



SHIBUYA109 lab.

SHIBUYA109  
ENTERTAINMENT

2020年10月13日  
株式会社SHIBUYA109エンタテインメント

## コロナ禍でのおうち時間により美容への関心が高まる傾向に？ イマドキ男子の美容意識を調査！

約3割がスキンケアを実施！今後試したい第1位は「脱毛」

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキュラボ)』は、around20(15～24歳)男子を対象に、「イマドキ男子の美容に対する意識」について調査を行いました。



### 【イマドキ男子の美容意識を調査！トピックス】

- 【1】 大事にしたいイメージは「清潔感」。イマドキ男子の美容マインドは「マイナス回避美容」が特徴**  
女子は「更にかわいくなりたい」「盛りたい」という向上心が高いのに対し、男子は現状を「キープしたい」という意識が強く、「マイナス事項を回避したい」という意識で美容に対峙していることが特徴です。
- 【2】 約3割がスキンケアを実施。今後試してみたい美容第一位は「脱毛」**  
清潔感を保つためにスキンケアを実施。脱毛に対する関心は年々高まっており、毛量を減らしたいという意向が強いことが分かっています。
- 【3】 コロナ禍のおうち時間増加により美容への関心が向上。スキンケアへの関心が高まる**  
「時間ができたので、フェイスパックをするようになった」などの声が聞かれており、コロナ禍のおうち時間増加により、美容・健康を意識した行動の優先順位が高まっていることが分かります。
- 【4】 憧れの人第一位は「同じ学年の友人」。憧れの要素は“外見”よりも“マインド”**  
見た目よりも「目標をもって何かに向かって努力をしている姿やマインド」に対する憧れを抱く傾向にあることから、身近な人を憧れの対象に挙げる人が多いことが分かります。
- 【5】 「メイクは女子のもの」はもう古い！イマドキ男子は肌を美しく見せるためにメイクを取り入れ**  
メイクを取り入れるイマドキ男子はまだまだ少数ではあるものの、約3割はメイクを取り入れています。
- 【6】 SHIBUYA109 lab.所長が分析！今後は「身だしなみとしてのメイク」がイマドキ男子に広まる？**

まだ一般化はしていませんが、SNSでの男性インフルエンサーによるメイクのHow to動画等の発信が増えていることから、今後部分的にメイクを取り入れるイマドキ男子が増加することが考えられます。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。  
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

## 【1】大事にしたいイメージは「清潔感」。 イマドキ男子の美容マインドは「マイナス回避美容」が特徴

まず、イマドキ男子は、周りからどのような印象を持たれたいと考えているのか※図1聞いてみたところ、最も多い回答は「清潔感があるように思われたい(51.8%)」次いで「カッコよく思われたい(32.8%)」「男らしく思われたい(26.0%)」という結果となりました。

グループインタビューで「カッコイイ」や「男らしい」の定義について聞いてみたところ、「夢をかなえるために努力をしている」「人として尊敬ができる」など、外見的なものよりも内面的なものが多く挙げられており、これらの言葉はマインドを重視している傾向にあることが分かります。

図1 Q. あなたは周りからどのような印象を持たれたいと考えていますか。

WEB調査 N=400 (高校生：147/大学生・院生・専門生・短大生：253)



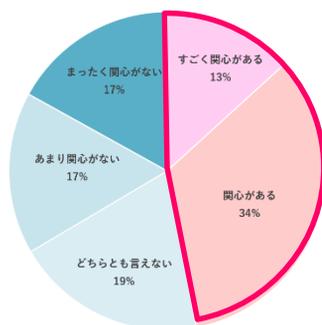
- 1位 清潔感があるように思われたい(51.8%)
- 2位 カッコよく思われたい(32.8%)
- 3位 男らしく思われたい(26.0%)

そんなイマドキ男子の美容に対する関心※図2について聞いてみたところ、47%のイマドキ男子が美容に関心があると回答する結果となりました。

図2 Q. あなたは美容についてどの程度関心がありますか。

※美容とは、脱毛、メイク、スキンケア、ヘアスタイリング、ボディメイク、臭いケアなどを指します。

WEB調査 N=400 (高校生：147/大学生・院生・専門生・短大生：253)



「関心がある」と回答した理由※図3について、最も多いのは「清潔感を保ちたい(64.9%)」、次いで「自分の外見を整えたい(50.5%)」「異性にモテたい(44.1%)」という結果となりました。

また「関心がない」と回答した理由※図3については、「他のことにお金をかけたい(35.1%)」「お金をかけたくない(33.6%)」「気にならない(32.8%)」が挙げられました。

美容に対する意識は、若者男女間で差が見られており、女子は「更にかわいくなりたい」「盛りたい」という向上心が高いのに対し、男子は「保ちたい」「整えたい」など、現状を「キープしたい」という意識が強く、「マイナス事項を回避したい」という意識で美容に対峙していることが特徴です。

図3 美容に関心がある理由・ない理由

関心がある理由 WEB調査 N=188 (高校生：76/大学生・院生・専門生・短大生：112)

関心がない理由 WEB調査 N=134 (高校生：49/大学生・院生・専門生・短大生：85)

関心あり！(47.1%)



- 1位 清潔感を保ちたい(64.9%)
- 2位 自分の外見を整えたい(50.5%)
- 3位 異性にモテたい(44.1%)

関心ナシ…(33.5%)



- 1位 他のことにお金をかけたい(35.1%)
- 2位 お金をかけたくない(33.6%)
- 3位 気にならない(32.8%)

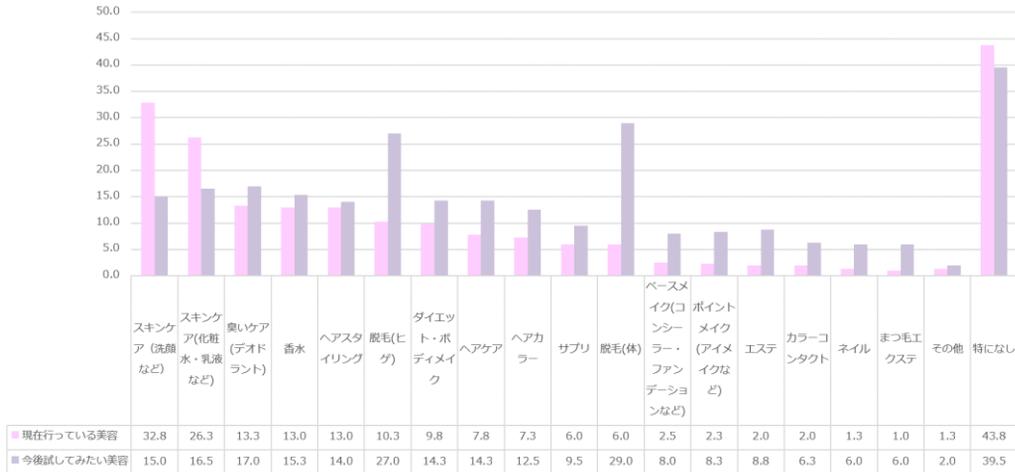
## 【2】約3割がスキンケアを実施。今後試してみたい美容第一位は「脱毛」

次に、現在実施している美容※図4について聞いてみたところ、「スキンケア(洗顔)(32.8%)」、次いで「スキンケア(化粧水・乳液等)(26.3%)」、「臭いケア(13.3%)」と続き、およそ3割の男子がスキンケアを行っていることが分かりました。グループインタビューでは、スキンケアについて「肌をきれいにすることで清潔感を保ちたい」「肌荒れを防止したい」という声が多く、周りから持たれたい印象を実現するために、スキンケアに注力する人が多いことが分かります。

図4 Q. あなたの美容に関する状況を教えてください。

(現在行っている美容・今後試してみたい美容)

WEB調査 N=400 (高校生:147/大学生・院生・専門生・短大生:253)



### <イマドキ男子が使用しているスキンケア>



今後試してみたい美容※図4については、「脱毛(体)(29.0%)」「脱毛(ヒゲ)(27.0%)」と続き、次いで「臭いケア(17.0%)」と、脱毛に対する関心が高いことが特徴です。

脱毛に対する関心は年々高まっており、毛を完全になくしツルツルにしたいというより、毛量を減らしたいという意向が強いことが分かっています。グループインタビューでも脱毛に対する関心が高く、「毛が少ない方が清潔感があるように見える」「人の目も気になるが、自分の不快感を軽減するためにも脱毛をしたい」という声が聞かれています。

※図5 イマドキ男子スキンケア実態

WEB調査 N=105 (高校生:36/大学生・院生・専門生・短大生:69)

### ■月々かけているお金



500円～1000円未満  
(31.4%)

### ■現在使用しているスキンケア用品

- 1位 化粧水(85.7%)
- 2位 乳液(47.6%)
- 3位 クリーム(26.7%)

毎月スキンケア用品にかけるお金※図5については「月500円～1,000円未満」が最も多く(31.4%)、実際に購入している商品については無印良品の化粧水やハトムギ化粧水など、プチプラ大容量の商品が多く挙げられており、「男性用」等の訴求よりも、コストパフォーマンスを重視していることが分かります。

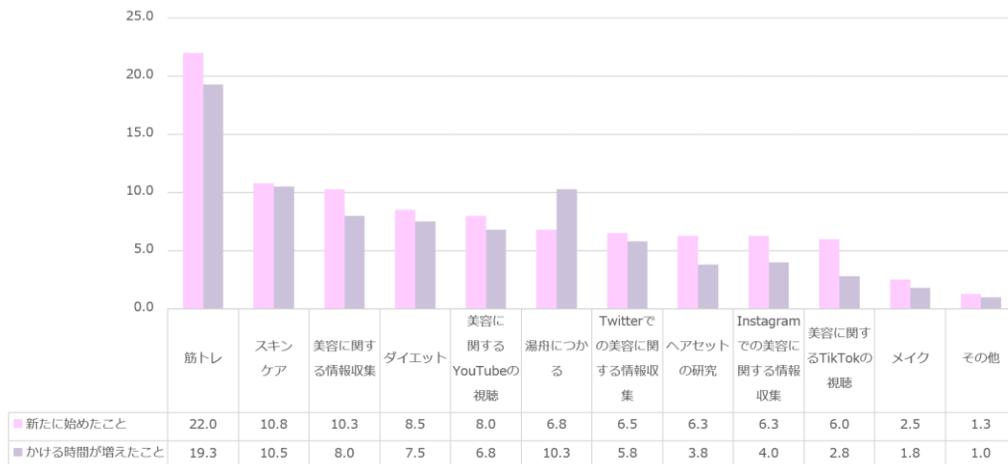
## 【3】コロナ禍のおうち時間増加により美容への関心が向上。スキンケアへの関心が高まる

SHIBUYA109 lab.の過去の調査結果より、コロナ禍でおうち時間が増加したことにより、スキンケアに時間とお金をかけるイマドキ女子が増えていることが分かっていますが、男子の美容意識への影響はあるのでしょうか。

コロナ禍で美容関連で新たに始めたこと※図6を聞いてみたところ、最も多いのは「筋トレ(22.0%)」、次いで「スキンケア(10.8%)」、「美容に関する情報収集(10.3%)」という結果となり、また普段かける時間が増えたこと※図6については「湯船につかる(10.3%)」がランクインしました。

図6 Q. 美容に関連し、コロナ禍で新たに始めたことや、かける時間が増えたことはありますか。  
(新たに始めたこと/かける時間が増えたこと)

WEB調査 N=400 (高校生:147/大学生・院生・専門生・短大生:253)



グループインタビューでは「運動不足を感じ、YouTubeを参考にしながら筋トレをするようになった」と「時間ができたので、家族が使っているフェイスパックをするようになった」「半身浴をして代謝を上げ、免疫力をつけたり、肌をきれいにしたいと思った」という声がきかれており、イマドキ女子同様、コロナ禍のおうち時間増加により、美容・健康を意識した行動の優先順位が高まっていることが分かります。

#### 【4】憧れの人第一位は「同じ学年の友人」。憧れの要素は“外見”よりも“マインド”

イマドキ男子が憧れる人※図7は、どのような人なのでしょうか。

最も多い回答は「身近な同じ学年の友人(11.0%)」、次いで「父・母(10.3%)」「身近な先輩(8.3%)」という結果となりました。

また、憧れる有名人として上げられたのは、スポーツ選手ではイチロー選手や新庄剛志さん、芸能人では新田真剣佑さんや横浜流星さん、菅田将暉さん等の俳優や、みきおだのみきおさん、すしーらーめんりく、東海オンエアなどYouTubeで活躍するインフルエンサーの名前も挙げられています。イマドキ男子は、SNSの影響で憧れの対象が細分化・多様化しており、有名な芸能人よりも、身近で近づけそうな人を参考にしている傾向があるため、同学年の友人や、インフルエンサーの名前が多岐にわたって挙げられています。

憧れる理由について聞いてみたところ、「明るい性格でみんなに好かれているから」「ストイックで努力し続けているから」「その道を究めていて、夢を叶えているから」など、見た目よりも「目標をもって何かに向かって努力をしている姿やマインド」に対する憧れを抱く傾向にあることから、身近な人を憧れの対象に挙げる人が多いことが分かります。

図7 Q. あなたの憧れの人は誰ですか。

WEB調査 N=400 (高校生:147/大学生・院生・専門生・短大生:253)

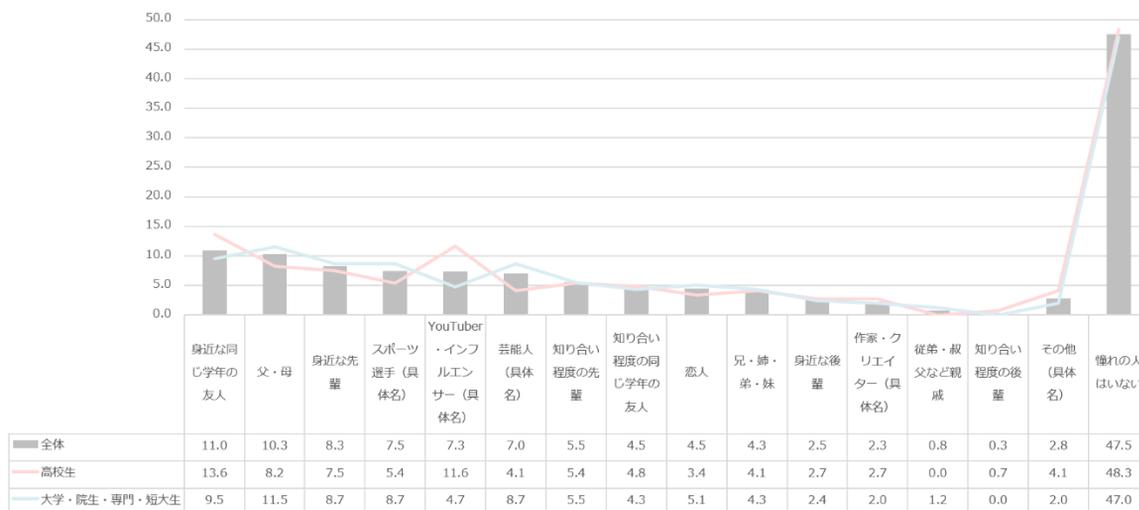


図8 Q. あなたの憧れの人は誰ですか。(自由回答)  
WEB調査 N=400 (高校生：147/大学生・院生・専門生・短大生：253)

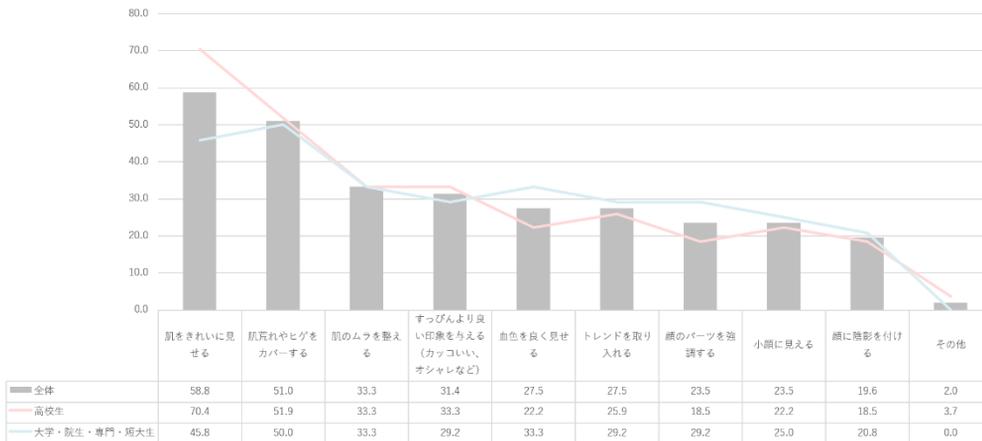
スポーツ選手		YouTuber・インフルエンサー		芸能人	
<b>野球選手</b> ・ イチロー ・ 石川歩 ・ 大谷翔平 ・ 小笠原道大 ・ 清原和博 ・ 坂本勇人 ・ 新庄剛志 ・ 筒香嘉智 ・ 柳田悠岐	<b>その他スポーツ選手</b> ・ 池江璃花子 (競泳選手) ・ 島田敦 (ライフル射撃選手) ・ 張継科 (卓球選手) ・ 錦織圭 (テニス選手) ・ 堀口恭司 (総合格闘家) ・ 室伏広治 (元ハンマー投選手) ・ 山岸秀匡 (ボディビルダー) ・ ロジャー・フェデラー (テニス選手)	・ AKIOBLOG ・ 岡田斗司夫 ・ 加藤純一 ・ カネキン ・ ぎんしゃむ ・ KUN ・ しぐれうい ・ ジュキヤ ・ シルクロード ・ スーツ ・ SUSHI RAMEN【Riku】 ・ ステハゲ ・ 高橋ダン ・ 東海オンエア ・ なえなの ・ はじめまして松尾です ・ P丸様。 ・ HIKAKIN ・ ヒカル ・ ふえいたん ・ プライアン	・ プリッツchannel ・ みきおだ ・ ライバリロ	<b>俳優</b> ・ 瀧美清 ・ 新田真劍佑 ・ 生田斗真 ・ 小栗旬 ・ 菅田将暉 ・ 竹内涼真 ・ 西島秀俊 ・ 横浜流星 ・ ガブリエル ・ ベイトマン ・ ロバート ・ ダウニー・Jr.	<b>お笑い芸人</b> ・ 有吉弘行 ・ サンウィッチマン ・ 千鳥 ・ 中田敦彦 ・ 西野亮廣
<b>サッカー選手</b> ・ 石川直宏 ・ 内田篤人 ・ 北川航也 ・ 谷口彰悟 ・ 本田圭佑 ・ 三浦知良 ・ アントニー・マルシャル ・ クリステアノ・ロナウド ・ ネイマール		・ ミュージシャン ・ ID ・ 稲葉浩志 ・ 桜井和寿 ・ 鎮座DOPENESS ・ BASI ・ 藤井風 ・ 星野源 ・ MU-TON ・ 向谷実	<b>アイドル・女優</b> ・ 小栗有以 (AKB48) ・ 小坂菜緒 (日向坂46) ・ 杉咲花 ・ 永野芽郁 ・ 長濱ねる ・ 四葉このは (コレって恋ですか?)	<b>その他</b> ・ 伊沢拓司 (起業家・クイズプレイヤー) ・ 武井壮 (タレント) ・ 津田健次郎 (声優) ・ 手越祐也 (アイドル) ・ BIGBANG (K-POP) ・ 向谷実	

### [5] 「メイクは女子のもの」はもう古い！イマドキ男子の「身だしなみとしてのメイク」の実態

まだまだ少数派ではありますが、メイクをするイマドキ男子が少しずつ増加している傾向にあります。今回のWEB調査では、全体の12.7%のイマドキ男子がメイクに関心があると回答しており、うち31.3%は現在実際にメイクを取り入れているという結果となりました。

メイクに関心があると回答した男子に、メイクで期待している効果※図9を聞いてみたところ、最も多い回答は「肌をきれいにさせる(58.8%)」次いで「肌荒れやヒゲをカバーする(51.0%)」「肌のムラを整える(33.3%)」という結果となりました。いずれも肌を美しく見せることへの期待が高く、メイクを取り入れたい背景としても誇張ではなく整える・補うという美容に対する観点があることが分かりました。

図9 Q. あなたがメイクをすることで期待している効果を教えてください。  
WEB調査 N=51 (高校生：27/大学生・院生・専門生・短大生：24)



#### <イマドキ男子が使用しているコスメ>



始めたきっかけについては、「SNSで男性インフルエンサーがメイクをしているのを見て」というSNSでの接触や、「彼女が使っているのを使わせてもらった」「肌荒れに悩んでいた時に家族に進められた」など、身近な異性からのお勧めがきっかけとなっていることが多いことが分かりました。

## 【6】SHIBUYA109 lab.所長が分析！今後は「身だしなみとしてのメイク」がイマドキ男子に広がる？

イマドキ男子は「周りからどう見られるか」の意識が高いことが特徴であり、美容に対する意識にも紐づいていることが考えられます。イマドキ男子の美容マインドは「マイナス回避美容」であり、メイクに関してもその傾向が表れています。グループインタビューで実際にメイクを取り入れている男子に実態を聴取したところ、アイメイクも含めたフルメイクではなく、「クマを隠すためにコンシーラーを使っている」や「素肌をきれいに見せるために無着色の化粧下地を使用している」など、気になる部分をカバーするために必要なベースメイクを、部分的に取り入れている人が多く見られています。更にカッコよくなるためではなく、「マイナス事項を回避したい」という思考が強いです。

この他にも、就職活動をきっかけに、清潔感を印象付けるためにBBクリームを使い始める等の声も多く聞かれており、メイクを取り入れるイマドキ男子はまだ少数ではあるものの、今後ベースメイクを中心に「身だしなみとしてのメイク」がイマドキ男子に広がっていくことが予想されます。

またメイクを取り入れている男子について、現状はまだ感度の高いトレンドセッターである男子が取り入れている状況で、一般化はしていませんが、SNSでの男性インフルエンサーによるメイクのHow to動画等の発信が増えていることから、今後部分的に取り入れるイマドキ男子が増加することが考えられます。

### ■アンケート調査概要

#### ①WEB調査

調査期間：2020年9月

対象者条件：15～24歳男性

職業：学生(高校・大学・院・専門・短大)

居住地：1都3県(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)

有効回答数：N=400 (高校生147/大学生・院生・専門生・短大生253)

#### ②SHIBUYA109 lab.による定性調査

調査期間：2020年9月

対象者条件：高校生・大学生の男性

人数：各グループ4名×2グループ 合計8名

※その他過去定性調査をもとに考察

調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテイメント)

### ■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテイメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(15～24歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣 (株式会社SHIBUYA109エンタテイメント所属)

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

### ■SHIBUYA109 lab.所長



#### 長田麻衣 (おさだ・まい)

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPR サポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109 エンタテイメントに入社。

SHIBUYA109 マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。

現在は毎月200人の「around20 (15～24歳)」と接する毎日をごしている。

### ■株式会社SHIBUYA109エンタテイメント概要



SHIBUYA109渋谷店(東京都・渋谷区)を中心とした5つの施設を展開。「Making You SHINE! -新しい世代の"今"を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これらを担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテイメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：木村知郎

ホームページ：<http://www.shibuya109.co.jp/>