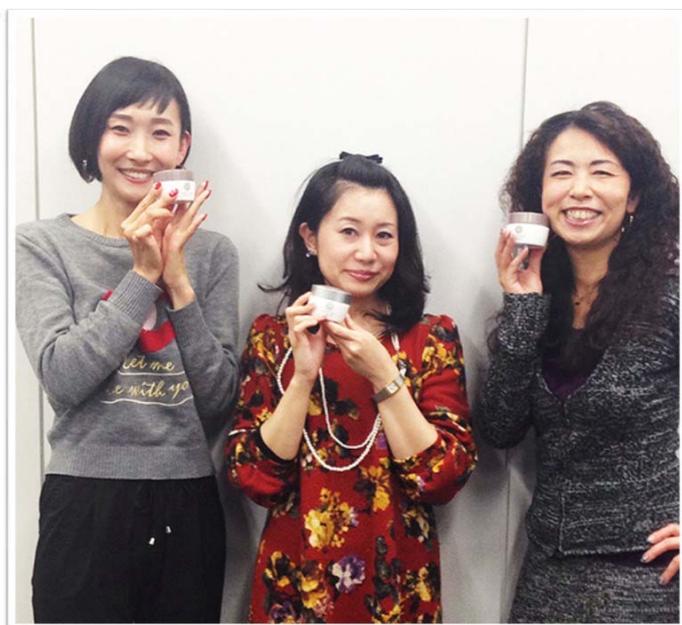


報道関係者各位
プレスリリース

女性の本音が見える化粧品メディア「コスメニスト」、 日本テレビ系番組『女神のマルシェ』とコラボレーション！

～コスメニストレポーターの座談会コメントが化粧品のプロモーションに！～



全研本社株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：林 順之亮）が運営する化粧品情報メディア「コスメニスト」は、このほど日本テレビ系の通販情報バラエティ番組『女神のマルシェ』と連携し、番組内で、コスメニストレポーターが持ち前のコメント力でコスメ商品について評価をしてプロモーションにつなげるという企画を実現しました。番組は2015年11月27日（金）に放送済み。番組中の一コーナーとして約50秒ほどのコスメニスト出演シーンがオンエアされました。

この企画は、コスメニストが毎月テーマを変えて発信している特集記事「コスメお試しユーザー座談会」に日本テレビ番組スタッフが着目してコスメニスト編集部にオファーしてくれたことから実現したものです。



同局で放送中の『女神のマルシェ』は、タレントの柴田理恵さんや東貴博さんをMCとして毎週さまざまなゲストと共に楽しくお買いもの情報を伝える情報コマースバラエティ番組（公式サイト：<http://www.ntv.co.jp/megami/>）。今回は、オールインワンタイプのスキンケア化粧品をテーマとして取り上げました。この商品を普段から美容に関して感度の高いアンテナを持つコスメニストレポーター3名がカメラの前で試用。その“使用感”をリアルなユーザーからの声として伝える、という座談会形式で収録し、その内容が番組内の一コーナーとして放送されました。

タレントやコメンテーターではない「一般使用者」としてのコスメニストさん達の声がコスメ商品のリアルな使用感を伝え、そのことがテレビ視聴者に商品の魅力を実感として感じさせるという主旨から、実現した企画です。化粧品メディア「コスメニスト」がつねに掲げている、“コスメファンの本音が見える、本音が伝わる”という情報発信のコンセプトがまさに日本テレビ番組スタッフの意図に合致した例であると言えるでしょう。

コスメニストではこうした体験レポートや撮影企画、新商品のモニタリングなどに、今後も積極的に取り組んでまいります。

「コスメニストとは？」 <http://www.cosmenist.com/>

コスメファンの本音が「見える」化粧品メディアです。

女性たちが匿名ではなく自らの“顔”を公開し、「だれがどのコスメを使い、どう感じたのか」というリアリティのある発言を掲載、単なるロコミとは一線を画した情報発信を主旨としています。

現在レポーターは約600名(2015年7月時点)。20代~60代の会社員、主婦、読者モデルなど職業、ライフスタイルもさまざまな女性が幅広く在籍。プロライターではない、コスメが大好きな一般女性の「ユーザー目線」かつリアルで身近な情報を、美容記事や化粧品のロコミレポート、美容の特集コンテンツなどでお伝えしています。



さまざまな横顔をもつ「コスメニスト」たちの感性と発言パワーを生かして、WEBサイト上の活動のみならず、大手チェーンドラッグストアの店頭POPやメーカーのオフィシャルサイトなどでもその「体験レポ

ート」を活用。リアルイベントでの撮影会や新商品のモニタリングなども実施しています。今後もリアル & WEB ともにさまざまな企画を展開してまいります。

※コスメニスト公式 Facebook <https://www.facebook.com/cosmenist>

※コスメニスト公式 Twitter <https://twitter.com/cosmenist>

【会社概要】

会社名：全研本社株式会社

代表者：代表取締役社長 林 順之亮

所在地：〒160-0023 東京都新宿区西新宿 1-4-11 全研プラザ

設立：1975年（昭和50年）5月2日

資本金：56,050,000円

全研グループ資本合計：1,003,430,000円

オフィシャルHP：<http://www.zenken.co.jp/>

新卒中途採用HP：<https://www.zenken.co.jp/recruit/>

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

全研本社株式会社 eマーケティング事業本部

担当／古川、和賀 info@cosmenist.com

TEL：03-5909-0821