

# 6割以上がメイクの際、「リキッドアイライナー」を使用。 アイライナー購入の決め手は、「価格と価値」「第三者評価」「使用感」 ～アイライナーに関する消費者調査レポート～

株式会社カティグレイス（本社：東京都台東区、代表取締役 服部 勝高）が展開するコスメブランド「LUMIURGLAS（ルミアグラス）」は、2024年5月29日（水）～5月31日（金）に全国15歳～49歳女性1,000人を対象にアイライナーに関する消費者調査をインターネットリサーチにて実施いたしました。



【ルミアグラス公式オンラインストア】 <https://lumiurglas.jp/>

## 【TOPICS】

- **6割以上**が日頃使用しているアイライナーは「**リキッドタイプ**」。
- **6割以上**が主なアイライナー購入先は「**ドラッグストア**」。
- **4割以上**がアイライナー購入後の行動として、SNSなどから「**使い方**」を検索。
- アイライナー購入理由として「**価格と価値**」「**第三者評価**」「**使用感**」を重視。
- アイライナーEC購入先として10代は「**Qoo10**」20～40代は「**Amazon**」が最多回答。
- アイライナーEC購入の際、インフルエンサーなどによる「**第三者からの評価**」を参考。

◆引用・転載時のクレジット表記のお願い◆

本内容の転載にあたりましては、「ルミアグラス調べ」クレジットを付記の上ご使用いただけますよう、お願い申し上げます。

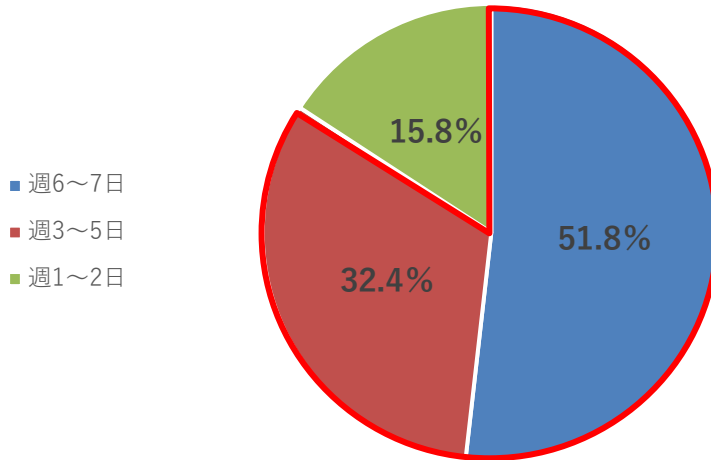
## 調査概要

【調査主体】株式会社カティグレイス  
【回答者】15歳~49歳の女性1,000名

【調査機関】株式会社アスマーク  
【調査期間】2024年5月29日~5月31日  
【調査手法】インターネット調査

## 日常のメイクに関する実態調査

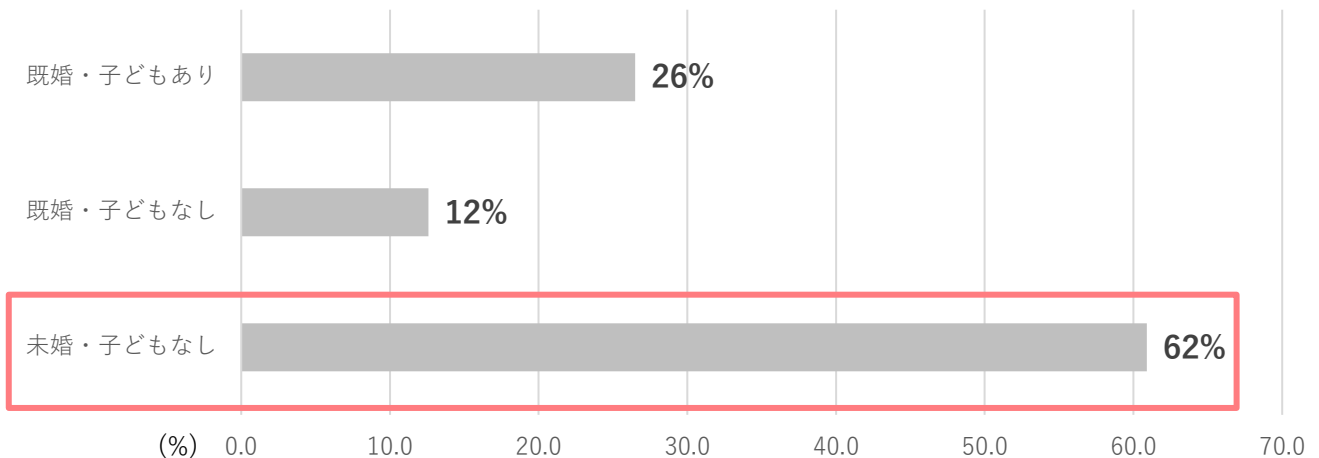
【設問1】n=1,000（単一回答）  
日頃メイクをする頻度を教えてください。



### 8割以上が日常的にメイクをする

全国15歳~49歳の女性1,000名を対象に、日頃メイクをする頻度を調査した結果、8割以上の方が週に3日以上メイクをしていることが判明しました。また、1割上の方がメイクをする頻度は週1~2日と回答しておりました。外出時など特定の状況時のみメイクをし、日常ではメイクをしない方が一定数いることが推察される結果となりました。

### 週3日以上メイクをする



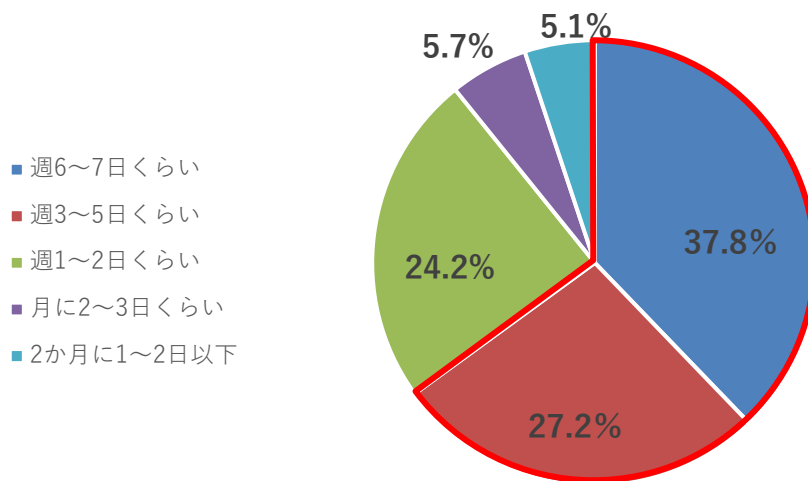
### 既婚、未婚でメイク頻度の違いあり

前問での回答結果を婚姻状況別に振り分けた結果、週3日以上メイクをする回答者の内、約6割が「未婚」。約4割が「既婚」の方となりました。メイクをしている・していないの判断には個人差があるものの、生活環境の変化によりメイクを行う機会や頻度が少なくなる傾向があることが推察される結果となりました。

## アイライナーに関する実態調査

【設問2】 n=1,000 (単一回答)

メイクをする際に、アイライナーを使用する頻度を教えてください。

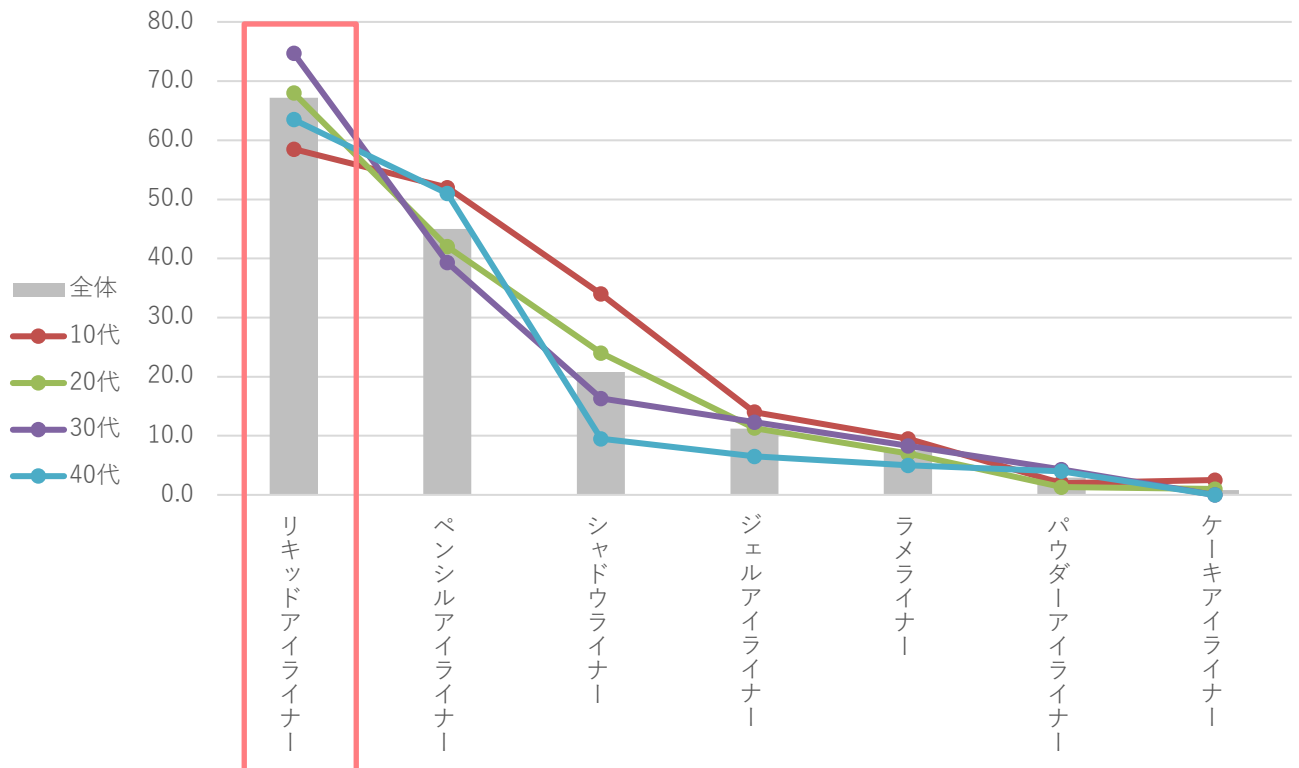


### 6割以上が週3日以上、メイクの際にアイライナーを使用している

全国15歳~49歳の女性1,000名を対象に、メイクをする際のアイライナー使用頻度を調査した結果、6割以上が週3日以上アイライナーを使用していると回答。メイクをする際にアイライナーを使用する方が多い結果となりました。

【設問3】 n=1,000 (複数回答)

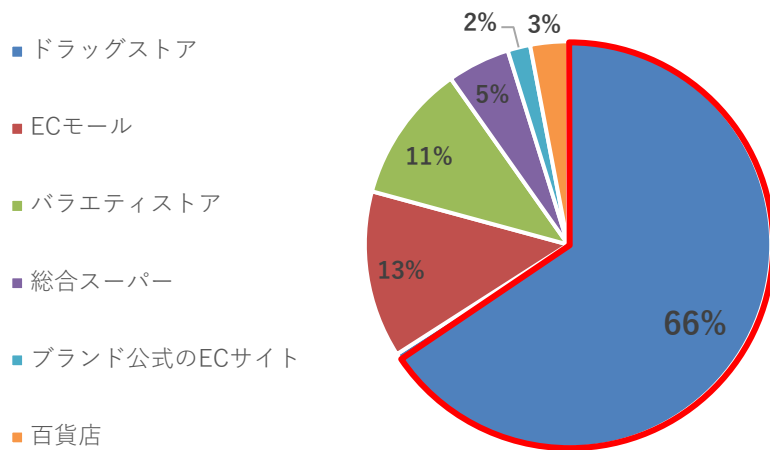
日頃使用しているアイライナーの種類を教えてください。



### 6割以上が「リキッドアイライナー」を使用している

全国15歳~49歳女性1,000名を対象に、日頃使用しているアイライナーを調査した結果、6割以上が「リキッドアイライナー」と回答。どの年代においても、使用率の高いアイライナーがリキッドタイプであることが判明しました。

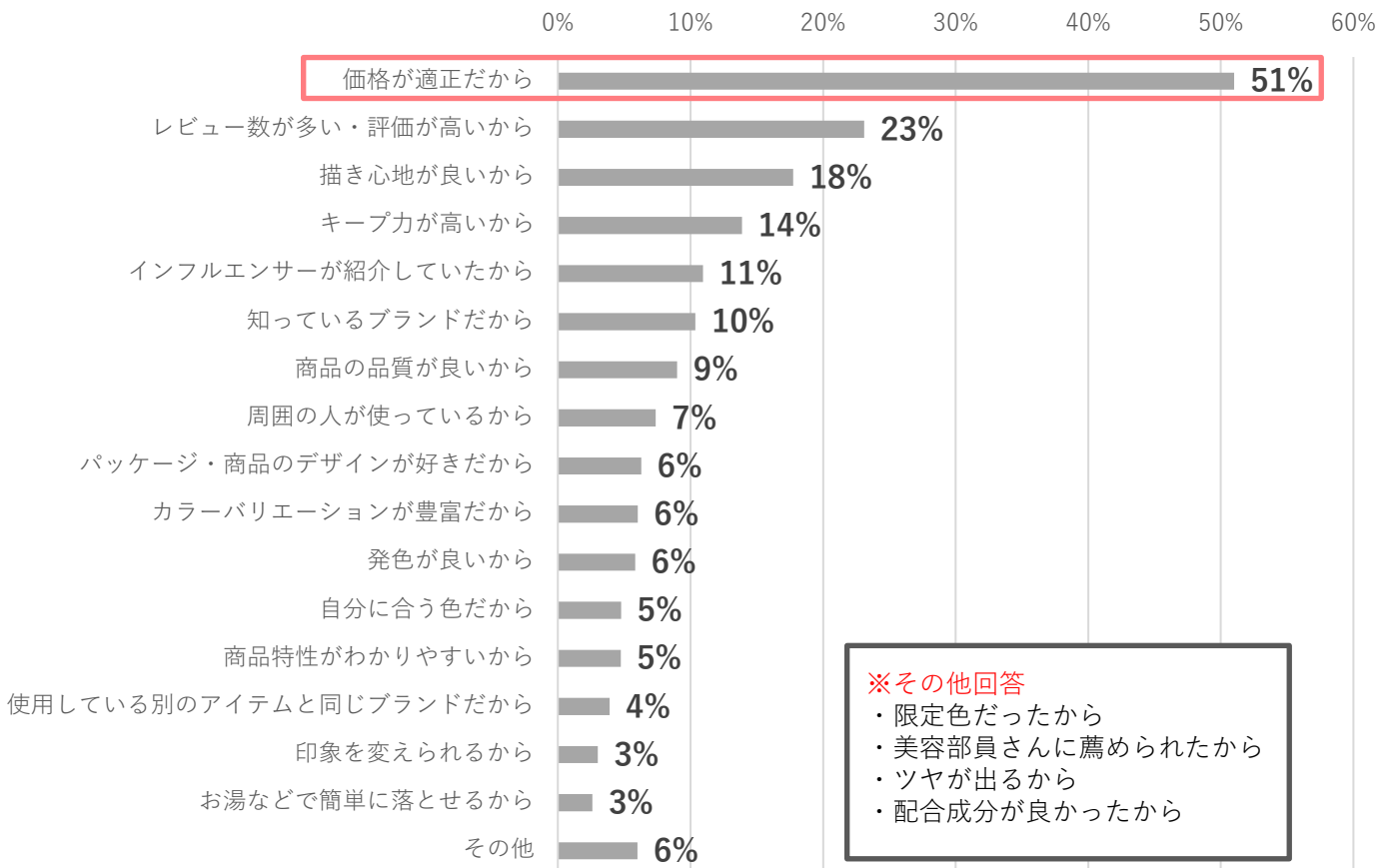
【設問4】 n=1,000 (単一回答)  
 アイライナーの購入先として最も多い場所を教えてください。



### アイライナーの購入先は「ドラッグストア」

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、アイライナーの購入先を調査した結果、6割以上の方が「ドラッグストア」と回答。店舗が生活圏内にあり、実際に商品を試すことができることが購入先として最も選ばれていることが推察される結果となりました。

【設問5】 n=1,000 (複数回答)  
 アイライナーを購入した際の購入理由を教えてください。

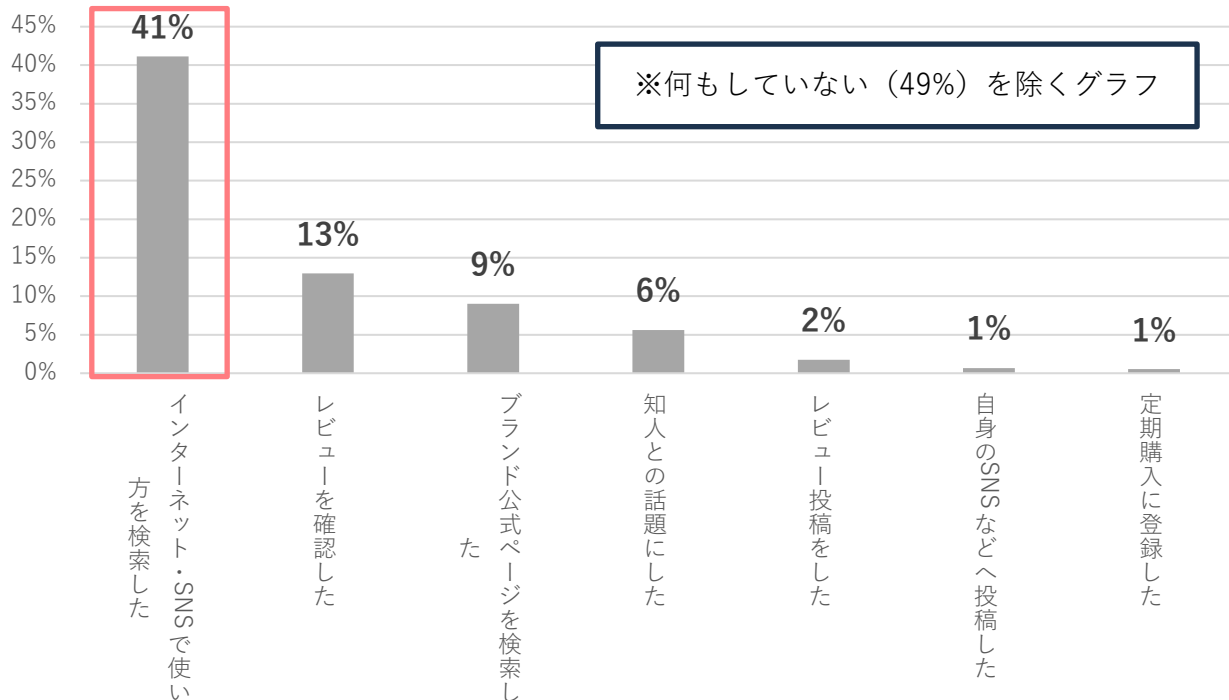


### アイライナーの購入理由は「価格と価値」「第三者評価」「使用感」

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、アイライナーを購入した理由を調査した結果、5割以上の方が「価格が適正だから」と回答。次いで「レビュー評価」「描き心地」と回答。第三者からの商品評価とアイライナーの使用感を踏まえた上で、ご自身の価格と価値が合うことが購入動機となることが推察される結果となりました。

【設問6】 n=1,000 (複数回答)

アイライナーを購入した後、実行したことがある行動を教えてください。

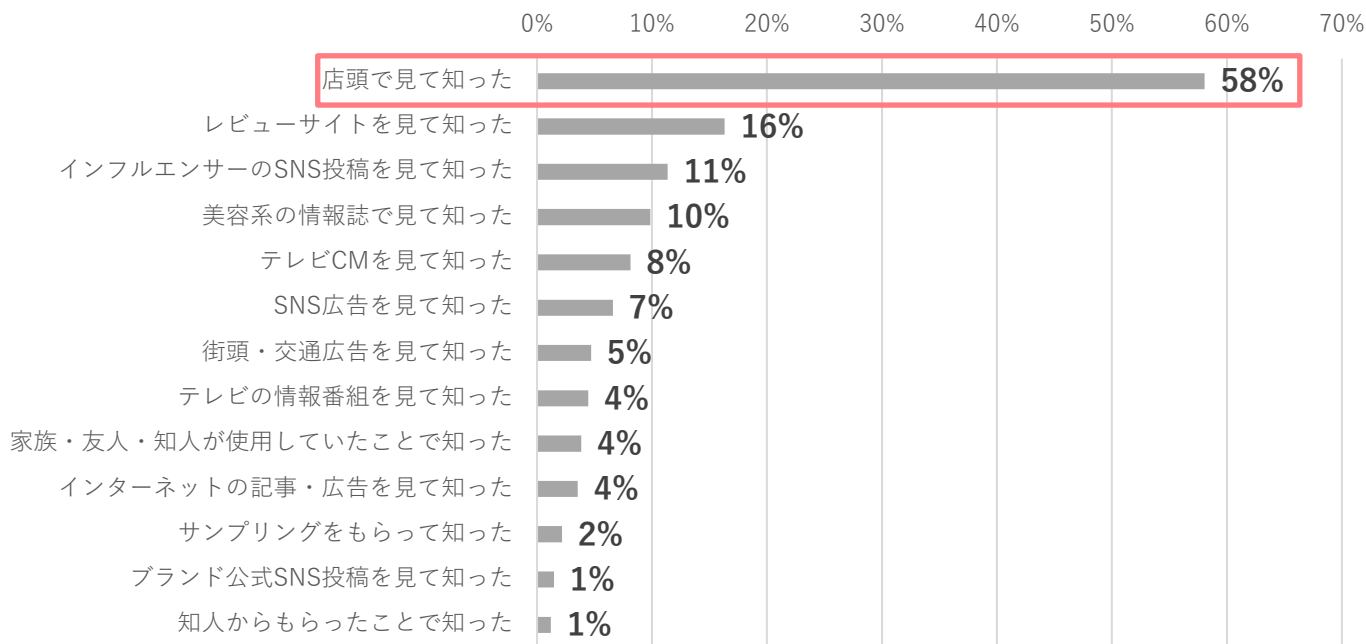


### アイライナー購入後の行動は、「使い方を検索」

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、アイライナー購入後の行動を調査した結果、「使い方を検索」が最多回答となり、次いで「レビュー確認」と回答。インフルエンサーなどが推奨するメイク方法を検索し、第三者からの商品評価を確認するのが購入後の行動パターンとして多いことが推察される結果となりました。

【設問7】 n=1,000 (複数回答)

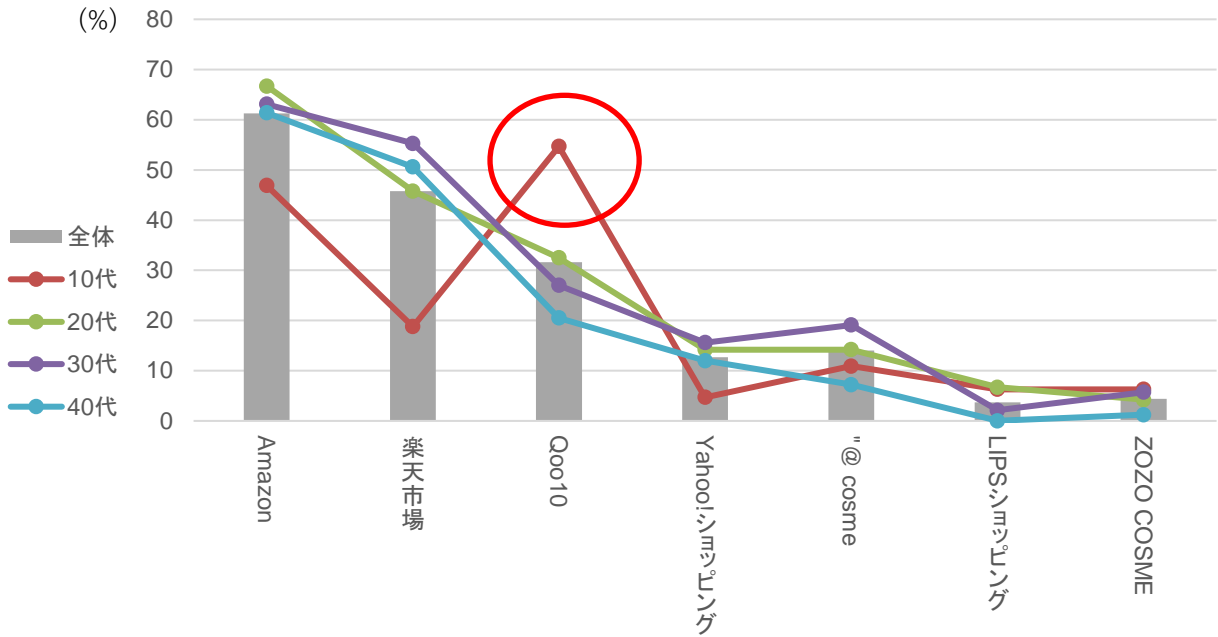
アイライナーの新商品などを知ったきっかけを教えてください。



### アイライナーを知るきっかけは、「店頭」

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、アイライナーの新商品などを知ったきっかけを調査した結果、5割以上の方が「店頭」と回答。次いで「レビューサイト」「インフルエンサーによるSNS投稿」と回答。情報入手先は様々ありますが、商品を実際に確認できる「店頭」が最も印象に残っていることが推察される結果となりました。

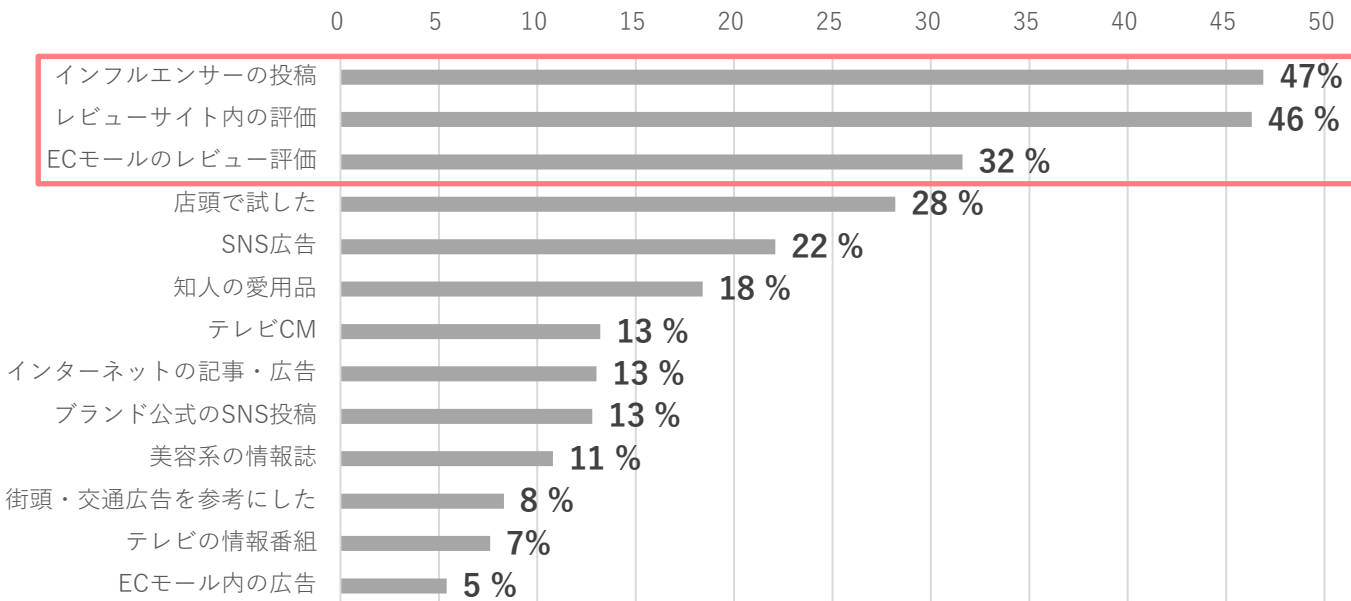
【設問8】 n=408（複数回答）※ECモールでの購入経験者のみ回答  
 あなたがアイライナーを普段購入している、過去購入したことがあるECモールを教えてください。



### 6割以上がECでのアイライナー購入先は「Amazon」

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、ECモールでのアイライナー購入先を調査した結果、6割以上が「Amazon」と回答。一方で10代は「Qoo10」が最多回答となった。各ECモール毎の「取扱品」「価格帯」「話題性」などの違いによりユーザー年代層に傾向差がでることが推察される結果となりました。

【設問9】 n=408（複数回答）※ECモールでの購入経験者のみ回答  
 あなたがアイライナーをECモールで購入する際に参考にした情報を教えてください。



### ECでの購入は「インフルエンサー」「レビュー評価」が重要

全国15歳～49歳の女性1,000名を対象に、ECモールでアイライナー購入する際に参考にした情報を調査した結果、「インフルエンサー投稿」「レビュー評価」が最も多い回答となった。商品を実際に試すことのできないEC環境においては、インフルエンサーを含めた、第三者からの推奨と評価が購入検討の際に重要視されることが推察される結果となりました。

## ルミアグラスシリーズのご紹介



### ①ルミアグラス スキルレスライナー 01~10 (全10色)

価格：¥1,650 (税込)

独自の高性能インクと細部にこだわった構造によって、理想の描き心地を実現した「スキルレスライナー」。より自由で、自分らしいアイメイクを叶えるリキッドアイライナーです。



### ②ルミアグラス デュアルエンドライナー 01~03 (全3色)

価格：¥1,980 (税込)

洗練ラメと、ナチュラルな影ライナーが、一本に。何役もこなす万能ライナー。表情を明るく見せるラメライナーと理想的な目もとを演出する影ライナーで、いつもの目もとにさりげない輝きを。



### ③ルミアグラス ベルベットライナー 01~04 (全4色)

価格：¥1,760 (税込)

京都産シルク(※)を配合し、なめらかな描き心地を実現。目頭から目尻まで、思い通りのラインを描くことができる、新感覚のアイライナーです。※保湿成分



### ④ルミアグラス ベルベットアイブロウ 01~04 (全4色)

価格：¥1,760 (税込)

描きやすさ、汗や摩擦への耐久性に優れたリキッドアイブロウ。超極細ベビーブラシを採用し、思い通りの眉を自由自在に。

