

“自己表現としてのメイク”の楽しさをより広げるため 男性メイク市場への新たな挑戦
社会人男性向けKISSMEメイク部・男子高校生向け眉毛ホームルーム実施



↑ KISSMEメイク部の様子



↑ 眉毛ホームルームの様子

株式会社伊勢半(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:澤田晴子)は、メイクの楽しさを広く伝えるための取り組みとして、2025年12月16日(火)に「KISSMEメイク部」を都内の企業で働く男性に向けて、また2025年12月18日(木)に「眉毛ホームルーム」を神奈川県男子校である(私立)武相高等学校にて実施しました。

「KISSMEメイク部」はこれまで、初めてメイクに触れる年代として多い中高生を対象に、メイクの楽しさを伝えることを目的に行ってきました。今回は新たに、近年注目度の高まっているメンズメイクに着目。日頃メイクに触れる機会の少ない男性に向けて、メイクに触れるきっかけをつくり、その楽しさを伝えるための活動として実施しました。

都内の企業で働く20代男性12名が、ベースメイク、眉メイク、リップメイクを中心としたメイクに挑戦。メイク未経験者が大半を占める中、「少しメイクをただけで印象が変化した」「今後もメイクをしたい」といった前向きな感想が多く寄せられました。

また初の試みとして、男子校での「眉毛ホームルーム」を実施しました。眉毛ホームルーム体験希望者の高校1年生36名に向けて、KISSMEの眉メイクブランド「ヘビーローテーション」の眉マスカラ「カラーリングアイブ로우EX」を使用した眉メイクをレクチャー。初めてメイクに挑戦する生徒さんが多く、緊張しながらも楽しく取り組む様子が見られました。

■実施背景

近年、メンズメイクへの関心が高まっており、メイクに興味を持つ男性は年々増加しています。これまでに実施したKISSMEメイク部や眉毛ホームルームにおいても、メイクに関心を寄せ、意欲的にメイクに取り組む男子生徒の皆さんが数多く見受けられました。

また、KISSMEの眉メイクブランド「ヘビーローテーション」では、2021年より男女モデルを起用したビジュアルを用いて、主力商品である眉マスカラ「カラーリングアイブロウEX」を中心に、性別に関係なく誰もが使用しやすいアイテムとして訴求を行っています。

一方で、メイクに関心を持ちながらも、最初の一步を踏み出すきっかけや勇気を持ってない男性のために、参加への心理的ハードルを下げるべく、男性のみの空間での講座を企画。普段、メイクに触れる機会の少ない男性にメイクを体験してもらい、その楽しさを知ってもらう新たな取り組みとして、都内の企業で働く男性に向けてKISSMEメイク部、男子生徒に向けて眉毛ホームルームを実施しました。



↑ 眉マスカラなど眉メイクアイテムを展開する「ヘビーローテーション」

■KISSMEメイク部 実施内容

都内の企業で働く20代男性12名を対象に、初めてのメイクでも挑戦しやすい、ナチュラルで明るい印象を演出するメイクを実施しました。

化粧下地・コンシーラー・フェイスパウダーによるベースメイクをはじめ、眉マスカラを使用した眉メイク、リップメイクを中心にレクチャーを行い、フルメイクに挑戦しました。

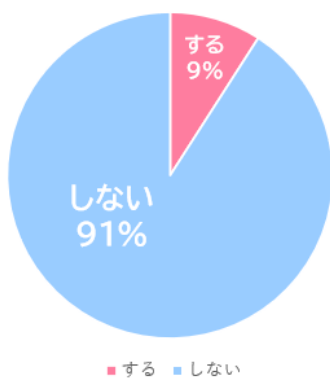
またKISSMEの眉メイクブランド「ヘビーローテーション」の眉マスカラ「カラーリングアイブロウEX」の全10色を自由に試しながら自分の好きな眉カラーを探すことで、メイクによって印象が変わる楽しさを実感してもらいました。

■KISSMEメイク部 当日の様子

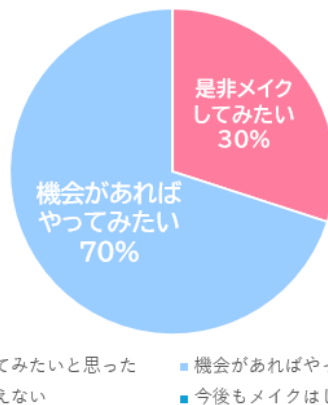


■KISSMEメイク部 参加者アンケートより

①普段メイクはしますか？



②今回の講座を通じてメイクに興味は湧きましたか？ (メイクを普段しない方は)



参加者の約9割は普段メイクをしないと回答。今回のメンズメイク講座を経て、そのうち3割が「今後も是非メイクしてみたい」と回答。残りの7割が「機会があればやってみたい」と回答。

③メイクに対する感想

- ・ 少し使うだけで印象が変化することが分かり、メイクに興味は湧いた。
- ・ 眉と唇のメイクは特に、今後もやっていきたい。
- ・ 初めての経験だったが、メイクによって想像以上に印象が変化した。
- ・ 特に眉は、色を変えるだけで大きな変化が感じられた。

■眉毛ホームルーム 実施内容

眉毛ホームルーム誕生の経緯や、伊勢半の取り組みについて説明した後、KISSMEの眉メイクブランド「ヘビーローテーション」の眉マスカラ「カラーリングアイブロウEX」を使用した眉メイクに挑戦しました。

さらに、普段メイクをしない男性の先生にフルメイクを施し、生徒さんの前にサプライズで登場してもらいました。メイクによる印象の変化に生徒の皆さんは大いに盛り上がり、性別を問わずメイクを楽しめることを伝える機会となりました。

■眉毛ホームルーム 当日の様子



普段メイクをしない
先生も初挑戦！



■KISSMEメイク部・眉毛ホームルーム これまでの活動

伊勢半のコーポレートブランドKISSMEでは、ブランドメッセージ「私らしさを、愛せるひとへ。」を掲げ、メイクはマナーではなく自己表現のツールであり自由なものであるという想いを大切にしています。

そこで、メイクに触れ、楽しさを知る機会の創出と、KISSMEの想いを伝えるため、2022年より「KISSMEメイク部」をスタート。これまでに8回の活動を実施しました。

またKISSMEの眉メイクブランド「ヘビーローテーション」では、中高生が眉メイクを通じて自分に自信を持てるきっかけをつくりたい、また学生の皆さんにメイクを通じて自己表現を楽しんでほしいという想いで、2023年より中高生の眉毛デビューを応援する「眉毛ホームルーム」をスタート。これまで6回の活動を実施しました。

伊勢半では今後も、KISSMEのブランドメッセージ「私らしさを、愛せるひとへ。」にちなみ、「自己表現のツールであり自由なものとしてのメイク」を楽しんでいただけるきっかけとなるような活動を行ってまいります。