

40代  
ミドル男性  
白書

[ 2 0 1 6 ]

-ミドルエイジの身だしなみ意識調査-

LÚCIDO

株式会社マダム

# 調査のねらい

ルシードブランドを展開しているマンダムは、長年ミドル男性の体の変化に着目し、研究を行ってまいりました。

その一環として今回は、

ミドル男性の中でも、中心年代である「**40代**」にフォーカスし、

体の変化だけでなく、**心のありよう**にも目を向け、

より深いインサイトを掘り下げていくために調査を行いました。

マンダムは、今後同様の調査を定期的に行うことで、ミドル男性が、

**より輝く人生を送れるよう**手助けを行ってまいりたいと

考えております。

## 調査概要

調査内容	<ul style="list-style-type: none"><li>ミドル男性における生活全般に対する意識や価値観、消費に関する意識や行動、エイジングに対する考え方、おしゃれや身だしなみに関する意識や行動等</li><li>他の年代、および女性にも同様の設問で調査し、ミドル男性と比較</li></ul>																																										
調査手法	インターネット調査																																										
調査エリア	全国																																										
調査対象者	20～69歳男性／20～49歳女性 ※同業種排除(広告、マーケティング、マスコミ関係／百貨店・スーパー・CVS ／医薬品・化粧品関係) <table border="1"><thead><tr><th>【回収数】</th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th><th>合計</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>1030 s</td></tr><tr><td>女性</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>206 s</td><td>-</td><td>-</td><td>618 s</td></tr></tbody></table> ※「H22年国税調査」の人口構成比に基づいたウエイトバック集計を実施(下記参照)。 n=1,648 <table border="1"><thead><tr><th></th><th>全体</th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th></tr></thead><tbody><tr><td>男性</td><td>63.3%</td><td>10.6%</td><td>14.0%</td><td>12.9%</td><td>12.4%</td><td>13.5%</td></tr><tr><td>女性</td><td>63.3%</td><td>10.6%</td><td>14.0%</td><td>12.9%</td><td>12.4%</td><td>13.5%</td></tr></tbody></table>	【回収数】	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	206 s	206 s	206 s	206 s	206 s	1030 s	女性	206 s	206 s	206 s	-	-	618 s		全体	20代	30代	40代	50代	60代	男性	63.3%	10.6%	14.0%	12.9%	12.4%	13.5%	女性	63.3%	10.6%	14.0%	12.9%	12.4%	13.5%
【回収数】	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																					
男性	206 s	206 s	206 s	206 s	206 s	1030 s																																					
女性	206 s	206 s	206 s	-	-	618 s																																					
	全体	20代	30代	40代	50代	60代																																					
男性	63.3%	10.6%	14.0%	12.9%	12.4%	13.5%																																					
女性	63.3%	10.6%	14.0%	12.9%	12.4%	13.5%																																					
調査期間	2015年9月18日(金)～2015年9月20日(日)																																										

# 目次

## 1. 40代ミドル男性の意識

40代ミドル男性の家族とお金 . . . . .	3
40代ミドル男性の人生観と理想像 . . . . .	5
40代ミドル男性と妻／パートナーとの意識差 . . . . .	7

## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

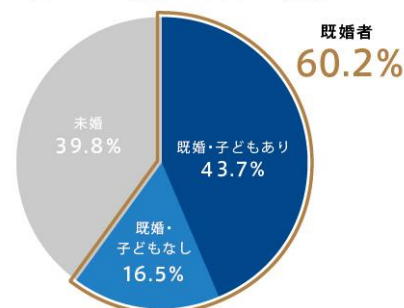
40代ミドル男性にとっての「身だしなみケア」 . . . . .	9
40代ミドル男性が求められるもの . . . . .	10
40代ミドル男性の身だしなみケア実態 . . . . .	11
「意識」の違いが40代ミドル男性の「差」に . . . . .	12
「身だしなみケア意識」による成果 . . . . .	13
身だしなみケアを「楽しいと思う」40代ミドル男性の行動 . . . . .	14

# 1. 40代ミドル男性の意識

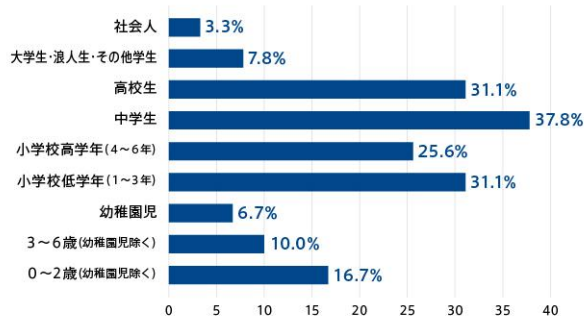
## 40代ミドル男性の家族とお金

過半数の6割以上が既婚者、  
4割以上が有子者。  
その子供の7割近くが中高生。

40代ミドル男性の妻子の有無



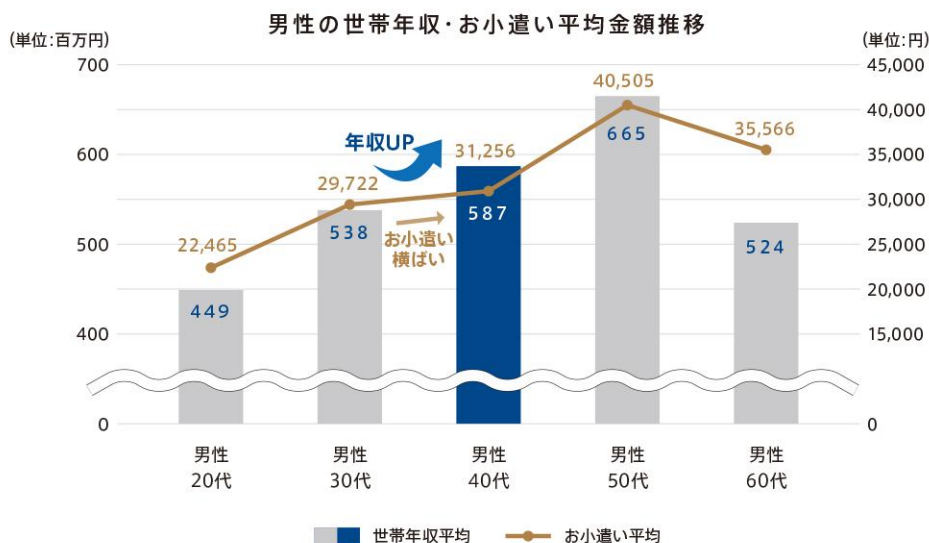
40代ミドル男性の子どもの学齢



今回調査した40代ミドル男性のうち、過半数の60.2%が既婚、43.7%には子供がいることが分かりました。

その子供の7割近くは中高生(中学生37.8%、高校生31.1%)、5割以上が小学生(低学年31.1%、高学年25.6%)でした。

## 世帯年収の上がり方に対して、お小遣いが上がっていない

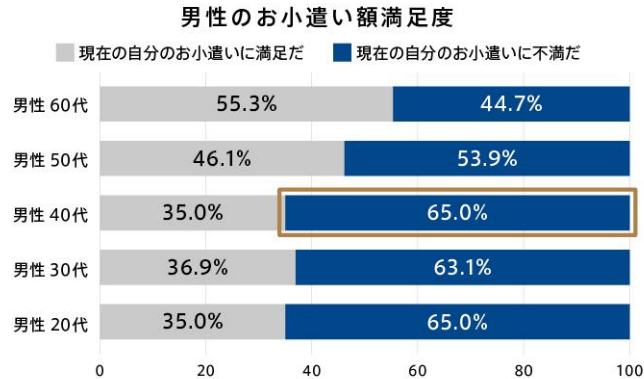


ビジネスマンとして社会で活躍する40代ミドル男性。20代~50代までは年齢に応じて世帯年収は増加する傾向ですが、その世帯年収の上がり方に対して、40代ミドル男性のお小遣いは30代とさほど変わらない状況です。しかし、50代になると急激に上がります。自分自身に使えるお金が少ない。そんな厳しい40代の現状がうかがえます。

# 1. 40代ミドル男性の意識

## 40代ミドル男性の家族とお金

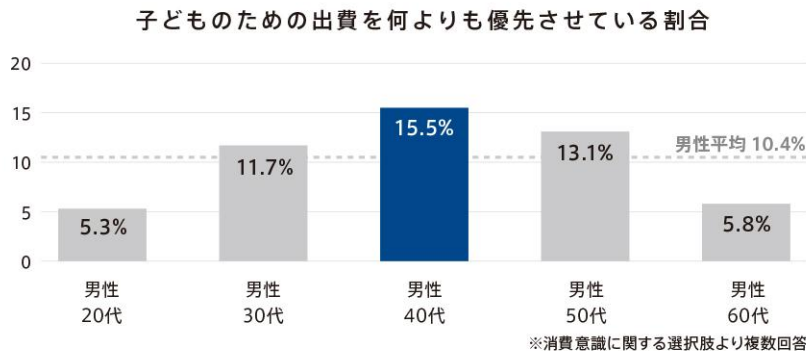
### 6割以上が現在のお小遣い額に不満



「現在のお小遣い額に満足か不満か」という質問に対し、「不満」と答えた40代ミドル男性は、20代とならび65%と、最も高い割合であることが明らかとなりました。

世帯年収の上がり方に対して、お小遣いの上がらない40代ミドル男性。そんな状況に大きな不満を抱えていることがうかがえます。

### 子供のための出費を何よりも優先させている



「子供のための出費を何よりも優先させているか」という質問に、「あてはまる」と答えた40代ミドル男性は、15.5%と男性平均の10.4%を5ポイントも上回っており、年代間比較で最も高いことが明らかとなりました。

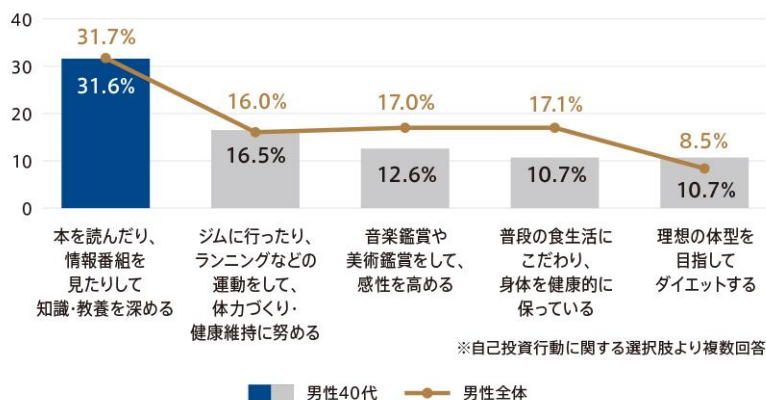
40代ミドル男性の子供は中高生が中心で、教育費もかかることから、子供への投資を優先する親心が感じられます。

# 1. 40代ミドル男性の意識

## 40代ミドル男性の人生観と理想像

### 自己投資は知性磨きが優位

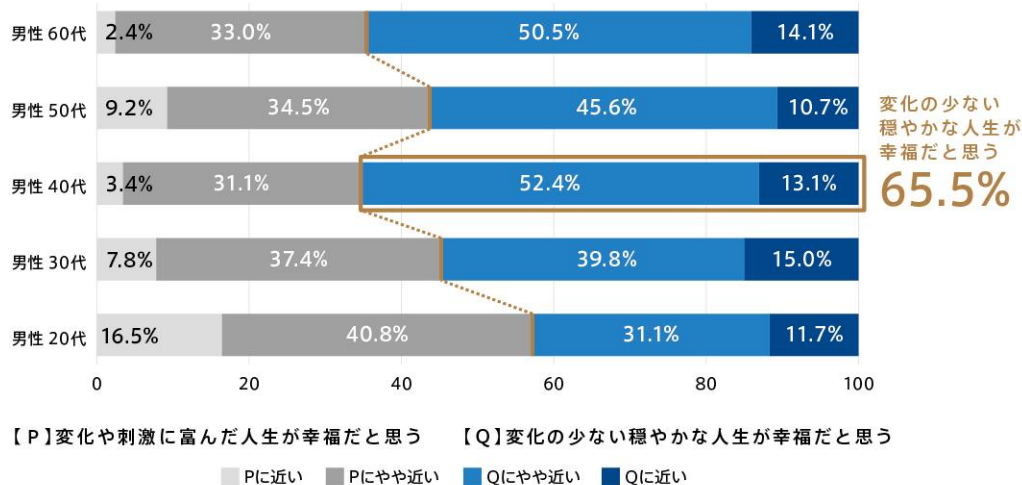
40代ミドル男性の現在の自己投資行動TOP5



「自分自身の価値を高めるために、現在行っていることは」と聞いたところ、40代ミドル男性のトップは、「知識・教養を深める」。ビジネスの中心世代である40代ミドル男性は、幅広い情報収集が必要と認識しているようです。TOP5には、読書や芸術鑑賞の「知性充実」系と、体力づくりや食生活に気を配る「健康意識」系の項目が挙がりました。ただし、男性全体と比べると、芸術鑑賞や食生活における健康意識はやや低く、仕事直結型の行動に意識が向いていることがうかがえます。

### 刺激よりも、「変化の少ない『穏やか』な人生」が幸せ

幸福調査／「変化や刺激」or「穏やか」



ふだんの考え方について、「変化や刺激に富んだ人生が幸福だと思う/変化の少ない穏やかな人生が幸福だと思う」のどちらに近いかの質問に対しては、40代の半数以上である65.5%が「変化の少ない穏やかな人生が幸福だと思う」と回答しました。

年代別でみると、40代までは歳を重ねるごとに「変化の少ない穏やかな人生」に幸福を感じる割合が増加し、40代でピークに。

その後50、60代は、「刺激」を求める割合が再び高まることから、40代ミドル男性は、最も穏やかさを求めている年代と言えます。5

# 1. 40代ミドル男性の意識

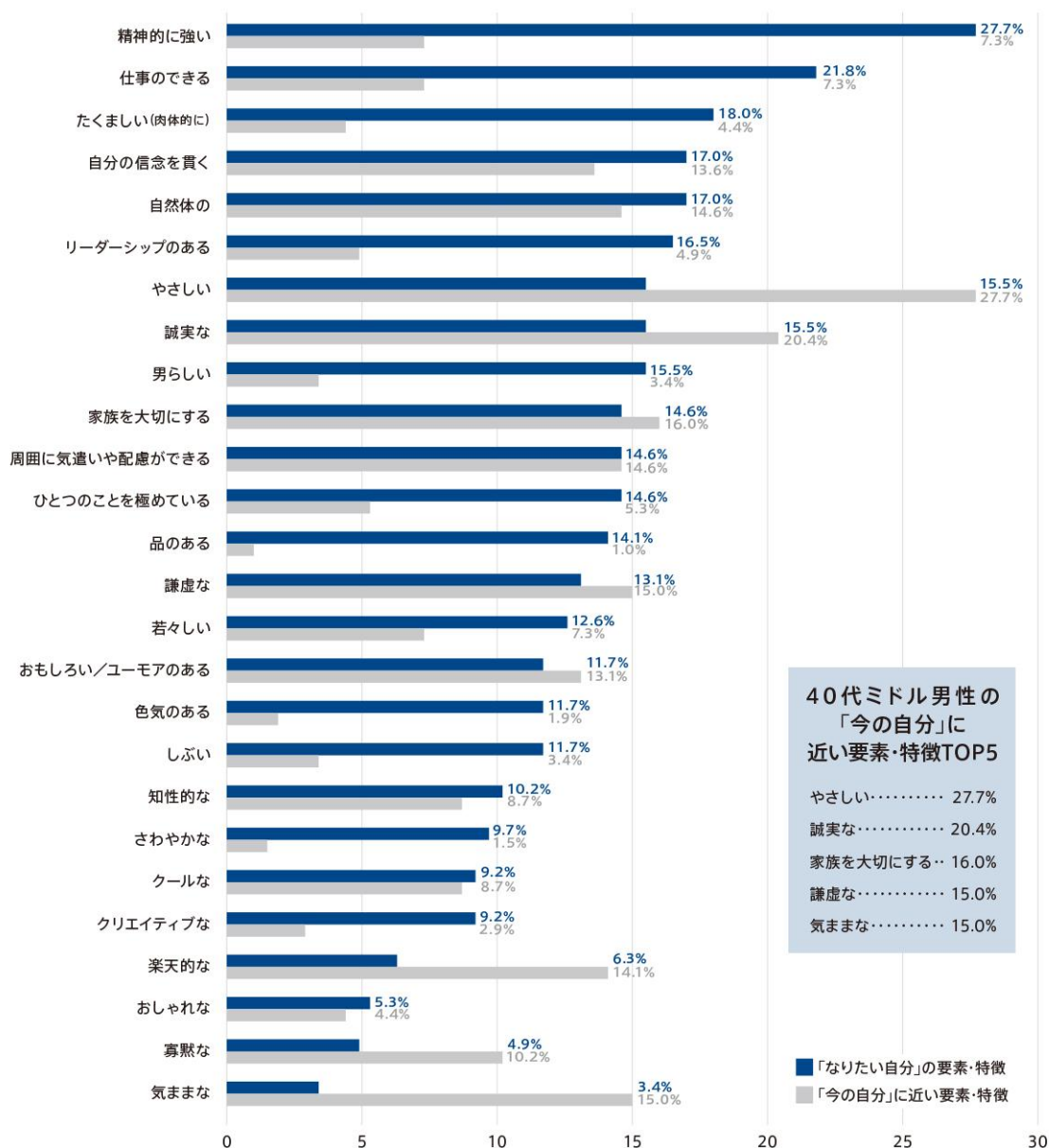
## 40代ミドル男性の人生観と理想像

### 「精神的に強い」自分でありたい

「なりたい自分」と「今の自分」に近い要素・特徴を聞いてみると、「なりたい自分」のトップは「精神的に強い」。ほか、上位には「仕事のできる」「たくましい(肉体的に)」等、心身ともに「タフさ」を求める傾向がみられます。

一方「今の自分」では、「やさしい」「誠実な」「謙虚な」「気ままな」が上位となっており、「なりたい自分」でのトップ項目との相違がみられ、理想と現実のギャップがあると考えられます。

40代ミドル男性の「なりたい自分」・「今の自分」

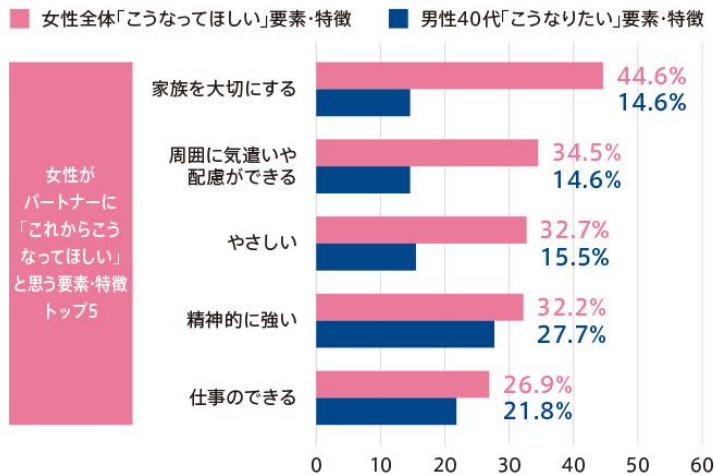


# 1. 40代ミドル男性の意識

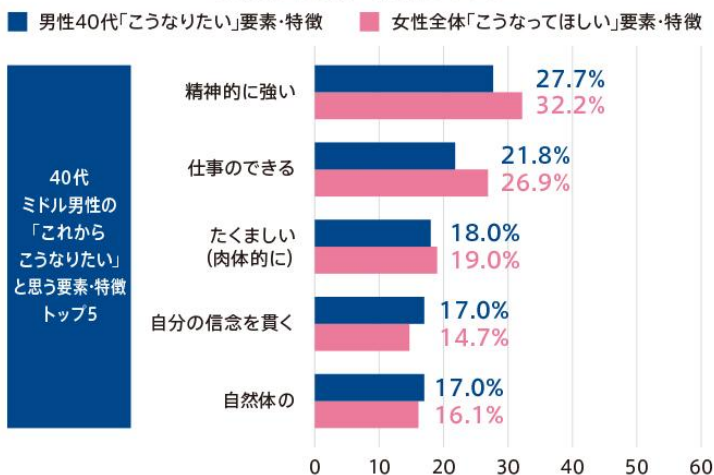
## 40代ミドル男性と妻/パートナーとの意識差

### パートナーに気配り、やさしさを求める女性

女性がパートナーに「これからこうなってほしい」と思う要素・特徴TOP5



40代ミドル男性の「これからこうなりたい」と思う要素・特徴TOP5



パートナーがいる20~40代女性に、「パートナー男性に『こうなってほしい』と思う要素・特徴」を聞いたところ、「家族を大切にする」や「周囲に気遣いや配慮ができる」「やさしい」等、**家族や周囲に対する気配りを求めている傾向がみられました**。一方、40代ミドル男性の「『これからこうなりたい』と思う要素・特徴」は上位から「精神的に強い」「仕事のできる」「たくましい(肉体的に)」でしたが、**男性よりも女性の方が**、それらの項目についても求める人が多いことがわかりました。

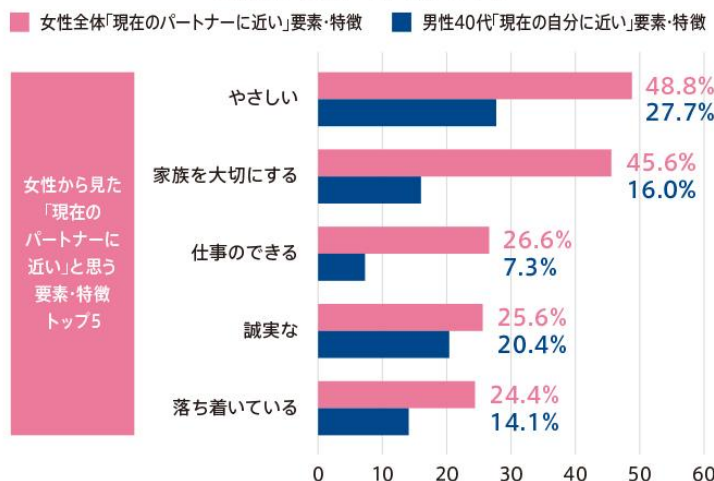


# 1. 40代ミドル男性の意識

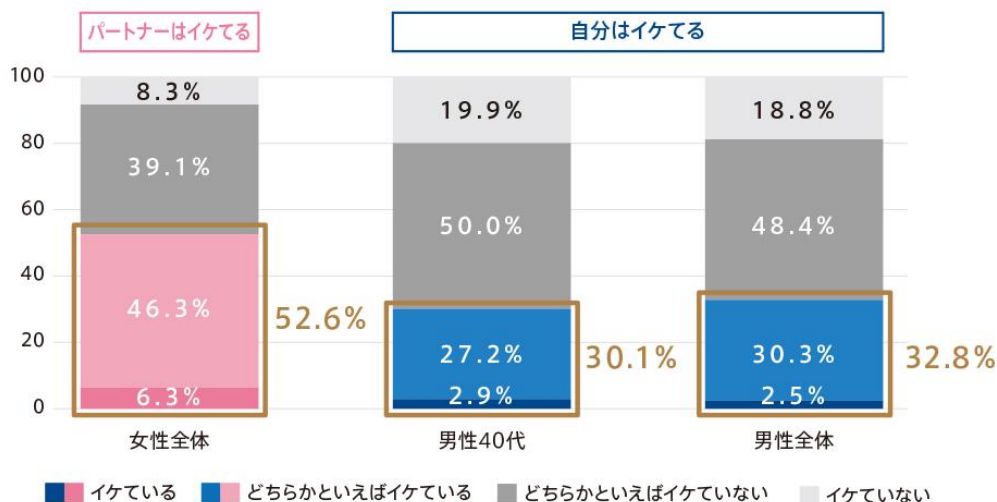
## 40代ミドル男性と妻/パートナーとの意識差

### 自身が思うより女性からは評価されている

女性から見た「現在のパートナーに近い」と思う要素・特徴TOP5



現在の「イケてる度」



女性から見た「現在のパートナーに近い」と思う要素・特徴のTOP5と、40代ミドル男性の「現在の自分に近い」要素・特徴を比較してみると、全ての項目で女性からの評価が上回っていることが明らかとなりました。また、「現在のパートナーはイケているか」の質問では、女性全体の半数以上の52.6%が「イケている／どちらかといえばイケている」と回答。40代ミドル男性の自己評価「イケている／どちらかといえばイケている」計30.1%、男性全体の同32.8%に対しても高い数値となりました。男性が思っているよりも、女性は現在のパートナー男性を評価しているようです。

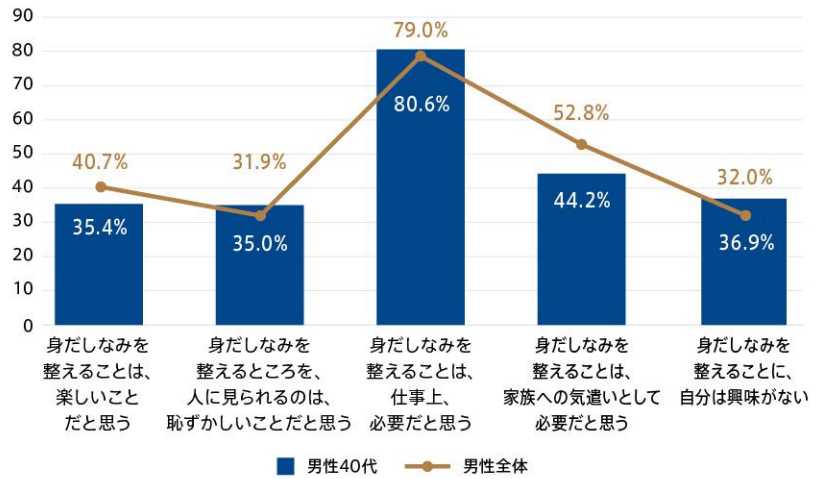
## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

# 40代ミドル男性にとっての「身だしなみケア」

### 身だしなみケアは「仕事」の一環

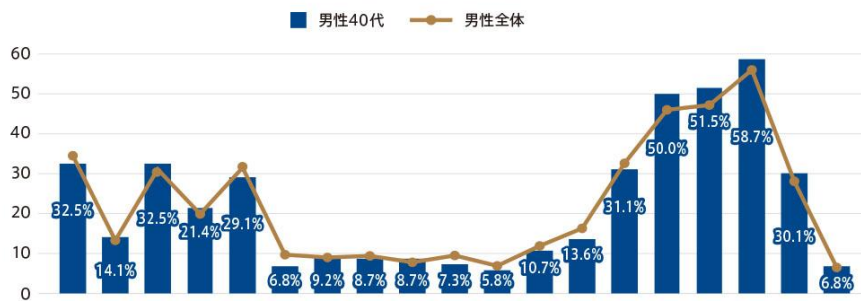
40代ミドル男性に「身だしなみに関する考え方」を聞いたところ、「身だしなみを整えることは、仕事上、必要だと思う」と答えた割合が、最も高い結果となりました。その他の考え方を見ると、男性全体に比べ、「家族への気遣いとして必要」と答えた割合は44.2%に留まり、その一方で「身だしなみを整えることに、自分は興味がない」が36.9%と高いことから、40代ミドル男性は身だしなみケアを、「仕事」の一環、義務的なものと捉えていると考えられます。

40代ミドル男性の身だしなみ意識



### 身だしなみケアは「おしゃれ」より「マナー」

部位別身だしなみ重要度



	髪					顔								体						
	髪型(スキンヘッドを含む)	白髪染め	髪や頭皮のニオイ	髪の毛のベタつき	フケ対処	抜け毛ケア	育毛ケア	シワ対策	シミ対策	肌のハリ	肌の色ツヤ	顔のテカリケア	まゆ毛の手入れ	ひげの手入れ	鼻毛のケア	口臭のケア	体臭のケア	体型の維持	体のスタイル	体毛ケア
男性全体	34.5	13.3	31.1	19.9	31.5	9.7	9.0	9.4	7.8	9.5	6.9	11.9	16.3	32.6	46.0	47.2	56.0	28.1	6.5	
男性20代	42.7	3.4	31.1	29.1	29.6	13.1	6.8	10.2	7.3	9.7	11.7	18.9	25.7	36.9	40.3	46.1	54.9	27.2	10.2	
男性30代	45.1	12.1	28.6	19.4	28.6	12.1	8.7	9.2	7.8	9.7	6.3	13.6	19.9	33.5	40.8	45.1	57.8	29.6	9.7	
男性40代	32.5	14.1	32.5	21.4	29.1	6.8	9.2	8.7	8.7	7.3	5.8	10.7	13.6	31.1	50.0	51.5	58.7	30.1	6.8	
男性50代	29.1	23.3	30.6	17.0	35.4	9.2	12.6	9.7	7.3	10.7	6.3	11.2	12.6	29.1	48.5	46.1	57.3	27.7	4.4	
男性60代	23.8	12.6	33.0	14.6	34.5	7.8	7.3	9.2	7.8	10.2	5.3	6.3	11.2	33.0	50.0	47.1	51.5	25.7	1.9	

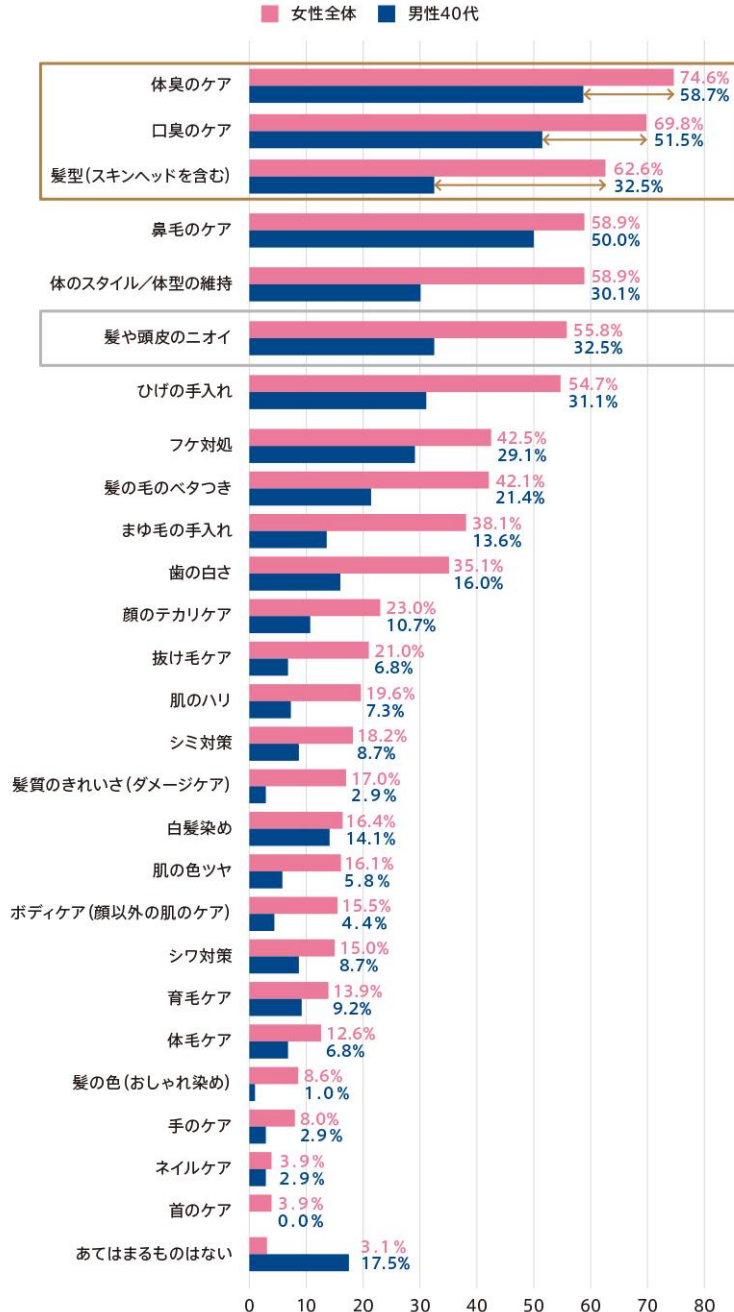
「あなたにとってその部分の身だしなみを整えることが、重要だと感じるもの」を質問したところ、40代ミドル男性は見た目の「おしゃれ」目的より、「ニオイ系」（「体臭のケア」「口臭のケア」「髪や頭皮のニオイ」）や「清潔感」（「鼻毛ケア」「髪の毛のベタつき」）など、「マナー」としてのケア志向が高いことが分かりました。

## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

# 40代ミドル男性が求められるもの

### 女性から求められている身だしなみケア

部位別身だしなみ重要度(女性全体・男性40代比較)



女性に「パートナーのその部分の身だしなみを整えるのが重要だと感じるもの」を聞いたところ、トップ3は、「体臭のケア」「口臭のケア」「髪型」。それぞれ40代ミドル男性と比べると、意識のギャップが大きいことが見てとれます。

また女性は、トップ3以外に「髪や頭皮のニオイ」の値も高いことから、パートナーである男性に対して、特にニオイケアを求める傾向がみられます。

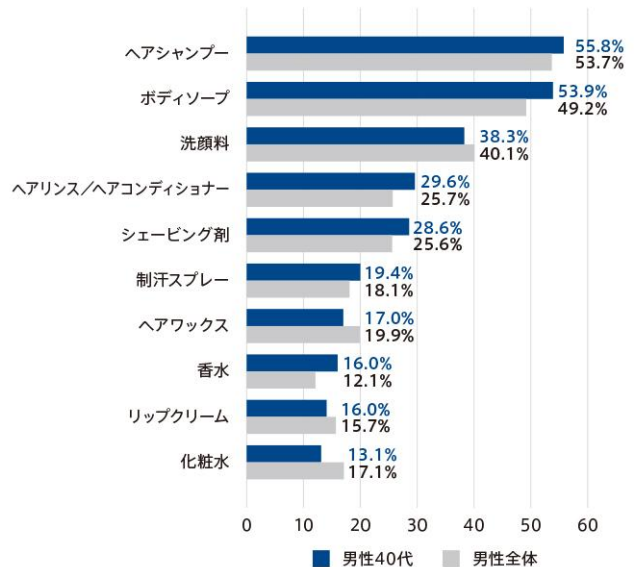
## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

# 40代ミドル男性の身だしなみケア実態

### 基本は「洗う」ケア

普段使っている身だしなみ商品は「ヘアシャンプー」「ボディソープ」「洗顔料」がトップを占めており、洗浄に関する基本的なケアは既に取り入れていることが見て取れます。

40代ミドル男性の普段使っている身だしなみ商品TOP10

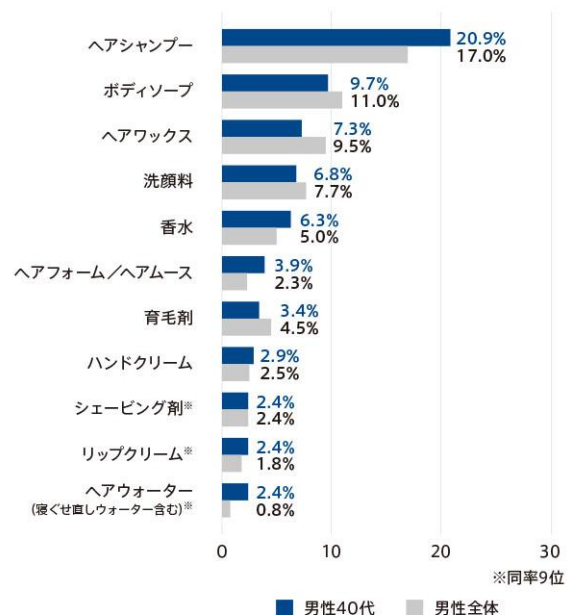


### 最もこだわるのは

### 「ヘアシャンプー」

前項の普段使っている身だしなみ商品のうち、「最もこだわって選んで使用」しているアイテムは、洗浄系の基本的なケアアイテム（ヘアシャンプー、ボディソープ等）が上位という結果となりました。

40代ミドル男性の「最もこだわって選んで使用」している商品TOP10



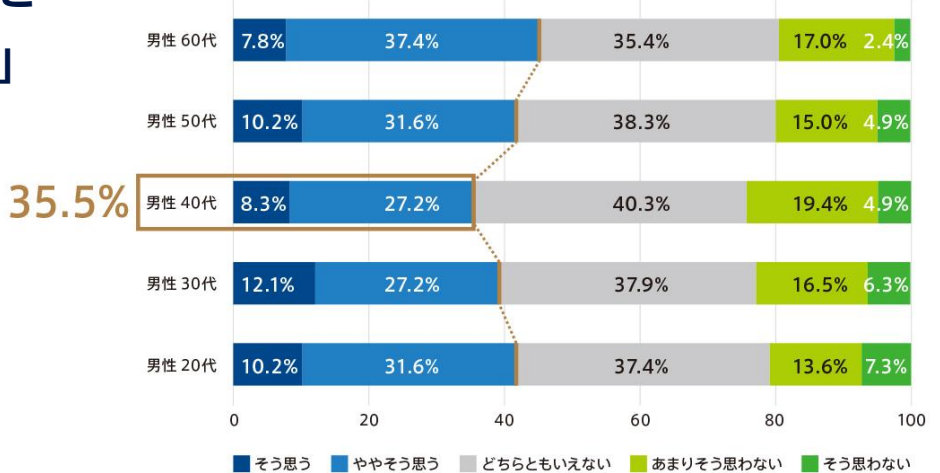
## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

# 「意識」の違いが40代ミドル男性の「差」に

### 身だしなみケアを 「楽しいと思う」 層は3割強

身だしなみケアを「楽しいと思う」層は3割強に留まり、他年代に比べ最も低い割合であることが明らかとなりました。

「身だしなみを整える＝楽しい」への共感



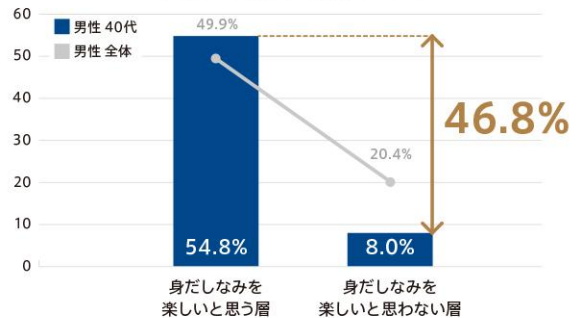
35.5%

### 身だしなみケアを「楽しいと思う」層は、 自分に「自信」を持っている

40代ミドル男性は身だしなみケアを「楽しいと思う」層が少ないものの、その向き合い方はさまざまなところに影響しているようです。

「自分に自信があるか、ないか」という質問に対して身だしなみケアを「楽しいと思う」層では、約半数の54.8%が「自信がある」と回答。「楽しいと思わない」層の8.0%に比べ、46.8%もの差異が出ています。この差異は男性全体平均の差29.5%に比べても大きく、40代で身だしなみをどう捉えるかが、自信をも左右しかねないという結果となっています。

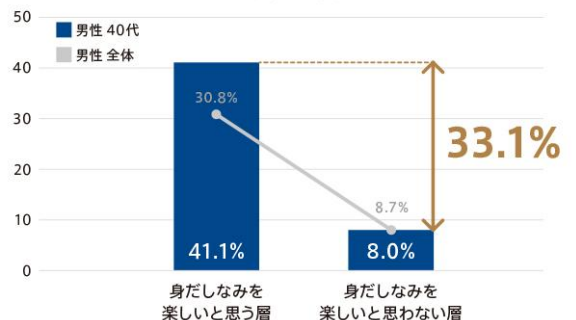
現在の自分に自信がある



### 身だしなみケアを「楽しいと思う」層は、 今後への「希望」を持っている

続いて「今後あなたはどのように変わりますか」と質問したところ、40代ミドル男性で「今の自分より今後はよくなるだろう」と回答した人は身だしなみケアを「楽しいと思う」層で41.1%。ここでも「楽しいと思わない」層との差異が33.1%という開きがあり、男性全体の差22.1%と比較しても、40代は差がつく年代であると言えます。

今の自分より今後はよくなるだろう



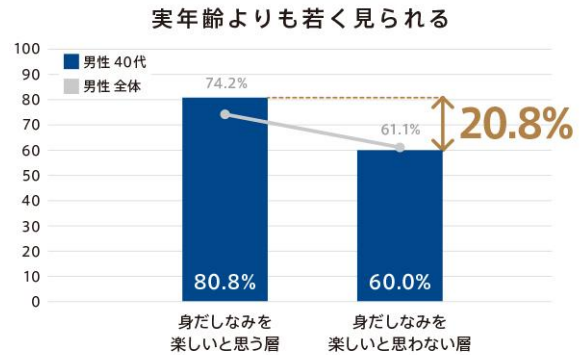
## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

### 「身だしなみケア意識」による成果

身だしなみケアを「楽しいと思う」層は、

「実年齢より若くみられている」

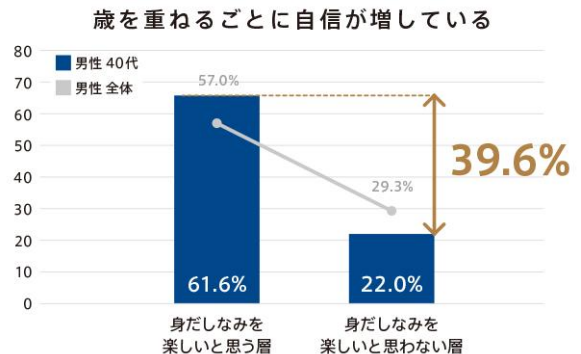
「実年齢より若くみられるか、老けてみられるか」と質問したところ、40代ミドル男性で身だしなみケアを「楽しいと思う」層は、8割以上が「実年齢より若く見られる」と回答。ここでも身だしなみケアを「楽しいと思う」層・「楽しいと思わない」層で20.8%と、差がつく結果となり、身だしなみケアの意識は、外見にも表れていると考えられます。



身だしなみケアを楽しいと思う層は、

加齢を「ポジティブ」に捉える

さらに、「歳を重ねるごとに自信が増しているか、自信を失っているか」を質問したところ、身だしなみケアを「楽しいと思う」40代ミドル男性の61.6%が「自信が増している」と回答し、「加齢」をポジティブに捉えています。またここでも、「楽しいと思う」層・「楽しいと思わない」層の差が39.6%となり、男性全体の差28.7%に対しても40代の明暗がはっきり分かれる結果となりました。



## 2. 40代ミドル男性の身だしなみ

# 身だしなみケアを「楽しいと思う」

## 40代ミドル男性の行動

### 身だしなみケアを「楽しいと思う」層も

#### 実際に行っているのはエチケットケア

40代ミドル男性に対して、具体的な身だしなみケア行動を聞いたところ、身だしなみを「楽しいと思う」層はケア行動にも積極的に「楽しいと思わない」層をほぼ全ての行動項目で上回っています。

ただし、ケア行動の方向性としては、「楽しいと思う」層、「楽しいと思わない」層、両者とも「体臭のケア」や「口臭のケア」、「鼻毛のケア」等、エチケットケアが上位を占めており、方向性の大きな違いは無いといえます。

身だしなみ意識の「差」で、様々な「差」が見られる40代ミドル男性ですが、特別な身だしなみケアを行うのではなく、まずはすぐできるエチケットケアを「楽しんで」行うことが、自信や希望に繋がるのではないのでしょうか。

40代男性の現在のケア対策行動

