

MimiTV、「2023年上半期バズコスメ大賞」を発表

トレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）が運営する美容メディア「MimiTV」は、MimiTV ユーザーの投票による「2023年上半期バズコスメ大賞」を発表いたします。



◆ 2022年11月～2023年4月にSNS上で話題になった「バズコスメ」

MimiTVは、「美容でときめく世界を、一緒に」というコンセプトのもと、“新しいコスメや新しい自分との出会いにときめく世界”をユーザーのみなさんと一緒に創り上げる、SNS美容メディアです。Twitter・Instagram・YouTube・TikTok・LINEの公式アカウントの総フォロワー数が560万人を超えるなど、SNSを中心としたオンラインでの情報発信力を強みとしています。

この度、MimiTVでは、2022年11月～2023年4月の間にSNS上で話題になったコスメの紹介投稿を参考に編集部員4名が42アイテムをノミネートし、SNSで日常的に美容情報の発信を行うMimiTVユーザー207名が投票を行いました。

その中から上位15アイテムを「2023年上半期バズコスメ」として発表いたします（前回までは上位10アイテムでしたが、今回よりリニューアルしました）。さらに、一部の受賞商品について、話題になった要因やプロセスについての分析結果も発表いたします。

MimiTVは、今後も定期的にSNS上で多くの話題を作り出した「バズコスメ」を発表・分析することで、美容メーカー各社へのマーケティング支援をより一層強めてまいります。

【調査概要】

調査期間：2023年4月28日～5月9日

調査対象：MimiTVユーザー

有効回答数：207件

調査方法：インターネット調査

◆ 2023 年上半期バズコスメ大賞 受賞商品

- 大賞 DIOR／ディオール アディクト リップ マキシマイザー
 受賞 CANMAKE／プランぷくコーデアイズ
 受賞 ALLIE／アリー クロノビューティ カラーオン UV
 受賞 CANMAKE／むにゅっとハイライター
 受賞 CEZANNE／パールグロウニュアンサー
 受賞 DECORTE／リポソーム アドバンスド リペアクリーム
 受賞 LuLuLun／ルルルン ハイドラ V マスク
 受賞 Pmel／ピメル パーフェクトロング&カールマスカラ N
 受賞 メラノ CC／メラノ CC ディープデイケア UV 乳液
 受賞 ORBIS／エッセンスインヘアミルク
 受賞 Visec／エッセンス リッププランパー
 受賞 Wonjungyo／ウォンジョンヨ メタルシャワーペンシル
 受賞 kingdom／キングダム 束感カールマスカラ
 受賞 Obagi／オバジ X ダーマアドバンスドリフト
 受賞 Wonjungyo／ウォンジョンヨ スードアイラッシュ

◆ 大賞「DIOR／ディオール アディクト リップ マキシマイザー」のバズ分析

▼ 商品概要

商品名：DIOR／ディオール アディクト リップ マキシマイザー

カテゴリ：リップ

価格：4,620 円（税込）※編集部調べ

概要：2023 年 1 月、DIOR から「リップ マキシマイザー」がリニューアルして登場。発売から 16 年にわたり愛されてきた人気のケアリッププランパーがリニューアルとなり、プレスリリースやメディアからの発信を見たファンを中心に発売直後から全色スウォッチなどの UGC が多く発信された。カラーバリエーションが増えたことで、ケアリッププランパーかつお気に入りのカラーリップとして購入するユーザーが続出。マスク着用が個人の判断に変わり、リップメイクを楽しむ時流と唇をふっくらみせたいというニーズなど、生活者の需要にもマッチしたタイミングでのリニューアルが話題化が加速した要因。

▼バズの経緯

【発売前：評判形成期】

2023 年 1 月 6 日のインフルエンサーやメディアでの情報解禁をきっかけに、「あの大人気のリップがリニューアルして、カラバリ豊富でかわいい」と話題に。発売前にも関わらず公式サイトの写真から「パーソナルカラー別のおすすめ」のまとめ投稿や「即売り切れカラー予想」等の UGC も多く見受けられた。コスメ好きにとって憧れのブランドの大人気アイテムのリニューアルは、ユーザーからの事前の注目度も高くなる傾向に。

【発売後：話題化～評判定着期】

発売前から注目度が高かったこともあり、発売後即購入した美容系アカウントによる全色スウォッチ投稿や購入レビューが大量に発生。今までのリップマキシマイザーよりも、カラーリップとしての需要が高まり人気色が続々と欠品に。まだ店頭在庫がありそうなカラーを検索するユーザーが続出し、さらに SNS 上での発話が増加した。また、発売直後から店頭で長蛇の列ができ、「売り切れ速報」等の発話が散見されたことで話題感が増し、UGC の連鎖が起きた。このことがユーザーの購買をさらに掻き立てるきっかけに。

▼ 3つのバズ要因

- ・モノ軸…憧れのブランドの人気アイテムのリニューアルと、期待を超えるラインナップ数
- ・ヒト軸…美容関心層、アイテムの既存ファンによる即時全色レビュー
- ・コト軸…コロナ後、マスク着用が個人判断になったことでのメイクニーズの変化

<参考資料>

※MimiTV では、SNS 上でコスメの情報が拡散され評判を形成する過程を独自に分析いたしました。

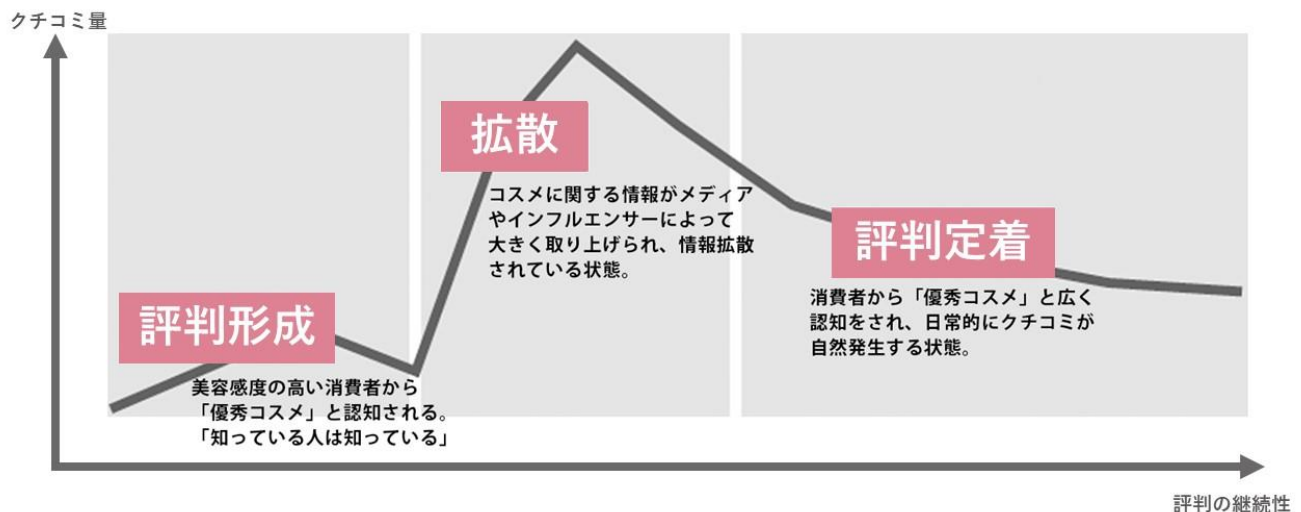
【SNS における評判定着プロセス】

SNS 上でコスメの情報が拡散され評判を形成する過程は、大きく「評判形成期」「拡散期」「評判定着期」の3つに分類できます。

MimiTV

バズコスメ分析 評判形成プロセス

1つのコスメが消費者から広く評判を獲得するまでの3STEP



◆ MimiTV について

「MimiTV」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営をおこなっています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユーザーとともに進化し、ともにつくりあげるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が“美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

MimiTV サイト URL : <https://mimitv.jp/>

MimiTV 公式 Twitter アカウント (@Mimi4_TV) : https://twitter.com/Mimi4_TV

MimiTV 公式 Instagram アカウント (@mimitv_official) : https://www.instagram.com/mimitv_official/

MimiTV 公式 YouTube アカウント (@MimiTV_official) : https://www.youtube.com/c/MimiTV_official

MimiTV 公式 TikTok アカウント (@mimitv_official) : https://www.tiktok.com/@mimitv_official

6月1日に発表した「2023年上半期ベストコスメ」では、2022年10月中旬～2023年4月中旬に発売された新商品およびリニューアル商品を対象に人気投票を行い、カテゴリ別&価格帯別の1～3位を取り上げました（一部例外がございます）。一方、今回の「2023年上半期バズコスメ大賞」では、既存商品・新商品の区別なく SNS 上で話題となったコスメを取り上げております。

■本リリースの掲載内容の内、以下のブランド名には正式名称に特殊文字が含まれます。

- ・「DECORTE」の二つ目の「E」は「アキュート・アクセント」付きです。
- ・「Visee」の一つ目の「e」は「アキュート・アクセント」付きです。

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：中谷（なかに）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp