

Appendix：設問別集計・クロス集計資料

PDFダウンロード用データ集

本資料は、ホワイトペーパー本文で参照するクロス分析の補足資料です。設問別単純集計、年代別クロス、情報源別クロス、購入チャネル別クロス、韓国コスメ関与別クロス、購入時の影響源別クロスを収録しています。

数値は小数点第2位を四捨五入して表示しています。nが小さいセグメントは、本文では傾向把握として扱うことを推奨します。

Appendix A-1. Q1 美容商品の購入チャネル

設問別単純集計

| 項目 | n | 割合 |
|-----------------|-----|-------|
| ドラッグストア | 983 | 32.8% |
| Amazon | 557 | 18.6% |
| 楽天市場 | 484 | 16.1% |
| SNS経由 | 227 | 7.6% |
| Qoo10 | 226 | 7.5% |
| バラエティショップ | 159 | 5.3% |
| ブランド公式サイト・公式アプリ | 158 | 5.3% |
| その他 | 127 | 4.2% |
| 百貨店 | 79 | 2.6% |

Appendix A-2. Q2 美容商品の情報源

設問別単純集計

| 項目 | n | 割合 |
|---------------|-----|-------|
| Instagram | 617 | 20.6% |
| 口コミサイト | 506 | 16.9% |
| 店頭・美容部員 | 400 | 13.3% |
| 友人・家族 | 319 | 10.6% |
| YouTube | 303 | 10.1% |
| X | 251 | 8.4% |
| TikTok | 179 | 6.0% |
| テレビCM・雑誌広告 | 167 | 5.6% |
| 美容メディア・Webサイト | 157 | 5.2% |
| その他 | 101 | 3.4% |

Appendix A-3. Q3 商品選択時の重視点

設問別単純集計

| 項目 | n | 割合 |
|---------------|------|-------|
| 価格・コスパ | 1090 | 36.3% |
| 口コミ・レビュー | 598 | 19.9% |
| 効果の実感・科学的根拠 | 560 | 18.7% |
| 成分の新しさ・先進性 | 176 | 5.9% |
| ブランドの信頼性・歴史 | 160 | 5.3% |
| SNSでの話題性・人気 | 139 | 4.6% |
| パッケージデザイン・見た目 | 128 | 4.3% |
| インフルエンサーの推薦 | 93 | 3.1% |
| その他 | 56 | 1.9% |

Appendix A-4. Q4 韓国コスメ購入経験

設問別単純集計

| 項目 | n | 割合 |
|----------|------|-------|
| 興味もない | 1387 | 46.2% |
| 興味あり・未購入 | 530 | 17.7% |
| 1~2回試した | 429 | 14.3% |
| 数ヶ月に1回購入 | 423 | 14.1% |
| 月1回以上購入 | 231 | 7.7% |

Appendix A-5. Q5 購入時の影響源

設問別単純集計

| 項目 | n | 割合 |
|--------------------|------|-------|
| 特に影響なし | 1250 | 41.7% |
| 口コミサイトのレビュー | 557 | 18.6% |
| インフルエンサー・YouTuber | 356 | 11.9% |
| TikTok・Instagram投稿 | 315 | 10.5% |
| 友人・同僚のおすすめ | 175 | 5.8% |
| テレビCM・雑誌広告 | 139 | 4.6% |
| 店頭的美容部員のアドバイス | 139 | 4.6% |
| 有名人・芸能人の使用 | 69 | 2.3% |
| その他 | 0 | 0.0% |

Appendix B-1. 年代別クロス：購入チャネル

年代6区分別クロス集計（行%）

| row | Amazon | 楽天市場 | Qoo10 | ドラッグストア | バラエティショップ | 百貨店 | ブランド公式サイト・公式アプリ | SNS経由 | その他 |
|-------|--------|-------|-------|---------|-----------|------|-----------------|-------|------|
| 20代前半 | 21.0% | 8.2% | 11.6% | 27.6% | 7.4% | 3.2% | 2.2% | 14.8% | 4.0% |
| 20代後半 | 20.8% | 13.8% | 11.0% | 26.4% | 7.2% | 2.4% | 4.0% | 11.2% | 3.2% |
| 30代前半 | 16.6% | 13.2% | 8.6% | 38.0% | 6.0% | 1.6% | 4.6% | 7.4% | 4.0% |
| 30代後半 | 20.6% | 17.0% | 6.0% | 34.0% | 4.0% | 3.6% | 6.2% | 5.0% | 3.6% |
| 40代前半 | 15.0% | 22.6% | 5.4% | 34.2% | 3.2% | 2.8% | 7.0% | 4.2% | 5.6% |
| 40代後半 | 17.4% | 22.0% | 2.6% | 36.4% | 4.0% | 2.2% | 7.6% | 2.8% | 5.0% |

Appendix B-2. 年代別クロス：情報源

年代6区分別クロス集計（行%）

| row | Instagram | TikTok | YouTube | X | 口コミサイト | 美容メディア・Webサイト | テレビCM・雑誌広告 | 店頭・美容部員 | 友人・家族 | その他 |
|-------|-----------|--------|---------|-------|--------|---------------|------------|---------|-------|------|
| 20代前半 | 21.0% | 15.8% | 9.4% | 10.6% | 12.2% | 3.0% | 3.2% | 10.8% | 11.6% | 2.4% |
| 20代後半 | 24.0% | 6.8% | 14.2% | 11.0% | 12.0% | 5.6% | 5.0% | 10.0% | 10.2% | 1.2% |
| 30代前半 | 29.2% | 2.0% | 9.4% | 10.8% | 16.8% | 5.2% | 4.2% | 10.8% | 9.0% | 2.6% |
| 30代後半 | 21.6% | 3.6% | 9.8% | 8.6% | 18.2% | 5.4% | 6.0% | 13.2% | 10.2% | 3.4% |
| 40代前半 | 16.8% | 2.2% | 8.8% | 6.0% | 20.8% | 6.4% | 6.2% | 16.4% | 11.0% | 5.4% |
| 40代後半 | 10.8% | 5.4% | 9.0% | 3.2% | 21.2% | 5.8% | 8.8% | 18.8% | 11.8% | 5.2% |

Appendix B-3. 年代別クロス：重視点

年代6区分別クロス集計（行%）

| row | 価格・コスパ | 口コミ・レビュー | SNSでの話題性・人気 | 成分の新しさ・先進性 | パッケージデザイン・見た目 | ブランドの信頼性・歴史 | インフルエンサーの推薦 | 効果の実感・科学的根拠 | その他 |
|-------|--------|----------|-------------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------|
| 20代前半 | 34.8% | 18.4% | 6.8% | 7.0% | 6.2% | 4.4% | 4.4% | 16.2% | 1.8% |
| 20代後半 | 34.6% | 20.4% | 7.4% | 5.2% | 4.8% | 7.0% | 3.6% | 15.6% | 1.4% |
| 30代前半 | 38.2% | 22.8% | 4.6% | 5.0% | 4.0% | 4.4% | 3.0% | 16.6% | 1.4% |
| 30代後半 | 35.2% | 21.4% | 3.4% | 6.4% | 4.8% | 4.0% | 3.4% | 18.6% | 2.8% |
| 40代前半 | 39.6% | 17.6% | 2.8% | 5.4% | 3.8% | 5.0% | 2.4% | 20.8% | 2.6% |
| 40代後半 | 35.6% | 19.0% | 2.8% | 6.2% | 2.0% | 7.2% | 1.8% | 24.2% | 1.2% |

Appendix B-4. 年代別クロス：韓国コスメ購入経験

年代6区分別クロス集計（行%）

| | 月1回以上購入 | 数ヶ月に1回購入 | 1~2回試した | 興味あり・未購入 | 興味もない |
|-------|---------|----------|---------|----------|-------|
| 20代前半 | 9.2% | 18.4% | 14.6% | 18.6% | 39.2% |
| 20代後半 | 12.6% | 17.0% | 13.2% | 17.0% | 40.2% |
| 30代前半 | 6.6% | 16.4% | 19.6% | 15.2% | 42.2% |
| 30代後半 | 7.4% | 14.8% | 12.0% | 21.8% | 44.0% |
| 40代前半 | 6.8% | 8.4% | 13.8% | 17.2% | 53.8% |
| 40代後半 | 3.6% | 9.6% | 12.6% | 16.2% | 58.0% |

Appendix B-5. 年代別クロス：購入時の影響源

年代6区分別クロス集計（行%）

| row | インフルエンサー・YouTuber | TikTok・Instagram投稿 | 友人・同僚のおすすめ | 口コミサイトのレビュー | テレビCM・雑誌広告 | 店頭美容部員のアドバイス | 有名人・芸能人の使用 | 特に影響なし | その他 |
|-------|-------------------|--------------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------|------|
| 20代前半 | 14.4% | 17.2% | 7.4% | 11.4% | 4.4% | 5.0% | 4.0% | 36.2% | 0.0% |
| 20代後半 | 17.2% | 14.2% | 7.2% | 14.2% | 6.2% | 5.8% | 2.0% | 33.2% | 0.0% |
| 30代前半 | 14.2% | 9.4% | 4.0% | 20.8% | 4.0% | 4.0% | 2.2% | 41.4% | 0.0% |
| 30代後半 | 11.4% | 9.6% | 4.6% | 21.8% | 3.0% | 5.0% | 2.4% | 42.2% | 0.0% |
| 40代前半 | 7.8% | 6.4% | 5.8% | 21.2% | 4.4% | 4.0% | 1.6% | 48.8% | 0.0% |
| 40代後半 | 6.2% | 6.2% | 6.0% | 22.0% | 5.8% | 4.0% | 1.6% | 48.2% | 0.0% |

Appendix C-1. 情報源別クロス：購入チャネル

情報源グループ別クロス集計（行%）

| | ドラッグストア | Amazon | 楽天市場 | Qoo10 | SNS経由 | ブランド公式サイト・公式アプリ | バラエティショップ | 百貨店 |
|------------|---------|--------|-------|-------|-------|-----------------|-----------|------|
| SNS系 | 27.5% | 26.1% | 21.0% | 13.5% | 3.8% | 2.3% | 3.2% | 1.8% |
| 口コミサイト | 35.0% | 18.2% | 13.4% | 5.5% | 2.6% | 7.7% | 10.5% | 3.2% |
| 店頭・美容部員 | 55.2% | 5.5% | 9.8% | 1.5% | 10.2% | 5.2% | 5.5% | 5.0% |
| テレビCM・雑誌広告 | 39.5% | 12.6% | 14.4% | 0.0% | 12.0% | 12.6% | 4.8% | 2.4% |
| 友人・家族 | 28.2% | 12.2% | 10.7% | 1.3% | 27.9% | 6.3% | 5.3% | 0.9% |
| その他 | 22.5% | 12.0% | 13.6% | 2.3% | 5.0% | 10.1% | 6.2% | 4.7% |

Appendix C-2. 情報源別クロス：重視点

情報源グループ別クロス集計（行%）

| | 価格・コスパ | 口コミ・レビュー | 効果の実感・科学的根拠 | ブランドの信頼性・歴史 | SNSでの話題性・人気 | インフルエンサーの推薦 |
|------------|--------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| SNS系 | 36.3% | 27.0% | 10.9% | 3.5% | 8.5% | 3.0% |
| 口コミサイト | 31.0% | 30.2% | 15.8% | 5.1% | 2.2% | 1.2% |
| 店頭・美容部員 | 46.2% | 5.2% | 28.7% | 6.8% | 0.8% | 4.0% |
| テレビCM・雑誌広告 | 42.5% | 6.6% | 16.8% | 11.4% | 1.8% | 8.4% |
| 友人・家族 | 35.1% | 6.9% | 46.1% | 3.4% | 1.3% | 2.5% |
| その他 | 29.1% | 10.1% | 16.7% | 11.6% | 1.2% | 3.5% |

Appendix D-1. 購入チャネル別クロス：重視点

購入チャネル別クロス集計（行%）

| | 価格・コスパ | 口コミ・レビュー | 効果の実感・科学的根拠 | ブランドの信頼性・歴史 | SNSでの話題性・人気 | インフルエンサーの推薦 |
|-----------------|--------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ドラッグストア | 51.2% | 17.2% | 14.3% | 3.6% | 3.1% | 1.2% |
| Amazon | 39.0% | 25.9% | 14.4% | 4.1% | 5.7% | 2.5% |
| 楽天市場 | 33.1% | 25.0% | 16.1% | 4.8% | 7.6% | 2.9% |
| Qoo10 | 24.8% | 35.8% | 11.1% | 2.7% | 9.3% | 4.0% |
| SNS経由 | 11.5% | 4.4% | 53.7% | 7.5% | 4.0% | 11.9% |
| ブランド公式サイト・公式アプリ | 17.1% | 18.4% | 34.8% | 15.2% | 0.0% | 4.4% |
| バラエティショップ | 24.5% | 11.3% | 13.8% | 11.9% | 5.0% | 3.1% |
| 百貨店 | 16.5% | 19.0% | 26.6% | 12.7% | 2.5% | 5.1% |

Appendix D-2. 購入チャネル別クロス：韓国コスメ関与

購入チャネル別クロス集計（行%）

| | 高頻度購入 | トライアル | 興味あり・未購入 | 無関心 |
|-----------------|-------|-------|----------|-------|
| ドラッグストア | 13.6% | 14.0% | 20.9% | 51.5% |
| Amazon | 30.5% | 14.0% | 16.5% | 39.0% |
| 楽天市場 | 21.9% | 19.0% | 16.3% | 42.8% |
| Qoo10 | 65.0% | 15.9% | 8.4% | 10.6% |
| SNS経由 | 4.0% | 7.5% | 21.6% | 67.0% |
| ブランド公式サイト・公式アプリ | 17.7% | 7.0% | 18.4% | 57.0% |
| バラエティショップ | 23.3% | 25.8% | 20.1% | 30.8% |
| 百貨店 | 22.8% | 11.4% | 19.0% | 46.8% |

Appendix E-1. 韓国コスメ関与別クロス：年代

韓国コスメ関与別クロス集計（行%）

| | 20代前半 | 20代後半 | 30代前半 | 30代後半 | 40代前半 | 40代後半 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 高頻度購入 | 21.1% | 22.6% | 17.6% | 17.0% | 11.6% | 10.1% |
| トライアル | 17.0% | 15.4% | 22.8% | 14.0% | 16.1% | 14.7% |
| 興味あり・未購入 | 17.5% | 16.0% | 14.3% | 20.6% | 16.2% | 15.3% |
| 無関心 | 14.1% | 14.5% | 15.2% | 15.9% | 19.4% | 20.9% |

Appendix E-2. 韓国コスメ関与別クロス：購入チャネル

韓国コスメ関与別クロス集計（行%）

| | ドラッグストア | Amazon | 楽天市場 | Qoo10 | SNS経由 | ブランド公式サイト・公式アプリ | バラエティショップ | 百貨店 |
|----------|---------|--------|-------|-------|-------|-----------------|-----------|------|
| 高頻度購入 | 20.5% | 26.0% | 16.2% | 22.5% | 1.4% | 4.3% | 5.7% | 2.8% |
| トライアル | 32.2% | 18.2% | 21.4% | 8.4% | 4.0% | 2.6% | 9.6% | 2.1% |
| 興味あり・未購入 | 38.7% | 17.4% | 14.9% | 3.6% | 9.2% | 5.5% | 6.0% | 2.8% |
| 無関心 | 36.5% | 15.6% | 14.9% | 1.7% | 11.0% | 6.5% | 3.5% | 2.7% |

Appendix E-3. 韓国コスメ関与別クロス：情報源

韓国コスメ関与別クロス集計（行%）

| | SNS系 | 口コミサイト | 店頭・美容部員 | テレビCM・雑誌広告 | 友人・家族 | その他 |
|----------|-------|--------|---------|------------|-------|-------|
| 高頻度購入 | 70.2% | 19.3% | 3.7% | 1.8% | 1.8% | 3.2% |
| トライアル | 56.2% | 21.2% | 8.2% | 3.0% | 3.7% | 7.7% |
| 興味あり・未購入 | 47.0% | 16.4% | 10.9% | 7.0% | 8.3% | 10.4% |
| 無関心 | 28.9% | 14.6% | 20.4% | 7.6% | 17.8% | 10.7% |

Appendix F-1. 購入時の影響源別クロス：重視点

購入時の影響源別クロス集計（行%）

| | 価格・コスパ | 口コミ・レビュー | 効果の実感・科学的根拠 | ブランドの信頼性・歴史 | SNSでの話題性・人気 | インフルエンサーの推薦 |
|----------|--------|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| SNS・著名人 | 30.9% | 31.5% | 12.7% | 2.8% | 9.3% | 3.8% |
| 口コミ・身近な人 | 28.7% | 31.8% | 13.7% | 4.6% | 5.6% | 0.5% |
| テレビ・店頭 | 23.7% | 6.8% | 19.4% | 17.6% | 2.5% | 6.5% |
| 特に影響なし | 46.8% | 9.0% | 25.0% | 4.5% | 1.8% | 3.4% |
| その他 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

Appendix F-2. 購入時の影響源別クロス：購入チャネル

購入時の影響源別クロス集計（行%）

| | ドラッグストア | Amazon | 楽天市場 | Qoo10 | SNS経由 | ブランド公式サイト・公式アプリ | バラエティショップ | 百貨店 |
|----------|---------|--------|-------|-------|-------|-----------------|-----------|------|
| SNS・著名人 | 28.8% | 24.2% | 15.3% | 16.8% | 4.7% | 3.2% | 3.5% | 2.0% |
| 口コミ・身近な人 | 35.2% | 18.4% | 19.3% | 8.6% | 1.6% | 5.3% | 7.0% | 2.9% |
| テレビ・店頭 | 30.6% | 12.2% | 14.7% | 3.2% | 9.4% | 9.7% | 13.3% | 6.5% |
| 特に影響なし | 34.2% | 16.7% | 15.1% | 2.4% | 12.3% | 5.4% | 3.6% | 2.0% |
| その他 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |