

Mimi Beauty ユーザーの花粉によるゆらぎ肌実態・対策を調査

株式会社 Mimi Beauty（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川 涼子）は、美容オタクの花粉によるゆらぎ肌の実態やその対策を明らかにするため、運営する美容メディア「Mimi Beauty」の会員である「mimist」664 名に対して、「花粉シーズンのゆらぎ肌」の実態に関する調査を行いました。



調査概要

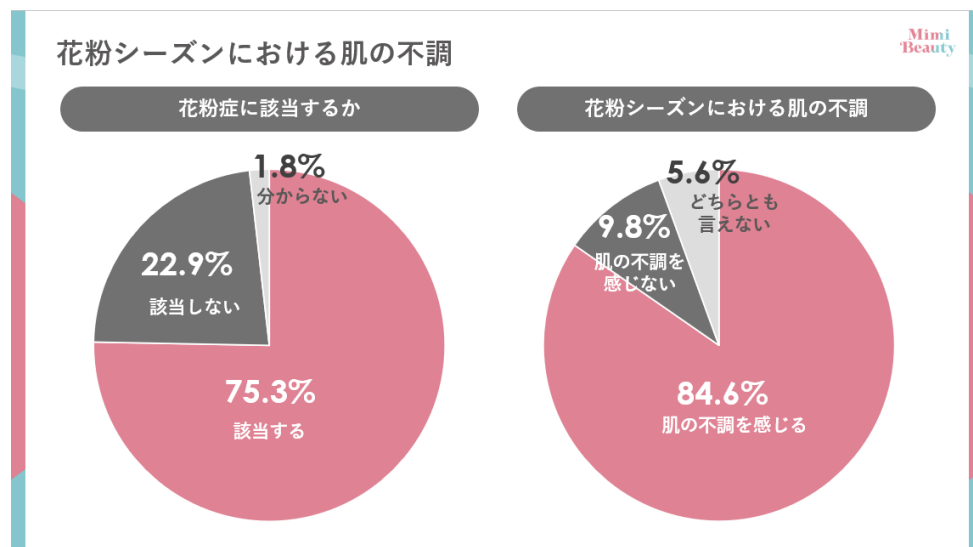
調査期間：2025 年 12 月 8 日～12 月 13 日

調査対象：15～44 歳の Mimi Beauty 会員（mimist）（有効回答数：664 名）

調査方法：インターネット調査

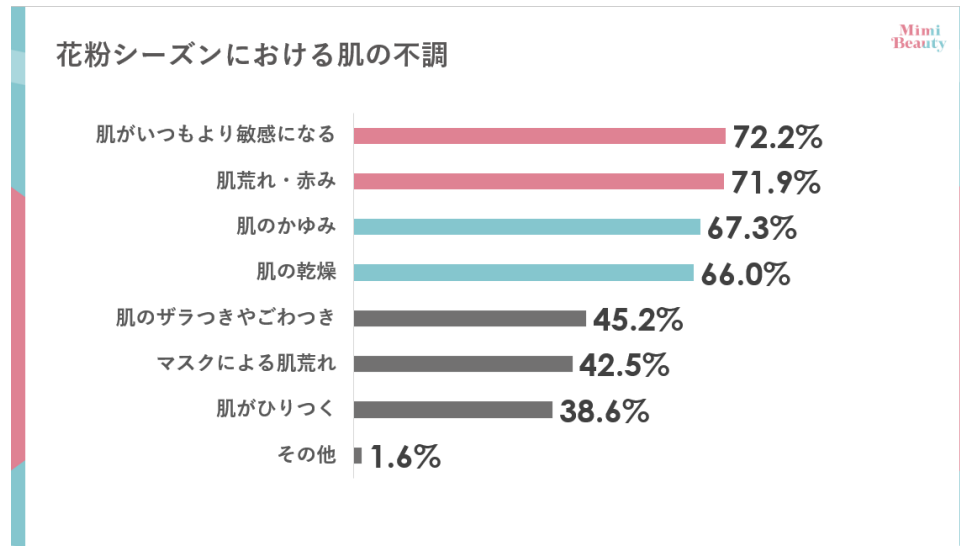
◆ 75.3%が花粉症を自認し、84.6%が花粉シーズンにおける肌の不調を感じている

例年、花粉のシーズンは肌荒れに関する SNS 投稿が多く見られることから、Mimi Beauty では花粉シーズンのゆらぎ肌の実態と対策について調査しました。まず、ご自身が花粉症に該当するかどうかを調査したところ、75.3%が「該当する」と回答しています。さらに、花粉のシーズンに「肌の不調」を感じると回答した人は 84.6%にのぼりました。このことから、花粉症を自認していない人も、花粉の季節には何らかの「肌の不調」を感じていることが分かりました。



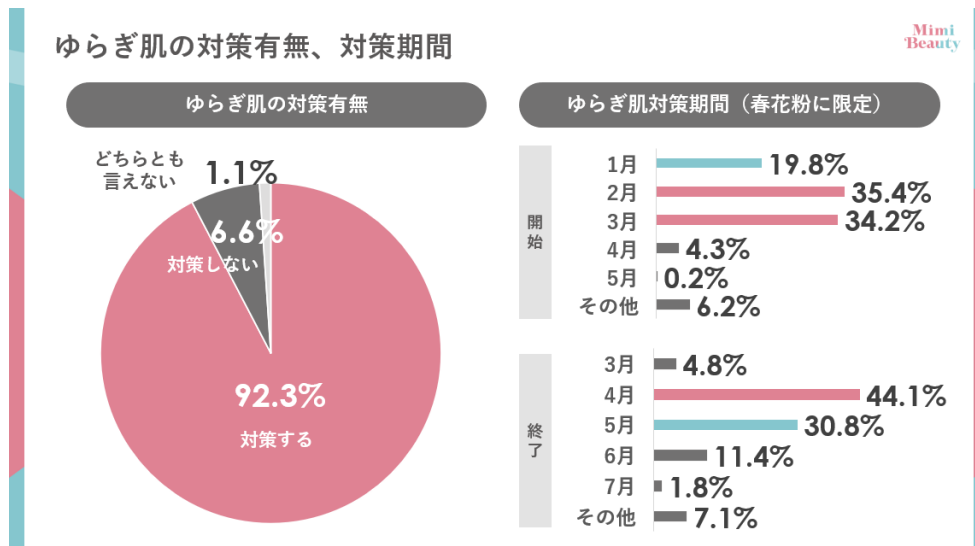
◆ 具体的な肌の不調は「肌がいつもより敏感になる」「肌荒れ・赤み」「かゆみ」「乾燥」

花粉のシーズンに肌不調を感じると回答した人に、具体的な肌不調について聞いたところ、「肌がいつもより敏感になる」と回答した人が最も多く 72.2%、僅差で「肌荒れ・赤み」が 71.9%となりました。その他にも「肌のかゆみ」「肌の乾燥」と回答した人は 66.0%を超えており、花粉シーズンには複数の肌不調を感じる人が多いことが分かります。



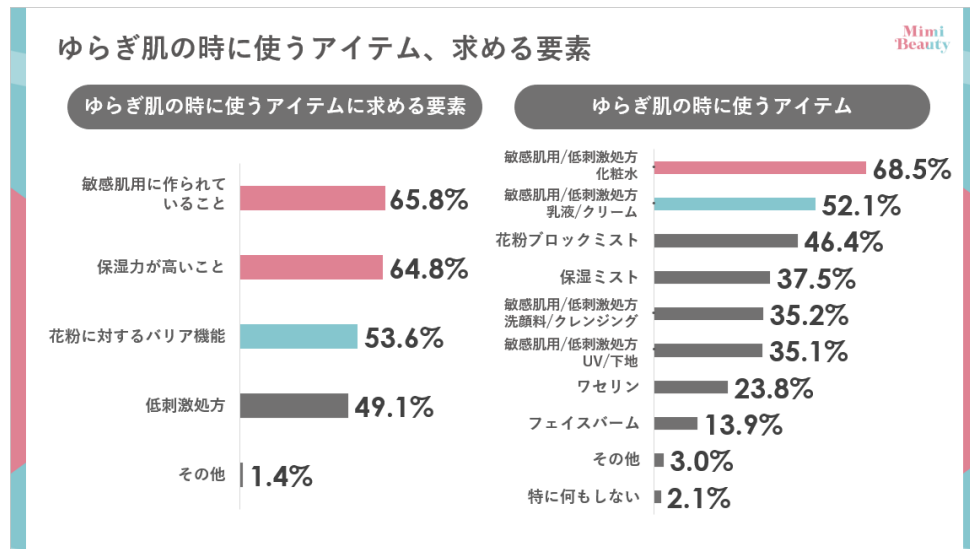
◆ ゆらぎ肌対策をする人が最も多いのは2月～4月

次に、花粉のシーズンに肌不調を感じると回答した人へ調査をおこないました。まず、ゆらぎ肌に対して対策をするかどうか調査したところ、92.3%が「対策する」と回答しました。そこで、対策の開始および終了のタイミングについて、春花粉に限定して聞いたところ、2月にゆらぎ肌対策を始める人が最も多く 35.4%、僅差で3月が 34.2%でした。また、終了タイミングについては、4月まで対策する人が最も多く 44.1%、5月まで対策する人は 30.8%という結果となりました。



◆ ゆらぎ肌の際は「敏感肌用」「高い保湿力」のアイテムを求める

続いて、肌がゆらぐ際に使うアイテムに求める要素を調査しました。最も多い回答としては「敏感肌用に作られていること」で 65.8%、次いで「高い保湿力」が 64.8%となりました。実際に、ゆらぎ肌対策に使うアイテムについても聞いたところ、トップ3は「敏感肌用／低刺激処方の化粧水」「敏感肌用／低刺激処方の乳液・クリーム」「花粉ブロックミスト」でした。肌がゆらいでいるときには、化粧水や乳液、クリームなどを敏感肌用／低刺激処方のものに置き換える人が多いと考えられます。また、46.4%の人が花粉ブロックミストを使っていることから、花粉の季節のゆらぎ肌対策アイテムとして定着していることが分かります。

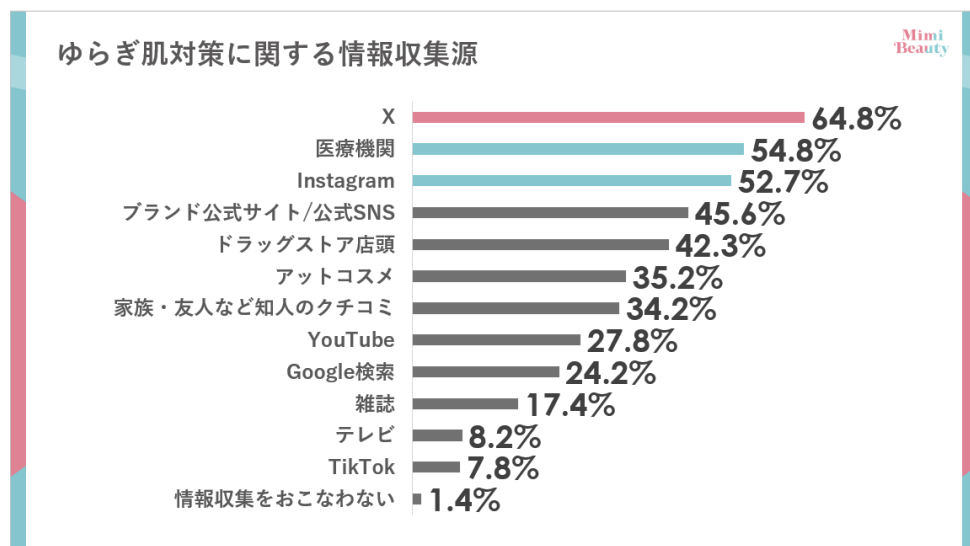


◆ 「肌荒れ時」「肌荒れ予防時」の人気ブランドは「キュレル」「イハダ」「dプログラム」

「肌荒れをしたとき」と「肌荒れを予防したいとき」に利用するスキンケアブランドについて自由回答で聞いたところ、いずれも「キュレル」「イハダ」「dプログラム」の回答が多く見られました。ただ、「肌荒れをしたとき」は上記以外に「無印良品」や「カルテ HD」などシンプルな成分や低刺激処方の商品が評価されるブランドの回答が見受けられるのに対し、「肌荒れを予防したいとき」は「VT」「Anua」「SKIN1004」など、鎮静に特化した商品を持つブランドの回答が見受けられました。

◆ ゆらぎ肌対策の情報収集源は「X」「医療機関」「Instagram」

最後に、ゆらぎ肌対策に関する情報収集源を聞いたところ、「X」が最多で 64.8%、次いで「医療機関」が 54.8%、「Instagram」が 52.7%という結果となりました。「ブランド公式サイト／公式 SNS」が 4 位にランクインしていることから、美容オタクはゆらぎ肌対策に関して、SNS から得た情報やリアルなクチコミだけでなく専門家の意見やブランドの公式情報も求めていることが分かります。



以上の調査から、花粉による肌の不調に悩む多くの美容オタクは、ゆらぎ肌対策をしていることが分かりました。今後も Mimi Beauty は、美容オタクの実態を明らかにするため、調査を続けていきます。

◆ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

- ・本リリースの引用・転載にあたって使用許諾は不要ですが、必ず当社クレジットをご明記ください。
なお、引用・転載の際は公開後で構いませんのでその旨をご連絡いただけますと幸いです。
例：「Mimi Beauty 調べ」、「Mimi Beauty が実施した調査によると…」
- ・「Mimi Beauty」へのリンクをお願いいたします。 ※媒体特性等により難しい場合は不要です。

<https://mimitv.co.jp/>

◆ Mimi Beautyについて

「Mimi Beauty」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営を行っています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユーザーとともに進化し、ともに作りあげるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が“美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

Mimi Beauty サイト URL : <https://mimitv.co.jp/>

Mimi Beauty 公式 X (旧 Twitter) アカウント (@MimiBeauty_) : https://x.com/@MimiBeauty_

Mimi Beauty 公式 Instagram アカウント (@mimi_beauty.official) : https://www.instagram.com/mimi_beauty.official/

Mimi Beauty 公式 YouTube アカウント (@Mimi_Beauty1) : https://www.youtube.com/@Mimi_Beauty1

Mimi Beauty 公式 TikTok アカウント (@mimibeauty_official1) : https://www.tiktok.com/@mimibeauty_official1

■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■

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

担当：土田（つちた）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp