

**Z世代のボーイズビューティー事情を直撃！初のメイクアップ体験会に参加したインフルエンサーの意識変容や購買行動とは？情報源のメインはインスタグラム、「ヘア関連は友人・街中」とリアルの場を重視**

～プロの指南でメイクアップの楽しさに開眼！ジェンダーダイバーシティ時代におけるボーイズビューティー事情～

インフルエンサーをはじめとするソーシャルオーソリティー マーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、Z世代男性向けに厳選した男性美容情報を発信するインスタグラムアカウント”Boys Beauty (@boysbeauty\_jp)”を運営しております。成長著しいメンズスキンケア・コスメ市場の活性化や、Z世代の消費行動における知見を得るべく、2019年3月20日に20代前半で1万人以上のフォロワーを持つ3名の男性インフルエンサーを招待し、コスメ体験会を実施致しました。

# Boys Beauty

## Z世代のボーイズビューティー事情



**ボーイズビューティー「コスメ体験会」を開催！メイクビギナーの男性インフルエンサーの日頃の情報源はインスタグラムが中心、しかしヘア関連は「友人」や「街中」とリアルの場を重視する傾向に**

2018年11月より、Z世代男性向けに厳選したボーイズビューティー情報を発信するインスタグラムアカウント”Boys Beauty (@boysbeauty\_jp)”を開設し、運営しております。多世代型ではなく、消費行動に特徴を持つZ世代のボーイズビューティーにフォーカスし、よりセグメントされた対象者のインサイトを獲得していくことを狙いとしております。そうした折、3名の男性インフルエンサー（21歳～26歳）を招待し、ELC ジャパン株式会社のご協力をいただき「スキンケア&コスメ体験会」を開催致しました。

## 【開催概要】

対象：男性インフルエンサー3名（フォロワー数：1万～6万人/年齢：21～26歳）

今回初めてメイクする人、興味はあるが日常的に行ってはいない人を抽出

実施内容：メイクアップブランド「M・A・C」の専属アーティストからアイブロウのメイクアップやスキンケアについてレクチャーを受ける。この結果は今後アカウントにさまざまな形でコンテンツ化していく。

その他：定性調査としてアンケート、座談会を実施

今回招待したインフルエンサーはいずれもメイクアップ未経験者であり、プロによるレクチャーでこういった感想を持つのか、美容感度はどう変化するのかなどを調べました。3名は主に月間で自由になるおこづかいが平均して10万円前後であり、そのうち「ファッション」、「食費」にそれぞれ約4～5万円支出している一方で「美容」への支出は、4,000円ほどと極めて少ない状態でした。また、日常における情報源について、「スキンケア」、「コスメ」、「洋服」、「コーディネート」、「飲食」、「旅行」といった分野ではInstagramをはじめとするSNSで情報収集をしており、「美容院」、「ヘアスタイル」といったヘア関連分野はSNSではなく「友人」、「街中」と回答しています。

さらに「スキンケア、コスメ用品」、「シャンプー、ワックスなどヘアケア用品」、「洋服」、「靴」、「バッグ、帽子などファッション小物」について、それぞれ「店頭」あるいは「ネット」と、購入販路についてもヒアリング致しました。特徴的だったのは、店頭とネットを同等の比重で使い分けられているのは「洋服」で、既に購入経験のあるブランドやレギュラーアイテムといったサイズ感やディテールの知識がある場合はネット購入、一方で初めてトライする場合やコーディネートの提案を受けたい際などは店頭でじっくり検討してから購入する、など状況によって使い分けられていることが推察されます。

「シャンプー、ワックスなどヘアケア用品」についてはいずれも店頭3割、ネット7割と回答しており、それ以外のアイテムでは微小ながら個人によって傾向が異なる状況でした。

## “意識が変わった”、“もっとやってみたい” などメイク初体験の参加者を夢中にさせた、「M・A・C」によるプロの指南とブランド世界観

実際にプロのアーティストからスキンケアとメイクアップのレクチャーを受けた3人は、いずれも「楽しかった」、「これを機に毎日意識していこうと思う」といった前向きな感想を寄せてくださいました。また、こうした参加型企画についても非常に好感触を得ることができ、まだまだ潜在的ユーザーの発掘が必要な現在におけるボーイズビューティーアカウントにおいて、今後のコンテンツの拡充や動画、キャンペーン施策といった複合的な企画の検討にも役立つお声を得ることができました。

今回アーティスト派遣と商品のご提供をいただいた「M・A・C」は、プロのメイクアップアーティストのために開発されたカラーバリエーションと多様な質感を得意とし、常にトレンドをリードし続ける先進性のあるブランドとして知られています。ジェンダーダイバーシティ時代において“シェアコスメ”として、男女問わずジェンダーレスに楽しむことのできる提案を続けており、この度の機会に最適な体験の場をご提供していただきました。

今回の体験会および座談会の模様は、Instagramアカウント”Boys Beauty (@boysbeauty\_jp)”において随時コンテンツとして展開してまいります。今後キャンペーンも実施予定にあり、私たちは継続的にこのような機会を設け、Z世代のボーイズビューティー市場の活性化に貢献してまいります。

-----  
[インフルエンサーニュースデリバリー EMERALD POST (エメラルドポスト)]

URL：<https://emerald-post.com/>

[インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT(スピリット)]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[10代インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT TEENS(スピリットティーンズ)]

URL : <https://spirit-teens.com/>

[インフルエンサーによるソーシャルメディアクリエイティブサービス PRST(プロスト)]

URL : <https://prst-sns.com/>

[共感型フォトジェニック・アート展「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム)」

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : [https://www.instagram.com/vinyl\\_museum/](https://www.instagram.com/vinyl_museum/)

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円+税

ISBN : 9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。IAJ 2018]

IAJ 2018 特設サイト: <https://www.spirit-japan.com/influencer2018/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田晃一

本社：東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容：(1)インフルエンサーを含むソーシャルオーソリティーマーケティング事業  
(2)パーソナルマーケティングプラットフォームの企画、開発、運営

コーポレート URL : <https://liddell.tokyo/>

採用に関して : <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【お問合せ】

リデル株式会社 担当：箱石

メール：info@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806