



2020年11月10日

株式会社 MimiTV

## MimiTV、「美容オタクのクリスマス事情」を調査

### 在宅傾向のクリスマス…コスメのプレゼント需要は「内向き」に!?

### 約7割は「自分向け」にコスメを購入予定、平均予算は22,340円

株式会社 MimiTV（所在地：東京都渋谷区、代表：黒川涼子）が運営する美容メディア「MimiTV」は、この度「美容オタクのクリスマス事情」に関する意識・実態調査をおこないました。

クリスマスコフレの発売やプレゼント需要の増加など、一年の中で最もコスメ市場が盛り上がるクリスマスシーズン。しかし今年は、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、例年とは違ったクリスマスになることが予想されます。

そこで MimiTV では、美容への関心が高く、日常的に SNS から美容情報を収集している MimiTV 会員「mimist」を対象に、「美容オタクのクリスマス事情」に関する調査を実施しました。

#### 調査概要

調査期間：2020年10月22日（木）～10月26日（月）

調査方法：インターネット調査

調査対象：MimiTV 会員「mimist」

調査人数：741名

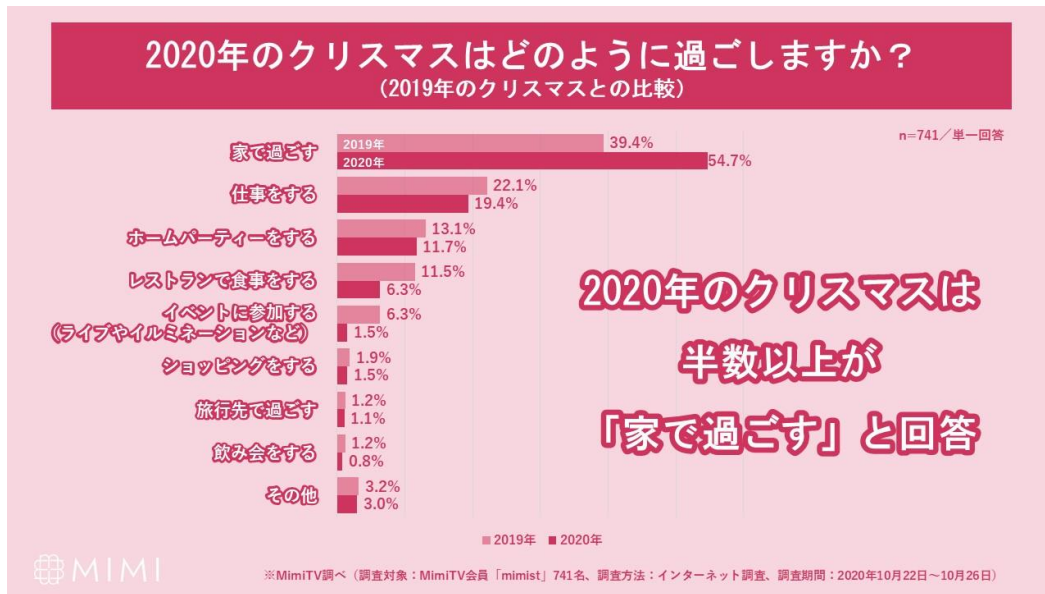
#### 調査サマリー

- ◆ 2020年のクリスマスは半数以上が「家で過ごす」と回答、昨年比で15.3ポイント増加
- ◆ クリスマスのコスメ市場は、自分向けの「ご褒美ギフト」需要がメインに
- ◆ 自分向けに買うコスメの予算、4割以上が「2019年に比べて増加」
- ◆ クリスマスコフレの購入意向は6割以上、購入率最多は「Elégance（エレガンス）」
- ◆ コスメの購入場所として、約4割が「ブランド公式ECサイト」を利用予定

## ◆ 2020年のクリスマスは半数以上が「家で過ごす」と回答、昨年比で15.3ポイント増加

まず、2019年と比較して、2020年のクリスマスの過ごし方がどのように変化しそうかを聞いてみました。すると、「家で過ごす」と答えた方の割合が、昨年の39.4%から15.3ポイント増加し、54.7%に。徐々にコロナ禍以前の消費活動を取り戻そうとする動きが加速しているとはいえ、外出をせずに家で過ごそうという意識はまだ強いようです。

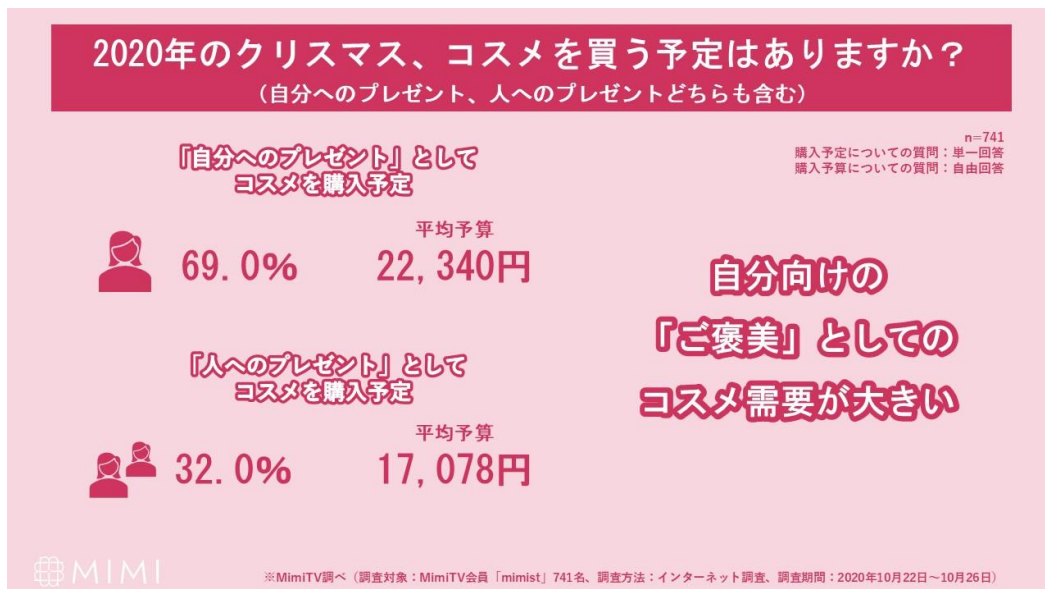
「家で過ごす」以外では、全ての項目で割合が減少するという結果に。「レストランで食事をする」（2019年：11.5%、2020年：6.3%）や「イベントに参加する（ライブやイルミネーションなど）」（2019年：6.3%、2020年：1.5%）の割合が特に大きく減少していることから、人が集まると予測される場所でクリスマスを過ごす人は減少すると考えられます。



## ◆ クリスマスのコスメ市場は、自分向けの「ご褒美ギフト」需要がメインに

次に、クリスマスシーズンにおける、コスメの購入意向について調査。「2020年のクリスマスのコスメ購入予定」についての質問では、「自分向けに買う予定」の方が69.0%、「人へのプレゼントとして買う予定」の方が32.0%という結果に。購入予定がある方に、具体的に予算を聞いてみると、「自分向け」の予算が平均で「22,340円」、「人へのプレゼント」としての予算が平均で「17,078円」となりました。

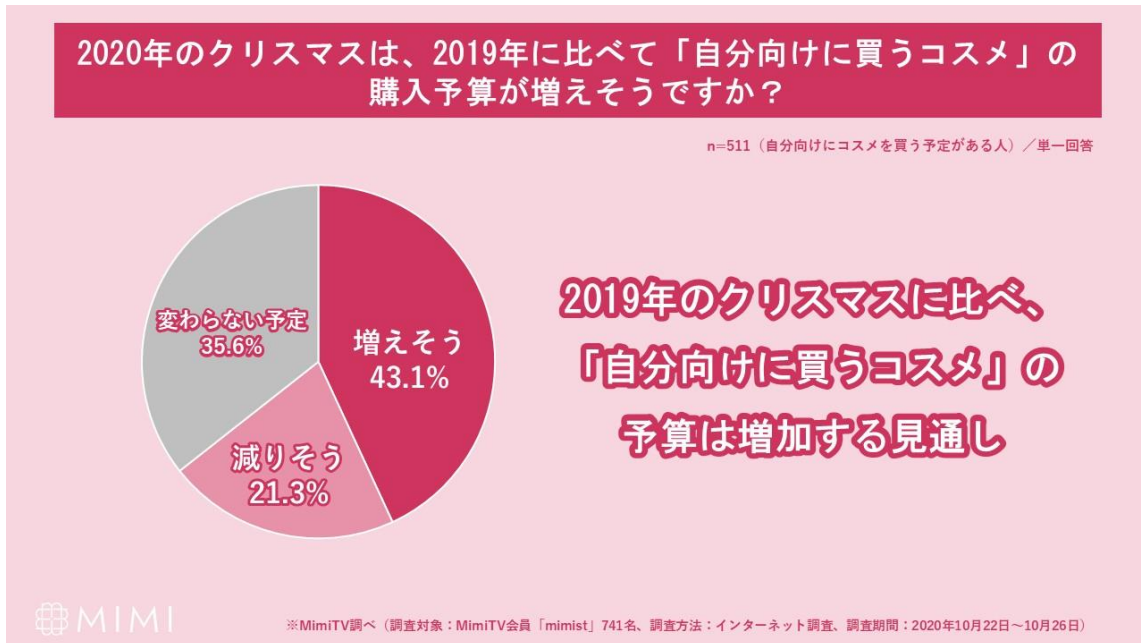
人にプレゼントを贈るイメージの強いクリスマスですが、美容オタクたちにとっては、自分向けの「ご褒美ギフト」として需要が大きいと言えそうです。



## ◆ 自分向けに買うコスメの予算、4割以上が「2019年に比べて増加」

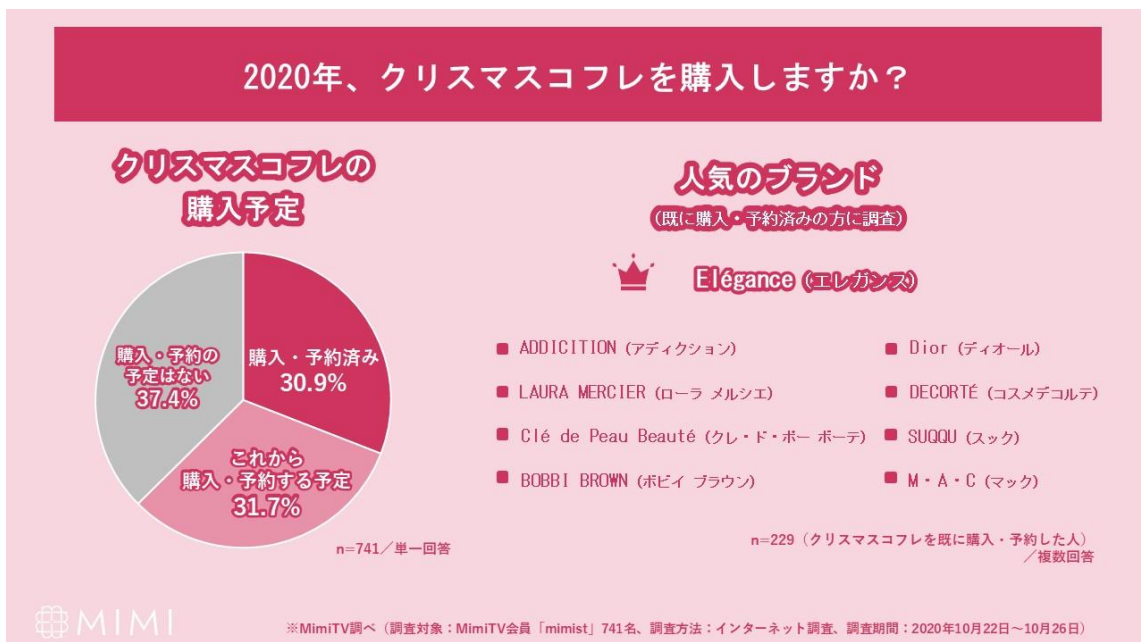
また、自分向けのプレゼントとしてコスメを買う予算は、2019年に比べて増加する見込みであることも分かりました。自分向けにコスメを購入する予定がある方に「2020年のクリスマスは、2019年に比べて自分向けのコスメの購入予算が増えそうですか」と聞いたところ、4割以上（43.1%）の方が「増えそう」と回答。一方で、「減りそう」と答えた方は約2割（21.3%）に留まりました。

2020年クリスマスのコスメ商戦は、2019年に比べて「内向き」のプレゼント需要が大きくなると予想されます。



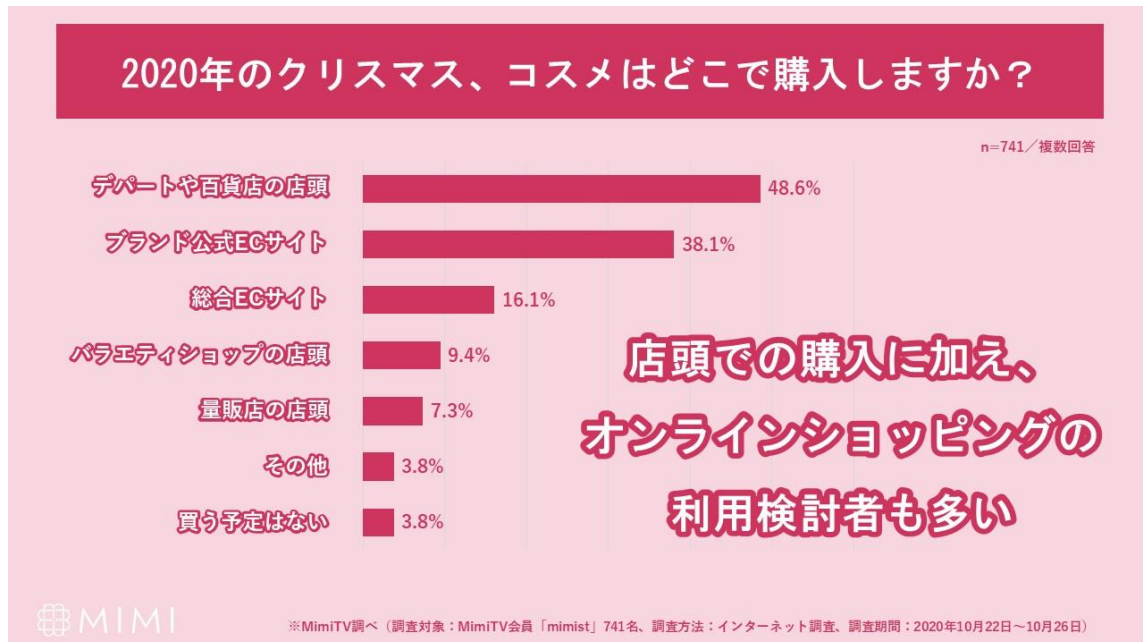
## ◆ クリスマスコフレの購入意向は6割以上、購入率最多は「Elégance(エレガンス)」

続いて、毎年のクリスマスのコスメ商戦の中でも特に注目を集める「クリスマスコフレ」に絞って調査をおこないました。クリスマスコフレの購入率は、「既に入購入・予約した」（30.9%）、「これから買う・予約する」（31.7%）を合わせると62.6%。既に入購入・予約した方に選択式でブランド名を聞いたところ、最も多かったのは「Elégance（エレガンス）」で23.6%。続いて、「Dior（ディオール）」（20.5%）、「DECORTÉ（コスメデコルテ）」（17.9%）がランクインしました。



## ◆ コスメの購入場所として、約4割が「ブランド公式ECサイト」を利用予定

最後に、今年のクリスマスシーズンにコスメを購入する場所について複数回答で聞きました。その結果、「デパートや百貨店の店頭」(48.6%)、ブランド公式ECサイト(38.1%)、「総合ECサイト」(16.1%)が上位に。店頭でのコスメ購入が根強い人気を保っている一方で、オンラインショッピングの利用を検討する人も相当数いることが分かりました。



## ◆MimiTVについて

「MimiTV」は「美容で自信が付いて、幸せが溢れる世界」をビジョンに掲げ、SNSに特化したメディア運営をおこなっています。コスメの新商品情報をはじめ、メイクやヘアアレンジのハウツーなどを発信することで「メイクを楽しむ人を増やすこと」を目指してまいります。

MimiTV サイト URL : <https://mimitv.jp/>

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

株式会社 MimiTV 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：岩田（いわた）・中谷（なかに）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp