

韓国コスメブランド SKINFOOD(スキンフード)  
**Z世代の買い物動向により店頭売れ筋アイテム激変！**  
**2023年 店頭売上ランキング・2024年 ネクストブレイク 発表**  
韓国で大ヒット中・400万個超売れ<sup>※1</sup>の『キャロットパッド』<sup>※2</sup>が1位に！

株式会社I Kホールディングス（本社：愛知県名古屋市長野庄吾）の100%子会社、株式会社フードコスメ（所在地：東京都中央区 代表取締役：飯田悠起）は、素肌が喜ぶ食べ物から生まれたトータルコスメ・SKINFOOD（スキンフード）の「2023年 年間店頭売上ランキング」と「2024年 ネクストブレイク」を2023年12月21日に発表します。



■ **スキンフード 2023 年間店頭売上ランキング ベスト5**

集計期間：2023年1月1日～2023年12月10日（フードコスメ調べ）

- 第1位：キャロットカロテン カーミングウォーターパッド（化粧水パッド）**  
**第2位：ブラックシュガー パーフェクト エッセンシャルスクラブ2X（洗い流しパック）**  
**第3位：ブラックシュガー パーフェクト ムースフォーム（洗顔料）**

- ◆“韓国で売れている”トナーパッドが、8000万個<sup>※3</sup>超えのヒット商品を抑えて1位に！
- ◆Z世代の購入動機は「韓国売れ」「メガ割」
- ◆店頭カウンセリング経験がないZ世代。同じブランドで揃える『ライン使い』は死語に

■ **スキンフード 2024 ネクストブレイクはコレ！**

どんぐり ポア ペプチド パッド（化粧水パッド）

■ **スタッフいちおし！ 特別賞**

ブラックシュガーパーフェクト ファーストセラム ザ・エッセンシャル（導入美容液）

## ◆“韓国で売れている”トナーパッドが、13年連続1位のスクラブを抑えて1位に!

2023年、スキんフード年間店頭売上第1位に輝いたのは、「キャロットカロテン カーミングウォーターパッド」(以下、「キャロットパッド」)。ブランド日本上陸から13年連続 幅広い世代に愛されてきたブラックシュガーラインのスクラブ<sup>※4</sup>が、Z世代を中心にファンを増やしたキャロットパッドに初めて1位を受け渡す形になりました。

キャロットパッドは2021年に韓国で人気に火がつき、累計400万個以上<sup>※1</sup>売れている商品です。日本では「トナーパッド」の認知度が低く、2022年まではランク外でしたが、渡韓解禁で韓国のトレンドがリアルタイムで入って来るようになったことも影響し、2年の時差で流行となりました。



## ◆Z世代の購入動機は「韓国売れ」「メガ割」



今回、キャロットパッドが首位に輝いた背景には何があるのか――。

スキんフードスタッフ歴12年、自らも店頭で立ちながら、複数の店舗を指導する統轄店長の柳川優香さんによると、Z世代の買い物傾向が他の世代とは変わってきていることが分かりました。悩みや肌質に合わせてスキンケアを選ぶのではなく、「韓国で売れているもの」を求める人が増えています。そのような傾向から、話題性のあるトナーパッドが、接客で推奨していたブラックシュガーラインの販売数を超えたと見られます。

### 【店長コメント】

コロナ禍以降、店頭でふらっと立ち寄る人が減り、**キャロットパッドを指名**で店頭へ来るお客様が増えました。特に、Z世代は、スタッフのカウンセリングやタッチアップ（商品をお客様の手の甲で試すこと）を断るケースが多いです。

商品に興味を持ったきっかけを聞くと、『**韓国のお店にたくさん並んでいた**』『**Qoo10のメガ割でランキングに入っていたから**』と言われます。中には、「人気だと聞いて韓国で買ったんだけど、ハングルが読めなくて使い方が分からないから教えて!」と、**効果も使用方法も分からずに購入する人も**。お悩みに合わせて選ぶのではなく、『**韓国で売れているものが欲しい**』というお客様が増えました。



(スキんフード統轄店長  
柳川優香)

## ◆店頭カウンセリング経験がないZ世代。同じブランドで揃える『ライン使い』は死語に

10代後半～20代前半は、化粧品を自分で購入し始める時期にコロナ禍の3年間を過ごしています。一番相談したい時期に、店頭でカウンセリングを受けて化粧品を購入する機会がなかったため、「**化粧品は自ら情報を収集して買うもの**」という意識になっているようです。

同じブランドでスキンケアを揃える「ライン使い」はもはや死語。ブランドを横断して気になる商品を買う人が増えています。

### 【店長コメント】



「肌質や悩みには個人差があります。まずは**自分の肌を知り、季節や肌質に合ったお手入れをすることが美肌への近道**です。私たちスキんフードのスタッフは自社の商品知識はもちろん、**皮膚知識や韓国のトレンドまで、日々勉強して熟知しています**。無理に押し売りすることはありませんので、**気軽に相談していただけたら嬉しいです**」(柳川店長)

## ■スキンケア 2023 年間店頭売上ランキング ベスト5

集計期間：2023年1月1日～2023年12月10日（フードコスメ調べ）

### 第1位：

#### キャロットカロテン カーミングウォーターパッド（化粧水パッド）

250g/60枚入り



美肌の野菜と言われるニンジンエキス※5をたっぷり含んだ、ふっくら厚みのあるヴィーガン※6化粧水パッド。

刺激や季節の変化により揺らぎがちな肌へ、集中的にうるおいを補給します。

#### 【PR 担当コメント】

「トナーパッド」とは韓国発の商品で、化粧水を浸したコットンパッドのこと。ふき取りや部分パックが簡単にできることから、2021年頃からブームとなり現在はマスクシートに代わる定番アイテムとして知られています。拭き取り効果をメインとし、薄型のトナーパッドが多く発売されている中、キャロットパッドは肌への摩擦を考慮した柔らかなパッドであることが評価されています。店頭での指名買いが相次ぎ、入荷してもすぐに在庫がなくなってしまうため、社内では「幻のパッド」と呼ばれていました。（株式会社フードコスメ PR 加藤千琴）



### 第2位：

#### ブラックシュガー パーフェクト エッセンシャルスクラブ 2X（洗い流しパック）

210g 税込2,860円



全世界累計販売数 8,000 万個※3を誇るブラックシュガーシリーズの中でも特に人気の高いフェイス&ボディ用スクラブ。

古い角質を落とし、一度使うだけでツルツルになるにもかかわらず、洗い流した後にしっとり感があることが人気の理由で、一年を通して売れています。

### 第3位：

#### ブラックシュガー パーフェクト ムースフォーム（洗顔料）

150ml 税込2,860円



ポンプを押した瞬間、もっちり弾力のあるムース状の泡が出る美容洗顔マスク。美容液成分でうるおいを与えながら、もちもち泡で肌に負担をかけず、しっとりと汚れを落とします。

泡を1～2分置くことでパックとしての効果も。うるおい補給や角質ケアまで1本で解決するバブルマスクとしてもお使いいただけます。

## ■スキンケア 2024 ネクストブレイクはコレ！

キャロットパッドの人気により、2023年5月に発売された姉妹品「どんぐり ポア ペプチド パッド」も人気急上昇中！ 来年はベスト3に入る可能性大です。

### どんぐり ポア ペプチド パッド (化粧水パッド)

250g/60枚 税込3,080円



韓国産のどんぐりエキス※7 配合。乾燥や年齢によって開いた毛穴が気になる肌を引き締め、つるとなめらかに整えるヴィーガン※6化粧水パッド。角質層の隅々までうるおいを与え、ふっくらとハリのあるなめらか肌に導きます。エアホールディング工法で厚手のピュアコットンを圧縮し、密度が高いのに肌なじみのよい、やわらかなパッドに仕上げました。

#### 【PR担当コメント】



日本では食材の印象がないどんぐりですが、韓国ではどんぐりのでんぷんを固め、ゼリー状にした「ドトリムク(도토리묵)」という料理などに使われます。どんぐり特有のほろ苦さや渋味、低カロリーであることから、ヘルシーフードのひとつとして知られています。(PR 加藤)



#### 【スタッフいちおし！ 特別賞】

「とにかく韓国が好き！ 化粧品が好き！」というスタッフが多いスキンケアブランドの商品を知り尽くしたスタッフが、最も愛する商品をピックアップしました。

### ブラックシュガー パーフェクト ファーストセラム ザ・エッセンシャル (導入美容液)

120ml 税込4,840円 (専用コットン別売)



化粧水前の30秒で、うるおいがいまわると柔らかい肌へと導き、肌の土台を整える導入美容液。672時間発酵・熟成させた黒糖※8と清酒※9のチカラで、いつでも生まれたいような、なめらかな肌へ導きます。

#### 【統轄店長コメント】

私自身、もう何本リピートしたか分からないほど、ずっと愛用しています。専用コットンで拭き取ってパッティングすると、肌がやわらかくなり、化粧水なじみがぐんと良くなります。

肌は乾燥していると、肌が硬くなってうるおいが入りにくくなります。水で戻す前の硬い高野豆腐に醤油をかけても味がしみこまないですが、水で戻すとやわらかくなって味がしみこむように、スキンケア前の「下ごしらえ」をしてくれるのがこの導入美容液。キャロットパッドの前に、ぜひ使っていただきたいです。(柳川店長)



※1 2021年7月1日～2023年11月30日までの累計販売個数(メーカー調べ) ※2 キャロットカロテン カミングウォーターパッドのこと ※3 ブラックシュガーライン全世界累計販売数(2004年11月～2022年11月30日 メーカー調べ) ※4 ブラックシュガーマスクウォッシュオフ及びブラックシュガーパーフェクトエッセンシャルスクラブ2Xのこと ※5 ニンジン根エキス(皮膚コンディショニング剤) ※6 韓国ヴィーガン認証院による認証取得済 ※7 クヌギエキス(皮膚コンディショニング剤) ※8 スクロース(保湿剤) ※9 コメ発酵液(皮膚コンディショニング剤)

## ■スキんフードのブランドコンセプト

～ とっておきの“FOOD” レシピで育ちのいい肌は今から作れる！～



### 1. 素肌が喜ぶ、FOOD から生まれた化粧品

お米やフルーツ、野菜など、“食べてカラダにいい FOOD をお肌にも”という思いから生まれた SKINFOOD。まるで美味しいものを食べるように、色や香り、感触を楽しみながらキレイになれる肌にも心にも美味しいトータルコスメティックブランドです。

### 2. 60年以上のスキンケア研究と技術

SKINFOOD のロゴには“since 1957”という歴史が刻まれています。これは生産工場であるアイピアリス研究所の創業年度であり、60年以上のノウハウを活かして生まれた商品であることを意味しています。SKINFOOD は最新トレンドと新技術を導入し、常にお客さまが求める化粧品を開発し続けています。

### 3. サステナビリティへの取り組み

SKINFOOD は、環境保護への取り組みの一環として、プラスチック容器をガラスなどの PCR（Post-Consumer Recycled）素材に置き換えることでリサイクル率を向上させるほか、紙箱に大豆インクをはじめとした環境にやさしい素材を使用する取り組みも行っております。SKINFOOD は、環境にやさしいライフスタイルを推進しています。

## ■株式会社フードコスメ 会社概要

- ・社名 : 株式会社フードコスメ
- ・本社住所 : 〒104-0061 東京都中央区銀座1-7-3 京橋三菱ビル 7F
- ・代表取締役 : 飯田 悠起 (いいた ゆうき)
- ・設立 : 2009年6月1日
- ・資本金 : 4,500万円
- ・従業員 : 80名 (2023年6月現在)
- ・事業内容 : SKINFOOD化粧品の販売 (SKINFOOD日本総代理店)  
OLIVE YOUNG プライベートブランド化粧品の販売 (OLIVE YOUNG EXCLUSIVES 日本代理店)  
KAHI化粧品の販売 (KAHI日本総代理店)  
hince化粧品の販売 (hince日本代理店)
- ・ホームページ : <https://www.skinfood.co.jp/>

プレスリリースに関するお問い合わせ先  
株式会社フードコスメ 広報事務局 担当: 加藤 (かとう)  
TEL : 03-5524-8908 Fax : 03-5524-8909 [koho@foodcosme.jp](mailto:koho@foodcosme.jp)

お客様お問い合わせ先  
株式会社フードコスメ お客様相談窓口  
TEL : 0800-080-2102 / mail : [info@foodcosme.jp](mailto:info@foodcosme.jp)