

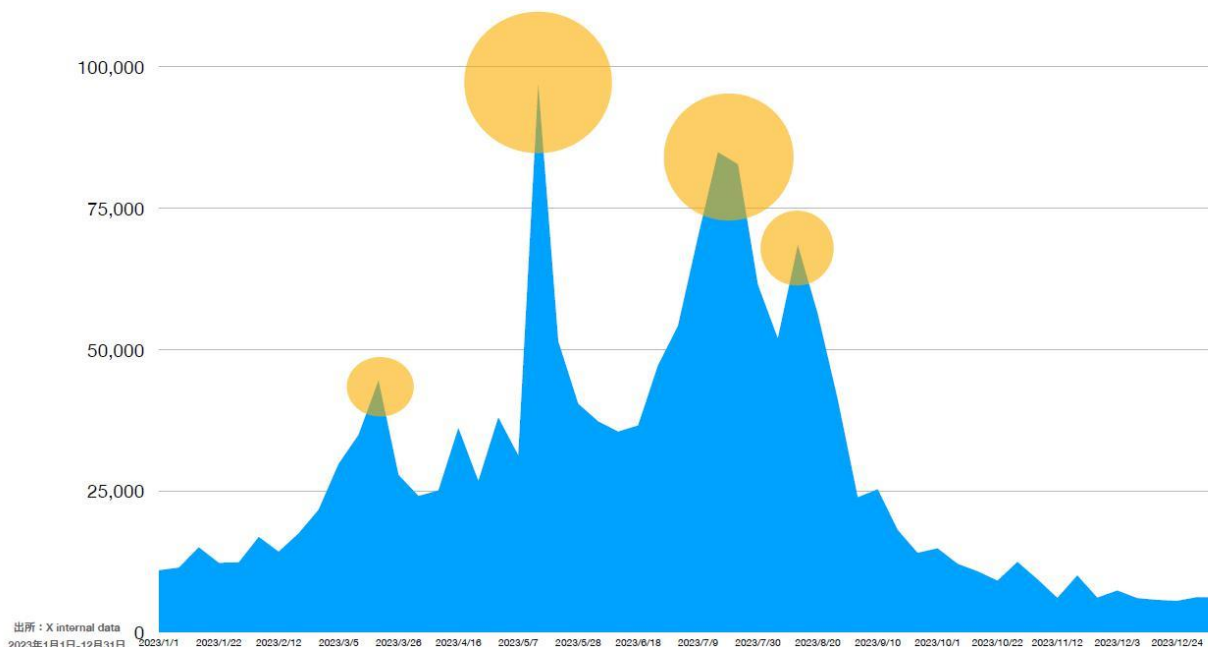
トレンダーズ、Xと共同で美容情報の実態調査を開始

第一弾は「日焼け止め」、Xでの投稿・検索動向を分析

トレンダーズ株式会社（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 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開始致しました。そして第一弾として、コロナ禍が終わりますますニーズが高まる「日焼け止め」に関する調査を行いました。

◆ 「日焼け止め」のXでの投稿数、ピークは7月

はじめに、X における「日焼け止め」というワードの投稿数の推移を調査しました。



一般的に紫外線は3月頃から強くなり、5月～7月にピークを迎えるといわれていますが、Xでの投稿数もそれに比例するように、3月から8月の間に増加する傾向にあり、中でも3月上旬、5月上旬、7月の上旬から中旬、8月中旬の投稿数が突出しています。最も多い5月18日には1日2.8万件以上もの投稿数がありました。

3月上旬に投稿数が増えるのは、紫外線が強くなり始めることや、体感として気温の変化、つまり季節の変化を感じやすいことだけではなく、さらには各社の新製品が2月に発売されることが多く、その情報露出が2月から3月にかけて一気に増えることなどが要因と分析されます。

また、投稿の内容を具体的に見てみると、2月はやはり新製品のレビューが多く見受けられ、3月は広告キャンペーン関連の投稿が増加します。一方で「去年の日焼け止めが使えるかどうか」といった投稿が注目を集める傾向もみられました。4月以降はブランド名や商品に関するレビューがさらに増加し、5月以降の紫外線が強くなる時期には「(塗り)忘れ」「効果」といったワードがより多く投稿されます。

4-6月「日焼け止め」X検索数



また、トレンド入りしたキーワードのクリックによる検索は、Xでの全検索数の31%でした。トレンド入りの日時は限定的であるにも関わらず4月～6月の全体の検索数の3割を超え、X上でトレンド入りしたキーワードの高いリーチ力が伺えます。

4月	5月	6月
新しい商品と出会う期間		具体的な商品情報を調べる期間
「おすすめ」「比較」 の検索が上昇		「個別商品名」 の検索が上昇

また、具体的にどのようなワードとともに検索されているかを見てみると、自分のまだ知らない商品を探すために「おすすめ」「比較」「検証」といったワードと検索する場合と、具体的なブランドの情報を深掘りして検索するために口コミを探す場合の、大きく2つのフェーズに分類されることが分かりました。時系列で見ると、4月から5月にかけては「おすすめ」の情報を調べる傾向が多く、6月以降は具体的な商品名で調べる数が増えるといった傾向が見られました。これにより、4月から5月に会った新しい商品の情報を、購入期と思われる6月ごろに具体的に商品名やブランド名で検索するユーザー動向が推定されます。

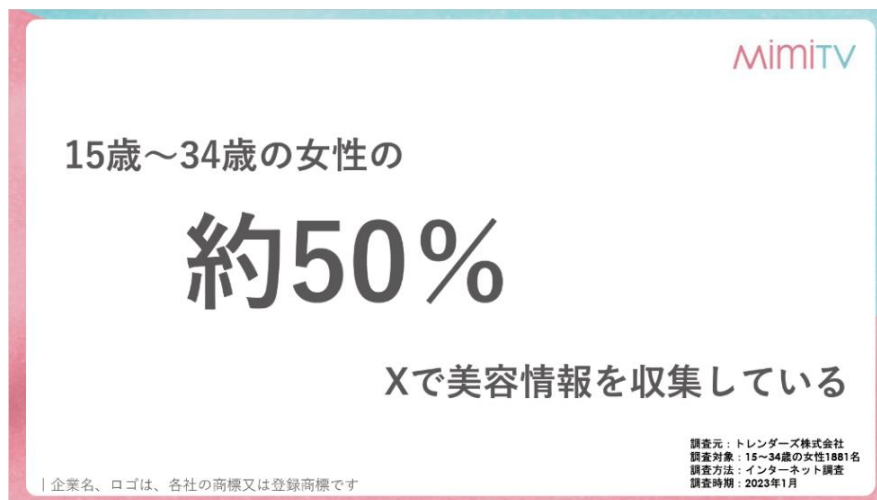
◆ 美容情報の収集源、約5割の女性が「X」と回答

「日焼け止め」のような美容商材がXで数多く投稿され、また検索されている背景としては、Xの投稿がテキストメインであるため投稿のハードルが低い点、そのためリアルタイム性が高く速報性がある点あげられます。また匿名性が高いため本音が投稿されやすく、本音のレビューが知りたいというユーザーニーズ

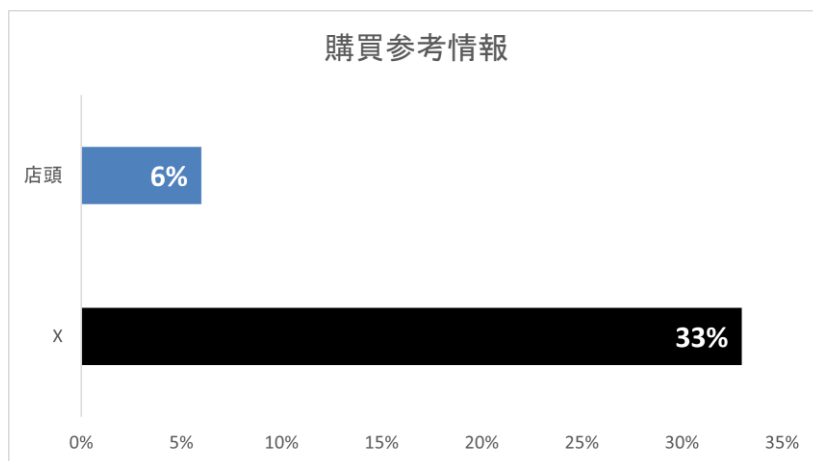
に合致していることが考えられます。さらには「日焼け止め おすすめ」といったような複数ワードでの検索が可能のため、ユーザーの検索ニーズにより具体的に対応できることも、Xならではの特性といえます。

実際に、トレンドーズが運営する美容メディア「MimiTV」が2023年1月に15歳～34歳の女性1881人（有効回答）を対象に行ったインターネット調査によると、「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48.7%にのぼり、約5割もの女性が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。

また、「MimiTV」が2023年1月に15歳～34歳の女性MimiTVユーザー842人（有効回答）を対象に行ったインターネット調査では、美容情報の収集源として91%ものユーザーが「X」と回答しています。このようにXはいまや、美容情報の発信源および口コミプラットフォームとして欠かせない存在となっています。



また同じく「MimiTV」が2023年5月に、日焼け止めを実際に購入した15歳～39歳の女性2410人（有効回答）を対象に行ったインターネット調査によると、「購入の際に参考にした情報」として33%の人が「X」と回答しており、「店頭の情報」の6%を大きく上回る結果となりました。Xは美容情報の収集源としてではなく、その本音のレビューや速報性などから、購入の後押しとしても寄与していることが分かります。



今後も当社はXと共同で、Xにおける美容情報の様々な実態やユーザーインサイトについて、調査分析を重ねてまいります。

■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）・白石（しらいし） メールアドレス：press@trenders.co.jp