

<目元ケアに関する実態把握調査>

20代の目元ケアアイテム使用率は、前回から増加傾向 目元悩み1位は「クマ」、全世代共通の悩みに

約9割が「今後も目元ケアに力を入れたい」と回答、目元ケアへの意識の高さがあらわに

目元ケアのスペシャリストとして、数多くの目元ケアアイテムを展開している株式会社アクシージア（本社：東京都新宿区、代表取締役：段 卓）は、20代～60代の女性10,000名を対象に「目元ケアに関する実態把握調査」を実施しました。

調査の結果、目元ケアアイテムを使用している人は全体で17.7%と2割にとどまるものの、20代前半では前回から1.7ポイント増加。「今後（も）目元ケアに力を入れたい」と回答した人は約9割にのぼり、目元ケアへの関心の高まりがうかがえる結果となりました。目元の悩みについては、「クマ」（35.2%）、「シワ」（34.5%）、「シミ」（29.8%）がTOP3となりました。特に「クマ」は全世代でTOP5以内にランクインしており、年代を問わず共通する代表的な目元悩みであることがわかりました。

【調査結果サマリー】

- ① 目元ケアアイテム使用者は17.7%、8割以上が目元ケアアイテムを使用していない
- ② 約9割の人が「目元ケアに力を入れたい」と考えている
- ③ 目元悩みTOP3は「クマ」「シワ」「シミ」
- ④ 約8割が何らかの目元悩みを持つ一方、半数以上が対策をしていない
- ⑤ 美容アイテムを選ぶ際、配合成分に注目している人が8割超

【調査概要】

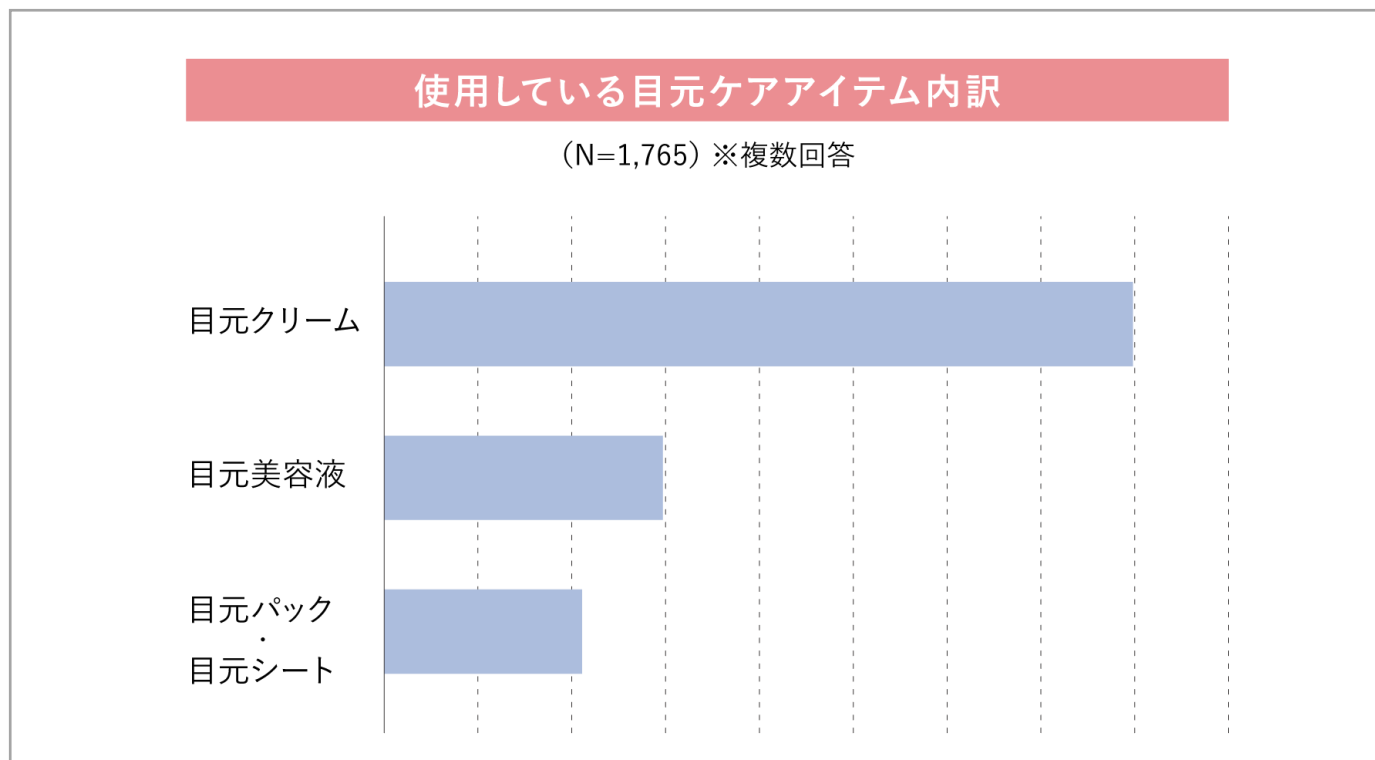
- ・調査名：目元ケアに関する実態把握調査
- ・調査期間：2026年6月12日（金）～15日（月）
- ・調査方法：インターネットリサーチ
- ・調査対象：20代～60代の女性 10,000人
- ・調査地域：全国

※調査結果をご紹介いただく際は、「アクシージア調べ」と注釈をご記載ください。

※調査結果の数値は小数点以下を適宜四捨五入して表示しているため、積み上げ計算すると誤差がでる場合があります。

目元ケアアイテムの使用率は17.7%、20代では前回から増加

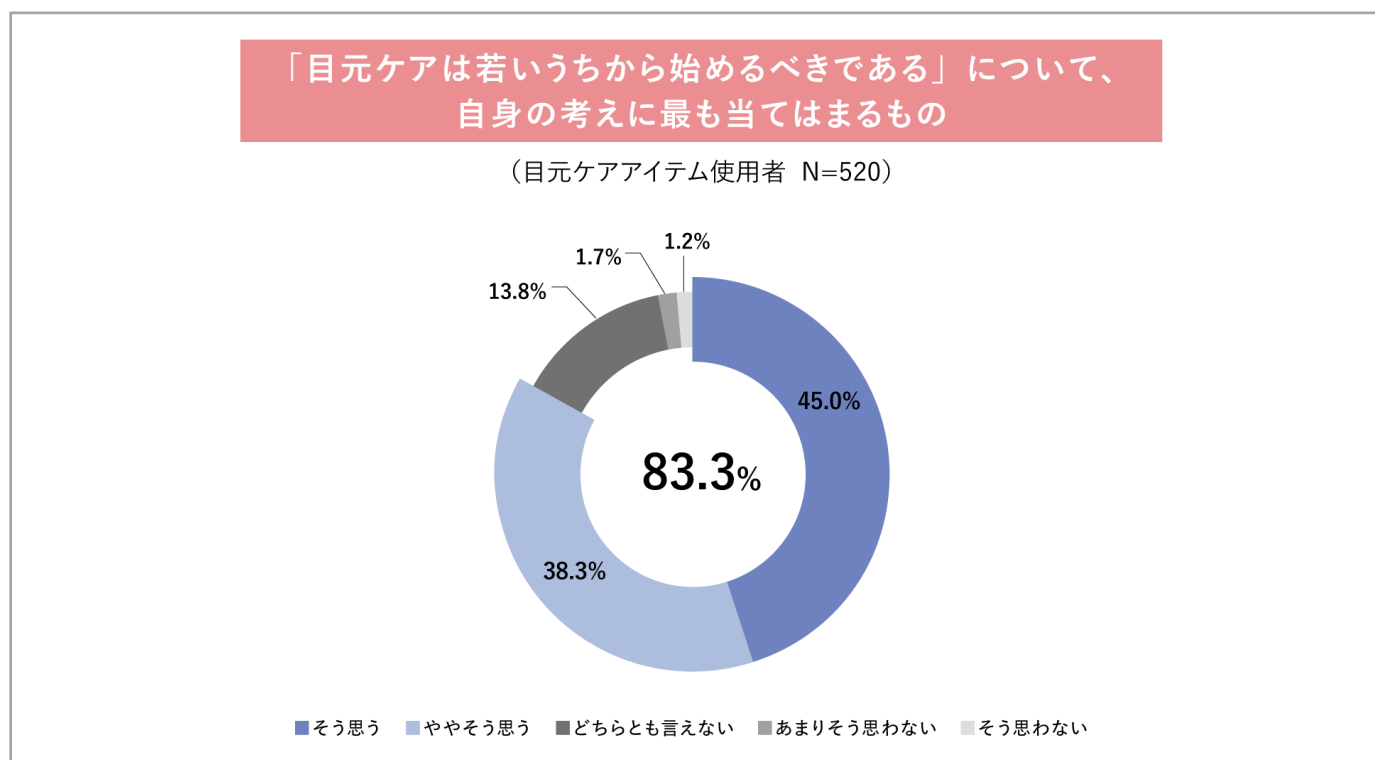
目元ケアアイテム（目元クリーム、目元美容液、目元パック・目元シート）を使用している人は17.7%で、前回とほぼ横ばいでした。使用しているアイテムの内訳は「目元クリーム」79.8%、「目元美容液」29.7%、「目元パック・目元シート」21.1%で、目元クリームが最も多く使われています。



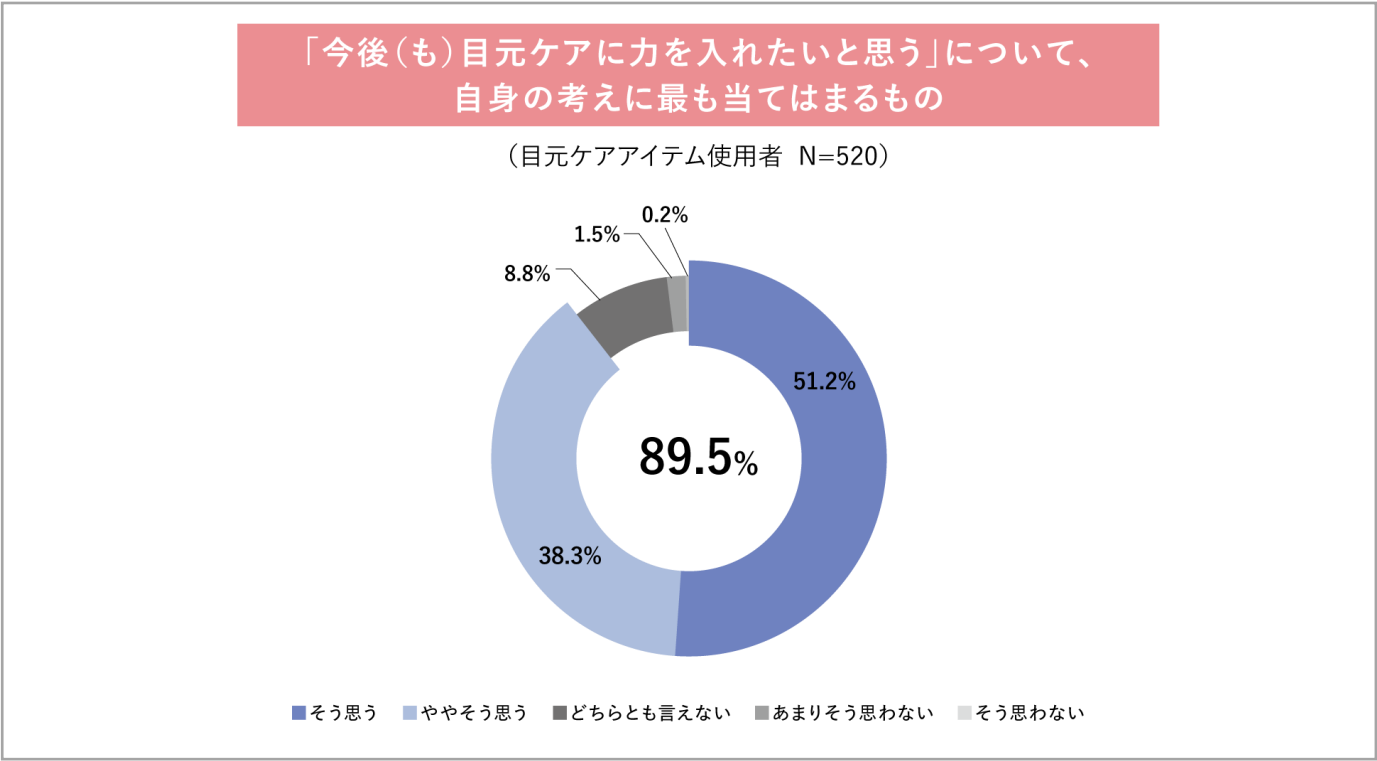
年代別に見ると、**20代前半では前回から1.7ポイント増加**しました。目元ケアを意識し始める年齢は平均30代後半という結果もあるなか、それより早い20代でケアを始める人が増えている点からは、悩みが本格化する前から取り組む、予防美容的な意識の広がりが見えます。

「今後（も）目元ケアに力を入れたいと思う」と考えている人が約9割

目元ケアアイテム使用者に対して実施した、目元ケアへの意識に関する設問では、「**目元ケアは若いうちから始めるべきである**」と考える人が「そう思う」「ややそう思う」を合わせて**83.3%**に上りました。

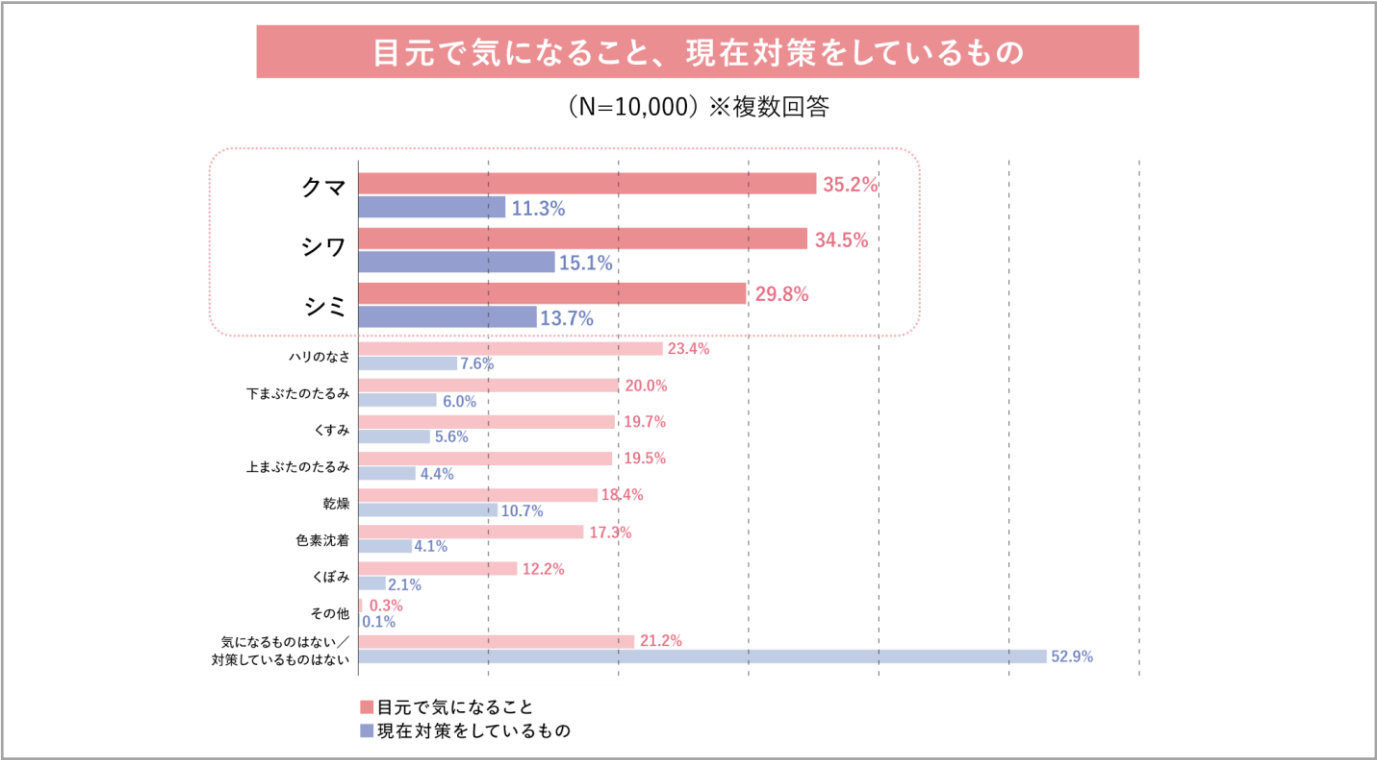


また、「今後（も）目元ケアに力を入れたいと思う」と考えている人は「そう思う」「ややそう思う」を合わせて**約9割**を占めていることが判明しました。



目元悩みTOP3は「クマ」「シワ」「シミ」 約8割が何らかの目元悩みを持つ
一方、半数以上が目元悩みの対策をしていない

目元に関する悩みとして気になることを聞いた設問では、**1位「クマ」35.2%、2位「シワ」34.5%、3位「シミ」29.8%**という結果になりました。また、目元に関する悩みとして現在対策しているものについて聞いた設問では、**対策をしているものはないと回答した人が52.9%と過半数**を占めました。目元の3大悩みの対策率（悩みを持っている人数に対して対策をしている人数の割合）は、「クマ」32.0%、「シワ」43.8%、「シミ」46.0%と、いずれも半数以上が対策をしていないことが分かりました。



年代別の目元悩みでも、「シワ」「クマ」「シミ」が30代～50代の上位3つを占めました。特に「クマ」は全年代で5位までに入っており、各世代共通の悩みであることが分かります。

目元で気になること（年代別）

(N=10,000) ※複数回答

	20代	30代	40代	50代	60代
1位	気になるものはない (33.4%)	クマ (38.1%)	クマ (40.3%)	シワ (42.4%)	シワ (41.5%)
2位	クマ (32.1%)	シミ (29.2%)	シワ (39.0%)	シミ (36.7%)	下まぶたのたるみ (32.1%)
3位	色素沈着 (21.6%)	シワ (28.3%)	シミ (36.7%)	クマ (35.7%)	ハリのなさ (32.0%)
4位	乾燥 (20.4%)	気になるものはない (25.5%)	ハリのなさ (24.0%)	ハリのなさ (30.5%)	上まぶたのたるみ (28.9%)
5位	くすみ (16.4%)	くすみ (21.6%)	くすみ (22.4%)	下まぶたのたるみ (27.3%)	クマ (28.6%)

美容アイテムを選ぶ際、配合成分に注目している人は8割超

目元ケアアイテムを購入する際に重視することを1位～3位まで聞いた設問では、「効果」「使用感」に次いで「成分」が続く結果となりました。「成分買い」というフレーズも誕生するなか、「美容アイテムを選ぶ際に、特定の“美容成分”が含まれているかを意識しているか」という設問において、意識している人の割合は84.4%にも上ることが判明しました。

意識している美容成分は、1位が「レチノール」49.6%、2位が「ヒアルロン酸」48.5%、3位が「ビタミンC」46.5%という結果となりました。

美容アイテムを選ぶ際に、特定の成分を意識している

(目元ケアアイテム使用者 N=520) ※複数回答

1 レチノール (49.6%)	4 コラーゲン (43.1%)
2 ヒアルロン酸 (48.5%)	5 セラミド (39.8%)
3 ビタミンC (46.5%)	6 トラネキサム酸 (36.7%)
	7 ナイアシンアミド (36.3%)
	8 CICA (16.7%)
	9 アゼライン酸 (16.3%)
	10 PDRN (15.6%)
	11 その他 (0.8%)
	12 意識している「美容成分」はない (15.6%)

AXXZIA（アクシージア）について

アクシージアは、2011年エステサロン専売スキンケアブランドとして誕生しました。2016年に「目もとエステのエッセンスをホームケアへ」というコンセプトで開発された“ビューティーアイズ”シリーズは、中国を含むアジアで大ヒット。現在、中国、シンガポールなどのアジア各国をはじめ、アメリカ、カナダ、オーストラリアなどでも展開しています。日本国内では、直営店舗の「AXXZIA GINZA SIX店」「AXXZIA大丸心斎橋店」「AXXZIA京王百貨店新宿店」「AXXZIA ShinQs by TOKYU DEPARTMENT STORE店」「AXXZIA なんばCITY店」をはじめ、百貨店やバラエティショップなど多くの店舗で、みなさまにご好評をいただいています。

アクシージア公式サイト・SNS

- ・公式HP：<https://axxzia.co.jp/>
- ・お取り扱い店舗：<https://axxzia.co.jp/stores/>
- ・公式Instagram：@axxzia_jp https://www.instagram.com/axxzia_jp

< 本リリースに関するお問い合わせ先 >

株式会社アクシージア

TEL：03-6304-5840 FAX：03-6911-3898

MAIL：info-media@axxzia.co.jp