

-美容男子※のフェイスシェービング実態調査-

※周囲より美容意識が高いと回答した19~29歳男性100名

美容男子の7割以上がフェイスシェービングを実施

そのうち9割以上が「スキンケアの一部だと思う」「肌印象の良い変化を実感」と回答
一方でシェービング剤にはこだわりなし!? 洗顔料やボディソープ派も

Mazeru Share 株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役：松倉寛之）が運営するメンズ美容に関する調査や情報発信をおこなう「メンズ美容総研」と、花王株式会社（所在地：東京都中央区、代表取締役 社長執行役員：長谷部佳宏）のトータルメンズケアブランド「サクセス」は、美容意識の高い男性を対象に、顔のひげ以外のうぶ毛の剃毛を行う「フェイスシェービング」に関する意識・実態調査を実施いたしました。

本調査からは、美容男子の間でフェイスシェービングが美容ケアとして浸透している一方で、その方法については自己流で行われている実態が明らかになりました。

調査概要

調査機関：Mazeru Share 株式会社 調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

調査対象<スクリーニング調査>：19~29歳男性 446名

調査対象<本調査>：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19~29歳男性100名

【調査結果サマリー】

<スクリーニング調査>：

◆ 「美容意識が高い」男子の7割以上が「フェイスシェービング」を実施

<本調査>：

◆ 7割以上が「おおむね週1回以上のフェイスシェービング」を実施

◆ もはや「美容行為の一種」に!? 9割以上がフェイスシェービングは「スキンケアの一部」「肌印象の良い変化を実感」と回答

◆ 一方で、約半数はシェービング剤として「洗顔料」を使用

◆ 約9割はフェイスシェービング後に肌トラブルを経験

◆ <スクリーニング調査>「美容意識が高い」男子の7割以上が「フェイスシェービング」を実施

まず、調査対象となる「フェイスシェービングを行うことがある美容男子」を抽出するためのスクリーニング調査を実施しました。

Q. あなたの美容への意識の高さは、周囲の同性/同世代に比べてどの程度だと思いますか。

19歳~29歳の男性を対象に、周囲の同性/同世代と比べた場合の回答者自身の美容意識の高さについて調査。その結果、「高いと思う」と回答した方は38%、低いと思うと回答した方は62%となりました。今回の調査では、本設問にて「高いと思う」と回答した方を「美容男子」と定義します。

Q. フェイスシェービングの実施状況を教えてください。

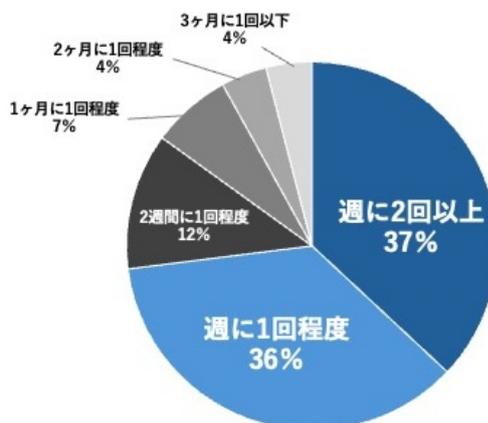
次に、前問にて「周囲より美容意識が高いと思う」と回答した方を対象に、フェイスシェービング（顔のひげ以外の産毛や古い角質を除去し、肌をなめらかに整える美容ケア）の実施状況を調査。その結果、7割以上（73%）が「自分で行うことがある」と回答しました。本調査では、この「フェイスシェービングを自分で行うことがある美容男子」を調査対象に設定します。

◆ <本調査> 7割以上が「おおむね週1回以上のフェイスシェービング」を実施

Q. フェイスシェービングを行う頻度を教えてください。

まず初めに、フェイスシェービングを実施する頻度を調査。最も多かったのは「週2回以上」で37%。続いて「週に1回程度」の36%となり、合計すると7割以上（73%）が「おおむね週1回以上」はフェイスシェービングを実施していることが分かりました。高い頻度でフェイスシェービングを行い、こまめなケアをしている様子が見えます。

Q. フェイスシェービングを行う頻度は？



調査方法：インターネット調査 サンプル数：100
調査対象：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19～29歳男性
調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

◆ もはや「美容行為の一種」に!? 9割以上がフェイスシェービングは「スキンケアの一部」「肌印象の良い変化を実感」と回答

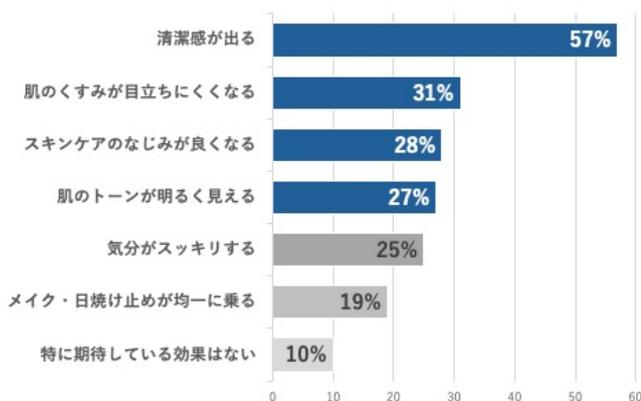
Q. フェイスシェービングに期待する効果を教えてください。

次に、フェイスシェービングにどのような効果を期待しているかを聞いたところ、最も多かったのは「清潔感が出る」で57%。次いで「肌のくすみが目立ちにくくなる」（31%）、「スキンケアのなじみがよくなる」（28%）、「肌のトーンが明るく見える」（27%）などが続き、見た目の印象変化への期待に加え、スキンケア品の肌なじみの変化への期待も見られました。

Q. フェイスシェービングをすることによって、見た目や肌印象に良い変化を感じますか。

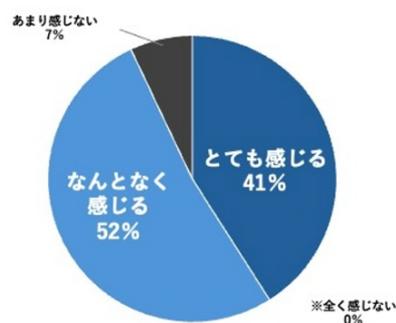
続いて、フェイスシェービングによって見た目や肌印象に良い変化を感じるかを調査。その結果、93%が「感じる」（とても感じる：41%、なんとなく感じる：52%の合計）と回答。多くの美容男子がフェイスシェービングによる肌印象の変化を実感しており、美容の一部として捉えている様子が見えます。

Q. フェイスシェービングに期待する効果は？



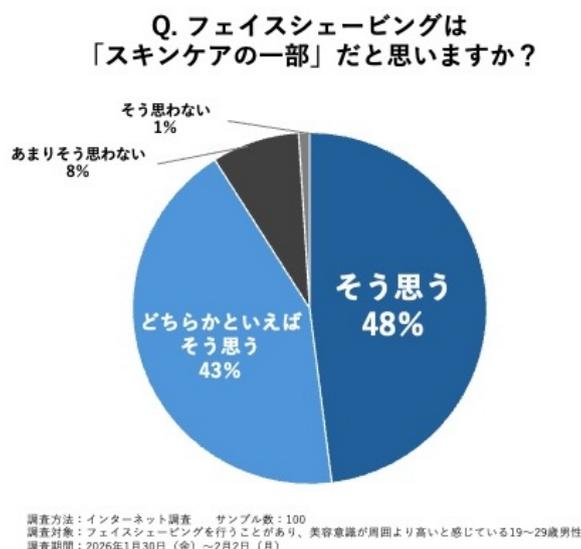
調査方法：インターネット調査 サンプル数：100
調査対象：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19～29歳男性
調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

Q. フェイスシェービングで見た目や肌印象に良い変化を感じる？



調査方法：インターネット調査 サンプル数：100
調査対象：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19～29歳男性
調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

そこであらためて、「フェイスシェービングはスキンケアの一部だと思うか」を聞いたところ、91%が「思う」（そう思う：48%、どちらかといえばそう思う：43%の合計）と回答。フェイスシェービングは単なるひげ剃りの延長ではなく、美容ケアの一環として広く認識されている実態が明らかになりました。



◆ 一方で、約半数はシェービング剤として「洗顔料」を使用

Q. フェイスシェービングを行う際、肌に塗布して使用しているものを教えてください。

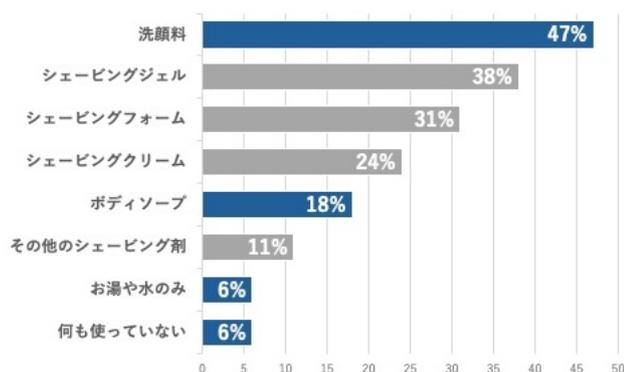
美容やスキンケアの一部として浸透しているフェイスシェービング。剃毛時に肌に塗布しているものとして最も多かったのは「洗顔料」（47%）。続いて「シェービングジェル」（38%）、「シェービングフォーム」（31%）、「シェービングクリーム」（24%）、「ボディソープ」（18%）という結果に。「洗顔料」や「ボディソープ」を使用している層が一定数見受けられ、シェービング用ではなく他用途のアイテムを代用している実態がうかがえます。

◆ 約 9 割はフェイスシェービング後に肌トラブルを経験

Q. フェイスシェービング後に経験したことがある肌トラブルを教えてください。

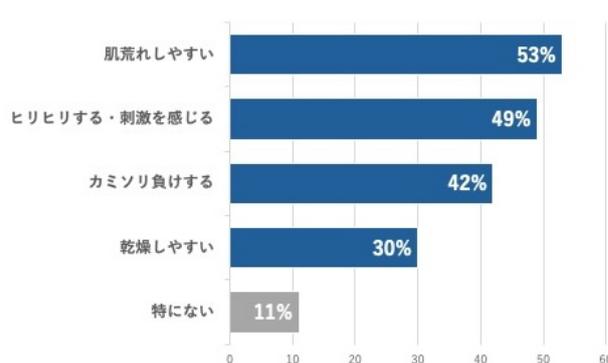
最後に、フェイスシェービングに起因する肌トラブルについて調査。その結果、「肌荒れ」（53%）、「ヒリヒリする・刺激を感じる」（49%）、「剃刀負けする」（42%）など、全体の約 9 割（89%）が何らかの肌トラブルを経験している結果となりました。

Q. フェイスシェービングを行う際、シェービング剤として使用しているものは？



調査方法：インターネット調査 サンプル数：100
調査対象：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19～29歳男性
調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

Q. フェイスシェービング後に経験したことがある肌トラブルは？



調査方法：インターネット調査 サンプル数：100
調査対象：フェイスシェービングを行うことがあり、美容意識が周囲より高いと感じている19～29歳男性
調査期間：2026年1月30日（金）～2月2日（月）

今回の調査結果から、フェイスシェービングを行っている美容男子の大半が、美容ケアの一環としてフェイスシェービングを行っており、清潔感や肌印象への良い変化を実感しているということが明らかになりました。一方で、フェイスシェービングのやり方についての調査では、自身のケア方法に不安を抱く声も一定数見られました。こうした背景から、肌をいたわりながらシェービングできるアイテムを提案いたします。

◆「サクセス薬用シェービングジェル」について：<https://www.kao.co.jp/success/products/shaving/gel/>

＜製品概要＞

サクセス 薬用シェービングジェル スキンケアタイプ 180g
カサつく肌に。しっとり保湿

- カミソリ負けを防ぐ
有効成分 グリチルリチン酸 2K 配合
- スキンケア成分（保湿）配合
※濃グリセリン
- メントール無配合でスースーしない



販売名：サクセス薬用シェービングジェル S
医薬部外品 カミソリ負けを防ぐ。皮膚を保護し、ヒゲを剃りやすくする。

◆花王サクセスについて



花王サクセスは、男性の頭皮・髪・肌をケアするブランドとして 1987 年に誕生し、炭酸※1 ジェットで噴射する育毛トニックや、頭皮に直接届く「直（ジカ）シャン」ノズルを採用したシャンプーなど、ユニークなアイテムを提案してきました。自分の可能性を信じて、成長し続けたいと願う、すべての人へ。頭皮・髪・肌をケアする充足感が前を向くチカラとなるように、これからも新たな商品や価値を提案してまいります。

※1 炭酸ガス（噴射剤）

＜「サクセス」ブランドサイト URL＞<https://www.kao.co.jp/success/>

◆「メンズ美容総研」について

「メンズ美容総研」では、メンズ美容に関する定点調査や新商品、KOL へのインタビュー実施など、定期的な情報発信をおこなっております。

メンズ美容総研 公式ホームページ：<https://soft-drink.jp/beauty/>

◆「Soft Drink」について

Mazeru Share 株式会社が運営する「Soft Drink」では、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。

Soft Drink 公式ホームページ：<https://soft-drink.jp/>

Soft Drink 公式 Instagram：https://www.instagram.com/soft_drink_official/

■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
お問い合わせメールアドレス：info@mazeru-share.jp