

報道関係各位

istyle

「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」6月18日発表

大賞はコスメデコルテ「フェイスパウダー」

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、2019年6月18日（火）、「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」を発表いたしました。2019年上半期のビューティ業界をにぎわせたキーワード「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ トрендキーワード」と同時発表となります。



コスメデコルテ「フェイスパウダー」

■「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」とは

@cosmeメンバーから寄せられたクチコミ投稿をベースに、今、生活者が支持している商品を表彰するアワードです。2002年より毎年恒例となっており、@cosmeならではの生活者視点に立った受賞ラインナップが、化粧品業界及び美容業界からもご注目いただいています。

なかでも「上半期新作ベストコスメ」は、この半年間（昨年11月1日～本年4月30日）の新商品のみ対象として選ばれた賞です。「@cosmeベストコスメアワード」の上半期における新人賞となっています。

■「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ トрендキーワード」とは

この半年間（昨年11月1日～本年4月30日）の新商品のみを対象として、生活者から支持された新作コスメ(モノ)を表彰する「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」に加え、「コト」に焦点を当て、同期間（昨年11月1日～本年4月30日）の@cosmeの膨大なデータをもとに6個のキーワードを抽出。データから読み取るトレンドキーワードとして発表します。2019年年末に発表する12個のトレンドキーワードのうち、上半期分の6個にあたります。

詳細は同日発表のプレスリリース（<https://www.istyle.co.jp/news/press/2019/06/0618-td.html>）を参照ください。

①リップ！リップ！リップ！	②「光を味方につける」	③「とにかくほしい透明感」
④マルチユースコスメ	⑤お助けブラウン	⑥まずは一本、棒コスメ

■「@cosmeベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」ハイライト

① 上半期新作コスメ総評

— 目指す姿は、アプリで加工された自分 —

- “肌への意識”の高まりを裏付けるワードの出現率が上昇
- なりたいのは「素肌感」のある肌、きっかけは写真加工アプリ
- 「素肌感」を演出、肌に溶け込む・肌馴染みの良いアイテムに人気集まる
- 肌への意識は、手元や目尻の細部にいたるまで

② コスメデコルテ「フェイスパウダー」の大賞受賞理由

— 機能＋エモーショナルな要素で高評価 —

- 新色「00」番の人気の大賞受賞を後押し
- 「選べない生活者」に寄り添うことが、ヒットを生む

上半期新作コスメの傾向詳細分析や各カテゴリ賞などの詳細は、次ページ以降をご確認ください。

< 詳細編 >

1. 「@cosme ベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」の受賞傾向

【総評】

目指す姿は、アプリで加工された自分

2019 年上半期は、「素肌感」「透明感」「トーンアップ」など、肌の仕上がりや状態について訴求したアイテムが人気を集めました。その傾向は、ベースメイクアイテムだけでなく、アイライナーやネイルなど様々なカテゴリに及んでいます。

このような生活者の肌への意識の高まりは、写真加工アプリの利用が当たり前になったことに起因しているようです。

「加工された自分＝欠点のない美しい肌の自分」を日常的に目にする中で、アプリで加工された自分が美しさの基準となり、「目指す姿」となる。そのことが、肌の仕上がりや状態について訴求したアイテムへの注目につながったと考えられます。また、同時発表のトレンドキーワードにも「光を味方につける」、「とにかくほしい透明感」といった、肌の仕上がりや状態に関連するワードが入っております。

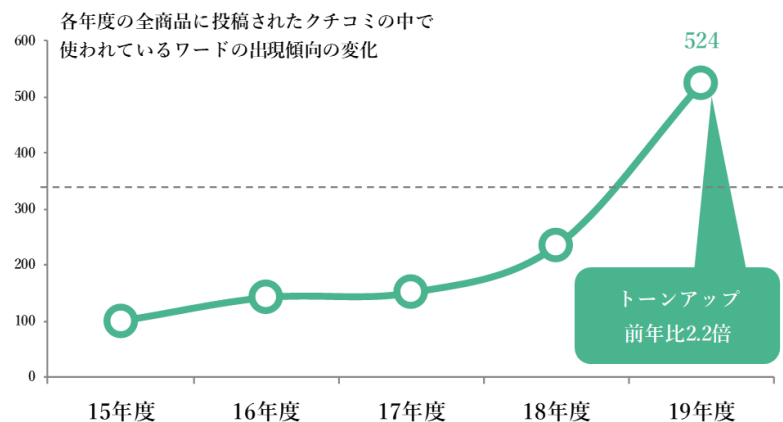
(1) 肌への意識の高まりを裏付けるワードの出現率が上昇

近年、パーソナライズへの関心の高まりなどから、カラー診断の用語である「イエベ」「ブルベ」(※)というワードの出現率が増加しています。2014 年度を基準とした場合、2018 年は 1.3 倍でしたが、2019 年はさらに上昇し 1.7 倍、昨年と比べても 1.3 倍となりました。カラー診断を基に、自分の肌に合う色味の商品を選択することで、メイクが映え、肌自体もキレイに見えるという相乗効果が期待できます。このことから、これらのワードの出現率の高まりは肌への意識の高まりを裏付けのひとつと言えます。

※一般的に「ブルベ・イエベ」とは、ブルーベース・イエローベースの略で、皮下組織にある血管の色味から判断する。

また、「@cosme ベストコスメアワード 2018」では、塗るだけで肌がトーンアップしたようにみえるラベンダー色コスメなど、透明感を演出してくれるトーンアップアイテムに注目が集まりました。その人気は今年に入り一気に加速し、「トーンアップ」というワードの出現率が、昨年と比べて 2.2 倍となりました。

これらのワードの出現率の上昇だけでなく、ベースメイク・スキンケアアイテムへのクチコミ件数自体も増加しており、クチコミ件数増減率がそれぞれ前年比 110%となっていることも、生活者の肌への意識の高まりを表しているといえるでしょう。



* グラフは2015年度の出現率を100としたときの推移

* 各年度の期間は、前年5月1日～当年4月30日（購入者のクチコミに限定）

(2) なりたいのは「素肌感」のある肌、きっかけは写真加工アプリ

生活者の肌への意識の高まりとともに、出現数を増やしているクチコミワードが「素肌感」。似たワードである「素肌」の出現率を比較してみると、「素肌」というワードはほぼ横ばいにも関わらず「素肌感」というワードは約 1.5 倍となっております。これは総評で述べたのと同様、写真加工アプリの利用が当たり前になったことが要因と考えられます。アプリで手軽に自分を加工できること、また、加工された自分を見慣れることで、まるで素肌自体がきれいになったように見せてくれるアイテムを使い、「素肌がきれいな人に見える」ことが大事という意識へとつながったと考えられます。

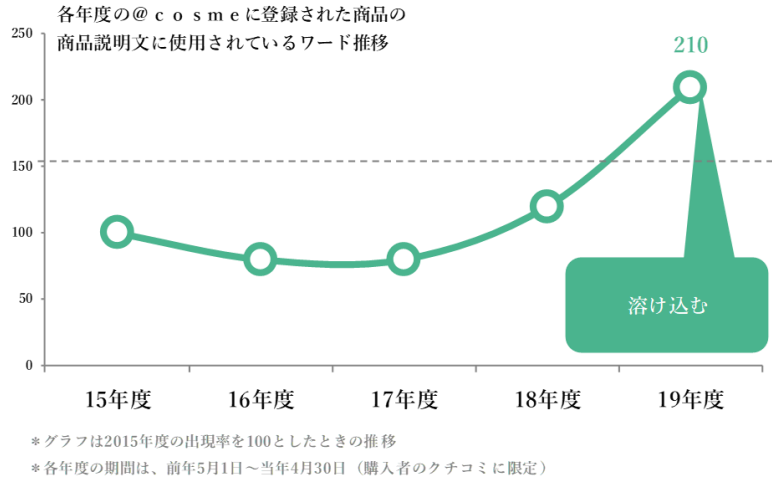
一方で、ベースメイクアイテムへのクチコミと共に、スキンケアアイテムへのクチコミ件数も増加していることから、今後は「盛る・映える」といった表面的・視覚的なごまかしではなく、真に、素肌からキレイにみえる自分でありたい・という欲求も高まっていくことが考えられます。

(3) 「素肌感」を演出、肌に溶け込む・肌馴染みの良いアイテムに人気集まる

近年、クリームやジェルなど、肌に溶け込むような仕上がりや叶える剤形のアイテムが様々なカテゴリで増加しています。登録商品数をみても、特にメイクアップカテゴリのチーク・アイシャドウがこの上半期に顕著に伸びており、2015 年を基準とした場合、チークは 2018 年時点で約 3 倍程度だったものが 2019 年上半期には 6.4 倍、アイシャドウは 2018 年時点で約 2 倍程度だったものが、2019 年上半期には 3.7 倍もの商品が@cosme に登録されました。生活者の求める理想の肌の仕上がりである「素肌感」を叶えるには、肌にのせるのではなく、肌に溶け込むような「肌馴染みの良さ」が重要。そういった剤形の商品であ

り、ベストチーク1位を受賞したヴィセ「リシェ リップ&チーククリーム N」では「浮いたりしないで馴染んでくれる」、同じくベストチーク2位を受賞したSUQQU(スック)「シマー リクイド ブラッシュ」では「自然と肌に馴染む」といったクチコミをはじめ、肌馴染みの良さに関する記述が多くみられました。

昨年から続く、透明感を演出してくれる「トーンアップ」アイテム人気の流れなど、肌に対する生活者の意識の変化をいち早くキャッチしたブランドが、そのニーズに答えるように肌の仕上がりや状態を訴求したアイテムを多く発売したことが、生活者の肌への意識の高まりをより一層後押しした、とも言えるかもしれません。



(4) 肌への意識は、手元や目尻の細部にいたるまで

ベースメイク以外の様々なカテゴリでも「肌をきれいにさせる」ことを訴求したアイテムが登場しています。素肌まできれいにさせる繊細なカラーを展開するエクセル「ネイルポリッシュ N」がベストネイル1位を受賞。ベストアイライナー1位を受賞したUZU BY FLOWFUSHI「UZU アイオープニングライナー」は、「肌も瞳もクリアに」と謳ったWHITE(ホホワイト)カラーが売り切れになるなど SNS 上で話題を集めました。こうしたアイテムが支持されていることから、生活者がベースメイクだけでなく、手元や目尻の細部にいたるまで「肌をきれいにさせる」ことを意識していることがうかがえます。

2. コスメデコルテ「フェイスパウダー」大賞受賞の背景

【総評】

機能＋エモーショナルな要素で高評価

上半期の流れを体現する商品であり、肌に溶け込み、馴染み、まるで素肌自体がきれいになったかのように見えるアイテムとして高く評価され、堂々の大賞受賞となりました。

また、クチコミの中に「素肌を生かせる」「毛穴が隠せる」「皮脂崩れや乾燥が気にならない」といった機能面の評価だけでなく、「パッケージが可愛い」「香りが好き」「パウダーの付け心地や付属パフの使い心地の良さ」といった声が多くみられることから、機能面に加えて、近年、生活者の商品選択において重要なファクターとなっている、「見た目／香り／使い心地」のような五感に訴えるエモーショナルな要素においても高評価を得ていることが伺えます。加えて、@cosme storeにおける販売実績を元に授賞する「@cosme store ベストヒット賞 第1位」にも同時に輝いたことも、生活者の支持の証左と言えるでしょう。

(1) 新色「00」番の人气が大賞受賞を後押し

コスメデコルテ「フェイスパウダー」は、2018年にベストコスメアワードの殿堂入りを果たした「AQ MW フェイスパウダー」のリニューアル商品です。フェイスパウダーという、一般にカラー展開の少ないアイテムでありながら、リニューアルに伴い新色の00番（無色）を追加し、全6色という多色展開となりました。

購入者のクチコミ（※）を見てみると、なんと約55%の購入者が新色の00番を選んでおり、一番の人気色であることがわかります。無色であることで、先に塗った化粧下地やファンデーションの仕上がりや質感や色を邪魔しないこと、厚塗りにならず素肌感が得られること、年齢やつけていく場所を選ばないことに加えて、「自分では選べない、自分に何が似合うかわからないが、失敗もしたくない」という意識を持った生活者にも「00番を買えば失敗はない」という安心感を与えることに成功しています。

豊富なカラー展開によって、自分のなりたい肌のイメージ・自分の好みを選べる楽しさも提供しつつ、自分にピッタリの色が欲しいというニーズはありつつも、自分では選べないという生活者の心理にも寄り添ったことは、コスメデコルテ「フェイスパウダー」が、まさに今、生活者が支持している商品を表彰するアワードの大賞商品に輝くことを強力に後押ししました。

(2) 「選べない生活者」に寄り添うことが、ヒットを生む

選べない・似合う色がわからない生活者にも寄り添う商品展開は他の商品にも広がってきており、ベストリップスティック1位を受賞した、マキアージュ「ドラマティックルージュEX」も、全7色展開のうち3色ずつブルーベース、イエローベースのカラーグループに分けつつ、どちらのグループの人にも使いやすい色味であるニュートラルなカラー「RD430」を1色展開しています。購入者のクチコミ（※）を見てみると、他の色味が約10%前後のところ、約33%の購入者がニュートラルなカラー「RD430」

を選んでいました。

このように「自分では選べない・自分に何が似合うかわからない人」や「ブルベ・イエベ両方の要素を持った人」に向けたセーフティネット的な要素を持つ商品の展開は、多くの生活者の支持を得るために今後ますます重要になってくるかもしれません。

(※) 購入者のクチコミ且つ、購入色番がわかっているクチコミのこと

3. トрендキーワードからみるベストコスメ受賞アイテム

ベストコスメアワードとトレンドキーワードは、共に生活者の今の気分やトレンドを反映したものであるといえます。それを裏付ける、トレンドキーワードとベストコスメアワード受賞商品の関連性を下記に紐解きます。

◆上半期ベストコスメ受賞アイテムにはトレンド要素も！

まず、大賞のコスメデコルテ「フェイスパウダー」は、下記2つのトレンドキーワードに当てはまります。

・「光を味方につける」：アウトドアで太陽光があたった時に美しく見えることに焦点を当てたアイテムが台頭したことを反映したキーワード

全6色すべてのカラーで「ツヤ」というワードが多く出現し、中でも、人気色00番では81%の出現率。「自然なツヤ肌」「白浮きせずに、光の反射で半トーンほど明るくみえる」「光にあたるたび、ツヤッキラッ」など、まさに光を味方につけて理想の肌を手に入れられるアイテムとして人気です。

・「とにかくほしい透明感」：スキンケアにとどまらず、メイクアップでも「透明感」を演出できるアイテムが登場したことを反映したキーワード

ベースメイクの最後の仕上げに登場するのがフェイスパウダー。化粧下地にファンデーション、人によってはコンシーラーも重ねる。とすると、最後の仕上げは厚塗り感が出てしまう工程ですが、コスメデコルテの「フェイスパウダー」は、しっとり肌に溶け込むようになじみ、まるで素肌がきれいになったような透明感を演出。この色味が一番透明感がでる！と全色分析するクチコミも。

【その他の受賞アイテム】

・「マルチユースコスメ」：マルチに使えるアイテムが多数登場したことを反映したキーワード

ベスト化粧品下地1位を受賞したHAKU「薬用 美白美容液ファンデ」は、「スキンケアブランドから発売されたメイクアイテム」といった、シミをカバーするだけでなくスキンケアも同時に叶えられるアイテム。スキンケアブランドだから「肌に溶け込むような仕上がりを求めて塗布しても心配ない」といった安心感も魅力のひとつ。機能面と安心感、両方ほしいという気持ちの面でもマルチに対応してくれます。

4. 「@cosme ベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」受賞商品一覧

■集計方法

生活者のクチコミに加え、どのくらい注目された商品かなどを加味して、順位を決定しています。

集計対象期間：2018年11月1日～2019年4月30日

集計対象クチコミ件数：48,082件

集計対象アイテム数：2,895アイテム

※化粧品、医薬部外品、化粧小物、美容器具、美容家電、日用品として販売されているものを対象としています。

※複数のカテゴリにまたがりクチコミ投稿されている商品は、商品性質を考慮し、主たる1つのカテゴリに絞って集計しています。

※この半年間に新しく発売され、新商品のクチコミとして投稿されている商品を対象としています。

※@cosmeshopping 上半期新作ベストヒット賞は「@cosmeshopping」での販売実績をもとに順位を決定しています。

※@cosmestore 上半期新作ベストヒット賞は「@cosmestore」での販売実績をもとに順位を決定しています。

【総合】

順位	メーカー名	ブランド名	商品名
1	コスメデコルテ	コスメデコルテ	フェイスパウダー

【アイテム賞】

アイテム賞は1位のみ掲載。詳細は (<https://www.cosme.net/bestcosme/>) にてご覧いただけます

部門名	メーカー名	ブランド名	商品名
-----	-------	-------	-----

ベストクレンジング	グライド・エンタープライズ	ルルルン	ルルルン クレンジングバーム
ベスト洗顔料	カネボウ化粧品	ルナソル	スムージングジェルウォッシュ
ベスト化粧水	アテニア	アテニア	ドレスリフト ローション
ベストフィックスミスト	資生堂フィティット	マジョリカ マジョルカ	モイストカクテルフィクサー
ベスト乳液	アルビオン	イグニス	プレミアム ネイチャーミルク
ベストクリーム	シャネル	シャネル	ル プラン クリーム HL
ベスト美容液	ロート製薬	オバジ	オバジ C25 セラム ネオ
ベスト日焼け止め	花王	ビオレ	ビオレ UV アスリズム スキンプロテクトエッセンス
ベストオイル	Clue	&be(アンドビー)	バリアオイル
ベストリップケア	資生堂インターナショナル	d プログラム	リップモイストエッセンスカラー
ベストパック	クオリティファースト	クオリティファースト	オールインワンシートマスク グランモイスト
ベストまつげケア	セザンヌ化粧品	セザンヌ	まつげ美容液 EX
ベスト化粧下地	ランコム	ランコム	UV エクスペール トーン アップ ローズ
ベストパウダーファンデ	コーセー	エスブリーク	シンクロフィット パクト UV
ベストリキッドファンデ	シュウ ウエムラ	シュウ ウエムラ	アンリミテッド ラスティング フルイド
ベストクリームファンデ	資生堂	HAKU	薬用 美白美容液ファンデ
ベストクッションファンデ	シャネル	シャネル	ル プラン クッション
ベストコンシーラー	ミシャ ジャパン	MISSHA (ミシャ)	ザ コンシーラー
ベストパウダー	コスメデコルテ	コスメデコルテ	フェイスパウダー
ベストハイライト・シェーディング	シャネル	シャネル	ボーム エサンシエル
ベストBBクリーム	ランコム	ランコム	UV エクスペール BB n
ベストアイシャドウ	セザンヌ化粧品	セザンヌ	シングルカラーアイシャドウ
ベストアイライナー	フローフシ	UZU BY FLOWFUSHI	UZU アイオープニングライナー
ベストマスカラ	資生堂フィティット	マジョリカ マジョルカ	ラッシュエキスパンダー リキッドエクステ EX
ベストアイブロウ	イブサ	イブサ	クリエイティブ アイブロウ エレメンツ
ベストリップスティック	資生堂	マキアージュ	ドラマティックルージュ E X
ベストリキッドルージュ	カネボウ化粧品	コフレドール	コントゥアリップデュオ
ベストチーク	コーセー	ヴィセ	リシェ リップ&チーククリーム N
ベストネイル	常盤薬品工業	エクセル	ネイルポリッシュ N
ベストボディケア	ハウス オブ ローゼ	ハウス オブ ローゼ	ボディ スムーザー PL (ピンクグレープフルーツ&レモネードの香り)
ベストデオドラント・制汗剤	エフティ 資生堂	エージーデオ 24	パウダースプレー (無香性)
ベストボディソープ	牛乳石鹸共進社	バウンシア	バウンシアボディソープ エアリーブーケの香り
ベストヘアケア	クラシエホームプロダクツ	ディアポーテ HIMAWARI	オイルインシャンプー／コンディショナー(リッチ&リペア)
ベストフレグランス	シャネル	シャネル	チャンス オー タンドゥル オードゥ パルファム
ベスト美容家電	ダイソン	Dyson	Dyson Airwrap Volume + Shape
ベストインナービューティ	オルビス	オルビス	ディフェンセラ
ベスト美容グッズ	プレビュート	プレビュート	アイリッドマットコート
ベスト日用品	ライオン	ソフラン	プレミアム消臭 アロマソープの香り

@cosme公式通販サイト「@cosme shopping」での販売実績をもとに順位を決定

部門名	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme shopping 上半期新作ベストヒット賞	1	ランコム	ランコム	UV エクスペール トーン アップ ローズ
@cosme shopping 上半期新作ベストヒット賞	2	カネボウ化粧品	ルナソル	ジェミニナイトアイズ N
@cosme shopping 上半期新作ベストヒット賞	3	カネボウ化粧品	コフレドール	スキンシンクロロジー

【@cosme store 上半期新作ベストヒット賞】

@cosmeがプロデュースするコスメのセレクトショップ「@cosme store」での販売実績をもとに順位を決定

部門名	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme store 上半期新作ベストヒット賞	1	コスメデコルテ	コスメデコルテ	フェイスパウダー
@cosme store 上半期新作ベストヒット賞	2	資生堂	マキアージュ	ドラマティックルージュ EX
@cosme store 上半期新作ベストヒット賞	3	石澤研究所	毛穴撫子	お米のパック

(ご参考)

◆2019 年上半期の台湾の美容トレンドがわかる
「2019 UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞上半年新秀賞」台湾で同時発表

@cosmeのグループサイトである、台湾の化粧品クチコミサイト「UrCosme(@cosme TAIWAN)」でも、2019 年上半期に発売された商品の中で、台湾のユーザーが最も支持したコスメをランキング形式で表彰するアワード「2019 UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞上半年新秀賞」を同時発表し、各ジャンルを代表する第1位のアイテムが34商品選出されました。今回、シュウ ウェムラの「アンリミテッド ラスティング フルイド」など、計5つの商品が日本と台湾のベスコス同時受賞を果たしました。



受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

https://www.urcosme.com/beauty-awards/2019/up_newstar

◆「@cosme ベストコスメアワード 2019 上半期新作ベストコスメ」
編集特集ページ

受賞商品の詳細や、商品紹介動画をはじめとした編集コンテンツをご覧ください。また、@cosmeグローバルサイト版では英語・繁体字・簡体字・韓国語に対応しています。

- ・PC サイト
: <https://www.cosme.net/bestcosme/>
- ・スマートフォンサイト
: <https://s.cosme.net/bestcosme/>
- ・グローバルサイト
: <http://us.cosme.net/bestcosmeRankings> (英語)
: <https://jp-tw.cosme.net/bestcosmeRankings> (繁体字)

: <http://cn.cosme.net/bestcosmeRankings> (簡体字)

: <http://kr.cosme.net/bestcosmeRankings> (韓国語)

◆@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 4,000 ブランド・商品数 32 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化粧品・美容の総合サイトです。1999 年のオープン以来、会員数・クチコミ件数・ページビュー数ともに伸び続け、累計クチコミ数は 1,400 万件を突破しています。

【株式会社アイスタイル 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：35 億 5,600 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



◆お問合せ◆ 株式会社アイスタイル 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