



@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、**2023年3月に累計クチコミ数は1,900万件を突破しました！**

「@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。1900万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

- ・リップモニターに続く「バズリップ」となるか？ヴィセの新作リップが話題！リップアイテムの人気カラーは肌馴染みの良い粘膜色
- ・ベースメイクの仕上がりは引き続き「素肌っぽい」仕上がりがトレンド！
- ・次なる人気成分となるか？！白玉注射の成分「グルタチオン」が話題
- ・注目商品の特徴や表現から見える「スキンケア発想」のヘアケアへの関心の高まり
- ・「首専用」というワードが増加、顔の次に大事な部位？首にもトーンアップニーズか
- ・新たな考え方、売り方・買い方となるか？「タイパ」や「受注生産」がトレンドイン

2. @cosme TOKYO及び@cosme STORE全店デオドラント・制汗剤アイテム売り上げランキング（集計期間：2023/05/25～2023/06/24）

梅雨入り、気温上昇で気になる暑さ対策・汗や匂いケアアイテム！定番のボディーシートやスティックタイプの制汗剤が上位を占めるも、新作の暑さ対策アイテムなどもランクイン！

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5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

リップモンスターに続く「バズリップ」となるか？ ヴィセの新作リップが話題！

リップアイテムの人気カラーは肌馴染みの良い粘膜色

メイクアップ

ネンマクフェイク
ルージュ
(2015年以来初出現)

ネンマク
(2015年以来初出現)

粘膜色

(過去3か月平均と比べて3.4倍/
前年同月と比べて3.8倍)

発売前から話題となっていた今年5月16日発売のヴィセ「ヴィセ ネンマクフェイクルージュ」ですが、@cosmeのクチコミでも話題を集めています。発売後すぐに欠品が続出していることに加えて、大人気リップであるケイト「リップモンスター」と比較するクチコミも散見されており、「ネクストバズリップ」として今後ますます注目を集めそうです。マスク着用が任意になって3ヶ月が経ち、リップへの需要が戻ってきていますが、クチコミの傾向を見てみると、田中みな実さんとコラボしたFujiko（フジコ）「フジコニュアンスラップティント」をはじめ、肌なじみのよい粘膜カラーが人気ようです。長らく離れていたリップメイクということもあってか、まずは肌馴染みの良いカラーからはじめて、徐々にはっきりとしたカラーへと慣らしていくという人も少なくないのかもしれない。

ヴィセ ヴィセ ネンマクフェイクルージュ

KATEのリップモンスターのヴィセ版かなーと思い、粘膜フェイクリップの名前に惹かれて購入したのですが、色味が絶妙で、本当に粘膜が潤っているように見える。ここ最近の落ちないリップの中ではなかったナチュラルに映えるカラーで物凄く気に入りました！

ヴィセ ヴィセ ネンマクフェイクルージュ

発売前から話題になっていたので購入してみました。

ヴィセ ヴィセ ネンマクフェイクルージュ

粘膜色だけあって馴染みもよい。ひと塗りでお上品な唇の出来上がりです。



Fujiko（フジコ）フジコ ニュアンスラップティント / VOCE限定カラー

ブルベ向きの色がやっと発売&田中みな実さんの粘膜カラーが限定で再度出るようなので初投稿します！

ベースメイクの仕上がりは引き続き「素肌っぽい」仕上がりがトレンド！

メイクアップ

素肌っぽい

(過去3か月平均と比べて2.1倍/
前年同月と比べて1.5倍)

マスク着用が任意になったことで、リップ同様にファンデーション需要の戻りも期待されますが、引き続き素肌っぽい仕上りの商品が人気ようです。過去のクチコミでは、「パンキと言っても過言ではないこのカバーカ。」と表現され、カバーカの高さが評価されているエスティ ローダー「ダブルウェアステイインプレイスメイクアップSPF10/PA++」ですが、最近のクチコミでは「素肌っぽい仕上がりが良い」とも書かれており、商品は変わらずともその評価ポイントが変わっていくのが大変興味深いです。

エスティ ローダー ダブルウェアステイインプレイスメイクアップ

SPF10/PA++

ナチュラルにカバーしてくれて 素肌っぽい仕上がりが良い！！

シュウウエムラ アンリミテッドラスタイングフルイド

カバーカが高い！！薄付きでも伸びが良く
ナチュラルな仕上がりで素肌っぽい！！

RMK リクイドファンデーション

カバーカが高くシミや毛穴をしっかりカバーしてくれて
素肌っぽい仕上がりでいい♪



スキンケア

グルタチオン

(過去3か月平均と比べて5.6倍/
前年同月と比べて6.4倍)

次なる人気成分となるか？！ 白玉注射の成分「グルタチオン」が話題

白玉注射・点滴の成分である「グルタチオン」配合のスキンケアアイテムを買い求める動きが見られています。新たな人気成分となるか、今後注目です。

ドクターケイ ドクターケイ ABC-Gリペアセラム

白玉点滴の成分であるグルタチオンに惹かれてドクターズコスメを買ってみました。

ナンバーズイン(numbuzin) 5番 白玉グルタチオンC美容液

新発売のナンバーズインの5白玉グルタチオンC美容液。

IOPE(海外) グルタ ビタミンC トーニング アンブル

ピュアビタミンCとグルタチオン配合の
美白アンブルなのでこれから日焼けが気になる夏にぴったり！！



※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



注目商品の特徴や表現から見える「スキンケア発想」のヘアケアへの関心の高まり

ヘア
ケア

メロウシャンプー
(前年同月の出現ナシ)

スティックタイプのアホ毛直しアイテムで人気を集めているplus eau (プリュスオー) から発売された「メロウシャンプー/メロウトリートメント」のクチコミが影響してか、「メロウシャンプー」というワードが微増しています。本商品はスキンケア発想で地肌ケアも叶えてくれるアイテムです。また、まだまだ数は少ないですが「素肌」ならぬ「素髪ケア」というワードが新たに登場しており、注目商品の特徴や「素髪」という表現から、スキンケア発想のヘアケアへの関心が高まりを感じさせられます。

plus eau (プリュスオー) メロウシャンプー/メロウトリートメント
メロウシャンプーはいつも通りシャンプーしただけなのに、すごく泡立ちがいい！
もちもちクリーミーな泡で使い心地いいです。
しかもスキンケア発想の美容液成分配合で、地肌ケアもできちゃうそうです。

plus eau (プリュスオー) メロウシャンプー/メロウトリートメント
ツヤがでるのに重すぎずさらっとしていい感じです。
お肌に良いといわれるセラミド配合で髪にも良さそうなのが選んだ理由です。



「首専用」というワードが増加 顔の次に大事な部位？ 首にもトーンアップニーズか

メイク
アップ

首専用

(過去3か月平均と比べて5.1倍/
前年同月と比べて4.5倍)

主に日焼け止めや化粧下地のクチコミにて、「首専用」というワードも増加しています。「首」は手や足などのその他の部位とは違う特別な部位とされているようです。また、顔にあわせて、「首もトーンアップしたい」というニーズも増加しています。

クレ・ド・ポー ボーテ クレームUV n
顔・ボディ用となっていますが、
正直ボディにはもったいなくて使えません。顔首専用にします。

雪肌精 ホワイトUV エマルジョン
顔には、顔と体共用ではなく顔首専用の日焼け止めを使用した方がいいという
雑誌の記事を拝見することがあります。
以来、「顔には顔用」を。だけど首まで塗っても衣服の襟元に色のつかないものを。

オルビス オルビス リンクルブライトUVプロテクター
首の日焼けが毎年気になるものの、なかなか気に入るものが見つからず、毎年適当なものを
使っていましたが、このオルビスは様々な媒体で見かけたので選んでみました。
使い始めて二週間ほど経ち、基本的に首専用として使っていますが、
べたつきは全然気にならず、匂いもかすかにするだけで、
無香料なのでおそらく原材料の香りと思われる。

スキンアクア トーンアップUVエッセンス
こちらが発売したのころ、ラベンダーを即買い！
香りもほんのり石鹸のような香りで好きでした。
ちなみに首の黄ぐすみがきになったので首専用で使用していました。



新たな考え方、売り方・買い方「タイパ」や「受注生産」がトレンドイン

タイパ

(過去3か月平均と比べて5倍/
前年同月の出現ナシ)

その他

受注生産

(過去3か月平均と比べて3倍/
前年同月と比べて4.5倍)

その他の今月のトピックスを2つ紹介します。主にZ世代の特徴として、メディアに取り上げられることの多い「タイパ」※ですが、クチコミにおいても「タイパ」というワードが増えてきています。オールワンアイテムやマルチ機能をもった商品で多くみられており、時短に近い表現として使われているようです。※タイムパフォーマンスの略称
また、昨今問題視されている転売に対する対策やSDGs関連でも注目されている「受注生産」ですが、なにわ男子・大西流星さんがプロデュースしているエテュセの商品は、通常発売分が売り切れとなった後の再販は受注生産という形がとられています。

パーフェクトワン パーフェクトワン フォーカス スムースクレンジングバーム
普段プチプラをよく購入する私にとっては高めの値段でしたが、
タイパを考えると良い商品だと思います♪

エスブリーク エスブリーク クール スキンウェア BB EX
これ1本で5役なのでコスバ、タイパにも良さそうです♪

ルナソル アイカラーレーション
先日受注生産決まった18も予約したので楽しみです。

エテュセ リップエディション(ティントルージュ)
メーカーさんの受注生産もあるみたいなのでこちらをもう一本、
アイシャドウも合わせて頼んでみました！こんなに気に入ってるならストック欲しい！！



※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。

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全店 デオドラント・制汗剤アイテム売り上げランキング



気温の上昇や梅雨の影響もあって蒸し暑かった6月。この時期、気になってくるのが暑さ対策や汗・匂いケアアイテムではないでしょうか。@cosme TOKYO及び@cosme STORE全店のデオドラント・制汗剤アイテムの売り上げを見てみると、5月と比較して6月は**1.3倍に伸長していました**。昨年以上に夏のイベントや旅行など、外出機会も増えることが予想されるので、デオドラント・制汗剤アイテムの売り上げは今後、より伸びていきそうです。

ランキングは、フィアンセのボディシート、デオナチュレやクリニークのスティックタイプの制汗剤など、定番商品が上位を占めました。冷却スプレーや冷却シートなど、ビオレから今年新登場した暑さ対策アイテムもランクイン。その他にも、irohaのデリケートケア用ウェットシートや背中に使用しやすい逆さで使えるスプレーを採用した霧氷スプレーなども人気となり、バラエティに富んだ結果となりました。

@cosme TOKYO及び@cosme STORE全店 デオドラント・制汗剤アイテム売り上げランキング

1 フィアンセ
フレグランスボディシート ピュアシャンプーの香り



2 デオナチュレ
薬用ソフトストーンW



3 クリニーク
アンティ パースパイラント デオドラント
ロールオン N<医薬部外品>



4 フィアンセ
フレグランスボディシート シャボン



5 iroha INTIMATE CARE
iroha INTIMATE SHEET



6 ビオレ
ビオレ 冷ハンディミスト
リフレッシュサボンの香り / 120ml



7 ビオレ
冷タオル 無香性



8 Coolist
セナッシュ



9 ビオレ
メイクの上からリフレッシュシート 無香料 /
12枚入



10 ビオレ
ビオレ 冷ハンディミスト 無香性 / 120ml



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。1900万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