



報道用資料

2009年11月
【2009-A-08】

ユニリーバ・ジャパン
AXE RESEARCH LAB

〒153-8578 東京都目黒区上目黒2-1-1

“男は中身で勝負！”はもう過去の話!?

恋愛も仕事も、まずは見た目から!?

(アックス リサーチ ラボ)

AXE RESEARCH LAB

美容男子増殖中! ? 調査結果発表

15~49歳の男女を対象とした
『男性の身だしなみ・美容の実態』 調査レポート

ユニリーバ・ジャパンが展開する、男性用化粧品ブランド“AXE (アックス)”では、日本の男性の香り文化のさらなる浸透をめざし、プロジェクトチーム「AXE RESEARCH LAB(アックス リサーチ ラボ)」を2009年春に発足させ、フレグランス・身だしなみに関連する新しい調査・研究を行っております。

2009年3-4月に実施した第一弾調査は、日本、アメリカ、イギリス、フランス、イタリアの“恋愛とフレグランス事情”をテーマにしたもので、各国の国民性や、欧米と日本の違いなどが浮かびあがりました。

第二弾となる今回の調査では、昨今の不況の中でも男性の美容市場は好調であることに着目。「男性の身だしなみ・美容」をテーマに、全国の15歳~49歳の男女(男性500人、女性300人、計800人)を対象に調査を行い、男性美容市場の成長の要因や、周囲に好印象を与えるためのポイント等を探りました。調査結果は、これからますます“美容男子”が歓迎され、かつ増殖していくのでは?..と思わせるような内容となりました。

つきましては、調査レポートをご送付させていただきますので、本調査結果を是非ご活用頂けますと幸いです。

(アックス リサーチ ラボ)

AXE RESEARCH LAB

日本の男性の香り文化のさらなる浸透をめざし、フレグランスに関連する新しい調査・研究を行うためにユニリーバのAXEが発足させたプロジェクトチーム「AXE RESEARCH LAB(アックス リサーチ ラボ)」。日本の男性用フレグランスのNo.1ブランド、AXEが、香りに関する新しい発見や役に立つ情報を、マーケットリーダーとしてお届けしたいという趣旨のもとに発足したチームです。

今後も「AXE RESEARCH LAB」では随時、フレグランスに関する新しい調査・研究を行っていく予定です。



= 調査結果ダイジェスト =

日本の男性美容市場は、近年、不況にもかかわらず伸長中といわれていますが、今回の調査でも、その市場の成長を裏付けるかのように、“日本人男性は全体的にかっこよくなってきた”とする意見が大多数を占めています。

男性の美容が重要視されるようになってきた理由としては、“男性にとって見た目は中身と同じくらい重要” “仕事の場でも、身だしなみが重要”と考える人が多いこと、また、ファッションとは異なり、身だしなみは “比較的金をかけずに自分の魅力をUPさせることができる”ことも一要因ではないかと思われます。

男女ともに、“今後、男性にとっても美容は重要”という意見が圧倒的多数となっていることから、2010年以降も、日本の男性美容市場はさらなる成長が期待できそうです。

- ✓ 男女ともに**60%以上**が、“**近年、日本人男性はかっこよくなってきている**”、**80%以上**が、“**男性美容は今後さらに重要になる**”と考えている！
～ 男性の美容市場の成長を裏付ける結果か？
- ✓ 男は見た目？中身？ 見た目と中身の重要度の比率は？
男性の考えの平均は「男は見た目が4.4割」、女性の平均は、「男は見た目が4.3割」
中身だけで好印象を与えられるのは、もう過去の話！？
～ 男女ともに、見た目と中身は、“**ほぼ同率程度に重要**”と考えている
- ✓ 仕事ができる男になるには、まずは身だしなみ！？
男性の70%、女性の84%が、“**身だしなみが整っている男性は仕事ができそう**”と思っている！
～ 仕事の場面でも好印象を与えるには身だしなみが重要
- ✓ 男性の美容市場が好調なのは、“**お手頃コストで出来るから**”も要因のひとつ！？
身だしなみ・グルーミング関連のアイテム購入金額は、男性の80%

“1か月あたり2,000円未満”と回答！
～ 出費を抑えつつ見た目をUPさせるには、いまの時代は「**ファストファッション+グルーミング**」？
- ✓ 女性に好かれるには、**体臭とフケ対策が必須！**
女性が気になる身だしなみポイントは、“体臭”
～90%の女性が“ケアをしていないと印象が悪くなるポイント”だと回答
2位は“フケ”で、85%が回答

～調査結果について～

AXE RESEARCH LAB

シャオ チーリン

(ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社 マーケティング アックスチーム)

身だしなみに気を遣う清潔感のあるオシャレな男性が増えているのは、実感としてもありますし、男性の美容市場の伸長という数字でも現われています。

今回の調査では、男性の身だしなみ・美容に対して、予想以上に、男女・年代を問わず大多数の人が、非常にポジティブな意識を持っていることがわかりました。身だしなみを整えることは仕事の場面でも重要なことと捉えられており、“男は中身だけでいい”という考えは、もはや完全に過去のことになっているようです。

調査結果にもあるように、男性が身だしなみを整える時、意識する相手はやはり“女性”が圧倒的。女性に聞くと、男性が最も注意しなければならないのは、体臭とフケ対策のようです。

本格的な香りが手軽に楽しめるアックス フレグランス ボディスプレーも身だしなみの仕上げにぜひ活用していただき、魅力的な日本男性がますます増えていくことを願っています。

2009年は男性美容市場が好調に伸びたといわれるが・・・

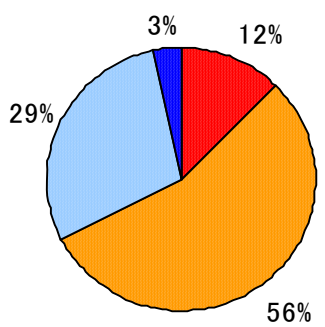
2009年、男性化粧品市場は好調に伸長し、また商品だけでなく男性対応のエステティックやネイルサロン等のサービスも続々と拡大するなど、男性美容市場が注目されています。

調査の結果、実際に、6割以上の男女が、「近年日本人男性がかっこよくなってきている」と感じており、8割以上の男女が、「男性にとって、身だしなみ・美容は、今後さらに重要になる」と思っていることがわかりました。

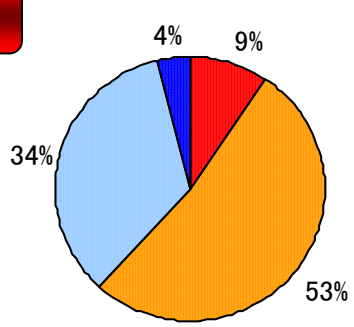
① 近年、日本人男性は、全般的にかっこよくなってきていると思いますか？

[SA] (n=男性500、女性300)

男性



女性



■ そう思う
 ■ ややそう思う
 ■ あまりそう思わない
 ■ そう思わない

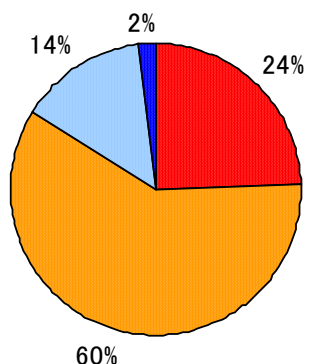
・68%の男性、62%の女性が「近年日本人男性はかっこよくなってきている」と思っている。

・近年、日本人男性は、全般的にかっこよくなってきているかという問いに対し、男性で68%、女性で62%の人が「とてもそう思う」「まあそう思う」と回答。男性も女性も「日本人男性がかっこよくなってきている」と、感じているようです。

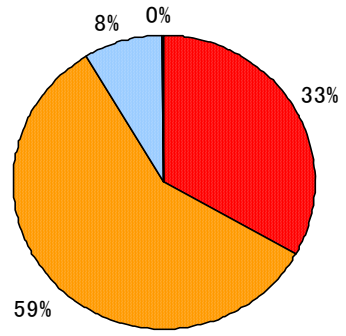
② 身だしなみ・美容は、男性にとってもこれからより重要になってくると思いませんか？

[SA] (n=男性500、女性300)

男性



女性



■ そう思う
 ■ ややそう思う
 ■ あまりそう思わない
 ■ そう思わない

・84%の男性、92%の女性が「男性にとって、身だしなみ・美容がより重要になる」と思っている。

・身だしなみ・美容は、男性にとってもこれからより重要になってくると思うかという問いに対し、「とてもそう思う」「まあそう思う」と答えた人は、男性で84%、女性では92%にものぼりました。

・男性の身だしなみ・美容は、これからますます重視され、市場としてもさらに注目すべきカテゴリであるといえるでしょう。

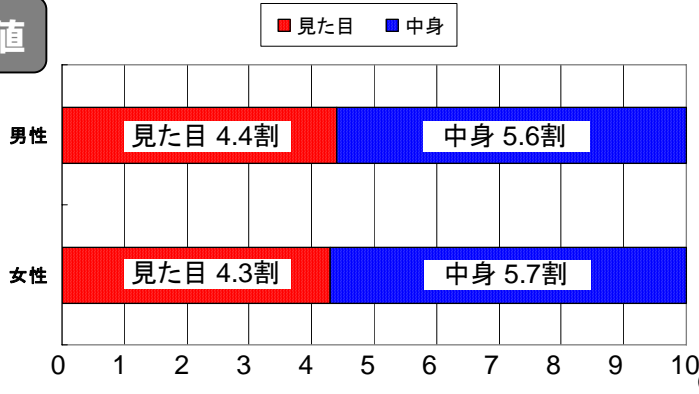
男性の身だしなみが注目される理由① 男も“見た目”が重視されている！

「男は中身で勝負！」といわれますが、実際のところ、「男は見た目が〇割」だと、みな思っているのでしょうか？
 調査では、男女ともに「男は見た目が4割強」とする回答が平均値となり、見た目と中身の重要度の比率は、「3：7で中身が重要」などという結果にはならず、「両者は同程度に重要」と捉えられていることがわかりました。

③ 男は見た目が重要ですか？中身が重要ですか？ あなたが考える「見た目：中身の重要度の割合」を、数字*であらわしてください。

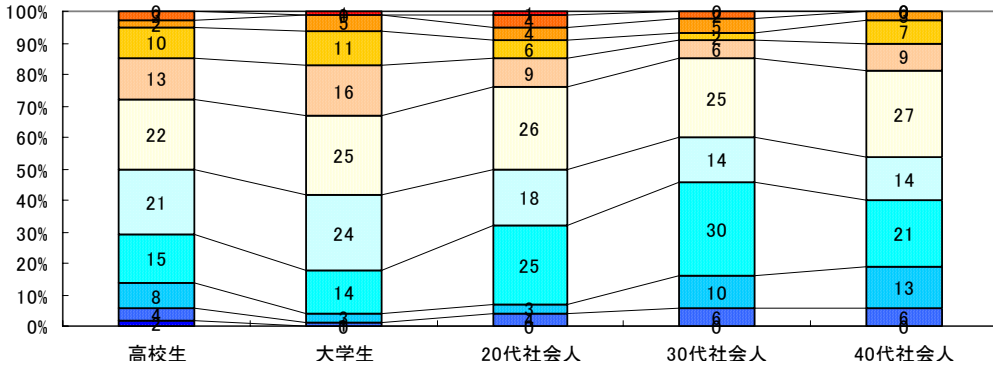
*【見た目：中身】の割合を整数で回答(例=2:8、5:5など)
 [SA] (n=男性500、女性300)

平均値

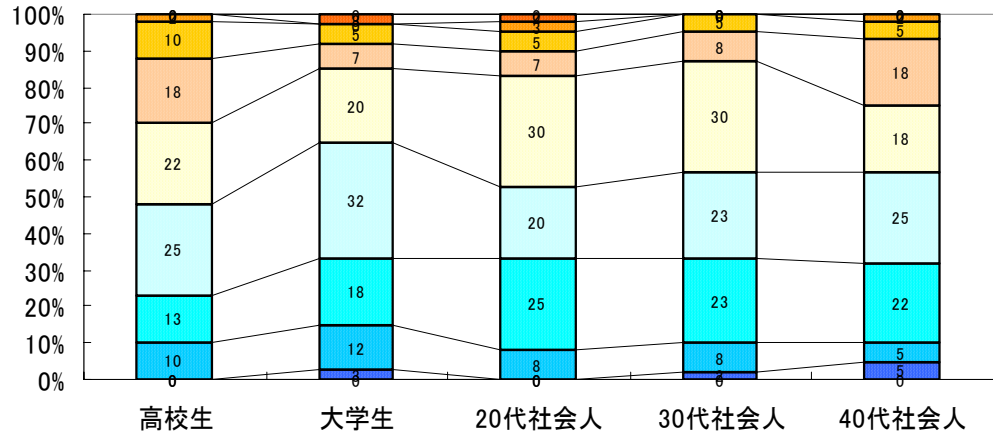


・男の【見た目：中身】の重要度の比率は、
 -男性の平均で、【4.4 : 5.6】
 -女性の平均で、【4.3 : 5.7】
 ・男子大学生の1/3が、見た目の方が重要だと考えている。

男性



女性



- ・男の【見た目と中身】の重要度の割合を聞いたところ、男性の平均値で【4.4:5.6】。女性の平均値で【4.3:5.7】となりました。
- ・男性の中で、見た目重視の傾向が最も高かったのは男子大学生で、見た目の方が重要と答えた人が33%にも上りました。
- ・女性では各年代の両極である高校生と40代社会人で「見た目重視度」が高いという興味深い傾向もみられますが、全般的には【見た目と中身】は同程度に重視されており、「男は見た目も重要」だという認識が広くなされていることがわかりました。

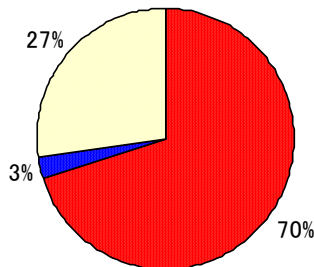
男性の身だしなみが注目される理由② 仕事でも“男の身だしなみ”は重要！

仕事の場面でも、男性の身だしなみは、相手に与える印象を大きく左右することがわかりました。これも、身だしなみに気を遣う男性が増えている重要な要因のひとつかもしれません。

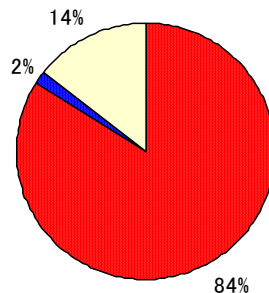
④ どちらの方が、仕事ができる人物というイメージを抱きますか？

[SA] (20、30、40代社会人 n=男性300、女性180)

男性



女性



■ 身だしなみの整っている男性 ■ おしゃれ、身だしなみには無頓着な男性 ■ 身だしなみと仕事は無関係だと思う

- 男性の70%、女性の84%が、「身だしなみが整っている男性の方が、仕事ができそうなイメージ」だと思っている！
- 「身だしなみと仕事は無関係」とする人は、男性で27%、女性で14%と少数派

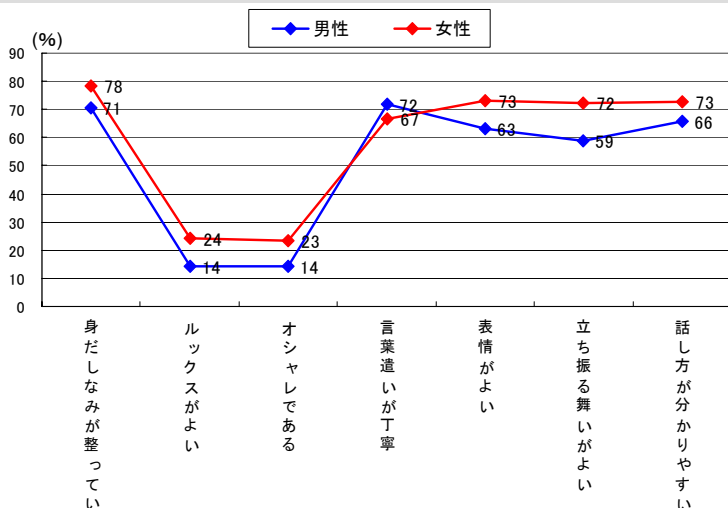
「身だしなみの整っている男性」と「おしゃれ、身だしなみには無頓着な男性」の、どちらが仕事ができる人物というイメージを抱くかを聞いたところ、男性で70%、女性では84%のものが「身だしなみの整っている男性」と答えました。
身だしなみに気を遣うことは、仕事の場面で好印象を与えるために欠かせない要素と言えそうです。

⑤ -仕事の場で相手に好印象を与えるために、大事だと思うことは何ですか？

[MA] (20、30、40代社会人 n=男性300)

-仕事の場で、男性の印象が良くなるポイントは何ですか？

[MA] (20、30、40代社会人 n=女性180)



- 男性は、言葉遣いと身だしなみを好印象を与えるために最も重視している(72%、71%)
- 一方、仕事の場面で、女性が好印象を感じるポイント、第1位は「身だしなみ」(78%)

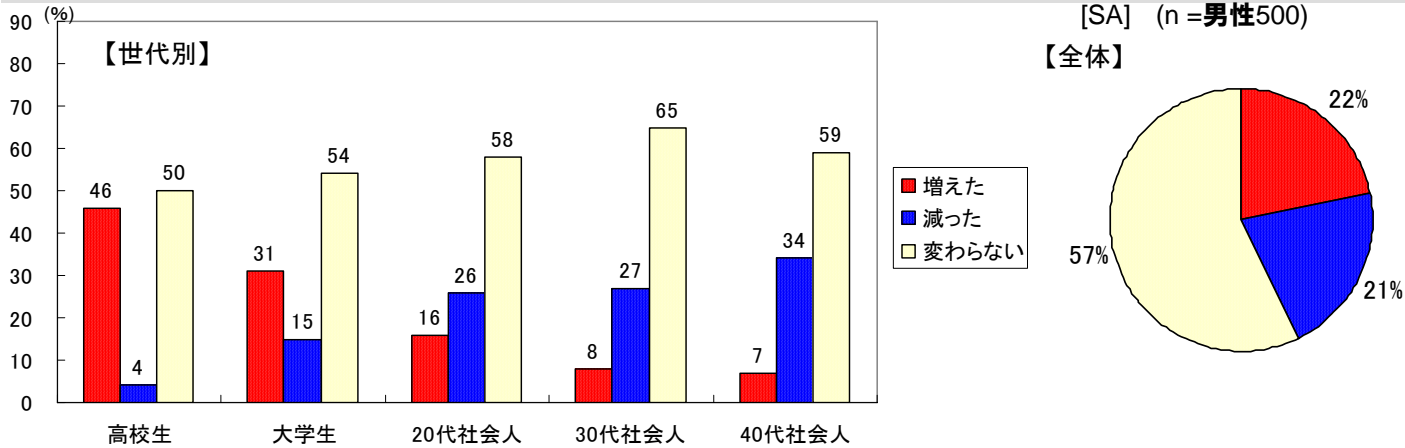
男性に、「仕事の場で、相手に好印象を与えるために大事だと思うこと」を聞いたところ、1位の「言葉遣いが丁寧」であること(72%)に次いで、71%の人が、「身だしなみが整っていること」が大事だと答えました。
一方、女性に「仕事の場で男性の印象が良くなるポイント」を聞いたところ、78%が「身だしなみが整っていること」が大事だと答え、身だしなみが印象度UPの最重要ポイントであることがわかりました。

男性の身だしなみが注目される理由③

低コストでも出来るから、「グルーミング費」は不況でも減らない？

不況の影響か、社会人では約3割が“ここ1年間で、服・靴などのファッションアイテムの購入が減った”と回答。一方、身だしなみに関するアイテムの購入費を節約する人は少なく、不況の中でも、身だしなみに関するコストは維持しているようです。不況の中、**ローコストで見た目をUPするには、“ファストファッション”を取り入れ、“グルーミング”は手を抜かずに、**ということがポイントになるのかもしれませんが。

⑥ この1年間で、ファッションに関するアイテム(服・靴・小物等)の購入コストは増えましたか？

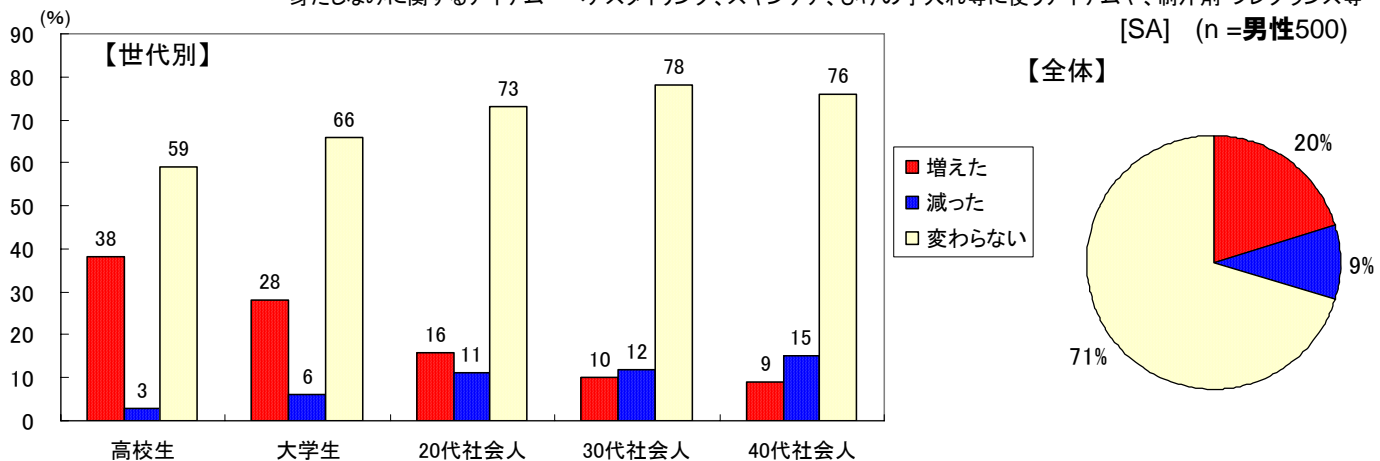


- ・高校生では46%、大学生では31%が“ファッションに使うコスト”がここ1年間で増加。
- ・20~40代社会人の約3割がここ1年間で**ファッション関連の購入コストを減らしている**。

・この1年間で、服や靴・小物等のファッションに関するアイテムの購入コストの変化を聞いたところ、オシャレ発展途上中の世代である高校生・大学生では、購入コストが増えた人が全体の46%・31%と、ある程度のパーセンテージで見られました。20~40代の社会人では、不況の影響か、約3割の男性が購入コストを減らしていることが分かりました。

⑦ この1年間で、身だしなみに関するアイテム*の購入コストは増えましたか？

*身だしなみに関するアイテム＝ヘアスタイリング、スキンケア、ひげの手入れ等を使うアイテムや、制汗剤・フレグランス等



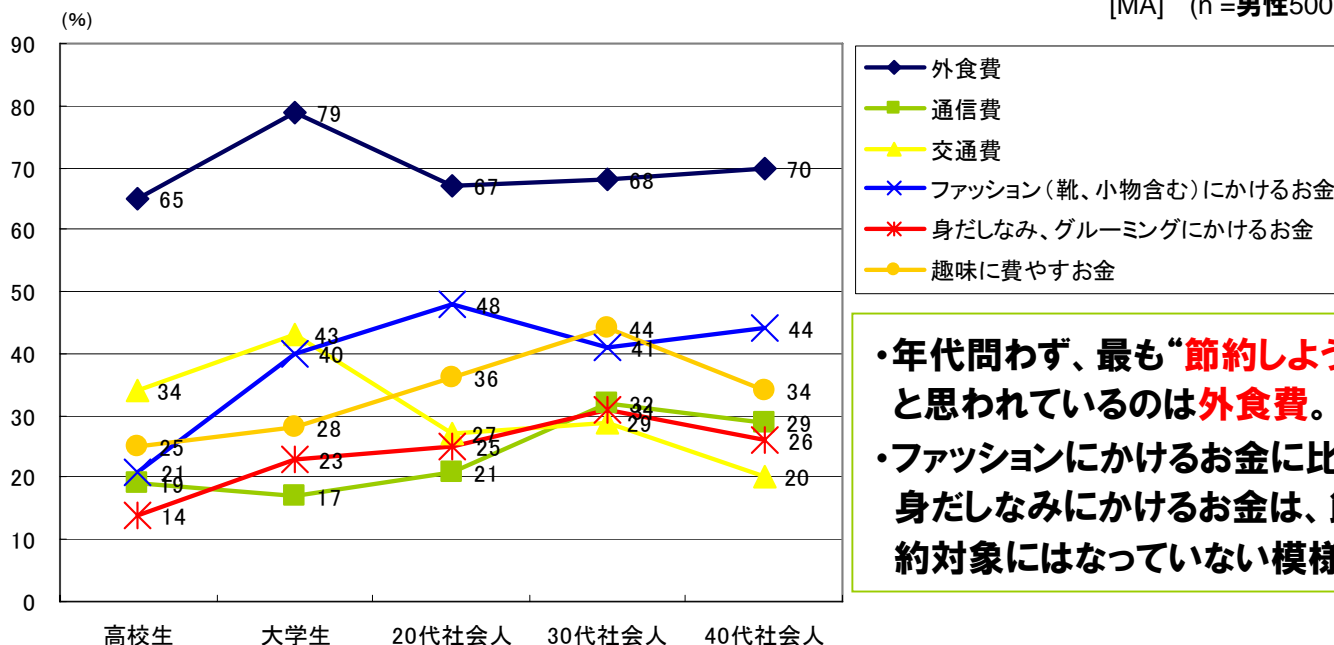
- ・不況下にもかかわらず、**身だしなみに関するアイテムの購入コストを減らした人は、わずか9%**。20~40代の社会人でも、減らした人は11%~15%にとどまった。

・一方、この1年間で身だしなみに関するアイテムの購入コストの変化を聞いたところ、コストを減らしたと答えた人は、20~40代の社会人で、11~15%にとどまり、全体では9%となりました。

・不況で節約志向が高まっているにもかかわらず、みな身だしなみコストは維持していることが伺えます。

⑧ お小遣い(家賃、食費などを除く、自由に使えるお金)のうち、節約している、または節約しようと思うものは、次のうちどれですか？

[MA] (n=男性500)



・年代問わず、最も“節約しよう”と思われるのは**外食費**。
 ・ファッションにかけるお金に比べ、身だしなみにかけるお金は、節約対象にはなっていない模様。

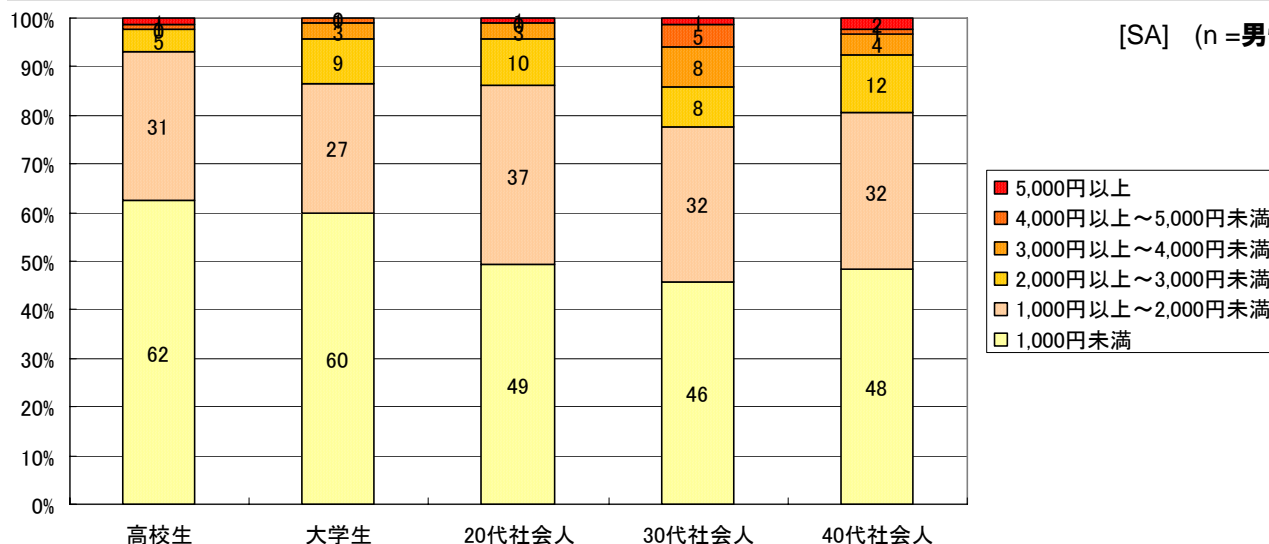
高校生 大学生 20代社会人 30代社会人 40代社会人

- ・お小遣いのうち、節約している、または節約しようと思っている費目を聞くと、年代問わず、外食費が最も多くあがりました。
- ・また、ファッションにかけるお金に比べ、身だしなみにかけるお金を節約している人は少なく、身だしなみに関するお金は、節約意識のターゲットにはなっていない、維持されている傾向がうかがえます。

⑨ 身だしなみ・グルーミング関連のアイテム*購入に、毎月どのくらいお金を使っていますか？

*身だしなみに関するアイテム＝ヘアスタイリング、スキンケア、ひげの手入れ等に使うアイテムや、制汗剤・フレグランス等

[SA] (n=男性500)



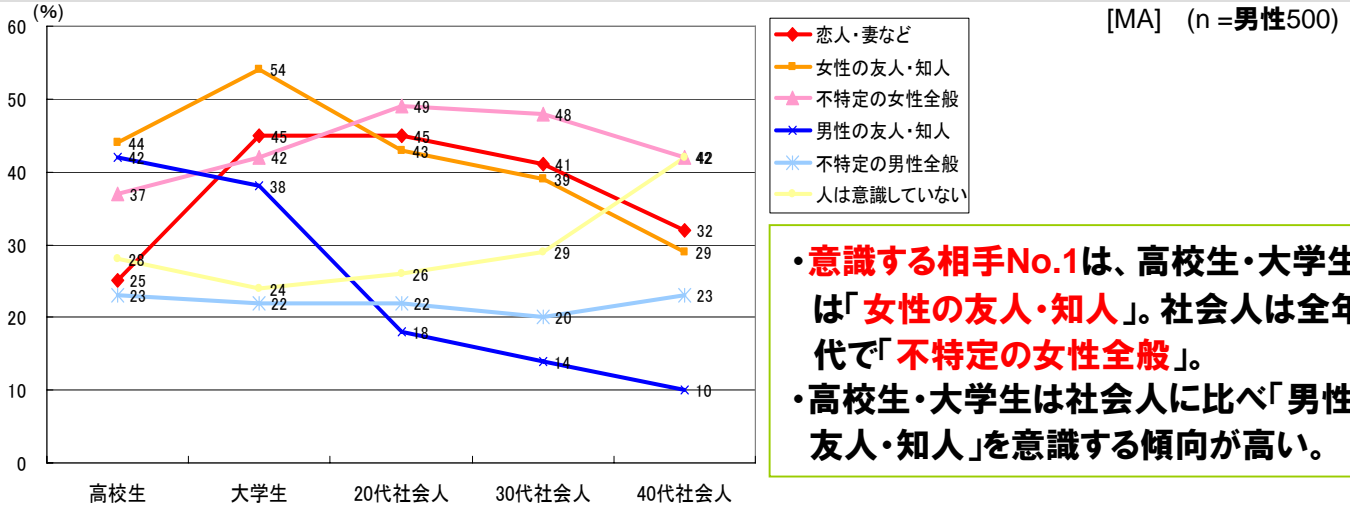
- ・グルーミング関連アイテムの購入費は、男性の約半数が月1,000円未満。
- ・月に2,000円以上かけている男性は、30代社会人では22%、40代では19%。

- ・身だしなみ・グルーミング関連のアイテムを購入するのに使っているお金を聞いたところ、男性の約半数が月1,000円未満であることが分かりました。
- ・月に2,000円以上使っているのは、30代社会人が最も多く22%、次いで40代社会人の19%となっています。20代社会人では、1,000円～2,000円未満の人が37%。手頃な価格のアイテムが豊富に市場に出ているからか、かなり手頃な費用で、日々の身だしなみ・グルーミングを行っていることが伺えます。

女性は、男性の身だしなみのこんなところが気になる！

男性が身だしなみをととのえるとき、**最も意識する相手は、やはり女性**であることがわかりました。では女性に、男性の身だしなみで最も気になる**マイナスポイント**を聞いてみると、「**体臭**」と「**フケ**」が圧倒的。それに対し、男性の中で、体臭・フケが「**悩みで気にしている**」人は少ないようです。問題なければよいのですが、男性はもういちど、ご自分自身でこの2点がケアできているか、チェックしてみてもいいかもしれません。

⑩ 身だしなみをととのえる時、好印象を与えたいと思って意識する相手はだれですか？ 以下の中であてはまるものをお選びください。



- ・意識する相手No.1は、高校生・大学生は「**女性の友人・知人**」。社会人は全年代で「**不特定の女性全般**」。
- ・高校生・大学生は社会人に比べ「**男性友人・知人**」を意識する傾向が高い。

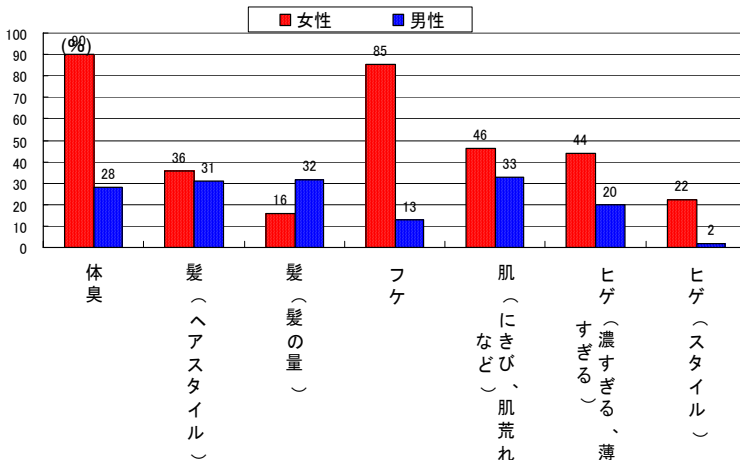
高校生・大学生では、身だしなみをととのえる時に、「男性の友人・知人」を意識する人も4割程度いるものの、全般的には、やはり意識する相手は、女性が圧倒的。特に社会人では、「不特定の女性全般」という回答がナンバーワンとなりました。

⑪ -自分の身だしなみで悩んでいることは何ですか？ あてはまるものをお選びください。

[MA] (n=男性500)

-男性の身だしなみ関連で、次にあげた項目のうちどれに問題があると、相手の印象が悪くなりますか？ あてはまるものをお選びください。

[MA] (n=女性300)



- ・女性の**90%**が「**体臭ケアができていないと、男性の印象が悪くなる**」と回答！
体臭は、男性の身だしなみの減点ポイント、No.1となっている。
一方、男性で体臭を悩みとする人は**28%**にとどまった。
- ・減点ポイント2位は「**フケ**」の**85%**。
一方、フケに悩んでいる男性は**13%**。

女性に、男性の身だしなみ関連で、印象が悪くなることを聞いたところ、「体臭」が最も多く90%にものぼり、次いで、「フケ」が85%となっています。

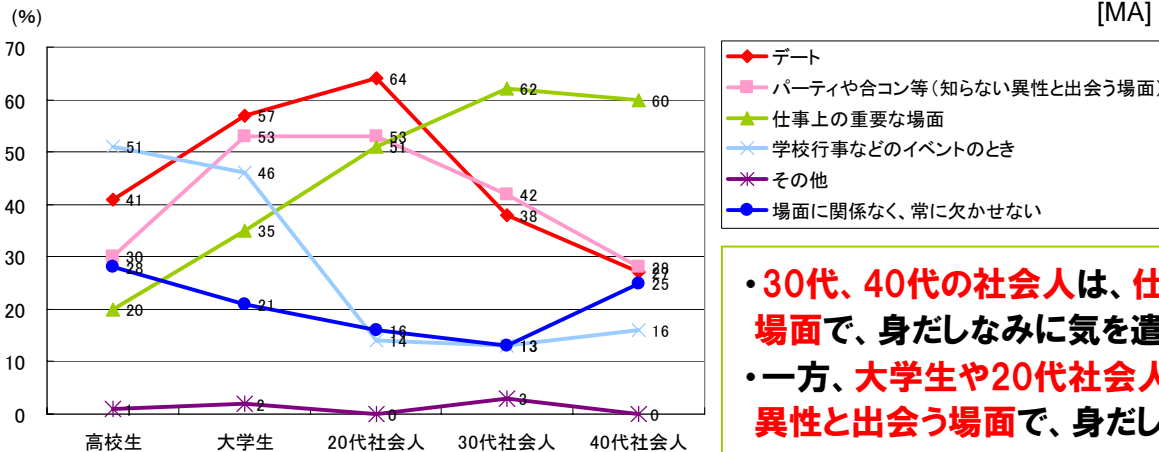
一方、男性があげている身だしなみの悩みでは、①肌(ニキビ・肌荒れなど) ②髪の量 ③ヘアスタイル の順となっています。悩みは人それぞれだと思いますが、女性から減点されないようにするには、ニキビや髪の量を気にするよりも、まずは、2大減点ポイントである「体臭とフケ」のケアをがんばろう！・・・そんなことが言えそうです。

男性にとって、身だしなみのモチベーションをあげるものは？

男性が「もっと身だしなみに気を遣おう！」という気持ちになるきっかけは何なのか？・・調べたところ、世代間での違いがみられ、**高校生・大学生は、カッコいい身近な同性を見て刺激を受け**、社会人では、女性の意見に刺激されてモチベーションがあがる傾向であることがわかりました。

⑫ 「こんな時には身だしなみに気を遣う」と思うのは、どのような時ですか？ 以下の中であてはまるものをお選びください。

[MA] (n=男性500)



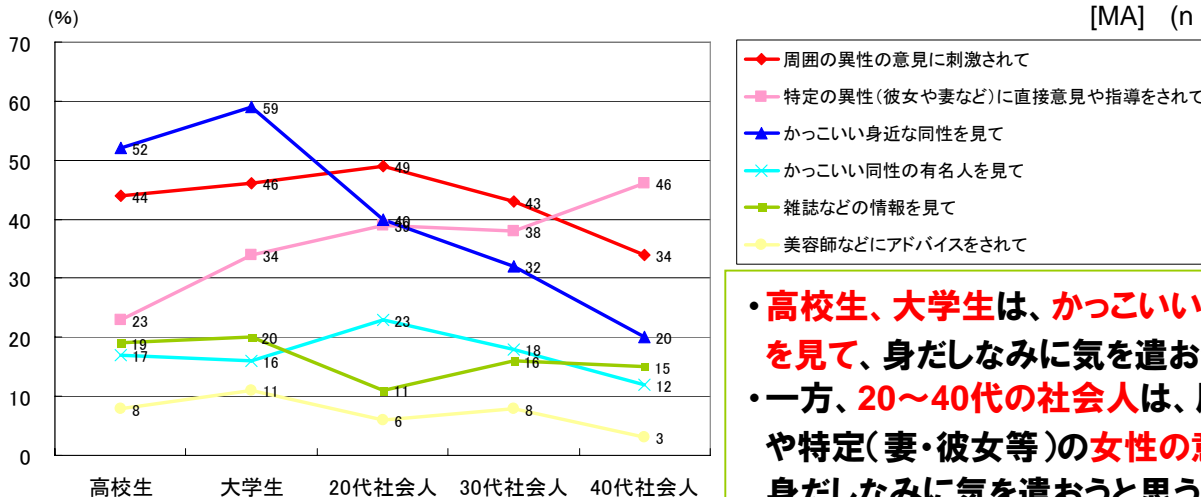
- ・30代、40代の社会人は、仕事上の重要な場面で、身だしなみに気を遣う人が多い。
- ・一方、大学生や20代社会人は、デートや異性と出会う場面で、身だしなみに気を遣う人が多い。

・どのようなときに身だしなみに気を遣うかを聞いたところ、大学生や20代社会人では、デートや合コンなど、女性と会う場面、また出会う場面で、身だしなみに気を遣っていることがわかりました。

・一方、30代、40代の男性は、仕事上の重要な場面のとくと挙げた人がもっとも多い結果となりましたが、40代でも、デートや合コン等と回答した人も3割程度おり、健闘している様子が見えます。

⑬ 「もっと身だしなみに気を遣おう」という積極的な気持ちになるきっかけには、どのようなことがありますか？以下の中であてはまるものをお選びください。

[MA] (n=男性500)



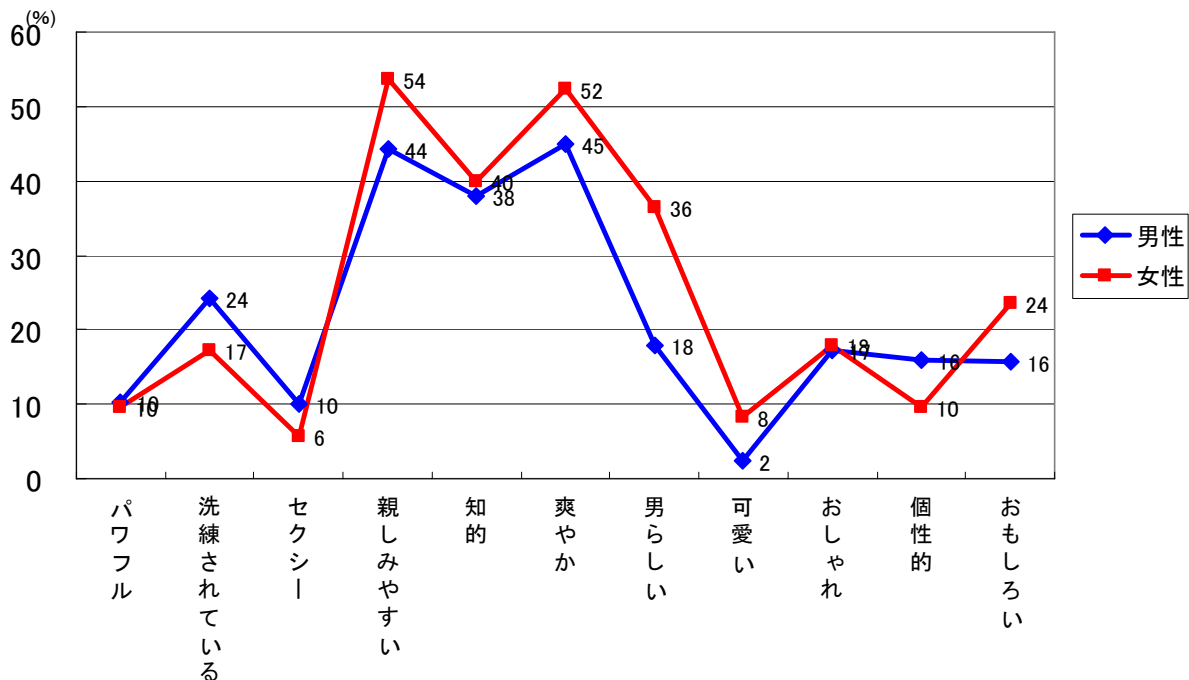
- ・高校生、大学生は、カッコいい身近な同性を見て、身だしなみに気を遣おうと思う。
- ・一方、20～40代の社会人は、周囲の女性や特定(妻・彼女等)の女性の意見により、身だしなみに気を遣おうと思う。

・「もっと身だしなみに気を遣おう」という積極的な気持ちになるきっかけを聞いたところ、高校生や大学生は、カッコいい身近な同性を見て刺激され、「自分も！」とやる気になる人が多いことがわかりました。

・一方、20代～40代の社会人は、異性の意見に刺激されて、身だしなみに気を遣う人が多いことがわかりました。20代・30代では“周囲の異性の意見に刺激されて”が最も多く、40代では、“特定の異性(彼女や妻など)に意見・指導をされて”という回答が最も多くなっています。

⑭ -どんな印象を与える男性になりたいですか？ 次のうち、あてはまるものを3つまで選んでください。 [MA] (n =男性500)

-どのような男性がステキだと思いますか？ 次のうち、あてはまるものを3つまで選んでください。 [MA] (n =女性300)



- ・男女ともに、理想の男性像のポイント3つは、“爽やか”、“親しみやすい”、“知的”。
- ・“男らしい”と思われたい男性は18%だが、その数値の2倍－36%の女性は、男性に“男らしさ”を求めている。

・男性に、「どんな印象を与える男性になりたいか」、女性に、「どのような男性がステキだと思うか」を聞いたところ、男女ともに共通して、「爽やか」「親しみやすい」「知的」ということが、多くあげられました。

・男女間で最も違いが見られたのが「男らしさ」で、男性では、「男らしい」と思われたい人が18%しかいなかったのに対し、女性はその2倍の36%の人が「男らしい」男性がステキと答えました。

近年、「草食系男子」が増えているといわれておりますが、「男らしい男性」を求めている女性は、やはり少なくないようです。

= 参考資料:AXEについて=



■ 日本の男性フレグランスの圧倒的No.1ブランド、AXE

“AXE”は、世界最大級の消費財メーカー、ユニリーバの日本法人ユニリーバ・ジャパンが展開する男性用化粧品ブランドで、2007年3月、スプレータイプフレグランス「アックス フレグランス ボディスプレー」の発売により、日本上陸を果たしました。

本格的な香りが手軽に楽しめるという商品特徴と、“THE AXE EFFECT(アックス エフェクト)=AXEを使った男性に女性が惹きつけられる”という大胆でユニークなメッセージを伝える多角的な広告・販促活動により成功を収め、発売以来、男性フレグランス市場（金額ベース）を約2倍に牽引してまいりました。

2009年2月18日(水)より、パッケージデザインを一新し、よりクールなブランドヘトータルリニューアルを遂げ、日本の男性フレグランスの売上で圧倒的ナンバーワンのブランド*となっております。

*ユニリーバ調べ(インテージデータ使用)



■ 誰でも簡単に“ほのかにいい香り”が演出できる、スプレータイプのフレグランス

アックス フレグランス ボディスプレーは、上半身を中心に素肌に万遍なくスプレーするだけで、「全身からほのかにいい香り」という理想的な状態を、誰でも簡単に実現できるという使いやすさが特長です。フレグランスを霧にして吹き付けるアトマイザータイプのオーデコロンとは異なり、エアゾール形式のスプレー*なので、広い範囲に薄くスプレーでき、さりげなくよい香りを演出することができます。フランス生まれのAXEですが、実は、きつい香りが苦手な日本人にもお薦めの商品設計になっているのです。

*エアゾール形式=アックス フレグランス ボディスプレーは、日本で初めて発売されたエアゾールタイプの男性用フレグランスです。

■ 本格的な香りを手軽に楽しめるフレグランス

アックス フレグランス ボディスプレーは、使いやすさもさることながら、手頃な価格と、コンビニエンスストアやドラッグストアなどで手軽に購入できる「買いやすさ」も大きな特長です。トップノートからラストノートまでの香りの変化を楽しめる、有名調香師が手がけた本格的な香りを、手頃な価格で楽しんでいただけます。

= 調査概要 =

(アクセス リサーチ ラボ) AXE RESEARCH LAB

～ 『男性の身だしなみ・美容の実態』 調査～

【調査対象と回収サンプル数】

高校生、大学生、20代社会人、30代社会人、40代社会人
男性各100人、計500人 女性各60人、計300人

【調査エリア】 全国

【調査方法】 インターネット調査(ネット調査会社の登録モニター活用)

【調査期間】 2009年10月13日(火)～10月15日(木)

【主な調査項目】

男性の身だしなみ・美容について、男性の見た目、中身の重要度、
身だしなみと仕事の関連性、身だしなみに関するコスト意識

ほか

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、出典として
「AXE RESEARCH LAB調べ」(AXEリサーチラボ調べ)、または「AXE調べ」という表記
をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

〈この件に関する報道関係の皆様からのお問合せ先〉

ユニリーバ・ジャパン コミュニケーション 伊藤・坪内・武市

TEL:03-5723-2213 FAX:03-3719-4409