



@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、最新トレンド

～スキンケア編～

今注目のブランドの名前が新登場！新しいものも取り入れようとする**積極的な気持ちの表れか？！**

～メイクアップ編～

引き続き**メイク全体にマスクの影響！**下地やコンシーラーに**ファンデ並のカバー力**を求める？

～その他・ライフスタイル全般編～

再びの緊急事態宣言により生活習慣に変化！おうち時間を活用し**使いこなす楽しさやキレイになる過程を楽しむ動き**も！

2. @cosme TOKYO及び@cosme STORE全館

目元のスペシャルケアアイテム売り上げランキング

～時間をかけてキレイになる**過程を楽しむ**、目元ケアは**まつ毛美容液人気！**～

3. 取材ご案内

@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



@cosme

この1か月で、@cosmeには購入品クチコミ※として**約8万件のクチコミが投稿**されました。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、2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

① 新生ドモホルンリンクル(2015年以来初)

- ・ マツダイコラーゲンペプチド(2015年以来初)
 - ・ 鰐コラーゲンペプチド(2015年以来初)
 - ・ 漢方発想(2015年以来初)
 - ・ 泉州水茄子(2015年以来初)
- ・ パイオニア(過去3か月平均と比べて16.6倍)
- ・ コラーゲンケア(過去3か月平均と比べて3.8倍)

② デュイセル(過去6か月で初)

- ・ プライベートケアマスク(2015年以来初)
 - ・ メラニン色素沈着(2015年以来初)
- ・ フィルタリングクリーム(2015年以来初)
 - ・ トーンオンクリーム(2015年以来初)

③ WAGANIC(2015年以来初)

- ・ 木目調(過去3か月で初)
- ・ エコサート認証(2015年以来初)
- ・ W取得(2015年以来初)

生活者の肌への意識は2019年から少しずつ高まりはじめ、2020年はコロナによるマスク生活によってその動きがさらに加速した1年となりました。2021年も引き続きスキンケアへの関心は高く、その影響もあってかクチコミにリニューアルしたブランドや今注目のブランドの名前が新登場しています。また、そのブランドの商品に対するクチコミのなかでも新たなワードが登場しています。新しいものも取り入れようとする積極的な気持ちの表れかもしれません。

※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。



深堀ワード「新生ドモホルンリンクル」

2020年12月、ドモホルンリンクルが5年ぶりの大型リニューアル。鰐、茄子、大豆など食べられるもの由来成分、漢方発想など、肌を「育む」ヘルシーさが今の潮流にマッチしています。

<クチコミ抜粋>

ドモホルンリンクル クリーム20

「鰐コラーゲンペプチド」も新原料として採用しています。

これでもかというコラーゲンの研究を重ねてきたドモホルンリンクル。

さらに**「マツダイコラーゲンペプチド」**と相まって表皮における角質層の形成を促進してくれます。

ドモホルンリンクル 保湿液

“**漢方発想**のスキンケアで、自分自身の力を活かす漢方の理念は私も関心を持ちました。**コラーゲン**について、長年研究しているブランドというのにも興味が湧きました。”

“**泉州水茄子**や、大豆種子エキスなど、お肌のうるおいを保つ成分や、肌荒れを防ぐ成分など配合し、各層をときほぐしくまなくうるおいで満たしてくれます。”

“さすが**コラーゲンケアのパイオニアのドモホルンリンクル**！乾燥肌の私にとってまさに救世主のような保湿液です。”



@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



@cosme

深堀ワード「デュイセル」

韓国の免税店やドラッグストアで化粧品販売量1位を記録したという韓国のスキンケアブランド「デュイセル (DEWYCEL)」のクチコミが急増しています。植物幹細胞や3ステップでパーツごとに異なる素材のシートマスク等、こだわり深いブランド。

<クチコミ抜粋>

デュイセル CICA PLUS BALM

30代も半ばになり、肌の乾燥やかゆみ、しわやシミなど悩みが増えてきていたのですが、化粧品にあまり高い予算もかけられずに、なにを購入しようか悩んでおりました(;▽;) サロンを経営しており、お客様から美容大国である韓国コスメはほんとうにおすすめだという話を聞いて、いろいろ調べた結果、この**デュイセル**にたどり着きました



韓国で累計販売数
400万枚を
記録した大ヒット
シートマスク

▲デュイセル PRIVATE CARE MASK

深堀ワード「WAGANIC」

肌・目・鼻・手・心の五感で感じることができる、日本生まれのオーガニックスキンケアブランド「WAGANIC」。木目調のボトルが特徴的です。「使い終わってもとっておきたい」と思わせることができるパッケージは、今後のSDGs社会において大切な価値になるかもしれません。

<クチコミ抜粋>

WAGANIC ORGANIC SKINCARE Moist Charge Toner

木の温もりと和を感じられる今までにないボトルだなあと感じました。。

使い切った後もずっと飾っておきたい位です

※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。



WAGANIC ORGANIC SKINCARE deep Moist cream

“**パッケージが木目調**と思ったら、素材はなんと天然の竹。
天然の竹を素材に用いひとつずつ手作りしているそう”

“3つのステップどれも森林にいるようなスッキリとした香りでスキンケア後も香りが消えにくい。スキンケアで香りも楽しみたい私には嬉しい。”

“冬は乾燥肌、敏感肌になりがちなのでオーガニックコスメに変えてみました！オーガニックの**世界基準エコサートとコスメビオの2種類を取得している厳選オーガニックスキンケア**”



メイクアップ編

- ・グラデーションメイク(過去3か月平均と比べて**4.9倍**)
 - ・じんわり発色(過去3か月で**初**)
- ・大人上品(過去3か月平均と比べて**3.1倍**)
- ・スクールメイク(過去3か月平均と比べて**2.2倍**)
 - ・ファンデ並み(過去3か月で**初**)

ここ最近では単色アイシャドウ人気が続いていましたが、**目もとに立体感が出る「グラデーションメイク」**は、マスクで顔が平坦に見えてしまうことの対策のひとつなのかもしれません。

メイク全体では**ぼかしたりじんわりさせたり“淡い”メイク表現も特徴的**。また、下地やコンシーラー、フェイスパウダーにファンデーションと同等のカバー力を評価するクチコミが増加しています。どれも**マスクの影響を感じさせます**。

@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



@cosme

深堀ワード「じんわり発色」

メイクの発色の表現として登場したのが「じんわり」。肌に馴染んで浮かなさそう、自分の肌の血色感の延長のような温かみのある発色を想像させる言葉です。

<クチコミ抜粋>

キャンメイク クリームチーク

じんわり発色するし、肌馴染み、密着感いいから全然使っちゃう

BABYMEE ニュアンスカラー シャドウ

鮮やかなアイシャドウを使い慣れている方には物足りないかもしれませんが、**じんわり発色するぐらいが私にはちょうど良かった**



深堀ワード「スクールメイク」

「大人上品」というワードが伸びる一方で、若年層のクチコミでは「スクールメイク」のワードの出現が増えました。昨今話題のトーンアップUVも、あまりラメやパールが多いとスクールメイクには適さない様子。学校へのメイクに、周囲から浮かないよう気を使っている様子が見られます。

<クチコミ抜粋>

セザンヌ フェースコントロールカラー

ナチュラルメイクやスクールメイクならこのハイライトすごくオススメ！メイクになれていなくても**簡単に馴染むのでとても便利です**

サンカット(コーセーコスメポート) サンカットR トーンアップUV エッセンス

白浮きせず綺麗にトーンアップします。**ラメなしなので、スクールメイクにも◎**



※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、最新トレンド



@cosme

深堀ワード「ファンデ並み」

マスク生活や自粛生活によりファンデーションの使用機会が減っているためか、下地やコンシーラー、フェイスパウダーにファンデーションと同等のカバー力を評価するクチコミが増加しています。前年同月と比べても2倍以上の出現です。

<クチコミ抜粋>

JUNG SAEMMOOL スキンローションセッティングトーン バランシングベース

UVカット効果も高くカバー力も高く、**これだけでファンデ並みに肌補正**をしてくれます

ディオール ディオールスキンフォーエヴァー スキン コレクト コンシーラー

これと下地で、ほぼファンデ並みな効果があります



その他・ライフスタイル全般編

- ・緊急事態宣言(過去3か月平均と比べて**6.4倍**)
- ・練習中(過去3か月平均と比べて**11.6倍**)
- ・育む(過去3か月平均と比べて**3.8倍**)
- ・機能性表示食品(過去3か月平均と比べて**8.6倍**)

2度目の緊急事態宣言により、生活習慣の変化を強いられる様子がクチコミにも現れています。先月に続き「練習」に関するワードが伸長しており、**おうち時間の使い方**として、**新しい美容法や化粧品を使いこなそうとする様子**が見られます。化粧品には、テクニックのいらない使いやすさも大切ですが、比較的時間に余裕のある今は**「使いこなす楽しさ」**も感じられているようです。また、即効性を求めるのではなく、**時間をかけてキレイになる過程を楽しもうとする気持ち**の表れが「育む」というワードの出現やインナーケア意識の高まりに繋がっているのかもしれません。

※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、最新トレンド



@cosme

深堀ワード「緊急事態宣言」

2度目の緊急事態宣言により、普段と違う場所・違う方法で化粧品を購入したり、いつもとは違う商品との出会いがあったりなど、習慣の変化を強いられる様子がクチコミにも現れています。

<クチコミ抜粋>

イプサ ME 6

**緊急事態宣言中で不要な外出を控えてる為、
オンラインカウンセリングが出来るということで結果がこちらでした**

E STANDARD シャンプー

評価良いけど流石に高すぎ、、って思ったけど
緊急事態宣言中は毎日のホームケアにカ入れることにした



深堀ワード「育む」

即効性を求めるのではなく、時間をかけてキレイになる過程を楽しもうとする気持ちの表れとも言える「育む」というワードが伸びています。コロナ禍において人気が加速した、自分自身で作り上げる「DIY」やゲームソフト「あつまれ どうぶつの森」の人気と通じるものがあります。

<クチコミ抜粋>

ベアミネラル オリジナル ミネラル コンシーラー

使用することで地肌まで健やかに育むということで、説明を聞く限り嬉しいことづくめなのですが、とはいえ仕上がりも超、超、重要

SABON(サボン) ヘッドスクラブ デリケート・ジャスミン

硬さのある髪ですがドライヤー時の手ぐしの通りも良く、
頭皮ケアから美しい髪の育成ができていますようで嬉しい



※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。

目元のスペシャルケアアイテム 売り上げランキング



今回は@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館の目元のスペシャルケアアイテムの売り上げランキングをご紹介します。まつ毛美容液アイテムが上位を独占する結果に。先述のクチコミワードでも紹介した時間をかけてキレイになる過程を楽しむ流れは、目元のケアにもきているようです。コロナ感染拡大によりサロンでのまつ毛エクステからセルフケアに移行した人がいたこと、またおうち美容の一環として「まつ育」への意欲の高まっています。

@cosme

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館 目元のスペシャルケアアイテム売り上げランキング

1

マジョリカ マジヨルカ
ラッシュジェリードロップ EX



2

水橋保寿堂製薬
EMAKED



3

アンファー
スカルプD ボーテ ピュアフリーアイラッシュセラム



4

セザンヌ
まつげ美容液EX



5

アンファー
スカルプD ボーテ ピュアフリーアイラッシュセラム プレミアム



6

PHOEBE BEAUTY UP
アイラッシュセラム



7

CAROME.(カロミー)
カールメモライズラッシュセラム



8

PHOEBE BEAUTY UP
アイラッシュセラム (フェイスマスク・セラムショット) 限定販売

NO
IMAGE

9

キャンメイク
ラッシュケアエッセンス



10

なめらか本舗
リンクルアイクリーム N



(抽出期間：2021.2.15-2021.3.14)



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