



@cosmeのトレンドの芽

@cosme のトレンドの芽 とは？

@cosme

国内外4万以上のブランド、42万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**2026年6月現在の累計クチコミ数は約2,400万件にのぼります。**

「@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/OSAKA/NAGOYA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。約2,400万件の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

リサーチプランナー最新コラム：

若年層で進む「バズ離れ」と「AIの台頭」。消費者がAIを“専属の美容部員”として使いこなす時代に、選ばれるブランドが密かに仕掛けている情報戦略とは？

<https://business.cosme.net/column/260624seminar>

目次

1. @cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド

- ・新たな毛穴悩みワードが登場？！「毛山」対策で洗顔・クレンジングに注目！
- ・ひんやりコスメはついに「冷凍」まで！冷やして肌も気分も整える
- ・韓国発の色トレンド 肌なじみと抜け感を両立「豆乳カラー」が浮上
- ・ベースメイクとメイクアップが一体化「コンシーラーチーク」に関心集まる
- ・ナチュラルとカバーの両立、「隠蔽力」というワードから見える肌作りのこだわり
- ・“皮膚の変態”こと美容家・大野真理子さんに注目！クチコミに見る「真理子買い」の兆し

2. @cosme TOKYO【洗顔】売り上げランキング（集計期間：2026/6/1～2026/6/30）

【@cosme TOKYO】では、今どのような洗顔アイテムが売れているのでしょうか？皮脂や毛穴汚れが気になる時期の「洗顔」アイテムの売り上げランキングを調査しました。

3. 取材案内

@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド（2026年6月）



@cosmeには購入品クチコミとして、**1カ月で平均約9万件のクチコミが投稿されます**。これらのクチコミの中から2026年6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

スキン
ケア

毛山

（前月に比べて6.3倍/
前月の出現なし）

新たな毛穴悩みワードが登場？！ 「毛山」対策で洗顔・クレンジングに注目！

前月号でご紹介した「メラニン毛穴」に続き、6月は新たな毛穴関連ワードとして「毛山」が浮上しました。「毛山」とは、角栓によって毛穴まわりの肌が盛り上がりが見える状態のこと。エストが6月に発売したジェル洗顔「クラリファイニング ジェルウォッシュ MED」のコンセプトから生まれた表現ですが、すでに他社製品のクチコミでも自身の悩みを表す言葉として使われ始めています。このように毛穴悩みが具体化するなか、対策としても美容液などでの「与えるケア」だけでなく、洗顔やクレンジングなど「落とすケア」への関心も高まっています。毛穴悩みをより具体的に捉え、自分に合ったケアを選ぶ動きは今後も広がっていきそうです。

エスト / クラリファイニング ジェルウォッシュ MED

毛穴、毛山に効くということが魅力で購入しました。厚みがあるジェルで摩擦なく使えます。洗顔後はツルツとしてます。毛穴ケア系にありがちな洗顔後の乾燥もほとんど感じません。（37歳、混合肌）

アクシリオ / アクアテクトゲル

私の肌の1番の悩みはニキビや毛穴詰まり（最近で言う毛山？）。年齢的にも顔中にニキビがあるわけではないのですが、顎やおでこにポツポツとできてしまいます。自分ではインナードライからくる脂性肌と分析しているため、水分量が多いというこちらの商品に惹かれました。（47歳、普通肌）



スキン
ケア

冷凍する

（前月に比べて4.3倍/
前年同月に比べて6.6倍）

ひんやりコスメはついに「冷凍」まで！ 冷やして肌も気分も整える

冷凍庫で凍らせてから使う、ユニークなひんやりコスメが注目を集めています。クチコミでは「冷凍する」というワードの出現率が、前月に比べて4.3倍、前年同月に比べて6.6倍に伸長しました。資生堂やコーセーから発売された新商品は、冷凍庫に入れるとシャーベット状になる独自の技術力が特徴です。実際のクチコミを見てみると、つけた瞬間の心地よさはもちろん、ひんやり感が持続する点も評価されています。また、これまでの美顔器のスチームや蒸しタオルなどの温めるケアに加えて、冷やして肌の温度を下げることでメイクノリがアップするという声も増えており、そうした新たな視点も「冷凍する」アイテムへの関心につながっているのかもしれません。

ソルベセラム / S ソルベセラム（フレッシュリア）

冷凍しているのでつけたてがひんやりするのはもちろん、メントールの効果でひんやり感が持続するのがとてもいいです！エタノールに弱い肌ですが、特に気にならずに使えています。あと青色は香りも良い。シトラス系の夏にぴったりの香りです。こんなに良いと知っていたらストック買いすれば良かったと後悔しています…（20代前半、アトピー）

コーセーコスメニエンス / メイク キープ フローズン パック

冷凍して使うパックです。とにかくクール系の化粧品が好きなので飛びつきました！ひんやりしていて気持ちいい。気分が上がります。お値段はしますが、今年の夏は酷暑との噂があるので大事な日には使いたいと思います。（30代前半、混合肌）



メイク
アップ

豆乳カラー

（前月の出現なし/
前年同月の出現なし）

韓国発の色トレンド！肌なじみと抜け感を 両立「豆乳カラー」が浮上

rom&ndの「豆乳エ디션」の影響か、韓国のメイクトレンド「モルモル※メイク」の流れを汲んだ「豆乳カラー」という言葉がクチコミに登場しました。豆乳を混ぜたようなまろやかなベージュカラーで、肌になじみやすく、抜け感のある仕上がりを楽しめるカラーとして支持されているようです。関連する動きとして注目されているのが、通称「ぽよんチーク」としても人気の「VDL チークステイン ブラッシャー」をはじめとする白みのあるアイテムです。韓国語で「白み」を意味する「ぽよん」という言葉の通り、ふんわりとした白みで肌になじみやすいカラーを求める動きが見られ、まろやかな豆乳カラーを取り入れたり手持ちのカラーに白を重ねたりと、「豆乳」や「白」がこれからのトレンドカラーになっていくのかもしれない。

※『뽽뽽 (モルモル)』とは、「淡い」「ミュートトーン」といったニュアンスを表す韓国語。

rom&nd / グラスティングカラーグロス

豆乳カラー、顔色悪く見えないう心配でしたが、実際つけてみると明るく肌馴染みよくて良かったです。スッピンにこれだけつけても浮かなそうで、メイクも選ばないので最近ではほぼ毎日こればかりつけてます。（50代前半、乾燥肌）

VDL (ヴィーディー・エル) / VDL チークステイン ブラッシャー

口コミSNSで人気だったので購入しました。白みのあるピンクで、ブラシで乗せるとふんわりしてかわいいです。色味も薄つきですが調整しやすく、自然で血色よく見えます。おすすめです。（20代後半）



※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（2026年6月）



メイク
アップ

コンシーラーチーク

（前月に比べて1.6倍/前年同月の出現なし）

ベースメイクとメイクアップが一体化 「コンシーラーチーク」に関心集まる

チークとコンシーラーの機能をあわせ持った、「コンシーラーチーク」が登場し、クチコミでもそのワードが使われ始めています。頬に色をのせるメイクアップ機能と、肌をきれいにさせるベースメイク機能をあわせ持った多機能さに注目が集まっています。実際のクチコミでは、シミやクマを自然にカモフラージュしつつ、やりすぎ感のない血色感をもたらす仕上がりりが評価されています。また、1つで複数の役割をこなすマルチ機能も物価高の時代に求められる要素のひとつではないでしょうか。

ブリリアージュ / カモフラージュ コンシーラーチーク

とにかく話題になっている商品で、どうしても使ってみたかったチークです。

コンシーラーチークとの事で、確かに頬の色むらが気にならなくなるのとはほんのり色味が付くのでベースメイクとして取り入れてます。（50代前半、混合肌）

ABOUT TONE / スキンレイヤーフィットチークカバーフィット

コンシーラーチークと呼ばれるだけあって、カバー力がありましたし塗っていてムラになる感じもありませんでした。ミルクコアは白みの強いくすみピンクという感じだったので、チークのベースにちょうどいいです。パウダーのあとでもムラなく付きましたが乾燥が気になったので、使うのはパウダー前が良さそうです！ パケもかわいいうえサイズ感が良すぎてつい集めそう。（30代後半）



ベース
メイク

隠蔽力

（前月に比べて1.6倍/前年同月の出現なし）

ナチュラルとカバーの両立「隠蔽力」 というワードから見える肌作りのこだわり

ベースメイクにおいてふんわりと仕上げるブラー効果などやりすぎ感のないナチュラルな仕上がりりがトレンドである一方で、しっかりカバーしたい人や、シーンに応じてカバー力を求める声も聞かれています。クチコミでは「隠蔽力」というワードの出現率が前年同月に比べて6.6倍と増加しました。求められているのは、厚塗り感や不自然に作り込むベースメイクではなく、ナチュラルな仕上がりりと隠したい部分を確実にカバーする機能性の両立のようです。実際のクチコミを見ると、薄膜でありながら重ね付けすることで確かなカバー力を発揮するクッションファンデーションなどが評価されています。

NARS / ライトリフレクティング セラムクッションファンデーション

こちらのクッション普通に塗ると厚塗り感には出ませんが、重ねるとある程度の隠蔽力があります。幅広いニーズの肌に対応可能だと思います。程よいツヤも良いです。

（40代前半、乾燥肌）

Chacott COSMETICS(チャコット・コスメティクス) / ラスティングベース クール

カバー力はある。ノーファンデにも使えるほどの隠蔽力。薄いシミなら充分隠れます。指塗り+スポンジ馴染ませの方が適度にカバーされて仕上がりも綺麗。ハイカバー下地でこれを仕込んでおけばファンデの量を減らすことができるのはいいところ。（40代前半、混合肌）



スキン
ケア

大野真理子さん

（前月に比べて1.1倍/
前年同月に比べて2.9倍）

“皮膚の変態”こと美容家・大野真理子さんに注 目！ クチコミに見る「真理子買い」の兆し

“皮膚の変態”の異名を持つ美容家・大野真理子さんが紹介するアイテムに注目が集まっています。成分や美容医療に関するマニアックな知識をわかりやすく発信し、美容感度の高い層から多くの支持を集める大野さん。実際のクチコミでは、YouTubeで紹介されたことをきっかけにアイテムを購入したという声が見られました。特に、毛穴悩みに着目した解説に共感し、その発信を信頼してアイテムを選ぶ生活者の姿がうかがえます。

雪肌精 / 薬用雪肌精 ブライトニング エッセンス ローション

夏のブライトニングとコスメ重視で、久しぶりに雪肌精を購入してみました。大野真理子さんもYouTubeでおすすめしていたと思います。運動した後の肌も落ち着かせてくれて、美白ケアもできる。シャバシャバ系で、さっぱりとした使用感、惜しみなく全身に使える。今年の夏は、大活躍そうです。（40代後半、乾燥肌）

ドクターケイ / 薬用ABC-GプレミアムクリームTA

美容家の大野真理子さんがYouTube毛穴対策の動画でおすすめされていたため、アットコスメさんのスーパーウィークで購入しました！ 毛穴だけでなく、W美白・シワ改善・肌荒れ防止のトリプル薬用クリームとの記載があり、成分も有名な成分が盛り沢山で驚きます。これさえ使っておけば何とかなる気がします。（30代前半、混合肌）



※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。



皮脂や毛穴汚れが気になり、洗顔アイテムへの関心が高まる季節。今回は@cosme TOKYOで人気の洗顔アイテムをご紹介します。ランキングでは、泥タイプやジェルタイプ、スクラブや酵素配合のアイテムなど、それぞれ異なるアプローチで肌悩みに応える商品が並びました。

1位は、ベスコス殿堂入りを果たした不動の人気を誇る、吸着力のある泥とスクラブを組み合わせた「カネボウ スクラビング マッド ウォッシュ」。さらに、コーセー初の“保湿スクラブ”を配合した「ONE BY KOSE ポアクリア スクラブ ウォッシュ」や毛穴だけでなく、“毛山”もケアできる「エスト クラリファイイング ジェルウォッシュ MED」もランクインし、様々な洗顔ニーズにこたえるラインナップとなりました。

@cosme TOKYO【洗顔】売り上げランキング (集計期間:2026/6/1～2026/6/30)

1

KANEBO
カネボウ スクラビング マッド ウォッシュ



2

d プログラム
エッセンスイン クレンジングフォーム



3

メラノCC
ディープクリア酵素洗顔



4

ドクターケイ
ABC-Gピールウォッシュ



5

ONE BY KOSE
ポアクリア スクラブ ウォッシュ



6

エスト
クラリファイイング ジェルウォッシュ MED



7

KANEBO
カネボウ コンフォート ストレッチィ ウォッシュII



8

suisai
スイサイ ビューティクリア パウダーウォッシュN



9

ルナソル
ポリッシングクリア ジェルウォッシュ



10

SENKA(センカ)
プレミアムパーフェクトホイップ クリア



取材ご案内



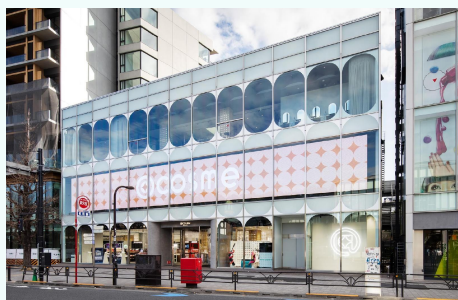
@cosme

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。2,400万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

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。テレビ・ラジオ出演、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、750ブランド2万7千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。



東海地方最大級のフラッグシップショップ 「@cosme NAGOYA」

東海地方最大のターミナル駅である名古屋駅直結の「タカシマヤ ゲートタワーモール」内にオープンし、売り場面積約245坪、取り扱いブランド約500と、東海地方最大級の規模を誇ります。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

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