

第2回 メンズ美容定点調査

「メンズ美容への関心度」が最も高いのは30代!? 「実施率」は10代が最多 約半数は「メンズメイクは世の中に受け入れられている」と回答、昨年比でも微増

メンズビューティープロダクション「Soft Drink（ソフトドリンク）」を運営する Mazeru Share 株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役：松倉寛之）は、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」より、15歳～59歳の男性を対象に「第2回 メンズ美容定点調査」を実施いたしました。

近年、美容各社がメンズ向けラインの拡充に力を入れたり、男性の美容系インフルエンサーが人気を集めたりするなど「ジェンダーにとらわれない美容」に注目が集まっています。

しかし、メンズ美容に関する消費者の実態を明らかにした情報はまだ世の中に少なく、その動向が分かるような定点調査もほとんど行われていません。

そこでメンズ美容総研では1年に1度、15歳から59歳の男性を対象に、メンズ美容に関する消費者の実態を明らかにする「メンズ美容定点調査」を実施しています。昨年（2022年）より調査を開始し、今回が2度目の調査となります。

◆ 「メンズ美容への関心度」が最も高いのは30代!? 一方で「実施率」は10代が最多

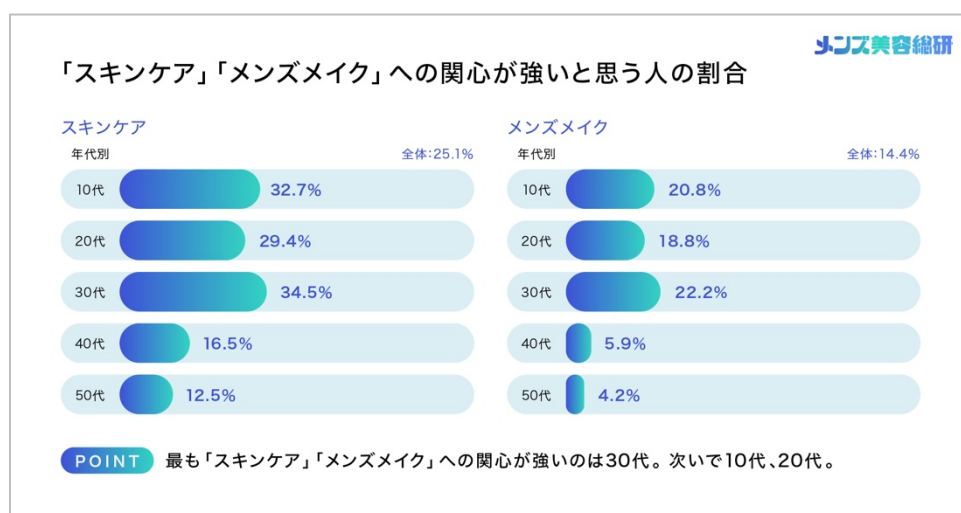
Q. あなたは、同世代の平均的な男性に比べて、スキンケアやメンズメイク※に関心が強いですか？

■ スキンケアへの関心が高い

10代：32.7%
20代：29.4%
30代：34.5%
40代：16.5%
50代：12.5%

■ メンズメイクへの関心が高い

10代：20.8%
20代：18.8%
30代：22.2%
40代：5.9%
50代：4.2%



まず「同世代の平均的な男性に比べて、スキンケアやメンズメイクに関心が高いと思うか」を調査。その結果「スキンケア」「メンズメイク」ともに30代、10代、20代、40代、50代の順に関心が高く、必ずしも「若い世代ほど美容への関心が高い」というわけではないことがわかる結果に。30代は肌悩みが増えたり、仕事で人前に立ったりする機会が増えることも、美容への関心が高まりやすい一因であると考えられます。

※本調査での「メイク」は「スキンケア（化粧水や乳液）」は含まず、BBクリーム等の「ベースメイク」や、口紅、アイシャドウ等の「メーキャップ」を指します。

Q. あなたは日ごろ、スキンケアやメイクをしていますか？

■スキンケアをしている

10代：66.1%

20代：54.7%

30代：63.2%

40代：50.0%

50代：31.0%

■メイクをしている

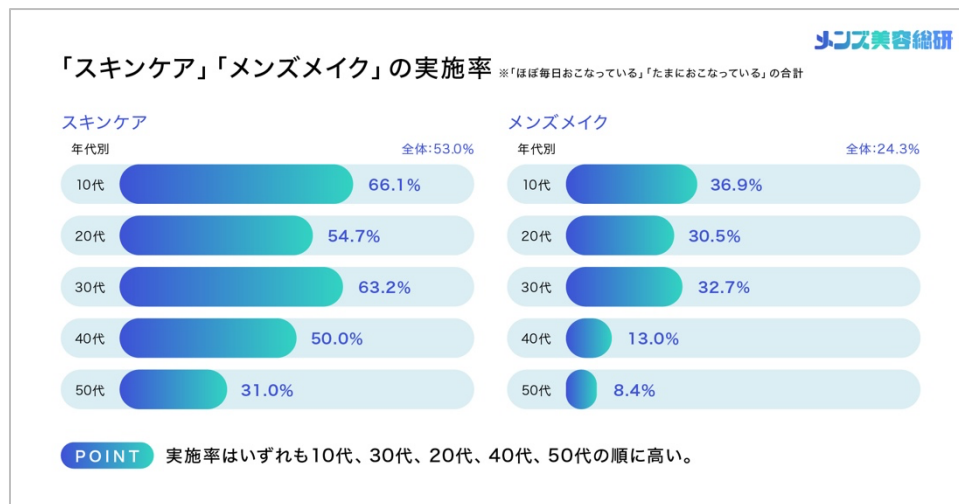
10代：36.9%

20代：30.5%

30代：32.7%

40代：13.0%

50代：8.4%



「日ごろスキンケアやメイクに取り組んでいるか」を聞いたところ、「スキンケア」では53.0%、「メンズメイク」は24.3%の方が「取り組んでいる」と回答。年代別に見ると「スキンケア」「メンズメイク」ともに10代が最も実施率が高い結果となりました。10代は学校の友人と情報を共有したり、美容情報を発信しているインフルエンサーに触れる機会が多かったりすることで、美容に取り組むハードルが下がっている可能性もありそうです。

◆「メンズメイクは世間に受け入れられている」と感じる人は増加、特に30代で意識変化が顕著

Q. 「メイクをしている男性」について「好印象」だと感じますか？

■「好印象」だと感じる

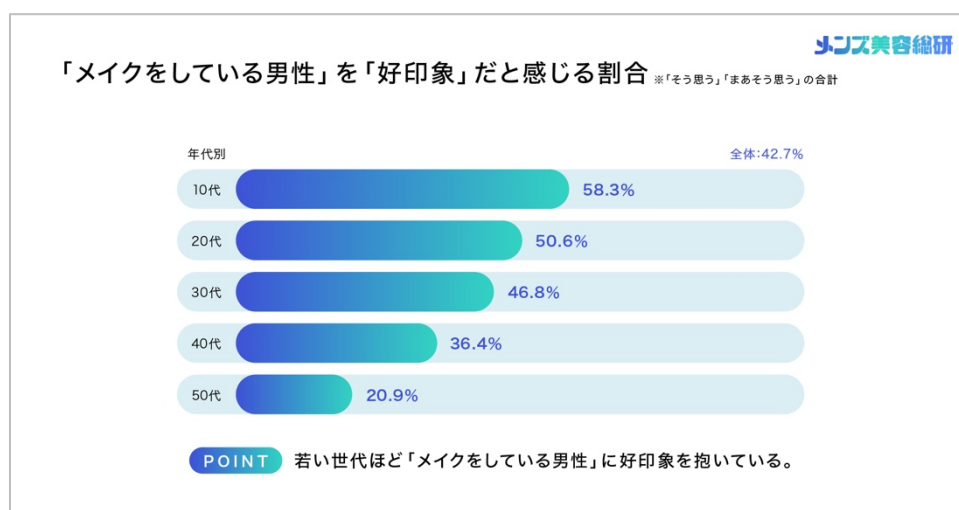
10代：58.3%

20代：50.6%

30代：46.8%

40代：36.4%

50代：20.9%



次に、メイクをしている男性の印象について調査。その結果、全体で42.7%の方が「好印象だと感じる」と回答しました。年代別で最も「好印象だと感じる」割合が多かったのは10代で約6割（58.3%）。それ以降も、20代が50.6%、30代が46.8%と、若い世代ほど「好印象だと感じる」割合が多くなっています。

Q. 世間一般的に「男性がメイクをすること」は受け入れられていると思いますか？

■ 受け入れられている

10代：54.7% (54.3%)

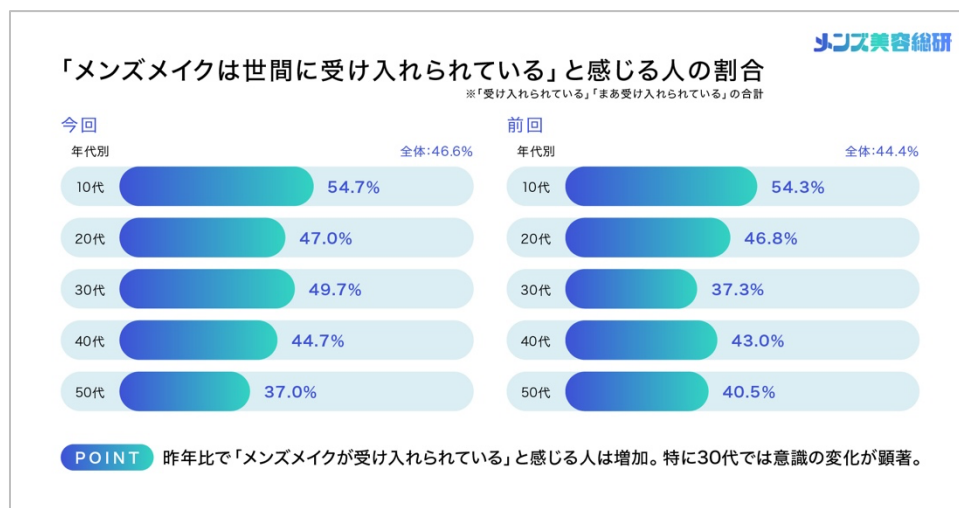
20代：47.0% (46.8%)

30代：49.7% (37.3%)

40代：44.7% (43.0%)

50代：37.0% (40.5%)

※カッコ内は前回調査



「世間一般的に『男性がメイクすること』は受け入れられていると思うか」という質問では、「受け入れられている」と答えた方は全体で46.6%となり、前回の44.4%から2.2pt増加しました。年代別1位は、前回と同様10代で54.7%。次いで、前回の37.3%から大きく数字を伸ばした30代(49.7%)が2位となる結果に。

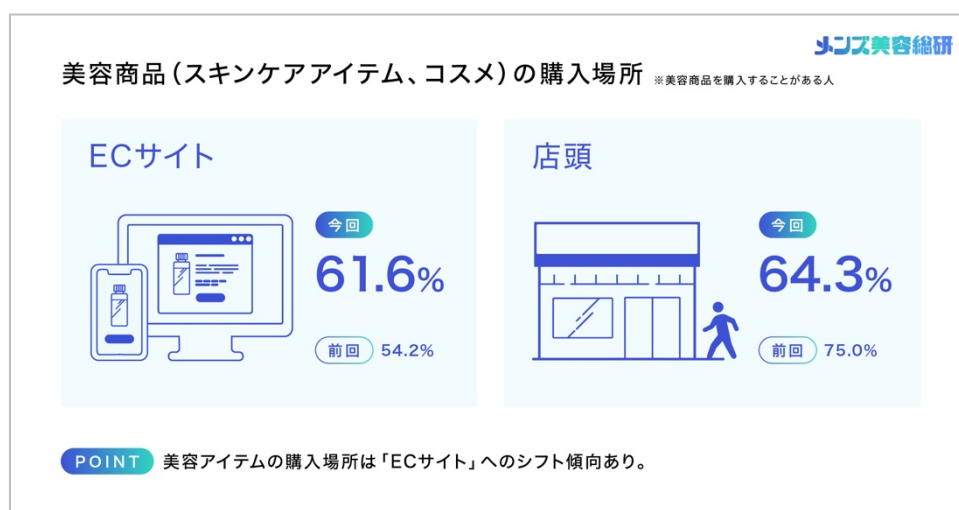
また、いずれの年代でも関心度や実施率に比べて「受け入れられている」と感じている人の割合は多く、「メンズメイクは普通のことである」という世の中の流れは少なからずあると考えられます。

◆ 美容商品の購入場所は EC サイトにシフト傾向？ かける金額は月平均 2,810 円

Q. あなたは美容商品をどこで購入していますか？ (対象：美容商品を購入することがある人)

EC サイト：61.6% (54.2%)

店頭：64.3% (75.0%)

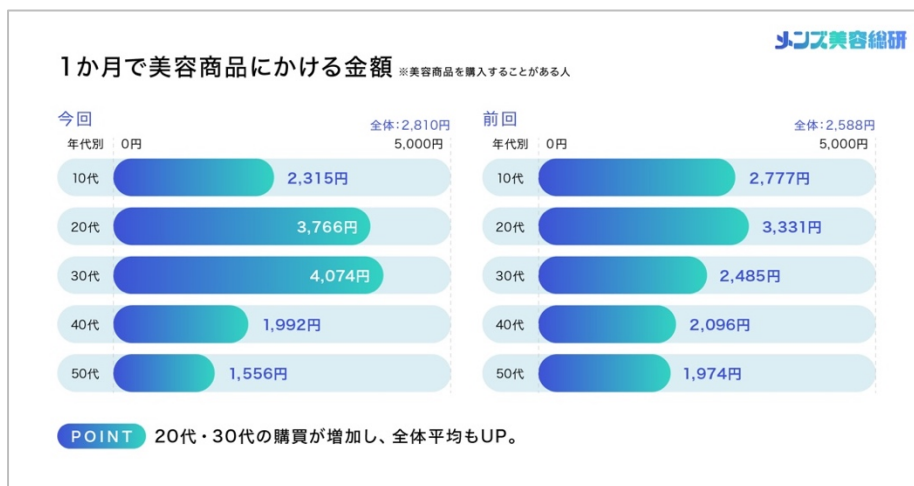


続いて、美容商品を購入する場所について調査。「美容商品を購入することがある」(66.2%)人のうち、「ECサイトで購入している」と答えた方は61.6%(前回:54.2%)、「店頭で購入している」と答えた方は64.3%(前回:75.0%)となりました。昨年と比べるとECサイトの利用者が増えて店頭の利用者が減少していることから、美容業界では「ECサイトへのシフト傾向」が見られますが、それでも依然として店頭派の人が多いようです。

Q. 毎月、スキンケアアイテムやコスメにどの程度お金をかけていますか？（対象：美容商品を購入することがある人）

10代：2,315円（2,777円）
 20代：3,766円（3,331円）
 30代：4,074円（2,485円）
 40代：1,992円（2,096円）
 50代：1,556円（1,974円）

※カッコ内は前回調査



最後に、美容商品を購入することがある方（66.2%）に「毎月、スキンケアアイテムやコスメにどの程度お金をかけているか」を聞いたところ、最もお金をかけているのは30代で平均4,074円、最もお金をかけていないのは50代で平均1,556円、全体の平均は2,810円となりました。

◆ 調査まとめ

今回の調査では、10代～30代男性の美容関心度の高さが明らかになったと同時に、前回調査と比較して30代男性の美容関心度の高まりもうかがえる結果となりました。メンズ美容が注目を集め始めてから数年。「Z世代をはじめとした若年層ほど男性の美容に関する受容度が高い」という段階から一歩進み、「ビジネスシーンなどでのエチケットや印象アップ」の手段として、**20代や30代といった世代にもメンズ美容の裾野が広がってきている**のかもしれない。

Soft Drink およびメンズ美容総研では「こんな調査もしてほしい！」といったご要望や、美容関連企業様・ブランド様とのコラボ依頼も随時募集しております。Soft Drink 公式ホームページのフォームより、お気軽にお問合せください。

調査概要

調査機関：Mazeru Share 株式会社 調査対象：15～59歳男性 サンプル数：847

調査期間：2023年4月21日（金）～4月22日（土）

調査方法：インターネット調査

※調査結果の数値は小数点第二位を四捨五入しており、合計値が100%にならない場合もあります。

◆ 「Soft Drink」について

「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/

Soft Drink 公式 Twitter：https://twitter.com/softdrink_2021

■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 東京都渋谷区道玄坂 1-21-1 渋谷ソラスト 3F

担当：松倉 お問い合わせメールアドレス：info@soft-drink.jp