

【男性のスキンケアにおけるリアルな声を調査】

男性のスキンケア実施者は7割以上！

一方ケアにかかる時間は“5分未満”が6割超え “超時短ケア”が主流と判明
ケア継続において重要なポイント 1位「時短」2位「価格」3位「手軽」

全薬工業株式会社（本社：東京都文京区 代表取締役 橋本弘一 以下、全薬工業）は、このたび20歳～59歳の男性435名を対象に、男性のスキンケア事情に関する調査を実施しましたので、お知らせいたします。

■ 調査サマリー

- ① スキンケアについて全体の約6割が関心あり。
- ② アイテムを使用してスキンケアを実施する男性は7割超え。
使用アイテムは、洗顔料が約5割、化粧水が約3割と基礎アイテムの使用率は高い。
一方、クリームや美容液などの+αのアイテムの使用率は1割前後に。
- ③ スキンケアにかかる時間は「5分未満」が全体で6割超え。
スキンケアを実践している男性は多いものの、時間はあまりかけていない。
- ④ 普段スキンケアをしている男性においてもスキンケアをしたくないと感じる理由TOP3は、「時間がかかる」「やることが多い」「泡立てが面倒」。
- ⑤ スキンケアを継続するために重要だと思うポイントTOP3は、「時短できる」「価格」「手軽に使える」。

■ 調査概要

調査概要：男性のスキンケア事情に関する調査

調査方法：インターネット調査

調査期間：2024年6月14日～6月17日

有効回答：20歳～59歳の男性435名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはなりません。

《利用条件》

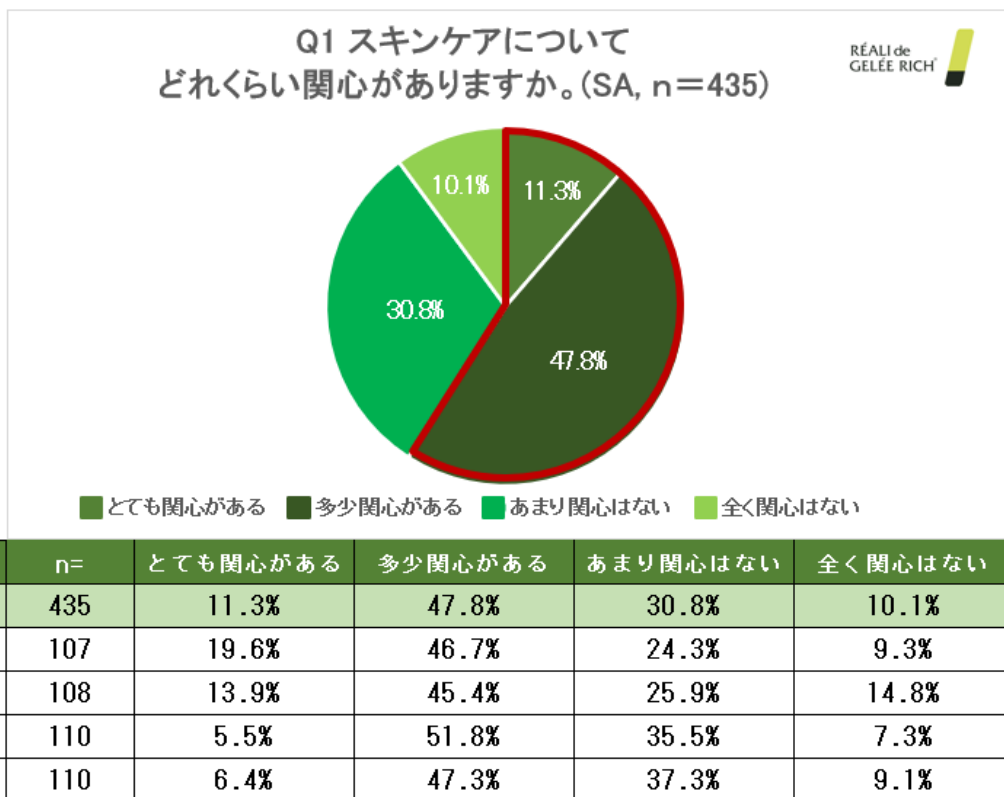
- 1 情報の出典元として「レアリ・ド・ジュレリッチ」の名前を明記してください。
- 2 ウェブサイトで使用する場合は出典元として、下記リンクを表記してください。
URL：<https://www.geleerich.jp/reali/>

＜本リリースに関するお問い合わせ＞

ジュレリッチPR事務局（ビルコム株式会社内） 担当：江崎
TEL：03-5413-2411 FAX：03-5413-2412 MAIL：geleerich@bil.jp

① スキンケアについて全体の約6割が関心あり。

「スキンケアについてどれくらい関心がありますか。」と質問したところ、「とても関心がある」「多少関心がある」と回答した男性は全年代合わせて、**約6割（59.1%）**いることが分かりました。年代が上がるにつれて関心は減少傾向にあります。全年代で過半数は関心があるという結果になりました。（n=435）

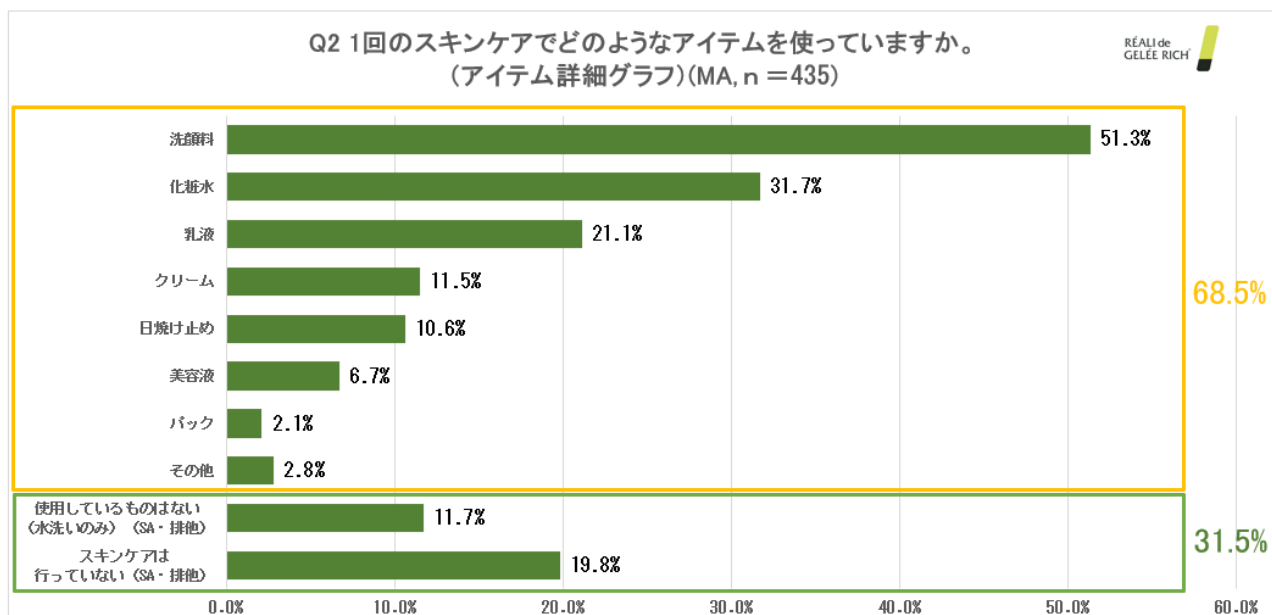


② アイテムを使用してスキンケアを実施する男性は7割超え。
使用アイテムは、洗顔料が約5割、化粧水が約3割と基礎アイテムの使用率は高い。
一方、クリームや美容液などの+αのアイテムの使用率は1割前後に。

「1回のスキンケアでどのようなアイテムを使っていますか。」という質問に対し、「使用しているものはない（水洗いのみ）」「スキンケアは行っていない」と回答した人は全体の約3割（31.5%）となり、**全体の約7割（68.5%）の男性が何かしらのアイテムを使用してスキンケアを実施していることが分かりました。**

使用アイテムにおいては、洗顔料は約5割（51.3%）、化粧水は約3割（31.7%）と、**基礎化粧品を使用している男性は一定数いることが分かります。**

一方で、「クリーム」「日焼け止め」「美容液」「パック」など、**+αのアイテムを使用している男性は、いずれも1割前後と、使用率が低いことが分かりました。**（n=435）

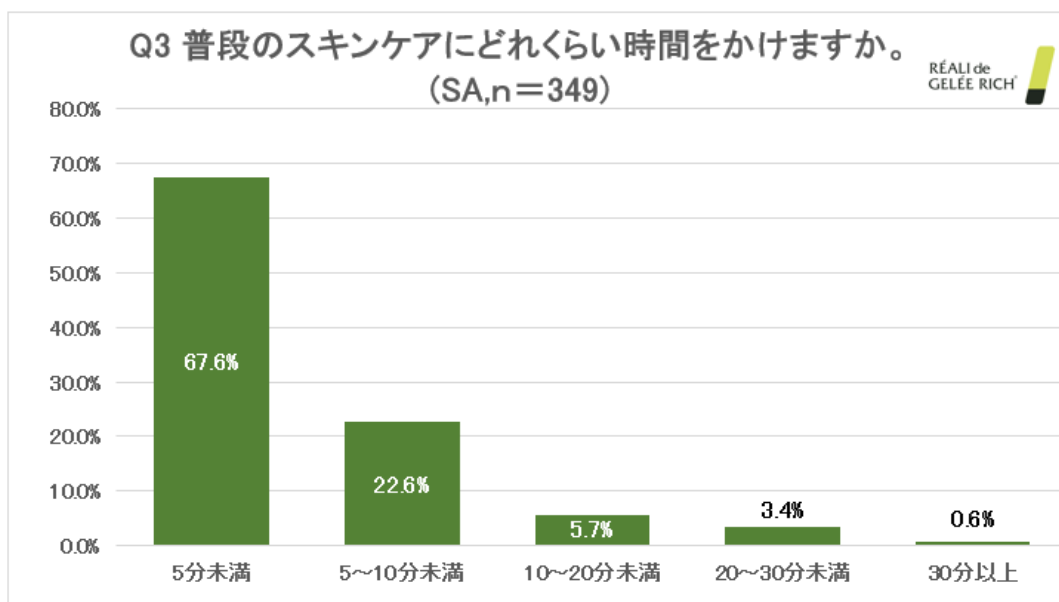


	n=	洗顔料	化粧水	乳液	クリーム	日焼け止め	美容液	パック	その他	使用しているものはない (水洗いのみ) (SA・排他)	スキンケアは行っていない (SA・排他)
TOTAL	435	51.3%	31.7%	21.1%	11.5%	10.6%	6.7%	2.1%	2.8%	11.7%	19.8%
20-29歳	107	50.5%	44.9%	33.6%	13.1%	9.3%	11.2%	4.7%	0.9%	7.5%	19.6%
30-39歳	108	50.9%	33.3%	22.2%	15.7%	8.3%	7.4%	2.8%	3.7%	11.1%	22.2%
40-49歳	110	57.3%	29.1%	12.7%	11.8%	16.4%	4.5%	0.0%	2.7%	11.8%	14.5%
50-59歳	110	46.4%	20.0%	16.4%	5.5%	8.2%	3.6%	0.9%	3.6%	16.4%	22.7%

③ スキンケアにかかる時間は「5分未満」が全体で6割超え。 スキンケアを実践している男性は多いものの、時間はあまりかけていない。

普段スキンケアを行っている男性に「普段のスキンケアにどれくらい時間をかけますか。」と質問したところ、「5分未満」と回答した男性は、全年代合わせて、6割を超える（67.6%）ということが分かりました。Q1でスキンケアに関心がある男性は、約6割（59.1%）いましたが、関心はあってもスキンケアに時間をかけられていない人は多いことが分かります。

また、スキンケアの時間が5分未満の男性について、20代は50.0%、30代は63.1%、40代は76.6%、50代は80.0%と、年代が上がるにつれてスキンケアに時間をかけない男性が多いことが分かりました。（n=349）

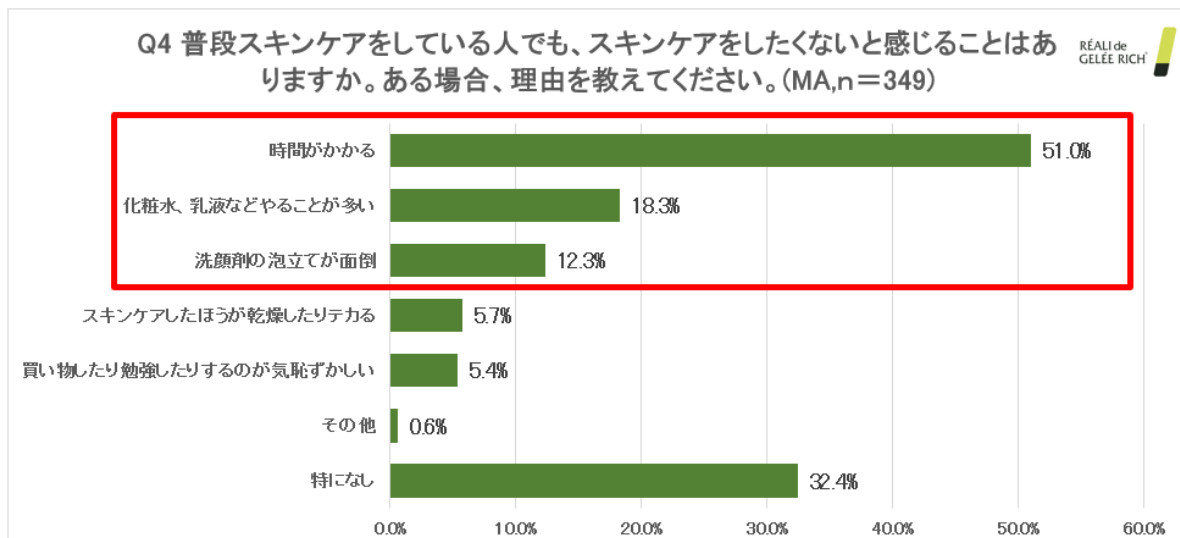


	n=	5分未満	5~10分未満	10~20分未満	20~30分未満	30分以上
TOTAL	349	67.6%	22.6%	5.7%	3.4%	0.6%
20-29歳	86	50.0%	27.9%	14.0%	8.1%	0.0%
30-39歳	84	63.1%	29.8%	2.4%	3.6%	1.2%
40-49歳	94	76.6%	19.1%	4.3%	0.0%	0.0%
50-59歳	85	80.0%	14.1%	2.4%	2.4%	1.2%

④ 普段スキンケアをしている男性においてもスキンケアをしたくないと感じる理由TOP3は、「時間がかかる」「やることが多い」「泡立てが面倒」。

普段スキンケアを行っている男性に「普段スキンケアをしている人でも、スキンケアをしたくないと感じることはありますか。ある場合、理由を教えてください。」という質問をしたところ、「時間がかかる」が1位で約5割（51.0%）、2位が「化粧水、乳液などやることが多い」で約2割（18.3%）、3位が「洗顔剤の泡立てが面倒」で約1割（12.3%）という結果になりました。

(n=349)

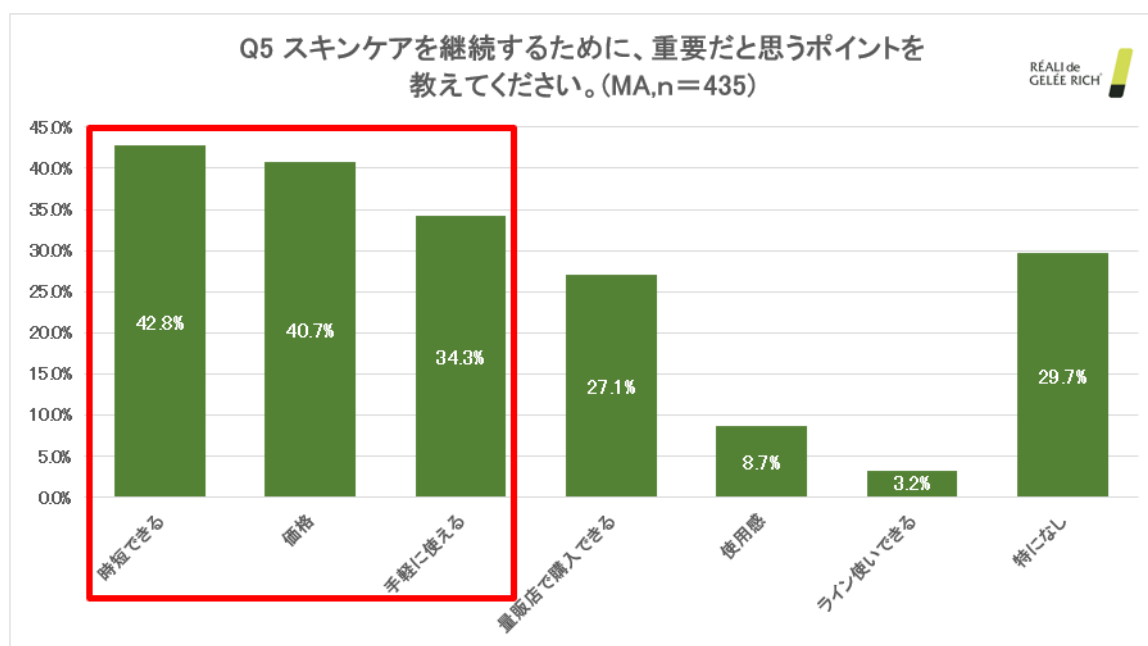


	n=	時間がかかる	化粧水、乳液などやることが多い	洗顔剤の泡立てが面倒	スキンケアしたほうが乾燥したりテカる	買い物したり勉強したりするのが気恥ずかしい	その他	特になし
TOTAL	349	51.0%	18.3%	12.3%	5.7%	5.4%	0.6%	32.4%
20-29歳	86	40.7%	25.6%	17.4%	11.6%	9.3%	2.3%	26.7%
30-39歳	84	65.5%	20.2%	16.7%	3.6%	3.6%	0.0%	20.2%
40-49歳	94	55.3%	16.0%	5.3%	4.3%	2.1%	0.0%	35.1%
50-59歳	85	42.4%	11.8%	10.6%	3.5%	7.1%	0.0%	47.1%

⑤ スキンケアを継続するために重要だと思うポイントTOP3は、「時短できる」「価格」「手軽に使える」。

「スキンケアを継続するために、重要だと思うポイントを教えてください。」という質問をしたところ、「時短できる」が1位で約4割（42.8%）、2位が「価格」で約4割（40.7%）、3位が「手軽に使える」で約3割（34.3%）という結果に。

使用感やライン使いができるということより、「時短」「手軽」といったタイムパフォーマンス、「価格」のコストパフォーマンスを求める男性が多いことが分かりました。（n = 435）



	n=	時短できる	価格	手軽に使える	量販店で購入できる	使用感	ライン使いができる	特になし
TOTAL	435	42.8%	40.7%	34.3%	27.1%	8.7%	3.2%	29.7%
20-29歳	107	35.5%	37.4%	35.5%	21.5%	7.5%	5.6%	29.0%
30-39歳	108	44.4%	43.5%	32.4%	29.6%	7.4%	3.7%	29.6%
40-49歳	110	40.0%	46.4%	32.7%	30.0%	10.9%	1.8%	30.9%
50-59歳	110	50.9%	35.5%	36.4%	27.3%	9.1%	1.8%	29.1%

■まとめと専門家による解説

今回は、20歳～59歳の男性生活者435名を対象に、男性のスキンケア事情について調査を実施いたしました。

スキンケアについて関心がある男性は全体で約6割、アイテムを使用してスキンケアを実施する男性は7割を超えるという結果から、**スキンケアの重要性を感じている男性は多い**ということが分かりました。

一方で、スキンケアにかかる時間は「5分未満」が全体で6割超え、基礎化粧品以外のアイテムの使用率がわずか1割前後と、**スキンケアの実践においてはあまり時間とコストがかけていない**ということが推測されます。

また、「普段スキンケアをしている人でも、スキンケアをしたくないと感じる理由」の1位は、「**時間がかかる**」、**「スキンケアを継続するために重要だと思うポイント」**の1位は、「**時短できる**」という結果から、**タイムパフォーマンスを求める男性が多い**ことも明らかになりました。

スキンケアで重要な要素は「習慣的に行うこと」。自身のライフスタイルにあった製品を使用することで、「**スキンケアの継続においてネックに感じるポイント**」を早めにカバーできるようにしておくことが大切です。

下記にスキンケアにおける時短のポイントと肌タイプ別のアイテムの選び方について解説します。

■スキンケアの専門家*1が時短のポイントと肌タイプ別のアイテムの選び方*2を解説

①容器の形状やテクスチャーで製品を選ぼう

忙しい男性には、なるべく時間と手間がかからないスキンケアコスメが便利です。**洗顔料は、泡タイプやジェルタイプ**のものだと泡立てる時間を省くことができます。洗顔料だけではなく**化粧水などもポンプ式の容器だとプッシュするだけで簡単に手に取れます**。ジェル状のテクスチャーの化粧水は、スルスルと顔のすみずみまで広げやすくおすすめです。

②自分の肌に合った基礎化粧品を使う

自分の肌に合っているアイテムを使えば、より効率的にスキンケアができ、5分未満のスキンケアでも、求める効果が得られる可能性があります。下記にて、押さえておきたい肌タイプと製品選びの方法をご紹介します。

<自分ってどんな肌？男性の肌タイプに合わせたアイテム選びのポイント>

・**脂性肌**：テクスチャーがさっぱりしたタイプの化粧水を選ぶことが重要です。中でもスルスルとケアができるジェル状のアイテムがおすすめです。

・**乾燥肌**：とろっとしたテクスチャーで、肌の水分を保持する細胞間脂質の主成分である「セラミド」、角層内にうるおいを抱え込む「コラーゲン」「ヒアルロン酸」、保湿に効果的な「エクトイン」などの成分が配合されている製品がおすすめです。

・**敏感肌**：敏感肌はちょっとした刺激に反応し、赤みが出たり肌荒れしやすいのが特徴です。肌にやさしい成分が使われたスキンケア製品を選ぶことが大切です。乾燥肌と同様、保湿力の高い成分に注目しましょう。また、アルコールや香料などが使われていない低刺激タイプを選ぶことがおすすめです。

*1：全薬販売株式会社 信頼性保証学術部 武田健太郎氏

*2：肌質によって個人差があります。

■【監修】全薬販売株式会社 信頼性保証学術部 武田健太郎氏

2005年に全薬工業株式会社入社。配属された研究開発センターでは、医療用医薬品の作用解明やOTC医薬品、化粧品の作用測定試験などに従事。2018年、学術課へ異動。科学的知識や経験を活かして、OTC医薬品や化粧品の特長や効果について学術的な説明を行う。

■ 1955年以来、皮膚病薬の研究に取り組んできた製薬会社*1が男性の肌のことを考えたスキンケア



個人差はありますが、一般的に男性の肌は男性ホルモンによる生理的な要因や髭剃りなどの生活習慣によって、テカリ・ベタつき・乾燥など、さまざまな肌トラブルを抱えています。

「レアリ・ド・ジュレリッチ」は、皮膚病薬研究に取り組んできた製薬会社*1の独自のアプローチで男性の肌環境を整え、“自信が持てる自分らしい肌”に近づける男性用スキンケアブランドです。

*1 全薬工業

詳細はこちら：<https://www.geleerich.jp/reali/about/>

<レアリ・ド・ジュレリッチ ブランドサイト>

<https://www.geleerich.jp/reali/>

ジェル状洗顔料 クリアジェルウォッシュ

泡立て不要！ポンプ型でサツと使える
ジェル状洗顔料

独自処方の密着ジェルが毛穴汚れや過剰な皮脂をきちんと落としつつ、保湿成分配合でしっとり洗い上げます。ジェル状で顔全体に広げやすく、すみずみまで洗いやすい。テカリ・ベタつきの気にならない肌へ。

【商品特長】

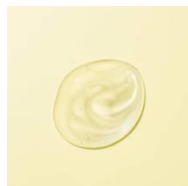
- 密着ジェルが、テカリ・ベタつきなどの不快感につながる皮脂や毛穴汚れを落とし、明るい印象の肌へ
- W洗浄成分配合（石けん成分*2、クレンジング成分*3）
- ジェル状だから、顔全体に広げやすく、顔の凹凸のすみずみまでフィットしやすい
- つっぱらずしっとりとした洗い上がり
- 肌にやさしい処方
無香料、無着色、鉱物油無添加、ノンパラベン
- パッチテスト済み、アレルギーテスト済み
[すべての方に刺激・アレルギーが生じないというわけではありません。]

商品名称	クリアジェルウォッシュ
容量	100mL
希望小売価格	2,310円（税抜2,100円）
販売名	ZYKジェル洗顔料CK

*2 ミリスチン酸K、ヤシ脂肪酸K

*3 ヤシ油脂肪酸PEG-7グリセリル

ジェル状化粧水 モイストジェルローション



ポンプ型で、簡単に使える！ すみずみまで広げやすいジェル状化粧水

ジェル状の化粧水が肌表面に留まり、うるおい成分が角層にしっかり浸透。ベタつかないのにしっかり保湿。

【商品特長】

- 独自のリピッドバリアシステム*4採用
- 保湿成分エクトイン配合。乾燥・肌荒れしやすい肌をうるおし、明るく、ハリ・ツヤのある肌へ
- ジェル状で男性の凹凸のある骨格に密着し、広げやすい
- 肌荒れ防止成分であるグリチルリチン酸2K・アミノカプロン酸・アラントインを配合
- ジェル状なのに、さっぱりとした使用感
- 肌にやさしい処方
無香料、無着色、鉱物油無添加、界面活性剤無添加、ノンアルコール（エチルアルコール無添加）、ノンパラベン
- パッチテスト済み、アレルギーテスト済み
[すべての方に刺激・アレルギーが生じないというわけはありません。]

商品名称	モイストジェルローション
容量	100mL
希望小売価格	2,970円（税抜2,700円）
販売名	ZYKジェル化粧水CK

*4 保護膜を形成し、角層バリアを整えること

全薬グループについて

全薬グループは、全薬工業株式会社が創業して以来掲げている、「模倣せず、一步前進した医薬品を創生し、効きめを創り、効きめで奉仕する」の創薬理念のもと、独創的な医薬品の開発に不断の努力を重ねてまいりました。それを基盤として地域の保健衛生の向上を目指し、全国のお取引店様とともに医薬品の適切な使い方や健康づくりの啓発を推進しています。総合感冒薬「ジキニン」シリーズ、敏感肌用スキンケア「アレルギー」シリーズをはじめ、お客様の健康ニーズに応える製品を提供しています。医療用医薬品分野においては、患者さんに希望を持っていただけるように、そして笑顔になれる医薬品の創生をテーマに取り組んでいます。

商 号：全薬工業株式会社

本 社：東京都文京区大塚5-6-15

代 表：代表取締役社長 橋本弘一

創 業：1950年7月19日

事業内容：医薬品、医薬部外品、基礎化粧品、健康食品などの研究、開発、製造、販売

ホームページ： <https://www.zenyaku.co.jp/>

<本リリースに関するお問い合わせ>

ジュレリッチPR事務局（ビルコム株式会社内） 担当：江崎

TEL：03-5413-2411 FAX：03-5413-2412 MAIL：geleerich@bil.jp