



2020年6月15日
株式会社 MimiTV

美容特化型メディア MimiTV 「2020年上半期バズコスメ大賞」を発表

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



◆ 2019年11月～2020年4月にTwitter上で話題になった「バズコスメ」

新型コロナウイルスが生活者に与える影響が長期化していくと見込まれる中、企業がおこなうマーケティング活動も、生活者のライフスタイルの長期的な変化に対応していく必要があります。特に美容業界は、外出機会の減少やマスクの着用機会の増加の影響を受けやすく、これまでおこなってきたマーケティング手法の見直しを迫られている業界の一つ。今後もオフラインでの顧客接点を作りづらい状況が続くことを考えると、SNSをはじめとしたオンライン上でいかに顧客と接点を作るかが重要になってきます。

このような背景を踏まえ MimiTV では、2019年11月～2020年4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年上半期バズコスメ」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 アカウントのフォロワーが100人以上で美容情報の発信を日常的に行う MimiTV 読者215人を加えた計219人による投票

【2020年上半期バズコスメ大賞 特設サイト】

<https://mimitv.jp/11829>

◆2020 年上半期バズコスメ大賞 受賞商品 ※投票数順

大賞:ビーアイドル | つやぷるリップ
 受賞:ロムアンド | ジューシーラスティングティント
 受賞:エリクシール シュペリエル | つや玉ミスト
 受賞:アルビオン | フローラドリップ
 受賞:ドクタージャルト | シカペア リカバー クリーム
 受賞:エテュセ | リップエディション(グロス)
 受賞:オルビス | オフクリーム
 受賞:エレガンス | アルモニーアイズ
 受賞:オピユ | ジューシーパン スパークリングティント
 受賞:シャネル | ルージュ ココ フラッシュ 90

◆受賞商品「エリクシール シュペリエル つや玉ミスト」のバズ分析

▼商品概要

商品名:エリクシール シュペリエル つや玉ミスト
 メーカー:資生堂
 カテゴリ:美容液
 価格:1,800 円(税抜) ※編集部調べ

▼“バズ以前”のブランド背景

20 代からはじめる「ファーストエイジングケア」を提唱するシリーズ「エリクシール ルフレ」から 2018 年に発売されている「おしろいミルク」のヒットによって、20 代前半からの「エリクシール」のブランド認知が上がっていた。

▼バズの経緯

【評判形成期:2019 年 11 月】

2019 年 11 月 21 日に発売。11 月上旬頃、1st 写真集の発売直前で注目を集めていたフリーアナウンサーの田中みな実さんがインスタライブにて商品を紹介。インスタライブ終了後、紹介されたアイテム情報が Twitter 上でも拡散される。これがティザーとなり、発売前から注目が集まるように。

【拡散期:2019 年 12 月～2020 年 2 月】

11 月時点での評判を見て入手をした、Twitter フォロワー1 万人以上の美容垢(日常的に美容情報を収集・発信するツイッターアカウント)が次々にアイテムを紹介。

実際に肌につや玉(=ハリと潤いのある美しい肌の、頬の高い位置に現れるツヤのこと)が出来る写真が投稿されるように。中には、2 万いいねを集める投稿も見られた。

12 月 1 日より、Amazon プライムにて美容やコスメの HOW TO トーク番組「BEAUTY THE BIBLE(ビューティー ザ バイブル)」の配信が開始される。MC として出演している田中みな実さんの影響力がより強まる中、「田中みな実の愛用品」という文言で拡散されたことで、さらに人気に火がついた。この時期から、ドラッグストアや公式オンラインストアで欠品が続くように。

【定着期:2020 年 3 月～現在】

この頃から、店頭でやっと買えた！という投稿が増え始める。コロナウイルス感染拡大による営業自粛期間中でも営業していたドラッグストアにて購入できるため、この時期もクチコミが自然発生し続けた。

▼3 つのバズ要因

- ・モノ軸…「つや玉」というキャッチーなフレーズや、効果が実感しやすく SNS 映えする商品性
- ・ヒト軸…「田中みな実さん」「影響力のある Twitter 美容垢」が情報を発信
- ・コト軸…「欠品続きでなかなか手に入らない」という話題性

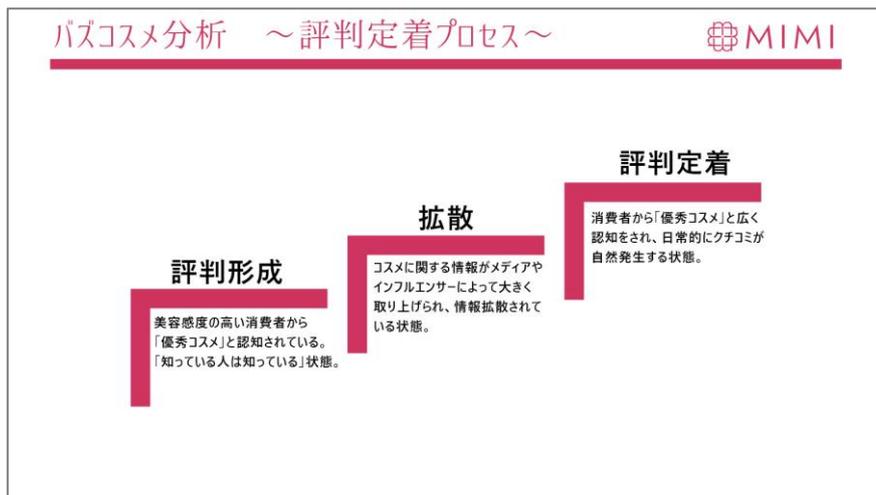
【「エリクシール シュペリエル つや玉ミスト」の評判定着プロセス(図解)】



＜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。

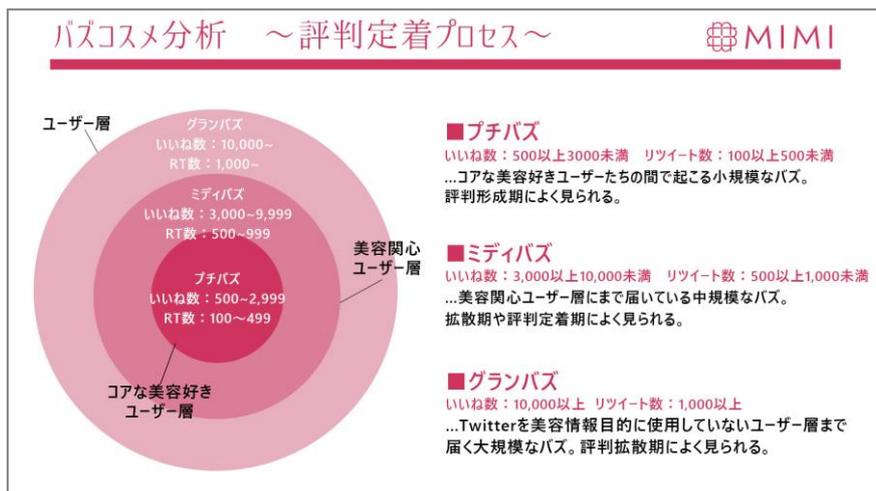
【Twitter における評判定着プロセス】

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」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、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し、企画を通じて、「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/>

6月1日に発表した「2020年上半期ベストコスメ」では、2019年11月～2020年4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年上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(なかに)

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp