



## @cosme のトレンドの芽 とは？

国内外3万以上のブランド、34万点以上ものコスメの商品データベースと、クチコミ検索機能や新商品情報などを備えた日本最大のコスメ・美容の総合サイト「@cosme」。

日本の20代～30代の女性の過半数が毎月なんらかの形で利用するサービスです。1999年のサービススタート以来、会員数・クチコミ件数・ページビュー数ともに伸び続け、累計クチコミ数は1,580万件を突破しています。

「@cosmeのトレンドの芽」では、@cosmeに投稿されたクチコミの中に初登場したワードや、出現率が大きく伸長したワードをピックアップして毎月お届けします。まだまだ大きな数値ではないものの、今後大きなトレンドになるかもしれない兆しを実際のクチコミを交えて紹介していきます。

また、旬なカテゴリの月間のクチコミランキング、または@cosme TOKYO及び@cosme STOREの売り上げランキングも紹介します。

### <目次>

#### 1. @cosme投稿クチコミからみる、2020年12月トレンド

～スキンケア編～

**「お守りの存在」**という安心感へのニーズの高まり

～ボディ&ヘアケア関連編～

気温の低下とコロナストレスの影響？ **入浴に関するワード多数**

～メイクアップ編～

**血色感がキーワード？**目元やラメにも血色感ニーズ

～インフルエンサー関連編～

**「〇〇さんの動画」という表現**が多数クチコミに出現！

#### 2. 【12月】@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館の入浴剤売り上げランキング

～**アユラ商品がランキングをほぼ独占！**～

#### 3. 取材ご案内

# @cosme投稿クチコミからみる、 2020年12月トレンド



@cosme

2020年12月は購入品クチコミ※として**約7.7万件のクチコミが投稿**されました。  
(先月+30%)

これらの**クチコミに使われている言葉は約8万語**。この8万ワードすべての2015年以降の月次出現率を調べ、12月初登場したワードや、出現率が大きく伸長したワードをいくつかピックアップしました。

※購入品クチコミとは：サンプル使用などではなく、自身で商品を購入して使用した際のクチコミ

## スキンケア編

- ・お守りの存在 (過去3か月平均と比べて2.2倍)
- ・スキンケア最後 (過去3か月平均と比べて7.3倍)
  - ・ME (過去3か月平均と比べて1.9倍)
  - ・酸素レベル (過去3か月でNEW)
  - ・皮脂分泌力 (過去3か月でNEW)
- ・ナイアシンアミド (過去3か月平均と比べて1.7倍)
- ・アクアレーベル (過去3か月平均と比べて1.6倍)

「お守りの存在」というワードが2.2倍の出現率となりました。コロナという社会的不安の大きい今、スキンケアにも安心感へのニーズが高まっていることの表れなのかもしれません。また7.3倍の出現率となった「スキンケア最後」というワードも、肌を守る、包み込むという安心感が欲しい気持ちの表れではないでしょうか。

また、リニューアルしたイプサの定番化粧水ME (エム・イー) のコンセプトである「酸素レベル」×「皮脂分泌力」というワードがクチコミに新登場しました。「酸素」という水分、油分ではないものさしが斬新です。



※ピックアップキーワードはまだN数が少ない「兆し」を捉えたものとなります。  
全体的なトレンドではありませんのでご注意ください。



## ボディ & ヘアケア関連編

- ・風呂好き (過去3か月でNEW/前年同月と比べて9倍)
- ・発汗 (過去3か月平均と比べて3.3倍/前年同月と比べて3.9倍)
- ・長湯 (過去3か月平均と比べて1.7倍/前年同月と比べて1.8倍)
- ・アユーラ (過去3か月平均と比べて1.6倍/前年同月と比べて3.0倍)
  - ・ Waphyto (過去3か月でNEW)
  - ・ SABON (過去3か月平均と比べて1.5倍)
  - ・ 片道切符 (過去3か月でNEW)

気温の低下とコロナストレスのためか、入浴に関するワードが多く見られました。

特に、2020年10月にリニューアルをしたアユーラの「肌・からだ・心のバランスを整え、ダメージに負けない肌をつくる」というブランドコンセプトは、コロナ禍における生活者の気持ちにマッチしており、今後は同ブランドのスキンケアラインも伸びるのではないかと期待しています。

ヘアケアでは「天国への片道切符」という騙されてもいいから使ってみたいと思わせるコピーが爆誕しています。



### 深掘ワード「発汗」

コロナ禍での新ニーズ。同様に「長湯」の出現率も増加  
<クチコミ抜粋>

#### BARTH 薬用BARTH中性重炭酸入浴剤

これまで使用した**発汗系の入浴剤の中で1番いい**です！  
15分で本当にたくさん汗をかけるし、芯から温まります。  
末端冷え性ですが、これのおかげでかなり和らいで寝付きが良くなりました。

#### エステニー バスソルトH

おうち時間が増え、湯船に浸かる機会が増えました。  
**しっかりと発汗でき、気分転換ができるのでありがたい**です。



## メイクアップ編

- ・赤系メイク (過去3か月平均と比べて5.5倍)
- ・血色ピンク (過去3か月平均と比べて2.2倍)
- ・ピンクラメ (過去3か月平均と比べて1.6倍)
- ・MLBBカラー (過去3か月平均と比べて3.9倍)
- ・知的 (過去3か月平均と比べて3倍)

メイクのクチコミでは、「血色」という言葉に表されるように、粘膜の延長のような、自身の血の色を再現するような表現が増加。リップ、チークだけでなくアイメイクで「血色感」が語られるのは、マスク生活で、目元しか見えないゆえ・・・？コロナ下で「健康的」であることに魅力を感じる心理の現れか？

### 深堀ワード「赤系メイク」

アイメイクのトレンドは「赤」。地雷メイクも赤系メイクの1つ。

<クチコミ抜粋>

SUQUU 2020 ホリデー アイシャドウ コンパクト

右4色で**赤系メイク**にしている日はお客様によく褒められる。特に若い方。

キャンメイク クリーミータッチライナー

しっかりバーガンディに発色するので**赤系メイク**にぴったり。

「**血色感**」というワードはアイブロー（血色感のある眉毛に挑戦したくて購入しました）やマスク（ベージュは血色感が顔に出てオススメ）にも！



※ピックアップキーワードはまだN数が少ない「兆し」を捉えたものとなります。全体的なトレンドではありませんのでご注意ください。

# @cosme投稿クチコミからみる、 2020年12月トレンド



@cosme

## 深堀ワード「MLBBカラー」

赤系メイクの具体として、「血色」や「MLBB (MY LIPS BUT BETTER=素の唇に近い発色でありながら、よりナチュラルに血色を美しく見せてくれる色)」というワードが増加。

<クチコミ抜粋>

rom&nd ラスティングウォーターティント

**他にはないくすんだ色味やMLBBカラー**など、色展開が素敵です。

イヴ・サンローラン タトワージュ クチュールベルベットクリーム

**薄く塗ればMLBBカラーで血色を上げてくれます。**



## 深堀ワード「ピンクラメ」

トレンドの赤系メイクでは、ラメもピンクに注目？

<クチコミ抜粋>

THREE ディメンショナルビジョンアイパレット / 03 AMBER GAZING

特にお気に入りの右上のオレンジカラーはクリーム状で**細かいピンクラメがはいっていて血色感がでます**

ヴィセ ヴィセ アヴァン シングルアイカラー / 033 STORM

グレーですが、ピンクラメも入っているため**クールになりすぎません**



※ピックアップキーワードはまだN数が少ない「兆し」を捉えたものとなります。  
全体的なトレンドではありませんのでご注意ください。

# @cosme投稿クチコミからみる、 2020年12月トレンド



@cosme

## 深堀ワード「知的」

メイクの仕上がりを表す言葉。メイクという外面をキレイに見せるためのものに、内面を表す言葉が出てくるのは面白いですね！「内面からキレイになりたい」という気分の表れでしょうか・・・？

<クチコミ抜粋>

Fujiko (フジコ) 眉ティントSVR

ダークトーンの髪色にはピッタリで落ち着いた、**知的な雰囲気になる。**

メイベリン ニューヨーク ラッシュニスタ N

白目がより白く見えて黒マスカラよりはキツさがなく、**知的な印象になります。**



## インフルエンサー関連編

- ・河北さん (過去3か月平均と比べて1.7倍) ※
- ・小田切ヒロさん (過去3か月平均と比べて1.7倍)
- ・友利新さん (過去3か月平均と比べて1.8倍)
- ・関根りささん (過去3か月平均と比べて8.8倍)
- ・ゆうこす (過去3か月平均と比べて1.8倍)
- ・戯ちゃん (過去3か月平均と比べて1.6倍)

※ヘアメイクアップアーティスト河北裕介さん  
12月は「〇〇さんの動画」という表現が多数クチコミに出現していました。  
特にメイクアップアーティストや医師が目立ちました！

※ピックアップキーワードはまだN数が少ない「兆し」を捉えたものとなります。  
全体的なトレンドではありませんのでご注意ください。

# 【12月】入浴剤売り上げランキング



@cosme

12月は気温の低下と新型コロナウイルスのストレスが影響したのか、入浴に関するワードが見られたということで、今月は12月の@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館の入浴剤売り上げランキングをご紹介します。

先述のピックアップワードにも挙がった「アユーラ」商品がランキングをほぼ独占する結果に！

## @cosme TOKYO及び@cosme STORE全館 入浴剤売り上げランキング

1	BARTH 薬用BARTH中性重炭酸入浴剤 9錠	
2	アユーラ メディテーションバスt 50mL (J)	
3	アユーラ メディテーションバスt 300ml	
4	アユーラ 生姜香草湯a 40g (1回分)	
5	アユーラ ナイトリートバス 50ml(J)	
6	アユーラ 薬用ハーバルホットスパ 30g(1回分)	
7	アユーラ 蓬香草湯a 40g(1回分)	
8	アユーラ ナイトリートバス 300mL	
9	クナイブ クナイブ バスソルト ネロリの香り 50g	
10	クナイブ クナイブ グーテナハト バスソルト ホップ& バレリアンの香り 50g	

(抽出期間：2020.12.01-2020.12.31)

# 取材ご案内



@cosme

アイスタイルには、@cosmeの膨大なデータ群を分析し、マーケティングに活用する「リサーチチーム」があります。1580万件を超える膨大なクチコミはもちろん、アクセスデータや意識調査やインタビューを通して、生活者に触れ続けているリサーチプランナー。今回のトレンドの芽もリサーチプランナーが分析・ピックアップしています。



株式会社アイスタイル  
@cosmeリサーチプランナー  
(左) 西原 羽衣子 (右) 原田 彩子

@cosmeを運営するアイスタイルにて、美容市場における生活者の深い理解を目指し、@cosme会員組織を活用したマーケティングリサーチの実施、および@cosmeに蓄積されたクチコミをもとにユーザー特性や商品特性の調査分析を行う。読売新聞、日経MJ、日経TRENDY、光文社「bis」等、新聞・雑誌媒体への協力・出演や、宣伝会議等のセミナー講演、化粧品メーカーのPRイベント登壇、ラジオ出演等、多岐にわたって生活者の消費傾向・トレンド情報の発信に携わる。



日本最大級の売場面積400坪に、600ブランド2万商品を取りそろえた@cosmeの旗艦店「@cosme TOKYO」での口ケ取材も可能です。

トレンドの芽の更なる深堀や個別取材などご希望の場合はお気軽にご連絡ください。

## 【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  
野田／岡田／坂井

■ TEL:03-5575-1286 ■ FAX:03-5575-1261 ■ Email: istyle-press@istyle.co.jp