

若者だけではない！ 40代男性に広がる「男性美容」の波

「美容に関心がある」40代男性は、10年前と比べて約3割増！

こだわりのある美容・身だしなみ家電、1位は「シェーバー」

～男性美容の必須アイテム～ さらに肌にやさしくなった新・5枚刃ラムダッシュ

パナソニック株式会社は、日本の技術を結集したプレミアムシェーバー「ラムダッシュ」5枚刃シリーズの新製品「ES-LV9A」、
「ES-LV7A」、「ES-LV5A」を、2015年9月1日(火)より発売します。

同製品の発売にあたって、このたび当社では、40～60代の男性300名(1都3県在住の有職者)を対象に「男性の美容意識に関する調査」を実施。さらに、男性美容研究家の藤村 岳氏に、40代男性の美容意識の高まりについてお話を伺いました。

【調査概要】・調査対象:40～60代 男性300名(1都3県在住の有職者)※40代100名、50代100名、60代100名
・調査期間:2015年6月24日(水)～2015年6月25日(木)・調査方法:インターネット調査

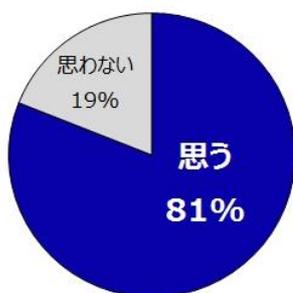
■「美容に関心がある」人が約3割増！ 高まる40代男性の美容意識

はじめに、「10年前と比べて、世間一般的に男性の美容意識が高まっていると思いますか？」と聞いたところ、**81%が「そう思う」と回答**。[グラフ1] また、「**自分自身が美容に興味・関心がある**」という人も**44%**で、**40代に絞るとその割合は48%と約半数**にのぼりました。

ちなみに、今の50～60代に対して、「40代の頃に美容への興味・関心がありましたか？」と聞くと、「興味・関心があった」と回答したのは50代(10年前の40代)で36%、60代(20年前の40代)で33%。前述の結果と比較すると、現代では「美容に興味・関心がある」40代男性の割合が、10年前と比べて3割近くも増加していることとなります。[グラフ2]

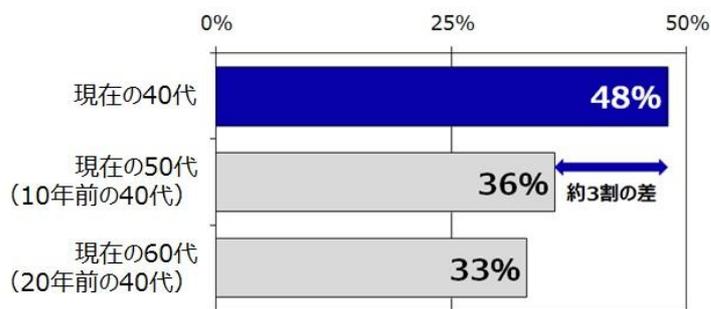
[グラフ1]

Q. 10年前と比べて、世間一般的に男性の美容意識が高まっていると思う？



[グラフ2]

40代男性の美容意識の高まり



■ 40代男性が「かっこいい」と言われたいのは「妻」よりも「職場の女性」!?

それでは、40代以上の男性たちは、美容意識が高まる中でどのような理想を描いているのでしょうか。「理想的な年齢の重ね方」について質問をしたところ、「**周囲から、いつまでも若々しいと思われるように年齢を重ねたい**」(48%)、「**周囲から、かっこいいと思われるように年齢を重ねたい**」(44%)という回答が多数派に。一方で、「周囲から、年相応に見られるように年齢を重ねたい」と答えた男性は12%にとどまりました。調査結果からは、「**年相応**」であるよりも、「**若々しさ**」や「**かっこよさ**」を望んでいる男性が多いことがうかがえます。

ちなみに、「最も“カッコいい”と言われたい相手」を聞くと、全体としては「パートナー(妻・彼女)」(31%)が最多でしたが、**40代のみ**に絞った場合では、「**職場の女性**」(34%)が「**パートナー(妻・彼女)**」(32%)を僅差ながら上回りました。40代男性にとっては、パートナーよりも職場の女性からの反応が、美容へのモチベーションになっているのかもしれない。

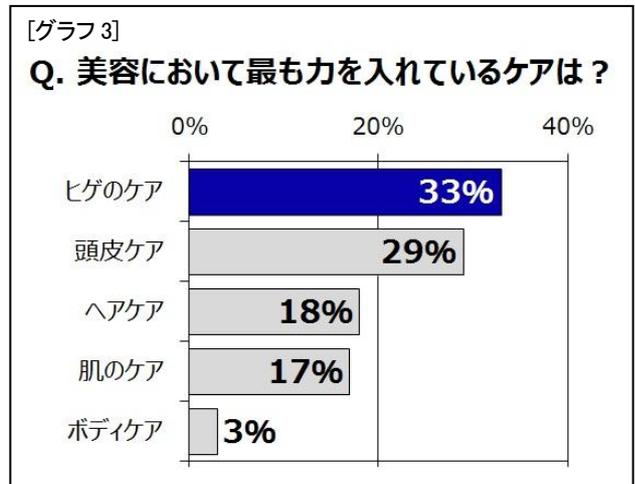
■ 美容ケアの注力パーツは「ヒゲ」！ 「メンズシェーバー」にこだわる男性が7割超

さらに今回は、男性向けの美容・身だしなみ家電についても調査をおこないました。

まず、「**美容・身だしなみ家電を持っているか**」を聞いたところ、**76%と約8割が「持っている」と回答**。所有している家電としては、「電動歯ブラシ」(44%)や「エチケツカッター(鼻毛カッター)」(32%)などを抑えて、「**メンズシェーバー**」(93%)が最多となりました。

さらに、「**メンズシェーバー**」は、「**お金をかけている美容・身だしなみ家電**」(83%)、「**こだわりがある美容・身だしなみ家電**」(73%)としても最も多くの回答を集めており、男性の身だしなみにおけるヒゲのお手入れの重要性がうかがえる結果といえます。

実際に、「**美容において最も力を入れているケア**」について聞いた質問でも、「**ヒゲのケア**」(33%)は、「**頭皮のケア**」(29%)や「**ヘアケア**」(18%)を抑えて**1位**という結果になっています。[グラフ 3]



■ 男性美容研究家・藤村 岳氏に聞く、男性美容市場の拡大 & 40代男性の美容意識の高まり

今回の調査からは、昔と比べて40代男性の美容意識が高まっていることが分かりました。そこで、男性美容市場が拡大している背景や、40代男性の美容意識が変化した経緯、おすすめの美容の取り入れ方について、男性美容研究家の藤村 岳氏にお話を伺いました。

◇ 身だしなみは「プラスアルファ」から「当たり前」へ…男性美容は“危機管理の一環”

年々注目が高まっている男性美容。市場規模も、ここ10年で130億2,100万円(2004年)から222億3,900万円(2014年)と約2倍に拡大しています(経済産業省 生産動態統計調査より)。

このように男性美容市場が拡大している背景には、「**社会の価値観が変わってきたこと**」と、それにもなって「**個人の意識が変わってきたこと**」が挙げられます。

戦後から高度経済成長期にかけては、「汗水たらして働く」ことや「お風呂に入れなかったり、家に帰れなかったりするほど忙しい」ことを美德とする価値観があり、**身だしなみは能力とは別物で、むしろ身なりを気にするなんて恥ずかしい**とされていました。しかし、その時代を経て現在では、一事が万事、**身だしなみなどの自己管理ができない人は、仕事のクオリティやスケジュールの管理もできないと思われる**ようになっていきます。身だしなみが整っていて清潔であることは当たり前で、いわばスタートラインなのです。

また、「**女性の社会進出が進んだこと**」も背景のひとつ。普段からケアをおこなっている女性は、男性よりも身だしなみに関して気が付くポイントが多いものです。同僚や部下だけでなく、上司や取引先にも女性が増えた現在では、女性から生理的に嫌われると仕事になりません。

こうした社会の変化により、「**身だしなみが整っていない**」ことによる不利益に気付いた男性たちが、**危機管理の一環として、美容に意識を向けるようになってきた**のです。

◇ 美容意識上昇中！ バブル世代と、能力の高い若者に挟まれる40代男性

中でも、特に注目したいのが「40代」の男性たちです。今回の調査でも、約半数の40代男性が美容に興味・関心を持っていることがわかりましたが、こうした背景には、**50代前後のバブル世代と、20~30代のはつらつとした若者に挟まれたこの世代ならではの事情**があります。

自分たちよりも上のバブル世代の、飾り立てる割に肌の清潔さや調子など、本質を気にかけないように見える様子を反面教師にし、「どうせ年をとるならば、自分はきれいに年をとりたい」と思うってしまうことも。一方で、若い起業家に会ったり、自分よりもずっと年下の人物が仕事で対等の立場だったりすると、若さという無言の圧力から危機感をおぼえることもあるでしょう。

40代は男性が最も老け始めるタイミングであり、外見も含めて「このままではいけない」と思い始めることが、美容に関心を持つきっかけになるのです。

現在の40代は就職氷河期を経験した世代だったこともあり、つらい状況を乗り越えてきた、柔軟な世代といえます。**美容という新しいジャンルに挑戦する場合も、一度取り入れてしまえば早いもの。**成果が出て周囲の反応が変わってくればよりモチベーションが上がり、さらに前向きに楽しく取り組めるのです。

◇ ミドル層男性におすすめの美容の取り入れ方とは？

40代をはじめとするミドル層の男性が注力すべきは、やはり毎日のおこなうシェービングです。シェービングは男性にとって、**オンとオフを切り替え、戦闘モードに入る大事な儀式**。しかし、それだけではなく、物理的にヒゲを剃り落とすので、**気持ちよさをともなう行為**でもあります。美容を継続する上で大切な、この気持ちよさを改めて感じてください。

また、**シェービングとワンセットともいえるスキンケアも重要**。滑らかで健康的な肌であればスムーズにシェービングができます。**“今日の保湿が明日のヒゲ剃りを快適にする”**のです。

さらに、男性が一番鏡を見るのはシェービングのときです。シェービングの際には必然的に肌を見ることになりませんが、**肌は自分の体や心の状態を如実に表すので、シェービングは“気付きの場”**になりえます。「昨日深酒をしたせいかな、今日はむくんでいる」、「しみができているから紫外線対策をしないと」というように、**シェービングを通して自分の状態を知り、次のケアにぜひ活かしてください。**

藤村 岳(ふじむら・がく) 男性美容研究家

1973年東京生まれ。大学卒業後、植物関連の雑誌・書籍の編集を行い、ハーブやアロマセラピーの知識を得る。その後、『オレンジページ』に転職し、料理、健康などの生活情報誌に携わる。そんな中、男性が読む美容記事を、美容ライターというヒゲを剃らない女性を書くことに違和感を覚え、独立。シェービングを中心に据えた独自の男性美容理論を打ち立て、男性美容のパイオニアとして活動中。総合情報サイト『All About』にて「メンズコスメ」のガイドを務める。数々のテレビ番組やラジオなどの出演のほか、講演・イベントなども行う。コンサルタントとしてコスメの開発にも携わり、男性用コスメブランド『RISINGWAVE VILLA』をプロデュースしている。著書に『男の身だしなみ 100の基本』(エイ出版社)がある。



■ 新機能搭載で、さらに肌にやさしく剃り残しゼロへ！ 進化し続ける「ラムダッシュ」

パナソニックのプレミアムシェーバー「ラムダッシュ」5枚刃シリーズから、肌にぴったりと密着し、従来品よりもさらに肌にやさしい新製品「ES-LV9A」、「ES-LV7A」、「ES-LV5A」が、2015年9月1日(火)に登場します。

本製品は、**自在に動いて肌の凹凸にぴったりと密着する「3D アクティブサスペンション」**を搭載。これまでの「前後・左右」の動きに「上下」が加わり、寝ているヒゲも逃しません。また、**肌との摩擦を従来の約3分の2※に抑える「スムーズローラー」**によって肌への引っかかりを減らし、スムーズな剃り心地を実現しています。さらに、「ES-LV9A」は5枚刃シリーズで**初の金属ボディを採用し、大人の男性にふさわしい重厚感**を表現しました。



ES-LV9A
(本体・充電器)

ワンランク上の身だしなみを目指す40代男性におすすめの製品です。

※ 従来品(ES-LV96)比。当社独自基準に基づく。

⇒「ラムダッシュ」製品サイト <http://panasonic.jp/shaver/>

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンダーズ株式会社 担当:横山 TEL:03-5774-8871 / FAX:03-5774-8872 / mail:press@trenders.co.jp