

ー中高生男子約300名に聞いた2025年最新の美容事情調査ー

「モテる」より「清潔感」／美容意識の高まりが顕著に

8割以上が美容に関心、スキンケア実施率は7割超

日焼け止めは“スポーツの一部”に！？体育・部活で塗る男子は6割超



サッカー専門のインターネットメディア「ゲキサカ」と、Mazeru Share 株式会社および株式会社サニーサイドアップが共同で運営する、メンズビューティーの普及を推進する専門ユニット「メンズビューティーユニット」は、ゲキサカ読者の中学生・高校生約300名を対象に、美容事情調査を実施しました。その結果、美容に「興味がある」と回答した中高生男子は8割を越え、若年男性層の高い美容感度が明らかになりました。

＜調査サマリー＞

・美容は日常化——8割が関心、中学生からスタートが主流

「美容について関心がある」と答えた中高生男子は8割を超え、スキンケア実施率は7割にのぼりました。また、半数以上が中学生からスキンケアを始めており、学校や部活といった生活文脈を起点に、若年層においても男性の美容が“身だしなみ”や“コンディション管理”として日常に根付き始めていることがうかがえます。

・美容に取り組む理由は「モテたい」よりも「清潔感」と「肌悩み対応」

スキンケアを始めた理由は、「清潔感を保ちたかったから」81.6% (n=251) が上位の一方、「異性にモテたい」と答えた学生は41% (n=251) と半数以下となりました。異性など周囲からどう見られるかよりも、自分自身のために美容を行っていることが考えられます。また、美容行動の中心は「スキンケア」で、実施率は71.5% (n=288) と最も高い結果に。アイテムは「洗顔料」86.1% (n=251) と「化粧水」77.7% (n=251) の使用率が高く、多くの中高生男子が肌環境を意識したベーシックなケアに気を使っていることが明らかになりました。

・肌悩みは思春期特有のニキビが圧倒的多数。半数以上が「今もっとも深刻」と回答

最も深い悩みとしては「ニキビ」が52.1% (n=288) と突出しており、発症時期についても「ここ半年～1年以内」が58.2% (n=268) と、現在進行形の悩みであることが判明。ニキビは汗や紫外線にさらされる環境下で悪化しやすいことから、部活動や通学といった日常的な生活環境が、肌悩みに直接影響している可能性が考えられます。

・スポーツシーン×美容も定着——日焼け止めを塗る中高生男子は6割越えに

成人男性の間で一般化しつつある体毛ケアは、中高生男子においても浸透していることが明らかになりました。体毛ケアの実施率は全体の74.8% (n=103) にのぼり、そのうち「脚の毛」のケアは91.5% (n=103) と、最も高い結果となりました。また、体育や部活時に日焼け止めを塗る中高生男子は64.2% (n=288) と多く、理由として「日焼けはパフォーマンスにも影響するから」と回答した層が15.1% (n=185名) 存在し、スポーツシーンの日焼けが集中力を削ったり、体力消耗につながるという実感から、日焼け対策をパフォーマンスケアの一環として捉える傾向もみられました。

※設問ごとに有効回答数(n)は異なります。

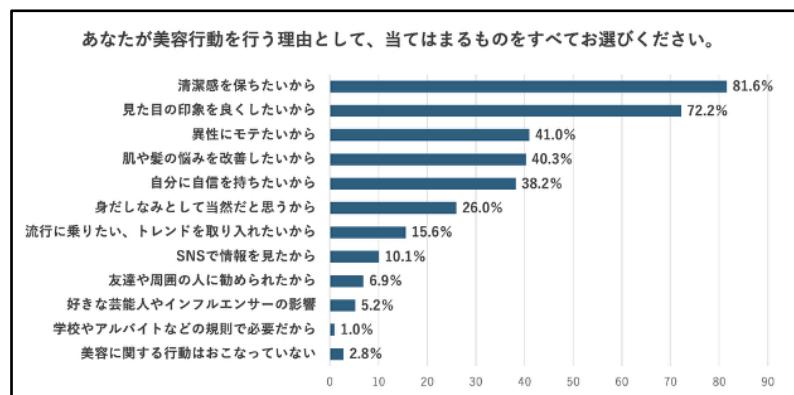
今後もゲキサカおよびメンズビューティーユニットは、調査やイベント・プロモーション等の取り組みを通し、さまざまな角度からメンズビューティーの普及を目指してまいります。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

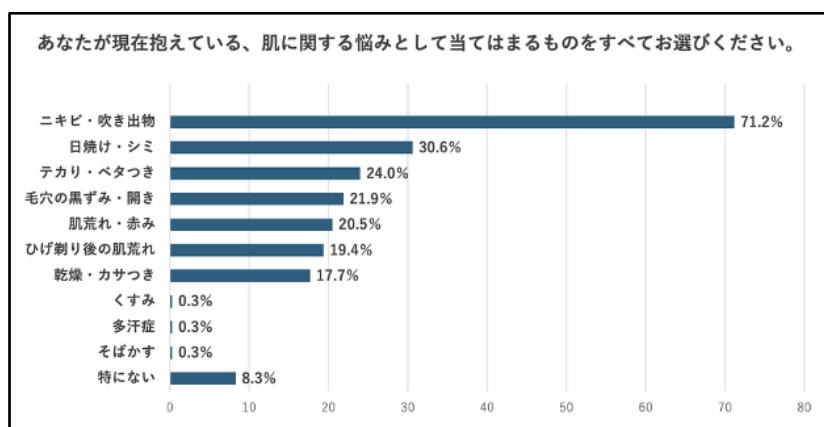
Mazeru Share 株式会社担当：末吉（すえよし） お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp

<調査詳細>

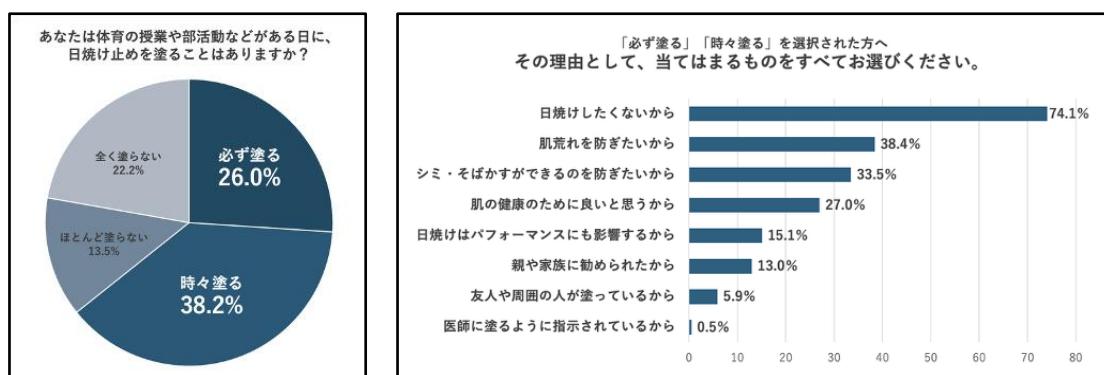
- 美容行動の理由としては、「清潔感を保ちたいから」が8割を超え最も多く、身だしなみの一環として美容を取り入れる意識が強いことが明らかになりました。「見た目の印象を良くしたいから」がこれに次ぐ一方、「異性にモテたいから」は4割程度にとどまっていることから、他者からの承認欲求よりも、自分自身の印象管理を重視する傾向にあることがうかがえます。
- 「自分に自信を持ちたいから」という回答も4割近くにのぼり、「美容=自分を肯定する手段」という側面も存在していることが読み取れます。一方、「SNSで情報を見たから」や「好きな芸能人やインフルエンサーの影響」は2割未満で、世の中のトレンドや他者の発信よりも、自身で必要性を感じて美容行動を始める層が中心であることが明らかになりました。



- 最も多い肌悩みは「ニキビ・吹き出物」で7割を超える結果となり、思春期特有の悩みが圧倒的に多いことが明らかになりました。また、屋外での活動が多い年代であることを背景に「日焼け・シミ」が3割を超え、「テカリ・ベタつき」や「毛穴の黒ずみ・開き」など、皮脂分泌に関わる悩みも2割前後と続いている。



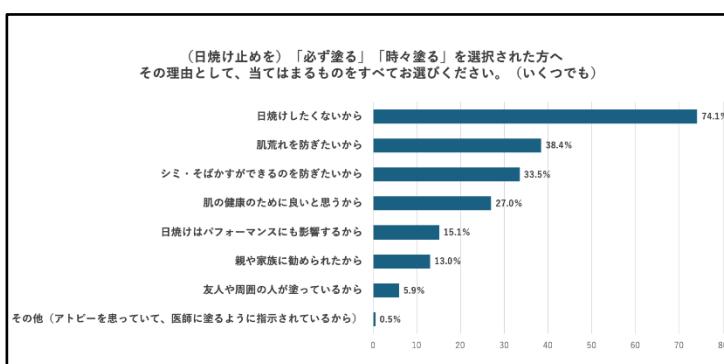
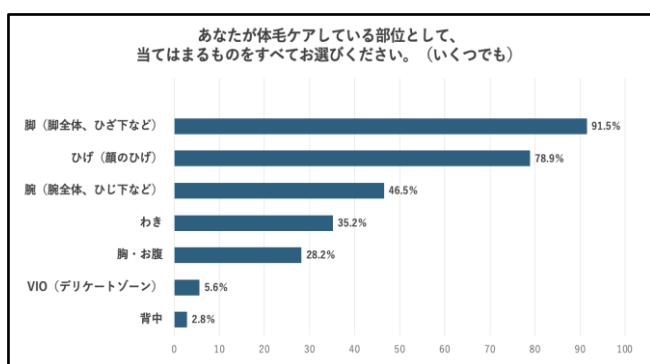
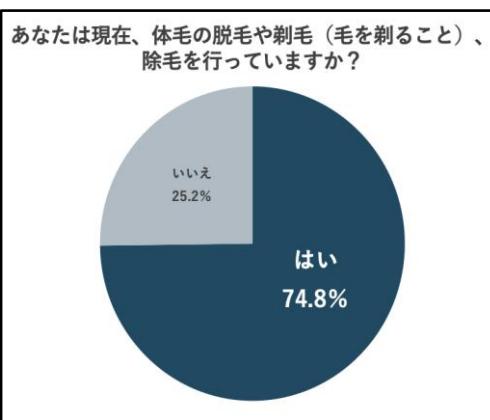
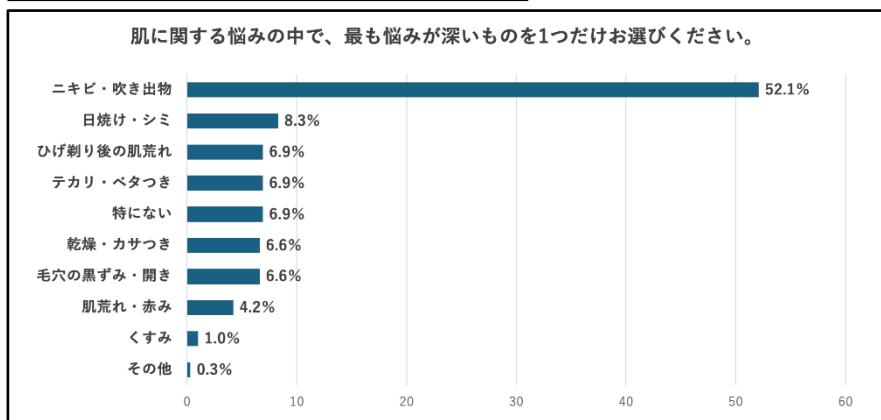
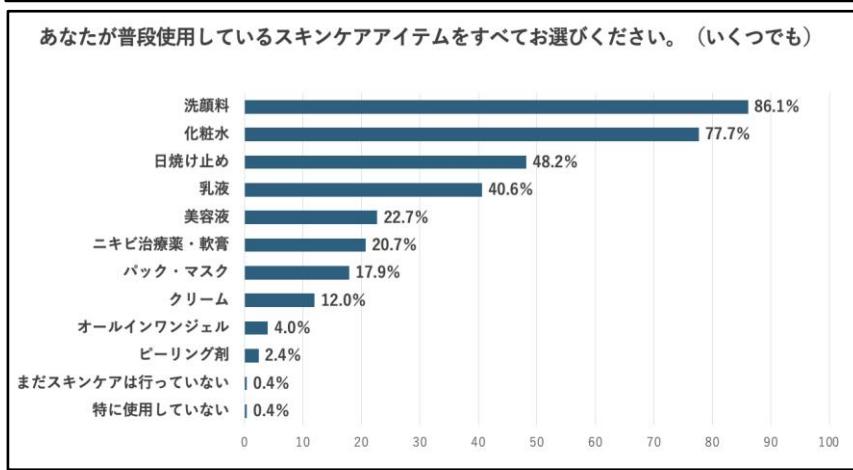
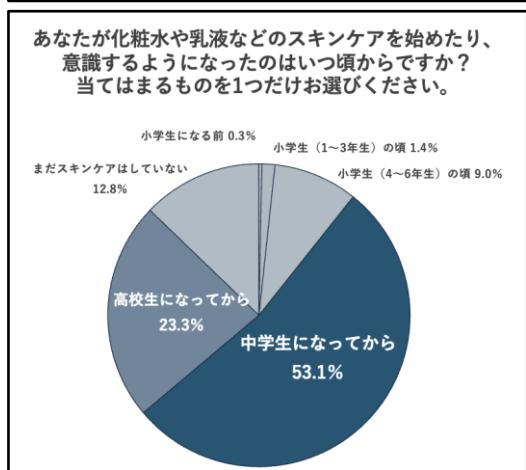
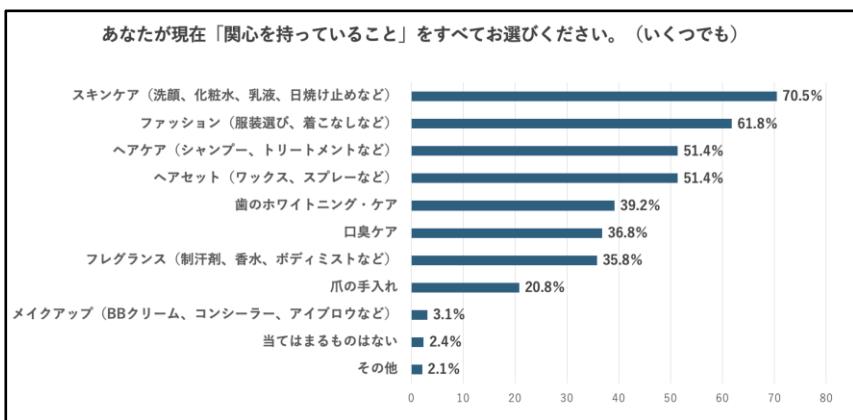
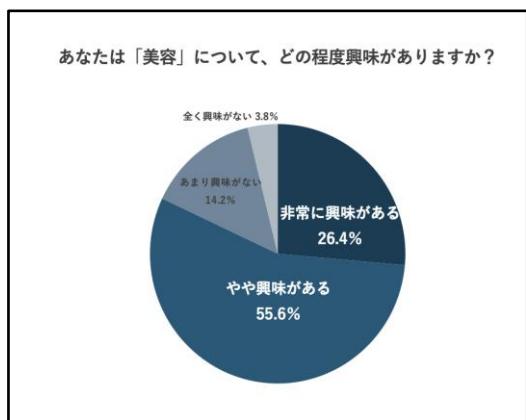
- 体育や部活動がある日に日焼け止めを「必ず塗る」「時々塗る」と回答した層は、全体の6割超にのぼり、日焼け対策が習慣的なケアとして定着しつつあることがうかがえます。理由としては「日焼けしたくない」が最も多く、見た目の変化を避けたい回答が多く見られました。
- さらに、「日焼けはパフォーマンスにも影響するから」という声も一定の割合で存在しており、一部ではスポーツ時のコンディション管理の一環として日焼けを捉える認識が広がり始めていることが考えられます。



■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

Mazeru Share 株式会社担当：末吉（すえよし） お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp

<その他の調査結果>



■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

Mazeru Share 株式会社担当：末吉（すえよし） お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp

■株式会社講談社ゲキサカ 編集長 西山 紘平 コメント

今回の調査結果から、中高生男子にとって、美容はすでに"特別なこと"ではなく、生活や競技を支えるケアの一部として定着していることが分かりました。見た目だけではなく、清潔感の維持や肌トラブルの予防、さらにはプレー時のパフォーマンスに直結するものとして、コンディショニングの一環と捉える傾向が強まっています。さらに、"美容が競技力と地続きのテーマ"であることがより明確になりました。スポーツに励む中高生男子の美容意識の高さは、企業にとっても新たな価値を生み出す領域になっているのではないでしょうか。ゲキサカでは、今後も若いアスリートの生活実態を丁寧に見つめながら、スポーツと隣り合う新たな文化の形成に貢献できればと考えています。



■メンズビューティーユニット

株式会社サニーサイドアップ 鶴菌 智樹 コメント

今回の共同調査を通じて、中高生男子の美容意識が、すでに日常生活や部活動、自己管理の一部として定着していることが明らかになり、私たちにとっても新しい発見となりました。清潔感の維持や肌トラブル対策といった実用的な目的にとどまらず、「自信を持ちたい」といった内面への意識も重視する姿勢は、今後のメンズビューティー市場においても、重要な示唆を与えるものと考えています。



美容は自己肯定感の向上や行動変容にもつながる社会的テーマであり、企業やメディアが連携し、正しい情報を届けていく意義はますます高まっています。今後もメンズビューティーユニットでは、実態に即した調査や発信を通じて、健全で前向きなメンズビューティー文化の形成に貢献してまいります。

■調査概要

調査対象：ゲキサカ読者の中高生男子

回答数：288名

調査方法：WEB アンケート

実施期間：2025年8月12日～8月24日

実施主体：ゲキサカ×メンズビューティーユニット（Mazeru Share 株式会社×株式会社サニーサイドアップ）

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

Mazeru Share 株式会社担当：末吉（すえよし） お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp



◆ Mazeru Share 株式会社 概要

Mazeru Share ではメンズ美容に特化したメンズビューティープロダクション「Soft Drink」を運営し、芸能活動・インフルエンサーとしての活動や、商品・ブランド開発などに興味がある美容感度の高い男性を KOL・インフルエンサーとしてマネジメントいたします。KOL を活用したクリエイティブの制作から、マーケティング施策のデータ分析まで幅広くカバーすることで、クライアントのニーズに合ったマーケティングを提供します。

Mazeru Share 公式サイト : <https://mazeru-share.jp/>

Soft Drink 公式サイト : <https://soft-drink.jp/>

◆ 「メンズ美容総研」について

拡大を続ける男性美容市場において、自社独自のデータに基づいた情報発信と市場分析を行う、Mazeru Share が運営する専門機関です。一般男性を対象とした美容意識・購買行動の定点調査を実施に加え、業界の第一線で活躍するインフルエンサーヤマーケターへの独占取材を通じ、現場のリアルな声や最先端の戦略をアーカイブ化。多角的な視点からメンズ美容の「今」を捉え、消費者と企業の架け橋となるインサイトを提供しています。

メンズ美容総研 公式 X (旧 Twitter) : https://x.com/biyou_soken

メンズ美容総研 公式 TikTok : https://www.tiktok.com/@softdrink_beauty

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

Mazeru Share 株式会社担当：末吉（すえよし） お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp