

報道関係各位

2024年9月5日
株式会社クロス・マーケティング

男性のスキンケアは、思春期の肌悩みをきっかけに始まる 自分がメイクをすることに15～29歳の6割は抵抗感なし

－美容に関する調査（2024年）男性編－

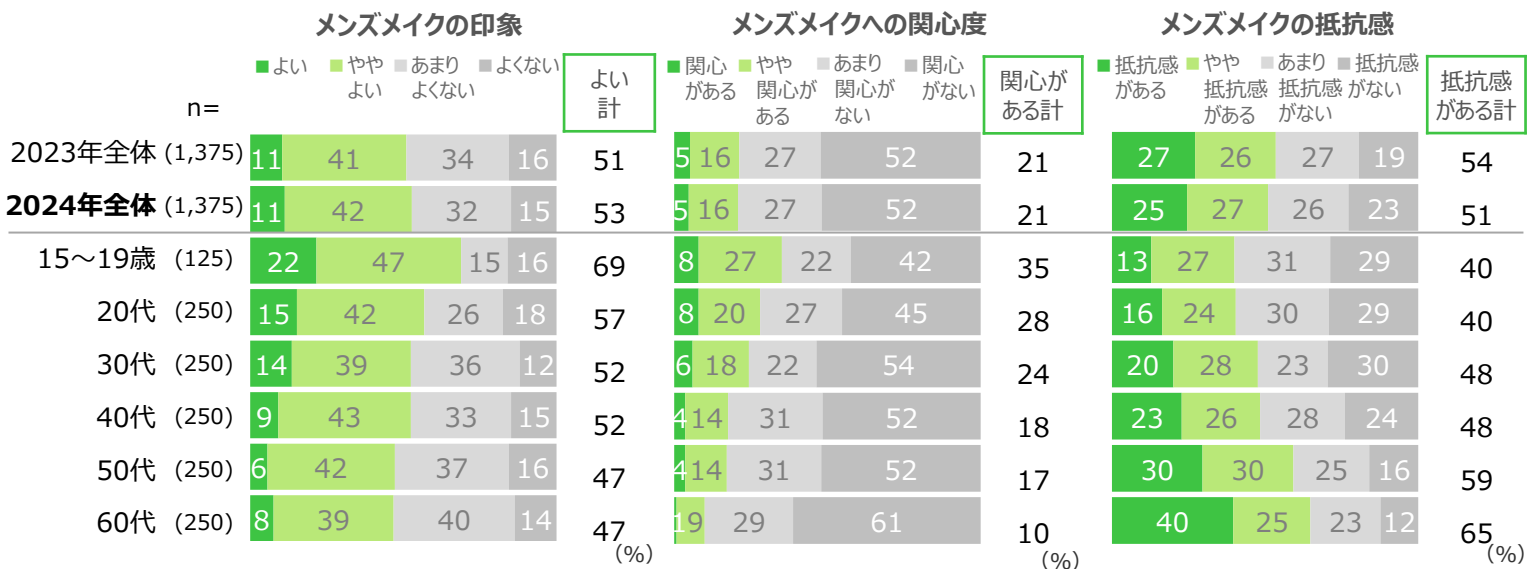
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2024年8月、全国15～69歳の男性1,375名を対象に「美容に関する調査（2024年）」を行いました。今回は、男性編として、メンズメイクへの意識と実施状況、スキンケアの実施状況、脱毛経験と部位、美容整形への意識をピックアップし、分析をいたしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【メンズメイクへの意識と実施状況】** メンズメイクをしている人に対する印象は、「よい+ややよい」が53%。関心度は21%であり、特に15～19歳は35%と高い。自身がメイクをすることに、抵抗感がある/なしは拮抗、年齢があがるほど抵抗感は強まり、60代では65%に達する。一方、15～29歳は抵抗感がないが6割と高い。<図1> 抵抗感がある理由は「メイクは女性がするもの」「男らしくない」などメンズメイクそのものに否定的なもの「お金がかかりそう」「時間がかかる」という意見が見られた。抵抗感がない理由は、「男性でも綺麗な方がよい」「見た目がよくなる」「肌の悩みを隠せる」という声が聞かれた。<図2> メンズメイク実施者は1割と2022年と同様な結果にとどまっている。20代の「たまにメイクをしている」は16%と目立つ。メイク実施のきっかけは、「身だしなみとして」が39%、「特にない（なんとなく）」23%、「コンプレックスをカバーするため」19%であり、特に「身だしなみとして」が2年前より6 pt増加した。<図3>
- ✓ **【スキンケアの実施状況】** スキンケアの実施率は58%と、30～40代を中心に各年代で実施されている。スキンケアを始めた時期は、15～19歳の「小学生の頃」が8%、「中学生の頃」は47%と半数近く、合わせて55%は中学生までにスキンケアを開始していた。スキンケアを始めたきっかけは、「肌トラブルの改善」が42%と断トツ、特に15～19歳は57%と高く、思春期にニキビができて始める頃からスキンケアを始めることが、もはや若年層では当たり前となっていると言える。<図4>
- ✓ **【脱毛経験と美容整形への意識】** 脱毛経験者は20%であり、20代は30%と高い。脱毛部位は15～39歳をメインとした「ひげ」が多い。<図5> 美容整形への意識は、「コンプレックスをなくすために、美容整形をすることは良いと思う」が38%、「美容整形に関心がある」は13%と2年前と同水準。<図6>

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/fashion/20240905beauty/>

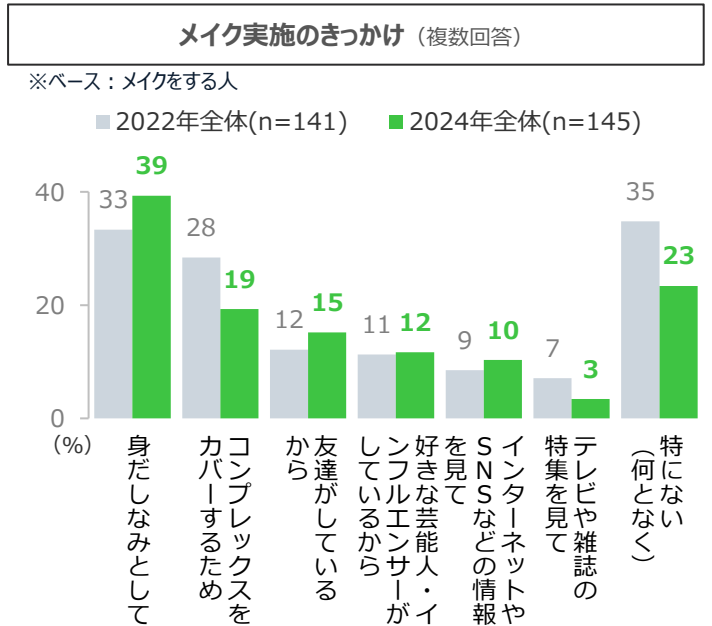
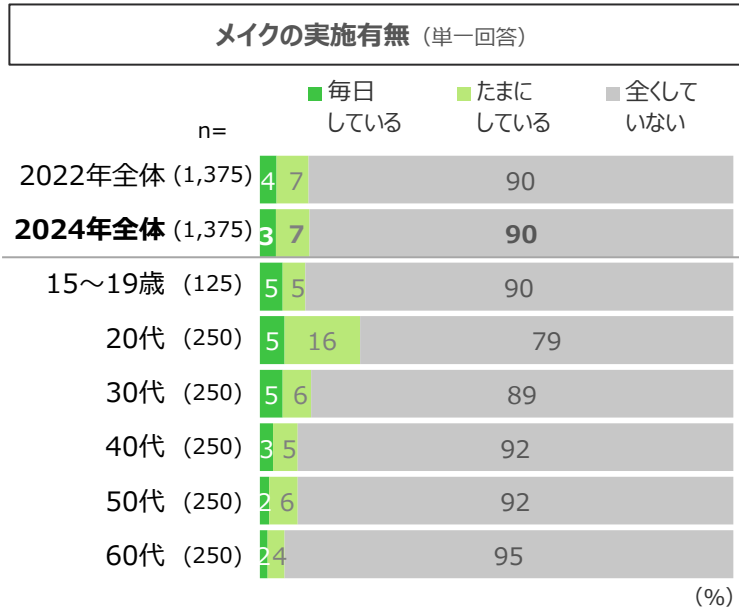
<図1> メンズメイクの印象・関心・抵抗感（単一回答）



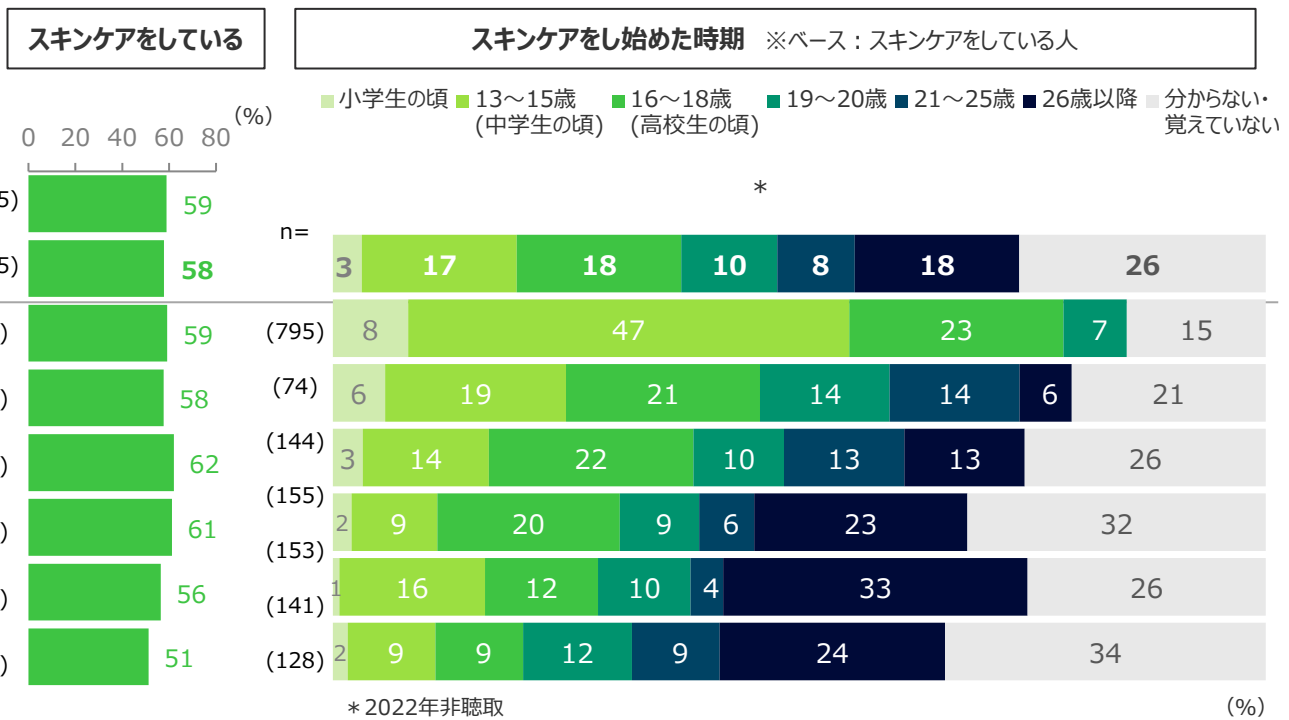
<図2> メンズメイクへの抵抗感の理由（自由回答抜粋）

抵抗感がある理由 (n=701)		抵抗感がない理由 (n=674)	
• メイクは女性がやるもの	• お金がかかりそう	• 男性でも綺麗な方がよい	• 清潔感がでるから
• 男らしくないから	• 時間がかかる	• 見た目がよくなる	• 機会があれば試したい
• 男は自然でいい	• 恥ずかしいから	• 肌の悩みを隠せるから	• 個人の自由
• カッコいいとは思わない	• 周りがメイクをしていないから	• 若々しくいられる	• 今は、そういう時代

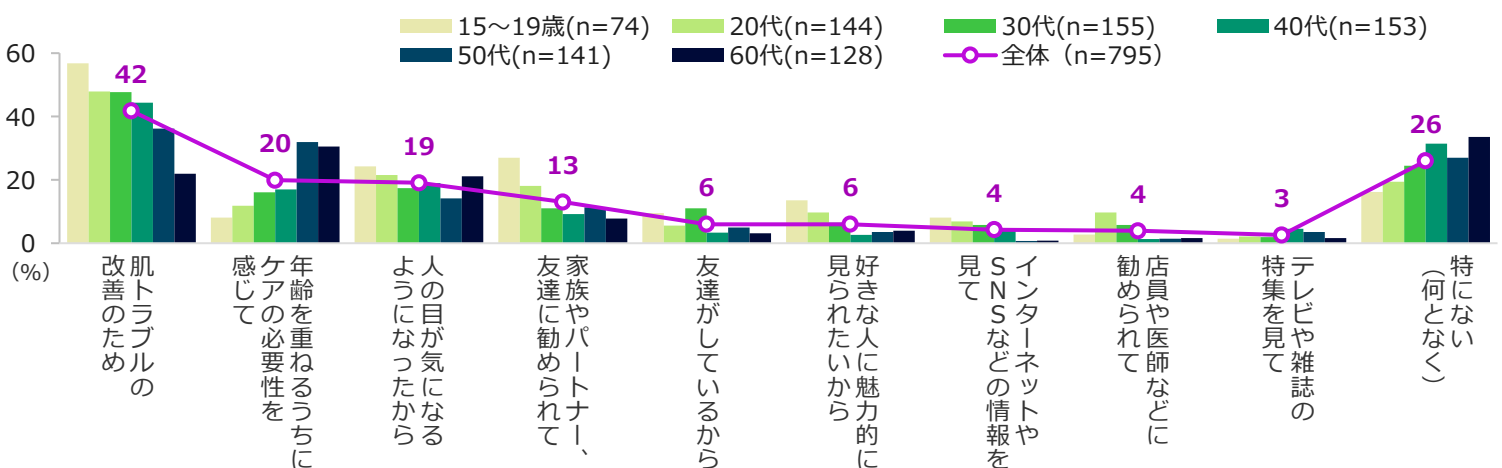
<図3> メンズメイクの実施状況



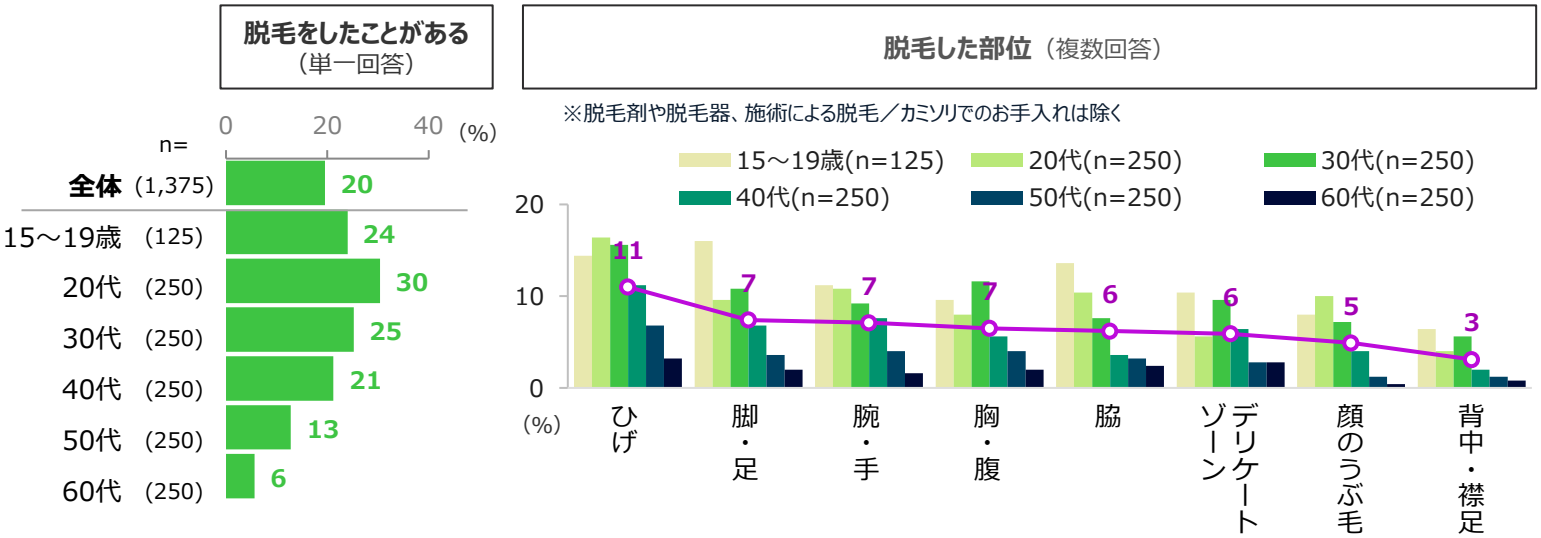
<図4> スキンケア実施状況 (単一回答)



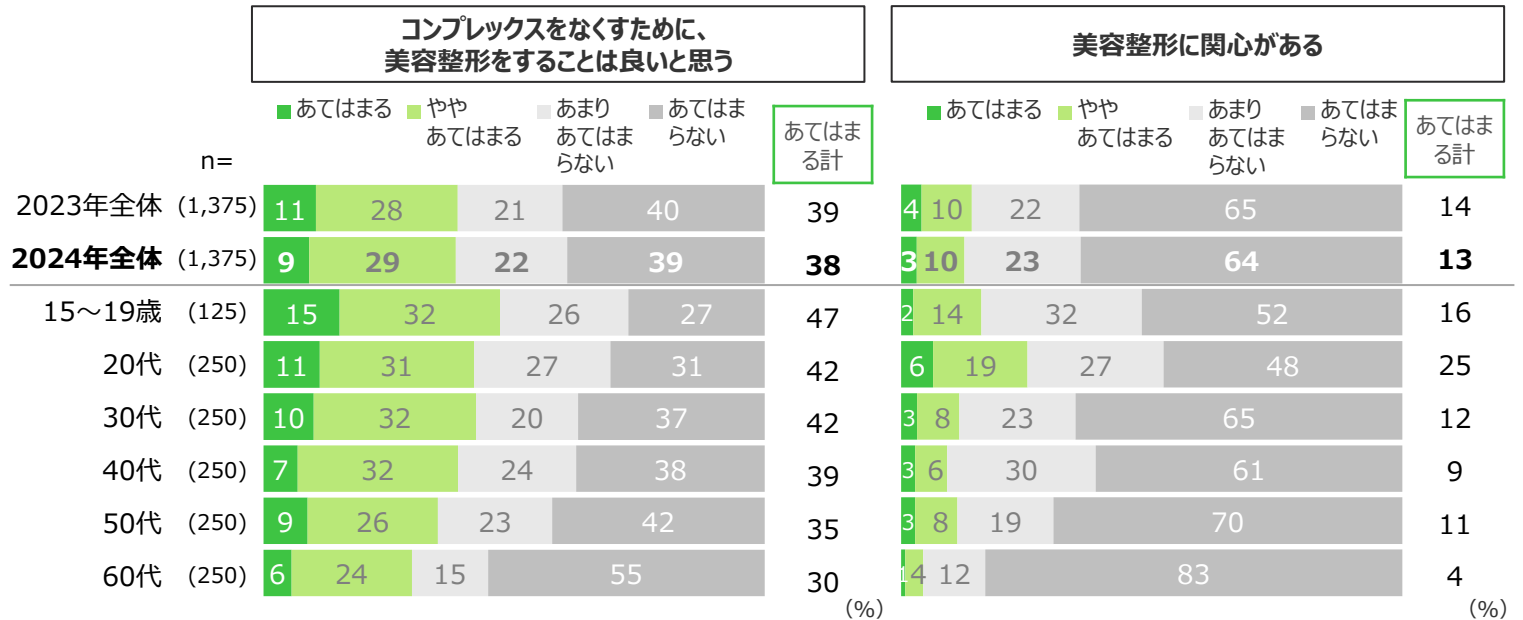
スキンケアをし始めたきっかけ ※ベース：スキンケアをしている人



<図5> 脱毛の実施状況



<図6> 美容整形に対する意識 (単一回答)



■レポート項目一覧

- 調査結果サマリー
- 属性設問 (年齢/居住地/職業/未既婚/子供の有無/個人・世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター)

▼スキンケア・メイク 調査結果

- 肌の悩み
- ケアするシーン (フェイスクア・ヘアケア・オーラルケア)
- スキンケア 使用アイテム/購入チャネル
- スキンケアをし始めた時期/きっかけ
- ひげ剃り 実施方法/理由 (自由回答抜粋)
- メンズメイク 関心度/抵抗感/抵抗感の理由 (自由回答抜粋) /印象
- メンズメイク 実施有無/きっかけ/使用アイテム

▼ヘアケア 調査結果

- 髪・頭皮の悩み
- ヘアケア実施内容
- 理容室・美容室 利用頻度/利用状況/利用理由 (自由回答抜粋)

▼その他美容に関する悩み・ケア

- ネイルケア実施内容
- 口内の悩み

- 口内ケアの実施内容
- 体毛への悩み有無
- 体毛が気になり始めた時期
- 脱毛の部位/種類
- 脱毛・体毛ケアをし始めた時期
- アンチエイジング 関心度
- アンチエイジングと聞いて思い浮かぶこと (自由回答抜粋)
- アートメイク認知/興味・経験
- 美容整形に対する意識・関心
- 美容整形 興味のある/経験のある施術部位・メニュー
- 美容 関心度
- 普段、美容のためにしていること (自由回答抜粋)
- 美容行動を行う理由
- 興味がある/今後、行ってみたい美容行動 (自由回答抜粋)
- 美容に関する情報収集経路
- ファッションの困りごと

▼ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/fashion/20240905beauty/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2024年8月9日(金)～8月16日(金)

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査1,375サンプル

調査対象 : 15～69歳の男性

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【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 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

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・・・」