Newsletter

@cosmeのトレンドの芽

No.45
2026年 10月版

@cosmeのトレンドの芽とは？

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10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
・皮脂トラブル対策は“皮脂を抑える”だけじゃない？メイクの仕上がりまで見据えたケアへ
・肌を評価するタイミングが細分化「起床後」というワードが前月比2.5倍
・頭皮・首・ボディからメイクブラシまで「かっさ」一体型アイテムに注目
・マスカラを使わず、自まつ毛を生かす。仕上げ方の選択肢が広がる？
・目元メイクはミリ単位のこだわりへ。「目尻下」に注目
・「大雨」というワードがトレンドイン！ウォータープルーフに新たな評価軸か

2. @cosme TOKYO【まつ毛美容液】売り上げランキング
（集計期間：202 6/8/1～202 6/8/31）
@cosme TOKYOでは、今どのようなアイテムが売れているのでしょうか？クチコミで目元に関する話題が見られたことを受け、まつ毛美容液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8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8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

皮脂トラブル
（前月に比べて2.7倍/前年同月に比べて2.5倍）

皮脂トラブル対策は"皮脂を抑える"だけじゃない？メイクの仕上がりまで見据えたケアへ

8月は「皮脂トラブル」というワードの出現率が、前月に比べて2.7倍、前年同月に比べて2.5倍と伸長しました。クチコミを見てみると、テカリやベタつき、皮脂による化粧崩れに悩む声に加え、単に皮脂を抑えるだけでなく、毛穴の開きやざらつき、キメの乱れまでも整えたいというニーズがうかがえます。さらに、肌をケアするだけでなく、その先の「メイクノリ」まで見据えた視点もありそうです。この動きは皮脂分泌の多い若年層が中心ではあるものの、40代など大人世代にも見られています。今後、皮脂トラブル対策のアイテムは、肌の快適さとメイクノリの良さの両立が重視されていきそうです。

b.glen(ビーグレン) / Cセラム
毛穴の目立ちやテカリに悩む方に激推し！長年気になっていた毛穴の目立ちと皮脂トラブルのケアとして購入しました。
肌に乗せた瞬間、ほんのりじんわりとした温かさを感じてスーッと肌になじむ独特の使い心地がクセになります！使い続けるうちに肌のザラつきがなくなってつるんとなめらかになり、日中の皮脂くずれや毛穴の開きも劇的に気にならなくなりました。キメも整ってメイクノリも格段にアップ！（27歳、混合肌）

プリマヴィスタ / プリマヴィスタ スキンプロテクトベース<皮脂くずれ防止> 超オイリー肌用
暑い季節の頑固な皮脂トラブルを防ぎたくて購入した、プリマヴィスタの超オイリー肌用下地です！【テクスチャーと使用感】使用前によく振るシャカシャカタイプ。手にとるとみずみずしいテクスチャーで、するんと軽やかに伸びて薄づきにフィットしてくれます！馴染ませた直後から肌表面がサラサラに整い、気になるベタつきをしっかり抑えてくれます。（46歳、普通肌）



スキンケア

起床後
（前月に比べて2.5倍/前年同月に比べて2.3倍）

肌を評価するタイミングが細分化「起床後」というワードが前月比2.5倍

「起床後」というワードの出現率が、前月に比べて2.5倍、前年同月に比べて2.3倍に伸びました。近年、クチコミでは「朝」とひとくくりにせず、「起床後」「メイク前」など、肌状態を語るタイミングが細分化されてきています。こうしたなか、スキンケアをして一晩経った肌を、起床後のタイミングで評価する声が見られます。塗った直後の使用感だけでなく、一晩経ってもうるおいが続くことが支持されており、睡眠中の肌変化に寄り添うケアが求められていそうです。

ナチュリエ / ハトムギ保湿ジェル
ハトムギ特有の大容量でお得感が凄かったです！
ニキビ治療中でとても乾燥しやすい肌なので……たっぷり塗って寝る生活を繰り返していますが、起床後も潤いが残ってくれて、肌の水分量もいい感じです。（27歳、混合肌）

d'Alba(ダルバ) / ビタトーニングカプセルクリーム
ダルバのコスメは幅広く使用しており、なかでもクリーム系は信頼しています！ 風呂上がりに付けてから起床後まで乾燥知らずの肌馴染みの良いクリームです。塗っていくうちにカプセルが溶けて浸透している感じも気持ち良いです。（30歳、混合肌）





その他

かっさ
（前月に比べて1.9倍 / 前年同月に比べて9.7倍）

頭皮・首・ボディからメイクブラシまで「かっさ」一体型アイテムに注目

これまでマッサージ器具として知られてきた「かっさ」ですが、頭皮や首、ボディ用の商品と一体化したアイテムや、かっさに着想を得たメイクブラシなど、最近では容器やツールと融合し、形状や用途の幅が広がっています。クチコミでは「かっさ」の出現率が、前月に比べて1.9倍、前年同月に比べて9.7倍と伸長しており、アイテムの広がりとともに注目が集まっているようです。使っているときの心地よさに触れる声も見られ、毎日のルーティンに、かっさを手軽に取り入れられる一体型アイテムは、今後さらに需要が高まりそうです。

Anua / コラーゲンレチノール リファイニング かっさクリーム
ネックケアをしたくて、以前SNSで見かけたこちらのかっさクリームをずっと探していました。最近になって、やっとロフトに並んでいるのを見かけて、即購入！
とても気持ちいいです！（49歳、乾燥肌）

クラランス / カッサ ファンデーション ブラシ
ファンデと一緒に購入しました。カッサブラシなので塗っているときも気持ちいいし、小鼻の細かい部分も塗りやすいです。リキッドファンデが毛の隙間にたまりにくく、ブラシのメンテも他のブラシと比べて楽に感じます（44歳、乾燥肌）





※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。

@cosme投稿クチコミからみる、最新トレンド（2026年8月）

メイクアップ

マスカラ代わり

（前月に比べて2倍/
前年同月に比べて4.6倍）

マスカラを使わず、自まつ毛を生かす。仕上げ方の選択肢が広がる？

クチコミでは「マスカラ代わり」というワードの出現率が、前月に比べて2倍、前年同月に比べて4.6倍と伸びました。まつ毛パーマをしている人が従来のマスカラを使わず、まつ毛美容液を夜は寝る前のケアとして、メイク時にはマスカラ代わりに使用している様子が見られています。まつ毛パーマ後のカールを保ちながら、自然な束感のある仕上がりになるまつ毛美容液やクリアタイプのマスカラが注目されています。

スカルプDまつ毛美容液 / スカルプD　アイラッシュセラム　プレミアム
チップが他のものより太めなのでまつ毛の根元からしっかり塗ることができます！わたしはまつげパーマ(パリジェンヌ)をしているので、毎日朝マスカラ代わりに束感にするのと、夜寝る前のケアとして使っています塗りやすくしっかりコシのあるまつ毛を目指せます（20歳、混合肌）

EYE2IN / グロウラッシュ マルチプルフィクサー
何本もリピートしています。昼はマスカラ代わり、夜は美容液として2本で使い分けてます。まつ毛パーマをかけた睫毛には、マスカラ代わりに使用できると思います。束感が出て、パリッと乾きます。美容液というより、カール保持や睫毛の保護に特化している気がします。（40歳、普通肌）





メイクアップ

目尻下

（前月に比べて1.9倍/
前年同月に比べて1.4倍）

目元メイクはミリ単位のこだわりへ。「目尻下」に注目

「目尻下」というワードの出現率が、前月に比べて1.9倍、前年同月に比べて1.4倍と伸びました。クチコミでは、「目尻下」の三角ゾーンをはじめ、目元の細かなパーツを指定してメイクを語る声が見られます。美容医療の浸透なども影響してか、目元をミリ単位で捉え、どの部位をどのように補正するかという意識やこだわりが高まっているようです。狙った部位を思い通りに仕上げたいという生活者のニーズに応えるように、三角ゾーン専用の極細ライナーや、目尻下に使いやすい専用ブラシなど、テクニックフリーで細かなパーツに特化したアイテムも登場しています。

セザンヌ / アンダーアイライナー
芯が細くて狙ったところに描きやすく、涙袋のラインはもちろん、目尻下の三角ゾーンにも使いやすいです。粘膜になじむような絶妙なカラーなので、不自然にならず自然に目元の立体感を出してくれます。コスパもいいのでリピします！（35歳、混合肌）

SHISEIDO / KATANA FUDE アイ ライニング ブラシ
口コミで読み、目尻下の三角ゾーンにアイシャドウを塗るために購入しました。持ち手が太いので安定して塗りやすいです。（42歳、混合肌）





メイクアップ

大雨

（前月に比べて1.9倍/
前年同月に比べて4.6倍）

「大雨」というワードがトレンドイン！ウォータープルーフに新たな評価軸か

これまで汗や涙への耐性が重視されてきたウォータープルーフのメイクアイテムですが、最近は突然の大雨で顔がびしょ濡れになるような状況でも、メイクが崩れにくいことが求められ始めているようです。雨の多い時期だったこともあってか、クチコミでは「大雨」の出現率が、前年同月に比べて4.6倍と伸びを見せました。実際に、大雨にみまわれた際もアイライナーやファンデーションがほとんど落ちなかったと評価する声が寄せられています。雨の多い時期の経験を背景に、今後は汗や涙だけでなく、まとまった雨にも耐えうる機能がメイクアイテム選びで重視されるかもしれません。

msh(エム・エス・エイチ) / ラブ・ライナー　リキッドアイライナーR5
描きやすいし全然落ちません！！SNSで話題になっていたのでこの商品を購入しました。先が細い筆タイプで描きやすいし、大雨で顔がびしょ濡れになった日も、夏フェスで汗をかきまくった日も全く落ちず、朝メイクしたままでした！笑 もう何回もリピート購入しています！（19歳、混合肌）

コスメデコルテ / ゼン ウェア　ステイ
本当に崩れにくい！先日大雨に遭った時もほとんど崩れることなく、雨をティッシュで抑えるように拭きましたが、ほんの少しヨレる程度でした。（35歳、脂性肌）





※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。

@cosme TOKYO【まつ毛美容液】売り上げランキング

「マスカラ代わり」といったワードの出現率が伸びるなど、クチコミで目元に関する話題が見られたことを受け、@cosme TOKYOの「まつ毛美容液」売り上げランキングを調査しました。
@cosme TOKYOの「まつ毛美容液」売り上げランキングでは、「ヒロインメイク」や「マジョリカ マジョルカ」の人気の定番アイテムに加えて、配合成分や機能性を高めたプレミアムラインもランクインし、幅広い商品が支持を集めました。

@cosme TOKYO【まつ毛美容液】売り上げランキング（集計期間：2026/8/1～2026/8/31）

1	ヒロインメイク アイラッシュセラムEX	
2	マジョリカ マジョルカ ラッシュジェリードロップ　ロング	
3	マジョリカ マジョルカ ラッシュジェリードロップ　ロング　プレミアム	
4	水橋保寿堂製薬 EMAKED	
5	コスノリ アイラッシュセラム	
6	ヒロインメイク アイラッシュセラム プレミアムEX	
7	スカルプDまつ毛美容液 スカルプD　アイラッシュセラム　プレミアム	
8	Bio Lucia ビオルチアアイラッシュセラム	
9	資生堂プロフェッショナル アデノバイタル アイラッシュセラム	
10	スカルプDまつ毛美容液 スカルプD　アイラッシュセラム　ピュア	

取材ご案内

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り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