

トレンダーズ、Xと共同で美容情報の実態調査を実施

第四弾は“韓国コスメ”のX内トレンドを調査・分析

トレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証グロース上場：証券コード 6069）は、X Corp. Japan 株式会社と共同で、Xにおける美容情報の発信や検索に関する調査分析を実施しています。この度「日焼け止め」「美容成分」「ヘアケア」に関する調査に続く第四弾として、「韓国コスメ」に関する調査を行いました。

◆ 韓国コスメに関する投稿量は 2024年9月には月間 100万件近くに

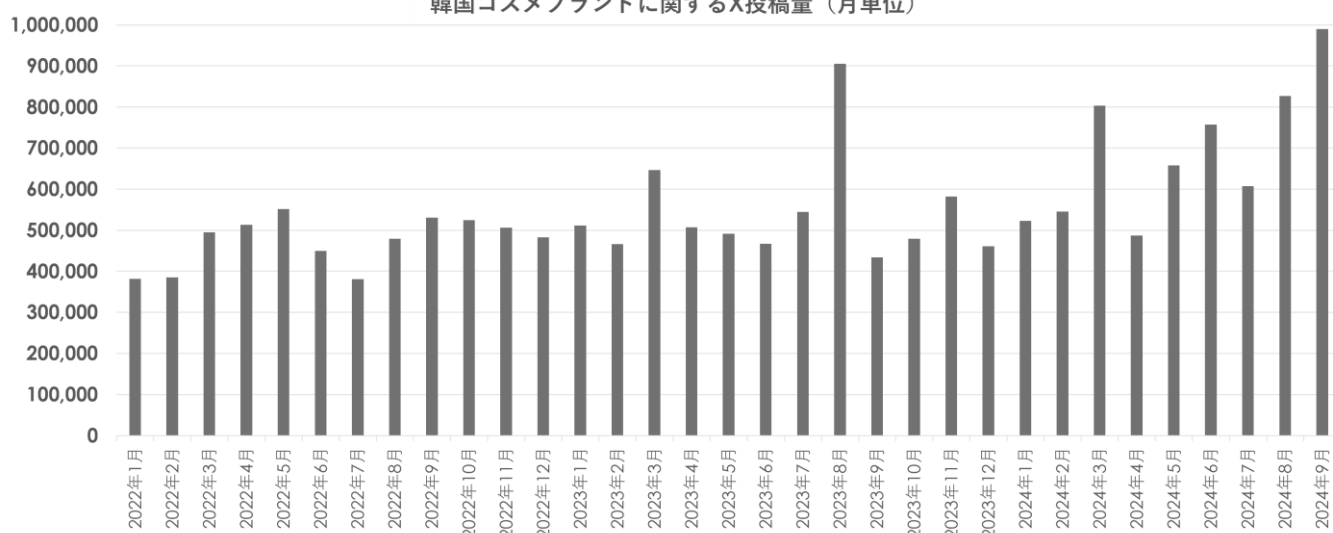
日本国内での人気が衰えず、その人気がブームから定番化している韓国コスメ。今回の調査ではその韓国コスメがX内でどのように語られているのかを調べました。

はじめに、韓国コスメ 31 ブランド（※）のXにおける2022年1月～2024年9月の月次の投稿量の推移を調べたところ、2024年3月から増加傾向にあり、2024年9月には98万9,349件と月間100万件近い投稿量があることが分かりました。これは2023年9月の43万4,227件の約2.3倍の投稿量となっています。

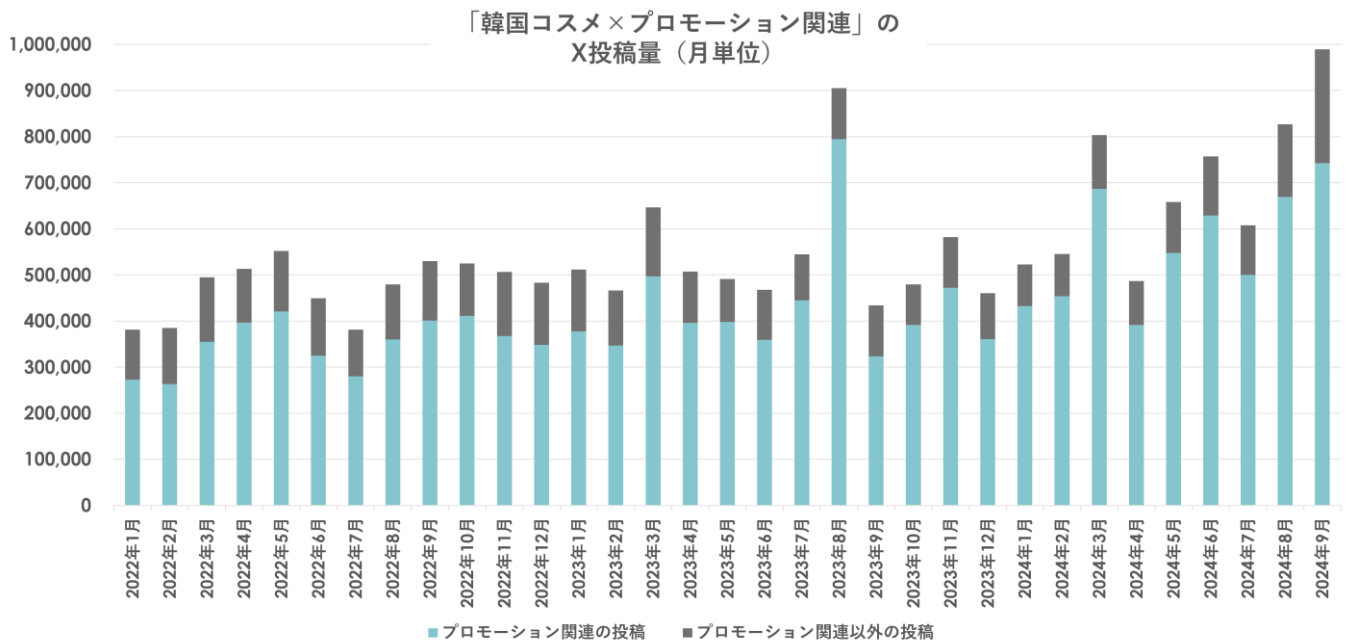
※調査対象とした31の韓国ブランド（順不同）

numbuzin、rom&nd、Anua、medicube、Dinto、WAKEMAKE、d'Alba、moremo、COSRX、Torriden、dasique、BANILA CO、peripera、KUNDAL、LANEIGE、SKINFOOD、MISSHA、INNISFREE、hince、BIOHEAL BOH、ma:nyo、AESTURA、TIRTIR、NATURE REPUBLIC、Dr.G、ByUR、ETUDE、CLIO、MEDIHEAL、A'pieu、3CE

韓国コスメブランドに関するX投稿量（月単位）



韓国コスメに関する投稿量が急増している要因には、韓国のコスメブランドが日本国内でのプロモーションを強化しているという背景があります。実際に投稿量に占めるプロモーション関連の投稿（「リツイート」「RT」「リポスト」「#PR」「#AD」を含む投稿）を見てみると、投稿量と同じような推移を見せており、プロモーション関連の投稿量の増加が、韓国コスメに関する投稿量の増加を牽引していることが分かります。



◆ 韓国コスメに関するオーガニック投稿、特徴は「Qoo10」と「韓国アイドル」

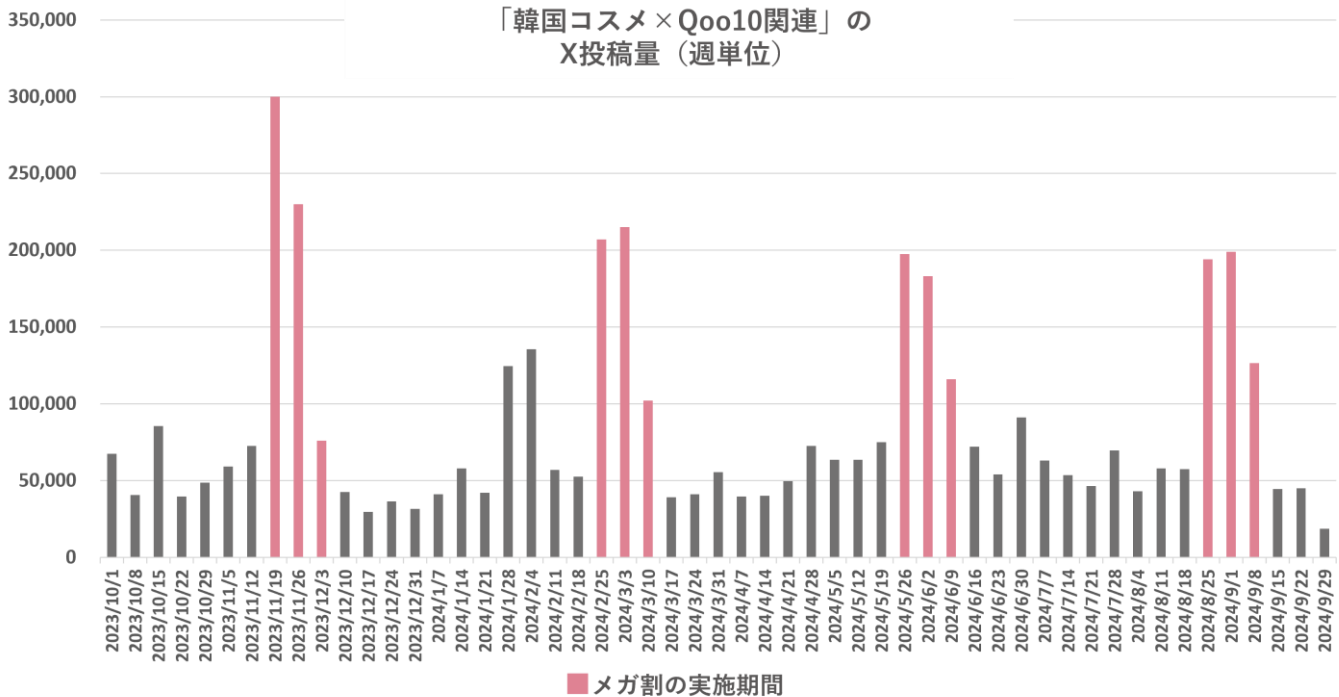
続いて、韓国コスメに関するオーガニック投稿（プロモーション関連以外の投稿）について、投稿内容を共起語（該当ワードと一緒に投稿されているワード）から分析したところ、2つの特徴的な傾向が見受けられました。

※今回分析対象とした共起語：前述の31の韓国コスメブランド名を含む発話の共起語のうち、上位3,723件

特徴① 「Qoo10」

韓国コスメが手軽に購入できる場所として人気が高まっている「Qoo10」ですが、X内における韓国コスメの共起語としては、2023年10月～2024年9月の1年間で「amazon」の約20倍、「楽天」の約37倍と圧倒的に多いことが分かりました。Qoo10関連の投稿量を週次で見ると、定期的に行われる大型セール「メガ割」のタイミングで急増しており、「メガ割」の存在が韓国コスメに関するオーガニック投稿の投稿量増に寄与していることが分かります。

※対象ワードの定義：ECモール名およびECモール特有のセール名を含むワード（Qoo10の例：「Qoo10」「メガ割」など）



特徴② 「韓国アイドル・タレント」

もう一つの傾向として顕著に見受けられたのが、韓国アイドル・タレントの関連のワードです。「イニスフリー新作の美容液！ウォニョンちゃんがモデルしてるのを見て買わずにはいられなかった」「ミヨンさんがあまりにも美しすぎて WAKEMAKE のコスメを買いたくなってくる」「ミシャでスキンケアを買いそろえました！サナちゃんみたいな肌になりたい」といったように、韓国アイドルへの憧れから韓国コスメに興味を持っていることが分かる投稿が多くみられました。

また、「韓国コスメ×韓国アイドル・タレント関連」の投稿は、2024年9月の1か月間で約24.8万件にものぼりました。要因の1つとして、人気アイドルグループ BTS のメンバーが某韓国コスメブランドのグローバルアンバサダーに就任したため、そのトピックに関する投稿が多く見受けられたことがあげられます。

ブームから定番化しているように見える韓国コスメですが、X内の投稿推移をしてみると、その勢いがさらに増していることが分かりました。そしてその要因としては、韓国コスメブランドが日本国内におけるマーケティングを強化していることがあげられます。

一方で「Qoo10」や「韓国アイドル」といった、韓国コスメならではの投稿傾向も顕著に見受けられました。今回の調査を通して、韓国コスメの盛り上がり、商品の機能性やデザインのみならず、Qoo10のメガ割というイベント性や、韓国アイドルへの憧れなど、様々な要素から成り立っていることが分かりました。一方で、Xという美容のみならず幅広いテーマが話題化されるプラットフォームだからこそ、このような傾向が顕著に表れたともいえそうです。

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp>

担当：遠藤（えんどう）・尾辻（おつじ） メールアドレス：press@trenders.co.jp