よりよい成分 よりよい化粧品

三省製薬株式会社

News Release

2021 年 9 月 1 日

三省製薬株式会社

－ 「コロナ前と比べた現在の生活・メイク・スキンケア」についての意識調査結果 －

日々の暮らし、メイク、スキンケアのすべてにおいて
「頑張りすぎない・無理をしない・自然体」がキーワード!!

- **コロナ禍で「自分」に意識が向き、一人の時間も楽しもうとする 20 代。家族やパートナーを守ろうとしつつも、頑張りすぎずに過ごそうとする 30 代。**
- **「自分らしい」と思うメイクは「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」が 3 割。「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」は 2 割で、スキニマリズムのトレンド傾向も。**

美容成分の開発・製造・販売と、オリジナル通販化粧品ブランド「デルメッド」を展開する三省（さんしょう）製薬株式会社（本社：福岡県大野城市　代表取締役社長：陣内宏行）では、2021 年 7 月に 20～60 代の女性、計 520 人を対象に、「コロナ前と比べた現在の生活・メイク・スキンケアについての意識調査」を実施しました。

＊

調査結果から浮かび上がったキーワードは「頑張りすぎない・無理をしない・自然体」という現代女性の生活意識です。コロナ禍による物理的制約がある中で在宅時間が増えたことで、日々の暮らし、メイク、スキンケアのすべてにおいて、無理をせずナチュラルでいようと考える人が多いことがわかりました。

コロナ前と比べた現在の生活では、「頑張りすぎない」こと、「規則正しい生活」、「睡眠時間を多くとること」のプライオリティー（優先順位）が高くなり、約 4 割の人がコロナ前と比べて「自分らしい生活」を送れていると考えていました。

生活のプライオリティーが変化した理由は、「物理的制約があるから」（30.8%）とした人が多かったものの、「コロナ前に比べて自分を大切にするようになったから」（25.2%）、「物理的制約をプラスに変えようと思ったから」（19.8%）という前向きな理由を挙げた人もみられました。

年代別でみると、現在「自分らしい生活」を送れていると考える人は、20 代の約 5 割が最多でした。「コロナ前に比べて自分を大切にする」ようになり、「動画配信」や「SNS」、「1 人で料理をつくる」、「スキンケア」など 1 人の時間を楽しんでいるようです。

一方、30 代で「自分らしい生活を送れている」と考える人は約 4 割。コロナ禍の「物理的制約がある」なかで、家族やパートナーと一緒に「料理」や「散歩」をしたり、「子どもと遊ぶ」など、家族やパートナーを守ろうとする生活が中心になりつつも、「頑張りすぎず」に過ごそうとする傾向が見られました。

また、コロナ禍のいま、「自分らしい」と思うメイクでは「ナチュラルメイク」派が約 5 割を占めましたが、その内訳をみると、「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」が約 3 割、「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」が約 2 割となりました。「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」は、SNS などで今年の美容トレンドの 1 つといわれている「スキニマリズム（Skinimalism）」（スキン＋ミニマリズムの造語）にも通じる傾向と言えそうです。

年代別にみると、20 代は「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」、「アイメイクを強調したメイク」、「フルメイク」を挙げた人がそれぞれ 2~3 割で「自分らしさ」の好みは分かれているようです。30 代以降は「ナチュラルメイク」派が多いものの、40 代からは「素顔」も増え始め、60 代になると約 3 割が「素顔」と回答していました。

「自分らしい」と思うスキンケアのこだわりも「無理をしない・自然体」がダントツでした。

＊

＜ 調査概要 ＞

・調査方法	インターネット調査
・対象	20 代～60 代女性
・居住地域	東京都、愛知県、大阪府、福岡県
・有効サンプル数	520 サンプル（20 代～60 代、各 104 サンプル）

※三省製薬（株）について

当社は 1960 年に、プラセンタエキスを配合したシミ治療の外用剤開発を目的とし、「いつまでも若々しく美しくありたいという、人類の根源的欲求に応え、社会に貢献する」を創業理念としてスタートしました。その後、1988 年に「コウジ酸」で医薬部外品の美白有効成分の承認を第 1 号で取得、美白ブームのパイオニアとして実績を積み重ね、これまでに約 130 種類の美容成分を開発してきました。

現在は、「よりよい成分、よりよい化粧品 4.1」をコンセプトに掲げ、美容成分の開発から各種試験、化粧品の製造まで一貫して手掛ける技術力を強みに、新たなステージに挑戦しています。

2021 年 3 月には「デルメッド ものづくり宣言」を発表し、エコ、エシカル、サステナブル、ダイバーシティの考えを取り入れたものづくりへの取り組みをスタート。7 月には当社初の実店舗として「デルメッド ショールーム」を福岡市にオープン。当社の基幹ブランド「デルメッド」製品を体感していただくとともに、お客様とのコミュニケーションを推進する場として展開しています。

以下、詳細です。

- **コロナ前と比較して、生活の中でプライオリティ（優先順位）が高くなったことは、「頑張りすぎない」、「規則正しい生活」、「睡眠時間を多くとる」こと。**
- **20 代は「動画配信」、「SNS」、「1 人で料理をつくる」、「スキンケア」など、1 人の時間を楽しんでいる。**
- **30 代は家族やパートナーと一緒に「料理」や「散歩」をしたり、「子どもと遊ぶ」など、家族やパートナーを守ろうとする意識が働きつつ、「頑張りすぎず」に過ごしている。**

コロナ前と比較して、生活でプライオリティ（優先順位）が高くなったことを尋ねると、「頑張りすぎない」（38.8%）を挙げた人が最も多く、次いで「規則正しい生活をする」（31.7%）、「睡眠時間を多くとる」（27.9%）、「リラックスする」（27.7%）、「動画配信を見る」（24.0%）と続きました。

年代別で差が出た特徴を見ると、20 代は「動画配信を見る」（36.5%）、「SNS をする」（26.9%）、「スキンケアをする」（25.0%）、「1 人で料理をつくる」（22.1%）、「新しいことにチャレンジする」（12.5%）が、他の年代よりも高くなっており、1 人で過ごす時間を楽しもうとしている様子がみてとれます。

30 代は、「頑張りすぎない」（49.0%）、「ネットで買い物をする」（26.0%）、「家族やパートナーと過ごす」（24.0%）、「家族やパートナーと一緒に散歩をする」（19.2%）、「子どもと遊ぶ」（17.3%）、「家族やパートナーと一緒に料理をつくる」（15.4%）が、他の年代よりも高くなっていました。ネットで買い物をするなど時間を効率的に使いながら、家族やパートナーを守ろうとする意識が働きつつも、忙しくなりがちな日々を頑張りすぎずに過ごそうと心がけている様子もうかがえます。

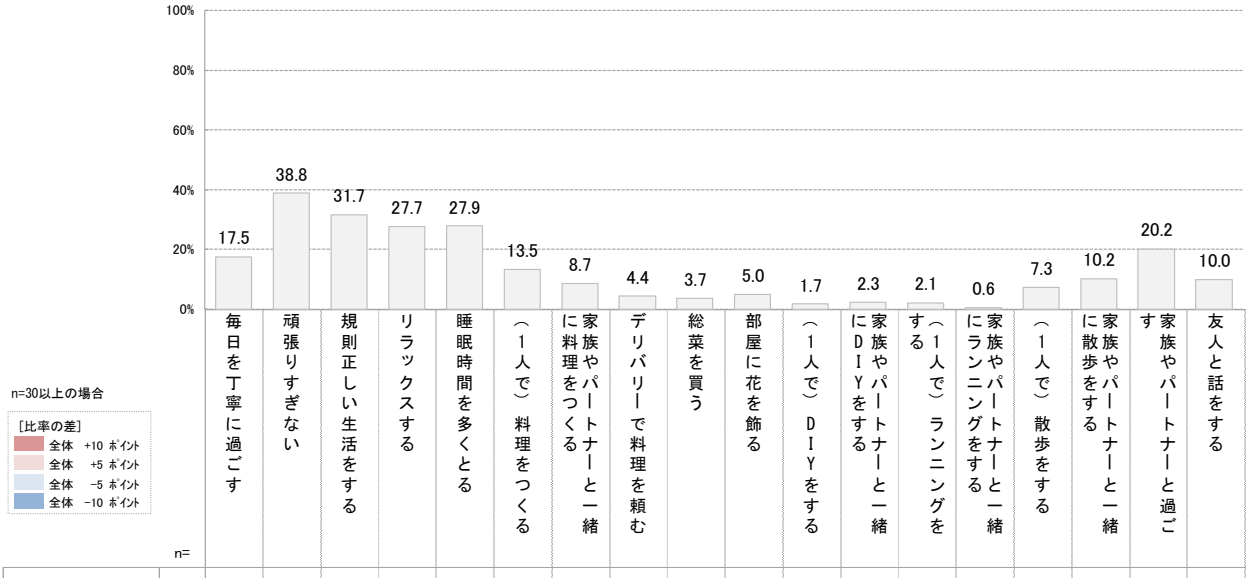
一方、40 代は大きな特徴が見られませんでした。50 代は「楽な服装をする」（19.2%）が、60 代は「テレビを見る」（27.9%）、「1 人で散歩をする」（12.5%）が他の年代より高くなっていました。

スキンケアやメイクの項目だけをみると、「スキンケアをする」と回答したのは 20 代で 25.0%、30 代で 20.2%でした。20 代の 4 人に 1 人、30 代の 5 人に 1 人が「スキンケア」のプライオリティが高くなったと回答したのは特徴的です。

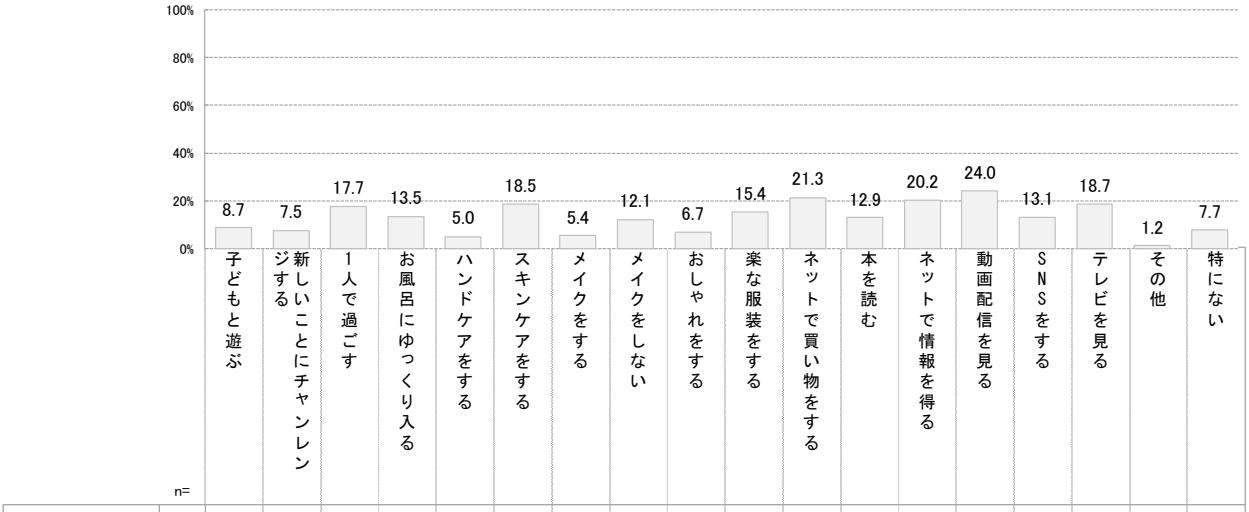
一方、「メイクをする」とした人は各年代とも 1 割以下、「メイクをしない」を挙げた人は 20 代が 15.4%、30 代が 14.4%、60 代が 12.5%で、40 代と 50 代は 1 割以下でした。

コロナ禍による自宅時間の増加で、総じてメイクよりもスキンケアのプライオリティが高くなったことがわかりました。

■コロナ前と比較して、あなたの生活でプライオリティ（優先順位）が高くなったことは何ですか。（複数回答）



		n=	毎日を丁寧に過ごす	頑張りすぎない	規則正しい生活をする	リラックスする	睡眠時間を多くとる	（一人で）料理をつくる	家族やパートナーと一緒に料理をつくる	デリバリーで料理を頼む	総菜を買う	部屋に花を飾る	（一人で）DIYをする	家族やパートナーと一緒にDIYをする	（一人で）ランニングをする	家族やパートナーと一緒にランニングをする	（一人で）散歩をする	家族やパートナーと一緒に散歩をする	家族やパートナーと過ごす	友人と話をする
全体		(520)	17.5	38.8	31.7	27.7	27.9	13.5	8.7	4.4	3.7	5.0	1.7	2.3	2.1	0.6	7.3	10.2	20.2	10.0
年代	20代	(104)	21.2	32.7	30.8	29.8	31.7	22.1	13.5	9.6	4.8	8.7	4.8	2.9	3.8	1.9	6.7	7.7	22.1	12.5
	30代	(104)	14.4	49.0	35.6	30.8	27.9	14.4	15.4	3.8	2.9	4.8	1.0	3.8	1.9	0.0	6.7	19.2	24.0	10.6
	40代	(104)	13.5	44.2	30.8	26.0	24.0	9.6	5.8	4.8	4.8	1.9	1.0	2.9	1.9	0.0	4.8	9.6	16.3	8.7
	50代	(104)	18.3	34.6	26.0	26.9	29.8	12.5	6.7	2.9	2.9	6.7	1.0	1.0	1.0	1.0	5.8	7.7	21.2	7.7
	60代	(104)	20.2	33.7	35.6	25.0	26.0	8.7	1.9	1.0	2.9	2.9	1.0	1.0	1.9	0.0	12.5	6.7	17.3	10.6



		n=	子どもと遊ぶ	新しいことにチャレンジする	1人で過ごす	お風呂にゆっくり入る	ハンドケアをする	スキンケアをする	メイクをする	メイクをしない	おしゃれをする	楽な服装をする	ネットで買い物をする	本を読む	ネットで情報を得る	動画配信を見る	SNSをする	テレビを見る	その他	特にない
全体		(520)	8.7	7.5	17.7	13.5	5.0	18.5	5.4	12.1	6.7	15.4	21.3	12.9	20.2	24.0	13.1	18.7	1.2	7.7
年代	20代	(104)	8.7	12.5	20.2	16.3	4.8	25.0	7.7	15.4	7.7	18.3	21.2	14.4	23.1	36.5	26.9	16.3	1.0	3.8
	30代	(104)	17.3	7.7	20.2	13.5	4.8	20.2	4.8	14.4	4.8	14.4	26.0	9.6	19.2	25.0	17.3	11.5	0.0	7.7
	40代	(104)	7.7	3.8	14.4	11.5	4.8	15.4	5.8	8.7	6.7	9.6	17.3	9.6	15.4	15.4	11.5	16.3	0.0	12.5
	50代	(104)	5.8	8.7	19.2	12.5	5.8	17.3	3.8	9.6	5.8	19.2	19.2	15.4	20.2	26.9	4.8	21.2	3.8	4.8
	60代	(104)	3.8	4.8	14.4	13.5	4.8	14.4	4.8	12.5	8.7	15.4	23.1	15.4	23.1	16.3	4.8	27.9	1.0	9.6

- **コロナ前と比べ、生活のプライオリティが変化した理由は、「物理的制約があるから」が最多。**
- **20 代は約 3 割が「自分を大切にするようになったから」と回答。他の年代より多い。**

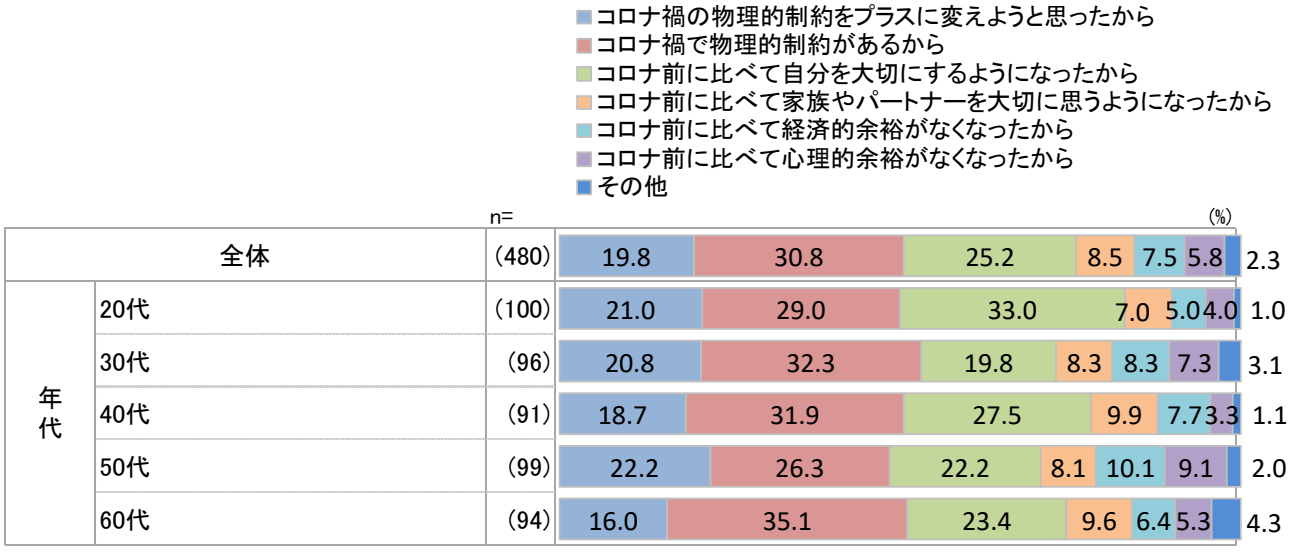
（前問で聞いた）生活のプライオリティの変化は、どうして起きたと思うかを尋ねてみました。

全体では、「コロナ禍で物理的制約があるから」（30.8%）という人が最も多くなっていました。一方、「コロナ前に比べて自分を大切にするようになったから」（25.2%）、「コロナ禍の物理的制約をプラスに変えようと思ったから」（19.8%）という前向きな理由を挙げた人もみられました。

年代別でみると、「コロナ前に比べて自分を大切にするようになったから」が最も高かったのは 20 代の 33.0%、最も低かったのは 30 代の 19.8%でした。

「コロナ禍の物理的制約をプラスに変えようと思ったから」と回答した人は、各年代とも約 2 割となっていました。

■前問でのプライオリティ（優先順位）の変化は、どうして起きたと思いますか。（単数回答）



- **コロナ前と比べて今、「自分らしい生活」を送れていると思う人は 40.7%。**
- **20 代は約 5 割が「自分らしい生活」を送れていると回答。他の年代より多い。**

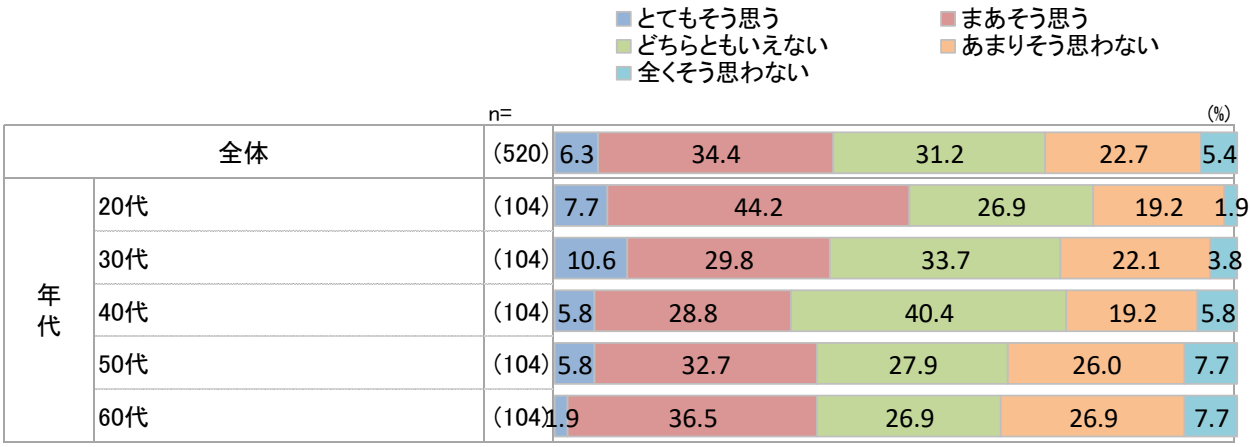
コロナ前と比較して、現在「自分らしい生活」を送れていると思うかを尋ねてみました。

「とてもそう思う」、「まあそう思う」と回答した人は 40.7%で、「あまりそう思わない」、「全くそう思わない」とした人の 28.1%を上回りました。

年代でみると、「とてもそう思う」、「まあそう思う」人は、20 代の 51.9%が最も高く、次いで 30 代（40.4%）、50 代（38.5%）、60 代（38.4%）、40 代（34.6%）の順でした。

20 代は生活の中心に「自分」を置いている一方、30 代以降は在宅時間の増加もあり、家族やパートナーにも生活の関心が向いたのではないかと推察されます。

■コロナ前と比較して、あなたはいま「自分らしい生活」を送れていると思いますか。（単数回答）



		n=	とてもそう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない
全体		(520)	6.3	34.4	31.2	22.7	5.4
年代	20代	(104)	7.7	44.2	26.9	19.2	1.9
	30代	(104)	10.6	29.8	33.7	22.1	3.8
	40代	(104)	5.8	28.8	40.4	19.2	5.8
	50代	(104)	5.8	32.7	27.9	26.0	7.7
	60代	(104)	1.9	36.5	26.9	26.9	7.7

- **コロナ禍の今、「自分らしい」と思うメイクは、「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」3 割、「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」2 割。**

- **20 代は、「自分らしい」メイクの好みが分かれる。**
- **30 代以降は「ナチュラルメイク」派が多いものの、40 代以降は「素顔」も増え始め、60 代は約 3 割が「素顔」と回答。**

コロナ禍の今、「自分らしい」と思うメイクを聞いてみました。

1 位は「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」（34.6%）、2 位は「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」（19.2%）で、両方あわせると 53.8%の人が「ナチュラルメイク」派となりました。同じナチュラルメイクでも、「肌トラブルを隠さない」と回答した人が約 2 割を占めたのは特徴的です。SNS などで今年の美容トレンドの 1 つといわれている「スキニマリズム（Skinimalism）」（スキン＋ミニマリズムの造語）の傾向が出てきているのかもしれません。

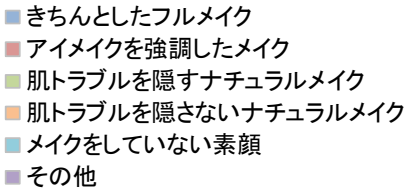
3 位は「メイクをしていない素顔」（18.7%）、4 位は「アイメイクを強調したメイク」（15.4%）、5 位は「きちんとしたフルメイク」（11.3%）の順でした。

年代別でみると、20 代は「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」（28.8%）と、「アイメイクを強調したメイク」（26.9%）が拮抗。「フルメイク」と回答した人も 19.2%いました。20 代は「自分らしい」と思うメイクにばらつきがみられるようです。

30 代は「肌トラブルを隠すナチュラルメイク」（45.2%）と「肌トラブルを隠さないナチュラルメイク」（21.2%）をあわせた「ナチュラルメイク」派（66.4%）が、他の年代に比べ最多となりました。

40 代以降も「ナチュラルメイク」派は多いものの、「素顔」（18.3%）との回答も増え始め、50 代では 25.0%、60 代では 26.9%が「素顔」と回答しました。

■コロナ禍のいま、「自分らしい」と思うメイクはどれですか。（単数回答）



		n=						
全体		(520)	11.3	15.4	34.6	19.2	18.7	0.8
年代	20代	(104)	19.2	26.9	28.8	12.5	11.5	1.0
	30代	(104)	10.6	11.5	45.2	21.2	11.5	
	40代	(104)	11.5	10.6	36.5	22.1	18.3	1.0
	50代	(104)	6.7	14.4	38.5	15.4	25.0	
	60代	(104)	8.7	13.5	24.0	25.0	26.9	1.9

(%)

➢ **コロナ禍のいま、「自分らしい」と思うスキンケアのこだわりは、「無理をしない・自然体」がダントツ！**

コロナ禍のいま、「自分らしい」と思うスキンケアのこだわりを自由回答形式で尋ねてみました。

回答内容を分類すると、全体では「無理をしない・自然体」（95 人）がダントツでした。次いで、「保湿」と「丁寧・時間をかける・基本をしっかり」（各 47 人）、「肌に優しい・シンプルなケア」（38 人）、「自分にあったケア」（36 人）、「素肌を美しくすること」（34 人）、「化粧をしないこと」・「紫外線・シミ対策」（各 26 人）と続きました。

●「無理をしない・自然体」の具体的な回答としては、

「手を抜くときは抜く、完璧にしようとして無理をしない」（20 代）、「費用もやり方も、自分に無理ない物を選ぶこと」（30 代）、「『美しく』を意識しつつ、やれる事、やりたい事をやること。無理はしない」（40 代）、「無理をせず、細く長く続けられること」（50 代）、「無理をしない自然の素肌のケア」（60 代）などが挙がりました。

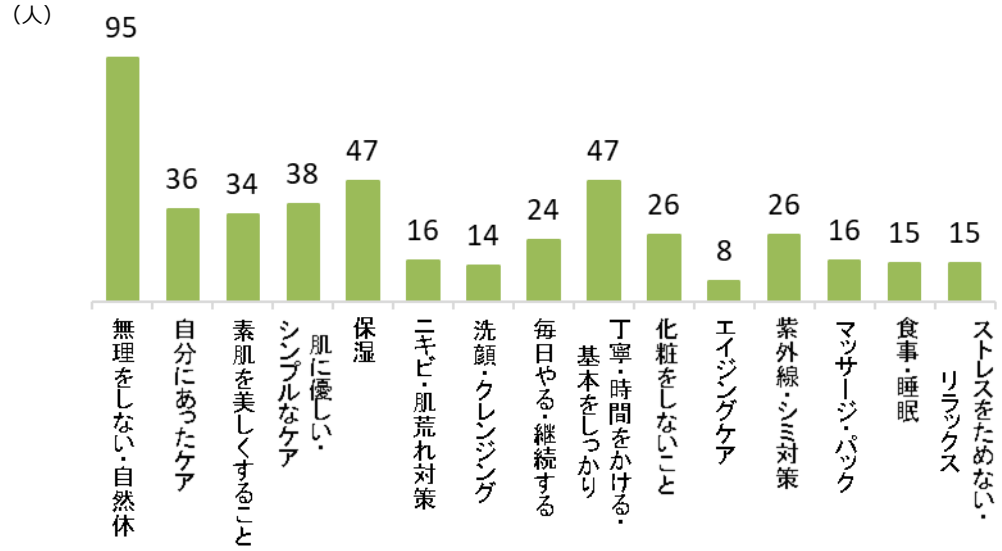
●「保湿」の具体的な回答としては、

「コロナの影響で室内にいることが増え、冷房などにより乾燥に注意する必要があるので、より保湿ケアに気を配るようになった」（20 代）、「マスクで肌荒れがすごいから、しっかり保湿をする」（30 代）、「マスク荒れをしているので、前よりも保湿に重点を置く」（40 代）、「丁寧に保湿をして、肌本来の免疫力・治癒力を高めて、健康で自然な肌を取り戻す」（50 代）、「マスクをしたり、友達と会うことに制限があるので素顔のままが 多くなり、保 湿などのスキンケアを気にするようになった」（60 代）などが挙がりました。

●「丁寧・時間をかける・基本をしっかり」の具体的な回答としては、

「肌荒れなく、綺麗なお肌を保つため時間をかける」（20 代）、「自宅にいる時間が長いので、少し時間をかけて丁寧にスキンケアをする」（30 代）、「家で過ごす時間が増えたので、スキンケアを念入りにする時間を楽しむ」（40 代）、「今までは人の目を意識した気持ちで（スキンケアを）行っていたが、自分のことを考えてゆっくり丁寧にするようになった。自分らしくできるようになったと思う」（50 代）、「外出する機会が減ったが、以前と変わらず、怠けずスキンケアを欠かさないこと」（60 代）などが挙がりました。

■コロナ禍のいま、「自分らしい」と思うスキンケアのこだわりは何ですか。（自由回答）



【 三省製薬株式会社 会社概要 】

■社 名	三省製薬株式会社（Sansho Pharmaceutical Co.,Ltd.）
■創 業	1960 年 3 月
■代表取締役社長	陣内 宏行
■資本金	8,767 万円
■売上高	25 億 9,600 万円(2021 年 3 月期現在)
■事業所	＜本社＞ 〒816-8550 福岡県大野城市大池 2 丁目 26 番 7 号 ＜東京オフィス＞ 〒107-6218 東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウンタワー18F ワークスタイリング内 ＜佐賀工場＞ （化粧品原料製造および化粧品製造業者として COSMOS 認証取得工場） 〒841-0048 佐賀県鳥栖市藤木町 5 番 1
■事業内容	化粧品原料の開発、製造、販売 医薬部外品・化粧品の開発、製造、販売(通信販売・OEM)
■社員数	140 人（パート社員含む）
■URL	https://www.sansho-pharma.com/ https://www.dermed.jp