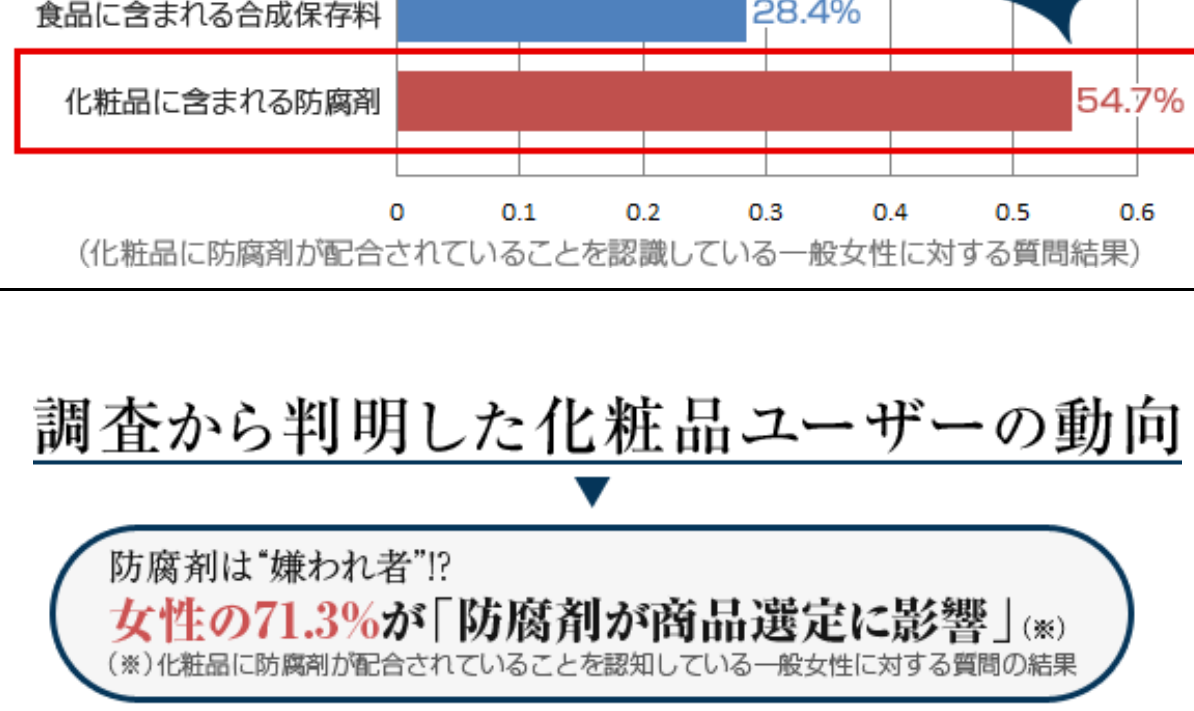


食品の合成保存料や着色料よりも怖い！
食品添加物よりも「化粧品防腐剤を避けたい」女性が約2倍に
化粧品の防腐剤に関するユーザーの意識調査を実施

2013年2月15日
株式会社サティス製薬

防腐剤の種類による購買動機の変化が判明
「買いたくない防腐剤は？」「買いたくなる防腐剤は？」

ナチュラルで高性能な化粧品の研究開発を行う株式会社サティス製薬(代表取締役:山崎智士、本社:埼玉県吉川市、以下サティス製薬)は、20代~50代の一般女性を対象に、化粧品の品質劣化を防ぐために配合されている防腐剤に対する意識調査を実施しました。近年の自然派・ナチュラル化粧品市場の拡大からも伺えるユーザーの成分に対する関心を探るため、今回は防腐剤が購買動機に与える影響を調査いたしました。



調査から判明した化粧品ユーザーの動向

防腐剤は“嫌われ者”!?
女性の71.3%が「防腐剤が商品選定に影響」(※)
(※)化粧品に防腐剤が配合されていることを認知している一般女性に対する質問の結果

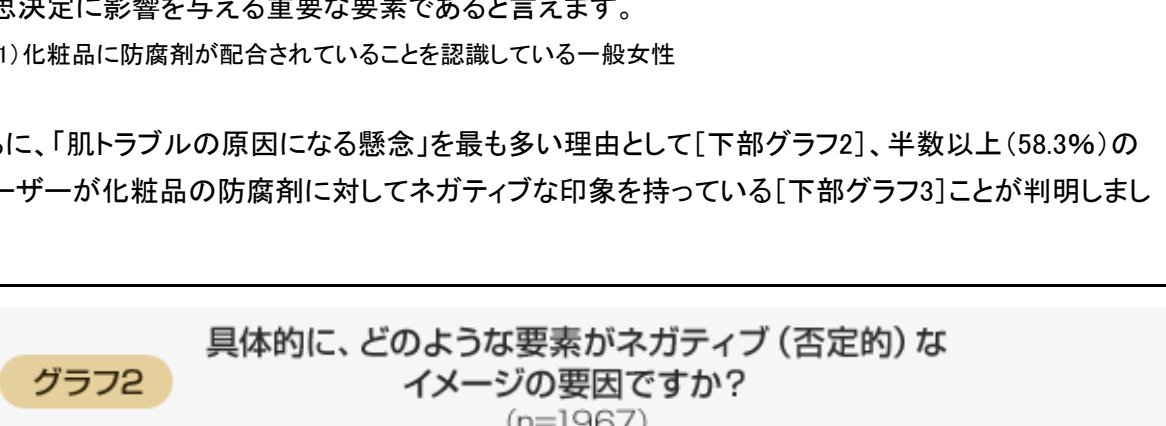
88%のユーザーが「化粧品を買いたくなる(ネガティブ反応)」
“真の嫌われ者”は石油系防腐剤(パラベン類)

83.9%のユーザーが「化粧品を買いたくなる(ポジティブ反応)」
最も好まれる防腐剤は“キレイになれる植物性防腐剤”

【アンケート調査概要】
調査テーマ:化粧品用防腐剤に関する意識調査
対象:20代~40代女性1,000名(各世代250名)
※スクリーニング時20代~40代女性4,413名 期間:2012年12月10日~14日
調査方法:インターネットアンケート調査サービスFastask(ファスタスク)を利用

(1) 防腐剤は“嫌われ者”!?
女性の71.3%が「商品選定に影響」し、ネガティブなイメージ(※1)

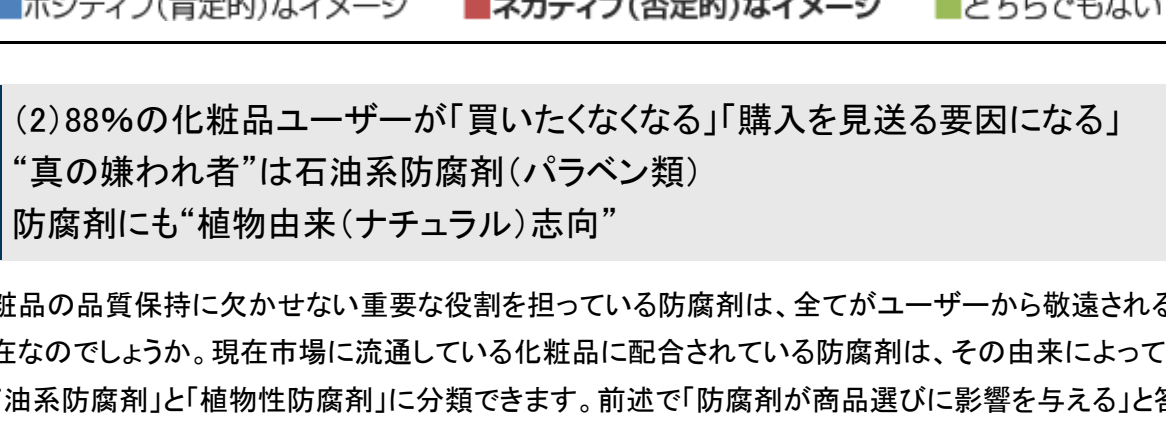
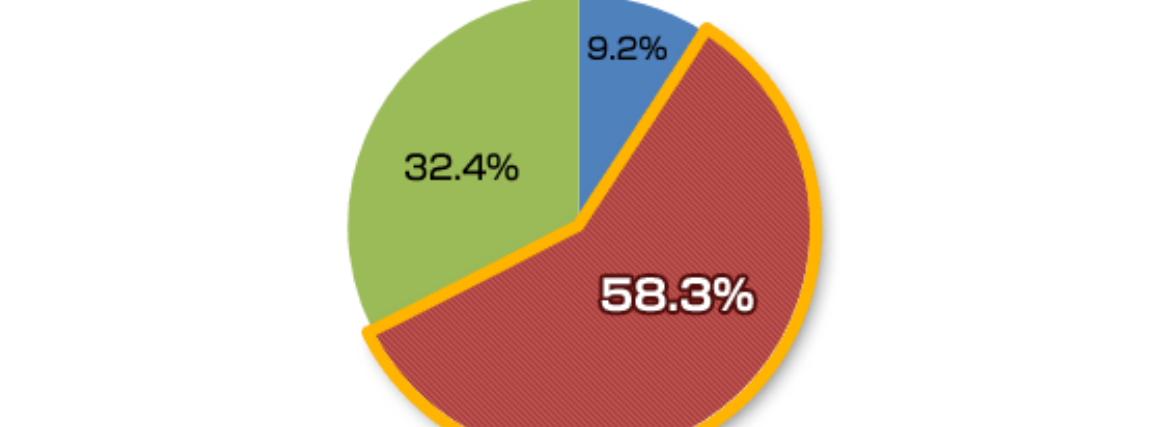
昨今の化粧品市場におけるナチュラル志向の高まり、さらに配合成分による小麦アレルギー誘発事件なども後押しする形で、化粧品の成分に対するユーザーの関心は年々高まっています。なかでも防腐剤は食品の保存料と同様に、微生物汚染などによる化粧品の品質劣化を防ぐために重要な役割を担っている成分である反面、その抗菌力(殺菌力)による肌に対する刺激性などが懸念される成分でもあります。



そこで今回は、ユーザーの関心が特に高いと考えられる成分「防腐剤」にフォーカスして、20代から50代までの一般女性4,413人にアンケート調査を実施しました。全体の76.5%(3,375人)が防腐剤の存在を認知しており、そのうちの71.3%が「防腐剤の存在が商品の選定に影響する」と回答しています[グラフ1]。すなわち、一般女性全体(4,413人)の半数以上(54.5%)にとって、化粧品の防腐剤は購買の意思決定に影響を与える重要な要素であると言えます。

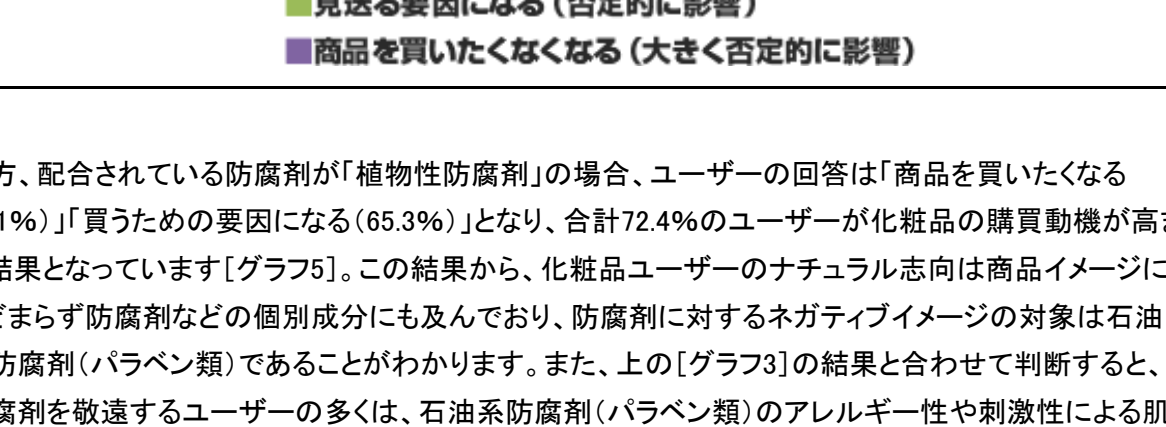
(※1)化粧品に防腐剤が配合されていることを認識している一般女性

さらに、「肌トラブルの原因になる懸念」を最も多い理由として[下部グラフ2]、半数以上(58.3%)のユーザーが化粧品の防腐剤に対してネガティブな印象を持っている[下部グラフ3]ことが判明しました。

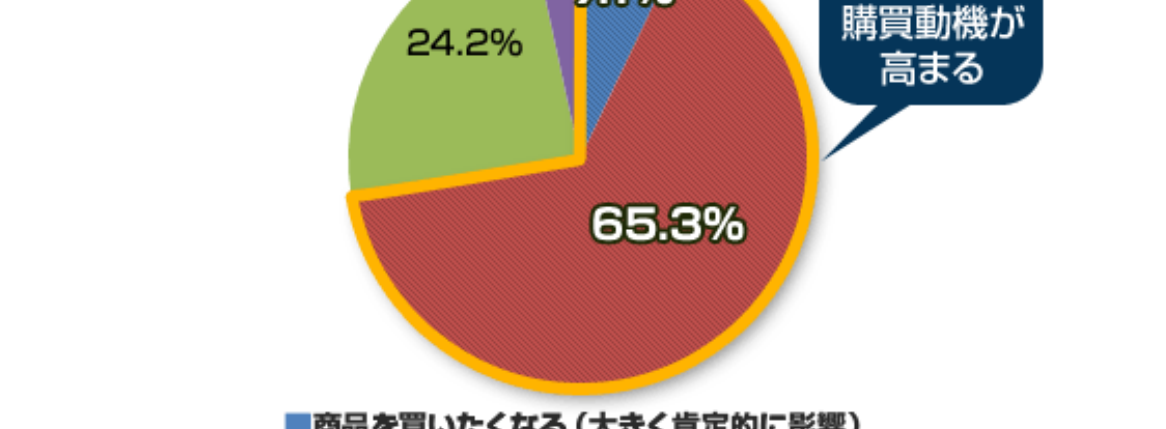


(2) 88%の化粧品ユーザーが「買いたなくなる」「購入を見送る要因になる」
“真の嫌われ者”は石油系防腐剤(パラベン類)
防腐剤にも“植物由来(ナチュラル)志向”

化粧品の品質保持に欠かせない重要な役割を担っている防腐剤は、全てがユーザーから敬遠される存在なのでしょうか。現在市場に流通している化粧品に配合されている防腐剤は、その由来によって「石油系防腐剤」と「植物性防腐剤」に分類できます。前述で「防腐剤が商品選びに影響を与える」と答えた3,375人のうち、20代から50代の女性各250人ずつ合計1,000人に対して「防腐剤がパラベン類などの石油系防腐剤である場合、購買意欲にどのような影響を与えるか」という質問を投げかけたところ、「買いたなくなる(27.3%)」「購入を見送る要因となる(60.7%)」の回答で大半を占め、合計88%のユーザーが石油系防腐剤(パラベン類)を敬遠しがちであることがわかります[グラフ4]。

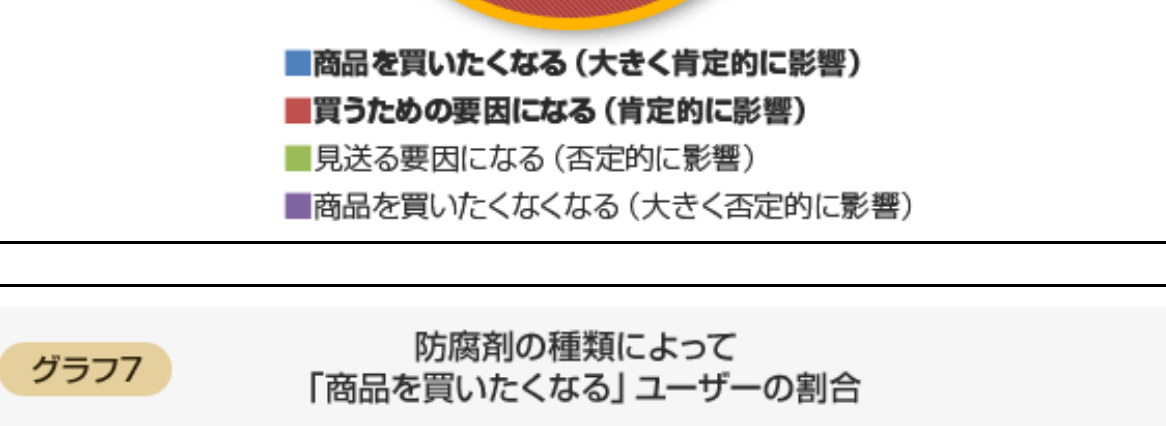
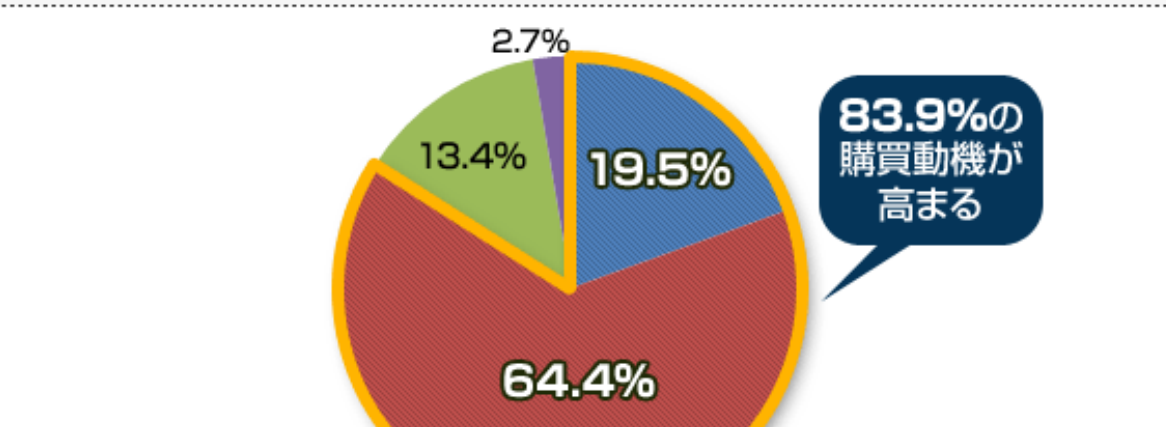


一方、配合されている防腐剤が「植物性防腐剤」の場合、ユーザーの回答は「商品を買いたくなる(7.1%)」「買うための要因になる(65.3%)」となり、合計72.4%のユーザーが化粧品の購買動機が高まる結果となっています[グラフ5]。この結果から、化粧品ユーザーのナチュラル志向は商品イメージにとどまらず防腐剤などの個別成分にも及んでおり、防腐剤に対するネガティブイメージの対象は石油系防腐剤(パラベン類)であることがわかります。また、上の[グラフ3]の結果と合わせて判断すると、防腐剤を敬遠するユーザーの多くは、石油系防腐剤(パラベン類)のアレルギー性や刺激性による肌トラブルを起こすと認識している可能性が高いことがわかります。



(3) 最も多くのユーザー(83.9%)が「購買動機が高まる」と回答
求められているのは“美肌作用を持つ植物性防腐剤”

また、配合されている防腐剤が「植物由来でかつ美肌効果のある防腐剤」の場合、「商品を買いたくなる(19.5%)」「買うための要因になる(64.4%)」となり合計83.9%のユーザーの購買動機が高まることになりました。「石油系防腐剤(パラベン類)[グラフ4]12.1%」、「植物性防腐剤[グラフ5]72.4%」の場合と比較すると、最もユーザーの購買動機を高める結果となりました[下部グラフ6、7]。



(4) ユーザーニーズに応えるために開発された特許取得防腐剤は、“キレイになれる植物性防腐剤”

前述のアンケート調査結果から、近年の自然派・ナチュラル化粧品市場の拡大に伴い、防腐剤の性質も単に植物由来であるだけでなく、本来の役割である品質保持機能に加えて美肌作用という付加機能を備える“ナチュラルで高性能な”植物性防腐剤が求められていることがわかります。株式会社サティス製薬はこのような市場のニーズに応えるため、業界で初めて美肌効果をもたらす抗炎症作用を併せ持つ植物性防腐剤「ケアプランティ」を独自開発し、2012年5月に特許取得いたしました。植物由来で美肌作用を備えながらパラベン類と遜色ない防腐力を発揮するケアプランティは、“キレイになれる植物性防腐剤”として化粧品ユーザーのニーズに応えられる化粧品開発技術です。今後も植物性抗炎症防腐剤「ケアプランティ」の技術を採用した化粧品の開発・製品化を進めてまいります。

▼ 関連情報
業界初、美肌効果を併せ持つ植物性防腐剤
特許取得の化粧品用防腐剤に「抗炎症作用」を発見
<http://www.saticine-md.co.jp/release/20121109.html>

ケアプランティはベストコスメも採用!

ケアプランティ 開発者

株式会社サティス製薬 研究開発部 原料チーム
吉川 麻美
「ナチュラル&高性能」をテーマに大手から中小まで化粧品メーカー680社の研究開発を担うサティス製薬で、植物由来の新規有効成分の開発を担当。
化粧品業界の研究専門誌「フレグランスジャーナル」への論文寄稿やTV取材にも対応。

移動の手段を持たない植物は、身を守るために外界からの刺激に対して様々な物質を生成しています。そういった植物のもつ能力を引き出し、化粧品に活用することで出来上がったのが今回のケアプランティです。ナチュラルでありながら植物の高い機能を引き出すことで、今まで市場になかったものを提供していきたいと考えています。

メディアのみなさまへ
本リリースのお問い合わせ先:
株式会社サティス製薬
TEL 048-984-2233 広報課 太田