



@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、**まもなく累計クチコミ数1,900万件を突破する見込みです！**

「@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。1800万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

- ・きれいな肌の象徴として「**白玉肌**」というワードが増加
- ・「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」、**お得さやお試し目的だけではないプロジェクトへの賛同のクチコミも**

- ・「ボビイブラウン」と「トキドキ」コラボ！

アニメやキャラクターものを推す手段の一つとしての“コスメ”

- ・塗る「色」ではなく「形」や「質感」をつくる、リップ関連のワードがトレンドイン
- ・「血色感」と「落ちにくさ」両方叶える？リキッドタイプのチークに注目
- ・12月のクチコミに早くも春コスメが登場、セザンヌの人気アイシャドウの新色が話題！

2. 【@cosme TOKYO 総合ランキング】 年末年始とにかく売れたもののトップ10

(集計期間：2022/12/20～2023/01/19)

まさにリベンジ消費、年末年始の売り上げは昨年同期間と比較して1.6倍に増加！

とにかく売れたものの第1位は、あの人気ヘアメイクアップアーティストがプロデュースする昨年の大ヒットツールアイテム！

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、2022年12月初登場したワードや、出現率が大きく伸び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

きれいな肌の象徴として「白玉肌」というワードが増加

スキン
ケア

ベース
メイク

白玉肌

(過去3か月平均と比べて10.7倍)

きれいな肌やもちもちな肌の象徴の一つとして「白玉肌」の出現率が増加しています。特に韓国ブランドのクチコミでの出現が多く見られています。美容医療では、「白玉点滴」「白玉注射」という施術メニューも。

ナンバーズイン(numbuzin) 3番 うるツヤ発酵トナー
ナンバーズインは3番のパックをスペシャルケアとして使っておりました。

白玉肌が手に入ります。結構しっとりです。
化粧水難民なのですが、これはリピートです。

イヴ・サンローラン ラディアント タッチ グロウパクト
2つ目購入です。パフで優しくタッピングしながら広げると、
自然な透明感のある白玉肌になれます。
色々なファンデを試してきましたが、ダントツです。
特に冬にはピッタリだと思います。



お得さやお試し目的だけではない プロジェクトへの賛同のクチコミも

スキン
ケア

パープルリボン

(過去3か月平均と比べて7.5倍)

コスメデコルテのロングセラー美容液「リポソーム アドバンスト リペアセラム」の現品と新商品「リポソーム アドバンスト リペアクリーム」のトライアルサイズがセットになった「パープルリボンセット」について記述が増加しました。

(2022年11月1日限定発売) お得さやお試しを目的とするだけでなく、「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」への賛同の声もあがっています。「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」については[こちら](#)

コスメデコルテ リポソーム アドバンスト リペアセラム
パープルリボンセットでお得に購入できたので使用しています。

コスメデコルテ リポソーム アドバンスト リペアクリーム
パープルリボンセットでお試しサイズを使って感動したので現品購入しました。

コスメデコルテ リポソーム アドバンスト リペアセラム
パープルリボンの趣旨に賛同し、
キットが出たタイミングで現品購入させていただきました。



▲コスメデコルテ リポソーム アドバンスト パープルリボン セット

メイク
アップ

Tokidoki

(2015年以来初出現)

アニメやキャラクターものを 推す手段の一つとしての“コスメ”

ボビーブラウンとトキドキ (tokidoki) がコラボレーションしたメイクアップコレクションへのクチコミが増加。ロサンゼルスを拠点に日本から影響を受けたポップなキャラクターが人気のトキドキですが、本コレクションの商品では「キャラクターもののバッグや小物は躊躇するけど、コスメだったらいいよね？」というようなクチコミが見られており、アニメやキャラクターなどを推す手段の一つとして、コスメの可能性を感じます。

ボビーブラウン コスモ ユニバース アイシャドウパレット
tokidokiのキャラが大好きでその昔レポートサックと
コラボしていたときなんかは買いあさっていましたが年齢的にも
このデザインを持って外に出る勇気がなくなり(笑)

でもコスメなら40後半の私がウチでこっそり愛でるくらいはいいですよね？
てことで気がついたらポチってました。

ボビーブラウン リュクス アイシャドウ / L16 サンストーン(限定パッケージ)
ハイライトを探してた時にネットでtokidokiコラボの
ハイライティングパウダーを発見しバケの可愛さに一目ぼれw



※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

塗る「色」ではなく「形」や「質感」をつくる リップ関連のワードがトレンドイン

メイク
アップ

M字リップ

(2015年以来初出)

リッププランパー

(過去3か月平均と比べて6.9倍)



昨年12月にケイト「リップシェイプメイカー」が発売された影響で、「M字リップ」というワードが増加しています。M字の影を仕込むシェードライナーとボリュームアップして見せるハイライターグロスでメリハリのあるボリュームM字リップを“偽装”するという商品で、コンセプトに惹かれて購入したというクチコミや美容外科施術と比較するクチコミも見られています。同じく12月に発売され、今SNSで話題のヴィセ「エッセンスリッププランパー」の影響で「リッププランパー」というワードも増加しています。話題性に加えて、手に取りやすい価格もあってか、リッププランパー初購入というクチコミも。また、人気ヘアメイクアップアーティストである小田切ヒロさんが紹介していたから、といったクチコミも見られています。リッププランパーとは：＜参考＞<https://www.cosme.net/biche/articles/BI3e9>

ケイト ケイトリップシェイプメイカー

リップペンシルや筆での縁取りはした方が良いのはわかっているけど、面倒でなくなって久しいですが、

こちらはM字リップを偽装というコンセプトにワクワクして購入に至りました。

ヴィセ ヴィセエッセンスリッププランパー

リッププランパーを今まで使用したことなかったのですが、担当におすすめ！と書かれ縦じわ消える！

とかとても宣伝されていたので購入。

香りは優しい甘さで、塗ってから少しピリピリこのピリピリにハマったのでお出かけの時必ずつけてます。

ケイト ケイトリップシェイプメイカー

口角下がり気味で口角挙上を検討する程コンプレックス、

でもお金ないしなぁと悩んでいた中この商品が発売されるとSNSで知りました。早速使用してみました、これは…！！簡単に自然に

M字リップに変身、口角もキュッと上がった唇に仕上がりました。

ヴィセ ヴィセエッセンスリッププランパー

発売前からかなり話題になっていて発売後もめっちゃバズりまくってますよ！今リップ結構持ってるので、買うか悩んでたんですがYouTubeで

小田切ヒロさんが“Amazonで買うべきアイテム9選”の動画でこの商品を紹介されていたのを見て、＜中略＞あ、これはマジで早めに買わねば店頭から消えるなと悟りまして、即ポチりました。笑

「血色感」と「落ちにくさ」 両方叶える？リキッドタイプに注目

メイク
アップ

リキッドチーク

(過去3か月平均と比べて4.1倍)

液体タイプのチークを指す「リキッドチーク」というワードが増加しています。クチコミを見ると、昨今のメイクトレンドである「血色感」の演出としても、マスク生活での「マスクへのつきづらさ・落ちにくさ」としても、注目されているアイテムであるようです。

アディクション ザ チークポリッシュ

自然な血色感の出るリキッドチークを探していました。可愛らしいピンクで理想通りの色でした。チークは塗らないことが多かったのですが、色の調節もしやすくナチュラルに血色を出せるのでこれから沢山使っていきたいと思います。

NARS リキッドブラッシュ

マスク生活になってからリキッドチークにハマっており色々使いましたが、

こちらはムラにならず扱いやすく、またとても綺麗に色がのり、どのブランドのものよりも気に入りました！

ローラ メルシエ ティンティド モイスチャライザー ブラッシュ

今までずっとパウダーチークでしたが初めてリキッドチークを使ってみました(^^)

ジュワツと発色してくれて、

頬が火照ったような発色の仕方をしてくれてとてもかわいかったです。



メイク
アップ

ミモザベージュ

(過去3か月平均と比べて34.3倍)

12月のクチコミに 早くも春コスメが登場！

12月に早くも春コスメに関するクチコミが見られています。たとえば、12月9日に発売された「セザンヌ ベージュトーンアイシャドウ」の新色カラーの色名「ミモザベージュ」というワードが増加。春らしいピンク×イエローのカラーやフレッシュな色味が早速話題になっています。

セザンヌ ベージュトーンアイシャドウ / 04ミモザベージュ

ミモザベージュ…早くも、春色ですね。

薄くつくので濃くならず自然に仕上がりました☆。

セザンヌ ベージュトーンアイシャドウ / 04ミモザベージュ

04 ミモザベージュ

目をパツと明るくするフレッシュなカラー

幸福感あふれる華やかなパステルベージュ。



※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 TOKYO 総合ランキング】 年末年始とにかく売れたもののトップ10



コロナ禍以降、初めて行動制限のなかった年末年始、原宿も大きな賑わいをみせていました。

年末にはクリスマスプレゼントや一年間のご褒美を求めて来店する方、年始には明治神宮の参拝客、地方からの観光客や訪日外国人等、多くのお客様の来店があった原宿駅前の「@cosme TOKYO」。年末年始の売り上げを見てみると、昨年の同期間の売り上げと比べて約1.6倍と大きく増加しており、生活者のリベンジ消費の勢いを感じさせられます。

そんな@cosme TOKYOの総合ランキングトップ10にランクインする商品はまさに「とにかく売れたもの」。第1位に輝いたのは人気ヘアメイクアップアーティスト河北氏がプロデュースする&be(アンドビー)のブラックスポンジ。一か月で4000個以上を超える販売数を記録しました。その他には@cosmeベストコスメアワードに受賞した商品や昨年SNSでバズった商品が多くランクインする結果になりました。

※2021/12/20～2022/01/19、2022/12/20～2023/01/19同期間比較

【@cosme TOKYO 総合ランキング】 年末年始とにかく売れたもののトップ10

1

&be(アンドビー)
ブラックスポンジ



2

ダーマレーザー
ダーマレーザースーパーVC100マスク



3

KANEBO
カネボウ スクラビング マッド ウォッシュ



4

マジョリカ マジョルカ
ラッシュジェリードロップ E X



5

オルビス
エッセンスインヘアミルク



6

pdc
ピメル パーフェクトロング&カールマスカラ N



7

ヒロインメイク
スピーディーマスカラリムーバー



8

&be(アンドビー)
UVプライマー



9

なめらか本舗
リンクルアイクリーム N



10

イニスフリー
ノーセバム ミネラルパウダー N





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。1800万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／坂井／近藤／井川／岡田

■ TEL:03-6161-3662 ■ FAX: 03-6161-3661 ■ Email: istyle-press@istyle.co.jp