

報道関係者各位

2025年2月13日
株式会社 ウテナ

【男性もパウダールームが必要な時代へ！】Z世代男性*の8割以上が「外出先でヘアスタイルを直したいと思う」と回答。隠れたお直しニーズが露わに。Z世代は男性も「あほ毛」ケアに注目

株式会社ウテナから新発売となる、男性向けポイントスタイリングシリーズ「マトメージュオム」は、“日常的にヘアスタイリングをしている”15歳~49歳の男性400人を対象に『男性のヘアスタイル』に関する調査を実施しました。調査結果から見えてきた、男性の「ヘアスタイルのお直し」に関する意識や本音をレポートします。*1996年~2012年に生まれた世代の男性



(イメージ)

<調査概要>

調査タイトル：男性のヘアスタイルに関する調査

調査期間：2024年12月19日~2024年12月22日

調査対象者：日常的にヘアスタイリングをしている15歳~49歳の男性400人

調査方法：インターネット調査（Surveroidを利用）

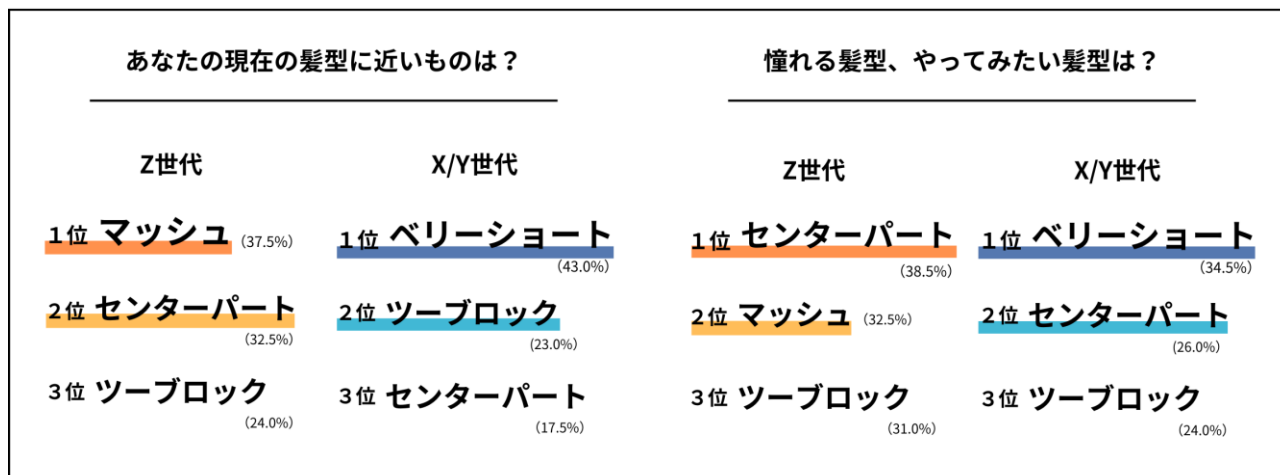
※個別のデータ・グラフをご希望の方はお問い合わせください。

<調査結果サマリー>

※15歳~28歳をZ世代（回答者200人）、29歳~49歳をX/Y世代（回答者200人）と定義

- ◆Z世代男性に人気の髪型、1位はセンターパート、2位はマッシュ。
- ◆マッシュ・センターパートは、「崩れやすさ」が1番の悩み。
- ◆8割以上の男性が、外出先でヘアスタイルを直したいと思っている。
- ◆外出先でヘアスタイルを直しづらい理由は「手を洗う人に、邪魔だと思われそう」。
- ◆Z世代を中心に7割以上の男性が、身なりを整える場所や鏡が増えてほしいと思っている。
- ◆髪を整え直す男性への印象は「おしゃれ」「清潔感がある」など好印象が多数。

■ Z世代男性に人気の髪型は、1位「センターパート」、2位「マッシュ」



Z世代では、現在の髪型が1位「マッシュ」37.5%、2位「センターパート」32.5%であるのに対し、憧れる髪型が1位「センターパート」38.5%、2位「マッシュ」32.5%となり、どちらの設問でもマッシュとセンターパートがTOP2 という結果になりました。

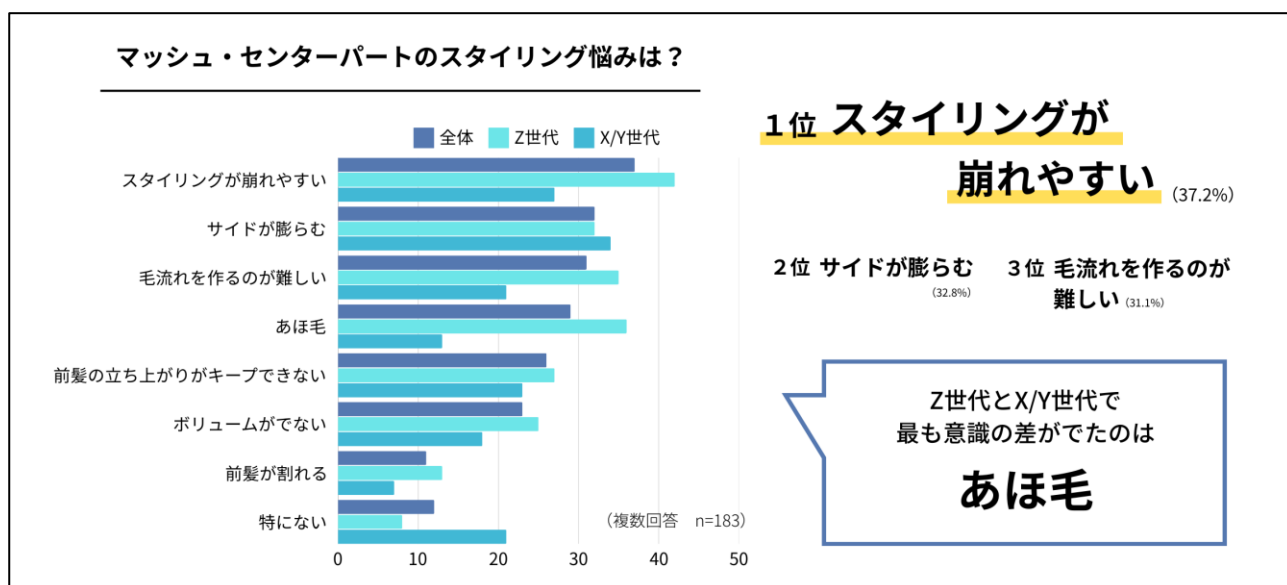
一方でX/Y世代では、ともに「ベリーショート」が1位という結果に。憧れる髪型ではX/Y世代でも「センターパート」が2位にランクインしていることから、広い世代でセンターパートに憧れる人が多いことがわかります。



(イメージ)

■ マッシュ・センターパートは「崩れやすさ」が1番の悩み。Z世代は「あほ毛」にも高い意識。

(複数回答、現在の髪型がマッシュまたはセンターパートの方 n=183)

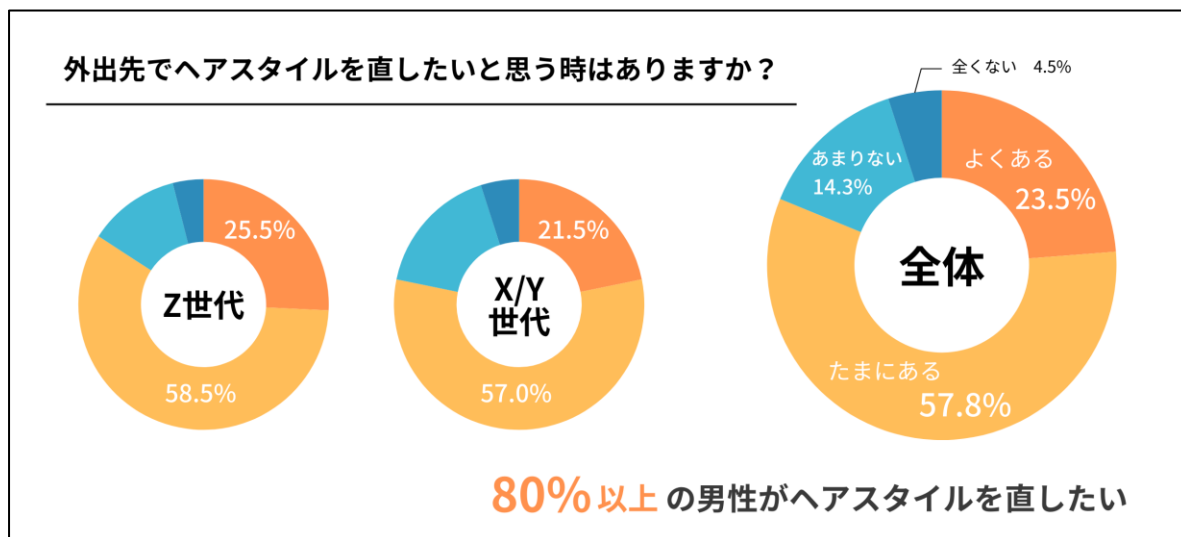


現在マッシュ・センターパートの方にスタイリングの悩みについて調査したところ、1位「スタイリングが崩れやすい」37.2%、2位「サイドが膨らむ」32.8%、3位「毛流れを作るのが難しい」31.1%となりました。

また Z 世代と X/Y 世代で最も意識の差がでたのは第 4 位の「あほ毛」でした。X/Y 世代では下位となっているのに対し、Z 世代では 2 位にランクインしています。

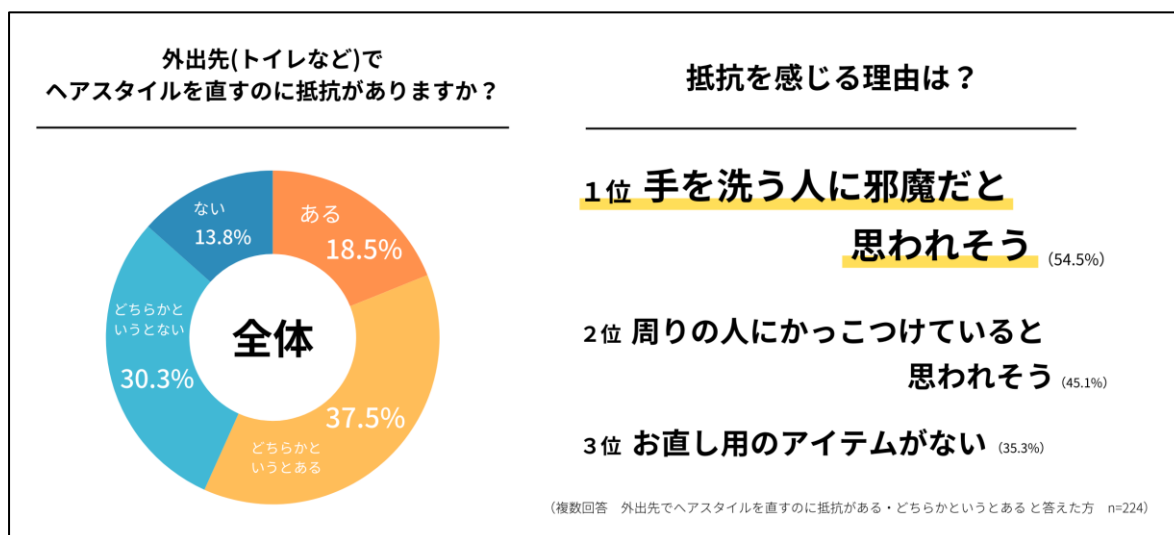
女性にとっては、あほ毛は一般的に意識されており、あほ毛ケアのアイテムが多数発売されていますが、男性も Z 世代にとっては「あほ毛」が無視できない存在となっているようです。

■ 8 割以上の男性が外出先でヘアスタイルを直したいと思いつつも、抵抗を感じている。その理由は「手を洗う人に、邪魔だと思われそう」「かっこつけていると思われそう」



男性は朝スタイリングをしたら直さないものというイメージがありますが、ヘアスタイルを直したいと思う時があるか調査したところ、81.3%が「よくある」または「たまにある」と回答し、多くの男性にヘアスタイルのお直し需要があることが分かりました。

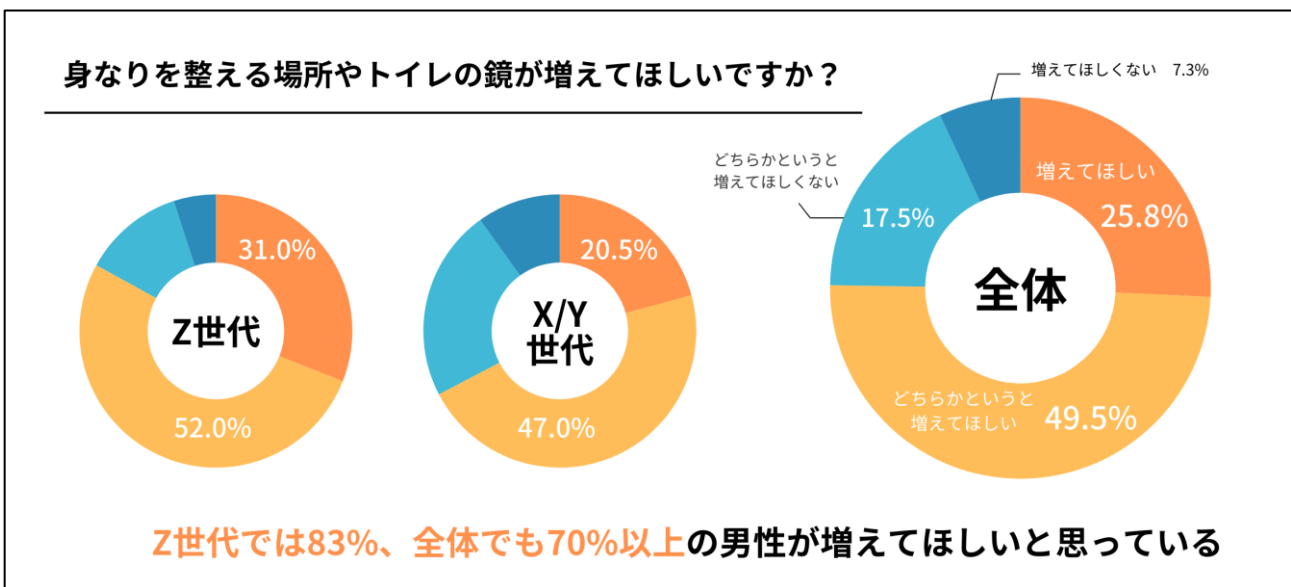
特にマッシュ・センターパートなどの崩れやすいナチュラルなヘアスタイルが流行している Z 世代では、より高い数値となりました。



その一方で、過半数の男性（56%）が外出先でヘアスタイルを直すことに抵抗を感じています。その理由については、1 位「手を洗う人に、邪魔だと思われそう」54.5%、2 位「周りの人にかっこつけていると思われそう」45.1%という結果になりました。

今回の調査では「洗面台が混んでいて使えない時がある」「後ろに人が待っていると落ち着いて直せない」「トイレの洗面台だと衛生面が気になる」という声があがっており、精神的なハードルだけではなく“場所がない”という物理的なハードルも大きいことが分かりました。

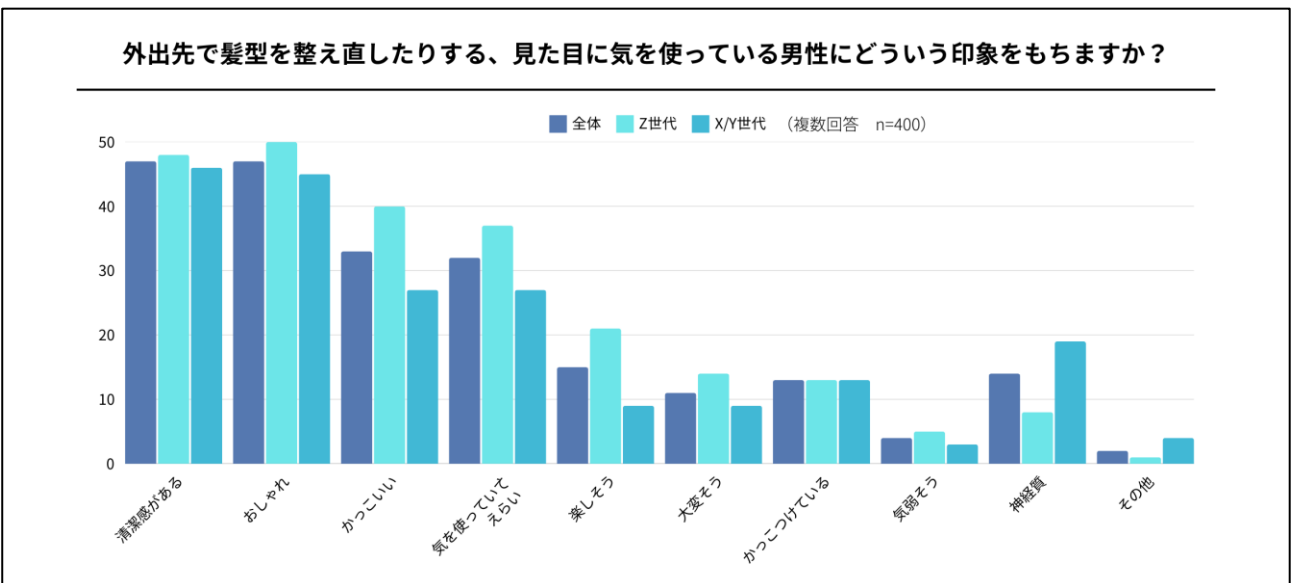
■ Z世代を中心に7割以上の男性が、身なりを整える場所やトイレの鏡が増えてほしいと回答。男性の隠れたお直しニーズの高さが明らかに。



また身なりを整える場所やトイレの鏡が増えてほしいか調査したところ、Z世代では83%、全体では75.3%が「増えてほしい」または「どちらかというが増えてほしい」と回答しました。

その理由として「専用の場所があれば他人に気を遣わずセットし直すことができる」「男性ももっと堂々と身なりを直せる風潮になって欲しい」といった声があり、男性の隠れたお直しニーズの高さが現れています。

■ 意外と周りの目は気にしなくていい！髪を整え直す男性は「おしゃれ」「清潔感がある」と好印象。



髪を整え直す男性に対する印象を調査したところ、「おしゃれ」「清潔感がある」「かっこいい」などポジティブな回答が大半を占めていることが分かります。また「かっこつけている」と思うと回答した人はわずか12.8%でした。

■総評

本調査で、男性の8割以上が外出先でヘアスタイルを整え直したいと思っていることが分かりました。Z世代男性に人気の「マッシュ」「センターパート」などのヘアスタイルが、ガチッと固めるスタイルではなく、ナチュラルで崩れやすいということが、その要因のひとつであると考えられます。

一方で、外出先で整え直すことに抵抗がある男性も多く、その理由としては「専用の場所がないこと」が大きな要因となっていることから、男性にもパウダールームの需要がありそうです。

また髪を整え直すなど身なりに気を使っている男性に対する印象は、「かっこいい」「清潔感がある」などの回答が多く、逆に「かっこつけている」と回答した人はわずか12.8%となっており、ほとんどが好印象であることが明らかになりました。

今後は男性も外出先で「ヘアスタイルのお直し」をすることが当たり前の時代になっていくのではないのでしょうか。

■手を汚さずに、いつでもどこでもサッと直して、思い通りのスタイリングへ。 男性向けポイントスタイリングシリーズ『マトメージュオム』

「マトメージュオム」は、外出先でも手を汚さずに、気になるあほ毛やヘアスタイルの崩れをサッと直せる男性向けヘアスタイリングアイテムです。ガチッと固めずいつでもお直しができるマトメージュオムは、マッシュやセンターパートなど流行りのナチュラルなスタイリングにぴったり。

髪に直接なでつけて使うスティックタイプのヘアワックスとマスカラタイプのスタイリングジェルの2品展開。



<商品特長>

1. 固めず自然にスタイルをキープ。いつでも思い通りのスタイリングへ。
2. アレンジロックファイバー配合※で、男性特有のゴワつく髪も固めずキープ。
3. 清潔感のあるサボンフゼアの香り。

【ヘアスティックワックス】※パルミチン酸デキストリン

【ポイントデザインスティック】※セルロース



【商品概要】

名称 : マトメージュオム ヘアスティックワックス
 発売日 : 2025年3月3日(メーカー出荷日)
 価格 : 825円(税込参考価格)
 容量 : 13g

商品説明 : あほ毛やボサ毛を固めずピタッとキープするスティック型ヘアワックス。
 清涼感のあるサボンフゼアの香り。

使用方法 : スタylingした後、スタイルのくずれが気になる部分にスティックの平面部分を直接あてて、やさしくなでつけるようにつけてください。



名称 : マトメージュオム ポイントデザインスティック
 発売日 : 2025年3月3日(メーカー出荷日)
 価格 : 1,320円(税込参考価格)
 容量 : 10mL

商品説明 : あほ毛やボサ毛をひと塗りで固めずキープするマスカラタイプのスタイリングジェル。
 清涼感のあるサボンフゼアの香り。

使用方法 : スタylingのくずれが気になる部分・前髪などセットしたい部分にブラシをあて、毛流れに沿ってすべらせるようにとがしてください。



●お取扱店及び商品についてのお問い合わせ

お問い合わせフォーム <https://www.utena.co.jp/contact/>

●マトメージュオムブランドサイト

<https://www.utena.co.jp/matomage-homme/> (2025年2月20日公開予定)

【株式会社ウテナ】

株式会社ウテナは 1927 年の創業から「真心をもって、社会に貢献し、人々の満足を喜びとする」を企業理念とし、社名の由来である花の萼(がく)のように「すべての人の美しさを支えたい」という想いで化粧品を開発してきました。コーポレートスローガン「咲かせよう、まだないキレイを。」には、お客様も気づいていない視点や発想で、新しいキレイを生み出していくことを目指し、真心を込めて商品をお届けするウテナの決意が込められています。これからも人間本来の美しさを追求した身近な生活品「Human care 商品」を提案してまいります。

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ウテナ 広報室 E-mail:utena_pr@utena.co.jp

【本製品に関するお客様からのお問い合わせ先】

株式会社ウテナ お客様相談室
お問い合わせフォーム：<https://www.utena.co.jp/contact/>