

|     |           |
|-----|-----------|
| 媒体名 | 日経MJ      |
| 掲載日 | 2012.11.2 |

今年の夏に目立ったタン  
 デーでカジュアルな「シ  
 ョートパンツ男子」。ツル  
 ツルなすねもよく目につい  
 た。最近よく見るヒカヒカ  
 の爪持ち営業マンも数年前  
 にはほとんど見られなかつ  
 た。小奇麗でさっぱりとし  
 た男子が街に増えるなどこ  
 こ1、2年、男性美容消費  
 に勢いがある。

## 成長への道しるべ

### 美容サービスの潮流 ④

リクルートライフスタイル ビューティ総研センター長 野嶋 朗氏



のじま・あきら 1988年リクルート入社。  
 キャリア事業企画室、地域活性化事業企画室、進学  
 事業カンパニーオフィサー、北海道支社長などを  
 経て2010年10月にリクルートライフスタイル  
 ビューティ総研センター長に。年間50回以上の  
 セミナー、研修、各種調査研究を通じて日本の美  
 容産業の成長をテーマに活動する。

## 20代の男性市場が有望

男性用の化粧品だけでな  
 く男性用サロンも人気だ。  
 ヒゲ脱毛だけでなくすねや  
 胸などの脱毛をする男子も  
 増えている。普段から肌の  
 調子を気にかけ、スリムな  
 体形に憧れ、ショーウイン  
 ドで自分の姿をチェック

する。毎日洗顔ソープを使  
 い、会社のトイレの鏡の前  
 で髪をクシクシにセツ  
 トしてから「朝食」に参加  
 する。  
 激戦区、竹上通りにはほと  
 んど当初の想定以上に男性客  
 に近い一角にある「TUNE  
 S」はそんな清感あふれ

る美容意識の高い男性を対  
 象にした専用サロンだ。  
 リニューアルオープンした  
 東京ステーションホテル内  
 の「SPATATORIONE」  
 も当初の想定以上に男性客  
 の比率は高いという。

このように美容に関する  
 の波。女子の進学率の上昇

生活を大切にする男性は特  
 別ではなくなっており、特  
 に20代の後半は30%がスキ  
 ンケア、ボディケア、ヘア  
 アケアに関心があり、美容  
 消費も盛んで、楽しんでい  
 る。  
 美容は女性の領域ではな  
 く自分たちのものでもあ  
 る。彼らが憧  
 れの対象にし  
 ているのは肌  
 がきれいで容

で大学生活も女子に囲ま  
 れ、社会人になっても総合  
 職の女性の先輩から指導を  
 受ける。  
 競争よりもバランス、協  
 調、配慮といった価値観が  
 強い教育環境で育ち、その  
 まま社会に出たため、目立  
 つことや嫌われてしまふこ  
 とを避けていく。美容は女  
 子の円滑なコミュニケー  
 ションのためのもので、目  
 線はボス(上司)より女子  
 なのである。

◆ 最新の美容サービス消費  
 の傾向や背景などについ  
 てリクルートライフスタ  
 イル ビューティ総研の調  
 査結果などを織り交ぜなが  
 ら紹介する。