

【2024年最新メンズスキンケアの実態を調査】

男性の美容関心度は二極化している!? 情報格差で肌の光老化に拍車
メンズスキンケア「DISM」のUV対策商品が昨年比321%に伸長した背景とは

アンファー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:吉田南音 以下「アンファー」)は2024年4月の日本の平均気温の基準値(1991~2020年の30年平均値)からの偏差は+2.76°Cで、1898年の統計開始以降、1998年を上回り最も高い値となったこと(気象庁調べ)に伴い、今回UVケアを含めたスキンケアの調査を実施いたしました。

また、気温上昇に伴い、メンズスキンケアブランド「DISM」のUVケア機能付きオールインワンジェルが2024年4月の売上が昨年比321%に伸長しました。

【調査概要】

時期:2024年5月

対象:10~70代の男女400名(男性200名、女性200名)

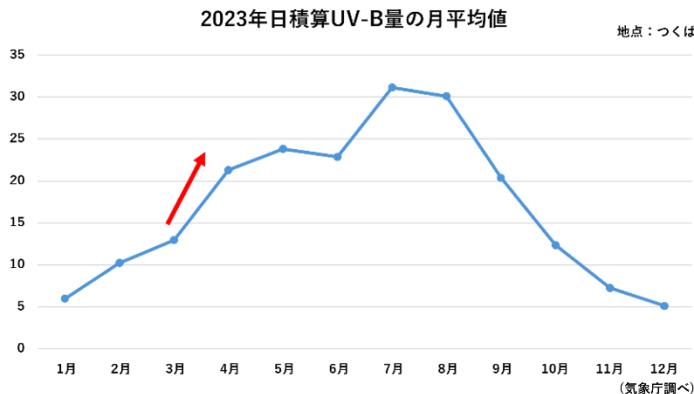
方法:インターネット調査

【調査結果サマリ】

- ① 男性のスキンケア頻度は「行わない」が37%、「毎日行う」が31%と2極化している
- ② 男性はスキンケアの頻度によって肌悩みの自認率が40%違う
また、女性に比べると「しみ・しわ」の自認率が35%と低い
- ③ 男性の日焼け止め使用率が10%、光老化の認知度が32%と使用率と情報量に相関

■UV対策機能付きオールインワンジェルの売上が昨年比321%! 近年の気温上昇が影響か?

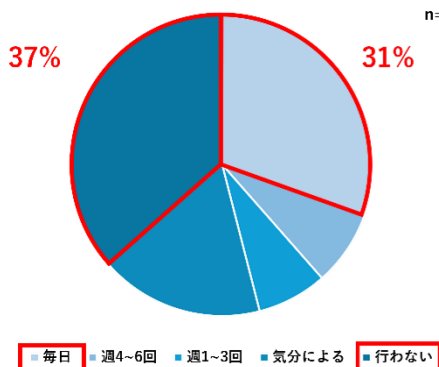
WEB(公式サイト(アンファーストア)、楽天市場、Amazon、Yahoo!等)でのDISM オールインワンジェル UVの4月度売上が昨年比321%で着地しました。売上伸長の要因として日本の平均気温上昇が挙げられます。紫外線量は毎年4月より高くなることに加え、2024年4月の日本の平均気温は平年より2.67°Cも高く、これまでの過去最高を上回る結果となりました(気象庁調べ)。このことから今年のUV対策商品の需要は例年より高くなることが予想されます。



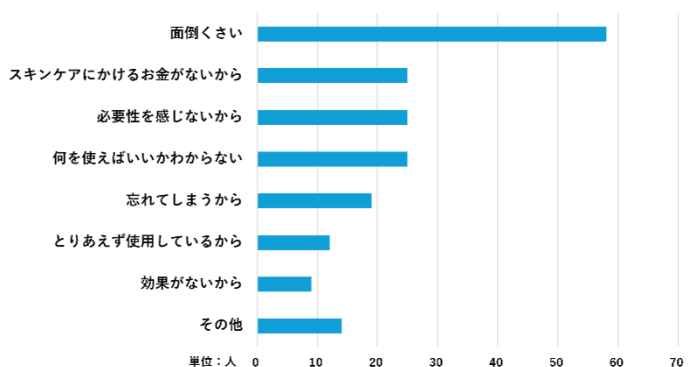
■メンズスキンケア市場拡大が見込まれる一方、リアルな男性のスキンケア意識の実態は？

近年メンズスキンケア市場の拡大が話題になっている中で男性を対象にスキンケアを行う頻度を調査したところ「行わない」が最も多く37%、「毎日行う」が31%という結果になりました。スキンケアをしない理由としては「面倒くさい」が第一位となりました。次いで「何をせばいいかわからない」「必要性を感じない」「スキンケアにかかるお金がない」が同率二位となり、スキンケアにあまり関心がなく生活する上で優先度が低いと考えている人も多いことが分かります。これらのことから、男性の中でもスキンケアの意識が高い人と低い人で二極化しているといえます。

【男性】あなたがスキンケアを行う頻度をお答えください n=200



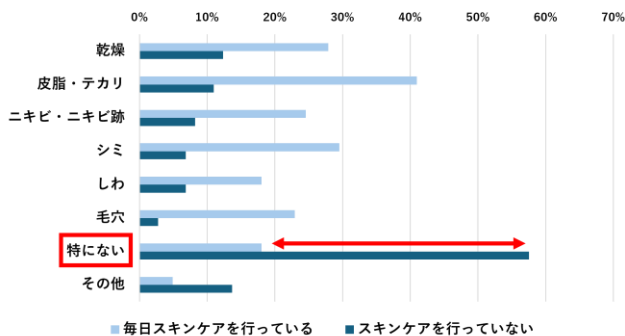
あなたがスキンケアを毎日行わない理由を全てお答えください。 n=200



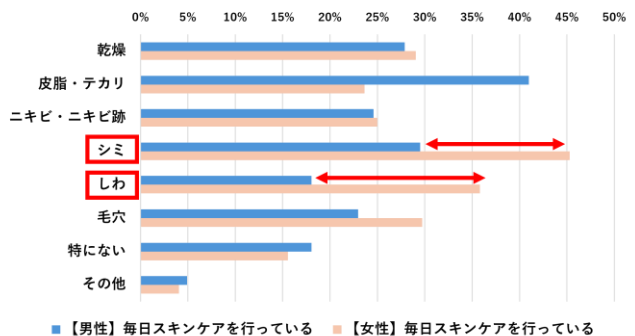
■男性の肌悩みとスキンケアの頻度は比例している

男性の肌悩みについてスキンケアの頻度で比較したところ、スキンケアを行わない男性は「特にない」が58%と、半数以上が自身の肌悩みを認識していないのに比べ、スキンケアを毎日行っている男性の肌悩みを調査すると「特にない」と回答している人が18%と、少ないことがわかります。これらのことから男性の肌悩みはスキンケアの頻度と比例しており、自身の肌に大きなトラブルがない限り、肌悩みとしてとらえていないことがわかります。また、スキンケアを毎日行っている男性でも「しみ・シワ」への意識は30%と女性の45%に比べ低いことから、男性は全体的にUV対策・ケアの意識が低いと考えられます。

【男性】あなたの現状の肌悩みを全てお答えください。 n=200

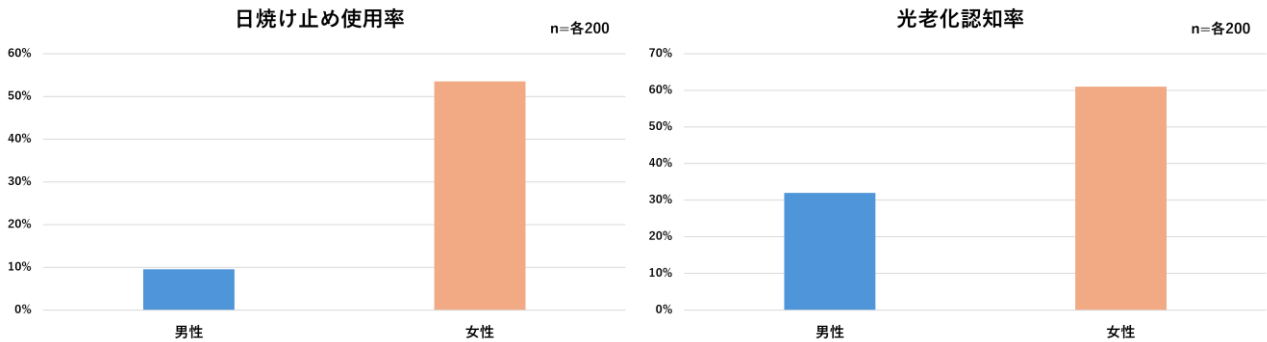


あなたの現状の肌悩みを全てお答えください。 n=各200



■UV対策商品の使用率は情報量が関係している

そこで日焼け止めの使用率を調査すると、日焼け止めを使用している男性は10%と、女性の約1/5の割合という非常に少ない結果になりました。また、UVケアを行うべき理由の一つとして、光老化の予防が挙げられます。光老化の認知度について調査を行ったところ「知っている」と答えたのは男性32%、女性61%という結果となり、男性のUV対策商品の使用率はUVケア全般に対する情報量が影響していることが推測されます。



■ドクターに聞いた！「光老化」とUV対策の重要性 D-ISMクリニック 院長 長内享医師が解説

光老化とは長年紫外線を浴び続けることにより、肌に活性酸素が生じ、そのダメージが体に蓄積されて引き起こされる老化現象のことを言います。肌表面だけでなく真皮の深い部分までダメージを受けてしまうため、将来的なシワ・たるみリスクが高まり、肌老化が加速することがわかっています。

光老化を予防するには紫外線を浴びる量を減らすことが重要であり、若年からのUVケアが求められます。日常的なUVケアの方法として外出する際に日差しを避けた行動をすることはもちろん、曇りや雨天時にも日焼け止めを塗ることや日頃から丁寧なスキンケアを行い肌負担をかけないことも重要です。すでにシミができてしまっている方はQスイッチルビークーラーやIPL光治療等の美容医療施術を行うことが推奨されます。

また、今年は梅雨明けの猛暑も厳しく、秋の初めごろまで暑さが続く予想されているため例年よりも長期的なUVケアが必要となることが予想されます。



=====

■2ステップでスキンケアとUV対策が完結できる メンズスキンケアブランド「DISM」

ディズム クリーミーフォームウォッシュ

洗顔とシェービングが1品で行える、
濃密な炭酸※8泡の洗顔フォーム。
スキンケア成分配合で、潤いと透明感のあるハリ肌へ。
※8 炭酸ガス(噴射剤)

商品名:ディズム クリーミーフォームウォッシュ

<洗顔料>

販売名:ディズム クリーミーウォッシュQR1

容量:120g(約2ヶ月分、朝晩2回使用の場合)

価格:1,800円(税抜) 1,980円(税込)



ディズム オールインワンジェル UV

1品でスキンケアしながら紫外線をカット。
化粧水・乳液・美容液・日焼け止めの役割を果たす、
オールインワンジェルUV。

商品名:ディズム オールインワンジェル UV

<保湿ジェル(日中用)>

販売名:ディズム オールインワンジェル UVQR1

容量:70g(約2~3ヶ月分、朝1回使用の場合)

価格:2,100円(税抜) 2,310円(税込)



アンファー株式会社について

アンファー株式会社は、1987年に会社設立。「予防医学」をタグラインに掲げ、“「いつまでも美しく、健やかに生きる」というエイジングケア・ライフスタイルの実現を目指す”トータルヘルスケア・カンパニーです。多くの医師や臨床機関・研究機関との密接なリレーションを構築しながら、「スカルプD」シリーズをはじめ、化粧品、食品等、様々なエイジングケア商品・サービスの企画・研究開発および販売を行っております。2019年4月10日より、“Dクリニックグループ”※に参画しました。

※Dクリニックグループは、「医学」を背景として、共通の目的と理念を実現するために、企業、クリニック、NPO法人団体等により発足したグループです。

【報道関係者お問合わせ先】

アンファー株式会社 PR課
TEL:03-3213-8882 FAX:03-3215-6155
Email:pr1@angfa.jp

【お客様からのお問合わせ先】

アンファー株式会社
〒100-7026 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー26F
TEL:0120-722-002 [営業時間:午前9時~午後6時
(年末年始を除く)]