



@cosmeのトレンドの芽とは？

@cosme

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12月に累計クチコミ数は2,000万件を突破しました！**

「@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、出現率が大きく伸び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/OSAKA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。2,000万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

リサーチ最新コラム：大賞はアテニア「スキんクリア クレンズ オイル アロマタイプ」～価格と品質のバランスの良さがポイント、中価格帯コスメの逆襲！～ | @cosme上半期新作ベストコスメレポート 2024 <https://business.cosme.net/column/report/research-202406>

目次

1. @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド

- ・成分人気はまだまだ続く！**より自然で健やかな肌**を求める人が今後増える予感
- ・父の日のプレゼント選びはコスメも選択肢に！親子で使える**シェアコスメ**に注目か？
- ・続くお試し需要！**ミニサイズコスメ**が大人気！
- ・粘膜カラーの次は**うさぎピンクが話題！**アイメイクにも！！オペラの人気リップティントの限定色もランクイン
- ・夏本番を前に早くも**クール系アイテム**のクチコミが増加傾向に！
- ・コロナ禍以降も「**ご自愛**」ブームは継続！今後も要注目

2. @cosme TOKYO及び@cosme STORE ベースメイクアイテム 売り上げランキング (集計期間：2024/06/23～2024/07/22)

連日続く猛暑日やゲリラ豪雨で、**汗や蒸し暑さによるメイク崩れが気になるときに頼りたいベースメイクアイテム**。2年前は化粧下地がランキングのほとんどを占めていたのが、今年はパウダー系のアイテムが数多くランクイン！商品数だけでみると2.5倍にアップしています！

3. 取材案内

@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、2024年6月に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

スキンケア

オーディナリー
(過去3か月で初出現/14件)

健康肌

(過去3か月平均と比べて3.8倍)

成分人気はまだまだ続く！
より自然で健やかな肌を
求める人が今後増える予感

昨今の成分人気の火付け役とも言える、カナダのヴィーガンスキンケアブランド「The Ordinary」がとうとう日本に初上陸し、話題に。@cosme SHOPPINGと、@cosme TOKYO、@cosme OSAKA、一部の@cosme STOREで独占先行発売を行い、クチコミでも盛り上がりを見せました。そのほかにもベースメイクやスキンケアでは「健康肌」という表現が増加しています。ベースメイクでは「トーンアップしすぎない自然な肌」のことを、スキンケアでは「トラブルが解消された健やか状態」のことを表しているようです。トラブルのない肌というと「普通肌」といった言葉が思い浮かびますが、「健康肌」というワードは「作りこみ過ぎない肌」「トラブルのない肌」をこれまで以上にポジティブにとらえている生活者の今の気分を反映しているのかもかもしれません。

アリー(ALLIE)/アリー クロノビューティ カラーオンUV
こちらの商品に類にトントンとつけてみたら、ナチュラルな健康肌に見えて、しかも頬のくすみもぼかされて目立ちにくくなった気がします。

コスメデコルテ/ゼン ウェア フルイド
あまりトーンアップしたくないと相談してN16を購入しました。暑くなってきて、もう1段階暗い方が健康肌に見えるかなと感じています。

The Ordinary/ N10+Z1フェイスセラム (ナイアシアンミド*1 10%+亜鉛1%*2)
以前から気になっていたThe Ordinary。日本上陸したので早速使ってみましたがとても良かったです！夜に使用して翌日には顎のざらつきがなくなり、おでこのキメも細くなり、小鼻の脂っぽさもなくなり…このお値段で翌朝に理想的な肌を手に入れられるなんて。



父の日のプレゼント選びは
コスメも選択肢に！

親子で使えるシェアカソメに注目か？

スキンケア

その他

父

(前年同月と比べて1.3倍)

今年は、昨年より「父の日にコスメを贈る」というクチコミが増加しました。中には父親と化粧品を共用するという方もいらっしゃるようです。男性のスキンケアやメイクへの関心がますます増えていることから、今後は父と子、家族全員で使えるシェアカソメに注目が集まるかも・・・！？

ReFa/ ReFa AILE BRUSH
父へのプレゼントで購入し、感想を聞きました！まともな具合が通常のブラシと違い、良い感じだそうです。毎日使ってくれています。ブラックだと男性も使いやすいし、父親だと自分では買わないと思うので素敵なプレゼントになりました。

ナンバーズイン(numbuzin)/ 5番 白玉点滴グルタチオンCトナー
父(59)とお揃いで5番化粧水・美容液を購入して一緒に使い始めました。容量は他の化粧水(手持ちの肌ラボと比べて)と同じくらい、内容は液がトロツとしているので少しでも肌に伸ばせて染み込んでいきます。コスパ良さそう。父が気にしていたシミが少し薄くなり、薄いシミならかなり目立たなくなっていました。最近美容に目覚めているいろいろスキンケアを試し始めた父が可愛い。



メイクアップ

その他

メモリーボックス

(過去3か月平均と比べて36.8倍)

ミニパウダー

(過去3か月平均と比べて7.4倍)

続くお試し需要！
ミニサイズコスメ
が大人気！

メゾン マルジェラ フレグランスのミニサイズの香水セットやコスメデコルテのミニサイズのフェイスパウダーが話題に。これらの商品には、まるで現品をそのまま小さくしたかのようなしっかりとした作りや、ある程度の期間試せるサイズ感、比較することができるバリエーションの豊富さなど、「試用体験」に求められることのヒントが詰まっていそうです！

Maison Margiela Fragrances (メゾン マルジェラ フレグランス) / レプリカ オードトワレ レイジーサンデー モーニング
メモリーボックスを購入しました。マルジェラの香水は元々気になっていましたが、どの香りがいいかわからずでした。今回試せて好みの香りを見つけることができました！

コスメデコルテ/イドラクラリティ
薬用 トリートメント エッセンス ウォーター
今まで使用していたイブサと比べ、保湿力が高い！香りも好みます。ビューティーデーでミニパウダーが付いてきました。こちらも気になっていたので嬉しい。



▲<数量限定>
レプリカ メモリーボックス
2mLx10種

※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



粘膜カラーの次はうさぎピンクが話題！アイメイクにも！！ オペラの人気リップティントの限定色もランクイン

メイク
アップ

うさぎピンク
(過去3か月で初出現)

ソルベピンク
(2015年以来初出現)

リップメイクでは、引き続きうさぎのように可愛く自然な血色感が叶えられると話題の『うさぎの舌のようなピンク』カラーが話題です。中でも今月は、オペラの新商品「グロウリップティント」の限定色「ソルベピンク」が注目を集めました。また、アイライナーにも「うさぎピンク」が登場！目の粘膜部分にひくことで、白目が拡張されて目が大きく見え、目元に血色感が増すといった効果があるようです。「うさぎピンク」ブームはリップから幅広いアイテムへと広がっており、顔に血色感を求める動きはまだまだ続いているのかもしれない。

エテュセ/アイエディション (グリッターライナー)
今流行りの**うさぎピンク**！とっても可愛いです！アイドルみたいなウルウルな目にもなるけど普段使いもしやすいと思います！

オペラ/グロウリップティント
学生時代にオペラをヘビロテしていましたが、それからしばらく使っていませんでした。今回新商品が出るのことで久々に購入。うさぎ舌カラーと言われている**ソルベピンク**は唇に塗ると白みが割と強めに出了気がします。



▲限定色ソルベピンクはうさぎの舌のようなピンクカラー！

夏本番を前に早くもクール系アイテムのクチコミが増加傾向に！

季節

スカルプスプレー
(過去3か月で初出現)

ボディシート
(過去3か月平均と比べて6.3倍)

クールタイプ
(過去3か月平均と比べて3倍)

まだまだ猛暑が続きますが、今年は6月時点で早くも暑い夏を快適に過ごせるクールアイテムへのクチコミが増加していました。クチコミを分析すると、香りに対する評価や継続的なクール感を求めるコメントなどが見られ、クール系アイテムへのニーズが多様化しているようです。今後も新たなアイテムに期待が集まります。

ハウスオブローゼ/ミントリーブ クール スカルプスプレー
毎年同じシリーズの**スカルプスプレー**を購入しており、今年は追加でボディスプレーも購入しました。どちらも会社のデスクに置いてます。頭皮、顔面多汗症なのですが、どちらも使用することによって汗がひきます。

アユラ/アロマボディシート
毎年梅雨の時期になったら買い溜めしています。清涼感などは他にも優れた商品がたくさんあるのですが、こちらの**ボディシート**はとにかく拭いたあと自分の体から香るニオイが物凄く良いです。

コーセーコスメニエンス/メイクキープ パウダー COOL
気になっていたパウダーに**クールタイプ**が出たので購入。仕上げのパウダーとして、付属のパフを使い使用。猛暑日に使用しましたがほとんど崩れない！よれない！！感動しました。ヒヤッと感はそのままで感じなかったのですが、崩れにくさに感動。



コロナ禍以降も「ご自愛」ブームは継続！ 今後も要注目

その他

私のご自愛ルーティン
(過去3か月平均と比べて4.5倍/
前年同月の出現ナシ)

「#私のご自愛ルーティン」というハッシュタグのクチコミが増加！もともとはPRによる投稿に使われることが多かったようですが、PR以外の購入品クチコミにも使われるようになってきたようです。SNSやクチコミをみると、「ご自愛ルーティン」は夜のひとり時間にゆっくり、或いは、朝のカンフル剤に、といった使い方をしている人が散見されます。コロナ禍に関心が高まったといわれる、自分を労わる「ご自愛」を大事にする流れは現在も続いており、今後も要注目です。

SABON(サボン)/フェイスポリッシャー リフレッシング
今日はこれを使うぞ！という気持ちで朝が弱くても起きられます笑 容器もコロンとしていてSABONのロゴがかわいいです。全てがツボで完全に感動しました。
#私のご自愛ルーティン

VT(ブイティー)/リードルショットEX ビタミンモデリングパック
ほんっとにトーンアップともっちり感にびっくりした これから暑い夏の紫外線受けた肌やクールダウンしてビタミンケアしたいときにストックしておきたいと思いました
#私のご自愛ルーティン



※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、@cosme OSAKA及び@cosme STORE ベースメイクアイテム 売り上げランキング (集計期間：2024/06/23～2024/07/22)



本格的な夏が始まった7月。35度を超える猛暑日やゲリラ豪雨が連日続き、汗や蒸し暑さによるメイク崩れが気になる人も多かったのではないのでしょうか。そこで今回は@cosme TOKYO、OSAKA及び@cosme STORE全館のベースメイクアイテムの売り上げランキングを紹介いたします。2年前の同時期にも同じカテゴリをテーマにランキングを発表しましたが、驚くことに、メイク崩れを抑える化粧下地がランキングのほとんどを占めていた2年前に比べ、今年はパウダー系のアイテムが数多くランクイン。商品数だけでみると**2商品(2年前)→5商品(今年)と2.5倍にアップ!**2年前に第1位に輝いていたコーセーの大人気メイクキープミストも、今年はパウダータイプが第5位に躍り出ています。2年前といえばマスク生活によってノーファンデや下地で済ませるベースメイクがトレンドになっていた印象ですが、マスク生活が落ち着き、ファンデーションを使ったベースメイクを復活させている人も増えている中で、夏の暑さも年々厳しさを増していることから、生活者の気持ちが「マスクで顔が隠れるので、ベースメイクに使うアイテムはできる限り少なくしつつ、メイク崩れは防ぎたい」から「ベースメイクはしっかりしつつも、暑さ(汗・皮脂)によるメイク崩れも防ぎたい」へと変化していていることが考えられ、この夏のパウダーアイテムの人気に繋がっているのかもしれない。

@cosme TOKYO、@cosme OSAKA及び@cosme STORE 『ベースメイクアイテム』売り上げランキング

1

クレ・ド・ポー ボーテ
ヴォワールコレクチュールn



2

イニスフリー
ノーセバム ミネラルパウダー N



3

コスメデコルテ
ルース パウダー



4

コスメデコルテ
サンシェルター マルチ プロテクション
トーンアップCC



5

コーセーコスメニエンス
メイク キープ パウダー



6

NARS
ライトリフレクティング
セッティングパウダー プレスト N



7

Chacott COSMETICS
フィニッシングパウダー マット



8

セザンヌ
皮脂テカリ防止下地



9

マキアージュ
ドラマティックスキンセンサーベース NEO



10

Wonjungyo
ウォンジョンヨ トーンアップベース NA



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。2,000万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。



@cosme初のフラッグシップショップ 「@cosme TOKYO」

原宿駅前にあ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初のフラッグシップショップ「@cosme TOKYO」でのロケ取材も可能です。



関西初のフラッグシップショップ 「@cosme OSAKA」

大阪・梅田駅に直結するルクア イーレ3階に位置する関西初のフラッグシップショップ「@cosme OSAKA」。@cosme TOKYOに次ぐ売場面積270坪、500ブランド1万2千商品を取りそろえた「@cosme OSAKA」でも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／井川／久保／大澤／岡田

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