

## 第1回 メンズ美容定点調査

男性が化粧をすることは「世間に受け入れられている」と半数近くが回答

実施率は「スキンケア：66.5%」「メイク：14.6%」

トレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード6069）が運営する、「メンズビューティー」に強みを持ったプロダクション「Soft Drink（ソフトドリンク）」は、この度、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」を立ち上げました。その第1回調査として、15～59歳の男性を対象に「第1回 メンズ美容定点調査」を実施いたしました。

### 調査概要

調査対象：15～59歳 男性 2,000名 ※年代均等割付

調査期間：2022年1月24日（月）～1月25日（火）

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%にならない場合があります。

近年、女性向け美容商材の広告に男性タレントが起用されるなど「ジェンダーに捉われない美容」に注目が集まっています。「メイクは女性がするもの」という価値観は今や過去のものとなり、大手美容メーカー各社もメンズメイクやスキンケアの商品ラインナップ拡充に力を入れるなど、美容市場の中でも特に盛り上がりを見せているのが男性向け美容商材です。

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、15～59歳の男性を対象とした、男性の美意識や美容への取り組みの実態を定点で追う「メンズ美容定点調査」を開始。その第1回目の調査結果を発表いたします。

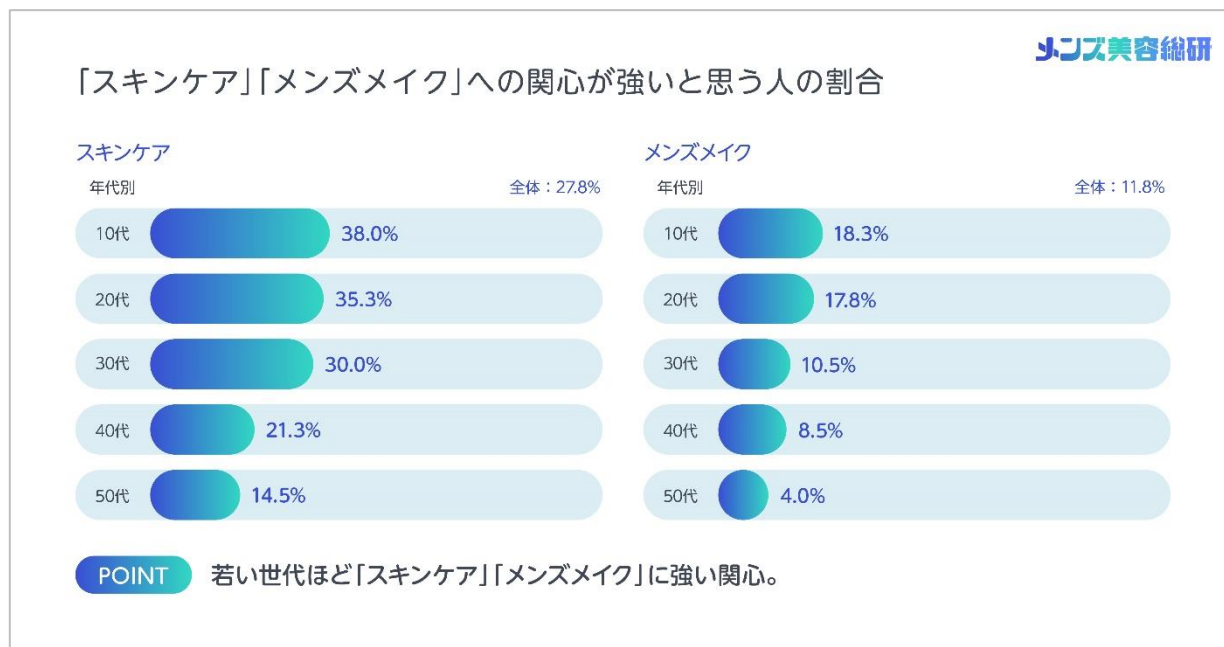
### 調査サマリー

- ◆ 若い年代ほど「スキンケア」「メンズメイク」に強い関心
- ◆ スキンケアに取り組む人は66.5%、メイクに取り組む人は14.6%と差が開く結果に
- ◆ メンズメイクは世間になじんだ!? 半数近くが「世間に受け入れられている」
- ◆ 美容商品の購入場所はECサイト54.2%、店頭75.0%…かける金額は月平均2,588円

## ◆ 若い年代ほど「スキンケア」「メンズメイク」に強い関心

まず、「自分は、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と思うか」を聞いたところ、「スキンケア」「メンズメイク」ともに、年齢層が低いほど「関心が強いと思う」と答える方の割合は多いことが分かりました。

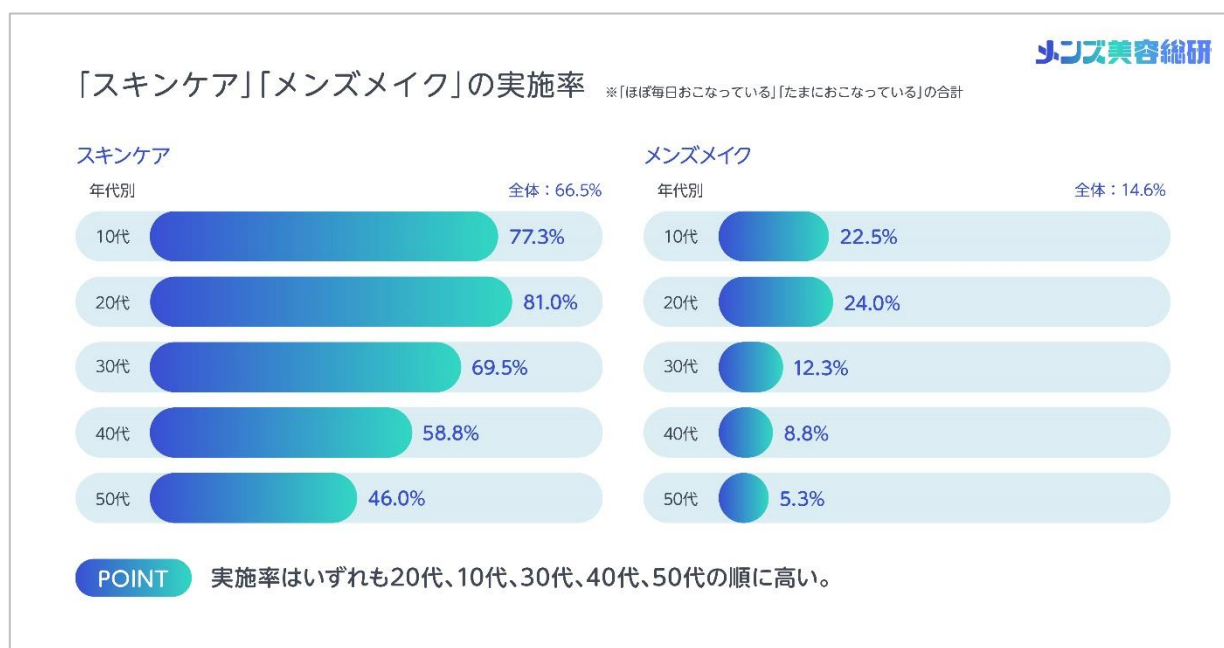
具体的に、「スキンケアへの関心が強い」人の割合は 10代：38.0%、20代：35.3%、30代：30.0%、40代：21.3%、50代：14.5%。「メンズメイクへの関心が強い」人の割合は 10代：18.3%、20代：17.8%、30代：10.5%、40代：8.5%、50代：4.0%となっています。



## ◆ スキンケアに取り組む人は 66.5%、メイクに取り組む人は 14.6%と差が開く結果に

また、「あなたは日ごろ、スキンケアをしていますか」という質問では、「ほぼ毎日おこなっている」が 36.3%、「たまにおこなっている」が 30.3%となり、合わせると 66.5%の方がスキンケアに取り組んでいるという結果に。中でも 20代は 81.0%、10代は 77.3%の方がスキンケアに取り組んでおり、若い男性はスキンケアが定着していると言えます。

一方で、「メイク」をしている人の割合は「ほぼ毎日行っている」が 4.4%、「たまにおこなっている」が 10.2%で、合わせて 14.6%に留まっています。スキンケアと比べると、まだまだメンズメイクに取り組めている人は多くないようです。

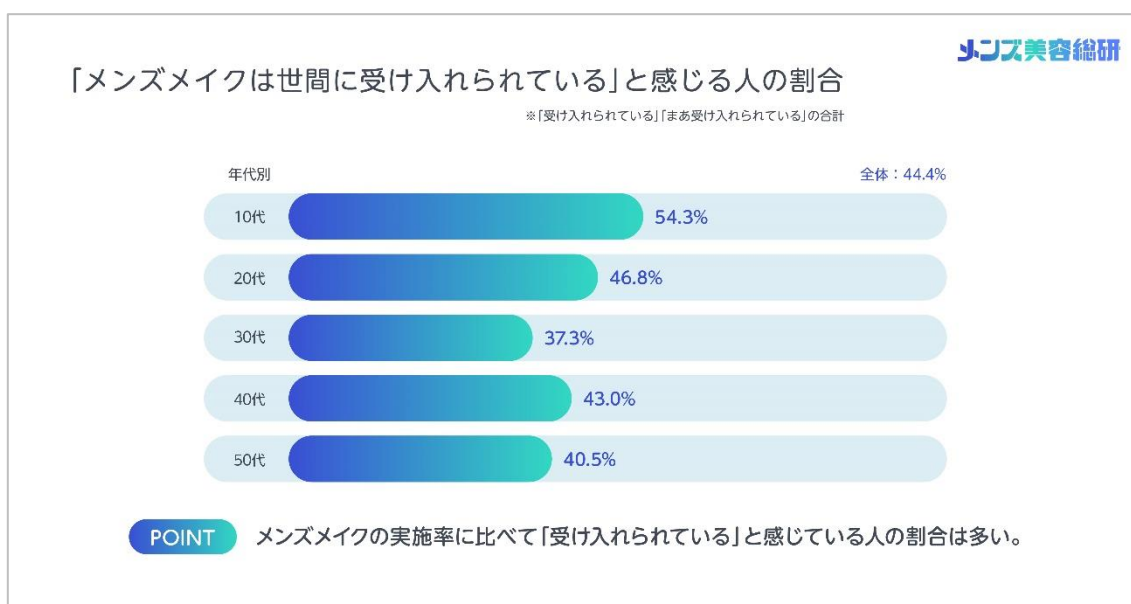


## ◆ メンズメイクは世間になじんだ!? 半数近くが「世間に受け入れられている」

次に、「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 44.4%。最も多かったのは 10 代で 54.3%となりました。10 代の男性は、スキンケアやメンズメイクへのハードルの高さを感じていないからこそ、関心も強くなる傾向にあると考えられそうです。一方で「受け入れられている」と答えた方が最も少なかったのは 30 代で 37.3%となりました。40 代や 50 代よりスキンケアやメンズメイクへの関心が強い 30 代ですが、年上・年下どちらとも接することの多い「中間管理職」のような年代であると考えられ、世代間のギャップを感じる機会も多いのかもしれない。

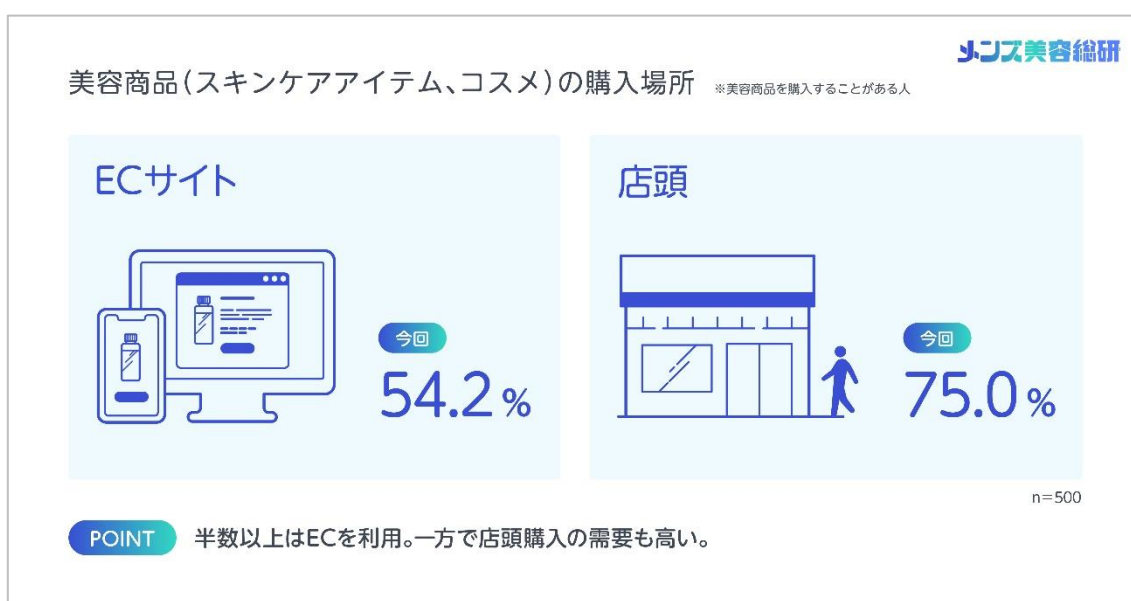
また、いずれの年代でも関心度や実施率に比べて「受け入れられている」と感じている人の割合は多く、「メンズメイクは普通のことである」という世の中の流れは少なからずあると考えられます。

※「メイク」は「スキンケア（化粧水や乳液）」は含まず、ファンデーションや口紅、アイシャドウ等を使用した「メーキャップ」を指します。

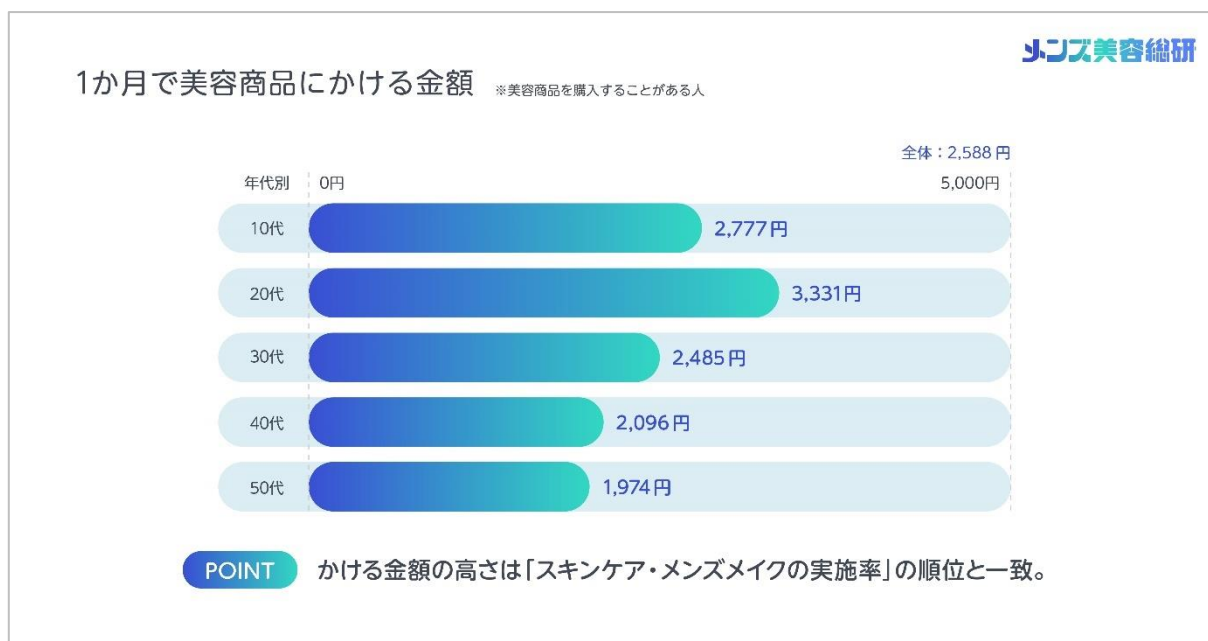


## ◆ 美容商品の購入場所は EC サイト 54.2%、店頭 75.0%…かける金額は月平均 2,588 円

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」（63.5%）人のうち、「EC サイトで購入している」と答えた方は 54.2%、「店頭で購入している」と答えた方は 75.0%となりました。半数以上の方が EC サイトを活用している一方で、店頭での購入も高い需要があることが分かります。



最後に、美容商品を購入することがある方に「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20代で平均3,331円、最もお金をかけていないのは50代で平均1,974円、全体の平均は2,588円となりました。



## ◆ 「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/](https://www.instagram.com/soft_drink_official/)

## ◆ メンズ美容コミュニティ会員「Soft Drink Member」を募集中！

「Soft Drink」では、所属タレントの他に、メンズ美容と一緒に盛り上げてくれるコミュニティ会員「Soft Drink Member」を募集中です。

「Soft Drink Member」になると、新作コスメのモニター企画へのオファーや、Soft Drink 主催イベントへの優先招待、各メディアや SNS 投稿企画への参加チャンスなど、さまざまな特典がございます。

「周りを気にすることなく『自分のありのまま』を表現したい」「メンズ美容を盛り上げたい」という思いをお持ちの方は、ぜひご応募ください。

「Soft Drink Member」募集ページ：[https://tpjb.f.msgs.jp/webapp/form/24069\\_tpjb\\_1/index.do](https://tpjb.f.msgs.jp/webapp/form/24069_tpjb_1/index.do)

■ 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 ■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F  
担当：岩田（いわた） お問い合わせメールアドレス：press@trenders.co.jp