

中国女子図鑑

2021年度上半期

～コスメ・美容ランキング編～



リフレクションズジェネラルオフィス株式会社



『中国女子図鑑』は訪日中国人女性の7割以上を占める20代・30代の“ライフスタイル”に注目したデータランキング集です。目まぐるしく変わる彼女たちの流行をとらえ、毎号4つのカテゴリー（「コスメ」「買い物/ファッション」「旅行」「話題」）を中心にランキング発表いたします。

回答者は中国国内20～30代のKOC（Key Opinion Consumer）やマスコミ関係者を中心に約150名の流行に敏感な人々。彼女たちの最新の流行/嗜好を集約し、ランキング化～分析しています。

今号は特別号として、「2021年上半期の中国女子図鑑コスメ編」として、皆様にお届けいたします。ご参考になれば幸いです。

発行元：Reflections General Office株式会社
<https://reflections.city/index.php>



コスメについて



01 マスクの下に口紅を塗りますか？

一つ選択

たまに塗る	26人	
ほとんどしない	19人	
塗らない	11人	
毎日塗る	10人	



02 マスクの下に口紅をするとしたら、どんなものを選びますか？

一つ選択

いつもと変わらないもの	34人	
保湿効果の高い、唇のケアができるもの	16人	
落ちにくい、マスクにつかないもの	14人	
思い切って大胆な色を選ぶ	2人	



03 マスクの下には、どんな“落ちない”口紅/グロスのブランドを選びますか？

複数選択可

アルマーニ 口紅	21人	
シャネル グロス	19人	
イヴ・サンローラン グロス	13人	
ディオール リップ	10人	
ランコム 口紅	10人	
シューウエムラ グロス	8人	
マック グロス	8人	
ナーズ リップペンシル	7人	
ジュデイドール グロス	6人	
スリーコンセプトアイズ グロス	6人	
その他	36人	

*その他：スック、ロレアル、メイベリン、キャンメイク、ジュデイドール、アーティストリー、CPB、オペラ、ヴィセ、イニスフリー、キコ、口紅を使わない



1位 アルマーニ 口紅

容量4.2g /320円

乾燥しない、潤いのある唇を引き出し、クリームのように滑らかで、唇いっぱい鮮やかさが光る。発色度も高く人気がある。

<https://m.tb.cn/h.VKF1AVs?sm=d3b91b>

参照；iT-mall公式ページ



2位 シャネル グロス

容量4g /330円

マットな潤いとカバー力に満ちた軽やかな化粧感が特徴。

<https://m.tb.cn/h.VK2kL9o?sm=b907ed>

参照；iT-mall公式ページ



3位 イヴ・サンローラン グロス

容量5.5g /320円

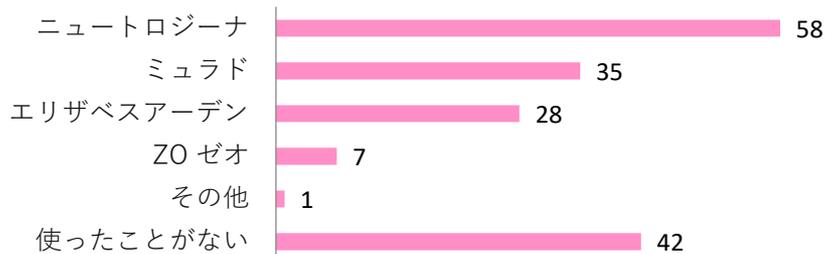
保湿感があり、明るい色が長持ちで落ちにくい。

<https://m.tb.cn/h.VJ0TaBQ?sm=5c7c92>

参照；iT-mall公式ページ



今流行のレチノール配合美容液、 何を使ったことがありますか？



その他:HBN

1位 ニュートロジーナ レチノール リピッドリンクリペア



レチノール配合のアンチエイジング保湿クリーム。ヒアルロン酸と高濃度のレチノールで細かいラインをふっくら滑らかにして、しわやほうれい線を防ぎます。

価格：259.9元 容量：29ML

画像：Tmall『Neutrogena』公式ホームページより

2位 Murad ミュラド リサーチジュンス レチノール ユース セラム



効果発揮から効果継続、
効能促進といった三段階
でレチノールセラムがお
肌のしわやたるみを軽減
します。

価格:698元 容量:15ML

3位 エリザベスアーデン セラマイド カプセル



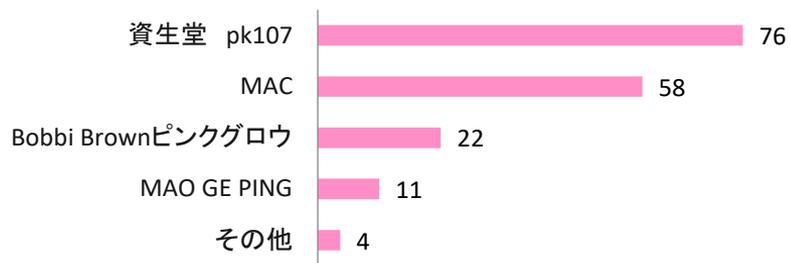
カプセル型の容器に入っ
ており、軽やかでさらりとし
た感触の美容液です。高濃
度レチノールが素早く肌に
浸透し、肌の弾力を強めま
す。

価格：28ml 容量：760元

<コメント> 現在、クリニックや美容外科に行かずに、家でのスキンケアに力を入れる人も多くいます。その中でもレチノール配合美容液がアンチエイジングケアとして人気が高く、高価な化粧水や乳液を買うよりコストパフォーマンスがよいと人気です。



05 人気のハイライト化粧品、あなたはどれが好きですか？



その他：colorpop、cpb、化粧しない1人

3位 Bobbi Brown ピンクグロウ



肌を引き締め立体感を出し、健康的で艶やかな肌に見せます。

価格: 480元 容量: 8g

画像:Tmall「Bobbi Brown」公式ホームページより

1位 資生堂 PK107



淡いピンクのフェイスパウダー（ハイライト）。顔の印象がふっくら、輪郭や顔色も優しく見えます。

価格: 378元 容量: 6.5g

画像: 資生堂公式ホームページより

<コメント>

中国女子のメイクに対するこだわりはだんだん強くなっていますが、その中でも立体感やツヤのけるハイライトはメイクの中でも欠くことができないものとして購入されます。

2位 MAC エクストラ ディメンションスキンフィニッシュ



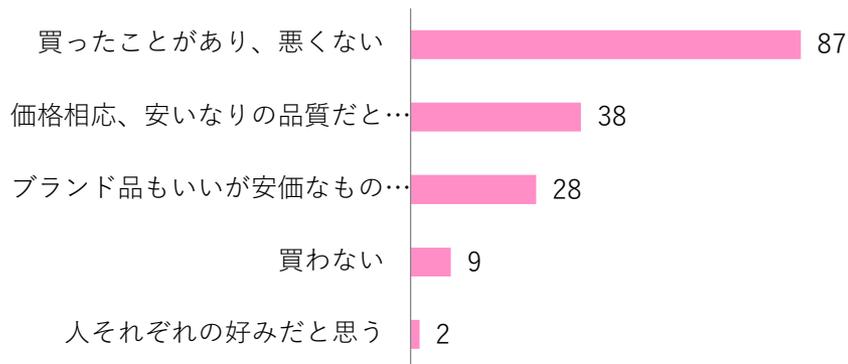
みずみずしく、すっきりとした自然なつや感あふれるハイライトです。

価格: 378元 容量: 9g

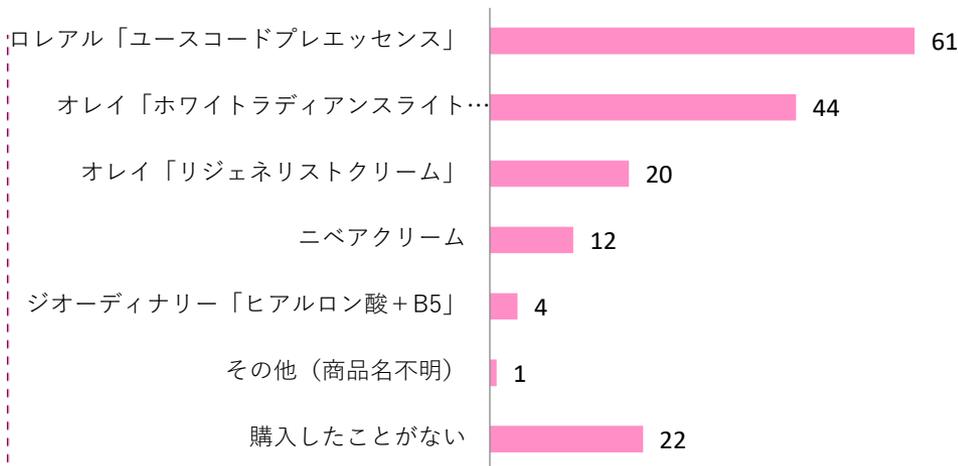
画像:Tmall「MAC」公式ホームページより

06 化粧品、服、電化製品等の“平替”について どう思いますか？

*平替（ピンティアー）とは、高価なハイブランド商品の代替品として、通常価格の商品を購入すること。



07 以下の「平替」スキンケア商品のうち、 使ったことがあるものは？



1位 ロレアル ユースコードプレエッセンス



画像：Tmall『ロレアル』公式ページより
50g/350円

エイジングケアとして人気の、ランコム「ジェニフィック」(760円/30ml)の代用として、こちらを購入するという声が多い。ランコムのジェニフィックに用いられる成分として有名なビフィズス菌発酵エキス（整肌成分）ですが、ロレアルのユースコードプレエッセンスにも配合されていることが大きな要因だと思われます。

<コメント>

“平替（ピンティアー）”は、ハイブランドは価格も高く、品質が良いものも多いのですが、最近は、高価な有名ブランドでなくとも高品質である商品も人気となっていて、その影響からか、この“平替”という言葉がSNSなどでよく見られるになりました。コロナの影響でコスパのいい商品へ関心が向けられている傾向であると考えられます。

2位 オレイ ホワイトラディアンスライト パーフェクティングエッセンス



画像: Tmall『オレイ』公式ページより
50g/459円

SK IIの「ジェノプティクス スポットエッセンス」(1040円/30ml)の代わりにこちらを購入するという声が多い。美白だけでなく抗酸化作用など、幅広い効果が期待される成分「ナイアシンアミド」がオレイのホワイトラディアンスライトパーフェクティングエッセンスに含まれていることが人気の一因です。

3位 オレイ リジェネリストクリーム



画像: Tmall『オレイ』公式ページより
50g/290円

製品に含まれる美容成分ペプチド×ナイアシンアミドは、コラーゲンの流失を防ぎ、使い続けるほどに肌へのうるおいと引き締めが持続できると評判。ハイブランドと同等の効果を期待できるという点で人気になっています。

<コメント>

中国女子は「成分買い」,「成分党」とも呼ばれるほど、化粧品に含まれる成分にこだわっており、その成分がほぼ同じであれば、手頃な値段の商品を選択する人も多く出てきました。化粧品においてはこの「平替」商品の注目度も高く、ネット検索している女子も多いからか、2020年「平替」という用語は、中国SNS「小紅書」での検索数が2019年の約9倍も増加しています。

08 以下の「平替」口紅の中で、使ったことがあるものは?



その他: Colorkey/into you

1位 MAYBELLINEメイベリンニューヨーク



画像: Tmall『メイベリン』公式ページより
SPステイマットインク<グラウンドブレイカー> 109円

アメリカブランド。メイクオフするまで鮮やかな色が長続きするマットリップ。食べた後もその色をキープし、ティーカップにもつきにくい、人気商品です。

2位 3ce/スリーシーイー



韓国ブランド。唇に塗った瞬間、スーッと溶けるシャーベットのような質感でサラサラに仕上がり、唇が自然に潤い、色味も豊富で人気です。

画像：Tmall『3ce』公式ページより
ベルベットリップティント<プラムパーガンディカラー>
110元

3位 judydoll/ジュディドール



中国ブランド。トレンドとオリジナリティを融合したアイテムを、低価格で提供しており、特に若者たちの間で人気なコスメブランドです。カラーバリエーションが豊富で、透け感やツヤ感があり、潤って顔色も明るく見えます。

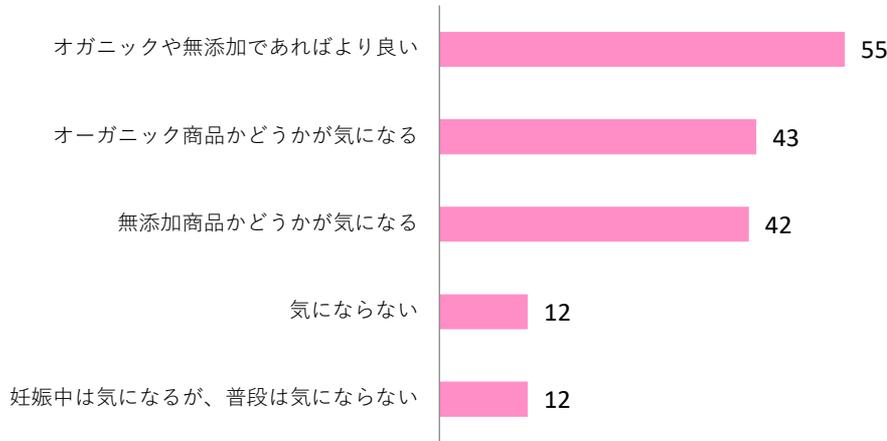
画像：Tmall『ジュディドール』公式ページより
マットリップグレース<キャラメル・メープル>
109元

<コメント>

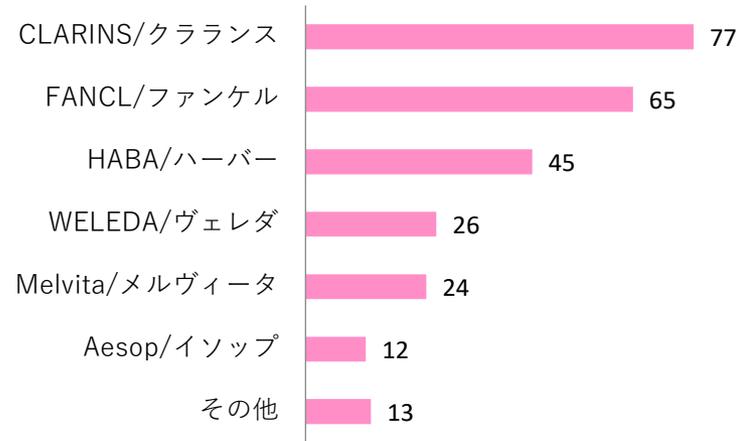
コロナ禍でも口紅は中国女子たちにとっても欠かせないアイテムであり、一人一人が自分に一番合った色や効果を探し求め、購入しています。品質に対する要求も高い女子たちは、高価なハイブランドの価格も時に悩ましく感じますが、最近は節約術として色合いを重要視し、平替商品を選択する消費者も増えています。



スキンケア・コスメ用品を購入する際、
オーガニックまたは
無添加系かどうかは気になりますか？



以下のオーガニックまたは
無添加系スキンケアコスメブランドの
中で、どれを購入したことがありますか？
(複数選択可)



その他：KANS1人/パーフェクトダイアリー1人/ない11人

1位 CLARINS/クラランス



写真は、コスメ賞を多数受賞した美容液。20種類以上の植物由来保湿成分が配合されており、クラランスの中でも人気商品となっています。つけた瞬間からすばやく浸透し、肌を引き締め、ツルツとした仕上がりのお肌になると評判です。

画像：Tmall『クラランス』公式ページより
ダブルセラムEX 50ml/960円

2位 FANCL/ファンケル



写真は無添加化粧品として人気のファンケル商品の化粧水。肌ストレスの元となる添加物を使用せず、無添加スキンケアを推奨しているファンケルの商品が人気です。

画像：京東 (JingDong) 『ファンケル』公式ページより
エンリッチ化粧液 30ml/219円

3位 HABA/ハーバー



無添加主義を謳うハーバーのロングセラー化粧水。さっぱりとした使い心地で、ハリ・ツヤ・みずみずしさを与えます。

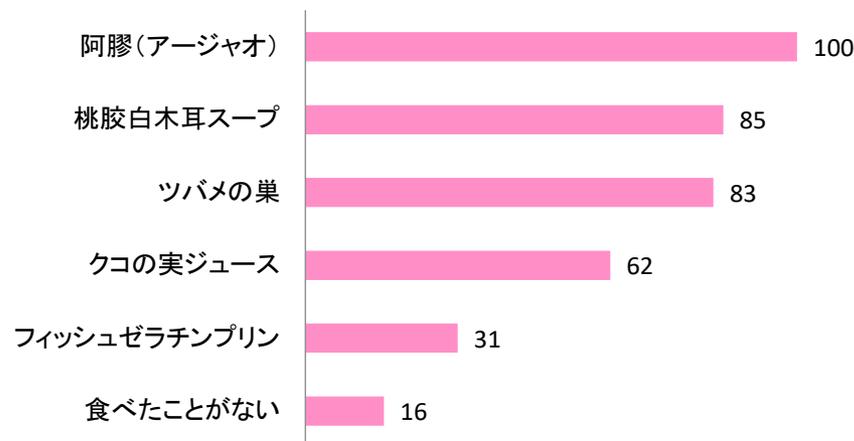
画像：Tmall 『ハーバー』公式ページより
Gローション 180g/169円

<コメント>

中国の若年層の間では近年、「植物成分スキンケア」への関心が高まりつつあります。中国市場で「天然」「天然」系が受け入れられる理由は2つあり、一つは中国には古来から生薬を使った漢方（中医学）という伝統医学があるため、そしてもう1つは「ケミカル（化学合成）」を避ける傾向もあるからです。こうした理由から「天然」「自然」系が中国では歓迎されやすく、近年でもトレンドとなっています。



“粧食同源”という言葉が今流行していますが、以下の漢方栄食品のうち、食べたことがあるものはどれですか？
(複数選択可)



1位 阿膠 (アージャオ)



阿膠 (アージャオ) とは、ロバの皮が成分である漢方薬で、女性の美と健康に効果があるといわれています。コラーゲン豊富で補血の作用があり、ホルモンバランスも整い、美肌効果が期待できることから昔から定番の人気食品です。

画像：Tmall 『桃花姫』公式ページより
阿膠 300g/389円

2位 桃胶白木耳スープ



画像:Tmall『益主角』公式ページより
野生桃胶 500g/138元

桃胶（タオジャオ）とは桃の木から分泌された樹脂で「木のコラーゲン」とも言われています。それと同じく美容と健康にいいといわれる白木耳を使ったスープです。

3位 ツバメの巣



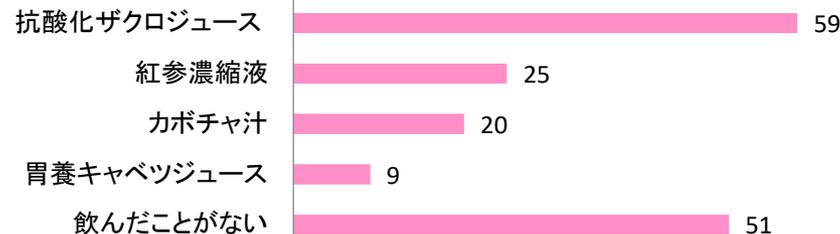
画像:Tmall『小仙炖』公式ページより
鲜炖燕窝 7瓶/699元

食べる美容液ともいわれるツバメの巣も、美容と健康に効果てき面の食品として有名で、ブームとなっています。

<コメント>

“粧食同源”というのは、化粧品に使われる原材料が、天然の食品原料から来ていること（またはその物のこと）をいいます。コロナが発生してから、健康意識の高まりがさらに助長され、消費者は栄養補給や健康をより意識した消費生活習慣の転換をはじめています。スキンケア商品だけでなく、食品の機能や成分、包材なども含め、徐々に天然素材や体に優しい物を好む傾向となっています。

12 以下の韓国栄養健康ドリンクのうち、飲んだことがあるのは？（複数選択可）



1位 抗酸化ザクロジュース



画像:Tmall『the jamy』公式ページより
韓国 GNM LIFEザクロジュース 10パック/88元

ポリフェノールが豊富なザクロが抗酸化作用を発揮しアンチエイジングにきくスーパーフードとして人気です。

2位 紅参濃縮液



画像:Tmall『正官庄海外旗舰店』公式ページより
韓国正官庄紅参濃縮液 300g/669元

紅参（こうじん）とは、高麗人参を加工し乾燥させたもの。免疫力を高める効果があり、疲労や記憶力の改善を促します。

<コメント>

韓国ドラマの影響もあり、韓国の栄養健康食品やドリンクが人気になっています。健康志向の高まりの影響もあり高麗人参関連商品も人気があります。



13 下記の日本栄養食品のうち、飲んだことがあるのはどれですか？

1位 酵素

酵素はここ数年非常に人気の健康食品であり、特に日本商品はラインナップも多く人気です。ランキングサイト【排行榜（パイシンバン）】によると、今年の日本の酵素商品人気ブランドランキングは、上位から、<大和><新谷酵素><ISDG><健康本舗><万田酵素>と続いています。



画像:Tmalli『ISDG』公式ページより
夜間酵素 500g/138元

2位 青汁

青汁とは、ケール、大麦若葉など緑黄色野菜の葉を原材料にした「青菜の絞り汁」。抗高コレステロール、血圧上昇抑制、抗酸化・抗老化・生活習慣病、血糖値の上昇抑制、アレルギー改善等の効果があり、中国でも人気です。

3位 ナットウキナーゼ

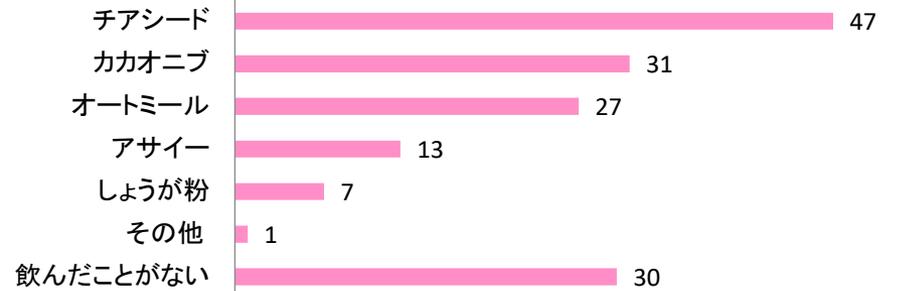
ナットウキナーゼとは、納豆菌が作り出すたんぱく質を分解する酵素のひとつで、血液サラサラ、高血圧の予防、コレステロール値を下げる効果があり、人気です。

<コメント>

現在、健康的な食事をするのが栄養バランスを整える上で何よりも大事だと考える女子は多く、特に仕事などで忙しい現代社会で、食事に手を抜いてしまう事も多くなり、そのためこのような栄養補助食品は健康維持のためにはなくてはならないものという認識が強まっています。



14 欧米から流行が始まった以下の“スーパーフード”のうち、食べたことがあるのはどれですか？（複数選択可）



その他：グレープシード

1位 チアシード

α-リノレン酸や食物繊維がアンチエイジング効果や便秘の解消に繋がり、女性の間で特に人気です。



画像:Tmall『众活』公式ページより
チアシード 500g/59.6元

2位 カカオニブ

栄養価が高く、健康や美容に対する効果が高いスーパーフードとして人気です。

3位 オートミール

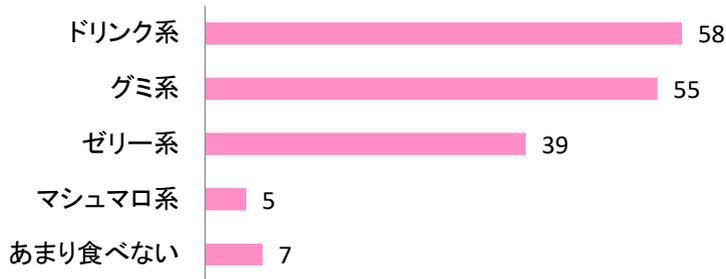
食物繊維が豊富で低カロリーのオートミールも栄養が豊富で注目を集めています。

<コメント>

中国で「スーパーフード」と言えば、「美容」と「ダイエット」というキーワードが一番に思い出されます。また、「食べて健康になる」食品は非常に歓迎され、毎年、人気のスーパーフードも変化していきますが、今年は「ダイエット系スーパーフード」が特に注目を集めています。

Q
15

コラーゲン、ビタミンなどが入った
スナック系で以下のうち
好きなものはどれですか？



1位 ドリンク系



画像：Tmall『999智增』公式ページより
桃百百コラーゲンドリンク
5本入り/188元

ドリンクが変わらず人
気。
日本と同じく、お手頃
価格なものから、サロ
ン専売品などの高額な
ものまで販売されてい
るが、
主にライブ配信等の
KOL配信から試して飲
んでいるという声が多
数。

2位 グミ系



画像：Tmall『swetycube』公式ページより
コラーゲンキャンディ 150g/40元

スナック感覚で手軽に
美味しく食べることが
できるグミ系も人気。
女子受けするかわいい
パッケージも多数販売
されています。

3位 ゼリー系



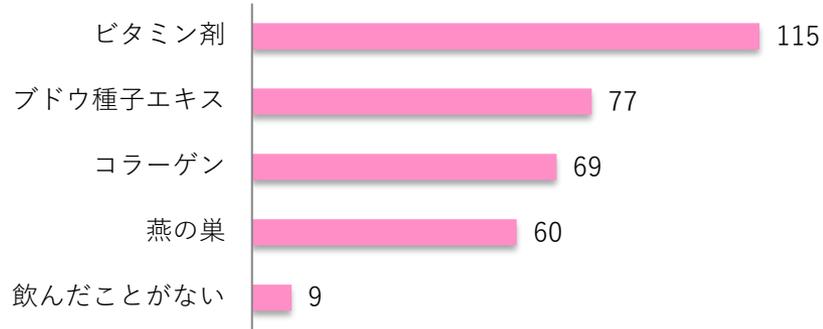
ゼリー系も手軽にパッ
と美味しく食べること
ができるので、ポーチ
に入れている人も多
数！人気があります。

<コメント>

近年、中国の“90后”は栄養補助食品を購入する主力消費者となっています。若年層は、簡単で便利、かつ高い効果のある商品を好み、かつてのように、漢方を「煮込んで摂取」などはせず、手軽に食べることができる加工されたものを選んで栄養を摂取しています。



Q16 どのようなサプリメントを飲んだことがありますか？



1位 ビタミン剤

2位 ブドウ種子エキス



画像：Tmall『21金ビタミン』
公式ホームページより



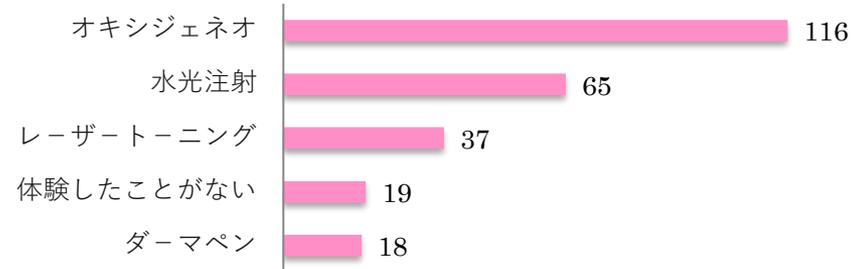
画像：Tmall『IIKEKU海外専売店』
公式ホームページより

<コメント>

健康維持、美肌、アンチエイジング、ダイエットなどの目的で、若者を中心にサプリメントは手軽で簡単に摂取できると、中国では人気徐々によっています。女子たちに人気なのはやはり、美を目的としたサプリメントで、今後も一層需要の高まりが見込まれそうです。



Q17 美容外科・美容皮膚科でどんな美容目的のメニューをうけたことがありますか？【複数選択】



1位 オキシジェネオ

美容液と専用チップで角質除去・美容成分浸透促進・酸素供給を施し、肌環境を最適に整えます。
価格相場：500元～1000元

2位 水光注射

ソフトヒアルロン酸を注入し、弾力のある肌を作ります。
価格相場：2000元～5000元

3位 レーザートーン

レーザーを照射してメラニン色素を破壊し、肝斑・しみ、色素沈着、くすみ、毛穴の開きを改善し、ハリのあるお肌へと導きます。
価格相場：7000元～9000元

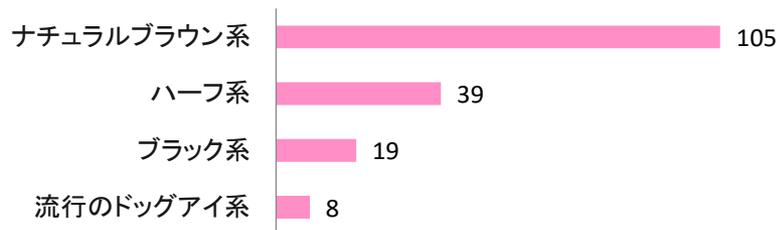
<コメント>

現在クリニック等で受けられる“美容整形”の種類は非常に多く、簡単で、値段もお手頃、痛みもほとんどなく、効果がすぐ見えるといった手軽な美肌治療が人気となっています。

18 カラーコンタクトを使った事がありますか？



19 どんなカラーコンタクトが好きですか？



1位 ナチュラルブラウン系

2位 ハーフカラー系



画像：TMALL【jpllooklook】海外旗艦店公式ホームページより

20 好きなカラーコンタクトのブランドは何ですか？



1位 Bausch+Lomb (ボシュロム)

カラーコンタクト (アメリカ産)
価格: 118元 容量: 10セット入り



2位 envie (アンヴィ)

カラーコンタクト (日本産)
価格: 152元 容量: 10セット入り



3位 Hapa Kristin
(ハパクリスティン)

カラーコンタクト (韓国産)
価格: 197元 容量: 10セット入り

<コメント>

マスクを装着した生活がつづく中、目元の印象作りの一つとして、カラーコンタクトが女子たちのメイクアイテムの一つとして愛用されてます。目が大きく見える、可愛く見える、お洒落に見える、など気軽なファッションとして取り入れられています。



日本で話題のチャイボーグって現地で実際どうなの？

中国ブランドが大躍進、チャイナコスメ事情最前線

くっきりした跳ね上がり気味のアイライン、主張の強い眉に、深紅のリップ。
日本メディアで報道される「チャイボーグ」とは、総じてこういったイメージかと思います。

チャイボーグという言葉がファッションメディアに登場したのは2年ほど前のこと。長らくKOLがPRアイコンとして頂点に君臨していた時代から、新たにKOCという影響力のある一般人の口コミが新たなトレンドセッターの役割を担い始める転換期にあたります。

チャイボーグのきっかけとなったのは新旧中国KOLたちの投稿写真。日本女性にはない、強気の主張メイクに「MEITU」での加工写真の効果も上乘せされて、2次元感が増し増しのインパクトメイクですが、日本で紹介されているHOW TOは日本風にマイルドにアレンジされている、という印象を受けます。

しかし実際の中国では、このような自己主張強めの傾向は近年KOLの世界だけにとどまりません。
私たちが中国で美容事業を始めた17年前、ファッション誌も何もほぼ存在しなかった時代に、多くの中国女子の部屋に飾られていたのは、ドレスに身を纏った自分のポスターたち。
カップルで撮った2次元的なファンタジーフォトは、2メートルはありそうな巨大掛け軸として寝室に！

いかに自分を演出し、強く堂々と美しさを前に出すかというマインドは、DNAレベルで中国女子に根付いているのでしょう。

その当時中国女子にとって、雑誌などの紙メディア（当時はVOCEなど海外メイク雑誌の中国語翻訳版がたくさんありました）で見かける海外ブランドのメイクアイテムを手に入れることは「あこがれ」であり、「ステータス」でした。



話題のチャイボーグメイク
写真出典: 微博より

いわゆる訪日中国人による「爆買いブーム」が起こる以前は、一般層の中国女子にとって、欧米ブランドの化粧品が最高品であり、その次に日本の高価格の商品や、代理購入でしか買えないアイテムなどを、たとえ使いこなせなくてもイメージ買いをしていました。

SNSの普及の急上昇曲線に比例して、中国女子がこれまでとは比にならない圧倒的な量のコスメ情報を手に入れる訳ですが、去年から続くコロナ渦における渡航規制は、中国コスメ業界において一つのターニングポイントになり得たと感じます。

コロナ渦における「中国コスメメーカーの躍進」

欧米、日本、韓国のコスメに遅れをとってきた中国にとって、現地コスメメーカーは「安いけど質が悪い」「おしゃれではない」等の理由で、全く相手にされない存在でした。

しかし、北京の世界遺産「故宮」のお土産物ショップで販売した伝統的で芸術作品のように美しいメイクアイテムが、芸能人やKOLの目に留まりSNS上で一大ブームを巻き起こしたことから、国内で中国コスメに対するイメージが一新しました。このことをきっかけに各老舗中国メーカーによる、アンティーク色をまとった中国コスメのブランディング化が一斉に始まります。

また、同時期に中国人デザイナーによるファッションブランドブーム「国潮」も湧き起こり、コロナ渦における愛国心も相まって“made in China”ブームがコスメ、ファッションともに一つの大きな流れとなりました。

現在、中国コスメを支持する層はZ世代と呼ばれる20代から、上は60代までと幅広く、その多くは、外装の美しさに加えて「コスパ」の良さを強く感じている傾向があります。

「これまで欧米コスメに求めていた、高機能性スキンケアも、日本や韓国のプチプラコスメも、中国コスメが70点の出来でカバーしているなら買い！」とコスメ雑誌の編集者は呟いていました。

中国コスメが支持される4つの理由

- ①プレゼントに最適。工芸品のような芸術的な内外装
- ②医療美容で使用される高濃度成分
- ③安価
- ④SNS映え



MAOGEPING



花西子

写真出典：ブランド公式微博より

中国女子が選ぶ、外資系 国別のマストバイアイテムとは

この20年近くでメイク知識や日常的にコスメを買う習慣を手にした中国女子にとって、自分の目的別にメーカーを選択し、必要なアイテムを使いこなせるようになったのは、つい最近のこと。

そして、まだまだメイク習慣は普及していないのが現状です。

では、中国勢に押され気味の外資系コスメ。今はどのように選択され、支持される傾向があるのでしょうか？コスメメディアエディターなどの有識者と、約200名のKOCへの独自調査からそのパターンが見えてきました。

●メイクアップ全般

ハイプライス:欧米

ロープライス:韓国 (3ce 等) / 日本 (canmake等)

●ベースメイク

日本 (高価格リキッドファンデ)

●医療美容系スキンケア

欧米

●基礎スキンケア

欧米 / 日本 (美白系)

スキンケアは、これまでの日本メーカーに対する『安心/安全/低刺激』という印象に陰りが見え始め、欧米系、中国系コスメに比べ「効果がいまいちわからない」という意見が多く上がり始めました。

一方、美白美容液等のホワイトニングに対しては日本は変わらず、他国に比べ高い信頼を得ているようです。

そして、この上記のすべての分野で「中国ブランド」が急速に存在感を強め始めています。

日本ブランドの口紅を中国人が買いたくない理由

冒頭でも話題に上げた「チャイボーグ」にも象徴されるように、肌に馴染む色でなく、主張が強いはっきりとした色味を好む中国女子。日本のコスメブランドの口紅のカラーラインナップで、最も中国女子に嫌われるのが「ピンク」。

ある知人の中国男性が、日本のコスメカウンターの店員さんにお勧めされた、王道ベージュピンクを彼女にプレゼントしたところ

「こんな老けて見える色いらない!」と大喧嘩になった、と聞いたこともあるほど。

中国女子図鑑発行人

REFLECTIONS GENERAL OFFICE

代表取締役 柳瀬 真弓

中国の美容トップブランドASAKURAの広報としてPRイベント、撮影コーディネートに従事。長年、中国の業界最前線において培った人脈とコミュニケーション力で「旬を捉え、継続的に響く女性目線のアジアプロモーション」を数多く手がける。同時に中国の著名人、KOLの顧客を抱える美容中医師としても活躍。現地の先端ニーズを的確に捉えるため、北京・台湾に編集部を構え、現地の中国、台湾女子のリアルなインサイトを直接レポートし、分析を行う。



©Reflections General Office

日本と中国の価値観の違いが顕著に見られるのが、この口紅の選び方かもしれません。

日常的にメイクをする中国女子は、マスクをしていても必ず口紅を欠かさないほど、リップメイクの存在感にこだわりを持っています。

さらにダメ押しされるのが、日本コスメの「透明感推し」。日本では「透明感がある色味」や「透明感ある素肌」など、透明感が美の象徴として多用される傾向にあります。リップメイクも同じく「透明感ある発色」で自然に馴染むとPRされていますが、この透明感が中国女子には余計なお世話だ、というのです。

- ・ファンデーションには透明感は不可欠
- ・ポイントメイクには透明感も時々必要
- ・リップメイクに透明感は不必要

彼女たちが口紅に求める絶対3大要素は

「美しい発色」「落ちにくさ」「主張のある色」

こんなにもくっきりと中国女子目線の選択意義が見えるようになったことに、あらためて中国コスメ市場の急速発展を感じ、時流を全力で牽引してきた、中国女子の「美への果てしないこだわり」に圧倒される日々。

彼女たちの美容偏差値は、コロナ禍の今も天井なしで右肩上がりを持っています。



Reflections General Office株式会社

私たちは、中国・台湾を拠点として、現地メディア・著名人・インフルエンサーにもっとも近距離なコネクションを持ち、的確なターゲットセグメントを強みとした、「旬でおしゃれな現地PR・インバウンド施策」の企画・実行・フォロー・拡散までアジア現地の目線でお手伝いするプロモーションチームです。

特にアジア女子をターゲットとしたアジアローカルでの
ファッション / ビューティー / 観光インバウンド / 商業施設PR を最も得意としています。

JAPAN:

東京都千代田区岩本町2-2-16 玉川ビル5階(株)USPジャパン 内

TEL : 03-3235-0029

海外拠点

CHINA BEIJING

北京市朝阳区工体北路13号院海隆石油大廈三层315

CHINA SHANGHAI

上海市黄浦区瑞金二路411伯爵居A座1509室

TAIPEI

台北市信義区基隆路1段163號18樓之3

ホームページ : <https://reflections.city/index.php>



中国女子図鑑のバックナンバーは以下BASEからご購入いただけます。
BASE『中国女子図鑑』（1冊500円）
<https://chinesegirl.thebase.in/>

～調査やプロモーションのご依頼・お問い合わせはホームページ窓口よりお気軽にお問い合わせください。
<https://reflections.city/contact/>