

【生活トレンド研究所レポート 2014 vol.9】 「男の身だしなみとニオイ」に関する調査を実施 ～50代男性の半数以上が「美容に関心あり」！～ ～3人に1人の男性が上司や同僚の「ニオイ」が気になっているが、指摘できない～

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「生活トレンド研究所」は、2014年第9弾のレポートとして「男性の身だしなみとニオイ」に関するアンケート調査を実施しました。

5月に入り、2日（金）には東京大手町の気温が25度まで上がり、今年初の“夏日”となりました。暑くなってくると気になるのは“ニオイ”のケア。最近では男性用のニオイケア製品が多数発売されており、市場も活気づいています。そこで、「生活トレンド研究所」では、男性が自分自身のニオイについてどう感じているか、また、同性同士のニオイについてどう感じているかを調査しました。調査期間は2014年4月9日（水）～2014年4月12日（土）、首都圏（1都3県）在住でフルタイム勤務の20～59歳男性894名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/

【調査結果サマリー】

1) 50代男性の半数以上が「美容に関心がある」と回答 20～50代男性が身だしなみで気をつけているのは「顔・頭部」と「ニオイ」

<専門家（「メンズコスメ」ガイド：藤村岳氏）コメント>

「40代以降も含めて全体的に『美容』や『身だしなみ』に関する感度が上がっている。50代の男性のための雑誌の新創刊など、この年代の意識が緩やかながら高まってきたことに注目したい」

<専門家（「成功者のビジネスマナー」ガイド：尾崎まみ氏）コメント>

「見た目というのは、情報の窓口といえる。見た目は、その人そのものといっても過言ではない。商談も恋愛も、見た目が悪いと、決まるものも決まらない。自分の幸せのためにも、『身だしなみ＝見た目』を大切にしていきたい」

2) 5割以上の男性が「自身のニオイ」が気になっている！ ニオイの対処法は年代で二分され、20～30代は「制汗剤」、 40～50代は「こまめに汗を拭く」

<専門家（「皮膚外科」ガイド：野田真喜医師）コメント>

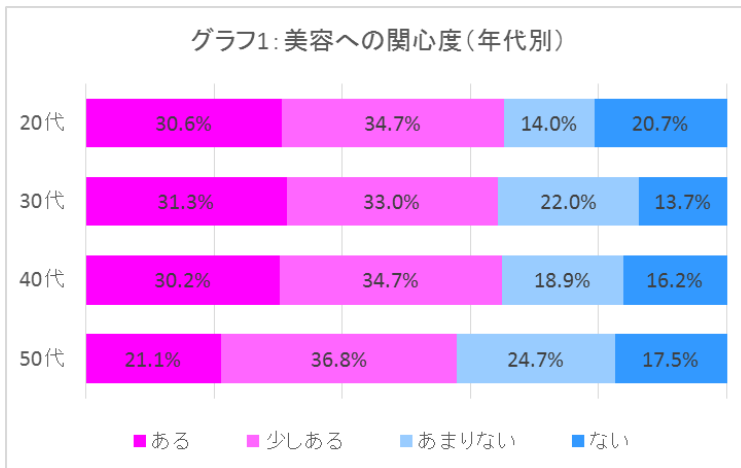
「体のニオイでもわきの下のニオイが特に強い状態をワキガというが、これが特に強く、社会生活上差し支える状態を『腋臭症』と呼び、日本人では10～15%程度とされている。アンケートでは、これよりずっと多い割合でニオイを気にする人がいることから、その中には全く臭わない、またはわずかに臭う、という程度でも臭いを気にする人が含まれていることが考えられる。実際、診察すると、ほとんどニオイがないのに、例えば“思春期に他人に指摘されて以降、とても気になるようになった”などの理由で受診される方も少なくない」

3) 3人に1人が「会社の同僚」のニオイが気になっている！ しかし大半が「ニオイの指摘はできない」と回答

<専門家（「メンズコスメ」ガイド：藤村岳氏）コメント>

「悪臭を振りまいていても、『知らぬは本人ばかりなり』という状況。親しいであろうはずの家族や友人に指摘するという人が3割台に留まっている、ということはいかにニオイ問題がデリケートであるか、という象徴ではないか」

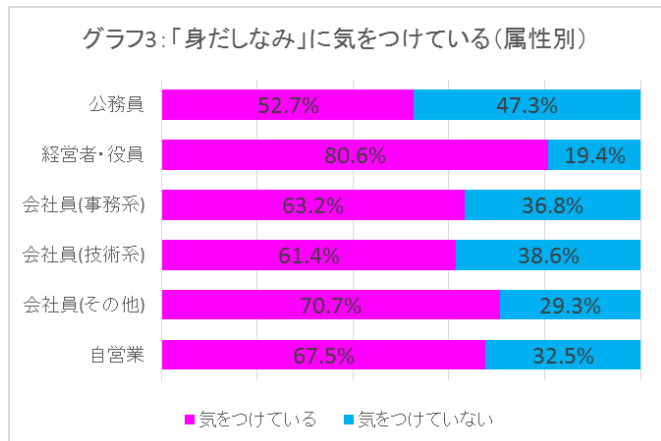
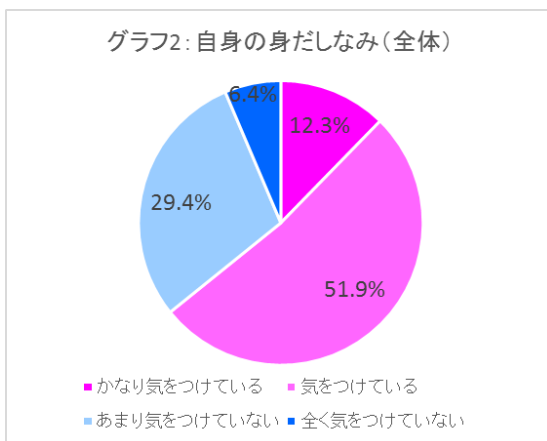
1) 50代男性の半数以上が「美容に関心がある」 身だしなみで気をつけているのは「顔・頭部」と「ニオイ」



首都圏在住の20～59歳でフルタイム勤務の男性894名を対象に美容への関心度を聞いたところ、20～40代は6割以上が、50代は5割以上が「ある」と回答していました(グラフ1)。この結果に対し、「メンズコスメ」ガイドの藤村岳氏は次のようにコメントしています。

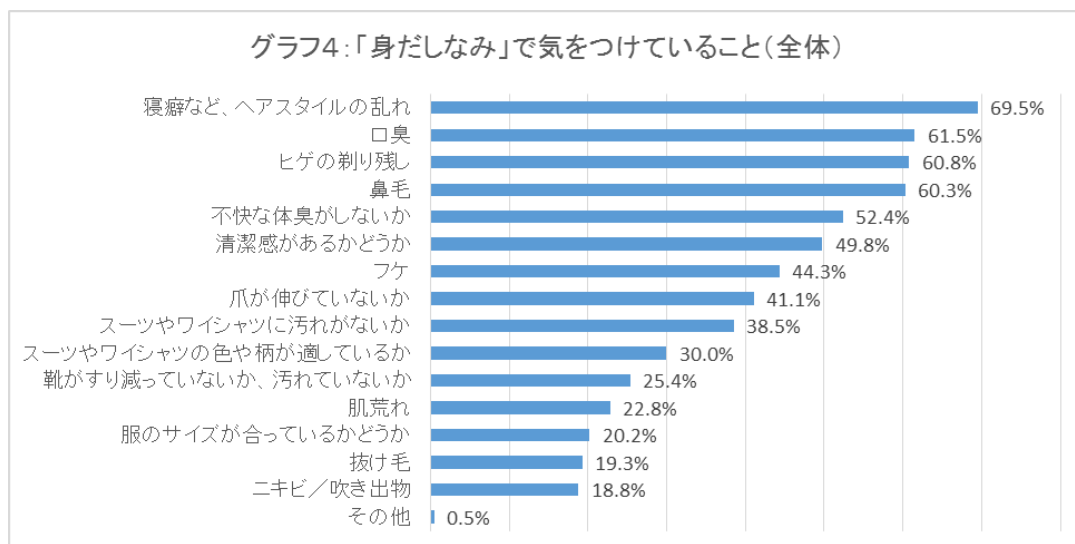
「40代以降も含めて全体的に『美容』や『身だしなみ』に関する感覚が上がっています。20代など、スキンケアをすることが当たり前の層の関心度の高さに追

い上げられるようにミドルエイジ以降もその新勢力を無視できなくなったのではないのでしょうか。また、50代の男性のための雑誌の新創刊など、この年代の自分に対する意識が緩やかながら高まってきたことに注目したいです」



また、自身の身だしなみに気をつけているかどうかを聞いたところ、6割以上が「気をつけている」と回答(グラフ2)。職業別で見ると、特に「経営者・役員」層が他とくらべて「気をつけている」が1割程度多い結果となりました(グラフ3)。「身だしなみ」で気をつけていることについては、「寝癖など、ヘアスタイルの乱れ」

(69.5%)、「ヒゲの剃り残し」(60.8%)、「鼻毛」(60.3%)といった、顔や頭部を特に気をつけている傾向にあり、さらに「口臭」(61.5%)、「不快な体臭がしないか」(52.4%)といった「ニオイ」まわりもケアしていることがわかりました(グラフ4)。



この結果について、藤村氏は次のようにコメントしています。

「属性の身だしなみ感度別をみると、『経営者・役員』、『自営業』など自分自身に評価が集まりやすい人はやはり身だしなみを『気をつけている』割合が高いですね。『個人力 = 身だしなみ・見た目』という外的要因が大きく関わっていると推察します。

身だしなみで気をつけているところについては、スーツや靴などといった“持ち物”よりも、ヒゲや爪、ニオイなど体にまつわる身だしなみの方がより気をつけられるべきという認識が伺えます。持ち物は経済状況や立場によって左右されますが、清潔さは普段の努力によってもたらされるものです。ここで格差をつけられると、社会生活での影響が大きいからだと考えます」

また、「成功者のビジネスマナー」ガイドの尾崎まみ氏は次のようにコメントしています。

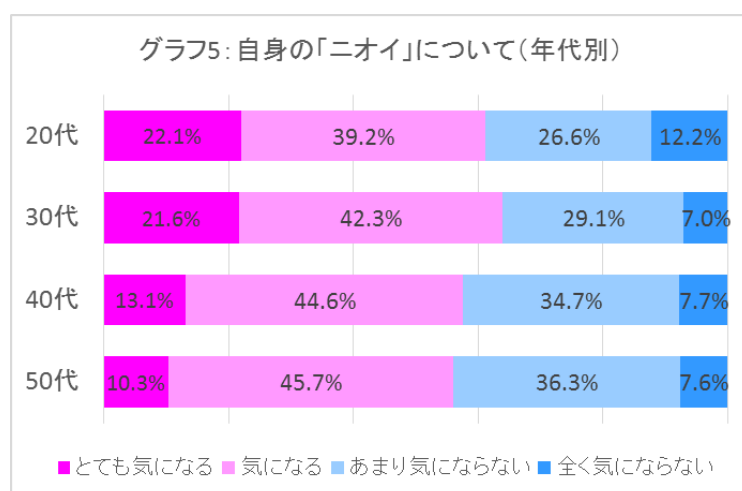
「『身だしなみ = 見た目』は、第一印象で最もウェイトを占める部分です。例えば、見た目というのはマンションに例えると、“エントランス”です。マンションを借りるときに内見をしたいと思います。エントランスが汚い、暗い、生ゴミ臭い、カビ臭い、トイレ臭い…など、エントランスが綺麗ではなかった、嫌なニオイがした、となると、部屋を内見する気も起きなくなります。実際、家賃や間取りなどの紙の上での条件が良かったとしても、決まるものも決まらなくなります。

人にも同じことが言えるのです。見た目というのは、情報の窓口といえます。見た目は、その人そのものといっても過言ではありません。商談も恋愛も、見た目が悪いと、決まるものも決まりません。自分の幸せのためにも、『身だしなみ = 見た目』を大切にしていきたいと思います。

また、身だしなみで気をつけている箇所が顔から上の部分やニオイが多い、となっていますがその通りです。相手をパッと見た際、相手の目の周りを見るのは当たり前なので、目の周り、つまり顔、ヘアスタイル、ヒゲなどしっかりケアしていただきたいと思います。そして、相手を見た時には、挨拶をしたり、話をするところもあるでしょう。するとすぐに、口臭も相手にわかってしまいます。自身の顔や口臭はきちんとケアされていますか？自分で気づかない場合は、パートナーや友人など、近くにいる人が傷つけないように優しく教えてあげましょう」

2) 5割以上の男性が「自身のニオイ」が気になっている！ ニオイの対処法は年代で二分され、20～30代は「制汗剤」、 40～50代は「こまめに汗を拭く」

「身だしなみ」として気をつけていることの上位にも挙がっていた“ニオイ”について、気になるかどうかを聞くと、全年代ともに5割以上（20～30代は6割以上）が「気になる」と回答していました。巷では、“男脂臭”、“ミドル



脂臭”、“加齢臭”といったニオイにまつわるワードが氾濫している影響もあってか、男性自身が自分の“ニオイ”について敏感になっていることがわかります（グラフ5）。

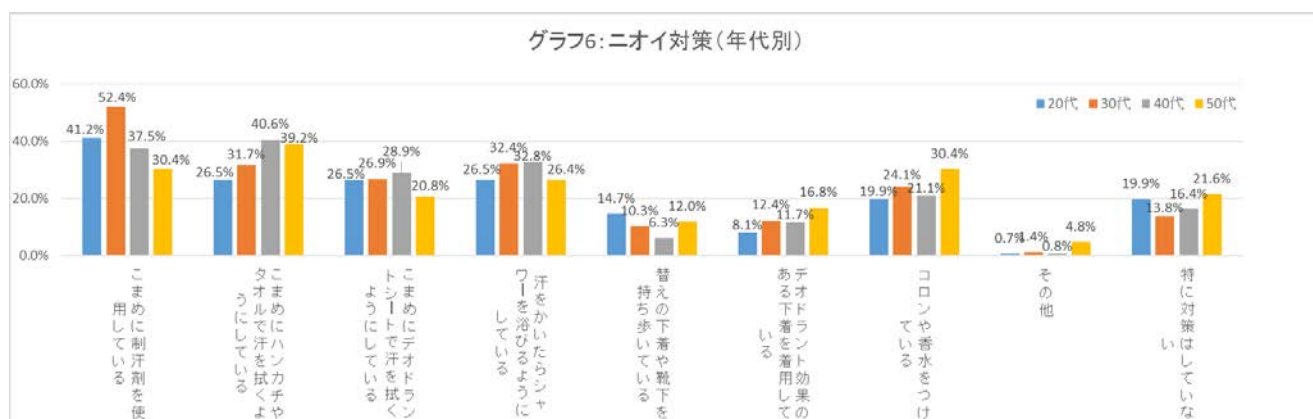
これについて、「皮膚外科」ガイドの野田真喜医師は次のように解説しています。「今回のアンケートでは、20～30代の5人に1人が自分のニオイが『とても気になる』と答え、また全年代で『とても気になる』、『気になる』が実に5割を超えています。

体のニオイでもわきの下のニオイが特に強い状態をワキガといいます。これは、ワキの下にあるアポクリン腺から出る汗のニオイのことで、これが特に強く、社会生活上差し支える状態を『腋臭症』と呼び、日本人では10～15%程度とされています。

アンケートでは、これよりずっと多い割合でニオイを気にする人がいることから、その中には全く臭わない、またはわずかに臭う、という程度でも臭いを気にする人が含まれていることが考えられます。実際、診察すると、ほとんどニオイがないのに、例えば「思春期に他人に指摘されて以降、とても気になるようになった」などの理由で受診される方も少なくありません。心の病になってしまうと、『自臭症（自己臭症、または自己臭恐怖症）』といって周りから臭いと思われていると思い込んでしまうこともあります。

そこで、病院では客観的な評価をするために、ガーゼテストといって、患者さんの両脇にガーゼをはさみ、数分後に医師がガーゼのニオイを嗅ぐ、という簡単な検査をすることがあります。問診やガーゼテストなどで腋臭症と判断され、治療希望がある場合は治療となります。

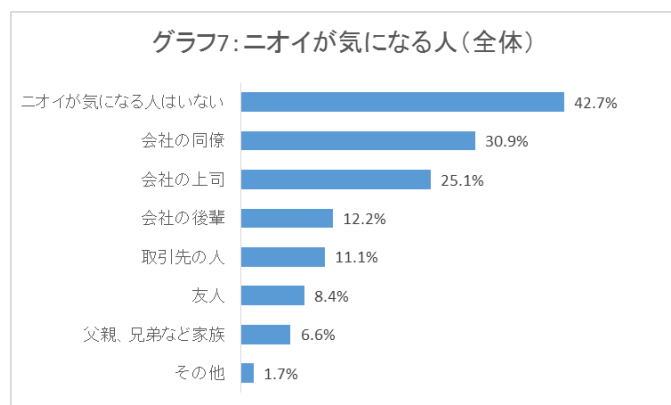
対処方法としては、清潔を保つこと、食生活の見直し、制汗剤、外用薬の使用や剃毛、脱毛などがあります。それでも軽快しない場合は、注射や手術、また最新の治療としては皮膚を切ることなくワキガや多汗症治療を可能とした治療もあります」



さらにニオイを気にしている人に対し、どのような対策をとっているかを聞いたところ、20～30代では「こまめに制汗剤を使用している」（20代 41.2%、30代 52.4%）が最も多く、40～50代では「こまめにハンカチやタオルで汗を拭くようにしている」（40代 40.6%、50代 39.2%）が最も多い結果になりました（グラフ6）。この結果に対し、藤村氏は次のようにコメントしています。

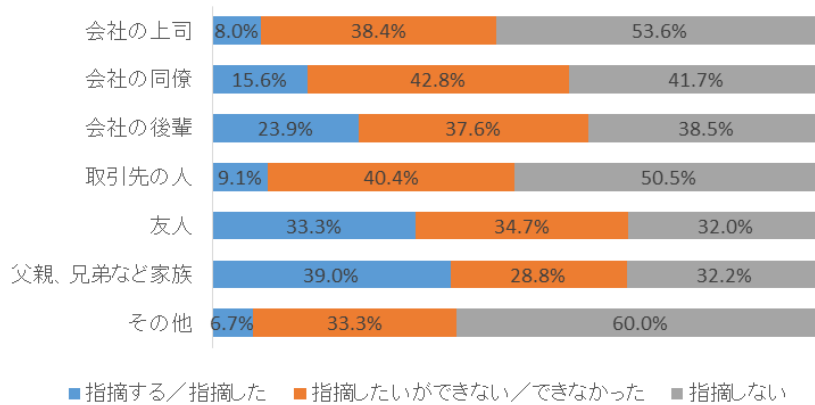
「ニオイケアで特徴的なのが、20代など若い層は『制汗剤』でニオイの元が出ないように予防に努めること。一方で40代以降ではとりえず出てきた汗や皮脂にタオルで対処すること。アプローチの違いが浮き彫りになりました」

3) 3人に1人が「会社の同僚」のニオイが気になっている！ しかし大半が「ニオイの指摘はできない」と回答



自身の周囲に「ニオイ」が気になる人がいるかどうかを聞いた問いには、4割は「いない」と回答していましたが、3割が「会社の同僚」、2割が「会社の上司」と答えていました（グラフ7）。さらに「ニオイ」が気になる人に対して、その「ニオイ」を指摘するかどうかを聞いたところ、上司同僚が相手だと約4割が、友人や家族であっても約3割が「指摘できない」と回答していました（グラフ8）。

グラフ8:「ニオイ」を指摘するかどうか(全体)



指摘できない理由としては、「関係を壊したくない（対上司）」、「言うとなら関係がこじれそうだから（対上司）」、「ニオイについて指摘できるほどの信頼関係がないから（対同僚）」といった“関係性”を理由にするものや、「加齢臭だからしょうがない（対上司）」、「指摘して改善されるものではないと思うから（タバコや、それによる口臭）（対上司）」、「許容範

囲であればしょうがないと思う（対同僚）」、「指摘してもどうしようもないから（対父親、兄弟）」、といった“諦め”が挙げられていました。

これに対し、藤村氏は次のようにコメントしています。

「周囲のニオイに3人に1人の割合で気付いているにも関わらず、8割以上が結果的に指摘しない／できないというのは興味深い結果です。悪臭を振りまいていても、『知らぬは本人ばかりなり』という状況になっています。はじめから上司や取引先の人に指摘するのは難しいことが予想されましたが、フランクに話し合えるはずであろう同僚でもこの数字が出ました。さらに親しいであろうはずの家族や友人に指摘するという人が3割台に留まっている、ということはいかにニオイ問題がデリケートであるか、という象徴ではないでしょうか」

■調査監修者プロフィール



「メンズコスメ」ガイド 藤村 岳 (ふじむら たくし)

男性美容研究家・美容コンサルタントとして活動。DANBIKEN～男性美容研究所～主宰。「美しくなるよりも、嫌われない美容」が男性には必要とのモットーがあり、やりすぎない男性美容を提案。テレビ・ラジオなどの出演のほか、『MEN'S EX』（世界文化社）、『Gainer』（光文社）、『UOMO』（集英社）などで執筆活動。講演やイベント、化粧品の商品開発、コンサルティングなども行っている。



「皮膚外科」ガイド 野田 真喜 (のだ まき)

日本形成外科専門医、医学博士。昭和大学形成外科、横浜労災病院、千葉県こども病院などで多くの臨床経験を積み、現在「神楽坂肌と爪のクリニック」副院長。爪を専門とする数少ない病院で、巻き爪などの爪治療から、ほくろやシミの治療まで皮膚外科医として日々診療にあたる。



「成功者のビジネスマナー」ガイド 尾崎 まみ (おざき まみ)

大学卒業後、JAL 国際線 CA として 8 年間乗務。主にニューヨーク、パリ便のファーストクラスを担当。現在は、マナーコンサルタントとして、法人・企業を対象に、社員教育研修、ビジネスマナー研修、新入社員研修、管理職研修、接客・接客訓練などを実施。特に、CS・マナー・身だしなみ・営業等のマニュアル作成を得意としており、数社の企業、ゴルフクラブ、レストランなどのイメージアップコンサルティング、学生向けの就職活動セミナー講師も行っている。講師歴 8 年目で受講者は 5000 名を超えている。

■ **調査概要**（調査方法：インターネット調査）

- ・調査期間 : 2014年4月9日(水)～4月12日(土)
- ・調査対象 : 首都圏（東京、埼玉、神奈川、千葉）の20～59歳男性
（ジャストシステム「ファストアスク」リサーチ会員）
- ・割付 : 20～24歳 111名、25～29歳 111名、30～34歳 115名、35～39歳 112名、
40～44歳 111名、45～49歳 111名、50～54歳 112名、55～59歳 111名

「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：大竹、柏原
TEL：03-6362-1359 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。