

【緊急事態宣言発令から1年：男性のライフスタイルの変化に関する意識調査】 友人とのコミュニケーションが減ったと感じる男性は54.5% 男性の36.3%がマスク着用による肌トラブルを経験

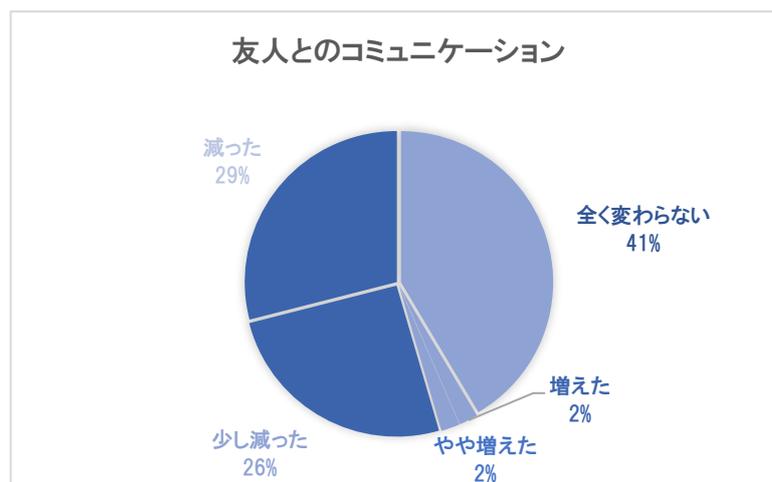
メンズスキンケアブランド「BULK HOMME」（以下、バルクオム）（運営：株式会社バルクオム 代表取締役 CEO：野口卓也）は、2020年4月7日に発令された緊急事態宣言発令から1年の経過を前に、男性を対象としたコロナ禍でのライフスタイルの変化に関する意識調査を行いました。調査期間は2021年3月9日（火）～3月10日（水）です。

《調査結果サマリー》

- ・ コロナ禍で友人とのコミュニケーションが「少し減った・減った」と感じる男性は55%。年代別では、20代が51%に対して、50代が60%と50代の男性の方が友人とのコミュニケーションの減少を実感していることが分かりました。
- ・ With コロナ時代となり、生活の中で変化があったものでは「インターネットでの買い物」が43%で1位、続いて「健康についての関心が高まった」が32%で2位、「自宅でのトレーニングを始めた（以前よりも増やした）」が22%で3位となりました。
- ・ マスク着用が一般的になったことから男性の36.3%が「肌荒れやかゆみ」などの肌トラブルを経験。特に20代では半数以上の54%、30代では45%の男性が肌トラブルを経験したことが分かりました。また、マスクによる肌トラブルを経験したことがある男性の対処方法で一番多かった回答は「クリームを使用する」と「薬を塗る」でした。
- ・ 「コロナ禍で我慢していること」では、「外出」と「旅行」が14%、「旅行」が10%となり、コロナ禍で思うように外出ができない男性が多いことが分かりました。
- ・ 2020年4月の緊急事態宣言後、オンラインMTGやオンライン飲み会をする機会については、「オンラインMTGをする機会がある」が21%、「オンライン飲み会をする機会がある」が17%、「オンライン飲み会やMTGをする機会がない」が71%という結果となりました。

■直近1年間で、対人コミュニケーションに変化はありましたか。（答えはそれぞれ1つ）（N=400）

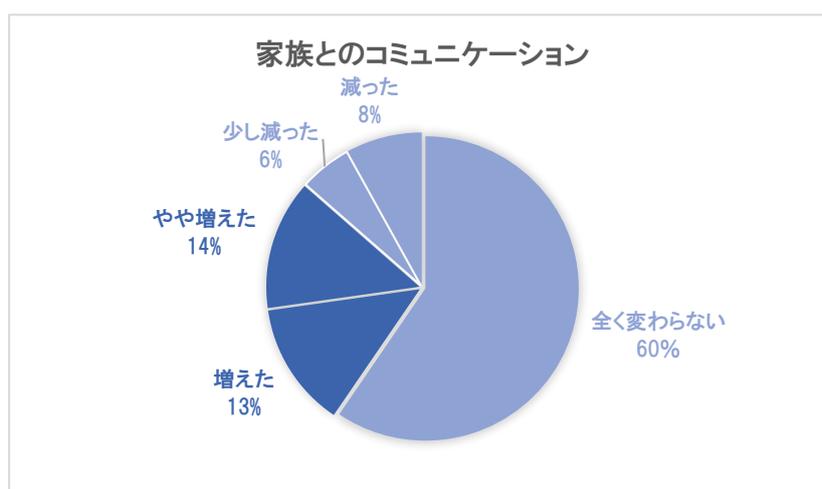
2020年4月の緊急事態宣言後、友人とのコミュニケーションが「少し減った・減った」と回答した男性は全体の半数以上の55%という結果になりました。年代別で比較すると20代で51%、30代で55%、40代で52%、50代で60%となり、この結果から、20代よりも50代の男性の方がコロナ禍で友人とのコミュニケーション不足を感じていることが分かりました。



年代別データ

項目		全体	増えた	やや増えた	変わらない	少し減った	減った
全体		100%	2%	2%	42%	26%	29%
全体	20代 (N=100)	100%	6%	2%	41%	25%	26%
	30代 (N=100)	100%	2%	2%	41%	29%	26%
	40代 (N=100)	100%	-	2%	46%	19%	33%
	50代 (N=100)	100%	-	2%	38%	29%	31%

しかし、反対に「家族とのコミュニケーションの変化があったか」という質問では「全く変わらない」の60%に次いで「増えた・やや増えた」との回答が27%、「少し減った・減った」との回答が14%という結果になりました。

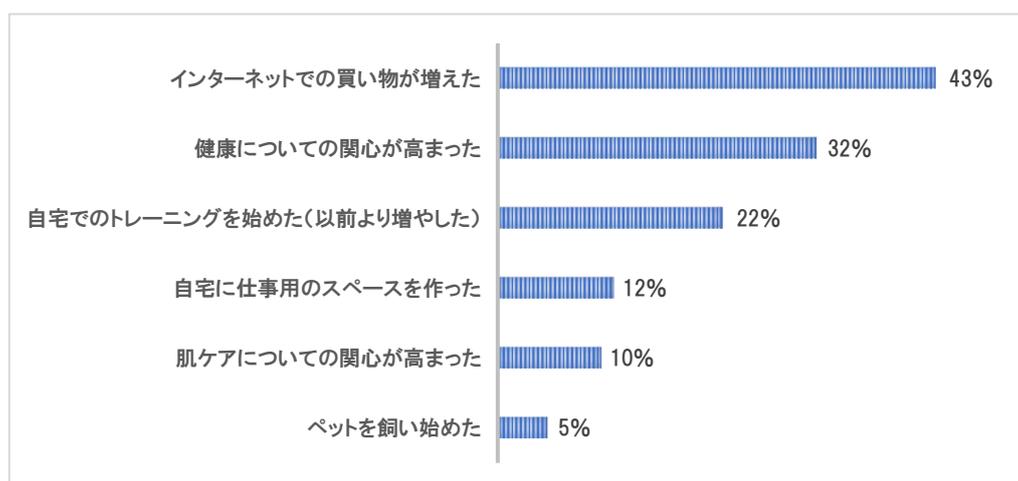


上記の結果より、コロナ禍で外出自粛や在宅勤務が定着したことにより、自宅にいる家族とのコミュニケーションは増えたものの、なかなか会うことのできない友人とのコミュニケーションは減ったと感じている男性が多いことが分かりました。

■with コロナ時代になって、あなたの生活の中での変化としてあてはまるものをお答えください。（複数回答）（N=400）

「インターネットでの買い物が増えた」が43%で1番多く、次いで「健康についての関心が高まった」が32%、「自宅でのトレーニングを始めた（以前より増やした）」が22%を記録しました。在宅勤務や外出自粛の影響で自身の健康を気にする男性が増えたと考えられます。

「インターネットでの買い物が増えた」に関しては、各世代別にみてもそれぞれ1番回答数が多い結果となり、コロナ禍で世代を問わず利用量が増えたことがうかがえます。



※「その他」はグラフから除外しております。

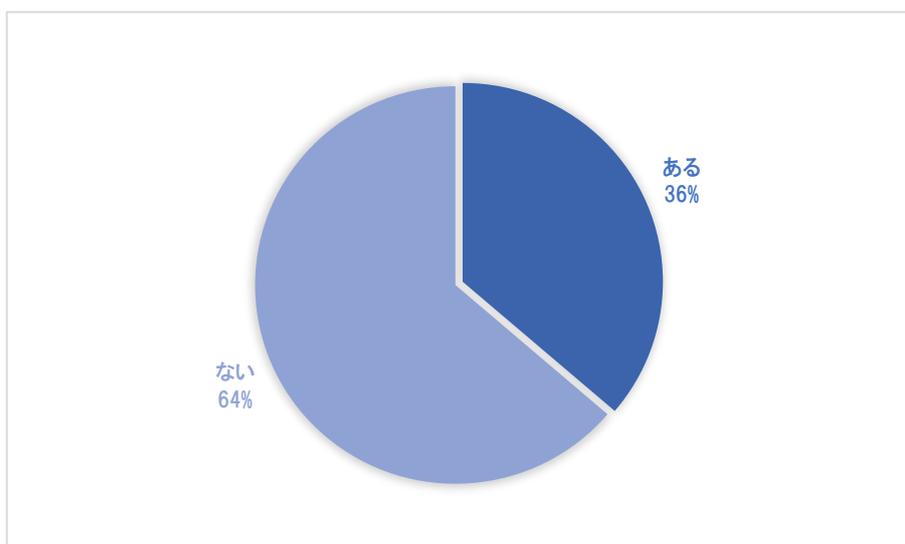
年代別データ（生活の中での変化）

項目	全体	インターネットでの買い物が増えた	健康についての関心が高まった	自宅でのトレーニングを始めた（以前より増やした）	その他	自宅で仕事をする環境を改善した	自宅に仕事用のスペースを作った	肌ケアについての関心が高まった	ペットを飼い始めた
全体	100%	43%	32%	22%	19%	18%	12%	10%	5%
20代 (N=100)	100%	48%	32%	27%	10%	26%	16%	19%	10%
30代 (N=100)	100%	45%	33%	30%	13%	21%	14%	17%	6%
40代 (N=100)	100%	44%	35%	25%	20%	12%	11%	3%	4%
50代 (N=100)	100%	36%	26%	7%	33%	11%	5%	2%	-

■with コロナ時代になって、マスクを着用することで肌荒れやかゆみなどの肌トラブルを経験したことがありますか。（答えは1つ）（N=386）

また、マスクによる肌トラブルを経験したことがある方にお聞きします。あなたは、肌トラブルに対してどのような対処をしましたか。（N=140）

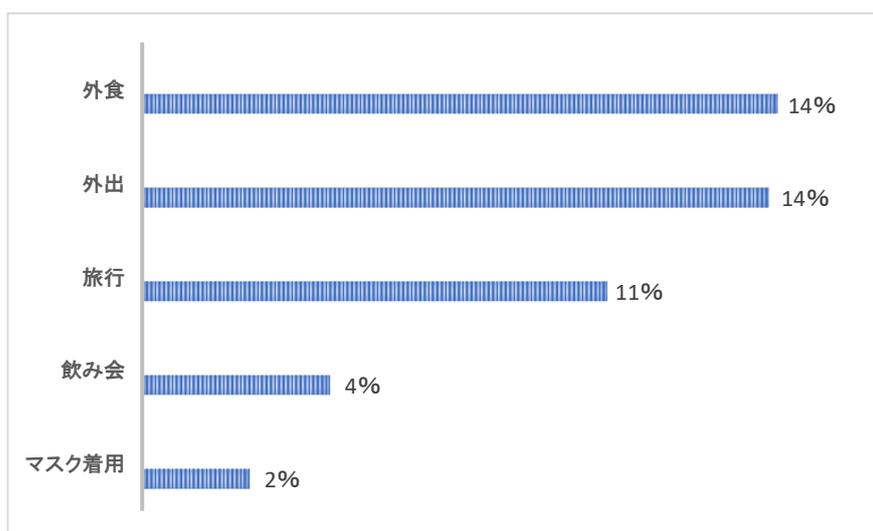
「ある」と回答した男性が36%、「ない」が64%との結果となり、この1年間で10人中4人の男性が肌トラブルを経験しているということが分かりました。



また、肌トラブルに対する対処法では「クリームを使用する」・「薬を塗る」が7%と1番多く、次いで「化粧水を使用する」・「洗顔を見直した」が6%と2番目に多い結果となり、コロナ禍で自身のスキンケアを見直した男性が複数人いることが判明しました。中には少数回答ですが、「メンズ用のスキンケアを購入した」や「スキンケア商品を使い分けるようになった」など自分の肌に合う化粧品を模索しているような内容の回答も見られました。

■新型コロナウイルス感染拡大初期（2020年2月～3月）と現在を比較して、あなたが現在のほうが我慢していることをお答えください。（答えは具体的に）（N=400）

「外食」と「外出」が14%、「旅行」が10%と上位を占め、コロナ禍で思うように外出ができていない男性が多いことが分かりました。また、中には少数意見ですが、「カロリーの高い料理」など、コロナ太りを気にしているような回答も見られました。

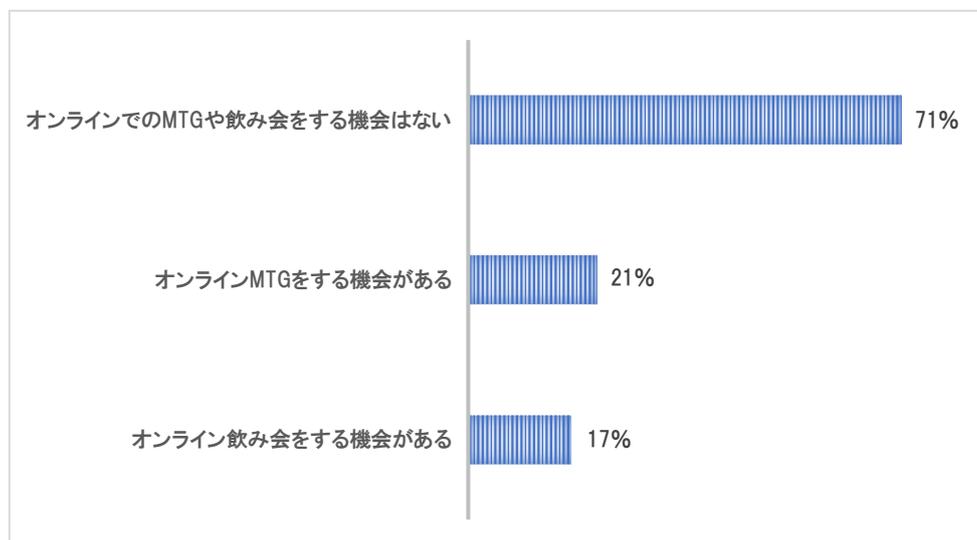


※「特になし」を除く上位5位のみで作成しております。

■あなたは顔出しでオンライン MTG やオンライン飲み会をする機会がありますか。（複数回答）（N=400）また、あなたはオンライン MTG やオンライン飲み会をする際にどのようなことを気にしますか。（複数回答）（N=151）

本件に関するお問い合わせ先
 株式会社バルクオム PR 担当 福井 (080-7147-7675)・三原 (080-4986-9356) Mail : pr@bulk.co.jp
 ※現在、新型コロナウイルス感染拡大の影響で在宅勤務となります。

「オンライン MTG をする機会がある」が 21%、「オンライン飲み会をする機会がある」が 17%、「オンライン飲み会や MTG をする機会がない」が 71%と、オンライン飲み会よりもオンライン MTG をする機会の方が多結果となりました。



また、オンライン MTG を実施する際に気にするポイントについての質問では、「家の中の様子」が 55%と 1 番多く、次いで「服装」が 49%、「周囲の音」が 46%となりました。しかしながら、年代別に見ると、20 代と 30 代の 48%の男性が「肌の画面映り」を気にしており、年代によって気にするポイントに差があることが分かりました。

年代別データ（オンライン MTG）

	家の中の様子	服装	周囲の音	音声のクリアさ	肌の画面映り	顔の明るさ	その他
全体 (N=84)	55%	49%	46%	43%	33%	30%	2%
20 代 (N=25)	40%	48%	36%	40%	48%	28%	-
30 代 (N=23)	61%	48%	48%	39%	48%	35%	4%
40 代 (N=18)	67%	67%	61%	56%	28%	44%	-
50 代 (N=18)	56%	33%	44%	39%	-	11%	6%

■バルクオムとは

バルクオムは、2013 年に事業開始。「世界のメンズビューティをアップデートする」というビジョンおよび「世界 No.1 シェアのブランドをつくる」というミッションの実現に向けて、メンズスキンケアのベシクを追求し、世界中の男性の肌へ新しい価値を提供するブランドです。公式オンラインストアのほか、全国 3,000 店舗以上の小売店・ヘアサロンにて販売。グローバル展開では、アメリカ・中国・シンガポール・イギリス・フランスなど 11 の国と地域へ進出しています。

また、2019 年には世界 608 ブランドがエントリーした「Cosmoprof Awards 2019」の Hair Product 部門で「THE SHAMPOO」がグランプリを受賞、2020 年 5 月にはイギリスの美容健康メディアが主催する「Pure Beauty Global Award2020」の Best New Male Skin and Body Care Product 部門で「THE FACE WASH」がグランプリを受賞するなど海外でも数多くの賞を受賞しています。

本件に関するお問い合わせ先
 株式会社バルクオム PR 担当 福井 (080-7147-7675)・三原 (080-4986-9356) Mail : pr@bulk.co.jp
 ※現在、新型コロナウイルス感染拡大の影響で在宅勤務となります。

■調査概要

表題 : 第1回緊急事態宣言発令後のライフスタイルに関する意識調査
調査対象 : 10代～50代 男性
調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2021年3月9日(火)～2021年3月10日(水)
調査人数 : 400名
調査エリア : 全国

■会社概要

社名 : 株式会社バルクオム (BLK HOMME Co., Ltd.)
所在地 : 〒106-0045 東京都港区麻布十番 1-10-10 ジュール A 4F
代表者 : 代表取締役 CEO 野口卓也
設立 : 2017年5月19日
2013年4月 TSUMO・JP 株式会社 BULK HOMME 事業部発足。
2017年 組織再編を経て株式会社バルクオムとして事業開始。
資本金 : 9,000万円 (2021年2月末現在)
事業内容 : 化粧品の企画、販売
TEL : 03-5114-6220 (平日 11:00～18:00)
URL : <https://bulk.co.jp>