

【リデル調査】美容男子がスキンケア購入時に重視することは「効果」が6割。美容男子1万人以上が集うメンズ美容・メイクコミュニティ「Boys Beauty」を強化。

～メンズ美容に興味関心の高い生活者とダイレクトコミュニケーションが可能。メンズ美容・メイク製品やサービスを展開する企業パートナーを募集します～

インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、運営するメンズ美容・メイクに特化した国内最大級のオウンドコミュニティ「Boys Beauty（@boysbeauty_jp、https://www.instagram.com/boysbeauty_jp/）」の運営を強化し、新規・既存顧客の拡大を検討する企業パートナーの募集を開始しました。

LIDDELL

美容男子1万人以上が集う！

メンズ美容・メイク特化
コミュニティを強化。

企業パートナーを募集します！

Boys Beautyフォロワーに聞いた！

美容男子がスキンケア購入時に重視することは

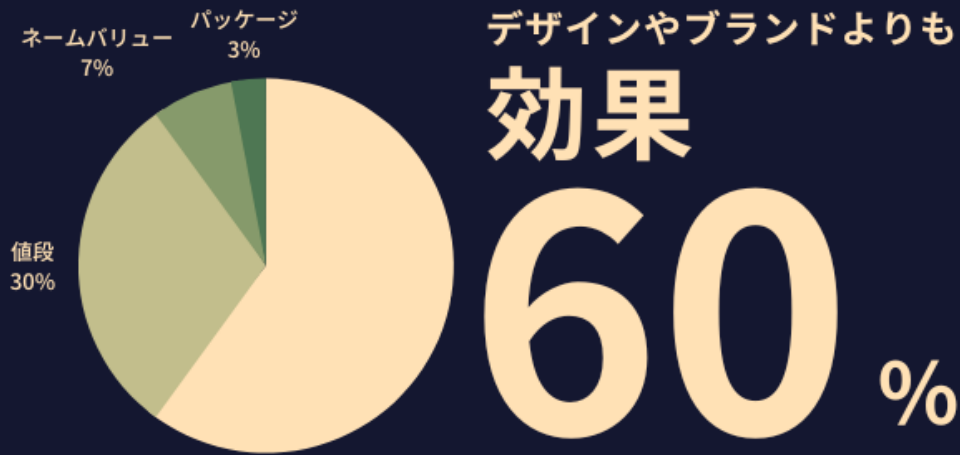
「効果」が6割。



■美容リテラシーの高い男性“美容男子”は「デザイン」や「ブランド」よりも「効果」を重視。コミュニティに参加する20～30代男性を中心とした「Boys Beauty」Instagram（以下、Instagram）フォロワーに対し、Instagramのストーリーズアンケート機能を用いて「スキンケア購入時に最も重視すること」に関するインスタントリサーチを実施。60.0%が「効果」と回答し、価格やネームバリュー、パッケージのデザインよりも重視していることが明らかになりました。

スキンケアを買うときに重視するものは？

LIDDELL



調査期間：2022年3月1日～3月2日
対象者：メンズ美容に興味がある「Boys Beauty」のフォロワー約11,000人
サンプル数：100 | 調査方法：インスタグラム・ストーリーズアンケート

■Boys Beauty コミュニティ参加者の特徴

メンズ美容・メイク情報Instagramアカウント「Boys Beauty (@boysbeauty_jp、https://www.instagram.com/boysbeauty_jp/)」を2018年より運営し、メンズ美容・メイクに関する情報発信をしております。Boys Beautyは、男性フォロワーが77.4%。メンズ美容・メイクのリテラシーが高い20代男性が集う、国内最大級のメンズ美容専門アカウントとして成長しております。

<特徴>

- 年代：10代～20代は96.0%
- メイク率：普段からメイクをしている人は79.2%
主流の使用アイテム | BBクリーム、トーンアップ乳液、色付きリップ
- コスメ購入費：月額平均が5,000円程度は96.1%

BoysBeautyコミュニティ参加者の特徴

LIDDELL

年代

フォロワー数

メイク

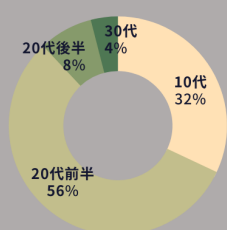
コスメ購入額

20代以下
96%

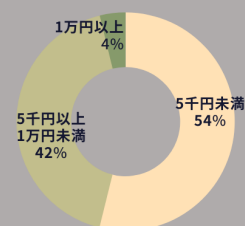
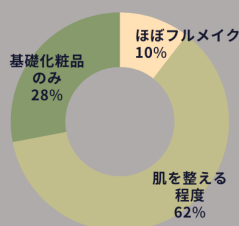
Instagram
平均

普段から
79%

月5千円程度
96%



約 **2** 千



■提供サービス事例

- オンライン / オフラインイベント開催
 - メイクアップアーティストやメンズ美容インフルエンサーを招いた、タッチアップイベントを定期開催（コロナ禍以降、オフラインの実施は自粛）
 - インフルエンサーやコミュニティ参加者とのオンライン座談会を定期開催
- タイアップコンテンツ投稿
 - 新商品紹介コンテンツの制作・展開
 - 商品紹介やハウツーのオリジナルコンテンツ制作・展開
 - ストーリーズ機能を用いたコマー্স誘導
- テストマーケティング
 - 基礎化粧品の男性美容市場の必要性を図るために、座談会とハウツーコンテンツを展開
 - 新商品サンプリング
 - 各種定性・定量調査

■今後の展望「パートナーを募集」

「Boys Beauty」は、インタラクティブなコミュニケーションをさらに活性化させるために、コミュニティプラットフォームの構築やポイントプログラムの導入などを検討しております。併わせて、今まで以上にメンズ美容・メイクに特化したインフルエンサーの発掘、育成、活躍の場の提供に力を入れていきます。

メンズコスメの市場規模は、2020年は1506億円、翌21年は1571億円を見込んでいる（富士経済、2021年8月）ように、今後さらに拡大する見込みとなっています。一方、まだ成長過程であることが

ら、課題を抱えている企業は少なくありません。コロナ禍の影響も相まって、直接生活者との対話の機会を設けることができないことや、メンズ美容市場に進出したものの、女性美容市場との違いに戸惑っているなど、各企業の課題をヒアリング。Boys Beauty との取り組み後、「イノベーターやアーリーアダプター層と直接会話することで多くのラーニングを得られた」と好評をいただいております。

リデルは今後さらに生活者と企業が協働してメンズ美容・メイク市場を盛り上げていく「コミュニティ」を構築するために、メンズ美容・メイク製品やサービスの、新規・既存顧客の拡大を検討する企業パートナーを募集しております。

生活者を消費者と捉えるだけでなく、生産、宣伝など様々な役割を担ってもらう仕組みに、ぜひ参画いただければと思います。

お気軽にお問い合わせください。

【Boys Beauty に関するお問合せ】

リデル株式会社

担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW：SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[「VINYL MUSEUM（ビニールミュージアム）：共感型フォトジェニック・アート展」]

URL：<http://vinyl-museum.com/>

Instagram：https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円+税

ISBN：9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン：インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第 6 回 IAJ 特設サイト：<https://lp.spirit-japan.com/iaj/2021/>

【企業情報】

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田 晃一

本社：東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容：(1) SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営
(2) クリエイターエコノミー 支援
(3) 各種マーケティングツールの提供

コーポレート URL：<https://liddell.tokyo/>

採用に関して：<https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806