

報道関係各位



2025 年話題のコスメを総括！「@cosme ベストコスメアワード 2025」発表 ～総合大賞は2年連続でアテニア「スキんクリア クレンズ オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」 史上最強の酷暑の影響も垣間見える総合 TOP10 受賞商品～

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、2025 年、生活者に支持されたコスメを総括する「@cosme ベストコスメアワード 2025」（以下、ベストコスメアワード）を発表いたしました。本年の総合大賞は、2 年連続でアテニア「スキんクリア クレンズ オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」となりました。また、2022 年より発足した「@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から、売上動向やクチコミ、その他関連データからみえる意識変化と、今後の生活者インサイトや美容トレンドを予測する「2026 上半期トレンド予測」も同時発表されました。

※2026 上半期トレンド予測については、本日発表のプレスリリースをご参照ください。

URL : <https://www.istyle.co.jp/news/press/2025/11/1119-tr.html>



1. 「@cosme ベストコスメアワード 2025」とは

実際に商品を使用したメンバーから、この 1 年間に@cosme に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ランキング形式で表彰するアワードです。サービス開設当初より毎年発表しており、@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。

2. 総合大賞、各部門受賞商品から見えるトレンド分析

（1）スキンケアカテゴリの 2 年連続総合大賞は史上初

総合大賞は、アテニア「スキんクリア クレンズ オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」（以下、本商品）が、2017,2018 年受賞のオペラ「リップティント」以来、またスキンケアカテゴリでは史上初の 2 年連続受賞となりました。新色の発売など、話題化を継続するための仕掛けが比較的作りやすいメイクアップ商品に対し、そういった仕掛けが難しいスキンケア商品の 2 年連続の大賞受賞は快挙といえるでしょう。

連続総合大賞受賞は「7年ぶり」				
スキンケアでは初の連続受賞				
*歴代総合大賞受賞商品				
2000 ベビーピンク リップジェリー	2001 ベビーピンク リップジェリー	2002 大島椿 大島椿(ツバキ油)	2003 大島椿 大島椿(ツバキ油)	2004 大島椿 大島椿(ツバキ油)
2005 ファンケル マイルドクレンジング オイル (旧)	2006 ビエヌ スパークリング アイズ	2007 ポアトル 角栓クリアジェル	2008 ソフティモ スーパーポイントメイ アップリムーバーN	2009 クリニーク スーパーバーム モイスチャライジング グロス
2010 ジルスチュアート ミックスブラッシュ コンパクト	2011 ディオール ディオール アディク リップマキシマイザ	2012 資生堂 ファンデーション ブラシ 131	2013 ニベア ニベアクリーム	2014 マキアージュ エッセンスグラマラス ルージュ NEO
2015 イヴ・サンローラン ルージュ ヴォリュプ ティン	2016 アディク ショ ザ アイシャドウ	2017 オペラ リップティント N	2018 オペラ リップティント N	2019 セザンヌ パールグロウ ハイライト
2020 ランコム ジュニフィック アドバンスト N	2021 イブサ ザ タイムR アクア	2022 ケイト リップモンスター	2023 オルビス エッセンスイン ヘアミルク	2024 アテニア スキんクリア クレンズ オイル

<総合大賞受賞ブランドの声>

株式会社アテニア

代表取締役社長

保坂 嘉久（ほさか よしひさ）氏

上質を、解放する。

Attenir

この度は、スキンケア部門で史上初の2年連続総合大賞をいただき、誠にありがとうございます。受賞のご連絡いただいた際には、しばらく信じられなかったほどでした。

移り変わりが早い業界・商材であるにも関わらず、2年連続でお客様からご支持いただけたことは、誇らしく、光栄に感じています。この結果に甘んじず、これからもクレンジング・スキンケアの代表ブランドとして邁進してまいりますので、応援のほど、よろしくお願い致します。

<（2）限定発売だった「香り」のバリエーションを定番化〜リピート促進とリピーターのクチコミによる新規ユーザー獲得へ>

アテニア「スキนครリア クレンジング オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」が2年連続の総合大賞受賞となった背景のひとつには、「ご自愛ニーズの高まりなどを受けて「香り」への関心が高まっている中、香りのバリエーションを増やしたことがありそうです。

@cosme メンバーに調査してみると、「スキンケアを日によって使い分けている」という人は少なくありません。また、その理由として、肌調子や気温などの外的要因などといった要因に加え、気分をあげる人も多く見られています。

アテニアは本商品について「その日の気分に合わせて異なる香りを楽しむ使い方」を推奨し、訴求しており、まさに気分による使い分けを行いたいという生活者の気持ちに沿った提案であったと言えます。

実際、「スキนครリア クレンジング オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」のリピーターのクチコミには「ローズ」「オレンジ」といった香りの種類を表す表現が多く出現しており、香り違いの商品を手にするリピートに繋がっている様子うかがえます。

また、前述のようなリピーターの存在も、2年連続総合大賞受賞に欠かせない存在だったといえそうです。

リピーターのクチコミを分析してみると、次の2つの点が特徴的でした。

1 つは、クレンジングオイルにしばしばみられる「乾燥しやすい」などのネガティブな印象を払拭するような内容が複数みられていたことです。クリームからオイルなどクレンジングの剤型のスイッチは比較的高い傾向がありますが、こうしたクチコミは、普段、オイル以外の剤型の商品を愛用している生活者が、本商品を手にするきっかけの一つになったのではないのでしょうか。

2 つめは、メイクが落ちるかどうかわ、さっぱり・しっとりなど一度使えばわかる使用感だけでなく、継続的に使用することで叶えられるスキンケア効果に対する記述が多くなされていたという点です。

これらのクチコミから新規ユーザーの買いたい気持ちが醸成された様子がみられました。

<@cosme メンバーのクチコミ（一部）>

・アテニアのクレンジングはアロマ、オレンジ、ローズの香りどれも好きで何度もリピートしています。今回ラベンダーの香りが気になって購入しました。

・今まで何本使ったかわからないくらいリピート購入しています。ダブル洗顔不要で、しっかりメイクは落とせるし、小鼻のザラザラ感が使い続けることで取れてきます。香りも良くて毎日使いにピッタリで。

・乾燥しやすいのでオイルのクレンジングは避けていましたが、これはちゃんと落ちるし、乾燥しないし、価格も高くないのでリピートしてます。

<（3）史上最強の酷暑を受けて高まった「毛穴悩み」とオイルクレンジング・オイル系アイテムへのニーズ>

今年の夏は、「史上最強の酷暑」と言われるほど、非常に厳しい暑さに見舞われました。同商品は酷暑に対する消費者ニーズもと

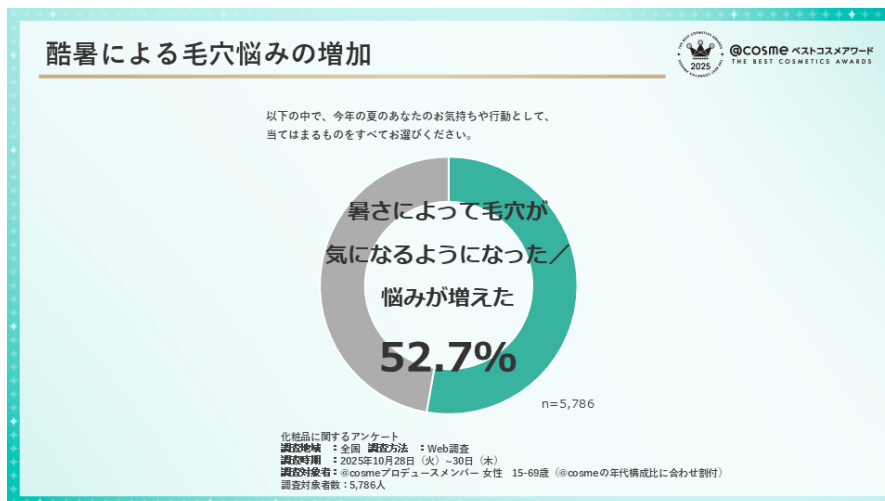
らえたと考えられます。

ユーザーアンケートでは、「暑さによって毛穴が気になるようになった／悩みが増えた」という声が半数越え。毛穴ケアにかかる金額が増えた人も全体の 30.9%となりました。また、関心の高まりをうけてか、角栓ケア（前年同期比 1.2 倍）といった定番の表現にくわえて、白角栓（前年同期比 4.3 倍）、黒角栓（前年同期比 2.6 倍）、皮脂フィラメント（前年同期出現なし）など、クチコミにおける毛穴関連のワードはより多彩に、細分化している様子が見受けられました。

<@cosme メンバーのクチコミ（一部）>

- ・黒角栓には効果なしです。ジェルで黒角栓を溶かしたあと、残った白角栓を撲滅するのには使えました。
- ・黒い毛穴詰まりというよりは皮脂フィラメントが酸化して茶色くなっている状態だったのですが、一回の洗顔で角栓が落ちてすっきりしました。

※アテニア「スキんクリア クレンズ オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り」に対するクチコミではありません



このような中で、アテニア「スキんクリア クレンズ オイル」は、「鼻の角栓」等の毛穴悩みはもちろん、「日焼け止め」や「ウォータープルーフメイク」といった、酷暑においてより一層ニーズが高まったとおもわれるメイクを落とす力にも支持がみられました。

<@cosme メンバーのクチコミ（一部）>

- ・夏と言えば日焼け止め！密着タイプの日焼け止めや 汗や皮脂に強い日焼け止めはクレンジングが重要！
日焼け止めを落とすのに最適なクレンジングということで YouTube や SNS であがってくるのを見かけて 夏場はアテニアに信頼を置いています。
- ・夏、脇にクリームタイプの制汗剤を塗ったときにも、入浴時に脇にクルクルのばしてお湯で流してから体を洗えばすっきり取れちゃいます。
- ・夏は特に落ちないようにウォータープルーフを使うことが多いので毛穴や目元のメイクがするって落ちるとこが気に入ってます！

更に、アテニアのスキんクリアクレンズオイルシリーズの@cosme での4～9月の売上を昨対比で見ると、@cosme TOKYOでは1.3倍、全店舗でも1.6倍に伸長しており、売上においても暑さを味方につけた快進撃が垣間見える結果となりました。

また、アテニア「スキんクリアクレンズオイル」のみならず、夏の崩れにくいメイクや日焼け止め・ウォータープルーフメイクをしっかり落とし、毛穴・角栓ケアもできるオイルクレンジングを中心としたクレンジング商品に関心が高まったようです。実際に、ユーザーアンケートでは、「あなたが普段最もよく使用している『クレンジング料』のタイプ」について、56%の人が「オイル」と回答しています。

さらに、クレンジング部門では、TOP3 がすべてオイルクレンジング商品となりました。



その他、11,000 円と高価格帯にも関わらず、店舗や EC の下半期ベストヒット賞を受賞したコスメデコルテ「AQ 毛穴美容液オイル」も発売前から「角栓を溶かす」と SNS でも話題になりました。店頭でもサンプルを希望するお客さまやテスターに触れるお客様が多く、販売後は即メーカー欠品になるなど 2025 年の話題をさらったアイテムの一つとなりました。また、本商品も、「毛穴悩み」に対する効果を支持する声が多く見受けられました。

<@cosme メンバーのクチコミ（一部）>

- ・毛穴のざらつきが気にならなくなりました。朝に使用すると、メイクのりが良くなり、夕方になっても毛穴が目立ちにくいです。
- ・洗い流して鏡を見た時に、ずっと気になっていた毛穴の黒ずみが改善していました。即効性が高いので安物買いの銭失いをするより、断然お得だと思いました。

コスメデコルテ

コスメデコルテ PR

江口 菜月（えぐち なつき）氏

「AQ 毛穴美容液オイル」を今年 5 月 16 日に発売しましたが、1 ヶ月で 1 年分の売上目標をクリアしました。発売から 5 ヶ月が経った今もなお、順調に売れ続けています。40mL で 1 万円という価格ながら、コスメデコルテのクレンジングアイテムで過去最高実績にとどまらず、ブランド内でリボソーム美容液に次ぐ新規のお客様が多くお買い求めいただいているスキンケア商品です。

長年の皮膚科学研究の知見と最新のテクノロジーである量子コンピューターの融合によって生まれたという、サイエンス価値に賛同してくださる方も多く、SNS でも引き続き話題になっています。

コスメデコルテの象徴ラインである「AQ」の目指す「真のツヤ肌」をかなえるため、邪魔になる角栓をターゲットとした究極の毛穴除去商品をつくりたいと考えたからです。毛穴は年代を問わず悩んでいる方が多く、全世代にご愛用者さまがいる AQ としても、この「真のツヤ肌」を阻害してしまう毛穴悩みに対し高い効果のあるスペシャルケアを投入したいという思いがありました。

しかし、毛穴悩みの原因でもある角栓は個人差があるがゆえに、単一の成分だけでは、全てのお客様に効く、汎用性の高い処方を作ることが困難でした。一方で、たくさんの原料の組合せを考える上では、膨大な時間がかかってしまいます。そこで、莫大な組合せを超高速度に計算することができる量子コンピューターを活用し、究極の毛穴除去効果と肌へのやさしさを両立させた AQ 毛穴クレンジングオイルが誕生しました。

また、こうした毛穴ケア市場の動きを商機と捉えていらっしゃいますか？

お客様が特に毛穴に悩む夏に向けてという理由に加え、2023 年 9 月に AQ スキンケアがリニューアルし、その後も美白シリーズやクレンジング・洗顔などを発売したことで、多くの方が AQ の目指す「真のツヤ肌」に共感していただき、価値を感じていただいたタイミングで発売したいと考えたからです。

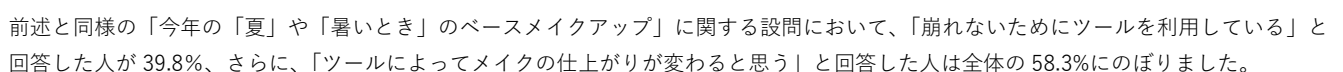
また、商機と捉えているというより、これからもお客様の幅広いニーズに細やかにフィットする商品を送り出したいと考えております。

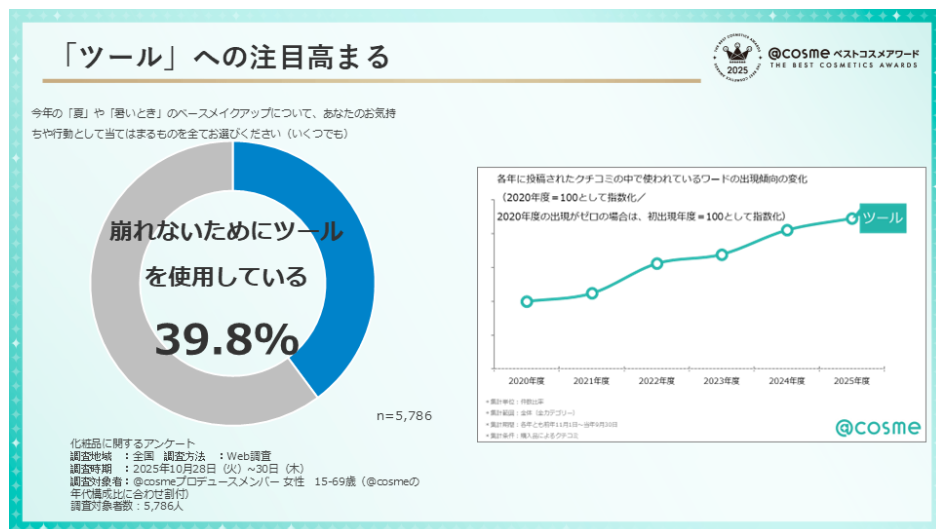
DECORTÉ



それ以外にも、オイルを使用した毛穴・角栓へのアプローチとして注目されるのがアイテム賞「ベスト洗い流すパック・マスク」部門 1 位のシェルクール「オーバーリパース」です。保湿用としても使用できる点が特長でもある本商品は発売から 15 年目で初のベスコス受賞に至り、オイル系商品への関心の高まりを感じさせる結果となりました。

総合10位受賞商品一覧





以前は、ツールは価格が高くテクニックが必要であるため、美容意識の高い一部の人が使用するというイメージが持たれていました。しかし、直近のアンケートでは「低価格で質の良いツールが増えたと思う」との回答が 48.5%と半数近くにおよび、そのイメージも変わりつつあるようです。その象徴ともいえるのが、今回、総合 TOP10 に 2 商品ランクインしたロージーローザのメイクアップツールです。ユーザーアンケートで「スポンジやブラシといったメイクアップツールを購入する際に重視するポイント」を聴取したところ、肌当たり、使用感のよさ（全体の 65.7%）、使い勝手のよさ（全体の 63.9%）、手頃な価格（全体の 53.8%）といった項目が上位となりましたが、総合 2 位のロージーローザ「マルチファンデパフ 2 P」と、総合 8 位の「パウダーブラシ E X」は共にまさにそのような点が評価されてのランクインとなりました。



また、メイクアップアーティストの発信が増えたこと、動画コンテンツにより使用方法がイメージしやすくなったことも使用者拡大の後押しとなっているものと推察されます。

株式会社ロージーローザ PR

スペシャリスト

野水 麻子(のみず あさこ) 氏

ROSY ROSA

ロージーローザが総合賞に 2 点も選ばれ、大変嬉しく思うと共に驚いております。これもひとえにお買い求めいただき熱量の高いクチコミをしてくださったお客様のお蔭です。ロージーローザ同心より御礼申し上げます。企画担当者はいつもお客様を一番に考え、心から満足していただける仕上がり、品質、価格など細部までこだわって作っています。クチコミなどを見ると、そのこだわりがファンの皆様に届いていると感じており、注目していただける理由なのだと思います。

「メイクの崩れ防止」もツールが注目される理由の一つにあると思いますが、売り上げは一年を通じて安定しています。最近では、「カバーしたいけど、ピタッとフィットさせたい」「厚塗り防止」など、お客様のベースメイクへの探求心が高まるのに比例して、ツールへの関心も年々高くなっていると感じます。その結果、フィット感のあるベース作りが「メイクが崩れ防止」の一端を担っているのかと思います。

(3)「崩れにくさ」をもとめる気持ちは、メイクアップにも、「マイ KAWAII」ムードも反映

メイクアップにおいても「崩れにくさ」が求められました。

総合7位にランクインした RMK「デューイーメルト リップカラー」のクチコミを見てみると、「落ちない」という記述が他商品に比べて4倍以上も出現し、飲食しても落ちにくい、いわゆる「飲み会リップ」として評価されたことがわかります。

また、クチコミではあわせて、ブランドが「くすみを秘めたカラー」と表現しているカラーパリエーションが、唇自体を魅力的に見せてくれるだけでなく、肌色を明るく見せてくれることが評価されています。



「くすみを秘めたカラー」が肌を引き立てる

顔から浮かない程度のピンクで血色良く見え、
ブルベ肌がより明るくなる
ようなところは
アラ還には嬉しい

食べても、飲んでも色は残るので
顔色が良い状態を保てて
素晴らしいリップです

総合7位
ベストリップスティック1位
価格別賞 ハイプライス部門 リップスティック
RMK
RMK デューイーメルト リップカラー

発売日 2024/4/5 (2025/12/5追加発売)
容量・税込価格 1セット・4,180円 / ケース・1,100円 / レフィル・3,080円

透明感あふれる澄んだツヤと発色のよさ、さらにその色ツヤのおもてで実現したリップカラー。濡れたようにつやめきながらもすべらす。唇にびたりと心地よくフィット。ふっくらやわらかさとうるあわせて、むっつりと潤いがあるような立体感をかなえます。くすみを秘めたカラーは、どれも肌にすんなりなじんで今のムードをオン。デイリーに使いやすく、表情に絶妙な存在感をもたらします。

さらに、総合6位にランクインした rom&nd の「ハンオールブローカラ」も「自分自身を活かす」ことが評価されている商品です。眉マスカラは、眉に色をつけることでメイクとの統一感を出したり、眉の存在感を弱めることで、垢抜けた雰囲気を出せることができるアイテムですが、本商品は特に、黒髪や暗髪に似合うことが評価されています。

これらの商品が支持された背景には「かわいい」の定義の変化がありそうです。@cosme が2025年6月に2025年下半期のトレンドとして発表したように、憧れの“かわいさ”を目指すのではなく、自分基準のカワイイ＝「マイ KAWAII」が意識されることにより、もともと自分がもっている肌や髪、骨格や血色を活かし、魅力に変えてくれるようなメイクアップ商品が評価されたのではないのでしょうか。



自分の肌や髪にベストなカラー

黒髪ですが
これ使ったら急に垢抜けた

とても良い塩梅の色味で
顔に透明感を出してくれるので、
自分の髪色や肌の色に対して
ベストなカラーだなと感じます

総合6位
ベストアイブロー1位
価格別賞 ロープライス部門 アイメイク1位
rom&nd
ハンオールブローカラ

発売日 2023/7/27 (2025/10/2追加発売)
容量・税込価格 4g・825円 / 9g・1,210円

眉毛一本一本に均一にフィットし、サツとひと盛りで自然なカラーチェンジが叶います。目眉と馴染みがよく、トレンド感のあるマットなニュアンス眉はそこだけ浮くこともありません。自然な毛流れをキープし、ふんわりとした仕上がり。05 DUSKY ROSEと06 BERRY ORCHIDは日本限定色です。

(※)「マイ KAWAII」に関する2025年6月発表プレスリリースはこちら：

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2025/06/0611-tr.html>

4.「@cosme ベストコスメアワード 2025」受賞商品

◆集計方法

「@cosme ベストコスメアワード 2025」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: 2024年11月1日~2025年9月30日

集計対象クチコミ件数:・・・1,487,167件

集計対象アイテム数:・・・52,852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、飲料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。

※下半期新人賞は2025年5月1日~9月30日に発売された商品を対象としています。

※価格別賞は、「ハイプライス」「ミドルプライス」「ロープライス」の3つの価格帯ごとに、クチコミでの評価に加え、多くの注目を集めたか等を加味し、選ばれたアイテムに贈られます。

※@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」「@cosme OSAKA」での販売実績をもとに順位を決定しています。

【殿堂入り】

@cosme ベストコスメアワードにおいて複数回1位にランクインし、メンバーからの支持を不動のものとしたアイテム

メーカー名	ブランド名	商品名
伊勢半	ヒロインメイク	スピーディーマスカラリムーバー
マンダム	ビフェスタ	ミセラーアイメイクアップリムーバー
資生堂	イハダ	薬用ナイトパック
花王	SOFINA iP	ボア クリアリング ジェル ウォッシュ
コスメデコルテ	コスメデコルテ	サンシエルター マルチ プロテクション トーンアップCC
パルファン・クリスチャン・ディオール	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
資生堂インターナショナル	クレ・ド・ポー ボーテ	ル・レオスールデクラ
コスメデコルテ	コスメデコルテ	アイグロウジェム スキンシャドウ
パルファン・クリスチャン・ディオール	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
コーセー	ヴィセ	ヴィセ エッセンス リップブランパー
TENGA	iroha INTIMATE CARE	iroha INTIMATE WASH 【FOAM TYPE】 ベルガモットとビターオレンジの香り
資生堂インターナショナル	SHISEIDO	アルティミューン パワライジング ハンドクリーム
MTG	ReFa	リファロックオイル
ヘンケルジャパン	syoss(サイオス)	カラートリートメント
アイティーオー	ITO	ITOフェイシャルタオル
資生堂	シノアドア	ゼリー サークュリスト
サンギ	アバガード	アバガードセレナ
アユーラ ラボラトリーズ	アユーラ	ナイトリートバス

【総合】

2024 年 11 月 1 日～2025 年 9 月 30 日の間で@cosme メンバーさんから今年最も支持されたアイテム

順位	メーカー名	ブランド名	商品名
大賞	アテニア	アテニア	スキんクリア クレンジング オイル アロマタイプ リフレッシュシトラスの香り
2位	ロージーローザ	ロージーローザ	マルチファンデバフ 2 P
3位	コスメデコルテ	コスメデコルテ	ルース パウダー
4位	ランコム	ランコム	ジェニフィック アルティメ セラム
5位	花王	THE ANSWER	スーパーラメラシャンプー&EXモイストリートメント FOR DAILY DAMAGE
6位	iFAMILYSC	rom&nd	ハンオールブローカラ
7位	RMK Division	RMK	RMK デューイメールト リップカラー
8位	ロージーローザ	ロージーローザ	パウダーブラシ E X
9位	Dr.ルルルン	ルルルン	ルルルン ハイドラ EX マスク
10位	P&Gプレステージ	SK-II	ジェノプティクス インフィニットオーラ エッセンス

「@cosme ベストコスメアワード 2025」は総合の他、アイテム賞(58 部門)、下半期新人賞(18 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)

台湾、香港の 2025 年のビューティトレンドを総括する「2025 年度@cosme 台湾美妆大賞」、「2025 年度@cosme 香港美妆大賞」も同時発表。

【台湾版】



台湾版「@cosme」でも、2025 年に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「2025 年度@cosme 台湾美妆大賞」を同時発表いたします。

受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

<https://www.cosme.net.tw/beauty-awards/2025>

【香港版】

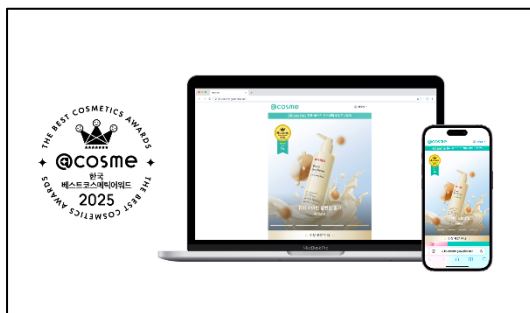


香港版「@cosme」でも、2025 年に香港のユーザーが最も支持したコスメをランキング形式で表彰するアワードとして「2025 年度@cosme 香港美妝大賞」を同時発表いたします。

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/2025>

【韓国版】



2025 年間ベスコスより、「@cosme 韓国ベストコスメアワード」を発表いたします。

@cosme のグループ会社である韓国の Glowdayz 社が年 2 回発表している韓国国内の「GLOWPICK AWARDS」を受賞された商品に対して同時授与されるものです。

アワード受賞アイテムは、韓国 GLOWPICK に投稿された生活者クチコミのみをもとに公平に選定されます。

受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

<https://kr.cosme.net/best-cosme-awards/2025>

【2025 年 12 月 2 日（火）14:00 開催】

クチコミを読み解くリサーチプランナーに学ぶ「@cosme ベストコスメレポート 2025」解説セミナー

■@cosme とは

月間訪問者約 1,670 万人、国内外 4 万 6 千ブランド・商品数 42 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 2,200 万件を突破しています。(2025.10 月末時点)

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

【株式会社アイスタイル 会社概要】

<https://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：71 億 7,900 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

istyle

◆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