

2021年12月8日
株式会社ライスカレー

続くコロナ、美容意識に大きな変化が…！

美容 Instagram メディア「MiiLabo」が 今年美容トレンドを徹底調査！

～MiiLabo 読者による個人的流行語大賞は「マスクにつかない〇〇」～

コミュニティプロデュースを軸に新たなマーケティングサービスを提供する株式会社ライスカレー（本社：東京都渋谷区、代表取締役：大久保 遼）が手がける美容研究 Instagram メディア「MiiLabo」は、読者を対象に「美容意識調査」をテーマにしたインターネット調査を実施いたしました。



■ MiiLabo URL

https://www.instagram.com/mii_lab/

■ 調査サマリー

- 80%が美容に対する意識や行動に変化があったと回答
- 今年いちばんお金をかけた美容はスキンケア（53%）
- 全体の半数が今年いちばん多かった肌悩みを「ニキビ・肌荒れ」と回答
- 化粧品を選ぶ際に「価格よりも質」を意識している（80%）
- MiiLabo 読者による個人的美容流行語大賞は「マスクにつかない〇〇」

■ 調査概要

<調査結果>

今年最も興味・関心を示したのは「スキンケア」



今年最も関心のあった美容として、69%が「スキンケア」と回答しました。

コロナウイルスの感染が続くなか、スキンケア用品への関心は引き続き、高い水準を維持しています。

最もお金をかけた美容 1位もスキンケア！

今年1番お金をかけた美容は？		
1位	スキンケア	53.5%
2位	脱毛	15.9%
3位	コスメ	15.3%
4位	ヘアケア	4.5%
5位	フェイシャルエステ	2.5%

一番お金をかけた美容についても7割近くの方がスキンケアと回答したことから、スキンケアへの需要は昨年に続いて一定の高さを維持していると読み取れます。コロナ禍に“すっぴん”で過ごす時間が増えたことで、スキンケアを見直したり、より力を入れたりする人が増えているように感じます。

次いで、2位にはコスメを抑え「脱毛」がランクインしました。外に出る機会が減ったコロナ禍において、これまでより美容に予算をさけるようになった人や、時間に余裕ができたことで新たな挑戦として脱毛を始めたという人が多いようです。

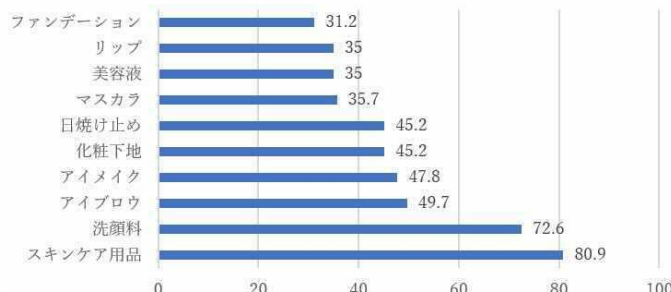
<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷（たけや）

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp

直近1ヶ月で使用頻度の高い化粧品はスキンケア用品

直前1カ月で使用頻度の高い化粧品は?(単位:%)



使用頻度の高い化粧水について聞いたところ、「スキンケア用品」と「洗顔料」はそれぞれ7割以上が「頻度が高い」と回答しました。それに対し、メイクグッズ類はいずれも半数以下にとどまりました。このことから、コロナ禍でメイクをする機会が減ったことが明らかになったと言えます。

また、使用頻度が高いと回答した人が半数以下にとどまったメイク用品のなかでも、アイブロウやアイメイク用品に回答が集中したことから、マスクを着用しても隠れない「アイメイク」に力を入れる人が多いと考えられます。

最も回答が少ない「ファンデーション」はおよそ3割となり、マスクによるメイク崩れや毛穴のために「脱ファンデ」をする人が増えたようです。

化粧品選びは「質」を重視

化粧品を選ぶ際に意識していることは?		
1位	質	84.1%
2位	価格	78.3%
3位	肌への負担	49.7%
4位	メイク崩れ	40.8%
5位	美容成分	28%

化粧品を選ぶ際に意識していることを聞いたところ、「価格」を上回って「質」が1位にランクインしました。多少値が張っても、本当に自分に合うものを使いたいという思いがこの結果に表れたようです。また、3位に肌への負担、5位には美容成分がランクインしたことから、化粧品にスキンケア要素が求められていることが分かりました。

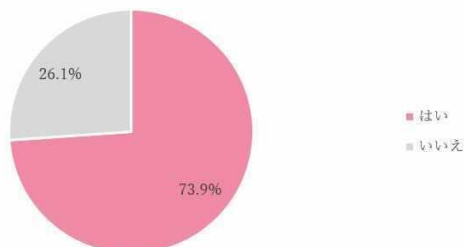
<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷 (たけや)

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp

73%が昨年とは違う肌の悩みを感じた

去年と比べて肌の悩みは変わりましたか？



新型コロナウイルス拡大により、昨年と比べて肌の悩みは変わったかという質問に対し、73%が「はい」と回答しました。

「はい」と回答した人の多くはマスク着用による「肌荒れと毛穴の開き、おでこのテカリ」や「マスクで擦れるところのニキビ増加」などの肌悩みを抱えていました。マスク生活そのものには慣れてきましたが、マスクが肌に与える影響は大きく、肌トラブルに苦労している人が多いようです。

今年最も多かった肌悩みは「ニキビ・肌荒れ」

今年1番多かった肌悩みは？		
1位	ニキビ・肌荒れ	50.3%
2位	毛穴	32.5%
3位	乾燥	10.8%
4位	シミ・シワ	3.2%
5位	くすみ	2.5%

今年最も多かった肌悩みについて質問したところ、約半数が「ニキビ・肌荒れ」と回答しました。

こちらの質問でも、マスク着用による蒸れやこすれが原因で、以前よりニキビや肌荒れに悩まされているといった声が上がりました。

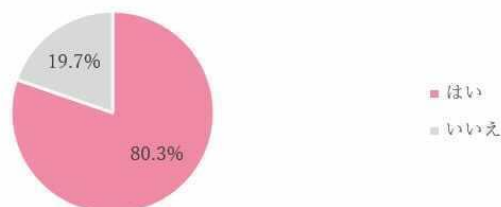
<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷（たけや）

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp

昨年と比べてスキンケアに力を入れるようになった

昨年と比べて美容に対する意識や行動は
変わりましたか？



昨年と比べて美容に対する意識や行動は変わりましたか？という問いには8割もの人が「はい」と回答し、その半数からスキンケアや肌悩みに関するコメントが寄せられました。

中でも「なるべく負担をかけないメイク、クレンジング、スキンケアを選ぶようになった」や「すっぴんでいることが増えて、スキンケアに力を入れて、日焼け止めを塗るよう意識した」など、コロナ前と比較して素肌を気にする人が増加しました。また、「マスク荒れをしてしまうので保湿を意識した」「肌荒れすることが多くなり、丁寧なスキンケアを心掛けるようになった」など、マスク生活が原因で肌が荒れやすくなったことが、スキンケアに力を入れるきっかけになる人も多かったようです。

コロナ禍の継続に伴いマスク生活が日常となったことで、マスクによる肌荒れも長期化し、肌に優しい成分の化粧品でより念入りなスキンケアに取り組む人が増えています。

▼2021年美容トレンド

今年最も興味・関心があったメイクアップは「アイシャドウ」

今年1番興味・関心があったメイクアップは？		
1位	アイシャドウ	29.9%
2位	ファンデーション	21.7%
3位	化粧下地	19.1%
4位	日焼け止め	9.6%
5位	リップ	8.9%

今年一番愛用したドラコスブランドは「CANMAKE」

<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷（たけや）

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp

Press Release

報道関係者各位



今年1番愛用したドラコスブランドは？		
1位	CANMAKE	17.2%
2位	KATE	14.6%
3位	CEZANNE	13.4%
4位	メラノ cc	10.8%
5位	ちふれ	5.1%
5位	ELIXIR	5.1%

今年一番愛用したデパコスブランドは「Dior」

今年1番愛用したデパコスブランドは？		
1位	Dior	13.4%
2位	IPSA	8.3%
3位	NARS	6.4%
3位	PAUL&JOE	6.4%
5位	M.A.C.	5.1%

今年買ってよかったコスメ・スキンケア1位はKATE「リップモンスター」

「唇に優しい処方なのに飲食しても全く色落ちしないのでお気に入り！」や「カラバリ豊富でとってもオシャレ」など、SNSで“バズった”KATEの「リップモンスター」にたくさんの愛用者の声が届き、人気の高さが裏付けられました。

SNSをきっかけに購入した化粧品の1番人気はDuo「クレンジングバーム」

「好きなYouTuberが紹介していたから」や「ずっと気になっていて好きなインフルエンサーがPRしていたから」など自分の好きな有名人のSNSをきっかけに購入を決めたという声が多くみられました。

今年1番美容を参考にしていた有名人はふくれなさん

今年1番美容の参考にしていた有名人・インフルエンサー・YouTuberは？	
1位	ふくれな (@fukurena)
2位	指原莉乃 (@34insta)
3位	KARA子 (@karako_cosme)
4位	水越みさと (@mitan.m)
5位	ありちゃん (@niinana27)

<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷 (たけや)

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp

Press Release

報道関係者各位



MiiLabo 読者が選ぶ今年最も使った美容流行語大賞は「マスクにつかない〇〇」

今年1番使った・気になった美容流行語は？	
1位	マスクにつかない〇〇
2位	マスクメイク
3位	シカコスメ
4位	中華メイク
5位	ノーファンデメイク

<調査概要>

調査日：2021年11月15日（月）～11月23日（火）

調査対象：Instagram メディア「MiiLabo」をフォローしている17～50歳の女性

調査人数：157名

調査方法：インターネット調査

<記事等でのご利用にあたって>

引用元として「美容メディア MiiLabo 調べ」と記載ください

■ MiiLabo 概要

「私を知り私に合うキレイを見つける」をテーマに編集部とフォロワーによるリアルなレビューや体験により美容を研究していくコミュニティ。20万人以上いるフォロワーの内、49%を25～34歳の女性が占めるため、フェイスクア商品や洗顔商品などの基礎化粧品をはじめとした美容情報が人気です。商品理解につながる高品質なコンテンツを提供しています。

Instagram アカウント URL

https://www.instagram.com/mii_lab/

■ 会社概要

社 名：株式会社ライスカレー

<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷（たけや）

TEL：03-6451-1529 / MAIL：info@ricecurry.co.jp

Press Release

報道関係者各位



住 所 : 東京都渋谷区道玄坂一丁目 12 番 1 号 渋谷マークシティウエスト 20 階

代 表 者 : 代表取締役 大久保 遼 (おおくぼ りょう)

事業内容 : コミュニティに関する各種サービスの提供

U R L : <https://ricecurry.co.jp/>

<<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>>

株式会社ライスカレー コーポレート本部 広報担当 武谷 (たけや)

TEL : 03-6451-1529 / MAIL : info@ricecurry.co.jp