

「ケイト (KATE)」メイクアイテムカラー嗜好性及び  
パッケージデザイン案受容性チェックG・I調査

グループインタビュー

— 結果報告書 —

実施：1998年2月  
1998年2月

18:00～  
18:00～

表参道/リーセント青山  
表参道/リーセント青山

B. 大学生 7名  
A. 高校生 7名

# I. カラーアイテム・既存ブランド接点状況

	接 点 概 要	KEY WORD
高校生	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日常メイクは「リップのみ」→「リップ+アイメイク」→「ネイルも含めたフルメイク」と個人差があり発展途上中</li> <li>・メイクの度合いと購入場所に特に関連はないが、ドラッグストア派と百貨店派に分かれる</li> <li>※ドラッグストア系が優勢。いずれにしてもテスターは欠かせない存在であることが伺える</li> <li>・お目当てのブランドのチャンネルが固定していたり、少しでも安く入手しようとアメ横に足を運んだりする</li> <li>・この秋もお気に入りのブランドから選んでおり、ブランド先行消費の傾向がある</li> <li>・メイクオピニオンに限っては、限定品に弱く、大学生が価格的に思いとどまるものでも景気よく購入している</li> <li>・また、チェックアイテムは大学生と大差がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ピエヌの口紅は色が組み合わせになっており使い易そう</li> <li>・オリジンズのグロスが一番ナチュラルなピンクっぽい色にした</li> <li>・ピエヌ/オーブのベージュ系口紅が欲しい</li> <li>・ピエヌパールアイシャドウは、ピンクよりブルーの方が目がパッチリした</li> <li>・この秋マスカラを青に変えてみた</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <span>無難</span> <span>使いやすさ</span> <span>季節・流行にとらわれない自分を魅せる色選び</span> </div>
大学生	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日常メイクは、ネイルを含めたほとんどがフルメイク。人によってはネイルをしないこともあるが、マニキュアに関心がない訳ではない</li> <li>・百貨店は、主にチェックの場として活用している。一般的には、テスターで色が試せたり、その場、その場で自分に合ったものを取り込もうという姿勢が伺える</li> <li>また、メイクアイテム＝海外購入（つまり百貨店にある海外ブランド）が定着しており、海外ブランド指向が強い。パッケージに魅かれると明言するユーザーもいる</li> <li>・国内ブランドの話題のアイテムもしっかりチェックしているものの、2500～3000円は高いという認識がある。安価で似たものを搜したり、購入を見送ったりする。この背景には、すでにある程度のアイテムを持っており、“どうしても”というところまで至らない堅実な消費ぶりが伺える</li> <li>・実際に購入しているものは、PJラピスの個性的カラーのネイル（2名）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・秋冬は乾燥するので、リップグロス、リキッドタイプのチーク→メイクも保湿系</li> <li>・冬っぽい晝を搜した→クリニークの紺・ブルーの2色組を購入</li> <li>・購入はブランドよりも アイテム × 色 でチェックする</li> <li>・容器・パッケージが可愛いと購入意欲が増す（3名）→PJラピス ネイル他</li> <li>・色は気に入ったが容器が気に入らなかった→ピエヌ</li> <li>・ピエヌ ルージュ ピクチュアレスク→携帯性に不便なのでやめた →簡単に購入する価格ではない</li> <li>・容器が小さいので使いきりに丁度良い</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <span>海外購入</span> <span>PKGの可愛いもの、カッコイイもの</span> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;">         海外ブランドを中心にすでにいろいろなメイクアイテムを所有している     </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <span>国内ブランドは価格にシビア</span> <span>小容量</span> </div>

## II. KATE受容性チェック

1 「KATE」について

	非認知者	認知者の認知内容	商品提示後の反応	購入意向
高校生	なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ほとんどが名前だけの認知（5名）</li> <li>・商品ラインナップやメイクブランドであることがわからない</li> <li>・店頭や雑誌でみたことがあると申告しても、語るアイテムが違っておりハッキリとモノを知っていないことが判明</li> <li>・購入者（1名）はメイベリンのような海外メーカーのものと思ってマスカラを購入（但し気に入っていない）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アイライナーやシャドウに覚えがある（3名）</li> <li>・店頭では、すでに関心のあるブランドがあり気に止めない</li> <li>・また、ハンギングより置型のテスターに関心が向くとの声もあり、テスターの役割りをうかがわせる発言もあった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鏡とテスターがあり、試して気に入れば購入の可能性はある</li> <li>・注目ブランドは宣伝も活発なテストイモやピエヌ。ブランド先行消費の中で価格的なメリットは感じるようである</li> </ul>
大学生	<p>&lt;商品提示&gt; 色遊びのイメージ。 発色のよさは認めるが、自分向ではないと他観</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セルフ販売で価格帯が安く気軽に購入できるチープなブランドとして認識</li> <li>・色遊びの要素が強く、実際に使う…となるとスポット使用となり、日常的に使うブランドとしてフィット感がない（4名）</li> <li>・高校生向きとの意見もある</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジしたい色など遊び感覚でなら購入も考えられる</li> <li>・買いやすくて安っぽいイメージが受け入れられない（5名）</li> <li>・パッケージも魅力がなく、ポーチから出すのが恥ずかしいとの意見もある</li> <li>・色味に対しては単調（どこにでもあるという意味）で、同じブランドの色同士、組み合わせにくいとの意見もある</li> </ul>

2 ネイルについて

	全体のイメージ	チェック色
高校生	<p>普段使うピンク系（3名）、ベージュ系がないということに関しては、嗜好が分かれる。暗いイメージやパール感、青味パールなどは、メイクリーダーに好まれる傾向がある。ハッキリした色、パール感など、服に合わせて使いやすいという意見もある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・淡パール</li> <li>・青系（2名）</li> </ul>
大学生	<p>個性的で実際に使うとなると洋服などとのマッチングから日常的には難しいという印象をもつ（4名） 但し、逆におもしろさ、遊び感覚があるので旅行などの非日常シーン、ペディキュアに向くとの意見もある</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・淡パール</li> <li>・グレーパールのトーン</li> <li>※特に青味かかったグレートーンが人気</li> <li>・ベージュかかった赤味のあるゴールド系</li> </ul>

## 3 リップについて

	全 体 の イ メ ー ジ	チェック色
高校生	ナチュラル系のピンク色が少ないのでナチュラルメイクには、使いにくさを感じる ベージュ系のナチュラルメイクを好む人には支持される傾向。細かく分かれているので迷いながらも、気に入った色選びができるという予感がある 自然な感じに仕上げたいというニーズが中心	淡めのベージュ系
大学生	ネイルに比べて応用範囲が広い（日常的にも使える）という印象をもつ そのまま使える色と重ねづけに向く色をわけてチェックする傾向がある 薄い赤味を抑えた色は、血色が悪く見える色との指摘もあり、経験に基づいた意見も聞かれた	ベージュ系 重ねぬり用白～淡黄パール ワインローズ系

## 4 アイシャドウ

	現 使 用 状 況	ダ ミ ー へ の 意 見	
		《2色使用支持の背景》	《単色使用支持の背景》
高校生	<ul style="list-style-type: none"> <li>アイシャドウの使用は、半数程度（メイクリーダー）</li> <li>使いやすく便利、色合わせの手間も省ける点から、2色組の方が活性する傾向</li> <li>色味はパール入りの赤～青紫～青系、パウダー系のパレットタイプが多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>色合わせがしてあると自分で選ぶ手間がなく楽。同系色の2色カラーを好む傾向があるがハイライトとベーシックカラーやそれぞれの色を楽しむ（バラバラにも使える）組み合わせがよいとの意見もある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本的に一色ずつ使うという使用パターンがある。また、単色シャドウ（ブランド）の方が色数が豊富で好みの色を選べるという意見もある</li> </ul>
大学生	<ul style="list-style-type: none"> <li>アイシャドウの使用は当たり前になり、よく使う色（白、淡黄などのハイライト、黒などのライナー系カラー）は単色で揃える。また、単色で購入しても組み合わせが前提で自分でパレットに組むなどのケースもある</li> <li>また、単色のものはPKGのデザインに限りがあるので、気に入れば2色（多色）セットの積極的購入も行う</li> <li>色味は各自の定番アイメイクカラーがある。ベースには白っぽいハイライト系を使用。あとは目をハッキリ見せる黒っぽい色、ブルーやグリーンをアクセントに使う、やわらかい淡目の色で仕上げるなど、主に3パターンの色使いに分かれる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>同系色の濃淡の2色使いの慣れがあり、使い易いとしている（3名）。全くの同系でなくても、黄+グリーンなど合わせやすい色系統や、同じピンク系でも、黄味/青味などトーンの違うもの…など組み合わせによって関心が向く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2色セットでも使う色が決まってしまうムダになるという経験から、2色組は敬遠する傾向（3名） 中には組み合わせによってはチャレンジするとの意見もある</li> </ul>

## 5 | メイクペンシル

	使用状況	ダミー太細タイプの購入意向
高校生	メイクリーダーでも過去使用にとどまっておき、1名のオピニオンがアイライナー、リップライナー（コンシーラー代替）使用 くり出しタイプは1名が細い緑がかけるとして支持 折れやすく鉛筆タイプに変えているケースも見られる（2名）	メイクリーダーは、ダブルの方が便利に使える点から関心を示す。例えばアイライナー兼リップライナー、アイブロウ、リップライナーのそれぞれ2色セットという発想がある。 購入にあたっては、ベージュ系、ピンク系、同系色などの要望がでており、形態提案としてはよいが最終的には“色”と“色の組み合わせ”が影響する
大学生	使用者は3名で、使用アイテムも異なる。リップライナー、アイライナー、アイブロウのフル使用は1名のみ。 くり出しタイプは3名とも使用しており、折れやすいが、削る手間がない、細いラインが描ける、レフィルで安価な点が支持される	ほとんどの人が使う面によって太さを調節できるため、太タイプだけで十分という一致した見解で、必要性を感じない。 ※色味のちがいによる使い分けよりも、太細による評価に終始した

## 6 | NEW CPボード評価

	ライナーシャドウ	アイカラーファンデ
高校生	メイクリーダーに関心の高まりが見られた シャドウのパウダー、クリームタイプでは描けないラインがOKになる点、また、ぼかすことにより、シャドウになる点、太細が自在、チップにこだわらなくても使えるなど、色々な使い方ができることに共感大	全般的に関心が高く、購入意向がある 共感を得た効果としては、目元のくすみやくまをカバーするコンシーラー効果（2名）、パウダーシャドウはメイク持ちが悪いとの経験からベース効果、その他の効果にも支持がある ※1名がチューブタイプを想起。また、使用感のポイントはのびのよさとの声もある
大学生	リキッドは上手に使えない、失敗すると修正できない（3名）という点から、当該CP（クリームタイプ）＝リキッドと同じ、という捉え方をすると手が伸びにくい ※リキッドと異なるという特性がたわわりにくい また、チップで細いラインをひく…ということにフィット感がない（3名） リキッドを使いこなせる人、くっきりラインに関心がない人には受け入れられない （2名）	全般的に関心が高く、購入意向がある 共感を得た効果としては、ベース効果（4名）。パウダータイプとの併用（下地）にフィット感があり、長時間のメイク持ちもよい点に評価。アイクリーム効果（2名）メイクにもケア効果を求めている。ある程度の品質感を希望 ※安いと信用できない感がある。次いでコンシーラー効果でくまをカバーする。 価格は～2000円までの想定

## 7 パッケージデザイン案について

	P	Q	R	T
全体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダミーにフィットするデザインとして1位選択はなかったが、2番手、3番手として支持がある</li> <li>・T同様、店頭で目立つという認識は持ちにくいですが、自分の嗜好に合うデザインとしても、R並の評価がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダミーとのフィット感や購入意向に結びつかないが、ドラッグストアの店頭で目立つという指摘が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダミーにフィットするデザインとしてTと票を分けている</li> <li>・店頭でも比較的目立ち、自分の嗜好に合うデザインとしても平均的な支持がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダミーにフィットするデザインとして高校生の指摘が多い</li> <li>・ドラッグストアの店頭で目立つデザインとしての評価は低いですが、最も自分の嗜好に合うデザインとして高校生・大学生共、支持が抜き出て高い</li> </ul>
高校生 支持理由	※バックも商品もシマシマなので目立つ	※商品のシマシマが店頭では気になる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャップとボディのカラーが分かれている点。バックの青ラインがクール (1名)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バックのシルバーと黒のコンビネーションにカッコ良さを感じる 商品もシンプル(3名)</li> </ul>
大学生 支持理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メタリックのツートーンのデザインがよい。ポーチの中やアイテムを想定すると可愛い。目立つ(2名)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポーチの中で目立つ明るい色(1名)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>※店頭ではバックのブルーが目立つ (3名)</li> <li>※バックの色違い(赤)のSとRは、ダミーとフィット感がある(4名)</li> <li>シルバーと黒というボディの色組み合わせが使いやすさを感じさせる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目立ちすぎずシンプル。ポーチの中やアイテムを想定すると落ちつき、気に入った (3名)</li> <li>※ダミーとのフィット感でシンプルでしっくりくる(2名)</li> </ul>

# ファンデーションの使用実状について

## 1 | ファンデーションの使用状況

N=14

	A. 高校生	B. 大学生	計
1. 現使用	6名	7名	13名
2. 過去使用	0名	0名	0名
3. 使用経験なし	1名	0名	1名

◆現在使用していない理由(0名)

◆使用しない理由(1名)

- ・若い時は使用しない方がよいという母のアドバイス(A2)

→ ◆使用頻度について

A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日(A3)</li> <li>・ほぼ毎日→パウダ-系(A7)</li> <li>・外出日→毎日(A1)</li> <li>・学校がある日→放課後(A6)</li> <li>②休日→たいてい、いつも(A6)</li> <li>→外出時(A5)</li> <li>・特別な時(A4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日(B4)</li> <li>④外出日→④毎日(B1, B2, B5, B7)</li> <li>・朝、時間のあるとき(B6)</li> <li>②学校→②つけないことがある(B2, B3)</li> <li>→色付下地だけのことがある(B3)</li> <li>・親しい人と会う時→つけないことがある(B2)</li> </ul>

2 現使用ファンデーション選択理由と使用ファンデーションの詳細

②人数 (モータ-NO/現使用商品の詳細) N=13

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)	全 体
イメージなど 全体的な理由	0名	・女優が愛用していて、値段は高いが憧れだった (B1/資生堂 クレイト・ホー タンデュールUV <sup>®</sup> -ド <sup>®</sup> LN) ・ブームということもあった(B3/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> )	・サンプルを使用してみて (4名) ・カバー力が優れている(3名) ・肌の色に合う(3名) ・店ですすすめられて(3名) ・汗・水に強い(2名) ・薄づき(2名)
効果に 関すること	・敏感肌によい(A1/クリスタルフィットUVファンデーション) ・顔の赤味・ニキビを目立たなくする (A5/アクリルイカ 薬用オイルコントロール <sup>®</sup> ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> )	2名 ②カバー力が優れている (B1/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> ) (B7/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> ) ②汗・水に強い(B3/シュウエム <sup>®</sup> ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> ) (B4/アネッサ UVカット <sup>®</sup> クト) ・日焼け止め効果がとても高い(B4/アネッサ UVカット <sup>®</sup> クト) ・秋冬用として効果があった (B2/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> )	5名
仕上がりに 関すること	・透けるような肌に仕上がる(A6/ヒート <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> ファンデーション) ・薄づき(A7/花王カサ <sup>®</sup> ティント <sup>®</sup> ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> -3)	2名 ・厚ぬりにならない (B7/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> ) ・マット感が気に入った(B3/ランコム) ・ツヤのある質感がよい (B2/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> ) ・重ねてもきれい(B3/シュウエム <sup>®</sup> ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> ) ・粉っぽくならない (B7/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> )	3名
色味に 関すること	・一番自分の顔色と合う自然な感じ (A3/花王ツィーナ シースルファンデーション<ナチュラル>)	1名 ・自分の肌の色にピッタリ合う (B3/アネッサ しっとりタイフ <sup>®</sup> ビンクの下地付き) ・自然な色がつく (B2/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> リキッド <sup>®</sup> メイクアップ <sup>®</sup> ) ・細かく肌色を選べた(B3/資生堂 プラチナ <sup>®</sup> 夏用ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> )	2名
使い勝手に 関すること	・使いやすい (A4/KOSE リキッド <sup>®</sup> ファンデーション クイックフィニッシュN オリーブ 110色) ・簡単につけられ落としやすい(A7/花王カサ <sup>®</sup> ティント <sup>®</sup> ハダカ <sup>®</sup> リタイフ <sup>®</sup> -3) ・下地がいらない (A4/KOSE リキッド <sup>®</sup> ファンデーション クイックフィニッシュN オリーブ 110色)	2名 ・リキッド <sup>®</sup> でもハダカ <sup>®</sup> が入らない(オイルフリー)ので手軽 (B3/クリニク オイルフリー)	1名

②人数 (ヒターNO/現使用商品の詳細) N=13

	A. 高校生 (6名)		B. 大学生 (7名)		全 体
口コミ、広告、記事 サンプルなど 情報の影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 試供品でもらった (A7/資生堂 プラゲイブ ライフ フィニッシュ ハウダークメイクアップ)</li> <li>・ 試供品を使ったら良かった (A3/資生堂 ノーカーク ファンデーション)</li> <li>・ 小顔になるというCM(A6/ビュー リキッド ファンデーション)</li> </ul>	3名	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ サンプルを使ってみて (B6/カネコ ユアージュ トリートメントエッセンスファンデーション)</li> <li>・ サンプルを使ったらとてもよかった (B1/資生堂 プラゲイブ ライフ フィニッシュ ハウダークメイクアップ)</li> <li>・ 店員が丁寧だった (B6/カネコ ユアージュ トリートメントハウダークファンデーション)</li> <li>・ 店ですすめられた(B5/ランコム プードルマージュール)</li> <li>・ 店でつけてもらった感じがよかった(B5/コーセー コスメティック エッセイ)</li> <li>・ 友人や雑誌が絶賛(B5/コーセー コスメティック エッセイ)</li> <li>・ 抽選であたった(B5/ハルビィ スタイン トランスルーベンス)</li> </ul>	3名	
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 安い(A5/アクリル イオ 薬用オイルコントロール ハウダークライトブル)</li> </ul>	1名	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多すぎない量で使いきれそう (B2/資生堂 プラゲイブ ライフ フィニッシュ リキッドメイクアップ)</li> <li>・ ほのかな香りが気に入った(B3/ランコム)</li> <li>・ ケースがきれい(B5/コーセー コスメティック エッセイ)</li> <li>・ タンデイスクリに重ねて使っていた(B1/クリスチャン イオール タンデイオール アイマット)</li> <li>・ 打ち子のハウダークを愛用していたが、生産中止になりやむなく。 同じシリーズのものなので(B4/打ち子 ユアージュ フィニッシュ)</li> </ul>	5名	

3 ファンデーション購入時に重視していること

②人数 N=13

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)
用途	0名	・舞台用か普段用か、又は室内の乾燥を防ぐため、外出時の紫外線を防ぐため、など目的を考える(B3) 1名
使用感	②肌に合うかどうか(A1, A6) ・のびのよさ(A7) 3名	・しっとりかさざらっとか(B5) 1名
効果	0名	・吹き出物などが隠せるカバー力(B1) ・肌がきれいにみえる(B5) 2名
仕上がり・質感	・ムシにならない(A6) 1名	・厚めりにならない(B7) ・ツヤのある質感(B2) ②ツヤ系かマット系か(B3, B5) 4名
色味	③肌に合った色(A1, A6, A7) ②色(A4, A5) 5名	⑤肌に合った色(B2, B4, B5, B6, B7) ・明るく仕上げたいか、日焼けっぽくしたいかで選ぶ(B3) ・色が黒いので少し濃い色(B6) 6名
香料	0名	・肌に悪い香料などが入っていない(B2) ・無香料又は微香(B4) 2名
成分	0名	・肌によい保湿液などが含まれている(B2) 1名
価格	②値段が手頃(A1, A5) 2名	0名
その他	・特になし 何回か使ってみないと良いものかわからない(A3) 1名	・ケ-ス(B5) ・ブランド物は、あまり知らないところは購入したくない(B5) 1名

## 4 ファンデーション購入時に影響した「事前情報」

## a. ファンデーションに関する情報収集法

②人数 ( )はモータ-N0 N=12

A. 高校生 (5名)	B. 大学生 (7名)	全体 (12名)
②雑誌(A1, A6) ・ファッション雑誌(A5) ・雑誌の広告(A7) ③TVのCM(A3, A6, A7) ・店(A3) ・ハソフレット(A1) ②友人(A1, A5) ・姉(A6)	②雑誌(B3, B5) ・雑誌の記事(B1) ・雑誌の広告(B2) ・TVのCM(B2) ③店(B2, B5, B7) ・7トハイザ-(B3) ・リフレット(B1) ・資生堂のBeauty Book(B4) ③サフール(B1, B2, B7) ②デハートのテスト-(B2, B3) ②友人(B5, B6)	・雑誌(8名) ・店(5名) ・TVのCM(4名) ・サフール(4名) ・友人(4名) ・ハソフレット(3名)

## b. 購入に影響を与えた“情報”

②人数 ( )はモータ-N0 N=12

A. 高校生 (5名)	B. 大学生 (7名)	全体 (12名)
・資生堂ノカフファンデーションのCM(A3) ・花王ソフィーナ シースルファンデーションのCM →色がつかず毛穴をめだたなくする(A3) ・華原朋美の出ているCM →つけているだけで顔の脂肪をもやす(A6) ・実際に試した(A4) ・薄づき(A7) ・簡単にぬれて毛穴が目立たない(A7) ・肌にやさしい(A7) ・素肌のようにみずみずしい透明感がある(A1) ・一日中持続する(A1)	・雑誌の記事や広告 →ソコム マキリフル(B5) ・店頭や街のポスター →ブライデーのハダゲ-とリキッド 別々の広告(B2) ・表参道のコスメックブライザ(B4) ・資生堂のBeauty Book(B4) ・ハソフレット→ブライデー(B7) ②ダイレクトメル(B6) →ナリッチ、ソニリキル、Y. S. L.、クニーク はフベントも多いので念入りにチェック(B3) ・店頭でもらったサフール(B1) ・友人のお勧め(B5)	・CM(3名) ・ダイレクトメル(2名) ・ハソフレット(2名) ・サフール(2名)

## 5 ファンデーションの購入場所

N=13

	A. 高校生	B. 大学生	計
1. いつも決まっている	0	0	0
2. だいたい決まっている	4	6	10
3. 決まっていない	2	1	3

	A. 高校生	B. 大学生	計
1. 百貨店	0	6	6
2. スーパー	0	0	0
3. ドラッグストア	3	1	4
4. ネットショップ	0	0	0
5. 化粧品店	3	1	4
6. その他	0	1	1

※その他の内訳(海外)

&lt;理由&gt;

N=10

高校生 (4名)	大学生 (6名)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・店員のアドバイザーが聞ける(A6/化粧品店)</li> <li>・アドバイザーが自分の希望のメーカーや色を選んで親切に説明してくれる(A1/化粧品店)</li> <li>・目的のものが買える(A6/化粧品店)</li> <li>・百貨店とはまたちがう(A1/化粧品店)</li> <li>・自分で自由に選べる(A1/ドラッグストア)</li> <li>・数がたくさんある(A1/ドラッグストア)</li> <li>②安い(A4, A5/ドラッグストア)</li> <li>・母が行くので(A4/化粧品店)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・きちんとしたアドバイザーがいる(B3/百貨店、化粧品店)</li> <li>・販売員と相談できる(B1/百貨店)</li> <li>・店員が詳しい知識をもっている(B2/百貨店)</li> <li>・数多くの中から自分に合う一品をみつけてくれるので楽(B5/百貨店)</li> <li>・客観的にみてもらえる(B5/百貨店)</li> <li>・試着がある(B3/百貨店、化粧品店)</li> <li>・いろいろ試せる(B1/百貨店)</li> <li>・アドバイザーと相談していろいろ試せる(B4/百貨店)</li> <li>・たくさんのブランドを試せるので、各ブランドのメリットがわかる(B2/百貨店)</li> <li>・その他の試供品ももらえる(B4/百貨店)</li> <li>・スーパーなどに比べて清潔感がある(B3/百貨店、化粧品店)</li> <li>・知っている方が便利で楽(B6/百貨店)</li> <li>・安い(B4/ドラッグストア)</li> <li>・デパートのギフトカードのギフトをためるため(B1/百貨店)</li> </ul>

6 ファンデーション購入時の相談状況

(1) ブランド(メーカー)

②人数 ( )はモニターNO N=13

(2) タイプ

( )はモニターNO N=13

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)	全体 (13名)
友人 家族など	<ul style="list-style-type: none"> <li>いろいろな人のアドバイスをもらおうと失敗しない(A6)</li> <li>年の巧で母の方がいろいろ知っている(A5)</li> <li>友人が使用しているものの影響が多い(A1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>母が資生堂以外のファンデーションだと肌荒れをおこすので、自分も資生堂より(B4)</li> <li>友人に聞くのが一番てっとり早く、使用感がわかる(B1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>母(2名)</li> <li>友人(2名)</li> </ul>
販売員など アドバイザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>いろいろな人のアドバイスをもらおうと失敗しない(A6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>詳しい(B7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2名</li> </ul>
なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>②ブランドには特にこだわらない(A3, A7)</li> <li>好きなメーカーを自分で選ぶ(A4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メーカーには特にこだわらない(B2)</li> <li>「～ブランドのもの」という選び方ではなく、「～ブランドの～」という選び方をする(B5)</li> <li>好きなブランド、デザインは自分でしか決められない(B3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブランド(メーカー)にはこだわらない(3名)</li> <li>ブランド(メーカー)は自分で選ぶ(2名)</li> </ul>

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)	全体 (13名)
友人 家族など	<ul style="list-style-type: none"> <li>姉の方がよく知っている(A7)</li> <li>同年代が相談しやすい(A5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実際に長い間使っている人の意見が聞ける(B2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4名</li> </ul>
アドバイザー	<ul style="list-style-type: none"> <li>1名</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>様々な種類が店にあるので(B7)</li> <li>同じ色でも質感によって全くイメージがちがう(B3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3名</li> </ul>
なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>そのとき自分がつけたいものを選ぶ(A3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あまりこだわっていない(B5)</li> <li>資生堂のBeauty Bookを見て百貨店の店頭で自分で試す(B4)</li> <li>雑誌やリフレットで自分にあったもの、好みのは研究済み(B1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6名</li> </ul>

(3) 色

②人数 ( )はモーター-NO N=13

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)	全体 (13名)
友人 家族など	・友人と一緒に買い に行った時、自分 にあった色を覚えてもら う(A1) 1名	・自分で思っているも のと、他の人のイメ-ジ がちがうかもしれない(B6) 1名	2名
アドバイザー	・アドバイザーに選ん でもらう(A1) 5名 ・ほとんどアドバイザーと相 談して自分に合ったもの を買う(A6) ・アドバイザーの人に試しに つけてもらったりする (A3) ・見た目とちがったりする ので詳しく聞くため(A7) ・どの色が合うかわからな い(A4)	・店頭で試すから(B7) 7名 ・自分で思っているも のと、他の人のイメ-ジ がちがうかもしれない(B6) ・自分で見ただけでは、わか りにくいので客観的な意見 を聞きたい(B5) ・他人にみてもらうのが一番 (B4) ・肌色はとても微妙なので 第三者に意見を確認したい (B3) ・自分の希望は変えないが、 総合的な判断は、アドバイザ- の方が正確だと思う(B2) ・実際つけてみて見てもら うと、アドバイザーなら日頃いろ いろな人を見ているので 参考になる(B1)	・客観的な意 見を聞きた い(4名) ・アドバイザーの意見 は信頼がおける (2名) 12名
なし	・個人個人でちがう (A5) 1名	0名	1名

(4) その他

( )はモーター-NO N=13

	A. 高校生 (6名)	B. 大学生 (7名)	全体 (13名)
友人 家族など	0名	・自分でみつけられな いようなかわいい 容器の情報を得たい (B2/容器) 1名	1名