

キーワード

下から“綺麗男”、これから“女性”。
「必・身だしなみ時代」を生き抜くサラリーマン

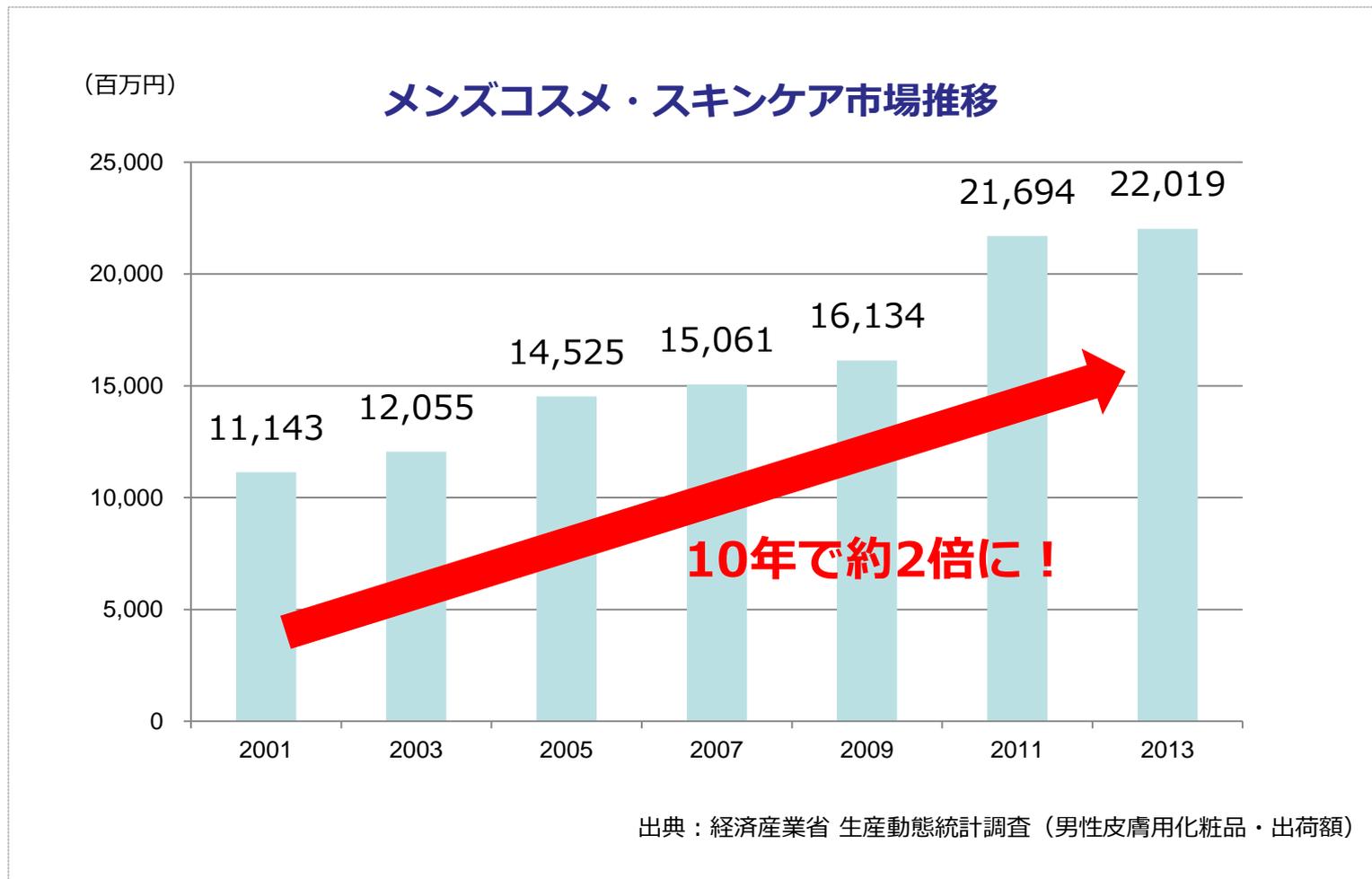
✨
サバ美ーマン
(さ ば び ー ま ん) ✨

30代後半～40代前半、ミドルエイジと言われるサラリーマンの身だしなみやケア意識があがってきている。

臭い・体型・肌質の変化など、加齢が「自分ゴト」化する世代であると共に、周囲には、美容を当たり前にする**若手の「綺麗男(きれいお)」世代、厳しいチェックの目を持つ女性も増加**し、職場における「必・身だしなみ時代」が到来。

彼らにとっての「身だしなみ」=美活は、
マイナスをゼロにし、周囲とうまくやっていくために必要な「ビジネススキル」
とも言える。周囲の多様な目を意識し、
職場で生き抜く(サバイバル) ために美活を行うサラリーマン=「サバ美ーマン」
がこれから、ますます増えていく。

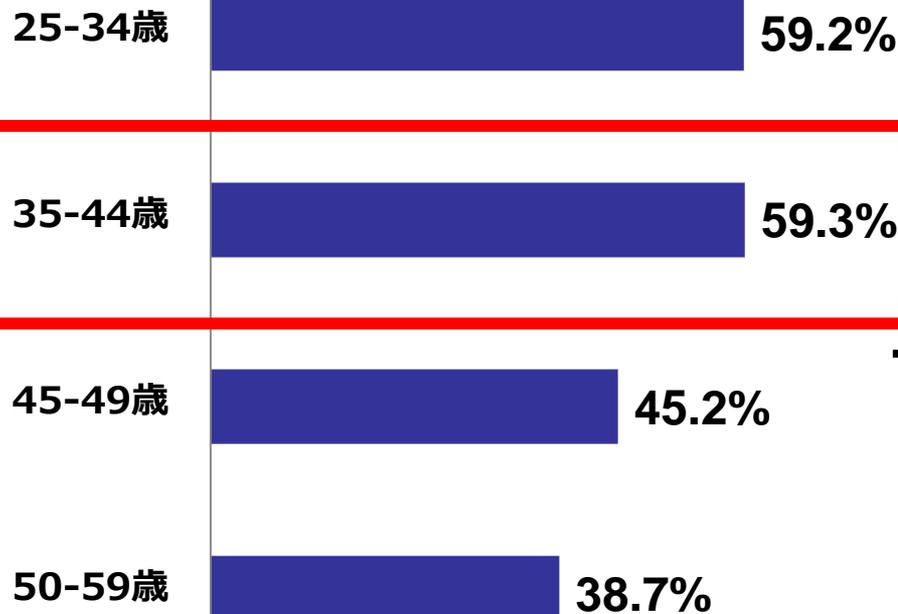
コスメ・スキンケア・デオドラント商品・美容家電・・・
男性美容マーケットは、ここ数年伸び続けている。



若い世代と並んで、「ケア実施率」の高いミドル世代。

Q.体の気になる部分について、「ケア」をしていますか？
 (「ほとんどしている」「多少している」と答えた人計)

※1



当たり前前に「綺麗男（きれいお）」世代

90年代後半に起こったビジュアル系バンド、カリスマ店員&美容師、ギャル男などのブームを多感な時期に体験。その後男性化粧品・スキンケア市場も急拡大・商品も増え、臆することなく美容を当たり前前に生活に取り込む清潔男子世代。

「男の曲がり角」36.7歳※2を迎え、 中年オヤジにはなりたくない 「サバ美一マン」世代

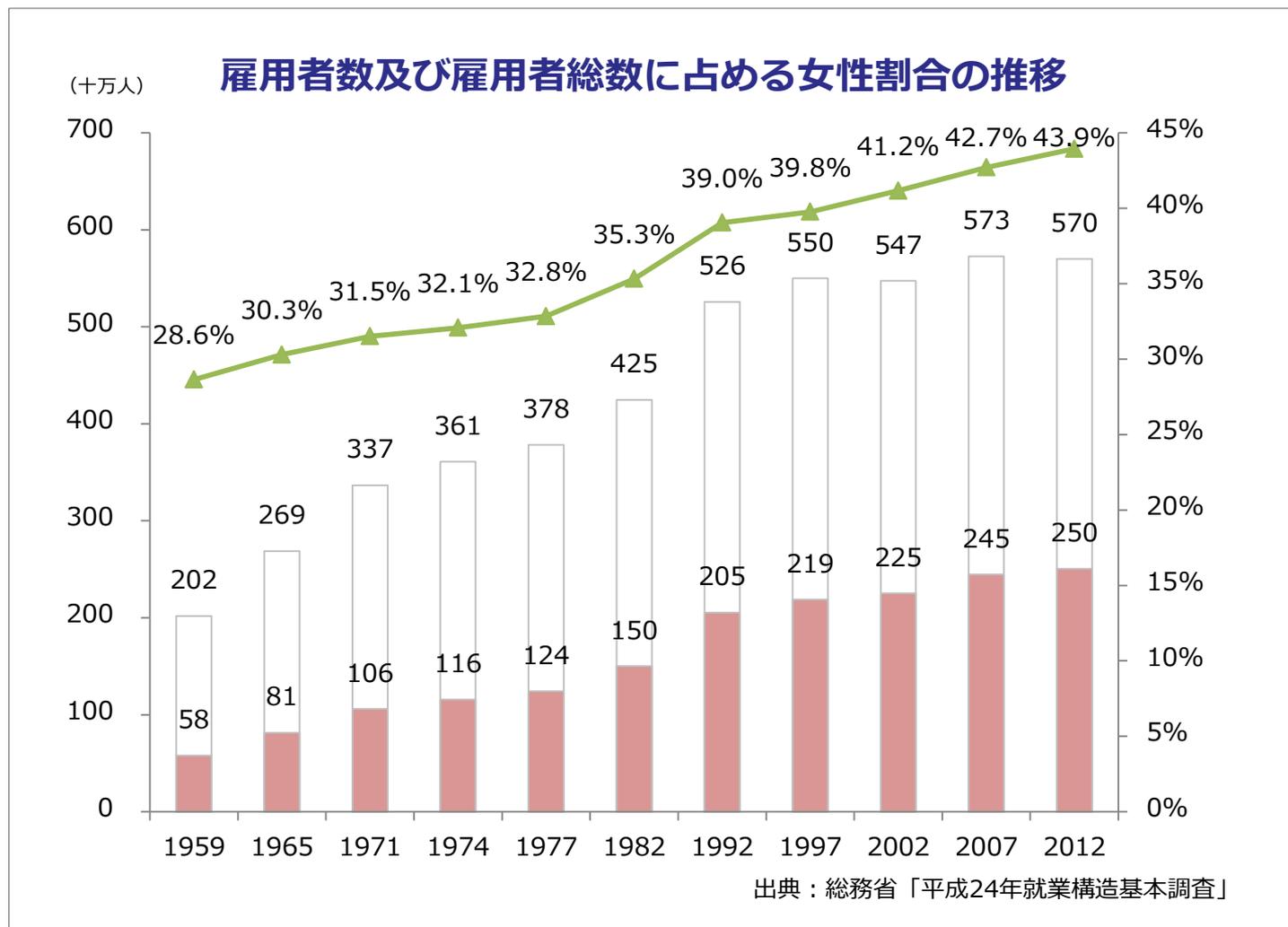
人口が多く常に競争にさらされてきた団塊Jr.世代。多感な時期に、男性ファッション誌（「MEN'S NON-NO」「FINEBOYS」等）や男性コスメブランド（「UNO」「ギャツビー」等）が人気となったこともあり、美容に対する意識・関心は比較的高い。男の曲がり角を迎え、臭い・体型の変化など、加齢を急に「自分ゴト」に感じる。『若い頃に見たいわゆる「中年オヤジ」にはなりたくない』とあらがう男とオヤジの過渡期世代。

綺麗おじ or 中年オヤジの二極化世代

若い頃にバブルを謳歌し、未だモテや見栄を意識して消費意欲旺盛に美活をする「綺麗おじ」も存在する一方、ケア実施率が減り「中年オヤジ」化する人も増えてくる世代。

※1 出典：Beauty総研「男性美容に関する調査」（2014年11月）
 20～59歳の男性N=1200、20～49歳の就業女性N=600
 上記は25～59歳の男性就業者(自営・フリーランス、パート・アルバイト除く)N=788
 ※2 出典：Beauty総研「男性のライフステージに関する調査」（2014年12月）
 全国、20～59歳の男性就業者(自営・フリーランス、パート・アルバイト除く)N=800

雇用者総数に占める女性比率は年々増加、今や半数近くに。



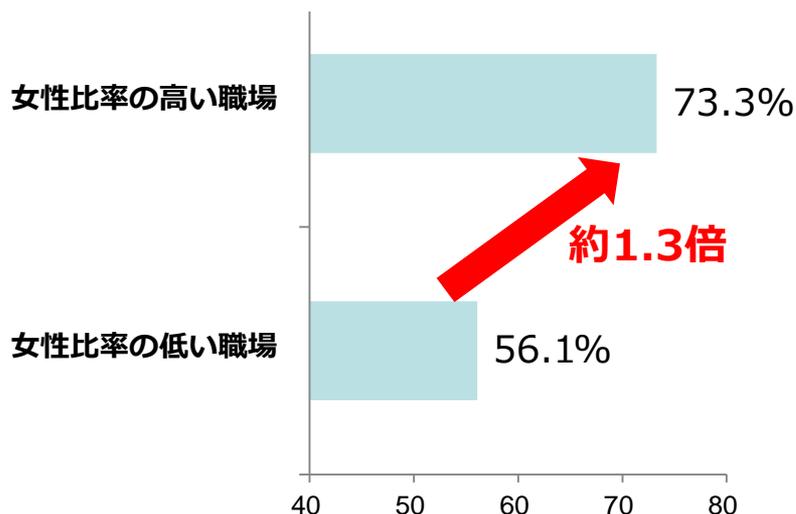
職場の男女比率で変わる、男性の美意識

女性比率の高い職場は、男性の「身だしなみ・ケア」意識が高い。

今後、さまざまな職場で女性比率が上昇すると、男性の「身だしなみ・ケア」意識は、高くなる予想。

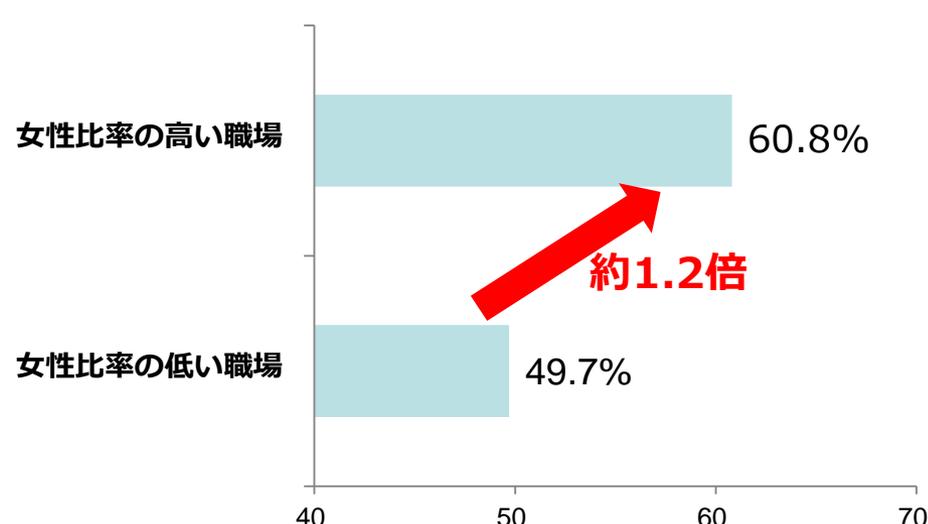
ケアへの関心度

Q. スキンケア・ボディケアなどに関心がある



ケアの実施率

Q. 気になる部分に対するケアをしている



※女性比率の高い職場：職場の女性比率が5割以上と答えた人
女性比率の低い職場：職場の女性比率が2割以下と答えた人

出典：Beauty総研「男性美容に関する調査」/25～49歳の男性就業者、N=550

女性は男性より約1.3～1.5倍厳しく、身だしなみをチェック！

Q.職場の男性の身だしなみで、「とても不快」と思うポイントは？

| | 女性の回答 | 男性と女性の意識にギャップ | 男性の回答 |
|--------------------------|-------|---|-------|
| 汗や体臭がするのに、ケアをしていない | 68.0% |  | 51.4% |
| 食後やタバコなど口臭がする時に、ケアをしていない | 63.8% | | 42.5% |
| 頭が臭うのに、ケアをしていない | 62.7% | | 47.2% |
| 肩にフケが落ちている | 60.8% | | 46.2% |
| 足が臭うのに、ケアをしていない | 57.7% | | 39.9% |
| 香水の匂いがきつい | 48.0% | | 36.2% |
| 髪がべたついている | 45.0% | | 34.3% |
| 爪が汚い | 44.8% | | 28.0% |
| 鼻毛が出ている | 44.7% | | 29.6% |
| 耳毛が出ている | 39.5% | | 24.5% |

女性と男性、身だしなみのチェック度に違い

職場の男性の第一印象で大事なこと、女性は9割が「清潔感」。

「身だしなみ」「清潔感」は、女性が増える職場において、スタートラインに立つためのビジネススキル。

Q.職場の男性の第一印象で、大事なことはなんですか？

女性の回答

| | | |
|----|-------------------------|-------|
| 1位 | 清潔感がある（服装や臭いケアなどの身だしなみ） | 90.3% |
| 2位 | 言葉遣い・話し方に好感が持てる | 89.0% |
| 3位 | 気遣いがある・礼儀正しい | 83.3% |
| 4位 | 話している内容がいい | 58.2% |
| 5位 | ユーモアがある・話し上手である | 55.7% |

男性の回答
 1位「言葉遣い・話し方に好感が持てる」
 79.6%

職場の女性比率は？

ここ数年で**職場の女性比率は上がりました**。特に下の世代ですね。**新卒や20代の若手は男女比が半々位**になってきたかな。

普段のケアは？

朝と夜**化粧水**をつけている。なんか顔のべたつきが気になって…。あとは臭いケア。**制汗剤**は体や足にもしっかり使います。夏は**制汗シート**も必携です。



37歳 男性
官公庁勤務・経営企画
妻と、娘が2人

意識し始めたきっかけは？

2年前に、女の子が部下になってから。男同士だったら「分かるよね」で許されることが、そうじゃない。特に**若い女性は横のネットワークが強くてすぐに話や噂が広がる**。陰で「臭う」と言われている上司がいて、「**もしかしたら自分も**」ってすごい**心配**に。被害妄想かもしれないけど(笑)。最近「スメハラ」って言葉もあるし。

何のためにケアする？

結婚もしてるし、モテたいとかはない。「**周囲に不快感を与えたくない**」ってというのが一番です。

職場の女性比率は？

特に、**営業職の女性**がここ3～4年でぐんと増えた。**採用で女性を増やしてるし、結婚・出産後に続ける人も増えました**よね。



意識し始めたきっかけは？

中学の同窓会とか同期会は刺激になる。久しぶりに会うと「がんばってる奴」とそうじゃない奴ですごい差がついてて…。俺もおじさんかって(笑)。そして、これは**「がんばる」方に行こう**と。あとは身なりに気を使わない不潔な職場の先輩がいて、飲み会で女性が隣に座りたがらないんです。**「ああはなっちゃいけない」**って**反面教師**で思います。

何のためにケアしてる？

人って、まず第一印象がある。清潔じゃない場合はそこで円滑ではなくなる。**人間関係を円滑にするための第一ステップ**的な役割ですね。

41歳 男性
製薬メーカー・総務
既婚・子供なし

理想とする人は？

谷原章介さん。
容姿がいいのはもちろん、土曜のお昼の情報番組もそつなくこなす。**万人受けするような清潔感**があるところがいい。

悩むポイントは「臭い」「顔の肌質」「体型」など、加齢カテゴリー。

悩みに対応して、使っているものも、「洗顔料」6割強、「制汗剤」4割強、「化粧水」「リップクリーム」2割強など。

Q.顔や体について気になる部分は？

1位 体臭・口臭 32.5%

2位 顔の肌質 26.1%
(テカリ・ベタツキ・肌荒れなど)

3位 体型・スタイル 25.2%

- 4位 歯(歯並び・黄ばみなど) 21.4%
- 5位 毛髪の量 19.2%
- 6位 髭(ひげ) 16.7%
- 7位 毛髪の質 15.4%
- 8位 ヘアスタイル 15.0%
- 8位 鼻毛 15.0%
- 10位 顔以外の肌質 12.0%
(カサつき・吹き出物・肌荒れなど)

Q.今使っているモノ・サービスは？

制汗剤・デオドラント剤 42.3%
マウスウォッシュ 21.4%
消臭剤・消臭スプレー 13.7%

洗顔料・洗顔ソープ 63.2%
化粧水・ローション 23.1%
リップクリーム 21.4%

体組成計 26.5%
万歩計 11.5%
機能性ウェア・シューズ 8.5%
スポーツジム 9.0%

理容院・理髪店 38.9%
美容院・美容室 27.8%
眉毛・鼻毛専用ハサミ 20.1%
デンタルフロス 18.8%
ボディクリーム 11.5%
頭皮洗浄・マッサージグッズ 7.7%

今後関心があるものでは、
「パック・毛穴パック」「香水」「エステサロン」等も約1割が関心。

Q.今後使ってみたいモノ・サービスは何ですか？

【アイテム】

| | |
|---------------------|-------|
| 口腔洗浄機 | 15.4% |
| 機能性ウェア・シューズ | 14.1% |
| 頭皮洗浄・マッサージグッズ | 13.7% |
| 万歩計 | 12.8% |
| 体組成計（体重計・体脂肪計） | 12.8% |
| パック・毛穴パック | 11.5% |
| デンタルフロス・歯間ブラシ | 11.5% |
| 香水 | 11.1% |
| 眉毛専用・鼻毛専用ハサミ | 11.1% |
| トレーニング器具（バランスボールなど） | 10.7% |
| 消臭剤・消臭スプレー | 10.3% |

【サロン・サービス】

| | |
|-----------------------------|-------|
| リラクゼーションサロン※ | 23.9% |
| スポーツジム | 17.9% |
| エステサロン | 8.5% |
| 理容院・理髪店 | 7.3% |
| 美容院・美容室 | 6.0% |
| ネイルサロン | 3.0% |
| アイビューティサロン （まつげエクステンション） | 1.7% |

※リラクゼーションサロン：リフレクソロジー、足ツボ、
ヘッドスパ、整体・岩盤浴など

出典：Beauty総研「男性美容に関する調査」

/35～44歳就業男性N=263

ちょっとおしゃれな空間+豊富なオプションメニューで
ミドル男性の悩みを優しく解決！
理容室の新潮流“バーバー”

「ヘアサロンHIRO GINZA」（銀座/新橋/神田/田町など、都内に10店舗）

定番のカットやパーマ、カラー、白髪染めはもちろん、最近では、利用しやすいプチメニューが人気。個室風空間×利用しやすい低価格オプションメニューがカットのついでに受けられ、サクッと身だしなみを整えたいサラリーマンに支持されている。

- ◆メントンヘッドスパ 25分2,500円
- ◆顔ほぐし 20分2,000円
- ◆ネックリンパ 20分2,000円
- ◆超音波エステ 20分3,000円
- ◆ネイルポリッシュ 35分3,500円
- ◆極上耳そうじ 20分2,000円

など



短時間・低価格・都度払いなど通しやすいシステムで、
サラリーマンをサポート。

最短15分のメニューもある グルーミング専門店

グルーミング専門店「グルステ」(南青山)

男性にとってはハードルが高かったエステを、「ファスト カジュアル エステティック」というコンセプトと、通しやすい仕組みで提供。(「予約・着替え・入会ともに不要」「短時間×低価格×明確な料金」「券売機でチケットを都度購入(Suicaも利用可)」など。)

顔からボディまで20カ所以上の脱毛メニューがある。また、グルーミングを「ヒゲや体を清潔に手入れすること」と捉え、ネイルケアやフェイシャルメニューも提供。

【脱毛メニュー】

- ◆手の甲：10分2,980円
- ◆手の指：10分2,980円
- ◆鼻毛：20分4,980円
- ◆まゆげ：20分3,980円
- ◆ひじ下：30分7,980円
- ◆ひざ下：30分7,980円 など



企業単位で「スメルハラスメント」対策も！ においの仕組みと対策が分かる 「においケアセミナー」

●男のにおい総研「においケアセミナー」（株式会社マンダム）

デオドラント商品のリーディングカンパニーとして、今までも企業からの個別セミナーの要望があったが、ニーズの高まりから2014年6月に正式に「においケアセミナー」をスタートした「マンダム」。

臭気判定士という国家資格取得者も参加し、ニオイが発生するメカニズムや制汗スプレーなどの商品の使い分けも指南してくれる。

企業からの依頼セミナーを行っており、**今までに既に10社約1,500名が受講**。中には、主婦社員が「自分の主人の体臭解決のために聞きたい」とお昼時間に設定されたケースも。秋になってもまだまだ問い合わせが続いているという。



OTOKO NO NIOI SOKEN
男のにおい総研

Supported by mandom



においケアセミナーの概要と
お問い合わせ・お申込みについて
においケアセミナー

【セミナー事例】

●エプソン販売(株)●

今までに計4回開催。参加者の82%が「とても参考になった」、95%が「ニオイケアをしようと思った」「今までは不十分だった」と回答。

キーワード

下から“綺麗男”、これから“女性”。
「必・身だしなみ時代」を生き抜くサラリーマン

✨
サバ美ーマン
(さ ば び ー ま ん) ✨

30代後半～40代前半、ミドルエイジと言われるサラリーマンの身だしなみやケア意識があがってきている。

臭い・体型・肌質の変化など、加齢が「自分ゴト」化する世代であると共に、周囲には、美容を当たり前前に嗜む**若手の「綺麗男(きれいお)」世代、厳しいチェックの目を持つ女性も増加**し、職場における「必・身だしなみ時代」が到来。

彼らにとっての「身だしなみ」=美活は、
マイナスをゼロにし、周囲とうまくやっていくために必要な「ビジネススキル」
とも言える。周囲の多様な目を意識し、
職場で生き抜く(サバイバル) ために美活を行うサラリーマン=「サバ美ーマン」
がこれから、ますます増えていく。