

媒体名	日本経済新聞
掲載日	2013. 2. 2
NIKKEIプラス1	

コバの鏡

11-2



綺麗男

||きれお

美容・服装こだわる男子

この十年で変わったものに、男性政治家のファッションというのがある。昔は、サエないドブネズミンスーツが基本。世論のほつも、シャレてるEマがあるなら仕事して

の恥だった時代から一転、デキる男は「小ぎれい」の法則が定着しつつある。というわけで今週のお題は「綺麗男」。そのまんま、美容やファッションにこだわる

け、だったと思う。ところが今じゃ、外見も政治家の力量のうち。絵に描いたようなオヤジスーツだった人が、久々にテレビで見ると、派手なボケットチーフなんかで小じやれていたりするから驚く。

私調べによる「オシャレな人が少なそうな職業」ランキングで、トップだった政界でもこれだもの。オシャレは男

今どきの男子を指す。まあ、綺麗とはいえず、一昔前のビジュアル系のように、メークした綺麗とはちよつと違う。清潔感のある身だしなみに気を配り、つるつるの素肌を自指して、基礎美容にも手を抜かない。そんな男子のこと。

名付け親とされるのが、リクルートライフスタイルの「ビューティ総研」だ。同総研が昨年おこなった調査でも、20代を中心に「美容に関心の高い清潔男子」が増加しているという。そういえば最近、ドラッグストアでもメンズコスメのコーナーは大きくなる一方だし、男性ファッション誌も売れてるそうじゃない。女性にとつて、新たなライバル出現か？
(ライター 福光 恵)