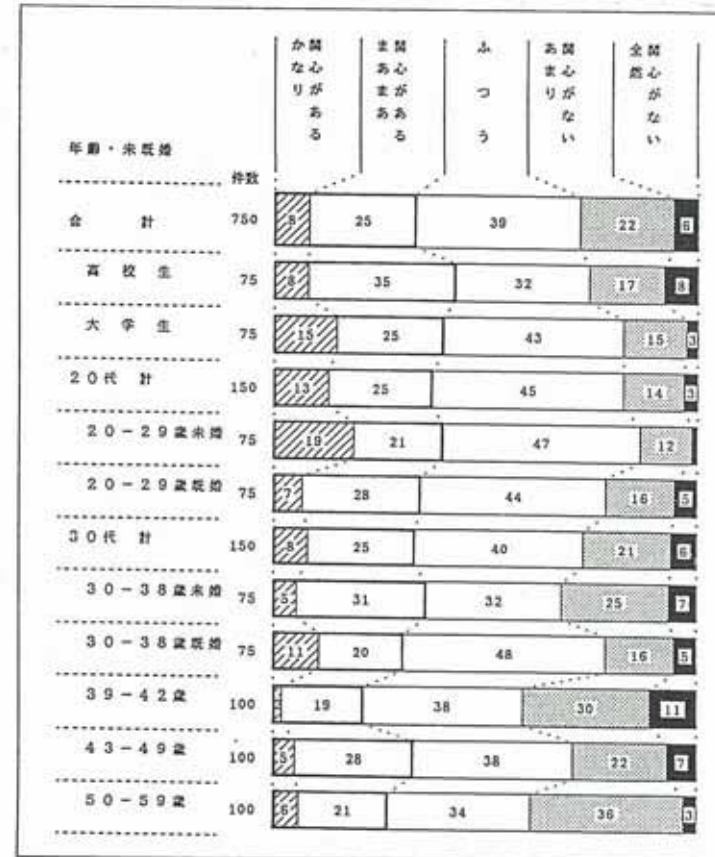


お しゃれに“関心ある男性”は33%、3人に1人。
“関心のない男性”も28%いる。

年 齢別にみると、おおむね、年齢が高くなるほど、おし
ゃれに“関心ある男性”が少なくなる。

最 も関心が低いのは、「39-42歳」で団塊の世代とな
る。“関心ない男性”が41%で、“関心ある男性”
(21%)のほぼ2倍いる。

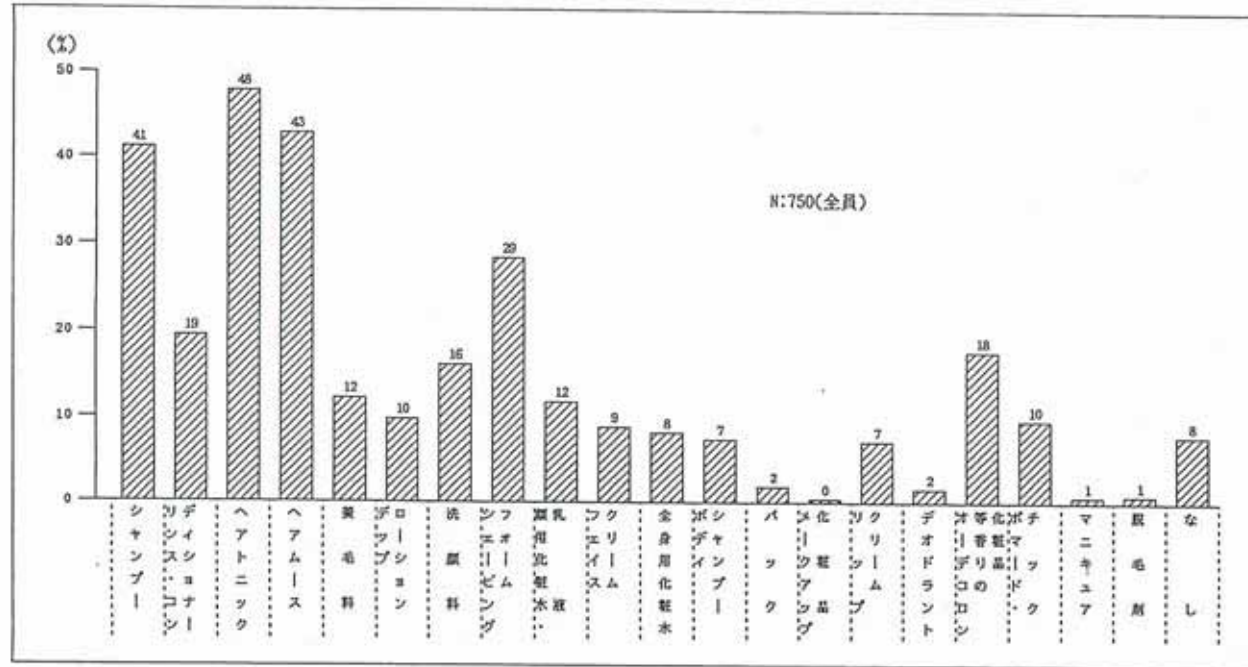


トップは“ヘアトニック”で、48%と約半数が自分専用を持っている。

“シャンプー” “ヘアムース” も40%を超える。
 その他、“シェービングフォーム”(29%)、“リンス・コンディショナー・トリートメント”(19%)、“オーデオロンなどの香りの化粧品”(18%)、“洗顔料”(16%)、

などが比較的多い。

年齢別にみると、「大学生」「20代」では“ヘアムース”、“30代以上”では“ヘアトニック”を持っている男性が多い。



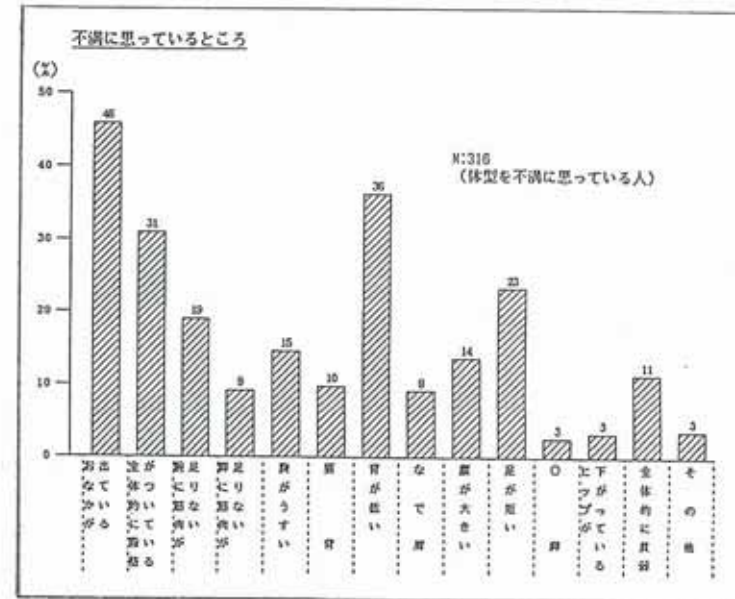
自 分に体型に“満足”な男性は、32%と3人に1人
“不満”な男性の方が42%と多い。

年 齢別にみると、ある意味で体型が固まってきた「大学
生」と、体型が変わりはじめた「30-38歳既婚」に“不
満”を感じている男性が多いのが目立つ。



不 満に思っているところを年齢別にみると、「若い層」では“筋肉不足”を、「高齢層」では“おなかが出ている”や“全体的な脂肪過多”をあげている。

背 が低い” “足が短い” への不満は、各年代に共通の悩み。



メーカーや銘柄あるいは品質・デザインにこだわるものの第1位は、“車”で48%とほぼ半数である。以下、“スニーカー・靴”(31%)、“時計”(31%)、“AV機器”(28%)、“ゴルフ・テニス・スキー用具”(26%)の順

年齢別にみると、「高校生」「大学生」では“AV機器”のスコアが高い。

