

# 「ビューティアワード2017」で トレンドを総括

@cosme

化粧品・美容総合サイト「@cosme（アットコスメ）」を運営するアイスタイルは12月7日、その年のビューティトレンドを総括する「ビューティアワード2017」を都内で開催し、その年の「顔」となった化粧品やサロン、著名人などを発表した。「@cosmeビューティアワード」は、1年を通じて@cosmeユーザーの間で話題となり、さらに支持を得た商品やサービスをランキング形式で発表する「ベストコスメアワード」、サロン予約サイト「iSPOT」掲載店舗の中で支持された美容サロンを表彰する「ベストサロンアワード」、年間でもっとも輝いた女性に贈る「ベストビューティスタアワード」の3つからなる総合美容アワードとして毎年12月に開催している。



吉松社長

1年間に寄せられた化粧品クチコミ件数68万4740件、アイテム総数4万7236点の中から、最も話題・支持を集めた化粧品に贈られる「ベストコスメアワード2017」の総合大賞に輝いた。

は、開会の挨拶で「今年5月の台湾へのリアル店舗出店を皮切りに、台湾・マレーシア・アメリカの各国の化粧品クチコミサイトをM&Aするなど海外事業を大きく進展させた1年だった」と2017年の自社の取り組みを振り返った。



湯川氏

「リップティント」や「エイジングケア革命」など話題豊富な1年に

目を振り返り、「1999年12月に日本で小さなWebサイトからスタートした@cosmeも今や約70万件のクチコミが集まるサイトに成長し、そのユーザーからのクチコミをもとにコスメ・美容業界を総括する『ビューティアワード』も18回目を迎えた」と述べ、@cosmeの存在意義を改めて強調した。

「18回を数える間に、ユーザーはPCからガラケー、スマホへと移行し、それにとまじり、情報の取り方もどんどん多様化してきた。特にここ数年で、ユーザーである生活者とのつながり方が大きく変化し、企業として情報をどのように生活者へ伝えていくかが重要な課題になってきている。約70万件に及ぶクチコミは、商品力への評価だけでなく、その商品クチコミを見た方の期待とのギャップの評価でもある。その中でベストコスメに選ばれた商品としてSNSなどで話題になったことも後押ししたようだ。

## デジタルツール活用が本格化、 18年は「Beauty Tech元年」に

授賞式後には、同社の山田メユミ取締役兼CQOと美容コーディネーターの弓気田みずほ氏によるビューティトークセッションが行われた。ビューティアワードの受賞アイテムを俯瞰しながら2017年の業界を総括し、2018年のトレンド予測にも触れた。

山田 ベストコスメ総合トップ10もほぼメークアップが占め、化粧品の大きな魅力である「華やかさ」が戻ってきたと実感できる1年だった。コフレや限定セットなどに行列ができ、売り切れ続出などの賑わいをみせ、

「うるおい」「色落ち」「使心地」に対して高い評価を獲得した。幸せ感あふれるリップメークに仕上がり、アイテム選びに失敗しない「花嫁リップ」としてSNSなどで話題になったことも後押ししたようだ。

山田 今年話題となった商品の多くは、「頑張らなくても賢くキレイになれる」「諦めることなく誰もが理想を叶えられる」というものだったと思う。それに関連して、「抜け感や「頑張りなさ」といった言葉もよく使わ

## 明光

が20℃になったこともある。その後、南向きの部屋に移った。日中ずっ

と日差しが入り込んで部屋が暖められるので、夜になって気温が下がっても暖房なしで

## 私のH & B日記

女性地位が今よりも低かった時代、台所は北側につくられることが多かった。終日薄暗く、明かりとりもありない空間で女性は炊事に追われていた。だから戦後、明るく日の射す米国のシステムキッチンを見た日本人は驚いたに違いない。おそろくTVの普及率の方が高かったのではない。まだ専業主婦が多かった時代、買い物かごを提げてその日に使う食材を買いに行く習慣が根強く残っていたのかもしれない。

北向きと南向きの部屋が20℃になったこともある。その後、南向きの部屋に移った。日中ずっ

と日差しが入り込んで部屋が暖められるので、夜になって気温が下がっても暖房なしで

が20℃になったこともある。その後、南向きの部屋に移った。日中ずっ



山田氏(左)と弓気田氏によるトークセッション

山田 そうした生活者の動向を踏まえ、昨年のアワードでは、2017年トレンドキーワードを「ネクストパーソナルビューティ」と予測し発表した。今回の「ベストトレンド賞」の一つに掲げた「パーソナライズ」はその流れを汲むものである。実際に@cosme

山田 今年の話題となった商品の多くは、「頑張らなくても賢くキレイになれる」「諦めることなく誰もが理想を叶えられる」というものだったと思う。それに関連して、「抜け感や「頑張りなさ」といった言葉もよく使わ

山田 今年の話題となった商品の多くは、「頑張らなくても賢くキレイになれる」「諦めることなく誰もが理想を叶えられる」というものだったと思う。それに関連して、「抜け感や「頑張りなさ」といった言葉もよく使わ



「立体メイク」「パーソナライズ」「エイジングケア革命」の3つを選定し、それぞれキーワードを堂入り(今回は11商品)含むクチコミで話題となった商品を「ベストトレンド賞」として発表した。さらに今年より、グル