



@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、**2021年8月に累計クチコミ数は1,700万件を突破しました！**

「@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、@cosme SHOPPINGの売り上げランキングも紹介します。



膨大なデータ群の中から、トレンドになりそうなワードを誰がピックアップしているの？

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。1700万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、最新の生活者動向に触れ続けている2人が、**毎月のトレンドの芽を分析・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

目次

1. @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド

食欲の秋は**美味しそうなワードがいっぱい？！**

@cosme TOKYOのスタッフエキスパート一倉が教える！秋冬っぽい食べ物カラーの取り入れ方

2. 【9月・オーラルケアアイテム】

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館のオーラルケア売り上げランキング

マスク着用によって口の中の匂いが気になるようになった方が多い？！

持ち運びに便利な個別包装タイプ & 汚れがスッキリ取れる**口内洗浄液の人気シリーズが上位を独占！**

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、9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

治安

(過去3か月平均と比べて1.4倍)

スキン
ケア

数年前にkemioさんが「肌の治安をアゲみざわ」と発信し、広まったとされる表現。若い世代だけでなく@cosmeのユーザーコア層である20代後半、30代にも徐々に浸透してきています。「肌の治安がスラム街」といった派生形も登場。今年8月末にkemioさんプロデュースのSOSコスメブランド「HUMIO(ヒューミオ)」が発売されたことにより、こういった表現は今後ますます増えていきそうです。

ルルルン / ルルルン クレンジングバーム (アロマタイプ)

YouTuberの方とかも使っていて、そのレビューで、肌荒れを防いでくれたって言ってて、**実際に自分で使ってみたら本当に肌の治安が保たれるようになってよかった！！**

すっぴんメイク

(過去3か月平均と比べて2.1倍)

メイク
アップ

新型コロナウイルス感染拡大によって、長期化するマスク生活。マスクで顔の半分が隠れてしまうので、メイクの在り方が問い直されている今、すっぴんメイクへの注目が高まっている様です。これまではどちらかというと、「すっぴんに見えるメイク」という意味合いでお泊りの時のメイクなどで使われる表現でしたが、よりマスクメイク寄りの意味合いとして使われるようになってきている様子。

アディクション / ザ マスカラ カラーニュアンス WP

色味は思っていた通りの発色でブラックよりもナチュラルに仕上がるのでとても良いです。**マスク生活なので目元がナチュラルですっぴんメイクの時などに重宝しています。**

練り香水

(過去3か月平均と比べて9.9倍)

フレグ
ランス

コロナ禍の気分転換としても関心が高まっている「香り」ですが、使いやすさという点から練りタイプの香水への関心が徐々に高まっているようです。また、いわゆる香水以外でも練り香水としても使用できるマルチなアイテムにも注目です。なかには練り香水としても、アホ毛対策としても使えるスティック状のアイテムも登場しているようです。

SHIRO / サボン 練り香水

練り香水なので肌に馴染ませて使うから保湿バターみたいな感じで使えるのが一石二鳥でいいですね！！
誰もが好きであろう嗅いだ瞬間にリフレッシュするような爽快感ある香り。キツすぎずふわっと香る優しい香りがとても好きです。**ミスト系だとつけすぎてしまったりするけど練りタイプだと使いやすさも満点**ですね。

AROMA KIFI(アロマキフィ) / AROMA KIFI オーガニックバター ウェットアレンジ

リップケア、ハンドクリーム、練り香水としても使えるので、髪とボディー一緒にケアできるところも嬉しいです

マスク無し生活

(過去3か月で初登場)

その他



2021年5月以来の出現。まだまだマスクありきの生活は続きそうですが、少しずつマスク無し生活を思い浮かべる余裕が生活者に出てきたのかもかもしれません。

M・A・C / ラブ ミー リップスティック

早くマスク無し生活になってこれ付けて外出かけまくりたい、

※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。

@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



@cosme

メイク
アップ

＼深堀ピックアップワード／

食欲の秋は美味しそうなワードがいっぱい？！

抹茶カーキ

(過去3か月平均と比べて18倍)

和菓子カラー

(過去5年で初登場)

あずきブラウン

(過去3か月平均と比べて18倍)

アップルパイ

(過去5年で初登場)

無花果ブラウン

(過去5年で初登場)

無花果ベージュ

(過去5年で初登場)

無花果レッド

(過去5年で初登場)

毒りんご

(過去5年で初登場)

食欲の秋ということで、「無花果」「抹茶」「アップルパイ」など美味しそうなワード目立ちました。

ここ数年、化粧品のカラーの名前に番号ではなくネーミングを添えるブランドが増加しており、最近では食べ物系のカラーネーミングを使用するブランドも増加しています。その動きは化粧品以外にも広がっており、渡辺直美さんプロデュースのカラーコンタクトも「焼きそばパン」や「フルーツポンチ」など、独特なネーミングで話題になっています。<https://morecon.jp/c/337>

番号ではなくネーミングを添えることで、ブランド・商品の世界観、色味や質感、香りといったイメージを視覚的により想像しやすくなるため、化粧品の表現に増えているのかもしれませんが。

今回の食べ物系のネーミングで例えると、「レッド」というよりも『アップルレッド』と伝えたほうがより想像力を掻き立てられる気がします。

クチコミを分析してみると、春は「桜」や「春コスメ」、夏は「薄荷」、夏の早い段階から「秋コスメ」といったワードが伸びており、コロナ禍で外出を控えねばならず、変化を感じにくい毎日だからこそ、化粧品で季節感を感じたいという動きがみられています。近年人気を集めている香り「金木犀」というワードも増加しています。今回「無花果」というワードが伸びているのは、Fujikoの新商品の色名に使われていることに加えて、季節感を取り入れたい気持ちもあるのかもしれませんが。「アップルパイ」や「和菓子」といった加工品のワードについても、旬の植物が少ない秋冬に、季節を感じられる食品ということで話題を集めたとも考えられそうです。

キャンメイク / シルキースフレアイズ

一緒にクリーミータッチライナーの08抹茶カーキも購入。合わせて使うと秋らしく素敵な目もとが作れます。

Fujiko (フジコ) / フジコニュアンスラップティント

新色の無花果ブラウンを購入しました！ブラウンリップあんまり使ったことなかったけど、秋っぽくて可愛いです！ティントなので、色もちもそこそこあるし、潤ってるのがかわいい。

@cosme TOKYOの
スタッフエキスパート倉が教える！
秋冬にぴったりな食べ物カラー「小豆」
眉メイクへの取り入れ方

今年、黒やブラウン以外の赤やパープルなど、カラー眉アイテムが増えています！
普段の眉の形を変えずに、色を小豆のような赤茶っぽいカラーのパウダーや眉マスカラに変えるだけでこなれ感、今年の秋冬っぽさが♪

★ポイント★

- ・パウダーは眉頭は避けてナチュラルな仕上がりに
- ・新たに買い足さなくても、手持ちのピンク系のアイシャドウをブラウンの眉に重ねるだけでもOK！
- ・時間がないときは眉マスカラだけでも雰囲気◎
- ・アイシャドウの付属ブラシぐらい大きめのブラシで描くとふんわり仕上がります

▼Before



▼After



▼使用アイテム (ブラウン眉メイクの上に以下商品を重ねています)



【パウダー】
アナスイ
アイブロウ
コンパクト 04



【眉マスカラ】
Amplitude(アンブリ
チュード) アイブロウ
カラーマスカラ
04 バーガンディー

※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。

【9月・オーラルケアアイテム】@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館のオーラルケア売り上げランキング



新型コロナウイルスの影響によって長期化するマスク生活。

「口元がマスクで隠れるから、これを機に歯の矯正を始めた」、「これまであまり気にしてこなかったが、マスク生活になってから口の中の匂いが気になるようになった」といった声に代表されるように、マスク生活をきっかけにオーラルケアへの関心が高まっている方は多いのではないのでしょうか。

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館（国内23店舗）のオーラルケアグッズのランキングを見てみると、ピタットジャパンのオクチシリーズ商品が上位を独占する結果となりました。オクチシリーズは口の中の汚れ、磨き残しを除去し、口臭の原因の一つであるタンパク質を固めて洗い流す口内洗浄液。ボトルタイプではなく、持ち運びに便利な一回分個別包装で、外出時でも口の不快感や匂いが気になった時にさっと使える便利アイテム。クチコミでは「汚れが見えるので気持ちいい!」と高評価。なかには「味が美味しい!」なんてクチコミも。



【9月・オーラルケアアイテム】

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全館のオーラルケア売り上げランキング

1 オクチレモン
オクチレモン **一か月で1700個を超える販売数!**



2 オクチミント
オクチミント



3 オクチミックスベリー
オクチミックスベリー

NO
IMAGE

4 オクチチェリー
オクチチェリー

NO
IMAGE

5 アパガード
アパガードプレミオ 100g



6 NONIO
NONIO 舌専用クリーニングジェル



7 ミュゼホワイトニング
速攻美白 ポリリンキューブ(ミント)



8 プロポリンス
プロポリンス 150ml



9 PearlWhite
薬用パールホワイトプロシャイン 40g



10 スマイルコスメティック
ティースホワイトパック



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。1700万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:03-6161-3662 ■ FAX: 03-6161-3661 ■ Email: istyle-press@istyle.co.jp