@cosmeのトレンドの芽

No.11 2022年1月版



@cosme

②COSMe 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。

Q

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
- ・スキンケアでは日中と夜とでクリーム使い分けの動き
- ・季節の移り変わりを感じにくいコロナ禍、引き続き**コスメで手軽に季節を取り入れ**か
- ・カラーで**メイクを楽しむムードが徐々に復活?!**

2. 【入浴剤・バスソルト】@cosme TOKYO売り上げランキング (集計期間:2021年12月15日~2022年1月14日)

寒い季節にかかせないバスタイム。バスタイムをより楽しむアイテム「入浴剤・バスソルト」のランキングでは、**冬らしい香りや温かみのあるお湯の色が人気!プレゼント需要 も!**

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、2021年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

ナイトクリーム

(過去3か月平均と比べて1.2倍)

スキン

日中用クリーム

(過去3か月平均と比べて1.8倍)

クリームを日中・夜と使い分けする動きがクチコミで見られています。長期化するマスク生活の影響からくるファン デーション離れによる、UV効果のあるデイクリームや化粧下地としての役割も果たしてくれるデイクリームの使用 シーン拡大が要因の1つにありそうです。また、マスクの中のべたつきを気にしてか、日中は化粧崩れのしにくいべ たつきの少ないデイクリーム、夜はこっくりとした濃厚なナイトクリームという使い分けもあるのかもしれません。

RMK UVフェイスプロテクター アドバンスド

日中用クリーム&日やけ止めの効果を果たしてくれこのお値段。大変満足しています。

KANEBO カネボウ クリーム イン デイ

日中用クリーム、化粧下地としてだけでなく化粧上地としても使えるのが 特に乾燥するこの時期にはありがたい。 お肌プリプリになるし一日中うるおいが持続するので愛用しています。

なめらか本舗 リンクルナイトクリーム

こっくりしたクリームがするするのびて、しっとりもっちりです^ ^ お値段もお手頃で、冬場のナイトクリームとしてはリピ決定です♪

エリクシール エリクシール シュペリエル リフトナイトクリーム W

乾燥かつ皮脂肌・敏感肌な私ですが、使用して以降肌に常に潤いがありキメも細かくなっ た気がします♪ **最高なナイトクリーム**に出会えて本当に嬉しい ^











柚子

(過去3か月平均と比べて1.5倍)

その他

春は「桜」、夏は「薄荷」、秋には「ぶどう」、「金木犀」といった季節を感じられる植物や「春コスメ」「ホリ デー」「バレンタインデー」といったシーズンを表すワードの出現率が、コロナ前と比べて全般的に増加しています。 12月は冬をイメージさせる「柚子」というワードが増加していました。外出や旅行が制限され、季節の移り変わりを 感じにくくなっている今、生活に取り入れやすい化粧品は、季節感とメリハリを与えてくれる役割も期待されている のかもしれません。

クナイプ クナイプ バスソルト ユズ&ジンジャーの香り

クナイプは甘い系の香りを愛用してますが、

冬至だったので柚子湯代わりにこの柚子ジンジャーをお試し。

1月以降は、春を代表する植物「桜」に関するアイテムが多く販売されます。スキンケアやメイクアップ、 ボディケア、バスアイテムなど、桜の香りや桜のカラーアイテムが満載です。

淡い桜色の パウダー



桜色ツヤ肌 仕上がり



モチーフ



桜の香り



お湯の色は 優しい



さくら形



(左から) スイサイ / ビューティクリア パウダーウォッシュN さくら&ピーチの香り(2/19発売) 、アリィー(ALLIE) / アリィー クロノビュー ティ トーンアップUV 04(2/12発売)、ジルスチュアート / ブルーム ミックスブラッシュ コンパクト / 21 rosy cherry blossom(2/25発売)、コスメデコルテ /コスメデコルテ キモノ サクラ オードトワレ(2/16発売)、クナイプ / クナイプ バスソルト サクラの香り(1/12発売)、ハウ ス オブ ローゼ さくらふふふ ボディホイップムース(2/2発売)

@cosme投稿クチコミからみる、 最新トレンド



メイク アップ

\深堀ピックアップワード/

@cosme

カラーでメイクを楽しむムードが徐々に戻ってきた?!

新型コロナウイルス感染拡大以降、行動が制限される日々が続いていましたが、街の賑わいが戻った昨年末は、原宿駅前の「@cosme TOKYO」も曜日問わず賑わいをみせ、2021年12月は、2020年1月オープン以降、過去最高の月間売上げを記録しました。クチコミを見てみると、ナチュラルな仕上がりを重視する傾向がありながらも、アクセントカラーである「差し色」や色味を絶賛する意味合いで使用されている「絶妙カラー」というワードが増加しています。これらのワードがクチコミで使用されているカテゴリはアイシャドウだけでなく、アイライナーやチーク、アイブロウなど幅広く、カラーでメイクを楽しむムードが少しずつ戻ってきているように感じます。

差し色

(過去3か月平均と比べて1.5倍)

絶妙カラー

(過去3か月平均と比べて1.2倍)

NARS クールクラッシュ アイシャドーパレット

捨て色無くて差し色で遊べて飽きない。ここ数年で買ってめちゃくちゃ良かった。

&be(アンドビー) パレットアイブロウ

やっぱりレッド系の差し色が入るだけでオシャレ度ガン上がりですね。

SUOOU(スック) シグニチャー カラー アイズ / 106 冴樹 -SAEGI

左下のオレンジがかったブラウンは濃すぎず薄すぎずこれ1色でグラデーションでのせてもお洒落だし、左上のイエローコートカラーもこれを主役に組み立てるようなメインを張れる絶妙カラーです。

hince トゥルーディメンショングロウチーク / BARE REFLECTION

ヒンスらしさ全開 角度によってオレンジにもブラウンにもパープルにも... **何色とも言えない絶妙カラー**







年明け以降は新たな変異株の感染拡大など、引き続き厳しい状況ですが、2022年春の新作コスメでは、多くのブランドからメイクの「差し色」になりそうなカラーアイテムが発売されることから、カラーでメイクを楽しむムードはこの先も引き続いていくかもしれません。

▼2022年春の新作コスメを一部ピックアップ





























(1段目左から)Amplitude(アンプリチュード) コンスピキュアス アイズ リミテッドコレクション a /EX-05 アプリコットローズ・EX-04 バイオレット(1/1発売)、SUQQU(スック) シグニチャー カラー アイズ / 07 紅咲 -BENISAKI・08 風撫 -KAZENADE・112 恣 -HOSHI IMAMA(1/7発売)、エトヴォス ミネラルアイバーム / ロゼソーダ(1/12発売)、エトヴォス ミネラルクラッシィシャドー / ブロッサムシャワー(1/12発売)

(2段左から)ルナソル アイカラーレーション / 13 Prelude Reflet・14 Amber Dusk(1/21発売)、ケイト エレクトリックショックアイズ / PK-1・YL-1(1/22発売)、KANEBO カネボウ アイカラーデュオ / 16 Pick Me・EX4 Sea Cruise(2/4発売)、オペラ リップティント N / 112 ライラック(2/9発売)

【入浴剤・バスソルト】 @cosme TOKYO売り上げランキング



年明け以降も寒い日々が続くこの頃。冷えた身体を温めたり、一日の疲れを癒したりと、寒い季節にかかせないのがバスタイムです。そんな毎日のバスタイム、入浴剤 ② COSME とともにゆっくり楽しむ方も多いのではないでしょうか。店頭には香りや入浴剤を入れた時のお湯の色、効果やパッケージなど、バラエティに富んだ入浴剤・バスソルトが並んでいます。原宿駅前にある「@cosme TOKYO」の入浴剤・バスソルトの売上ランキングを見てみると、上位は定番人気の「薬用BARTH中性重炭酸入浴剤」やアユーラの入浴剤シリーズがランクインしています。また、夏季は爽やかな香りと涼しげな色の入浴剤が人気でしたが、冬季は冬をイメージさせる柚子の香りやミルクの香り、乳白色の入浴剤が人気のようです。1回使いきりタイプやミニサイズは様々な入浴剤にチャレンジできるほかに、プレゼントとしての需要もありそうです。

	【入浴剤・バスソルト】 @cosme TOKYO売り上げランキング	
1	BARTH 薬用BARTH中性重炭酸入浴剤 / 9錠	BARTH
2	アユーラ メディテーションバスt / 50ml(J)	ATURA.
3	アユーラ ナイトリートバス / 50ml(J)	ATUAN TOTAL
4	アユーラ メディテーションバスt / 300ml	
5	パインアメバブルバス	NO IMAGE
6	ビオスパ エプソムソルト / 110g	
7	STYLE+NOBLE 極上ゆず湯/ 18g	がず湯
8	クナイプ クナイプ バスミルク コットンミルクの香り / 40ml	
9	薬用風呂 薬用風呂 肩こり・腰痛 / 40g	(S) (M M S) (S) (S) (S) (S) (S) (S) (S) (S) (S)
10	睡眠美容 安眠ちゃん ミルクの香り	文明5ゃん



@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」 でのロケ取材も可能です。

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