



## @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

- ・花粉シーズン到来、**1月のクチコミに早くも「花粉」登場！**
- ・低刺激を望むユーザーが注目「**酸化亜鉛フリー**」がトレンド入り
- ・ふるさと納税で化粧品を選択「**返礼品**」というワードが微増
- ・専用アイテムも増え「**プレシャンプー**」が話題、**ベスコス受賞をきっかけに再認識が「ヘアミルク」も**
- ・メイク復活？**涙袋や下まぶたを「盛る」**がトレンドイン
- ・「**ヘビロテ選手紹介**」「**本音レポ**」最近のクチコミ内に多かったハッシュタグ紹介！

#### 2. @cosme TOKYOリップ全体売り上げランキング（集計期間：2023/01/25～2023/02/24）

リップランキングに変化？！リップモンスター人気は継続しつつ、Ririmewやリニューアルしたディオールのマキシマイザーなど話題のリップも多数ランクイン！

#### 3. 取材ご案内

# @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



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、2023年1月初登場したワードや、出現率が大きく伸ば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

## 花粉シーズン到来、1月のクチコミに早くも「花粉」登場！



その他

花粉

(過去3か月平均と比べて1.5倍)  
(前年同月と比べて1.4倍)



全国的に花粉の飛散量が多いと予測されている今年。1月のクチコミでは、早くも「花粉」というワードが増加しています。クチコミを見てみると、花粉で荒れた肌や乾燥・敏感になった肌でも使えるといった内容から、ミストやスプレータイプの商品に対して、花粉対策として使っているという内容のものまで。迎えつつある花粉のピーク時期、行動制限がなく、仕事、プライベートで外出機会の増加が見込まれるので、クチコミ内でさらに話題になりそうです。

d プログラム エッセンスイン クレンジングフォーム

**1月ですがひどい花粉症の私は早くも肌荒れています。**

特に毎年目の周りが荒れやすいです。そんななか肌荒れの時や敏感肌にも安心して使えそうなこちらを購入。**花粉やほこりなどを落としながらも肌荒れを予防してくれる有効成分が配合されているのは花粉症の私には助かります。**

イグニス モイスチュアライジング エフフォーリア ローション

**花粉シーズンに向けて敏感肌でもつかいやすいなおかつ、うるおい、香りのいいものを探していてこちらのシリーズはスタメン決定です。**

イハダ イハダ 薬用フェイスプロテクトパウダー

**花粉と紫外線対策用に購入しました。**色味はニュートラルな明るめベージュです。薄づきなので化粧直しにも使いやすいです。

d プログラム アレルバリア ミスト N

**花粉の時期に顔が痒くなったり肌荒れが酷くなったりするので使い始めてから、ずっとリピートしています。**



スキンケア

酸化亜鉛フリー

(過去3か月平均と比べて2倍)  
(前年同月と比べて6.1倍)

## 低刺激を望むユーザーが注目 「酸化亜鉛フリー」がトレンド入り

出典元：[https://petite-price.com/zn\\_free\\_item](https://petite-price.com/zn_free_item)

化粧品によく使われる成分「酸化亜鉛」。紫外線を散乱させる効果や皮脂を吸着し、化粧成分のサラサラ感の持続や化粧崩れを防止する効果があるとされていますが、人によっては、皮脂を吸着し硬化する事で、毛穴の炎症やニキビを引き起こしたり、金属アレルギーを引き起こす心配があるとされています。クチコミでは「酸化亜鉛フリー」に切り替えた、探していたという声が見られます。日焼け止めに含まれていることが多いようなので、日焼け止めシーズンであるこれからの季節、低刺激を求めるユーザーの動きが気になるそうです。

ランコム UV エクスペール トーン アップ ローズ

**また何よりも最高なのが、酸化亜鉛フリーでニキビ肌でも安心して使えるところ。酸化亜鉛が使われている化粧下地からこちらに変えたら、毛穴が驚くほど綺麗になりました。角栓ができなくなり感動しております**



エビータ ボタニバイタル モイストウォーターシールドUV

**酸化亜鉛の入ってない日焼け止めを探してこちらに辿り着きました。**

## ふるさと納税で化粧品を選択 「返礼品」というワードが微増

その他

返礼品

(過去3か月平均と比べて4.6倍)  
(前年同月と比べて5.7倍)

ふるさと納税の返礼品として化粧品を選んだ人たちからのクチコミが昨年以上に投稿されています。返礼品に化粧品を設置する自治体が増えたことや、ふるさと納税をする人が増えたということも背景にあるかもしれません。

アスタリフト アスタリフト ザ セラム リンクルリペア 朝用

**UVケアを含めて朝まとめてアイケアを出発することが気になり、ふるさと納税の返礼品でいただきました。**



ナチュラグラッセメイクアップ クリームN / 01 シャンパンベージュ  
**ふるさと納税の返礼品で入手しました。**なるべく肌に負担をかけないために、石鹸落ちコスメを使ってみたく思っていたのでこちらを選びました。

※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。

# @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド



## 専用アイテムも増え「プレシャンパー」が話題 ベスコス受賞をきっかけに再認識か「ヘアミルク」も

ヘア  
ケア

### プレシャンパー

(過去3か月平均と比べて2.1倍)  
(前年同月と比べて7.7倍)

### ヘアミルク

(過去3か月平均と比べて1.4倍)  
(前年同月と比べて2.3倍)

シャンパーの2度洗いでなく、専用アイテムを使用してのシャンパー前のプレシャンパーをする人が増えているようです。ベスコス常連であり、多くの人気を集めている「[uka スカルプブラシ](#)」との併せ使用で、より気持ちよさを感じられるとのクチコミも見られています。頭皮の匂いやべたつきが気になる春夏に向けて、人気はさらに高まっていくかもしれません。また、オルビス「エッセンスインヘアミルク」が昨年ベスコス受賞したことで、オルビスの商品はもちろんのこと、他のヘアミルクに対する言及も増加しています。初めてヘアミルクを使用するという人も多いようです。

SABON(サボン) ヘッドスクラブ デリケート・ジャスミン

頭皮においが気になる方は、高いと思ってでも試す価値あり！

オイリー肌の私は例にもれず頭皮も臭くなりがち。

夜にシャンパーして、翌朝はまだ大丈夫ですが夕方には

あぶらっぽいにおいが。。。しかしこれでプレシャンパーすると、夕方までいい香りの女になれます！

UKAのケンザンでまんべんなく強めにゴシゴシしています。

オルビス エッセンスインヘアミルク

これはホントにいい！

他社のヘアミルクも使ってみるけど、やっぱりオルビスに戻ってくる。

ステラシード エイトザタラソ ジェントルリペア&モイストチャージ  
美容液ヘアミルク

初めてヘアミルクを使用したのですが、いつもばさついていた髪が嘘のようにまとまったので感動です！

ディアテック カウンセリングプレシャンパー  
このプレシャンパーを使うことで、その後のトリートメントの浸透が良くなると目にして、購入しました。

BOTANIST(ボタニスト) ボタニカルヘアミルク ダメージケア  
このヘアミルクべたつきがなくてとても使いやすいです！  
柔らかいテクスチャーで伸びがよく、髪によく馴染ませることができます！



### メイク復活？

### 涙袋や下まぶたを「盛る」がトレンドイン

メイク  
アップ

### 盛る

(過去3か月平均と比べて1.7倍)  
(前年同月と比べて2.2倍)

「盛る」というワードが微増しており、クチコミからも少しずつメイク感を取り戻している様子が窺えます。@cosmeでは昨年の12月に「@cosmeベストコスメアワード2023上半期トレンド予測」にて、2023年上半期のメイクは「盛り」傾向が復活する兆しがあると発表しています。これまではマスカラやアイライナーで「盛る」ことが多かった印象ですが、最近では「涙袋」「下まぶた」を盛るというクチコミも増えていることに注目です。

pdc ビメルパーフェクトロング&カールマスカラ N

ナチュラルにしっかり盛れて大満足です。

キャンメイク アイバッグコンシーラー

シンプルに涙袋を盛ることが出来てめちゃくちゃお気に入り。

ケイト パーチャルアイズメイカー

涙袋のグリッターがずっと眺めていられるほどキレイです。

粘膜ライン拡張カラーを引くのが難しく、練習が必要そう。

下を盛るアイシャドウって面白い！上に無いのが物足りなくも感じますが、こーゆーメイクも楽しみたいとね！



その他

### ヘビロテ選手紹介

(2015年以来初出現)

### 本音レポ

(過去3か月平均と比べて21.1倍)  
(前年同月と比べて1.4倍)

### 最近のクチコミ内に 多かったハッシュタグ紹介

コスメに対する想いが様々な表現で語られるクチコミ。様々な表現は文章だけでなく、クチコミ内のハッシュタグにも。今回はクチコミ内のハッシュタグで最近多かったワードを2つピックアップしました。

クラブ すっぴんパウダー-B パステルローズの香り

#美容好きさんと繋がりたい #乾燥肌にグッバイ #本音でガチレビュー

#ウルツヤ肌の基本 #本音レポ #ヘビロテ選手紹介

エリクシール エリクシール シュベリエル エンリッチド リンクルクリーム

#ヘビロテ選手紹介 #期待越えアイテム #本音レポ

espoir プロテラー ビーベルバット カバークッション

#購入コスメレポ #冬コスメの戦利品#さよならコンプレックス

#衝動買いコスメ#動画で購入品紹介 #ヘビロテ選手紹介

#あか抜け宣言 #期待越えアイテム #本音レポ



# @cosme TOKYOリップ全体売り上げランキング (集計期間：2023/01/25～2023/02/24)



リップの売上ランキング上位と言えば、最近少しずつ在庫が安定した「リップモンスター」でしたが、リップモンスター人気は継続しつつ、ランクインする商品に少し変化が見られています。@cosme TOKYOのリップ全体の売り上げを見てみると、1・2位は指原莉乃さんがプロデュースするRirimew「センシュアルフィックスティント」。

昨年11月に発売されてすぐに話題を呼び、一時は出荷休止にまでなっていた人気リップがリップモンスターを抑えて上位に輝きました。また、発売から16年目で初めてリニューアルし、話題を集めているディオール「ディオール アディクト リップ マキシマイザー」も、今年1月末発売にも関わらず、早くも3色がランキングに登場しています。その他にはTWICE専属の人気メイクアップアーティスト・ウォン・ジョンヨ氏が監修するWonjungyo (ウォンジョンヨ) のリップや、“泥リップ”というキャッチーなネーミングで話題の中国コスメINTO Uのリップがランクイン。色味を見てみるとピンクやローズ系も多く、春の訪れを感じるラインナップです。

## @cosme TOKYOリップ全体売り上げランキング

1

Ririmew センシュアルフィックスティント  
04 シナモンナッツ



2

Ririmew センシュアルフィックスティント  
03 サンゴブロッサム



3

ディオール ディオール アディクト リップ マキシマイザー  
026 インテンス モーヴ



4

ケイト リップモンスター  
14 憧れの日光浴



5

ディオール ディオール アディクト リップ マキシマイザー  
001 ピンク



6

Wonjungyo ウォンジョンヨ リップステッカー  
02 アンティークピンク



7

ケイト リップモンスター  
03 陽炎



8

INTO U スーパーマットリップ&チークマッド  
EM10 クイーンローズティール



9

ディオール ディオール アディクト リップ マキシマイザー  
012 ローズウッド



10

ケイト リップモンスター  
05 ダークフィグ



# 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。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／坂井／近藤／井川／岡田

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