

【Youth Now! 2026年上半期トレンド総括】
α・Z世代は「映え」から「リアル」へ
SNS・消費・推し活・ファッションから見えた
2026年上半期の5大変化

～ Youth Now!が読み解く、下半期マーケティング戦略への示唆 ～



株式会社Replus[リアプラス](本社:東京都渋谷区、代表取締役:松元 詞音)は、若年層インサイトマーケティングサービス「Youth Now!」にて、2026年上半期に実施した定量・定性調査データをもとに、「2026年上半期 α・Z世代トレンド分析レポート」を公開いたしました。

本レポートでは、

- ・SNSワード
- ・インフルエンサー
- ・アーティスト
- ・ヒット商品
- ・ファッション
- ・推し活
- ・お出かけトレンド

などを総合的に分析し、2026年上半期の若年層消費行動を整理しています。

■調査概要

調査名 : 2026年上半期 α・Z世代トレンド分析レポート
実施主体 : 株式会社Reaplust[リアプラス]
調査手法 : 定量調査・定性調査・SNSトレンド分析
参加者 : α・Z世代男女(15~29歳)245名
調査日 : 2026年上半期

■2026年上半期トレンド総括

①「映え」より「リアル」が評価される時代へ



上半期のSNSワードランキングでは、

- 1位「〇〇すぎて滅」
- 2位「風呂キャンセル」
- 3位「〇〇界限」

がランクインしました。

これらに共通するのは、

完璧な世界観ではなく、日常の感情や失敗談を共有する文化です。

若年層はSNS上で「憧れ」を求めるだけでなく、共感できるリアルさを重視する傾向を強めています。

②「推される人」から「近い人」へ

上半期【インフルエンサー】TOP9ランキング

n=228 (10代~20代 男性:138名 女性:90名) ※複数回答可



Review! ▶ 完璧さより「親近感」と「熱狂」

トップの長浜広奈さんをはじめ、上位陣は単なる「憧れの的」というよりも、視聴者と距離が近い

「等身大のキャラクター」や、特定のニッチなジャンルで深い熱狂を生んでいる

クリエイターが占めています。

示唆

企業案件を依頼する際、フォロワーの「数」だけで選定するのは危険です。

エンゲージメントの質（コメント欄での会話の熱量など）を見極め、クリエイター自身の素の言葉で商品が語られる余白を残すディレクションが成功の鍵となります。

インフルエンサーランキングでは、

長濱広奈さん
MONAさん
古園井寧々さん

などが上位にランクイン。

共通しているのは、

フォロワー数の大きさではなく、

「距離感」
「親近感」
「等身大の発信」

です。

若年層は、完璧な憧れよりも

「自分と地続きの存在」

に共感する傾向を強めています。

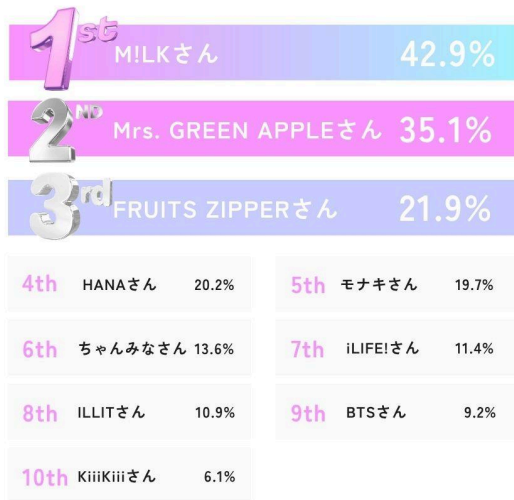
③「所有」から「参加」へのシフト

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

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

上半期【アーティスト】TOP10ランキング

n=228 (10代~20代 男性:138名 女性:90名) ※複数回答可



Review! ▶ 「聴く」から「参加する」音楽へ

MILKやFRUITS ZIPPERなど、TikTok等での「踊ってみた」や「推し活」の対象として

UGC（ユーザー生成コンテンツ）が生まれやすいアーティストが圧倒的です。

一方で、Mrs. GREEN APPLEのように楽曲のメッセージ性や圧倒的なスキルで支持される王道も健在です。

示唆

タイアップ楽曲やブランドBGMを選定する際は、

「ユーザーがその音源を使って自分の動画を作りたくなるか（＝振付やキャッチーなフレーズがあるか）」

を基準にすると、自然な拡散が期待できます。

アーティストランキングでは、

MILKさん
Mrs. GREEN APPLE
FRUITS ZIPPER

が上位となりました。

特に上位アーティストには、

ライブ
SNS投稿
UGC
ダンス投稿

など、

ファン自身が参加できる余白が存在しています。

若年層にとってコンテンツは「見るもの」から「参加するもの」へ変化しています。

④「平成レトロ」と「デジタル疲れ」

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

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

上半期【ヒットした出来事・モノ】TOP10ランキング

n=228 (10代~20代 男性:138名 女性:90名) ※複数回答可



Review! ▶ デジタル疲れと「平成レトロ」

「トモダチコレクションSwitch」や「たまごっち」「デジカメ」など、あえて画質が粗かったり、不便さがあつたりするY2K（2000年代）～平成カルチャーが上位を独占。

「ボンポンドロップシール」や「スクイーズ」といった物理的な手触りを楽しめるアイテムも強く、デジタルネイティブ世代の「リアルなモノへの渴望」が見えます。

示唆

ノベルティやポップアップストアの企画では、

あえてアナログな体験
(シール、ガチャガチャ、プリント写真)

を用意することで、Z世代の「エモい」という感情を刺激できます。



ヒット商品・出来事ランキングでは、

トモダチコレクション
ボンポンドロップシール
BeReal.
平成女兒グッズ

などが上位に入りました。

背景には、スマホ中心生活による疲労感と、手触り感のある体験への回帰があります。若年層は最新技術を使いこなしながらも、アナログ的な温かさや懐かしさを求めています。

⑤「個性の演出」がファッション消費を変える

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

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

上半期【コスメ・ファッション】TOP10ランキング

n=228 (10代~20代 男性:138名 女性:90名) ※複数回答可

| | | |
|-----------------|-----------------------|-------|
| 1 st | 水光カラコン | 20.6% |
| 2 nd | ドット柄 | 12.3% |
| 3 rd | リキッドチーク | 12.3% |
| 4th | Y2K | 11.4% |
| 5th | MY BLYTHE DOLL メイク | 10.1% |
| 6th | リムレスメガネ | 9.6% |
| 7th | パレエコア | 9.6% |
| 8th | レイヤード | 9.2% |
| 9th | ウィッシュコア | 8.3% |
| 10th | リボンコア | 6.1% |

Review! ▶ 個性を定義する「OOコア」

「水光カラコン」や「リキッドチーク」など、ツヤ感や血色感を強調するアイテムが上位。

さらに注目すべきは「パレエコア」「ウィッシュコア」「リボンコア」といった、

特定の美学や世界観を指す「OOコア」という概念の定着です。

示唆

コスメ・アパレル領域では、単なる機能的メリットの訴求ではなく、

「このアイテムを取り入れることで、どの『コア（世界観）』に属することができるか」

などのコンセプト的なマーケティングが響きます。

⑤「個性の演出」がファッション消費を変える

ファッション・コスメ領域では、

水光カラコン
ドット柄
リキッドチーク

などが人気となりました。

単なる流行追従ではなく、「○○っぽい」「自分らしい」を演出できるアイテムが支持されています。

若年層の購買行動は、機能消費から自己表現消費へと進化しています。

※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/alpha-z-trend-survey-2026-h1>

■2026年下半期の注目キーワード

Youth Now!では下半期の注目トレンドとして、

- ・葛みやこさん
- ・ALPHA DRIVE ONE
- ・Hearts2Hearts

【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

- ・setlog
- ・アオハル学園

などに注目しています。

これらに共通するのは、

- 「未完成」
- 「共創」
- 「参加余白」

という特徴です。

今後は企業が一方的に発信する時代から、

ユーザーが参加しながら価値を作る時代へと移行していくと予測されます。

■企業・ブランドへの示唆例

- ① 完璧な世界観より「リアル」
- ② フォロワー数より「熱量」
- ③ 商品より「参加体験」
- ④ 映えより「共感」
- ⑤ 広告より「UGC」

上半期トレンドを通じて見えてきたのは、

若年層が求めているのは
“見せられるコンテンツ”ではなく、

“自分が参加できるコンテンツ”
であるという点です。

■代表取締役 コメント



「2026年上半期を通じて見えてきたのは、α・Z世代が“憧れ”から“共感”へと価値基準を移行させていることです。

SNS、エンタメ、ファッション、消費行動のあらゆる領域で共通していたのは、“リアルであること”と“参加できること”でした。

企業が若年層と向き合う上で重要なのは、流行を追いかけることではなく、なぜその流行が生まれたのかという背景を理解することです。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】
EMAIL : info@reaplus.jp TEL : 050-1807-9922

Youth Now!では今後も、若年層のリアルな価値観を可視化し、企業のマーケティング戦略に活用できるインサイトを提供してまいります。」

<プロフィール>

株式会社Reaplust 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。

■Reaplust(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!

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。Reaplust(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)

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

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



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。

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

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

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

- 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