

報道関係各位



「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」6月8日発表
大賞はディオール「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」
～マスク着用緩和でメイク&リップ需要本格復活！！～

株式会社アイスタイル（代表取締役社長：遠藤 宗 以下、アイスタイル）は、2023年6月8日（木）、「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」を発表いたしました。今回、総合大賞に輝いた商品は、ディオール「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」となりました。

また、昨年より新たに発足した「@cosme トレンド予測部」が、美容プラットフォームとしての知見や、売上動向、クチコミ、その他関連データからみえる、今後の生活者インサイトや美容トレンドを予測する「2023 下半期トレンド予測」を同時発表いたします。

※2023 下半期トレンド予測の詳細は本日発表のプレスリリースを参照ください。

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2023/06/0608-trend.html>



■ 「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」とは

「@cosme ベストコスメアワード」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。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）に発売された新商品を対象としており、「@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」は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。

■ 「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」ハイライト

- 総評
- 2023 上半期新作ベストコスメ全体傾向
- 総合大賞受賞の背景～メイク・リップ需要復活～
- 受賞商品からみえるトレンド分析
 - 1) 商品選択はますます賢く
 - ①顔タイプ診断
 - ②ミドルコスメ
 - ③サブスク
 - 2) 透明感は首や爪先まで「爆上げ」
 - 3) スキンケアのニーズは成分・〇〇フリー・角質ケア
 - 4) マスク着用緩和で、ベースメイクニーズが多様化
 - 5) 新作コスメは形状・素材・技術が進化！

※「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」受賞商品一覧は後述

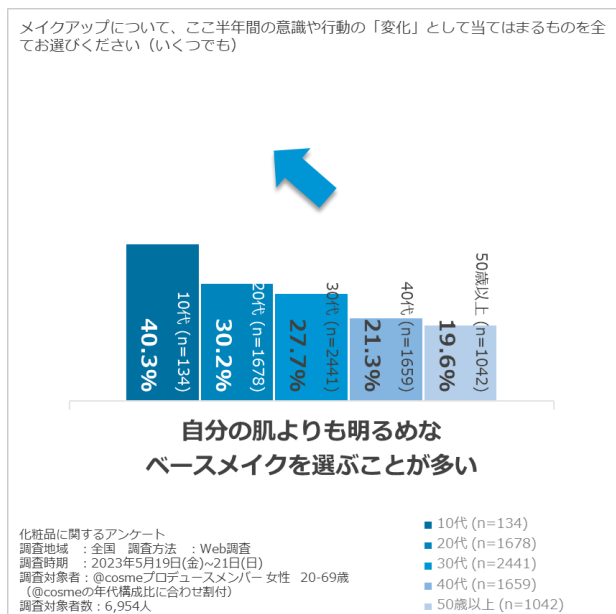
● 総評

メイク需要本格復活の兆し！マスク着用緩和をうけて生活者も前向きな気持ちに！

新型コロナウイルスの影響で落ち込んでいた化粧品業界。昨年後半からは、外出機会が増えてきたことやマスク着用の緩和を受けて、本格復活の兆しを見せています。@cosme の旗艦店「@cosme TOKYO」では、2023年4月の月間売上が4.5億円を超え、2020年1月のオープン以降最高を更新し、昨対比165%となりました。なかでもメイクカテゴリの売上は昨対比171%となり、メイク意欲の回復がうかがえます。また、訪日外国人客数も増加傾向で、4月の免税売上比率は全体売上の約20%を占めるなど、随所に化粧品需要の回復が感じられる半年間でした。

2023年5月に実施した@cosmeユーザーを対象とした「化粧品に関するアンケート」（以下、ユーザーアンケート）によると、ここ半年で「漠然とした不安」を感じるようになったと回答した人が、前回調査の2022年11月と比較すると、57.1%から47.5%へと約10ポイント減少し、反対に「将来への期待」を感じるようになったと回答した人は、24.4%から31.6%へと、約7ポイント上昇しました。この半年間で、生活者の気持ちが前向きになったことがうかがえます。

また「人前でマスクを外す機会」が増えたと回答した人は53.4%と半数以上を占め、前回調査の26.0%から倍増する結果となりました。今年3月にマスク着用が個人の判断となったことも後押しとなり、生活に大きな変化が起きているようです。



● 2023 上半期新作ベストコスメ全体傾向

コロナ禍3年を経て、総合TOP3がメイクカテゴリに！

外出自粛やマスク着用の影響を受け、総合TOP3をすべてスキンケア商品が占めたコロナ禍1年目の2020年から3年を経て、@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ総合TOP3は、大賞と2位がリップ、3位がチークとメイクカテゴリが占め、メイク需要の本格復活を裏付ける結果となりました。



ユーザーアンケートでも、この半年間の意識や行動の変化として、「ファンデーション/チーク/アイメイク/リップメイクが薄くなった/しなくなった」という回答が、前回調査に比べ全体で約10ポイント減少し、メイクをする習慣や気持ちが戻ってきた様子が見えます。

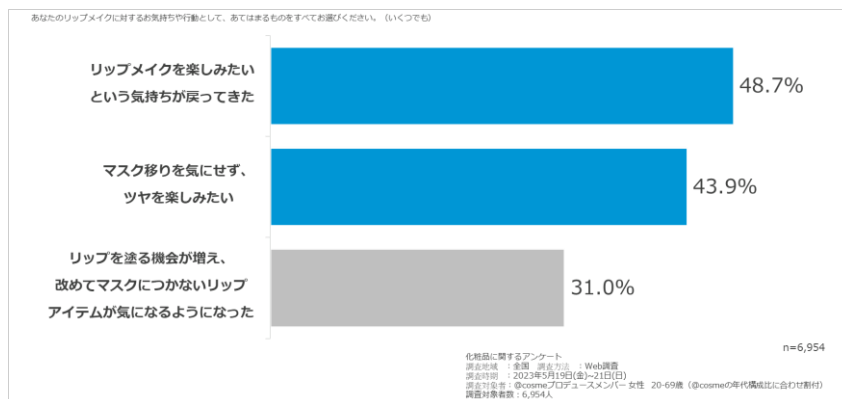
● リップ需要復活、総合大賞受賞の背景

新商品を中心に生活者のニーズが「マスクにつかない」より「メイクの楽しさ」に変化？！

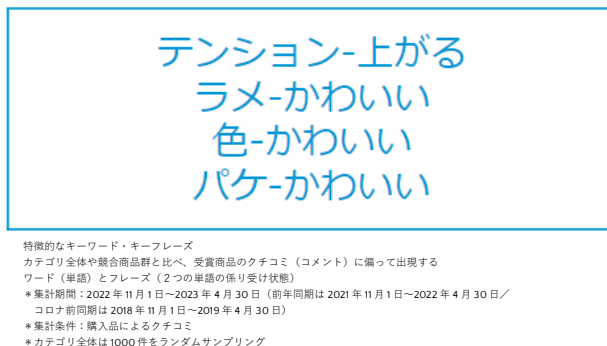
前述の通り、2023 年上半期はメイク需要が本格復活した半年となりました。2023 上半期新作ベストコスメ総合大賞に輝いたディオール「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」はその象徴といえるでしょう。

同時にリップアイテムの人気の傾向にも変化が起きました。

ユーザーアンケートでは、リップメイクに対する気持ちや行動にあてはまるものとして「リップメイクを楽しみたいという気持ちに戻ってきた」と回答した人が全体の約半数の 48.7%に及びました。さらに、「マスク移りを気にせず、ツヤを楽しみたい」と回答した人も 43.9%おり、「リップを塗る機会が増え、改めてマスクにつかないリップアイテムが気になるようになった」という回答を約 13 ポイント上回る結果になりました。



この変化は、ディオール「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」について投稿されたクチコミにも現れています。同期間に投稿された同カテゴリ商品へのクチコミと比較してみると、この商品には「テンション-上がる」や「色-かわいい」といった特徴的なワードが見られました。



一方で、マスクにつかないことや、落ちにくさがまったく意識されなくなったというわけではないようです。@cosme TOKYO の売上をみても、「マスクにつきにくい」ことをうたった商品が引き続きリップカテゴリの売上上位になっています。とはいえ、生活者の支持をもっとも受けた商品である総合大賞が「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」であることから、新商品を中心に、生活者の商品選択において「マスクにつかないという機能」よりも「メイクを楽しみたいという気持ち」の優先度が高くなりつつあるといえそうです。

また、総合大賞と2位の両方が、唇にツヤやふっくら感を与えるアイテム「リップブランパー」であることも、2023 年上半期新作ベストコスメの特徴です。クチコミにおけるワードの出現率でも「ブランパー」が昨年比 180%、「リップブランパー」は昨年比 210%と伸長しており、関心が高まっていることがうかがえます。

● 受賞商品からみえるトレンド分析

1) 商品選択はますます賢く

① 顔タイプ診断

数年前から、パーソナルカラーといって、その人の肌や瞳、唇などの色、雰囲気合う色の診断が流行しましたが、診断によるタイプ分けはさらに進化した。2023 年上半期は顔の輪郭やパーツの形、バランスなどから似合うメイクや洋服のテイストを診断する「顔タイプ診断」が注目されました。

クチコミでも「顔タイプ」というワードの出現率が昨対比 340%となったほか、「盛り耐性」（昨年比 620%）、「奥目」（昨年比 290%）、「毛穴タイプ」（昨年比 190%）といった自分をタイプ分けするようなワードの伸長が目立っています。

ユーザーアンケートでメイクアップにおけるここ半年間の意識や行動の変化として、「顔タイプ・骨格タイプを意識することが増えた」と回答した人にその理由を聴取したところ、「自分の特徴を知りたい」という回答が最も多く、いずれの年代でも共通していました。

次いで、「自分を好きになりたい、自己肯定感をあげたい」「選択肢を絞ることができる、効率的に商品を選べる」「失敗するリスクを減らせる」「自分らしさを大切にしたい」の4つの理由が全体の5割前後で並んでいます。このアンケート結果からは、自分の特徴を知りたい／好きになりたい／自分らしさを大切にしたいという「自己肯定」の気持ちと、効率的に商品を選びたい／失敗するリスクを減らしたい「リスクヘッジ」の両方を満たせることが診断系コンテンツの人気の理由であることがうかがえます。

また、最も多くあげられた「自分の特徴を知りたい」以外の理由は、年代によって回答傾向に違いがみられました。10-20代の若年層では「自分を好きになりたい、自己肯定感をあげたい」、40代以上では「自分らしさを大切にしたい」という理由が2番目に多く挙げられました。若年層は一般的に、自分らしさを大切にしたい意識が強いといわれていますが、自分らしさを見つける前段階として、こうした診断をうまく取り入れているようです。

今後は「顔タイプ診断」によって知った自分の特徴に合うかどうか、商品選択のひとつの基準として一般化するかもしれません。



エクセル「シームレストーン ブラッシュ」

ベストチーク第2位

SB01 シーショア 購入。青み重視のブルベで顔タイプも直線寄りなので青系のコスメが異常に得意なわたしです。



RMK「スキントイント」

ベストリキッドファンデ第1位

- 私は作り込んだ肌があまり似合わない顔タイプなのでこれくらいのカバー力がちょうど良いです。
- 特に薄肌で、しっかりメイクが似合う顔タイプやPCやPD、でも薄付きがいいしナチュラルな肌感がいい！もしくはたまにはカジュアルな装いに合うラフな質感にしたい！って方。是非使ってみてください……



セザンヌ「リップカラーシールド」

ベストリップスティック第1位

発色は本当にかなりシアーなので淡い色得意な人や盛り耐性ない人、ナチュラルメイクや優しい色が好きな人におすすめ。

② サブスク(美容家電)

今回、ベスト美容家電を受賞したのは、第1位Panasonic「バイタリフト RF EH-SR85」、第2位ReFa「ReFa BEAUTECH DRYER SMART」でした。いずれも高価格帯に分類される商品です。

近年、美容家電をお試しでレンタルしたり、月額制のサブスクで低価格で使用したりできるサービスが登場しています。前述の受賞商品におけるクチコミでは、このようなサービスが購入のきっかけになったという声が見受けられました。低価格で気軽に試用することは、失敗リスクを最小限にし、余計なモノを持たないエコなライフスタイルにも繋がる新しい消費行動だといえそうです。

ユーザーアンケートでも、自身の考えや気持ちに当てはまるものとして、「美容家電のレンタル・サブスクは魅力的だ」と回答した人が1割強おり、まだまだ少数派ではあるものの、今後もこのようなサービスが商品の購入のきっかけとして広がっていく可能性もありそうです。



Panasonic 「バイタリフト RF EH-SR85」

ベスト美容家電第1位

購入を迷っていたので、レンタルをしました。早速使ってみたところ、確実にリフトアップしました！RF EMS Lift モードで半顔だけやってみて、家族にどちらをやったか聞いてみるとすぐにわかったようでした。



ReFa 「ReFa BEAUTECH DRYER SMART」

ベスト美容家電第2位

数年前から高級ドライヤーに興味を持ち、レンタルで買いたい候補いくつかをレンタルで試したとき、仕上がりが断トツ気に入ったのがリファでした。

③ ミドルコスメ

コスメを価格帯で分けるときの一般的なカテゴライズとして、「プチプラコスメ」や「デパコス」がありますが、今クチコミでは、新たなカテゴライズワードとして「ミドルコスメ」や「ミドルプライス」といった言葉が伸長しています。

明確な定義ではありませんが、これまで化粧品業界では一般的に、「中価格帯コスメ」とは、ドラッグストアやバラエティショップなどのセルフチャンネルで購入できる 3000 円前後の商品であると理解されてきました。

しかし、生活者の想起する「ミドルコスメ」や「ミドルプライス」の中には、既存の「中価格帯コスメ」と異なり、流通チャンネルに囚われず、「少し高めプチプラコスメ」や「少し安めデパコス」も含まれていることがポイントです。

<クチコミ抜粋>

プチプラ系ではなくミドルコスメ系と、プチプラから1段階お値段上がる部類です。おすすめできるコスメです。

最近美容系ユーチューバーなどが「ミドルコスメ縛りでメイクしてみた」や「ミドルプライスでオススメ〇選」などと銘打ったコンテンツをあげており、デパコスでもプチプラコスメでもない商品を紹介するコンテンツにも需要があることがうかがえます。また@cosme では、「価格」が化粧品選択時に必要とされる情報の1つであることから、昨年の上半期新作ベストコスメアワードから、「ハイプライス」「ミドルプライス」「ロープライス」の3つの価格を軸にした賞を新設しました。

<価格別賞 ミドルプライス部門には、様々な流通チャンネルの商品がランクイン>



ダーマレーザー
「ダーマレーザー スーパー
VC100 ジェルクリーム」
価格別賞 ミドルプライス部門
フェイスクリーム・ジェル



オルビス
「リンクルブライト UV
プロテクター」
価格別賞 ミドルプライス部門
日焼け止め



イプサ
「パウダー ファンデーション e」
価格別賞 ミドルプライス部門
ファンデーション

「ミドルコスメ」や「ミドルプライス」のワードの出現数自体は多くありませんが、今後、この言葉が浸透していくことでニーズが顕在化し、プチプラコスメとデパコスという既存のカテゴライズに並ぶ第三の選択肢となっていくことが期待されます。

2) 透明感は首や爪先まで「爆上げ」

ここ最近、「純欲メイク」や「白湯メイク」など、透明感を意識したメイクが流行しましたが、2023 上半期新作ベストコスメ総合受賞商品でも、カラー展開がある商品は、「ラベンダー」「ライラックカラー」といった透明感を与えるカラーが人気でした。



セザンヌ
「パールグロウニュアンス」
総合第 3 位/
ベストハイライト第 1 位



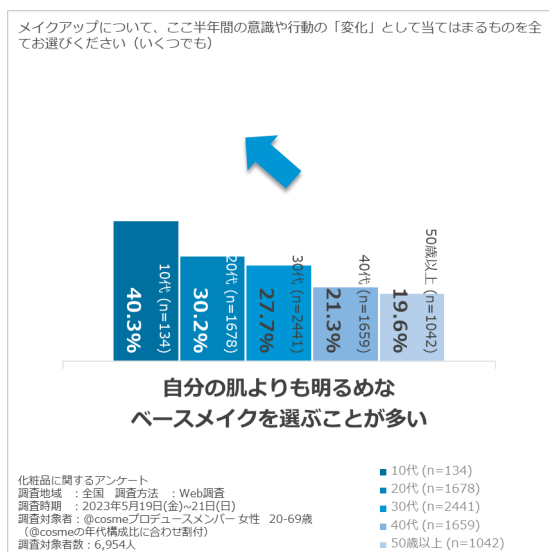
コスメデコルテ
「サンシェルター マルチ
プロテクション トーンアップ CC」
総合第 5 位/
ベスト BB・CC クリーム第 1 位/
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 総合第 5 位/
@cosme STORE ベストヒット賞 総合第 1 位



マキアージュ
「ドラマティック
スキンセンサーベース NEO」
総合第 8 位/
ベスト化粧下地第 1 位
価格別賞 ロープライス部門
化粧下地第 1 位
@cosme STORE ベストヒット賞
総合第 3 位

クチコミにおけるワードの出現率を見ると、透明感に関する新たな表現である「透明感爆上がり」というワードが昨対比 190%と なっています。またユーザーアンケートでは、メイクアップにおけるここ半年間の意識や行動の変化として、約 40%が「透明感を意識したメイクをすることが増えた」と回答しました。

さらに、最近では化粧下地などのクチコミで「首まで塗る」という声が聞かれるようになっていきます。これまでは首の色に合わせてベースメイクの色を選ぶことが主流でしたが、ユーザーアンケートでは全体で 25.8%、特に 10 代の 40.3%が「自分の肌よりも明るめなベースメイクを選ぶことが多い」と回答しており、トーンアップした顔の色にあわせて、首にも透明感を求めているようです。



また、ネイルカラー、ハンドケア、ヘアカラーなどのカテゴリの 2023 上半期新作ベストコスメの受賞商品でも、商品説明で「透明感」が訴求されており、いまや透明感を意識するパーツは首や爪先などの細部まで広がっていることがわかります。



&nd by rom&nd「グラシードロップネイル」
ベストネイル第 1 位
爪先に霞が宿ったような透明に輝くネイルです



D-UP(ディーアップ)「ファンデーション for Nails by TONE DROP」
ベストネイル第3位
ツヤと透明感を与えてナチュラルに爪を美しく見せられる”爪のファンデーション”です



ベネフィーク「クリアハンドクリーム」
ベストハンドクリーム第1位
ハンドクリームで透明感のある手に

3) スキンケアのニーズは成分・〇〇フリー・角質ケア

ユーザーアンケートで、スキンケアにおけるここ半年間の意識や行動の変化を聴取したところ、「スキンケア化粧品に安心感を求めるようになった」という回答が前回調査から7ポイント以上減少しています。コロナ禍では、長時間のマスク着用による肌荒れが影響し、鎮静効果のある商品に人気が集まったり、「肌のコンディションを一定に保つための守りのケア」へのニーズがありましたが、マスク着用が任意となったいま、徐々に「肌のアップデートを求めた攻めのケア」へとニーズが変化しつつあるのかもしれませんが。

上半期のスキンケアトレンドをみてみると、近年人気が高まった成分である「レチノール」というワードのクチコミ出現率が2020年からいまだに右肩上がりです。しかし一方で、刺激となる成分が入っていない「アルコールフリー」や、敏感肌の人でも使いやすい「酸化亜鉛フリー」といった「〇〇フリー」への関心も高まっていることが特徴的でした。総合10位にランクインしたナチュリエ「ハトムギ化粧水」もリニューアルによってアルコールフリー処方になったことが生活者から評価されています。

その他、総合9位にはKANEBOのふき取り化粧水「カネボウ ラディアント スキン リファイナー」が選ばれました。「ベスト化粧水」第1位にもこの商品が選ばれていることから、角質ケアのニーズがあることがうかがえます。

また、この上半期には新しい肌悩みとして「ビニール肌」というワードが出現し、昨対比200%と伸長しています。ビニール肌は、過度なピーリングやスクラブなどの角質ケアによる摩擦で角質層が薄くなり、肌のキメが失われて肌が弱くなっている状態を現したワードです。ビニール肌という悩みが出現したのは、角質ケアが一般に浸透したからこそともいえるでしょう。今後はビニール肌の対策や改善ができる商品の登場も期待されます。

スキンケアについては、「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」と同時発表の「2023 下半期トレンド予測」でも注目しています。マスクが外れる機会が増え、これまで隠れていた部分が露わになるようになったことで、スキンケアの意欲が改めて高まると予測しています。詳細はこちらをご覧ください。

リリース URL : <https://www.istyle.co.jp/news/press/2023/06/0608-trend.html>

4) マスク着用緩和で、ベースメイクニーズが多様化

ベースメイクのトレンドをみてみると、コロナ禍でのマスク生活で増えた、化粧下地や日焼け止め、フェイスパウダーだけでベースメイクを仕上げる「ノーファンデ派」は上半期も健在でした。クチコミにおける「ノーファンデ」というワードの出現率も引き続き増加し、5年で380%と伸長しています。

また、2023 上半期新作ベストコスメの総合第5位には生活者から「ファンデいらず」などと評価されているコスメデコルテの化粧下地「サンシェルター マルチ プロテクション トーンアップ CC」がランクインしています。

<クチコミ抜粋>

仕事の日にノーファンデで使える下地を探して購入しました。私の肌はイエベですが、
こちらのラベンダーは違和感なくトーンアップしてくれます。
肌への負担も少ないようで、肌荒れ等のトラブルも起きませんし、つけ心地もとても軽いです！

一方で、総合第 8 位には、ファンデーションと合わせて使う「化粧下地」として、ファンデ派から評価されるマキアージュの化粧下地「ドラマティックスキンセンサーベース NEO」もランクインしました。

SPFが高いので崩れやベタつきが心配でしたがサラッとした水のようなテクスチャーでつけ心地よく、その上からパウダーファンデを使っていますが綺麗に仕上がりが、崩れず一日持ちいい商品でした。

<クチコミ抜粋>

加えて総合第 6 位にランクインしたディオールのコンシーラー「ディオールスキン フォーエヴァー スキン コレクト コンシーラー」は、クチコミで、ノーファンデ派からは、ファンデーションを使わなくても肌をきれいに見せることのできるアイテムとして、ファンデ派にはコンシーラーとして評価されており、ノーファンデ派とファンデ派とが混在する受賞ラインナップとなりました。

<クチコミ抜粋>

口コミが良いので使ってみたくて購入しました。大正解です！
伸びも良く、スポンジで馴染ませるといい感じに馴染むし、持ちも良い、くすみにくい、といいことづくめです。
ファンデ代わりでもコンシーラーでも使えてコスパもいいと思います。

1N を購入し、少し暗かったので ON を追加し、混ぜて使用しています。
ベースとこちらで、ノーファンデでもいい感じの仕上がりがです



マスクの着用が任意になった今、今後のベースメイクのトレンド動向に注目です。

5) 新作コスメは形状・素材・技術が進化！

2023 年上半期新作ベストコスメは、革新的な商品が豊作でした。総合第 7 位のシートマスクであるルルルン「ルルルン ハイドラ V マスク」は、新開発された「HIFU 感覚シート」が使われており、クチコミでもシートそのものが高評価でした。

また定番の形状以外の商品も登場しました。ベスト日焼け止め第 2 位のアディクション「アディクション スキンケア UV タッチアップ クッション」は、ファンデーションで一般的な形状のクッションタイプの日焼け止め、持ち運びに便利かつメイクの上から塗り直すことができる画期的な商品です。

更に、@cosme STORE ベストヒット賞 総合第 8 位のシュウ ウエムラ「クロマティックス クワッド」は、異業種である、自動車メーカーのマツダの塗装技術にインスパイアされたテクスチャが特長というこれまでにないアイテムです

新形状

バームのチューブ化



DEW
「DEW ハニーバームクレンジング」
ベストクレンジング第 2 位

UV のクッション化



アディクション
「アディクション
スキンケア UV タッチアップクッション」
ベスト日焼け止め第 2 位 /
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 総合第 6 位

新素材



ルルルン
「ルルルン ハイドラ V マスク」
総合 7 位 /
ベストシートマスク 1 位 /
@cosme STORE ベストヒット賞 総合第 8 位

新技術



シュウ ウエムラ
「クロマティックス クワッド」
ベストアイシャドウパレット第 3 位

「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」受賞商品

■集計方法

「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」は、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: 2022 年 11 月 1 日~2023 年 4 月 30 日

集計対象クチコミ件数: 107,628 件

集計対象アイテム数: 3,727 アイテム

化粧品、医薬部外品、美容グッズ、日用品として販売されているものなど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。

※@cosme SHOPPING ベストヒット賞は「@cosme SHOPPING」での販売実績をもとに順位を決定しています。

※@cosme STORE ベストヒット賞は「@cosme STORE」及び「@cosme TOKYO」での販売実績をもとに順位を決定しています。

【総合】

上半期に発売された新作商品のうち、@cosme メンバーから支持されたアイテム

部門	ブランド名	商品名
総合大賞	ディオール	ディオール アディクト リップ マキシマイザー
第2位	ヴィセ	ヴィセ エッセンス リッププランパー
第3位	セザンヌ	パールグロウニュアンス
第4位	ディオール	カプチュール トータル ル セラム
第5位	コスメデコルテ	サンシェルター マルチ プロテクション トーンアップ CC
第6位	ディオール	ディオールスキン フォーエヴァー スキン コレクト コンシーラー
第7位	ルルルン	ルルルン ハイドラ V マスク
第8位	マキアージュ	ドラマティックスキンセンサーベース NEO
第9位	KANEBO	カネボウ ラディアント スキン リファイナー
第10位	ナチュリエ	ハトムギ化粧水

「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」は総合の他、アイテム賞(39 部門)、価格別賞 ハイプライス部門、価格別賞 ミドルプライス部門、価格別賞 ロープライス部門、@cosme SHOPPING ベストヒット賞、@cosme STORE ベストヒット賞がございます。詳細はこちらをご覧ください。

<https://www.cosme.net/bestcosme/>

(参考)

◆2023 年上半期の台湾・香港の美容トレンドがわかる
「2023 年@cosme ベストコスメアワード上半期新作」台湾版・香港版同時発表

【台湾版】

台湾版「@cosme」でも、2023 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「@cosme TAIWAN THE BEST COSMETICS AWARDS 2023 MID-YEAR NEW PRODUCTS」を同時発表しています。

受賞商品一覧や、アワードの詳細については下記をご参照ください。

https://www.cosme.net.tw/beauty-awards/2023/up_newstar



【香港版】

香港版「@cosme」でも、2023 年上半期に発売された商品の中で、香港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「@cosme HongKong THE BEST COSMETICS AWARDS 2023 MID-YEAR NEW PRODUCTS」を同時発表しています。

受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

https://hk.cosme.net/best-cosme-awards/2023/1h_newstar



◆2023 年上半期の韓国の美容トレンドがわかる「2023 1H GLOWPICK AWARDS」を発表

@cosme の姉妹サイトである韓国のビューティプラットフォーム「GLOWPICK」は、2023 年 6 月 1 日に「2023 1H GLOWPICK AWARDS」を発表いたしました。今回は「CLEAN BEAUTY」、「ROOKIE」、「カテゴリ賞」の 3 つの軸で、上半期に最も支持された商品を表彰しています。

受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

<https://www.glowpick.com/awards/v2/31>



◆【2023年6月15日（木）13:00 開催】クチコミを読み解くリサーチプランナーに学ぶ「@cosme 上半期ベストコスメ」解説セミナー



アイスタイルでは化粧品ブランドの皆さまの業務のヒントとなるようなウェビナーを定期的で開催しております。今回は、「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」の結果を元に二部構成にてお届けいたします。

第一部では、『2023 年上半期クチコミから読み解く生活者の今とこれから』と題し、「@cosme ベストコスメアワード 2023 上半期新作ベストコスメ」表彰に際し、この半年間に@cosme 内に蓄積された投稿クチコミの分析を行ってきたアイスタイルのリサーチプランナーである原田・西原の両名からこの上半期のトレンドやキーワード、そこから読み取れる今後の生活者が美容・コスメに求めていることは何なのか、クチコミから見たその兆しについてご紹介させていただきます。

第二部では、視聴される皆様からのご質問に対し、リサーチプランナーである原田・西原がクチコミから読み取れた分析結果をお答えさせていただきたいと思っております。

毎回、「ベストコスメアワード」のウェビナーでは視聴いただいた皆様から多数のご質問をいただいております。そうしたご質問に1つでも多くお答えできるよう、今回は質問パートを長めにお取りし、お届けさせていただく予定です。

※セッション中、或いは予約時にいただく質問の件数次第ではすべてのご質問には、時間内でお答えできない場合もございます。あらかじめご承知おきください。

【開催概要／プログラム】

開催日：2023年6月15日（木）13:00~14:15

第一部：13:00-13:55（予定）

（仮）『2023 年上半期クチコミから読み解く生活者の今とこれから』

第二部：13:55-14:15（予定）

『@cosme リサーチプランナーへの質問セッション』

【登壇者紹介】

・スピーカー

株式会社アイスタイル @cosme リサーチプランナー 原田 彩子

株式会社アイスタイル @cosme リサーチプランナー 西原 羽衣子

開催方法：オンライン開催（Zoom）

参加費：無料

お申込み、ウェビナーの詳細情報につきましては下記をご参照ください

URL：https://business.cosme.net/webinar/bestcosme_first-half_20230615

◆@cosme とは

月間訪問者約1,650万人、国内外4万2千ブランド・商品数37万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ています。

<https://www.cosme.net>

【株式会社アイスタイル 会社概要】 <http://www.istyle.co.jp> 東証プライム・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：52億5,600万円

■代表者：代表取締役社長 遠藤 宗

■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 エクスターナルコミュニケーション室 TEL：03-6161-3662 FAX：03-6161-3661 Email：istyle-press@istyle.co.jp