

【8 割が“嬉しい”と回答】 ホワイトデーの化粧品ギフトを世代別トレンドに徹底調査

再生医療に欠かすことができないのがドラッグデリバリーシステム(DDS)。その技術をいち早くスキンケアに用いた浸透テクノロジーコスメの「ビーグレン」を展開するビバリーグレンラボラトリーズ株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:児玉 朗)は、自社通販サイトを利用する 20 代以上の女性 1,722 名を対象に「ホワイトデーの化粧品ギフトの傾向」に関するアンケート調査を実施しました。

近年、ホワイトデーをはじめとしたギフト需要が高まる中で、スキンケア製品は「肌の悩みを直接サポートしてくれる実用的なアイテム」として多くの女性に支持されていますが、年代ごとに重視するポイントが異なるのではないかと考えられます。

本調査では、アンケート結果と自由回答を通してわかった「世代別のスキンケアギフト事情」をご紹介します。

調査結果サマリー

スキンケア製品への興味は年代問わず高水準

- 「スキンケア製品を含む化粧品ギフトをもらえたら嬉しい」と答えた女性が約 8 割
特に 20 代では 9 割近い人が肯定的な回答を示し、30 代～40 代でも 8 割前後が「もらうと嬉しい」と回答。理由として「実用的」「自分では普段買わないブランドを試せる」「肌悩みにアプローチできるアイテムが欲しい」などが多く、若年層・中高年層どちらにも一定の需要。
- 全体の 4 割以上が「化粧品を贈ったこともあるし、もらったことのどちらもある」と回答
20 代は 58.2%と高く、友人同士や職場でのコスメ交換が増加している傾向。30 代～40 代でも 3～4 割台を示し、ホワイトデーや誕生日、母の日など様々なイベントを機にスキンケアを贈る文化が根付いている。
- ホワイトデーに「もらって嬉しい化粧品」ランキング
1 位：リップ・口紅 (27.0%) 「プレゼント映える」「普段使わない色を試せる」
2 位：ボディケア製品 (20.5%) 「香りが楽しめて、万人受けしやすい」
3 位：美容液 (19.3%) 「高価なものが多く、自分では買わないので嬉しい」
- 世代別のスキンケアギフトのポイント
20 代：「美容液」が人気（試してみたい・肌悩みにアプローチ）
30 代～40 代：「保湿クリーム・美白ケア製品」が急増（エイジングケアへの関心）
50 代以上：「長年愛用のブランド+新技術」に注目（信頼性と最新技術の両立）
自由回答には、「女性同士でコスメを交換し合うのが流行っている」「職場の同僚と一緒にスキンケア商品を贈り合った」などの具体的事例も見受けられました。

【調査概要】

- ・ 調査方法 : インターネットアンケート
- ・ 調査期間 : 2025 年 2 月 28 日 (土)～2025 年 3 月 4 日 (火)
- ・ 調査対象者 : 自社通販サイトを利用する 20 代以上の女性 1722 名

< 本件に関する報道関係者お問い合わせ先 >

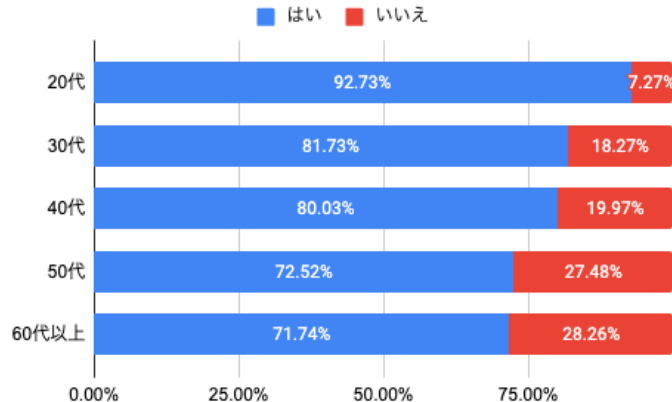
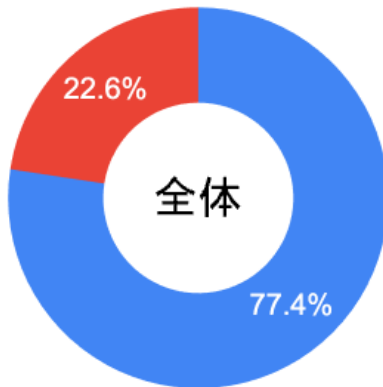
ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社 広報担当: 佐藤

TEL : 03-5472-1818 FAX : 03-5472-1853 E-mail : msato@bglen.jp

調査結果グラフ

● 全体の8割以上が「嬉しい」と回答、20代は9割超え

ホワイトデーに化粧品をもらえたらうれしいですか？

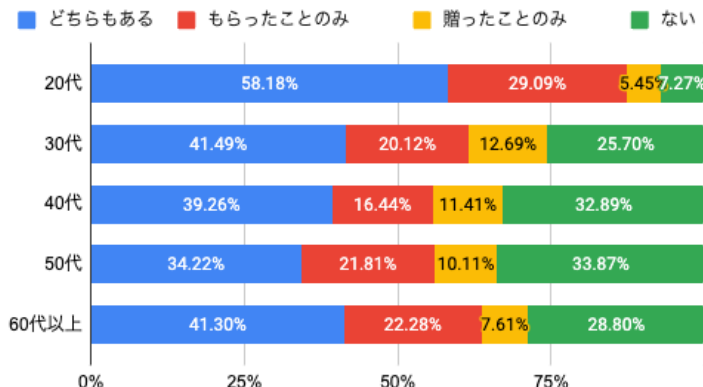
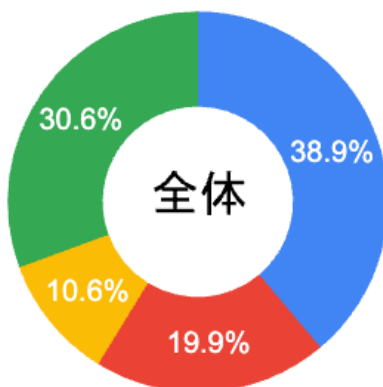


ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社
ホワイトデーの化粧品ギフトの傾向の調査(n=1722/単数回答)

「ホワイトデーに化粧品をもらえたら嬉しい」と答えた人は、全体の約80%に。年代別のデータを見ると、20代が「嬉しい」と回答し最もポジティブな反応で「新しいスキンケアアイテムを試してみたい」「普段使わないブランドの製品を使えるのが楽しい」という意見が多く寄せられました。30代、40代は依然として高いが、20代よりやや低下し、50代以上では「肌に合わないものをもらうと使えない」「自分に合うスキンケアは自分で選びたい」という理由で、関心度が低下する傾向。

● 「化粧品を贈った／贈られた経験」がある人は全体の4割以上

化粧品を「プレゼント」としてもらった、または贈ったことがありますか？



ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社
ホワイトデーの化粧品ギフトの傾向の調査(n=1722/単数回答)

全体の4割以上が「贈ったこともあるし、もらったこともある」と回答。20代でやや高め（約58.2%）に出ており、若年層ほど「友人同士でコスメを贈り合う」機会が増えている可能性あり。

<本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社 広報担当：佐藤

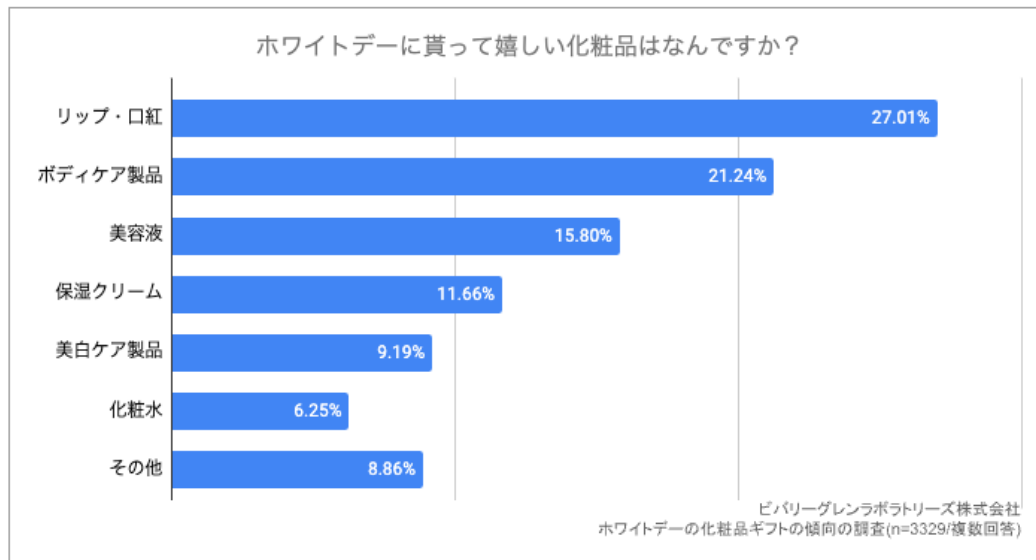
TEL：03-5472-1818 FAX：03-5472-1853 E-mail：msato@bglen.jp

30代～40代でも3～4割台を示し、ホワイトデーや誕生日、母の日など様々なイベントを機にスキンケアを贈る文化が根付いているようです。

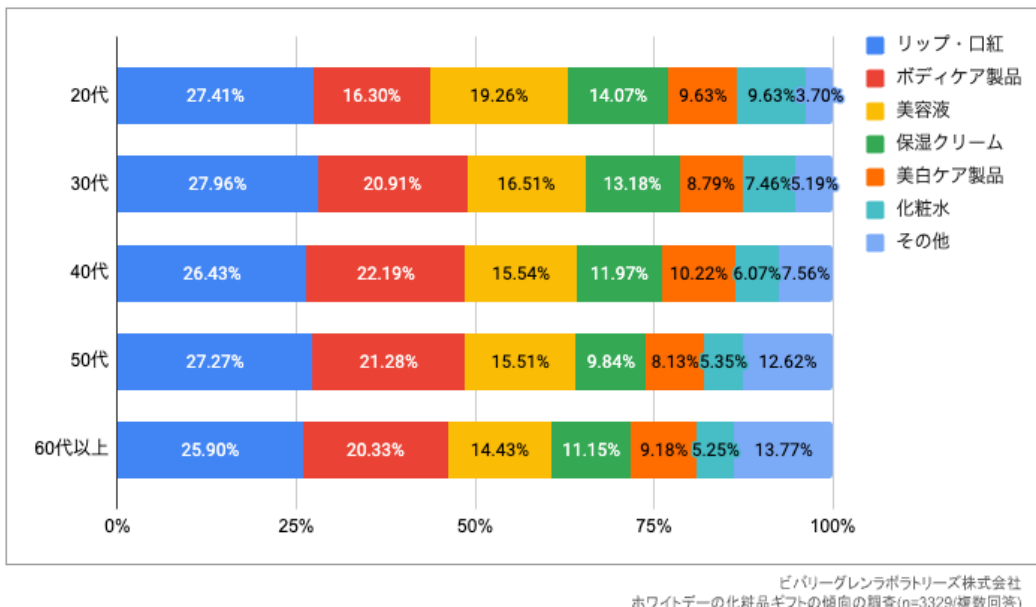
自由回答には、「女性同士でコスメを交換し合うのが流行っている」「職場の同僚と一緒にスキンケア商品を贈り合った」などの具体的事例も。50代以上では「自分で化粧品を選ぶ」という考えが強く、プレゼントする際も「相手に合うかどうか」を慎重に考える傾向が見られました。

● ホワイトデーに貰って嬉しい化粧品は全体ではリップ・口紅が27.0%でトップ

最も人気が高かったのは「プレゼント映える」「普段買わない色を試せる」といった理由で「リップ・口紅」。次いで、「ボディケア製品」「美容液」「保湿クリーム」などのスキンケアアイテムも人気が高いことが分かりました。美容液は「自分ではなかなか買わないので、プレゼントでもらえると嬉しい」という意見が多く、特別感のあるギフトとして選ばれています。



● 世代別に見るスキンケアギフトのポイント



<本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社 広報担当：佐藤

TEL：03-5472-1818 FAX：03-5472-1853 E-mail：msato@bglen.jp

20代：美容液人気が高く「試してみたい」需要が大きい

20代に限ると、「美容液」を選ぶ人が約19.3%と比較的高い比率になっています。これは乾燥やニキビ痕、毛穴の開きなど、20代特有の肌悩みに集中ケアしたい意識があるためと考えられます。さらに「自分では買わない価格帯の美容液をプレゼントでもらえると嬉しい」という意見もあり「試すきっかけ」としてのスキンケアギフトの役割が大きいようです。

30代～40代：保湿や美白など「エイジングケア」へのニーズ急増

30代を超えると、保湿クリームや美白ケア製品の人気が伸び始めます。特に40代では「保湿クリーム」が12%前後、「美白ケア製品」が10%前後を占め、エイジングサインの対策が求められていることがうかがえます。自由回答でも「肌の衰えを感じ始めているので、実用的で高機能なスキンケアが欲しい」「育児や仕事で忙しく、自分のケアに投資する余裕がないからプレゼントだと嬉しい」といった声が多数寄せられました。

50代～60代以上：なじみのブランド+新技術への関心

50代以上の層でも、保湿や美白など本格的なケアを望む割合は高いですが、「長く使い続ける安心感」と「新技術を使った製品の魅力」の両方に関心がある様子が見受けられます。

自由回答では「普段は同じブランドで揃えているけれど、新しい高機能コスメをもらって試したい」や「自宅にいる時間が長くなったので、良質なスキンケアをじっくり試すのが楽しみになっている」のように、世代が上がるほどスキンケアに対するこだわりが強くなりつつ、プレゼントで新しい体験を取り入れたいという傾向が読み取れます。

まとめ

今回の調査から、年代を問わずスキンケア製品をプレゼントとして贈られることへのニーズが高い中で、20代は「美容液などの高機能アイテムを試したい」意向が強く、30代～40代は保湿や美白などエイジングケア系を重視する傾向が判明しました。50代以上でも「長年同じブランドを使いつつ、新しいテクノロジーを取り入れたい」という欲求が見られ、ギフトをきっかけに新たなコスメを知る機会となるようです。ここ数年、コロナ禍による外出自粛やマスク生活の長期化に伴い、「おうち美容」や「スキンケア重視」の意識が急速に高まったことから、肌そのものを整えるケアへの投資が拡大しているとみられます。

ホワイトデーや誕生日、母の日などのイベントでは、「チョコやお菓子など一時的な消費アイテム」だけでなく「長く使えるスキンケア製品」を贈る傾向が高まっていることが、今回のアンケートからもうかがえます。一方、スキンケア製品は「肌質や好みが合わなければ使えない」というデメリットもあるため、贈る側が相手の悩みや香りの嗜好をリサーチし、なるべく失敗のリスクを減らす工夫が重要といえます。AI肌分析などを活用すれば、大まかな肌タイプに合ったアイテムを選びやすくなるため、今後はギフトサービスとの連携が進むことも期待されます。

各年代別の人気スキンケアギフトの一例

- 全年代でもらって嬉しい「リップ・口紅」と「ボディケア製品」



商品名：リップリビルダー＜唇用美容液＞

容量：6.5g

価格：3,850 円 (税込)

特殊な唇構造にしっかり働きかけるように美容成分を配合することで「今までにないリップケア」を実現した唇用の美容液。

製品情報はこちら：<https://www.bglen.net/sp/liprebuilder>



商品名：ボディパーフェクションゲル ＜マッサージゲルクリーム＞&スレンダーウェーブ ミニ ＜家庭用美容器＞

容量：200g/7.05oz. (ゲル)

サイズ：W63×H91×D22 (mm) 約 55g (家庭用美容器)

価格：7,900 円 (税込)

肌に引き締めハリを与えるボディ用マッサージゲルと、サロンのボディ施術を再現したエクササイズデバイス。

製品情報はこちら：<https://www.bglen.net/sp/bpg>

- 30～40 代の方へ「美容液」



商品名：QuSome ホホワイト 2.0＜美容液＞

容量：15g

価格：6,600 円 (税込)

澄み切った肌印象を引き出す成分「ハイドロキノン※1」の配合量が 2.0%に進化しました。未来の曇りからも守り抜く夜用の美容液。

製品情報はこちら：<https://www.bglen.net/sp/qhc>

※1 整肌成分

- 50 代以上の方へ「保湿クリーム」



商品名：QuSome モイスターリッチクリーム＜フィニッシングクリーム＞

容量：33g

価格：7,700 円 (税込)

美容業界大注目の「グルタチオン※2」を含む 4 つの成分を配合。肌老化が進行する前に、優れたブライト&エイジングケア※3を実現します。

製品情報はこちら：<https://www.bglen.net/sp/qrc>

※2 グルタチオン 整肌成分 ※3 年齢に応じたケア

＜本件に関する報道関係者お問い合わせ先＞

ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社 広報担当：佐藤

TEL：03-5472-1818 FAX：03-5472-1853 E-mail：msato@bglen.jp



【ビーグレンについて】

アメリカ、カリフォルニア生まれのサイエンスコスメブランドです。皮膚から薬剤等を必要な箇所へ集中して届ける最先端の医療技術「ドラッグデリバリーシステム」の世界的権威であるアメリカのブライアン・ケラー博士が独自開発した浸透テクノロジー「QuSome®（キューソーム）^{*4}」を搭載したスキンケア製品と、AIを使った肌分析によりお客様一人一人の肌に合うスキンケアプログラムを提供。世界中の女性の肌トラブルに「結果」を出し、肌悩みの解決と幸せを導きます。2024年現在、QuSome シリーズは累計販売個数 550 万個^{*5}を突破し、サイエンスコスメブランドの地位を確立。現在、世界 33 カ国で展開し、日本では 170 万人以上のお客様から高い支持を得ています。

公式サイト：<https://www.bglen.net>

*4 美容成分が肌表面だけでなく浸透させる深さを制御し長時間効果を持続させる技術 *5 2016 年 10 月～2024 年 5 月末時点 国内出荷実績

【会社概要】

会社名：ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社

代表者：代表取締役 児玉 朗

所在地：東京都港区東新橋 2-14-1 NBF コモディオ汐留 5F

設立：2009 年 7 月 14 日

事業内容：化粧品の企画・製造・販売



公式ウェブマガジン b.glenish!：<https://www.bglenish.com>

[公式 SNS]

Instagram：@bglen_official

Facebook：@bglenfb

X：@bglen_official

LINE：@bglen

YouTube：https://www.youtube.com/@bglen_official

■お客様問い合わせ先

TEL：0120-329-414（24 時間・365 日体制で受付）

<本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

ビバリーグレンラボラトリーズ株式会社 広報担当：佐藤

TEL：03-5472-1818 FAX：03-5472-1853 E-mail：msato@bglen.jp