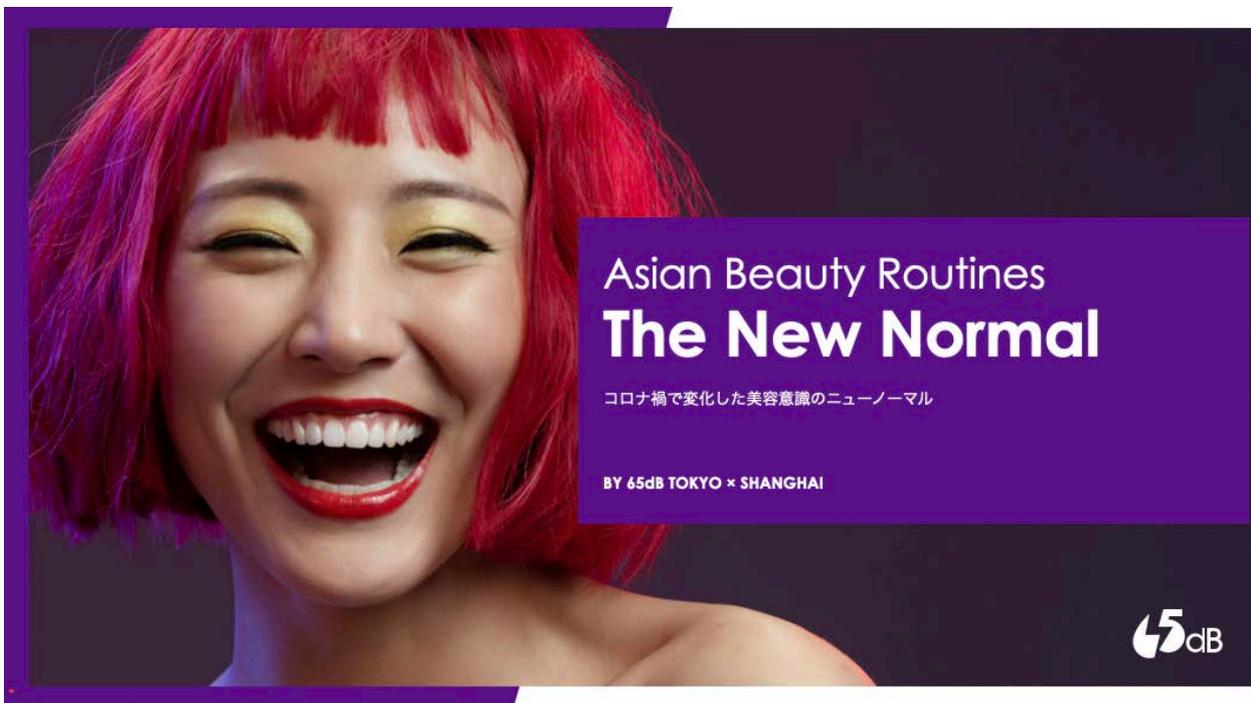


2020年12月吉日

65dB TOKYO & SHANGHAI が共同で、 アジア 2 大ビューティー市場のニューノーマル調査結果を発表 ～コロナ禍の生活者の声を分析した「2020 年日中ビューティー市場インサイト調査」～

SNS 利用者の声を分析する“ソーシャルリスニング”を通じて生活者および市場の調査を行う 65dB (TBWA\Group) の TOKYO チームと SHANGHAI チームは、2020 年 12 月、アジア 2 大ビューティー市場である日本および中国におけるビューティのニューノーマルを調査した「2020 年 日中ビューティー市場インサイト調査」を発表しました。



新型コロナウイルスの大流行により、SNS の利用者数や投稿数がさらに急増している中、65dB の TOKYO チームと SHANGHAI チームは、2020 年 2 月から 9 月にかけて、SNS 上においてメイクアップ、スキンケア、フレグランス、ヘアケアなどのビューティーに関するさまざまなカテゴリーのトレンド分析を共同で実施しました。

今回の調査は、アジアで最も影響力のある日本と中国のビューティ市場の SNS データを対象としています。コロナの発生、緊急事態宣言、ロックダウンや回復期などのさまざまな段階を経ている日本、中国のデータから、どのトレンドが一時的なものであるか、また、どれが今後も続くものであるかを分析しています。そして、日本、中国の人々が美容ブランドや業界に対して抱いている好奇心、懸念、情熱などのさまざまな感情を示す投稿を分析し、コロナの感染拡大以降、日本と中国の生活者行動がどのように変化したのかを明らかにしています。

当調査は、ニューノーマルの時代に、ブランドが生活者の声や要望を理解し、これからのブランドのあり方、製品や事業開発の方向性、生活者とのコミュニケーションのあり方を考えるための示唆としてお役立ていただけます。

今回の分析で見えてきた、ビューティー業界における、ニューノーマル以降に抑えるべき12のトピックスは以下の通りです。

“マスク習慣 (MASK-FACE) ”



肌の炎症から「マスクの焼け」まで、人々は、毎日終日マスクを着用しているというニューノーマル以降の生活に適応するために役立つソリューションを探しています。

“ミニマリズム (LESS IS MORE) ”



人前に姿を見せずに何日間も過ごすうちに、化粧を控えるようになり、中には肌に何もつけない「肌断食」をする人も増えました。その効果を体験した多くの人は、自分自身の自然な肌に満足し自信を持つようになってきています。

“おうち時間の新習慣 (AT-HOME TREATMENT) ”



ソーシャルディスタンスを経験している中、「DIY」は私たちの生活の多くの面で必要とされるようになりました。ロックダウンの間、人々は自分自身のケアをする時間が増え、多くの人が新しい革新的な美容製品や技術、自宅での美容トリートメントを試していました。

“エンパワメント (EMPOWERMENT) ”



コロナ禍は多くの世界的な問題を明るみに出し、セルフラブやボディポジティブ、女性や人種のエンパワメントなどについて、人々に自分の価値観や行動を見つめ直し、見直す時間を与えています。

“サステナビリティ (SUSTAINABILITY) ”



コロナが与えた世界的な危機は、私たちがより思いやりに満ちたものにすると同時に、ロックダウンで人間の行動が全世界で一時停止した時に逆に環境が改善されることを目撃した私たちに、地球を守るための原動力となっています。

“オンライン体験 (ONLINE EXPERIENCE) ”



デジタルトランスフォーメーションは急速に加速している中、ブランドはEコマースやオンライン体験を通じて、リモートの消費者とのエンゲージメントを継続的に行っています。

“ウェルネス (WELLNESS)”



コロナ禍の中、心の健康や健康的なライフスタイルが重視されるようになってきました。睡眠の質から栄養バランスのとれた食生活まで、「美は内側から始まる」という認識が広がっています。

“メイクで遊ぶ (PLAYFUL MAKEUP)”



自宅で退屈している人の多くは、SNSの利用や友人やコミュニティとの遊び心のあるデジタル行動の増加につれ、メイクアップでクリエイティブを発散しています。

“贅沢 or 節約 (SPLURGE OR SAVE?)”



コロナにより引き起こされた経済危機に直面し、人々は割引を探したり、美容製品のためのより安い代替品を模索しています。家にいる間、使っていないお金を貯蓄し、美容製品をアップグレードすると決める人々も出てきています。

“テクノロジーと美容 (INNOVATION & HIGH TECH)”



さまざまな美容製品の成分や科学的な知識を持つ消費者が増えてきています。一方、美容機器は、フェイススチーマーやマッサージ機などのシンプルなものから、アンチエイジングなどの医療機能を謳った革新的な電子機器まで、ますます人気が高まってきています。

“ナショナルプライド (NATIONAL PRIDE)”



パンデミックにより、個々の国からは、国家としてリセットし団結しようという国家主義的な情緒が強まってきました。これにより、地元商品の購買、国内旅行、地元の文化を楽しむことなど、地元のあらゆるものに連帯する行為が見られました。

“肌を守るための習慣 (SKIN DEFENSE)”



社会がコロナから徐々に回復し、人々が多忙な仕事と遅い睡眠で元の生活に戻り始めると、肌のトラブルも戻ってきました。人々はますます SNS にて肌のためのいい製品や治療法を話しています。

【Head of 65dB TOKYO 金清 雄太 コメント】

コロナの新たな波が世界に衝撃を与える中、私たちの生活が永遠に変わるという見通しは急速に現実のものとなりつつあります。私たちが探ったさまざまな変化のヒントは、新しいトレンドの兆しだけでなく、変化する世界の中で人々が進化していく道筋でもあると信じています。人々の声を捉えることで、ブランドと一緒に、誰もがより幸せな明日を生きるためのお手伝いができればと思っています。

【Manager of 65dB CHINA Matthieu Mellul コメント】

65dB TOKYO チームや TBWA\Asia のサポートを受けながら、この共同プロジェクトに取り組むことができ、とても楽しかったです。アジアの 2 大ビューティ市場の消費者の声に耳を傾けることで、この地域のトレンドについて独自のユニークな視点を持つことができるだけでなく、ローカルブランドやグローバルブランドの「顧客中心主義」の拡大をサポートするためのグローバルリサーチプロジェクトを実施する能力を高める機会にもなりました。

レポートはこちら：https://www.tbwahakuhodo.co.jp/uploads/2020/12/201223_news_65dB-BeautyReport.pdf

65dB について

「65dB」は、2018 年に TBWA グループに加入した、フランスを拠点とするマーケティングカンパニーです。人々が通常の会話で発する音声の強さ（65 デシベル）をグループ名とするこの組織は、ソーシャルボイスの分析結果を元にした企業のマーケティング支援を展開することを主力事業としており、パリ、東京、上海、ニューヨーク、ムンバイ、サンパウロ、ジャカルタおよびドーハに拠点を置いています。65dB TOKYO は TBWA\HAKUHODO 傘下に組織を置くことで、TBWA\HAKUHODO のグローバルレベルのクリエイティブチームとも連携し、マーケティングプロセスをワンストップで支援することも可能です。

65dB TOKYO: <http://65db.jp/>

65dB SHANGHAI: <http://www.65db.com.cn/>

TBWA\HAKUHODO (TBWA 博報堂) について

2006 年に博報堂、TBWA ワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」と TBWA がグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。「DISRUPTION®」は既成概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだす TBWA\HAKUHODO の哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。

<http://www.tbwahakuhodo.co.jp>

TBWA\Worldwide について

The Disruption® Company であり、21 世紀のビジネスのためのカルチャーエンジンです。米国ビジネス誌『FastCompany』の「World's Most Innovative Companies」、米国広告業界誌『Adweek』の「2018 Global Agency of the Year」に選ばれています。独自のメソッド Disruption®（創造的破壊）でアイデアを作り、ブランドにカルチャーを示し、関与させ、将来の市場を拡大します。95 カ国、275 拠点に 11,300 人のクリエイティブな社員がいます。Auditoire、Digital Arts Network (DAN)、eg+ worldwide、GMR、The Integer Group®、TBWA Media Arts Lab、TBWA WorldHealth、TRO は TBWA の関連会社です。また、TBWA はオムニコムグループ (NYSE: OMC) の一員です。 <https://tbwa.com/>