

報道関係各位

「BeautyTech 度調査 2019」結果発表  
～生活者に BeautyTech 関連アプリが浸透～

株式会社アイスタイル（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：吉松徹郎、証券コード：3660 以下、アイスタイル）は15歳以上の@cosme（※）メンバー10,000名を対象に、2019年9月6日から2019年9月10日の期間にかけてビューティテックの利用に関する自主調査、「ビューティテック度（以下 BT 度）調査」を実施いたしました。2018年に第一回目の調査を実施し、2019年は第二回目の調査となります。

■調査結果サマリー

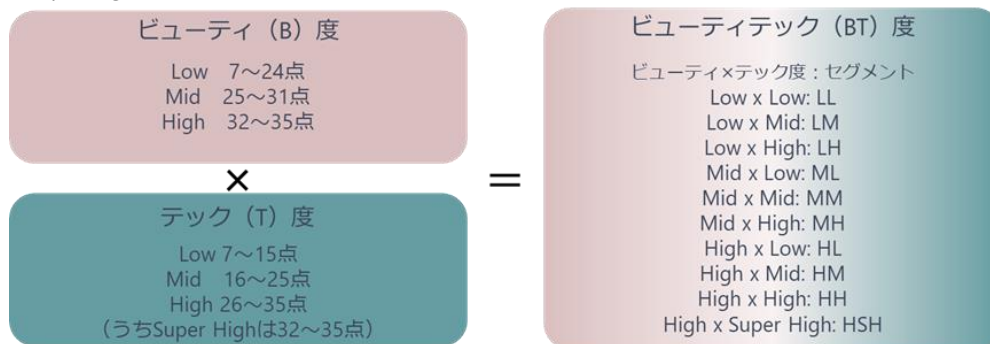
- ・2019年の調査結果では、2018年と比較し BT 度が高い人が微増。
- ・BT 度が高い人はクチコミ重視で、知人・友人など周囲への影響力がある。
- ・ビューティテック関連アプリがこの1年で大きく浸透し始めた。

■BT 度調査とは？

ビューティテックとは、テクノロジーが生み出す新たな美容製品・サービスのことで、たとえば、AR（仮想現実）技術を使いユーザーがファンデーションやリップを仮想で試したり、AI（人工知能）技術を使ってユーザーの好みや肌状態に合わせてよりパーソナルな製品を紹介してくれるなどのサービスです。

「生活者はどのくらいビューティテックを利用しているのか」、「その人たちはどのような人たちなのか」。その実態を知るために、2018年第1回の調査時にユーザーのビューティ度とテック度を数値化し、BT 度という指標を作りました。

BT 度は、ビューティ・テクノロジーそれぞれに対する姿勢を各7項目用意し、それぞれの項目にスコアを付与し、合計しました。ビューティ度 Low（7～24点）、Mid（25～31点）、High（32～35点）、テック度 Low（7～15点）、Mid（16～25点）、High（26～35点、うち Super High（32～35点））とし、この2つをかけ合わせて、以下 BT 度としました。



■BT 度が高い人は約7%（昨年とほぼ同様）

BT 度が高い人は約7%おり、うちスーパーテックと編集部が呼ぶ最もテック度の高い人を約2%含んでいます。この人たちは、ビューティテックアプリの認知や使用も高く、他の人からビューティ商品やサービスに関する相談を多く受けるクチコミの発信源ともなる人たちです。2018年度の調査と比較すると、BT 度の高い人は若干増加しているものの、大きな変化は見られません。

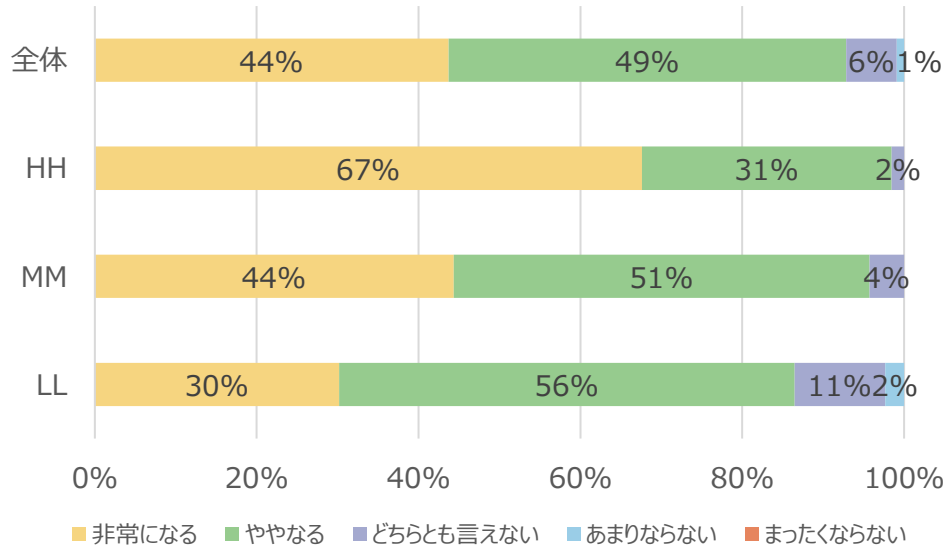
Beauty度	Tech度Low (3%) HL	Tech度Mid (9%) HM	Tech度Super High (2%) HSH	
				Tech度High (7%) HH
Beauty度Mid	Tech度Low (13%) ML	Tech度Mid (29%) MM		Tech度High (8%) MH
Beauty度Low	Tech度Low (15%) LL		Tech度Mid (16%) LM	
	Tech度 High (1%) LH			

## ■調査結果詳細

## 1. BT 度が高いユーザーはインフルエンサーよりクチコミ重視

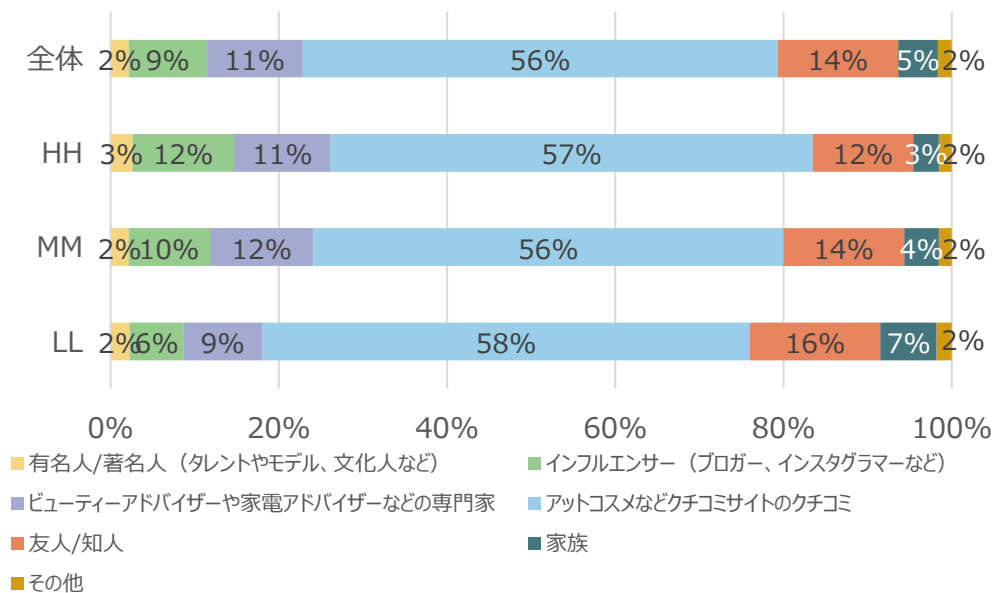
昨年と同様、BT 度が高くなればなるほどクチコミが購入決定に影響を及ぼしています。インフルエンサー（ブロガー、インスタグラマーなど）が大きく影響しているのは、ビューティ度が高いセグメント。著名人の影響は限定的で、クチコミサイトの情報が大きく影響しています。

Q、「クチコミ」は、商品やサービスの購入の決め手となりますか？



Q、あなたにとって最も影響力のあるクチコミはどれですか？

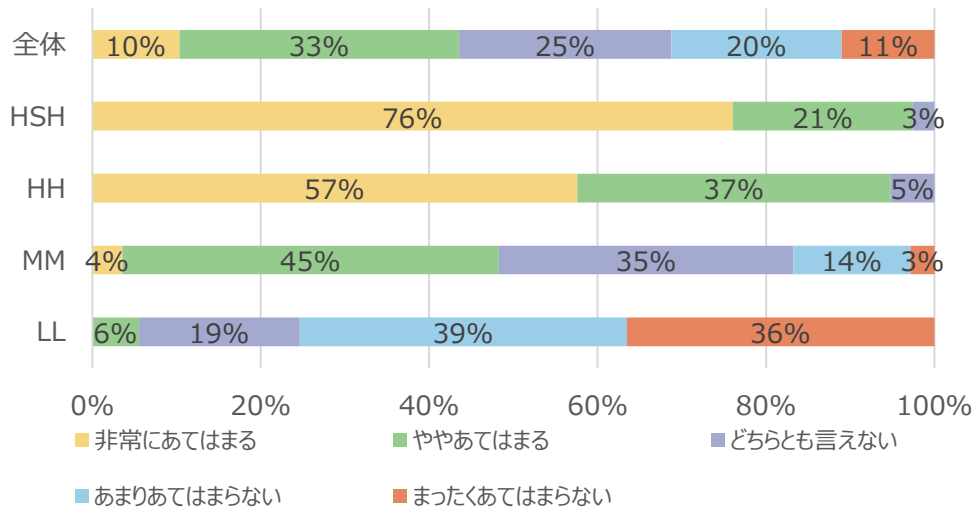
1つだけお選びください。



## 2. BT 度が高いユーザーは友人・知人に影響力がある

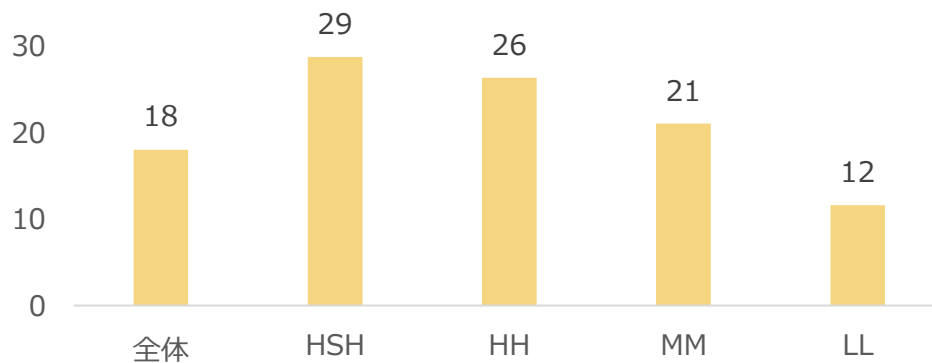
BT 度が高い人が、友人・知人から化粧品や美容サービス選びについて相談を受けています。

化粧品や美容サービス選びについて、  
友人や知人から相談を受ける



また、@cosmeにおいて、BT 度が高い人ほど投稿件数が高くなる傾向が見られます。

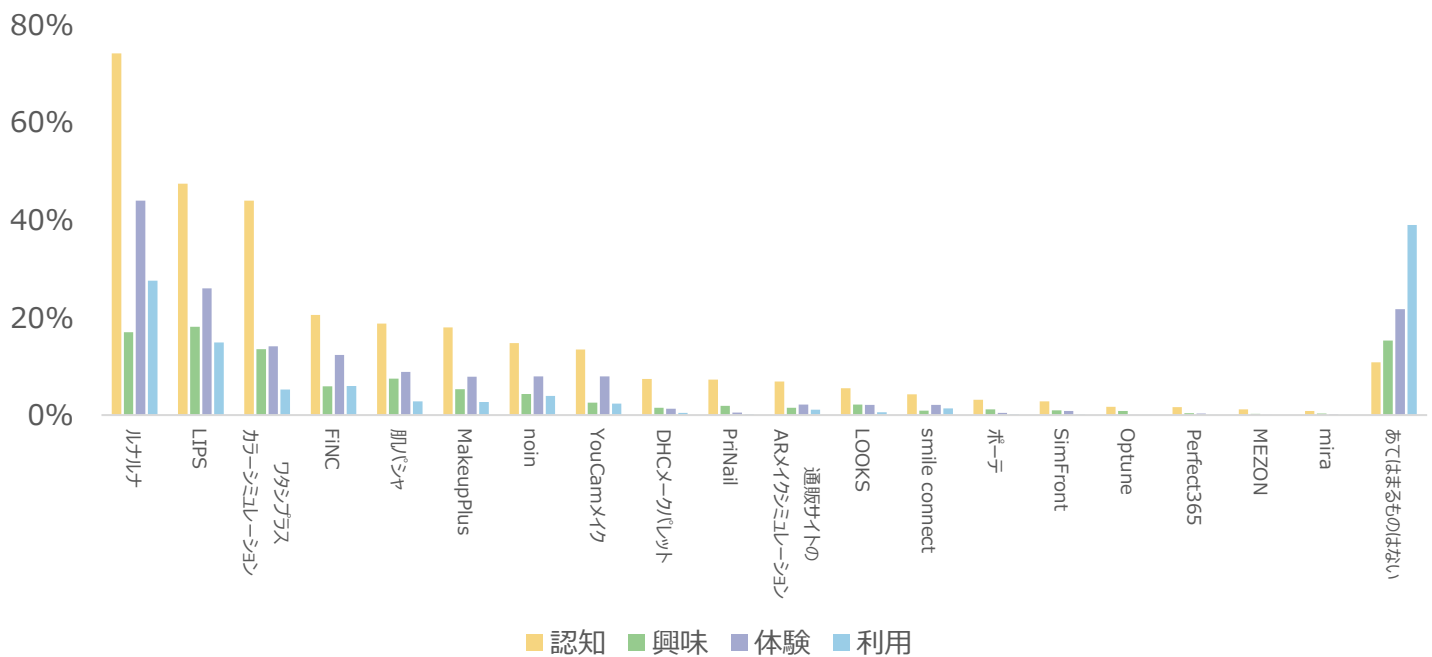
BT度別平均クチコミ投稿件数（件）



## 3. ビューティテック関連アプリが大きく浸透

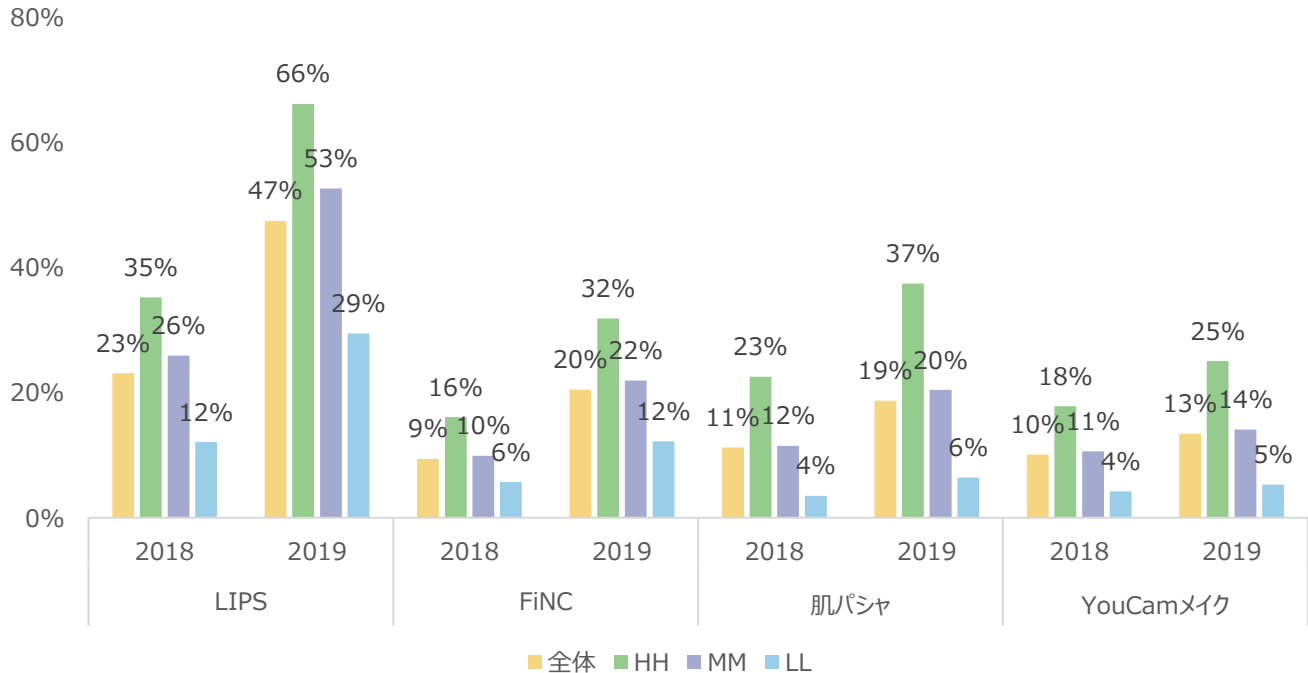
2018年度BT度調査では、ファッションの領域ではキャズムの壁（利用率16%以上）を超えたアプリが出てきましたが、ビューティテック関連のアプリケーションはまだ浸透しておらず、HHセグメントでは認知されているものは多いため、興味を喚起し、体験させることがサービスの浸透につながっていくと報告しました。2019年度BT度調査では、ヘルスケア・ファッションも含むビューティテック関連アプリが普及しはじめていることがわかりました。認知率では、ルナルナが74%、LIPSが47%、ワタシプラスカラーシミュレーションが44%、FiNCが20%でした。ルナルナは各セグメントで7割以上の認知率で、利用率も全体で28%、HHセグメントで36%と非常に高い数字でした。LIPSの認知度は、昨年度の23%から47%へ拡大し、特にHHセグメントで66%強の認知率で、MMセグメントでも53%の認知率になっています。FiNCもHHセグメントで大きく認知率を伸ばし、HHで32%を超える認知率、HHで13%の利用率となりました。

## Beauty系アプリの浸透度（全体：複数回答）



	認知	興味	体験	利用
ルナルナ	74%	17%	44%	28%
LIPS	47%	18%	26%	15%
ワタシプラス カラーシミュレーション	44%	14%	14%	5%
FiNC	20%	6%	12%	6%
肌パシャ	19%	7%	9%	3%
MakeupPlus	18%	5%	8%	3%
noin	15%	4%	8%	4%
YouCamメイク	13%	3%	8%	2%
DHCメイクパレット	7%	1%	1%	0%
PriNail	7%	2%	1%	0%
通販サイトの ARメイクシミュレーション	7%	1%	2%	1%
LOOKS	6%	2%	2%	1%
smile connect	4%	1%	2%	1%
ポーテ	3%	1%	0%	0%
SimFront	3%	1%	1%	0%
Optune	2%	1%	0%	0%
Perfect365	2%	0%	0%	0%
MEZON	1%	0%	0%	0%
mira	1%	0%	0%	0%
あてはまるものはない	11%	15%	22%	39%

## BT度別ビューティアプリの認知率(抜粋)



## 【本調査レポートについて】

本調査(全 60 ページ 税込 5 万円) : <https://bit.ly/2QXlyhL>

サマリー版(全 21P 無料)お申込みページ : <http://bit.ly/2L0QJWR>

本調査関連 BeautyTech.jp 記事 : <https://beautytech.jp/n/n6b1aea6a6224>

※ @cosme (アットコスメ) とは <https://www.cosme.net/>

@cosme は、1999 年 12 月にサイトを開設。@cosme とは月間訪問者 1,600 万人 (全デバイス含む)、月間ページビュー数は 3.1 億 PV、国内外 3 万 2,000 ブランド、商品数 30 万点のコスメのデータベースと、クチコミ検索機能や新製品情報などのコンテンツを備えた日本最大のコスメ・美容の総合サイトです。

※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・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例> 「BeautyTech.jp が実施した調査結果によると」、「@cosme メンバーにおける BeautyTech 度調査 2019 によると」

【株式会社イスタイル 会社概要】 <http://www.istyle.co.jp> 東証一部・コード番号 3660

■ 所在地：〒107-6034 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 34 階

■ 設立：1999 年 7 月 27 日

■ 資本金：36 億 4,700 万円

■ 代表者：代表取締役社長 兼 CEO 吉松 徹郎

■ 事業内容：美容系総合ポータルサイト@cosme の企画・運営、関連広告サービスの提供

istyle

◆お問合せ◆ 株式会社イスタイル コーポレートコミュニケーション室 TEL : 03-5575-1286 FAX : 03-5575-1261 Email: [istyle-press@istyle.co.jp](mailto:istyle-press@istyle.co.jp)