

モニタリング活動
結果報告書
一大阪一

1993年

活動モニターのプロフィール

1 職業の有無

N=51

年令	有 職			無職	計
	フルタイム	パートタイム	不明		
20才～24才	6	0	4	4	14
25～29	8	3	2	4	17
30～34	4	3	1	4	12
35～39	3	0	2	2	7
40～	0	0	1	0	1
合計	21	6	10	14	51

2 紹介者(2次モニター候補者)数

28名 (N=12)

(※参考 東京
32名 (N=14))

3 購入金額の内訳

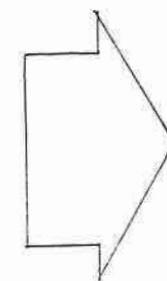
N=51
(カッコ内は東京)

購入金額	人数
10,000未満	0 (2)
10,000以上 11,000未満	16 (39)
11,000～ 12,000	12 (22)
12,000～ 13,000	4 (6)
13,000～ 14,000	2 (4)
14,000～ 15,000	2 (6)
15,000～ 16,000	11 (10)
16,000～ 17,000	1 (3)
17,000～ 18,000	0 (0)
18,000～ 19,000	1 (2)
19,000～ 20,000	0 (0)
20,000以上	2 (3)
合計金額	653,100 (1,164,425)
一人当たり平均購入額	12,806 (12,004)

モニタリング活動 アンケート結果のまとめ

1ヶ月当りの美容にかかる費用について

	自由に使える予算		美容関係に使う予算		スキンケア商品購入予算		ボディケア商品購入予算	
	金額	人数	金額	人数	金額	人数	金額	人数
分 布	10,000未満	1	5,000未満	6	5,000未満	21	1,000未満	18
	10,000以上 20,000未満	6	5,000以上 10,000未満	11	5,000以上 10,000未満	19	1,000以上 2,000未満	10
	20,000 ~ 30,000	4	10,000 ~ 15,000	14	10,000 ~ 15,000	8	2,000 ~ 3,000	4
	30,000 ~ 40,000	9	15,000 ~ 20,000	10	15,000 ~ 20,000	1	3,000 ~ 4,000	3
	40,000 ~ 50,000	1	20,000 ~ 25,000	3	20,000 ~ 25,000	0	4,000 ~ 5,000	1
	50,000 ~ 60,000	13	25,000 ~ 30,000	1	25,000 ~ 30,000	1	5,000 ~ 6,000	8
	60,000 ~ 70,000	1	30,000 ~ 35,000	3	30,000以上	1	6,000 ~ 7,000	0
	70,000 ~ 80,000	4	35,000 ~ 40,000	1			7,000以上	2
	80,000 ~ 90,000	1	40,000 ~ 45,000	0			無回答	5
	90,000 ~ 100,000	0	45,000 ~ 50,000	0				
	100,000以上	11	50,000以上	2				
最低	¥3,000.-		¥1,500.-		¥500.-		¥0.-	
最高	¥150,000.-		¥55,000.-		¥30,000.-		¥30,000.-	
平均	¥52,902.-		¥13,225.-		¥5,902.-		¥2,171.-	



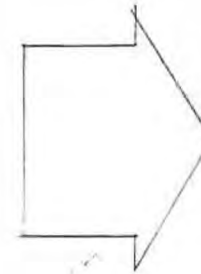
考 察

- ◇ 大阪は有職女性を中心に
としてモニタリング活動に
なつたが、それを反映する
かのように可処分所得も
10万円以上が全体の2割
を占めた。
- ◇ 美容にかかる経費は、東京
に比べ個人差が激しく、
かかる女性は月額 かなりの
額をつぎ込んでいる。
ボリューム層は1~2万円
で約半数を占める。
- ◇ スキンケアにかかる経費は、
多くとも15,000円まで。
全体の8割が1万円以内で
ある。
- ◇ ボディケアにかかる経費は
東京とそれほど違いはなく、
2000円/月が消費の目安
となっている。

認知状況

N=51

未認知	認知	認知経路	購入状況
43人	8人	雑誌で見た ... 7人 広告で見た ... 1人 大丸からのメール ... 1人	購入経験者 0名
84% (県約75%)	16% (県約25%)		



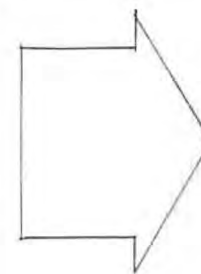
考察

- ◇ 認知しているのは全体の1割強。
東京に比べると認知率は半分程度であった。
- ◇ 認知者のほとんどが雑誌による認知である。

店頭について

N=51

評価	人数	評価率	評価内容 (人)
大変よい	7	71% (県約63%)	<プラス評価> ○ ピンクのカラー良い (5) ○ 明るい (4) ○ 清潔感 (4) ○ 感じ良い (3) ○ 入りやすい (3) ○ かゆい (2)
まあよい	29		
普通	12		<マイナス評価> ● せまい・小さい (12) ● 場所がわかりにくい (10) ● 平凡 (2)
あまりよくない	3		
よくない	0	6% (県約17%)	



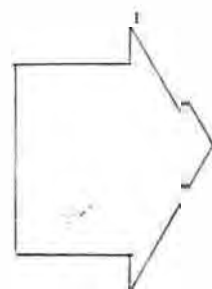
考察

- ◇ 店頭についてはピンクのカラーが明るさ・清潔感という点で好意的に受け止められており、全体の7割強が店頭の印象を支持している。
- ◇ 一方、マイナス評価者は全体の6%にとどまり、東京に比べると極めて低く、大阪の女性に好意的に受け止められていると言える。
- ◇ しかし、場所がわかりにくい、コーナーがせまい・小さいなどの声は半数弱で聞かれ、無視できない。

ビューティセラピストについて

N=51

評価	人数	評価率	評価内容 (人)
大変よい	21	80% (東京約65%)	<プラス評価> ○ 強制・押しつけがない (18) ○ 親切 (19) ○ 感じがよい (11) ○ 話しやすい (10) ○ わかりやすい (7) ○ 安い (6)
まあよい	20		
普通	4		
あまりよくない	1	4% (東京約10%)	<マイナス評価> ● 押しつける (3) ● 清潔感なく (2)
よくない	1		
無回答	4		

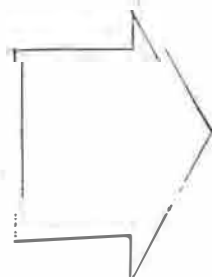
考
察

- ◇ 約8割が好感を持って受け入れており、
 ノーマルな感想を含めると9割が好意的
 であると言える。
 その背景としては、親切で、強制・押しつけ、
 がましくないという接客の印象が好意を
 もって消費者に受け入れられている。
- ◇ また、話しやすい、わかりやすい、安いなど
十分はコミュニケーションが行なわれている様子
 も伺える。
- ◇ 東京に比べ、大阪では、さらに好評であったと
 言える。

肌ケアコンサルティングについて

N=51

評価	人数	評価率	評価内容 (人)
十分	13	47% (東京約34%)	<プラス評価> ○ かわい・安い (7) ○ わかりやすい (5) ○ 的確なアドバイス (3) ○ コンピュータ使用 (2)
まあ十分	11		
普通	12	16% (東京約20%)	<マイナス評価> ● かわい説明がない (2) ● やってあげなかった (3) ● 細かいチェックがない (2)
少し物足りない	5		
物足りない	3		
受けていない	4		
無回答	3		

考
察

- ◇ 約5割弱が十分と感じており、ノーマルな感想
 を入れると、7割強の人が好意見。
 一方、物足りなさを感じる人は16%であり、
 コンサルティングについても大阪の女性の方が
 好意的に受け止めている。
- ◇ 詳細・安いさに加えて、わかりやすく的確
 であることが満足につながっている。
 一方、マイナス評価は、細やかな詳しい説明が
 不十分、また、実施しないという点への不満から
 出ており、来店客によって差が出るというケース
 を無くすという点を課題とした。

アイテム別購入状況および使用感想 ※ アイテム分類は商品カタログ「LISTE DE PRODUITS」に準ずる

1. クレンジング

— (アンダーライン) = 多数意見 ○ = プラス感想 ● = マイナス感想 () 内数字は東京での数値

商品		クレンジングフォーム	クレンジングミルク (乾燥肌用)	クレンジングミルク	アイメークアップクレンザー	
単品購入者数		2 (12)	1 (7)	9 (14)	2 (3)	
トライアルキット使用回数		0	0	3	0	
適合性	○	1 (6)	1 (6)	6 (7)	2 (0)	
	△	0 (4)	0 (0)	4 (1)	0 (2)	
	×	0 (2)	0 (1)	1 (5)	0 (1)	
	無回答	1	0	1	0	
主な使用感想		○ 肌トラブルない	○ 香り良い ○ ベタつかない	○ 肌によしい ○ ベタつかない ○ なじむ ○ しっとり ○ 気持ち良い ● 洗浄力不安 ● かゆみ		
継続使用意向	○	1 (6)	1 (4)	9 (5)	1 (0)	
	×	0 (5)	0 (3)	1 (8)	1 (2)	

2.化粧水

3.クリーム

商品名		マリコール ローショナルニック ポー セッシュ	マリコール ローショナルニック ポー ノーマル	マリコール クレム スペシャル オートイドラタント	マリコール バーズド ソワン アンチルー ジュ	マリコール バーズ アンチリッド ロンジェビタル
		化粧水 (乾燥肌用)	化粧水	デグ・ナイトクリーム (ドラグ)	デグ・ナイトクリーム (赤み肌)	デグクリーム (小じわ肌)
単品購入者数		1 (10)	10 (13)	5 (7)	2 (1)	7 (2)
トライアルキット使用人数		0	3	0	0	0
適合性	○	1 (7)	9 (9)	4 (6)	0 (0)	6 (1)
	△	0 (2)	4 (1)	0 (0)	2 (0)	1 (1)
	×	0 (1)	0 (3)	1 (1)	0 (1)	0 (0)
	無回答	0	0	0	0	0
主な 使用感想		○肌の調子 良し	○すっきり・さっぱり ○しっとり ○香り 良し ○ひきしめる ● <u>香り きつい</u> ● ツっぱる ● ベタつく	○しっとり・保湿力 ○なじむ、のびる ○化粧のり 良くすべにいく ● ツっぱる ● ベタつく	○しっとり ○気持ち 良し ● かゆみ	○しっとり ○香り 良し ○気持ち 良し・使用感 良し ● ベタつく ● 香り きつい
継続 使用意向	○	1 (6)	9 (6)	4 (4)	1 (0)	5 (0)
	×	0 (3)	3 (4)	0 (3)	1 (1)	1 (1)

4. スペシャル

商品名		マリコール ソワン アンテリッド ロンジェビタル	マリコール クレーム コントロール デ ジュー	マリコール クレーム フォルテ デュ クー	マリコール マスク イニビジブル オート イ ドラタン	マリコール マスク トンサーレ ロンジェビタル
		ナイトクリーム (11.じゅ)	アタクリーム	ネッククリーム	パック	パック
単品購入者数		1 (2)	2 (10)	1 (2)	3 (2)	3 (6)
トライアルキット使用回数		0	0	0	0	1
適合性	○	1 (2)	2 (6)	0 (1)	2 (0)	3 (5)
	△	0 (0)	0 (3)	1 (1)	0 (1)	0 (0)
	×	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (1)	1 (1)
	無回答	0	0	0	1	0
主な 使用感想		○ しっとり ○ 気持ち良い ● 湿しん	○ なじむ ○ しっとり		○ さっぱり・スーッとする ○ 植物エキス配合で安心	○ 化粧のり良い ○ 使用感良い ● ヒリヒリ ● しっとり感ない
継続 使用意向	○	1 (1)	1 (6)	1 (0)	2 (0)	2 (4)
	×	0 (1)	0 (4)	0 (1)	0 (2)	1 (2)

5. ゴマーシユ

6. その他

商品名		マリコールマスクピュリアン アラジレカンフレ	マリコールアクチセラム シュールイドラタン	マリコールドラゴマーシユ ヴィザーシユ	マリコールクレムタンテ	※ トライアルセット
		パック	美容液	フェイシャルピーリング	色つきクリーム	
単品購入者数		3 (1)	4 (24)	16 (15)	4 (2)	12
トライアルキット使用回数		0	0	7	0	—
適合性	○	1 (0)	4 (15)	12 (10)	0 (1)	4
	△	0 (1)	0 (5)	4 (2)	2 (0)	1
	×	2 (0)	0 (4)	3 (2)	2 (1)	2
	無回答	0	0	4	0	5
主な 使用感想		○ 効果 みる ● 痛い・ピリピリ ● 肌に悪そう	○ <u>しっとり・保湿効果</u> ○ 化粧のり 良い ○ スベスベになった ● 香り きつい ● ベタつく	○ <u>肌 ツルツル</u> ○ さっぱり ○ 気持ち 良い ○ <u>角質 とれる 感じ</u> ● <u>使い方 必ず かしい</u> ● <u>肌 に 負担・刺激 強い</u>	○ しっとり ● ベタつく ● ムラ できる	○ ポーチ 良い ○ 価格 安い ● ボディケア 商品 なくて 良い
継続 使用意向	○	0 (0)	4 (16)	13 (9)	2 (2)	2
	×	3 (1)	0 (6)	5 (3)	2 (0)	3

※ 大阪のみ

7. ボディ

商品名		マリコーレ シェル ムース コーポレール	マリコーレ ムース エクスポリアントコーポレール	マリコーレ レイドラタン コーポレール	マリコーレ アクチマンスール ラピドゥ	マリコーレ シェル ジャンプ レイドゥ
		バス・シャワー・ジェル	ボディ スクラブ クリーム	ボディ ローション	ボディ マッサージジェル	レックジェル
単品購入者数		1 (1)	2 (7)	2 (4)	6 (4)	3 (1)
トライアルキット使用回数		1	5	0	0	0
適合性	○	2 (1)	4 (5)	2 (4)	2 (3)	2 (1)
	△	0 (0)	1 (2)	0	4 (1)	0 (0)
	×	0 (0)	0 (0)	0	0 (0)	1 (0)
	無回答	0	2	0	0	0
主な 使用感想		○ 香り良い ○ 効果ある ○ 肌がやわらかくなった	○ 気持ちよい ○ 肌がやわらかくなった ○ ツルツルになった ● 効果わからない	○ 使用感良い ○ のび良い ○ リッチな感じ	○ ひきしまった感じ ○ しっとり ○ 簡単 ● 香りきつい ● 効果わからない	○ スーッと気持ちよい ○ ストッキングの上から使用できる ● スッキリしない ● 期待したほどではない
継続 使用意向	○	2 (1)	4 (3)	2 (2)	2 (2)	1 (1)
	×	0 (0)	0 (0)	0 (2)	1 (1)	1 (0)

競合メーカーの肌分析経験および感想について

メーカー・ブランド	人数	印象		メーカー・ブランド	人数	印象	
クリニーク	10	- 説明が詳しい - コンピューター使用 - 良い	- 信頼 欠く - 印象 ない - 質問 多すぎる - 簡単・短時間 - タフ分類 太どっほ	カネボウ	1		
資生堂	6	- 簡潔 - サンプル くれる - 説明が 詳しい	211コール ほど丁寧 ではない - 見た目で 判断 する - 分析 違っている	アベックス アイ (ポーラ)	1		・ レフこい
花王 ソファーナ	6	- コンピューター 使用 - わかりやすい - 信頼 感 みる - 納得 できる		マックスファクター	1		・ 押しつけられて
クラランス	3	詳しい		レフロン	1	- いろいろ 試して くれる - サンプル くれる	・ 強引
エスティローダー	3		- 実際に やっている - マニュアル 通り という 感じ	エウボン	1		
シュウ ウエムラ	1			ユーセー	1	- 親切 - 詳しい	
				ファンケル	1		- あいまい - アンケート 方式
				カツウラ	1		
				ホプラン	1	納得	
				バレルッポ (美顔機)	1		
				エステティックサロン	1		