

2012年10月30日

株式会社オールアバウト

【生活トレンド研究所レポート】
「男性の美容に関する意識調査」を実施
 ～7割の男性が「美容に関心がある」と回答～
 ～美容に関心のある男性は「SNS」使用率が高い傾向に～

株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO:江幡哲也)が運営するマーケティング・チャンネル「生活トレンド研究所」は、第二弾のレポートとして、All About『メンズコスメ』ガイドの藤村岳氏を研究員ガイドに迎え、「男性の美容」に関するアンケート調査を実施しました。

調査協力は、株式会社マクロミル。調査期間は2012年10月16日(火)～2012年10月17日(水)、20～40代の有職男性1,000人から有効回答を得ました。

■「生活トレンド研究所」のURL:http://allabout.co.jp/trend_lab/

【調査結果のポイント】

1)	<p>「美容に関心がある」男性は約7割</p> <p>特に20代が76.6%と牽引／40代は約半数が「関心がない」と回答 美容に関心のある男性が日常使用するものは、「洗顔料」、「シェービングフォーム」、「化粧水」、「乳液」 購入チャンネルは「ドラッグストア」が多数</p>
2)	<p>“美白男子”は実在する！？</p> <p>20～30代の4割が「日焼けをしないようにしている」 さらに「健康」への気づかひも忘れない</p> <p>「日焼け」を健康的だと思う男性も、自身は「日焼けをしないようにしている」男性が約半数 美容に関心のある男性はランニングといった運動やバランスのとれた食生活など健康面もケア</p>
3)	<p>ビジネスシーンにおいて身だしなみで後悔や失敗をしたこと</p> <p>20代の1位は「髪」、2位は「服装」、3位は「肌」</p> <p>美容に関心のない男性の56.0%が「特に無い」と回答</p>
4)	<p>20代男性の“美容”に対するモチベーションは、「心地よさ」</p> <p>日頃のスキンケアのモチベーションは、“モチ”や“仕事”を抑えて「自分が心地良い」が堂々の1位。</p>
5)	<p>美容に関心のある男性は、「SNS」の使用率が高い</p> <p>美容への関心の有無で比較すると、使用率の差が一番開いているのは「LINE」!</p>

1)「スキンケアに関心がある」男性は約 7 割、特に 20 代が牽引

「スキンケア」に対して関心があるかどうかを聞いたところ、「ある／少しある」と回答した男性は 67.5% もいることが明らかになりました。また、年代別で見ると、20 代は 76.6%であることに對して 40 代は 58.6%と、前述の男性の美容への関心の高さは 20 代が牽引していることがわかりました。

また、日頃肌のためにおこなっているケアを聞いたところ、「洗顔料を使っての洗顔」、「髭剃り前にシェービングフォームをつける」、「髭剃り後に保湿をする」、「化粧水をつける」、「乳液やクリームをつける」といった項目で美容に関心のある層とない層の差の開きが目立ちました。

【グラフ 1】【グラフ 2】【グラフ 3】

2)美白男子健在！？美容に関心のある男性は「日焼けをしない」、さらに自身の健康にも注意

“日焼け”に対する意識としては、美容に関心のある層は、「健康的かどうか」という考え方を問わず 47.1%が“日焼けをしないようにしている”と回答。美容に関心のない層(26.2%)と比べると倍近く“日焼けをしないようにしている”ことが明らかになりました。

さらに、美容や健康のために気をつけていることを聞いたところ、美容に関心のある層は、ない層に比べて「ランニングやウォーキングをする」、「バランスのとれた食生活をする」といった項目でポイントが高く、美容に関心のある層は、美容だけではなく健康にも気を配っていることが推察されます。

【グラフ 4】【グラフ 5】

3)ビジネスシーンにおいて身だしなみで後悔や失敗をしたこと／20 代の 1 位は「髪」、2 位は「服装」、3 位「肌」という結果に

ビジネスシーンにおいて、「外見・身だしなみ」で後悔や失敗をしたことがあるかどうかを聞いたところ、年代別で見ると 20 代は「髪」、「服装」、「肌」の順で「後悔や失敗」を経験していることが明らかになりました。また、美容に関心のない層の 56.0%が「特にない」と回答していました。

【グラフ 6】【グラフ 7】

4)20 代男性の“美容”に対するモチベーションは、「心地よさ」

日頃のスキンケアなどといった、美容のモチベーションは何かを聞いたところ、美容に関心のある層では「自分が心地いいから」(63.4%)が一番多く、次に「仕事のため」(33.9%)や「モテるため」(30.8%)と続いていました。年代別で見ても 1 位は「自分が心地いいから」と、仕事や女性など対外的なものではなく、あくまで自分自身のためにスキンケアなどを行なっているという実態が明らかになりました。

【グラフ 8】【グラフ 9】

5)美容に関心のある男性は「SNS」の使用率が高い

今回の調査で、「SNS」の使用率について調べてみたところ、美容への関心がある／なしで「SNS」ツールの使用率に差があることがわかりました。美容に関心のある層は、3 割以上が「Twitter」(38.8%)や「Facebook」(41.8%)、「mixi」(41.8%)といったツールを使用しており、美容に関心のない層と比べて 1 割近く差がありました。また、年代別で見ると 20 代は 1 位が「mixi」でしたが、30 代・40 代は「Twitter」が 1 位となりました。【グラフ 10】【表 1】

■「メンズコスメ」ガイド 藤村岳氏のコメント

年齢による美容意識の格差が浮き彫りになる結果です。若い世代ほどスキンケアを生活に自然に組み込んでいるようですが、40代では無関心層が多く見られました。特に「ビジネスで後悔・失敗した例」の項目で、美容意識の低い人の56%が「特になし」と回答していることに注目。これは裏返せば、本人が気づいていないだけで、周りからは減点されている場合もあるのでは？ つまり、自身をマネージメントする行為を美容と考えるのであれば、危機意識の欠如ということに繋がりがかねません。

その点、20代の男性のスキンケアのモチベーションで、断トツの1位が「自分の心地よさ」のためという回答もおもしろい結果です。これは、「モテること」や「仕事上のメリット」など目先の利益が最優先ではなく、生活の一部として、自分を高める行為として、捉えているからだと思います。このような美容に対する意識が年代によって大きく異なっている現状を如実に表しています。

しかし、日焼けに関してはどの年代も共通して、避けている傾向が見られます。昨今の環境の変化で紫外線による老化作用が認知された結果といえるでしょう。

■調査概要

- ・調査期間： 2012年10月16日(火)～2012年10月17日(水)
- ・調査対象： 20歳以上50歳未満の有職男性(マクロミルモニタ会員)
- ・有効回答数： 1,000件
- ・属性： 20代 334s、30代 333s、40代 333s
- ・調査方法： インターネットリサーチ
- ・調査機関： マクロミル

「生活トレンド研究所」について http://allabout.co.jp/trend_lab/

「生活者のトレンドと未来をひも解くマーケティング・チャネル」であることをミッションに掲げ、総合情報サイト「All About」で活躍する住宅、マネー、健康、グルメ、一般消費財等、様々な領域における専門家(=ガイド)が研究員となって、企業と生活者がより良い関係性を構築するための調査、市場分析を行なっていきます。その分野における高い専門性はもちろんのこと、生活者・実務家としての考えや想いも兼ね備えた「All Aboutガイド」ならではの分析・考察を重ねることで、表面的な定量データでは捉えられない新たな潮流や課題を浮き彫りにしていきます。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当： 柏原、大竹

TEL:03-6362-1309 FAX:03-6682-4229 E-mail: pr@staff.allabout.co.jp

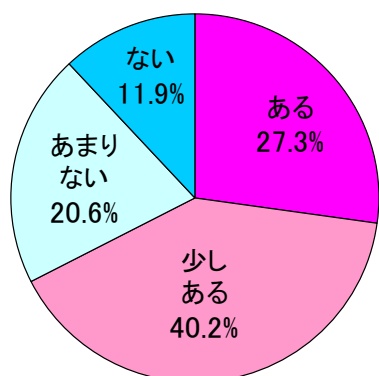
《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ず「生活トレンド研究所の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。

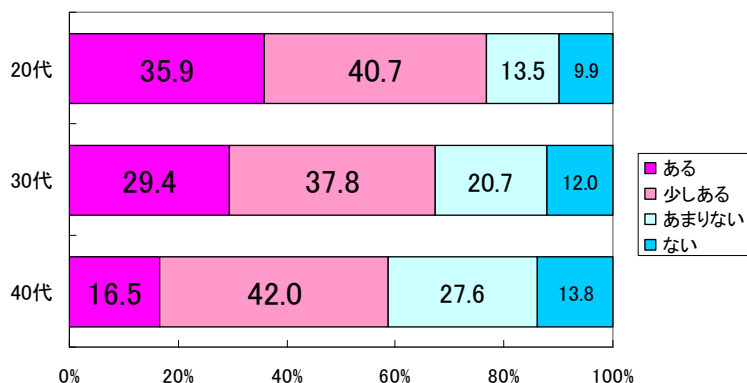
【参考資料】

■調査結果グラフ

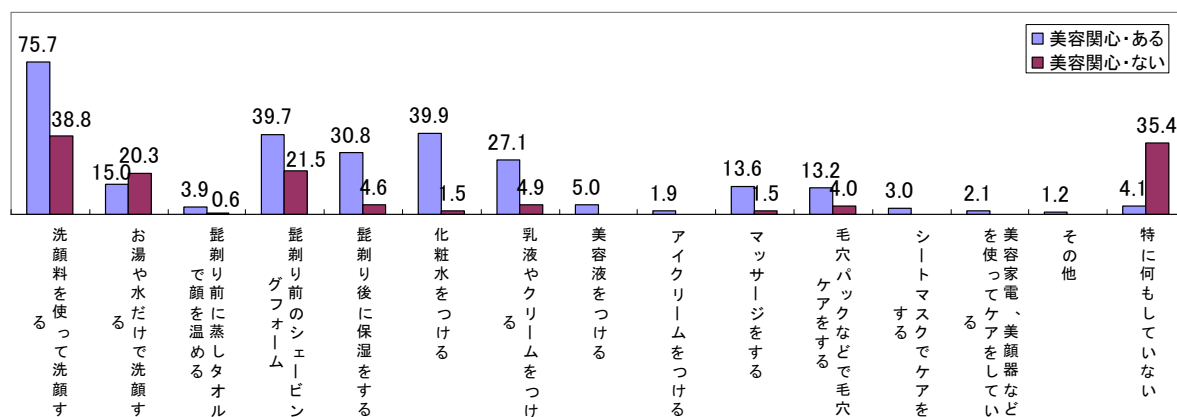
【グラフ1】美容への関心の有無



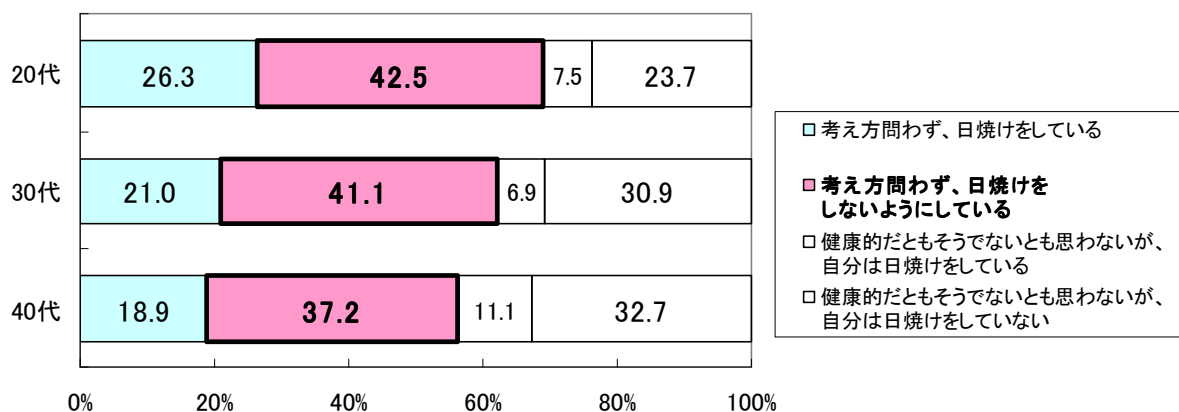
【グラフ2】美容への関心の有無／年代別・%



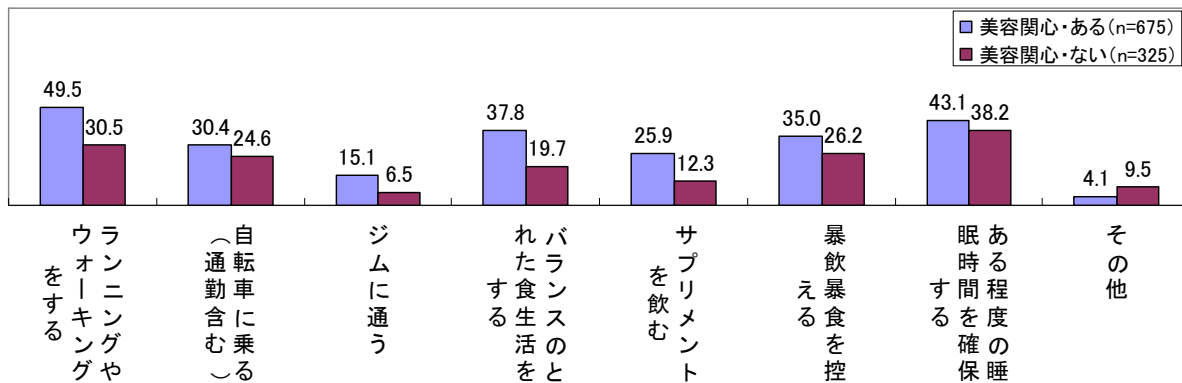
【グラフ3】日頃行なっているケア／美容への関心有無別・%



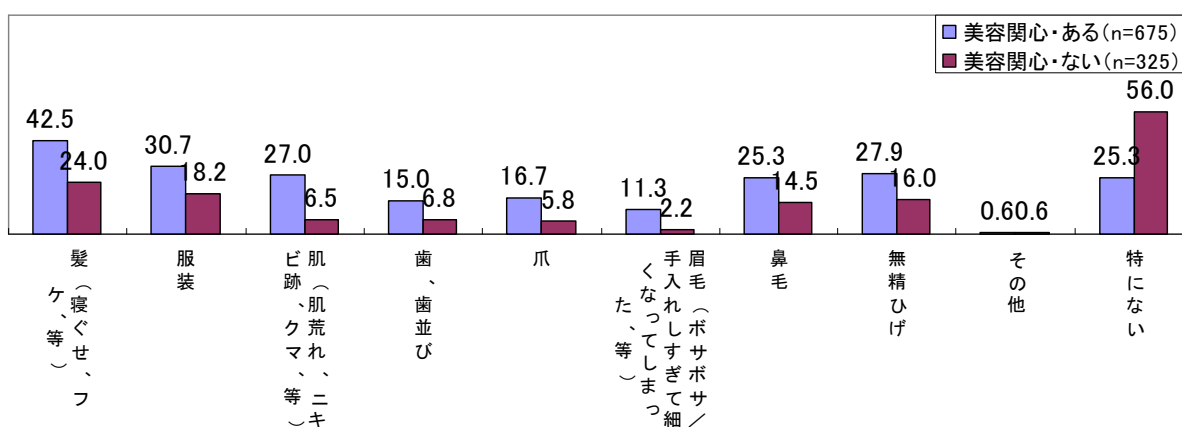
【グラフ4】日焼けに対する意識／年代別・%



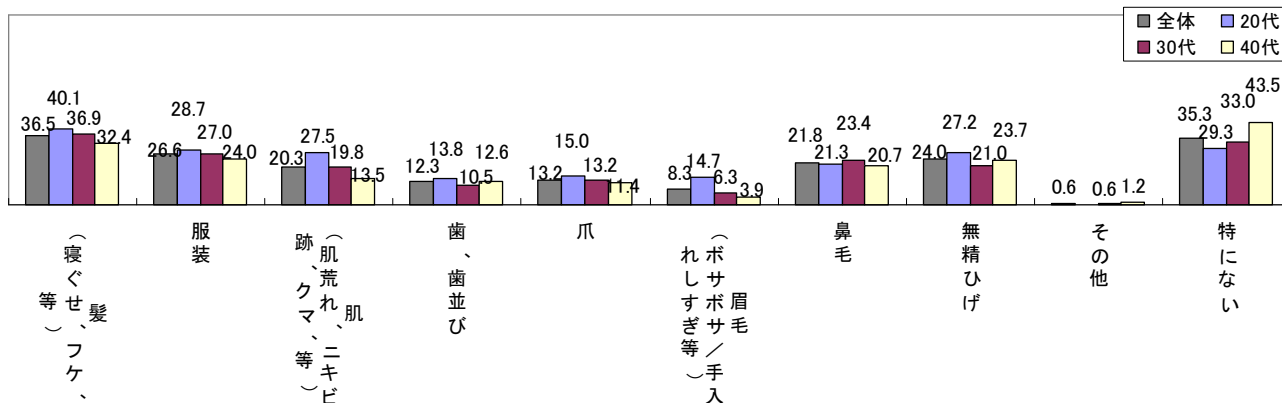
【グラフ5】美容や健康のために気をつけていること／美容への関心有無別(%)



【グラフ6】ビジネスシーンにおいて、「外見・身だしなみ」で後悔や失敗をしたこと／美容への関心有無別(%)

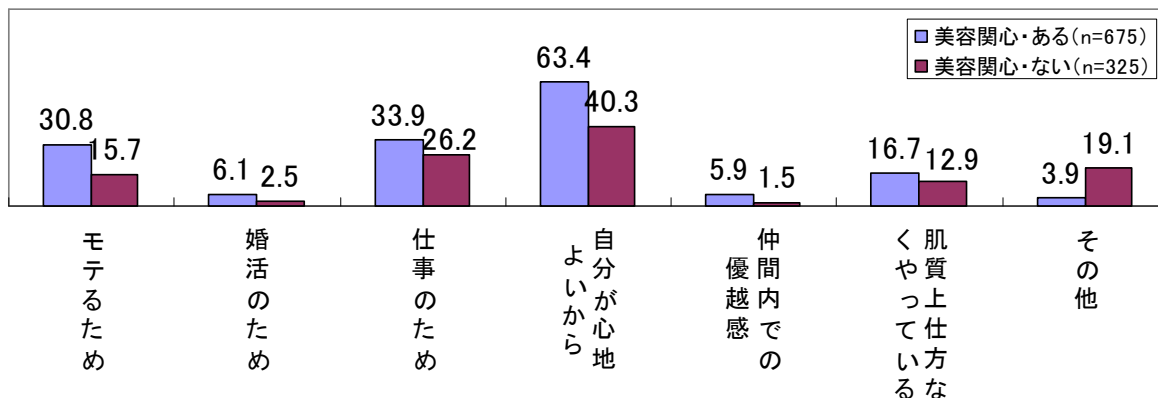


【グラフ7】ビジネスシーンにおいて、「外見・身だしなみ」で後悔や失敗したこと／年代別(%)

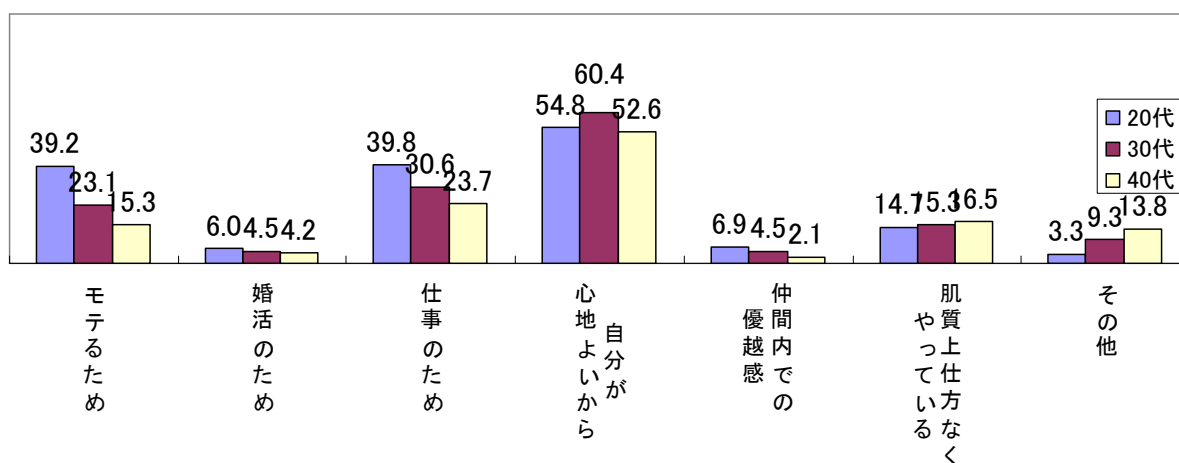


	1位	2位	3位	4位	5位
全体	髪 (36.5%)	特にない (35.3%)	服装 (26.6%)	無精ひげ (24.0%)	鼻毛 (21.8%)
20代	髪 (40.1%)	特にない (29.3%)	服装 (28.7%)	肌 (27.5%)	無精ひげ (27.2%)
30代	髪 (36.9%)	特にない (33.0%)	服装 (27.0%)	鼻毛 (23.4%)	無精ひげ (21.0%)
40代	特にない (43.5%)	髪 (32.4%)	服装 (24.0%)	無精ひげ (23.7%)	鼻毛 (20.7%)

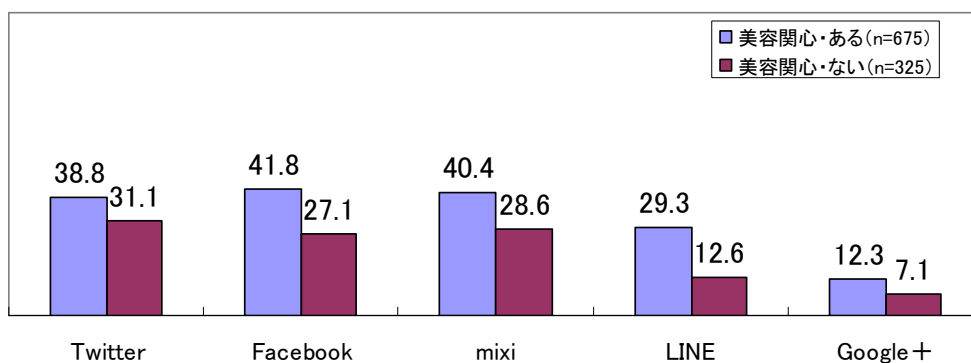
【グラフ8】 日頃のスキンケアのモチベーション／美容への関心有無別(%)



【グラフ9】 日頃のスキンケアのモチベーション／年代別(%)



【グラフ10】 現在使用しているSNSツール／美容への関心有無別(%) ※「特になし」を除く



【表1】 現在美容に関心がある／年代別

	1位	2位	3位
20代	mixi(50.0%)	Facebook(49.4%)	Twitter(41.3%)
30代	Twitter(37.8%)	Facebook(36.0%)	mixi(35.7%)
40代	Twitter(29.7%)	Facebook(25.5%)	mixi(24.0%)