

報道関係各位

@cosme

## 2025年上半期話題のコスメを総括！

「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」6月11日発表

～史上初、シャンプー・トリートメントが総合大賞受賞

THE ANSWER「スーパーラメラシャンプー&amp;EXモイストトリートメント FOR DAILY DAMAGE」～

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、2025年上半期、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 2025 上半期新作ベストコスメ」（以下、上半期ベストコスメ）を発表いたしました。また、2022年より発足した「@cosme トレンド予測部」が、美容プラットフォームとしての知見から、売上動向やクチコミ、その他関連データからみえる意識変化と、今後の生活者インサイトや美容トレンドを予測する「2025 下半期トレンド予測」を同時発表いたします。



※2025 上半期トレンド予測については、本日発表のプレスリリースをご参照ください。

URL：<https://www.istyle.co.jp/news/press/2025/06/0611-tr.html>

## 1. 「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」とは

「@cosme ベストコスメアワード」とは、@cosme メンバーから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表彰するアワードです。なかでも「上半期新作ベストコスメ」は、この半年間（昨年11月1日～本年4月30日）に発売された新商品を対象としており、「@cosme ベストコスメアワード」の上半期における新人賞となっています。

「@cosme ベストコスメアワード」は2008年より毎年恒例となっており、@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。

## 2. 「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」ハイライト

## ◆総合大賞からみえるトレンド分析

- ・史上初！シャンプー・トリートメントが総合大賞に
- ・続くヘアケアへの関心、全体の半数以上が今後、ヘアケアに更なる支出意向
- ・総合大賞は、ヘアケアにおいてもスキンケアのように「成分」や「効果」を重視したい生活者のニーズとぴったりマッチ

## ◆総合TOP10からみえるトレンド分析

- ・続く物価高で生活者の「失敗したくない」気持ち高まる
- ・高価格帯商品に安心感、決め手は「研究」に裏打ちされた信頼感
- ・成分買いつれど継続、次の注目は「発酵」？
- ・「失敗したくない気持ち」への寄り添いもポイント

## 3. 総合大賞からみえるトレンド分析

## (1) 史上初！シャンプー・トリートメントが総合大賞に

今年の上半期ベストコスメは、史上はじめてシャンプー・トリートメントカテゴリーの商品が大賞に輝きました。

かつて、シャンプーは生活者にとって日用品、消耗品の意味が強いカテゴリとされてきのではないのでしょうか。

しかし、今回総合大賞を受賞した THE ANSWER「スーパーラメラシャンプー&EXモイストトリートメント FOR DAILY DAMAGE」（以下、THE ANSWER）は、ドラッグストアなど一般販路で販売される商品としては、カテゴリにおける高価格商品、所謂ハイプレミアムカテゴリ商品です。

また今回、THE ANSWERと同じシャンプー・トリートメント部門では2位と3位にランクインした商品も、それぞれ、ハイプレミアム商品がランクインしました。

## 1,600円の高価格帯シャンプー

@cosme ベストコスメアワード  
上半期新作ベストコスメ

1,600円

**総合大賞**  
ベストシャンプー・トリートメント1位  
@cosme SHOPPING ベストヒット賞  
総合1位  
**THE ANSWER**  
スーパーラメラシャンプー&  
EXモイストトリートメント  
FOR DAILY DAMAGE

1,600円

ベストシャンプー・トリートメント2位  
**melt**  
melt スムースシャンプー/  
トリートメント

1,800円

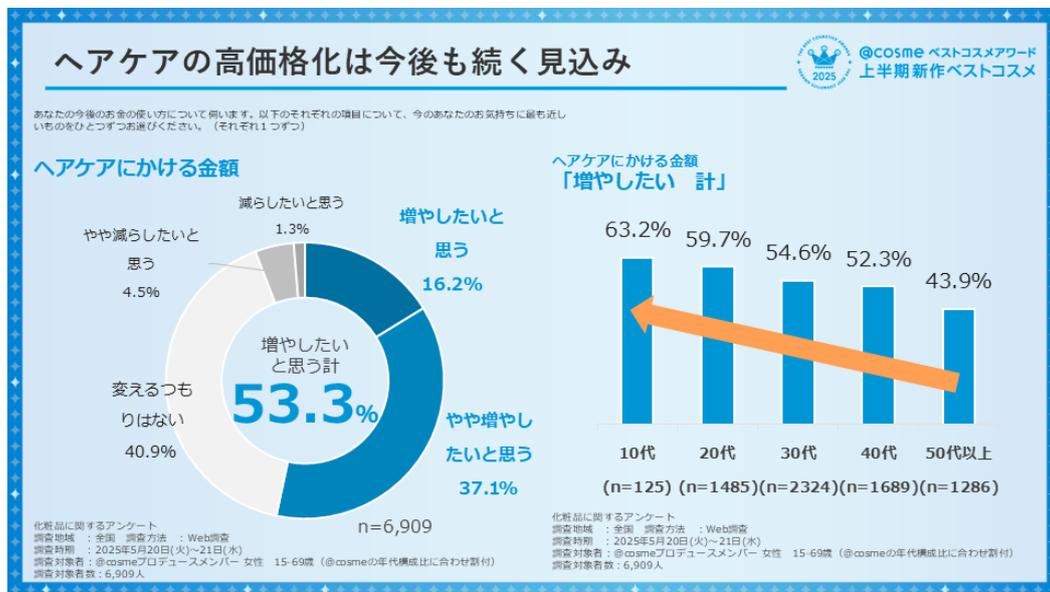
ベストシャンプー・トリートメント3位  
**CONCREDE**  
ハイモイスターメンテナ  
ンスシャンプー/トリートメント

※税抜価格  
※@cosme調べ

シャンプー・トリートメントカテゴリは 2015 年に i-ne が発売した「BOTANIST」のヒット以降、徐々に高単価化が進んできました。2025 年 5 月に聴取した「化粧品に関するアンケート」（以下、ユーザーアンケート）で「お使いのシャンプー・コンディショナー1本あたりの価格帯」を尋ねたところ、「1本あたりの価格帯 1,501 円以上のシャンプー・コンディショナーを使用している」と回答した人が全体の約 46.2%にのぼり、シャンプー・トリートメントカテゴリにおけるハイプレミアム価格帯の商品の浸透ぶりがうかがえます。

(2) 続くヘアケアへの関心、全体の半数以上が今後、ヘアケアに更なる支出意向

@cosme では 2025 年上半期のトレンド予測として、ヘアケアに手間やお金をかける生活者が増えるであろうということ予測した「美髪課金」というキーワードを発表しましたが、今、生活者はまさに、「美髪課金」への高い意欲を持っているようです。ユーザーアンケートでは、ヘアケアにかかる金額について「増やしたいと思う」と回答した人が全体の半数を超える約 53.3%となりました。ヘアケアカテゴリの高単価化の動きは更に続いていく可能性がありそうです。



(3) 総合大賞は、ヘアケアにおいてもスキンケアのように「成分」や「効果」を重視したい生活者のニーズとぴったりマッチ

ユーザーアンケートで「ヘアケアアイテムについて、あなたの考えやお気持ちに当てはまるもの」を尋ねた設問では、「以前よりも「成分」にこだわるようになった」約 36.3%、「以前よりも「効果」を重視することが増えた」約 53.0%という回答結果となり、スキンケアのように、成分や効果効能を重視する生活者が増えたことが分かりました。THE ANSWER は、「花王 100 年の研究からたどり着いた、ヘアケアの答え」をブランドコンセプトとし、「美髪 5 大必須成分配合」という訴求や他のシャンプーとは一線を画す“塗り洗い”という新たな洗髪スタイルを提案しています。同時期に他のシャンプー・コンディショナーカテゴリに投稿されたクチコミとの比較分析をしてみると、「成分」というワードの出現率が約 2.1 倍。また、(使用感、仕上がり等に)「びっくりする」「感動する」というワードもそれぞれ約 2.4 倍、約 2.0 倍出現していました。更に、効果や変化について語る文脈で使用される「髪」という

ワードの出現率も約 1.2 倍となっており、効果感や成分等を評価している声が多いことが分かりました。一方で、かわいい、癒す、香り、パケなどの情緒的な表現は全体との比較では相対的に少ないことも特長であり、スキンケアのように成分や効果効能を重視したい生活者のニーズとピッタリマッチした商品といえそうです。

### <総合大賞受賞ブランドの声>



花王株式会社  
グローバルコンシューマーケア部門  
ヘルスビューティケア事業部門  
ヘアケア事業部 ブランドマネジャー  
野原 聡 様

THE ANSWER のシャンプー & トリートメントが総合大賞・TOP10 に選ばれたことを、担当一同、大変光栄に思っています。おかげ様で、THE ANSWER は発売から 7 か月で累計出荷本数 100 万本を突破しました。これは限定チェーンでの先行発売をした花王ヘアケアブランド内で過去最高となり、当初計画の 2 倍以上の売上実績となっています。

好調要因は主に 3 つあるとみています。①100 年の研究に基づく成分・技術への納得感、②“塗り洗い”という感性と技術が融合した新しいヘアケア体験、③SNS 発信を起点にした共感の拡散です。

特に“塗り洗い”は、@cosme のクチコミでも多数言及され、生活者の高い関心と、納得感あるヘアケア体験の提供につながっています。ローンチ当初は、美容感覚が高いイノベーター層を中心に訴求し、熱量高いクチコミが拡散しました。その影響もあり現在は美容フォロワー層や、美容感覚の高い男性層にも支持が広がっています。

また、コミュニケーション戦略やブランディング、販売戦略においては、「誠実でバランスの取れた生活をしたい」という感情ニーズを軸にブランドを設計。デジタル中心に、美容感覚層へ共感性高く訴求しました。販売戦略では、スモールスタートで段階的に販路を拡大。流通と連携しながら熱量の高い売場づくりを実現すると同時に、ローンチ後に浮上する課題への柔軟な対応も可能にしています。現在は、販路も段階的に拡大し、より手に取りやすい環境整備を進めています。

今回の受賞は、生活者の美容関心領域が広がり、ヘアケアにおいてもより良いものを求めるニーズが高まっていることの表れだと受け止めています。この受賞をきっかけに、ひとりでも多くの“ヘアケア迷子”の方に手にとっていただけると嬉しいです。

## 4.総合 TOP10 からみえるトレンド分析

### (1) 続く物価高で生活者の「失敗したくない」気持ち高まる

#### 高価格帯商品に安心感、決め手は「研究」に裏打ちされた信頼感

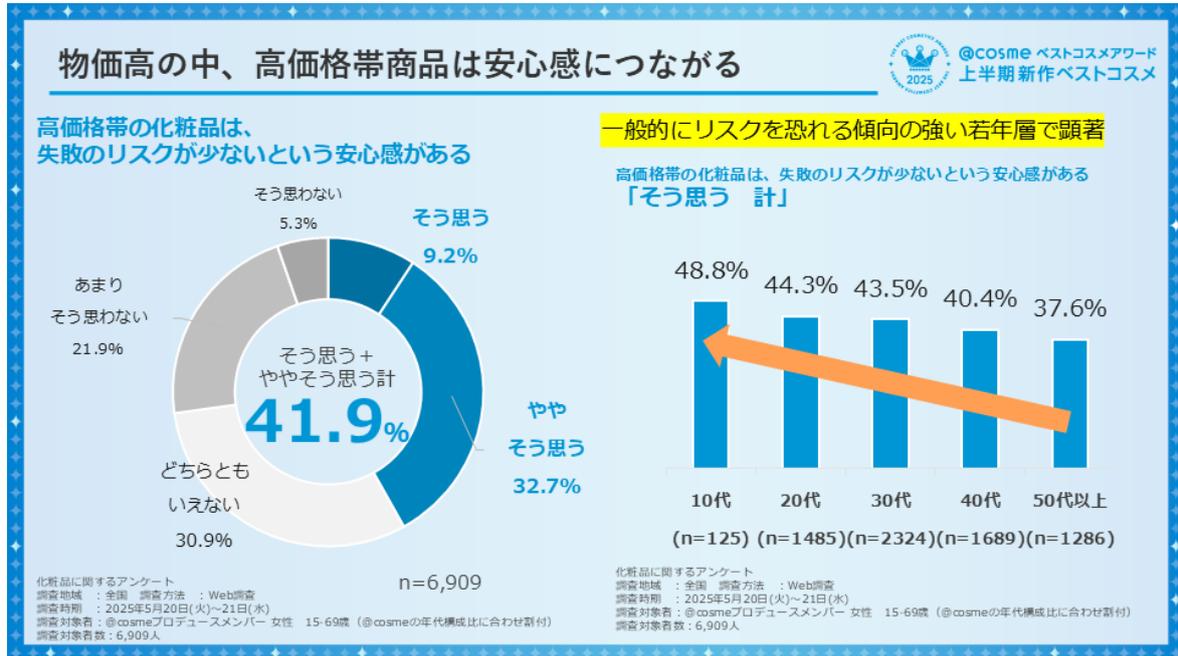
高価格帯への支持はヘアケアにとどまりません。2025 年上半期の総合 TOP10 は、受賞商品の平均単価が過去 6 年の平均と比較して約 1.7 倍の 6,050 円に。昨年のスキンケアにおける中価格帯やメイクアップにおけるプチプラ支持の傾向とは異なる「高価格帯シフト」ともいえる動きが見られます。

この変化には、今年 4 月の消費者物価指数によると「米の価格が昨対で約 2 倍」だと報じられるなど、物価高騰が昨年以上に深刻化していることも影響を与えていそうです。

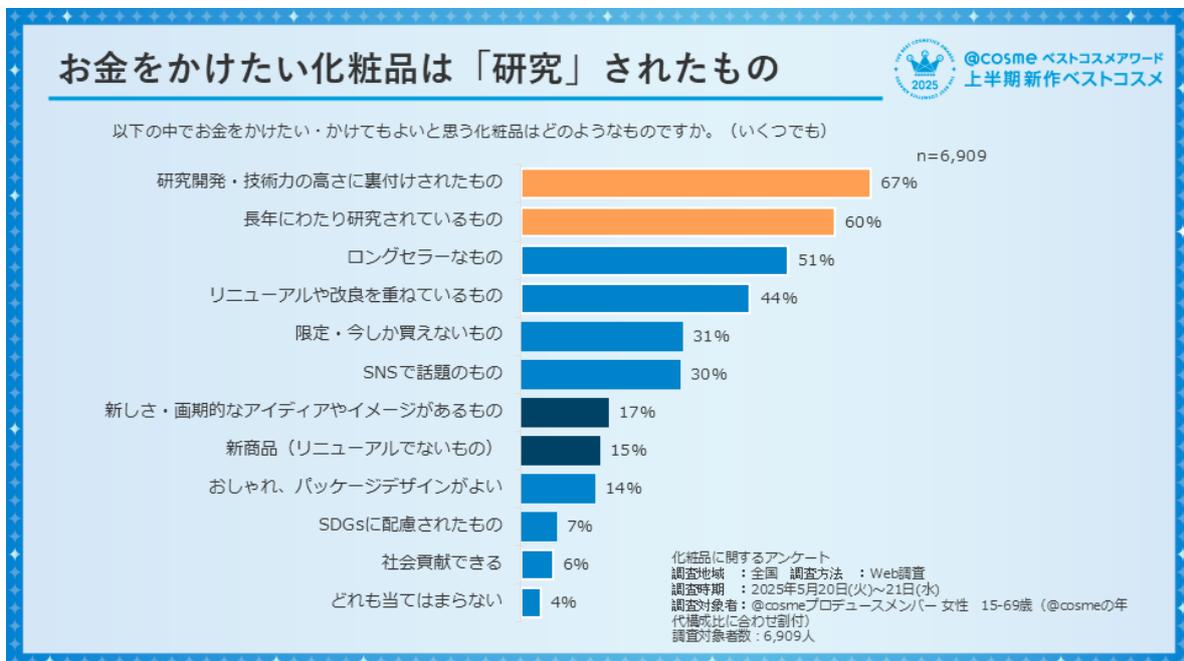


ユーザーのアンケート結果をみると、物価高の影響を受けて「化粧品購入で失敗したくないという気持ちが高まった」（全体の約 80.7%）、「投資をする価値があるかどうかを以前より考えるようになった」（全体の約 80.8%）と回答した人がそれぞれ 8 割に及びました。

更に、「高価格帯の化粧品は、失敗のリスクが少ないという安心感がある」と、全体約 41.9%の人が回答し、価格自体が、安心材料のひとつになっていることが垣間見られます。特に化粧品の使用経験が浅く、判断軸があいまいな人が多いと想定される若年層ほどその傾向が強く現れました。また、TOP10の受賞商品のクチコミには「さすが」「裏切らない」といったワードが同カテゴリの他の商品と比較すると特徴的に出現しており、価格が高いだけあってよかった、さすが、裏切らないなど期待に応えてくれる確かな商品と感じられていそうです



そのほかにも、この上半期に生活者が「投資しても良い」と感じた化粧品にはいくつかのポイントがありそうです。ひとつは、「研究開発・技術力の高さに裏打ちされていること」です。@cosme メンバーへのアンケートで「お金をかけたい、かけてもいいと思う化粧品」の条件を聞いたところ、「研究開発・技術力の高さに裏付けされたもの」(約 66.6%)と「長年にわたり研究されているもの」(約 59.7%)という選択肢が、いずれも約 6 割の生活者から共感を得ました。



総合 TOP10 ランクイン商品では、大賞を受賞した「THE ANSWER (ジアンサー)」が「花王 100 年のヘアケア研究からたどり着いた」という訴求を前面にうちだしています。

また他にも、総合 TOP10 にランクインした商品のうち、実に 7 商品がこうした技術力や研究背景を訴求しています。

### 総合上位はいずれも研究力をアピール

<商品説明文>  
**コスメデコルテのサイエンスを注ぎ込んだルージュ**



総合2位  
コスメデコルテ ルージュデコルテ クリームグロウ

<商品説明文>  
**細部まで抜かりなく仕上げるプロ仕様設計**



総合3位  
&be(アンドビー) ブラックスポンジ

<商品説明文>  
**SK-II の30年以上のブライトニング研究をベースに**



総合4位  
SK-II ジェノプティクス インフィニットオーラ エッセンス

<商品説明文>  
**メラノフォーカス誕生から20年分の研究成果を1本に全搭載**



総合9位  
HAKU メラノフォーカスⅠV

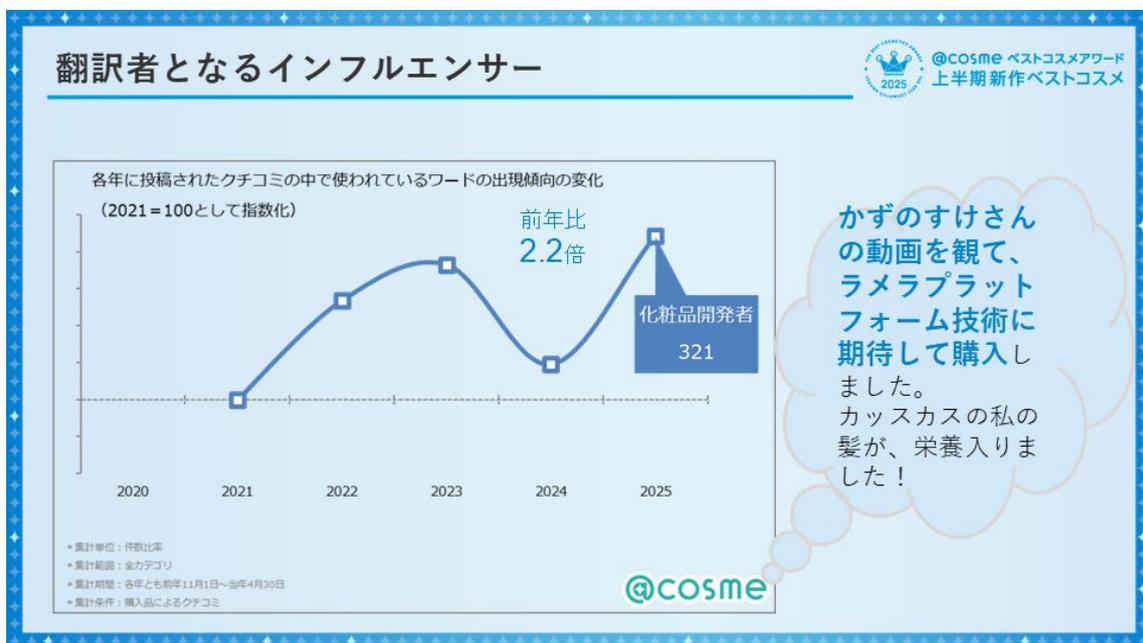


@cosme ベストコスメアワード  
上半期新作ベストコスメ

一方で、こうした研究開発や技術に関するトピックスは科学などの専門知識が必要となり、生活者にとって必ずしも身近には感じられない内容であることもあるのではないのでしょうか。

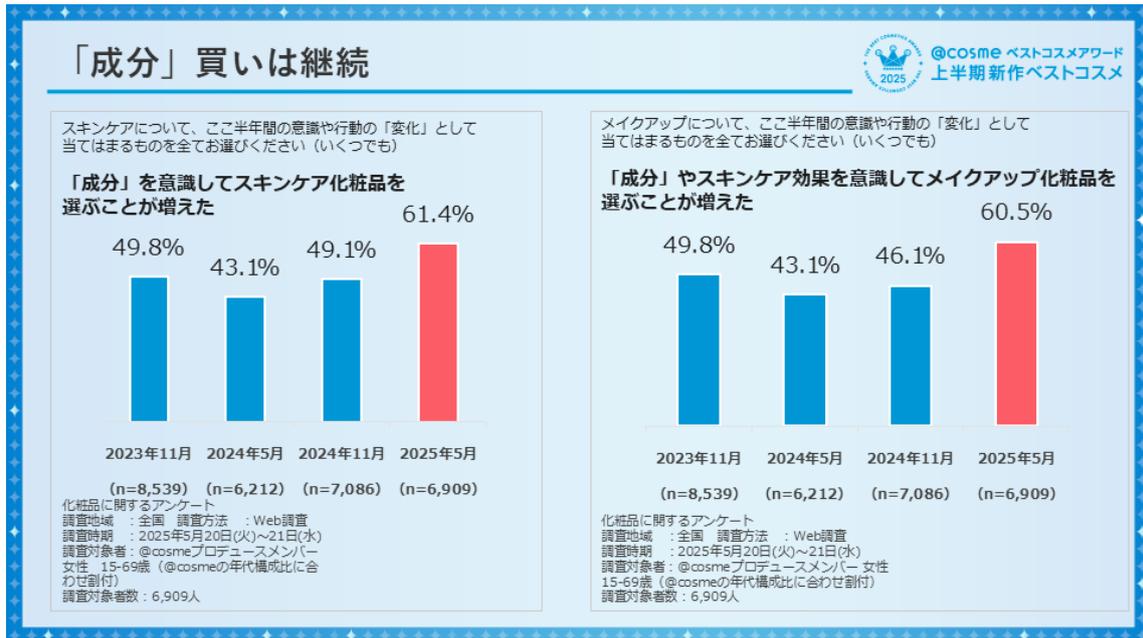
そんな中で、昨今、SNS を中心に、化粧品開発者などの専門家系インフルエンサーのコンテンツによって、難しい技術や成分の話が分かりやすく生活者に伝わるようになったことも、「技術や研究開発への信頼」の広がりを助けているといえそうです。

@cosme のクチコミでは、「化粧品開発者」というワードの出現率が昨対 2.2 倍となっています。特にこの上半期は、「かずのすけさん」の Youtube で興味をもったという声が総合 TOP10 受賞商品のクチコミに多くみられました。



(2) 成分買いトレンドも継続、次の注目は「発酵」？

また、「どんな成分を配合するか」も研究開発の成果のひとつといえるでしょう。THE ANSWER も花王 100 年のヘアケア研究からたどり着いた「美髪 5 大必須成分配合」を謳っていますが、近年注目されている「成分」への注目の高さは続いていそうです。



この傾向は、スキンケアだけでなく、ヘアケア・メイクも同様です。さらに美容グッズでも成分を訴求する製品が登場し、支持する声も寄せられています。たとえば、総合3位の&be「ブラックスポンジ」は、リニューアルを期にヒアルロン酸が配合されました。「ヒアルロン酸が配合されたことにより、柔らかなふわふわ感が増した肌負担が軽減されてうれしい」といったクチコミが投稿されています。

また、総合5位の「ルルルン ルルルン ハイドラ AZ マスク」に配合されているアゼライン酸も、皮脂悩みの増加と共に引き続き注目の高い成分です。加えて、総合8位のラ ロッシュ ポゼ「UV アイデア XL プロテクショントーンアップ ローズ+」は、敏感肌でも使える低刺激なピーリング成分「LHA」が配合されていることを訴求しています。

**新しいアイテムへの広がりや日中ケアへの期待も**

**ヒアルロン酸**

<商品説明文>  
メイクの仕上がりを格段に上げる大人気スポンジがリニューアル！新たにヒアルロン酸を配合することで、メイクをしている時に心地よく感じられるようアップデート。

**アゼライン酸**

<クチコミ出現率\*>  
「アゼライン酸」 6.2倍  
「皮脂悩み」 3.2倍

**LHA**

韓国ではLHAを使った「ララピール」という美容施術が人気

<クチコミ出現率\*>  
「LHA」 1.9倍

\*2024年11月1日～2025年4月30日に購入品として投稿されたクチコミ (比較対象として前年同期)

<p>総合3位/ベスト美容グッズ1位</p> <p>@cosme STORE ベストヒット賞 総合4位</p> <p>&amp;be(アンドビー) ブラックスポンジ</p> <p>発売日 2024/11/14 (2025/1/17追加発売) 税抜価格 700円</p>	<p>総合5位/ベストシートマスク1位</p> <p>価格別賞 ミドルプライス部門 シートマスク</p> <p>@cosme STORE ベストヒット賞 総合3位</p> <p>ルルルン ハイドラ AZ マスク</p> <p>発売日 2024/11/1 税抜価格 7枚入・700円/28枚入・2,200円</p>	<p>総合8位/ベスト化粧下地1位</p> <p>価格別賞 ミドルプライス部門 化粧下地</p> <p>ラ ロッシュ ポゼ UVアイデア XL プロテクショントーンアップ ローズ+</p> <p>発売日 2025/2/13 容量・税抜価格 30mL・3,600円</p>
--	--	---

その他、ベストフェイスクリューム・ジェル部門3位にランクインした、スギ薬局のプライベートブランド DRIPTUNE「発酵クリーム」や、ベスト日焼け止め2位ほかにランクインしたFAS「FAS ザ ブラック デイ クリーム」といった商品など、「発酵系」の商品が多くランクインしているのも今年の特徴の一つです。クチコミにおける「発酵系」というワードの出現率も昨対で2.2倍となっています。



ユーザーアンケートで、「発酵系のスキンケア化粧品や成分」に対するイメージを聴取したところ、トップにみられたのは「体によい・健康的」(約47%)であるという声でした。化粧品の成分として一般に期待される「効果がありそう」「肌によさそう」という選択肢よりも「健康によさそう」というイメージを持たれている成分に注目が集まりつつあることは、興味深い結果です。この背景には、昨今のトレンドでもある、身体的、精神的、社会的に良好な状態、つまり幸福な状態を指す概念である「ウェルビーイング」志向があるかもしれません。ユーザーアンケートでは、「あなたの化粧品の選び方は、これからどうなると思いますか」という設問に対して、約48.8%が「今よりも、心身の健康のことを考えて化粧品を選ぶようになるだろう」と回答。人生100年時代のあたらしい価値観や考え方は、このようにあらゆる分野に影響を及ぼしていく可能性がありそうです。

### (3) 「失敗したくない気持ち」への寄り添いもポイント

「失敗をさげたい気持ち」への寄り添いも、今回支持された化粧品のポイントのひとつです。1位のTHE ANSWERをはじめ4位のSK-II、8位のHAKUなどは気軽に購入できるミニサイズの商品での試用機会を担保して、高価格帯商品を失敗の心配なく購入できる環境をつくっています。ユーザーアンケートでも全体の約31.5%が「ミニサイズがなかったら購入しなかった商品がある」と回答しています。

## 4. 「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」受賞商品

### ◆集計方法

「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」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: 2024年11月1日~2025年4月30日

集計対象クチコミ件数: 124,660件

集計対象アイテム数: 3,964アイテム

化粧品、美容グッズ、日用品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」「SYDNEY」「東京小町」及びフラッグシップショップ「@cosme TOKYO」「@cosme OSAKA」での販売実績をもとに順位を決定しています。

## 【総合】

2024年11月1日～2025年4月30日の間で発売された新商品のうち、@cosmeメンバーさんから最も支持されたアイテム

順位	ブランド名	商品名
総合大賞	THE ANSWER	スーパーメラシャンブー&EX モイストトリートメント FOR DAILY DAMAGE
第2位	コスメデコルテ	ルージュデコルテ クリームグロウ
第3位	&be(アンドビー)	ブラックスポンジ
第4位	SK-II	ジェノプティクス インフィニットオーラ エッセンス
第5位	ルルルン	ルルルン ハイドラ AZ マスク
第6位	ジバンシイ	プリズム・リーブル・グロウ・セラム・ファンデーション
第7位	SHISEIDO	アルティミューン パワライジング セラム
第8位	ラ ロッシュ ポゼ	UV イデア XL プロテクショントーンアップ ローズ+
第9位	HAKU	メラノフォーカスⅤ
第10位	ロージーローザ	パウダーファンブラシ

## (参考)

2025年上半期の台湾・香港・韓国美容トレンドがわかる

「2025年度@cosme 台湾美妝大賞 上半年新秀賞」、「2025年度@cosme 香港美妝大賞 上半年新秀賞」「2025年上半期 GLOWPICK アワード / 2025 1st half(1H) GLOWPICK AWARDS」を発表

## 【台湾版】

台湾版「@cosme」でも、2025年上半期に発売された商品の中で、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「2025年度@cosme 台湾美妝大賞 上半年新秀賞」を同時発表しています。



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.tw/beauty-awards/2025/half>

## 【香港版】

香港版「@cosme」でも2025年上半期に発売された商品の中で、香港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「2025年度@cosme 香港美妝大賞 上半年新秀賞」を同時発表しています。



受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら

[https://hk.cosme.net/best-cosme-awards/2025\\_half](https://hk.cosme.net/best-cosme-awards/2025_half)

## 【韓国】

@cosmeの姉妹サイトである韓国のビューティプラットフォーム「GLOWPICK」は、2025年5月29日に「2025年上半期 GLOWPICK アワード / 2025 1st half(1H) GLOWPICK AWARDS」を発表いたしました。



受賞商品一覧や、アワードの詳細についてはこちら  
<https://www.glowpick.com/awards/v2/35>

## 【2025年6月16日(月) 14:00開催】

## クチコミを読み解くリサーチプランナーに学ぶ「@cosme 上半期新作ベストコスメ」解説セミナー

アイスタイルでは化粧品ブランドの皆さまの業務のヒントとなるようなウェビナーを定期的で開催しております。今回は、「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」の結果を元に二部構成にてお届けいたします。



第一部では、『2025年上半期クチコミから読み解く生活者の今とこれから』と題し、「@cosme ベストコスメアワード 2025 上半期新作ベストコスメ」表彰に際し、この半年間に@cosme内に蓄積された投稿クチコミの分析を行ってきたアイスタイルのリサーチプランナーである原田・西原の両名が登壇。

物価高騰のおおりで化粧品も価格改定が続くなか、生活者の商品選びはどう変わったのか？ この上半期のトレンドやキーワード、そこから読み取れる今後の生活者が美容・コスメに求めていることは何なのか、クチコミから見えたその兆しについてご紹介させていただきます。第二部では、視聴される皆様からのご質問に対し、リサーチプランナーである原田・西原がクチコミから読み取れた分析結果をお答えします。

開催日：2025年6月16日(月) 14:00~15:30

申込締切：2025年6月16日(月) 13:00

参加申し込み：[https://business.cosme.net/webinar/250616\\_bestcosme-first-half](https://business.cosme.net/webinar/250616_bestcosme-first-half)

【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：美容系総合ポータルサイト@cosmeの企画・運営、関連広告サービスの提供

◆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](mailto:istyle-press@istyle.co.jp)