

## マレーシア国内等におけるハラル化粧品に関する市場調査結果（概要）

県内化粧品事業者の業務の参考資料として御活用いただくため、マレーシア国内等におけるハラル化粧品に関する市場調査を下記のとおり実施した。

### 1 対象者

イスラム教徒の女性（20歳から59歳）

### 2 調査地域及び調査内容

- (1) マレーシア国内における化粧品需要の調査（25項目）
- (2) マレーシア及びインドネシアからの訪日観光客の化粧品需要の調査（20項目）

### 3 調査数

- (1) 250サンプル
- (2) 250サンプル

### 4 調査期間

- (1) 平成26年9月22日～9月30日
- (2) 平成26年10月1日～10月7日

### 5 調査方法

インターネットによるアンケート調査（委託）

### 6 調査結果の公表ページ

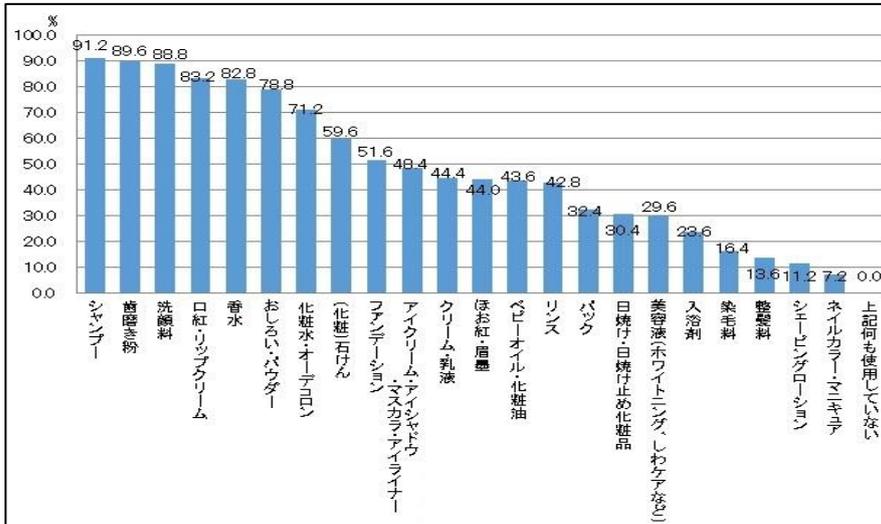
薬務課ホームページ

(<http://www.pref.saitama.lg.jp/a0707/halalcosmetics/marketresearch.html>)

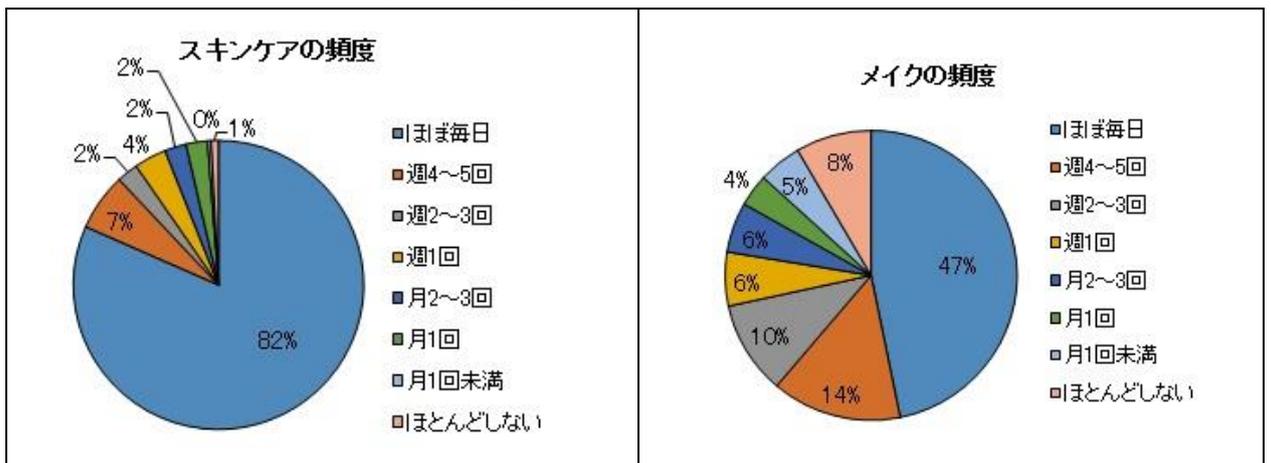
## 7 調査結果（抜粋）

### (1) マレーシア国内における化粧品需要

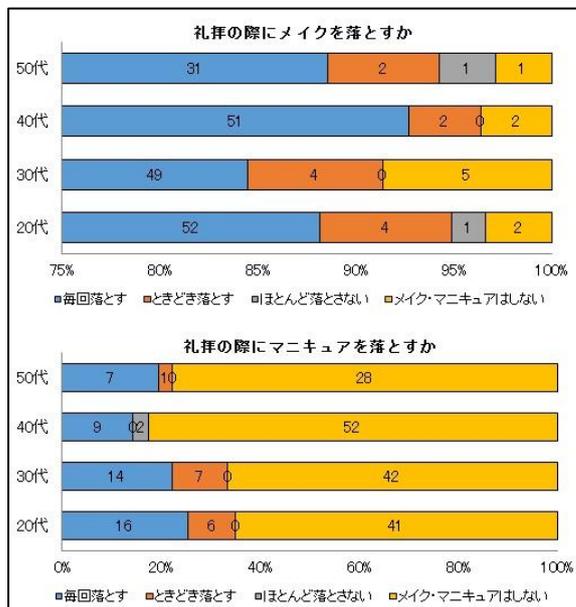
#### ① 化粧品・トイレタリー製品の使用状況 n=250



#### ② スキンケア・メイクアップの頻度 n=250



#### ③-1 礼拝時にメイク・マニキュアを落とすか n=250



③-2 礼拝時にメイクオフするアイテム n=250

アイテム	%
口紅・リップクリーム	86.1
おしろい・パウダー	83.3
ファンデーション	76.9
アイクリーム・アイシャドウ・マスカラ・アイライナー	72.2
ほお紅・眉墨	69.0
香水	27.8
その他	0.9

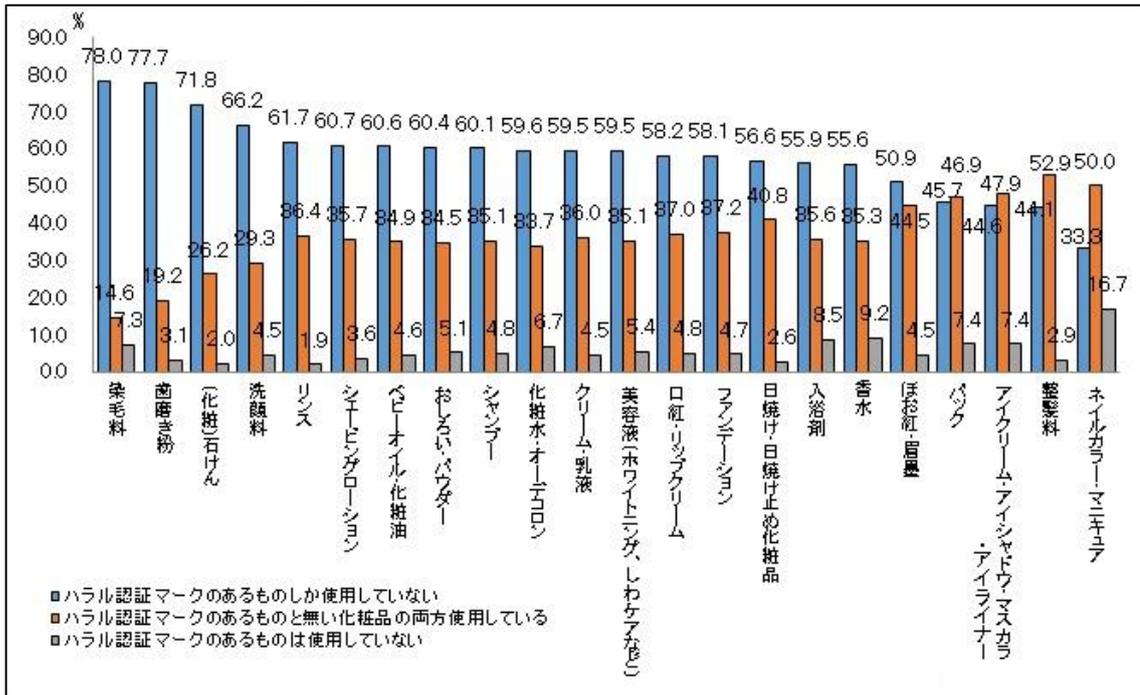
③-3 メイクオフに使用するアイテム n=216

アイテム	%
クレンジング	63.4
(化粧)石けん	28.7
水だけ	25.9
その他	2.8

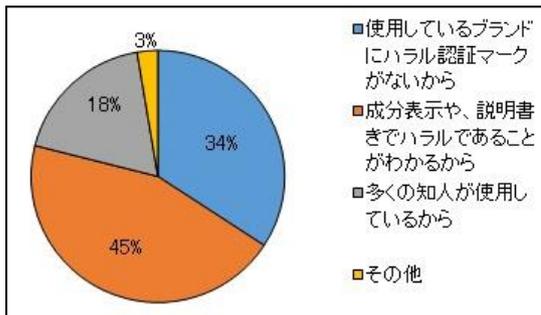
④ 化粧品購入時の重視点 n=248

単位:%	20代	30代	40代	50代
■ 日焼け止め効果	50.0	58.1	43.2	58.3
■ 美白効果	41.9	32.3	19.3	41.7
■ 使いやすい心地	69.4	64.5	54.5	52.8
■ 肌への優しさ	67.7	64.5	59.1	77.8
■ 香りの良さ	46.8	50.0	36.4	63.9
■ 色のバリエーションの豊富さ	14.5	19.4	8.0	25.0
■ 内容量	45.2	43.5	29.5	30.6
■ パッケージデザイン	25.8	21.0	6.8	19.4
■ ハラルロゴの有無	77.4	82.3	80.7	69.4
■ 成分表示	59.7	66.1	60.2	72.2
■ 原産国	40.3	33.9	27.3	44.4
■ 価格	90.3	85.5	84.1	83.3
■ メーカー・ブランド	58.1	59.7	52.3	61.1
■ 店頭や売場のイメージ	25.8	19.4	22.7	19.4
■ 販売員の対応	19.4	14.5	12.5	22.2
■ 広告	29.0	35.5	26.1	19.4
■ 友人・家族等の評判・口コミ	64.5	43.5	42.0	47.2
■ その商品を使ったことがあるかどうか （試してみても自分に合うかどうか）	48.4	58.1	51.1	41.7
■ その他	1.6	0.0	1.1	0.0

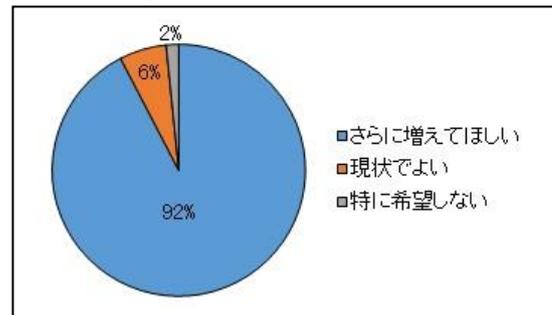
⑤ ハラルマークへの意識 n=250



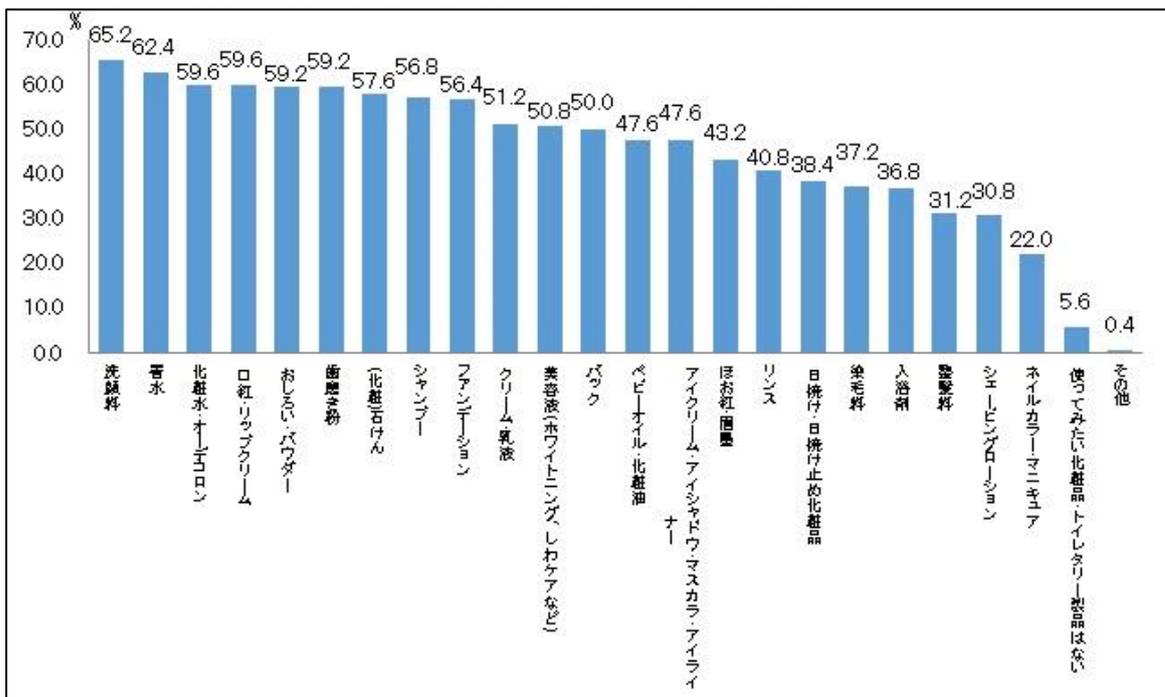
⑥ ハラル製品を使用していない理由 n=28



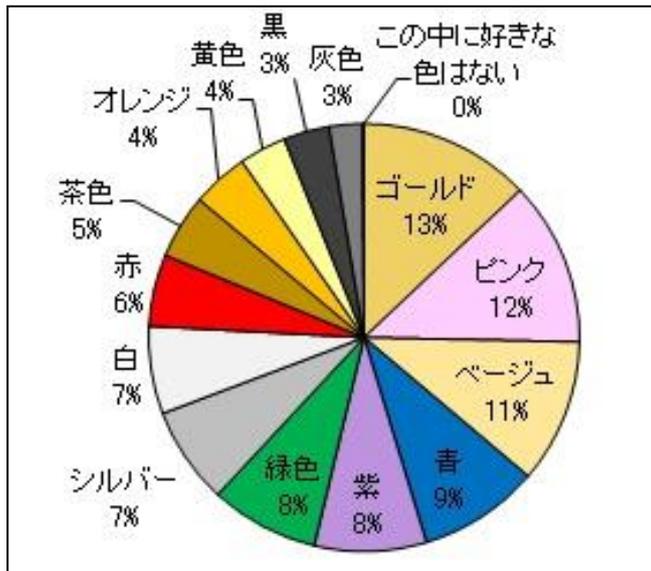
⑦-1 ハラル製品が増えることへの期待 n=250



⑦-2 ハラル製品を希望する化粧品・トイレタリー製品 n=250

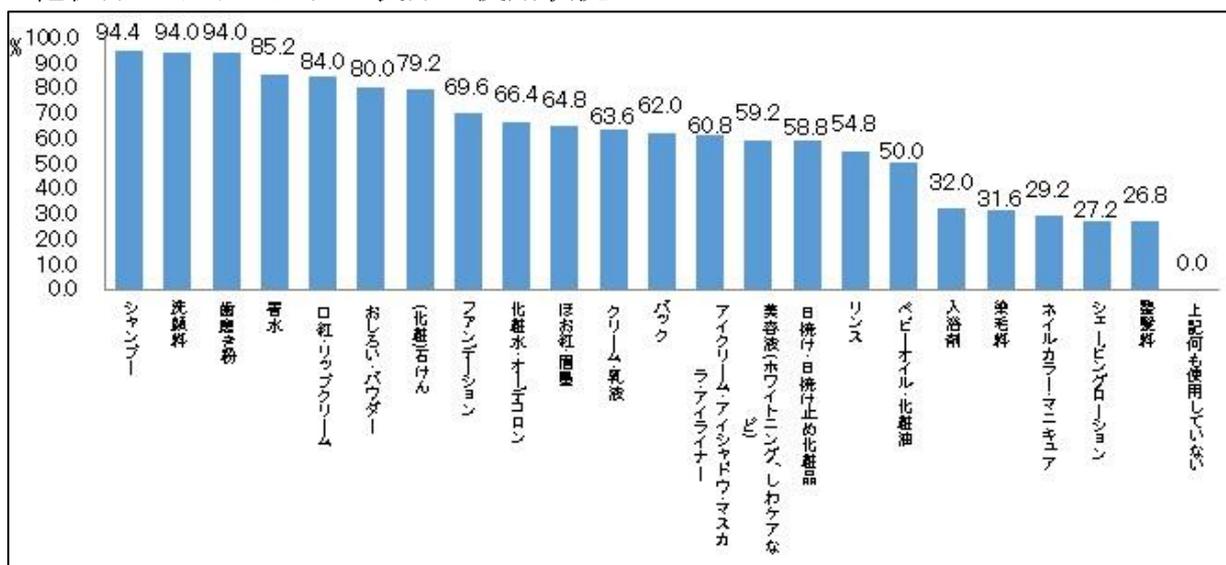


⑧ 製品パッケージの好みの色 n=250



(2) マレーシア及びインドネシアからの訪日観光客の化粧品需要の調査

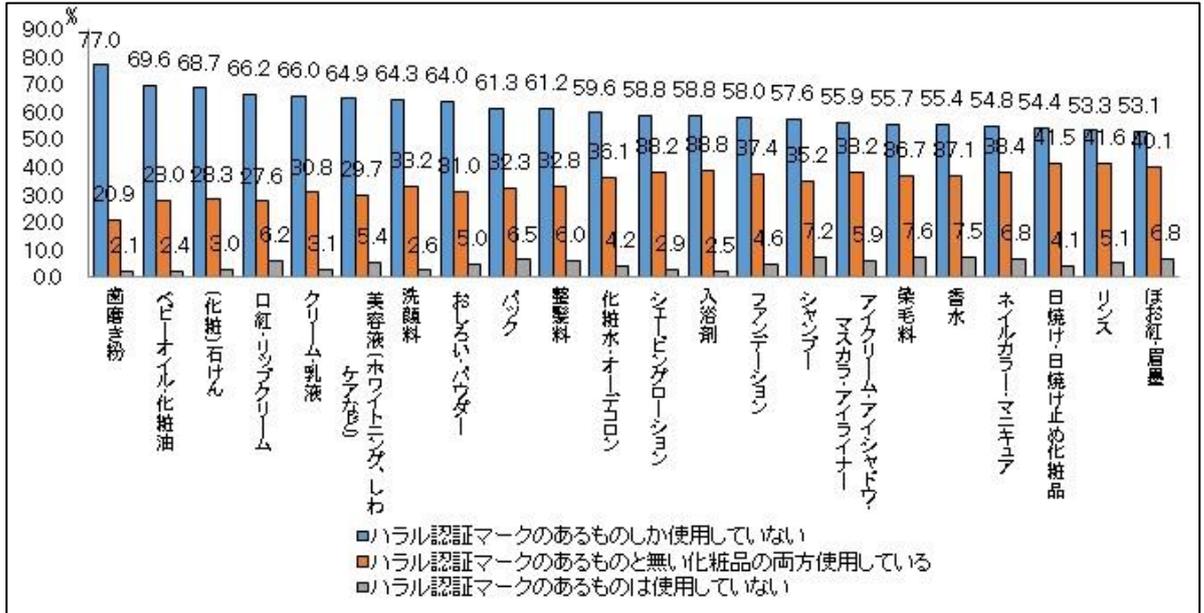
① 化粧品・トイレタリー製品の使用状況 n=250



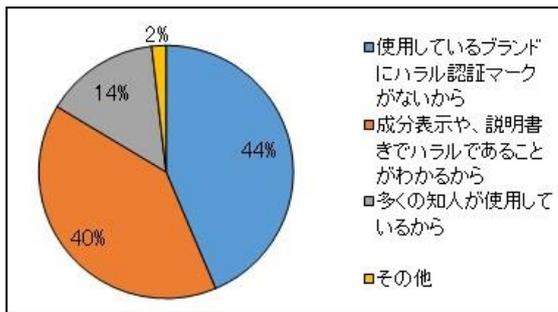
② 化粧品購入時の重視点 n=248

単位:%	20代	30代	40代	50代
日焼け止め効果	51.6	53.5	59.1	41.7
美白効果	43.2	43.4	43.2	41.7
使い心地	81.1	79.8	81.8	91.7
肌への優しさ	84.2	81.8	81.8	83.3
香りの良さ	67.4	79.8	77.3	75.0
色のバリエーションの豊富さ	31.6	26.3	27.3	16.7
内容量	56.8	45.5	50.0	25.0
パッケージデザイン	41.1	29.3	34.1	25.0
ハラルロゴの有無	71.6	69.7	63.6	66.7
成分表示	62.1	55.6	47.7	33.3
原産国	47.4	41.4	34.1	25.0
価格	84.2	77.8	88.6	75.0
メーカー・ブランド	71.6	68.7	65.9	75.0
店頭や売り場のイメージ	38.9	22.2	22.7	25.0
販売員の対応	29.5	21.2	22.7	25.0
広告	40.0	38.4	36.4	41.7
友人・家族等の評判・口コミ	60.0	44.4	38.6	50.0
その商品を使ったことがあるかどうか(試してみても自分に合うかどうか)	62.1	44.4	50.0	33.3
その他	0.0	2.0	0.0	0.0
化粧品・トイレタリー製品は自分で購入しない	0.0	0.0	0.0	0.0

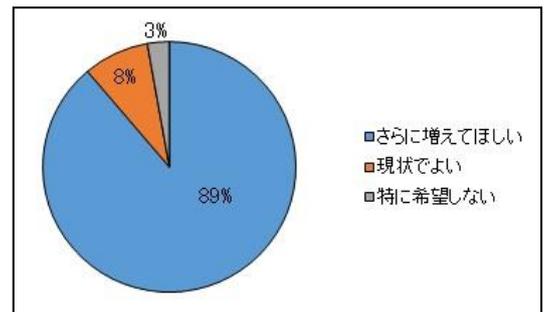
③ ハラルマークへの意識 n=250



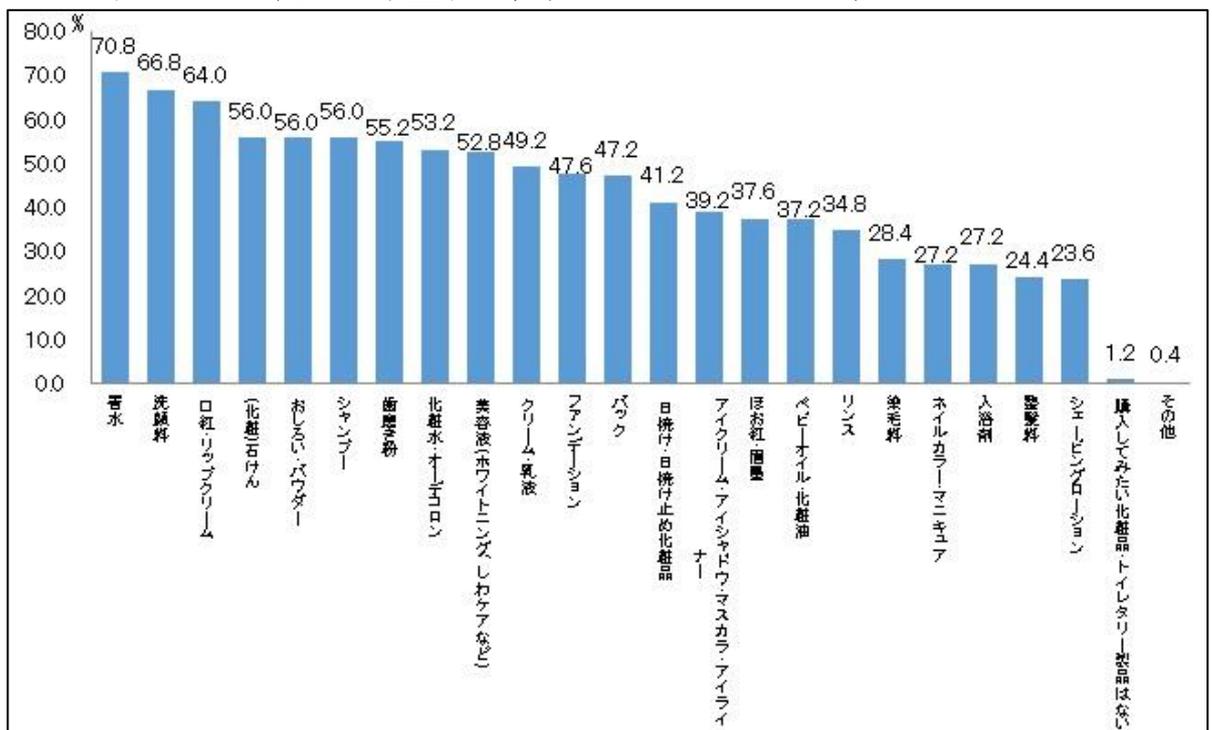
④ ハラル製品を使用していない理由 n=35



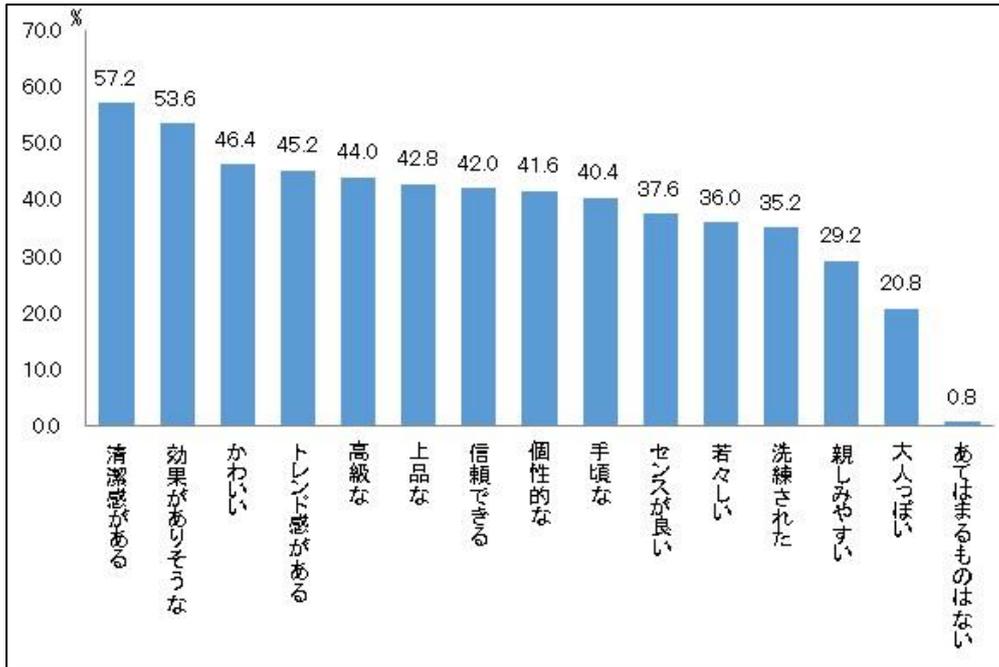
⑤-1 旅先である日本でハラル製品が増えることへの期待 n=250



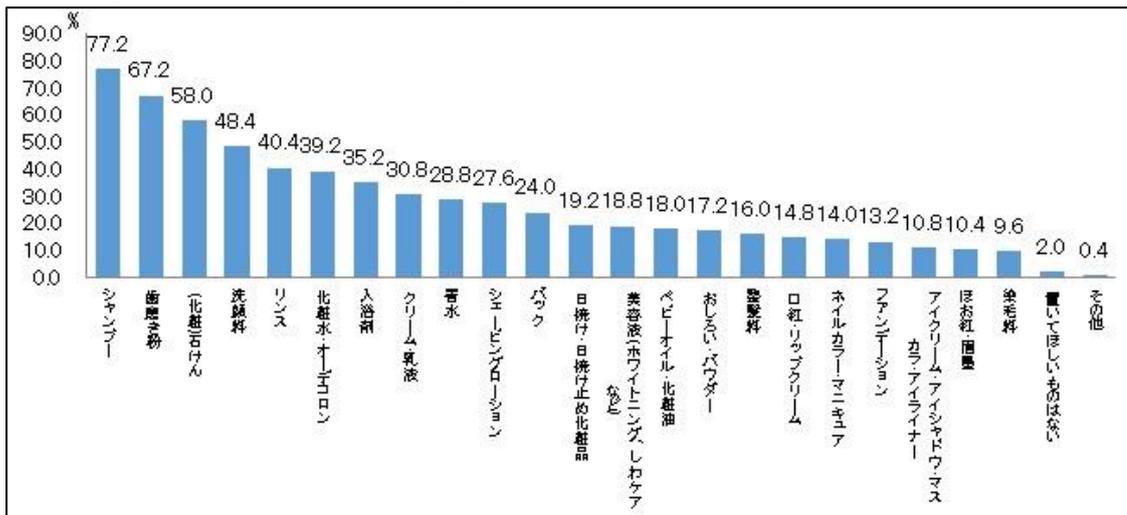
⑤-2 日本でハラル製品を希望する化粧品・トイレタリー製品 n=250



⑥ 日本ブランドのイメージ n=250



⑦ 宿泊施設のアメニティとして設置を希望するアイテム n=250



⑧ 土産で購入した化粧品・トイレタリー製品 n=250

