

報道関係各位

平成22年 11月24日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)

40代男性も、まだまだモテたい！ 「薄毛・抜け毛」や「口臭」などの悩みに対策も

－「中・高年男性の美容」に関する意識・実態調査－

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区 代表取締役社長:五十嵐 幹)では、首都圏(1都3県)在住の40～65歳の男性を対象に、中・高年男性が、美容・化粧品に対してどのような意識を持ち、行動をとっているのかを明らかにすることを目的とした調査を実施しました。

■調査背景・目的

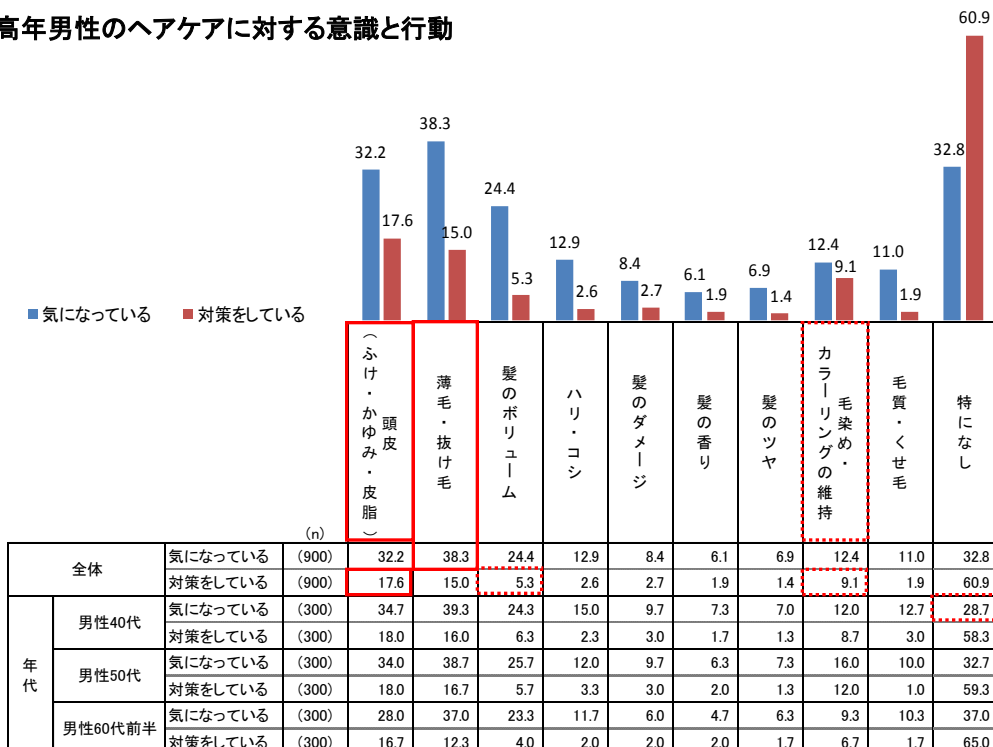
近年、若年層男性をターゲットとした美容商品・化粧品なども増加し、若年層男性の美容に対する実態・意識に焦点があてられています。一方で中・高年男性は美容に対してどのような意識を持ち、行動をとっているのでしょうか。今回は中・高年男性の化粧品の使用・購入実態、ヘア・肌に対する意識と行動や、みだしなみ・匂いなどに対する美容意識についてスポットをあて、その実態を明らかにしました。

■調査結果トピックス

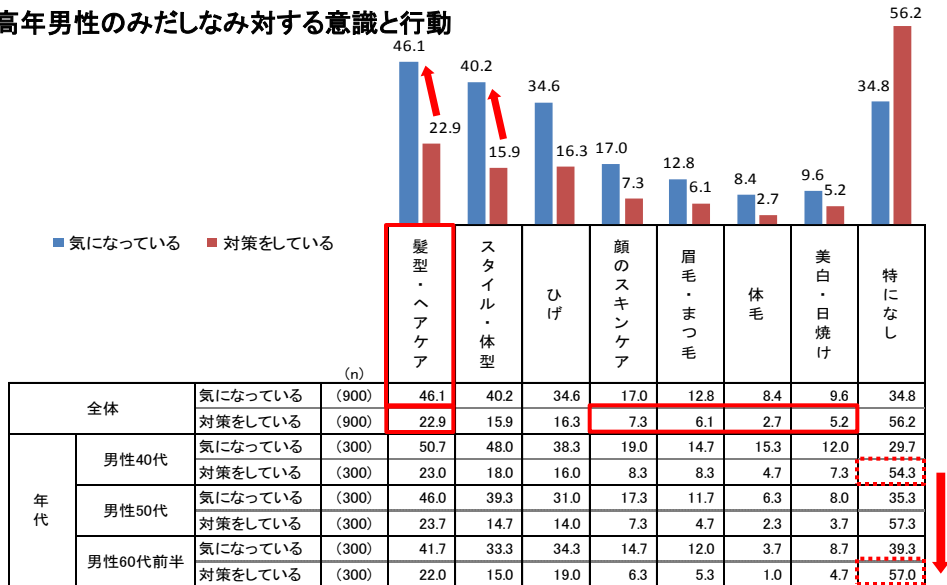
- ✓ ヘアケアに対して1番気になっているのは、「薄毛・抜け毛」(38.3%)。特に40代男性の割合が高く、悩みに対して対策をしている傾向。(図1)
- ✓ みだしなみに対しては、どの年代も共通して「髪型・ヘアケア」、「スタイル・体型」を気にしている人が4割前後いるが、対策をしている人は半数ほどにとどまる。(図2)
- ✓ においについては、「口臭」(48.1%)と「体臭」(47.1%)をが多い。年代別に見ると、40代の若年層ほど気にしている傾向。
- ✓ 男性40代・50代で子供ありの層は「以前は喫煙していたが、やめた」人が多く、禁煙に挑戦する人の割合も高い。(図3)

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒<https://www.cross-m.co.jp/report/request.php>

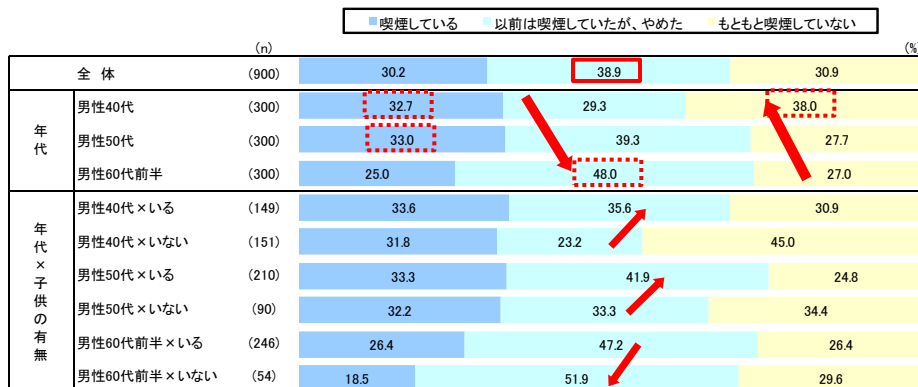
<図1> 中・高年男性のヘアケアに対する意識と行動



〈図2〉 中・高年男性のみだしなみに対する意識と行動



〈図3〉 中・高年男性における喫煙の実態



■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ(クロス・マーケティング アンケートモニター使用)
 調査対象 : 40～65歳の男性
 調査地域 : 首都圏(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)
 調査期間 : 2010年8月26日(木)～2010年8月27日(金)
 有効回答数 : 900サンプル

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
 設立 : 2003年4月1日
 公開市場 : 東証マザーズ(証券コード:3629)
 代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティング・リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆
 広報担当:大島(おおしま) TEL : 03-3549-0222 FAX : 03-3549-0232
 E-mail pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》
 本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」