



Lifestyle
Digital
CONNECT

20～40代女性のライフスタイル実態に関する調査結果と 9つのペルソナ



AGENDA

1

調査概要

2

調査結果サマリー

3

ペルソナの分類方法

4

9つのペルソナ紹介

5

ファッションの情報収集について

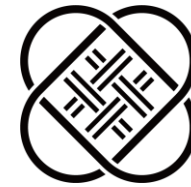
6

美容の情報収集について

7

問い合わせ先

プロジェクト紹介



Lifestyle
Digital
CONNECT

Lifestyle Digital CONNECT(LDC)とは…

CCIIにて、生活者動向やメディア動向などを調査し、
そこから見える効果的な広告戦略のヒントを発信しているプロジェクトです。

広告主・広告会社に活用いただけるコンテンツマーケティングに関する情報を、ウェビナーやnoteで発信しています。

調査背景と目的

この度、近年多様化を見せるライフスタイルについて、
20～40代女性の実態を明らかにするために生活者動向調査を実施しました。

本調査では、「どのような物事にお金をかけているのか」や「どのようなメディアで情報収集をしているのか」
などについてを調査し、調査結果をふまえて**9つのペルソナ**を作成しました。

広告出稿を検討いただいている方で、以下のような疑問やご要望をお持ちの方にぜひご覧いただきたい内容です。

- ・「ファッション/美容関心層に広告訴求をしたいが、これらの層はどのようなメディアを参考にしていて、ファッション/美容以外にどのような趣味嗜好があるのか？」を知りたい方
- ・「単にファッション関心層ではなく、もう少し細かいセグメントに絞って広告訴求をしたい」という方 など

調査概要

01

調査概要

調査手法		インターネット調査
配信エリア		全国
対象者条件		20～49歳、女性
		ファッションへのこだわりが「ある」「ややある」「どちらともいえない」かつ ファッションへの興味が「ある」「ややある」「どちらともいえない」
割付		20～24歳、25～29歳、30～34歳、35～39歳、40～44歳、45～49歳 それぞれ250サンプル 合計 1,500サンプル
ス ペ ッ ク	スクリーニング	3問
	本調査	64問
実査時期		2023年5月1日～2日
調査実施機関		株式会社TesTee

調査結果サマリー

02

ファッション

美容

- ・ファッションに関する情報収集源としては、**Instagramの割合が高く**、発信元としては、ブランド、インフルエンサーからの情報を参考にしている人が多い。一方で、**雑誌で情報収集を行う層も一定数おり**、雑誌は紙・WEBサイト・電子書籍、いずれも**年代が上がるにつれて雑誌と回答した割合が高くなる傾向が見られた**。
- ・**ファッションへの投資額が高い人(=ファッション関心層)ほど雑誌や、雑誌メディアのSNSアカウントからの情報を参考にしている**。
- ・「お金をかけるもの」について、「ファッション」と回答した人は、ファッションアイテムの購入において、質と量では、**質を重視している**。
- ・ファッションについて、実際に購入するブランドはハイブランドよりもプチプラが多くなっていたが、参考にしているSNSアカウントとしてはハイブランドと回答した生活者が一定数いた。

ファッション

美容

- ・美容に関する情報収集については、やはりクチコミサイトの影響力が強く、あわせてInstagram上のインフルエンサーからの発信も参考にしている。
- ・コスメに関してはどの商品が良いのかが自分での判断が難しくクチコミやインフルエンサーなど第三者からの視点が購入のきっかけの1つに繋がっているのと考えられる。
- ・雑誌、クチコミサイトを参考にしている人を年代別に見ると、20代よりも30代の利用が多い結果となった。

ペルソナの分類法

03

様々なタイプの女性がいることをふまえ、今回は20～40代の女性を対象とし、
【お金をかけているもの】と【趣味のジャンル】の2軸を基に、以下の9つのペルソナに分類しました。
【お金をかけているもの】と【趣味のジャンル】の定義は次のページで説明します。



お金をかけているもの(投資対象)を「ファッション」「美容」「その他」の3種類に分類

ファッション

- 服
- バッグやアクセサリー
- 小物

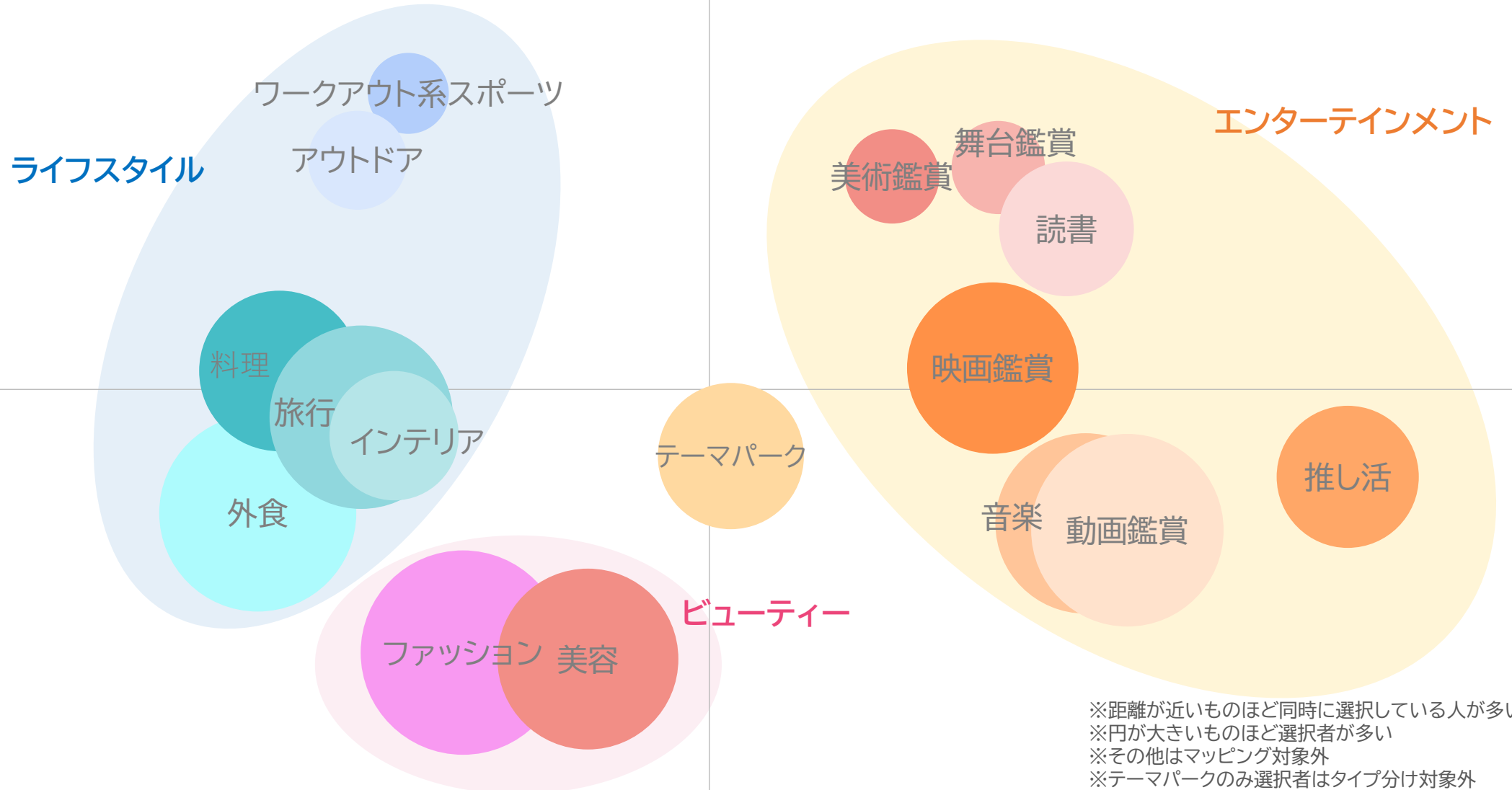
美容

- コスメ
- スキンケア
- 美容医療
- エステ

その他

- 食
- 推し活
- フィットネス
- インテリア
- 投資
- 旅行

趣味をジャンル毎に「ライフスタイル」「ビューティ」「エンターテインメント」の3種類に分類



ペルソナの分類法

ペルソナ名		なんでも全力投球型ファッションista	ハイブランド取り入れ型プチセレブリティ	トレンドフォロワー	ビューティーマルチパッションエイト	スキンケア命！ビューティーエキスパート	自分への投資を惜しまない！セルフラバー	ライフスタイルホビーニスト	体験重視！アクティブトラベラー	自分よりも推し優先！推し活ラバー
イメージ										
お金をかけているもの		ファッション	ファッション	ファッション	美容	美容	ファッション or 美容	その他	その他	その他
趣味	ビューティー	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	ライフスタイル	○	○		○			○	○	
	エンターテインメント	○		○	○			○		○

9つのペルソナ紹介

- ①なんでも全力投球型ファッショニスタ
- ②ハイブランド取り入れ型プチセレブリティ
- ③トレンドフォロワー
- ④ビューティーマルチパッションエイト
- ⑤スキンケア命！ビューティーエキスパート
- ⑥自分への投資を惜しまない！セルフラバー
- ⑦ライフスタイルホビーニスト
- ⑧体験重視！アクティブトラベラー
- ⑨自分よりも推し優先！推し活ラバー

特徴的なタイプ例

調査結果をふまえ、特徴的であった属性を以下に記載します。以下のような人をターゲットとしている場合、どのような趣味嗜好があるのか、どのようなメディアを見ているのかについて、各ペルソナ詳細ページにてご確認ください。

SDGsに関心

- なんでも全力投球型ファッションISTA
- ビューティマルチパッションイト
- ライフスタイルホビーニスト



雑誌でファッションの情報を収集

- なんでも全力投球型ファッションISTA
- 体験重視！アクティブトラベラー
- ビューティマルチパッションイト



インフルエンサーの発信を重要視

- ハイブランド取り入れ型プチセレブリティ
- トレンドフォロワー



動画(サブスク)を見る

- なんでも全力投球型ファッションISTA
- トレンドフォロワー



ファッションは量より質重視

- なんでも全力投球型ファッションISTA
- ハイブランド取り入れ型 プチセレブリティ
- ビューティマルチパッションイト



ハイブランド着用

- ハイブランド取り入れ型 プチセレブリティ



TYPE-1 | なんでも全力投球型ファッショニスタ

ファッションに関する情報収集はInstagramに加え雑誌もチェック。自由に使えるお金はファッションに使うことが多いけれど、美容にも抜かりは無い。おいしいものにも目が無いので食にも投資。洋服の購入場所は百貨店、ファッションビル、通販サイトなど様々で、自分に合ったものを探すことが得意。

お金をかけているもの

1. ファッション(服)
2. ファッション(服以外)
3. 美容(スキンケア)

人生の優先順位

1. 家庭
2. 趣味
3. 健康

趣味

- カフェ巡り
- ファッション
- 旅行
- 動画鑑賞
- スキンケア

投資対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド/店員)
2. 雑誌(誌面/webサイト/電子書籍)
3. YouTube(インフルエンサー)

好きな雑誌は美的、CanCam

好きな洋服のブランドの例

- NANO universe
- UNITED ARROWS
- ZARA
- BEAMS
- MOUSSY

#ボーナス
は分散派

#サステナブル

#洋服は
クオリティ重視

#コスメは
第三者の意見を

#デパコス好き



TYPE-1 | なんでも全力投球型ファッショニスタ

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

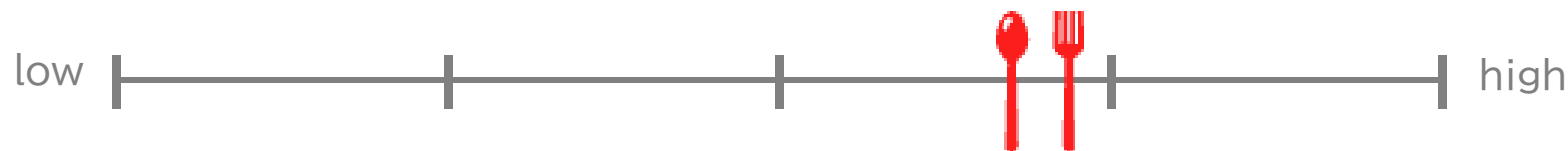
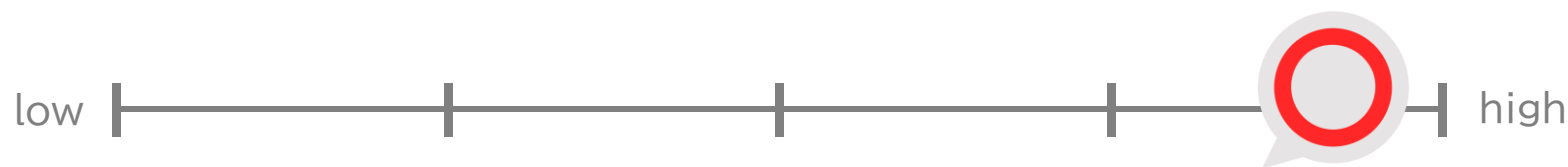
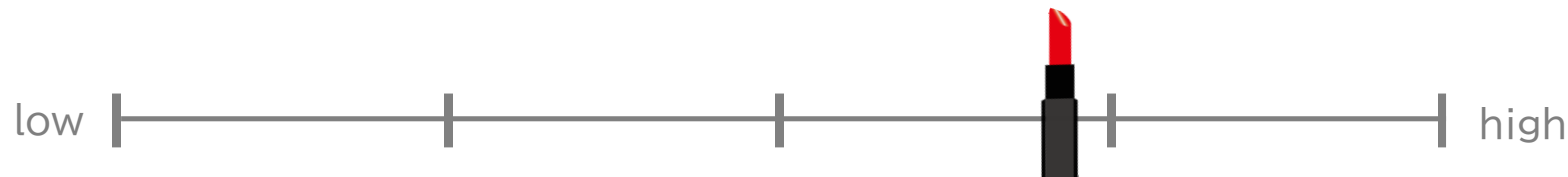
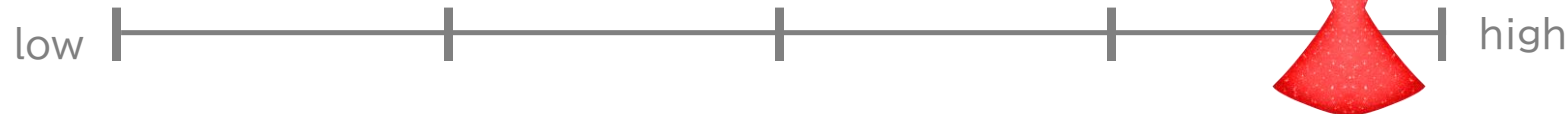
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-2 | ハイブランド取り入れ型 プチセレブリティ

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

ファッションは百貨店でチェック。
良いものを少しだけ持つクオリティ重視派で、
ハイブランドにて洋服を買うことも。雑誌から情報収集をすることも多い。
自由に使えるお金はファッションに使うことが多いけれど、
美容やおいしいもの、旅行にも投資。

お金をかけているもの

1. ファッション(服)
2. ファッション(服以外)
3. 美容(コスメ)

人生の優先順位

1. 家庭
2. 健康
3. 恋愛

趣味

- レストランで外食
- ファッション
- カフェ
- バッグ
- 旅行

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド/店員)
2. 雑誌(誌面/webサイト/電子書籍)
3. YouTube(インフルエンサー)

好きな雑誌はVERY(参考値)

好きな洋服のブランドの例

- NANO universe
- JOURNAL STANDARD
- DIOR
- CHANEL

#インフルエンサー
に憧れ

#カフェ好き

#THE 高級志向

#洋服大好き

#ハイブランド好き



TYPE-2 | ハイブランド取り入れ型 プチセレブリティ

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

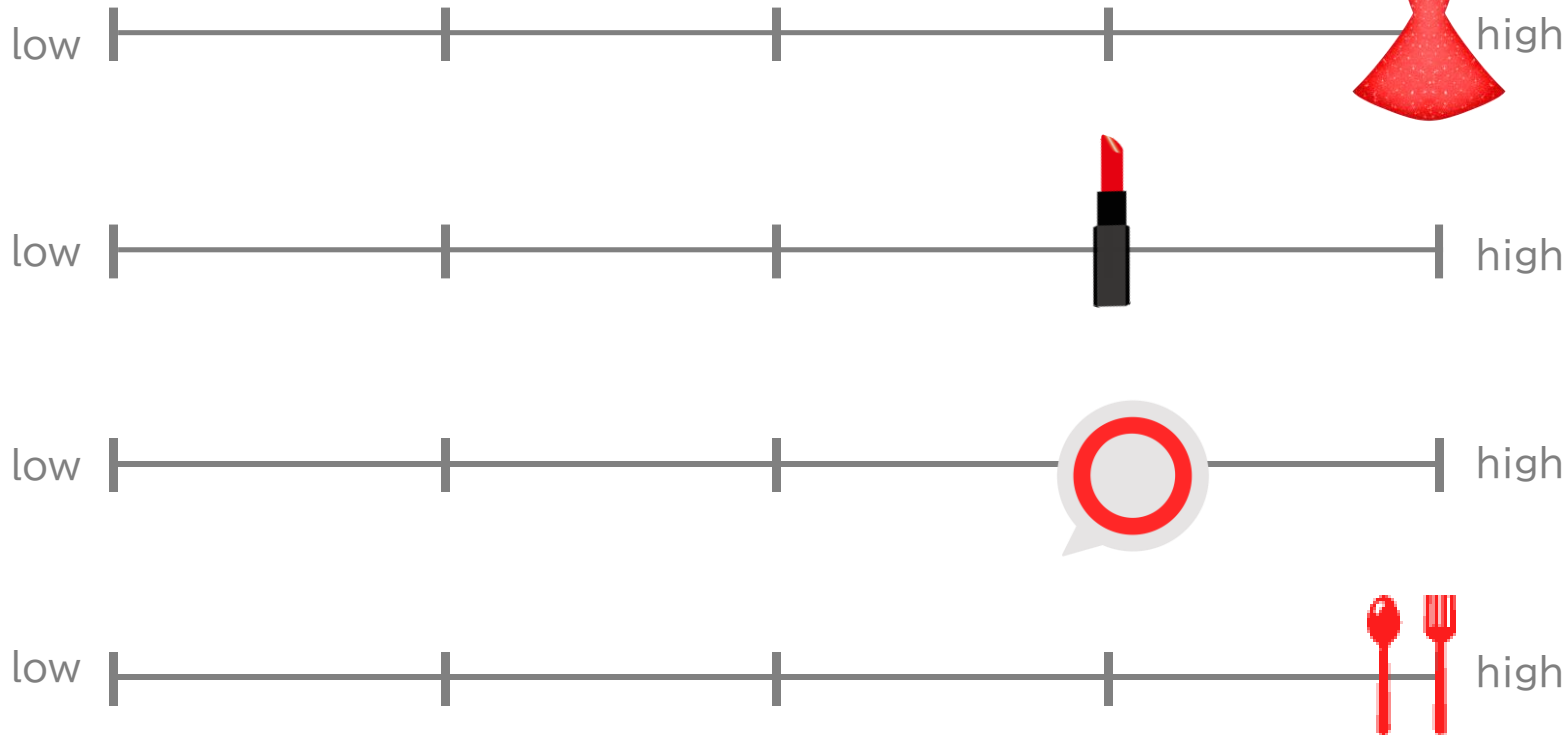
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-3 | トレンドフォロワー

ファッションは質より量！プチプラファッションを活用してトレンドはしっかり押さえている。特にSHEINが大好き。自由に使えるお金はファッションに使うことが多く、次いで美容にも投資。一方で人生の優先順位の2位にお金も入っており、コツコツ貯金をしている堅実な一面も。

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

お金をかけているもの

1. ファッション(服)
2. ファッション(服以外)
3. 美容(コスメ)

人生の優先順位

1. 家庭
2. お金
3. 趣味、健康

趣味

- ファッション
- バッグ
- 音楽鑑賞
- 動画鑑賞
- スキンケア

#スキンケアは
お値段重視

#コツコツ貯金派

#洋服はEC
モール派

#プチプラファッション
大人買い

#SHEIN大好き

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド)
2. YouTube(インフルエンサー/芸能人)
3. TikTok(インフルエンサー)

好きな雑誌はnon-no(参考値)

好きな洋服のブランドの例

- SHEIN
- H&M
- adidas



TYPE-3 | トレンドフォロワー

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派

low |-----| high



low |-----| high



low |-----| high



low |-----| high



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-4 | ビューティーマルチパッションナイト

美容への関心が高く、購入前はクチコミをしっかりとチェック。
ボーナスでは脱毛、美容医療やエステにも投資。
ファッションは韓国系が好き。
多趣味であり、更に資産運用に挑戦したり、SDGsへの関心も高く、
幅広いことに興味関心がある。

お金をかけているもの

1. 美容(スキンケア)
2. 美容(コスメ)
3. 美容(美容医療、エステ)

人生の優先順位

1. 家庭
2. 健康
3. お金

趣味

- スキンケア
- メイクアップ
- ファッション
- 動画鑑賞
- 旅行

#スキンケアガチ勢

#資産運用挑戦中

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド)
2. YouTube(インフルエンサー)
3. 雑誌(誌面)

好きな雑誌はnon-no、CanCam、LDK、
MAQUIA (参考値)

好きな洋服のブランドの例

- LOWRYS FARM
- ZARA

#健康意識高め

#SDGsに興味

#多趣味



TYPE-4 | ビューティーマルチパッションイト

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

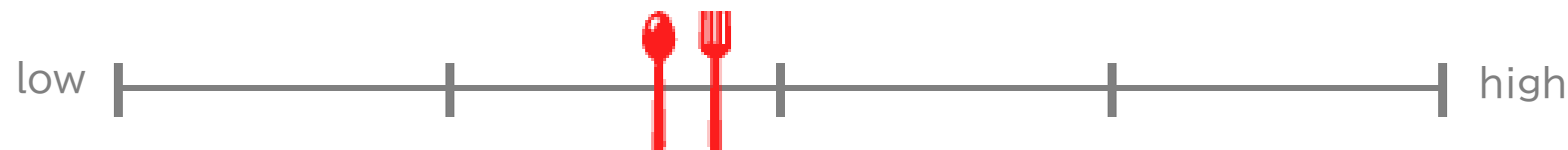
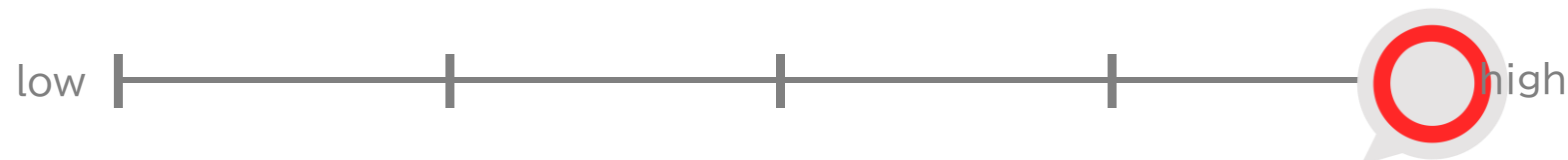
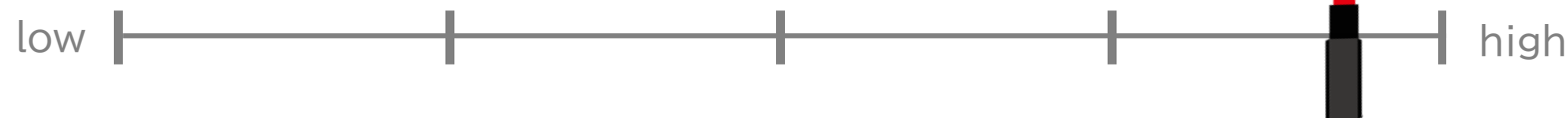
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-5 | スキンケア命！ビューティーエキスパート

とにかく美容命！特にスキンケアを重視しており、透明感のある美肌を保っている。高額なスキンケアアイテムも購入しがち。ボーナスではコスメを爆買い。美容医療やエステなどにも投資。ファッションや外食にはあまりお金を使わず、コスパを重視している。

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル or
- ✓ エンターテインメント

お金をかけているもの

1. 美容(スキンケア)
2. 美容(コスメ)
3. 美容(美容医療、エステ)

人生の優先順位

1. 家庭
2. 健康
3. お金

趣味

- スキンケア
- メイクアップ
- ヘアケア
- ボディケア
- ファッション

#コスメは通販使いがち

#コスメ愛好家

#ボーナスで
コスメ爆買い

#洋服は必要最低限

#外食は
コスパ重視

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド)
2. YouTube(インフルエンサー)
3. TikTok(インフルエンサー)

好きな雑誌は美的、美人百科、LDK、MAQUIA (参考値)

好きな洋服のブランドの例

- GU
- 無印良品



TYPE-5 | スキンケア命！ビューティーエキスパート

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル or
- ✓ エンターテインメント

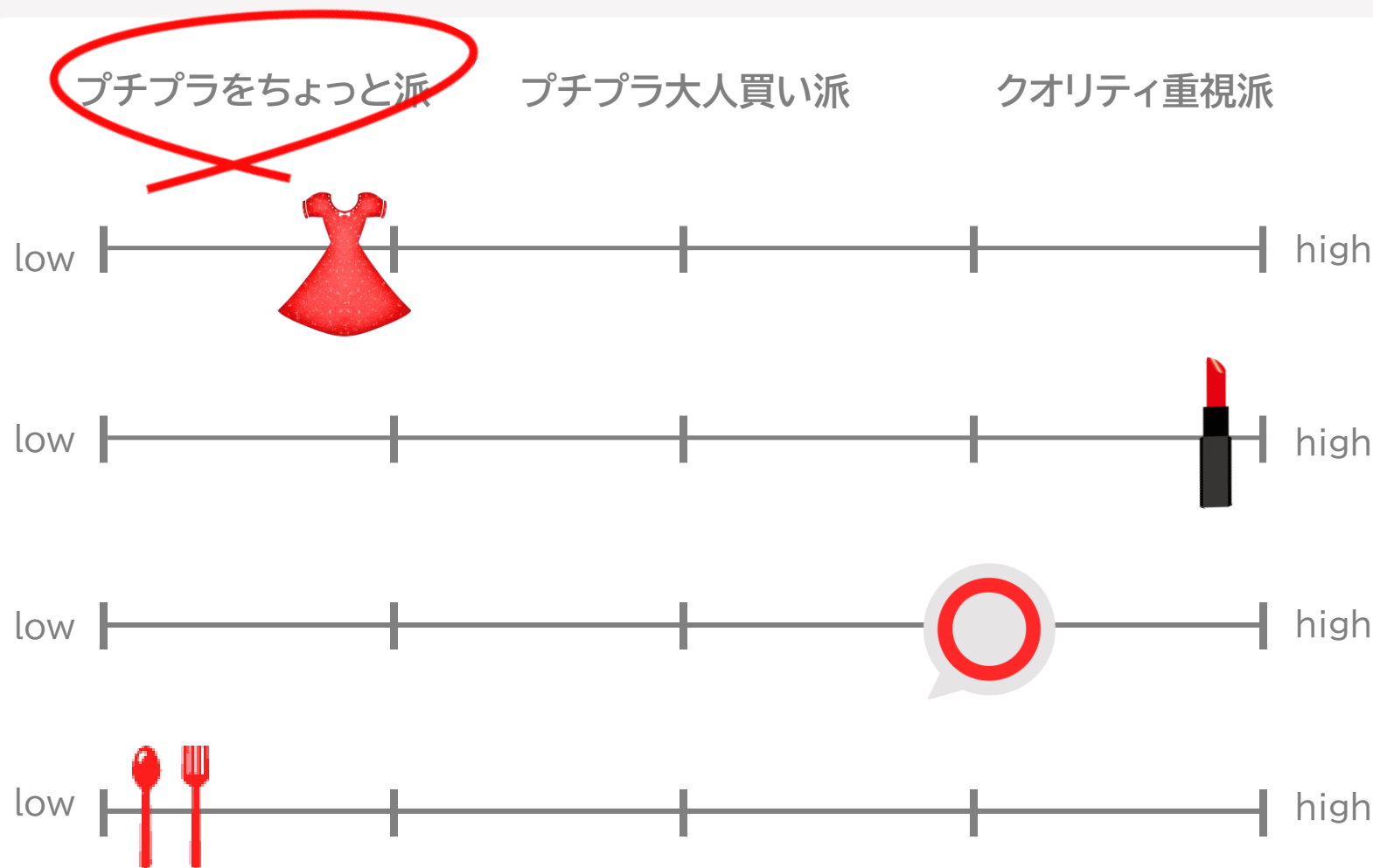
✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-6 | 自分への投資を惜しまない！セルフラバー

自分磨き重視タイプ。

自由に使えるお金のほとんどをファッションと美容に費やしている。

ファッションの情報収集源はInstagramから得ることが多く、

インフルエンサーだけでなくショップ店員のアカウントもチェック。

私服はSNIDELを着用しがち。

コスメにも興味関心が高いが、新商品を何でも買うというわけではなく、

購入前にはクチコミをしっかりチェック。

投資
対象

- ✓ ファッション or
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

お金をかけているもの

1. ファッション(服)
2. 美容(コスメ)
2. 美容(スキンケア)

人生の優先順位

1. 家庭
2. 健康
3. 恋愛

趣味

- アクセサリー
- メイクアップ
- ヘアケア
- スキンケア
- ファッション

#デパコス
いつもチェック

#コスメは
クオリティ重視

#コスメのクチコミ
見逃さない

#ディナーは
リッチ派

#自分磨きは命

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド/店員)
2. YouTube(インフルエンサー/芸能人)

好きな雑誌は美的(参考値)

好きな洋服のブランドの例

- SNIDEL
- ZARA



TYPE-6 | 自分への投資を惜しまない！セルフラバー

投資
対象

- ✓ ファッション or
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

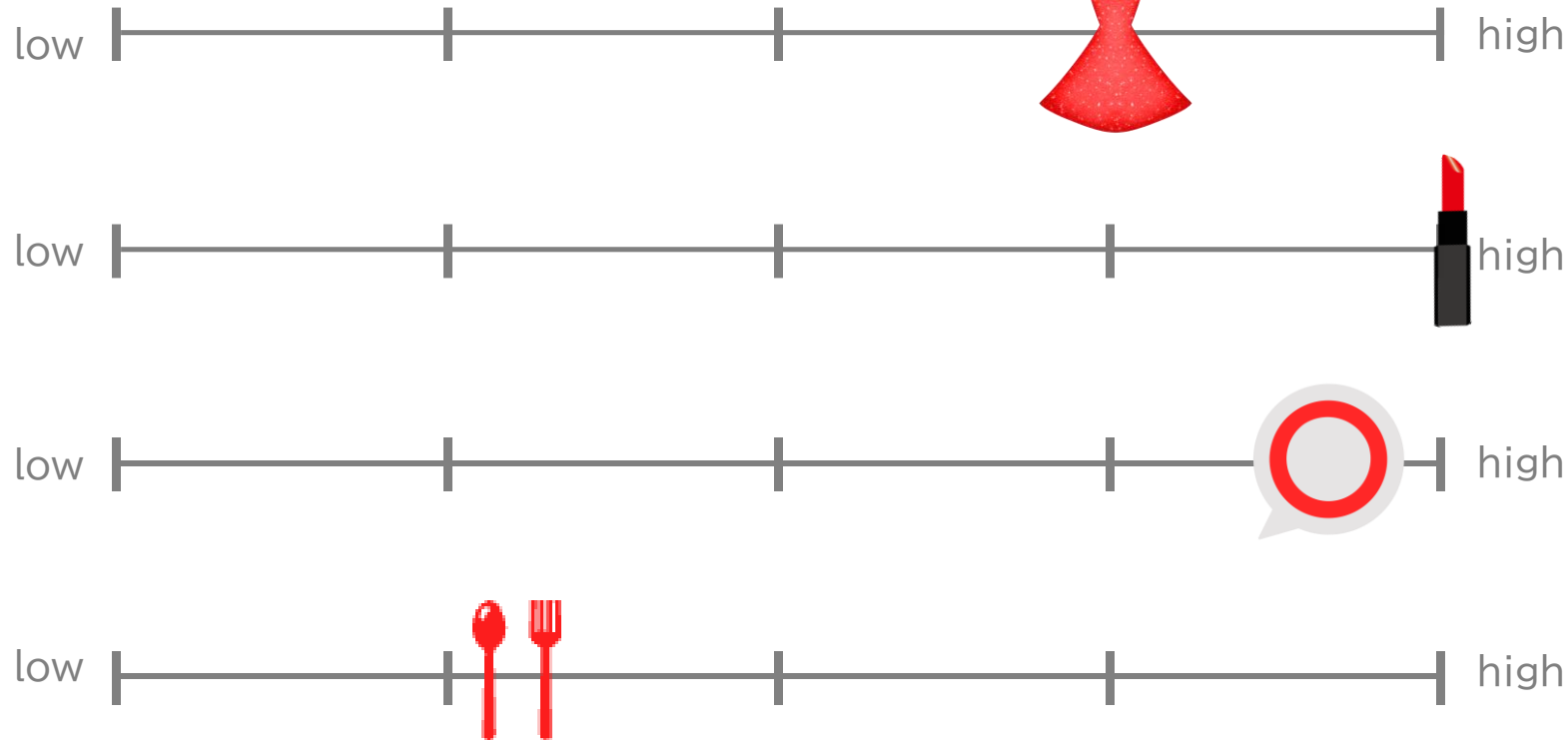
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-7 | ライフスタイルホビーニスト

自由に使えるお金は食と推し活に使っている。
ボーナスなどの臨時収入は、
旅行やちょっと良いレストランでの外食などの経験に使うことが多い。

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

お金をかけているもの

1. 食
2. 推し活
3. 旅行

人生の優先順位

1. 家庭
2. 趣味
3. 健康

趣味

- レストランで外食
- カフェ
- ファッション
- 旅行
- 動画鑑賞

#コスメは
ドラコス派

#私服はショッピング
モールで

#コスメは
コスパ+α

#ボーナスで旅行

#ECOに関心

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド)
2. YouTube(インフルエンサー/芸能人)

好きな雑誌はLDK、non-no、美的

好きな洋服のブランドの例

- GU
- ユニクロ
- URBAN RESEARCH



TYPE-7 | ライフスタイルホビーニスト

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

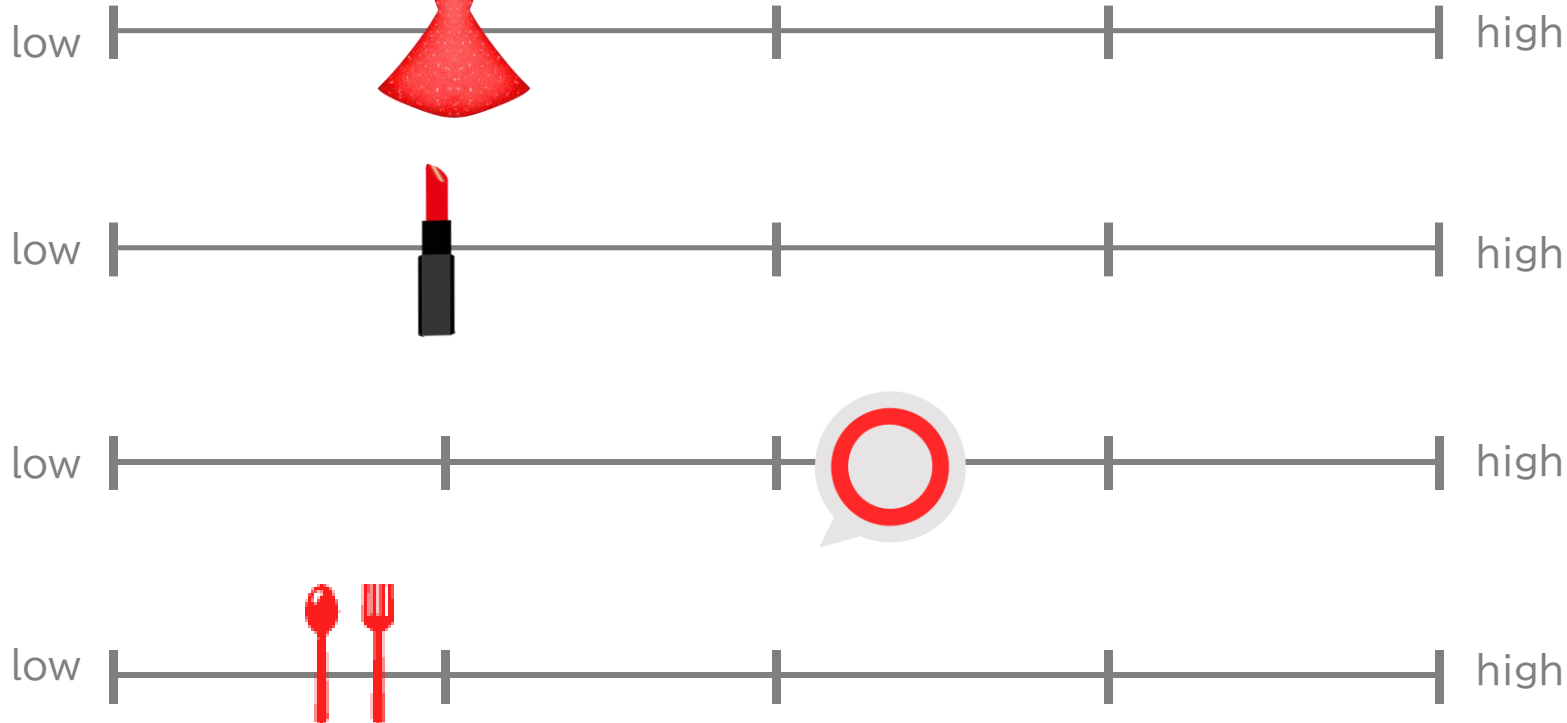
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-8 | 体験重視！アクティブトラベラー

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

自由に使えるお金は食と旅行に投資。
趣味も外食や自炊など食に関することが多く、美味しいものへのこだわりはあり。
ファッションはプチプラを賢く利用。
資産運用をしっかりと行う堅実な一面も。

お金をかけているもの

1. 食
2. 旅行
3. フィットネス/投資

人生の優先順位

1. 家庭
2. お金
3. 趣味

趣味

- レストランで外食
- カフェ
- 自炊
- ファッション
- 旅行

#ファッションは慎重

#洋服はいつも
同じお店派

#プチプラ好き

#資産運用もきっちり

#美食家

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド/店員)
2. 雑誌(誌面/webサイト/電子書籍)

好きな雑誌は美的、VERY (参考値)

好きな洋服のブランドの例

- GU
- 無印良品



TYPE-8 | 体験重視！アクティブトラベラー

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

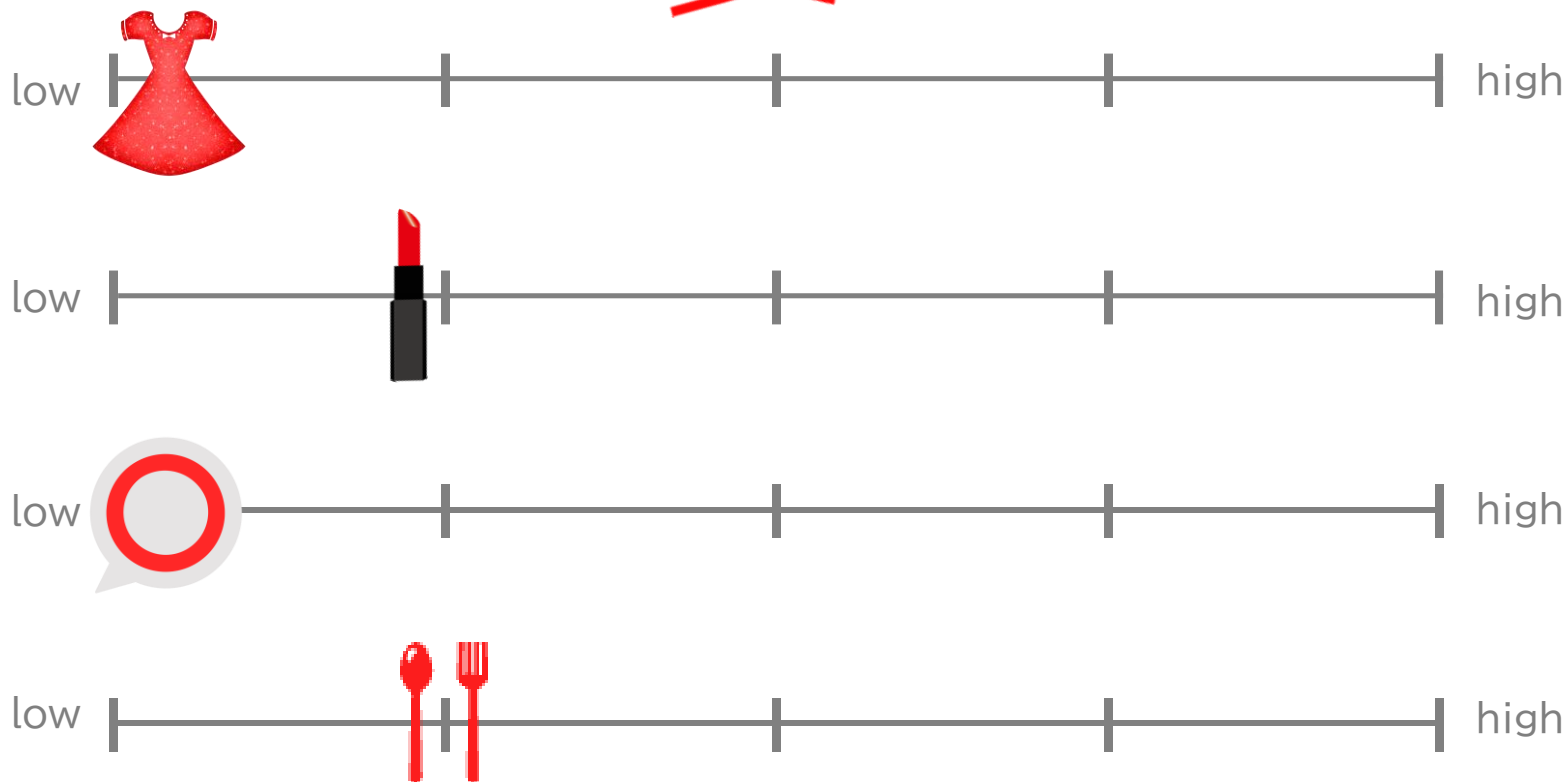
✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

TYPE-9 | 自分よりも推し優先！推し活ラバー

生活の全てを推しに捧げる。自由に使えるお金はとにかく推しに投資！ファッションはプチプラを賢く利用。コスメもコスパ重視だけれども、クチコミをしっかりとチェックして安くて良いものを探している。

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

お金をかけているもの

1. 推し活
2. 食
3. 投資

人生の優先順位

1. 趣味
2. 家庭
3. お金

趣味

- 音楽鑑賞
- アニメーション映画
- 動画鑑賞
- 漫画
- 小説

#コスメはプチプラ派

#美容はクチコミ重視

#ボーナスは推し活

#推しは生きがい

#趣味最優先

ファッションの情報収集源

1. Instagram(インフルエンサー/ブランド)
2. YouTube(インフルエンサー)

好きな雑誌はCanCam、LDK、MAQUIA
(参考値)

好きな洋服のブランドの例

- Honeys
- しまむら



TYPE-9 | 自分よりも推し優先！ 推し活ラバー

投資
対象

- ✓ ファッション
- ✓ 美容
- ✓ その他

趣味

- ✓ ビューティ
- ✓ ライフスタイル
- ✓ エンターテインメント

✓ ファッション購入スタンス

✓ ファッション投資度

✓ コスメ投資度

✓ コスメの口コミチェック度

✓ 外食ランチリッチ度

プチプラをちょっと派

プチプラ大人買い派

クオリティ重視派



※9つのペルソナの中において高いものをhigh、低いものをlowと定義しております。

ファッションの情報収集について

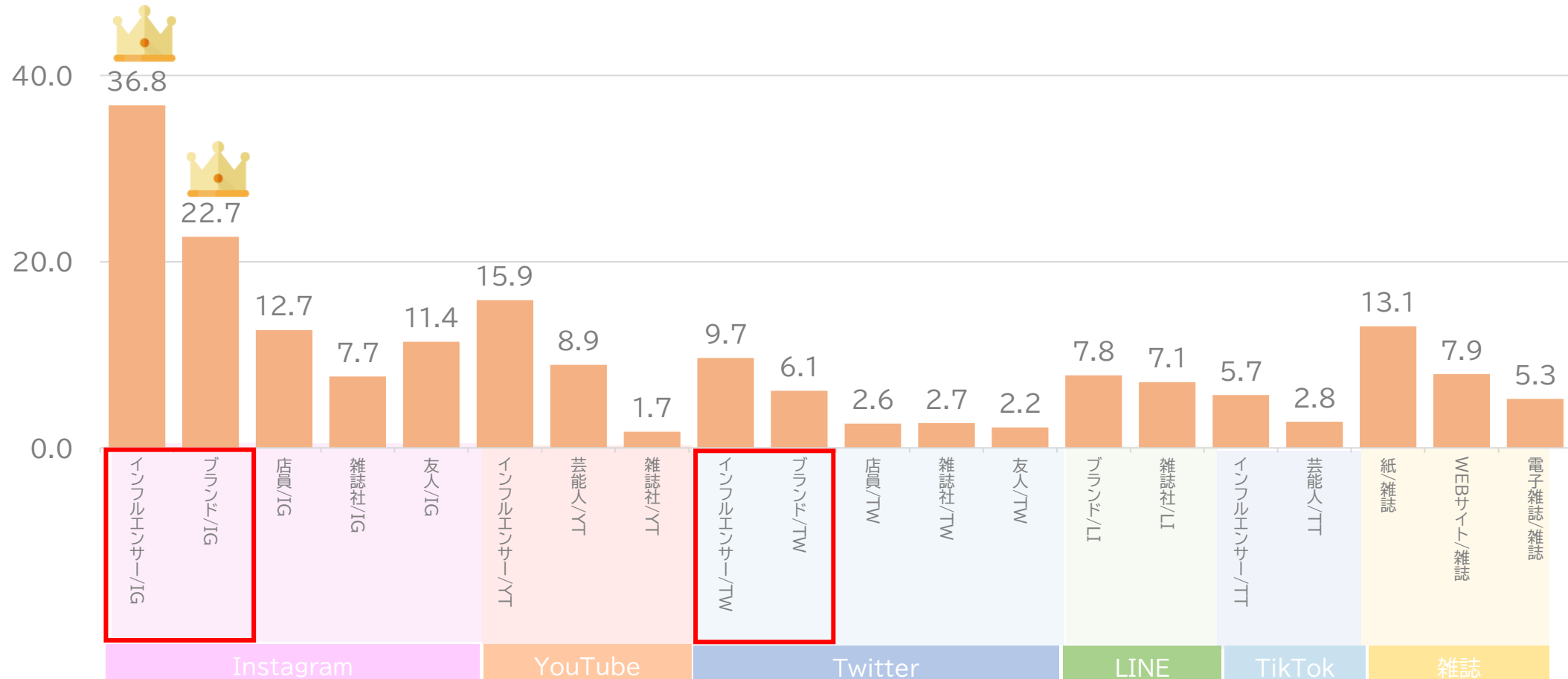
05

ファッションの情報収集について(全体)

全体傾向として、ファッションに関する情報源はInstagram(インフルエンサー)が最も高い結果に。InstagramとTwitterでインフルエンサーを選択した人は46.5 %、ブランドを選択した人は28.8 %とInstagramとTwitterにおいては、インフルエンサーやブランドからの投稿を参考になっている傾向がある。

Q51.ファッションに関する情報収集源を全てお答えください。＜複数選択可＞

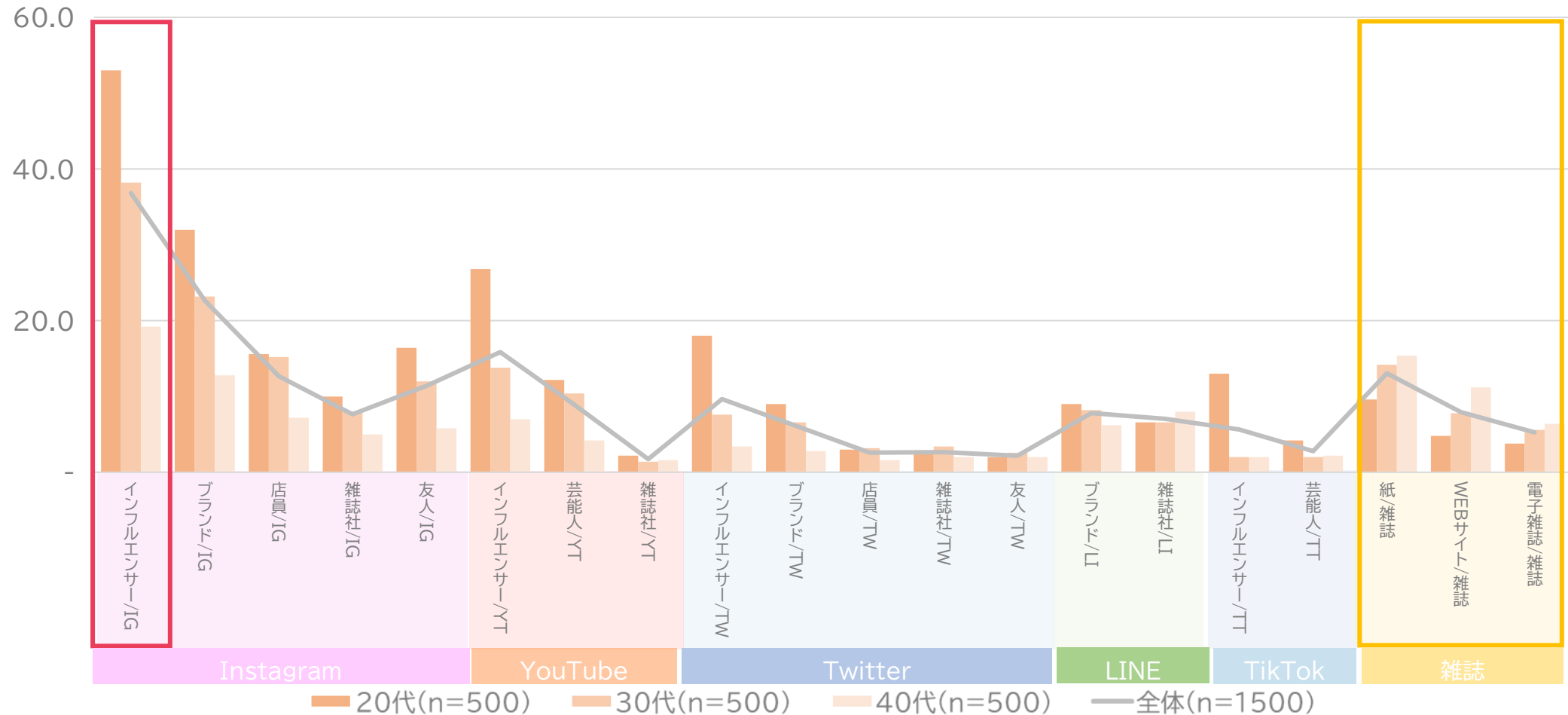
Base : ALL Rate : %



ファッションの情報収集について（年代別）

ファッションに関する情報源としては、Instagram（インフルエンサー）が最も回答者が多く、特に20代の割合が高かった。対して雑誌は紙・WEBサイト・電子書籍いずれも年代が上がるにつれて回答者が多い結果に。

Q51.ファッションに関する情報収集源を全てお答えください。＜複数選択可＞
Base : ALL Rate : %

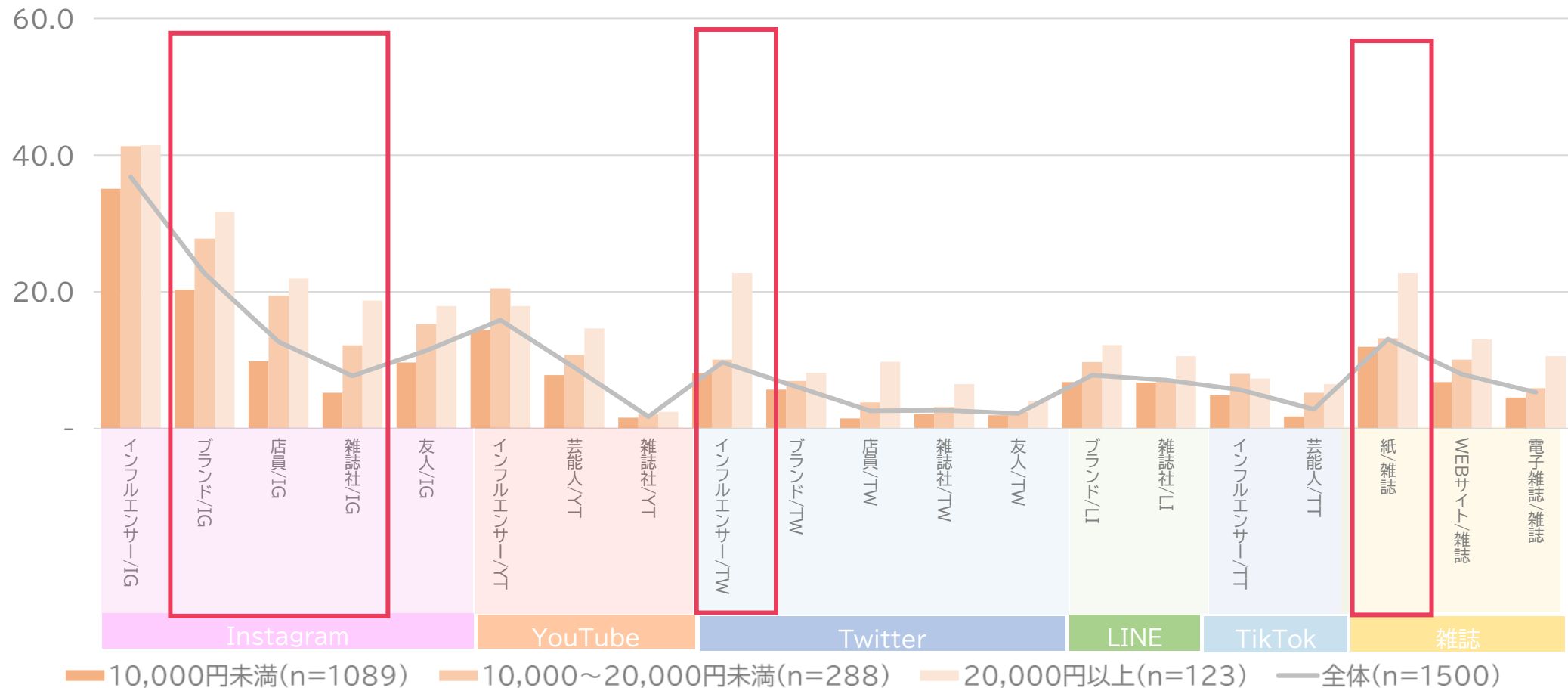


ファッションの情報収集について(1か月で購入する洋服の金額別)

1か月に購入する洋服の金額が高い人ほど、情報源数(選択個数)が多くなっている。また、Instagram(ブランド、雑誌社、店員)、Twitter(インフルエンサー)、雑誌(紙)は、購入金額が10,000円未満の人と20,000円以上の人で回答数の差が特に大きくなっていた。そのため、**高価格帯のファッション訴求に関しては、Instagram(雑誌社)、Twitter(インフルエンサー)、雑誌(紙)も有効な手段であると考えられる。**

Q51.ファッションに関する情報収集源を全てお答えください。＜複数選択可＞

Base : ALL Rate : %



美容の情報収集について

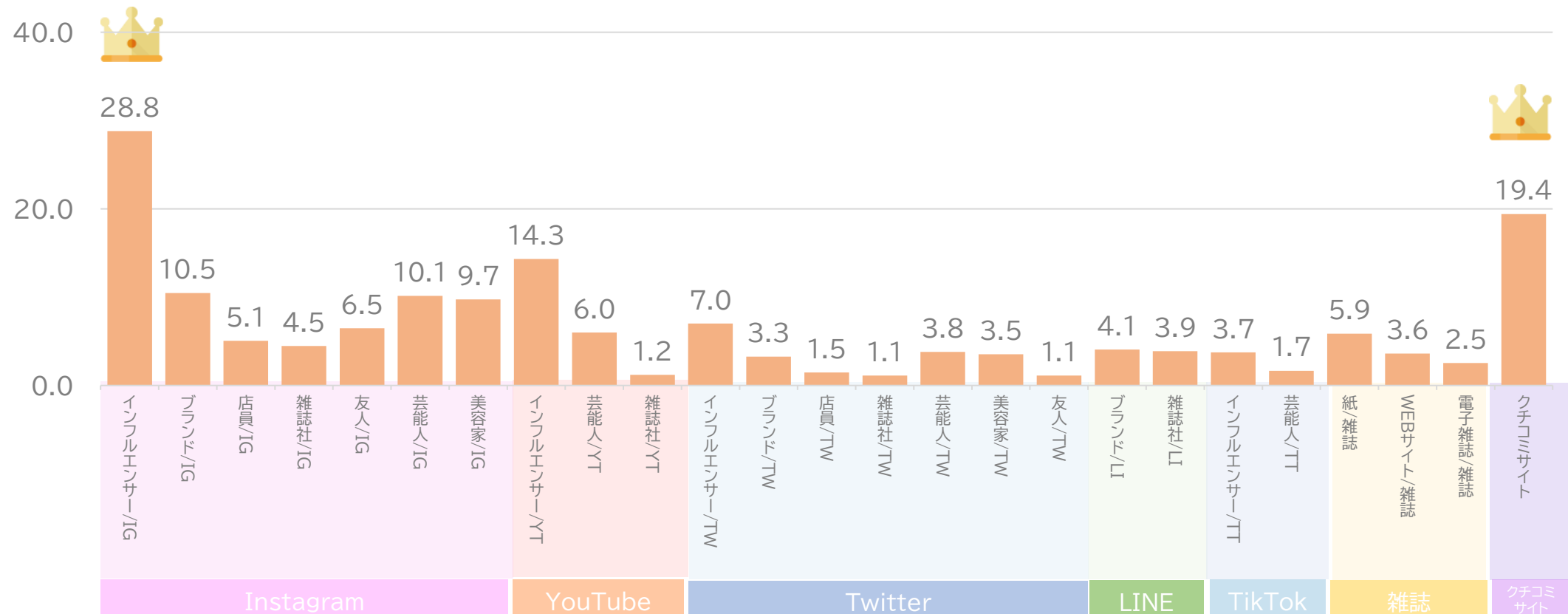
06

美容の情報収集について(全体)

美容に関する情報源は、Instagram(インフルエンサー)と回答した生活者が最も多く、ファッション情報源と同じ結果となった。次いで2位はクチコミサイトという結果になったため、美容商材の訴求に関してはインフルエンサー施策に加えて、クチコミサイトにおける訴求も効果的であると考えられる。

Q56.美容に関する情報収集源として、あてはまるものを全てお選びください。＜複数選択可＞

Base : ALL Rate : %

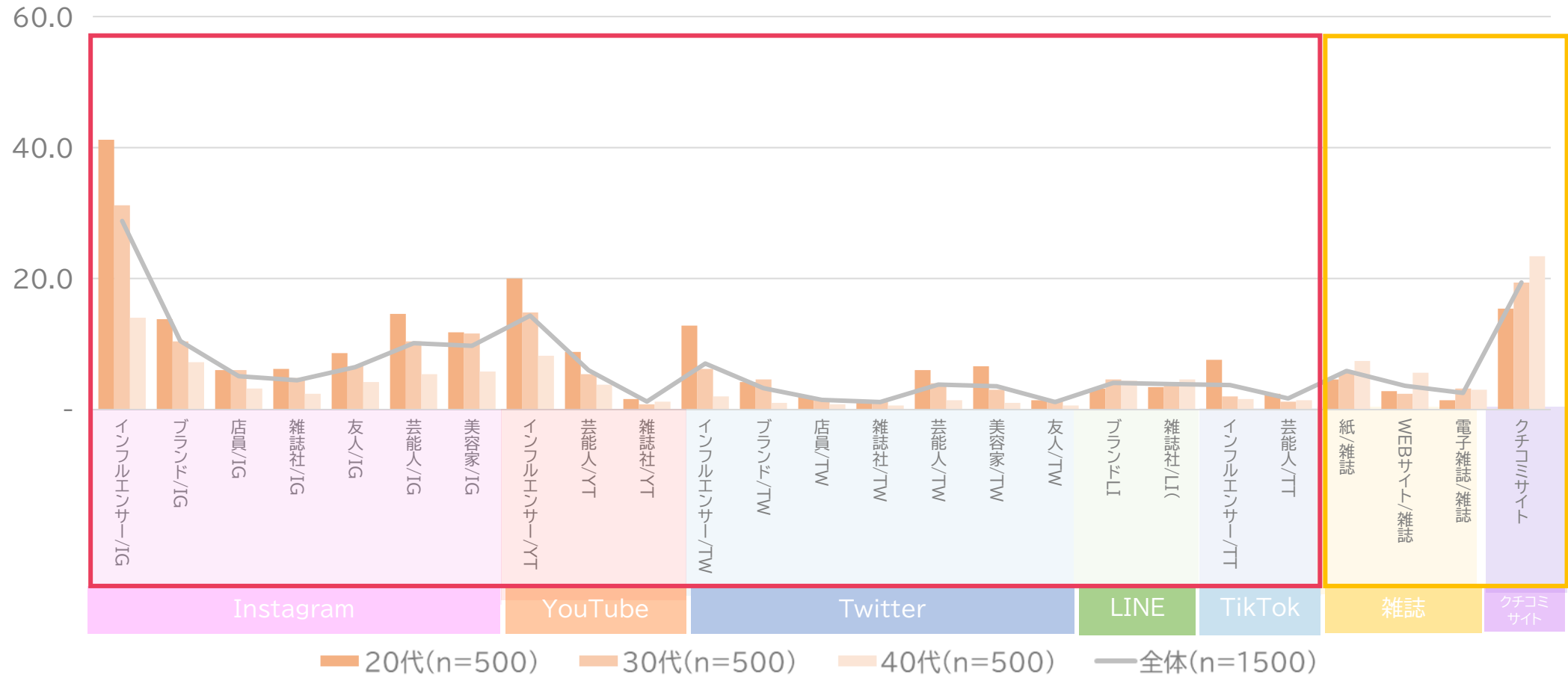


美容の情報収集について（年代別）

美容の情報収集源を年代別にみると、年齢が若いほどSNS(Instagram、Twitter、YouTube、LINE、TikTok)と回答した割合が高くなっていた。**雑誌、クチコミサイトは20代よりも30代以上のほうが利用している。**

Q56.美容に関する情報収集源として、あてはまるものを全てお選びください。＜複数選択可＞

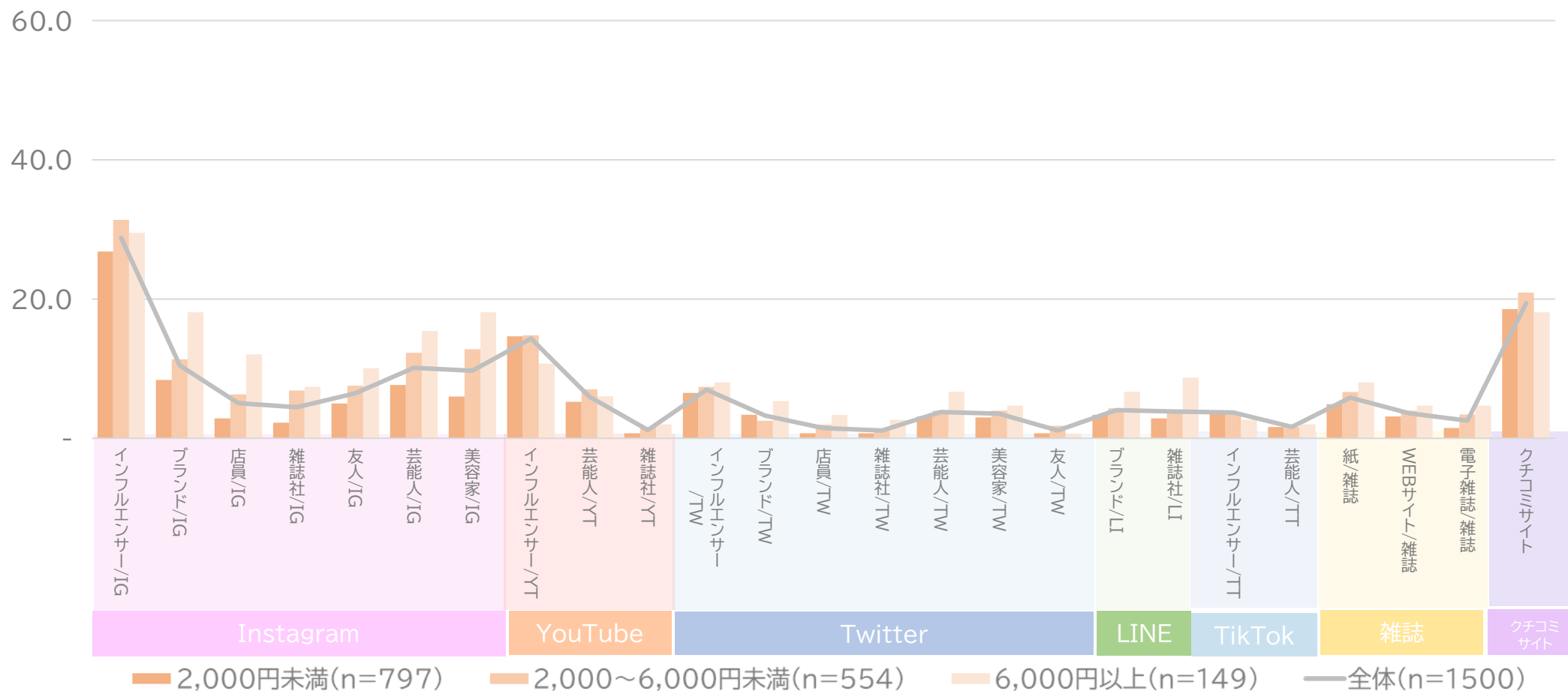
Base : ALL Rate : %



スキンケアコスメの購入金額が高い人ほど、美容に関する情報は雑誌(LINE)や、美容家(Instagram)を参考にしている傾向がある。

Q56.美容に関する情報収集源として、あてはまるものを全てお選びください。＜複数選択可＞

Base : ALL Rate : %



マッピング(ファッション投資額×美容投資額)

ファッションの投資額が高い上位3ペルソナ(Type1,2,6)は、美容投資額、メイクアップコスメ、スキンケアコスメの投資額も高い傾向にあった。推し活や体験的趣味重視のペルソナ(Type7,8,9)は、ファッションも美容も投資が低い傾向にあった。



ファッション投資額	ペルソナ名	美容投資額	メイクアップコスメ額	スキンケアコスメ額
高い	ハイブランド取り入れ型プチセレブリティ(Type2)	金額高め	金額高め	金額高め
	なんでも全力投球型ファッションISTA(Type1)	金額高め	金額高め	金額高め
	自分への投資を惜しまない！セルフラバー(Type6)	金額高め	金額高め	金額高め
	トレンドフォロワー(Type3)	金額安め	金額安め	金額安め
	ビューティマルチパッションイト(Type4)	金額高め	金額高め	金額高め
	ライフスタイルホビーニスト(Type7)	金額やや平均	金額安め	金額やや平均
	スキンケア命！ビューティーエキスパート(Type5)	金額高め	金額高め	金額高め
	体験重視！アクティブトラベラー(Type8)	金額やや平均	金額安め	金額やや平均
安い	自分よりも推し優先！推し活ラバー(Type9)	金額安め	金額安め	金額安め

問い合わせ先

07



Lifestyle
Digital
CONNECT

生活者動向・コンテンツメディアにまつわる
情報発信＋調査や独自広告商品の開発を通じた
コンテンツマーケティング支援

概要

生活者動向・メディア利用実態調査や注目メディアへのインタビュー等を通じて、コンテンツマーケティングのヒントを発信しています。

約1,500以上のメディアと取引を行ってきたCCIだからこその知見を活かした情報をお伝えします。

※コンテンツメディア:美容/ファッション/食などの専門メディア

！ こんな方に

- コンテンツメディアマーケティングに悩んでいる
- コンテンツメディアのメディア活用方法や最新動向を知りたい
- ライフスタイル領域の生活者動向を踏まえて広告施策を実施したい

お問い合わせはこちら ▶ ldc@cartahd.com

特徴

自社セミナー開催

CCI独自調査をもとに、
広告主様、広告会社様向けの
セミナーを定期的に開催。

インフルエンサーや
媒体社の方をゲストに
お招きしての
トークセッションも
好評を博しております。

CCI独自広告商品

独自調査に基づいて
CCIオリジナル商品を開発。

生活者ニーズと
媒体接点をとらえた
効果的な広告商品
を取り揃えております。

note運営

コンテンツマーケティングに
まつわるnoteを運営。

CCI独自調査結果だけでなく
広告主様へのインタビューや
媒体社様へのインタビューも好評。

『宣伝会議』本誌でも
取り上げられました。

ウェビナー主催



noteでの情報発信

<https://note.com/ccildc>

