



2020年12月4日
株式会社 MimiTV

MimiTV、「2020年下半期バズコスメ大賞」を発表

美容メディア「MimiTV」を運営する株式会社 MimiTV（所在地：東京都渋谷区、代表：黒川涼子）は、ユーザーと MimiTV 編集部の投票による「2020年下半期バズコスメ大賞」を発表いたします。



◆ 2020年5月～2020年10月に Twitter 上で話題になった「バズコスメ」

「MimiTV」はコスメの新商品情報をはじめ、メイクやヘアアレンジのハウツーなどを発信する美容特化型のメディアです。YouTube・Instagram・Facebook・Twitter・TikTokの公式アカウントの総フォロワー数は115万人を超えるなど、SNSを中心にオンラインでの情報発信力を強みとしています。

MimiTVでは、2020年5月～2020年10月に Twitter 上で話題になったコスメ※1を対象に投票※2を実施。上位10商品を「2020年下半期バズコスメ」として発表いたします。さらに、一部の受賞商品については、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。

※1 発売時期は問わない、限定品を除く

※2 MimiTV 編集部員4名に、Twitterで美容情報の収集・発信を日常的に行う MimiTV 読者489人を加えた計493人による投票

【2020年下半期バズコスメ大賞 特設サイト】

<https://mimitv.jp/15640>

◆ 2020 年下半期バズコスメ大賞 受賞商品

大賞：ADDICTION ザ アイシャドウ
 受賞：rom&nd グラスティングウォーターティント
 受賞：CANMAKE クイックラッシュカーラー
 受賞：Dior サンク クルール クチュール
 受賞：ZEESEA ダイヤモンドシリーズ カラーマスカラ
 受賞：CLAYGE クレンジングバーム モイスト
 受賞：KOSE メイクキープミスト
 受賞：A'pieu ジューシーパン スパークリングティント
 受賞：CEZANNE ナチュラル チーク N 19 パールベージュ
 受賞：LUNASOL アイカラーレーション 07 Darjeeling Camel

(特定のカラーが特に話題になった商品については、その色名まで記載しています。)

◆ 大賞「ADDICTION ザ アイシャドウ」のバズ分析

▼商品概要

商品名：ADDICTION ザ アイシャドウ

カテゴリ：アイシャドウ

価格：各 2,000 円（税抜）※編集部調べ

概要：5つの質感で全 99 色を展開する単色のアイシャドウ。

2015 年 8 月に発売した人気アイテムで、2020 年 8 月 28 日（金）にリニューアルを実施。

▼“バズ以前”のブランド背景

「ADDICTION ザ アイシャドウ」は、2015 年 8 月に発売された 99 色の単色アイシャドウ。

旧バージョンの「92 Mariage (P) マリアージュ」、「99 Miss You More (P) ミスユーモア」は近年のラメやパールがたっぷり入ったキラキラアイシャドウブームの火付け役とも言えるアイテムで、発売当初から話題を呼び数カ月間入手困難な状況が続いた。

価格は 2,000 円（税抜）と、デパコス（百貨店やデパートのコスメカウンターで販売されているコスメ）の中では手取りやすい価格であるため、デパコスデビューのアイテムとして広く知られるように。

2018 年頃から美容好きの間で「パーソナルカラー理論」が注目されるようになると、豊富なカラーと質感のラインナップを誇る「ザ アイシャドウ」は「自分に似合うアイシャドウが必ず見つかる」とさらに注目を集め、ブランドを代表するスターアイテムのポジションを確立した。

2019 年 3 月、ブランドのスタートから初めてクリエイティブディレクターが交代することになり、それに伴うブランドのリニューアルが決定^{※3}。「『ザ アイシャドウ』も廃盤になるカラーがあるのでは？」という予想もあり、Twitter をはじめとする SNS 上ではリニューアルへの期待と不安が入り交ざった声が多く見られた。

※3 ブランドのリニューアルは 2020 年 8 月。

▼バズの経緯

【評判形成期：2020年7月】

2020年7月1日（水）に、「ザ アイシャドウ」のリニューアルと新たな商品ラインナップがブランドから公式発表される。廃盤になるカラーについて画像でとりまとめた投稿が Twitter で 3,000 リツイート以上されたり、既存の ADDICTION ファンによるリニューアル前の駆け込み需要で人気色が欠品したりするなどの話題を呼んだ。

【拡散期：2020年8～9月】

メディアの掲載やインフルエンサーのティザー情報で、リニューアル版の実際の発色や質感が明らかとなり、8月28日の発売への期待が高まる。

青の偏光パールが特徴の「005SP Moon River ムーンリバー」は特に注目度が高く、Twitter 上では発売前後で多数のクチコミやスウォッチ画像（コスメの実際の発色や質感をわかりやすく伝えるために撮影した画像のこと）が投稿され、既存色に並ぶ人気カラーに。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、コスメカウンターでのタッチアップができないため、実際に購入した人たちのスウォッチ画像を参考にする人が多数いた。

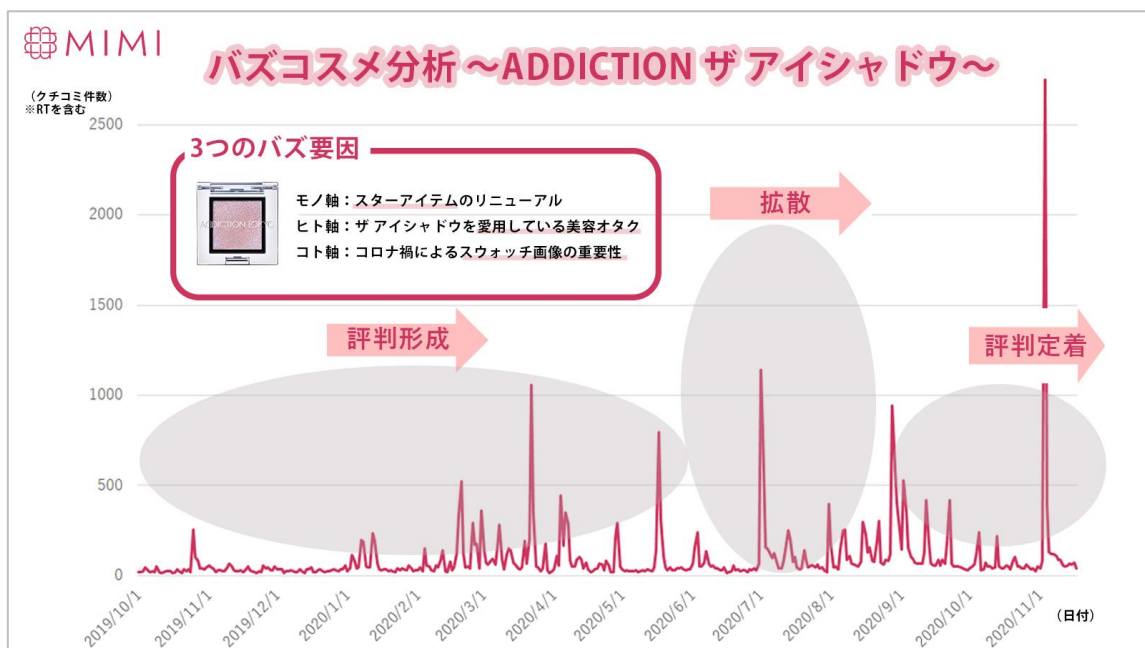
【定着期：2020年10月～現在】

発売直後に新色や話題のカラーを購入して気に入った人たちが追加で別の色を購入し、安定してクチコミが投稿されている状態。MimiTV のユーザーアンケートでも「リニューアルしてさらに魅力が増した」といった声が多数挙がっている。

▼3つのバズ要因

- ・モノ軸...99色ものラインナップを誇る、ブランドを代表するスターアイテムのリニューアル
- ・ヒト軸...「ザ アイシャドウ」を愛用してきた美容オタクによる、リニューアル前後のクチコミ投稿
- ・コト軸...コロナ禍でタッチアップができないことで増加した「スウォッチ画像投稿」

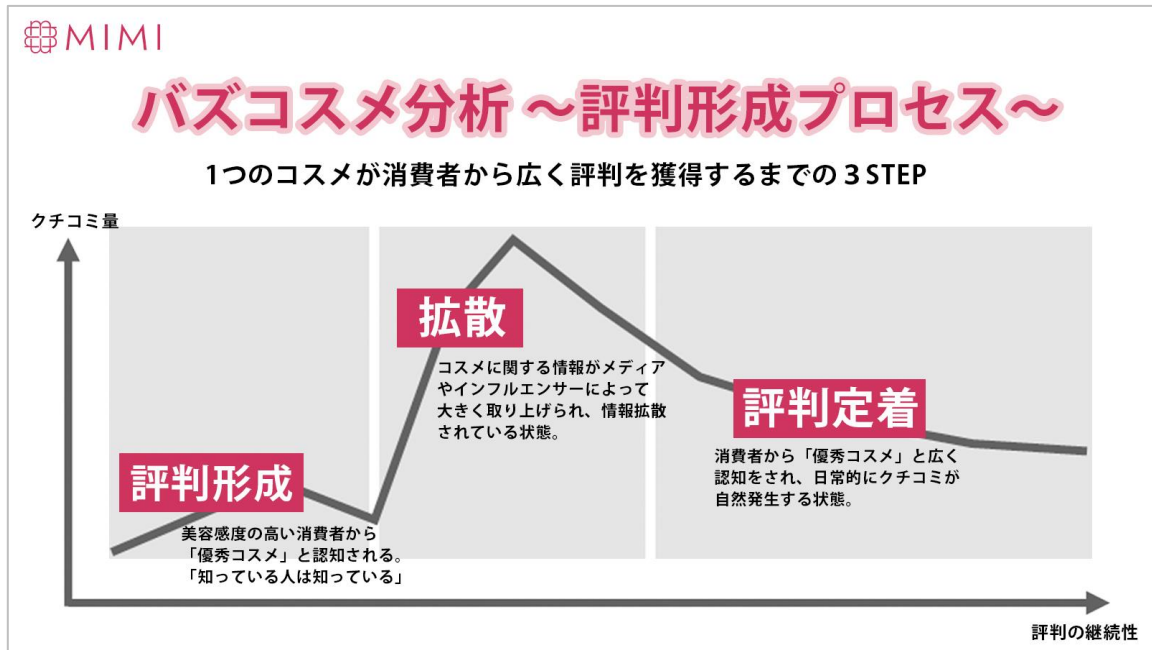
【「ADDICTION ザ アイシャドウ」の評判定着プロセス（図解）】



<参考資料> ※MimiTV では Twitter 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。

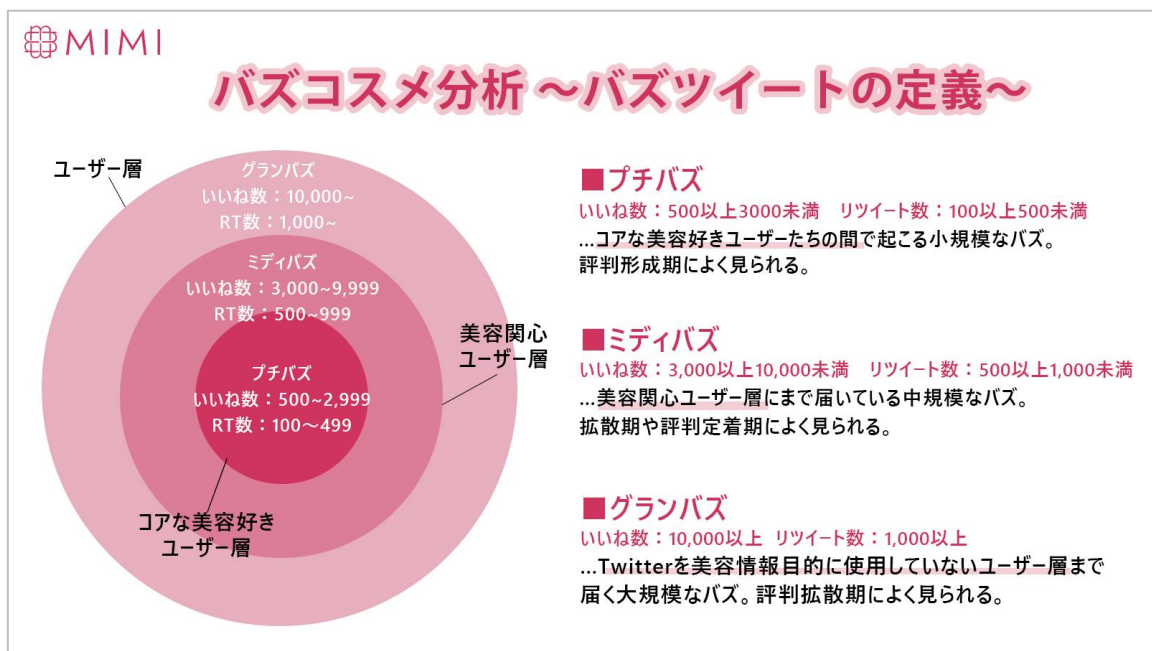
【Twitter における評判定着プロセス】

Twitter 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。



【Twitter におけるバズの規模】

Twitter 上で生まれるコスメ情報の「バズ」は、いいね数やリツイート数によって大きく「プチバズ」「ミディバズ」「グランバズ」の3つに分類されます。また、評判定着プロセスのステップごとに、発生しやすい「バズ」の種類も変わります。



◆ MimiTV について

「MimiTV」は「美容で自信が付いて、幸せが溢れる世界」をビジョンに掲げ、SNS に特化したメディア運営をおこなっています。コスメの新商品情報をはじめ、メイクやヘアアレンジのハウツーなどを発信することで「メイクを楽しむ人を増やすこと」を目指してまいります。

MimiTV サイト URL : <https://mimitv.jp/>

12月1日に発表した「2020年下半期ベストコスメ」では、2020年5月～2020年10月に発売された新商品を対象に人気投票をおこない、カテゴリ別&価格帯別の1位を取り上げております。一方、今回の「2020年下半期バズコスメ大賞」は、新旧問わず Twitter 上で話題となったコスメを取り上げております。

■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■

株式会社 MimiTV 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：岩田（いわた）・中谷（なかたに）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp