

## MimiTV、「#美容オタク世論調査」第二弾を実施 新型コロナウイルスが“美容オタク”の情報収集や 消費行動に与える影響を調査

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「新型コロナウイルスが美容オタクの情報収集や消費行動に与える影響」に関する調査をおこないました。

新型コロナウイルスによる外出自粛・休業要請の影響で日々変化する、生活者のライフスタイル。特に、**外出機会の減少の影響を受けやすいと考えられる美容業界**では、多くの企業がこれまでとは違った新しい価値の提供に取り組んでいます。

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 ユーザーに対して Twitter のアンケート機能を使用した調査を実施。調査結果の第二弾発表となる今回は「**情報収集や消費行動**」をテーマに、**外出自粛期間における“美容オタク”の実態**に迫りました。

### 調査概要

調査名: 新型コロナウイルスが美容オタクの情報収集や消費行動に与える影響に関する調査

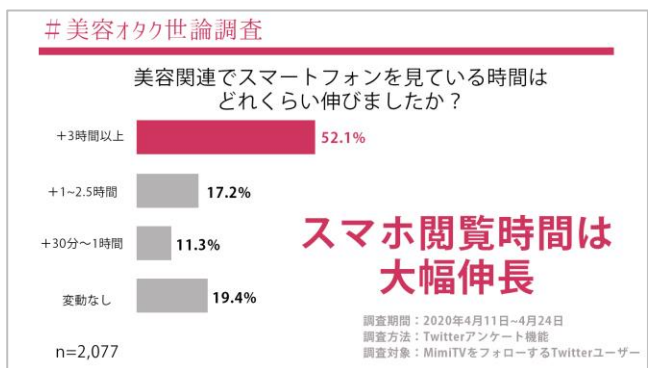
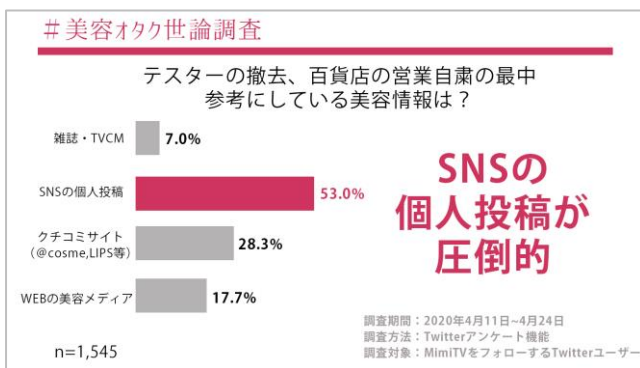
調査期間: 2020年4月11日(土)~4月24日(金)

調査方法: Twitter アンケート機能

調査対象: MimiTV (@Mimi4\_TV) の Twitter アカウントをフォローしている方

回答件数: 合計 25,404 件

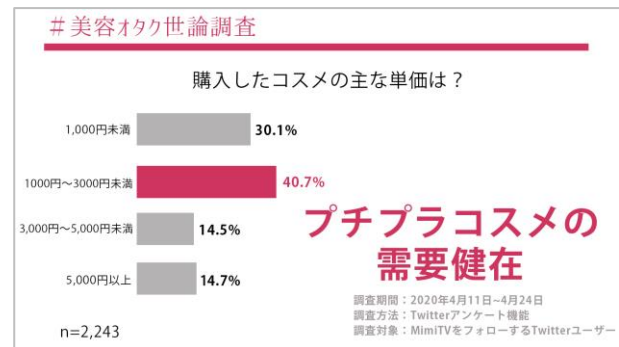
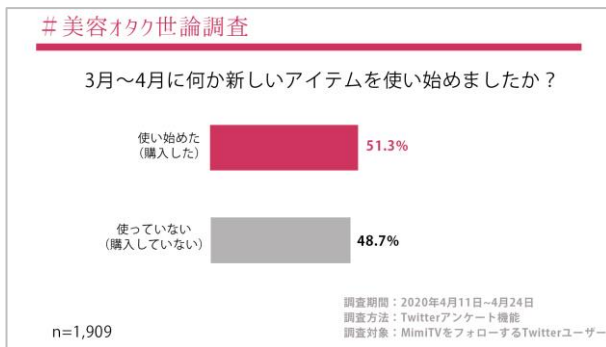
## ◆ スマートフォンでの美容情報収集は急増。収集源は SNS が圧倒的多数



百貨店の営業自粛や店舗のテスター撤去を受け、気になるコスメがあってもタッチアップが出来ない状況で、美容好きな消費者たちはどのように情報を集めているのでしょうか。今現在参考になっている美容情報源について聞いたところ、**半数以上が「SNSの個人投稿」(53.0%)**と回答。2位の「クチコミサイト」(28.3%)を大きく引き離してトップとなりました。この背景として、日ごろ SNS 上で活躍しているインフルエンサーに加えて、テレビや雑誌等で活躍しているパワーインフルエンサーまでもが SNS での発信を強化していることが考えられます。

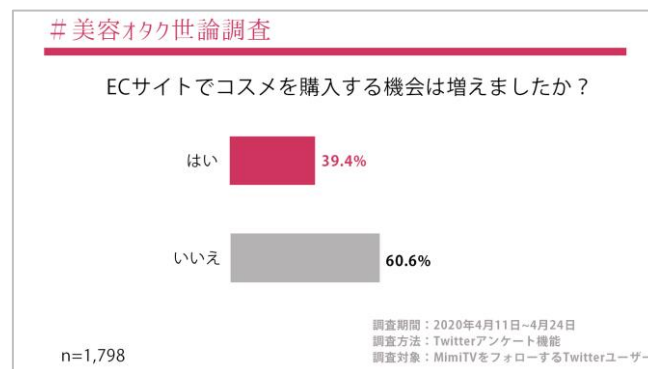
そこで、一日あたり、スマートフォンで美容情報を見ている時間がどう変化したかを聞いてみました。その結果、「3時間以上増加」(52.1%)、「1~2.5時間増加」(17.2%)、「30分~1時間増加」(11.3%)と、**8割以上(80.6%)が「増加した」と回答**。美容好きな消費者は、スマホに触れる機会が増えるおうち時間を、「美容関連の情報を集めるチャンス」と捉えているのかもしれない。

## ◆ With コロナでもプチプラコスメ需要は健在。EC 購入頻度増加も約 4 割



次に、美容に関する消費行動の実態を調査。3月～4月にコスメを新しく購入したと回答した人は、半数以上(51.3%)でした。購入したコスメの単価は「1000円～3000円」(40.7%)、「1000円未満」(30.1%)と、7割以上がプチプラコスメを購入しているという結果に。プチプラコスメ購入者の割合が高い要因としては、緊急事態宣言後も営業可能なドラッグストア等で入手しやすいことが考えられます。

また、ECサイトでコスメを購入する機会が増えたと答えたユーザーも約4割(39.4%)にのぼることから、百貨店や専門店等で取り扱いのある高単価アイテムをECサイトで指名買いしているユーザーや、インフルエンサーが紹介して気になったコスメをポチる(オンライン上で衝動的に購入すること)ユーザーも多数存在していることが分かります。今回の消費行動の変化をきっかけに、EC販売やデジタル上でのプロモーションに強みを持つ化粧品メーカーやD2Cブランドの台頭がより一層進んでいくと予想されます。



### ■「#美容オタク世論調査」について

MimiTVが実施する「#美容オタク世論調査」の結果は、第三弾まで発表予定です。第三弾発表となる次回は、「コロナ禍における美容オタクの日焼け止め意識」をテーマに、美容オタクの実態に迫ります。発表は、2020年5月中を予定しています。

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