

Q5

通販化粧品の
「いま」を伝える



通販ビジネスをサポートする広告制作会社

For Lady NEWSLETTER

フォー・レディー
ニュースレター
vol.24

TOPICS

本音から次の一手が見えてくる！

いま、通販化粧品に 求められるもの -消費者編-

変わる消費者の購買行動に、どう向き合うか

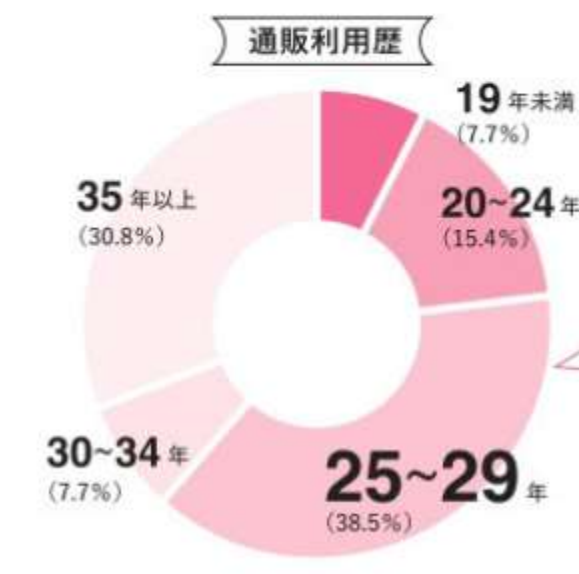
モノも情報も飽和状態で、流行が移り変わるスピードも加速している現代。消費者の価値観や購買行動は、これまで以上に多様化しています。単に「効果がありそう」「みんなが使っているから」だけでは響かず、「企業の姿勢」「ストーリー」「美容成分」「信頼性」など、さまざまなフィルターを通して、消費者は自分に合う一品を探し、見極め、そして発信するようになりました。

そこで私たちフォー・レディーは、「いま通販化粧品に求められていること」をテーマに社内アンケートを実施。通販化粧品のターゲット世代である私たちが消費者目線で回答したものを集計しました。そして寄せられたリアルな声から、今、この時代に求められている価値観や選ばれる理由を分析。その結果から見えてきたのは、これからの通販化粧品に欠かせない“次の一手”でした。

調査対象 30代以上のフォー・レディースタッフ (最大n=13)



40代が最も多く53.8%を占めており、50代が続きます。



Amazon上陸・カタログ通販全盛期の25~29年前からの利用が最も多いという結果に。35年以上利用している人の中には47年も前からという人も！

