

トレンドーズ、Xと共同で美容情報の実態調査を実施

第五弾は“美容オタク投稿による検索数と投稿数への影響”を調査・分析

トレンドーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）は、X Corp. Japan 株式会社と共同で、X における美容情報の発信や検索に関する調査分析を実施しています。この度「日焼け止め」「美容成分」「ヘアケア」「韓国コスメ」に関する調査に続く第五弾として、「美容オタク投稿による検索数と投稿数への影響」に関する調査を行いました。

まず X はグローバル全体で見ても、特に日本で美容情報収集のプラットフォームとして確立しています。実際に、トレンドーズが運営する美容メディア「Mimi Beauty」が 2025 年 1 月に 15 歳～34 歳の女性 1730 人（有効回答）を対象に行ったインターネット調査（※1）によると、「美容情報をどこで収集しているか」という質問に対して「X」と回答した人は 45.4%にのぼり、半数に近い女性が X で美容に関する情報を収集しているという結果となりました。

そして、X が美容情報の収集源として確立した背景には、「美容オタク」というユーザーの存在があります。「美容オタク」とは、美容感度が高く、最新の美容情報を常にチェックし、自ら発信もしている人たちです。実際に「Mimi Beauty」が会員である 15 歳～34 歳の美容オタク 900 人（有効回答）を対象に 2025 年 1 月に行ったインターネット調査（※2）によると、「美容情報の発信頻度」について「週 2～3 回以上」と回答した人は 74.7%でした。また「美容情報を発信する SNS」については、91.0%が「X で発信する」と回答しています。

トレンドーズでは、そんな「美容オタク」の投稿が実際に X でどんな広がりや影響を与えているのか、調査しました。

（※1）調査概要

調査期間：2025 年 1 月 15～18 日

調査対象：15～34 歳の女性（有効回答数：1730 名）

調査方法：インターネット調査

（※2）調査概要

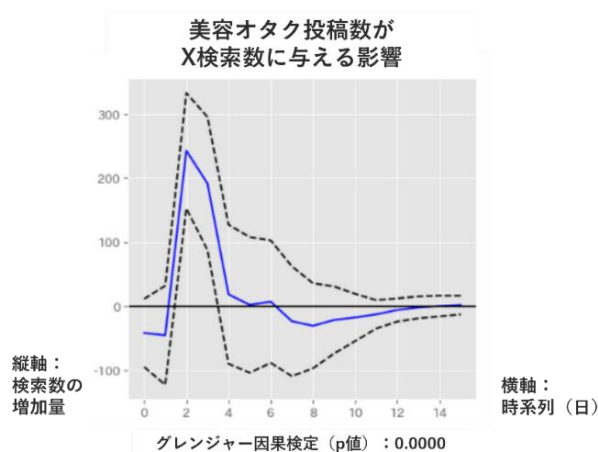
調査期間：2025 年 1 月 15～18 日

調査対象：15～34 歳の Mimi Beauty 会員（mimist）（有効回答数：900 名）

調査方法：インターネット調査

◆ 美容オタク投稿は X 内検索数の増加に影響あり

まずは、美容オタク投稿と X 内検索数の関係について調査しました。調査の背景としては、特定のキーワードの X 内検索数の増加は、そのキーワードに関してユーザーの興味を喚起できていると考えられるためです。2024 年 10 月 23 日から 2025 年 1 月 27 日の期間においてあるキーワードについて調査したところ、美容オタクの投稿数が増えると、2～3 日後に X 内の検索数も増加することが分かりました。



<分析概要>

■分析データ

某スキンケア商品名を含む X 検索数

■データ抽出期間

2024 年 10 月 23 日から 2025 年 1 月 27 日

※グラフは有意性のある期間のみ提示

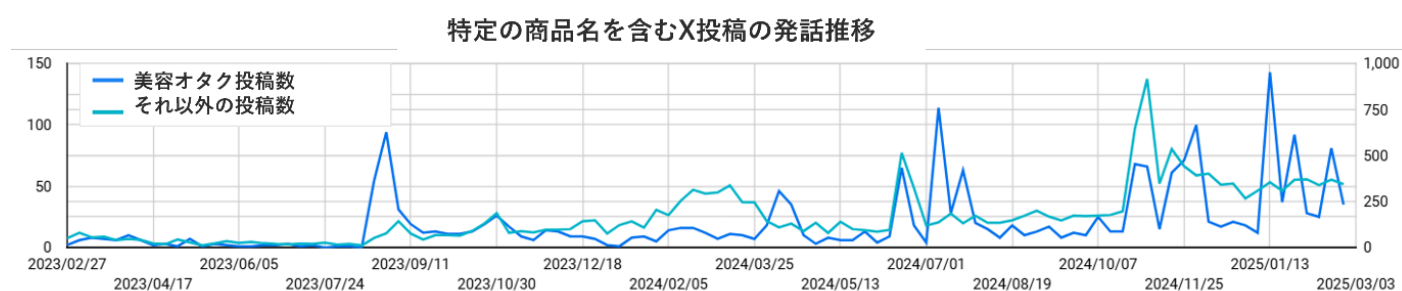
■分析手法

グレンジャー因果性、インパルス応答という統計的な手法を使って、Mimi Beauty 会員の投稿と X 検索数を可視化。

◆ 美容オタク投稿が X 投稿全体の増加をけん引

続いて、特定の商品名を含む X 投稿を、美容オタクによる投稿と、それ以外の投稿の二種類に分類しました。2023 年 2 月 27 日から 2025 年 3 月 2 日の期間において、前者と後者の投稿数の関連を調べたところ、美容オタクによる投稿数の増加が、投稿全体の増加を押し上げていることが分かりました。

▼特定の商品名を含む X 投稿の発話推移

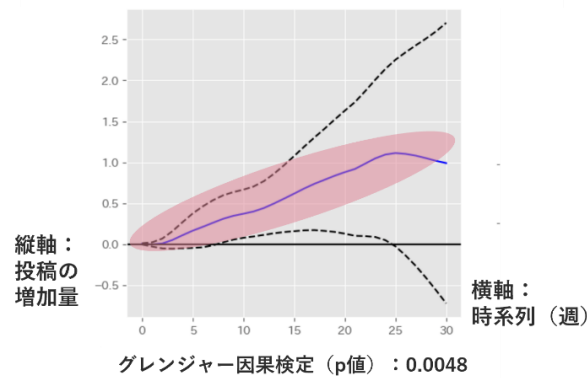


※上記投稿数からはいずれも以下の投稿を除外

URL を含む投稿、リポスト投稿、日本語以外の投稿

▼美容オタクによる投稿とそれ以外の投稿における影響の分析結果

美容オタク投稿数の増加量が
それ以外の投稿数の増加量に与える影響



<分析概要>

■分析データ

某スキンケア商品名を含む X 投稿

■データ抽出期間

2023 年 2 月 27 日から 2025 年 3 月 2 日

※グラフは有意性のある期間のみ提示

■分析手法

グレンジャー因果性、インパルス応答という統計的な手法を使って、Mimi Beauty 会員による投稿とそれ以外の投稿を可視化。統計的分析のため、各指標の差分系列を利用。

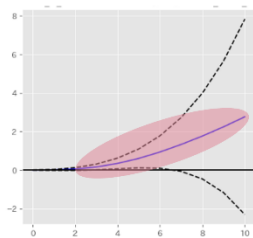
◆「感情軸」「使用シーン軸」に分類される美容オタク投稿のリーチ数が、X 投稿の増加に影響

さらに、美容オタク投稿のうち、特にどのような内容が投稿の増加に影響を与えているのかを調査しました。分析の結果、「感情軸」「使用シーン軸」に分類される投稿のリーチ数が、投稿全体の増加に影響を与えていることが分かりました。例えば、「感情軸」は「しっとり感に感動した」、「使用シーン軸」は「旅行に持っていきたい」といった投稿です。一方、商品の成分や効能に言及している「機能軸」やコストパフォーマンスや値段に言及している「価格軸」に分類される美容オタク投稿は、投稿全体の増加にはあまり影響がないことも分かりました。理由としては、「感情」や「使用シーン」を含む美容オタク投稿の方が実感として分かりやすいことから、美容感覚があまり高くない多くの人にとってより自分ごと化しやすいためだと考えられます。

① 感情軸

感情が入っている投稿
(しっとり感に感動した！
1日中乾燥を感じなかった！等)

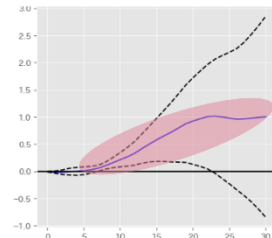
美容オタク投稿（感情軸）の
リーチ数がそれ以外の投稿数の
増加量に与える影響



② 使用シーン軸

具体使用シーンが含まれている投稿
(旅行にもっていきたい、
ライブに行くときの必需品等)

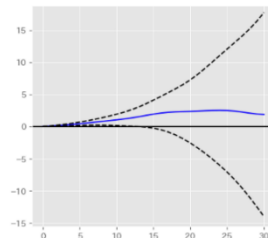
美容オタク投稿（使用シーン軸）の
リーチ数がそれ以外の投稿数の
増加量に与える影響



③ 機能軸

成分/効能に
言及している投稿

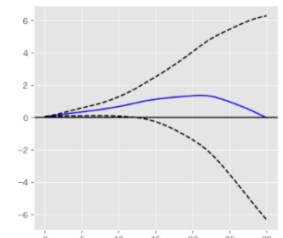
美容オタク投稿（機能軸）の
リーチ数がそれ以外の投稿数の
増加量に与える影響



④ 価格軸

コスパ/値段に
言及している投稿

美容オタク投稿（価格軸）の
リーチ数がそれ以外の投稿数の
増加量に与える影響



※いずれのグラフも縦軸は投稿の増加量、横軸は時系列（週）を表す

<分析概要>

■分析データ：

某スキンケア商品名を含む X 投稿

■データ抽出期間：

2023 年 2 月 27 日から 2025 年 3 月 2 日

※グラフは有意性のある期間のみ提示

■分析手法

グレンジャー因果性、インパルス応答という統計的な手法を使って、Mimi Beauty 会員の投稿リーチ数とそれ以外の投稿数を可視化。投稿の分類には生成 AI を利用。統計的分析のため、Mimi Beauty 会員以外の投稿はトレンド成分を抽出し差分系列を利用。「リーチ数」は投稿者のフォロワー数を合計した仮想指標。

以上の調査をまとめると、X での話題化、評判形成という一連の流れにおいて、美容オタクの投稿による影響と広がりは以下のように整理できます。



このように、美容オタク投稿は、ユーザーの興味を喚起するにあたり有効な手段だと考えられます。

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■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■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp>

担当：遠藤（えんどう）・尾辻（おつじ） メールアドレス：press@trenders.co.jp