

ジェンダーフリー化粧品のパッケージについて

A21AB076 島袋 紗妃

1. はじめに

近年、女性だけでなく男性においても「美」に対する意識・関心が高まっている。「ジェンダーフリー」という言葉が浸透し、メンズコスメ市場は最近15年に渡り拡大傾向にある。

今までは女性が起用されるイメージが強かった化粧品の広告が、近年では男性も起用されるようになったのは以上のようなニーズに応えられるようにするためだと考えられる。

世の中の価値観が変化するなかで、男性も女性も手に取り、購入しやすいジェンダーフリーコスメのパッケージデザインについて画像編集ソフトを用いてボトルパッケージの色彩や形状を変えた試料を作成し、コスメ商品パッケージのデザインや色彩がジェンダーフリーイメージに及ぼす要因について検討することとした。

本研究は、今後求められる男女兼用化粧品の消費者への方向性を捉えた企画・開発に役立つものとする。

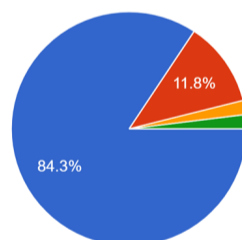
2. アンケート調査

2-1 調査概要

- 1) 調査対象：女子大学生51名
- 2) 調査期間：2024年7月
- 3) 有効回答率：100%
- 4) 調査方法：Googleフォームにて女性に対して「現在の自分のスキンケア行動について」、「現在使っているスキンケア商品について」、「男性のスキンケアへのイメージについて」、「スキンケア商品のイメージについて」、「男性、女性、ジェンダーフリーそれぞれのスキンケア商品に相応しいと思う色彩に関する項目」について調査を行った。

2-2 スキンケアに対する意識

女子大学生の8割以上がスキンケアを重要視し、こだわりを持って毎日行っていることが分かった。



2-3 スキンケア商品のイメージ

男性用、女性用でそれぞれ対極のイメージを持たれていることが分かった。

図1「スキンケアを重要だと感じるか」のアンケート結果

3. 試料の作成

ボトルの画像はAdobe IllustratorとPhotoshopを用いて作成した。



図2 ボトルサンプル試料



図3 ボトル試料

色彩はアンケート結果をもとに、男女兼用に多かった白、灰、黒、黄、緑、女性に多かったピンク、男性に多かった青、市場に多い赤、紫、紺の10色とした。

計50試料を実験試料とした。

4. ボトルのイメージに関する実験

4-1 調査概要

- 1) 調査対象：女子大学生30名、男子大学生30名
- 2) 形容詞対：「男性的な-女性的な」「ヤングな-アダルトな」「高級感のある-安っぽい」「中身が自然な-人工的な」「中身が水っぽい-ジェルっぽい」「形と色が調和している-調和していない」「好きな-嫌いな」「購入したい-購入したくない」「中身が男性用・女性用・男女兼用」
- 3) 調査方法：上記の画像試料50種をランダムに1つずつPC画面に提示し、SD法による5段階評定の官能調査を実施した。
- 4) 調査期間：2024年11月
- 5) 分析：得られた評価に1~5点を与え、平均官能量を算出するとともに、因子分析及び数量化I類にてイメージ評価に関する要因について検討した。

4-2 平均官能量

「中身が水っぽい-ジェルっぽい」について女性は形状、男性は色と形が影響を与える傾向にある。

「購入したい-購入したくない」について、男女共に「白」と「灰」は好感が持たれる色であり、「紫」と「緑」は、嫌いな色として挙げられることが多かった。ピンクは女性に好まれる一方、黄色は女性にあまり良い印象を与えないことがわかる。

「男性用」「男女兼用」「女性用」のどの印象であるかについて、Cの形状は男女共に「男性用」と認識されることが多い。

4-3 数量化I類による要因の解析

得られた偏相関係数は、男女とも同じような傾向を示し、「高級感のある-安っぽい」「中身が水っぽい-ジェルっぽい」は形状が影響しているが、その他のイメージは色彩の影響の方が大きいといえる。

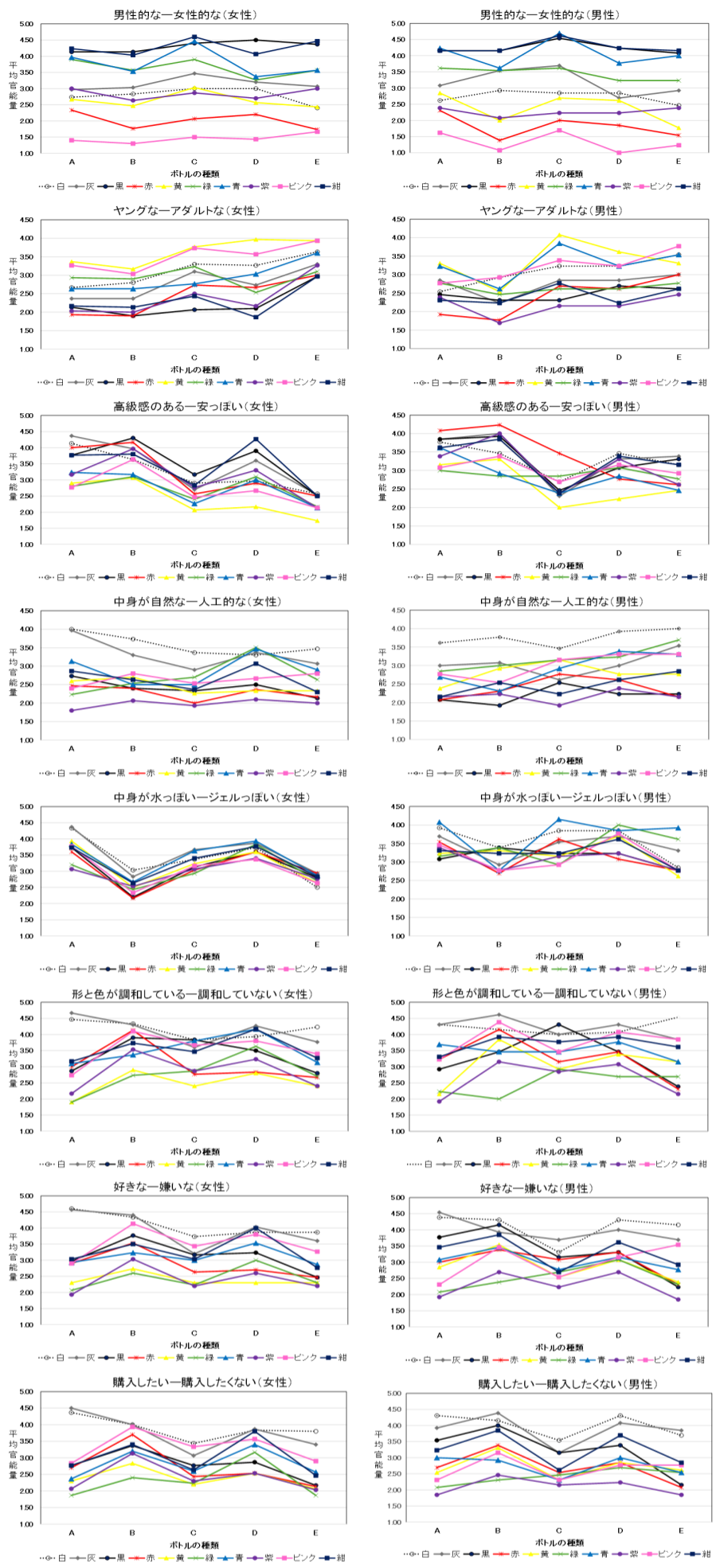


図4 平均官能量

表1 数量化I類分析結果

アイテム	カテゴリ	男性的な-女性的な		ヤングな-アダルトな		高級感のある-安っぽい		中身が自然な-人工的な		中身が水っぽい-ジェルっぽい		形と色が調和している-調和していない		好きな-嫌いな		購入したい-購入したくない	
		数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数	数	相関係数
形状	A	0.043		-0.281		0.438		0.127		0.560		-0.347		-0.091		-0.087	
	B	-0.160		-0.348		0.628		0.014		-0.663		0.359		0.415		0.457	
	C	0.240	0.606	0.132	0.865	-0.439	0.900	-0.203	0.523	0.067	0.936	-0.034	0.652	-0.218	0.716	-0.240	0.747
	D	-0.060		-0.041		0.135		0.174		0.473		0.289		0.195		0.270	
	E	-0.063		0.539		-0.762		-0.113		-0.437		-0.267		-0.301		-0.400	
色	白	-0.297		0.302		0.188		0.881		0.197		0.816		0.969		0.947	
	灰	0.057		-0.058		0.381		0.337		0.776		0.849		0.827		0.849	
	黒	1.217		-0.598		0.475		-0.273		-0.103		0.036		0.009		-0.153	
	赤	-1.070		-0.385		0.175		-0.413		-0.130		-0.264		-0.265		-0.240	
	黄	-0.457		0.809		-0.665		-0.246		-0.017		-0.864		-0.725		-0.553	
	緑	0.550	0.980	0.109	0.930	-0.339	0.820	0.027	0.890	-0.177	0.705	-0.577	0.847	-0.671	0.913	-0.633	0.882
	青	0.690		0.102		-0.292		0.207		0.190		0.169		0.002		-0.113	
	紫	-0.250		-0.438		0.015		-0.713		-0.230		-0.504		-0.718		-0.527	
	ピンク	-1.630		0.675		-0.319		-0.053		-0.143		0.196		0.395		0.373	
	紺	1.190		-0.518		0.381		-0.046		0.077		0.216		0.155		0.073	
互相関係数	0.981	0.950	0.929	0.898	0.943	0.875	0.926	0.909				0.926	0.909				
互相関係数の2乗	0.962	0.903	0.863	0.807	0.890	0.766	0.858	0.826				0.858	0.826				
形状	A	0.129		-0.131		0.411		-0.218		0.177		-0.294		-0.003		-0.028	
	B	-0.125		-0.415		0.465		-0.134		-0.246		0.291		0.374		0.418	
	C	0.291	0.649	0.208	0.751	-0.566	0.815	-0.003	0.600	0.069	0.654	0.060	0.554	-0.272	0.654	-0.320	0.746
	D	-0.102		0.062		-0.066		0.151		0.292		0.198		-0.228		0.211	
	E	-0.194		0.277		-0.243		0.205		-0.292		-0.255		-0.326		-0.282	
色	白	-0.232		0.308		0.180		0.958		0.262		0.791		0.951		1.026	
	灰	0.214		-0.031		0.242		0.251		0.123		0.791		0.828		0.903	
	黒	1.260		-0.308		0.195		-0.595		-0.169		-0.117		0.182		0.272	
	赤	-1.155		-0.385		0.303		-0.411		-0.169		-0.163		-0.126		-0.266	
	黄	-0.586		0.585		-0.497		0.005		-0.108		-0.332		-0.265		-0.251	
	緑	0.475	0.977	-0.138	0.879	-0.220	0.668	0.389	0.909	0.108	0.624	-0.917	0.843	-0.634	0.863	-0.558	0.916
	青	1.091		0.508		-0.282		0.128		0.446		0.083		-0.095		-0.220	
	紫	-0.709		-0.615		-0.626		-0.246		-0.794		-0.865		-0.865		-0.866	
	ピンク	-1.648		0.431		-0.082		0.220		-0.169		0.375		-0.142		-0.312	
	紺	1.291		-0.354		0.149		-0.318		-0.077		0.283		0.166		0.272	
互相関係数	0.978	0.908	0.858	0.818	0.918	0.762	0.862	0.887	0.931			0.887	0.931				
互相関係数の2乗	0.957	0.824	0.736	0.676	0.842	0.580	0.744	0.786	0.867			0.786	0.867				

ボトル・色彩

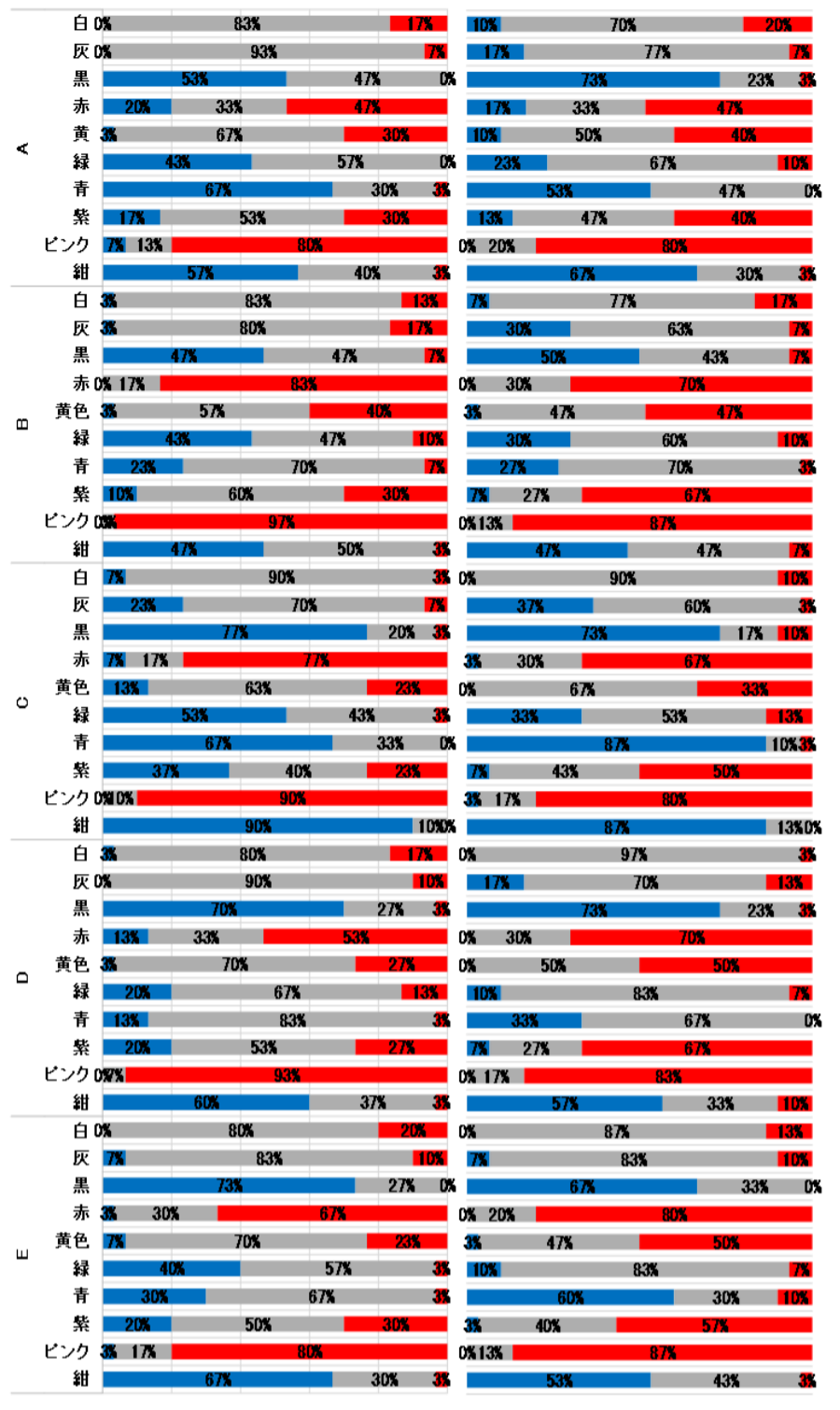


図5 試料の対象性別予想結果

5. おわりに

本研究で、「白」や「灰」が男女問わず使いやすい色であることがわかった。また、商品の印象は色だけでなく、ボトルの形が重要であることも確認された。「白」や「灰」は男女兼用商品に適しており、形状の工夫が消費者の興味を引き出す可能性がある。今後、ジェンダーフリーな化粧品が増える中で、これらの結果が商品デザインに役立つと幸いである。

6. 参考文献

- 株式会社 クロス・マーケティング: 「ジェンダーレス・多様性についての意識と実態調査」
<https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210617gender/>
- 株式会社 インテージ: 「コロナ禍でも伸びた！男性の化粧品購入」
https://www.intage.co.jp/news_events/news/2021/20210422.html
- 化粧品公正取引協議会: 「化粧品の表示に関する公正競争規約施行規則」
<https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-1.html>