



SHIBUYA109 lab.

SHIBUYA109  
ENTERTAINMENT

2020年1月21日

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント

## イマドキ男子の実態調査 – 大学生の男女比較 –

お金をかけるコトは「旅行」「漫画・アニメ」「TVゲーム・スマホゲーム」

好きなファッションブランド「特になし」

ムキムキよりツルツルを重視?! 男子の美容事情を調査

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：木村 知郎)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は大学生の男女を対象に情報収集や興味関心の意識調査を行いました。一都三県在住の大学生へWEBアンケート調査を実施し、さらに大学生男子のグループインタビューから、「イマドキ男子の実態調査 – 大学生の男女比較 –」を発表いたします。



SHIBUYA109 lab.



SHIBUYA109 lab.調べ  
イマドキ男子の実態調査  
– 大学生の男女比較 –

# 情報収集実態

# お金をかけること・時間をかけること

# ファッションに対する意識

# 美容に対する意識

### 【イマドキ男子の実態調査 – 大学生の男女比較 – トピックス】

#### [1] 情報収集は「Twitter」で。気になるモノはレビューを比較

お金をかけるコトは「旅行」「漫画・アニメ」「TVゲーム・スマホゲーム」

##### ●情報収集

男子の1位は「Twitter」同質問に対して女子は「Instagram」の数値が高く、また「同性の友人や家族からの口コミ」も男子より重視する傾向。女子はInstagramを中心に「ビジュアル」を重視した情報収集をするのに比べ、男子は「テキストで詳しい情報を得たい」という意識が高い。

##### ●時間とお金の使い方

男女ともに最も時間をかけているのは動画鑑賞。男子は2位「TVゲーム・スマホゲーム」3位「漫画・アニメ」という結果。一方女子は「コスメ・メイク」「日本の男性アイドル・アーティスト」と続く。お金をかけるコト、男子は1位「旅行」、2位「漫画・アニメ」「TVゲーム・スマホゲーム」、女子は1位「コスメ・メイク」2位「ファッション・アクセサリー」3位「旅行」

#### [2] 好きなファッションブランド「特になし」が1位。男子は「着回し」女子は「自分らしさ」を重視

好きなファッションブランド第1位は「特になし」。男子は「これでいいやと妥協orこだわらずに選んでいる」が44.7%。女子はファッションに「自分らしさ」を重要視しているが、男子はどこに着て行っても浮かない無難なスタイルを選ぶ傾向が強い。

#### [3] around20男子はムキムキよりツルツルを重視?! 男子の美容事情を調査

男子が気になっているのは「脱毛」。ダイエット・ボディメイク、サプリやヘアケアよりも関心が高く、毛を完全に失くしツルツルにするというより、毛量を減らしたいという意向が強い。男子コスメに「興味がある」層は約25%。フルメイクというより、「肌荒れやクマを隠したい」「肌をきれいに見せたい」という気になる部分を隠すために活用したいようです。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。  
SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

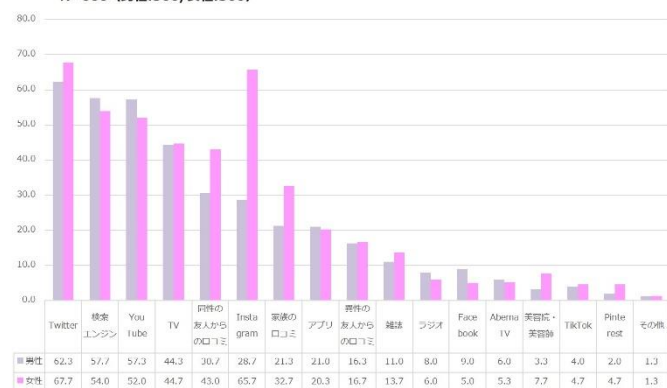
# 【1】情報収集は「Twitter」で。気になるモノはレビューを比較

## お金をかけるコトは「旅行」「漫画・アニメ」「TVゲーム・スマホゲーム」

around20の男女が情報収集の際に参考にするもの※図1として、男子の1位は「Twitter(62.3%)」、次いで「検索エンジン(57.7%)」「YouTube(57.3%)」という結果でした。同質問に対して女子は「Instagram」の数値が高く、また「同性の友人や家族からの口コミ」も男子より重視する傾向にあります。Instagramに注目してみると※図2、男女ともに「友達の投稿」に強い関心があります。さらに女子は「ファッションやメイク・カフェなどの情報源」として活用し、男子は「趣味」「スポーツ」「旅行」の数値が高い結果となりました。

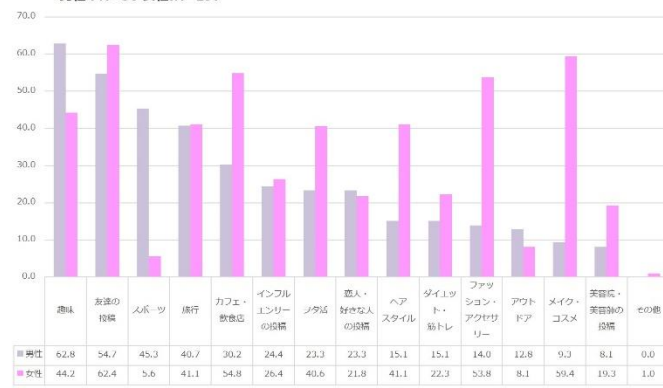
大学生の男子にグループインタビューをしたところ、「気になった商品やサービスは、通販サイト等のランキングやレビューを参考にしている」という声が多く、Instagramを中心に「ビジュアル」を重視した情報収集をする女子に比べ、男子は「テキストで詳しい情報を得たい」という意識が高いといえます。

※図1 Q.あなたが情報収集の際に参考にするものを教えてください。(複数回答)  
N=600 (男性:300/女性:300)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation. ALL Rights Reserved.

※図2 Q.あなたがInstagramでチェックしている情報を教えてください。(複数回答)  
男性: N=86 女性:N=197



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation. ALL Rights Reserved.

### 「時間をかけていること」について聞いてみると※

図3、男子の1位は「動画鑑賞(53.3%)」、2位「TVゲーム・スマホゲーム(21.7%)」3位「漫画・アニメ(21.0%)」という結果となりました。一方、女子は1位「動画鑑賞(33.3%)」、2位「コスメ・メイク(21.7%)」3位「日本の男性アイドル・アーティスト(20.3%)」でした。男女ともに最も時間をかけているのは「動画鑑賞」ですが、次点以降は全く異なるものとなりました。

※図3 時間をかけていること

	男性	女性
1位	動画鑑賞	動画鑑賞
2位	TVゲーム・スマホゲーム	コスメ・メイク
3位	漫画・アニメ	日本の男性アイドル・アーティスト
4位	旅行	ファッション・アクセサリ
5位	映画鑑賞	音楽鑑賞・バンド

### 「お金をかけていること」については※図4、男子

は1位「旅行(22.3%)」、2位「漫画・アニメ(18.3%)」、3位「TVゲーム・スマホゲーム(16.0%)」という結果に。女子は1位「コスメ・メイク(28.3%)」2位「ファッション・アクセサリ(25.7%)」3位「旅行(21.3%)」でした。さらに、男子にグループインタビューしたところ、「漫画・アニメ」は漫画アプリを複数ダウンロードして読んでいるほか、「Netflix」等の動画配信サービスで視聴しているようです。またスマホゲームは課金をして楽しんでいます。around20の男子同士で共有する話は、漫画やゲームに関する内容が多いとのことでした。

※図4 お金をかけていること

	男性	女性
1位	旅行	コスメ・メイク
2位	漫画・アニメ	ファッション・アクセサリ
3位	TVゲーム・スマホゲーム	旅行
4位	映画鑑賞	日本の男性アイドル・アーティスト
5位	音楽鑑賞・バンド	スキンケア・美容

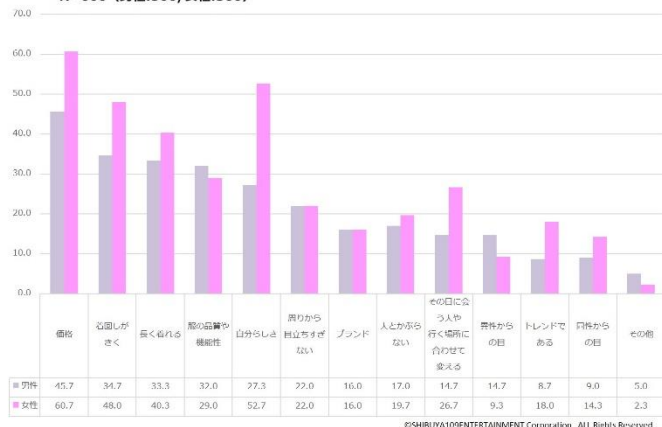
※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

## [2] 好きなファッションブランド「特になし」が1位 男子は「着回し」女子は「自分らしさ」を重視

※図5 Q.あなたがファッションにおいて重視していることを教えてください。(複数回答)  
N=600 (男性:300/女性:300)

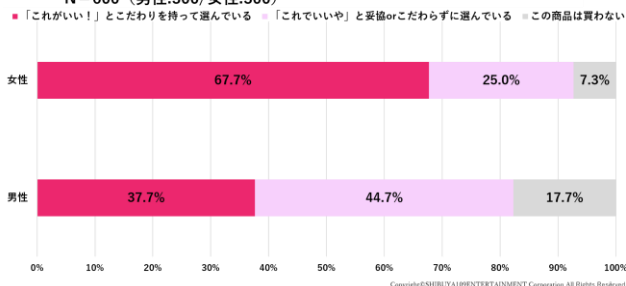


around20がファッションにおいて重視していること※図5は、男女ともに「価格(男子:45.7%、女子:60.7%)」と回答。男子は「着回しがきく(34.7%)」「長く着られる(33.3%)」「服の品質や機能性(32.0%)」と続くのに比べ、女子は「自分らしさ(52.7%)」に対する重視度が高いことがわかりました。

服を選ぶ際の意識についても、女子は「これがいい!とこだわりを持って選んでいる」と回答した人が67.7%と半数以上を占めました。男子は37.7%に留まりました。さらに男子は「これでいいやと妥協orこだわらずに選んでいる」が44.7%と、男女で意識に差があることがわかりました※図6。

また、好きなファッションブランドについて自由回答で聞いてみたところ、男女ともに最も多い回答は「特になし」。2位以降については、男子は「UNIQLO」「GU」、女子は「GU」「INGNI」と続きました※図7。

※図6 あなたが【服】を選ぶ際の意識を教えてください。  
※時と場合による方は、最も多い方をお答えください。(単一回答)  
N=600 (男性:300/女性:300)



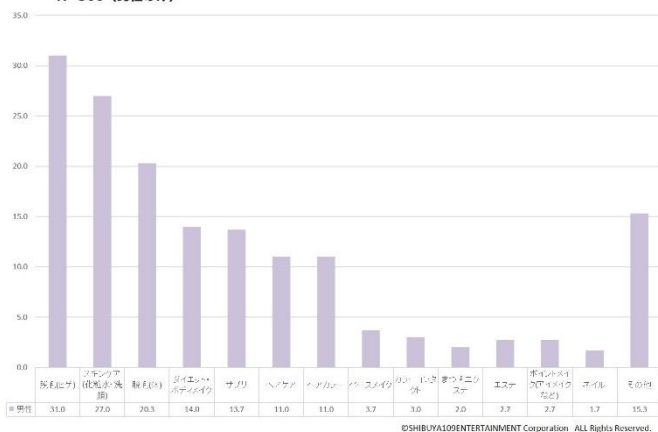
※図7 好きなファッションブランド

	男性	女性
1位	特になし	
2位	UNIQLO	GU
3位	GU	INGNI
4位	NIKE	UNIQLO
5位	adidas	MAJESTIC LEGON

around20たちは可処分所得も少ないため価格を気にしていることはもちろんなのですが、around20女子は、リアル・SNSで複数のコミュニティに属し、いくつも自分を持っているため、その日の気分や一緒に遊ぶ友達に合わせてファッションテイストを変えると特徴があります。そのため様々なテイストを使いこなすためにも、服をブランドよりもテイストや着回しができるかどうかを基準に選んでいる傾向にあります。これに対しaround20男子は、女子よりもファッションに対する関心が低く、どこに着て行っても浮かない無難なスタイルを選ぶ傾向が強いです。

## [3] around20男子はムキムキよりツルツルを重視?! 男子の美容事情を調査

※図8 Q.あなたが今気になっている美容アイテム・キーワードを教えてください。(複数回答)  
N=300 (男性のみ)



around20男子を対象に、気になっている美容アイテム・キーワード※図8について聞いてみたところ、「脱毛(ヒゲ)」が最も多く(31.0%)、次いで「スキンケア(27.0%)」、「脱毛(体)(20.3%)」という結果となりました。ダイエット・ボディメイク、サプリやヘアケアよりも関心があることがわかりました。

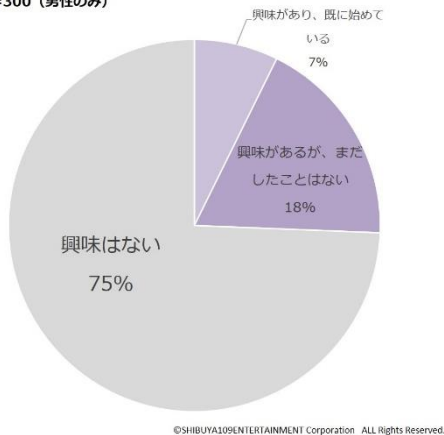
さらに、男子へのグループインタビューにて「脱毛」について聞いてみると、毛を完全に失くしツルツルにしたいというより、毛量を減らしたいという意向が強いです。またスキンケアに関して、化粧水や洗顔料を使うことが当たり前となっているaround20男子は多く、「肌をきれいに見せたい」「肌荒れを防止したい」という意識は高いようです。

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

※図9 Q.メイクについて、あなたの現在の状況を教えてください。  
※メイクには、ベースメイク・ポイントメイクを含みます。(複数回答)  
N=300 (男性のみ)



昨年、複数の化粧品メーカーから化粧下地や男性向けコスメが発売され話題となりました。実際の反応を確かめるため、メイクについて現在の状況を聞いてみたところ※図9、75%が「興味はない」と回答。「興味があり、既に始めている」と回答した人は7%、「興味があるが、まだしたことはない」18%という結果となり、「興味がある」層は約25%という結果となりました。メイクをすることについて、まだまだ浸透はしていないようです。

グループインタビューでは、「肌荒れやクマを隠したい」「肌をきれいに見せたい」という理由から興味を持っているaround20男子が多く、フルメイクというよりも気になる部分を隠すために活用したいようです。

「興味はあるがやり方がわからない」という声もあり、スキンケアや身だしなみの一環として取り入れたいという意識の高まりが感じられました。

別調査ではaround20女子の8割が男子のメイクについてポジティブな回答をしており、うち35%は周りにすでにメイクをしている男子がいるという結果でした。※注1

まだまだ一般化するまでにはハードルがありそうですが、メイクを取り入れるaround20男子は、は今後一層多くなることが予想されます。

※注1…2019年5月 SHIBUYA109来館者調査 (N=100) より

## 【4】アンケート調査概要

### ①WEBアンケート調査

調査期間：2019年12月

調査対象：一都三県に在住の大学生（男女）

有効回答数：N=600（男性：300/女性300）

### ②グループインタビュー

調査期間：2019年12月

調査対象：大学生（男性）

有効回答数：N=5

調査実施・分析：SHIBUYA109 lab.(運営：株式会社SHIBUYA109エンタテイメント)

## 【5】SHIBUYA109 lab.所長より



around20男子のメンズコスメへの関心については少しずつ高まりをみせており、コスメを使うことに対して「恥ずかしい」という気持ちはなく、どちらかというと「使い方がわからない」というハードルがあるため、それが解消できれば今後更に普及していくでしょう。

SHIBUYA109 lab.所長/長田 麻衣

## ■SHIBUYA109 lab. 概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテイメントに設立された、新しい世代に特化するマーケティングチーム。SHIBUYA109のターゲットである「around20(20歳前後の若者)」を中心に彼ら・彼女たちの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田 麻衣（株式会社SHIBUYA109エンタテイメント所属）

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

※ 公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※ 本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。