

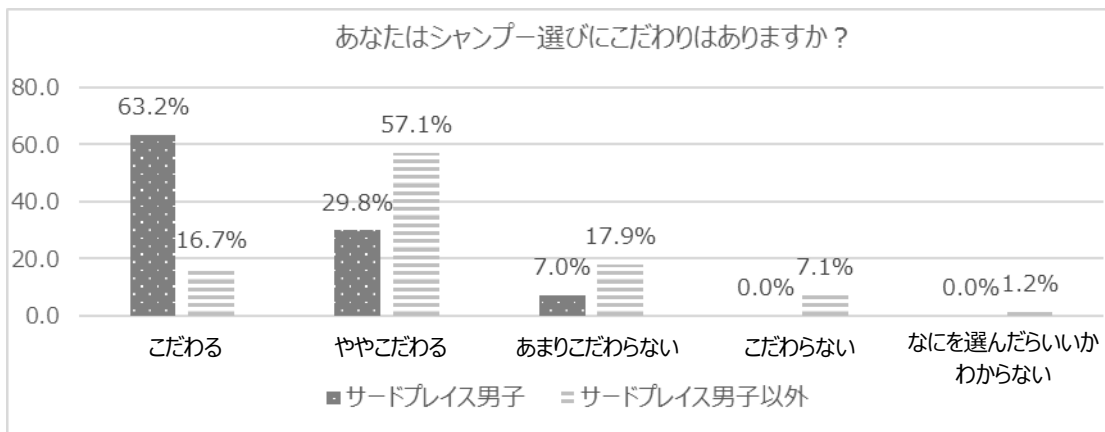
20代～30代前半の男性は、4人に1人が「サードプレイス男子」!?

メンズシャンプーのニューウェーブ！ 「サードプレイス男子」の心をつかむのは“こだわり”

機能・効果に加え、シャンプーに“くつろぎ”と“やすらぎ”を求める男性が急増中！

アンファース株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役：三山 熊裕）は、今どきの男性のサードプレイスの利用率とシャンプーの意識の相関性を調べるために、20歳～34歳の225名の男性を対象に『「サードプレイス男子」のシャンプーの意識調査』（調査期間：2017年7月12日）を実施しました。

この調査では、4人に1人の割合で「サードプレイス男子（サードプレイスを積極的に利用している男性）」がいることが明らかとなりました。また、「サードプレイス男子」の6割以上（63.2%）がシャンプー選びにこだわりを持っており、機能・効果に加え、“くつろぎ”や“やすらぎ”などの「サードプレイス的要素」を求めていることも明らかとなりました。



これまで、20代～30代前半の男性（働き世代）が選ぶシャンプーの基準には、大きく2つの傾向があると考えられてきました。ひとつは「機能性（育毛、頭皮ケアなど）」、もうひとつは「家系（女性もの、安価なシャンプーなど）」です。しかし、今回の調査で明らかになった、4人に1人の割合で存在する「サードプレイス男子」は、上記とは異なる“こだわり”を持っています。事実、6割以上（63.2%）の「サードプレイス男子」がシャンプー選びに「こだわると回答。「こだわらない」という人は1人もいませんでした。一方、「サードプレイス男子以外」でシャンプー選びに「こだわると回答した人は、わずか1.7割（16.7%）程度でした。

具体的な傾向としては、「サードプレイス男子」のうち、スカルプシャンプーとオーガニックシャンプーを併用している人は3割を超えています（33.3%）。また、選ぶ際のポイントとして、シャンプーに「香り（75.4%）」と「リラックス（61.4%）」を求めていることもわかりました。このことから、「サードプレイス男子」はシャンプーに機能と効果だけでなく、“くつろぎ”や“やすらぎ”などの「サードプレイス的要素」を求めていることが判明したのです。

今後はさらに、「サードプレイス男子」のような“シャンプーへのこだわりが強い男性”が増えていき、シャンプーに求めるニーズも多種多様化していくことが予想されます。

『「サードプレイス男子」のシャンプーの意識調査』概要

□調査時期：2017年7月12日（水）

□対象人数：225人

□調査対象者：20歳～34歳（男性）

□対象エリア：全国

□調査方法：インターネット調査

□調査対象者：

20歳～24歳	男性	73人
25歳～29歳	男性	75人
30歳～34歳	男性	77人

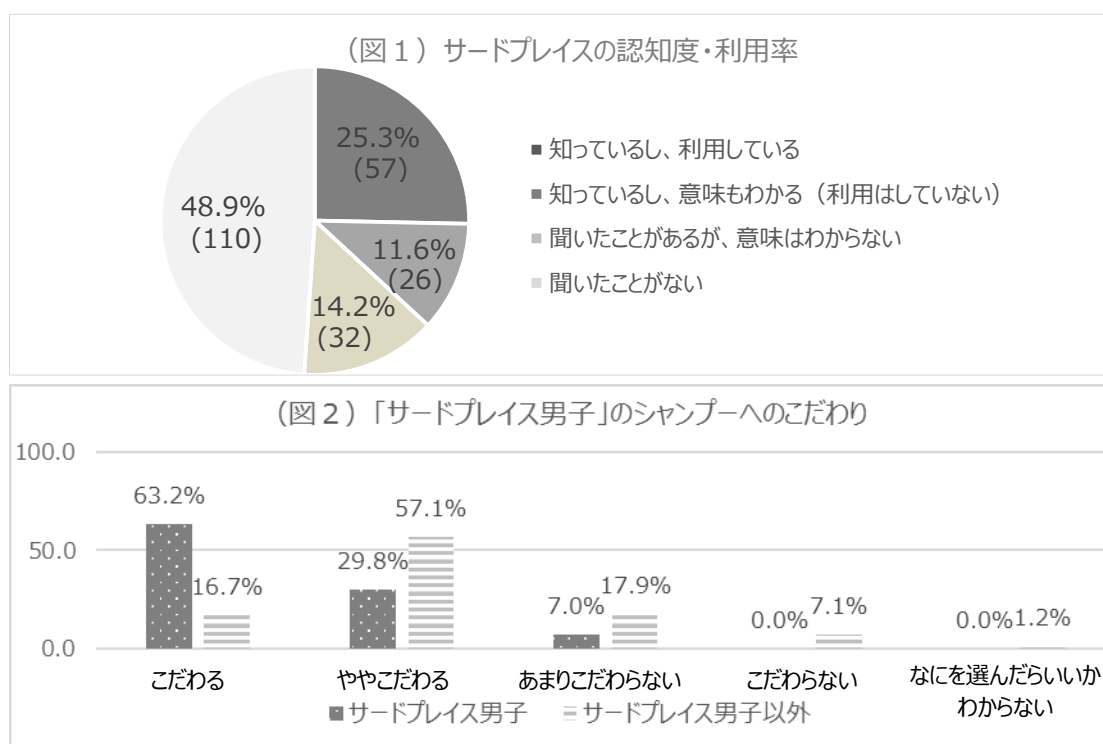
■今どきの20～30代は4人に1人が「サードプレイス男子」!? シャンプーへのこだわりも忘れない!

<サードプレイスの認知度・利用率 (図1) >

今回、今どきの男性の生活行動について「サードプレイス」をキーワードに調査を行いました。調査結果によると、「自宅（ファーストプレイス）」でも「職場（セカンドプレイス）」でもなく、自分らしさを取り戻せ、落ち着き、くつろぐことができる「第三の居場所（サードプレイス）」という言葉を知っている人は3人に1人（36.9%）。さらに、「サードプレイス」を積極的に利用している男性（「サードプレイス男子」）は4人に1人いることが分かりました。

<「サードプレイス男子」のシャンプーへのこだわり (図2) >

そんな「サードプレイス男子」に対し、シャンプー選びについて聞いてみたところ、6割以上（63.2%）の人がシャンプー選びに「こだわる」と回答。さらに9割以上の人が「こだわる・ややこだわる」と回答しました。「こだわらない」「何を選んだらいいかわからない」という人は1人もいませんでした。一方、「サードプレイス男子以外」の人でシャンプー選びにこだわると回答した人はわずか1割強（16.7%）。いかに「サードプレイス男子」がシャンプーにこだわりをもっているのかが明らかになりました。



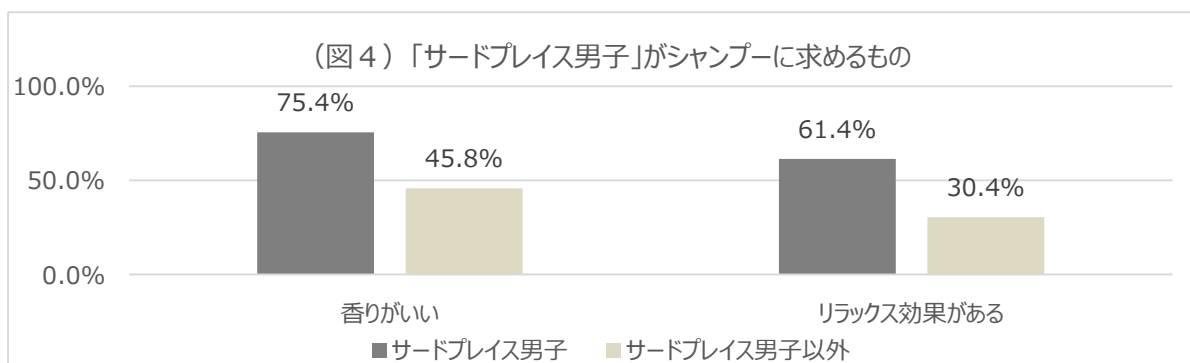
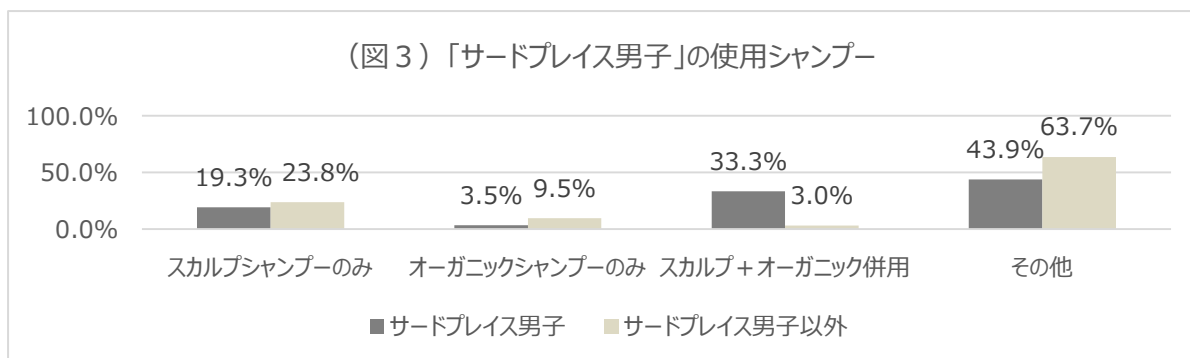
■「サードプレイス男子」はシャンプーにも“サードプレイス的要素”を求める!

<「サードプレイス男子」の使用シャンプー (図3) >

「サードプレイス男子」に現在使用しているシャンプーについて聞いてみました。その結果、「サードプレイス男子」のうち、スカルプシャンプーとオーガニックシャンプーを併用している人の割合は33.3%。この数字は、「サードプレイス男子以外（3.0%）」の実に11倍の併用率となります。つまり「サードプレイス男子」は、シャンプーに“スカルプケア”と“オーガニック”の両方を求めていることがわかりました。

<「サードプレイス男子」がシャンプーに求めるもの (図4) >

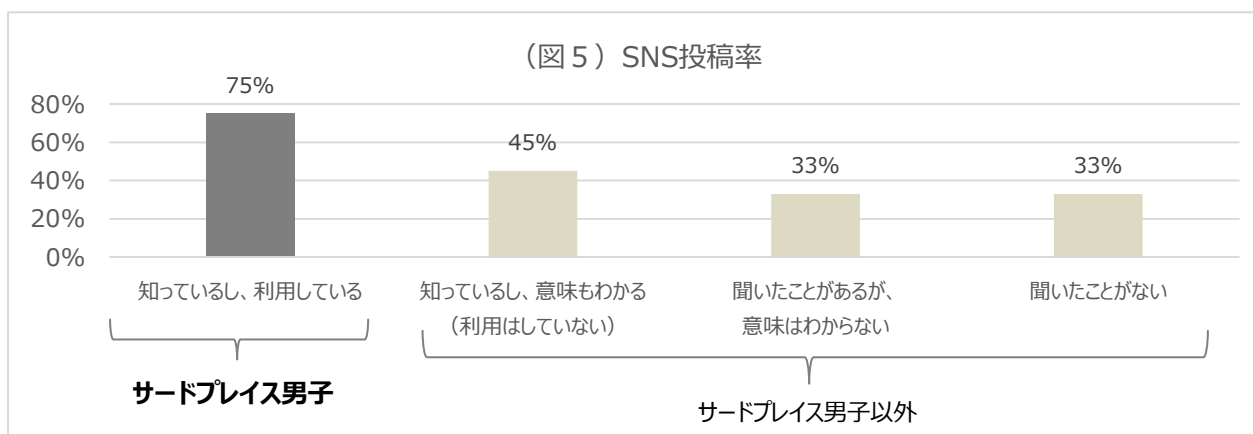
さらに、「サードプレイス男子」に対してシャンプーに求めるものを聞いたところ、「香り（75.4%）」と「リラックス（61.4%）」が欲しいと回答した人の割合が多くなりました。これはまさに、香りでリラックスしつつ、くつろぎとやすらぎを得られる「サードプレイス的要素」を、シャンプーにも求めていることの表れだと考えられます。



<参考>

■自分発信に積極的な「サードプレイス男子」！ SNS への投稿率は驚異の 75%！（図5）

SNS の利用率について聞いてみたところ、「サードプレイス男子」は 1 日 1 回以上の頻度で投稿しており、SNS への投稿率は 75%という事が明らかとなりました。Instagram の利用率に着目すると、「サードプレイス男子」は 4 人に 3 人が利用していました。一方、「サードプレイス男子以外」は 2 人に 1 人しか利用しておらず、「サードプレイス男子以外」は自分発信に消極的なことが明らかになりました。このことから、「サードプレイス男子」は相対的に自分発信を好む傾向があるとわかります。



[アンファー株式会社について](#)

アンファー株式会社は、1987 年に会社設立。10 月に 30 周年を迎えます。「予防医学」をタグラインに掲げ、“「いつまでも美しく、健やかに生きる」というエイジングケア・ライフスタイルの実現を支援すること。”という企業理念のもと、すべての人々に本当の「美」と「健康」の提供を目指すトータルエイジングケア・カンパニーです。多くの医師や臨床機関・研究機関との密接なリレーションを構築しながら、「スカルプD」シリーズをはじめ、化粧品、医薬品や宅配冷凍ジュース等、様々なエイジングケア商品・サービスの企画・研究開発および販売を行っております。