

山田メユミ

株式会社アイスポット代表取締役社長 兼 株式会社アイスタイル取締役

タイトル：消費者動向の変化と最新美容トレンド

【要旨】

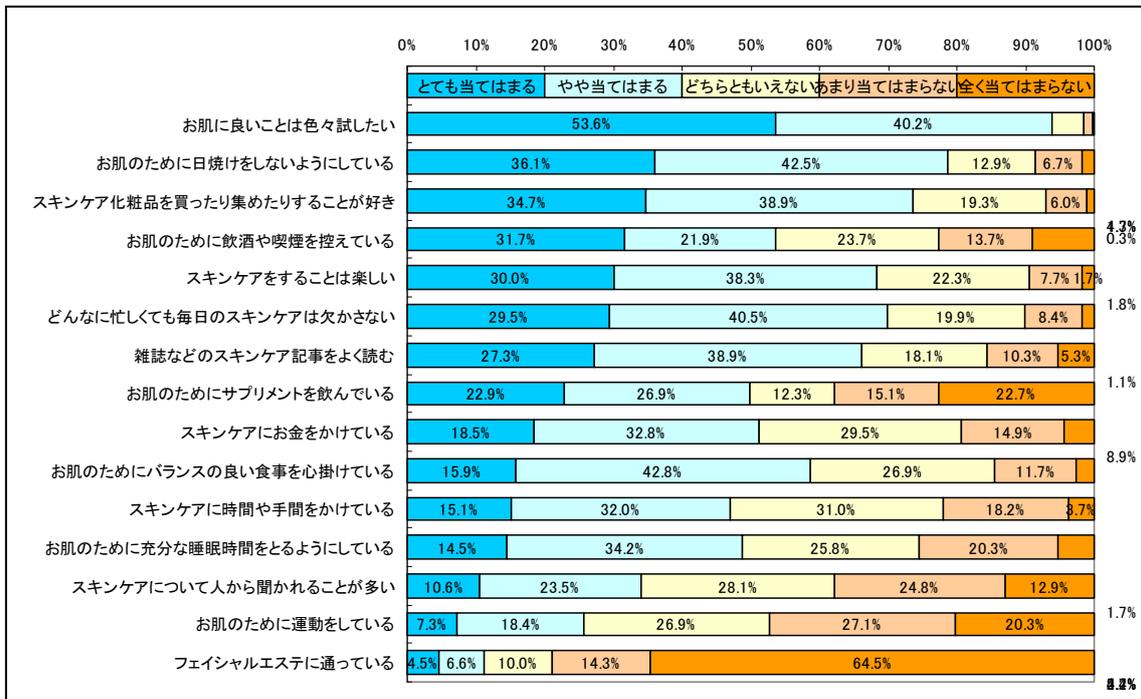
2000年以降、インターネットの普及にともない、必要な時に必要な情報を能動的に取得し、自分なりの価値観や判断軸で商品やサービスを選択する『賢い消費者』が急激に増えた。

また2011年春に起きた東日本大震災や長引く経済不況の影響、環境問題への意識向上も手伝い、消費全般において節約・節制志向が高まっている傾向にあり、「節約できる部分は極力抑え、納得できるものや他に代えられないものにはしっかり投資する」メリハリ型の消費行動が広がっている。もはや「安かろう、悪かろう」は許容されず、「安いのに高品質」が当たり前要求される時代。サービス選択の基準は一層シビアになっていくものと思われる、単なるコストパフォーマンスではなく『自分にとってそれを選ぶ理由があるかどうか』がさらに重視されていくのではないかと感じている。

顧客ニーズの多様化に伴い、消費スタイルそのものにも『モノ消費からコト消費へ』変化が見受けられる。例えば「キレイな素肌を手に入れたい」と望む女性が注目するのは、化粧品やサプリメントといった消費財だけではなく、毎日の食事や睡眠、喫煙飲酒といった生活習慣、家電やフィットネス、エステサービス等、多岐に渡っており、またこうした情報がブログやSNS（ソーシャルネットワークサービス）によって生活者同士で積極的に情報交換されていく現状もある。

講演当日は直近のクチコミランキングの結果を踏まえながら、最新美容トレンドについても考察する。

<スキンケアに対する考え方、普段の生活についての@c o s m eメンバーアンケート>



2011年8月実施の自社調査 n=1,500

2011 年@cosme ベストコスメ大賞 総合ランキング

順位	メーカー名	ブランド名	商品名
1	パルファン・クリスチャン・ディオール	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
2	大創産業	ザ・ダイソー	パフ・スポンジ専用洗剤
3	資生堂	資生堂	ファンデーションブラシ 131
4	ユースキン製薬	ユースキン A	ユースキン A
5	レキットベンキーズー・ジャパン	ドクター・ショール	寝ながらメディキュット ロング
6	花王	メリット	シャンプーブラシ
7	ハウス オブ ローゼ	ハウス オブ ローゼ	Oh! Baby ボディ スムーザー N
8	良品計画	無印良品	洗顔用泡立てネット
9	カネボウ化粧品	ケイト	デザイニングアイブrouN
10	シービック	デオナチュレ	足指さらさらクリーム
11	シャネル	シャネル	レ キャトル オンブル
12	井田ラボラトリーズ	キャンメイク	ラッシュケアエッセンス
13	ランコム	ランコム	ヴィジョネア セラム
14	ロレアル パリ	ロレアル パリ	ラッシュ セラム
15	ランコム	ランコム	ジェニフィック
16	コーセー	ヴィセ	グラムヌード アイズ
17	シャネル	シャネル	ジュ コントウラスト
18	カネボウ化粧品	ルナソル	スキンモデリングアイズ
19	ヘレナ ルビンスタイン	ヘレナ ルビンスタイン	プロディジー P.C. セラム
20	M・A・C	M・A・C	スモール アイシャドウ

アットコスメのTOP画面



アットコスメとは：

会員数 180 万人、化粧品クチコミ数 1,00 万件、月間 3 億 PV の日本最大の化粧品・美容のポータルサイト

PC 版：<http://www.cosme.net/>

モバイル版：<http://m.cosme.net/>

スマートフォン版：<http://s.cosme.net/>