

【花王 BRCC 調査】「理想の肌」は 10 年不変。“毛穴レス×透明感のある肌×ツヤ肌”変わったのはベースメイクの作り方。次のトレンドは塗りすぎない「余白を残す」肌づくり。



花王株式会社 ビューティリサーチ&クリエーションセンター（以下花王 BRCC）は 2005 年より女性の化粧習慣や意識の変化を継続的に調査しています*。近年、メイクアップトレンドは SNS を中心にめまぐるしく変化しています。なかでも若年女性に影響力の高い SNS 上ではシミやそばかすが無く、加工したかのような「完璧な肌」が求められるなど、ベースメイクを取り巻く環境も大きく変化しています。そのような中、2016 年～2025 年の 10 年間の調査データを分析したところ、肌を美しくみせるベースメイクにおいて、「理想の肌」の上位項目にはほとんど大きな変化がないことが明らかになりました。一方で、その理想をかなえるための「ベースメイクの作り方」は変化しており、近年では複数のアイテムを組み合わせで仕上げる傾向がみられます。また、使用アイテム数の増加や工程の複雑化により、作り込みによる負担感や疲れも見受けられます。そこで花王 BRCC では、こうした背景をふまえ、塗り過ぎず素肌の魅力を生かした“余白を残すベースメイク”を提案します。

【本リリースのポイント】

■「理想の肌」は10年ほぼ不変

若年層がベースメイクで目指す上位は、「毛穴の见えない肌」「透明感のある肌」「ツヤがある肌」

■変わったのは「作り方」

コンシーラーやフェイスパウダーの使用率が上昇し、複数アイテムで均一に整えるベースメイクが定着

■これからは“塗らない選択”へ

作り込み疲れや価値観の変化を背景に、花王BRCCは「余白を残すベースメイク」を提案

*花王 BRCC カラー・メイク嗜好調査
調査時期：2005 年より年 1 回（2020 年は未実施）
調査方法：2005 年～2019 年会場調査、2021 年～2026 年 Web 調査
調査対象：18 歳～59 歳 ※調査対象人数は年度により異なります

＜調査結果＞

若年層の「理想の肌」は 10 年間ほぼ不変 変わったのは複数アイテムでつくるベースメイク

昨今、メイクアップトレンドは SNS を中心にめまぐるしく変化し、とりわけ若年層はその影響を最も受けやすい層です。一方で、2016 年～2026 年の 18 歳～24 歳の調査データを分析したところ、ベースメイクにおける「理想の肌」の上位項目は、この 10 年にわたりほとんど変化していないことが分かりました（図 1）。常に上位に挙がるのは、「毛穴の见えない肌」「透明感のある肌」「ツヤがある肌」の 3 項目です。なかでも「毛穴の见えない肌」は、皮脂分泌が活発な若年層にとって毛穴の目立ちを抑え、なめらかな肌に見せたいという理想が反映された項目です。また、「透明感のある肌」「ツヤがある肌」は、もともと肌がきれいに見えることへの憧れを示しています

なお、2026 年の最新の調査では、「透明感のある肌」（32.8%）に代わり「クリアな肌」（38.3%）が上位項目にランクインしました。これは透明感ニーズが変化したのではなく、「濁りのない印象」を「クリア」と表現する傾向の広がりと考えられます。

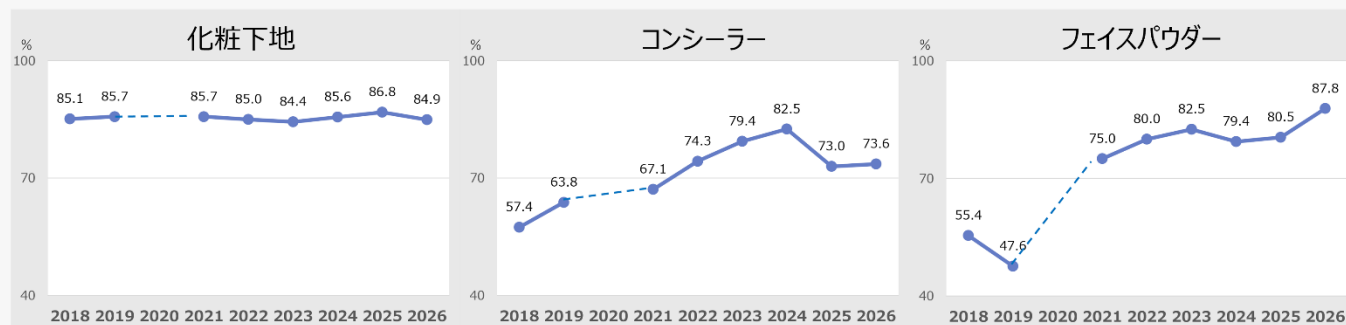
図 1：【ファンデーションを塗ることによって手に入れたい質感】上位4位項目の10年間の推移(2016年～2026年)

実施年 n数	2016年 101人	2017年 106人	2018年 101人	2019年 106人	2020年	2021年 427人	2022年 410人	2023年 160人	2024年 160人	2025年 200人	2026年 311人
1位	毛穴の 見えない肌	毛穴の 見えない肌	ツヤが ある肌	ツヤが ある肌		ツヤが ある肌	ツヤが ある肌	毛穴の 見えない肌	毛穴の 見えない肌	毛穴の 見えない肌	ツヤが ある肌
	48.5%	52.9%	67.3%	48.6%		47.5%	52.1%	46.3%	50.0%	43.7%	65.7%
2位	ツヤが ある肌	ツヤが ある肌	明るい肌	毛穴の 見えない肌		毛穴の 見えない肌	毛穴の 見えない肌	ツヤが ある肌	透明感の ある肌	透明感の ある肌	毛穴の 見えない肌
	43.6%	51.0%	50.5%	47.6%		46.1%	45.7%	43.1%	42.5%	43.4%	43.7%
3位	透明感の ある肌	透明感の ある肌	毛穴の 見えない肌	明るい肌		透明感の ある肌	透明感の ある肌	色白肌	ツヤが ある肌	ツヤが ある肌	色白肌
	42.6%	48.0%	47.5%	40.0%		32.1%	35.7%	38.8%	41.9%	38.1%	39.5%
4位	明るい肌	明るい肌	透明感の ある肌	透明感の ある肌		キメ細かい肌	色白肌	透明感の ある肌	色白肌	色白肌	クリアな肌
	41.6%	46.0%	46.5%	38.1%		30.7%	31.4%	36.9%	39.4%	33.0%	38.3%

花王BRCCカラー・メイク嗜好調査18歳～24歳（2017年～2019年会場調査/2020年以降Web調査）複数回答
※2020年調査未実施のため結果なし

理想の肌像が変わらない一方で、その理想を叶える「ベースメイクの作り方」には変化が見られます。特にコンシーラー、フェイスパウダーの使用率が、この 10 年間でかなり増加しています。（図 2）シミやそばかすをカバーするためにコンシーラーで気になる部分を細部まで隠し、さらにフェイスパウダーによって化粧崩れを防ぎ、補整力を高める手順がみられます。このように、気になる部分ごとにアイテムを使い分けながら仕上げるベースメイクが定着しつつあります。こうした作り方の変化の背景には、肌補整機能を用いた均一で完璧な肌表現が SNS 上で好まれていることが挙げられます。その影響もあり、「手間をかけたベースメイク」という作り方が若年層を中心に一般化してきたと考えられます。

図 2：普段、お化粧の際に使用しているアイテムを教えてください



花王BRCCカラー・メイク嗜好調査18歳～24歳（2017年～2019年会場調査/2020年以降Web調査）複数回答
 ※2020年調査未実施のため調査結果なし
 ※化粧下地、コンシーラー、フェイスパウダーのみ抽出

<提案>

これからは余白を残すベースメイク「全部塗らない選択」へ

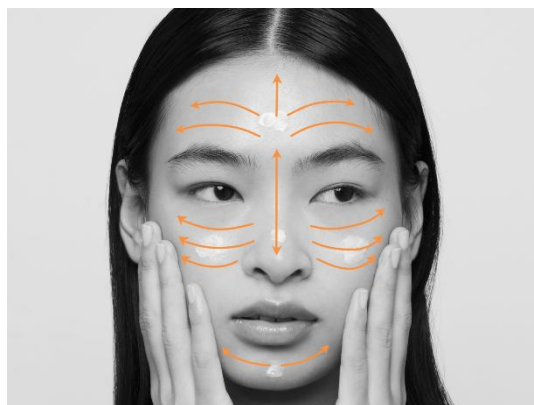
近年、「完璧な肌」を再現する手間のかかったベースメイクが主流となる一方で、そうした作りこみに負担感や疲れを感じる側面も見られます。他人の評価よりも「自分が心地よい状態」を重視し、画一的な完璧さより“自分らしさ”や“個性”、“自然体の美しさ”を見直す価値観が広がりつつあります。また、2026年の調査において、若年層に「ベースメイクをする際、完全には消さず残してもよい特徴」を尋ねたところ、「そばかすや赤みを残しても良い」と答えた割合が中高年層に比べて6～10ポイント高い結果になりました。この結果から若年層が欠点補正するよりも、自身の個性や自然さを重視する志向がうかがえます。

花王 BRCC のメイクアップアーティストは、こうした価値観の変化を背景に、これからのベースメイクとして“魅せるため”ではなく“自分のため”といったアプローチに着目しました。そこで顔全体を均一に塗るのではなく、必要な部分だけ薄く重ねて素肌の質感を生かしながら“余白を残す”ベースメイクを提案します。“余白を残す”ベースメイクではファンデーションを顔全体に均一に塗らず、見た目トラブルの出やすい部分(目の下・頬中心)を塗り、フェイスラインはあえて塗らずに仕上げます。そうすることで首やデコルテと自然につながり、抜け感のある印象を演出できます。工程をシンプルにすることで、メイクにかかる時間にもゆとりが生まれ、日常の心地よさを損なわないベースメイクが可能になります。

余白を残す 3 ステップベースメイク

<Step1> 下地は顔全体に薄く均一に

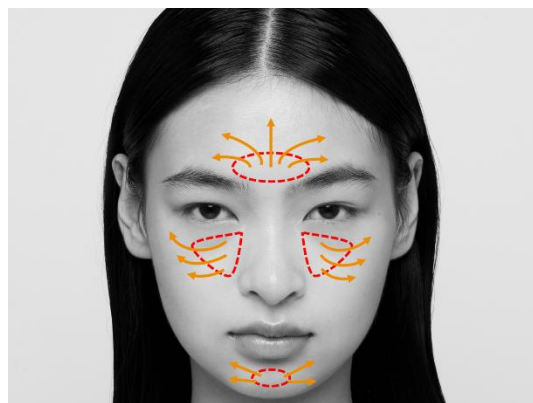
均一に塗ることで毛穴や色ムラをなめらかに整えます。
 カバー力の高い下地も薄膜で仕上げると、透明感が上がります。



<Step 2> ファンデーションは顔の中心から広げる

顔の中心から少量のファンデーションを塗ります。
フェイスラインに向けてぼかすように塗り、“余白を残す”ことで
素肌感のある仕上がりに。

毛穴が気になる部分は、指先でくるくるとなじませます。
仕上げにスポンジで優しくタッピングしてフィット感を高めます。



<Step 3> パウダーは点置きで仕上げる

小鼻、鼻側面、額、眉山などべたつく部分のみ透明感のあるパウダーを
“点”でのせていきます。

頬の高い位置や鼻筋はパウダーをのせず素肌のツヤを活かします。
パフを二つ折りにし、肌に触れる面は小さく、ツヤを消さないよう調整します



仕上がりチェックは 50cm 離れて。細部ではなく全体印象を確認

仕上がりの最終確認は、鏡から近距離ではなく、日常の会話距離*で行います。鏡から一步下がり、正面・斜め・自然光の近くで確認をします。
カバーが足りなければ、残ったファンデーションをごく少量、気になる箇所に
指先で軽く重ねます。つけすぎたと感じたら、化粧水ミストで軽くなじませて、
膜感や粉っぽさをだけをオフします。余白を残すベースメイクが仕上がりも気持ちも
満足させてくれます。これが「自分のための」ベースメイクの新基準です。

*日常で人と向き合うおおよその距離



おすすめのアイテム

■KATE ポアレスキーパー FOR ドライ&オイリー

全 1 種 25ml SPF50・PA+++

毛穴悩みをカバーしテカリを抑制。1 日中崩さない化粧下地



KATE 公式サイト： <https://www.kao-kirei.com/ja/item/kbb/kate/4973167016855/?tw=kbb>

■ LUNASOL スキンフュージングフィルター

全 5 色 30g SPF23・PA++ 9月4日（金）新発売

肌とシームレスになじんでその人本来の美しさになりすますファンデーション

LUNASOL 公式サイト：<https://www.lunasol-official.com/lp/collection/4dbeige>



■ KANEBO クリスタライズドフィックスパウダー

全 1 種（ケース・パフ付き）

ノンパールうるみ膜パウダーで、粉なのに、明るくなめらかな生肌感のある仕上がり

KANEBO 公式サイト：<https://global.kanebo.com/ja/categories/basemake/powder/p/4973167710289>



■ KANEBO スムースフィットスポンジ

顔の凹凸にフィットするこだわりの形状で、思い通りの仕上がりを手早く叶う

メイクアップスポンジ

KANEBO 公式サイト <https://global.kanebo.com/ja/categories/basemake/foundation/p/4973167555743>



松本ちひろ

花王 ビューティリサーチ&クリエーションセンター メイクアップアーティスト

美容部員の教育担当としての知見を活かし開発支援、レクチャー、メイク提案など行う。

美容トレンド分析も担当。

【美容の情報はこちら】

ビューティコミュニティサイト「Kao Beauty Brands プレイパーク」では、美容に関するさまざまな情報を公開しています。
<https://member.kao-kirei.com/jp/kbbplaypark/>

【花王 ビューティリサーチ&クリエーションセンターについて】

花王化粧品事業部門の中で、科学的エビデンスや生活者リサーチ、美容トレンドに基づき、Kao Beauty Brands の全ブランドの基礎となる美容情報や技術を開発。Kao Beauty Brands のサイトにおいて、美容の情報も監修しています。