

2024年4月版

@cosmeトレンド情報便

@cosme | for BUSINESS

1. 2024年2月度 @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド

- ・「ヨザクラグロウ」「桜鏡」「むっちり」「スティック型」ほか
- ・@cosme TOKYOアイシャドウ売り上げランキング（集計期間：2024/02/25～2024/03/24）

2. 最新リリース情報

- ・アイスタイルと花王が『RNA共創コンソーシアム』を設立

3. トレンドコラム・事例のご紹介

- ・【クチコミトレンド】生活者が求める安心感とコスメへの要求とは!?
- ・日焼け止め、高機能スキンケアなど、春夏に向けた生活者のコスメの選び方とは!?
- ・ケイト、キャンメイク他：認知度バツグンの@cosme OSAKAのポップアップストアA
- ・AESTURA、ベネフィーク他：買い回り客の目に必ず留まる好立地！@cosme OSAKAのポップアップストアB
- ・花王で実施した「美容業界イノベーションワークショップ2Days」

2023年2月度

@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。この約8万語すべての2015年以降の月次出現率を調べ、2024年2月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

1月に続き、「むっちり」「マットハイライト」が2か月連続でトレンドイン 「むっちり」の人気ゆえに「リップオイル」が増加傾向に。

※ピックアップした以下キーワードはまだ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。

メイク
アップ

むっちり/リップオイル
(過去3か月平均と比べて1.9倍/2.5倍)

リップのトレンドは「むっちり」が継続。「むっちり」の人気ゆえか、「リップオイル」が増加の兆し。

KANEBO
ルージュスターヴァイブラント

なめらかな塗り心地で、美容液リップの名の通り、保湿感が続きます。ティントでは無いですが、色持ちも良く、汚く落ちる感がありません。
むっちりとした膜厚感とツヤで唇が立体的に見えます。



クラランス
リップコンフォートオイル

びっくりするほどプルプル感が持続する効果がしっかりあるリップオイル！ **これ塗って次の日の朝唇の保湿感大満足です**



メイク
アップ

マットハイライト
(過去3か月平均と比べて4.7倍)

JUDYDOLLやTIMAGEが“バズった”ことで、マットハイライトが注目されているようです。

JUDYDOLL
メリハリマスターパレット

マットのハイライトが非常に良い仕事をしてくれるんです！鼻筋に使うと鼻が高く見えるし、ほうれい線の始まりやアイホールに仕込むとハリがあるように見えるのでおすすめ。ビューティスポットにいれるとゴルゴラインも目立たなくなります。キラキラの方は鼻根や鼻頭、目頭のハイライトに最適！



TIMAGE (彩棠)
ハイライト・シェーディングパレット

私はあまりシェーディング、ハイライトが得意ではなく、メイクの時にはほとんど使用していませんでしたが、TIMAGEのシェーディングの3色パレットは美容系YouTuberの人も使っていて、実際に使ってみると一気にたくさん色が乗る訳ではないので上手にシェーディング、ハイライトが出来てオススメです (略)



春に近づき、「春色」についての話題が増加傾向。 「ヨザクラグロウ」「桜鏡」など、春らしいネーミング自体に惹かれている声も複数ありました。

※ピックアップした以下キーワードはまだ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。

メイク
アップ

春色/大人ピンク/サクラピンク/ヨザクラグロウ/桜鏡 (過去3か月平均と比べて9.4倍/3.5倍/10.3倍/ 28.6倍/ 6.7倍)

2月になり、昨年以上に「春色」を求める声が増加。新色発売のシーズンでもあり、多くの春コスメ、新色コスメがクチコミに登場しています。同じピンクでも「大人ピンク」の出現が増加中です。

春色

ルナソル
アイカラーレーション

春色に惹かれて購入。

グリーンは使いづらいかなと思いましたが、最後にふわっと重ねると優しく発色してくれてとてもかわいかったです。



春色

エトヴォス
ミネラルクラッシュシャドー

気になった春色パレット。一見派手そうなピンクだけどつけるとほんのりかわいくパツと目元が明るくなります。下二色のイエロー&オレンジの組み合わせも春らしくて好き。



大人ピンク

キャンメイク
シルキースフレアイズ(マットタイプ)

まずチュチュバレーナっていうネーミングがもう可愛い！その名の通りふんわりとした甘さ控えめな微糖オトナピンク。



サクラピンク

コーセー コスメニエンス
メイク キープ パウダー

限定のサクラピンクが可愛くて購入しました。パウダーが細かくサラサラ。肌に透明感が出て綺麗に見えます。ミニサイズなのも、お直し用に持ち歩きできるので便利です！



ヨザクラグロウ

セザンヌ
フェイスグロウカラー

春の青みカラーでとっても可愛いです！透明感、青み、ツヤ好きにはたまらないカラー。儂い青みピンクでキラキラ。ヨザクラグロウというネーミングを考えた方に拍手したい！



桜鏡

SUQQU(スック)
シグニチャー カラーアイズ

春らしい質感。右上と左下のラムは瑞々しい輝き、左上と右下のマットはほんのり透けてほわっと色づきます。



1月のトレンドにも入っていた「花粉」に関するお悩みは引き続き、更に増加傾向に。 パッケージや容器の形状では今「スティック型」に新たに注目か!?

※ピックアップした以下キーワードはまだ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。

季節

花粉/微粒子

(昨年同月と比べて4.2倍/1.4倍)

昨年以上に「花粉」キーワードが多く出現。あわせて、空気中の「微粒子」から肌を守ることを求める声も増加が見られました。

MEDIHEAL(メディヒール)
N.M.F アクア アンプルマスクJEX

乾燥と花粉で春がいちばん肌がゆらぐのですが、こちらのシートマスクでしっかり保湿すると、翌日の肌が全然違います。お値段もお手頃なので、デイリー使いしやすいです。

dプログラム
アレバリア ミスト N

花粉・ほこりなどの微粒子の汚れからお肌を守ったり、乾燥が気になる方にオススメの敏感肌用ミスト状化粧水。いつも持ち歩いてるよ!

アディクション
ザ ファンデーション リフトグロウ

微粒子からお肌を守る、ということでは花粉症の季節に良いかなと思ったことと、テクニック要らずでメリハリ感のあるベースメイクが作れたら嬉しいなと思い購入してみました。



その他

スティック型

(過去3か月平均と比べて2.9倍)

日中も使えるスティック型スキンケアや、スティック型シェーディング等に加え、ディオールのスティック型香水が発売されたことで「スティック型」の出現が増加したようです。

ディオール
ミス ディオール ブルーミング ブーケ ミニ ミス

とにかくパッケージが可愛くて購入！スティック型で、まるでリップバームのような形状をしているので、外出先でもサッと塗るのが嬉しいところ。スティック部分までDIORの刻印がされているのは、さすがだなと！



ONE BY KOSE
リンクルダブルリペア

スティック型なのでベタつきすぎる事もなく塗りやすかったです。メイクした後も目の下がしっかり保湿されたおかげか心なしかふっくらしていました。



メイクの話題が豊富だった2月。

季節によって人気な色味も変化しやすいカラーアイテム・アイシャドウは今どんなアイテムが人気なのでしょう。

原宿駅前にある@cosme TOKYOのアイシャドウ売り上げランキングを見てみると、**全体的に落ち着いたベージュや淡いピンクカラーが多い印象**です。

今回のランキングは集計期間中に1週間開催していた2つのポップアップイベントの影響を大きく受けて、1位、5位には齊藤早紀さんプロデュースコスメブランド「SELVE」のアイシャドウ「マイミューズパレット」がランクイン。

2位、3位、7位にはキャンメイクのアイシャドウ2種がランクインしていました。新作では、**うそつきマスカラが大ヒットしたピメル「うそつきライン」から新たに登場した涙袋アイカラー「うそつき涙袋」が4位**に。その他には、マジョリカ マジョルカやボビー ブラウンの定番アイシャドウの人気色やコスメデコルテの人気アイシャドウがランクインする結果となりました。



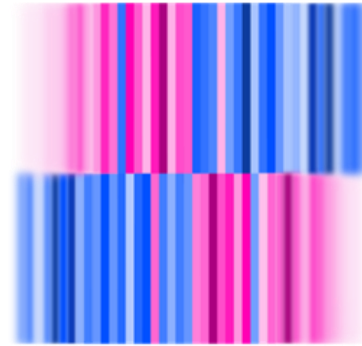
@cosme TOKYOアイシャドウ売り上げランキング
 (集計期間：2024/02/25～2024/03/24)

1	SELVE マイミューズパレット / 03ラテグロウ	
2	キャンメイク ブランぷくコーデアイズ / 01 アプリコットブランぷく	
3	キャンメイク ブランぷくコーデアイズ / 02 サクラブランぷく	
4	pdc ピメル パーフェクトアイバッグペンシル / ピンクベージュ	
5	SELVE マイミューズパレット / 01アンティークローズ	
6	セザンヌ ベージュトーンアイシャドウ / 01ナッツベージュ	
7	キャンメイク プティパレットアイズ / 03 ミニヨンヌリボン	
8	マジョリカ マジョルカ シャドーカスタマイズ / BE286 ゴージャス姉妹	
9	ボビー ブラウン リュクス アイシャドウ / ムーンストーン(パール ピンクゴールド)	
10	コスメデコルテ アイグロウジェム スキンシャドウ / 13G apricot tea	

(集計期間：2024/02/25～2024/03/24)

最新リリース情報

企業の垣根を超えて「作る」「売る」「選ぶ」の新基準を制定し、
ビューティ&ヘルス産業 全体で、サステナブルな消費サイクル実現に挑む



R N A 共 創 コ ン ソ ー シ ア ム

株式会社アイスタイルと花王株式会社は、2024年3月11日、ビューティ&ヘルス産業のサステナブルな発展のため、
「皮脂RNAモニタリング *1」技術を核としたビジネス共創をめざす「RNA共創コンソーシアム」を共同設立しました。

*1：2022年3月7日プレスリリース

アイスタイルと花王 皮脂RNAモニタリング技術を応用し、自分の肌に合う化粧品との出会いを創出～2022年春から顧客満足と商品廃棄削減をめざす共同取り組みを開始～

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2022/03/0307.html>

リリース詳細はこちらよりご覧ください

<https://www.istyle.co.jp/news/press/2024/03/0311.html>

トレンドコラム・事例のご紹介

@cosmeのサーチプランナーが“クチコミの裏に隠されたもうひとつの意味”を読み解く

【リサーチチームのクチコミトレンドコラム】

「底上げ」「保護される」
「赤み消し／上気する」他

＼@cosmeトレンド情報便に掲載中のキーワードを深掘り！／

←無料ダウンロードできます！

原田：今回、気になるキーワードとしてふたりとも同じ「赤み消し／上気する」を選ばせていただきました。

西原：ひとりの投稿者のクチコミにこの両方が出てくるわけではないのですが、この「赤みを消す」というのと「上気したように見せたい」という逆の意味を指すクチコミがどちらも増加するというのはとても興味深いと思っています。

原田：この「上気する」というキーワードは以前より伸びていますが、生活者の心の中を深読みすると「自分が幸せに生きているよっていう幸福感みたいなのを演出したい」ということなのではないでしょうか。同様に多幸感というクチコミも増えているように、こういった生活者の思いというのはコロナが過ぎても継続しています。対して「赤み消し」は最近よく人に会うようになって、ひと目が気になるということだと思います。割と最近よく見られるようになったキーワードです。

コラムの続きは[こちら](#)から

2024年の春夏コスメトレンドとして、@cosme編集部が注目する代表的な4つテーマとそのアイテム

2023 @cosme ベストコスメアワード
 パーソナルカラー別
リップモンスター図鑑
 MIXカラーも!

2024年最新
 日焼け止め特集

【編集部先取りコスメトレンド】
 日焼け止め・高機能スキンケア・キラキラ・桜コスメ
 <2024SS>

春新作コスメ
 敏感肌向け
 スキンケア

ナチュラルに盛れる!
 アイメイク
 29選

@cosme編集部インタビュー！@cosmeユーザーに好評だった特集と共に今どきの「求められるアイテムとは？」「コスメの選び方とは？」を探ります。

2024SSのトレンド①：使い心地で選ぶ「日焼け止め」はもう夏のアイテムではない!?

ー現在、市場にある日焼け止めの多くがSPF50+、PA++++とされています。そうすると生活者は「紫外線予防効果」で選ぶということ**はほぼないのではないのでしょうか。**

化粧品開発の技術も各段に向上し、数値が高いと肌に負担だからというような選び方をする人もおらず、またそのような商品もなく、みなさんは安心感を持ってコスメを選んでいると思います（@cosme編集部 井上）

コラムの続きは[こちら](#)から

@cosme OSAKAの店舗の中で一番“目立つ場所”として注目されるイベントの実施が可能



今回の@cosme OSAKAマガジンでは下記4ブランドの事例をご紹介します！詳細は事例記事をご覧ください。

■ Joocyee様
ポップアップストア A事例



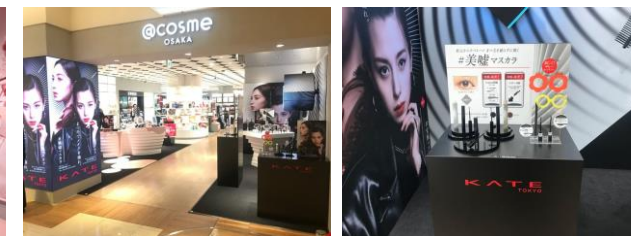
■ キャンメイク様
ポップアップストア A事例



■ Perfect Diary様
ポップアップストア A事例



■ ケイト様
ポップアップストア A事例



事例の詳細は[こちら](#)から

@cosme OSAKAの店舗の中心に位置し、店内での通行量が一番多い場所でイベントの実施が可能



今回の@cosme OSAKAマガジンでは下記4ブランドの事例をご紹介します！詳細は事例記事をご覧ください。

■ AESTURA様
ポップアップストア B事例

■ ベネフィーク様
ポップアップストア B事例



■ ナンバースズイン(numbuzin)様
ポップアップストア B事例

■ DECENCIA(ディセンシア)様
ポップアップストア B事例



事例の詳細は[こちら](#)から

受講者96%が満足と回答。花王で実施した「美容業界イノベーションワークショップ2Days」をご紹介します



アイスタイルでは、これから変化のスピードがますます早くなる時代に向けて、イノベーション視点を常に持ち、事業を創り切り開いていくためのサポートプログラムとして、「美容業界DX推進 研修プログラム」を提供しています。

<美容業界イノベーションワークショップ2Daysプランとは>

「美容業界イノベーションワークショップ2Daysプラン」は、美容業界のDX推進のために必要なトレンドの理解、部署をまたがった議論が可能な「ブリッジ人材」育成支援、イノベーション関連の「リスクリング」を目的としてアイスタイルが未来戦略コンサルティングを得意とするD4DR株式会社と共同開発したプログラムです。

[>>美容業界DX推進 研修プログラム とは](#)

今回は「美容業界イノベーションワークショップ2Days」の詳細と花王で実施した事例をご紹介します。

事例の続きは[こちら](#)から

内容に関するお問い合わせは下記よりお願いいたします。

[お問い合わせはこちら](#)

会社概要



社名： 株式会社アイスタイル
拠点： 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 34 階
設立： 1999年7月27日
資本金： 5,467百万円
事業概要： 美容系総合サイト「@cosme（アットコスメ）」の企画・運営
関連広告サービス、マーケティング・リサーチサービスの提供
URL： <https://www.istyle.co.jp/>
e-mail： [info @ istyle.co.jp](mailto:info@istyle.co.jp)

アイスタイルは、コスメ・美容の総合サイト「@cosme」を核に、化粧品EC「@cosme SHOPPING」やコスメセレクトショップ「@cosme STORE」の運営など、美容領域で多様な事業を国内外で展開しております。

また、@cosmeに集まるユーザーの声と、オンライン・オフラインの購買データを蓄積したデータベースを基に、化粧品ブランドのマーケティング支援を行っております。

@cosme | for BUSINESS