

マンダム、日本のミドル男性へ エール  
男性ヘアスタイリングシリーズ「ルシード」発売を記念して  
**3月16日を『ミドルの日』と制定**  
「より魅力的に よりパワフルに もっと生き活きと」

株式会社マンダム（本社：大阪市 社長執行役員：西村元延 以下マンダム）はこの度、日本記念日協会（代表：加瀬 清志）を通じ、3月16日を『ミドルの日』と制定しました。

<ミドルの日 3/16 ⇒ 3（ミ）16（ドル）語呂合わせ>

### 制定理由

2011年2月21日、男性化粧品ブランド「ルシード」のヘアスタイリングシリーズを、ミドル男性の加齢による変化からスタイリングしにくくなった髪に対応するため強化一新を図りました。ターゲットは35～40歳代を中心としたミドル男性で、①細毛化・軟毛化によるハリ・コシの減少 ②頭皮脂成分の構成変化によるべたつき増大 という2つの加齢変化が髪のボリューム感を損ね、老けたイメージのヘアスタイルになってしまうことがわかりました。

そこでマンダムは、「ルシード」ヘアスタイリングシリーズを全品エイジングケア処方化し、新しいパウダースタイリング機構を採用するなど、ミドル男性専用のヘアスタイリングシリーズとして強化しました。『エイジングをカッコよく！』をスローガンに、ルシードは若々しいミドル・おしゃれなミドルをサポート。これに合わせて3月16日を『ミドルの日』と設定することで、さらに彼らを力強く応援して行きたいと考えています。

### <ご参考> ミドル男性の特性

人口減少・少子高齢化が進行中の日本において、40代の人口は増加します。2015年には2010年と比較して約10%増加し、世代別シェアは15.1%と最大ボリューム層となります。

①同期が多く競争意識が強い ②バブルを体験し遊びや消費の達人 ③女性注目時代の陰で男を磨く ④仕事・家庭・地域活動・趣味など様々なシーンで存在感を発揮。などの世代特性は、過去のミドル層とは異なり、ヘアスタイルやファッションなど「外見」を非常に重視する傾向があります。「実年齢より5歳若く見え」「周囲から好印象を持たれる」ことを強く望むミドル層は今後の男性化粧品市場の有望ターゲットとなるでしょう。そんな彼らに、より魅力的に、よりパワフルに、そしてもっと生き活きと“日本の中心”として毎日を過ごしてもらいたい。カッコよくエイジングしてもらいたい。そんな願いを込めての制定です。

#### この件に関する問い合わせ先

株式会社マンダム 大阪本社 酢谷(すたに)・生井(なまい) TEL 06-6767-5021 FAX 06-6767-5041  
東京オフィス 萩原(はぎわら) TEL 03-5204-9085 FAX 03-5204-9086