

**男性の美容ケアに関する意識調査**  
**「スキンケア」の実施率が最も高い年代は？**  
**男性 15～29 歳の約 3 割は、女性の家族との化粧品のシェアが**  
**「全く気にならない」**

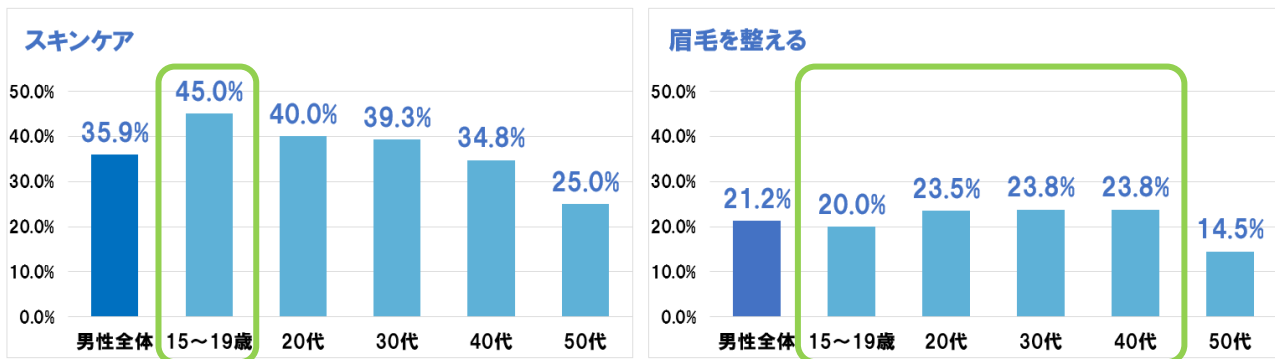
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）の美容に関する調査研究機関『ホットペッパービューティーアカデミー』（<https://hba.beauty.hotpepper.jp/>）は、15～59 歳までの男女 4,950 人に対し、男性の美容ケアに関する意識調査を実施しました。男性の美容はここ数年注目されており、スキンケア・メイクなどのジェンダーレス化が進んでいます。調査の結果をご報告致します。

**■顔・体の美容ケアについて**

「スキンケア」の実施率は、15～19 歳が最も高く 45.0%。「眉毛を整える」は、40 代まで 2 割以上が実施。

**Q. 美容や顔・体のお手入れについて、ご自身がやっているものをお答えください。**

（男性 15～59 歳 1,800 人、複数回答のうち 2 項目を抜粋）



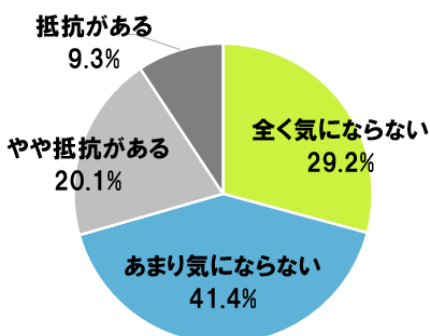
※自分でのケア、サロンやクリニックでの施術に関わらず聴取

※スキンケア（洗顔料、化粧水、乳液・クリーム、日焼け止めなどを使用）として聴取

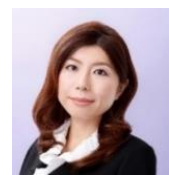
**■女性の家族との化粧品シェアについて**

**Q. 女性の家族（母親、姉・妹など）と化粧品をシェアすることに、抵抗感がありますか（気になりますか）。**

（化粧品使用者、男性 15～29 歳 418 人、単一回答）



**研究者からのコメント**



『ホットペッパービューティーアカデミー』 研究者 田中 公子

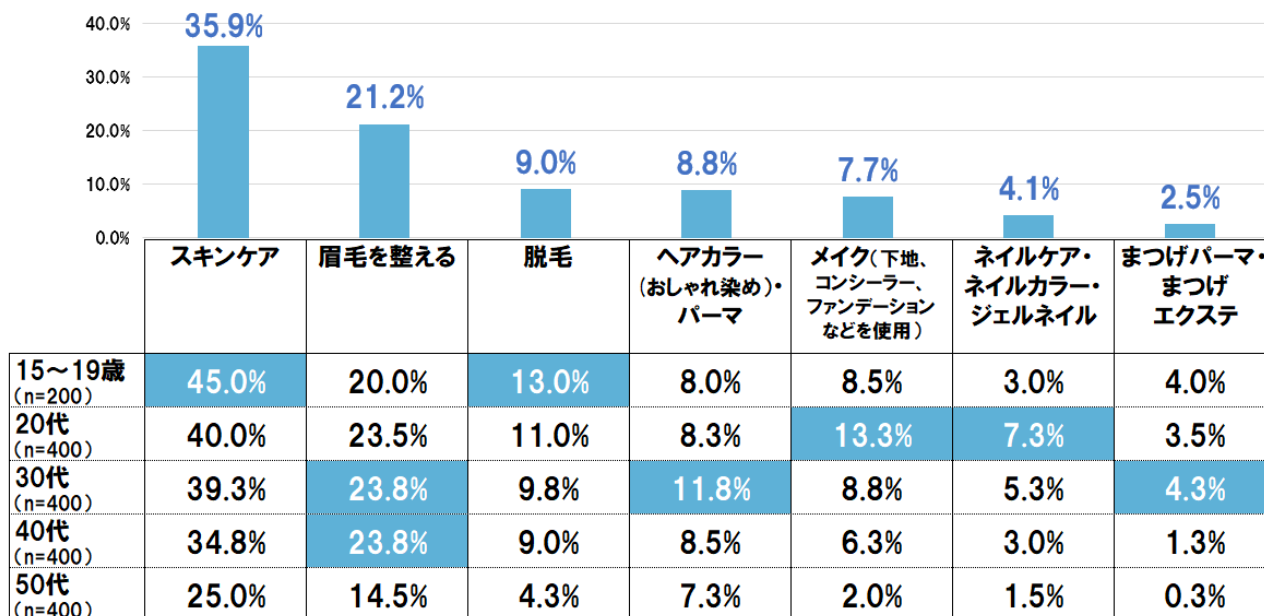
日焼け止めを塗る高校球児が話題になりましたが、10 代後半男性のスキンケアは 45.0%と日常的なものになっています。また、15～29 歳男性は化粧品を女性の家族とシェアすることにあまり抵抗感はなく、7 割以上が「全く気にならない」「あまり気にならない」と回答しました。美容ケアを始めるきっかけも「親や家族に勧められて」が最も高いです。親が子供に日焼け止めを塗るケースも多く、家庭の中でスキンケアをごく当たり前に取り入れる男性が増えていると考えます。

## ■実施している美容ケア

全年代で最も実施率が高いのは、「スキンケア」。次いで「眉毛を整える」。「スキンケア」と「脱毛」は15～19歳が最も高く、「メイク」「ネイルケア・ネイルカラー・ジェルネイル」は20代が最も高い。「眉毛を整える」は30代と40代が最も高く、「ヘアカラー・パーマ」、「まつげパーマ・まつげエクステ」は30代が最も高い。

Q.美容や顔・体のお手入れについて、ご自身がやっているものをお答えください。

(男性 15～59 歳 1,800 人、複数回答)



※自分でのケア、サロンやクリニックでの施術に関わらず聴取

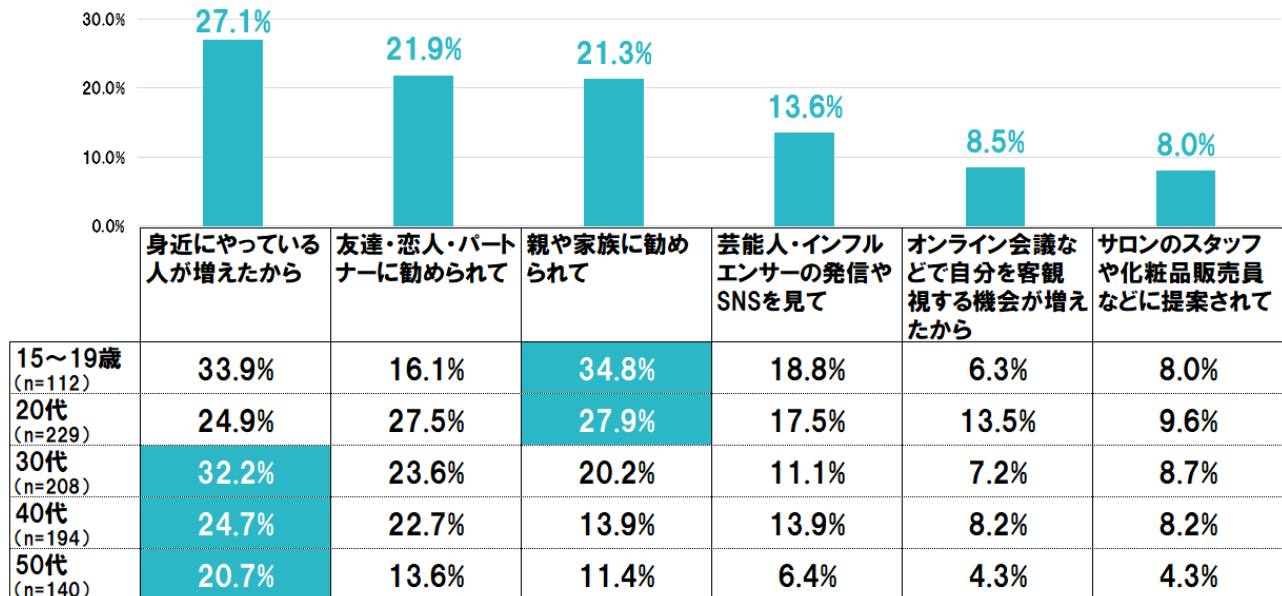
※男性全体の順位で表示、「あてはまるものはない」(28.7%)を除く

※各美容ケアの実施率が最も高い年代のセルに色付け

## ■美容を始めたきっかけ

各年代の1位は、15～19歳と20代が「親や家族に勧められて」、30代～50代は「身近にやっている人が増えたから」。若年層は親や家族の影響が大きいのに対して、ミドル世代は仕事や友人など身近な周囲の人がきっかけになっているケースが多い。

Q. あなたが前問で回答したような美容やお手入れをしようと思ったきっかけについて、あてはまるものをすべてお選びください。（顔・体の美容ケア実施者、男性 15～59歳 883人、複数回答）



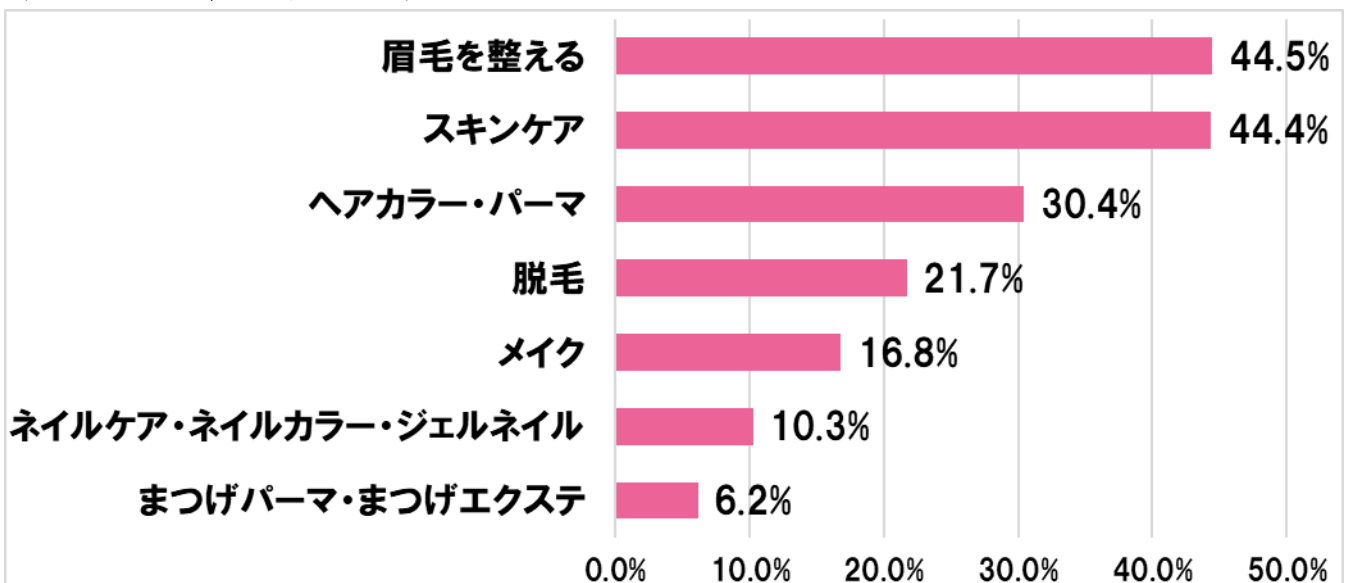
※男性全体の順位で表示、「その他」(2.0%)と「あてはまるものはない」(32.7%)を除く、各年代1位のセルに色付け

## ■好印象につながる美容ケア

女性に聞いた「男性がやっていたら印象が良くなる美容ケア」の1位は「眉毛を整える」、2位は「スキンケア」とほぼ同スコアで並ぶ。3位は「ヘアカラー・パーマ」。

Q. 男性がやっていたら印象が良くなる美容・お手入れをすべてお選びください。

(女性 15～59歳 3,150人、複数回答)



※「あてはまるものはない」(33.0%)を除く

## 研究員からのコメント

女性から見たときに「男性がやっていたら印象が良くなる美容ケア」の3位である「ヘアカラー・パーマ」については、ビジネスパーソンのパーマ利用がここ数年で増えてきています（ホットペッパービューティーアカデミー「美容センサス 2023 年上期＜美容室・理容室編＞」）。男性のパーマは、「髪の毛のボリューム」や「髪がうまくまとまらない」といった悩みを解決する手段としても利用されています。パーマスタイルを職場で見る機会が増えて好印象を持つ女性も増えていることが、スコアが高い背景かもしれません。職場での服装のカジュアル化や、ジェンダーレスの潮流により、男性の「美活」はますます進んでいくと考えます。

（『ホットペッパービューティーアカデミー』研究員 田中 公子）

## ■調査概要

調査名：「男性の美容ケアに関する意識調査」

調査手法：インターネットリサーチ

調査期間：2023年9月19日（火）～2023年9月20日（水）

調査対象：全国の15～59歳の男女（女性：3,150人、男性：1,800人）

詳細はこちら：<https://hba.beauty.hotpepper.jp/search/generation/51826/>

## ■『ホットペッパービューティーアカデミー』とは

美容に関する調査研究機関。「美容の未来のために、学びと調査・研究を」をビジョンに2014年に開校しました。美容サロンのマネジメントやマーケティングを学ぶ「経営セミナー」、美容センサスなどの「調査研究」、訪問美容・女性活躍・SDGsなどの情報提供・イベント開催などをはじめとした「サステナビリティ活動」を柱に、全て無料で美容業界へ情報発信しています。これらの活動により、美容業界の成長に寄与する場の提供を目指しています。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>