

男性の約9割が「メイクをしてみたい」

令和はメンズメイクも当たり前前の時代！？

スマート  
男性ファッション誌『smart』が“美容”でイケメンを増やす  
「人類イケメン化計画！！」発表

ファッション雑誌トップシェア(※1)の株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)が発行する男性ファッション誌『smart(スマート)』3月号(2020年1月24日発売)の巻頭特集で「人類イケメン化計画！！」を実施します。俳優・お笑い芸人・格闘家、ティックトッカーなど計12名をヘアメイク、ファッションでイケメンに大変身。それぞれ使用した美容アイテムやメイク術を詳しく紹介しています。

『smart』での美容企画は毎回好評を得ており、美容に関する誌面の割合はこの2年間で約4倍に増加。2019年夏からは様々なジャンルの男性を美容でイケメンに関する連載企画「外見至上『手技』!!」をスタートし、毎号反響が大きいことから、3月号では拡大版として巻頭で特集することとなりました。

資生堂が、20~50代の男性439人に行ったアンケートによると、メイク未経験者の約9割がBBクリームやアイブロウで肌や眉を整えるメンズメイクを「してみたい」と回答。また、仕事相手の男性がメイクをしていることに「抵抗がないと感じる」男性は約8割という結果になり、若い世代を中心に美容の関心が高まっています(※2)。

『smart』は、今年創刊25周年を迎える実売No.1の男性ファッション誌です。20~30代の男性をメイン読者とし、ファッションから音楽、アイドル、ゲーム、マンガ、お笑いまで、「男子の好きなもの全て！」をコンセプトに、幅広いコンテンツを掲載しています。

宝島社は、企業理念である「人と社会を楽しく元気に」のもと、今後もより多くの方に喜んでいただけるコンテンツを企画開発・提供してまいります。

※1 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2019年上半期(1~6月)より

※2 株式会社資生堂「男性のスキンケアと肌や眉を整える等の行為に関する意識調査」より

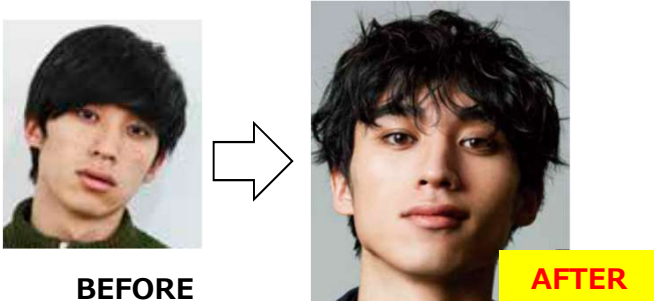
驚きの「ビフォーアフター」で一目瞭然！キーワードは、メイク・前髪・清潔ファッション

いま非常に盛り上がっているのが、この「メンズ美容のジャンル」です。SNSで自分を発信するだけでなく、就職活動や会社などで動画でプレゼンすることが増えてきたりと、その人の洋服だけでなく、見た目の肌や髪、眉毛などが他人に与える印象が重要になってきているからだと思います。「女性にモテるため」というよりは、「自己プロデュース」としてのメンズ美容です。しかも「メイクやってる！」とは知られたくない！（笑）という高度な技術が必要とされるので、その部分のテクニックを『smart』誌面で丁寧に説明しています！



『smart』編集長  
太田智之（おおた・ともゆき）

➤ ヘアメイクで大変身!!



BEFORE

AFTER

➤ 使ったアイテムも紹介！

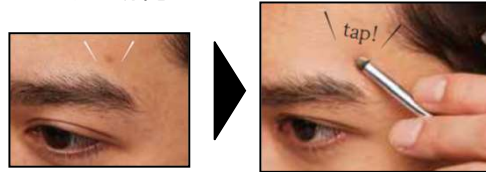


➤ 基本のメンズメイク術も紹介!

<肌作り>



<ニキビ跡隠し>



『smart』3月号  
発売日：2020年1月24日(金)  
特別定価：750円(税込)