

## 検証事例1\_化粧水の広告バナー9枚からクリックしたくなるものを選択\_10代20代女性\_100人

作成日時  
2026年01月23日 10:00

作成モード  
アドバンスモード

実行時間  
3分44秒

タスクID: 569

### 回答者の絞り込み条件

対象人数	100名 (生成ペルソナ: 100名、分身ペルソナ: 0名)
性別	女
年齢	18歳 ~ 29歳
居住地	-
学歴	-
配偶関係	-
産業	-
年収	-
就労状態	-
バイト(兼職)中か	-
休業中か	-
指定ワード	-

### 回答者概要

合計回答者数

100名

性別	
女	100名
	100%

年齢層	
10代	20名
	20%
20代	80名
	80%

都道府県（上位）	
東京都	20名
	20%
神奈川県	10名
	10%
大阪府	7名
	7%
静岡県	7名
	7%
愛知県	6名
	6%
その他	50名
	50%

学歴	
在学中	31名
	31%
中学・高校卒	26名
	26%
大学卒	29名
	29%
専門・短大卒	10名
	10%
大学院卒	4名
	4%

## タスク基本情報

### タイトル

検証事例1\_化粧水の広告バナー9枚からクリックしたくなるものを選択\_10代20代女性\_100人

## Q1 質問 1

インターネット上の「化粧水」広告でクリックしたくなる画像はどっち？

### 選択肢

option1

1

最終選択: 8人 4位 8.0%



option2

★ 選択結果

2

最終選択: 51人 1位 51.0%



option3

3

最終選択: 1人 7位 1.0%



option4

4

最終選択: 17人 2位 17.0%



option5

5

最終選択: 7人 5位 7.0%



option6

6

最終選択: 10人 3位 10.0%



option7

7

最終選択: 5人 6位 5.0%



option8

8

最終選択: 0人 9位 0.0%

### 〇〇代のみなさまへご案内

姓名： 横塚 花子 化粧水  
対象： 年齢層別アンケート調査の1号  
対象： 化粧水 保湿効果

お名前、住所等の入力にはご注意ください。  
お名前、住所等の入力にはご注意ください。  
お名前、住所等の入力にはご注意ください。  
お名前、住所等の入力にはご注意ください。

LOGO

option9

9

最終選択: 1人 7位 1.0%



### 選択肢の特性分析

選択肢	オファーの明確さ	視覚的魅力	ターゲット適合性	信頼感	プロモーションの魅力
option1	5	3	3	4	4
option2	3	4	5	4	3
option3	3	3	3	4	4
option4	3	5	4	4	3
option5	2	5	5	5	2
option6	3	4	4	4	3
option7	4	4	3	3	5
option8	4	2	4	5	3
option9	4	4	3	4	3

### 選択結果と平均スコア

選択結果 ★ option2

選択肢	選択人数
option1	8人
option2	51人
option3	1人
option4	17人

選択肢	選択人数
option5	7人
option6	10人
option7	5人
option8	0人
option9	1人

平均スコア			
選択肢	総合スコア	論理スコア	直感スコア
option1	62.10	61.49	62.31
option2	78.01	66.70	81.78
option3	60.95	61.51	60.76
option4	76.20	66.67	79.38
option5	70.08	72.47	69.28
option6	67.02	56.90	70.40
option7	61.65	55.09	63.84
option8	37.78	70.15	26.99
option9	68.03	65.92	68.73

### 回答者一覧（質問1） - 合計 100 件

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>pecZYN</b> 女(18歳)北海道 在学中 学生(-)	<b>option6</b> 6番は実際に使っている場面が見えて親しみやすいし、“バズってる”感が友達とも話したくなる。スプレーしてる写真は見方や保湿感が想像しやすく、試してみたいという好奇心を刺激するからクリックしたい。
<b>uUJLzxx</b> 女(18歳)大阪府 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 「今すぐ診断 あなたはどの肌タイプ？」っていう誘導があって、自分の肌に合う化粧水をちゃんと選べそうで安心するからです。普段からスキンケアはきちんと選びたいし、診断で具体的におすすめしてくれるならクリックしてみたくになります。見た目も落ち着いて信頼できそうなのも好印象。
<b>hdh5cb</b> 女(18歳)福岡県 在学中 学生(-)	<b>option4</b> 4番の水面の透き通った雰囲気とシンプルなボトルがすごく好みで、インスタで見かけたらつい詳しく見たくなる感じ。透明感が出そうでワクワクするからまずクリックしたい。割引や診断も気になるけど、ビジュアルが一番惹かれました。
<b>iMpfpe</b> 女(18歳)静岡県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 「あなたはどの肌タイプ？」の診断バナーは気になってクリックしたくなる。自分に合う化粧水をちゃんと知りたいし、診断なら面倒くさがらずに試せそう。見た目も落ち着いていて信頼できる感じがするから、まずここで確かめたいです。
<b>RJWsod</b> 女(18歳)愛知県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 2番が一番気になる。自分の肌タイプを診断してくれる感じが好奇心をくすぐるし、理系っぽく『ちゃんと合うものを選びたい』という気持ちにも合うから。見た目も落ち着いて信頼できそう。4番も綺麗で惹かれるけど、まずは自分に合うか知りたい。
<b>BYIW6B</b> 女(18歳)山梨県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 自分の肌タイプが知れそうで興味をそそられます。化粧水を選ぶときは見た目だけでなく、自分に合うかどうか大事だと思うので、診断してくれる感じが安心です。忙しい学生でもサッと試せそうなのも魅力。
<b>F2SW1b</b> 女(18歳)兵庫県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 自分の肌タイプを知ってから選びたい派です。ちゃんと合う化粧水を選べれば無駄にならないし安心できるので、「今すぐ診断」のバナーが一番惹かれます。見た目も落ち着いて信頼できそうに見えるのも良い。
<b>p4P9aI</b> 女(18歳)東京都 在学中 学生(-)	<b>option4</b> 写真の透明感と水っぽい雰囲気がすごく好み。見た目がきれいでもインスタに載せたくなるし、しっかり潤いそうな印象があってまずクリックしたくなる。割引や診断も気になるけど、直感ではこれ！
<b>ZpwDsn</b> 女(18歳)東京都 在学中 学生(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option2</b> 肌タイプ診断なら自分に合う化粧水が見つかりそうで気になる。面倒くさがりな私でも試しやすそうだし、流行りをチェックするのが好きな性格にも合ってる。まず診断してから決めたい感じ。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>pg8o0c</b> 女(18歳)東京都 在学中 学生(-)	<b>option6</b> 「今バズっている」「買ってみたい！」っていうレビュー感がある6番が一番クリックしたい。SNSで話題のものを試すのが好きだし、実際に使ってる場面が見えると安心する。手に取りやすくて好奇心を刺激される感じが強いから。
<b>wCvoae</b> 女(18歳)福岡県 在学中 学生(生活関連サービス業、娯楽業)	<b>option2</b> 肌タイプ別って言われると安心するし、忙しい学生の私には失敗したくないから「まず診断」で自分に合うもののがわかるのが魅力。見た目も落ち着いていて信頼できそうだし、好奇心で試してみたいかなる感じです。
<b>zPhVLc</b> 女(19歳)宮崎県 中学・高校卒 就業者(宿泊業、飲食サービス業)	<b>option5</b> シミやくすみ、乾燥って自分も気になる悩みだから、顔のアップで直接呼びかけられるとすごく目が止まる。安心したい性格だし『これで解決?』って不安を解消してくれそうでクリックしたくなる。
<b>G1D48x</b> 女(19歳)神奈川県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 『今すぐ診断』っていうインタラクティブな呼びかけに惹かれました。自分の肌タイプに合う化粧水を手早く知れそうで、学生の限られた予算や時間を無駄にたくない私にはぴったり。見た目も落ち着いて信頼できそうに見えるし、まず診断してから試したい気持ちです。
<b>yrXp2u</b> 女(19歳)福岡県 中学・高校卒 就業者(製造業)	<b>option4</b> 水の背景とボトルの透明感がすごく好み。保湿されそうでシンプルだから信頼できそうに見えるし、仕事帰りにサッと使いたくなるデザイン。診断系も気になるけど、まず見た目で惹かれました。
<b>IuYat8</b> 女(19歳)山口県 中学・高校卒 就業者(医療、福祉)	<b>option2</b> 「あなたはどの肌タイプ？」って診断がすごく気になる。自分の肌合う化粧水を知れるのは好奇心をくすぐるし、試す前に合うか分かると安心できる。派手な割引より“自分に合う”情報が欲しいタイプです。
<b>Qvq6q2</b> 女(19歳)埼玉県 在学中 学生(サービス業 (他に分類されないもの) )	<b>option2</b> 肌タイプ診断って書いてあると、自分に合うか知りたくなるからすごくクリックしたい。好奇心が強く新しいスキンケアを試すのが好きだし、学生だから無駄にたくない気持ちもある。デザインも落ち着いていて信頼できそうに見える。
<b>m4iJdX</b> 女(19歳)大阪府 在学中 学生(-)	<b>option4</b> 4番。水面の写真と淡い青のトーンが落ち着いて見えて、透明感って言葉にすごく惹かれる。肌の乾燥やくすみになりやすいから、優しそうで信頼できそうに見える広告だと安心してクリックしたくなる。
<b>xsRzDD</b> 女(20歳)愛知県 中学・高校卒 主婦・主夫(宿泊業、飲食サービス業)	<b>option2</b> 肌の悩みが気になりやすくて失敗したくない性格だから、「今すぐ診断」は自分に合う化粧水を教えてくれそうで安心する。忙しいシフトの合間でもサッと試せそうだし、結果に合わせて選べるのが魅力に感じる。
<b>3ZjasV</b> 女(20歳)静岡県 在学中 学生(-)	<b>option4</b> 澄んだ水面とシンプルなボトルの組み合わせが落ち着いて好きです。静かな透明感が肌に効きそうで安心するし、派手な割引やごちゃごちゃした文字よりも美しい見た目に惹かれます。勉強や夜の星観察が好きな自分には、このすっきりした雰囲気がいじりきります。
<b>8OoLdY</b> 女(20歳)兵庫県 在学中 学生(-)	<b>option6</b> 6が気になります。流行ってる感と実際に使ってる様子が見えるのが親しみやすくてクリックしたくなる。友達と話題にしやすいし、リアルなレビューや使い心地を先にチェックしたいタイプだからです。
<b>nCTKvE</b> 女(20歳)神奈川県 在学中 学生(-)	<b>option6</b> 今バズってる系の「買ってみたい」写真が自然で親近感あるし、実際に使ってる瞬間が見られるところが好み。インスタで見かける柔らかな色合いと生活に溶け込む雰囲気があって、試してみたい気持ちが一番わくからです。
<b>pwWxDa</b> 女(20歳)東京都 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 「あなたはどの肌タイプ？」って診断系の文言にすごく惹かれる。心理学を学んでいるせいか簡単なテストに弱いし、自分の肌合うか知れるならまず試してみたい。手軽そうでクリックのハードルが低いのも嬉しい。
<b>9eGJ3r</b> 女(20歳)千葉県 在学中 学生(-)	<b>option6</b> 6番は実際に使ってる感じが伝わってきて、インスタのレビューみたいでクリックしたくなる。私、新作コスメを試すのが好きだし、友達と『これいいよ』って共有したくなるカジュアルさがあるから。
<b>OG5EXF</b> 女(20歳)大阪府 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 肌タイプ診断って言われるとまず試してみたいかなるからです。自分に合う化粧水を知れるのが魅力で、落ち着いたデザインも安心感があります。好奇心がくすぐられて、クリックしやすいと感じました。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>vJtGej</b> 女(21歳)千葉県 大学卒 主婦・主夫(サービス業 (他に分類されないもの))	<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option9</div> アンケートで割引になるって節約志向の私には嬉しいし、濃いブルーの落ち着いた見た目で信頼できそう。肌悩みも書かれてて自分に合うか想像しやすいから、まずは試してみたいかな。
<b>DWVSBQ</b> 女(21歳)愛媛県 大学卒 就業者(教育, 学習支援業)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option4</div> 写真を撮るのが好きだから、透き通った水面とシンプルなボトルのビジュアルにすごく惹かれます。落ち着いた印象で信頼できそうだし、肌の“透明感”を期待させる表現が素直にクリックしたくなります。仕事でも見た目の清潔感は大事だし、実用的に試してみたいです。
<b>qgJdcx</b> 女(21歳)岩手県 専門・短大卒 就業者(卸売業, 小売業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option7</div> 盛岡でスーパーのレジをしているので、まず割引がばっと目で分かる広告に惹かれます。色もはっきりしていて安心感があるし、忙しい合間でもクリックしやすいデザインです。お得感が一番伝わってきて、まず試してみようという気になります。
<b>GneNLE</b> 女(21歳)東京都 在学中 学生(教育, 学習支援業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option2</div> 肌タイプを診断してくれる誘導があると、自分に合う化粧水を選べそうで安心します。大学で勉強してるせいか根拠を確かめたい気持ち強く、落ち着いた見た目も信頼できる印象。割引だけを押し広告より、まず肌に合うか知りたいです。
<b>HkqM5</b> 女(22歳)東京都 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option1</div> 大きくはっきり書かれた「10%OFFクーポン」とやわらかなピンクのビジュアルが安心できるし、学生の私には割引が嬉しい。見た目も清潔感があって信頼しやすいからついクリックしたくなる。
<b>VpZmyE</b> 女(22歳)千葉県 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option4</div> 青い水面の画像が一番落ち着くし、潤いと透明感を素直に感じられるのでクリックしたくなります。派手な割引やごちゃごちゃした文字より、シンプルで清潔感のあるデザインが信頼できて好みます。
<b>eQZHEr</b> 女(22歳)東京都 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option4</div> 写真がすごくキレイでインスタで流れてきたら思わず止まる感じ。透明感のある水っぽい雰囲気は清潔で若い私には魅力的だし、まず見た目で『使ってみたい』って直感が働きました。悩み訴求も気になるけど、今はビジュアル重視です。
<b>XJ3ocw</b> 女(22歳)三重県 大学卒 就業者(製造業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option7</div> 普段から出費に気をつけているので「お得なキャンペーン」「10%OFF」と大きく書いてあると素直に気になる。色も明るくて目に入りやすいし、まず安く試せそうなのが嬉しいからクリックしたいです。
<b>k51eYY</b> 女(22歳)栃木県 専門・短大卒 就業者(生活関連サービス業, 娯楽業)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option4</div> 水面の光と透き通ったボトルの見た目にまず惹かれました。陶芸や美術が好きな性格なのでビジュアルの美しさに敏感だし、忙しいカフェ仕事で疲れた肌に“透明感”が出そうなイメージがすごく響きます。安心感と好奇心でまず試してみたいかなる広告です。
<b>54fEhM</b> 女(22歳)三重県 専門・短大卒 就業者(製造業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option2</div> 肌タイプが分かる診断があると、自分に合う化粧水を選べそうで安心します。無駄遣いしたくないし、仕事で疲れた肌に合ったケアが知りたいからです。デザインも落ち着いて清潔感があり、試してみようという気になります。
<b>7KtP2U</b> 女(22歳)沖縄県 専門・短大卒 就業者(卸売業, 小売業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option2</div> 「今すぐ診断」と言われるとワクワクするし、自分の肌タイプに合う化粧水を教えてくれるなら無駄がない気がする。那覇の紫外線で肌悩みが出やすいから、ちゃんと合うものを知りたいし、友達にも教えたいかなる広告だよ。
<b>eMGvWe</b> 女(22歳)東京都 大学卒 就業者(製造業)	<div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option2</div> 肌タイプ診断は短時間で自分に合う化粧水が分かりそうで惹かれます。仕事でデータを扱うので、個別の提案や根拠があるものに安心感があり、好奇心もそそられる。派手な割引や大げさな演出はやや疑ってしまうので、診断型の広告が一番クリックしたいです。
<b>kE7Hun</b> 女(22歳)福島県 大学卒 就業者(サービス業 (他に分類されないもの))	<div style="background-color: #663399; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option5</div> 5番は私の肌の悩み(シミ・くすみ・乾燥)をそのまま呼びかけてくる感じがして、まずクリックして詳しく知りたくなる。カフェで立ち仕事して乾燥しやすいので、悩みに寄り添う広告が安心できるし、派手すぎない雰囲気も好みます。
<b>vBVXay</b> 女(23歳)神奈川県 中学・高校卒 就業者(情報通信業)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option4</div> 写真が趣味なので、まず見た目に惹かれました。水面の透明感とシンプルなボトルの組み合わせが清潔で効果がありそうに感じるし、余計な文字がない分信頼できる。忙しい合間でもずっと目を引くからクリックしたくなります。
<b>sExtDrD</b> 女(23歳)愛媛県 中学・高校卒 就業者(医療, 福祉)	<div style="background-color: #e34a33; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px; display: inline-block;">option6</div> 忙しい合間にさっと確認したいので、6の「買ってみたい」みたいな実際に使ってる見た目が一番惹かれます。しっとり感が伝わるし、友達の口コミ感覚で信頼できそう。宣伝っぽすぎない所も好みます。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>YsgT0F</b> 女(23歳)愛知県 専門・短大卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option2</b> 肌タイプ診断がある広告は忙しい私にとって手早く自分に合う化粧水を知れて魅力的。信頼できそうだし、結果に基づいて選べるのが安心感につながる。好奇心も刺激されるからまずクリックしてみたい。
<b>cjgZCx</b> 女(23歳)静岡県 中学・高校卒 就業者(製造業)	<b>option1</b> 1が一番気になる。大きく「10%OFFクーポン」が目立ってて、普段から節約を気にする私にはすごく魅力的。デザインも柔らかくて見やすいから、まず詳しく見てみたいと思う。
<b>PM8tNK</b> 女(23歳)埼玉県 中学・高校卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option2</b> 肌タイプが分かる診断は好奇心をくすぐられるし、自分に合う化粧水を知りたいからクリックしたくなる。雑誌で新商品を見るのも好きだし、まず“自分向けかどうか”を知りたい気持ち強い。
<b>cnB2x9</b> 女(23歳)神奈川県 在学中 学生(-)	<b>option2</b> 自分の肌タイプを診断してくれるっていう誘導が、一番クリックしたい。研究室でデータを見て判断する癖があるので、個別に合うか確かめられる感じが安心で惹かれます。色合いも落ち着いていて信頼できそうに見えるのもポイント。
<b>bxDaSK</b> 女(24歳)兵庫県 在学中 学生(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option1</b> ピンクの花とボトルが見やすく、10%OFFの表示が大きくて一目でお得だと分かるから押したくなる。普段から節約して楽天ポイントも使っているし、清潔で信頼できそうな見た目なのも安心できる。忙しい合間でもばっと判断できるのが嬉しい。
<b>JymOUN</b> 女(24歳)神奈川県 大学卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option6</b> 6番は実際に使っている場面が見えて親近感があるし、“バズってる”っていう雰囲気もあってついクリックしたくなる。私、Instagramで実際の使用シーンや口コミをよく見るから、使ってる写真が一番心に響きます。
<b>CCPqPn</b> 女(24歳)東京都 大学卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option2</b> 6番は実際に使ってる感じが伝わってきて親しみやすいです。手元の動きやテキストチャが想像できて、私みたいにレビューを見たり投稿したりする人間はつい詳しく見たくなる。見た目も自然で信頼できそうに感じました。
<b>zBkXZD</b> 女(24歳)東京都 中学・高校卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option4</b> 渋谷で見かけそうな写真映えするビジュアルが一番惹かれます。青い水面とシンプルなボトルが透明感と高級感を感じさせて、保湿されそうなイメージがすぐに伝わってくるからクリックしたくなる。
<b>EB4r4p</b> 女(24歳)岐阜県 大学卒 就業者(教育, 学習支援業)	<b>option2</b> 仕事で忙しいから、短時間で自分に合う化粧水が分かる「肌タイプ診断」に惹かれます。好奇心が強くちゃんと自分に合うものを選びたいし、シンプルで信頼できそうな雰囲気があるのでまず試してみたくります。
<b>msfKhI</b> 女(24歳)東京都 中学・高校卒 就業者(金融業, 保険業)	<b>option2</b> 「あなたはどの肌タイプ？」って問いかけにすぐ惹かれる。自分の肌に合う化粧水を知りたい好奇心と、普段からケアをきちんと考える性格に合ってるから。派手な割引よりも、自分に合うものを見つけられそうな安心感が強い。
<b>KJjWT2</b> 女(24歳)東京都 在学中 学生(-)	<b>option4</b> 見た瞬間に透明感と清潔感が伝わって、肌がうるおいそうだと直感しました。シンプルでおしゃれなデザインは大学にも持ち歩きやすく安心感があるし、友達に自慢したくなる感じ。好奇心も刺激されて思わず詳しく見たくります。
<b>f9H5wU</b> 女(25歳)福岡県 大学卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 肌タイプ診断っていうと自分に合う化粧水が見つかりそうで気になる。忙しい合間にサッとできそうだし、実用的でクリックしやすい雰囲気があるから。
<b>S5cdAN</b> 女(25歳)愛知県 専門・短大卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option1</b> 普段からクーポンや特売をチェックしてまとめ買いするので、割引が大きく目立つバナーにまず惹かれます。デザインもすっきりして商品が分かりやすく、今すぐ得をしたい気持ちになるのでクリックしたくなります。
<b>wAgOJM</b> 女(25歳)福島県 専門・短大卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option2</b> 「今すぐ診断 あなたはどの肌タイプ？」は自分に合う化粧水が見つかりそうで気になります。新しいものに興味はあるけど無駄にしないので、診断で合うものを教えてくれるのは安心。落ち着いた見た目も好印象で、まず試してみようという気持ちになります。
<b>vP9xjL</b> 女(25歳)滋賀県 大学卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 好奇心が強い私には『あなたはどの肌タイプ？』って問いかけがすごく惹かれる。自分の肌に合った化粧水を知れて、気軽に試せそうなのが嬉しい。見た目も落ち着いていて信頼できそうに感じます。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>D2tzQs</b> 女(25歳)東京都 大学卒 就業者(教育, 学習支援業)	<b>option6</b> 実際に誰かが使ってる写真と「今バズっている」という文言が親しみやすくクリックしたくなる。レビューっぽい雰囲気でもくささがなく、しっとりしているという表現が私の乾燥肌に響く。派手な割引より生活に寄り添ってくれる感じが好きです。
<b>Ujb9e7</b> 女(25歳)東京都 大学卒 就業者(運輸業, 郵便業)	<b>option1</b> 普段から節約してるので「10%OFFクーポン」が大きく目に入るとすぐ惹かれます。商品写真とピンクの花で可愛く見えるのも安心感があって、忙しい合間でも手早くお得に買えそうに感じるからクリックしたくなります。
<b>EHF17f</b> 女(25歳)神奈川県 大学院卒 失業者(-)	<b>option2</b> 肌タイプ診断なら自分に合う化粧水が見つかりそうで好奇心を刺激される。見た目も落ち着いた信頼できる印象だし、私は成分や相性をちゃんと調べたいタイプだから、クイズ形式の方がクリックしたくなる。
<b>cs98sP</b> 女(25歳)宮崎県 大学卒 主婦・主夫(-)	<b>option7</b> 普段から家計を気にしているので「10%OFF」がぱっと見で分かるのは頼もしいです。色合いも落ち着いていて品があり、押し付けがましくないところが好き。すっきり見えて信頼できそうに感じるのでもすぐクリックしたくなります。
<b>fY26oU</b> 女(26歳)東京都 大学卒 就業者(生活関連サービス業, 娯楽業)	<b>option2</b> 「今すぐ診断」はすぐく惹かれる。自分の肌タイプに合う化粧水を教えてくれるなら試す価値がありそうだし、好奇心でクリックしたくなる。予算が厳しいから無駄にしたくないし、合うものを知れるのは安心できるポイント。
<b>75SUZH</b> 女(26歳)大阪府 中学・高校卒 主婦・主夫(卸売業, 小売業)	<b>option5</b> シミ・くすみ・乾燥って直接呼びかけられるとすぐドキッとすし、自分の悩みにピンポイントだからクリックしたくなる。ドラッグストアで働いてるので実際に効くか早く知りたいし、手軽に解決できそうなら試してみたい。値段より“悩みを解決できるか”がまず気になります。
<b>EQr0Z6</b> 女(26歳)埼玉県 中学・高校卒 就業者(教育, 学習支援業)	<b>option2</b> 普段から肌タイプに合わせたケアを重視しているので、「今すぐ診断」の呼びかけがある画像が一番惹かれます。短時間で自分に合う化粧水が見つかりそうで、忙しい日常でも試してみたい感じがします。
<b>hQOPS0</b> 女(26歳)大阪府 中学・高校卒 主婦・主夫(-)	<b>option2</b> 「今すぐ診断 あなたはどの肌タイプ？」という呼びかけにすぐく惹かれます。新しいものを試するのが好きだし、自分の肌に合うか確かめられるのは安心。手軽に始められそうでクリックしやすいです。
<b>tdICpk</b> 女(26歳)東京都 大学卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option1</b> ピンクの花+ボトルの見た目が可愛くて目を引くし、10%OFFクーポン表示がパッと分かるから。普段から可愛いものに弱くて、買うかどうかは割引が決め手になりがちなので、まずクリックしたくなる。
<b>GAQ8JU</b> 女(26歳)神奈川県 大学卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 肌タイプ診断の2番が一番気になります。自分の肌に合うかを知りたい好奇心と、忙しい中で無駄な買い物を避けたい慎重さにぴったり合うからです。落ち着いたデザインで信頼できそうに見えるのも押しポイントです。
<b>4d8uE2</b> 女(27歳)千葉県 大学院卒 失業者(-)	<b>option2</b> 肌タイプを診断してくれる広告は、自分に合う化粧水が見つかりそうで安心感があるからクリックしたいです。細かいことを気にする性格なので、個別に提案してくれると信頼できるし、落ち着いた見た目も好感が持てます。
<b>2ImmC2</b> 女(27歳)静岡県 大学卒 主婦・主夫(生活関連サービス業, 娯楽業)	<b>option7</b> 普段から家計を気にしているので「10%OFF」とキャンペーン期間がはっきり出ているデザインに安心感を感じます。派手すぎずきちんとした印象で、試してみようという気になります。
<b>hNPMse</b> 女(27歳)岐阜県 大学卒 就業者(金融業, 保険業)	<b>option2</b> 「あなたはどの肌タイプ？」と診断を促すデザインが一番気になります。自分の肌に合うかをきちんと知りたい好奇心と、商品を選ぶときの慎重さに合っているから。落ち着いた色合いで信頼感もあり、試してみようという気持ちになります。
<b>1DrXP5</b> 女(27歳)北海道 中学・高校卒 失業者(-)	<b>option2</b> 肌タイプ診断って言われるとまず自分に合うか確かめたくなるからクリックしたい。安さも好きだけど、敏感肌気味で不安が強いので“自分向け”って安心感がある広告に惹かれる。ちょっと好奇心も刺激されるし。
<b>tmTJFB</b> 女(28歳)栃木県 大学院卒 主婦・主夫(生活関連サービス業, 娯楽業)	<b>option1</b> 値段に敏感なので「10%OFF」が大きく出ている1がぱっと目に入って安心感がありました。見た目も清潔で試してみようという気になる。診断系の2も気になるけど、まずは割引で手に取りたい気持ちが強いので。微妙に迷う部分はありますが、1が一番クリックしやすいです。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>FDjx3J</b> 女(28歳)宮城県 専門・短大卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option2</b> 自分の肌タイプが分かる診断誘導は魅力的に感じます。派手すぎず落ち着いたデザインで信頼できそうだし、無駄買いを避けたい私には“自分に合う”を提案してくれる感じが安心できるからです。
<b>HPcMhV</b> 女(28歳)宮城県 大学卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option1</b> 家計を気にするので割引がはっきり見える広告に安心感があります。デザインも落ち着いていて信頼できそう。乾燥が気になるのでまずお試しで買ってみようという気持ちになるのは、10%OFFが目立つ1です。
<b>sumfT1</b> 女(28歳)埼玉県 専門・短大卒 就業者(生活関連サービス業, 娯楽業)	<b>option5</b> シミ・くすみ・乾燥って自分もすごく気になる悩みだから、顔のアップで直接呼びかけられるとハッとすると共感できる。割引も気になるけど、まず『私の悩みを分かってくれてる』感じがある広告に安心してクリックしたくなる。
<b>OCtehV</b> 女(28歳)大阪府 大学卒 就業者(不動産業, 物品賃貸業)	<b>option2</b> 肌タイプ診断のバナーは好奇心をくすぐられて、効率よく自分に合う化粧水が見つかりそうに思えます。普段から情報を整理して選ぶタイプなので、落ち着いた見た目信頼できそうなものクリックしたい理由です。
<b>PtH1tk</b> 女(28歳)愛媛県 大学卒 就業者(卸売業, 小売業)	<b>option4</b> 4番。インスタで見たくなるような澄んだ写真と「透明感」の表現が好印象で、まずビジュアルで信頼できそうに思えました。普段から見た目を重視するし、安売りばかりの広告より落ち着いた美しさに惹かれます。
<b>h3VHDk</b> 女(28歳)静岡県 大学卒 就業者(製造業)	<b>option5</b> シミやくすみ、乾燥といった具体的な悩みを直接呼びかけられると、不安があるときにまず確認したくなります。忙しい日々の合間でも『自分の悩みに効くかも』と感ぜられる広告は信頼しやすく、ついクリックして詳しく見たくくなります。
<b>mGD7u6</b> 女(29歳)栃木県 大学卒 就業者(学術研究, 専門・技術サービス業)	<b>option4</b> 水の上に置かれたボトルの写真がとてもきれいで、透明感や潤いが直感的に伝わってくるから。普段写真を見るのが好きなのでビジュアル重視で安心感があるとクリックしたくなるし、シンプルで好感が持てます。
<b>TJr2F7</b> 女(29歳)千葉県 大学卒 主婦・主夫(-)	<b>option2</b> 自分の肌タイプを診断してくれる感じが、忙しい私でも手早く合う化粧水を見つけられそうで魅力的。派手な割引よりも“自分に合うか”を知りたい好奇心と、肌悩みに敏感な気持ちにぴったり来ます。
<b>z0XNV3</b> 女(29歳)広島県 中学・高校卒 就業者(製造業)	<b>option2</b> 『あなたはどの肌タイプ?今すぐ診断』っていう文言がすごく気になる。自分の肌に合う化粧水をちゃんと知りたいし、好奇心が強いので簡単に試せる診断はクリックしたくなる。無駄買いしたくないから、まずタイプを確かめたいという気持ちが強いです。
<b>Yyu7Hg</b> 女(29歳)埼玉県 中学・高校卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 肌タイプ診断があると、自分の悩みに合う化粧水が手早く確かめられそうでクリックしたくなります。普段忙しい訪問中でも“自分向け”と分かれば安心して試せるし、医療系の目線で効果の根拠を知りたい好奇心も刺激されます。
<b>ZQKDbA</b> 女(29歳)熊本県 中学・高校卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option5</b> 最近乾燥とくすみ気になっているので、5番の「シミ くすみ 乾燥のお悩み、ありませんか?」が真っ先に目に留まりました。悩みに寄り添う感じがあって安心できるし、実際に使ってみたくなるリアルさがあります。節約志向でも効果が期待できそうに思えたのでクリックしたいです。
<b>OdMEis</b> 女(29歳)東京都 大学院卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 自分の肌タイプを知ってから選びたいので、診断を促すデザインが一番安心感があります。派手な割引よりも自分に合うか確かめられる方が無駄がなくて惹かれます。(他の写真系も気になりますが、まずは診断を試したいです。)
<b>OpC9Mu</b> 女(29歳)東京都 大学卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 肌タイプ診断のバナーが一番気になります。忙しい訪問の合間でも自分に合う化粧水を手早く見つけられそうで、診断のワクワク感と実用性が両立しているのが魅力。写真も落ち着いて清潔感があり信頼しやすいです。
<b>6tYb0G</b> 女(29歳)千葉県 中学・高校卒 就業者(医療, 福祉)	<b>option2</b> 忙しい上に家計も気になるので、まず自分の肌タイプを診断できる2番に惹かれます。合うか確かめてから買いたいし、本や資料で調べるのが好きな性格にも合っていて安心感があります。無駄にしないで選びたいです。
<b>sNibzk</b> 女(18歳)静岡県 在学中 学生(宿泊業, 飲食サービス業)	<b>option2</b> 肌タイプ診断って書いてあると、自分に合うかすぐ分かりそうで惹かれます。忙しい学生だし、パッと見て試しやすそうなのがいい。デザインも落ち着いて信頼できそうに見えるし、好奇心でクリックしたくなる感じです。

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<b>IEiGTK</b> 女(18歳)奈良県 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>「今すぐ診断            あなたはどの肌タイプ？」というクイズ形式が気になるし、気軽に試せそうでクリックしたくなる。自分の肌に合う化粧水を知れると安心だし、落ち着いた見た目も信頼できる感じがする。好奇心が刺激される広告が一番響く。</p>
<b>PPpFOq</b> 女(19歳)神奈川県 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>「あなたはどの肌タイプ？」の診断バナーが一番気になる。自分の肌に合う化粧水を知りたいし、学生でお金も限られてるから失敗したくない。短時間でパーソナルに答えてくれそうな感じがあって、ついクリックしたくなる。</p>
<b>s3OB0s</b> 女(20歳)東京都 大学卒 失業者(-)	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option6</div> <p>『今バズってる化粧水            買ってみた！』の雰囲気SNSの友達投稿みたいで親しみやすい。リアルな使用感が伝わりやすく、私みたいに口コミを重視する人間にはクリックしたくなる表現です。落ち着いた見た目もちょうど良い。</p>
<b>NYsfKv</b> 女(21歳)沖縄県 在学中 学生(-)	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option4</div> <p>青い水面と透き通ったボトルの写真がすごく惹かれる。シンプルで清潔感があって、使ったら肌が明るくなりそうなイメージが湧くから友達にも勧めたくなる。キャンペーンやレビューも気になるけど、まず見た目でクリックしたくなるのはこれ。</p>
<b>PsFNNu</b> 女(22歳)熊本県 中学・高校卒 主婦・主夫(-)	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option4</div> <p>シンプルで清潔感のある水のイメージに惹かれました。普段から乾燥が気になるので、うるおいを直感的に感じられるデザインは安心できます。クーポンや診断も気になりますが、まず見た目で“しっとり”が伝わるのが一番クリックしたくなります。</p>
<b>JKqSyD</b> 女(23歳)神奈川県 中学・高校卒 就業者(教育, 学習支援業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>肌タイプ診断は具体的で知りたくなる。私は乾燥やくすみ気になるから、自分に合う化粧水を教えてくれるならクリックしたい。デザインも落ち着いた感じで信頼できそうに見える。</p>
<b>rVZtcr</b> 女(23歳)静岡県 中学・高校卒 就業者(生活関連サービス業, 娯楽業)	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option6</div> <p>6番は実際に使ってる感じが伝わって親近感があるし、「今バズっている」って言葉も気になる。忙しいカフェ仕事の合間でもシュッと使えそうで手軽さを感じるからクリックしたくなる。写真がナチュラルで堅苦しくないのも好み。</p>
<b>DKbpaT</b> 女(23歳)岡山県 中学・高校卒 就業者(製造業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option7</div> <p>普段から家計を気にしてるので、10%OFFの分かりやすい表示にまず惹かれました。色合いも見やすくてキャンペーン感があって、忙しい合間でもすぐチェックしたくなるデザインです。余計な情報が少ないのも安心します。</p>
<b>kOvySK</b> 女(23歳)東京都 中学・高校卒 就業者(宿泊業, 飲食サービス業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>「今すぐ診断            あなたはどの肌タイプ？」って言われると実用性を感じてつい押したくなる。フロントで色んな人の肌の話の聞き、自分に合う化粧水を知りたい好奇心もあるから。デザインも落ち着いた見えて信頼できそうに感じた。</p>
<b>C3D82j</b> 女(24歳)愛知県 中学・高校卒 主婦・主夫(宿泊業, 飲食サービス業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>肌タイプ診断なら自分に合う化粧水が見つかりそうで気になる。新しいものを試すのは好きだし、無駄買いたくないためにまず診断で確認できるのが安心。短時間で結果が出そうなのもクリックしたくなる理由です。</p>
<b>KEnND0</b> 女(25歳)愛知県 専門・短大卒 就業者(金融業, 保険業)	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option4</div> <p>4番は青い水の背景と透き通ったボトルで、使った後のしっとり感や清潔さをすぐに想像できるからです。デザインがシンプルで落ち着いた見えるので、忙しい仕事帰りにも安心して試してみたいです。</p>
<b>qywIV5</b> 女(26歳)青森県 中学・高校卒 就業者(製造業)	<div style="background-color: #fd7e14; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option3</div> <p>開封写真で「買ってみた」って雰囲気が出てるから安心するし、実際の使い心地が想像できてクリックしたくなる。宣伝色が薄くて友達の口コミみたいに感じるのが好き。忙しい工場仕事の合間にもサッと見られて、失敗しにくそうなのも魅力。</p>
<b>qNvIrV</b> 女(27歳)福岡県 中学・高校卒 失業者(-)	<div style="background-color: #6f42c1; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option5</div> <p>シミ・くすみ・乾燥って直接呼びかけられると、自分の悩みに刺さるからすぐクリックしたくなる。写真の表情もリアルで共感しやすいし、まずは困りごとを解決してくれそうに感じた。診断バナーも気になるけど、今は悩みの解決を優先したい。</p>
<b>qk4VC6</b> 女(27歳)大阪府 大学卒 就業者(学術研究, 専門・技術サービス業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>「今すぐ診断」というパッと参加できそうな提案が自然に惹きつけます。自分の肌タイプを知ってから選べる安心感と落ち着いたデザインが好印象。研究者気質で“診断”という響きに信頼を感じるし、若い層にも抵抗なくクリックしてもらえそうです。</p>
<b>BbEhwT</b> 女(29歳)岩手県 大学卒 就業者(教育, 学習支援業)	<div style="background-color: #28a745; color: white; padding: 2px; text-align: center; border-radius: 4px;">option2</div> <p>肌タイプ診断があると、自分に合う化粧水を効率よく選べそうでクリックしたくなります。忙しい仕事の合間でも無駄買いたくないし、落ち着いた見た目も信頼できそうに感じます。</p>

Persona基本情報	選択結果・選択理由
<p><b>FfVEgy</b> 女(29歳)神奈川県 大学卒 就業者(製造業)</p>	<p><b>option2</b></p> <p>自分の肌タイプを診断してくれるって誘い方が一番気になる。どんな悩みに合うかちゃんと知りたいし、試す前に合うか確認できそうなのが安心。見た目も落ち着いていて信頼できそうに感じます。</p>