

報道関係各位

istyle

2019年話題のコスメを総括！**「@cosme ベストコスメアワード 2019」12月3日発表**

～2019年の美容トレンドを象徴する「ベストトレンドキーワード」も同時発表～

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、2019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 2019」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 ビューティアワード 2019 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 2019 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。*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 (<https://www.istyle.co.jp/news/press/2019/12/1203-bp.html>) を参照ください。



セザンヌ「パールグロウハイライト」

■ 「@cosme ベストコスメアワード 2019」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。

■ 「@cosme ベストコスメアワード 2019」ハイライト**① 2019年総評**

― 目指す姿は、アプリで加工された自分―

- ― @cosme のデータから読み解く、肌への意識の高まり
- ― 手持ちのアイテムを無駄にしない、相性の良さの重要性
- ― 相性を見極めて失敗を防ぐ、トライアル施策・ミニサイズ展開

② セザンヌ「パールグロウハイライト」の総合大賞受賞理由

― 史上初、ハイライトアイテムの受賞―

- ― 初心者でも挑戦できたのは、チャレンジしやすい価格とメイク動画
- ― 動画時代だからこそ光り輝くアイテム、今後注目されるアイテムとは

■ 「@cosme ビューティアワード 2019 ベストトレンドキーワード」ハイライト

― ベストトレンドキーワードは「光を味方につける」―

@cosme ベストコスメアワード 2019 の傾向詳細分析や各カテゴリ賞などの詳細は、次ページ以降をご確認ください。

< 詳細編 >

1. 「@cosme ベストコスメアワード 2019」の受賞傾向

【総評】

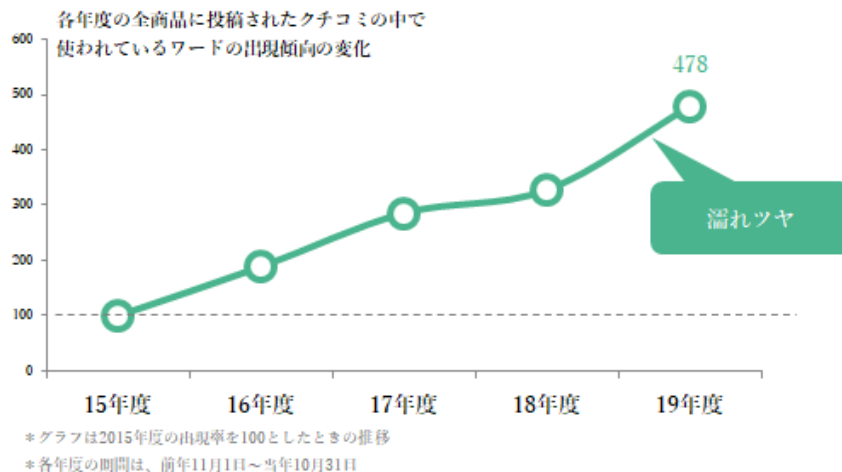
目指す姿は、アプリで加工された自分

2019年は生活者の肌に対する意識が高まった一年となりました。受賞商品を見てみると、「素肌感」「濡れ感」「トーンアップ」など、肌の仕上がりや状態について訴求したアイテムやなりたい肌感を演出してくれるアイテムが多くランクインしています。この流れは、写真加工アプリの利用が当たり前となったことに起因しているようです。「加工された自分＝欠点のない美しい肌の自分」を日常的に目にすることで、アプリで加工された自分こそが理想の姿となり、加工された自分にリアルでも近づきたいという気持ちが高まっていると考えられます。

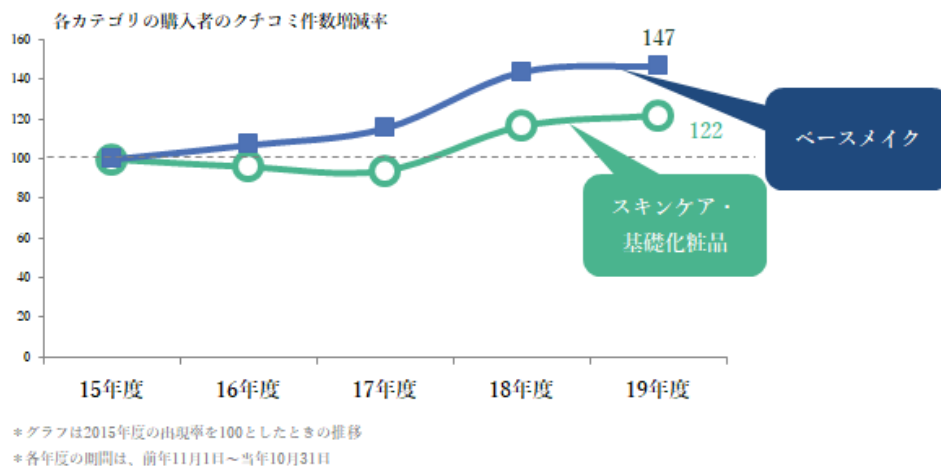
また、同時発表のベストトレンドキーワードも上半期に発表した「光を味方につける」という、肌の仕上がりや状態に関するワードが選ばれました。

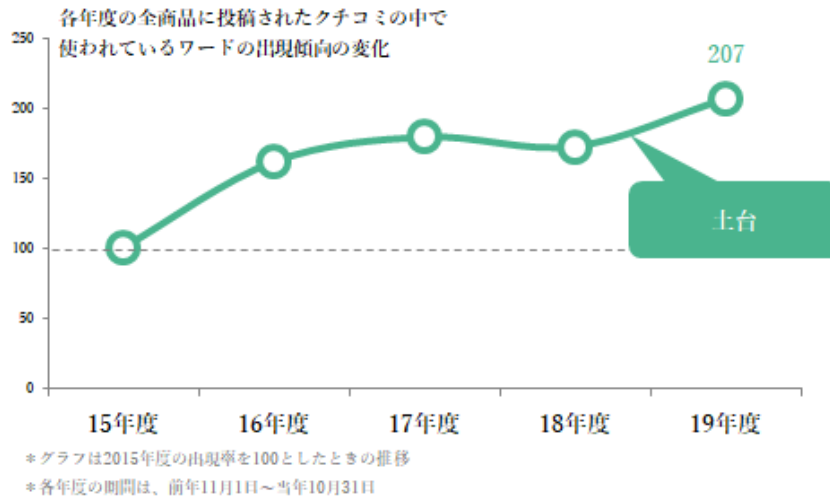
(1) @cosme のデータから読み解く、肌への意識の高まり

生活者の肌への意識の高まりは、寄せられるクチコミにも表れており、肌の仕上がりや状態・なりたい肌感に関するワードの出現率が増加しています。上半期から続く流れは留まることなく、「素肌感」というワードは、2015年度を基準とした場合、2019年度は1.4倍に上昇しています。「トーンアップ」というワードの出現率も、2019年は5.0倍、昨年と比べても1.4倍となりました。また、なりたい肌感としてパールやラメがもたらす、「濡れたような肌ツヤ」に注目が集まっており、「濡れ感」というワードは、2019年度は15.5倍、昨年度と比べても1.4倍。「濡れツヤ」というワードは、2019年度は4.7倍、昨年度と比べても1.4倍との出現率となりました。



肌に関するワードの出現率だけでなく、「スキンケア」「ベースメイク」カテゴリの商品に対するクチコミ件数も昨年あたりから伸長傾向にあり、今年も堅調に推移しています。特にスキンケアアイテムへのクチコミ件数の増加はベースメイクで素肌がまるできれいになったように見せるといった表面的・視覚的なごまかしではなく、真に、素肌からキレイにみえる自分でありたい・という欲求が高まっていくことを予感させます。肌本来の力を底上げする「土台ケア」「土台美容」といった言葉に使用される「土台」というワードの出現率が増加していること。また、普段使用しているスキンケアアイテムにプラスオンするだけで、より効果を高めてくれるブースター・導入美容液といったアイテムの増加、生活者の注目度の高まりなども、その兆しを現していると言えるでしょう。





(2) 手持ちのアイテムを無駄にしない、相性の良さの重要性

受賞商品やそのクチコミを見てみると、みえてくるのは生活者の「無駄なものを持ちたくない」という気持ちです。

『断捨離』や『ミニマリスト』というワードが一般的になってきたように、無駄なものを持ちたくない、シンプルな生活をしたというニーズは年々高まりを見せています。

そんな生活者の心を動かしたのが、手持ちのアイテムとの相性の良い商品です。例えば今回、ベスト化粧品下地第1位を受賞したポール & ジョー ボーテ「モイストチャライジング ファンデーション プライマー S」は、透明感あふれ、みずみずしくなめらかな肌を演出するという今年のトレンドのポイントを押さえるだけでなく、「基本どんなファンデーションでも相性が良い」といった、元々持っていたファンデーションを無駄にすることなく使用できる点が評価されています。ベストリキッドルージュ第1位を受賞したクラランス「コンフォート リップオイル」も同様に、「手持ちの口紅と相性が良い」「ラメのキラキラがベースの口紅とも相性抜群」といった手持ちのアイテムを無駄にせずニュアンスを変えて生かしてくれるアイテムとしてユーザーの支持を得ました。

総合大賞受賞のセザンヌ「パールグロウハイライト」も、手持ちのアイシャドウやチークとの相性の良さや、その日のアイメイクやリップの邪魔をしない肌馴染みの良さが支持されているポイントの一つです。

ひとつひとつの商品のよさだけでなく、組み合わせることでより効果が増す、ツヤが出る、質感が変わるなど新たな魅力を引き出すことのできる商品が支持される傾向があります。

(3) 相性を見極めて失敗を防ぐ、トライアル施策・ミニサイズ展開

様々な商品との相性のよさが購入の際に重視される傾向に加えて、自身との相性を見極め、よりシビアになっています。事前に相性を確認でき、失敗リスクを減らすことのできるトライアル施策やミニサイズを展開するブランドが受賞商品の中に数多くみられました。ベストブースター第1位を受賞したクリニーク「クラリファイング ローション 2」は、3サイズ展開しており、「100mlで試して良かったので200mlをリピ買い」、ベスト化粧品水第1位を受賞したオルビス「オルビスユー ローション」は「7日間トライアルセット」を販売しており、「トライアルセットからの現品購入」といったクチコミをはじめ、まずはミニサイズで試してから通常サイズを購入したという記述が多くみられました。

近年、キャッシュレス化の影響もあって、お財布もミニサイズが流行り、鞆自体も小さなものが増えてきています。トライアルセット施策やミニサイズ展開は、「試せること、使いきれること」というニーズだけでなく、旅行や出かける際の持ち運びの良さから、あえてミニサイズを求める生活者のニーズにもマッチしたようです。

2. セザンヌ「パールグロウハイライト」総合大賞受賞の背景

【総評】

史上初、ハイライトアイテムの受賞

2019年の流れを体現する商品であり、「まるで塗るレフ板」のようなきめ細かいパールが肌に濡れたようなツヤ感を与えてくれるアイテムであるとして多くの注目を集めました。また、「しっとりした粉質だから、粉浮きしないで肌に馴染む」「肌馴染みの良い上品な色味」といった肌への馴染みの良さも高く評価されています。

前述の評価ポイントに加えて、手持ちのアイテムとの組み合わせの良さ、チャレンジしやすい価格、SNS上で「売り切れ」と話題になったことなど、生活者の心を動かす要因がいくつも重なったことが、今回の総合大賞受賞へと繋がりました。ベストハイライト・シェーディング 第1位にも同時に輝いています。

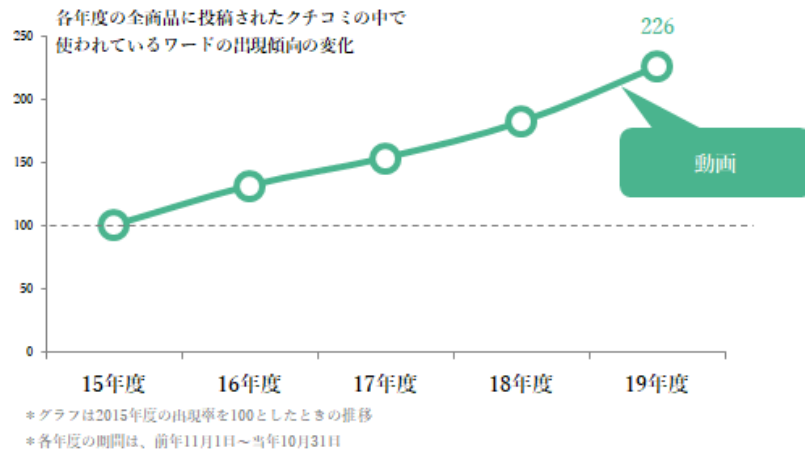
(1) 初心者でも挑戦できたのは、チャレンジしやすい価格とメイク動画

これまで一般的に、ハイライトアイテムは上級者向けというイメージが強く、一歩間違えると仕上がりに素肌感がなくなり不自然な印象になってしまうなど、ハイライト未経験者がチャレンジするにはなかなかハードルの高いアイテムでした。そんなハイライトアイテムが総合大賞を受賞するのは@cosme ベストコスメアワード史上初となります。

セザンヌ「パールグロウハイライト」は、今年の肌への意識の高まりに応えるアイテムであり、ハイライト未経験者でもチャレンジしやすい価格であったことに加えて、「パールグロウハイライト」の使用方法を紹介するメイク動画がSNSやYouTubeに多く投稿

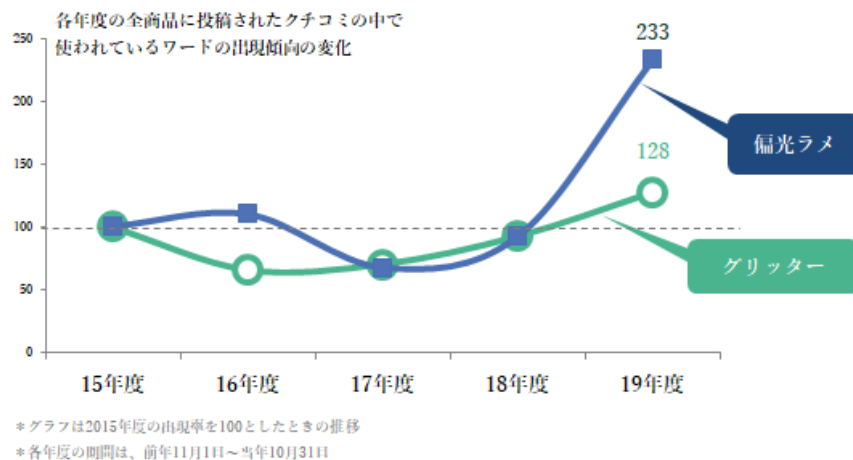
されていたことが、総合大賞受賞を後押ししました。

「パールグロウハイライト」のクチコミを見てみると「YouTubeを見ながら使用した」「メイク動画があがっているのが真似しやすい」といった記述が見受けられることから、「失敗したくない」という意識を持った生活者でも動画を参考にすることで、使用方法に迷うことなくチャレンジできたと考えられます。動画を参考にする動きは全体的に高まってきており、「動画」というワードの出現率は、昨年に比べて約1.2倍、「YouTube」は昨年に比べて約1.3倍に伸びています。



(2) 動画時代だからこそ光輝くアイテム、今後注目されるアイテムとは

近年、SNS等で動画投稿が一般化され、個人の情報配信が静止画から動画へとシフトしてきている今、これまで静止画ではなかなか伝わりづらかったラメやパールの使われたメイクアイテムの魅力が伝わりやすくなり、動画映えするとして人気が出てきています。これは、セザンヌ「パールグロウハイライト」にも当てはまるポイントです。今後は、「高速・大容量」「低遅延」が特徴である5G（第5世代移動通信システム）の商用サービスが開始されることなどから、動画時代の流れが加速することは間違いないので、大注目です。数はまだまだ少ないものの、すでに動画映えする「偏光ラメ」というワードの出現率が、昨年に比べて約2.5倍と伸び率しており、ラメ・パールが特徴的なアイテムは今後ますます注目を集めそうです。



3. 「@cosme ベストコスメアワード 2019」受賞商品一覧

■集計方法

「@cosme ベストコスメアワード 2019」は、みなさんのクチコミに加え、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：2018年11月1日～2019年10月31日

※下半期新人賞のみ 2019年5月1日～2019年10月31日に発売された商品を対象としています。

集計対象クチコミ件数：724,765件

集計対象アイテム数：43,786アイテム

化粧品、医薬部外品、化粧品小物、美容器具、美容家電、サプリメント、食品、飲料、日用品として販売されているもの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」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、皆さん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 |
|--------------------|--------|-----------------------------|
| イミュ | オペラ | リップティント N |
| 花王 | エスト | アクティベートサーキュレーター |
| 牛乳石鹸共進社 | カウブランド | カウブランド 赤箱 (しっとり) |
| イミュ | ナチュリエ | ハトムギ保湿ジェル |
| イミュ | オペラ | マイラッシュ アドバンスト |
| パルファン・クリスチャン・ディオール | ディオール | ミス ディオール ブルーミング ブーケ オードットワレ |
| ラッシュジャパン | ラッシュ | 抱擁の満月 |

【総合】

@cosme メンバーから今年最も支持されたアイテム ※1位のみ紹介、2位以下は編集特集ページにてご確認ください

| 順位 | メーカー名 | ブランド名 | 商品名 |
|----|---------|-------|-------------|
| 1 | セザンヌ化粧品 | セザンヌ | パールグロウハイライト |

【下半期新人賞】

2019年5月1日～2019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

| 部門 | 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 | コーセー | ルシェリ | 酵素クレンジングオイル |
| 下半期洗顔料新人賞 | ファンケル | ファンケル | ディープリリア 洗顔パウダー |
| 下半期化粧水新人賞 | アルビオン | アルビオン | フローラドリップ |
| 下半期乳液新人賞 | パルファン・クリスチャン・ディオール | ディオール | カプチュール トータル ドリームスキン ケア&パーフェクト |
| 下半期美容液新人賞 | ランコム | ランコム | ジェニフィック アドバンスト N |
| 下半期パック新人賞 | 資生堂 | エリクシール | エリクシール ルフレ バランシング おやすみマスク |
| 下半期化粧下地新人賞 | ランコム | ランコム | タンイドル ウルトラ ウェア プラー |
| 下半期ファンデーション新人賞 | 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 |
| 下半期フィックスミスト新人賞 | 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 |
| 下半期アイシャドウ新人賞 | 資生堂 | マキアージュ | ドラマティックスタイリングアイズS |
| 下半期チーク新人賞 | セザンヌ化粧品 | セザンヌ | パールグロウチーク |
| 下半期リップ新人賞 | かならぼ | B IDOL (ビー アイドル) | つやぶるリップ |
| 下半期マスカラ新人賞 | エテュセ | エテュセ | ラッシュバージョンアップ (リッチロング) |
| 下半期シャンプー・ コンディショナー新人賞 | ストーリーア | モイスト・ダイアン | ダイアンパーフェクトビューティー ミラクルユー シャンプー/トリートメント |
| 下半期ボディソープ新人賞 | 花王 | ピオレu | ザ ボディ 泡タイプ ピュアリーサボンの香り |

【アイテム賞】

各カテゴリで今年支持されたアイテム※1位のみ紹介、2位以下は編集特集ページにてご確認ください（全48部門）

| 部門 | メーカー名 | ブランド名 | 商品名 |
|------------------|--------------------|------------------|----------------------------------|
| ベストクレンジング | ファンケル | ファンケル | マイルドクレンジング オイル |
| 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 |
| ベストブースター | クリニーク ラボラトリーズ | クリニーク | クラリアイジング ローション 2 |
| ベスト化粧水 | オルビス | オルビス | オルビスユー ローション |
| ベスト乳液 | アルピオン | アルピオン | エクサージュ モイスト アドバンス ミルク III |
| ベスト美容液 | エトヴォス | エトヴォス | モイスチャライジングセラム |
| ベストクリーム・ジェル | アンプリオリス・ジャパン | アンプリオリス | アンプリオリス モイスチャークリーム |
| ベストオイル・バーム | 資生堂薬品 | イハダ | 薬用バーム |
| ベストパック | 石澤研究所 | 毛穴撫子 | お米のマスク |
| ベスト日焼け止め | 資生堂 | アネッサ | パーフェクトUV スキンケアミルク |
| ベスト角質ケア | タカミ | タカミ | タカミスキンピール |
| ベストフェイスマッサージ | エキップ | SUQUU(スック) | マスキュレイト マッサージ & マスク クリーム |
| ベストアイケア | 資生堂 | エリクシール | エリクシール シュベリエル エンリッチド リンクルクリーム |
| ベSTRリップケア | ニベア花王 | ニベア | リッチケア&カラーリップ |
| ベスト化粧下地 | ポール & ジョー ボーテ | ポール & ジョー ボーテ | モイスチュアライジング ファンデーション プライマー S |
| ベストパウダーファンデ | 資生堂 | マキアージュ | ドラマティックパウダリー UV |
| ベSTRキッドファンデ | ランコム | ランコム | タンイドル ウルトラ ウェア リキッド |
| ベストクリーム・ジェルファンデ | 資生堂 | HAKU | 薬用 美白美容液ファンデ |
| ベSTRクッションファンデ | ミシャ ジャパン | MISSHA (ミシャ) | M クッション ファンデーション(プロカバ) |
| ベストBB・CCクリーム | ネイチャーズウェイ | ナチュラルグレース | メイクアップ クリームN |
| 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STRコンシーラー | 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 |
| 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 | パールグロウハイライト |
| ベSTRフィックスミスト | クラランス | クラランス | フィックス メイクアップ |
| ベストアイシャドウ | 常盤薬品工業 | エクセル | スキニーリッチシャドウ |
| ベストアイライナー | フローフシ | UZU BY FLOWFUSHI | UZU アイオープニングライナー |
| 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 | カネボウ化粧品 | ケイト | デザインングアイブロウ 3D |
| ベSTRリップスティック | シャネル | シャネル | ルージュ ココ フラッシュ |
| ベSTRキッドルージュ | クラランス | クラランス | コンフォート リップオイル |
| ベストチーク | セザンヌ化粧品 | セザンヌ | ナチュラル チーク N |
| ベSTRパレット | 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 バックステージ アイ パレット |
| ベSTR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 |
| ベSTR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 |

| | | | |
|-------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------|
| ベストデオドラント・制汗剤 | エフティ資生堂 | エージーデオ 24 | パウダースプレー (無香性) |
| ベストハンドクリーム | ロクシタン | ロクシタン | シア ハンドクリーム |
| ベストネイル | パラドゥ | パラドゥ | ネイルファンデーション |
| ベストフレグランス | パルファン・クリスチャン・ディオール | ディオール | ミス ディオール ヘア ミスト |
| ベストシャンプー・コンディショナー | エフティ資生堂 | TSUBAKI | プレミアムリベアマスク |
| ベストヘアケア | ヤマサキ | La Sana(ラサーナ) | 海藻 ヘア エッセンス しっとり |
| ベストヘアスタイリング・カラー | ナブラ | ナブラ | N. ポリッシュオイル |
| ベスト美容グッズ | ブリアップ | TANGLE TEEZER (タングル ティーザー) | The Original |
| ベスト美容家電 | l-ne | SALONIA (サロニア) | ストレートヘアアイロン 24mm |
| ベストインナービューティ | オルビス | オルビス | ディフェンセラ |
| ベストオーラルケア | ウエルテック | ウエルテック | コンクール F |
| ベスト日用品 | 王子ネピア | ネピア | 鼻セレブ ティッシュ |
| 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 | ユニ・チャーム | ソフィ | ソフトタンポン |

【@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 | メーカー名 | ブランド名 | 商品名 |
|----------------------------|-------|-------|-------------|
| @cosme SHOPPING ベストヒット賞 総合 | イブサ | イブサ | ザ・タイム R アクア |

・部門 ※1位のみ紹介、2位以下は編集特集ページにてご確認いただけます

| 部門 | 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 | 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 | ランコム | ランコム | タンイドル ウルトラ ウェア リキッド |
| @cosme SHOPPING ベストヒット賞 メイクアップ | カネボウ化粧品 | CHICCA(キッカ) | メスメリック リップスティック |

【@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」での販売実績をもとに選ばれたアイテム

・総合

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

・部門 ※1位のみ紹介、2位以下は編集特集ページにてご確認いただけます

| 部門 | 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 | 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 | 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 |
| @cosme STORE ベストヒット賞 メイクアップ | イミュ | オペラ | リップティント N |

■「@cosme ビューティアワード 2019 ベストトレンドキーワード」とは

「@cosme ビューティアワード 2019 ベストトレンドキーワード」は、上半期（昨年11月1日～本年4月30日）と下半期（今年5月1日～10月31日）に発売された新商品に寄せられた膨大なクチコミデータを元に、「コト」に焦点を当てたキーワードを抽出し、「データから読み取るトレンドキーワード」として発表している、上半期と下半期の各6つ、合計12個のトレンドキーワードのなかから、今年美容トレンドをもっとも象徴するキーワードをひとつ発表するものです。上半期・下半期のトレンドキーワードの詳細は下記プレスリリースを参照ください。

【上半期トレンドキーワード】 <https://www.istyle.co.jp/news/press/2019/06/0618-td.html>

| | | |
|---------------|-------------|---------------|
| ①リップ！リップ！リップ！ | ②「光を味方につける」 | ③「とにかくほしい透明感」 |
| ④マルチユースコスメ | ⑤お助けブラウン | ⑥まずは一本、棒コスメ |

【下半期トレンドキーワード】 <https://www.istyle.co.jp/news/press/2019/11/1115-kw.html>

| | | |
|-------------|---------|------------|
| ①深みリップ | ②美容男子元年 | ③自眉をつくる |
| ④パケ沼さん・色沼さん | ⑤効率夜美容 | ⑥美容がもっと自由に |

■ベストトレンドキーワード「光を味方につける」

ベストトレンドキーワードに輝いたのは上半期に発表した「光を味方につける」です。



「光を味方につける」とは

アウトドアで、太陽光があたった時に美しく見えることに焦点を当てたアイテムが台頭したことを反映したキーワードです。太陽の下で輝くハイライトやアイシャドウなど、カテゴリを問わず多数のアイテムが登場しました。

今後、2020年開催のオリンピックが近づくにつれ、メディアを通してアウトドアの光景を目にする機会が多くなることが予想され、それによって自然と「太陽の下で輝くヘルシーな美」が生活者の共感を生み、美しさの価値観となることも考えられます。

【選出理由】

いま求められる肌は作り込んだツヤ感ではなく、自然光のようなナチュラルな光を帯びた肌です。総合大賞のセザンヌ「パールグロウハイライト」に象徴されるように光をはなったような濡れツヤ感を演出するハイライトや肌のトーンアップを叶えるベースメイクアイテムなどが「@cosme ベストコスメアワード 2019」にもランクインしています。

(ご参考)

◆@cosme20周年、初めてサービスロゴをリニューアル

アイスタイルグループは、本日12月3日のサービス開始20周年を機に、「@cosme」のサービスロゴを初めてリニューアル致します。今回のリニューアルに伴い、@cosme ベストコスメアワードに関するロゴもリニューアル致しました。



◆2019年の台湾のビューティトレンドを総括する
「2019 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、2019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「2019UrCosme (@cosme TAIWAN) 網友評鑑美妝賞」を同時発表し、総合賞第1位にクリニック「チーク ポップ」が輝きました。



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/2019/up_newstar

◆「@cosme ベストコスメアワード 2019」編集特集ページ

「@cosme ビューティアワード 2019」編集特集ページでは、各賞の詳細や、@cosme ベストコスメアワード総合大賞・殿堂入り・新人賞の編集コンテンツをご覧いただけます。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)

◆@cosme とは

月間訪問者 1,600 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 4,000 ブランド・商品数 32 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 1,500 万件を突破しています。

【株式会社イスタイル 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：36億4,700万円
- 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@c o s m eの企画・運営、関連広告サービスの提供

istyle

◆お問合せ◆ 株式会社イスタイル コーポレートコミュニケーション室 TEL：03-5575-1286 FAX：03-5575-1261 Email: istyle-press@istyle.co.jp