

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」12月5日発表

～スキンケアは、国産で守り韓国で遊ぶ！！メイクアップは『じゃない方』消費に注目？！～

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、2024年12月5日（木）、「@cosme ベストコスメアワード 2024」（以下、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「スキんクリア クレンジ 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
THE BEST COSMETICS AWARDS

「@cosme ベストコスメアワード 2024」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、12月5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/2024/12/1205-bc.html>

また、同時発表の2025 上半期トレンド予測の詳細は12月5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/2024/12/1205-tr.html>

■「@cosme ベストコスメアワード 2024」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

- ・ベーシックアイテムは国産中価格帯で安心感、プラスワンアイテムは韓国コスメで遊ぶ
- ・国産ブランドの中でも『敏感肌向け』に注目！

◆メイクアップ

- ・メイクアップは「じゃない方消費」に注目！
- ・「盛り耐性あり」界限では「盛りメイク」シフトの兆しも？

◆ヘアケア

- ・ヘアケアも打倒暑さ消費！？

◆その他

- ・男性インフルエンサーの影響力 UP、美容のボーダレス化進む

◆スキンケア

ベーシックアイテムは国産中価格帯で安心感、プラスワンアイテムは韓国コスメで遊ぶ
人気商品をアイテム別に表彰する「カテゴリ賞」のラインナップをみるとベストクレンジング・ベスト洗顔料・ベスト化粧水・ベスト乳液・ベスト美容液・ベストフェイスクリームというベーシックなスキンケアアイテムでは、6カテゴリ18商品のうち、17商品と9割以上が中価格帯中心の国産ブランドとなり、2024 上半期のベストコスメと同様の傾向となりました。

ベストクレンジング		
1位	2位	3位
アデニア スキんクリアクレンジング オイル アロマタイプ	ヒロインメイク スピーディーマスカラリ ムーバー	シユウ ウェムラ アルティム8 [∞] スプリム ビューティ クレンジング オイルn

ベスト洗顔料		
1位	2位	3位
dプログラム エッセンスイン クレンジングフォーム	オルビス オルビスユードット フォーミングウォッシュ	メラノCC ディーブクリア酵素洗顔

ベスト化粧水		
1位	2位	3位
dプログラム モイストケア ローションMB	KANEBO スキン ハーモナイザー	キュレル ティープ モイストチャージスプレー

ベスト乳液		
1位	2位	3位
コスメドコルテ AQ アブソリュート エマルジョン マイクロラ ティアンス II	エリクシール ブライトニング エマルジョン WT II	エリクシール リフトモイスト エマルジョン S P II

ベスト美容液		
1位	2位	3位
SHISEIDO アルティミューン パワライジング コンセントレート IIIin	SOFINA IP ベースケア セラム (土台美容液)	HAKU メラノフォーカス E V

ベストフェイスクリーム		
1位	2位	3位
KANEBO カネボウ クリーム イン ティ	コスメドコルテ リボソーム アドバンスト リペアクリーム	ラ ロッシュ ポゼ シカプラスト リペアクリーム B5+

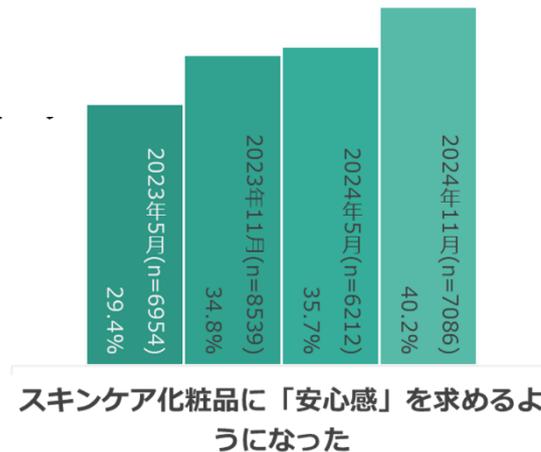
この背景には、引き続き物価高の影響があるようです。2024年11月に実施した@cosmeユーザーを対象とした「化粧品に関するアンケート」(以下、ユーザーアンケート)で、「化粧品全般について」ここ半年間の意識や行動の「変化」を聴取したところ、「お金をかけるべきアイテムは何かを以前より考えるようになった」と回答した人が全体の64.5%にのびました。

さらに、スキンケアに「安心感」を求めるようになったという声も増加傾向にあることから、品質と価格のバランスが良く、失敗しにくい安心感のある選択肢として、生活者が中価格帯を中心とした国産ブランドを支持したといえそうです。

ベストコスメアワード 2024 上半期新作ベストコスメプレスリリースはこちら：

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

スキンケアについて、ここ半年間の意識や行動の「変化」として当てはまるものを全てお選びください(いくつでも)



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11月18日(月)～19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合)
調査対象者数：7,086人

その一方で、ベストブースターとベストシートマスクというプラスワンアイテムのカテゴリでは、それぞれ TOP3 すべてと、2商品で韓国ブランドがランクインしました。

ブースターは、化粧水の前に使用することでそのあとに使う化粧品の浸透をよくする、まだ比較的新しいカテゴリのアイテムです。またシートマスクもここ数年でデイリーケアに取り入れられるようになったアイテムといえます。更に、韓国ブランドを中心に1枚入りの商品が豊富なこともあり、肌のコンディションによって取り入れる成分を変えてみたり、時には使用感やビジュアル面などで目先の変わったエンタメ性のある商品を使ってみたりなど、新しいトライをしやすいカテゴリでもあります。

ベストブースター		
1位	2位	3位
VT(ブイティー) リードルショット100	VT(ブイティー) リードルショット300	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

ベストシートマスク		
1位	2位	3位
ナンバーズイン (numbuzin) 5番 白玉グルタチオンC ふりかけマスク	ルルルン ルルルン ハイドラ EX マスク	Torriden (トリデン) ダイブイン マスク

これらのことから、基本のケアではシビアに価格分の価値を見極め、国産ブランドで手堅く守りのケアをしつつも、プラスワンアイテムでは韓国コスメで積極的に新しいブランドや攻めのケアを取り入れて、かしくバランスを取る生活者の様子が垣間見えます。

国産ブランドの中でも『敏感肌向け』に注目

今回のベストコスメのスキンケアカテゴリでもう一つ注目なのが、「国産敏感肌ブランド」です。スキンケアカテゴリ全体で3ブランド（dプログラム、キュレル、イハダ）5商品がランクイン。特にdプログラムは3商品が受賞しました。



前述のとおり、「スキンケアに安心感を求めるようになった」生活者が引き続き増加傾向であることが、敏感肌ブランドが支持された要因の一つといえるでしょう。

また、クチコミを分析してみると、「敏感混合肌」「脂性敏感肌」等、これまでよりも自身の肌状態をより細かに分類、理解していることがうかがえるワードの出現率が上昇していました。SNSの浸透などで生活者の美容リテラシーのベースが上がったことが、敏感肌ブランドへの注目を高めているともいえそうです。



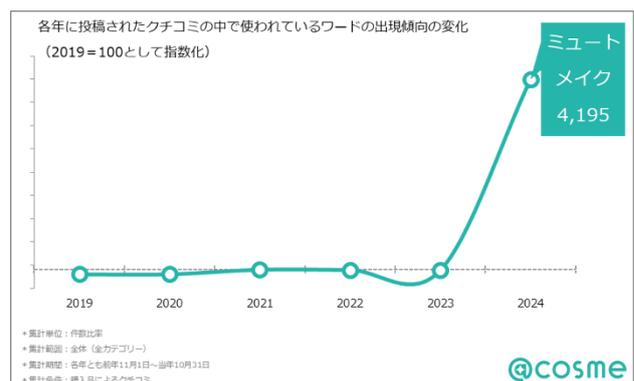
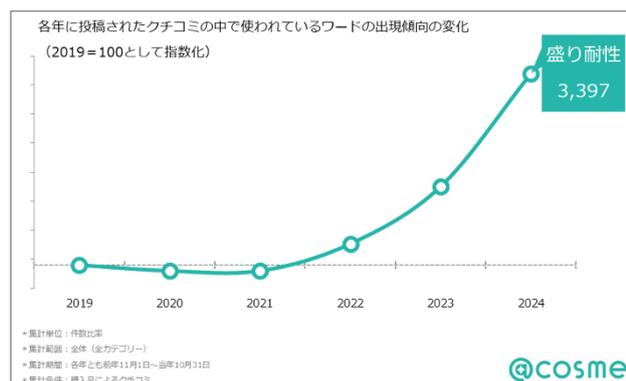
さらに、肌が敏感になる原因として、「美容施術後」を挙げるクチコミも見られます。

美容医療は昨今ますます身近になってきていることから、今後は美容施術後の敏感肌対策としても敏感肌ブランドの注目が高まっていくかもしれません。

◆メイクアップ

メイクアップは「じゃない方消費」に注目！

メイクアップカテゴリは「盛り耐性なし」というワードに代表されるように、これまでフォーカスが当たりにくかったニーズを現す言葉が多数生まれ、広がった1年となりました。例えば、これまでであれば「メイクは盛るためのもの」であり、「盛ったメイクが似合わない」という生活者の声は埋もれてしまいがちでしたが、そのような個性を持つ生活者が自らを「盛り耐性なしタイプ」などと自称し、自分の個性にあったアイテムやメイク方法などを発信するようになったことでニーズが可視化され、新たなトレンドが生まれています。



今年トレンドとなり、クチコミにおけるワードの出現率が昨対なんと 48.9 倍にもなった「ミュートメイク」は、まさに「盛り耐性なしタイプ」の人が安心して取り入れられるメイク方法として話題となり、ミュートメイクで使いやすい「締め色のない淡めカラーのアイシャドウパレット」や「薄い色味のチーク」などが人気を集め、ベストコスメも受賞しました。

また、総合3位にランクインした rom&nd 「ハンオールブロウカラ」は「眉が濃い」という「じゃない方」のお悩みをもつ生活者からの支持が見られました。

その他、「プルべなのに青みを吸収してしまう青み吸収族」、「〇〇苦手民」などの「じゃない方」を現すワードの出現率も増加しています。



<クチコミ抜粋：総合3位 rom&nd 「ハンオールブロウカラ」>

眉毛の毛が濃くて多いので、眉の存在感を薄めたい私にとって、綺麗に眉が染まるのでとても愛用してます。



<クチコミ抜粋：ベストチーク第1位「セザンヌ チークブラッシュ」>

同じような色味のチークは色々なメーカーから出ていますが、ほぼワンコインでこの品質のチークを買えるのはすごい。流行のミュートメイクにも合うのでガンガン使います！



<クチコミ抜粋：価格別賞 ロープライス部門 アイシャドウ「ケイト ポッピングシルエットシャドウ」>

話題のミュートメイクが簡単に完成させられるパレットありがたい！濃い締め色はないんだけど、このパレットを使えば自然に立体感が作れて確実に盛れる。盛り耐性のない私にもってこいだった！

更に、「じゃない方」ニーズへの注目はメイク以外のカテゴリでも高まっています。例えば、スキンケアでは「脂性肌」、ヘアケアでは「多毛」というワードの出現率は共に、昨対 1.3 倍の増加がみられました。

<クチコミ抜粋：ベスト化粧品第2位「KANEBO スキン ハーモナイザー」>

脂性肌の方にはとてもいいと思います。サラサラでバシャバシャと使えて、さっぱりとしています。私はこの後の美容液と乳液など、しっとりしている物を使用しています。荒れがちだったお肌が、鎮静された気がします。お試しに購入しましたが、じっくり使用してリビを決めたいと思います。

<クチコミ抜粋：ベストシャンプー・コンディショナー第2位「プリュスオー メロウシャンプー/メロウトリートメント」>

剛毛多毛癖毛ととても厄介な髪な上、この暑さで髪も広がり毎朝うんざりしていましたがこれを使用してから朝起きた時髪がまとまって嬉し...!

また、こうした流れはいわゆる「界限消費」の流れも汲んでいる様で、「〇〇さんにおすすめです」などと自分と近い界限への方への推奨コメントが散見されます。こういった情報発信においては自分の属性をドライブで表現する「●●民」「●●族」などのワードがよく用いられています。「界限」がどちらかという客観的な視点であるのに対し、より自分事化された表現と言えるかもしれません。

<クチコミ抜粋：ベストボディケア第2位「キュレル バスタイム モイストバリアクリーム」>

濡れたまま塗って、そのあと拭いて大丈夫、、、?と思いましたが、しっとり潤ったお肌が続きます
忙しい時でも簡単にケアできるので、忙しい方やママさんにもおすすめです!!

季節の変わり目お肌が敏感になっているときでも安心して使える製品が揃うキュレル乾燥さん、敏感肌さんにおすすめです!

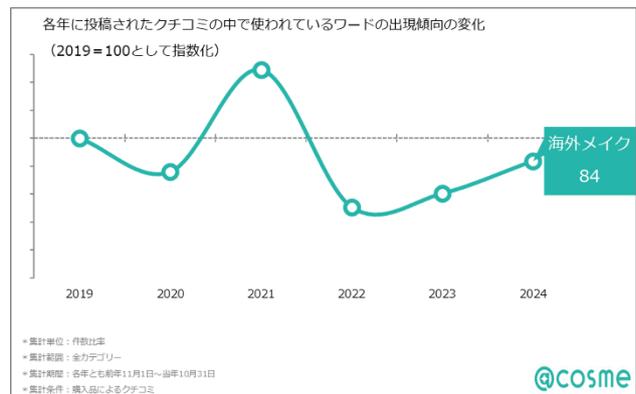
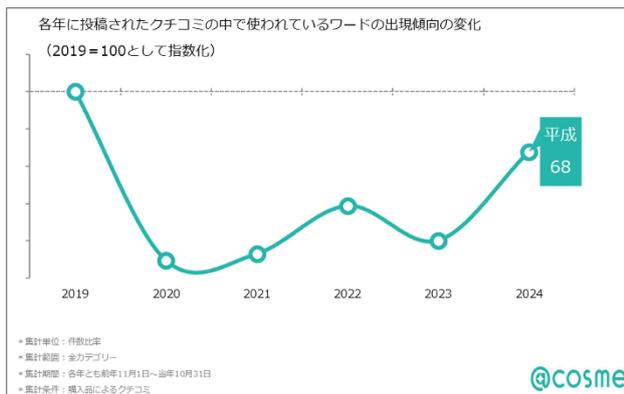
<クチコミ抜粋：下半期リップ新人賞「fwee(フィー) フィー 3D ポリューミンググロス」>

使いにくい色かな……?と思いつつ、どうしても気になるリップだったので買ってみました。結果、私には大当たり!塗った瞬間、カサカサ唇がぷっくりになって感動です。皮向けが全然目立たなくなる、すごい。色味も透明感が強いからか、案外馴染んで、美少女みたいな唇になります。(あくまで唇だけ)唇荒れ荒れの民なのでこれは嬉しい。

「盛り耐性あり」界限では「盛りメイク」シフトの兆しも?

一方、「盛り耐性あり」界限を中心に「盛りメイク」シフトの兆しもありそうです。

クチコミをみても、数は少ないながらも「盛り」傾向のメイクを連想させる「平成」「海外メイク」といったワードの出現率がそれぞれ、昨対3.4倍、1.4倍と増加傾向にあります。



受賞商品のクチコミにも、これらのワードが見られます。



<ベスト単色アイシャドウ第3位「アディクション ザ アイシャドウ パール」>

ナチュラルメイクには向いてないかもしれませんが、海外メイクやギャルメイクパーティメイクにぴったりなんです!



<ベストリキッドルージュ第1位「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」>

ラメ感とぷくらした唇を演出できるところが好きで購入しました。

このラメ感とうるツヤ感が平成ギャルっぽいとかあゅっぽくもあるので、私は好んでよく購入してます。

生活者から大きな支持を受けている、メイクアップアーティストの小田切ヒロさんがYouTube で平成メイクの動画を複数本あげていたり、12月下旬にはキャンメイクが“「涙袋をとにかく盛りたい」ニーズに応える、ナチュラルを敢えて無視した涙袋用アイシャドウパレットの新色の発売を予定しているなどの動きもみられることから、今後、この「盛りメイク」の芽がどうなるか注目です。



キャンメイク「ブランぶくコーデアイズNeo」

◆ヘアケア

ヘアケアも打倒暑さ消費！？

今回のベストコスメの総合大賞から読み解いた 2024 年の消費傾向として、暑さ対策のできる商品に投資する「打倒暑さ消費」があると第1弾のリリースにて発表しましたが、ヘアケアカテゴリの受賞商品も「打倒暑さ消費」を感じるラインナップとなりました。

ベストヘアケアでは、3 商品全てウォータータイプがランクインしました。これまではオイルタイプやミルクタイプが主流でしたが、より軽く、暑いときにもべたつきを感じさせない剤形としてウォータータイプが求められたのではないのでしょうか。



ベストヘアケア1位
オルビス「トリートメントヘアウォーター」



ベストヘアケア2位
コスメデコルテ「AQ フースティング
トリートメントヘアセラム」



ベストヘアケア3位
エッセンシャル「エッセンシャルプレミアム
ウォータートリートメント EXスムース」

また、ヘアスタイリングカテゴリでは、暑さによる自身の汗や、湿気によるスタイルの崩れを防いだり、さっとヘアスタイリングのお直しができるアイテムが選ばれました。



ベストヘアスタイリング1位
ReFa「ReFa LOCK OIL」



ベストヘアスタイリング 2位
plus eau (プリュスオー)
「ポイントリペア」



ベストヘアスタイリング3位
ケープ「ケープ FOR ACTIVE
前髪ホールドマスカラ」

更に、頭皮ケアカテゴリでラインナップされた3商品はいずれも「爽快感を得られる」ことが評価されており、頭皮ケアの目的が、高温多湿化によって、これまでのような薄毛ケアやエイジングケアだけでなくってきていることを感じさせます。



ベスト頭皮ケア1位
ブレディア「ファンゴヘッドクレンズSPA+」

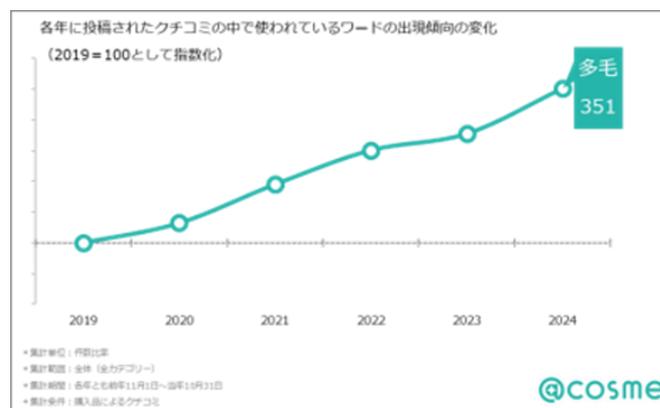


ベスト頭皮ケア2位
SABON(サボン)
「ヘッドスクラブリフレッシュ」



ベスト頭皮ケア3位
ジルスチュアート「ディープヘッドクレンズ
ホワイトフローラル」

加えて、前述の通り、「多毛」というワードの出現率が昨対1.3倍に増加しています。多毛のお悩みは暑さや湿気による髪の広がりなど、高温多湿な気候と結びつきが強いことから、今後「多毛ケア」はより大きなニーズとなっていくのではないのでしょうか。



◆その他

男性インフルエンサーの影響力 UP、美容のボーダレス化進む

今年も引き続き、インフルエンサーやヘアメイクアップアーティスト、美容家の発信がコスメの人気に大きな影響を与えました。

中でも、クチコミにおいて「ヒョクくん」「ギョテさん」など、男性インフルエンサーの名前の出現率が増加したのが今年の特徴です。また、お笑いコンビのレインボーの池田さんが新ブランドを立ち上げたこともあり、「芸人さん」や「池田さん」といったワードの出現率も増加しました。

これらのワードが含まれるクチコミをみると、「同じ美容好きのひとり」「美容賢者のひとり」として、男性インフルエンサーの声をごく自然に参考にしている姿がうかがえ、美容のボーダレス化がまた一歩進んでいるといえそうです。

ヒョクくん
前年同期比 **2.2倍**

ギョテさん
前年同期比 **6.2倍**

芸人さん
前年同期比 **19.6倍**



<クチコミ抜粋：下半期フェイスクリーム新人賞「BIOHEAL BOH プロバイオダーム(TM) 3D リフティングクリーム」>

YouTuber ヒョクさんの動画を見て Qoo10 メガ割で購入しました。テクスチャーはこっくり系。



<クチコミ抜粋：ベストフィックスミスト第1位「コーセーコスメニエンス メイク キープ ミスト EX +」>

ギョテさんが使用されていたので購入。

ミストをしないとしないのではメイク持ちが全然違います。これからの季節にピッタリです。

■「@cosme ベストコスメアワード 2024」受賞商品

集計方法：

「@cosme ベストコスメアワード 2024」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10月31日

集計対象クチコミ件数: 1,443,189件

集計対象アイテム数: 52,822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2024年5月1日~10月31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。

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：57億1,900万円

■ 代表者：代表取締役社長 遠藤 宗

■ 事業内容：美容系総合サイト「@cosme（アットコスメ）」の企画・運営、関連広告サービス・マーケティング・リサーチサービスの提供

◆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