

ビジネスパーソン意識調査『男性の美容意識』

約4割の人が、自分は「実年齢より若く、年下に見える」と思っている

スキンケア・ヘアケアに関心がある人は57.3%

自分のスキンケア・ヘアケア商品の購入する際、47.1%は男性用であることにこだわらない
商品選びで最も重視するポイントは、「効果があること」

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、ビジネスパーソン意識調査『男性の美容意識』を実施しました。本調査は、2015年2月25日~2月27日、インテージ・ネットモニター“キューモニター”のうち20~59才のビジネスパーソン男性800名(京浜/東京・埼玉・千葉・神奈川)を対象として、自身の美容に対する意識に関してインターネット調査を行い、結果をまとめました。

分析者:マーケットアナリスト 日野芳広 (FMCG 事業本部カスタマーサービス3部)

【総括】

インテージ SRI のデータによると、男性用化粧品の「スキンケア」カテゴリーは、ここ3年市場規模が拡大している。スキンケアに限らず、近年男性の美容に関する市場はエイジターゲット商品を中心に様々な商品が投入されており、今回の調査でも男性自身のスキンケア、ヘアケアへの関心は半数以上が「関心がある」結果となった。外見や肌については「白髪」や「薄毛」といった頭髪関連と並んで、「乾燥・かさつき」「テカリ・べたつき」といった肌質に関しても意識が向いていることが分かった。

しかし、意識しているとはいえ、「白髪」のように現状のままを許容しやすい事柄(悩み)については「対処の必要がない」という判断になり、“ケア”にまで到達していないことが多い。また、「テカリ・べたつき」のような肌の悩みについては、「対処方法がわからない」という理由から対処まで至っていないのが現状である。

商品選択時の重視項目は、「効果があること」「自分の肌に合っていること」が高く、「口コミ評価が高いこと」などはスコアが低かった。

このことから、男性の美容関連の購買行動は「(使用体験を含めた)自分なりの満足感」で判断されることが多く、口コミ等から情報探索する行動自体は少ないと考えられる。この点は、スキンケアに対する女性の意識・行動との違いが大きく、マーケティングアクションの際は留意すべき点である。

今後、“「美容」に関心はあるが、情報感度がそれほど高くない”男性ビジネスパーソンを取り込むためには、男性が感じている美容に関する悩み・不満に対して、いかに「自分向き」であり、「効果がありそう」と思わせるかが、マーケティングアクションのキーになると考えられる。

◆調査結果のポイント

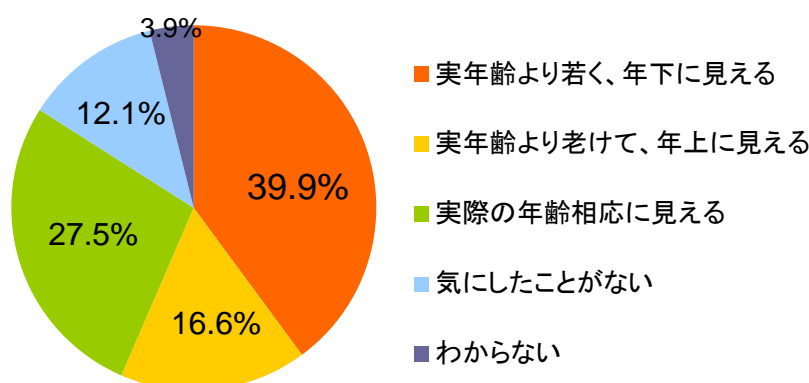
1. 自分の見た目年齢は、約 4 割が「実年齢より若く、年下に見える」と思っている

自分の見た目年齢をどう思っているか聞いたところ、「実年齢より若く、年下に見える」と回答した人が最も多く約 4 割(39.9%)。次いで、「実際の年齢相応に見える」は 27.5%、「実年齢より老けて、年上に見える」は 16.6%となった。

年代別でも、どの年代も「実年齢より若く、年下に見える」と回答した割合が高い。

(単数回答)(表 1、図 1 参照)

自分の見た目年齢 (N=800)



2. スキンケア・ヘアケアに関心がある人は 57.3%

スキンケア・ヘアケアに「関心がある」人は、57.3%（「ある」15.9%+「どちらかといえばある」41.4%）。

年代別では、若くなるに従い関心がある割合が高く、20代では 64.5%が「関心がある」と回答。

(単数回答)(図 2、表 2 参照)

3. 外見・お肌で気になっているのは、「白髪」、「乾燥・かさつき」、「テカリ・べたつき」

男性が自分の外見・お肌で気になっていることのトップ 5 は、「白髪」(24.5%)、「乾燥・かさつき」(23.1%)、「テカリ・べたつき」(21.3%)、「薄毛」(19.5%)、「肌のハリ・たるみ」(19.0%)となった。一方、「特にない」と回答した人も 23.1%いた。

年代別で見ると、20代は「ニキビ・吹き出物」が 38.5%で最も多い。30代、40代、50代は「白髪」(28.5%、29.5%、34.5%)が最多であった。

(複数回答)(表 3-1、3-2 参照)

4. 外見・お肌で気になっていることはあるが、何ら対処をしていない人が多い

外見・お肌で気になっていることへの対処は、ほとんどの項目で『対処していない』割合が高い。唯一、「乾燥・かさつき」だけは『対処している』割合の方が高く 62.7%が対処している。

(単数回答)(表 4 参照)

5. 対処していない理由の多くは「対処方法がわからない」から

気になっていることに『対処していない』と回答した人の理由を聞いたところ、多くの項目で「対処方法がわからないから」と回答した割合が高い。

気になっていることトップ5の、『対処していない』理由として最も多いのは以下の通り。

順位	気になっていること	対処していない理由・最多	%
1	白髪	「そこまでの必要性を感じないから」	41.0%
2	乾燥・かさつき	「そこまでの必要性を感じないから」	40.6%
3	テカリ・べたつき	「対処方法がわからないから」	30.1%
5	薄毛	「お金がかかるから」	34.4%
5	肌のハリ・たるみ	「対処方法がわからないから」	35.5%

(各項目で単数回答)(表5参照)

6. 日頃のお手入れで使用しているのは、「洗顔料」、「化粧水」、「スタイリング剤」

日頃のお手入れで使用しているヘアケア・スキンケア商品で最も多いのは、「洗顔料」(46.4%)で5割近くが使用している。次いで、「化粧水」(25.8%)、「スタイリング剤」(23.3%)、「乳液・クリームなど」(22.9%)、「リップクリーム」(21.4%)であった。一方、なにも「使用している商品はない」人は25.6%。

年代別での使用率に差が大きいのは「化粧水」で、若い年代ほど割合が高く、20代では40.5%が使用している。男性のスキンケアでも「化粧水」は必需品となりつつあるのだろうか。

(複数回答)(表6-1、6-2参照)

7. 47.1%の人は男性用商品にこだわらない。しかし、20代ほど男性用にこだわる人が多い

スキンケア・ヘアケア商品を自分で購入する際、『男性用にこだわる人』は52.9%(「こだわる」13.8%+「どちらかというとかこだわる」39.1%)。一方、『男性用にこだわらない人』は47.1%(「こだわらない」14.9%+「どちらかというとかこだわらない」32.2%)で、“こだわる派”が若干多い。

年代別でみると、最も男性用にこだわる年代は20代で58.3%。

(単数回答)(図7、表7参照)

8. 商品選びで最も重視するポイントは、「効果があること」

商品を選ぶ際に最も重視するポイントは「効果があること」で59.8%。次いで、「自分の肌に合っていること」(52.2%)、「価格が安いこと」(40.2%)、「信頼しているブランド、あるいはメーカーであること」(32.5%)の順となった。

(複数回答)(図・表8参照)

調査概要

調査方法: インターネット調査

調査地域: 京浜(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県)

調査対象者: インテージ・ネットモニター“キューモニター” 20~59 才男性ビジネスパーソン

サンプル構成:

		20代	30代	40代	50代
TOTAL	800	200	200	200	200
男性	800	200	200	200	200

調査期間: 2015 年 2 月 25 日(水)~2 月 27 日(金)

調査実施機関: 株式会社インテージ

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社: 東京都千代田区、代表取締役社長: 石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当: 佐藤(さとう) / 小関(おせき)

TEL: 03-5294-6000 FAX: 03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>

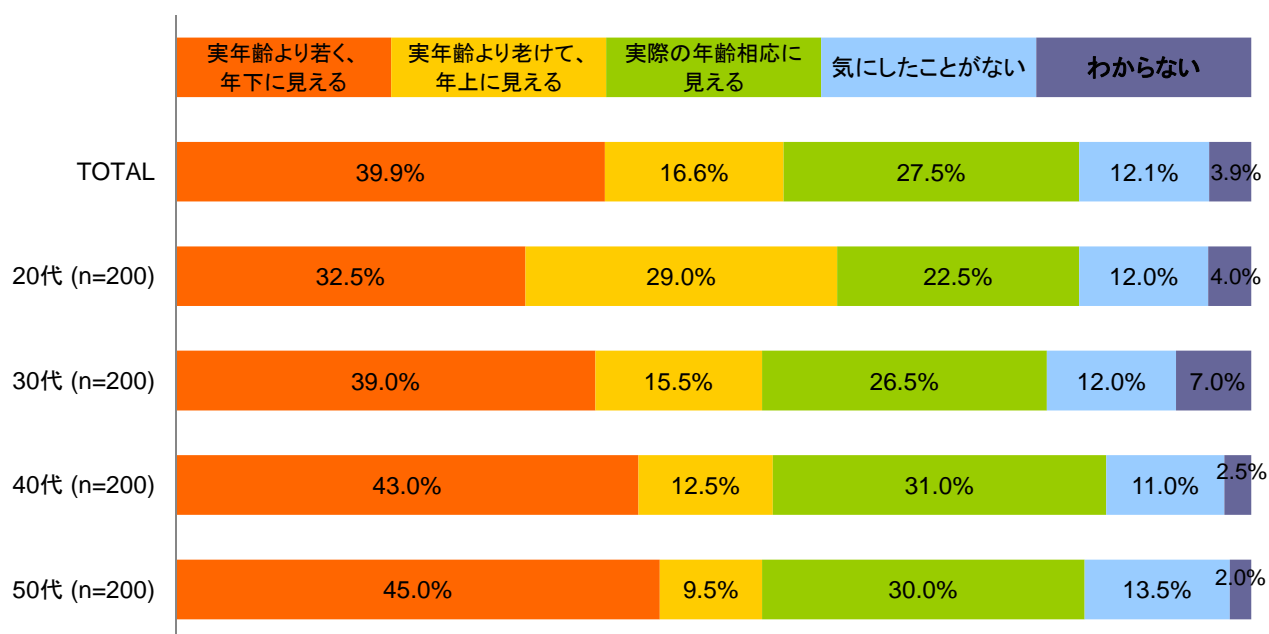
調査結果

Q1 現在のあなたの見た目年齢は、実際の年齢とどのくらい差異があると思いますか。(回答は1つ)

[表 1]

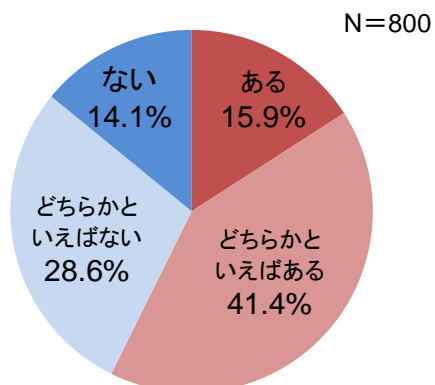
	回答者数	%
TOTAL	800	100.0
実年齢より若く、年下に見える	319	39.9
実年齢より老けて、年上に見える	133	16.6
実際の年齢相応に見える	220	27.5
気にしたことがない	97	12.1
わからない	31	3.9

[図 1]年代別



Q2 あなたはご自身のスキンケア、ヘアケアに関心がありますか。(回答は1つ)

[図 2]



[表 2]年代別

(%)

	回答者数	ある	どちらかといえばある	どちらかといえばない	ない
TOTAL	800	15.9	41.4	28.6	14.1
男性20代	200	23.0	41.5	20.5	15.0
男性30代	200	17.0	42.0	26.5	14.5
男性40代	200	13.0	43.5	30.5	13.0
男性50代	200	10.5	38.5	37.0	14.0

Q3 あなたがご自身の外見・お肌について、気になっていることを全てお答えください。(回答はいくつでも)

[表 3-1]

	回答者数	%
TOTAL	800	100.0
白髪	196	24.5
乾燥・かさつき	185	23.1
テカリ・べたつき	170	21.3
薄毛	156	19.5
肌のハリ・たるみ	152	19.0
ひげが濃い	150	18.8
ニキビ・吹き出物	141	17.6
しわ	116	14.5
フケ・かゆみ	109	13.6
頭皮が脂っぼい	106	13.3
シミ・ソバカス・くすみ	103	12.9
髪の質・ダメージ	83	10.4
その他	4	0.5
特にない	185	23.1

[表 3-2]年代別

(%)

	回答者数	白髪	乾燥・かさつき	テカリ・べたつき	薄毛	肌のハリ・たるみ	ひげが濃い	ニキビ・吹き出物	しわ	フケ・かゆみ	頭皮が脂っぼい	シミ・ソバカス・くすみ	髪の質・ダメージ	その他	特にない
TOTAL	800	24.5	23.1	21.3	19.5	19.0	18.8	17.6	14.5	13.6	13.3	12.9	10.4	0.5	23.1
男性20代	200	5.5	27.0	20.0	14.0	15.0	26.5	38.5	8.5	17.0	11.5	7.0	12.5	1.0	20.0
男性30代	200	28.5	27.5	24.5	19.0	17.5	22.5	17.5	17.5	16.0	12.5	12.0	12.5	0.5	25.0
男性40代	200	29.5	19.5	25.5	24.0	19.0	14.5	11.0	19.0	12.0	18.0	17.5	11.5	0.0	23.5
男性50代	200	34.5	18.5	15.0	21.0	24.5	11.5	3.5	13.0	9.5	11.0	15.0	5.0	0.5	24.0

Q4 Q3でお答えになったことに対して、あなたは何らかの対処をしていますか。(回答は1つ)

【ベース:Q3で気になっていることを回答した人】

[表 4]

(上段：回答者数/下段：%)

	TOTAL	対処して いる	対処して いない
白髪	196 100.0	79 40.3	117 59.7
乾燥・かさつき	185 100.0	116 62.7	69 37.3
テカリ・べたつき	170 100.0	67 39.4	103 60.6
薄毛	156 100.0	66 42.3	90 57.7
肌のハリ・たるみ	152 100.0	45 29.6	107 70.4
ひげが濃い	150 100.0	34 22.7	116 77.3
ニキビ・吹き出物	141 100.0	70 49.6	71 50.4
しわ	116 100.0	28 24.1	88 75.9
フケ・かゆみ	109 100.0	50 45.9	59 54.1
頭皮が脂っぽい	106 100.0	45 42.5	61 57.5
シミ・ソバカス・くすみ	103 100.0	20 19.4	83 80.6
髪の毛の質・ダメージ	83 100.0	34 41.0	49 59.0
その他	4 100.0	2 50.0	2 50.0

Q5 対処していない理由として、最もお気持ちに近いものをお答えください。(各項目で回答は1つ)

【ベース:Q4で「対処していない」と答えた人】

[表 5]

(上段：回答者数/下段：%)

	TOTAL	対処方法がわからないから	面倒だから	そこまでの必要性を感じないから	お金がかかるから	諦めているから	その他
白髪	117 100.0	19 16.2	21 17.9	48 41.0	16 13.7	12 10.3	1 0.9
乾燥・かさつき	69 100.0	22 31.9	10 14.5	28 40.6	7 10.1	2 2.9	0 0.0
テカリ・べたつき	103 100.0	31 30.1	19 18.4	25 24.3	19 18.4	9 8.7	0 0.0
薄毛	90 100.0	14 15.6	7 7.8	19 21.1	31 34.4	19 21.1	0 0.0
肌のハリ・たるみ	107 100.0	38 35.5	22 20.6	27 25.2	14 13.1	6 5.6	0 0.0
ひげが濃い	116 100.0	36 31.0	15 12.9	25 21.6	29 25.0	11 9.5	0 0.0
ニキビ・吹き出物	71 100.0	15 21.1	16 22.5	20 28.2	13 18.3	7 9.9	0 0.0
しわ	88 100.0	38 43.2	10 11.4	17 19.3	15 17.0	8 9.1	0 0.0
フケ・かゆみ	59 100.0	16 27.1	14 23.7	16 27.1	8 13.6	4 6.8	1 1.7
頭皮が脂っぼい	61 100.0	31 50.8	9 14.8	9 14.8	5 8.2	7 11.5	0 0.0
シミ・ソバカス・くすみ	83 100.0	31 37.3	12 14.5	15 18.1	16 19.3	9 10.8	0 0.0
髪の毛の質・ダメージ	49 100.0	20 40.8	6 12.2	7 14.3	9 18.4	7 14.3	0 0.0
その他	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

Q6 あなたがスキンケア・ヘアケアに使用している商品を全てお答えください。(回答はいくつでも)

[表 6-1]

	回答者数	%
TOTAL	800	100.0
洗顔料	371	46.4
化粧水	206	25.8
乳液・クリームなど	183	22.9
オールインワン（化粧水・乳液・美容液などの機能が1つで得られる化粧品）	33	4.1
パック（毛穴パックを含む）	25	3.1
リップクリーム	171	21.4
日焼け止め	76	9.5
洗顔シート	96	12.0
あぶらとり紙	56	7.0
シェービングケア用品	150	18.8
スタイリング剤（ワックス、ジェル、ムース、スプレー、ミスト、オイルなど）	186	23.3
カラーリング剤（白髪染め含む）	88	11.0
養毛剤や育毛剤	94	11.8
その他	3	0.4
使用している商品はない	205	25.6

[表 6-2]年代別

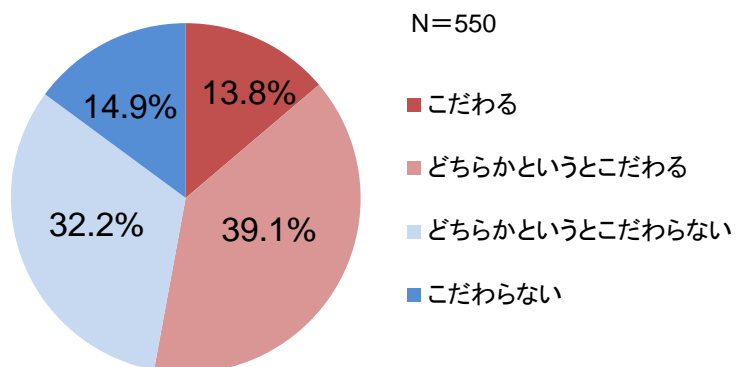
	回答者数	洗顔料	化粧水	乳液・クリームなど	オールインワン (化粧水・乳液・美容液などの機能が1つで得られる化粧品)	パック (毛穴パックを含む)	リップクリーム	日焼け止め	洗顔シート	あぶらとり紙	シェービングケア用品	スタイリング剤 (ワックス、ジェル、ムース、スプレー、ミスト、オイルなど)	カラーリング剤 (白髪染め含む)	養毛剤や育毛剤	その他	使用している商品はない
TOTAL	800	46.4	25.8	22.9	4.1	3.1	21.4	9.5	12.0	7.0	18.8	23.3	11.0	11.8	0.4	25.6
男性20代	200	58.0	40.5	26.0	6.0	5.5	23.5	12.0	17.5	12.0	20.5	27.0	4.0	7.5	0.0	21.0
男性30代	200	53.0	32.0	27.0	4.0	5.0	24.5	5.5	12.0	8.0	19.5	28.0	10.5	11.0	1.0	21.5
男性40代	200	46.5	21.0	21.0	1.5	2.0	19.5	11.0	13.5	6.5	17.5	23.5	12.0	12.0	0.0	27.0
男性50代	200	28.0	9.5	17.5	5.0	0.0	18.0	9.5	5.0	1.5	17.5	14.5	17.5	16.5	0.5	33.0

◆ここからは、Q6 で使用している商品の購入に関して、1つでも“自分で購入”(「自分で購入することが多い」+「自分で購入することもある」と回答した 550 人を対象に聞きました。

Q7 あなたがご自身のスキンケア・ヘアケアための商品を選ぶ際は、「男性用」であることにこだわりますか。

(回答は 1 つ)

[図 7]

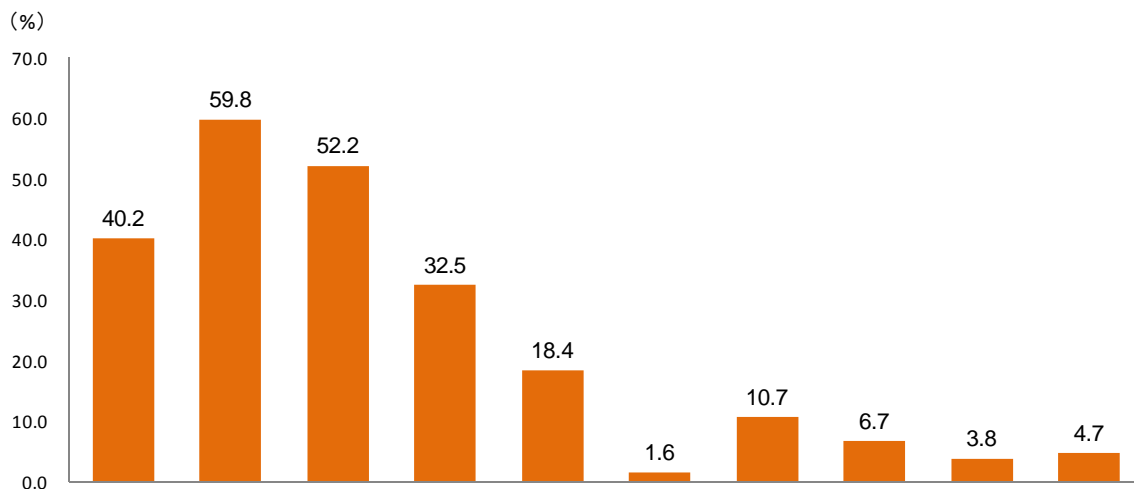


[表 7]年代別

	回答者数	こだわる	どちらかというとかたわる	どちらかというとかたわらない	こだわらない
TOTAL	550	13.8	39.1	32.2	14.9
男性20代	151	22.5	35.8	23.8	17.9
男性30代	148	8.8	41.2	36.5	13.5
男性40代	131	13.7	41.2	29.8	15.3
男性50代	120	9.2	38.3	40.0	12.5

Q8 あなたがご自身のスキンケア・ヘアケアの商品を選ぶ際に、重視することをお答えください。(回答はいくつでも)

[図・表 8]



回答者数	価格が安いこと	効果があること	自分の肌に合っていること	信頼しているブランド、あるいはメーカーであること	使い続けている商品であること	新製品であること	無香料であること	植物成分や漢方など、天然成分でできていること	口コミ評価が高いこと	特になし	
TOTAL	550	40.2	59.8	52.2	32.5	18.4	1.6	10.7	6.7	3.8	4.7
20代	151	38.4	66.9	59.6	31.8	17.9	2.0	4.6	7.3	5.3	2.6
30代	148	39.2	59.5	56.8	30.4	15.5	2.7	10.1	9.5	4.1	8.1
40代	131	45.8	54.2	45.0	32.1	22.9	1.5	11.5	4.6	2.3	5.3
50代	120	37.5	57.5	45.0	36.7	17.5	0.0	18.3	5.0	3.3	2.5