルネイルなど）	1,000	0.2	0.6	98.6	0.6	0.8	0.8	99.2
部屋でのお香・ルームフレグランスの使用	1,000	1.9	1.8	95.0	1.3	3.2	3.7	96.3
ジムやスポーツ系スクールへ行っての運動	1,000	4.6	5.9	88.2	1.3	5.9	10.5	89.5
自宅や近所で行える運動（体操やジョギングなど）	1,000	13.4	4.8	79.2	2.6	16.0	18.2	81.8
クリニックでの抜け毛・薄毛治療（AGA治療など）	1,000	1.1	1.4	97.0	0.6	1.6	2.4	97.6
市販の育毛剤・発毛剤での抜け毛・薄毛対策	1,000	4.2	1.7	93.1	1.0	5.2	5.9	94.1
ウィッグ・かつらの使用	1,000	0.2	0.5	99.1	0.2	0.4	0.7	99.3
歯のホワイトニング・矯正	1,000	2.7	6.4	90.0	0.9	3.6	9.1	90.9

参考データ：自由回答より「よそおい・美容・化粧」に関する考え、価値観の変化

- Q23 新型コロナウイルスの感染拡大という生活を経て、よそおい・美容・化粧に関するあなたの考えや価値観に変化はあったか。
新型コロナウイルス感染拡大前（2020年1月以前）とくらべた、自身の考えや価値観の変化、その変化の理由_自由回答を任意に一部抜粋（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））
※回答内容を分類し、任意に掲載。

【人に会う機会に関する自由回答抜粋】

- ・人に会う回数が減った分、よそおいについて考える時間が増えたから、気をつけるようになった。（15歳 男性）
- ・たまにしか人に会えなくなった為、人と会うことが特別なことになった。そんな特別なときには綺麗でいたいという気持ちが、大きく美容に気を使うようになった。（19歳 男性）
- ・人に会う機会が減ったため、装いや化粧へかける時間と費用が減った。その代わりに、素肌への手入れ（美容）へ関心が増えた。（34歳 女性）
- ・直接会う機会が減ったので、会った時のよそおいにますます気をつけるようになった。（59歳 男性）
- ・外出する機会が減って友人達とも会えなくなった中、よそおい・美容・化粧をどうでもいいやと捉えるより、もっと内面から滲み出てくるような美しさの方が大切だと思うようになった。（60歳 女性）
- ・人と直接会う機会が減ったので加齢によるおおいに鈍感になった。（64歳 男性）

【在宅に関する自由回答抜粋】

- ・家で過ごす時間が増えたことで、メイクで自信のないところを隠すより、スキンケアで根本から綺麗にしたいと思うようになった。（28歳 女性）
- ・今年プチ整形（二重埋没）をしました。ずっとしてみたかったのですが、ステイホーム期間中でダウンタイムを終えられたので良かったです。自分と向き合う時間が増え、美容への意識は高まっているように感じます。（28歳 女性）
- ・在宅時間が増えて、自分の身体と向き合うことが多くなり、美容を意識するようになった。（32歳 男性）
- ・家で過ごすことが多くなった分、たまの外出に着る服にお金をかけるようになった。家着は動きやすいもので過ごす時間が長い。（45歳 女性）

【マスクに関する自由回答抜粋】

- ・マスクなしの時は毎日口ひげや顎あたりの毛、鼻毛などに気をつけていたが、マスクで出かけるのが必要になったので、それらの毛の処理が適当になった。歯医者、美容院などマスクを外す場所では気をつけている。（42歳 女性）
- ・チークや口紅はマスクを汚すだけなのでなくなり、つまらなく感じるようになり、義務感でやっていたメイクが実は楽しんでいたということに気づいた。（44歳 女性）

【オンラインに関する自由回答抜粋】

- ・メイクなどは行わなければならないものという価値観がいやだった。しかし、オンラインなどが多くなり大きく顔が映るため、印象を良くするために自分から進んで行うようになった。（20歳 女性）
- ・オンラインで就活をしたので、顔が良い人は得をするのでうらやましいと思うようになりました。（21歳 女性）
- ・オンラインでの見栄えに気を配るようになった。（26歳 男性）
- ・対面だと人の顔をじっくり見るのは失礼だけど、オンラインだと見ないようで皆じっくり見ているので美容は必要だと思う。（46歳 男性）
- ・人前に出る機会が減ったものの、オンラインなどで改めて自分の顔をよく見るが増えて、さらに家に居る時間も増えて、肌のケアや身体を美しく見せることを意識するようになった。（47歳 女性）

【その他の自由回答抜粋】

- ・男が化粧をしても特に違和感を感じなくなった。（17歳 男性）
- ・これまでリップを買う頻度が一番高かったが、今ではアイシャドーが一番良く買う。また、加えてまつ毛パーマなど目元のメイクを中心に行うようになった。（20歳 女性）
- ・自分を磨くという意識が強くなった。外見よりも内面に注意するようになった。（23歳 女性）
- ・メイクの機会が少なくなり、メイクは「義務」であるといった考えよりも、個々人の自由ですればいいものという印象になった。（25歳 女性）
- ・外側だけでなく、内面から（インナーケア）、きれいになりたいという思いが強くなった。（29歳 女性）
- ・運動不足になりがちで、結果肌色や肌質が悪くなってしまい、より運動の必要性を認識するようになった。（41歳 女性）
- ・だらけた生活になりがちで、気持ちまで沈みやすくなる傾向がある。男女問わず生活にメリハリをつける意味でも自意識の向上は必要だと思う。（50歳 男性）

参考データ：対象者プロフィール

■居住地（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		n=			
		埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
全体	2,000	16.3	15.0	43.4	25.3
性別	女性	16.6	14.5	41.7	27.2
	男性	16.0	15.5	45.1	23.4

■未既婚（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		n=		
		既婚	未婚	不明
全体	2,000	38.2	60.5	1.3
性別	女性	42.1	56.7	1.2
	男性	34.3	64.3	1.4

■職業（基数：対象者全員2,000人（女性全員1,000人、男性全員1,000人））

		有職者計																学生計											
		営業・販売	研究・開発・技術者	総務・人事	財務・経理	企画・マーケティング	広報・広告・デザイン	事務職	管理職	会社経営・役員	公務員・団体職員	教職員	専門職	自由業	自営業	パート・アルバイト	契約社員・派遣社員	専業主婦（主夫）	無職	中学生	高校生	短大・専門学校生	大学生	大学院生	その他	不明	有職者計	学生計	
全体	2,000	6.0	11.8	1.7	1.7	1.5	0.7	9.6	3.0	1.3	3.2	1.4	3.7	3.0	3.6	8.7	4.0	9.6	6.4	0.5	3.4	1.1	8.8	0.6	4.1	1.3	64.5	14.2	
性別	女性全体	1,000	4.0	4.4	2.5	1.5	0.9	13.0	0.3	0.2	1.7	1.2	4.4	2.1	1.8	12.3	5.1	18.8	5.7	0.4	2.8	1.7	9.1	0.4	3.0	1.2	56.9	14.4	
	男性全体	1,000	7.9	19.2	0.9	1.8	1.4	6.2	5.6	2.4	4.6	1.6	3.0	3.9	5.3	5.0	2.9	0.4	7.0	0.5	3.9	0.5	8.4	0.7	5.1	1.4	72.1	14.0	
女性年代別	女性10代後半	100	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0	4.0	28.0	13.0	42.0	0.0	0.0	7.0	4.0	87.0	
	女性20代	200	9.0	11.0	1.5	2.5	3.5	1.5	11.0	0.0	2.0	0.5	7.0	2.5	0.5	8.5	2.0	1.0	1.5	0.0	0.0	2.0	24.5	1.5	4.0	2.5	63.0	28.0	
	女性30代	200	4.0	7.5	5.5	2.5	2.5	2.0	20.0	0.0	0.0	1.5	0.5	5.5	2.0	13.5	9.0	12.0	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1.5	0.0	78.5	0.5	
	女性40代	200	4.0	3.0	3.0	0.5	0.5	1.0	19.5	0.0	0.0	3.5	1.5	4.0	2.0	1.5	13.0	5.5	26.0	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	62.5	0.0	
	女性50代	200	2.5	0.5	2.5	1.0	1.0	0.0	13.5	1.0	0.5	0.5	3.0	3.5	3.0	15.0	5.5	36.5	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	56.0	0.0	
	女性60代前半	100	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	2.0	1.0	1.0	2.0	1.0	4.0	2.0	3.0	20.0	7.0	37.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	45.0	0.0	
男性年代別	男性10代後半	100	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	2.0	5.0	39.0	4.0	34.0	0.0	2.0	11.0	3.0	82.0	
	男性20代	200	6.0	22.0	1.5	2.5	1.5	1.0	5.0	0.0	0.5	4.0	0.5	2.5	1.5	1.0	9.5	1.0	0.0	8.5	0.0	0.0	0.5	24.5	3.0	2.5	1.0	60.0	28.0
	男性30代	200	12.5	26.5	0.5	3.0	2.5	0.0	10.0	1.5	0.0	4.5	2.5	5.5	4.0	3.5	8.0	4.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.5	5.0	0.5	88.5	1.0
	男性40代	200	9.0	21.0	1.5	1.5	2.5	0.0	8.0	8.5	3.0	4.5	2.5	4.0	4.0	8.5	4.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	84.5	0.0	
	男性50代	200	9.5	22.0	0.5	1.5	0.5	1.0	5.5	13.5	4.0	5.5	1.5	2.0	7.5	8.5	1.5	3.0	1.5	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	87.5	0.0	
男性60代前半	100	5.0	8.0	1.0	1.0	0.0	0.0	5.0	9.0	9.0	9.0	2.0	1.0	5.0	10.0	3.0	9.0	1.0	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	0.0	77.0	0.0		