

【Youth Now!若年層トレンド調査】
コスメは「試す」から「調べ尽くす」へ
Z世代は“テスター”ではなく“情報”で選ぶ
～ SNS横断×失敗回避で再構築されるコスメ購買の新基準 ～



株式会社Reaplus[リアプラス](本社:東京都渋谷区、代表取締役:松元 詞音)は、若年層インサイトを可視化するマーケティングサービス「Youth Now!」にて、Z世代を対象に「コスメ購買行動に関する定性調査」を実施いたしました。

本調査では、従来の「店頭で試して購入する」という購買行動から、SNSを横断し、情報を徹底的に比較した上で“失敗しない選択”を行う購買プロセスへの転換が明らかになりました。

■調査概要

調査名 :【Youth Now!トレンド調査】Z世代のコスメ購買行動インサイト

実施主体:株式会社Reaplus[リアプラス]

調査手法:グループディスカッション(定性調査)

実施時間:各約45分

参加者 :Z世代女性 4名(社会人3名・大学生1名)

調査日 :2026年3月30日

調査目的:コスメ購買における価値基準の変化およびSNS時代の意思決定プロセスの解明

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当:松元 EMAIL:info@reaplus.jp TEL:050-1807-9922

※本調査は統計的な定量データではなく、発信行動・価値基準の構造を明らかにする探索型調査です。

■調査サマリー(一部抜粋)

1. コスメ購買は「衝動」ではなく「タスク」へ

Z世代のコスメ購買は、

- ・なくなる(枯渇)
- ・季節・髪色・イベント

といった明確なトリガーを起点に、

検索 → 比較 → 保存 → 一括購入という“タスク型消費”へと変化しています。

特にQoo10の「メガ割」などのセールタイミングに向けて、事前にリスト化し、一気に購入する行動が定着しています。

2. TikTokは“入口”、意思決定はSNS横断で行う

Z世代は1つのSNSで完結せず、

- ・TikTok: 認知・検索
- ・YouTube: 詳細レビュー
- ・X / LIPS: 口コミ・ネガティブ確認
- ・EC: 価格比較

というように、各プラットフォームを役割分担して活用しています。

特に、「フィルター越しの色味」を疑う前提

があるため、複数情報で“答え合わせ”する行動が必須となっています。

※本リリースでは一部の結果のみを抜粋しています。

全設問の結果、詳細データなどを含む完全版レポートは、以下からお問い合わせいただくことで資料請求が可能です。Youth Now! では、マーケティング無料相談を実施中ですので、ぜひ併せてお気軽にお問い合わせくださいませ。

資料請求 : <https://www.youthnow.jp/report/cosme-survey-2026>

■資料例

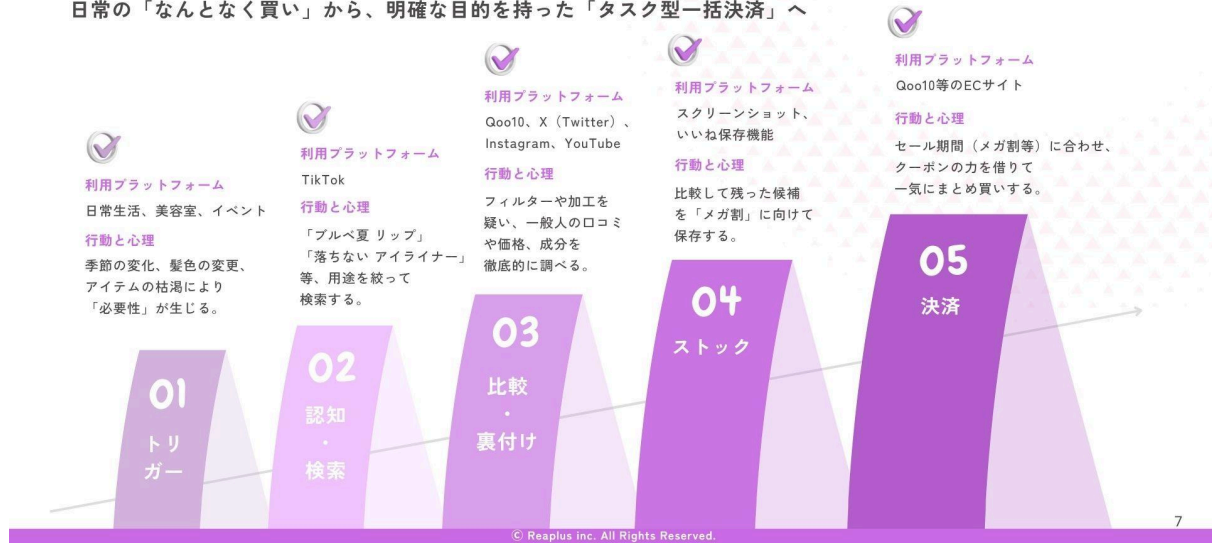
若年層のコスメ購買プロセス

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

若年層のコスメ購買プロセス

日常の「なんとなく買い」から、明確な目的を持った「タスク型一括決済」へ



【図解】若年層の「失敗回避」マトリクス

【図解】若年層の「失敗回避」マトリクス

コスメ選びにおいて、若年層はリスクごとに明確な防衛策を持っている

懸念されるリスク（失敗）	若年層がとる防衛策（解決行動）	企業が提供すべき情報
① 色味が合わないリスク（発色が濃すぎた等）	TikTokだけでなく、XやLIPS等で一般人の無加工のスクリーンショットを探す。	加工を極力抑えた使用画像。様々な肌トーン（イエベ/ブルベ）での比較画像。
② 肌荒れ・成分リスク（肌に合わず荒れた等）	店頭のテスターは顔に塗らない。成分解説系インフルエンサーの動画を見る。	専門家や有資格者による客観的な成分解説。避けるべき肌質や成分の明確化。
③ 誇大広告リスク（PRの嘘、崩れ方が汚い等）	「#PR」を避け、あえて低評価の口コミを検索して致命的な欠陥がないか確認する。	メリットだけでなく、「どんな人には向かないか」という正直な情報開示。

■企業・ブランドへの示唆例

① 「テスターの代替」を設計せよ
成分・レビュー・比較の可視化が必須

② 「失敗しない理由」を先に提示
メリットよりリスク排除が重要

③ SNS横断設計を前提にする

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@replus.jp TEL: 050-1807-9922

単一チャネルでは購買に繋がらない

④「保存されるコンテンツ」を作る
メガ割前提の“スクショ文化”に対応

■代表取締役 コメント



今回の調査で印象的だったのは、Z世代が“コスメを楽しむ”というより、“失敗しないために選ぶ”という行動に変化している点です。

彼らは非常に合理的で、情報を徹底的に精査した上で意思決定を行っています。

企業がやるべきことは、魅力を伝えることだけではなく、“なぜ失敗しないのか”を証明することです。

今後のコスメマーケティングは、“試す体験”ではなく“検証できる情報設計”が中心になると考えています。

<プロフィール>

株式会社Reapplus 代表取締役
松元 詞音(まつもとしおん)

1999年生まれ。

広告代理事業、インフルエンサー事業、D2C、調査事業など複数事業を展開し、Z世代・α世代の意思決定を「行動経済学」「SNSデータ」「実務現場」の3軸から分析している。

SNS時代において「バズっても売れない」「若者に届かない」といったマーケティング課題に対し、誰の言葉として、どの文脈で届いているかという視点から構造的な整理と実務への落とし込みを行うことを得意とする。

複数事業を経営する中で得たリアルな経営視点と、若年層理解を感覚論にせず言語化できる点を強みとしている。

■Reapplus(リアプラス)による若年層に特化した課題解決サポート

Youth Now!

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reapplus.jp TEL: 050-1807-9922

Z世代の行動や価値観は、単にトレンドとして観測するだけでなく、“なぜそれが生まれ、どう広がるのか”を構造的に捉えることが重要です。Reaplus(リアプラス)では、YouthNow!を活用した若年層に特化した独自のリサーチと、SNS・コンテンツを起点としたマーケティング設計の両面から、企業の課題に合わせたソリューションを提供しています。

■提供サービス(SERVICES)



① アンケート調査

【数で見抜く、購買行動のリアル】

商品の利用シーンや購買行動を数値化し、若年層の意思決定パターンを可視化。ターゲット設計や販促戦略の"根拠データ"を提供します。

② インフルエンサーインタビュー

【発信者視点から、トレンドの芽を探る】

フォロワー数万～数十万規模のインフルエンサーにヒアリング。流行の「作り手」から、共感を生む要因を分析します。

③ グループインタビュー

【共感の瞬間を、言葉で捉える】

若年層4～8名による座談会形式で、定量調査では見えない感情のトーンを可視化。会話の中から"本音"や"無意識のニーズ"を抽出します。

④ ギフティング調査

【体験が購買意欲にどう影響するかを測る】

商品やサービスを若年層に提供し、SNS発信と同時に購買意向の変化を可視化。使用前とは異なる、手に届いた後のリアルな声を発見できます。

⑤ ワンストップ施策提案

【データを施策に変えるまで、ワンチームで】

調査結果を分析し、マーケティングや広告施策へ落とし込み。インサイトを軸に、実行可能なプランを設計します。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

⑥トレンド調査資料

【若年層の“今”を定点観測】

業種横断で若年層のトレンドをまとめたレポートを定期配信。
社内資料や次期企画立案のインプットとして活用できます。

■想定活用シーン

- 若年層向け新商品の開発・リブランディング支援
- SNS・インフルエンサー施策の方向性検証
- 若者市場向けキャンペーン設計・効果分析
- 若年層トレンドレポート／カスタム調査 etc.

「若年層・Z世代の獲得に課題を感じており、ターゲットに有効にアプローチしたい」

「Z世代ユーザーにも“共感されるブランド体験”をつくりたい」

「今回のような調査を自社の商品開発やマーケティングに生かしたい」

上記課題を抱える企業・ブランド様は、マーケティング無料相談実施中ですので、ぜひお気軽にご相談ください！

▶お問い合わせ先はこちら

<https://youthnow.jp>

■会社概要



社名 : 株式会社Reaplus(リアプラス)

所在地 : 東京都渋谷区猿楽町9-8 アーバンパーク代官山 0208

代表者 : 代表取締役 松元 詞音

設立年月 : 2023年7月20日

事業内容 : コミュニケーションプロデュース事業 / インサイト事業 /

タレント支援事業 / キャスティング事業 / 補助金支援事業 / D2C事業

HP : <https://reaplus.jp/>

note : <https://note.com/reaplus>

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922