

報道関係各位

istyle

## 2020年話題のコスメを総括！「@cosme ベストコスメアワード 2020」12月1日発表 大賞はランコム「ジェニフィック アドバンスト N」

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、2020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 2020」（以下、ベストコスメアワード）を発表いたしました。今年美容トレンドを象徴するキーワード「@cosme ベストコスメアワード 2020 ベストトレンドキーワード」、キャリアやライフスタイルなど、今年最も美しく輝いた方に贈られる賞「@cosme ビューティアワード 2020 ビューティパーソンオブザイヤー」と合わせて、「@cosme ビューティアワード」として同時発表となります。

※ベストトレンドキーワード、ビューティパーソンオブザイヤーの詳細は本日発表のプレスリリースを参照ください。

・ベストトレンドキーワード：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2020/12/1201-bk.html>

・ビューティパーソンオブザイヤー：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2020/12/1201-bp.html>



### ■「@cosme ベストコスメアワード 2020」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注目いただいています。

### ■「@cosme ベストコスメアワード 2020」ハイライト

#### 1.2020年総評

美容もコロナの影響を大きく受けた一年

—クチコミ数の増加 前年比130%、年間約100万件

—新型コロナウイルス（以下 新型コロナ）感染拡大による先行き不安・経済不安から「安心感」を求める心理高まる

1) 「定番の安心感」と「時代に合わせた新しさ」が共存した「ロングセラー×リニューアル」商品が人気

2) 肌に触れる面積の多いスキンケア商材では「安心」を買う意識からか、高価格帯にシフト

—スキンケアへの関心が高まり続けた1年

1) スキンケア商品、7年ぶりの総合大賞

2) 新型コロナによって「自分の肌」と向き合う時間が増加

3) with マスク生活による肌荒れの深刻化でレスキューアイテムに注目

—総合上位10商品徹底分析！～長期化する新型コロナ、メイクアップへの関心は？～

#### 2.ランコム「ジェニフィック アドバンスト N」総合大賞受賞理由

—2020年の流れを体現する商品

1) 「免疫力」への意識の高まりに応える「美肌菌」に着目

2) 「試す」ことが難しい環境に対応する有償サンプル ～購入前の体験機会提供の価値～

※「@cosme ベストコスメアワード 2020」受賞商品一覧は後述

## &lt; 詳細 &gt;

## 1.2020 年総評 美容もコロナの影響を大きく受けた一年

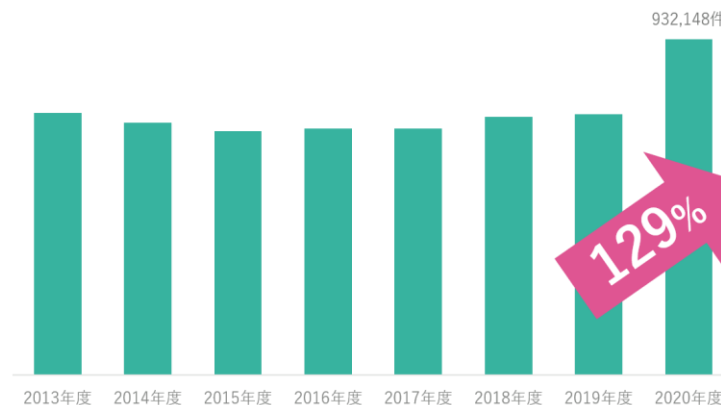
2020 年は美容の消費動向も新型コロナの感染拡大によって大きく影響を受けました。STAY HOME や with マスクの生活による化粧品をする機会の減少など、生活様式や価値観にも変化が起きています。

2020 年の全受賞商品が、新型コロナやそこから生じた with マスク生活による生活者ニーズによって支持を受けたといっても過言ではないでしょう。

—クチコミ数の増加 前年比 130%、年間約 100 万件

2020 年のベストコスメアワード集計対象期間中、@cosme には 100 万件に迫るクチコミ投稿がありました。2019 年より約 30% アップとなり、過去数年と比較しても 2020 年はクチコミ数が大幅に増加していることがわかります。

クチコミ件数の推移（ベストコスメ公表値）



\*各年度の期間は前年11月1日～10月31日

その背景には新型コロナの感染拡大が大きく影響していると考えられます。2020 年前半には緊急事態宣言による外出自粛や店舗の臨時休業が余儀なくされ、その後、店舗は再開したものの、依然として気軽にテスターを試せない環境が長期化しています。これを機に EC で化粧品を購入する生活者も増えました。

そんな中、外出自粛やテレワーク等によって生まれたおうち時間や隙間時間を活用してクチコミ投稿をしたり、皆が店舗に買いに行けない、EC 購入で失敗したくない、テスターで試せない状況で「購入するにあたって必要な情報を届けたい」という生活者同士の「助け合い」的な気持ちからクチコミ投稿が促進されたと考えられます。

また、SNS での投稿は一般にポジティブな感想が書かれやすいのに対し、@cosme のクチコミでは、その性質上、商品のポジティブな面、ネガティブ面双方の率直な感想が投稿されやすいことから、生活者にとっての「購入の後押し」としての機能を担っていることも影響しているのかもしれませんが。

### <クチコミ抜粋>

“コロナの影響でなかなかタッチアップもしづらい状況なので、  
迷われている方の参考になればと思います！”

“コロナのせいで店頭で色味を見ることが出来なかったので、  
他の人の口コミを参考にさせて頂いて一番明るいカラーの H100 を購入。”

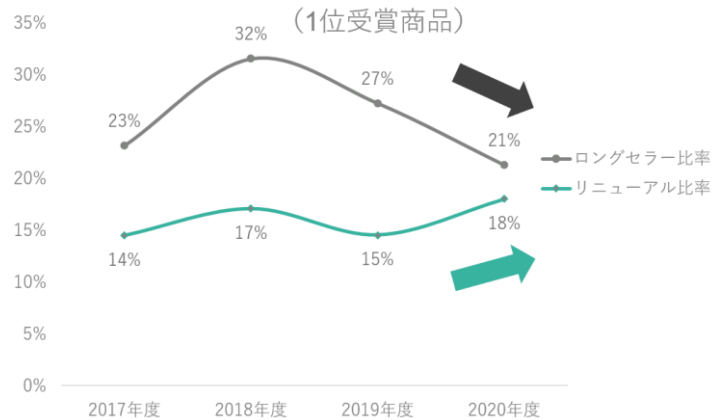
—コロナによる先行き不安・経済不安から「安心感」を求める心理高まる

1) 「定番の安心感」と「時代に合わせた新しさ」が共存した「ロングセラー×リニューアル」商品が人気

これまで@cosme では、リーマンショックや東日本大震災のときなど、経済が不安定な時期は「失敗したくない」「安心感がほしい」といった気持ちが高まることから、長年生活者から支持されているロングセラー商品が選ばれる傾向がありました。

2020 年も同様に新型コロナによる先行き不安・経済不安から「安心感」を求める心理が高まりました。しかし、受賞商品を見ても、所謂ロングセラー商品の比率は低下し、逆にリニューアル商品の比率が上昇していることがわかります。

## リニューアル比率／ロングセラー比率



\*各年度の期間は前年11月1日～10月31日

\*ロングセラー： @cosme商品データベースにおいて発売から5年以上で受賞

\*リニューアル： @cosme商品データベースにおいて商品説明文内に「リニューアル」の記述がある商品

たとえば、総合大賞を受賞したランコムの「ジェニフィック アドバンスト N」は、2009年に「ジェニフィック」として発売され、2013年に「ジェニフィックアドバンスト」として最初のリニューアル。その後、2017年のベストコスメアワードにて殿堂入りを果たすなど、生活者から長きにわたり支持されてきました。そして、2019年に新たに「美肌菌※」に着目した形でさらなるリニューアルを経て、2020年、満を持しての大賞受賞となりました。

※皮膚常在菌叢を指す。(ランコムとしての定義)

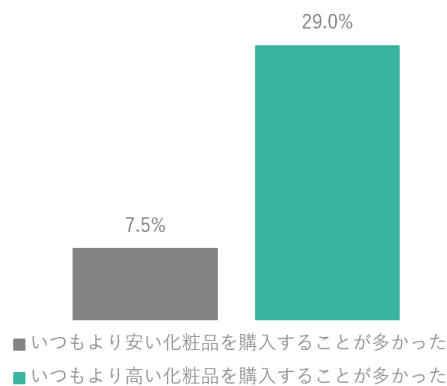
その他、コスメデコルテ「フェイスパウダー」も、新色の00番（無色）を追加した2019年のリニューアルを経て、今回、総合3位に輝きました。更に、定期的に商品リニューアルを行うアルビオンの定番スキンケアシリーズ「エクサーージュ」と「アンフィネス」がベスト乳液の上位6位まで独占したことも、正にこの流れを汲んでいるといえそうです。

2) 肌に触れる面積の多いスキンケア商材では「安心」を買う意識からか、高価格帯にシフト

「安心感」を求める生活者のもう一つの消費傾向として、高価格帯の商品を多く選んでいることが挙げられます。

2020年11月頭に実施した@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）結果においても、新型コロナウィルスの感染拡大による「高価格帯商品」シフトが明白です。

Q.【いまの】あなたのお気持ちに近いものをお選びください



「化粧品に関するアンケート」

\*アンケート回答期間：2020年11月6日（金）～8日（日）

\*集計サンプル数：n=11,761

\*調査対象者：@cosmeプロデュースメンバー／女性／15歳以上

@cosme会員の構成にあわせ年代割付

そこにはやはり、新型コロナの感染拡大による経済不安から、失敗を避けるために「お金で安心を買う」ともいえる心理が伺えます。受賞商品を見ても、特に、肌に触れる面積が多いスキンケア商品やベースメイク商品などで、比較的高価格帯が多い、いわゆるデパートコスメが顕著にランクインしています。

ースキンケアへの関心が高まり続けた1年

1) スキンケア商品が7年ぶりの総合大賞受賞

生活者の肌への意識は2019年から少しずつ高まりはじめ、"肌を綺麗にみせる"ためのベースメイクへの関心から、"素肌から綺麗になる"ためのスキンケアへの関心へと徐々に変化。2020年はその動きがさらに加速した1年となりました。

2019年～2020年生活者の肌への意識の変化は以下プレスリリースをご参照ください。

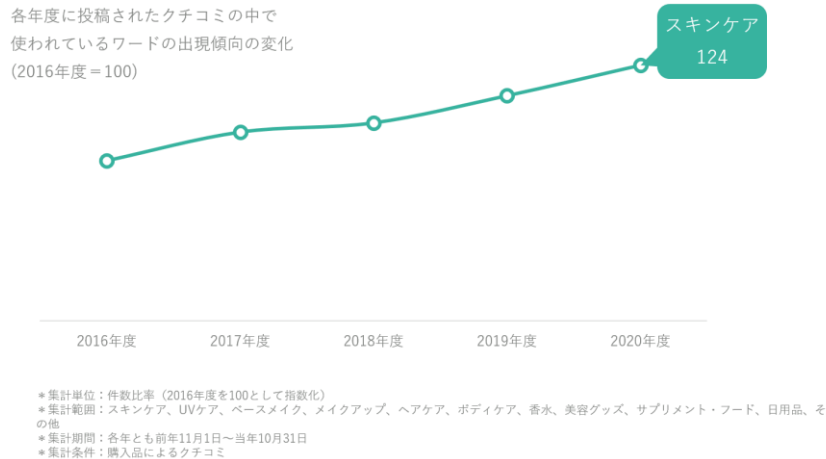
・@cosme ベストコスメアワード 2019

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2019/12/1203-bc.html>

・@cosme ベストコスメアワード 2020 上半期新作ベストコスメ

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2020/06/0611-bc.html>

例えば、ベストコスメアワード集計対象期間中のクチコミ内における"スキンケア"というワードの出現率は、5年前の2016年と比べても1.2倍強と右肩上がりに増加しています。



また、その年のトレンドを体現する総合大賞にスキンケア商品が選ばれるのは実に7年ぶりの快挙となります。また、2019年の総合1~3位はベースメイク2商品、アイシャドウ1商品がランクインしていましたが、2020年は総合1~3位のうちスキンケア2商品、ベースメイク1商品という結果となっていることから生活者のスキンケアへの関心の高まりが伺えます。

2019年度	2020年度
セザンヌ パールグロウハイライト	ランコム ジェニフィック アドバンスト N
エクセル スキニーリッチシャドウ	イブサ ザ・タイムR アクア
ランコム タンイドル ウルトラウェア リキッド	コスメデコルテ フェイスパウダー

## 2) 新型コロナの感染拡大によって増加した「自分の肌」と向き合う時間

スキンケアへの関心は、新型コロナの感染拡大による外出自粛生活や新たな生活様式によって加速したと考えられます。クチコミからは、外出自粛やテレワーク、そもそも人と会うことが少なくなり、メイクをする回数自体減ったこと。また、web会議や手洗いで、自分の顔（肌）を見る機会が格段に増えたことなどが、「自分の肌に向き合おう」と思うきっかけになったことが見てとれます。また、家で過ごす時間がこれまでより増えたことも、それを後押しすることとなりました。

<クチコミ抜粋>

“おうち時間が増えゆっくりお肌と向き合う時間が増えポイントでの目元用の美容液でスペシャルケアはじめました“

“最近ではWeb会議も多いので、カメラに映る自分の顔を見る機会が多いのですが、プライマーを使い始めてからライトの当たり具合でこんなにツヤ感が変わるのだな、と驚きました。“

## 3) with マスク生活による肌荒れの深刻化でレスキューアイテムに注目

自分の肌と向き合い、時間をかけて根本からケアしていくという動きがある一方で、長期化するwithマスク生活によって肌荒れに悩む生活者が増え、「今すぐにも肌荒れを治したい」という生活者の気持ちに応えるレスキューアイテムが人気を集めました。受賞商品を見てみると、鎮静効果のあるMEDIHEAL(メディヒール)「ティーツリーケアソリューションアンプルマスク JEX」がベストシートマスク・パックの3位にランクイン。肌の損傷改善や再生効果が期待できると韓国発のシカクリームアイテムが新型コロナ感染拡大以降、徐々に人気を伸ばしており、Dr.Jart+「シカペア クリーム」は下半期フェイスクリーム新人賞を受賞しています。また、肌トラブルに対応するだけでなく、乾燥などの外部刺激から肌を保護・肌荒れを予防してくれる薬用スキンケアのイハダ「薬用バーム」がベストオイル・バームの1位にランクインするなど「肌を守る」アイテムも人気です。

特に、ベストコスメアワード集計対象期間中のクチコミ内における"シカクリーム"というワードの出現率は2019年と比べて5.4倍

に増加。また、2020年1月10日に原宿駅前にオープンした@cosme TOKYOのシカ系の主な取り扱い商品の売り上げの推移を緊急事態宣言前・後で比べると、約14倍に増加していました。ワードの出現率の増加や緊急事態宣言後の店舗での売上急増からみて、withマスク生活とレスキューアイテムへの関心の高まりの相関を感じさせます。

<クチコミ抜粋>

MEDIHEAL(メディヒール) ティーツリーケアソリューションアンプルマスク JEX  
 “肌荒れ時のレスキューマスクに使いたかったのでこれはストックしておきたい！”

Dr.Jart+ シカペア クリーム  
 “私にとってのレスキュー・コスメです。”

—総合上位10商品徹底分析！～長期化する新型コロナ、メイクアップへの関心は？～

その年のトレンドを体現する総合1位～10位以内の商品を分析してみると、全体的に、新型コロナの影響が現れています。

例えば、2019年の総合10位内にファンデーション2商品がランクインしていましたが、2020年はファンデーション商品がランクインせず、化粧下地が2商品と、先述の無色00番が人気のコスメデコルテの「フェイスパウダー」が3位、さらさらな質感がクチコミ内で「片栗粉」と表現されるなど、人気を集めた無色のイニスフリーの「ノーセバム ミネラルパウダー」が5位にランクインしています。また、2019年総合大賞に輝いたセザンヌ「パールグロウハイライト」が、2020年も4位にランクイン。マスクで平坦に見える顔、暗い印象を与えがちな目元へのメイクにとwithマスク生活においても支持を集めるクチコミが見られました。総合3～5位にランクインした商品がすべてノーカラーアイテムと、まさにマスクへの色移りを気にした2020年ならではの動きといえるでしょう。

#### 総合上位10商品



総合大賞で唯一リップアイテムとしてトップ10にランクインした(6位) BIDOL「つやぶるリップ」は、心くすぐるネーミングやバリエーション豊富且つ絶妙な色味、まさに「つやぶる」を体現するテクスチャーといった機能面での支持に加え、化粧品好きで知られ、発信するメイク動画が生活者の共感を集めている吉田朱里さんのプロデュース商品であることも購入のきっかけになっていることがうかがえます。また、10月に追加発売した「すっぴん CLEAR」においても、無色透明だが、塗るとほんのり血色感アップしてくれるという、「マスクへの色移りは気になるけど、血色感は欲しい」といった機能性面、加えて「マスクへの色移りは気になるけどただのリップクリームではテンションがあがらない」という複雑な心を解決する情緒的価値の両面から話題を呼び、総合ランクインの後押しとなりました。

&lt;クチコミ抜粋&gt;

B IDOL (ビー アイドル) つやぶるリップ

“透明なのでリップクリームとして塗れるのにぷっくりするし唇の色も綺麗になる！”

“今回クリアカラーが出ていたので買い足しました。  
マスクを気にせず塗れるので、

そのほかにも、メイクアップアイテムとして、総合7位にキャンメイク「クリーミータッチライナー」、9位にmsh(エム・エス・エイチ)「ラブ・ライナー リキッドアイライナー-R3」と、2つのアイライナー商品がランクインしました。一見、長期化するwithマスク生活の中で、アイライナーアイテムを使用して少しでもメイクを楽しむといった、目元メイク復権の兆しと感じさせられますが、2商品のクチコミを見てみると、共通して「品質の良さ」と「絶妙な色味」という商品力が評価されており、「マスクメイクにおいてアイライナーが重視された」ということではなく、この2商品に人気が集化した結果と考えられます。

&lt;クチコミ抜粋&gt;

キャンメイク クリーミータッチライナー

“アイライナーはリキッドタイプしか使ったことがなかったのですが、このタイプは掠れることもなくするする書けてかなり良いです。色も絶妙で、個人的にビターキャラメルのカラーが好きすぎて(濃すぎず垢抜けた目元になります！)ストックしています。”

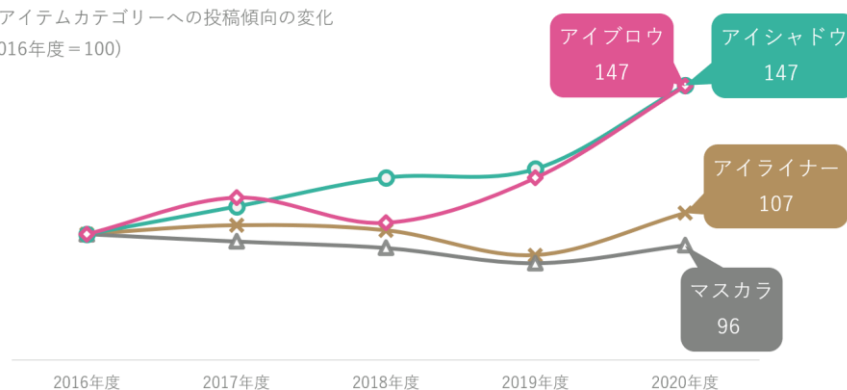
msh(エム・エス・エイチ) ラブ・ライナー リキッドアイライナー-R3

“グレージュやミルクブラウンなどの微妙なニュアンスカラーが揃っているの、気分やファッションに合わせて使い分け出来るところも気に入っています。”

上記の通りメイクアップ商品に関しては、その商品単独の支持によって総合にランクインしていることから、メイクアップへの関心は、スキンケアほどは高まらなかったことがうかがえます。

一方で、ベストコスメアワード集計対象期間中の各アイメイクカテゴリへのクチコミ投稿推移を調べてみると、アイライナーは微増、アイシャドウ、アイブロウは2019年より増加傾向にありました。

各アイテムカテゴリーへの投稿傾向の変化  
(2016年度 = 100)



\* 集計単位：件数比率 (2016年度を100として指数化)  
\* 集計期間：各年とも前年11月1日～当年10月31日  
\* 集計条件：購入品によるクチコミ

また、ユーザーアンケートにおいても、「日常的にマスクをすることになった影響で、今後買いたいと思っている化粧品は？」という問いに対して、美容液、フィックスミストに続いて、口紅(リップティント系)が多く挙げられていました。ここから推測されるのは、withマスク生活にも慣れ、少しずつメイクを楽しみたい気持ちはあるものの、どの商品を使えばいいのか、どんな使い方をすればいいのか分からないという生活者の気持ちです。コロナ禍の美容情報はまだまだ十分とはいえないなか、今後は一層、生活者の気持ちに寄り添った商品や情報提供が求められるのかもしれません。

Q.【日常的にマスクをすることになったことの影響で、  
今後買いたいと思っている化粧品はありますか？

※32項目中Top10項目を抜粋



「化粧品に関するアンケート」

\*アンケート回答期間：2020年11月6日（金）～8日（日）

\*集計サンプル数：n=11,761

\*調査対象者：@cosmeプロデュースメンバー／女性／15歳以上

@cosme会員の構成にあわせ年代割付

## 2.ランコム「ジェニフィック アドバンスト N」総合大賞受賞理由 —総評

対象商品の中で、生活者から最も支持された商品に贈られる大賞は、ランコム「ジェニフィック アドバンスト N」が受賞しました。本商品は「1. 2020年総評」でも述べた通り、2009年に初代発売後、過去2回リニューアルをしながら、ベストコスメアワードの「美容液」部門で何度も1位を獲得、2017年には殿堂入りを果たすなど、長きにわたり生活者に支持されてきました。不安が多かった2020年において、人気に裏打ちされた絶対的な安心感は、生活者にとって購入を後押しする要素になったことは間違いないでしょう。

2019年に新たに「美肌菌(※)」に着目した形でさらなるリニューアルをしたことも、今も続く閉塞感の強い日々の中で「なにか新しさも取り入れたい」と考える生活者の今の心情にマッチしたのではないかと考えられます。

また、新型コロナウイルスがもたらした「自分の肌と向き合う時間の増加」「with マスクによる深刻化する肌悩み」によって更に高まったスキンケア需要、今の生活者が求める「ロングセラー×リニューアル」にも応えた、まさに2020年の流れを体現する商品と言えるでしょう。

※皮膚常在菌叢を指す。(ランコムとしての定義)

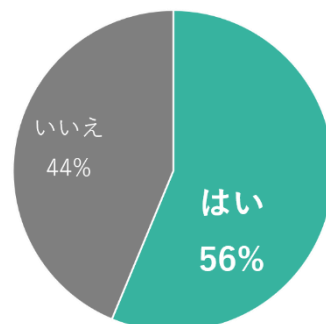
### 1) 「免疫力」への意識の高まりに応える「美肌菌」に着目

新型コロナウイルスの感染拡大によって、「免疫力」への意識が高まっています。実際、ユーザーアンケートでも半数を超える人が「肌の免疫力を高めたいと思うようになった」と回答しています。このことから、「ジェニフィック アドバンスト N」の「美肌菌」という新しいコンセプトが響いた人も多かったであろうことが推測されます。

新型コロナウイルス感染拡大が続く今、今後ますます、「自分で自分を守る」という生活者のニーズに応える商品が注目を集めるかもしれません。

### 「免疫力高めたい」という今年の気持ち

Q.肌の免疫力を高めたいと思うようになった



「化粧品に関するアンケート」

\*アンケート回答期間：2020年11月6日（金）～8日（日）

\*集計サンプル数：n=11,761

\*調査対象者：@cosmeプロデュースメンバー／女性／15歳以上

@cosme会員の構成にあわせ年代割付

### 2) 「試す」ことが難しい環境に対応する有償サンプル ～購入前の体験機会提供～

注目すべき点は商品そのものの魅力だけではありません。本商品は「ジェニフィック アドバンスト N トライアル」として、7mlのサンプルサイズを有償で販売しており、店舗の臨時休業、店舗再開後も気軽にテスターを試せない環境においても、購入前に商品を試せる環境が整っていました。事前に試せることで、初めての方も安心して購入できたことが、30mlで1万円という価格帯でありながら、2020年の顔に輝いた要因のひとつではないでしょうか。

またこのことは、商品の良さはわかっているが、それでもなお「自分にあうのだろうか」「失敗したくない」と商品購入に慎重な生活者にとって、有償であっても事前の体験機会を提供することの重要性の証左ともいえそうです。

事前に試して納得してから購入する流れは、今は当たり前になってきたシャンプーの有償サンプルなどからも見て取れます。購入前の体験機会提供は、今後も、商品が生活者に広く支持されるためのカギを握る取り組みとなるのではないのでしょうか。

<クチコミ抜粋>

“かなりの敏感肌です。口コミが◎で、ずっと気になっていたこちらを、7ml サイズを約 500 円で試せるキットがあったので、遂に使ってみました。”

“ランコムの新しくなったジェニフィック使ってみました！前々から気になっていたジェニフィックが今なら 7ml のサンプルが送料代での価格で試せるということで、早速注文。”

## ■ 「@cosme ベストコスメアワード 2020」受賞商品一覧

・集計方法

「@cosme ベストコスメアワード 2020」は、みんなのクチコミに加え、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: 2019 年 11 月 1 日~2020 年 10 月 31 日

集計対象クチコミ件数: 932,148 件

集計対象アイテム数: 51,863 アイテム

化粧品、化粧品小物、美容器具、美容家電、サプリメント、食品、飲料、日用品、医薬部外品として販売されているものなどを対象としています。

※下半期新人賞のみ 2020 年 5 月 1 日~2020 年 10 月 31 日に発売された商品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。

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

※ベストハイライト・シェーディング受賞商品の一部カラーにはチークカラーも含まれます。

### 【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
ファンケル	ファンケル	マイルドクレンジング オイル
資生堂	マキアージュ	ドラマティックパウダリー UV
ランコム	ランコム	タンイドル ウルトラ ウェア リキッド
インターナショナルコスメティックス	the SAEM	CP チップコンシーラー
ADDICTION	アディクション	ザ アイシャドウ
常盤薬品工業	エクセル	スキニーリッチシャドウ
カネボウ化粧品	ケイト	デザインングアイブロウ 3D
セザンヌ化粧品	セザンヌ	ナチュラル チーク N
ヤマサキ	La Sana(ラサーナ)	海藻 ヘア エッセンス しっとり
ナブラ	ナブラ	N. ポリッシュオイル
王子ネビア	ネビア	鼻セレブ ティッシュ

### 【総合】

@cosme メンバー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
総合大賞	ランコム	ランコム	ジェニフィック アドバンスト N
第 2 位	イブサ	イブサ	ザ・タイム R アクア
第 3 位	コスメデコルテ	コスメデコルテ	フェイスパウダー
第 4 位	セザンヌ化粧品	セザンヌ	パールグロウハイライト



第5位	アモーレバシフィックジャパン	イニスフリー	ノーセバム ミネラルパウダー
第6位	かならば	B IDOL (ビー アイドル)	つやぶるリップ
第7位	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	クリーミータッチライナー
第8位	ポール & ジョー ポーテ	ポール & ジョー ポーテ	プロテクティング ファンデーション プライマー
第9位	Msh	msh(エム・エス・エイチ)	ラブ・ライナー リキッドアイライナーR3
第10位	ラ ロッシュ ポゼ	ラ ロッシュ ポゼ	UV イデア XL プロテクショントーンアップ

## 【アイテム賞】

各カテゴリで今年支持されたアイテム

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

賞名	メーカー名	ブランド名	商品名
ベストクレンジング	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
ベスト洗顔料	ファンケル	ファンケル	ディーブクリア 洗顔パウダー
ベスト化粧水	イブサ	イブサ	ザ・タイム R アクア
ベストブースター	資生堂	ベネフィーク	リセットクリア
ベスト乳液	アルビオン	アルビオン	エクサージュホワイト ホワイトライズ ミルク II
ベスト美容液	ランコム	ランコム	ジェニフィック アドバンスト N
ベストフェイススクリーム・ ジェル	カネボウ化粧品	KANEBO	カネボウ フレッシュ デイ クリーム
ベストフェイスマッサージ	資生堂インターナショナル	クレ・ド・ポー ポーテ	クレームドマッサージュ S
ベストオイル・バーム	資生堂薬品	イハダ	薬用バーム
ベストシートマスク・ パック	セキド	MEDIHEAL(メディヒール)	N.M.F アクアアンプルマスク JEX
ベストまつげ美容液	資生堂フィテイト	マジョリカ マジョルカ	ラッシュジェリードロップ EX
ベストアイケア	クラランス	クラランス	グラン アイ セラム
ベストリップケア	レブロン	レブロン	キス シュガー スクラブ
ベスト日焼け止め	Clue	&be(アンドビー)	UV ミルク
ベスト化粧下地	ポール & ジョー ポーテ	ポール & ジョー ポーテ	プロテクティング ファンデーション プライマー
ベストパウダーファンデ	資生堂	インテグレート	プロフィニッシュファンデーション
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・ ジェルファンデ	RMK Division	RMK	クリーミィファンデーション EX
ベストクッションファンデ	ナース ジャパン	NARS	ナチュラルラディアント ロングウェア クッション ファンデーション
ベスト BB・CC クリーム	コスメデコルテ	コスメデコルテ	サンシェルター トーンアップ CC
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
ベストコンシーラー	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
ベストハイライト・シェー ディング	セザンヌ化粧品	セザンヌ	パールグローハイライト
ベストフィックスミスト	コーセーコスメニエンス	コーセーコスメニエンス	メイク キープ ミスト
ベスト単色アイシャドウ	コスメデコルテ	コスメデコルテ	アイグロウ ジェム

ベストアイシャドウパレット	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	シルキースフレアイズ
ベストアイライナー	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	クリーミータッチライナー
ベストマスカラ	イミュ	デジャヴュ	塗るつけまつげ ラッシュアップ
ベストアイブロウ	セザンヌ化粧品	セザンヌ	超細芯アイブロウ
ベストリップスティック	かならぼ	B IDOL (ビー アイドル)	つやぶるリップ
ベストリキッドルージュ	iFAMILYSC	rom&nd	ジュシーラスティングティント
ベストチーク	ローラ メルシエ	ローラ メルシエ	ブラッシュ カラー インフュージョン
ベストマルチパレット	カネボウ化粧品	ケイト	トーンディメンショナルパレット
ベストボディケア	ユニリーバ・ジャパン	ヴァセリン	アドバンスドリベア ボディローション
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 ホワイトソープの香り
ベストデオドラント	シービック	デオナチュレ	薬用ソフトストーンW
ベストハンドクリーム	イソップ・ジャパン	Aesop(イソップ)	レスレクション ハンドバーム
ベストネイル	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	カラフルネイルズ
ベスト香水	ロジェ・ガレ	ロジェ・ガレ	エクストレド コロン テ ファンタジー
ベストシャンプー・コンディショナー	ヴィークレア	&honey (アンドハニー)	ディーブモイスト シャンプー1.0/ヘアトリートメント 2.0
ベストヘアケア	ロレアル パリ	ロレアル パリ	エクストラオーディナリー オイル エクストラ リッチ フィニッシュ
ベストヘアスタイリング	KOKOBUY(ココバイ)	ザ・プロダクト	ヘアワックス
ベスト美容グッズ	Clue	WHOMEE	アイブロウブラシ 熊野筆
ベスト美容家電	パナソニック	Panasonic	ヘアードライヤー ナノケア EH-NA0B/EH-CNA0B
ベスト日用品	東邦	東邦	ウタマロクリーナー
ベストインナービューティ	資生堂	ザ・コラーゲン	ザ・コラーゲン <ドリンク>
ベストオーラルケア	ライオン	NONIO	NONIO 舌専用クリーニングジェル
ベスト入浴剤	TWO	BARTH	薬用 BARTH 中性重炭酸入浴剤
ベスト生理用品	大王製紙	エリス	素肌のきもち
ベストデリケートゾーンケア	持田ヘルスケア	コラーージュ	コラーージュフルフル泡石鹸

## 【下半期新人賞】

2020年5月1日～2020年10月31日に発売された新商品の中で支持されたアイテム

賞名	メーカー名	ブランド名	商品名
下半期クレンジング新人賞	ロゼット	ロゼット	夢みるバーム 海泥スームスモイスチャー
下半期洗顔料新人賞	SABON Japan(サボンジャパン)	SABON(サボン)	フェイスポリッシャー リフレッシュ
下半期化粧水新人賞	ドクターシーラボ	ドクターシーラボ	VC100 エッセンスローション EX
下半期乳液新人賞	P&G プレステージ	SK-II	スキンパワー エアリー
下半期美容液新人賞	富士フィルム	アスタリフト	アスタリフト スパークル タイト セラム
下半期フェイスクリーム新人賞	Have&Be Co.,Ltd	Dr.Jart+	シカベア クリーム
下半期化粧下地新人賞	資生堂インターナショナル	クレ・ド・ポー ポーテ	ヴォワールイドラタンロングトゥニュ

下半期ファンデーション 新人賞	イヴ・サンローラン・ポーテ	イヴ・サンローラン	アंकルド ポー ルクッション N
下半期フィックスミスト 新人賞	コスメデコルテ	コスメデコルテ	コンフォート デイミスト セット&プロテクト
下半期アイシャドウ新人賞	パルファン・クリスチャン・ ディオール	ディオール	サンク クルール クチュール
下半期チーク新人賞	コスメデコルテ	コスメデコルテ	AQ ブラッシュ
下半期リップ新人賞	クラランス	クラランス	コンフォート リップオイル インテンス
下半期アイブロウ新人賞	かならば	Fujiko (フジコ)	眉ティント SVR
下半期マスカラ新人賞	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	クイックラッシュカーラーセパレート
下半期ヘアケア新人賞	ステラシード	ステラシード	エイトザタラソ リセットクレンジング&ヘッドスパ 美容液プレシャンプー
下半期入浴剤新人賞	アユーラ ラボラトリーズ	アユーラ	メディテーションバス t
下半期ネイル新人賞	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	ファンデーションカラーズ

### 【@cosme SHOPPING ベストヒット賞】

当社の化粧品ショッピングサイト「@cosme SHOPPING」での販売実績をもとに選ばれたアイテム

#### ■総合

部門	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 総合	第1位	イブサ	イブサ	ザ・タイム R アクア

#### ■部門

部門賞は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	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 スキンケア	第1位	イブサ	イブサ	ザ・タイム R アクア
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 ベースメイク	第1位	ポール & ジョ ー ポーテ	ポール & ジョー ポー テ	プロテクティング ファンデーション プライマー
@cosme SHOPPING ベストヒット賞 メイクアップ	第1位	かならば	B IDOL (ビー アイドル)	つやぶるリップ

### 【@cosme STORE ベストヒット賞】

当社のコスメセレクトショップ「@cosme STORE」及び「@cosme TOKYO」での販売実績をもとに選ばれたアイテム

#### ■総合

部門	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme STORE ベストヒット賞 総合	第1位	イミュ	オペラ	リップティント N

#### ■部門

部門賞は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	順位	メーカー名	ブランド名	商品名
@cosme STORE ベストヒット賞 スキンケア	第1位	ヴェルジェ	シェルクルール	ベーシッククリーム
@cosme STORE ベストヒット賞 ベースメイク	第1位	コスメデコルテ	コスメデコルテ	フェイスパウダー
@cosme STORE ベストヒット賞 メイクアップ	第1位	イミュ	オペラ	リップティント N

## &lt;ご参考&gt;

■2020年のビューティトレンドを総括する  
「2020 UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞」、  
「@cosme HongKong THE BEST COSMETICS AWARDS 2020」同時発表

1) 「2020 UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞」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(@cosmeTAIWAN)」でも、2020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「2020 UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞」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.urcosme.com/beauty-awards/2020/annual>

2) 「@cosme HongKong THE BEST COSMETICS AWARDS 2020」香港で初の同時発表



@cosme は、2019年10月に海外現地ユーザーのクチコミや現地の Beauty 関連ニュースが見られる「@cosme」のグローバルアプリを、第1弾として香港でリリースいたしました。今回、2020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「@cosme HongKong THE BEST COSMETICS AWARDS 2020」を初発表いたします。

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/blog/beauty-awards-2020-annual/>

## ■「@cosme ベストコスメアワード 2020」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 (@cosme ベストコスメアワードのみ)

- ・ 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)

## ■12/16 (水)「ベスコス 2020 から見る美容業界の今とこれから」ウェビナー開催

アイスタイル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 2020」から見えてくる、いまのユーザー動向や、ブランド様に役立つマーケティングソリューションをウェビナーにて解説いたします。総司会会は BeautyTech.jp 編集長の矢野 貴久子がつとめます。



### 【開催概要／プログラム】

開催日：2020年12月16日(水)

#### 【第1部】17:00～17:30

「超速報！2020年ベスコス振り返り～ベスコスを通じたユーザーの行動分析」

株式会社アイスタイル UX本部 商品データ推進部 部長 益子 優里

株式会社アイスタイル UXデータ戦略室 プランニンググループ マネージャー 古谷 快

#### 【第2部】17:30～18:00

「ユーザーは何に心を動かされたのか。クチコミの分析から浮かびあがる3つのポイント」

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 原田 彩子

#### 【第3部】18:00～18:30

「2021年、ブランドとユーザーのコミュニケーションはどう変わる？」

株式会社アイスタイル ブランド事業本部 ブランドパートナー部 部長 大西 清貴

株式会社アイスタイル ブランド事業本部 事業戦略推進部 営業企画グループ マネージャー 田島 有希子

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/bestcosme2020>

## ■@cosme とは



月間訪問者 1,320 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 9,000 ブランド・商品数 34 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 1,580 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：37 億 300 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 エクスターナルコミュニケーション室 TEL：03-5575-1286 FAX：03-5575-1261 Email: [istyle-press@istyle.co.jp](mailto:istyle-press@istyle.co.jp)