

報道関係各位

@cosme

【プレスリリース第2弾】

「@cosme ベストコスメアワード 2024 上半期新作ベストコスメ」6月6日発表

～ベースメイクは高価格帯シフトが鮮明に、惜しまず投資したい対象か？

メイクの全体傾向はナチュラルだが、細部にこだわりあり！～

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6日（木）、「@cosme ベストコスメアワード 2024 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、アテニア「スキנקリア クレンジングオイル アロマタイプ」となりました。

@cosme ベストコスメアワード
上半期新作ベストコスメ

「@cosme ベストコスメアワード 2024 上半期新作ベストコスメ」では、プレスリリースを2回に分けて発表しており、本リリースは第2弾となります。

第1弾の配信は、6月6日発表のプレスリリースを参照ください。

URL：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2024/06/0606-bc.html>

また、同時発表の2024下半年トレンド予測の詳細は6月6日（木）発表のプレスリリースを参照ください。

URL：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2024/06/0606-tr.html>

■「@cosme ベストコスメアワード 2024 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 2024 上半期新作ベストコスメ」第2弾ハイライト

全体のトレンド傾向や総合大賞の分析については第1弾のプレスリリースを参照ください

◆スキンケア

・今一度根本ケア、「底上げ」アイテムに注目！その動きはヘアにも

◆ベースメイク

・ベースメイクには惜しまず投資、高価格帯アイテム多数！
・セミマットの言い換えか？ツヤニーズにもハマる「セミツヤ」

◆メイクアップ

・粘膜カラーに締め色なし、盛り過ぎないメイクがトレンド
・チーク復活！人気チークの剤形に変化？ポイントは「じゅわっとした血色感」
・ナチュラルメイクだけど、細部にはこだわりはあり？

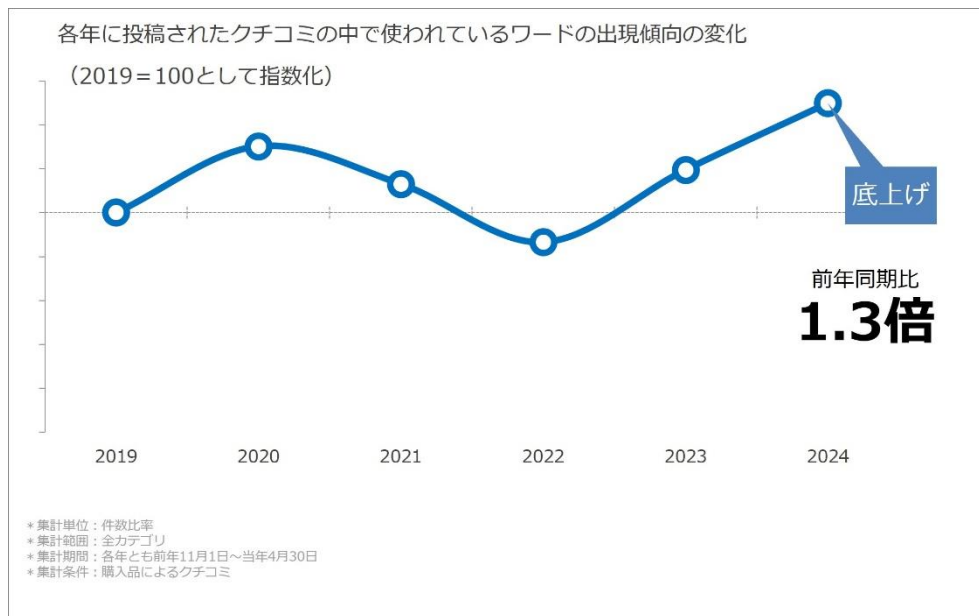
◆その他

・中国コスメが初ランクイン！今後は韓国コスメのように広がる可能性も
・上半期ベストコスメにベストデリケートゾーンケア部門が新設！

◆スキンケア

今一度根本ケア、「底上げ」アイテムに注目！その動きはヘアにも

スキンケアのトピックスは、第1弾のプレスリリースでも多くご紹介していますが、今回もう一つ注目したいのは「底上げ」アイテムへの支持です。

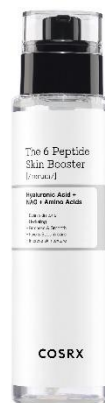


@cosme のクチコミをみると、「底上げ」というワードの出現率が昨年と比較して1.3倍に増加しています。他にも「土台美容液」というワードの出現率は2.2倍、「導入乳液」2.0倍と、底上げ関連のワードが多数増加しています。

今回のベスコスには、ベスト美容液・ブースター部門で、第1位に SOFINA iP「ベースケア セラム〈土台美容液〉」、第2位に COSRX(コスアールエックス)「RXザ・6ペプチドスキンブースターセラム」と、次に使うスキンケアアイテムのなじみをよくしたり、効果をアップしてくれるブースター・導入液アイテムがランクインしました。



ベスト美容液・ブースター 第1位
SOFINA iP「ベースケア セラム〈土台美容液〉」



ベスト美容液・ブースター 第2位
COSRX(コスアールエックス)
「RXザ・6ペプチドスキンブースターセラム」

また、総合大賞を受賞したアテニア「スキんクリア クレンジング オイル アロマタイプ」も、次に使うスキンケアの浸透を高めるといってブースター効果がリニューアルポイントです。

<クチコミ抜粋：ベスト美容液・ブースター 第2位 COSRX(コスアールエックス)「RXザ・6ペプチドスキンブースターセラム」>

サラッとしたテクスチャーがお肌にぐんぐんと吸い込まれていく感覚で、
その後に使用するエッセンスの吸収力を底上げしてくれます

<クチコミ抜粋：総合大賞 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」>

しっかり落ちるので、その後の美容液や化粧水の浸透の良さを実感しています

ここ数年、肌に起きているトラブルはマスク着用による肌悩みやコロナ禍によるストレスが原因と考えられる風潮がありましたが、それが取り除かれた今、今一度根本に立ち返り「底上げしていきたい」という意識が生まれたのかもしれない。

尚、底上げの動きはスキンケア以外にもみられており、ベストヘアケア 第3位にもロレアル パリ「ロレアル パリ ボンド リペア 導入エッセンス」というブースターアイテムがランクインしています。



ベストヘアケア 第3位
ロレアル パリ「ロレアル パリ ボンド リペア 導入エッセンス」

さらに関連して、「プレトリートメント」というワードの出現率が、昨年と比較し 9.9 倍に増加しており、今回受賞したようなシャンプー前に使うプレトリートメント自体への注目も感じられます。

◆ベースメイク

ベースメイクには惜しまず投資、高価格帯アイテム多数！

スキンケアでは、中価格帯コスメ（ミドルコスメ）に支持が集まりましたが、ベースメイクにおいては、高価格帯コスメが支持されました。



ベスト化粧下地第2位
SHISEIDO「SPF50+サングロウスキングロウ」



ベストリキッドファンデ第2位
LANCÔME「Triniウルトラウェアファンデ」



ベストクッションファンデ第2位
GIVENCHY「Skin Fetish シンフェシイ」



ベストパウダー第1位
DECORTÉ「ルース パウダー」



ベストパウダー第2位
CLARINS「クレ・ド・ポー ボーテ」



ベストコンシーラー第1位
LAURA MERCIER「ローラ メルシエ」

この背景には、「無加工＝ナチュラルの延長線にある盛り」が世代問わずトレンドとなり、肌を自然に美しくみせたいというニーズが高まったことで、「ベースメイクには惜しまず投資したい」という生活者が増えたことがありそうです。また、それに加えてスキンケアと同様にベースメイクも肌に直接影響を与えやすいアイテムであるということも影響していそうです。一方で、メイクアップに関しては、肌に直接影響を与えにくいアイテムであることから、低価格（プチプラ）でトレンドを楽しむという選択がされているのではないかと分析します。

セミマットの言い換えか？ツヤニーズにもハマる「セミツヤ」

長らくベースメイクの仕上がりは「ツヤ」が人気でしたが、最近「セミツヤ」という表現が登場。総合 第2位を受賞したコスメデコルテ「ルース パウダー」が牽引する形で、昨年と比較してワードの出現率が2.6倍に増加しています。

<クチコミ抜粋：総合 第2位を受賞したコスメデコルテ「ルース パウダー」>

BAさんに色を合わせてもらい、最初はラメなしがいいかなと思ってましたが、

血色感とセミツヤを出したかったので03のほんのリピンクにしました！

また、ベストリキッドファンデ 第2位を受賞したメイベリン ニューヨーク「メイベリン SPステイ ルミマット リキッド ファンデーション」、ベストパウダー 第2位を受賞したクレ・ド・ポー ボーテ「ブードルコンパクトエサンシエルn」も共にセミマットよりな仕上がりであり、加えて「セミマット仕上がり」や「マットパウダー」というワードの出現率も昨年と比較して増加傾向にあります。しかし一方で、ツヤニーズは依然として高く、ツヤを好む日本人にとって「セミツヤ」は「セミマット」の言い換えとして受け入れられているのかもしれない。

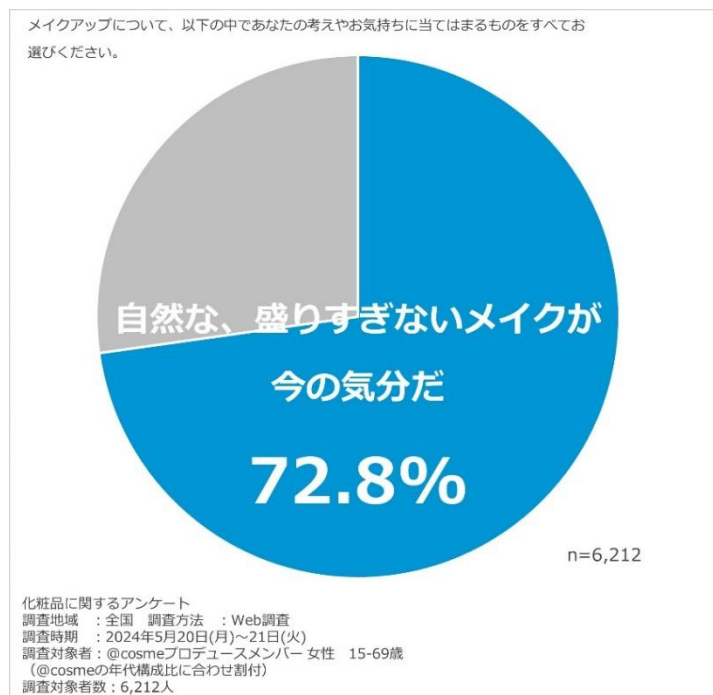
<クチコミ抜粋：ベストパウダー 第2位 クレ・ド・ポー ボーテ「ブードルコンパクトエサンシエルn」>

粉っぽさなど全くない、クレらしい滑らかでエレガントなセミツヤなお肌が出来上がります。

◆メイクアップ

粘膜カラーに締め色なし、盛り過ぎないメイクがトレンド

2024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）で、「メイクアップについて、考えやお気持ちに当てはまるもの」を聴取したところ、「自然な、盛りすぎないメイクが今の気分だ」と全体の72.8%の人が回答しています。



またクチコミでは、「粘膜カラー」というワードの出現率が、昨年と比較して2.9倍、「シアー感」というワードは1.6倍に増加しています。

さらに総合第4位を受賞したKANEBO「ルージュスターヴァイブラント」は、「美粘膜のようなツヤ」を謳っており、また、総合第10位を受賞したケイト「ポッピングシルエットシャドウ」は、締め色のないミュートカラーが特長で、どちらも肌なじみのよいカラーが支持されています。



加えて、ベストアイブロウ第1位には、まるでブリーチしたような薄眉に！と訴求した眉用コンシーラー、キャンメイク「コンシーラーブロウマスカラ」がランクインしており、粘膜カラーに締め色なし、加えて薄眉と、受賞商品からも上半期のメイクアップの全体が「ナチュラル」であることが窺えます。

チーク復活！人気チークの剤形に変化？ポイントは「じゅわっとした血色感」

マスクの着用が任意になってから早期に需要が復活したリップカテゴリとは異なり、コロナ禍以降の復調がスローだったチークカテゴリですが、原宿駅前にある「@cosme TOKYO」の2023年11月～2024年4月の売上数をもてみると、昨年と比較して2.1倍と大きく伸長しており、生活者の関心がようやく戻ってきていることが窺えます。

今回のベストチーク 第1位にはリキッドタイプの Fujiko (フジコ)「水彩チーク」、第2位にはクリームタイプの THREE「THREE グラムトーンカラーカスタード」と、これまで主流だったパウダータイプではない商品がランクインしています。「水彩チーク」は、滲み出る血色感を引き出す、「THREE グラムトーンカラーカスタード」は、肌に伸ばすと「ほわり」と溶け込むと謳っており、前述のアンケート結果にもある通り、「ジュワッと溶け込むような自然な血色感」が作れる剤形に人気が集まったのではないかと分析します。



ベストチーク 第1位
Fujiko (フジコ)「水彩チーク」



ベストチーク 第2位
THREE「THREE グラムトーンカラーカスタード」

ナチュラルメイクだけど、細部にはこだわりはあり？

メイクアップの全体傾向はナチュラルでありながら、ベストアイライナー 第2位にはリアルな下まつげを描くことができる CipiCipi「下まつげライナー」がランクイン。ベストマスカラ 第1位には、自分好みの束感がつくれるキャンメイク「メタルックマスカラ」、第3位には美しい束感まつ毛がつくれるエテュセ「アイエディション(ラッシュトップコート)」がランクインしており、実は”パーツにはこだわりたい気持ち”が窺えます。また、前述のケイト「ポッピングシルエットシャドウ」のクチコミをみると、生活者は近いカラーが集まった4色パレットを使い分けており、それもある意味こだわりの一つと言えます。



ベストアイライナー 第2位
CipiCipi「下まつげライナー」



ベストマスカラ 第1位
キャンメイク「メタルックマスカラ」



ベストマスカラ 第3位
エテュセ
「アイエディション(ラッシュトップコート)」

◆その他

中国コスメが初ランクイン！ 今後は韓国コスメのように広がる可能性も

今回、ベストシェーディング 第1位に SHEGLAM「サンскарプ リキッドシェーディング」、ベスト涙袋・二重メイク 第3位に FlowerKnows(フラワーノーズ)「FlowerKnows(フラワーノーズ)スワンバレエシリーズリキッドアイシャドウ」と、中国コスメが初めてランクインしています。



ベストシェーディング 第1位
SHEGLAM
「サンскарプ リキッドシェーディング」



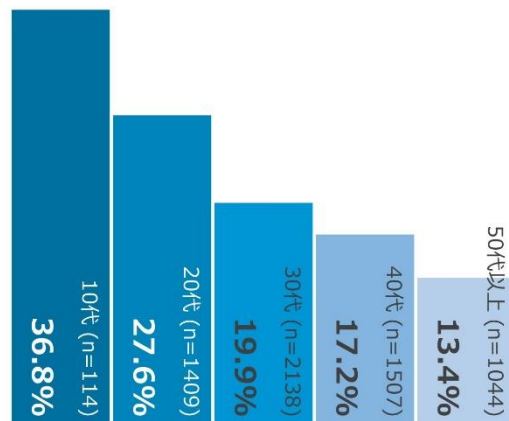
ベスト涙袋・二重メイク 第3位
FlowerKnows(フラワーノーズ)
「FlowerKnows(フラワーノーズ)
スワンバレエシリーズリキッドアイシャドウ」

一昔前までは、「『中国製』は不安に感じる」といったクチコミが散見されましたが、徐々に「中国製」というワードの出現率は減少しており、話題となる中国コスメもでてきていることから、中国コスメに対するイメージの変化、中国コスメが受け入れられる土壌ができつつあるといえるのではないのでしょうか。

ただし、ユーザーアンケートで「化粧品について、考えやお気持ちに当てはまるもの」を聴取したところ、「中国ブランドに興味がある」と回答した人は全体の4.7%でした。

これは決して高い数値ではなく、今回受賞した2商品も「商品の良さ」が支持された結果といえそうです。一方で「自分の肌に合う化粧品であれば、国産ブランドか外資系ブランドかは気にしない」と全体の60.5%の人が回答、「特に韓国コスメを探しているわけではないが、いいと思うものが結果的に韓国コスメであることが多い」全体の20.2%、10代では36.8%の人が回答していることから、今後はたまたま惹かれた商品が中国コスメだったという状況になっていくかもしれません。

化粧品について、以下の中であなたの考えやお気持ちに当てはまるものをすべてお選びください



特に韓国コスメを探しているわけではないが、いいと思うものが結果的に韓国コスメであることが多い

化粧品に関するアンケート

調査地域 : 全国 調査方法 : Web調査
 調査時期 : 2024年5月20日(月)~21日(火)
 調査対象者 : @cosmeプロデュースメンバー 女性 15-69歳
 (@cosmeの年代構成比に合わせ割付)
 調査対象者数 : 6,212人

■ 10代 (n=114)
 ■ 20代 (n=1409)
 ■ 30代 (n=2138)
 ■ 40代 (n=1507)
 ■ 50代以上 (n=1044)

上半期ベストコスメにベストデリケートゾーンケア部門が新設！

今回の上半期新作ベストコスメでは、ベストデリケートゾーンケア部門を新設いたしました。年末に発表する年間のベストコスメには既にある部門ですが、上半期は発売される商品が少なく、これまでは部門の成立させることが困難でした。しかし、今年はデリケートゾーンケアの商品が増えたことで、新設に至りました。

ベストデリケートゾーンケア 第1位、第2位を受賞したトワニーは、昨年11月に@cosme TOKYOでポップアップイベントを開催しており、実際に商品を試すことや相談できる場も徐々に増えてきています。

https://business.cosme.net/case/report/cosme-tokyo_magazine_18



ベストデリケートゾーンケア 第1位
トワニー「アンドミー デリケートケアウォッシュ」

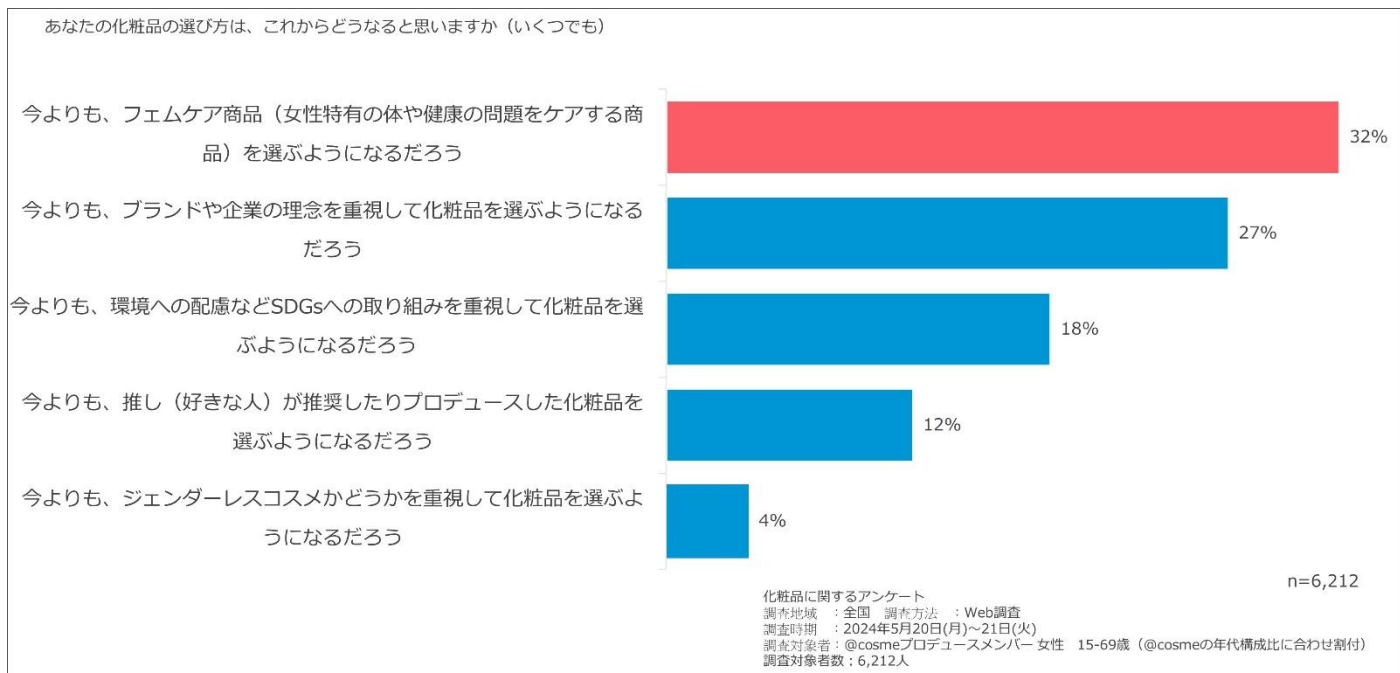


ベストデリケートゾーンケア 第2位
トワニー「アンドミー デリケートケアクリーム」



ベストデリケートゾーンケア 第3位
スウィートボディ「デリケートウォッシュビューアシャボン」

また、ユーザーアンケートにて、「化粧品の選び方は、これからどうなると思うか」を聴取したところ、「今よりも、フェムケア商品（女性特有の体や健康の問題をケアする商品）を選ぶようになるだろう」と全体の 32.0%の人が回答しており、自分事化された悩みということも影響してか、フェムケアを意識した商品選択への関心は SDGs を上回っています。フェムケア商品への関心は、今後ますます高まっていきそうです。



■「@cosme ベストコスメアワード 2024 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 2024 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: 2023年11月1日～2024年4月30日

集計対象クチコミ件数: 115,316件

集計対象アイテム数: 3,806アイテム

化粧品、美容グッズ、日用品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」「@cosme OSAKA」での販売実績をもとに順位を決定しています。

受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

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

■@cosme とは

月間訪問者約1,900万人、国内外4万3千ブランド・商品数39万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2,000万件を突破しています。（2023.12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：54億6,700万円

■ 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