



@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

コラム：リアルタイムな猛暑の気持ちと 秋の気配も入り混じった8月のクチコミトレンド
<https://business.cosme.net/column/research-kuchikomi-202308>

目次

1. @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド

- ・ニードル系新商品が話題！「リードルショット」がトレンドイン
引き続き成分ブーム、「バイオーム」製品のクチコミ増！
 - ・下地以上ファンデ未満の需要ありつつも、新作ファンデへの興味復活か
 - ・韓国への旅行が復活したからこそ？カラーは日本限定色が話題
 - ・パーソナルカラーに新たな動き、「オバベ」が増加！
- 資生堂「インウイ」が復活、当時の愛用者が歓喜
- ・続く紅茶の香りブーム、柔軟剤「ウーロンティー」の香りも人気
 - ・サンプルアイテム、現品に近い使用体験が支持に繋がる？
 - ・昨今のツールブーム、その流れは「付属品」アイテムにも？

2. @cosmeクチコミ総合ランキング（集計期間：2023/10/26～2023/11/1）

今、どんな商品がクチコミされているのか、1位は意外にもあの人気ヘアケアアイテム！
定番から新作までメイクアップアイテムが幅広くにランクイン！メイクへの関心戻る！

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9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

ニードル系新商品が話題！「リードルショット」がトレンドイン 引き続き成分ブーム、「バイオーム」製品のクチコミ増！

スキンケア

リードルショット
(過去3か月平均と比べて2.8倍)

バイオーム
(過去3か月平均と比べて14倍)

9月のスキンケアカテゴリでは、今年の7月、韓国コスメブランド「VT（ブイティー）」より新たに発売された「リードルショットライ」が話題を集めています。VT以外のニードル系アイテムにも注目が集まっており、今後の攻めのスキンケアの代表となっていくかもしれません。また、生活者の成分に対する関心も引き続き高く、韓国製品で多くみられる「バイオーム」が配合されている商品のクチコミが増加しています。

VT(ブイティー) リードルショット100
VT話題のスキンケア リードルショット！美容針というのがどの位の刺激なのか…
使うまでドキドキしてましたが、これが意外とクセになる使い心地

VT(ブイティー) リードルショット300
いま話題のリードルショット！
100と悩みましたが、せっかくならと300にしました。

魔女工場 ビフィタバイオームセラムトナー
お肌に塗る乳酸菌とバイオームが配合されているスキンケア用品に興味を持ち、
こちらを購入することにしました。

ランコム ジェニフィックアドバンストN
ジェニフィック アドバンスト Nは、肌に生まれ持つ美肌菌に着目して、
プレバイオティクスとプロバイオティクス由来成分を配合し、
こうした成分が肌のマイクロバイオーム（常在菌叢）を整え、
肌のバリア機能と回復力を高めるのだそうです。



下地以上ファンデ未満の需要ありつつも、新作ファンデへの興味復活か

メイクアップ

新作ファンデ
(過去3か月平均と比べて6.2倍)

下地以上ファンデ未満
(過去3か月平均と比べて2.4倍)

コロナ過ではマスク着用の影響で、ファンデーション離れが起きていましたが、9月は新作ファンデーションに対するクチコミが増加しており、ファンデーションへの興味戻ってきたように感じます。新作ファンデーションへの興味戻ってきた一方で、下地以上ファンデ未満の需要も引き続き高いようです。冬になるとマスクの使用率も増えるのでは、ゆとを考えると、今後おシチュエーションに応じて使い分けるといった人も出てきそうです。

アディクション アディクション ザ ファンデーション リフトグロウ
今期の新作ファンデで1番注目していてサンプルを試して購入しました！

KANEBO カネボウ コンフォートスキン ウェア
この秋は新作ファンデがたくさん出て、正直他の製品に目移りもしますが、
下地なしフェイスパウダーなしでOKという気軽さと心強さは
唯一無二だと思って使い続けます！！

ポール & ジョー ボーテ シースルー ヴェール コンパクト
下地以上ファンデ未満、とはまさに！塗っただけ、テクいらずでお肌が綺麗に見えます。



メイクアップ

日本限定色
(過去3か月平均と比べて2.2倍)

韓国への旅行が復活したからこそ？ カラーは日本限定色が話題

韓国の人気ブランド「rom&nd」や今年9月に日本初上陸を果たした韓国のラグジュアリーブランド「HERA」等、韓国ブランドの日本限定色が話題になっています。コロナが落ち着いたことで、韓国への旅行も戻ってきているからこそ、“日本でしか買えない”ことが、今後価値になっていくかもしれません。

rom&nd ジューシーラスティングティント / 34 bare tangerine
日本限定色、大ヒットした商品の軽めの色合いシリーズとあって、
濃い色のシリーズよりかなり肌に馴染みます。

HERA センシュアルヌードバーム / #460 ハーモニー
460ハーモニー日本限定色 シアーなレッドブラウン
透け感あるのでブラウンが深すぎず、日常使いオフィス使いでも◎

Milk Touch オールデイボリュームアンドカールマスカラ / ローズブラウン
日本限定色のローズブラウン 秋から冬にかけて大活躍の予感のカラーで
ボリューム&カールだから 目がぱっちりしてお気に入り



※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



パーソナルカラーに新たな動き、「オバベ」が増加 資生堂「インウイ」が復活、当時の愛用者が歓喜

その他

オバベ

(過去3か月平均と比べて3.7倍)

インウイ復活

(2015年以来初出現)

芸能界ヘアメイク歴35年のヘアメイク職人“化け子”さんの発した「オバベ」という造語ワードがクチコミでも増加傾向。50代以上のシニア人口が半数を占める日本において、今後共感する人がますます増えていきそうです。しかし、年齢が上がるにつれて情報感度は下がっていくので、おそらくじわじわと時間をかけて浸透していくのではないのでしょうか。また、世代関連の話題がもうひとつ。9月に資生堂が、1976年から展開するメイクブランド「インウイ (INOUI)」を化粧品専門店ブランドとして発売しました。主にかけて愛用していた40代以上の方たちを中心に懐かしむクチコミが寄せられています。

WHOMEE コントロールカラーベースN
思いのほか、イエロートーンがしっかりしていて、

オバベのくすんだ赤ら顔を穏やかに補正してくれます (61歳)

SUQQU(スック) SUQQU ザ ルース パウダー

イエベ&オバベ、乾燥肌の私はパープル系のパウダーはグレーに
発色しきれないのが鬼門ですが、このパウダーは大丈夫でした。(51歳)

インウイ アイブローパレット

インウイ復活…おめでとうございます！

すごく懐かしく…うれしすぎて買いました。(49歳)

インウイ パウダーファンデーション

20代の頃使っていたブランド インウイ復活本当嬉しい！(47歳)



オバベとは？

これまで数々の大物女優のヘアメイクを担当した熟女の肌の第一人者であり、自身も熟女であるヘアメイク職人 化け子さんの造語。「イエベ」でも「ブルベ」でもないアラフィフの老化でくすんだ肌を指す

続く紅茶の香りブーム

柔軟剤「ウーロンティー」の香りも人気

ここ数年、紅茶の香りがフレグランスに限らず様々なアイテムで注目を集めていますが、この夏に発売されたランドリンの新たな柔軟剤シリーズ『グッドティータイム(GOOD TEA TIME)』のウーロンティーの香りも受け入れられているようです。

ランドリン 柔軟剤 ウーロンティーの香り

紅茶の香りが好きなので、テスターを嗅ぎ比べて一番好きだったこちらを購入してみました。

ウーロンティーということで少しウッディーで大人な印象のおしゃれな香りです。

ランドリン 柔軟剤 ウーロンティーの香り

ウーロンティー、ホワイトティー、ダーズリモンティーを購入しました。
ウーロンティーが一番のお気に入りです。爽やかでありながら上品で素敵な香りです。



その他

Gマーク

(過去3か月平均と比べて6.1倍)

サンプルアイテム

現品に近い使用体験が支持に繋がる？

500円のトライアルアイテムを限定販売したジバンシイ「プリズム・リーブル」のクチコミ内で、サンプル商品でも「Gマーク」が再現されていることに対する喜びのクチコミがみられました。これからは、サンプルでもバウチでは得られない現品に近い試用体験をきちんと提供できるブランドが支持されていくかもしれません。

ジバンシイ プリズム・リーブル

500円のトライアルが限定販売されるとのことで、発売日当日即購入しました。
こんな小さなトライアルでも、ちゃんとGマークでパウダーが出てくるのに感動…！！

ジバンシイ プリズム・リーブル

サンプルサイズなのにちゃんとGマークが入っていて嬉しくなりました。



※画像は現品サイズです

昨今のツールブーム

その流れは「付属品」アイテムにも？

今年秋に発売されたプリマヴィスタ「プリマヴィスタデイトリートメントバーム<ローラータイプ>」へのクチコミ内で「ローラー」というワードが増加しています。昨今、スポンジやブラシなど、ツールへの注目が高まっていますが、その流れは付属品にもくるかもしれません。

プリマヴィスタ プリマヴィスタデイトリートメントバーム<ローラータイプ>

ローラータイプのファンデーションが面白いと思ったので購入しました。

プリマヴィスタ プリマヴィスタデイトリートメントバーム<ローラータイプ>

ローラーなので肌摩擦が少なく、カサつきが気になっている時にも最適です。



※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クチコミ総合ランキング (集計期間：2023/10/26～2023/11/1)



今、どんな商品にクチコミがされ注目を集めているのか。@cosmeのクチコミ総合ランキング（集計期間：2023/10/26～2023/11/1）見てみると、意外にも1位はヘアケアアイテム「オルビス エッセンスインヘアミルク」でした。2011年に発売開始した商品ですが、昨年SNSバズったことがきっかけに注目を集め、販売から10年以上経ってから初のベストコスメ受賞するなど、異例のヒットを続ける商品です。その他にもケイト「リップモンスター」や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」など、継続して人気を集めている定番アイテムもランクインしていますが、9月に発売以降、すでに大きな注目を集めているSHISEIDO「エッセンス スキングロウ ファンデーション」や、7月に発売された韓国の人気ブランドrom&ndの「ハンオールブロウカラ」など、今年発売された商品もランクインしています。ベースメイクからアイ、アイブロウ、リップとメイクアップが7商品がランクインしており、メイクへの関心が確実に戻ってきたといえる結果なのではないでしょうか。

@cosmeクチコミ総合ランキング

(集計期間：2023/10/26～2023/11/1)

1

オルビス
エッセンスインヘアミルク



2

ケイト
リップモンスター



3

SHISEIDO
エッセンス スキングロウ ファンデーション



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

クレ・ド・ポー ボーテ
ヴォワールコレクチュールn



6

rom&nd
ハンオールブロウカラ



7

エリクシール
リフトモイスト ローション S P II



8

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



9

ヒロインメイク
スピーディーマスカラリムーバー



10

キャンメイク
クリーミータッチライナー



(集計期間：2023/10/26～2023/11/1)



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。



@cosme初の旗艦ショップ 「@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初の旗艦ショップ「@cosme TOKYO」でのロケ取材も可能です。

2023年9月1日オープン！ 関西初の旗艦ショップ 「@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旗艦ショップ「@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／坂井／近藤／井川／岡田

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