

マレーシア国内等における
ハラル化粧品に関する市場調査結果

平成27年1月

埼玉県

目次

	Page
調査概要	4
設問リスト	5
回答者フェイスシート	7
1. 調査結果サマリー	
①マレーシア国内での化粧品需要調査	12
②ムスリム女性訪日観光客に対する調査	19
2. 設問別調査結果	
①マレーシア国内での化粧品需要調査	
化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)	30
化粧品・トイレタリー製品購入価格帯(Q2)	31
スキンケア・メイクアップの頻度(Q3)	32
メイクアップする機会(Q4)	33
礼拝時のメイク・マニキュアについて(Q5)	34
礼拝時にメイクオフするアイテム(Q6)	34
礼拝時のメイクオフで使用するアイテム(Q7)	35
礼拝時のメイクオフ後の対応(Q8)	36
化粧品購入時重視点(Q9)	36
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q10)	37
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由(Q11)	41
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることへの希望(Q12)	41
使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品(Q13)	42
化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色(Q14)	44
化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト(Q15)	44
日本ブランド使用経験(Q16)	46
日本ブランドを使用した理由(Q17)	47
日本ブランドを使用しない理由(Q18)	48
日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ(Q19)	49
現在使用中のブランド(スキンケア化粧品/メイクアップ化粧品/シャンプー・リンス) (Q20)	51
化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(スキンケア化粧品/メイクアップ化粧品/シャ ンパー・リンス)(Q21)	52
化粧品購入チャネル(Q22)	53

化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)	54
化粧品情報源(Q24)	56
メイクアップの参考にしている有名人・セレブリティ(Q25)	57
②ムスリム女性訪日観光客に対する調査		
化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)	57
化粧品・トイレタリー製品購入時重視点(Q2)	58
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q3)	59
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由(Q4)	63
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が旅行先で今後増えることへの希望(Q5)	63
使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品(Q6)	64
化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色(Q7)	65
化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト(Q8)	66
日本ブランド使用経験(Q9)	68
日本ブランドを使用した理由(Q10)	69
日本ブランドを使用しない理由(Q11)	70
日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ(Q12)	72
今後も購入希望する日本ブランドのアイテム(Q13)	73
日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品(Q14)	75
希望する宿泊施設アメニティ(Q15)	76
土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品(Q16)	77
土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品価格帯(Q17)	78
土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル(Q18)	79
土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル別購入金額(Q19)	80
土産用化粧品・トイレタリー製品情報源(Q20)	82
資料	84

調査概要

【調査目的】

マレーシア国内化粧品需要および訪日経験のあるイスラム教(ムスリム)の女性における化粧品需要に関して、アンケート形式での調査を行い、県内の化粧品関係企業の販路拡大、商品開発の一助となる資料を得ることを目的とする。

【調査対象】

- ①マレーシア国内での化粧品需要調査： 20-59 歳ムスリム女性
- ②ムスリム女性訪日観光客に対する調査： 訪日経験のある 20-59 歳ムスリム女性

【調査地域】

- ①マレーシア国内での化粧品需要調査： マレーシア
- ②ムスリム女性訪日観光客に対する調査： マレーシア、インドネシア

【調査方法】

インターネットリサーチ

【調査時期】

- ①マレーシア国内での化粧品需要調査： 平成 26 年 9 月 22 日～9 月 30 日
- ②ムスリム女性訪日観光客に対する調査： 平成 26 年 10 月 1 日～10 月 7 日

【有効回答数】

- ①マレーシア国内での化粧品需要調査： 250 サンプル
- ②ムスリム女性訪日観光客に対する調査： 250 サンプル

設問リスト

①マレーシア国内での化粧品需要調査

- Q1. 化粧品・トイレタリー製品使用状況
- Q2. 化粧品・トイレタリー製品購入価格帯
- Q3. スキンケア・メイクアップの頻度
- Q4. メイクアップする機会
- Q5. 礼拝時のメイク・マニキュアについて
- Q6. 礼拝時にメイクオフするアイテム
- Q7. 礼拝時のメイクオフで使用するアイテム
- Q8. 礼拝時のメイクオフ後の対応
- Q9. 化粧品購入時重視点
- Q10. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況
- Q11. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由
- Q12. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることへの希望
- Q13. 使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品
- Q14. 化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色
- Q15. 化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト
- Q16. 日本ブランド使用経験
- Q17. 日本ブランドを使用した理由
- Q18. 日本ブランドを使用しない理由
- Q19. 日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ
- Q20. 現在使用中のブランド(スキンケア化粧品/ メイクアップ化粧品/ シャンプー・リンス)
- Q21. 化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(スキンケア化粧品/ メイクアップ化粧品/ シャンプー・リンス)
- Q22. 化粧品購入チャネル
- Q23. 化粧品購入チャネル別月間購入金額
- Q24. 化粧品情報源
- Q25. メイクアップの参考にしている有名人・セレブリティ

②ムスリム女性訪日観光客に対する調査

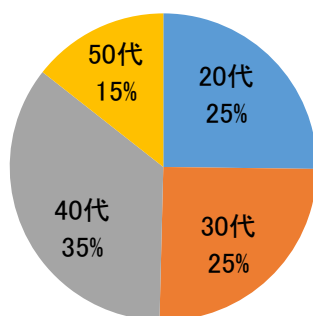
- Q1. 化粧品・トイレタリー製品使用状況
- Q2. 化粧品・トイレタリー製品購入時重視点
- Q3. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況
- Q4. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由
- Q5. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が旅行先で今後増えることへの希望
- Q6. 使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品
- Q7. 化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色
- Q8. 化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト
- Q9. 日本ブランド使用経験
- Q10. 日本ブランドを使用した理由
- Q11. 日本ブランドを使用しない理由
- Q12. 日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ
- Q13. 今後も購入希望する日本ブランドのアイテム
- Q14. 日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品
- Q15. 希望する宿泊施設アメニティ
- Q16. 土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品
- Q17. 土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品価格帯
- Q18. 土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャンネル
- Q19. 土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャンネル別購入金額
- Q20. 土産用化粧品・トイレタリー製品情報源

回答者フェイスシート

①マレーシア国内での化粧品需要調査

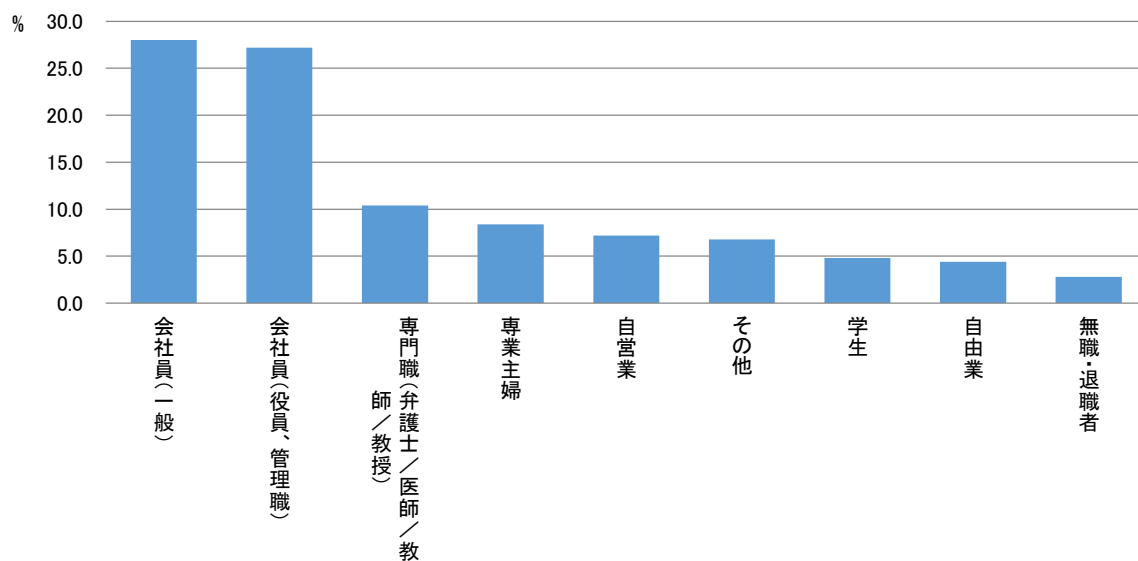
【年齢】

年齢	回答数	%
20-29 歳	63	25.2
30-39 歳	63	25.2
40-49 歳	88	35.2
50-59 歳	36	14.4



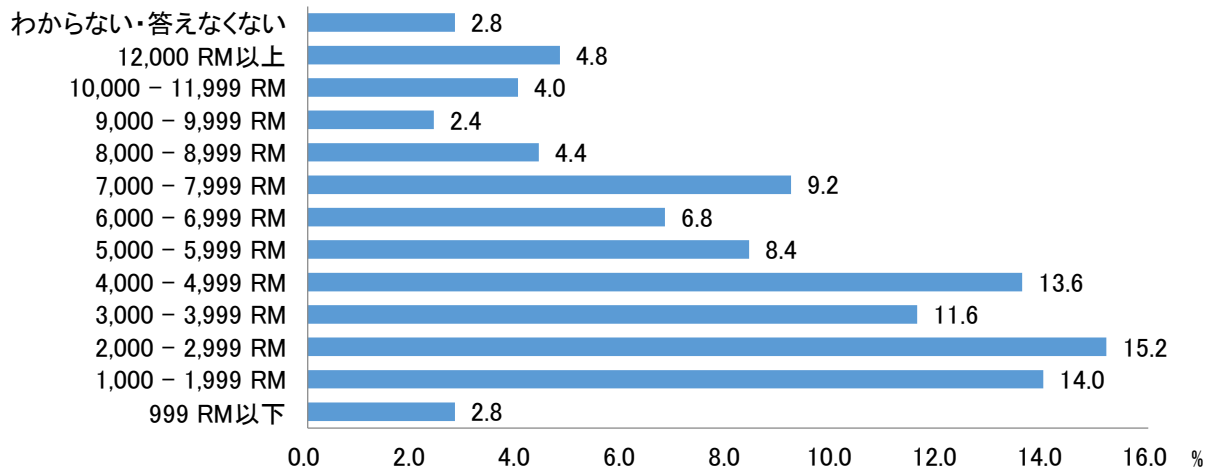
【職業】

職業	回答数	%
会社員(役員、管理職)	68	27.2
会社員(一般)	70	28.0
専門職(弁護士/医師/教師/教授)	26	10.4
自由業	11	4.4
自営業	18	7.2
学生	12	4.8
専業主婦	21	8.4
無職・退職者	7	2.8
その他	17	6.8



【世帯月収】

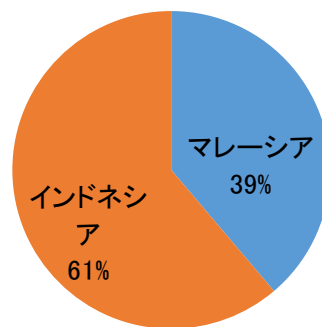
世帯月収	回答数	%
999 RM 以下	7	2.8
1,000 - 1,999 RM	35	14.0
2,000 - 2,999 RM	38	15.2
3,000 - 3,999 RM	29	11.6
4,000 - 4,999 RM	34	13.6
5,000 - 5,999 RM	21	8.4
6,000 - 6,999 RM	17	6.8
7,000 - 7,999 RM	23	9.2
8,000 - 8,999 RM	11	4.4
9,000 - 9,999 RM	6	2.4
10,000 - 11,999 RM	10	4.0
12,000 RM 以上	12	4.8
わからない・答えたくない	7	2.8



②ムスリム女性訪日観光客に対する調査

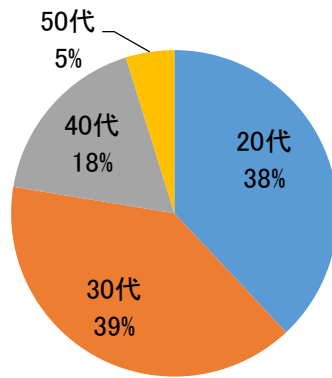
【国籍】

国籍	回答数	%
マレーシア	97	38.8
インドネシア	153	61.2



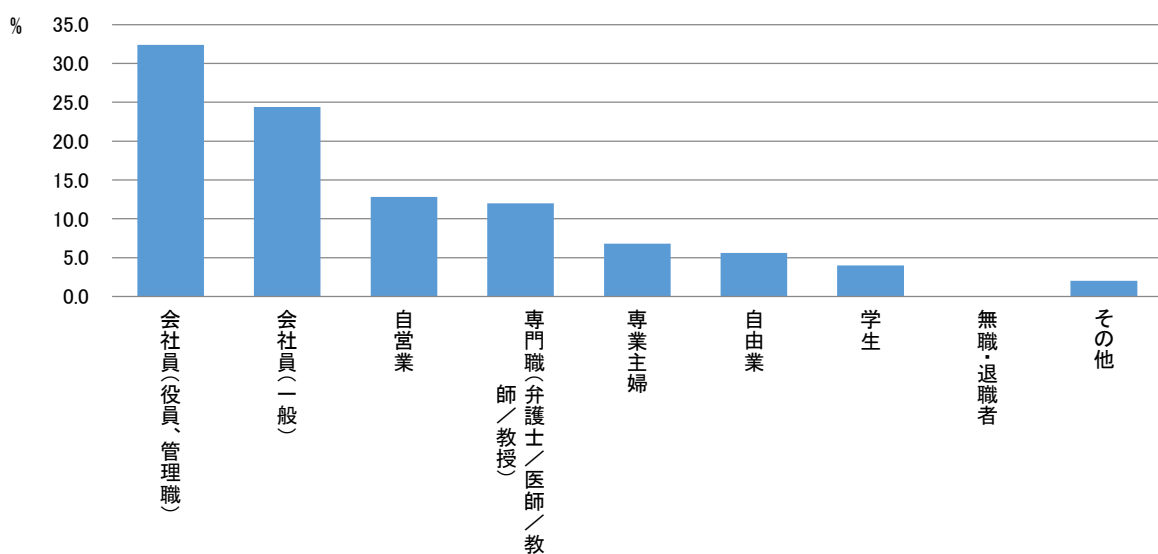
【年齢】

年齢	回答数	%
20-29 歳	95	38.0
30-39 歳	99	39.6
40-49 歳	44	17.6
50-59 歳	12	4.8



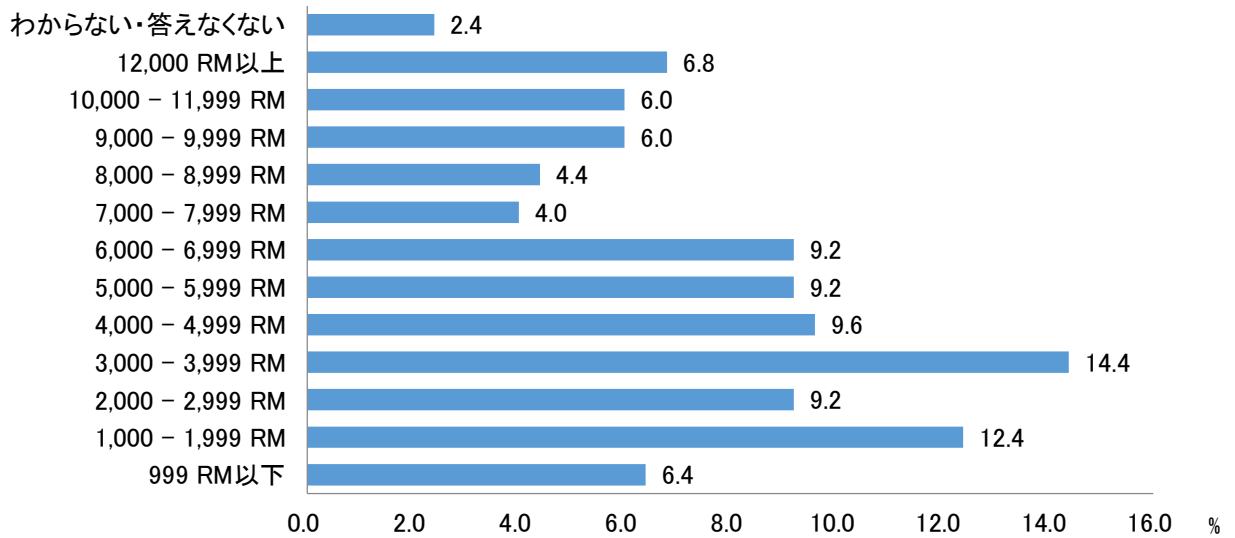
【職業】

職業	回答数	%
会社員(役員、管理職)	81	32.4
会社員(一般)	61	24.4
専門職(弁護士/医師/教師/教授)	30	12.0
自由業	14	5.6
自営業	32	12.8
学生	10	4.0
専業主婦	17	6.8
無職・退職者	0	0.0
その他	5	2.0



【世帯月収】

世帯月収	回答数	%
999 RM 以下/4,000,000 IDR 未満	16	6.4
1,000 - 1,999 RM/4,000,000 - 5,999,999 IDR	31	12.4
2,000 - 2,999 RM/6,000,000 - 7,999,999 IDR	23	9.2
3,000 - 3,999 RM/8,000,000 - 9,999,999 IDR	36	14.4
4,000 - 4,999 RM/10,000,000 - 11,999,999 IDR	24	9.6
5,000 - 5,999 RM/12,000,000 - 13,999,999 IDR	23	9.2
6,000 - 6,999 RM/14,000,000 - 15,999,999 IDR	23	9.2
7,000 - 7,999 RM/16,000,000 - 17,999,999 IDR	10	4.0
8,000 - 8,999 RM/18,000,000 - 19,999,999 IDR	11	4.4
9,000 - 9,999 RM/20,000,000 - 29,999,999 IDR	15	6.0
10,000 - 11,999 RM/30,000,000 - 49,999,999 IDR	15	6.0
12,000 RM 以上/50,000,000 IDR 以上	17	6.8
わからない・答えたくない	6	2.4



1. 調査結果サマリー

①マレーシア国内での化粧品需要調査

【20-29 歳】n= 63

●職業(上位 3 位)

	職業	該当数
1	会社員(一般)	20
2	会社員(役員、管理職)	16
3	学生	12

●世帯月収(上位 3 位)

	世帯月収	該当数
1	1,000 - 1,999 RM	17
2	2,000 - 2,999 RM	14
3	3,000 - 3,999 RM	8

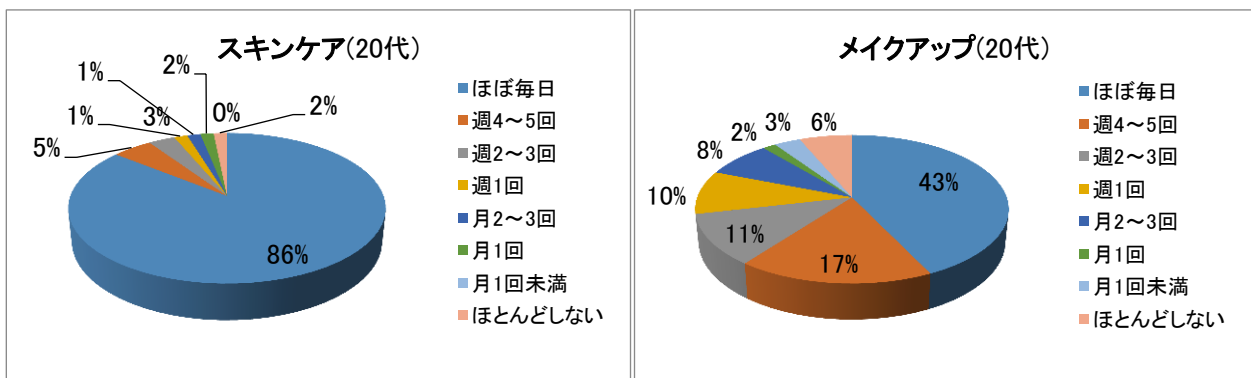
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	洗顔料	58
2	おしろい・パウダー	55
3	シャンプー	54
3	歯磨き粉	54

●化粧品・トイレタリー製品購入価格帯(Q2)

10 - 49RM

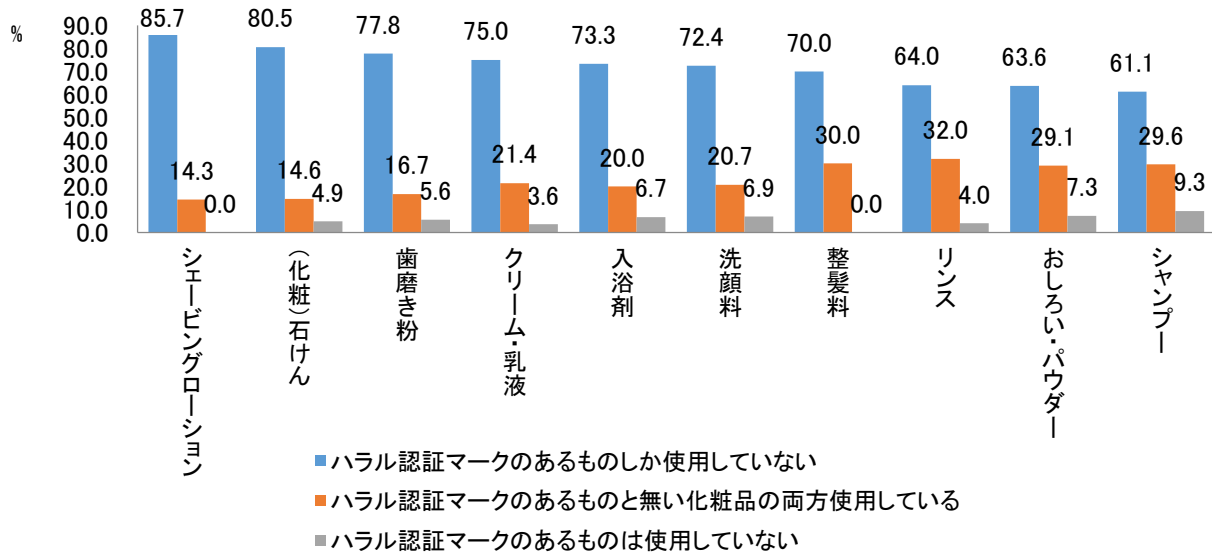
●スキンケア・メイクアップの頻度(Q3)



●化粧品購入時重視点(Q9)

	化粧品購入時重視点	%
1	価格	90.3
2	ハラルロゴの有無	77.4
3	使い心地	69.4

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q10)



●化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(Q21)

スキンケア化粧品: 49.4RM

メイクアップ化粧品: 55.1RM

シャンプー・リンス: 51.8RM

●化粧品購入チャネル(Q22)・化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)

	チャネル	%	購入額平均(RM)
1	薬局	83.9	65.60
2	スーパーマーケット	62.9	45.51
3	ハイパーマーケット	46.8	44.62

●職業

職業	該当数
会社員(一般)	25
会社員(役員、管理職)	17
専門職(弁護士/医師/教師/教授)	9

●世帯月収

世帯月収	該当数
1 2,000 - 2,999 RM	12
2 4,000 - 4,999 RM	10
3 3,000 - 3,999 RM	9

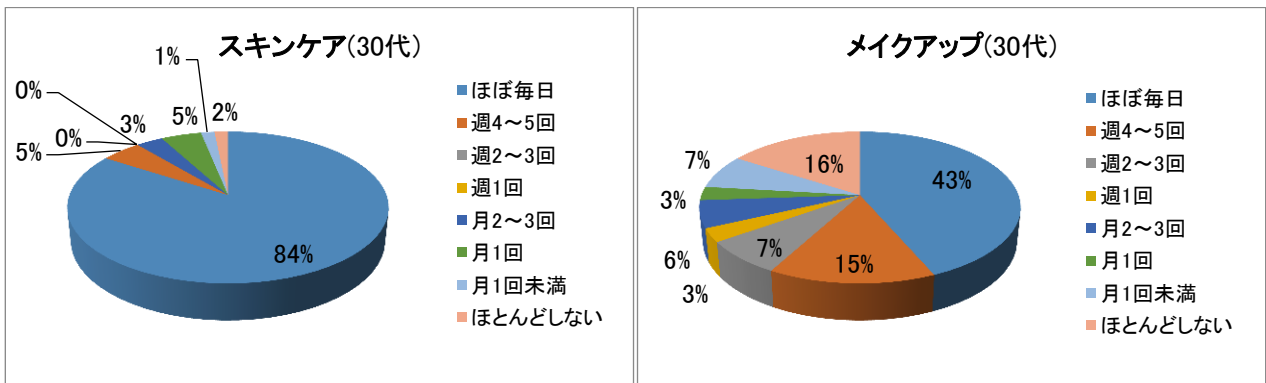
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

アイテム	該当数
1 シャンプー	61
2 歯磨き粉	59
3 洗顔料	58

●化粧品・トイレタリー製品購入価格帯(Q2)

10 - 49RM

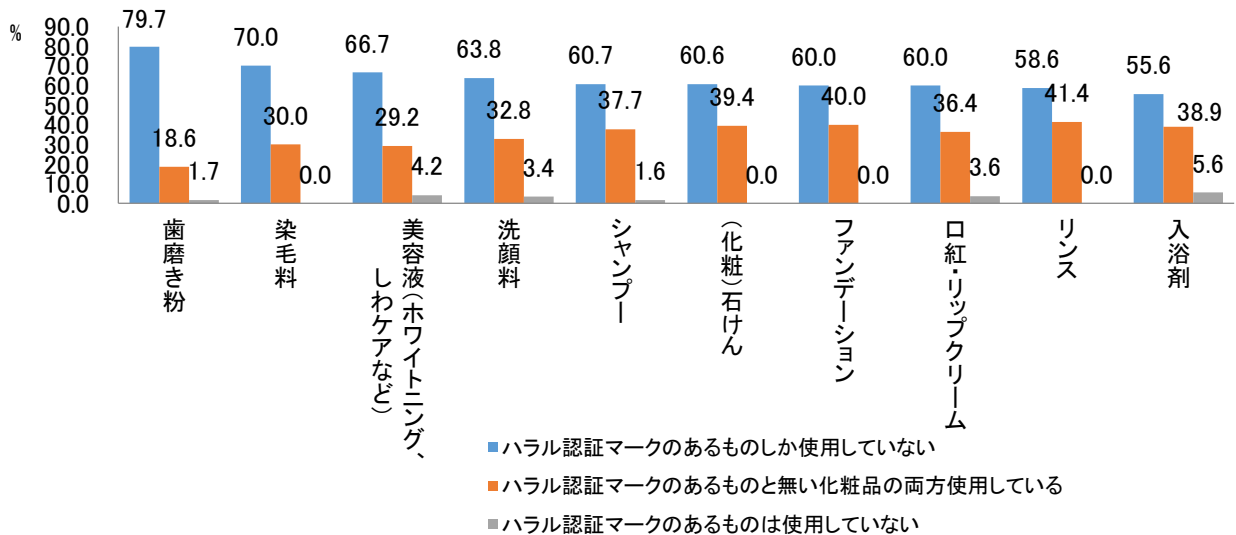
●スキンケア・メイクアップの頻度(Q3)



●化粧品購入時重視点(Q9)

化粧品購入時重視点	%
1 価格	85.5
2 ハラルロゴの有無	82.3
3 成分表示	66.1

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q10)



●化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(Q21)

スキンケア化粧品: 78RM

メイクアップ化粧品: 59.1RM

シャンプー・リンス: 52.1RM

●化粧品購入チャネル(Q22)・化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)

	チャネル	%	購入額平均(RM)
1	薬局	59.7	54.59
2	スーパーマーケット	56.5	58.26
3	ハイパーマーケット	53.2	48.85

【40-49歳】n= 88

●職業

	職業	該当数
1	会社員(役員、管理職)	25
2	会社員(一般)	20
3	専業主婦	12

●世帯月収

	世帯月収	該当数
1	4,000 - 4,999 RM	18
2	1,000 - 1,999 RM	12
3	2,000 - 2,999 RM	10

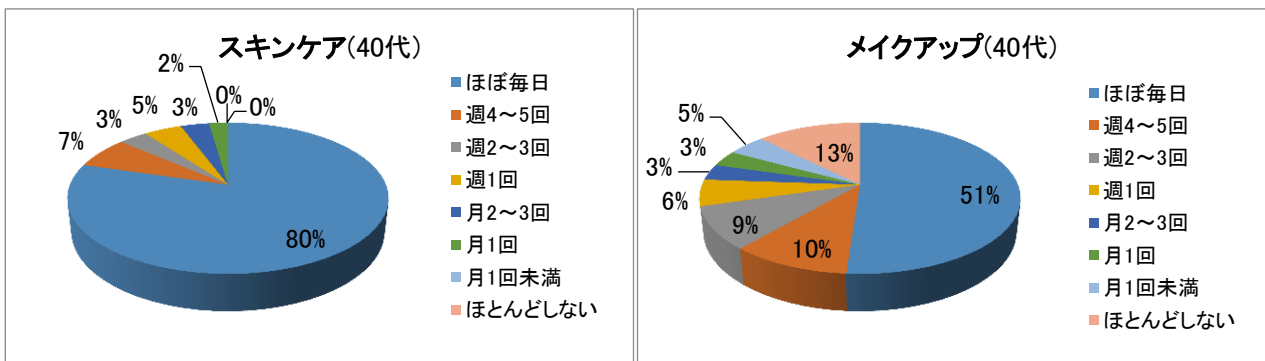
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	シャンプー	82
1	歯磨き粉	82
3	洗顔料	75

●化粧品・トイレタリー製品購入価格帯(Q2)

10 - 49RM

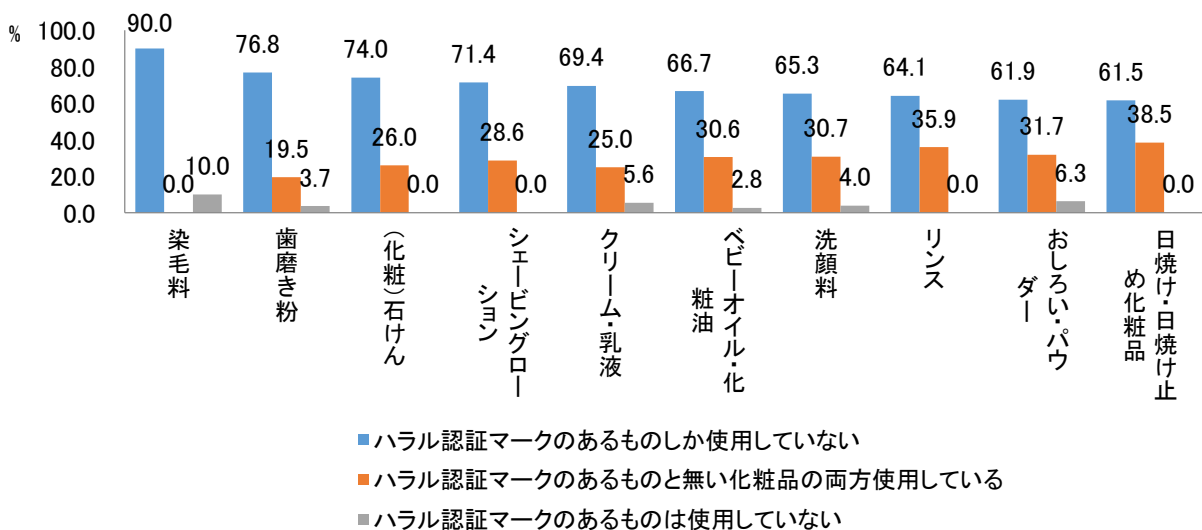
●スキンケア・メイクアップの頻度(Q3)



●化粧品購入時重視点(Q9)

	化粧品購入時重視点	%
1	価格	84.1
2	ハラルロゴの有無	80.7
3	成分表示	60.2

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q10)



●化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(Q21)

スキンケア化粧品: 78. 7RM
 メイクアップ化粧品: 72. 5RM
 シャンプー・リンス: 50. 3RM

●化粧品購入チャネル(Q22)・化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)

	チャネル	%	購入額平均(RM)
1	薬局	70.5	80.34
2	スーパーマーケット	55.7	75.33
3	ハイパーマーケット	46.6	85.51

【50-59 歳】n= 36

●職業

	職業	該当数
1	会社員(役員、管理職)	10
2	自営業	6
3	会社員(一般)	5

●世帯月収

	世帯月収	該当数
1	12,000 RM 以上	6
2	1,000 - 1,999 RM	5
2	5,000 - 5,999 RM	5
2	7,000 - 7,999 RM	5

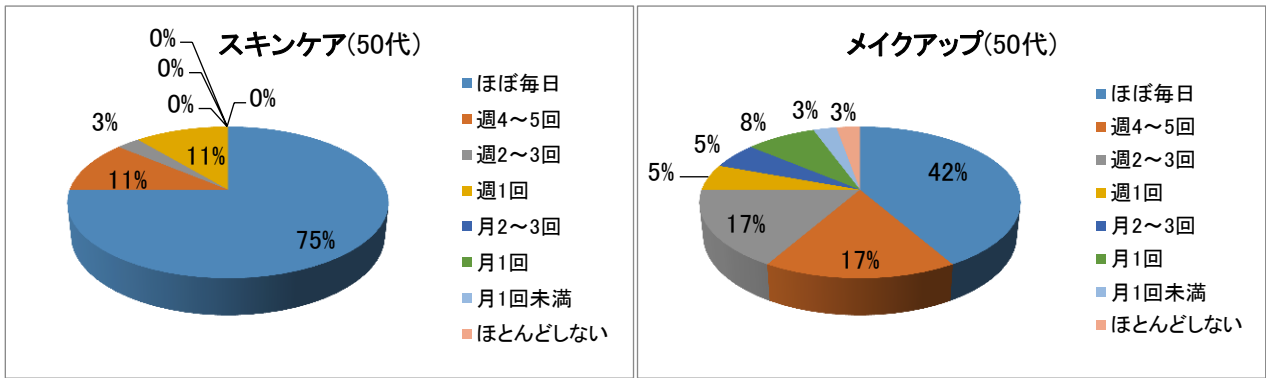
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	洗顔料	31
1	おしろい・パウダー	31
1	シャンプー	31

●化粧品・トイレタリー製品購入価格帯(Q2)

10 - 49RM

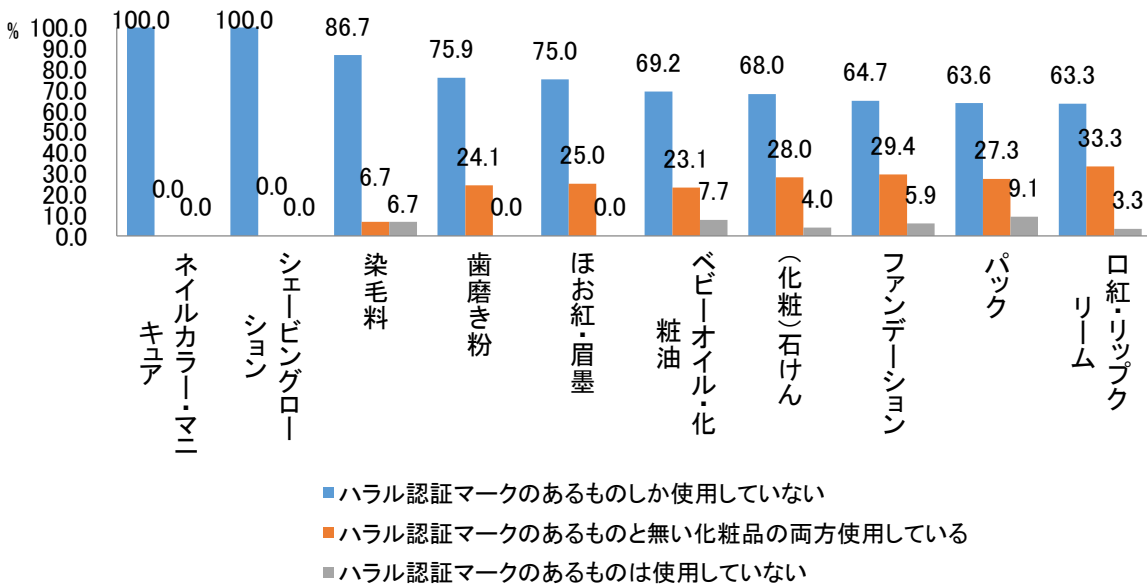
●スキンケア・メイクアップの頻度(Q3)



●化粧品購入時重視点(Q9)

順位	化粧品購入時重視点	%
1	価格	83.3
2	肌への優しさ	77.8
3	成分表示	72.2

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q10)



●化粧品・トイレタリー製品月間購入金額平均値(Q21)

スキンケア化粧品: 146.3RM

メイクアップ化粧品: 107.5RM

シャンプー・リンス: 73.5RM

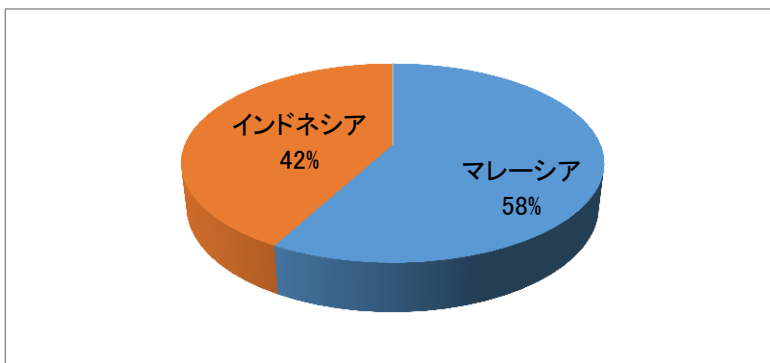
●化粧品購入チャネル(Q22)・化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)

	チャンネル	%	購入額平均 (RM)
1	薬局	61.1	115.82
2	百貨店	47.2	152.35
3	ハイパーマーケット	38.9	79.29

②ムスリム女性訪日観光客に対する調査

【20-29 歳】n=95

●国籍



●職業

	職業	該当数
1	会社員(役員、管理職)	30
2	会社員(一般)	24
3	専門職(弁護士/医師/教師/教授)	13

●世帯月収 ※便宜上マレーシアリング(RM)表記

	世帯月収	該当数
1	3,000 - 3,999 RM	16
2	1,000 - 1,999 RM	13
3	999 RM 以下	12

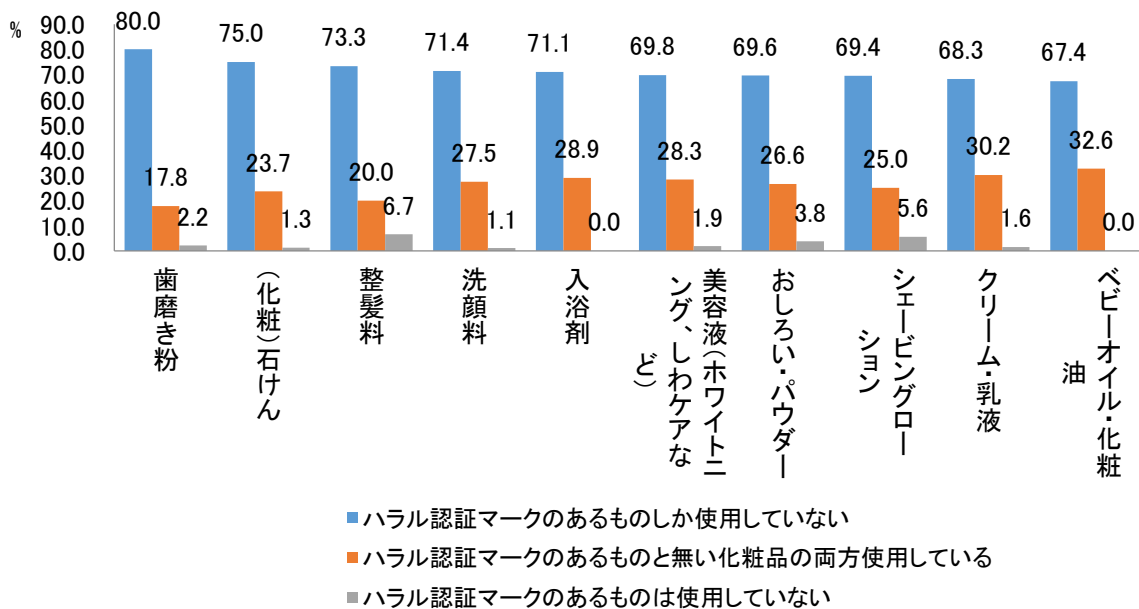
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	シャンプー	92
2	洗顔料	91
3	歯磨き粉	90

●化粧品・トイレタリー製品購入時重視点(Q2)

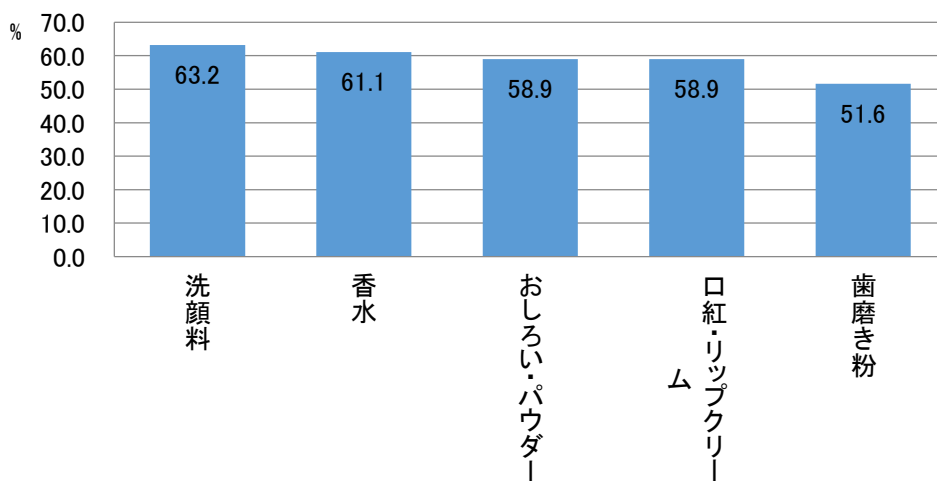
	化粧品購入時重視点	%
1	肌への優しさ	84.2
1	価格	84.2
2	使い心地	81.1

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q3)



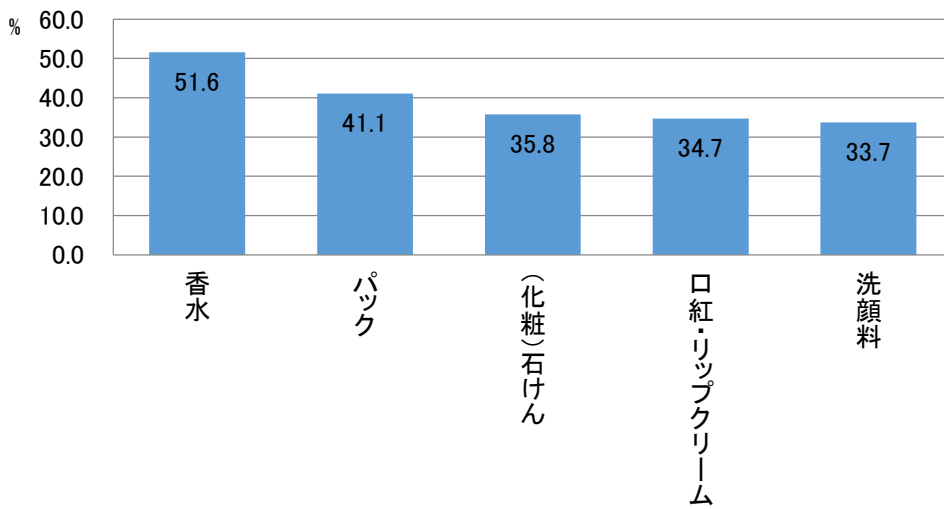
●日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品(Q14)

20代



●土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品(Q16)

20代

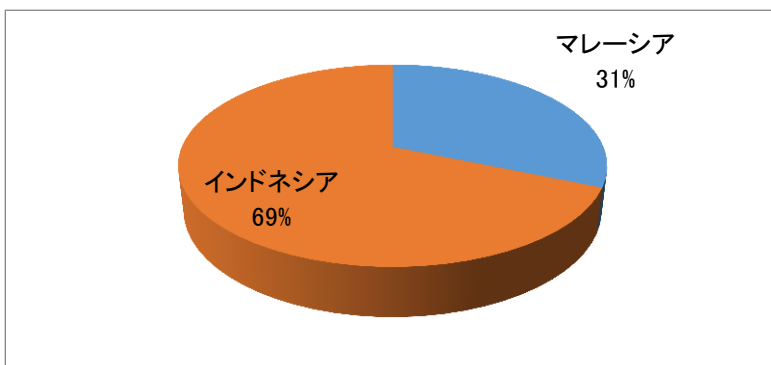


●土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル(Q18)・購入金額(Q19)

	チャネル	%	購入額平均
1	百貨店	55.3	113.3 RM
			1120000 IDR
2	化粧品専門店	50.6	204.3 RM
			477187.5 IDR
3	スーパーマーケット	48.2	165.5 RM
			579444.4 IDR

【30-39 歳】n=99

●国籍



●職業

	職業	該当数
1	会社員(役員、管理職)	35
2	会社員(一般)	26
3	専門職(弁護士/医師/教師/教授)	11
3	自営業	11

●世帯月収

	世帯月収	該当数
1	5,000 - 5,999 RM	14
2	4,000 - 4,999 RM	13
3	6,000 - 6,999 RM	12

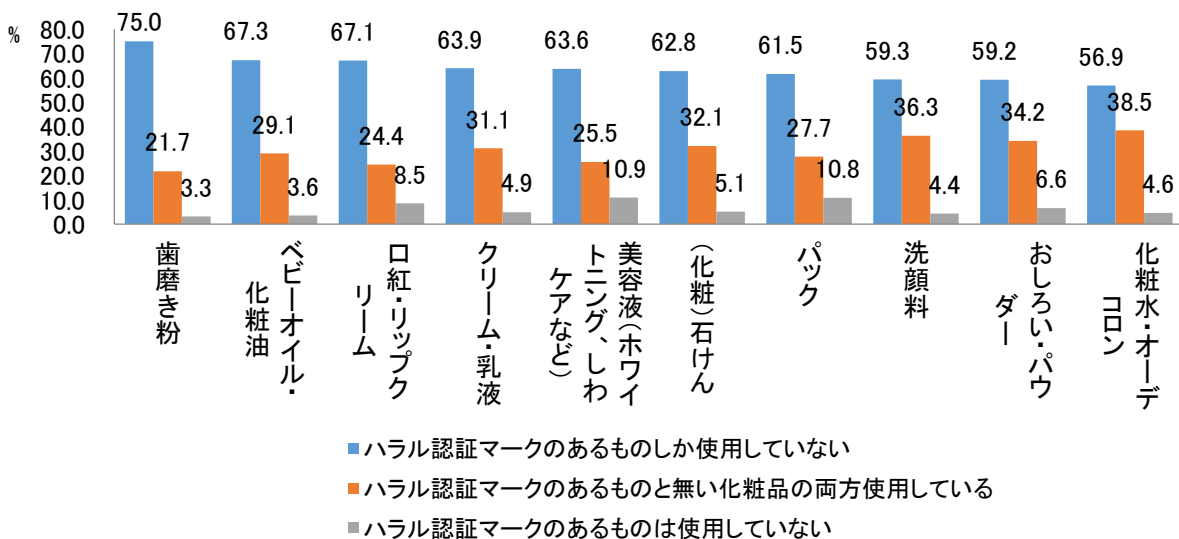
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	歯磨き粉	92
2	洗顔料	91
2	シャンプー	91

●化粧品・トイレタリー製品購入時重視点(Q2)

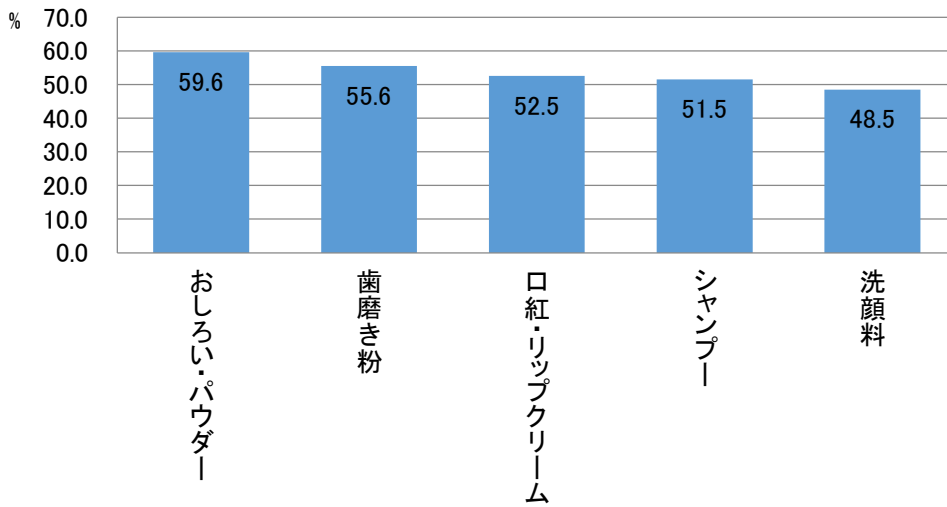
	化粧品購入時重視点	%
1	肌への優しさ	81.8
2	使い心地	79.8
2	香りの良さ	79.8

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q3)



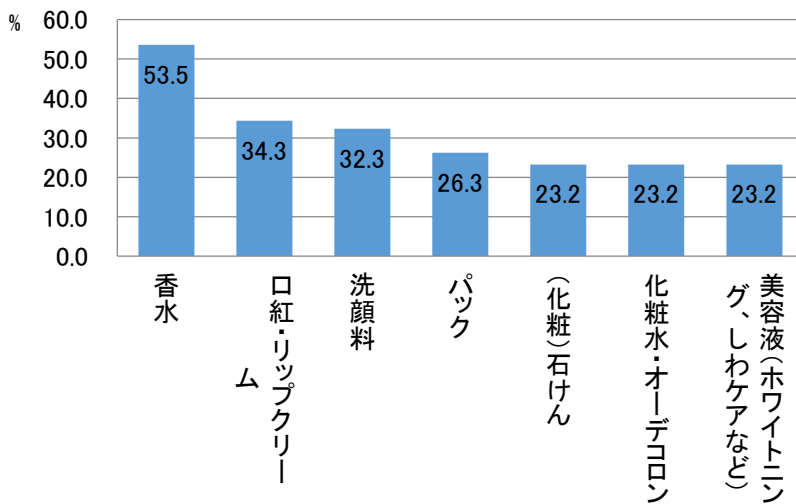
●日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品(Q14)

30代



●土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品(Q16)

30代

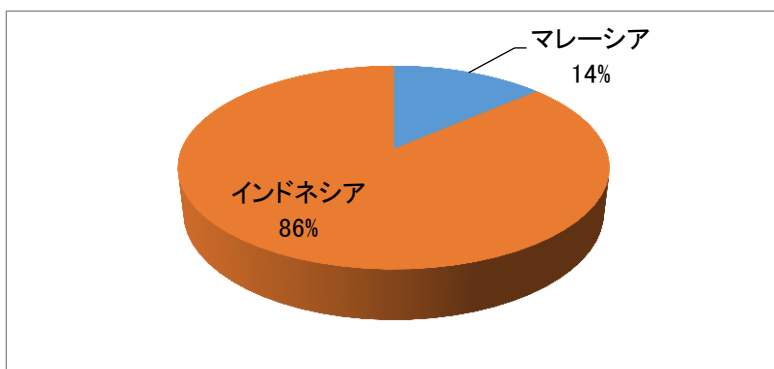


●土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル(Q18)・購入金額(Q19)

	チャネル	%	購入額平均
1	スーパーマーケット	46.1	111.6 RM
			503461.5 IDR
2	化粧品専門店	44.9	139.8 RM
			1036964 IDR
3	薬局	36.0	145.1 RM
			606111.1 IDR

【40-49歳】n=44

●国籍



●職業

	職業	該当数
1	会社員(役員、管理職)	14
2	自営業	11
3	会社員(一般)	10

●世帯月収

	世帯月収	該当数
1	1,000 - 1,999 RM	9
2	3,000 - 3,999 RM	8
3	4,000 - 4,999 RM	7

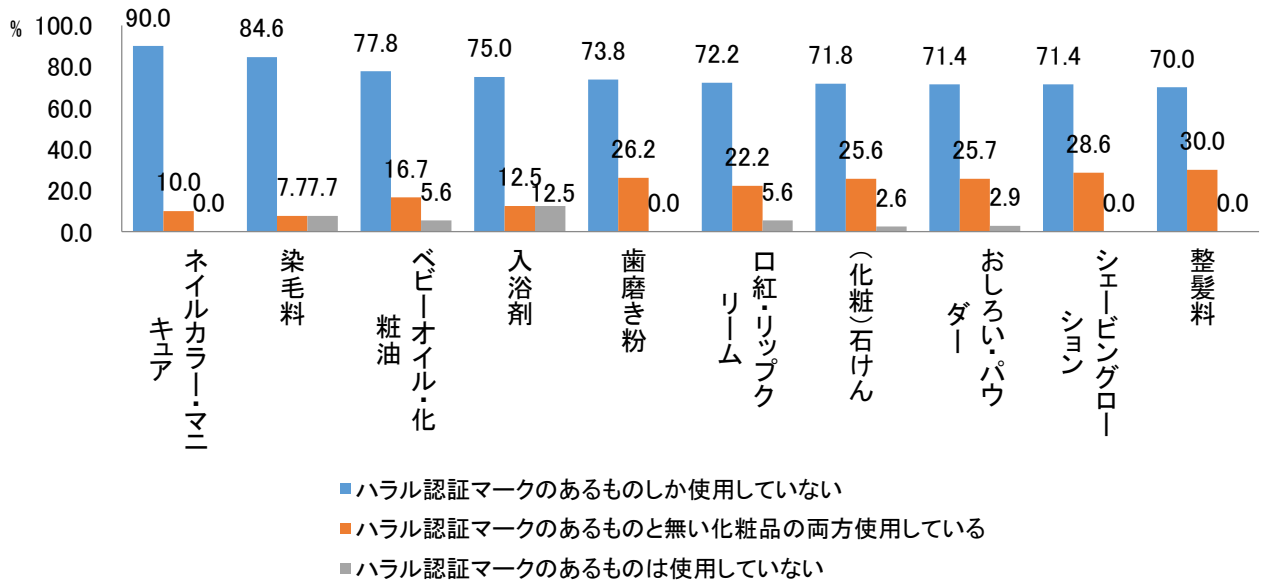
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	洗顔料	42
1	歯磨き粉	42
2	シャンプー	41

●化粧品・トイレタリー製品購入時重視点(Q2)

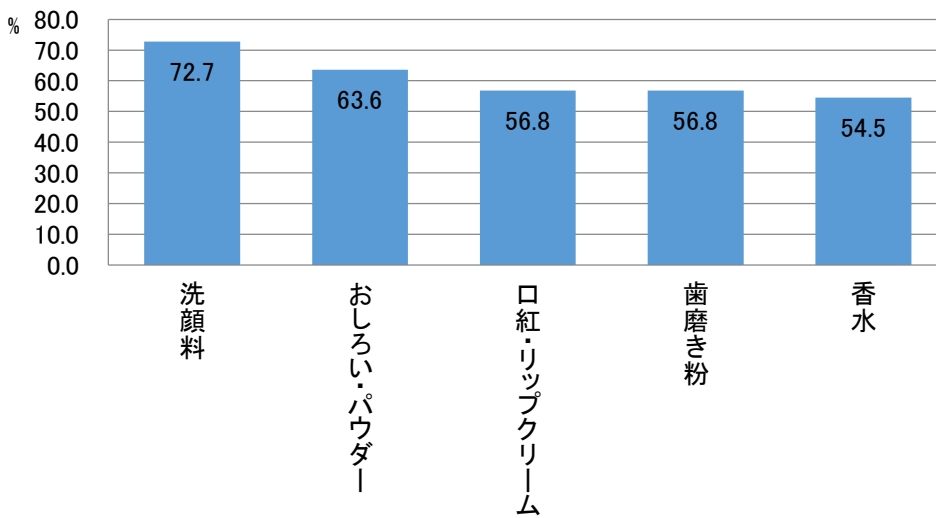
	化粧品購入時重視点	%
1	価格	88.6
2	使い心地	81.8
2	肌への優しさ	81.8

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q3)



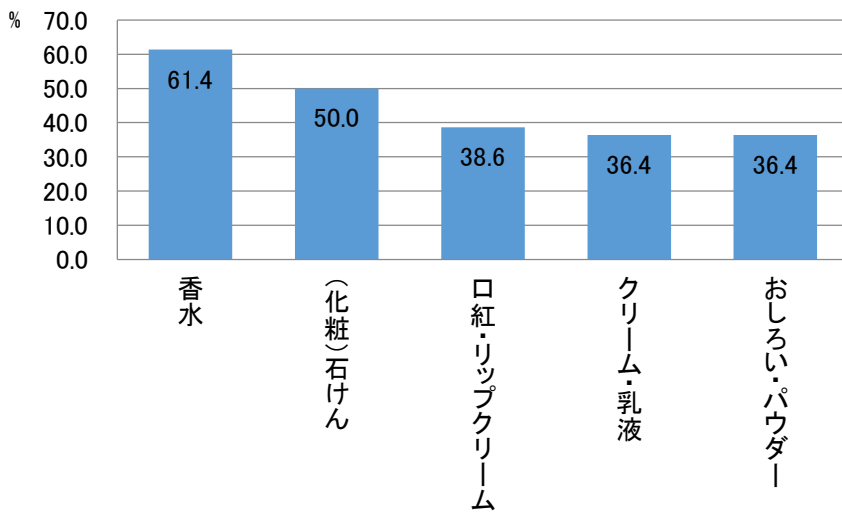
●日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品 (Q14)

40代



●土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品 (Q16)

40代

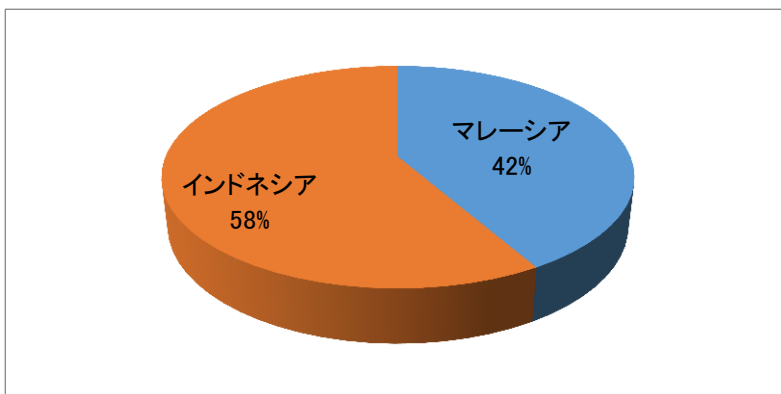


●土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル(Q18)・購入金額(Q19)

	チャネル	%	購入額平均
1	スーパーマーケット	57.1	93.3 RM
			533888.9 IDR
2	百貨店	50.0	132 RM
			526923.1 IDR
3	土産物屋	45.2	82.5 RM
			562000 IDR

【50-59 歳】n=12

●国籍



●職業

	職業	該当数
1	自営業	5
2	会社員(役員、管理職)	2
2	自由業	2

●世帯月収

	世帯月収	該当数
1	3,000 - 3,999 RM	4
2	7,000 - 7,999 RM	2
3	1,000 - 1,999 RM	1
3	2,000 - 2,999 RM	1
3	6,000 - 6,999 RM	1
3	8,000 - 8,999 RM	1
3	10,000 - 11,999 RM	1
3	わからない・答えたくない	1

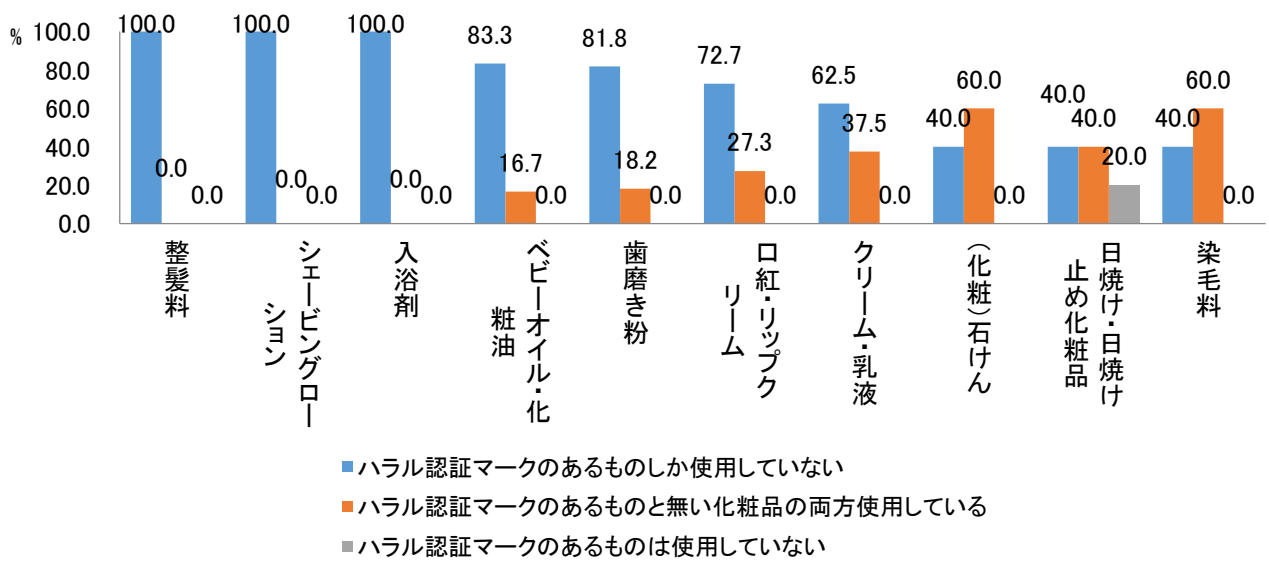
●化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q1)

	アイテム	該当数
1	シャンプー	12
2	洗顔料	11
2	口紅・リップクリーム	11
2	歯磨き粉	11

●化粧品・トイレタリー製品購入時重視点(Q2)

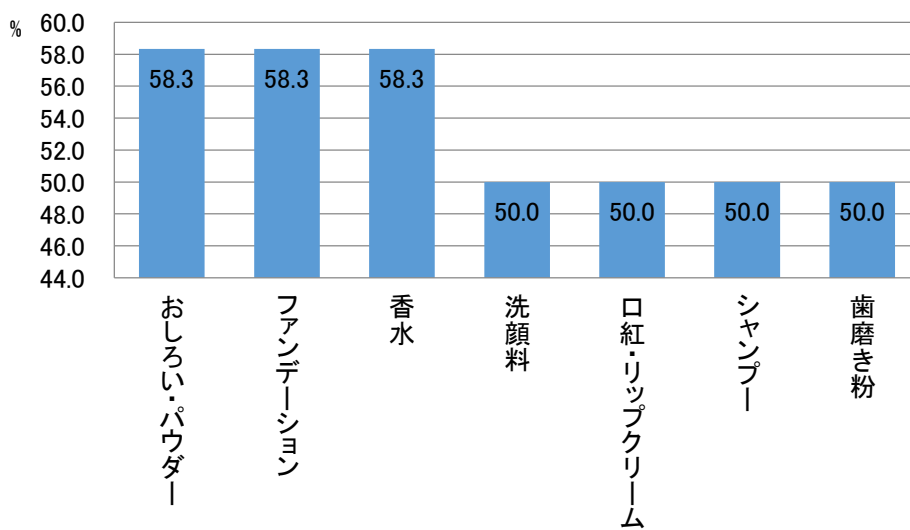
	化粧品購入時重視点	%
1	使い心地	91.7
2	肌への優しさ	83.3
3	香りの良さ	75.0
3	価格	75.0
3	メーカー・ブランド	75.0

●ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(Q3)



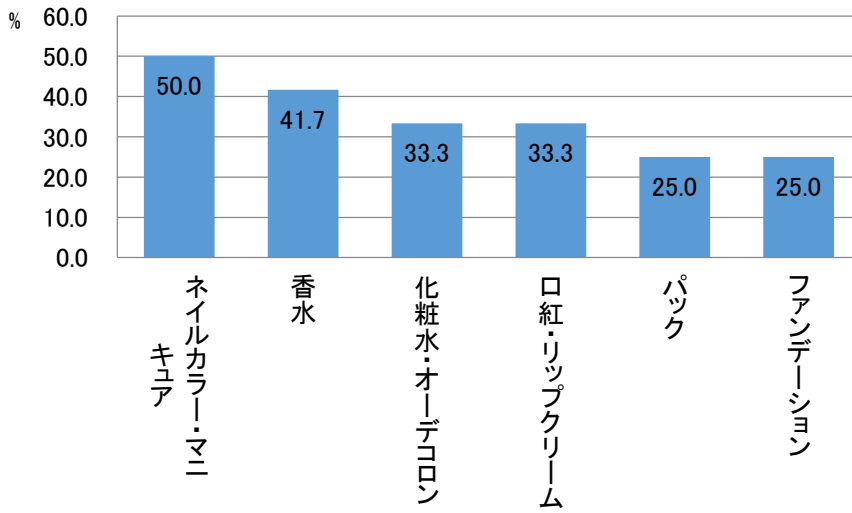
●日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品 (Q14)

50代



●土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品 (Q16)

50代



●土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル(Q18)・購入金額(Q19)

	チャネル	%	購入額平均
1	百貨店	50.0	168.8 RM
			267035.6 IDR
2	コンビニエンスストア	40.0	83.6 RM
			550000 IDR
3	スーパーマーケット	30.0	129.6 RM
			180570.7 IDR
3	化粧品専門店	30.0	161.3 RM
			252466.2 IDR
3	空港の免税品店	30.0	500 RM
			1000000 IDR

2. 設問別調査結果

①マレーシア国内での化粧品需要調査

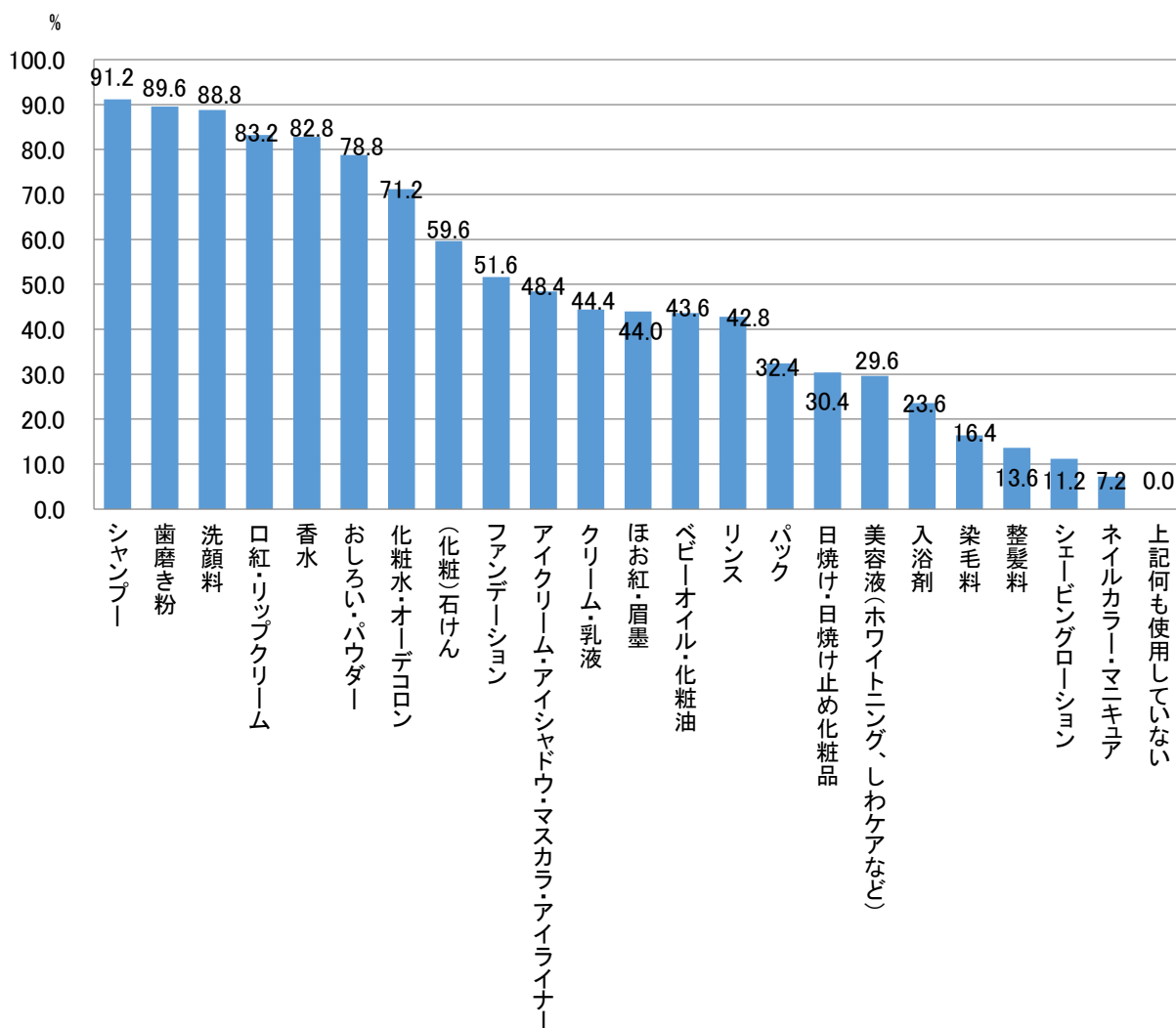
【化粧品・トイレットリー製品使用状況】n=250

化粧品・トイレットリー製品の使用状況について、「何も使用していない」回答者は0であり、最も使用されているアイテムは「シャンプー」91.2%であった。次いで「歯磨き粉」89.6%、「洗顔料」88.8%、「口紅・リップクリーム」83.2%、「香水」82.8%と続く。

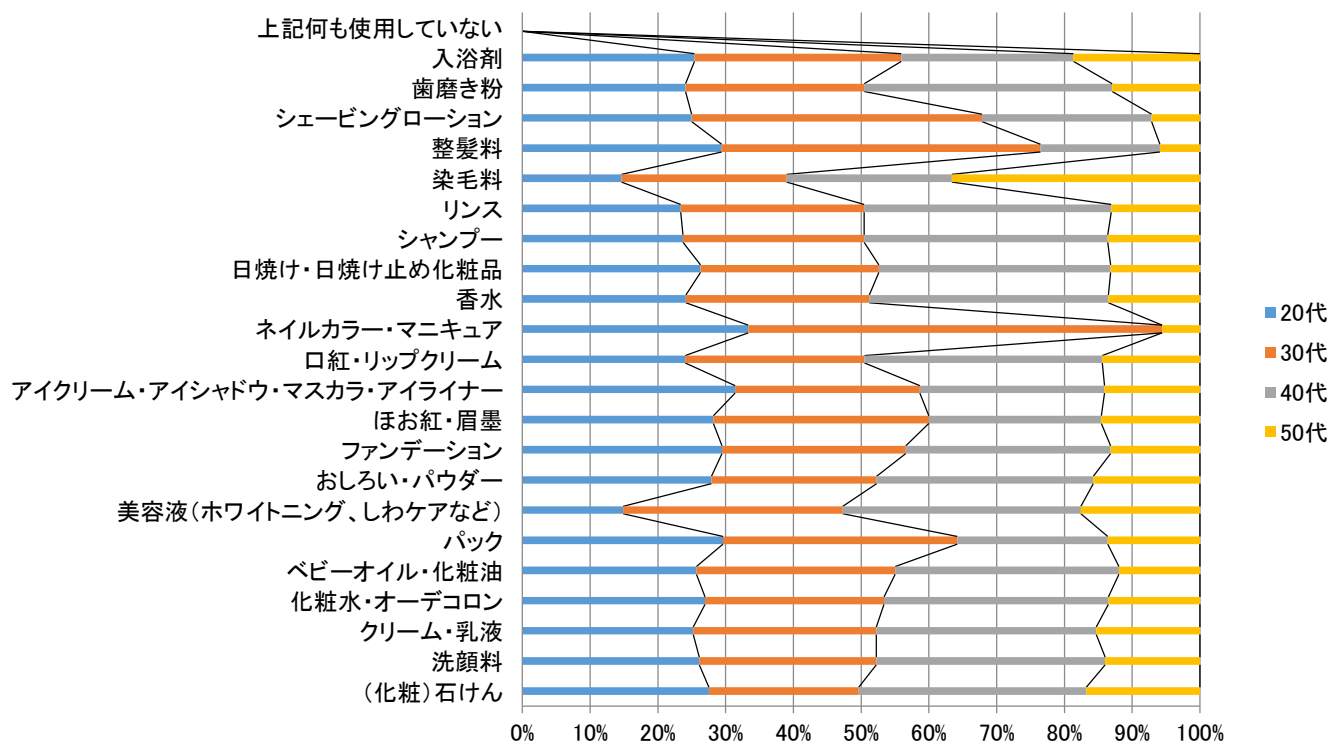
年代別にみると、20-29歳(20代)、30-39歳(30代)、40-49歳(40代)で最も回答が多かったのは「シャンプー」であり、50-59歳(50代)は「シャンプー」および「おしろい・パウダー」、「洗顔料」という結果となり使用中のアイテムに年齢差はあまりみられなかった。

アイテム使用者の年齢による需要の特徴を分析すると、「ネイルカラー・マニキュア」は30代、「染毛料」は50代の需要が高いといえる。「美容液(ホワイトニング、しわケアなど)」の使用者は30代および40代の割合が高い。

化粧品・トイレットリー製品使用状況(Q1)



アイテム使用者の年齢の割合(Q1)



【化粧品・トイレタリー製品購入価格帯】

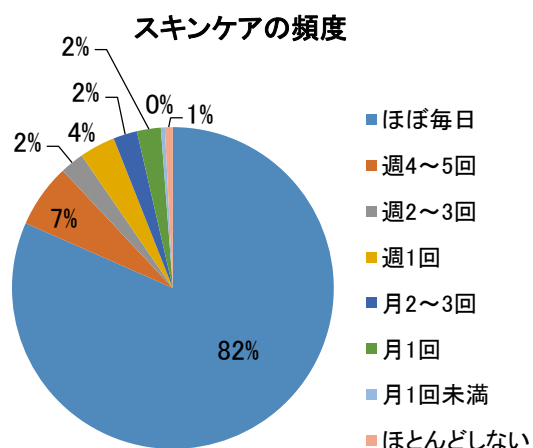
使用アイテムの購入価格に年齢差はあまりみられなかった。各アイテムの購入価格レンジは 10-49 マレーシアリング(RM)が最も多い。30代と40代の使用者が多い美容液は 50 - 99RM。使用率の高い香水の価格レンジは使用者の3割が 100 - 299RM と回答している。

	該当数	1 - 9RM	10 - 49RM	50 - 99RM	100 - 299RM	300RM 以上	%
(化粧)石けん	149	30.2	62.4	5.4	1.3	0.0	0.7
洗顔料	222	14.4	72.1	9.5	3.6	0.0	0.5
クリーム・乳液	111	6.3	63.1	19.8	8.1	1.8	0.9
化粧水・オーデコロン	178	12.9	69.1	11.2	4.5	1.1	1.1
ベビーオイル・化粧油	109	46.8	46.8	4.6	0.9	0.0	0.9
パック	81	21.0	63.0	8.6	6.2	0.0	1.2
美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	74	2.7	25.7	45.9	16.2	6.8	2.7
おしろい・パウダー	197	16.8	63.5	11.7	8.1	0.0	0.0
ファンデーション	129	2.3	71.3	17.1	8.5	0.0	0.8
ほお紅・眉墨	110	10.0	71.8	15.5	2.7	0.0	0.0

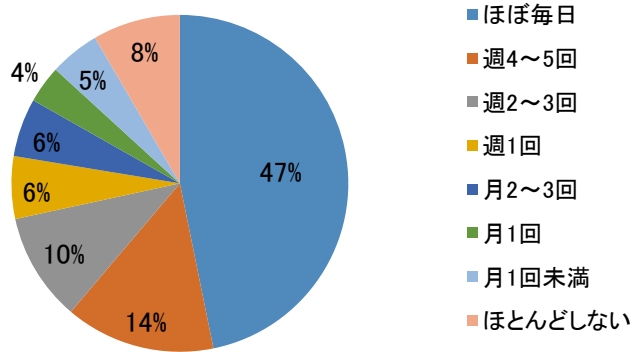
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	121	6.6	75.2	13.2	5.0	0.0	0.0
口紅・リップクリーム	208	6.3	76.9	15.4	1.4	0.0	0.0
ネイルカラー・マニキュア	18	22.2	55.6	16.7	0.0	0.0	5.6
香水	207	1.4	32.9	23.7	30.0	11.6	0.5
日焼け・日焼け止め化粧品	76	1.3	71.1	18.4	6.6	0.0	2.6
シャンプー	228	10.1	83.3	4.4	1.3	0.4	0.4
リンス	107	14.0	76.6	5.6	2.8	0.0	0.9
染毛料	41	7.3	78.0	7.3	7.3	0.0	0.0
整髪料	34	14.7	67.6	8.8	5.9	0.0	2.9
シェービングローション	28	10.7	78.6	7.1	3.6	0.0	0.0
歯磨き粉	224	57.6	41.5	0.4	0.4	0.0	0.0
入浴剤	59	11.9	81.4	5.1	1.7	0.0	0.0

【スキンケア・メイクアップの頻度】

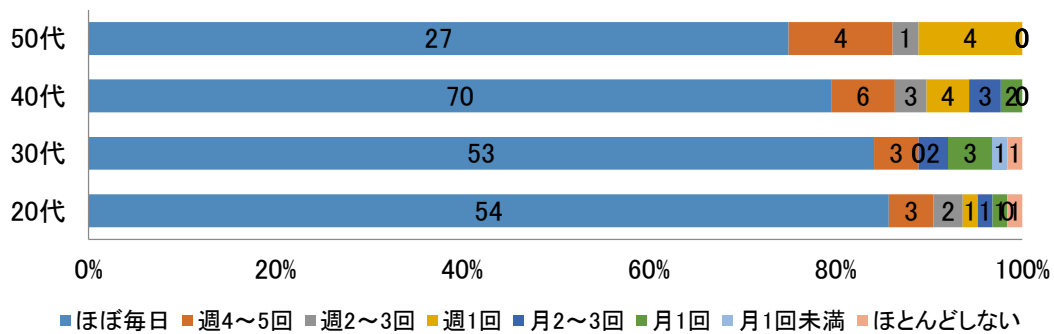
スキンケアは回答者の82%が「ほぼ毎日」行っていると回答した。メイクは回答者の47%が「ほぼ毎日」、週に1～5回の頻度で行う回答者は30%となった。「ほぼ毎日」、「週4～5回」の回答を合わせると、メイクをする人の約6割が各年代とも高い頻度で行っている。また、メイクをする40代の約5割が「ほぼ毎日」と回答している。



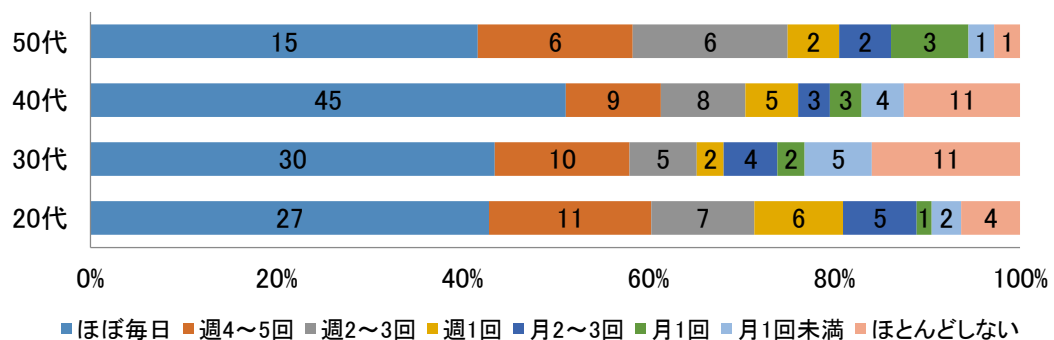
メイクの頻度



年齢別のスキンケアの頻度



年齢別のメイクの頻度



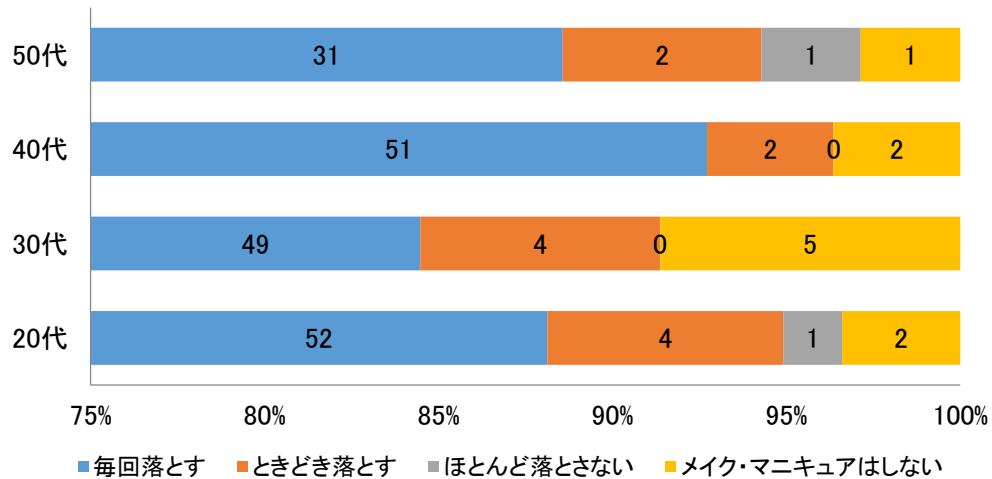
【メイクアップする機会】

メイクをする頻度の低い人がどんな機会にメイクをするかについては、結婚式などの特別な機会のとき(回答数 26)や、夕食やデート(9)、ショッピングなど外出の際(19)にメイクをするとの回答であった。30代および40代は、仕事のとくにメイクをするとの回答が多かった(12)。

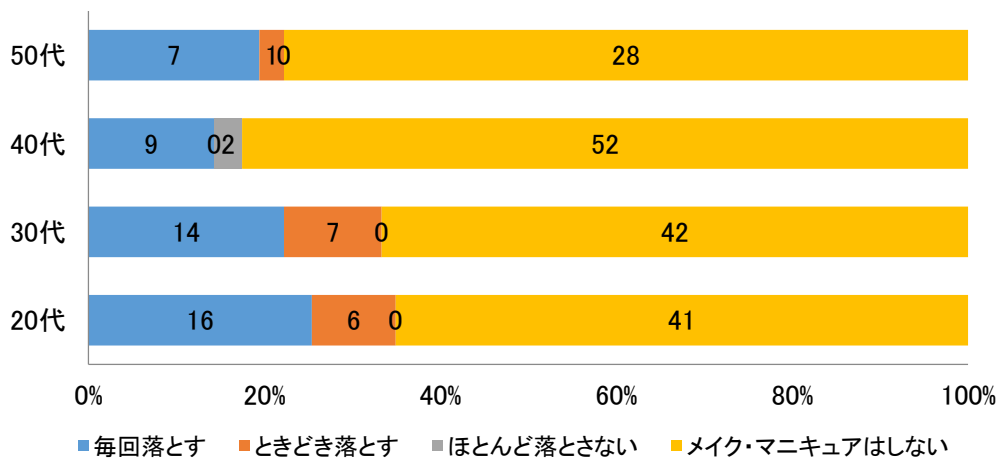
【礼拝時のメイク・マニキュアについて】

イスラム教徒の女性は1日5回の礼拝前に、水で手足を清めなくてはならない。その際にメイクやマニキュアを落としているかという問いに対し、約9割が毎回の礼拝時にメイクオフすると回答し、「ほとんど落とさない」と回答したのは1割にも満たなかった。また、マニキュアについても、ほとんど落とさないという回答は0%に近い結果となった。

礼拝の際にメイクを落とすか



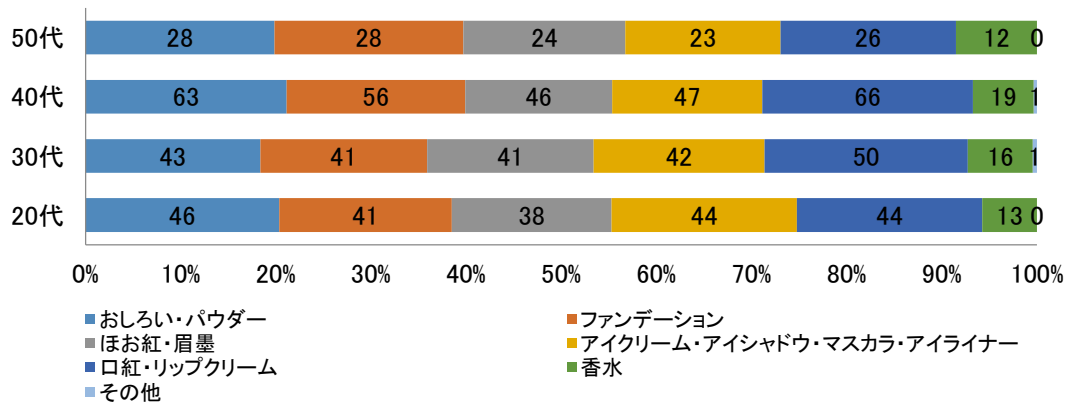
礼拝の際にマニキュアを落とすか



【礼拝時にメイクオフするアイテム】

礼拝の際に落とすメイクアイテムは「口紅・リップクリーム」が86.1%で最も多かった。「おしろい・パウダー」83.3%、「ファンデーション」76.9%と続く。年齢によるアイテムの違いはみられなかった。

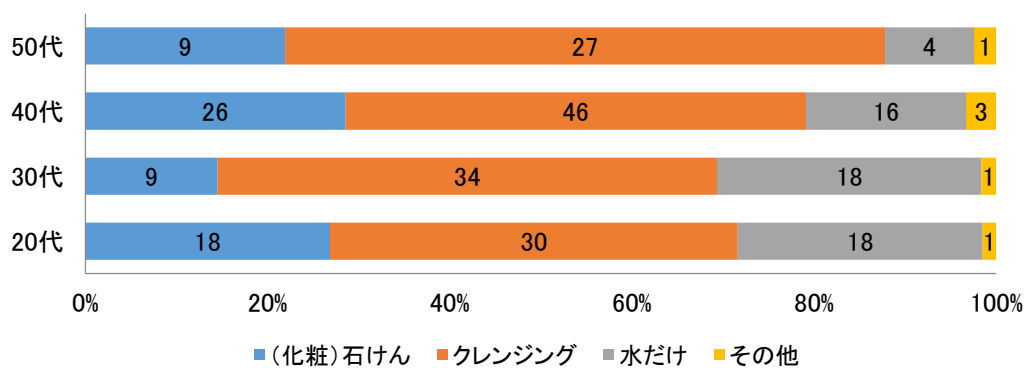
アイテム	%
口紅・リップクリーム	86.1
おしろい・パウダー	83.3
ファンデーション	76.9
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	72.2
ほお紅・眉墨	69.0
香水	27.8
その他	0.9



【礼拝時のメイクオフで使用するアイテム】n=216

礼拝の際、メイクを落とす時に使用するアイテムはクレンジングが63.4%、(化粧)石けんが28.7%、水だけでメイクを落とすと回答した人は全体の25.9%だった。30代は「水だけ」と回答した人の割合が「(化粧)石けん」と回答した人を上回った。

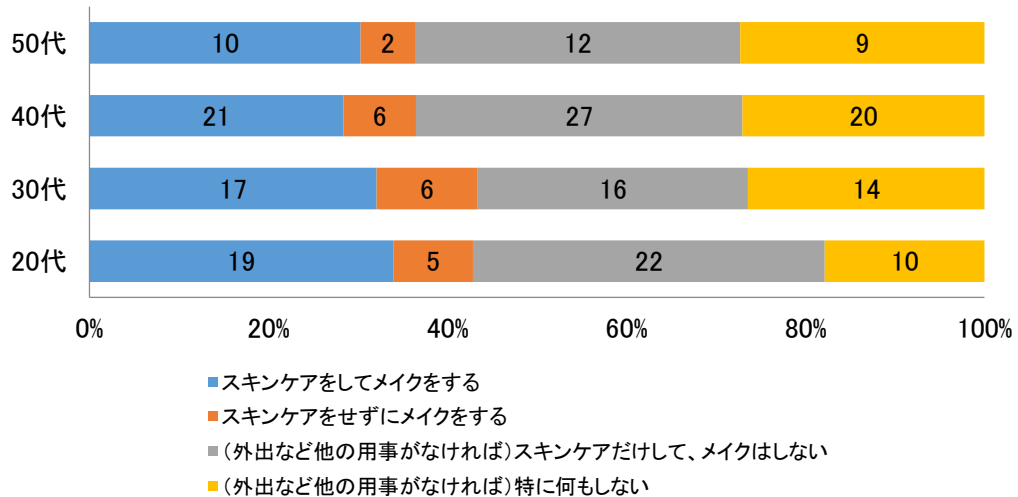
アイテム	%
クレンジング	63.4
(化粧)石けん	28.7
水だけ	25.9
その他	2.8



【礼拝時のメイクオフ後の対応】n=216

礼拝の際にメイクを落とした後については、「(外出など他の用事がなければ)スキンケアだけして、メイクはしない」35.6%、「スキンケアをしてメイクをする」31%、「(外出など他の用事がなければ)特に何もしない」24.5%という結果であった。年齢による大きな違いはなかった。

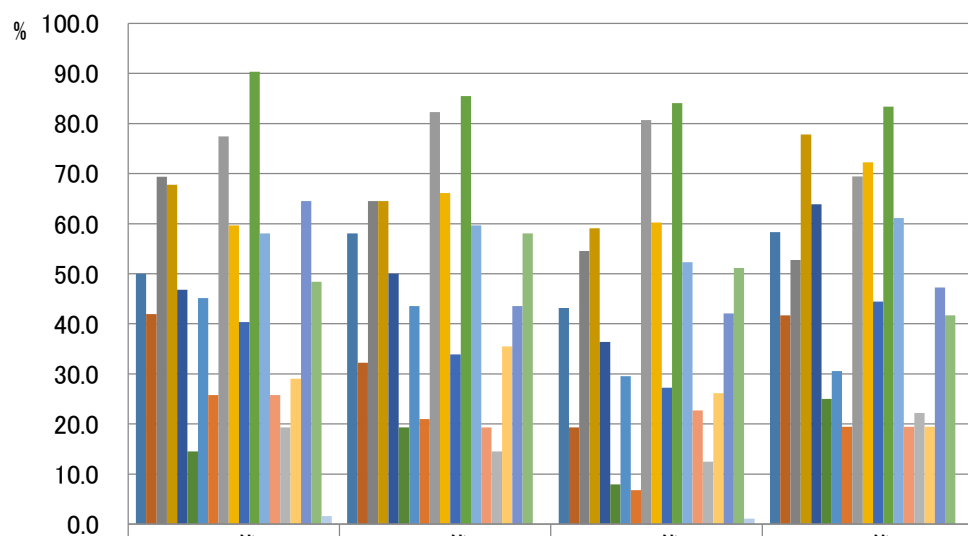
アイテム	%
スキンケアをしてメイクをする	31.0
スキンケアをせずにメイクをする	8.8
(外出など他の用事がなければ)スキンケアだけして、メイクはしない	35.6
(外出など他の用事がなければ)特に何もしない	24.5



【化粧品購入時重視点】n=248

化粧品購入時に決め手となる条件について、各年代それぞれ「価格」が最も多かった。20代・30代・40代は「ハラルロゴの有無」、50代は「肌への優しさ」が続いた。3位は、20代「使い心地」、30代および40代、50代が「成分表示」。「ハラルロゴの有無」は50代では4位になっている。

他の年代と比較してポイントが高い条件は、20代「友人・家族等の評判・口コミ」、30代「広告」、50代「香りのよさ」。40代は他の年代と比較して「美白効果」、「色のバリエーションの豊富さ」、「パッケージデザイン」のポイントが低い。



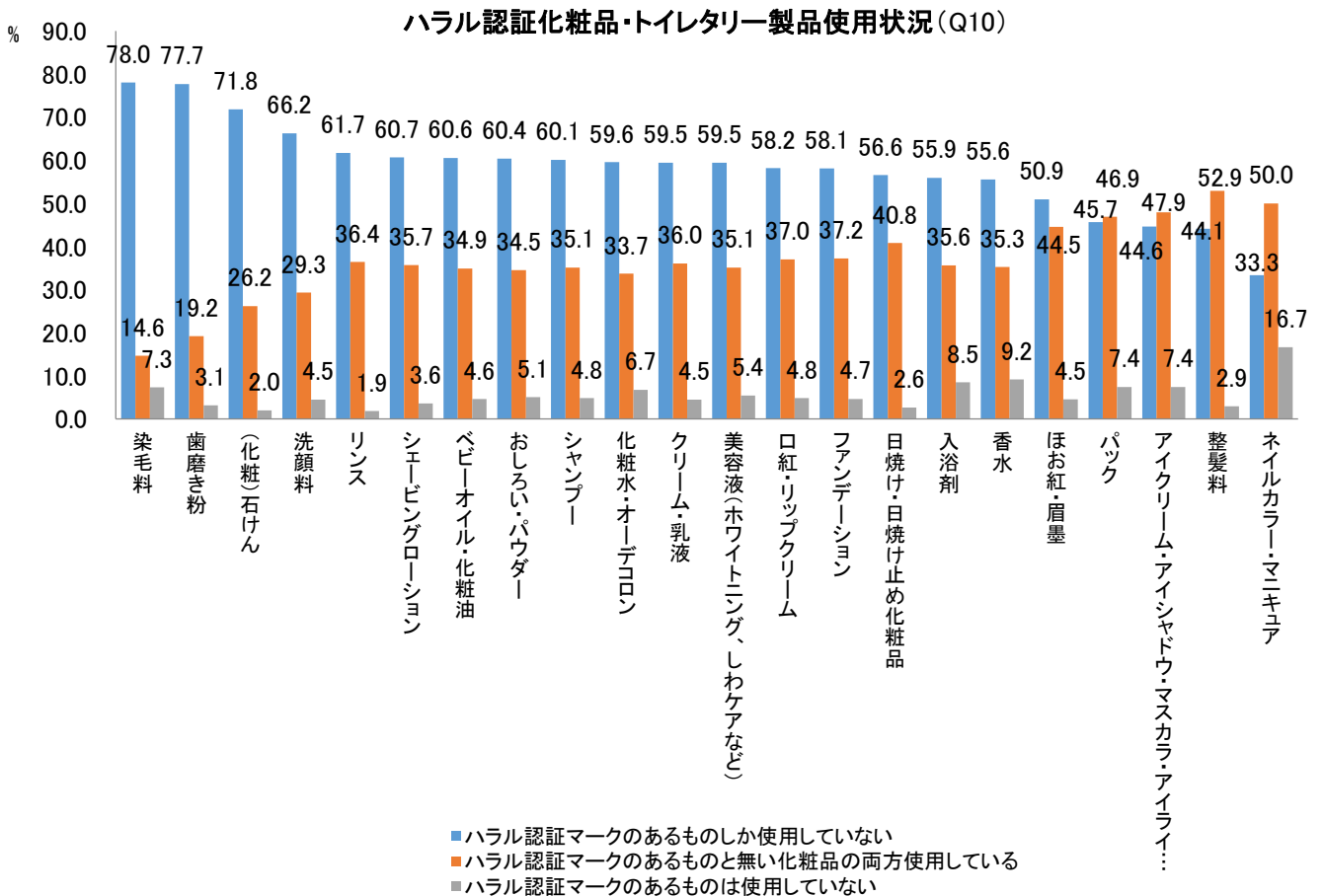
	20代	30代	40代	50代
■ 日焼け止め効果	50.0	58.1	43.2	58.3
■ 美白効果	41.9	32.3	19.3	41.7
■ 使い心地	69.4	64.5	54.5	52.8
■ 肌への優しさ	67.7	64.5	59.1	77.8
■ 香りの良さ	46.8	50.0	36.4	63.9
■ 色のバリエーションの豊富さ	14.5	19.4	8.0	25.0
■ 内容量	45.2	43.5	29.5	30.6
■ パッケージデザイン	25.8	21.0	6.8	19.4
■ ハラルロゴの有無	77.4	82.3	80.7	69.4
■ 成分表示	59.7	66.1	60.2	72.2
■ 原産国	40.3	33.9	27.3	44.4
■ 価格	90.3	85.5	84.1	83.3
■ メーカー・ブランド	58.1	59.7	52.3	61.1
■ 店頭や売り場のイメージ	25.8	19.4	22.7	19.4
■ 販売員の対応	19.4	14.5	12.5	22.2
■ 広告	29.0	35.5	26.1	19.4
■ 友人・家族等の評判・口コミ	64.5	43.5	42.0	47.2
■ その商品を使ったことがあるかどうか (試してみて自分に合うかどうか)	48.4	58.1	51.1	41.7
■ その他	1.6	0.0	1.1	0.0

【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況】

化粧品・トイレタリー製品を購入する際にハラル認証マークを気にするかどうかについて、「ハラル認証マークのあるものしか使用していない」割合が高いアイテムは、1位「染毛料」78.0%、2位「歯磨き粉」77.7%、3位「(化粧)石けん」71.8%となった。「ハラル認証マークのあるものと無い化粧品の両方使用している」割合がハラル認証マークのある製品のみを使用を上回るアイテムは、1位「整髪料」52.9%、2位「ネイルカラー・マニキュア」50.0%、3位「パック」46.9%である。また、「ネイルカラー・マニキュア」は使用者(n=18)の16.7%が「ハラル認証

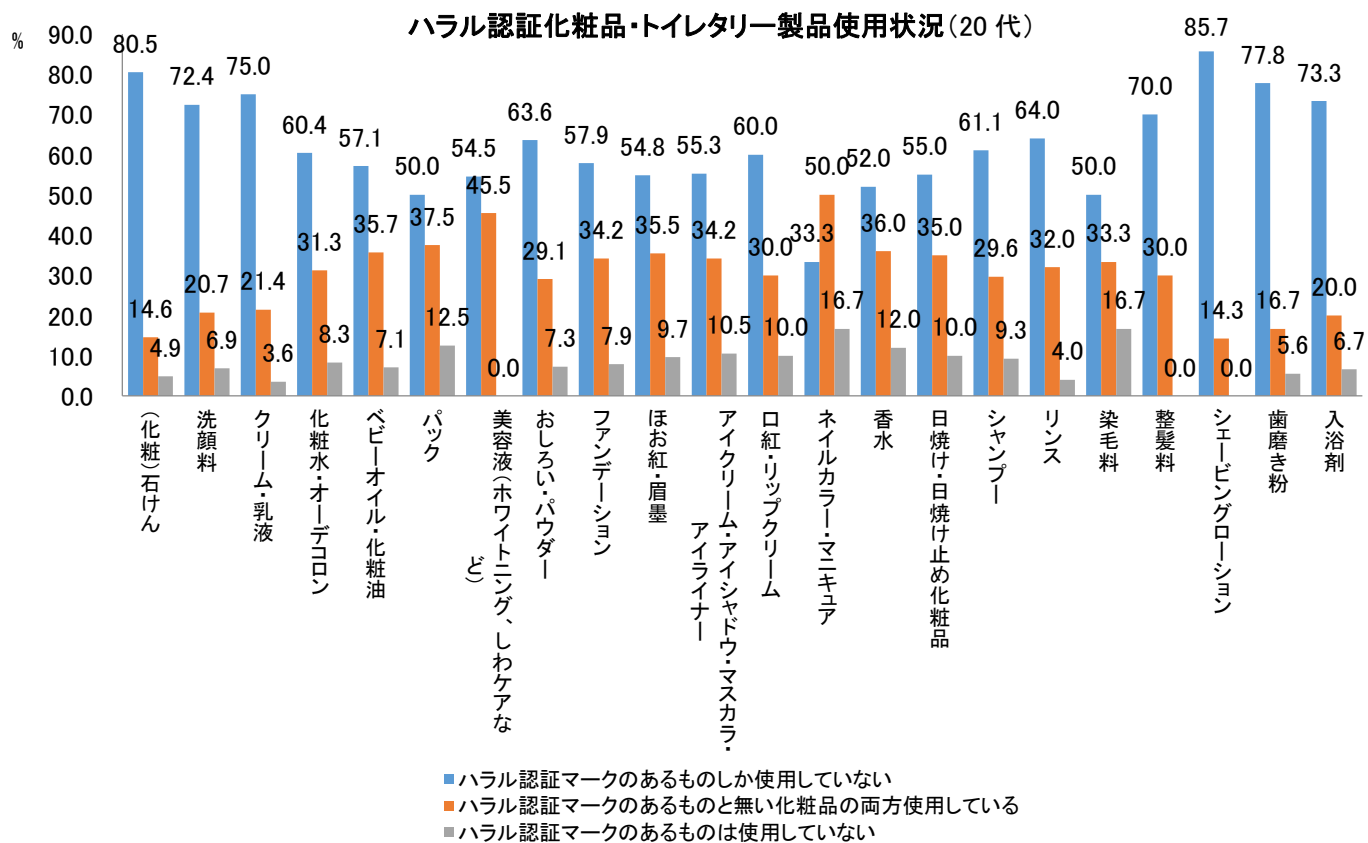
マークのあるものは使用していない」と回答した。

年代別の結果から、ハラル認証マークを気にするアイテムは、20代が1位「シェービングローション」85.7%、2位「(化粧)石けん」80.5%、3位「歯磨き粉」77.8%。30代は、1位「歯磨き粉」79.7%、2位「染毛料」70.7%、3位「美容液(ホワイトニング、しわケアなど)」66.7%。40代は、1位「染毛料」90.0%、2位「歯磨き粉」76.8%、3位「(化粧)石けん」74.0%。50代は、1位「染毛料」86.7%、2位「歯磨き粉」75.9%、3位「ほお紅・眉墨」75.0%であることがわかった(年代別該当サンプル2以下となった「ネイルカラー・マニキュア」および「シェービングローション」を除く)。

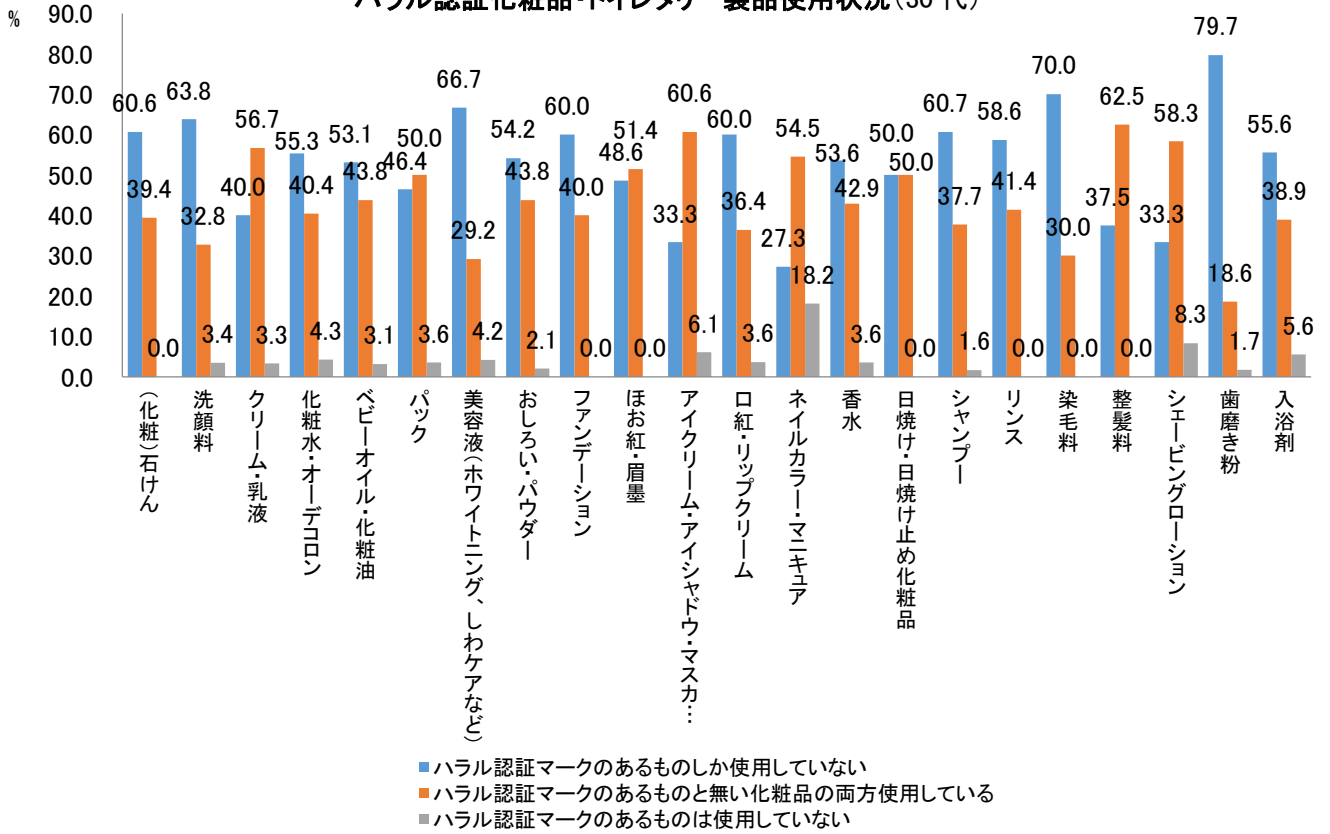


製品名	該当数	ハラル認証マークのあるものしか使用していない (%)	ハラル認証マークのあるものと無い化粧品の両方使用している (%)	ハラル認証マークのあるものは使用していない (%)
(化粧)石けん	149	71.8	26.2	2.0
洗顔料	222	66.2	29.3	4.5
クリーム・乳液	111	59.5	36.0	4.5
化粧水・オーデコロン	178	59.6	33.7	6.7

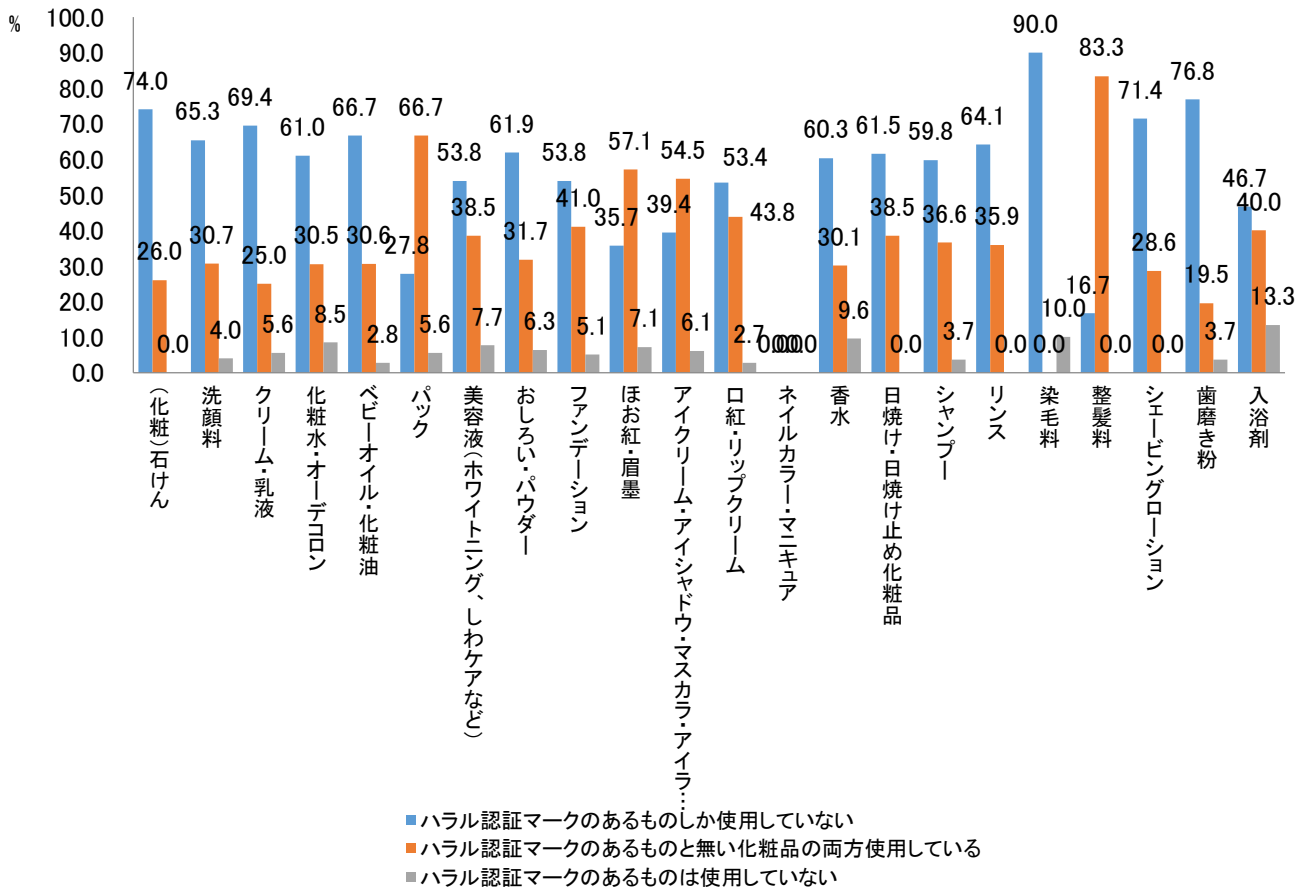
ベビーオイル・化粧油	109	60.6	34.9	4.6
パック	81	45.7	46.9	7.4
美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	74	59.5	35.1	5.4
おしろい・パウダー	197	60.4	34.5	5.1
ファンデーション	129	58.1	37.2	4.7
ほお紅・眉墨	110	50.9	44.5	4.5
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	121	44.6	47.9	7.4
口紅・リップクリーム	208	58.2	37.0	4.8
ネイルカラー・マニキュア	18	33.3	50.0	16.7
香水	207	55.6	35.3	9.2
日焼け・日焼け止め化粧品	76	56.6	40.8	2.6
シャンプー	228	60.1	35.1	4.8
リンス	107	61.7	36.4	1.9
染毛料	41	78.0	14.6	7.3
整髪料	34	44.1	52.9	2.9
シェービングローション	28	60.7	35.7	3.6
歯磨き粉	224	77.7	19.2	3.1
入浴剤	59	55.9	35.6	8.5



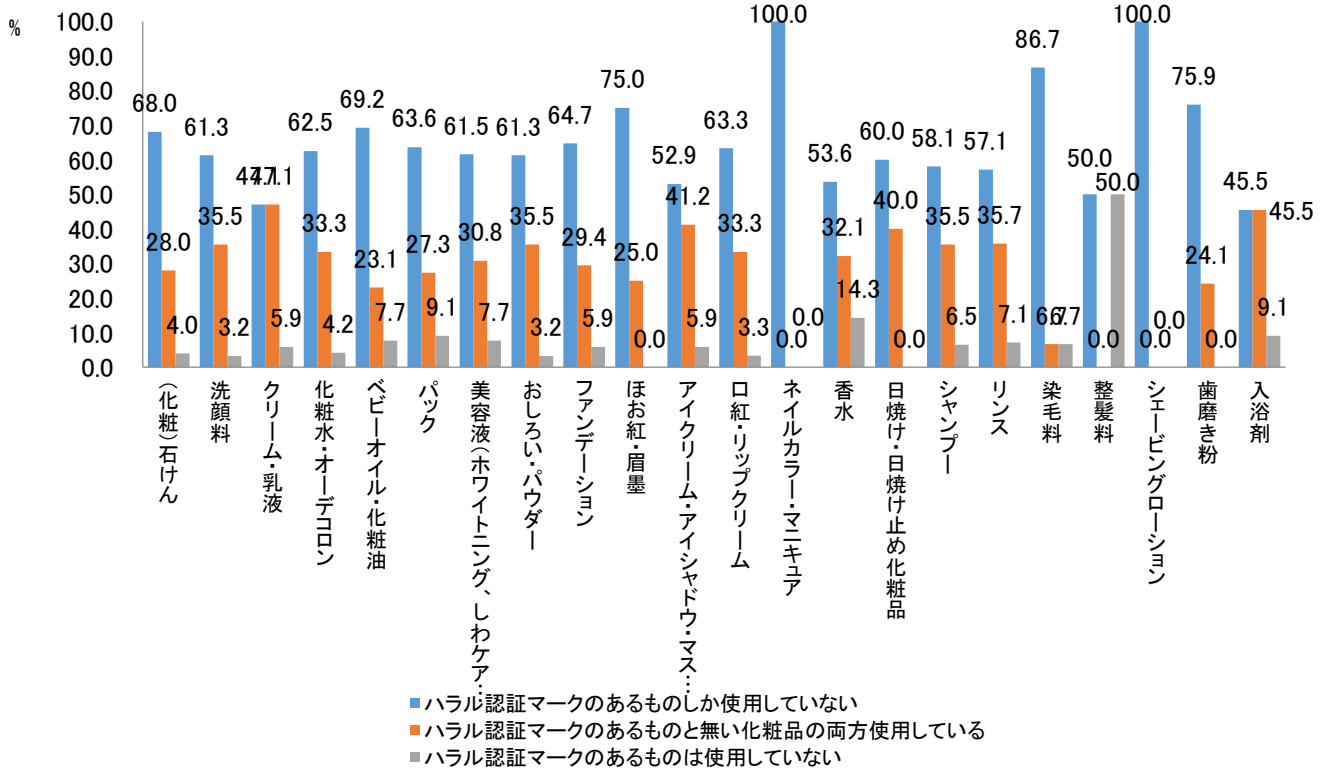
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況 (30代)



ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況 (40代)

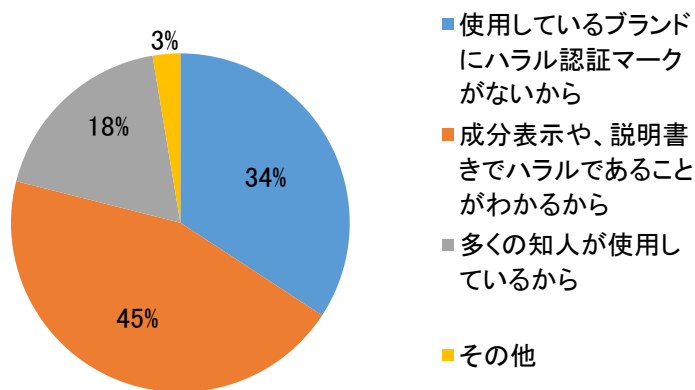


ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(50代)



【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由】n=28

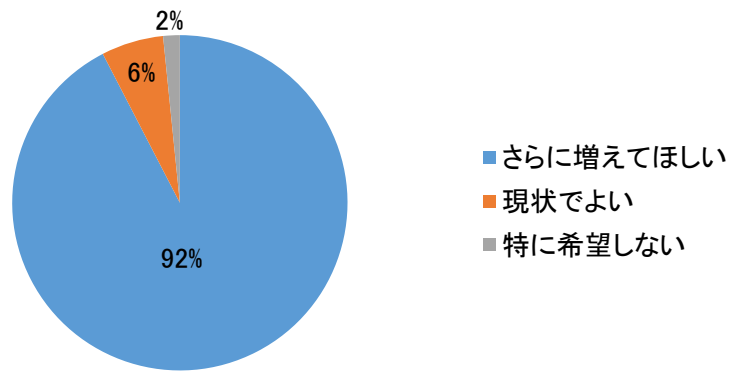
ハラル認証マークのある化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由について、「使用しているブランドにハラル認証マークがないから」が 34%、「成分表示や、説明書きでハラルであることがわかるから」45%、「多くの知人が使用しているから」が 18%であった。



【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることへの希望】n=250

ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることについては、92%が「さらに増えてほしい」と回答した。

ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることへの希望(Q12)

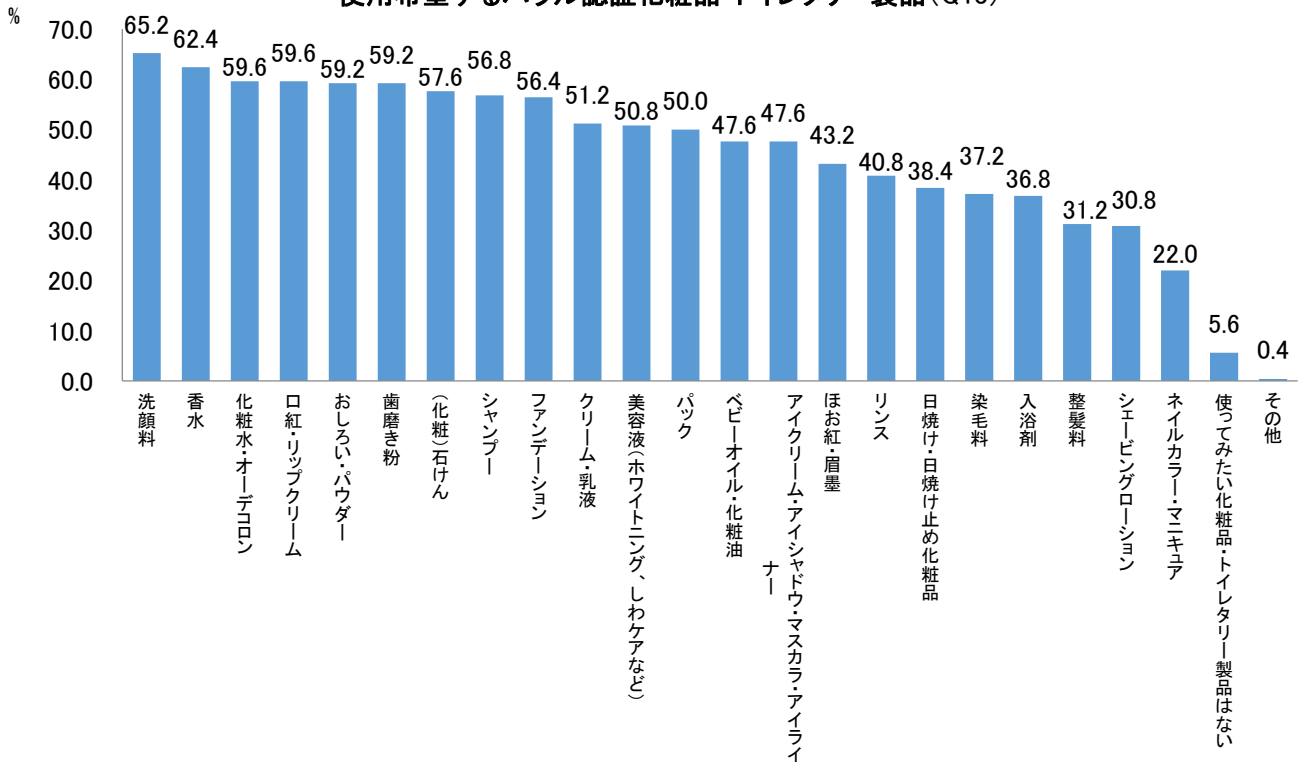


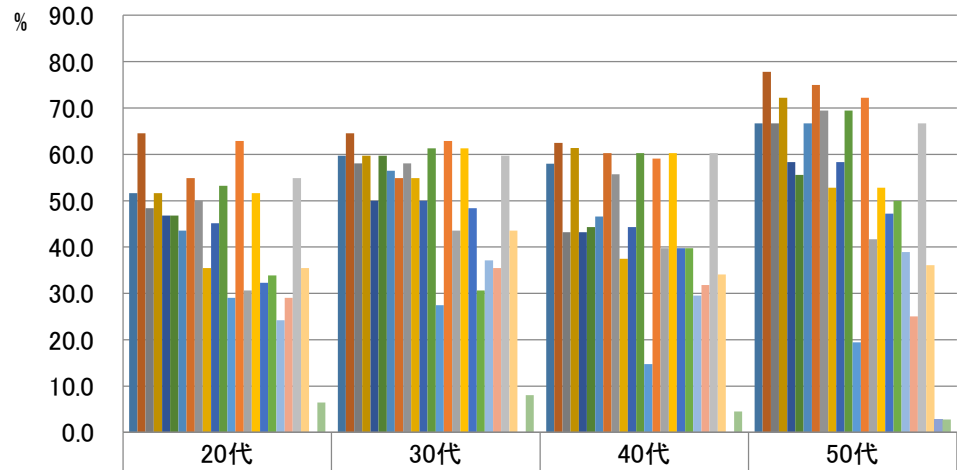
【使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品】n=250

ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の需要について、1位「洗顔料」65.2%、2位「香水」62.4%、3位「化粧水・オーデコロン」59.6%および「口紅・リップクリーム」59.6%となった。

年齢別では、20代の1位が「洗顔料」64.5%、2位「香水」62.9%、3位「おしろい・パウダー」および「歯磨き粉」54.8%。30代1位は「洗顔料」64.5%、2位「香水」62.9%、3位「口紅・リップクリーム」および「シャンプー」61.3%。40代の1位も「洗顔料」62.5%、2位は「化粧水・オーデコロン」61.4%、3位が「おしろい・パウダー」および「口紅・リップクリーム」、「歯磨き粉」60.2%。50代の1位も「洗顔料」77.8%、2位が「おしろい・パウダー」75.0%、3位「化粧水・オーデコロン」72.2%であった。

使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品(Q13)

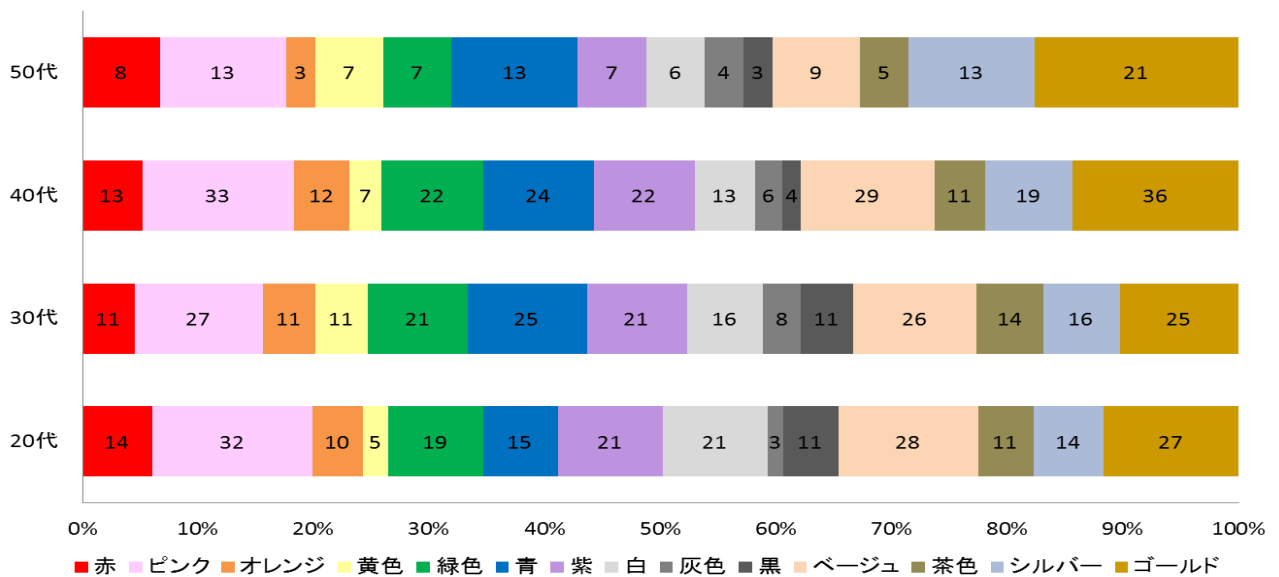
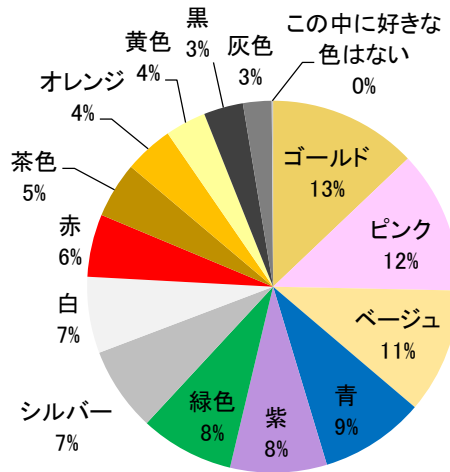




	20代	30代	40代	50代
■(化粧品)石けん	51.6	59.7	58.0	66.7
■洗顔料	64.5	64.5	62.5	77.8
■クリーム・乳液	48.4	58.1	43.2	66.7
■化粧水・オーデコロン	51.6	59.7	61.4	72.2
■ベビーオイル・化粧油	46.8	50.0	43.2	58.3
■パック	46.8	59.7	44.3	55.6
■美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	43.5	56.5	46.6	66.7
■おしろい・パウダー	54.8	54.8	60.2	75.0
■ファンデーション	50.0	58.1	55.7	69.4
■ほお紅・眉墨	35.5	54.8	37.5	52.8
■アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	45.2	50.0	44.3	58.3
■口紅・リップクリーム	53.2	61.3	60.2	69.4
■ネイルカラー・マニキュア	29.0	27.4	14.8	19.4
■香水	62.9	62.9	59.1	72.2
■日焼け・日焼け止め化粧品	30.6	43.5	39.8	41.7
■シャンプー	51.6	61.3	60.2	52.8
■リンス	32.3	48.4	39.8	47.2
■染毛料	33.9	30.6	39.8	50.0
■整髪料	24.2	37.1	29.5	38.9
■シェービングローション	29.0	35.5	31.8	25.0
■歯磨き粉	54.8	59.7	60.2	66.7
■入浴剤	35.5	43.5	34.1	36.1
■その他	0.0	0.0	0.0	2.8
■使ってみたい化粧品・トイレタリー製品はない	6.5	8.1	4.5	2.8

【化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色】n=250

好まれるパッケージの色について、1位が13%の「ゴールド」、2位が「ピンク」12%、3位が「ベージュ」11%となった。年代別の集計では、20代では「ピンク」が「ゴールド」を若干上回った。



【化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト】n=250

好まれるパッケージのテイストについて「かわいい」と「クール」の対比は、全体ではほぼ半数となり、年代が高齢になるほど「クール」が上回る結果となった。

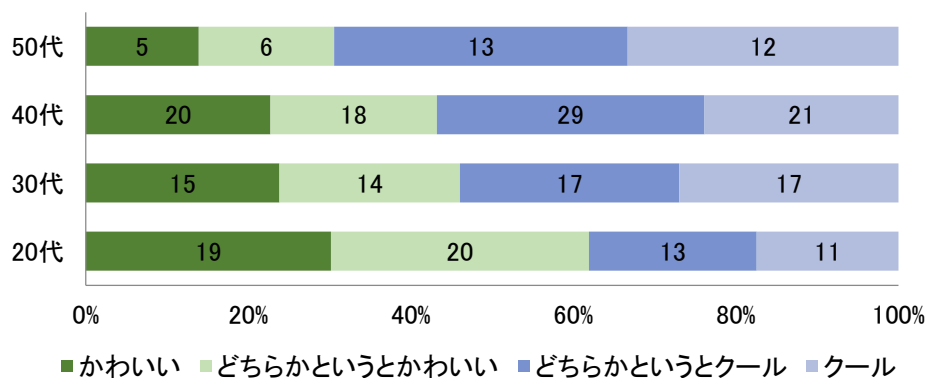
「シンプル」と「豪華」の対比では、「シンプル」が「ややシンプルが好き」を含めると66%となった。50代では「シンプル」と「豪華」が半数となっている。

「伝統的」と「モダン」の対比は、「ややモダンが好き」を含めると65.6%となり「モダン」が好まれることがわかった。

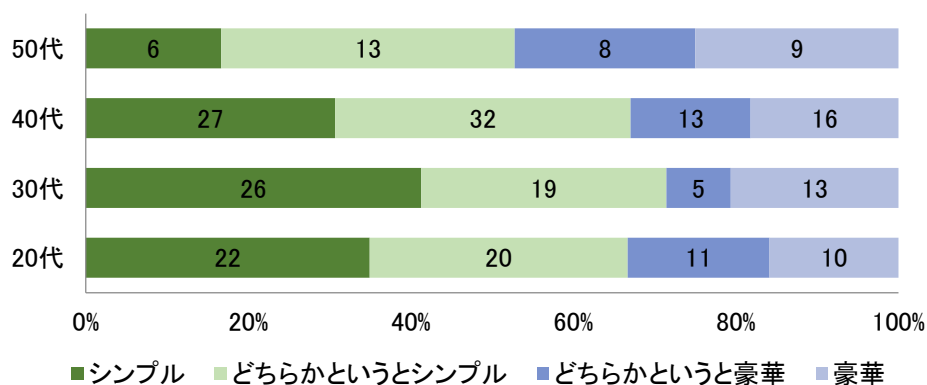
%

	該当数	Aが好き	ややAが好き	ややBが好き	Bが好き
A. かわいい B. クール	250	23.6	23.2	28.8	24.4
A. シンプル B. 豪華	250	32.4	33.6	14.8	19.2
A. 伝統的 B. モダン	250	14.4	20	32.8	32.8

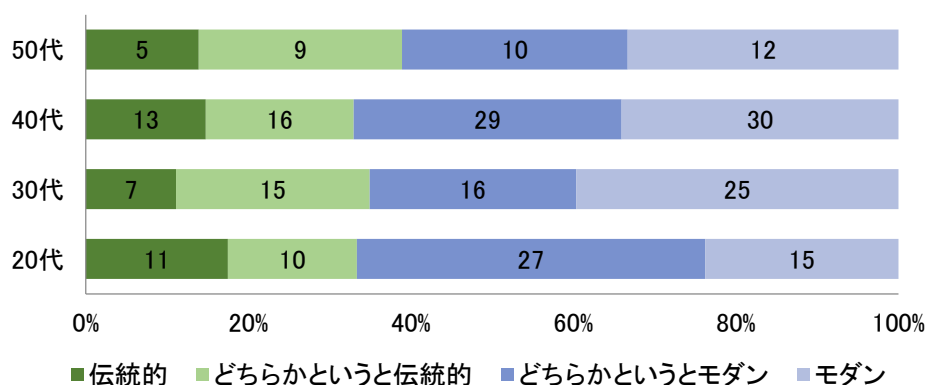
好きなパッケージデザインのテイスト(かわいい/クール)



好きなパッケージデザインのテイスト(シンプル/豪華)



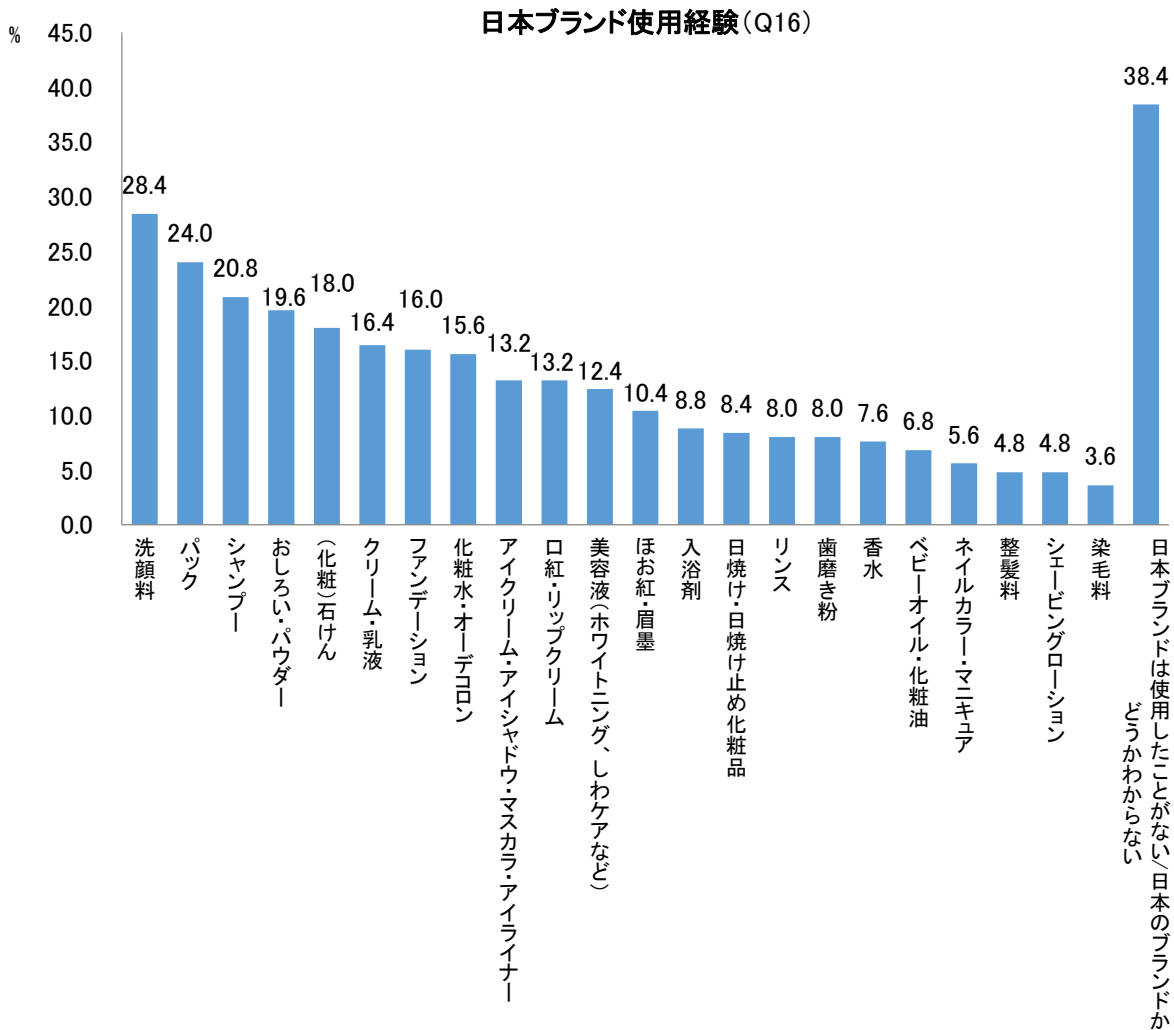
好きなパッケージデザインのテイスト(伝統的/モダン)

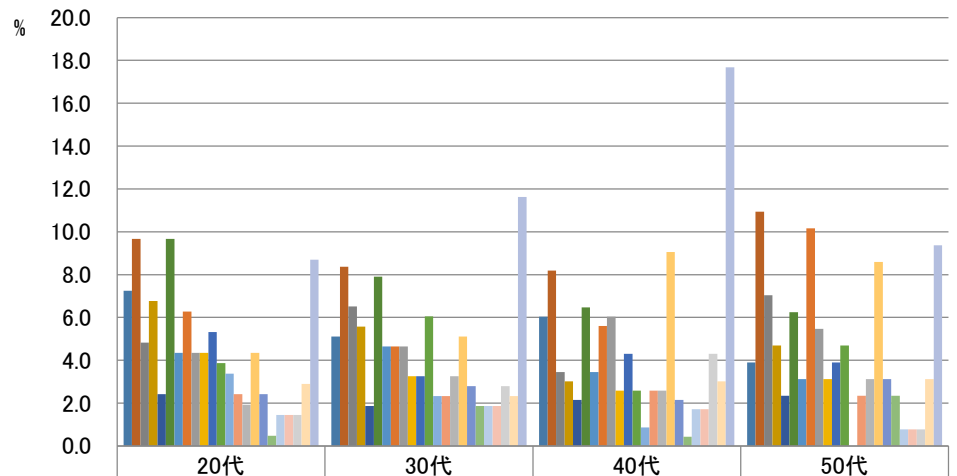


【日本ブランド使用経験】n=250

日本ブランドの使用状況について、約4割が「日本ブランドは使用したことがない/日本のブランドかどうか分からない」と回答している。使用経験のある日本ブランドのアイテムは、1位「洗顔料」28.4%、2位「パック」24.0%、3位「シャンプー」20.8%である。

年代別では、20代1位「洗顔料」および「パック」9.7%、次いで「(化粧品)石けん」7.2%、30代1位「洗顔料」8.4%、2位「パック」7.9%、3位「(化粧品)石けん」6.5%、40代1位「洗顔料」8.2%、2位「パック」6.5%、3位「(化粧品)石けん」6%、50代1位「洗顔料」10.9%、2位は「おしろい・パウダー」10.2%、3位が「シャンプー」8.6%である。



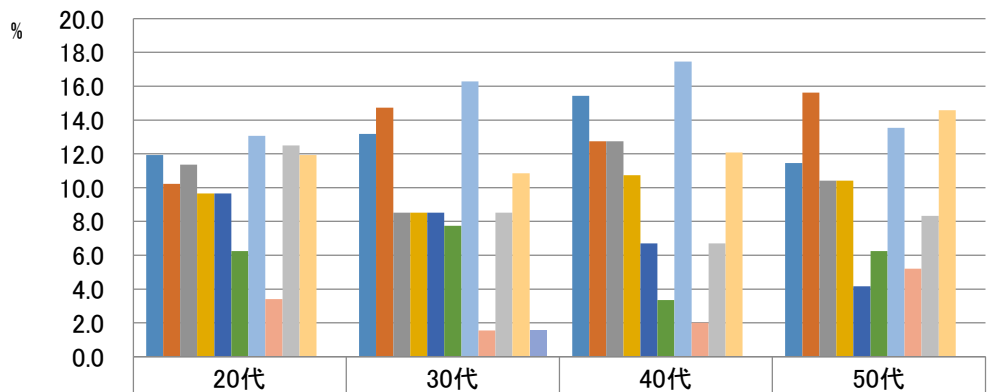
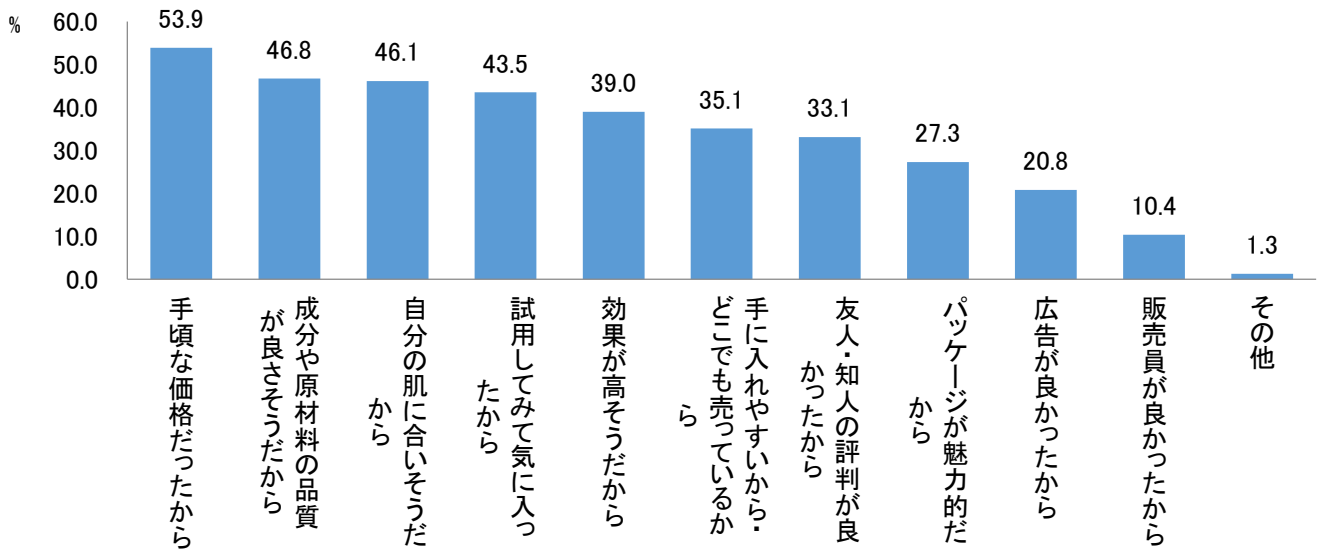


	20代	30代	40代	50代
■(化粧品)石けん	7.2	5.1	6.0	3.9
■洗顔料	9.7	8.4	8.2	10.9
■クリーム・乳液	4.8	6.5	3.4	7.0
■化粧水・オーデコロン	6.8	5.6	3.0	4.7
■ベビーオイル・化粧油	2.4	1.9	2.2	2.3
■パック	9.7	7.9	6.5	6.3
■美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	4.3	4.7	3.4	3.1
■おしろい・パウダー	6.3	4.7	5.6	10.2
■ファンデーション	4.3	4.7	6.0	5.5
■ほお紅・眉墨	4.3	3.3	2.6	3.1
■アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	5.3	3.3	4.3	3.9
■口紅・リップクリーム	3.9	6.0	2.6	4.7
■ネイルカラー・マニキュア	3.4	2.3	0.9	0.0
■香水	2.4	2.3	2.6	2.3
■日焼け・日焼け止め化粧品	1.9	3.3	2.6	3.1
■シャンプー	4.3	5.1	9.1	8.6
■リンス	2.4	2.8	2.2	3.1
■染毛料	0.5	1.9	0.4	2.3
■整髪料	1.4	1.9	1.7	0.8
■シェービングローション	1.4	1.9	1.7	0.8
■歯磨き粉	1.4	2.8	4.3	0.8
■入浴剤	2.9	2.3	3.0	3.1
■日本ブランドは使用したことがない/日本のブランドかどうかわからない	8.7	11.6	17.7	9.4

【日本ブランドを使用した理由】

日本ブランド使用について、各年代とも「価格」が理由の第1位となっている。次いで「成分や原材料の品質が良さそうだから」、「自分の肌に合いそうだから」、「試用してみて気に入ったから」と続いた。年代別の大きな違いはないが、50代では「広告が良かったから」という理由が1位であった。

日本ブランドを使用した理由(Q17)

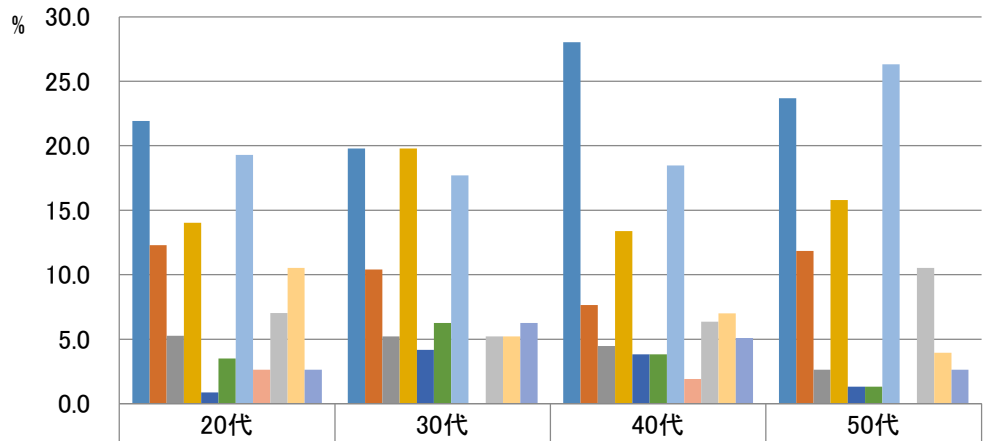
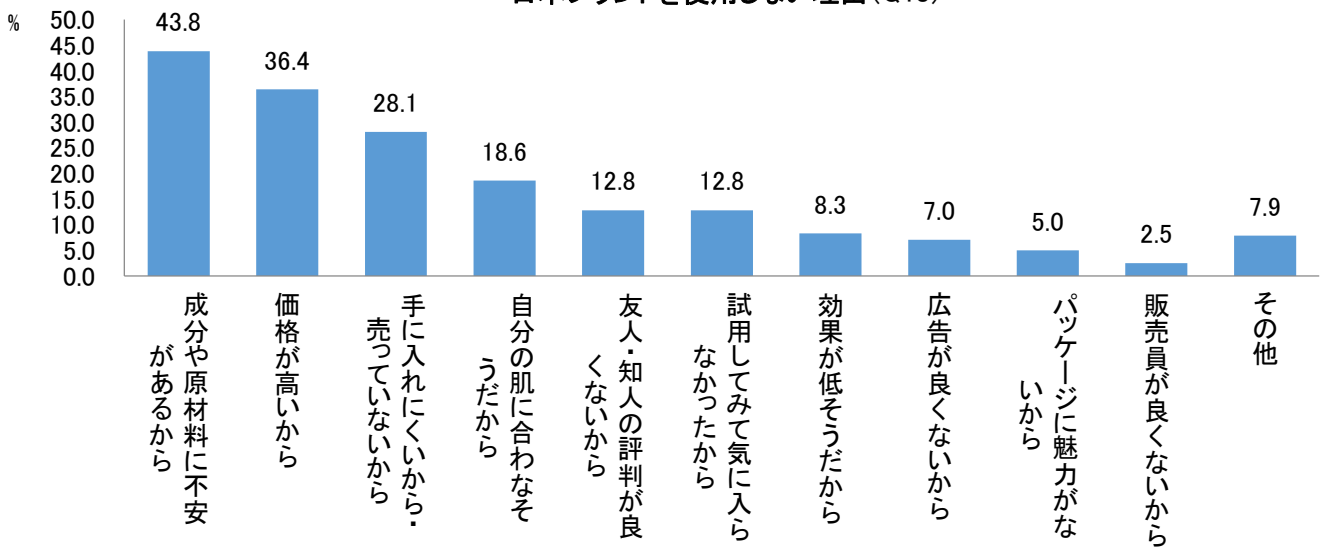


■ 手に入れやすいから・どこでも売っているから	11.9	13.2	15.4	11.5
■ 広告が良かったから	10.2	14.7	12.8	15.6
■ 手頃な価格だったから	11.4	8.5	12.8	10.4
■ 販売員が良かったから	9.7	8.5	10.7	10.4
■ 成分や原材料の品質が良さそうだから	9.7	8.5	6.7	4.2
■ 友人・知人の評判が良かったから	6.3	7.8	3.4	6.3
■ 試用してみて気に入ったから	13.1	16.3	17.4	13.5
■ 効果が高そうだから	3.4	1.6	2.0	5.2
■ 自分の肌に合いそうだから	12.5	8.5	6.7	8.3
■ パッケージが魅力的だから	11.9	10.9	12.1	14.6
■ その他	0.0	1.6	0.0	0.0

【日本ブランドを使用しない理由】n=242

日本ブランドを使用しない理由については、1位「成分や原材料に不安があるから」43.8%、2位「価格が高いから」36.4%、3位「手に入れにくいから・売っていないから」28.1%という結果であった。

日本ブランドを使用しない理由(Q18)

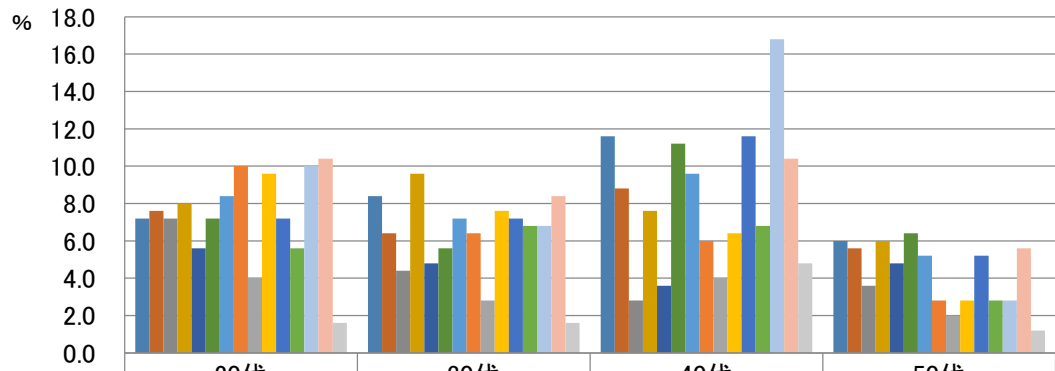
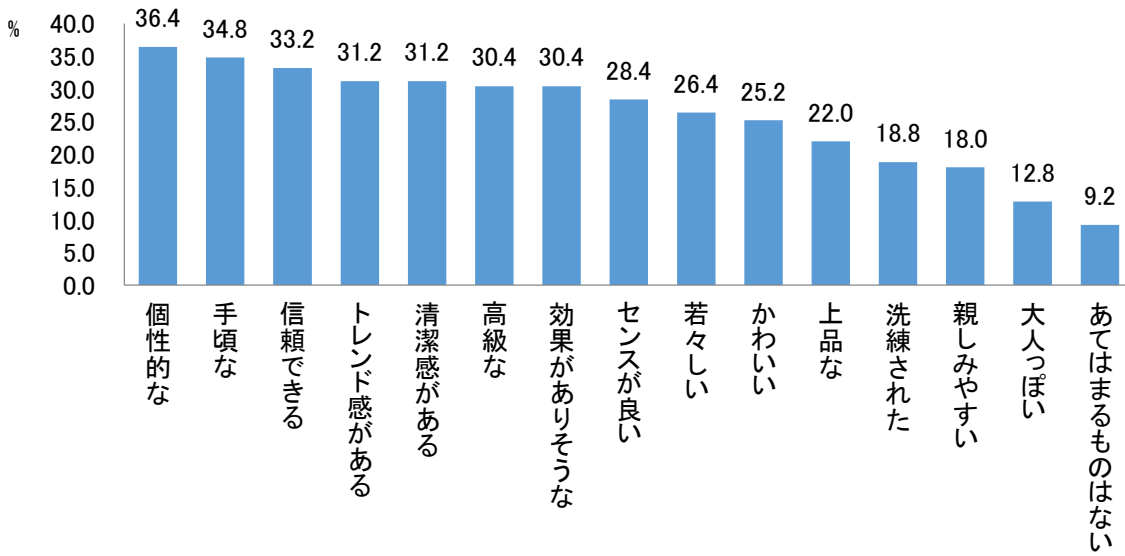


理由	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代 (%)
成分や原材料に不安があるから	21.9	19.8	28.0	23.7
自分の肌に合わなそうだから	12.3	10.4	7.6	11.8
効果が低そうだから	5.3	5.2	4.5	2.6
手に入れにくいから・売っていないから	14.0	19.8	13.4	15.8
パッケージに魅力がないから	0.9	4.2	3.8	1.3
広告が良くないから	3.5	6.3	3.8	1.3
価格が高いから	19.3	17.7	18.5	26.3
販売員が良くないから	2.6	0.0	1.9	0.0
友人・知人の評判が良くないから	7.0	5.2	6.4	10.5
試用してみても気に入らなかったから	10.5	5.2	7.0	3.9
その他	2.6	6.3	5.1	2.6

【日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ】n=250

日本ブランドのイメージについては、1位「個性的な」36.4%、2位「手頃な」34.8%、3位「信頼できる」33.2%と続いた。年代別では、20代で最も回答が多かったのが、「手頃な」、「かわいい」、「個性的な」、30代では「トレンド感がある」、40代「個性的な」、50代は「高級な」である。

日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ(Q19)



■ 信頼できる	7.2	8.4	11.6	6.0
■ センスが良い	7.6	6.4	8.8	5.6
■ 親しみやすい	7.2	4.4	2.8	3.6
■トレンド感がある	8.0	9.6	7.6	6.0
■ 洗練された	5.6	4.8	3.6	4.8
■ 高級な	7.2	5.6	11.2	6.4
■ 効果がありそうな	8.4	7.2	9.6	5.2
■ かわいい	10.0	6.4	6.0	2.8
■ 大人っぽい	4.0	2.8	4.0	2.0
■ 若々しい	9.6	7.6	6.4	2.8
■ 清潔感がある	7.2	7.2	11.6	5.2
■ 上品な	5.6	6.8	6.8	2.8
■ 個性的な	10.0	6.8	16.8	2.8
■ 手頃な	10.4	8.4	10.4	5.6
■ あてはまるものはない	1.6	1.6	4.8	1.2

【現在使用中のブランド(スキンケア化粧品/ メイクアップ化粧品/ シャンプー・リンス)】n=250

(1) スキンケア化粧品

現在使用しているスキンケア化粧品のブランドは、20代1位「Safi」19%、2位「GARNIER」7%および「NIVEA」7%、30代1位「Safi」9.5%、2位「KOSE」4.7%、3位「Hada Labo」3.1%、40代1位「Safi」14.7%、2位「Olay」5.6%、3位(3.4%)は「GARNIER」、「NIVEA」、「SK II」。50代1位は「SHISEIDO」36%、2位「Safi」11.1%、3位「Olay」8.3%。

日本のブランド「SHISEIDO」を使用している人のおよそ8割は50代の高収入層(世帯月収6,000 RM以上)であった。



GARNIER(写真左)



Safi Rania Gold(写真右)



Safi Balqis

(2) メイクアップ化粧品

メイクアップ化粧品ブランドは、20代1位「Maybelline」25.8%、2位「AVON」9.7%、3位「Silky Girl」8.1%、30代1位「Maybelline」16.1%、2位「AVON」9.7%、3位「MAC」8.1%、40代1位「Maybelline」17%、2位「AVON」13.6%、3位(8%)「Safi」および「SHISEIDO」、50代1位「SHISEIDO」25%、2位「L' Oreal」11.1%、「AVON」8.3%。

(3) シャンプー・リンス

シャンプー・リンスのブランドは、20代1位「Sunsilk」21%、2位「Rejoice」12.9%、3位「Pantene」11.3%、30代1位「Head & Shoulders」11.3%、2位(9.7%)は「Dove」、「Pantene」、「Safi」、「Sunsilk」、40代1位「Safi」15.9%、2位「Head & Shoulders」12.5%、3位「Pantene」9.1%。50代1位は「Sunsilk」16.7%、2位(8.3%)「Dove」、「Head & Shoulders」、「Kao」、「Pantene」であった。



Sunsilk(写真左)

Head & Shoulders(写真右)



Rejoice

【化粧品・トイレタリー製品月間購入金額(スキンケア化粧品/メイクアップ化粧品/シャンプー・リンス)】

(1) スキンケア化粧品

スキンケア化粧品の月購入価格の平均値は、全体で80.9RMであった。年代別の平均値は、20代49.4RM、30代78RM、40代78.7RM、50代146.3RM。収入別の平均値は、低収入層(2,999 RM以下)47.3RM、中収入層(3,000 - 5,999 RM)80.7RM、高収入層(6,000 RM以上)114.7RMである。

スキンケア化粧品		該当数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
全体		250	0	1000	80.88	116.15
年齢	20-29 歳	63	0	250	49.40	46.31
	30-39 歳	63	0	500	77.95	104.01
	40-49 歳	88	0	1000	78.73	128.29
	50-59 歳	36	0	700	146.33	160.87
収入層	低収入層(2,999 RM以下)	80	0	500	47.25	70.71
	中収入層(3,000 - 5,999 RM)	84	0	500	80.70	90.23
	高収入層(6,000 RM以上)	79	0	1000	114.65	161.56

※0: 自分で購入していない

(2) メイクアップ化粧品

メイクアップ化粧品の月購入価格の平均値は、全体で69.8RMであった。年代別の平均値は、20代55.1RM、30代59.2RM、40代72.5RM、50代107.5RM。収入別の平均値は、低収入層37.7RM、中収入層75RM、高収入層98.9RMである。

%

メイクアップ化粧品		該当数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
全 体		250	0	800	69.81	88.30
年 齢	20-29 歳	63	0	250	55.13	51.64
	30-39 歳	63	0	300	59.17	64.59
	40-49 歳	88	0	800	72.52	104.06
	50-59 歳	36	0	500	107.50	119.84
収 入 層	低収入層(2,999 RM 以下)	80	0	200	37.70	37.55
	中収入層(3,000 - 5,999 RM)	84	0	500	75.02	81.30
	高収入層(6,000 RM 以上)	79	0	800	98.92	119.28

(3) シャンプー・リンス

シャンプー・リンス化粧品の月購入価格の平均値は、全体で54.5RMであった。年代別の平均値は、20代51.8RM、30代52RM、40代50.3RM、50代73.5RM。収入別の平均値は、低収入層41RM、中収入層61.9RM、高収入層62.5RMである。

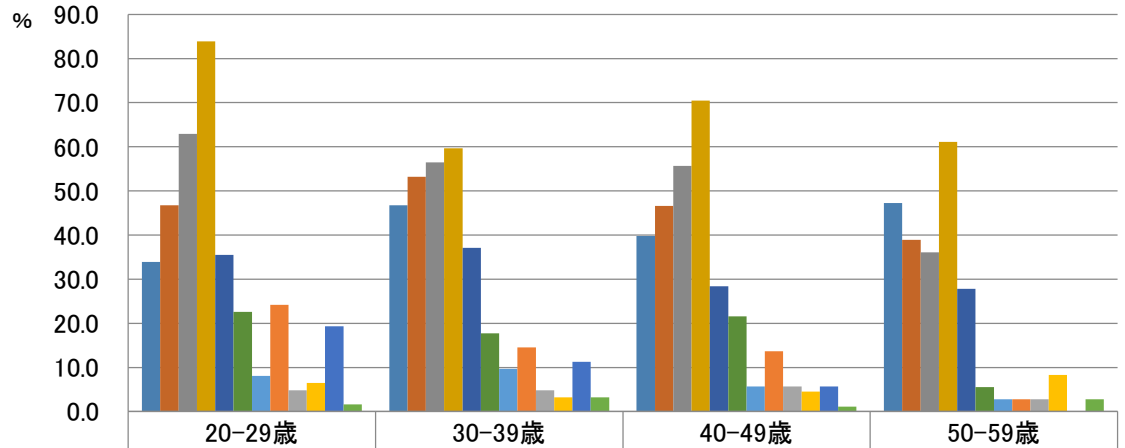
%

シャンプー・リンス		該当数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
全 体		250	0	350	54.47	54.60
年 齢	20-29 歳	63	0	300	51.83	50.52
	30-39 歳	63	0	300	52.06	54.38
	40-49 歳	88	0	350	50.30	49.31
	50-59 歳	36	0	300	73.50	70.44
収 入 層	低収入層(2,999 RM 以下)	80	0	200	41.01	43.01
	中収入層(3,000 - 5,999 RM)	84	0	350	61.85	59.65
	高収入層(6,000 RM 以上)	79	0	300	62.47	58.30

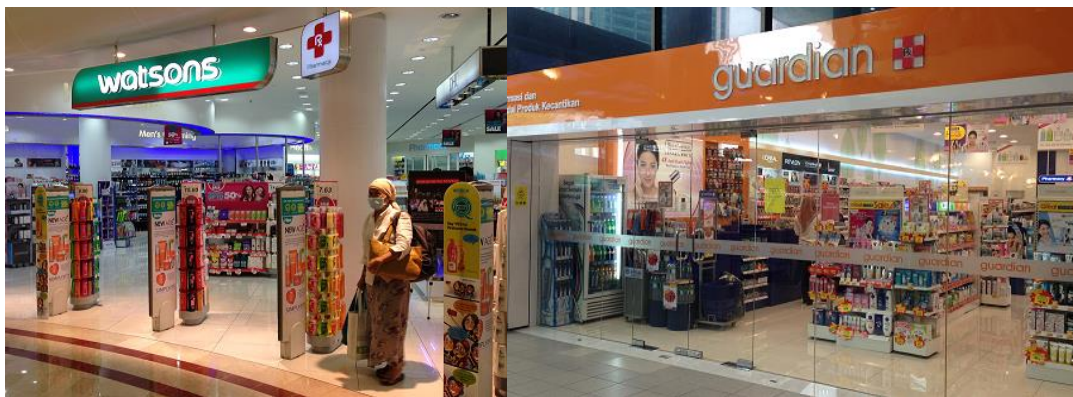
【化粧品購入チャネル】n=248

化粧品を購入するチャネルの上位は、1位「薬局」69.8%、2位「スーパーマーケット」54.8%、3位「ハイパーマーケット」47.2%であった。

年代別では、20代、30代、40代とも1位「薬局」、2位「スーパーマーケット」、3位「ハイパーマーケット」であり、20代の8割以上が「薬局」で購入していることがわかった。また、50代1位「薬局」61.1%、2位は「百貨店」47.2%、3位「ハイパーマーケット」38.9%と、50代は百貨店ででの購入がスーパーマーケットを上回っている。



■百貨店	33.9	46.8	39.8	47.2
■ハイパーマーケット	46.8	53.2	46.6	38.9
■スーパーマーケット	62.9	56.5	55.7	36.1
■薬局	83.9	59.7	70.5	61.1
■化粧品専門店	35.5	37.1	28.4	27.8
■ブランド専門店・直営店	22.6	17.7	21.6	5.6
■雑貨店	8.1	9.7	5.7	2.8
■通信販売	24.2	14.5	13.6	2.8
■訪問販売	4.8	4.8	5.7	2.8
■海外・免税品店	6.5	3.2	4.5	8.3
■エステサロン・スパ	19.4	11.3	5.7	0.0
■その他	1.6	3.2	1.1	2.8



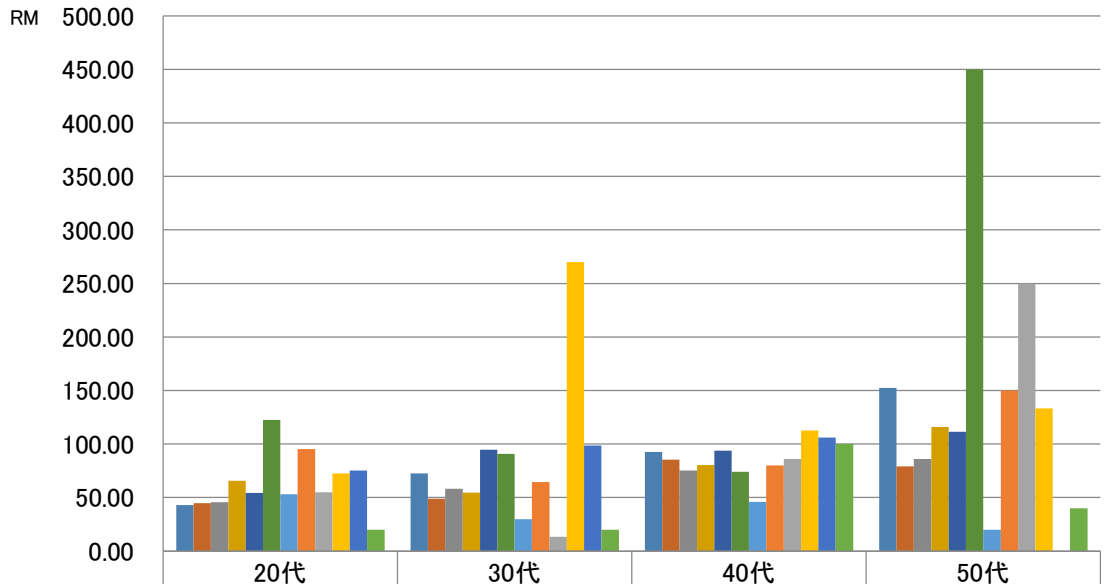
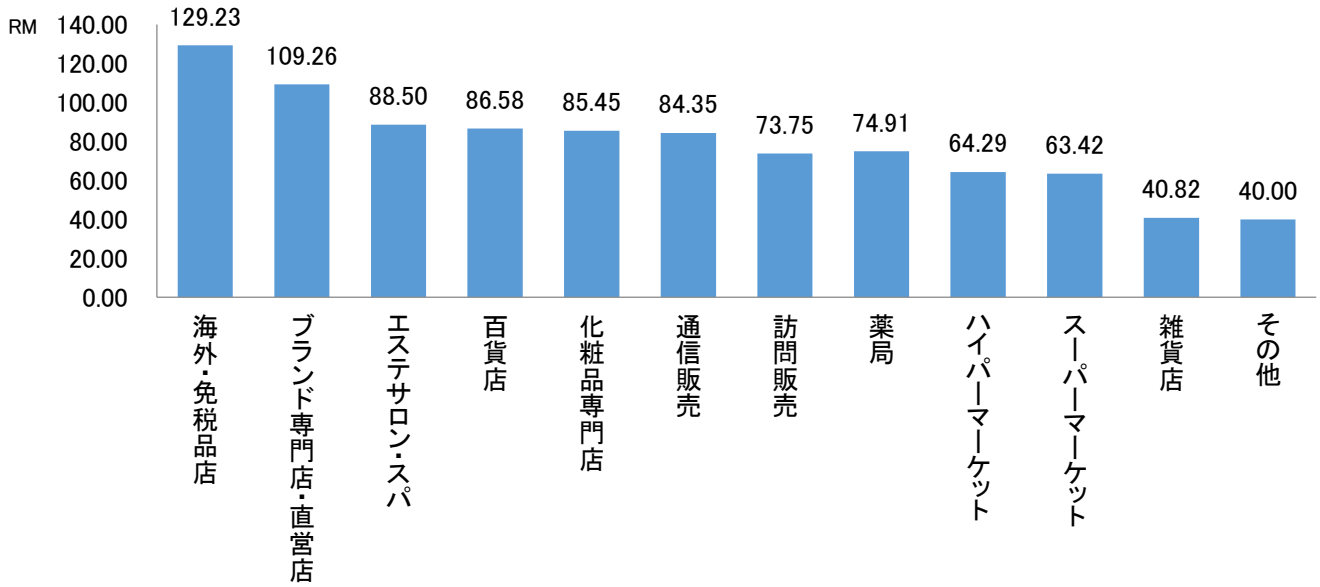
マレーシアで一般的な「薬局」である Watsons (写真左) と Guardian (写真右) の店舗

【化粧品購入チャネル別月間購入金額】

購入チャネル別購入額は、回答者全体の平均値が高い順に、「海外・免税品店」129. 2RM、「ブランド専門店・直営店」109. 3RM、「エステサロン・スパ」88. 5RM。化粧品購入チャネルの上位、「薬局」は 74. 9RM、「スーパーマーケット」63. 4RM、「ハイパーマーケット」64. 3RM であった。

購入額平均値が最も高いチャネルを年代別にみると、20代は「ブランド専門店・直営店」122. 6RM、30代「海外・免税品店」270RM、40代「海外・免税品店」112. 5RM、50代「ブランド専門店・直営店」450RM であった。

化粧品購入チャネル別月間購入金額(Q23)



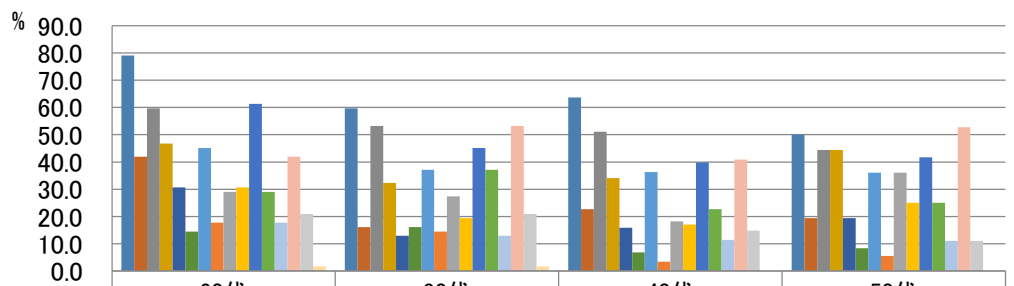
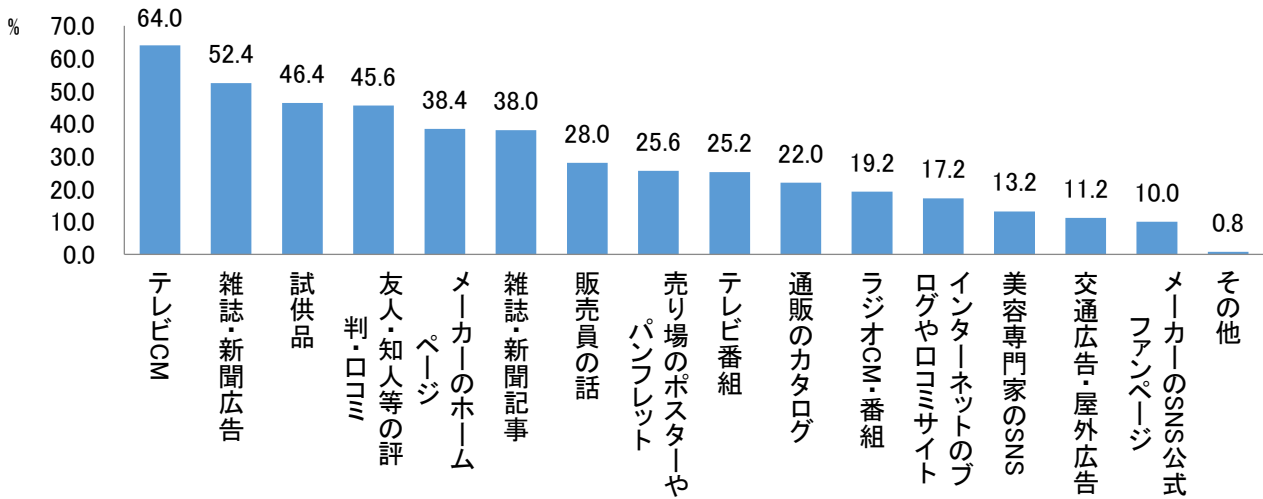
購入チャネル	20代	30代	40代	50代
百貨店	43.10	72.41	92.46	152.35
ハイパーマーケット	44.62	48.85	85.51	79.29
スーパーマーケット	45.51	58.26	75.33	86.15
薬局	65.60	54.59	80.34	115.82
化粧品専門店	54.36	94.78	93.80	111.50
ブランド専門店・直営店	122.64	90.91	74.16	450.00
雑貨店	53.00	29.83	46.00	20.00
通信販売	95.40	64.44	80.00	150.00
訪問販売	55.00	13.33	86.00	250.00
海外・免税品店	72.50	270.00	112.50	133.33
エステサロン・スパ	75.33	98.57	106.00	0.00
その他	20.00	20.00	100.00	40.00

【化粧品情報源】n=250

化粧品について参考にする情報源は、1位「テレビCM」64%、2位「雑誌・新聞広告」52.4%、3位「試供品」46.4%であった。

年代別では、20代が他の年代と比較して「テレビ番組」41.9%および「CM・番組」30.6%の割合が高い。また、「メーカーのSNS公式ファンページ」は、40代と50代を合わせて9%に対し、20代は17.7%、30代は14.5%という結果となった。

化粧品情報源(Q24)



情報源	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代 (%)
テレビCM	79.0	59.7	63.6	50.0
テレビ番組	41.9	16.1	22.7	19.4
雑誌・新聞広告	59.7	53.2	51.1	44.4
雑誌・新聞記事	46.8	32.3	34.1	44.4
ラジオCM・番組	30.6	12.9	15.9	19.4
交通広告・屋外広告	14.5	16.1	6.8	8.3
メーカーのホームページ	45.2	37.1	36.4	36.1
メーカーのSNS公式ファンページ	17.7	14.5	3.4	5.6
売り場のポスターやパンフレット	29.0	27.4	18.2	36.1
通販のカタログ	30.6	19.4	17.0	25.0
試供品	61.3	45.2	39.8	41.7
販売員の話	29.0	37.1	22.7	25.0
美容専門家のSNS	17.7	12.9	11.4	11.1
友人・知人等の評判・口コミ	41.9	53.2	40.9	52.8
インターネットのブログや口コミサイト	21.0	21.0	14.8	11.1
その他	1.6	1.6	0.0	0.0

【メイクアップの参考にしている有名人・セレブリティ】n=250

有名人・セレブリティについて、メイクの参考にしている人はいないという回答が最も多かったが、各年代で Siti Nurhaliza 氏に票が集まった(回答数 64)。続いて 20 代、30 代で Nur Fazura 氏(11)、40 代 Rozita Che Wan 氏(8)、50 代 Erra Fazira 氏(3)であった。



Siti Nurhaliza

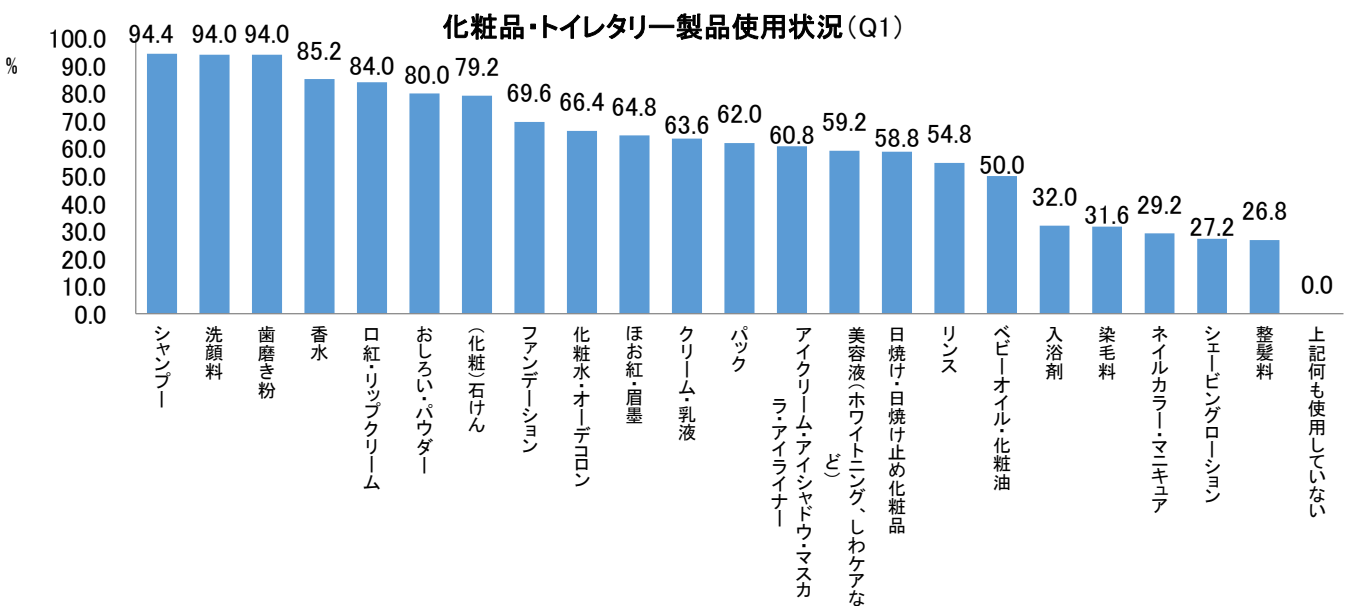
②ムスリム女性訪日観光客に対する調査

【化粧品・トイレタリー製品使用状況】n=250

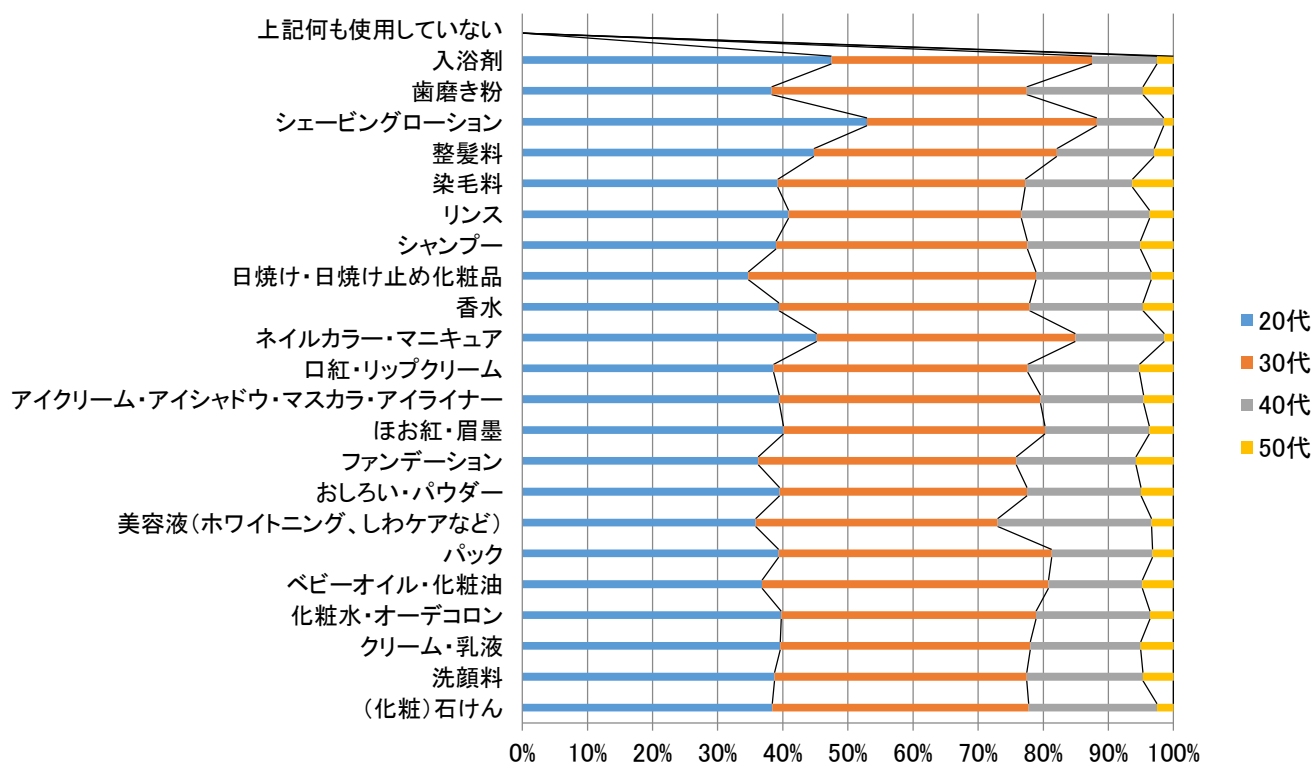
化粧品・トイレタリー製品の使用状況について、「何も使用していない」回答者は 0 であり、最も使用されているアイテムは「シャンプー」94.4%であった。次いで「洗顔料」94.0%、「歯磨き粉」94.0%、「香水」85.2%、「口紅・リップクリーム」84.0%と続く。

年齢別にみると、20代で最も回答が多かったのは1位「シャンプー」96.8%、30代「歯磨き粉」92.9%、40代「歯磨き粉」および「洗顔料」95.5%、50代は「シャンプー」100% (n=12)であった。

アイテム使用者の年齢による需要について大きな違いはみられないが、「ネイルカラー・マニキュア」の使用者は 20 代、30 代の割合が高く、40 代、50 代の割合が少ない。



アイテム使用者の年齢の割合(Q1)

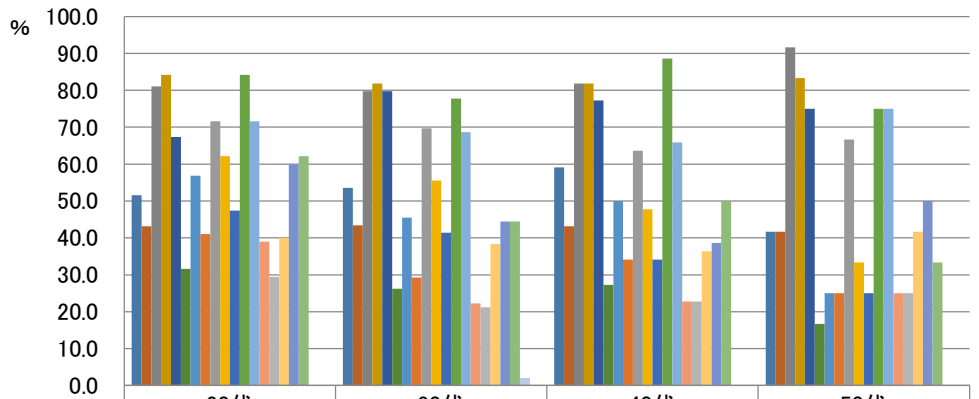


【化粧品・トイレタリー製品購入時重視点】n=250

化粧品購入時に決め手となる条件について、全体では、1位「肌への優しさ」82.8%、2位「価格」82%、3位「使い心地」81.2%となった。

年代別では、20代1位(84.2%)「肌への優しさ」および「価格」、3位「使い心地」81.1%、30代1位は「肌への優しさ」81.8%、2位(79.8%)「使い心地」および「香りの良さ」であり、40代1位は「価格」88.6%、2位(81.8%)「使い心地」および「肌への優しさ」、50代1位は「使い心地」91.7%、2位「肌への優しさ」83.3%、3位(75%)「香りの良さ」、「価格」および「メーカー・ブランド」である。

調査①では2位であった「ハラルロゴの有無」は6位(69.2%)となった。



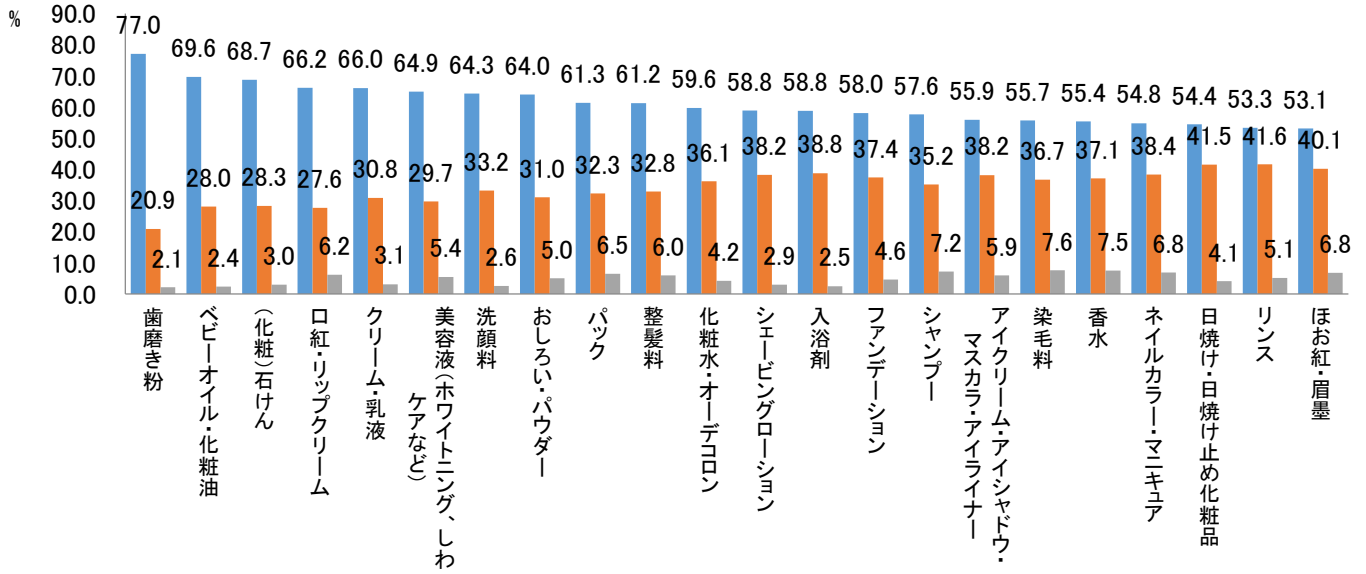
	20代	30代	40代	50代
■ 日焼け止め効果	51.6	53.5	59.1	41.7
■ 美白効果	43.2	43.4	43.2	41.7
■ 使い心地	81.1	79.8	81.8	91.7
■ 肌への優しさ	84.2	81.8	81.8	83.3
■ 香りの良さ	67.4	79.8	77.3	75.0
■ 色のバリエーションの豊富さ	31.6	26.3	27.3	16.7
■ 内容量	56.8	45.5	50.0	25.0
■ パッケージデザイン	41.1	29.3	34.1	25.0
■ ハラルロゴの有無	71.6	69.7	63.6	66.7
■ 成分表示	62.1	55.6	47.7	33.3
■ 原産国	47.4	41.4	34.1	25.0
■ 価格	84.2	77.8	88.6	75.0
■ メーカー・ブランド	71.6	68.7	65.9	75.0
■ 店頭や売り場のイメージ	38.9	22.2	22.7	25.0
■ 販売員の対応	29.5	21.2	22.7	25.0
■ 広告	40.0	38.4	36.4	41.7
■ 友人・家族等の評判・口コミ	60.0	44.4	38.6	50.0
■ その商品を使ったことがあるかどうか(試してみても自分に合うかどうか)	62.1	44.4	50.0	33.3
■ その他	0.0	2.0	0.0	0.0
■ 化粧品・トイレタリー製品は自分で購入しない	0.0	0.0	0.0	0.0

【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況】

化粧品・トイレタリー製品を購入する際にハラル認証マークを気にするかどうかについて、「ハラル認証マークのあるものしか使用していない」割合が高いアイテムは、1位「歯磨き粉」77.0%、2位「ベビーオイル・化粧油」69.6%、3位「(化粧)石けん」68.7%となった。

年代別の結果から、ハラル認証マークを気にするアイテムは、20代および30代の1位が「歯磨き粉」、40代1位「染毛料」、50代1位が「ベビーオイル・化粧油」、「歯磨き粉」であった(年代別該当サンプル n=2 以下となった「パック」、「ネイルカラー・マニキュア」、「整髪料」、「シェービングローション」および「入浴剤」を除く)。

ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況 (Q3)



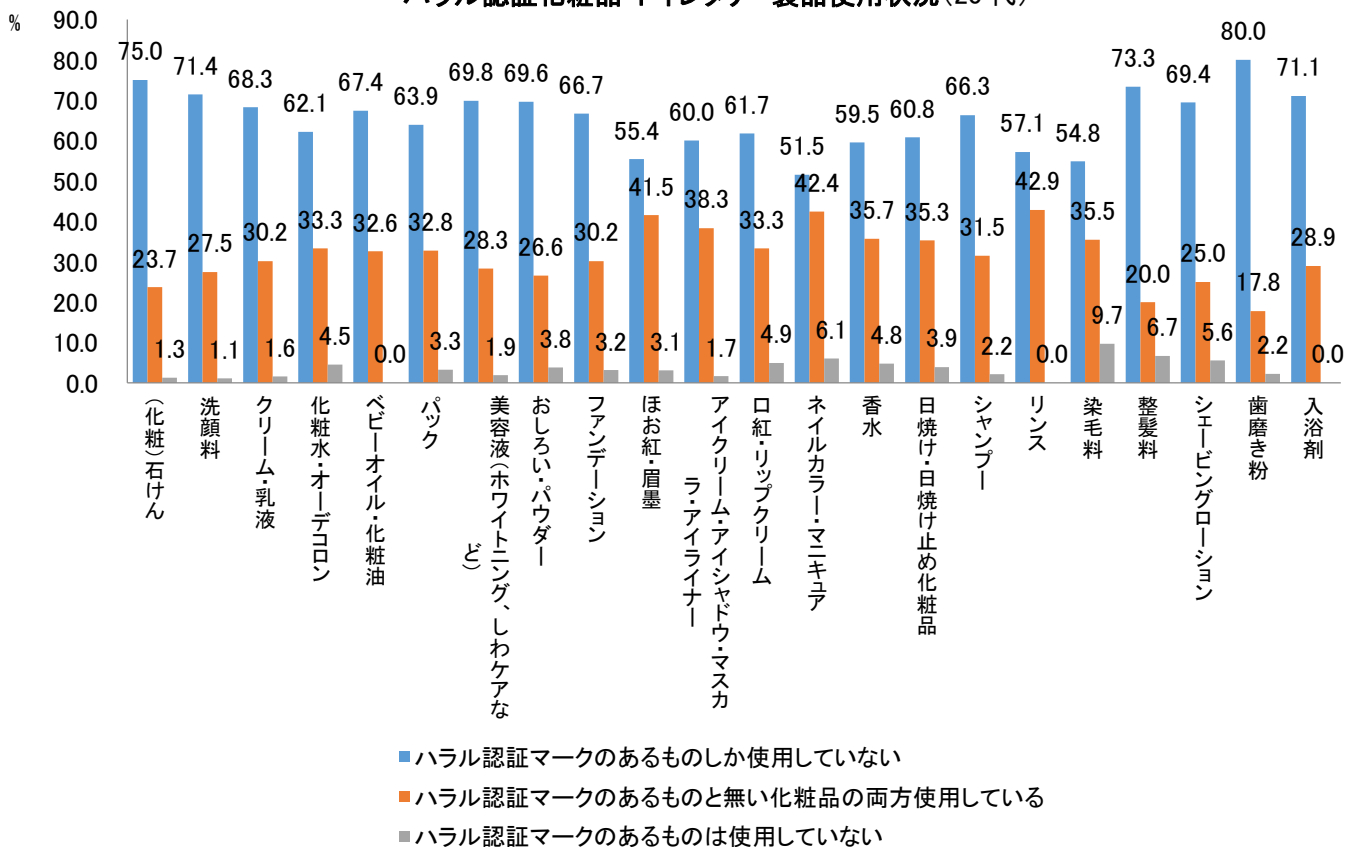
- ハラル認証マークのあるものしか使用していない
- ハラル認証マークのあるものと無い化粧品の両方使用している
- ハラル認証マークのあるものは使用していない

%

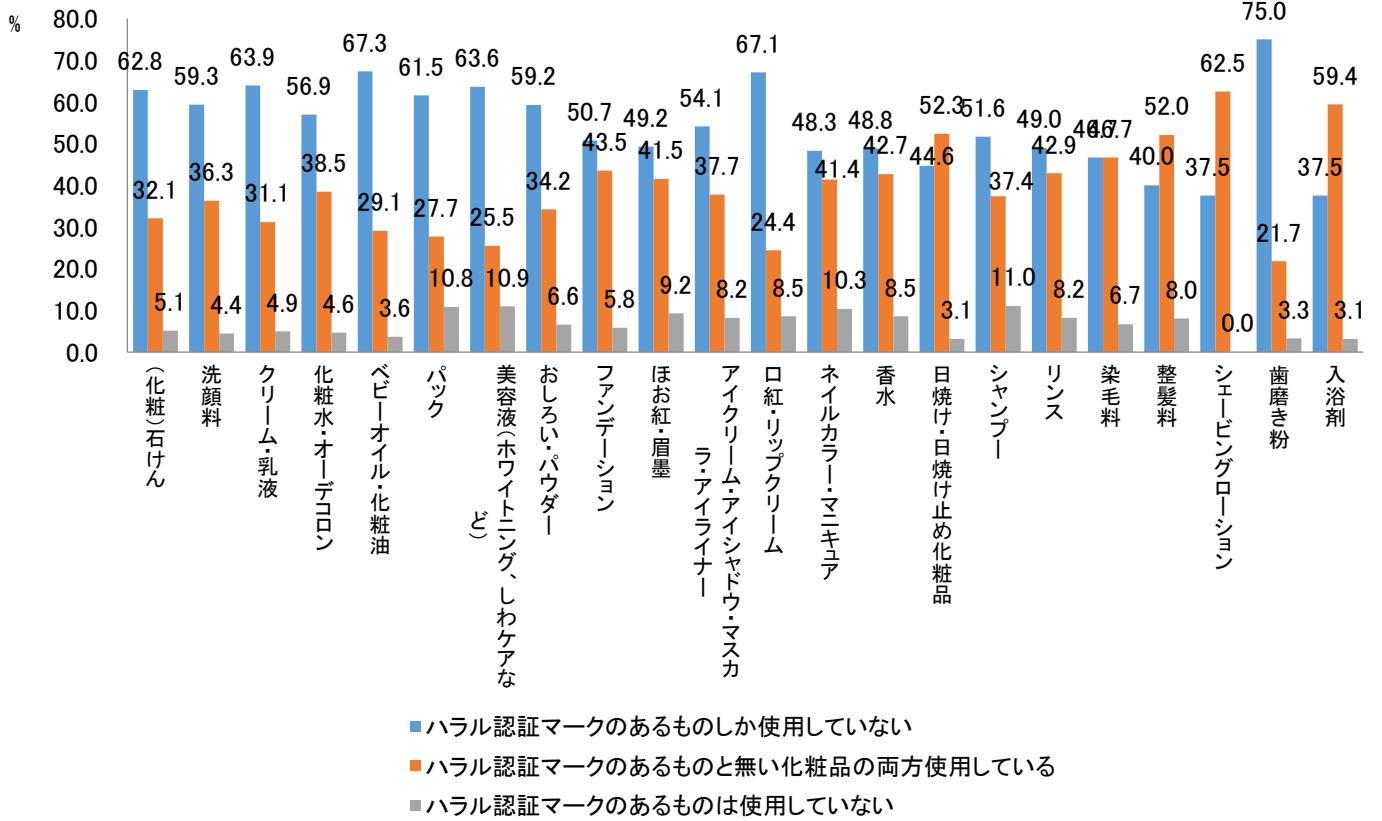
該当数	ハラル認証マークのあるものしか使用していない	ハラル認証マークのあるものと無い化粧品の両方使用している	ハラル認証マークのあるものは使用していない	
(化粧)石けん	198	68.7	28.3	3.0
洗顔料	235	64.3	33.2	2.6
クリーム・乳液	159	66.0	30.8	3.1
化粧水・オーデオロン	166	59.6	36.1	4.2
ベビーオイル・化粧油	125	69.6	28.0	2.4
パック	155	61.3	32.3	6.5
美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	148	64.9	29.7	5.4
おしろい・パウダー	200	64.0	31.0	5.0
ファンデーション	174	58.0	37.4	4.6
ほお紅・眉墨	162	53.1	40.1	6.8
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	152	55.9	38.2	5.9

口紅・リップクリーム	210	66.2	27.6	6.2
ネイルカラー・マニキュア	73	54.8	38.4	6.8
香水	213	55.4	37.1	7.5
日焼け・日焼け止め化粧品	147	54.4	41.5	4.1
シャンプー	236	57.6	35.2	7.2
リンス	137	53.3	41.6	5.1
染毛料	79	55.7	36.7	7.6
整髪料	67	61.2	32.8	6.0
シェービングローション	68	58.8	38.2	2.9
歯磨き粉	235	77.0	20.9	2.1
入浴剤	80	58.8	38.8	2.5

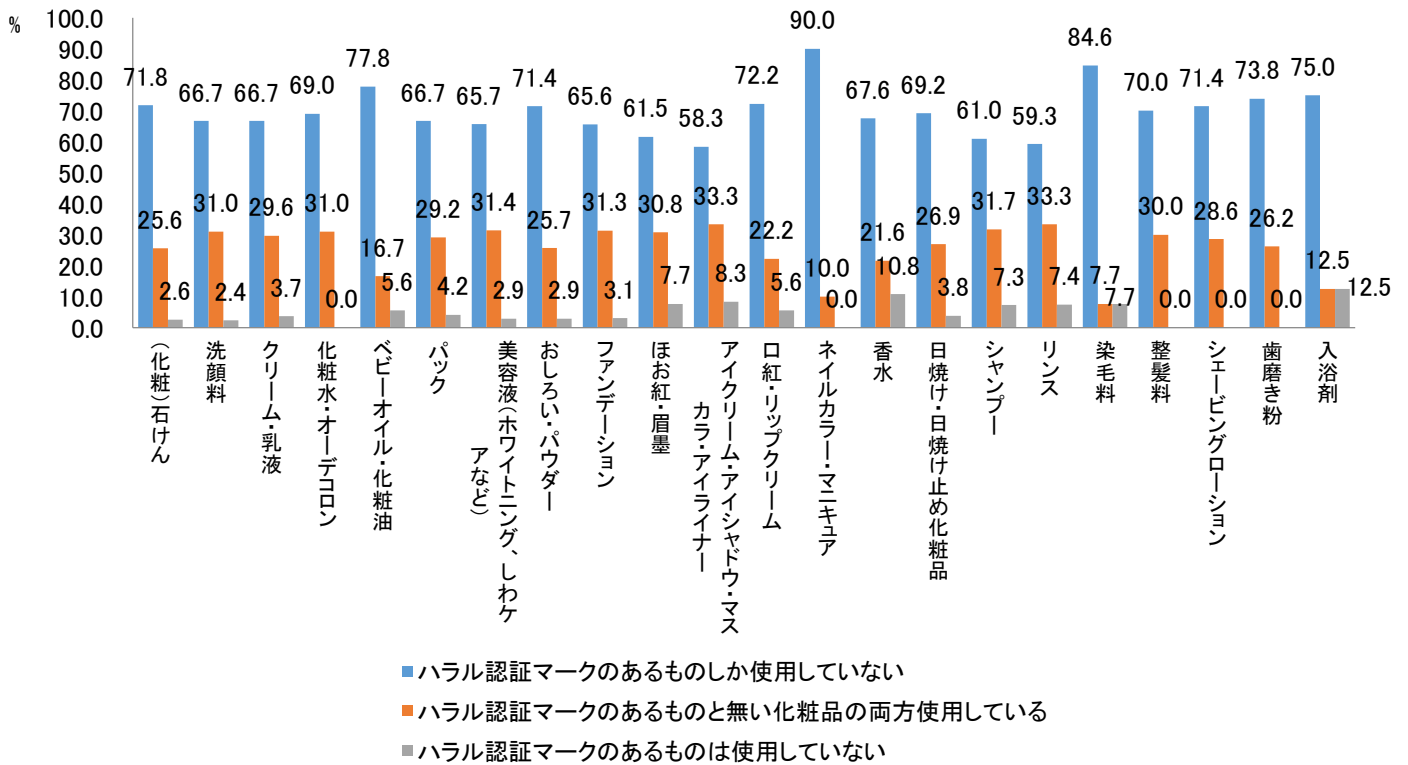
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(20代)



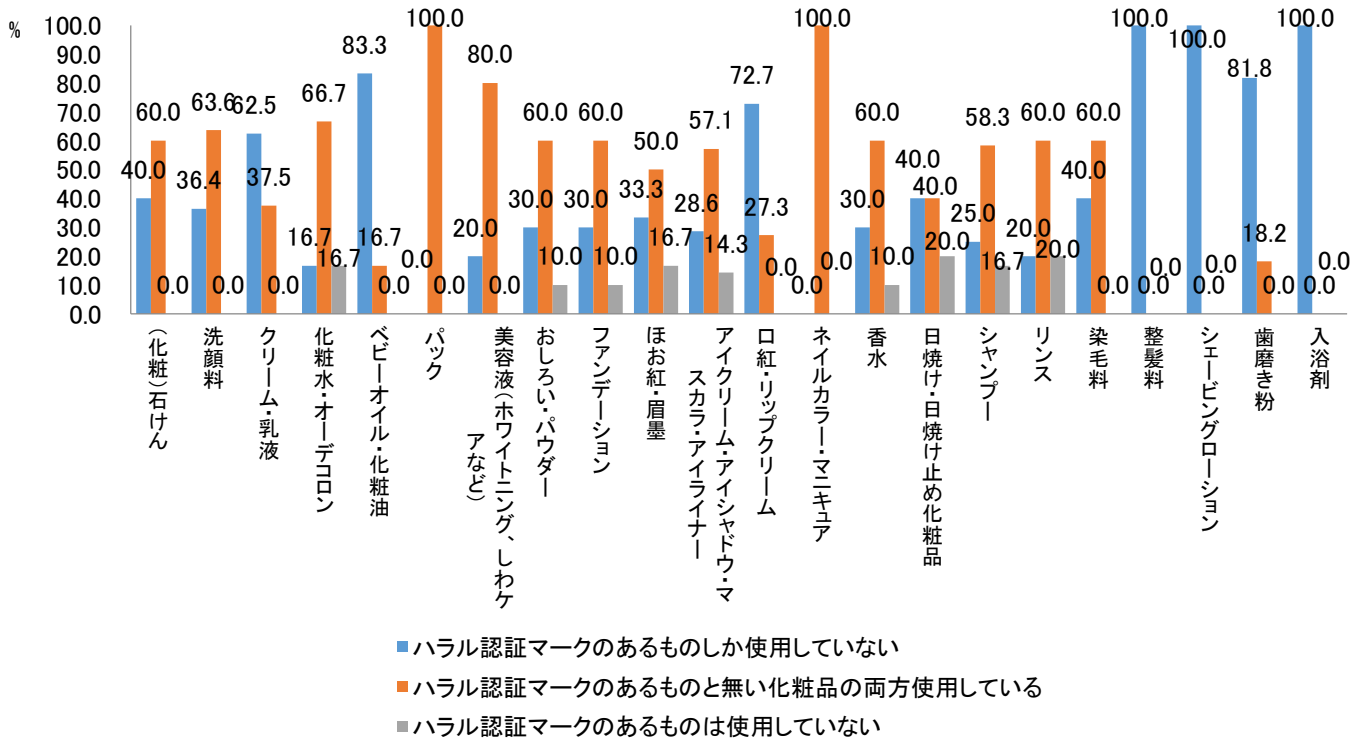
ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(30代)



ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(40代)

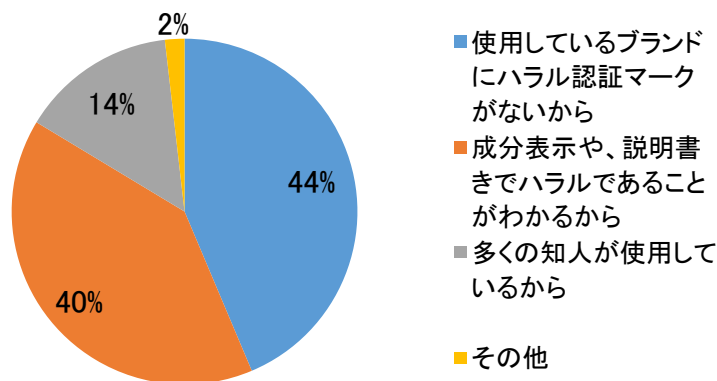


ハラル認証化粧品・トイレタリー製品使用状況(50代)



【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由】n=35

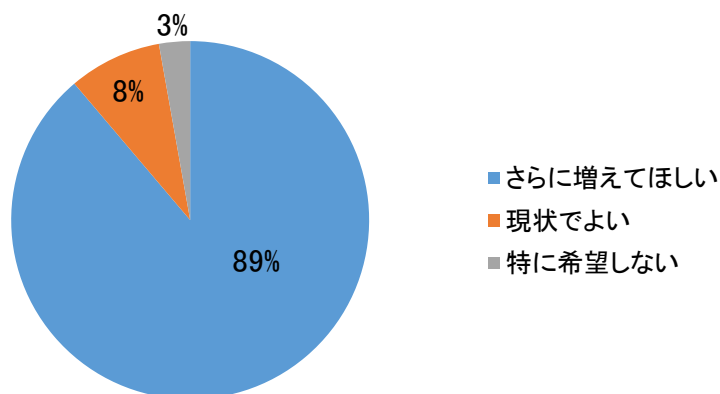
ハラル認証マークのある化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由について、「使用しているブランドにハラル認証マークがないから」が 44%、「成分表示や、説明書きでハラルであることがわかるから」40%、「多くの知人が使用しているから」が 14%であった。



【ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が旅行先で今後増えることへの希望】n=250

旅行先でハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることについては、89%が「さらに増えてほしい」と回答した。

ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が旅行先で今後増えることへの希望 (Q5)

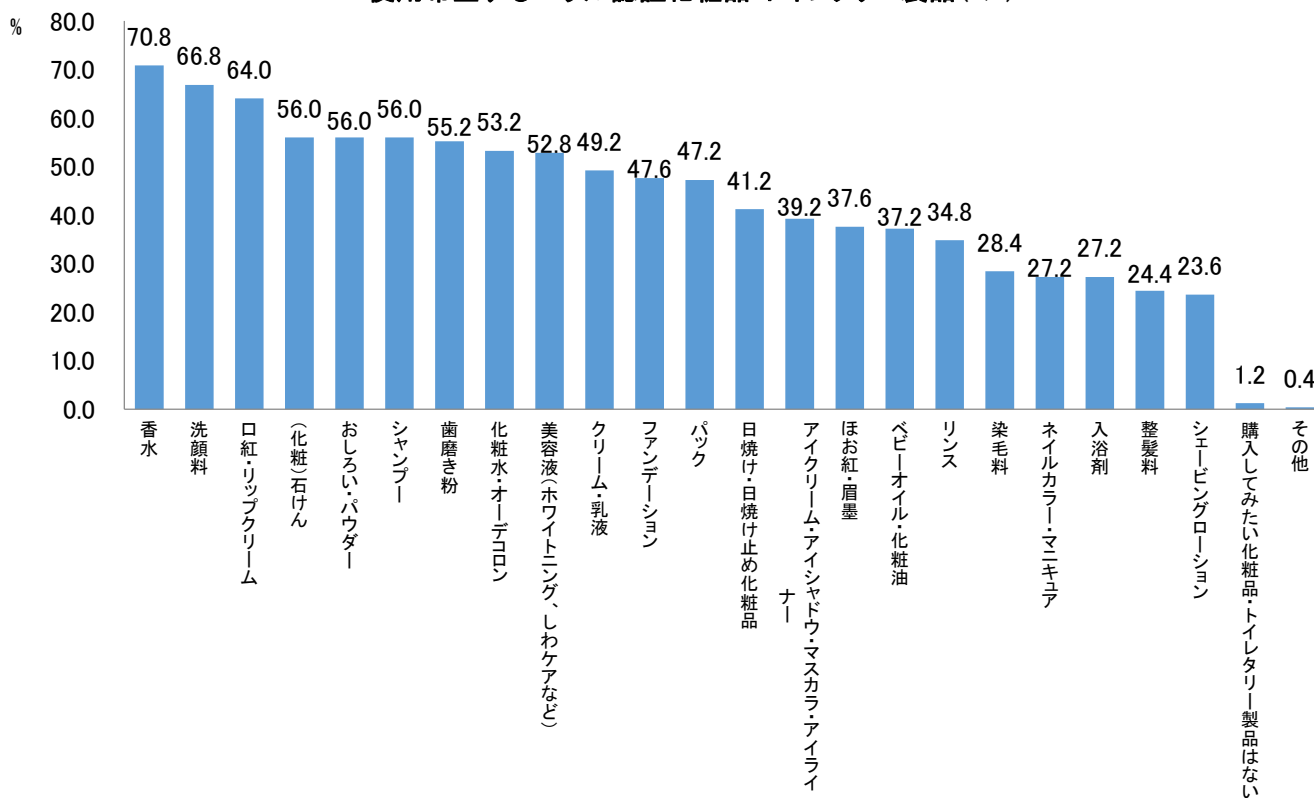


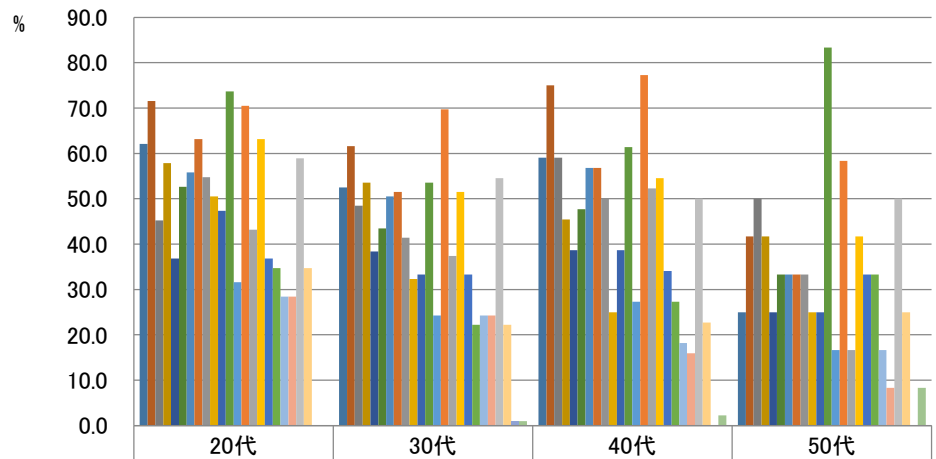
【使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品】n=250

旅行先でのハラル認証化粧品・トイレタリー製品の需要について、1位「香水」70.8%、2位「洗顔料」66.8%、3位「口紅・リップクリーム」64.0%となった。

年齢別では、20代の1位が「口紅・リップクリーム」73.7%、2位「洗顔料」71.6%、3位「香水」70.5%。30代1位は「香水」69.7%、2位「洗顔料」61.6%、3位「歯磨き粉」54.5%。40代の1位も「香水」77.3%、2位は「洗顔料」75.0%、3位が「口紅・リップクリーム」61.4%。50代の1位は「口紅・リップクリーム」83.3%、2位が「香水」58.3%、3位「クリーム・乳液」および「歯磨き粉」50.0%であった。

使用希望するハラル認証化粧品・トイレタリー製品 (Q6)



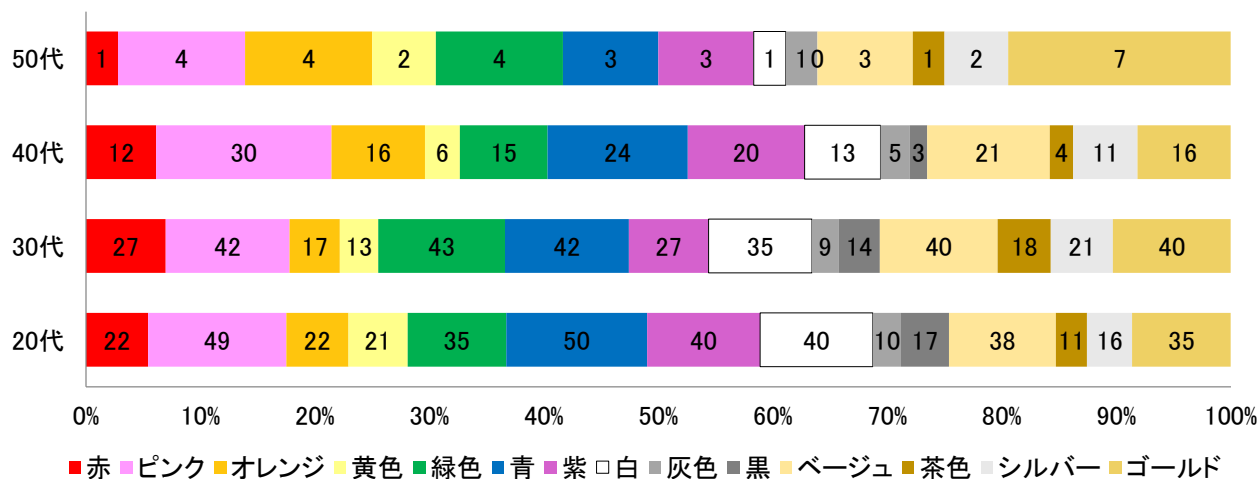
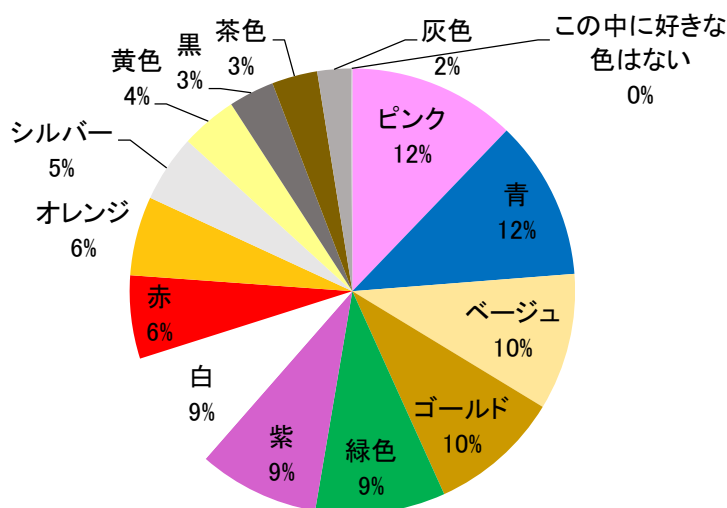


	20代	30代	40代	50代
■ (化粧)石けん	62.1	52.5	59.1	25.0
■ 洗顔料	71.6	61.6	75.0	41.7
■ クリーム・乳液	45.3	48.5	59.1	50.0
■ 化粧水・オーデコロン	57.9	53.5	45.5	41.7
■ ベビーオイル・化粧油	36.8	38.4	38.6	25.0
■ パック	52.6	43.4	47.7	33.3
■ 美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	55.8	50.5	56.8	33.3
■ おしろい・パウダー	63.2	51.5	56.8	33.3
■ ファンデーション	54.7	41.4	50.0	33.3
■ ほお紅・眉墨	50.5	32.3	25.0	25.0
■ アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	47.4	33.3	38.6	25.0
■ 口紅・リップクリーム	73.7	53.5	61.4	83.3
■ ネイルカラー・マニキュア	31.6	24.2	27.3	16.7
■ 香水	70.5	69.7	77.3	58.3
■ 日焼け・日焼け止め化粧品	43.2	37.4	52.3	16.7
■ シャンプー	63.2	51.5	54.5	41.7
■ リンス	36.8	33.3	34.1	33.3
■ 染毛料	34.7	22.2	27.3	33.3
■ 整髪料	28.4	24.2	18.2	16.7
■ シェービングローション	28.4	24.2	15.9	8.3
■ 歯磨き粉	58.9	54.5	50.0	50.0
■ 入浴剤	34.7	22.2	22.7	25.0
■ その他	0.0	1.0	0.0	0.0
■ 購入してみたい化粧品・トイレタリー製品はない	0.0	1.0	2.3	8.3

【化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色】n=250

好まれるパッケージの色について、1位が12%の「ピンク」、2位が「青」12%、3位が「ベージュ」10%となった。年代別集計をみると、50代では「ゴールド」が1位であった。

化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みの色(Q7)



【化粧品・トイレタリー製品パッケージの好みのテイスト】n=250

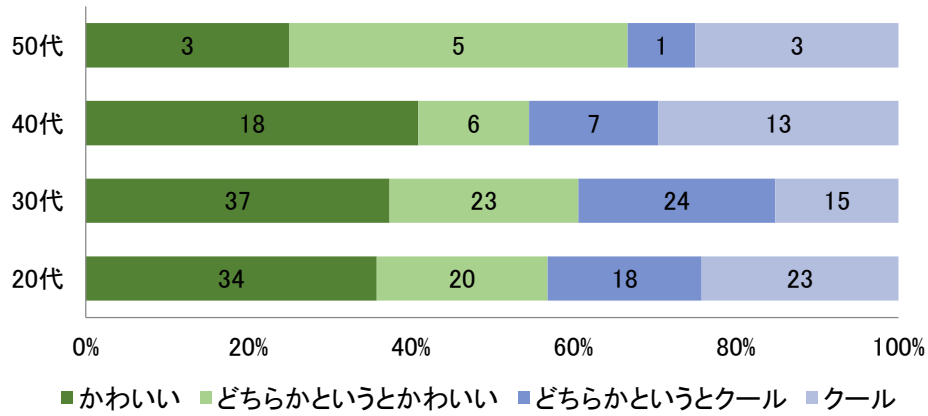
好まれるパッケージのテイストについて「かわいい」と「クール」の対比は、「かわいい」、「どちらかというとかわいい」がクールを16.8%上回った。

「シンプル」と「豪華」の対比では、「シンプル」が「ややシンプルが好き」を含めると66%となった。40代は他の年代に比べ「豪華」を好む割合が高い。

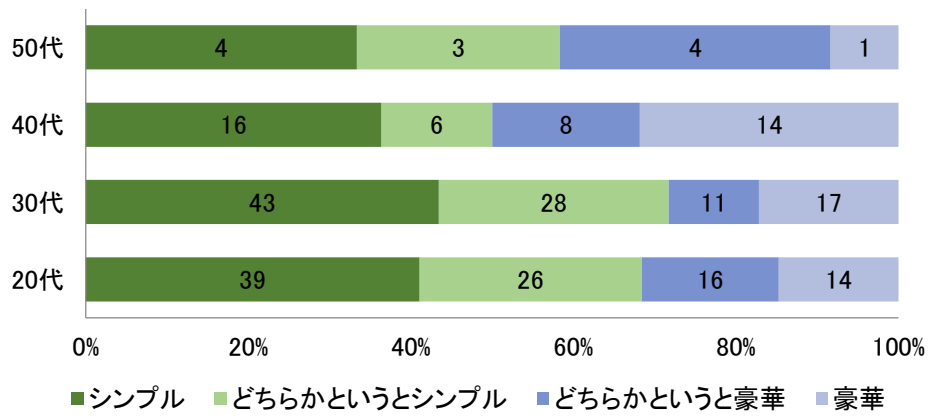
「伝統的」と「モダン」の対比は、「ややモダンが好き」を含めると57.6%となり、「伝統的」を15.2%上回った。

	該当数	Aが好き	ややAが好き	ややBが好き	Bが好き
A. かわいい B. クール	250	36.8	21.6	20.0	21.6
A. シンプル B. 豪華	250	40.8	25.2	15.6	18.4
A. 伝統的 B. モダン	250	24.4	18.0	27.2	30.4

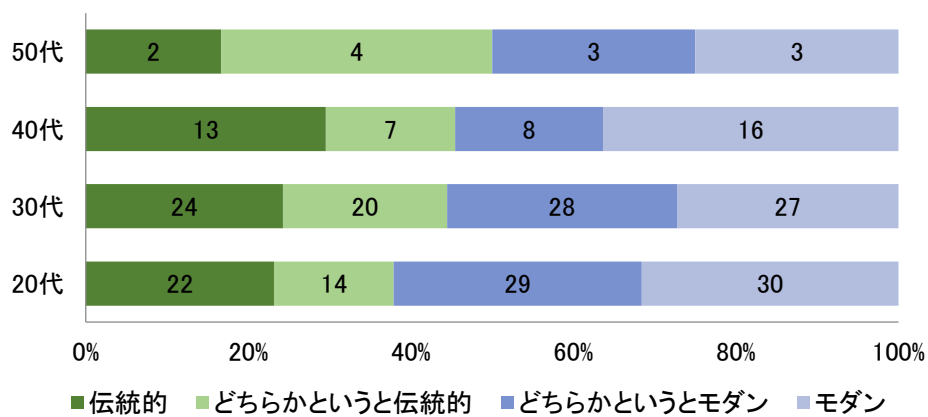
好きなパッケージデザインのテイスト(かわいい/クール)



好きなパッケージデザインのテイスト(シンプル/豪華)



好きなパッケージデザインのテイスト(伝統的/モダン)

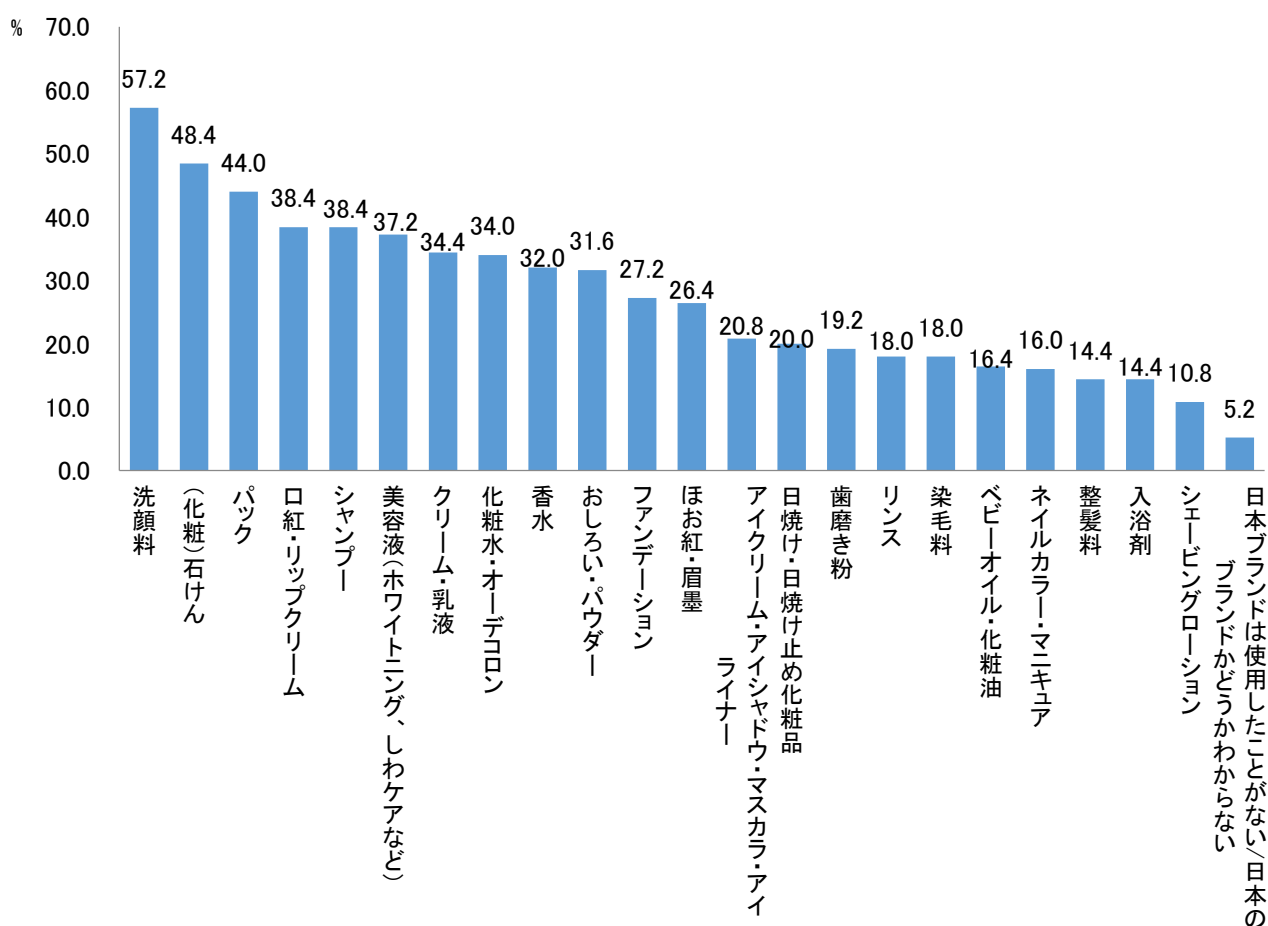


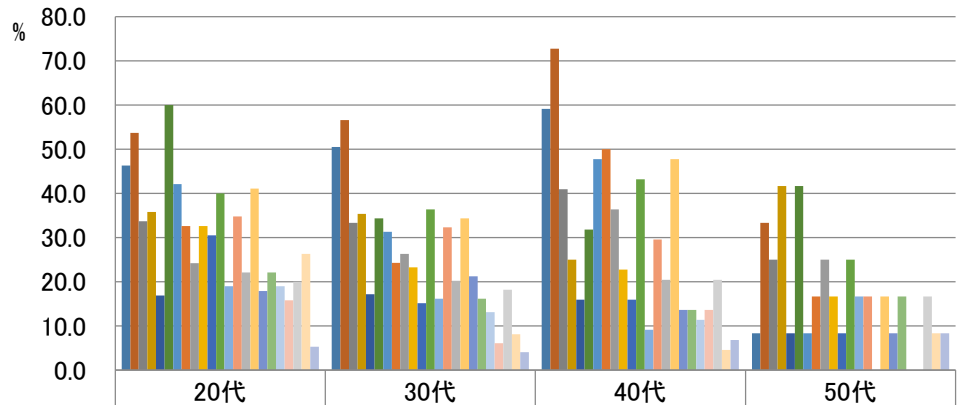
【日本ブランド使用経験】n=250

日本ブランドの使用状況について、調査1では「日本ブランドは使用したことがない/日本のブランドかどうか分からない」が約4割であったのに対し、訪日経験のある人を対象とした調査2では5.2%であった。使用経験のある日本ブランドのアイテムは、1位「洗顔料」57.2%、2位「(化粧)石けん」48.4%、3位「パック」44.0%である。

年代別では、20代1位「パック」60%、次いで「洗顔料」53.7%、3位「(化粧)石けん」46.3%、30代1位「洗顔料」56.6%、2位「(化粧)石けん」50.5%、3位「口紅・リップクリーム」36.4%、40代1位「洗顔料」72.7%、2位「(化粧)石けん」59.1%、3位「おしろい・パウダー」50%、50代1位(41.7%)は「化粧水・オーデコロン」および「パック」、3位は「洗顔料」33.3%である。他の年代に比べて40代が日本ブランド洗顔料の使用経験の割合が高くなっている。

日本ブランド使用経験(Q9)



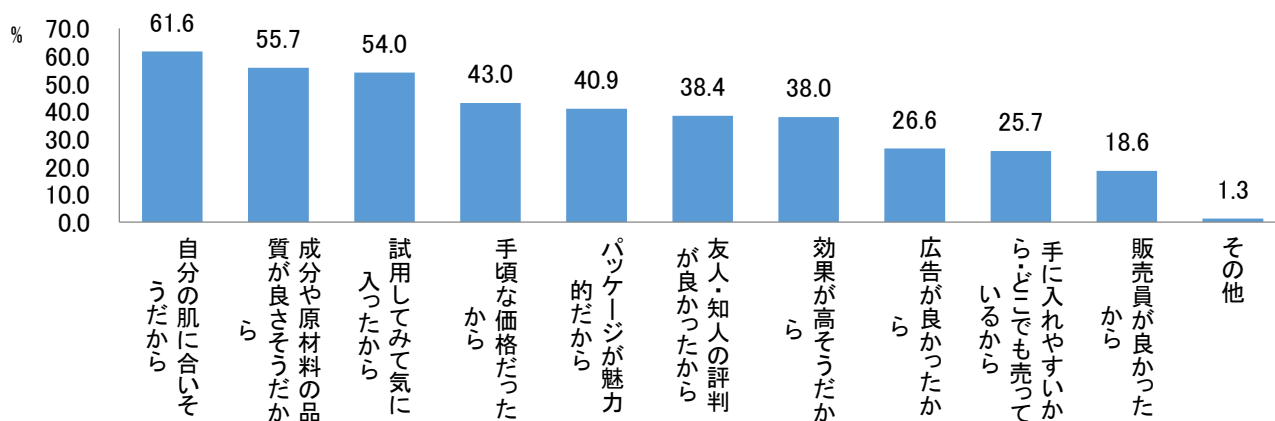


Product Category	20代	30代	40代	50代
(化粧)石けん	46.3	50.5	59.1	8.3
洗顔料	53.7	56.6	72.7	33.3
クリーム・乳液	33.7	33.3	40.9	25.0
化粧水・オーデコロン	35.8	35.4	25.0	41.7
ベビーオイル・化粧油	16.8	17.2	15.9	8.3
パック	60.0	34.3	31.8	41.7
美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	42.1	31.3	47.7	8.3
おしろい・パウダー	32.6	24.2	50.0	16.7
ファンデーション	24.2	26.3	36.4	25.0
ほお紅・眉墨	32.6	23.2	22.7	16.7
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	30.5	15.2	15.9	8.3
口紅・リップクリーム	40.0	36.4	43.2	25.0
ネイルカラー・マニキュア	18.9	16.2	9.1	16.7
香水	34.7	32.3	29.5	16.7
日焼け・日焼け止め化粧品	22.1	20.2	20.5	0.0
シャンプー	41.1	34.3	47.7	16.7
リンス	17.9	21.2	13.6	8.3
染毛料	22.1	16.2	13.6	16.7
整髪料	18.9	13.1	11.4	0.0
シェービングローション	15.8	6.1	13.6	0.0
歯磨き粉	20.0	18.2	20.5	16.7
入浴剤	26.3	8.1	4.5	8.3
日本ブランドは使用したことがない/日本のブランドかどうかわからない	5.3	4.0	6.8	8.3

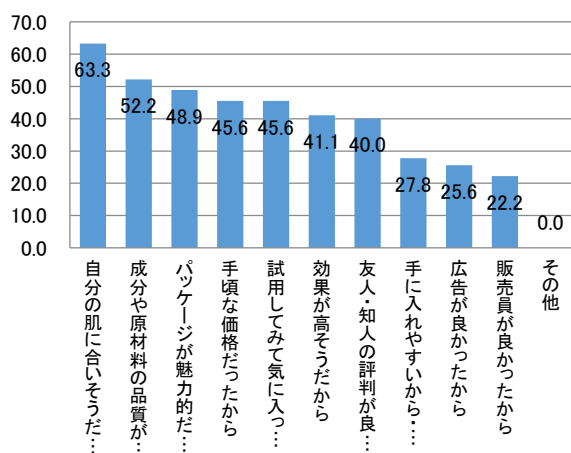
【日本ブランドを使用した理由】n= 237

日本ブランド使用について、1位「自分の肌に合いそうだから」61.6%、2位「成分や原材料の品質が良さそうだから」55.7%、3位「試用してみて気に入ったから」54%と続いた。年代別では、20代と40代で「自分の肌に合いそうだから」が1位となり、30代と50代の1位は「成分や原材料の品質が良さそうだから」であった。

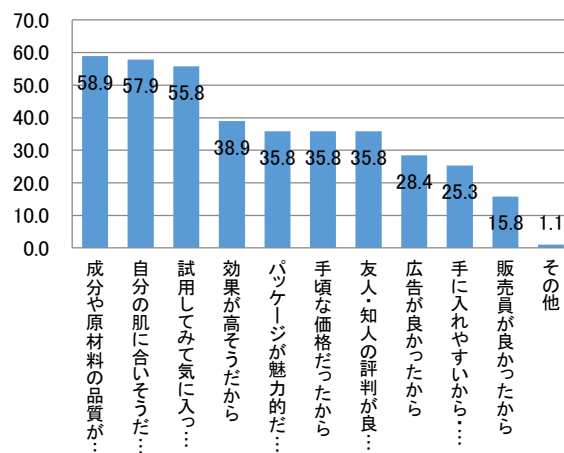
日本ブランドを使用した理由(Q10)



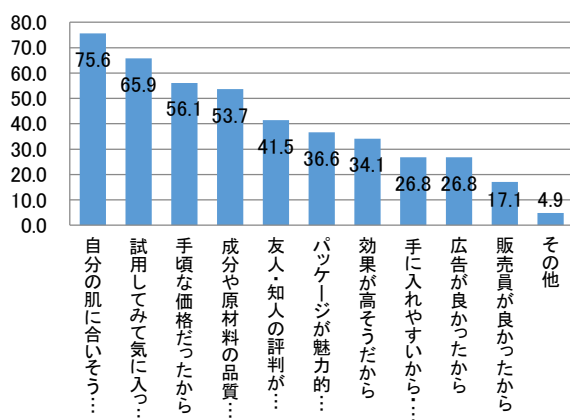
Q10(20代)



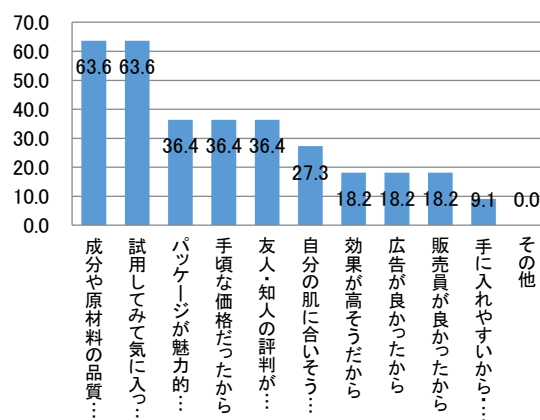
Q10(30代)



Q10(40代)



Q10(50代)

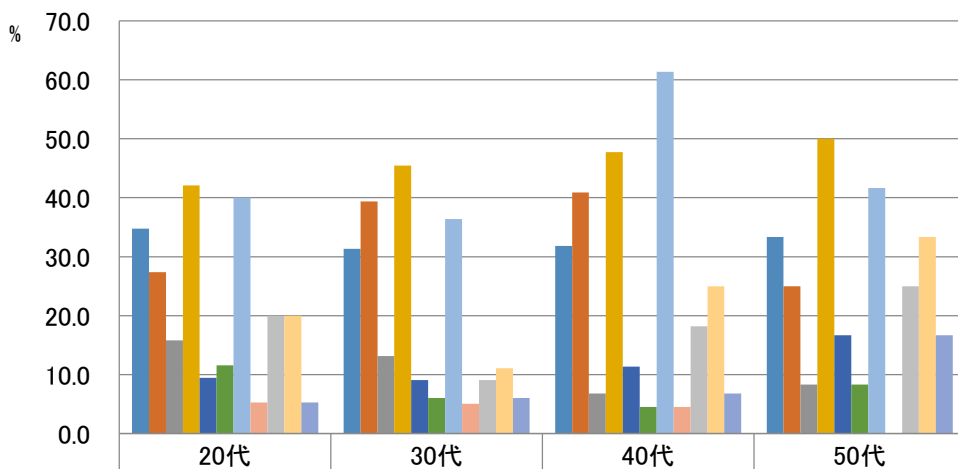
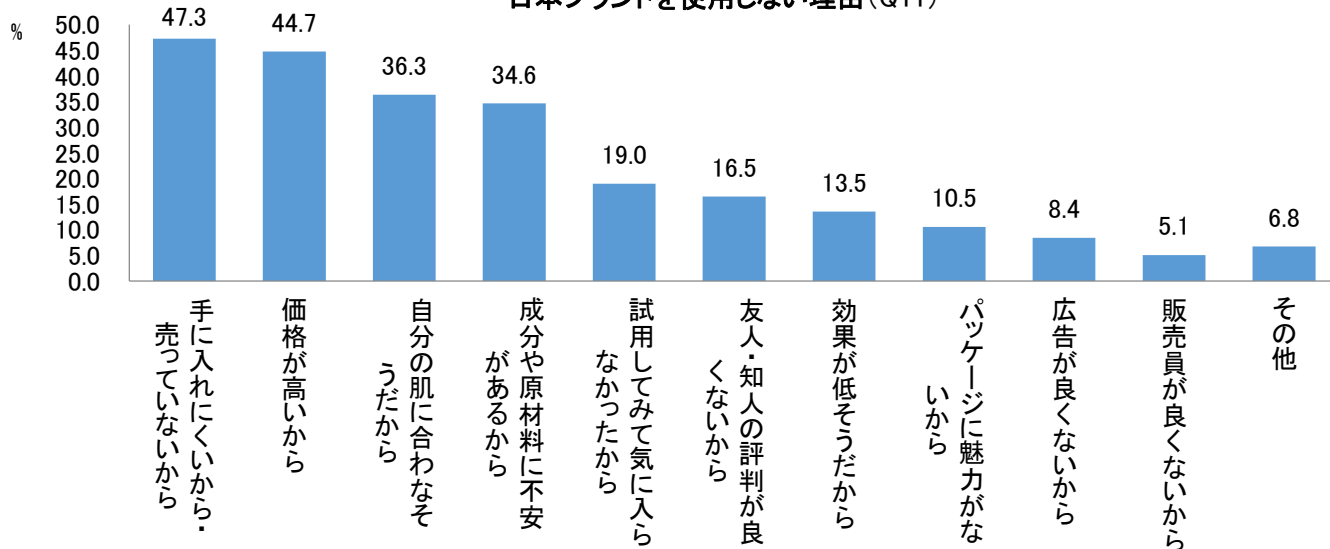


【日本ブランドを使用しない理由】n= 237

日本ブランドを使用しない理由については、1位「手に入れにくいから・売っていないから」47.3%、2位「価格が高いから」44.7%、3位「自分の肌に合わなそうだから」36.3%という結果であった。年代別では、20代1位「手に入れにくいから・売っていないから」42.1%、2位「価格が高いから」40%、3位「成分や原材料に不安があるから」34.7%、30代1位「手に入れにくいから・売っていないから」45.5%、2位「自分の肌に合わなそうだ

から」39.4%、3位「価格が高いから」36.4%。40代1位は「価格が高いから」61.4%、2位「手に入れにくいから・売っていないから」47.7%、3位「自分の肌に合わなそうだから」40.9%。50代1位は「手に入れにくいから・売っていないから」50%、2位「価格が高いから」41.7%、3位(33.3%)「成分や原材料に不安があるから」および「試用してみて気に入らなかったから」であった。

日本ブランドを使用しない理由(Q11)

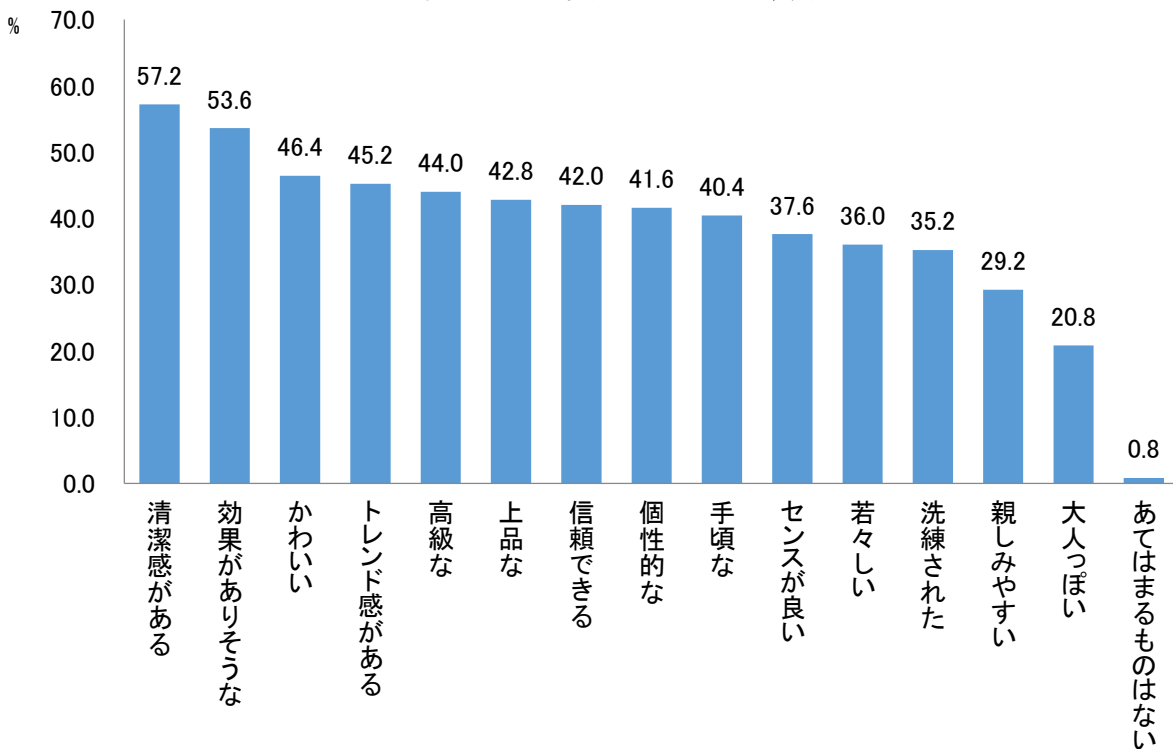


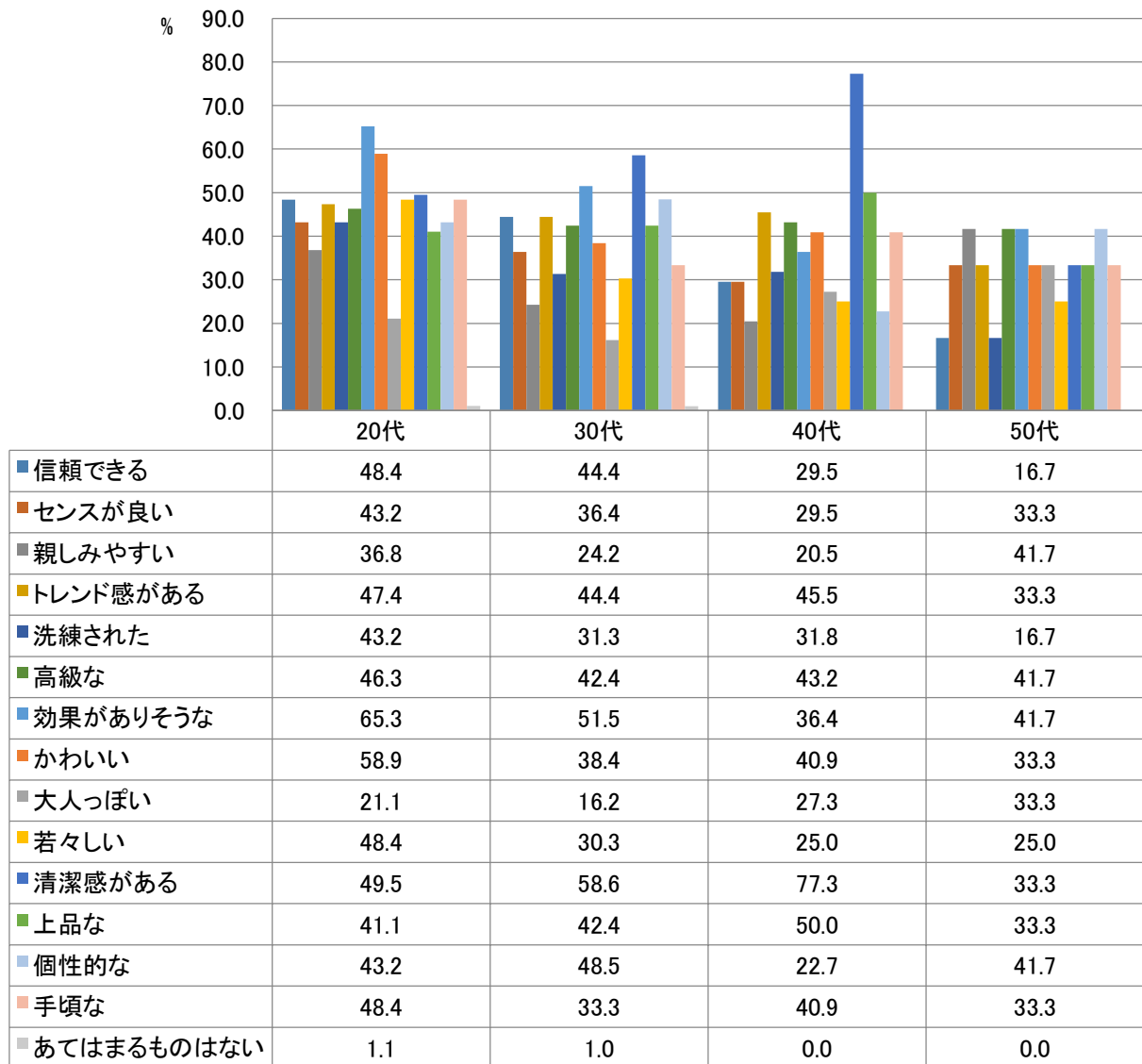
理由	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代 (%)
成分や原材料に不安があるから	34.7	31.3	31.8	33.3
自分の肌に合わなそうだから	27.4	39.4	40.9	25.0
効果が低そうだから	15.8	13.1	6.8	8.3
手に入れにくいから・売っていないから	42.1	45.5	47.7	50.0
パッケージに魅力がないから	9.5	9.1	11.4	16.7
広告が良くないから	11.6	6.1	4.5	8.3
価格が高いから	40.0	36.4	61.4	41.7
販売員が良くないから	5.3	5.1	4.5	0.0
友人・知人の評判が良くないから	20.0	9.1	18.2	25.0
試用してみて気に入らなかったから	20.0	11.1	25.0	33.3
その他	5.3	6.1	6.8	16.7

【日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ】n=250

日本ブランドのイメージについては、1位「清潔感がある」57.2%、2位「効果がありそうな」53.6%、3位「かわいい」46.4%と続いた。年代別では、20代で1位「効果がありそうな」65.3%、2位「かわいい」58.9%、3位「清潔感がある」49.5%、30代1位は「清潔感がある」58.6%、2位「効果がありそうな」51.1%、3位「個性的な」48.5%、40代1位「清潔感がある」77.3%、2位「上品な」50%、3位「トレンド感がある」45.5%、50代1位(41.7%)は「親しみやすい」、「高級な」、「効果がありそうな」、「個性的な」である。

日本ブランド化粧品・トイレタリー製品イメージ(Q12)

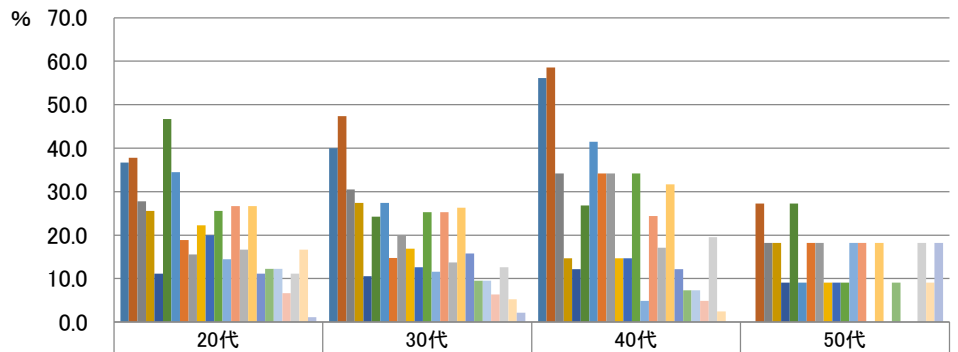
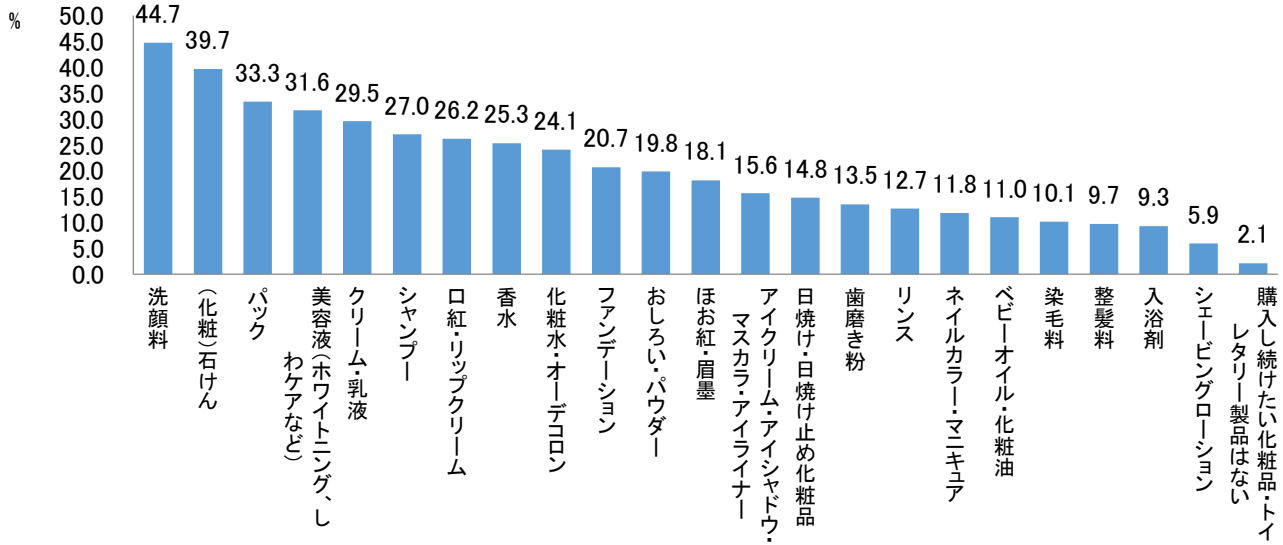




【今後も購入希望する日本ブランドのアイテム】n= 237

今後も購入を希望する日本ブランドのアイテムは、1位「洗顔料」44.7%、2位「(化粧)石けん」39.7%、3位「パック」33.3%である。年代別では、20代1位「パック」46.7%、2位「洗顔料」37.8%、3位「(化粧)石けん」36.7%、30代1位「洗顔料」47.4%、2位「(化粧)石けん」40.0%、3位「クリーム・乳液」30.5%、40代1位「洗顔料」58.5%、2位「(化粧)石けん」56.1%、3位「美容液(ホワイトニング、しわケアなど)」41.5%、50代は「洗顔料」、「パック」がそれぞれ27.3%で1位であった。

今後も購入希望する日本ブランドのアイテム(Q13)

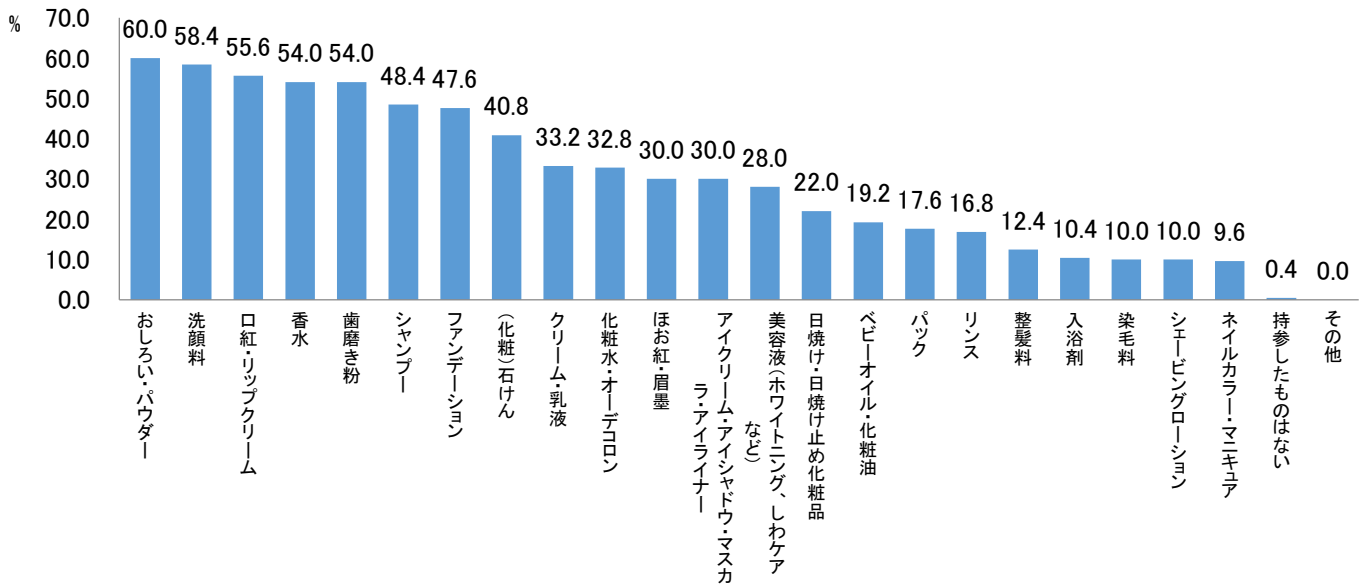


アイテム	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代 (%)
(化粧)石けん	36.7	40.0	56.1	0.0
洗顔料	37.8	47.4	58.5	27.3
クリーム・乳液	27.8	30.5	34.1	18.2
化粧水・オーデコロン	25.6	27.4	14.6	18.2
ベビーオイル・化粧油	11.1	10.5	12.2	9.1
パック	46.7	24.2	26.8	27.3
美容液(ホホワイトニング、しわケアなど)	34.4	27.4	41.5	9.1
おしろい・パウダー	18.9	14.7	34.1	18.2
ファンデーション	15.6	20.0	34.1	18.2
ほお紅・眉墨	22.2	16.8	14.6	9.1
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	20.0	12.6	14.6	9.1
口紅・リップクリーム	25.6	25.3	34.1	9.1
ネイルカラー・マニキュア	14.4	11.6	4.9	18.2
香水	26.7	25.3	24.4	18.2
日焼け・日焼け止め化粧品	16.7	13.7	17.1	0.0
シャンプー	26.7	26.3	31.7	18.2
リンス	11.1	15.8	12.2	0.0
染毛料	12.2	9.5	7.3	9.1
整髪料	12.2	9.5	7.3	0.0
シェービングローション	6.7	6.3	4.9	0.0
歯磨き粉	11.1	12.6	19.5	18.2
入浴剤	16.7	5.3	2.4	9.1
購入し続けたい化粧品・トイレタリー製品はない	1.1	2.1	0.0	18.2

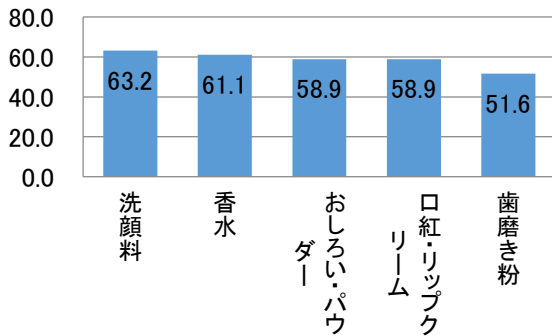
【日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品】n=250

日本へ持参したアイテムについて、1位「おしろい・パウダー」60%、2位「洗顔料」58.4%、3位「口紅・リップクリーム」55.6%であった。年代別では、20代1位「洗顔料」63.2%、2位「香水」61.1%、3位「おしろい・パウダー」58.9%、30代1位「おしろい・パウダー」59.6%、2位「歯磨き粉」55.6%、3位「口紅・リップクリーム」52.5%、40代1位「洗顔料」72.7%、2位「おしろい・パウダー」63.6%、3位「口紅・リップクリーム」および「歯磨き粉」56.8%、50代1位は「おしろい・パウダー」、「ファンデーション」、「香水」58.3%である。

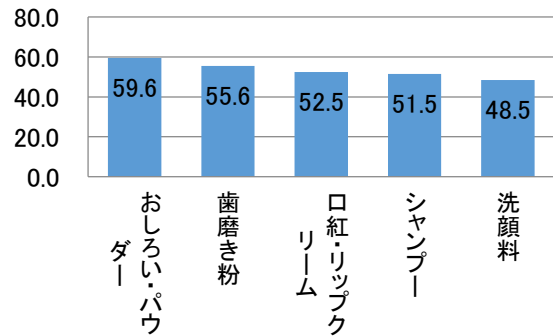
日本へ持参した化粧品・トイレタリー製品 (Q14)



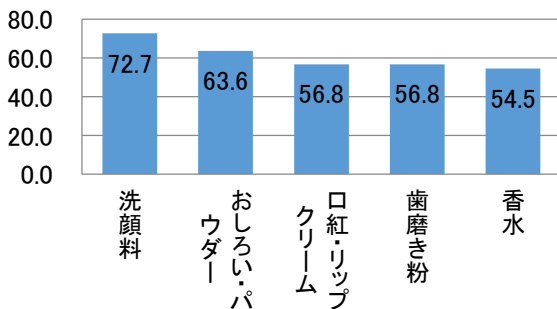
Q14(20代上位5位)



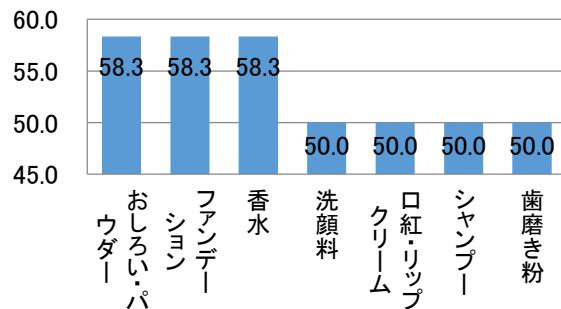
Q14(30代上位5位)



Q14(40代上位5位)



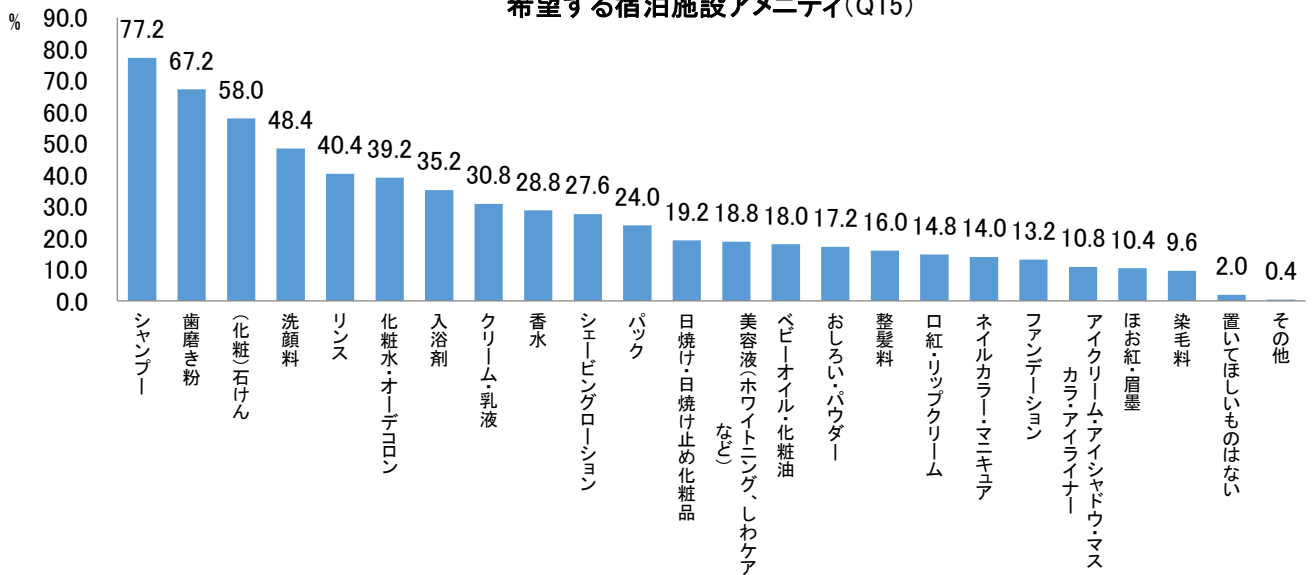
Q14(50代上位5位)



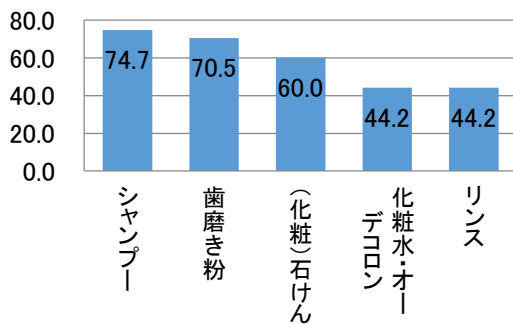
【希望する宿泊施設アメニティ】

宿泊施設アメニティで設置を希望するアイテムは、1位「シャンプー」77.2%、2位「歯磨き粉」67.2%、3位「(化粧)石けん」58%であった。年代別では、50代は「リンス」が2位になっている。また、40代と50代は「クリーム・乳液」の割合が20代と30代に比べて高い。

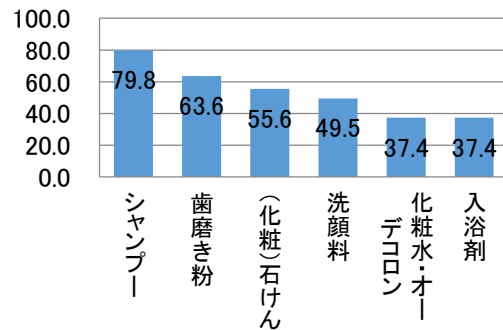
希望する宿泊施設アメニティ(Q15)



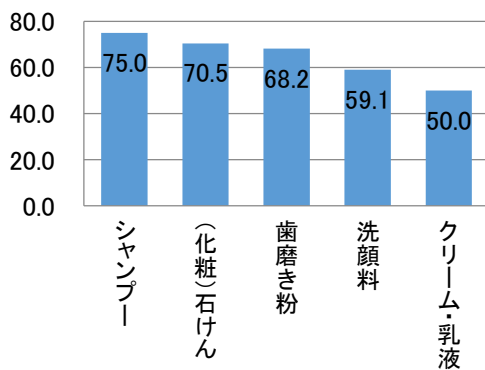
Q15(20代上位5位)



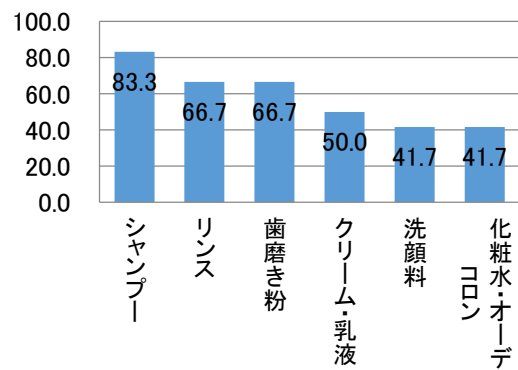
Q15(30代上位5位)



Q15(40代上位5位)

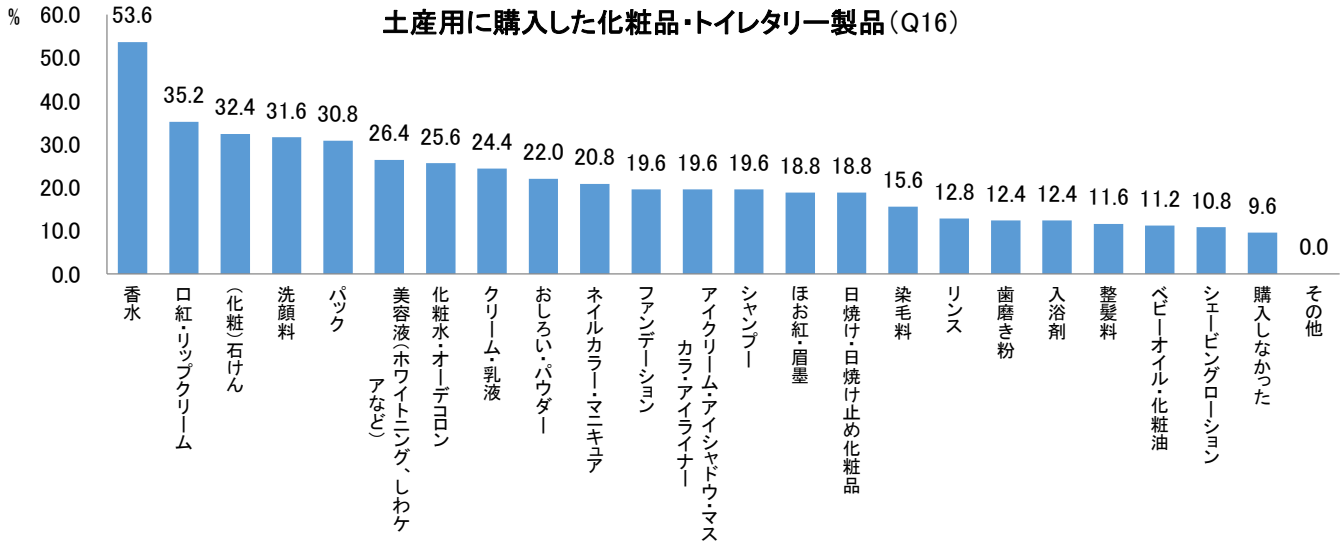


Q15(50代上位5位)

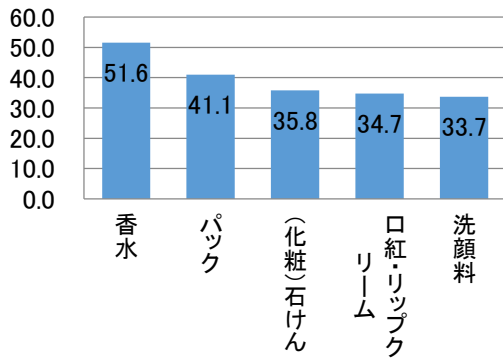


【土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品】

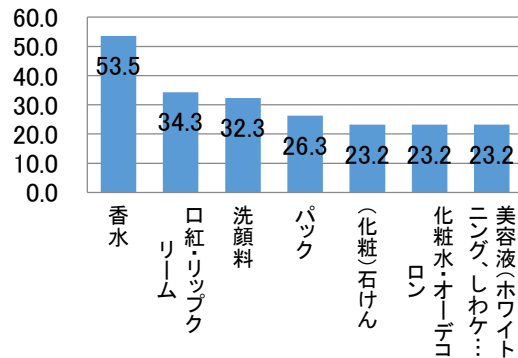
土産として購入したアイテムは、1位「香水」53.6%、2位「口紅・リップクリーム」35.2%、3位「(化粧)石けん」32.4%である。年代別では、20代1位「香水」51.6%、2位「パック」41.1%、3位「(化粧)石けん」35.8%、30代1位「香水」53.5%、2位「口紅・リップクリーム」34.3%、3位「洗顔料」32.3%、40代1位「香水」61.4%、2位「(化粧)石けん」50.0%、3位「口紅・リップクリーム」38.6%、50代1位「ネイルカラー・マニキュア」50.0%、2位「香水」41.7%、3位は「化粧水・オーデコロン」および「口紅・リップクリーム」33.3%となった。



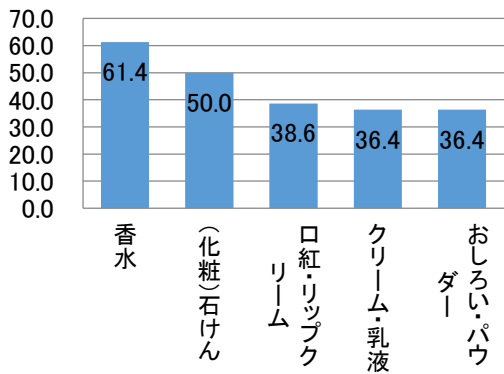
Q16(20代上位5位)



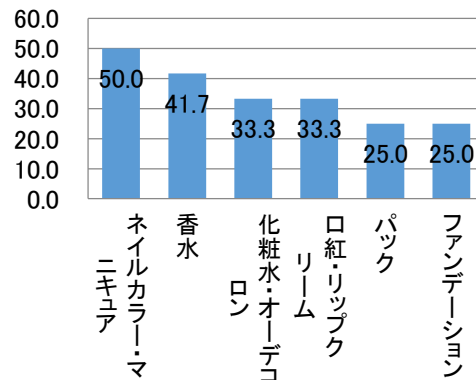
Q16(30代上位5位)



Q16(40代上位5位)



Q16(50代上位5位)



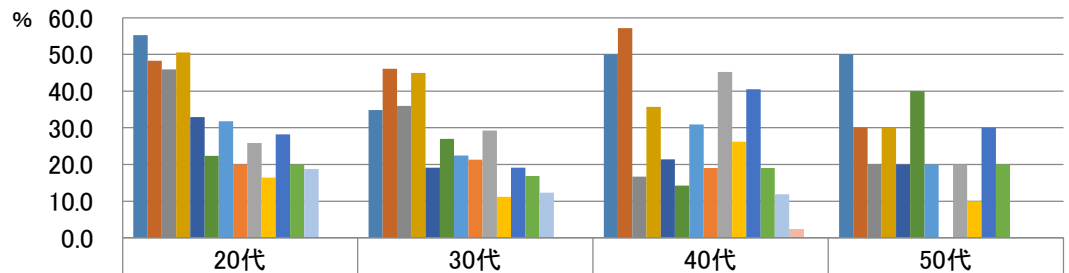
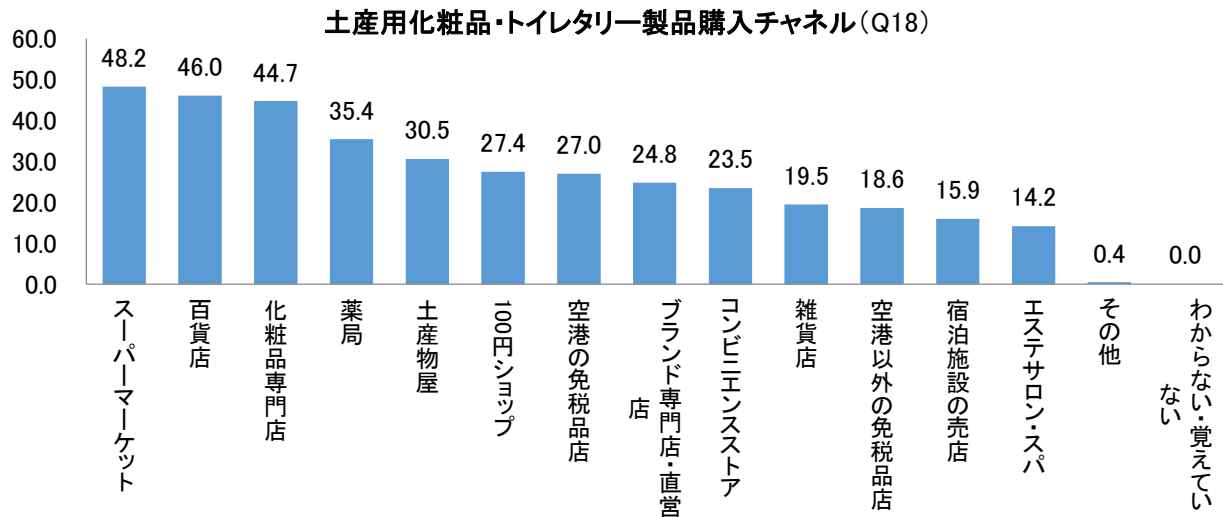
【土産用に購入した化粧品・トイレタリー製品価格帯】※便宜上 RM のみ表記

土産用に購入したアイテムの価格帯は 10-49RM(30,000 - 149,999 IDR)および 50-99RM(150,000 - 299,999 IDR)のレンジの割合が高い。土産として購入したアイテムの 1 位である「香水」は 100-299RM(300,000 - 999,999 IDR)が 32. 8%であった。

	該当数	1 - 9RM	10 - 49RM	50 - 99RM	100 - 299RM	300RM 以上	わからない・覚えていない
(化粧)石けん	81	19.8	40.7	25.9	8.6	4.9	0.0
洗顔料	79	12.7	48.1	27.8	7.6	3.8	0.0
クリーム・乳液	61	11.5	29.5	36.1	16.4	6.6	0.0
化粧水・オーデコロン	64	3.1	37.5	42.2	9.4	7.8	0.0
ベビーオイル・化粧油	28	14.3	25.0	35.7	10.7	14.3	0.0
パック	77	15.6	45.5	26.0	3.9	6.5	2.6
美容液(ホワイトニング、しわケアなど)	66	12.1	22.7	28.8	25.8	9.1	1.5
おしろい・パウダー	55	9.1	34.5	25.5	23.6	7.3	0.0
ファンデーション	49	8.2	30.6	38.8	14.3	8.2	0.0
ほお紅・眉墨	47	19.1	38.3	23.4	12.8	6.4	0.0
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	49	10.2	42.9	24.5	10.2	12.2	0.0
口紅・リップクリーム	88	13.6	42.0	31.8	8.0	4.5	0.0
ネイルカラー・マニキュア	52	13.5	48.1	19.2	9.6	7.7	1.9
香水	134	6.0	15.7	28.4	32.8	16.4	0.7
日焼け・日焼け止め化粧品	47	12.8	36.2	29.8	10.6	6.4	4.3
シャンプー	49	14.3	34.7	36.7	4.1	8.2	2.0
リンス	32	12.5	37.5	37.5	6.3	6.3	0.0
染毛料	39	10.3	25.6	38.5	17.9	7.7	0.0
整髪料	29	6.9	31.0	37.9	17.2	3.4	3.4
シェービングローション	27	18.5	33.3	29.6	14.8	3.7	0.0
歯磨き粉	31	35.5	35.5	9.7	6.5	12.9	0.0
入浴剤	31	16.1	38.7	19.4	16.1	3.2	6.5
その他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

【土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャンネル】n=226

土産用アイテムの購入チャンネルは、1位「スーパーマーケット」48.2%、2位「百貨店」46.0%、3位「化粧品専門店」44.7%である。年代別では、20代1位「百貨店」55.3%、2位「化粧品専門店」50.6%、3位「スーパーマーケット」48.2%、30代1位「スーパーマーケット」46.1%、2位「化粧品専門店」44.9%、3位「薬局」36.0%、40代1位「スーパーマーケット」57.1%、2位「百貨店」50.0%、3位は「土産物屋」45.2%であった。50代1位は「百貨店」50.0%、2位「コンビニエンスストア」40.0%、3位「スーパーマーケット」、「化粧品専門店」および「空港の免税品店」30.0%である。



購入チャンネル	20代 (%)	30代 (%)	40代 (%)	50代 (%)
百貨店	55.3	34.8	50.0	50.0
スーパーマーケット	48.2	46.1	57.1	30.0
薬局	45.9	36.0	16.7	20.0
化粧品専門店	50.6	44.9	35.7	30.0
ブランド専門店・直営店	32.9	19.1	21.4	20.0
コンビニエンスストア	22.4	27.0	14.3	40.0
100円ショップ	31.8	22.5	31.0	20.0
雑貨店	20.0	21.3	19.0	0.0
土産物屋	25.9	29.2	45.2	20.0
宿泊施設の売店	16.5	11.2	26.2	10.0
空港の免税品店	28.2	19.1	40.5	30.0
空港以外の免税品店	20.0	16.9	19.0	20.0
エステサロン・スパ	18.8	12.4	11.9	0.0
その他	0.0	0.0	2.4	0.0
わからない・覚えていない	0.0	0.0	0.0	0.0

【土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル別購入金額】n=211

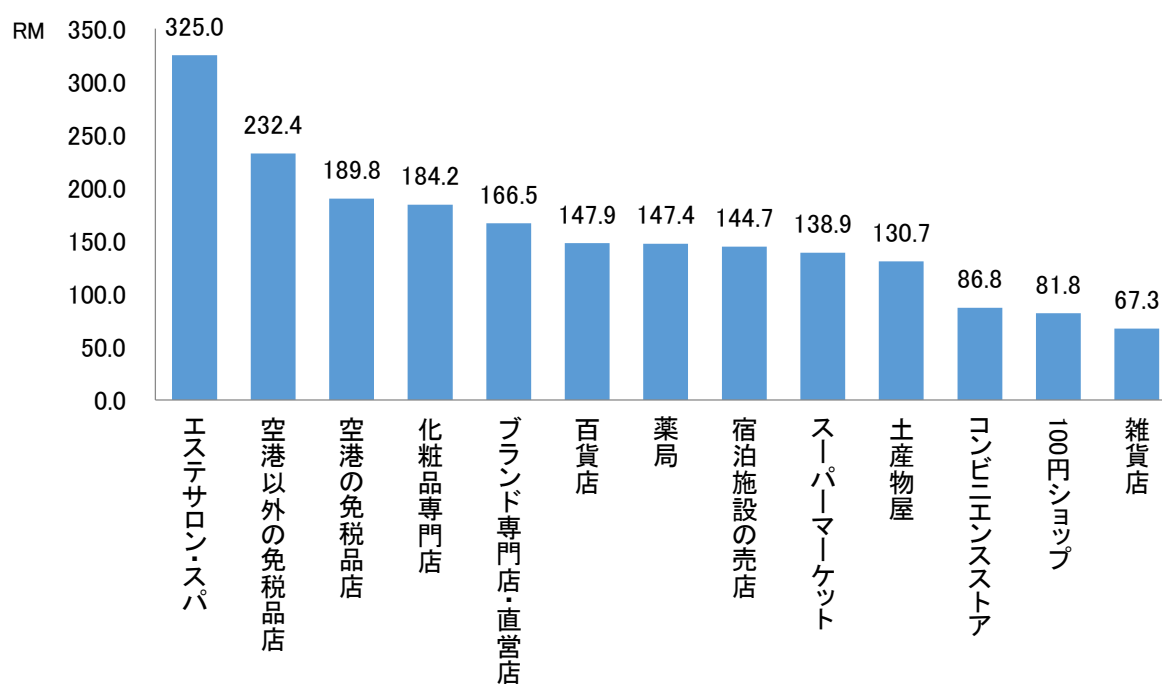
土産用アイテムの購入チャネル別、回答者国籍別(通貨別)の平均購入金額は下記の通り。Q18 での 1 位「スーパーマーケット」は 138. 9RM および 554426. 2IDR、2 位の「百貨店」は 147. 9RM および 697777. 8IDR、3 位の「化粧品専門店」は 184. 2RM および 779814. 8IDR である。

	百貨店	スーパーマーケット	薬局	化粧品専門店	ブランド専門店・直営店	コンビニエンスストア	100円ショップ	雑貨店	土産物屋	宿泊施設の売店	空港の免税品店	空港以外の免税品店	エステサロン・スパ
RM	147.9	138.9	147.4	184.2	166.5	86.8	81.8	67.3	130.7	144.7	189.8	232.4	325.0
IDR	697777.8	554426.2	689166.7	779814.8	973043.5	531666.7	664464.3	761363.6	903658.5	570333.3	728392.9	799850.0	667052.6

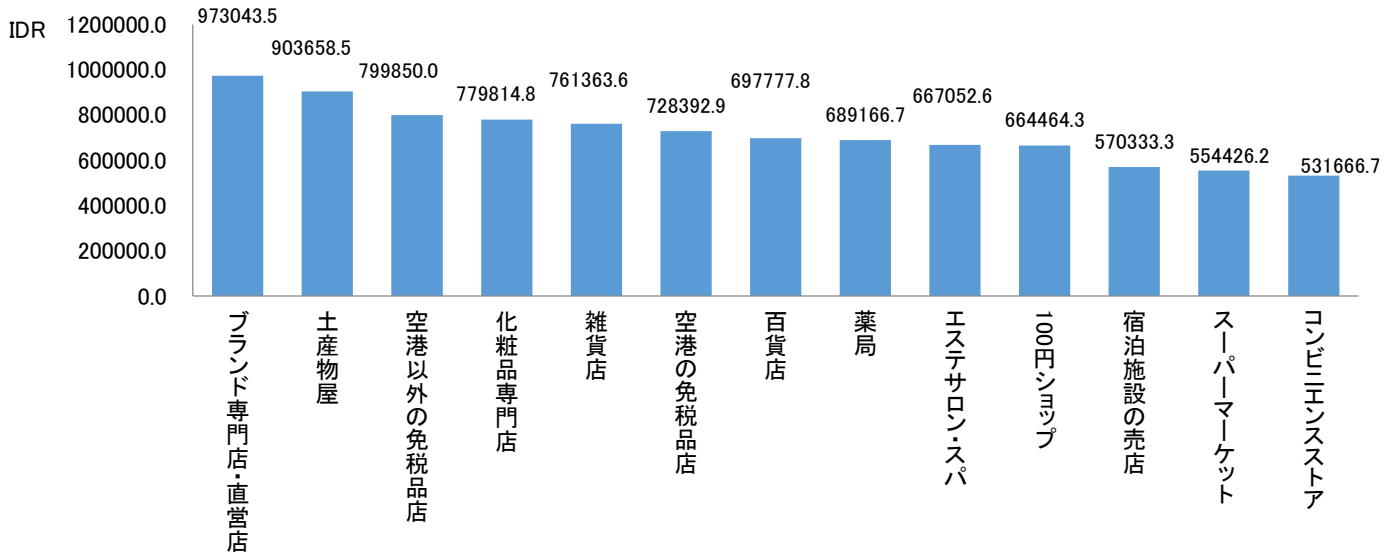
通貨	年齢	該当数	百貨店	スーパーマーケット	薬局	化粧品専門店	ブランド専門店・直営店	コンビニエンスストア
マレーシア(RM)	20-29 歳	48	113.3	165.5	143.6	204.3	202.5	87.7
	30-39 歳	25	196.6	111.6	145.1	139.8	66	81.5
	40-49 歳	6	132	93.3	175	50	75	85
	50-59 歳	3	168.8	129.6	144.6	161.3	111.5	83.6
インドネシア(IDR)	20-29 歳	33	1120000	579444.4	507333.3	477187.5	422857.1	429166.7
	30-39 歳	57	481538.5	503461.5	606111.1	1036964	1468333	506538.5
	40-49 歳	32	526923.1	533888.9	1525000	568181.8	560000	703333.3
	50-59 歳	7	267035.6	180570.7	185670.5	252466.2	0	550000

通貨	年齢	100円ショップ	雑貨店	土産物屋	宿泊施設の売店	空港の免税品店	空港以外の免税品店	エステサロン・スパ
マレーシア(RM)	20-29 歳	82.8	52.7	132.7	169	178.6	267.3	342.1
	30-39 歳	70	89.2	136.3	85	197.5	213.8	285
	40-49 歳	105	0	82.5	85	105	77.5	0
	50-59 歳	74.3	0	300	200	500	0	0
インドネシア(IDR)	20-29 歳	156875	541428.6	481428.6	75000	365000	295400	472375
	30-39 歳	808333.3	350909.1	1352778	435000	451250	926000	734375
	40-49 歳	905555.6	1822000	562000	828571.4	926428.6	942500	1006666.7
	50-59 歳	300000	0	0	0	1000000	750000	0

土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャネル別購入金額(Q19)



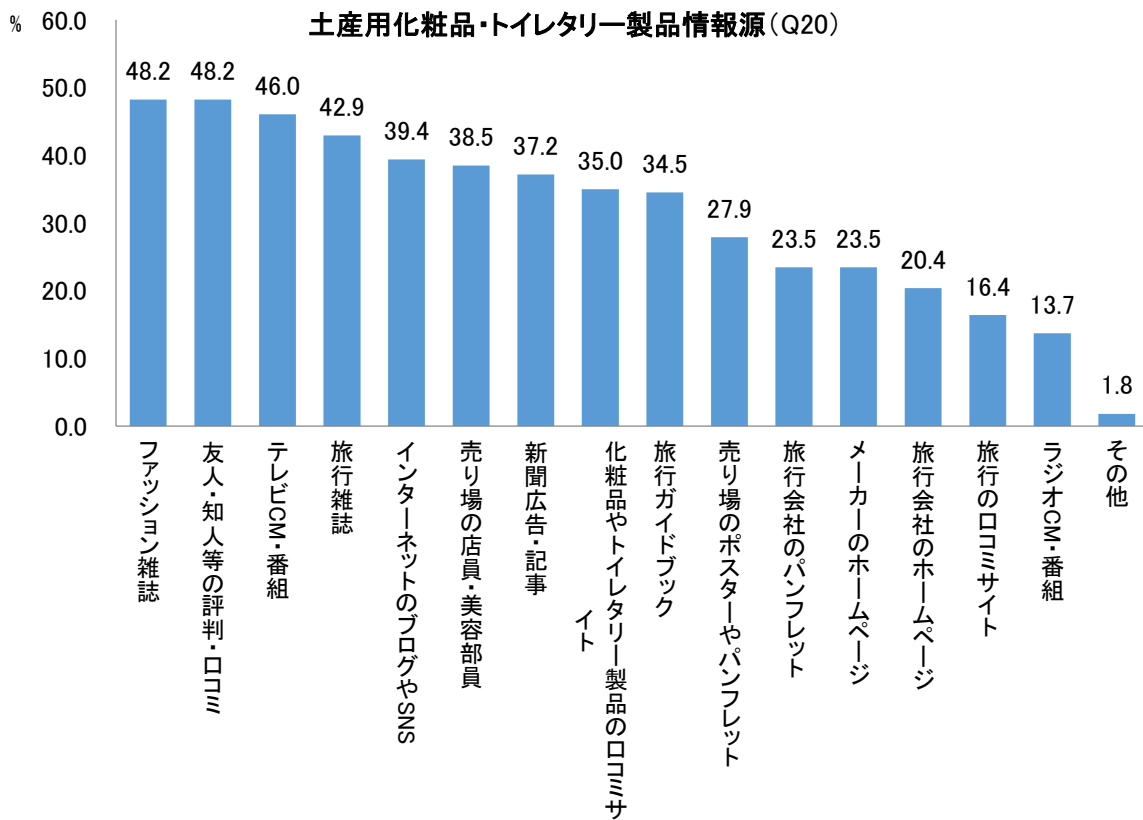
土産用化粧品・トイレタリー製品購入チャンネル別購入金額(Q19)

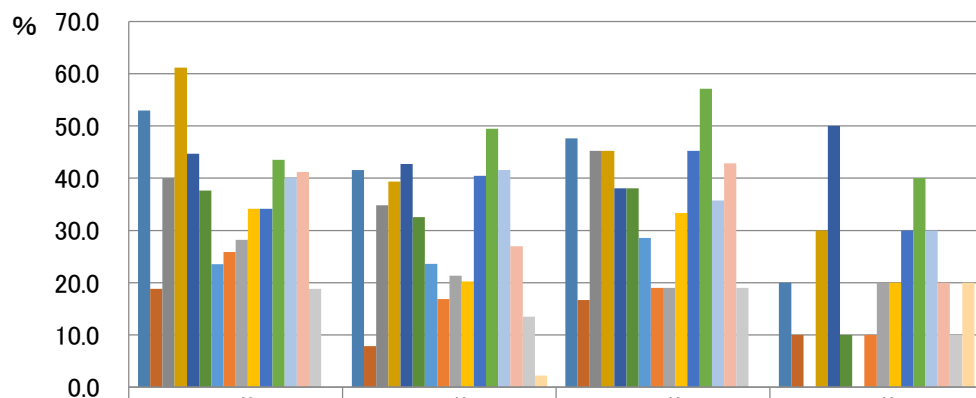


【土産用化粧品・トイレタリー製品情報源】n= 226

土産用に購入するアイテムの情報源について、1位(48.2%)は「ファッション雑誌」および、「友人・知人等の評判・口コミ」、3位は「テレビCM・番組」46%である。20代が「ファッション雑誌」61.2%の割合が高く、40代の1位は「友人・知人等の評判・口コミ」57.1%であった。

土産用化粧品・トイレタリー製品情報源(Q20)





	20代	30代	40代	50代
■ テレビCM・番組	52.9	41.6	47.6	20.0
■ ラジオCM・番組	18.8	7.9	16.7	10.0
■ 新聞広告・記事	40.0	34.8	45.2	0.0
■ ファッション雑誌	61.2	39.3	45.2	30.0
■ 旅行雑誌	44.7	42.7	38.1	50.0
■ 旅行ガイドブック	37.6	32.6	38.1	10.0
■ 旅行会社のパンフレット	23.5	23.6	28.6	0.0
■ 旅行会社のホームページ	25.9	16.9	19.0	10.0
■ メーカーのホームページ	28.2	21.3	19.0	20.0
■ 売り場のポスターやパンフレット	34.1	20.2	33.3	20.0
■ 売り場の店員・美容部員	34.1	40.4	45.2	30.0
■ 友人・知人等の評判・口コミ	43.5	49.4	57.1	40.0
■ インターネットのブログやSNS	40.0	41.6	35.7	30.0
■ 化粧品やトイレタリー製品の口コミサイト	41.2	27.0	42.9	20.0
■ 旅行の口コミサイト	18.8	13.5	19.0	10.0
■ その他	0.0	2.2	0.0	20.0

資料

調査票(日本語)

①マレーシア国内での化粧品需要調査

- Q1. あなたが現在使用している化粧品・トイレタリー製品をお答えください。(複数回答)
- Q2. あなたがご使用のアイテムについて、1商品あたりのおおよその価格をお答えください。(自由記述回答)
- Q3. あなたはスキンケア・メイクをどのくらいの頻度でされていますか。それぞれについてお答えください。(単一回答)
- Q4. あなたがメイクをするのはどんな時ですか。(自由記述回答)
- Q5. あなたは礼拝の際にメイクやマニキュアを落とすことがありますか。(単一回答)
- Q6. あなたは、礼拝の際にどのアイテムのメイクを落としますか(複数回答)
- Q7. あなたが礼拝の際にメイクを落とす時に使用しているものは何ですか。(複数回答)
- Q8. 礼拝の際にメイクを落とした後に、あなたはスキンケアやメイクをされますか。最も近いものをお答えください。(単一回答)
- Q9. あなたが化粧品を購入する時に、重視する点は何ですか。(複数回答)
- Q10. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品についてお聞きします。以下のアイテムについて、あなたにあてはまるものをお選びください。(単一回答)
- Q11. あなたが、ハラル認証マークのある化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由は何ですか。(複数回答)
- Q12. あなたは、ハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることを希望しますか。(単一回答)
- Q13. あなたは、今後どのような種類のハラル認証化粧品・トイレタリー製品を使ってみたいですか。(複数回答)
- Q14. 化粧品・トイレタリー製品のパッケージについてお聞きします。化粧品・トイレタリー製品のパッケージの色で好きな色をお答えください。(複数回答)
- Q15. 化粧品・トイレタリー製品のパッケージについてお聞きします。あなたの好きなデザインのテイストをお答えください。(単一回答)
- Q16. 以下のアイテムの中で、あなたが日本のブランドを使用したことがあるものをお答えください。(複数回答)
- Q17. 日本ブランドを使用したことのある化粧品・トイレタリー製品がある方にお聞きします。日本ブランドを使用した理由は何ですか(複数回答)
- Q18. 日本ブランドを使用したことがない化粧品・トイレタリー製品がある方にお聞きします。日本ブランドを使用しない理由は何ですか。(複数回答)
- Q19. 日本ブランドの化粧品・トイレタリー製品のイメージをお答えください。(複数回答)
- Q20. 以下のアイテムについて、あなたが現在使用しているブランドをお答えください。(自由記述回答)
- Q21. あなたは以下のアイテムを月にいくら位化粧品・トイレタリー製品を購入されていますか。おおよその合計金額をお答えください。(自由記述回答)
- Q22. あなたが化粧品を購入する場所をお答えください。(複数回答)

- Q23. あなたは以下の場所で月にいくら位化粧品を購入されていますか。おおよその金額をお答えください。
- Q24. あなたが化粧品について参考にする情報源をお答えください。(複数回答)
- Q25. あなたが化粧を参考にしている、憧れている有名人・セレブリティをお書きください。(自由記述回答)

②ムスリム女性訪日観光客に対する調査

- Q1. あなたが現在使用している化粧品・トイレタリー製品をお答えください。(複数回答)
- Q2. あなたが化粧品・トイレタリー製品を購入する時に、重視する点は何ですか。(複数回答)
- Q3. ハラル認証化粧品・トイレタリー製品についてお聞きます。以下のアイテムについて、あなたにあてはまるものをお選びください。(単一回答)
- Q4. あなたが、ハラル認証マークのある化粧品・トイレタリー製品を使用していない理由は何ですか(複数回答)
- Q5. 海外旅行をしたことのある方にお聞きます。あなたは、旅行先の国でハラル認証化粧品・トイレタリー製品の種類が今後増えることを希望しますか。(単一回答)
- Q6. あなたは、旅行先の国で今後どの様な種類のハラル認証化粧品・トイレタリー製品を購入してみたいですか。(複数回答)
- Q7. 化粧品・トイレタリー製品のパッケージについてお聞きます。化粧品・トイレタリー製品のパッケージの色で好きな色をお答えください。(複数回答)
- Q8. 化粧品・トイレタリー製品のパッケージについてお聞きます。あなたの好きなデザインのテイストをお答えください。(単一回答)
- Q9. 以下のアイテムの中で、あなたが日本のブランドを使用したことがあるものをお答えください。(複数回答)
- Q10. 日本ブランドを使用したことのある化粧品・トイレタリー製品がある方にお聞きます。日本ブランドを使用した理由は何ですか(複数回答)
- Q11. 日本ブランドを使用したことがない化粧品・トイレタリー製品がある方にお聞きます。日本ブランドを使用しない理由は何ですか(複数回答)
- Q12. 日本ブランドの化粧品・トイレタリー製品のイメージをお答えください。(複数回答)
- Q13. 以下のあなたが日本ブランドを使用したことのあるアイテムの中で、今後も日本ブランドを購入したいと思うものをお答えください。(複数回答)
- Q14. あなたが日本を旅行した時のことについてお聞きます。日本旅行の際に、あなたが自国から持っていたものをお答えください。(複数回答)※複数回日本に旅行されている方は、直近のご旅行についてお答えください。
- Q15. 宿泊施設のアメニティで、あなたが置いてほしいと思うものをお答えください。(複数回答)
- Q16. 日本旅行の際に、あなたは化粧品やトイレタリー製品をお土産に購入しましたか。お土産に購入したものをすべてお答えください。(複数回答)※自分で使用したもの、他人にあげたものの両方お答えください。※複数回日本に旅行されている方は、直近のご旅行についてお答えください。
- Q17. あなたがお土産に購入したアイテムについて、1商品あたりのおおよその価格をお答えください。(単一回答)
- Q18. 日本旅行の際に、あなたは、どこでお土産の化粧品やトイレタリー製品を購入しましたか。(複数回答)

※自分で使用したもの、他人にあげたものの両方お答えください。※複数回日本に旅行されている方は、直近のご旅行についてお答えください。

Q19. あなたがお土産を購入した以下の場所で、いくら位の化粧品・トイレタリー製品を購入しましたか。それぞれの場所毎に、おおよその合計金額をお答えください。(自由記述回答)

Q20. 日本旅行であなたがお土産の化粧品・トイレタリー製品を選ぶ際に、参考にした情報源をお答えください。(複数回答)

調査画面(抜粋)

S1

あなたの性別をお答えください。(回答はひとつ)

- 1 男性
- 2 女性

S2

あなたの年齢をお答えください。(回答はひとつ)

- 1 19歳以下
- 2 20-29歳
- 3 30-39歳
- 4 40-49歳
- 5 50-59歳
- 6 60歳以上

S3

あなたは以下のどちらにあてはまりますか。(回答はひとつ)

- 1 イスラム教徒
- 2 仏教徒
- 3 キリスト教徒
- 4 その他の宗教
- 5 答えたくない

Q3

あなたはスキンケア・メイクをどのくらいの頻度でされていますか。それぞれについてお答えください。(回答はそれぞれひとつ)

回答は横方向に



		1	2	3	4	5	6	7	8
		ほぼ毎日	週4~5回	週2~3回	週1回	月2~3回	月1回	月1回未満	ほとんどしない
Q3_1	スキンケア	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q3_2	メイク	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q6

あなたは、礼拝の際にどのアイテムのメイクを落としますか。(回答はあてはまるものすべて)

※あなたが普段使っていないアイテムでも、もしメイクをしていたら落とすアイテムも含めてお答えください。

- 1 おしろい・パウダー
- 2 ファンデーション
- 3 ほお紅・眉墨
- 4 アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー
- 5 口紅・リップクリーム
- 6 香水
- 7 その他

Q15

化粧品・トイレットリー製品のパッケージについてお聞きします。
あなたの好きなデザインのテイストをお答えください。(最も近いものをお選びください)

回答は横方向に



		1	2	3	4
		Aが好き	ややAが好き	ややBが好き	Bが好き
Q15_1	A. かわいい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q15_2	A. シンプル	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Q15_3	A. 伝統的	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q17

日本ブランドを使用したことのある化粧品・トイレットリー製品がある方にお聞きします。
日本ブランドを使用した理由は何ですか(回答はあてはまるものすべて)

※あなたが日本ブランドを使用したことがあると回答したのは以下のアイテムです。
^getItems_selectedInQ16()^

- 1 成分や原材料の品質が良さそうだから
- 2 自分の肌に合いそうだから
- 3 効果が高そうだから
- 4 手に入れやすいから・どこでも売っているから
- 5 パッケージが魅力的だから
- 6 広告が良かったから
- 7 手頃な価格だったから
- 8 販売員が良かったから
- 9 友人・知人の評判が良かったから
- 10 試用してみても気に入ったから
- 11 その他

Q20

以下のアイテムについて、あなたが現在使用しているブランドをお答えください。

スキンケア化粧品
メイクアップ化粧品
シャンプー・リンス

Q21

あなたは以下のアイテムを月にいくらか化粧品・トイレットリー製品を購入されていますか。
おおよその合計金額をお答えください。

※自分で購入されていない方は「0」をご記入ください。

スキンケア化粧品 RM
メイクアップ化粧品 RM
トイレットリー RM