

くすみ色「ミュートカラー」2.1 倍、注目の新成分「PDRN」1.5 倍。 2026 年上半期 美容トレンドワードランキングを発表

美容関連プレスリリース約 8500 件を分析。
「PDRN」「ペプチド」の成分、「軽やか」「指通り」使用感ワードが増加。
データを企画に取り入れた「合同タッチアップ会」を 11/18 開催決定



株式会社 PR TIMES（本社：東京都港区、代表取締役：山口 拓己、東証プライム・名証プレミア：3922）が提供する PR 活動の設計から実行まで伴走する PR パートナーサービス事業は、2026 年 7 月 27 日（月）、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」内で 2026 年 1 月 1 日～6 月 30 日に企業から発表いただいた美容関連プレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ／健康・美容家電）総計 8544 件を対象にデータ分析をおこない、9 つの軸ごとのトレンドワードランキングと美容ジャンルの発信トレンドを発表いたしました。

トピックス

- ・定番成分は踊り場に。増加の中心は「PDRN」「ペプチド」「アゼライン酸」など新顔へ
- ・色は「モーヴ」「ミュートカラー」が上昇。「ブラウン」「ヌーディ」などニュアンス系も増加
- ・ヘアは「軽やか」が 1.8 倍。ヘアケアの「サロン仕上がり」と美容家電の「自宅で・自宅ケア」が並行して増加
- ・美容家電が+12.6%と件数増。「高機能」約 6 倍、「かささ」約 7 倍など便益・訴求と技術機能の双方が伸長

また、本調査のような最新美容情報とその分析データを活用し、メディア関係者や SNS インフルエンサーがブランド担当者と交流しながら商品をその場で体験・取材できるリアルイベント「第 6 回合同タッチアップ会」を 2026 年 11 月 18 日（水）に都内で開催することを決定し、出展ブランドの募集を開始いたします。

<全体像> プレスリリース件数は多くのジャンルで前年並み～微減、美容家電が大きく増加

対象となる“美容関連”プレスリリースが前年比で減少する中、ジャンル別のプレスリリース件数は、多くのジャンルで減少しています。その中で美容家電（ビューティーガジェット）が前年同期比+12.6%と件数を伸ばし、インナービューティー（飲む・食べる美容）も微増（+1.4%）となりました。純粋な総件数だけでは見えない「どの言葉が伸びたか」という分析によって動きが見えた半年でした。本プレスリリースでは増加したキーワードから読み取れる変化を見ていきます。

大ジャンル	2025 上半期（件）	2026 上半期（件）	前年同期比
スキンケア	4146	3638	-12.6%
コスメ（メイク）	2162	1878	-13.1%
ヘアケア	1828	1763	-3.6%
インナービューティー	665	674	+1.4%
ビューティーガジェット	445	501	+12.6%
メンズメイク・スキンケア	108	90	-16.7%

成分 | 定番成分は微減、増加の中心は「PDRN」「ペプチド」など新顔へ

スキンケア×成分 急上昇Top10

順位	成分名	順位	成分名
1	PDRN	6	ブラセンタ
2	ペプチド	7	サクラン
3	アゼライン酸	8	ドクダミ
4	加水分解コラーゲン	9	ヘパリン類似物質
5	アスタキサンチン	10	発酵/酒粕

調査対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で配信されたプレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ/健康・美容家電）
対象期間：2026年1月1日～6月30日（比較対象：2025年1月1日～6月30日） 対象件数：8,542件（2026年上半期）/9,464件（2025年上半期）

美白・保湿の定番成分は発信のベースとして定着し、前年比では微減となりました。「ナイアシンアミド」は415→405件（-2%）、「トラネキサム酸」は67→50件（-25%）、「高濃度ビタミンC」は35→23件（-34%）と、いずれも横ばいから減少傾向にあります。

代わって増加件数の上位に立ったのが、ここ数年で美容業界でも耳にする機会が増えた新しい成分群です。ハリツヤ成分として注目される「PDRN（ポリデオキシリボヌクレオチド）」は83→121件（+38件・1.5倍）で増加数トップ、「ペプチド」は171→201件（+30件）と続きました。「アゼライン酸」（53→62件・+9件）や「加水分解コラーゲン」（+6件）も伸びており、増加の中心が新顔・補修系の成分に寄る傾向は、後述のヘアケア成分（ケラチン・セラミド・CMC）にも共通して見られます。実際の発信では、PDRNをナイアシンアミドやヒアルロン酸と組み合わせる配合を訴求するスキンケア・メイクアップ製品の発売を伝える発表が目立ちました。

色・質感 | 「くすみ・ニュアンス」へ。装飾的な仕上がり語は減少

コスメ×カラー 急上昇Top10

順位	色名	順位	色名
1	モーヴ	6	チェリー
2	ミュートカラー	7	アプリコット
3	ブラウン	8	グレージュ
4	ヌーディ	9	ミルクティー
5	モカ	10	パーガンディ/ワイン

調査対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で配信されたプレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ/健康・美容家電）
対象期間：2026年1月1日～6月30日（比較対象：2025年1月1日～6月30日） 対象件数：8,542件（2026年上半期）/9,464件（2025年上半期）

コスメ（メイク）の色は、彩度を抑えたニュアンス系と温かみのある中間色が増加しました。「モーヴ」が73→88件（+15件）で増加数1位。「ミュートカラー」13→27件（2.1倍）、「ブラウン」239→250件（+11件）、「ヌーディ」59→69件（+10件）、「モカ」28→37件（+9件）が続きます。実際の発信でも、「ミューテッドカラー」「ディープミューテッドモーヴ」など、発色を控えめに肌なじみや陰影を訴求するリップ・アイカラーの新製品発表が多く見られました。

質感では「軽やか・軽い付け心地」が232→291件（+59件）で最も伸びたほか、「ヴェール」（+23件）、「ミルキー」53→73件（+20件・1.4倍）、「ぴたっと密着」25→40件（1.6倍）が増加しました。一方で、「マット」（-35%）、「キラキラ/ラメ」（-29%）、「韓国風」（-25%）は減少しています。データからは、装飾的な仕上がり語を減らし、みずみずしさ・密着・軽さといった使用感を表す語が増えています。

コスメ×質感 急上昇Top10

順位	質感	順位	質感
1	軽やか・軽い付け心地	6	ぶるん
2	ヴェール	7	こっくり
3	ミルキー	8	ふんわり
4	とろけ	9	みずみずしい
5	ぴたっと密着	10	ふわっと

調査対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で配信されたプレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ/健康・美容家電）
対象期間：2026年1月1日～6月30日（比較対象：2025年1月1日～6月30日） 対象件数：8,542件（2026年上半期）/9,464件（2025年上半期）

ヘアケア | 「軽やか×ツヤ×サロン仕上がり」と、くせ毛・うねりケア

ヘアケアの仕上がり語では「軽やか」が126→229件（1.8倍）で増加数1位となり、「透明感」86→144件（+58件）、「指通り」162→218件（+56件）、「くせ毛・うねりケア」186→241件（+55件）、「サロン仕上がり」27→34件

(+7 件)が続きました。成分面でも「ケラチン（加水分解含む）」148→198 件（+50 件）、「セラミド」92→120 件（+28 件）、「CMC」23→38 件（1.7 倍）など補修成分が伸びています。

注目は、ヘアケアの「サロン仕上がり」と、美容家電の「自宅で・自宅ケア」「サロン級」がともに増加語に入った点です。両ジャンルで“自宅での本格ケア”を示す言葉が並行して増えています。

ヘアケア×仕上がり 急上昇Top10

順位	仕上がり	順位	仕上がり
1	軽やか	6	つや髪
2	透明感	7	しなやか
3	指通り	8	しっとり
4	くせ毛・うねりケア	9	補修・ダメージケア
5	まとまり	10	サロン仕上がり

調査対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で配信されたプレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ／健康・美容家電）
対象期間：2026年1月1日～6月30日（比較対象：2025年1月1日～6月30日） 対象件数：8,542件（2026年上半期）／9,464件（2025年上半期）

ビューティーガジェット | 最大の件数増。技術機能と便益・訴求ワードが伸長

ビューティーガジェット×機能性 急上昇Top10

順位	キーワード	順位	キーワード
1	高機能	6	速乾
2	自宅で・自宅ケア	7	イオン導入
3	頭皮ケア	8	マイクロカレント
4	かっさ	9	振動
5	サロン級・サロン仕上がり	10	超音波

調査対象：プレスリリース配信サービス「PR TIMES」で配信されたプレスリリース（ビジネスカテゴリ：美容・コスメ／健康・美容家電）
対象期間：2026年1月1日～6月30日（比較対象：2025年1月1日～6月30日） 対象件数：8,542件（2026年上半期）／9,464件（2025年上半期）

6 ジャンルで最大の件数増となった美容家電（+12.6%）では、機能性キーワードを集計しました。便益・訴求では「高機能」4→23 件（+19 件・約6倍）、「自宅で・自宅ケア」28→42 件（+14 件）、「頭皮ケア」11→21 件（+10 件）、「サロン級・サロン仕上がり」21→26 件（+5 件）が増加。技術機能では「かっさ」1→7 件（+6 件・約7倍）、「イオン導入」（+4 件）、「マイクロカレント」20→23 件（+3 件）が増加しました。

実際の発信では、コードレスアイロンやプロ仕様ドライヤーなど、サロン帰りの仕上がりを自宅で再現できることを打ち出す製品・キャンペーンのリリースが目立ちました。技術機能・便益の双方で増加語が見られたことが、ジャンル全体の件数増を牽引しています。

インナービューティー／メンズ | “続ける・整える”“垢抜け”の言葉が増加

インナービューティー（対象：ダイエット・健康食品・サプリメントのリリース）では、「プロテイン」156→210 件（+54 件）、「インナーケア」65→108 件（+43 件）、「美肌・美容習慣」12→36 件（+24 件）、「たんぱく質」172→187 件（+15 件）といった“続ける・整える”寄りの語が増加しました。メンズメイク・スキンケアも件数減（-16.7%）ながら、「眉・眉毛」8→20 件（+12 件）、「毛穴ケア」12→22 件（+10 件）、「進化」10→20 件（+10 件）、「予防」9→16 件（+7 件）が伸びています。件数としては大きくないものの、日常のケア習慣に根ざした発信の広がりがうかがえます。

<開催予告>トレンドデータを活用した「第6回合同タッチアップ会」（11/18）、出展ブランド募集中

「合同タッチアップ会」は、複数のブランドが一堂に会し、来場するメディア関係者や SNS インフルエンサーが商品・サービスをその場で体験できる、PR TIMES の PR パートナーサービス部が運営するリアルイベントです。展示商品をゆっくり試せるタッチアップ席や撮影小物の貸出をご用意しているため、来場者はその場で撮影・取材まで完結

でき、ブランド担当者にとっても、メディア関係者や SNS インフルエンサーに直接商品を体験してもらいながら交流できる機会となります。2023 年の始動以来これまでに 5 回開催し、直近の 2025 年 7 月の開催では約 300 名のメディア関係者・SNS インフルエンサーにご来場いただき、22 ブランドにご出展いただきました。第 6 回となる次回開催では、本レポートで示した美容トレンドデータを 2026 年通期にアップデートして企画・ブース構成に活用します。上半期から継続して流行しているトピックスはもちろん、秋冬最新情報も加えて発表いたします。



イベント概要

イベント名：第 6 回合同タッチアップ会

開催日時：2026 年 11 月 18 日（水）11:00～18:00

会場：都内

※会場の詳細は、出展・来場のお申込みをいただいた方にのみご案内いたします

来場者：メディア関係者（記者・編集者等）・SNS インフルエンサー・美容専門家等（予定） 合計 300 名程度

※事前申込制。メディア関係者・SNS インフルエンサーのタッチアップ会への参加は、当社よりご案内した方のみに限定させていただきます。

出展ブランド数：最大 35 ブランド

募集締切：2026 年 9 月 30 日(水)



ご出展に向けて

PR TIMES が保有するデータを生かした企画づくりやメディアトレーニングを専任プランナーが伴走支援

本プレスリリースで公開するデータ、またイベント開催当日までにメディアでの報道が増えた美容ジャンルのトレンドデータと貴社商品を掛け合わせ、話題になる切り口づくりやブース設計、メディア様とのコミュニケーション設計まで、専属プランナーが伴走して担当いたします。

既存商品も新たな出会いの場に。ブランド担当者のイチ推しアイテム＆開発秘話をコンテンツ化、来場者へ冊子配布

「新商品以外はなかなか PR 活動を展開できていない」、「まずはヒット商品からブランドについて深く知ってほしい」というブランド様のお声から、商品や裏側の思いに深くフォーカスするコンテンツ・ブースも併設いたします。

ブランド担当者様の推し商品やヒット商品、またその開発の裏側を当社が取材、コンテンツ化します。コンテンツはブランド様にも自由にお使いいただける他、来場者へ冊子として配布予定です。

美容有識者によるセミナーを始め、メディア関係者 300 名の来場

美容やライフスタイル業界などのメディア関係者 150 名、SNS インフルエンサー 150 名をお呼びする予定です。また、来場者へのお土産発送やサンプルのご提供も一律プラン内に含まれるため、イベント当日はお話しかれなかった来場者の皆様へも商品をお届けし、ご体験いただく機会としていただけます。

<ご出展をご検討いただけるブランド様へ>

現在、ご出展いただけるブランド様を募集しております。出展に関するお問い合わせおよび資料のお取り寄せは以下フォームからご連絡くださいませ。ご質問なども本フォームより承っております。

お問合せ・資料ダウンロード：<https://tayori.com/f/godotouchup2026/>

なお、メディア関係者・SNS インフルエンサー向けの来場お申込みにつきましては、対象となる皆様へ向けて追ってご案内させていただきます。メディア関係者・SNS インフルエンサーのタッチアップ会への参加は、当社よりご案内した方のみに限定させていただきます。

担当より

データ分析担当 PR パートナーサービス部 レポートチーム 村上 祐貴

2026 年上半期の美容ジャンルにおけるプレスリリースを振り返ると、使われる言葉の顔ぶれに動きが見られた半年でした。成分は定番が発信のベースとして定着する一方、増加の中心は PDRN といった新顔へ。色や質感では、くすみ・ニュアンスや、みずみずしさ・軽さといった使用感の言葉が増えています。加えて、ヘアケアの「サロン仕上がり」と美容家電の「自宅ケア」はともに伸び、「自宅での本格ケア」というジャンルを横断した潮流も見取れました。こうした変化からは、生活者の関心の移り変わりや、それを捉えようとする企業の視点がうかがえます。上半期に見られたこれらの顔ぶれや兆しが、下半期にどう変化するのか、引き続き注目していきたいと思います。

**第 6 回合同タッチアップ会担当 PR パートナーサービス部 第三チームマネージャー 松本 英里香**

合同タッチアップ会は、メディアの方に直接魅力をお話ししながら商品を体験していただける場をつくりたい、という美容ブランドの皆さまの声に応えるかたちで 2023 年に始まり、今回で 6 回目を迎えます。今回は、近年 PR パートナーサービス部として新たにご提案できるようになった「プレスリリース・WEB 記事のビッグデータと AI を活用した分析と企画づくり」を軸に、情報発信の切り口設計からコミュニケーション方法まで、単発のイベントに終始せず今後もずっとノウハウとしてお使いいただけるような一連の PR 活動をご支援させていただく予定です。



近年、AI を活用した情報収集や分析が多くのメディア関係者様にとって一般的なものとなり、これまでの PR 活動とはまた異なる戦略立案が求められていると感じられているブランド様もいらっしゃるかと想像します。一方で、新たな商品や情報との出会いに驚き、喜び、おすすめしたい！という感情が生まれやすいリアルなイベントだからこそつくることのできる普遍的な価値もあります。PR パートナーサービス部がこれまで積み重ねてきたイベント企画とデータ活用のノウハウを結集し、ブランド様とメディア関係者様、ひいてはその先の生活者にとって、新たな商品や魅力との出会いをつくることのできる会になるように担当者一同準備を進めています。ご一緒できるブランド様との出会いを楽しみにしています。お気軽にご相談・お問合せいただけましたら幸いです。

株式会社 PR TIMES について

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES （東証プライム、名証プレミア 証券コード：3922）

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営
 - ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営
 - クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
 - 動画 PR サービス「PR TIMES TV」(<https://prtimes.jp/tv/>) の運営
 - アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」(<https://marph.com/>) の運営
 - カスタマーサポートツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営
 - タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営
 - 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」(<https://prtimes.com/magazine/>) の運営
 - プレスリリース専用エディター「PR Editor」(<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営
 - Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>