

# 20代・30代・40代 男性の美容意識が3年で大きく変化！ 全国 都道府県別「男性美容意識調査 2023年版」公開 美容ケアは“メイク男子”のものだけではない時代に？ コンシーラーやアイメイクへの理解高まる。美容医療は「脱毛」が人気

「とことん真面目に、美容医療。」をスローガンに、高品質な美容医療を提供する 聖心美容クリニック（<https://www.biyougeka.com/> 医療法人社団美翔会 本院所在地：東京都港区六本木 全国11院）は、全国都道府県の20代～40代男性2,820名を対象に「男性美容意識調査」を実施。

2023年のWBC会場にて、超人気日本人選手のSNSに大手メーカーの化粧水等が写りこみ話題になるなど美容ケアはもはや、メイク男子だけのものではなく、一般的な身だしなみの1つとして定着してきた感がある。そこで聖心美容クリニックでは2020年に行った男性美容意識調査を再実施。約3年間での意識変化を発表する。

## 【全国47都道府県 男性美容意識調査 2023年版】主なトピックス

- 同性が行う美容ケアについて「理解できない」と回答した割合が全世代で減少。  
眉やコンシーラーなど**メイクをする男性に関しては前回20.3%→17.3%**  
脱毛や肌ケアなど**美容医療を受ける男性に関しては前回11.5%→10.6%**  
**美容医療は、20代・30代・40代の全世代で「自身もしている」が増加！**
- 同性のメイクで受け入れられるラインについての質問では  
**「眉を整える（描く）」が全世代平均で7割近くを維持（前回71.4%→68.4%）**  
コンシーラー・BBクリーム・皮脂予防パウダーなど“肌をきれいに見せる”メイクへの理解は**40代男性でも40%を超えた。**  
**20代男性の30%前後が、アイライン・アイシャドウ・二重テープなど“色をのせる・形を整える”メイクへの理解を示している。**
- **美容医療は、“脱毛”が「自身もしている」上位3位を独占！**  
「ひげ脱毛」に続き、腕・脚・VIO脱毛の経験者が増加傾向。
- **全世代で「コロナ禍で美容意識が高まった」と回答。**  
特に20代男性は、2020年から**約10%増加（前回19.9%→29.6%）**。  
美容意識が高まった理由の**3位に「周りの人の美容への関心の高まり」**が初ランクイン。

※各設問別の詳細は次ページ目以降に掲載

### 【調査概要】

調査対象 : 全国20歳～49歳の男性 ※年齢・性別・居住地以外の対象者条件なし

サンプル数 : 2,820サンプル（47都道府県 各60サンプルのうち、各年代20サンプル）

調査方法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2023年5月17日～2023年5月22日（前回実施：2020年9月8日～2020年9月11日）

※本リリースのデータご使用希望の際は、事前に聖心美容クリニックPR事務局までご連絡ください。

（連絡先は本リリース最終頁をご参照ください）

■男性が行う美容ケアについて、メイク・美容医療の両方で“理解できない”回答層が減少。

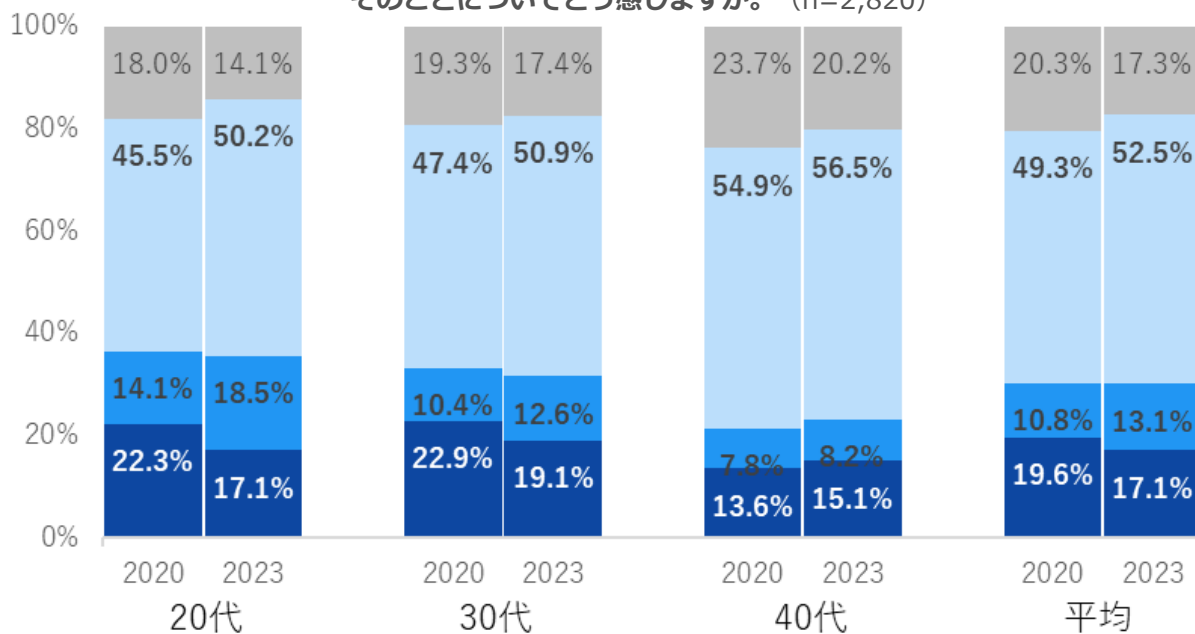
・メイク：40代男性で「自身もしている」層が微増。また全世代で「自身も検討している」「自身は考えていないが理解できる」層が増加。

・美容医療：20代・30代・40代の全世代で「自身もしている」回答層が増加。

眉を整える（描く）・コンシーラーでクマを隠すなどのメイクをする男性や、脱毛・薄毛治療・スキンケアなどの美容医療を受ける男性について、全国の男性はどう考えているのかを調査した結果、どちらも2020年の調査よりも全世代で“理解できない”との回答率が減少。男性美容の定着ぶりを窺えた。

Q1.メイク（眉を整える、肌色を明るくするなど）をする男性が増えています。

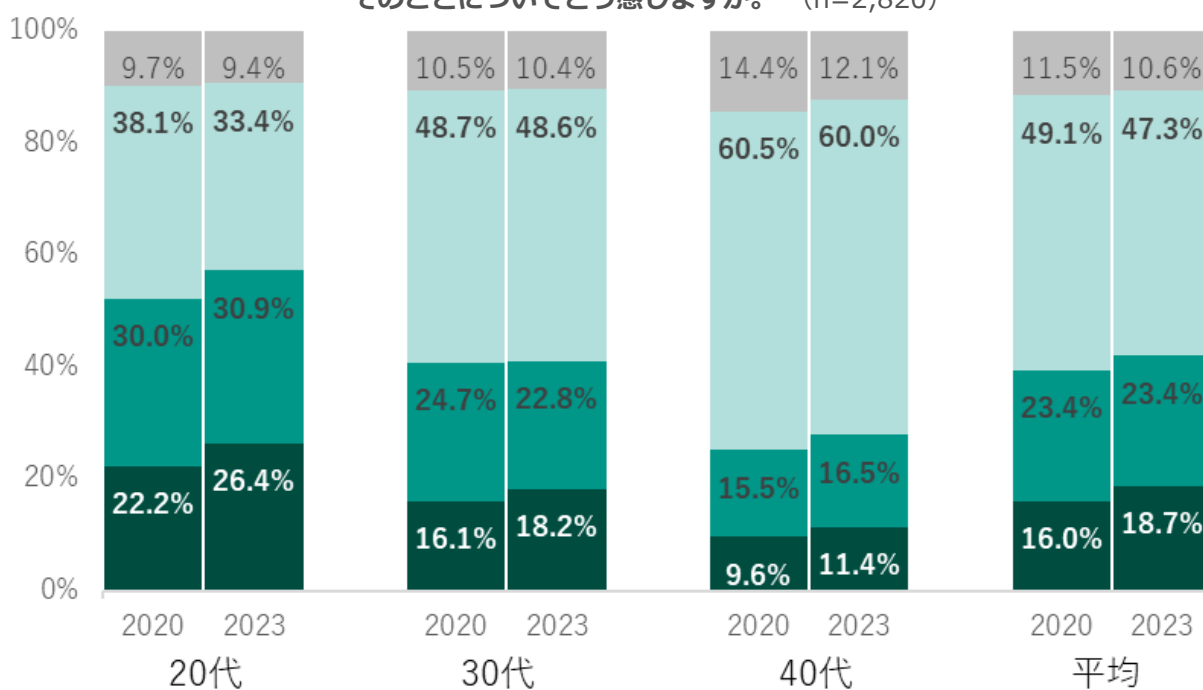
そのことについてどう感じますか。（n=2,820）



■自身もしている ■自身も検討している ■自身は考えていないが理解できる ■理解できない

Q2.美容医療（顔や肌、ムダ毛を整えるなど）を受ける男性が増えています。

そのことについてどう感じますか。（n=2,820）



■自身もしている ■自身も検討している ■自身は考えていないが理解できる ■理解できない

## <男性美容調査①：メイク編>

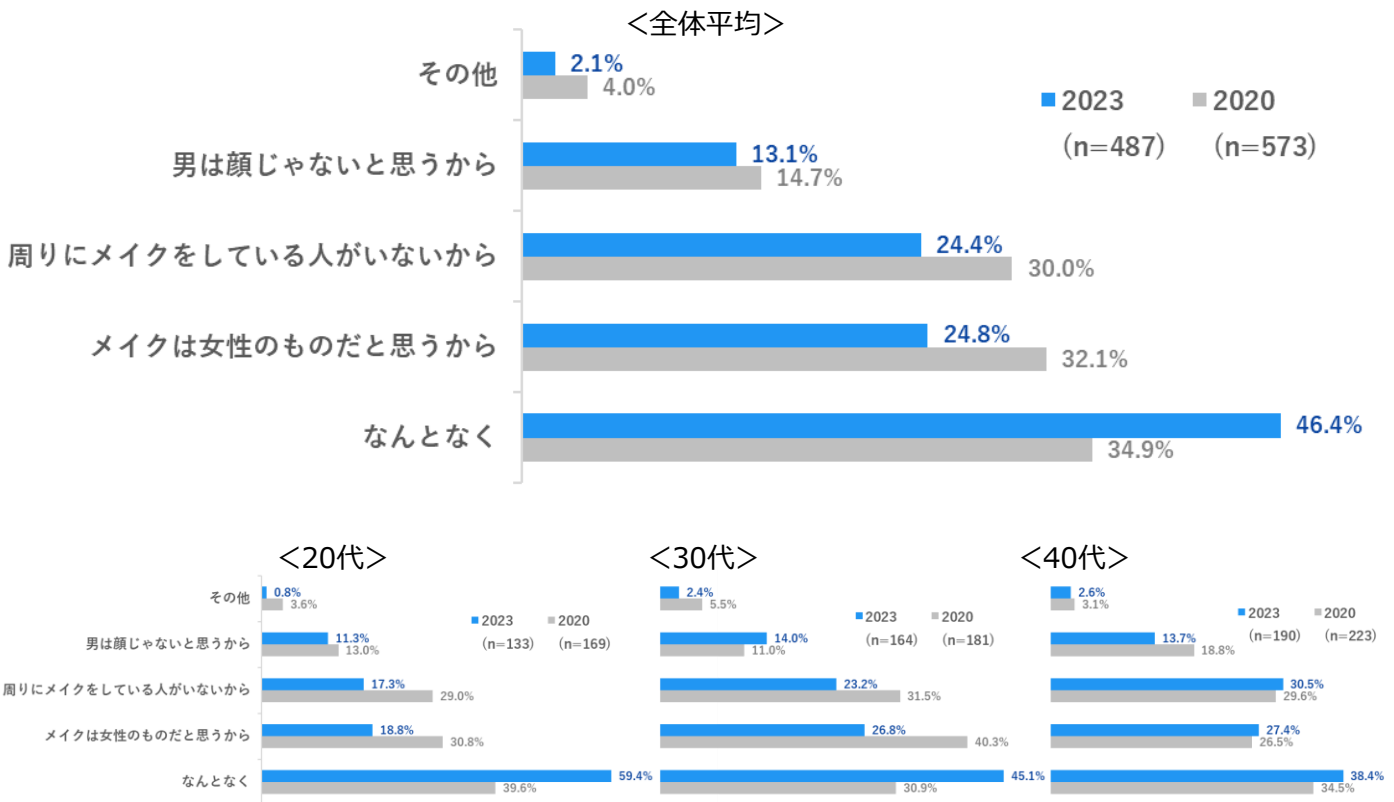
### ■メイク男子を「理解できない」と回答した人の最も多い理由は「なんとなく」で46.4%

メイク男子を「理解できない」と回答した人に、その理由を質問しました。最も多い回答が2020年同様「なんとなく」と、理由は自身でも明確にすることが難しいことが判明。「メイクは女性のものだと思うから」「周りにメイクをしている男性がいないから」「男は顔じゃないと思うから」と、ジェンダーイメージや周囲を理由とした回答は2020年より減少となった。

年代別の集計では、若い層ほど「メイクは女性のものだと思うから」「周りにメイクをしている男性がいないから」の回答が少数派に。

### Q3. Q1で男性のメイクを「理解できない」と答えた方へお伺いします。それはどうしてですか。

※「なんとなく」を回答した人は単一回答、それ以外は複数回答可



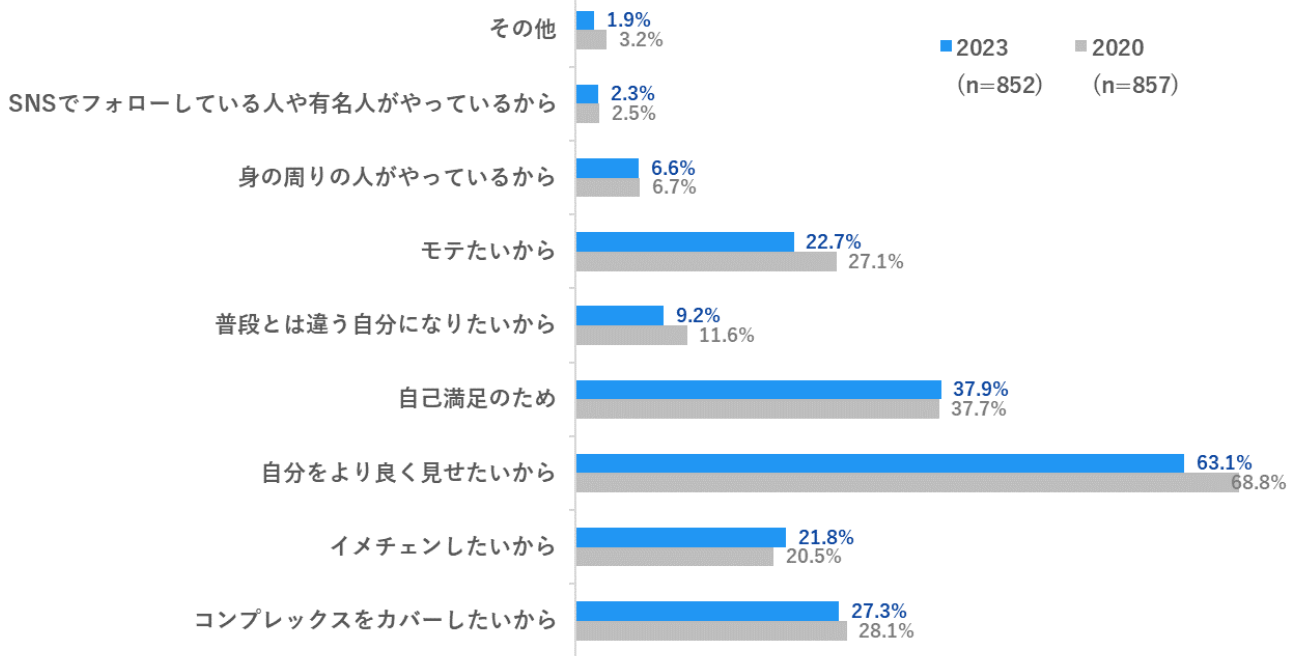
### ■男性がメイクをする・したいと思うきっかけは「自分をより良く見せたいから」が引き続き最多。「自己満足のため」「コンプレックスカバー」が「モテたい」よりも上位に。エチケットとして捉えている層も。

自由回答では「身だしなみ（26歳三重県 他）」「清潔感を保ちたいから（38歳佐賀県 他）」「礼儀として（43歳長崎県 他）」「人と会う仕事のため（36歳島根県）」など、世代や地域を問わずメイクもエチケットとして考えているという回答が寄せられた。

※グラフは次ページへ展開。年代別グラフは各年代での有意差が無い場合紙面の都合上、掲載は省略しております。

Q4. Q1で「自身もメイクをしている」「自身も検討している」を回答した方へお伺いします。

そのきっかけはなんですか。（複数回答可）



■“自分が”メイクをするなら、「日焼け止め」「眉を整える（描く）」「リップクリームを塗る」

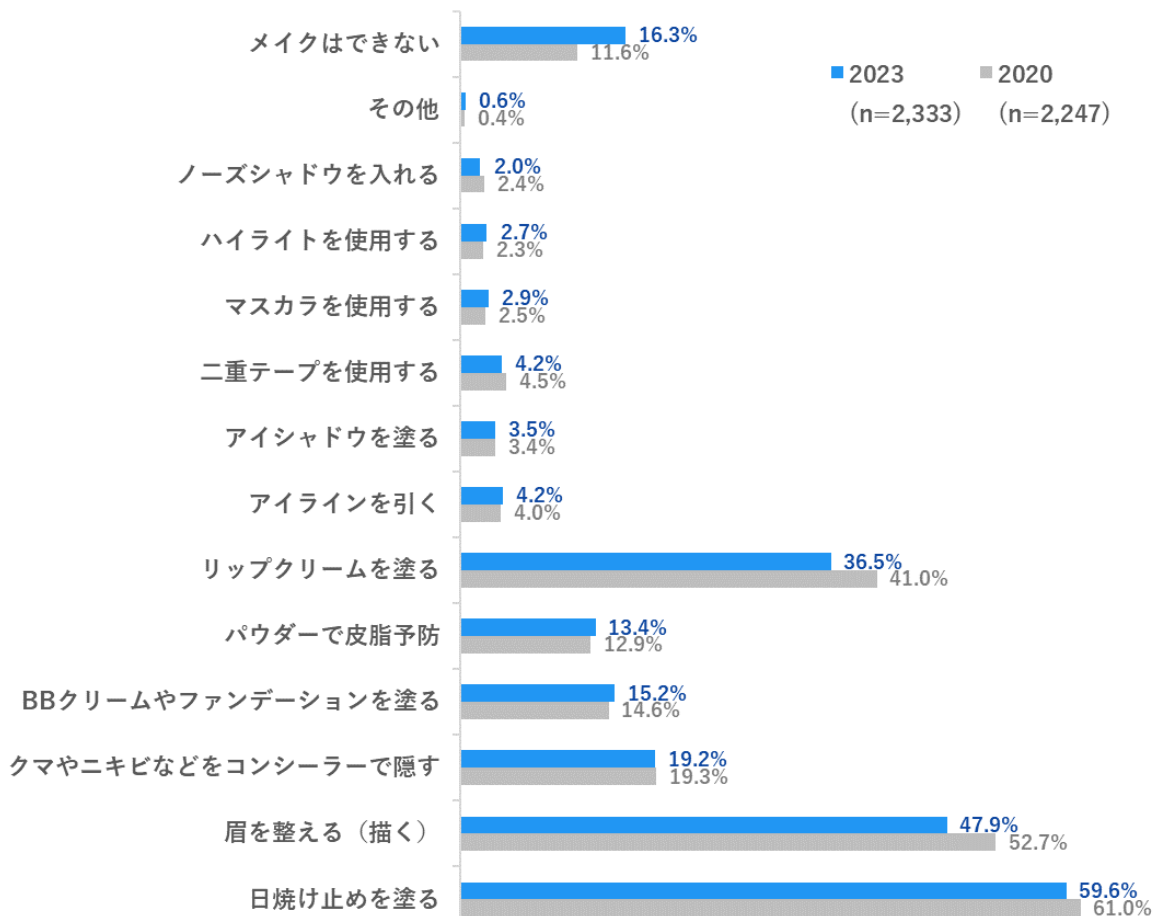
自身へ行うメイクとして受け入れられるものを聞くと、全世代平均で「日焼け止めを塗る」は59.6%、次いで「眉を整える（描く）」は47.9%、「リップクリームを塗る」が36.5%という結果に。

コンシーラーやBBクリーム、皮脂予防パウダーなど“肌をきれいにみせる”メイクは10%台、アイメイクやノーズシャドウなど、“色をのせる・形を整える”メイクは1桁台と、自身に行う層はまだ少ない状況。

Q5. Q1で「理解できない」以外を回答した方へお伺いします。

自分がメイクをするなら、どこまでできますか。（複数回答可）

※「メイクはできない」はQ1で「自身は考えていないが理解できる」と回答した人にもみ表示、単一回答のみ



## ■他人がするメイクの受け入れラインは、大きく伸長！

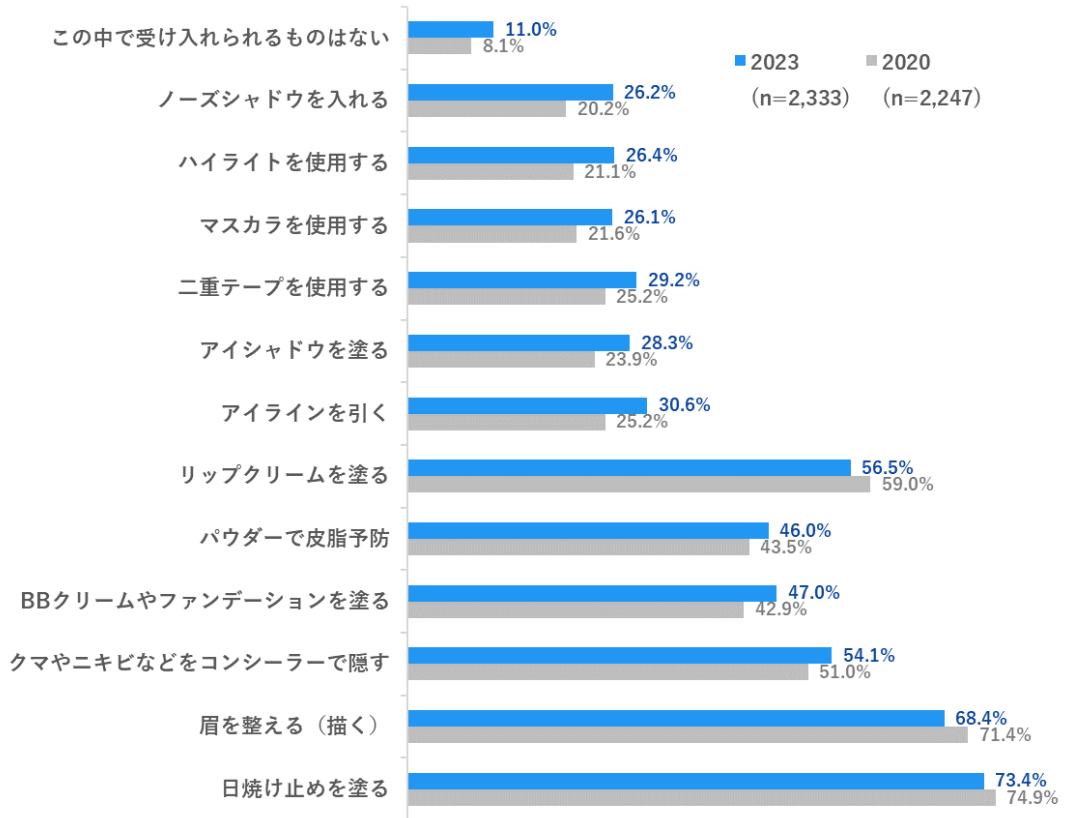
コンシーラーやBBクリーム、皮脂パウダーは約半数が「受け入れる」と回答。40代男性も理解が進む。20代は3人に1人(33.8%)がアイラインもOK。

続いて他人が行うメイクとして受け入れられるものを聞くと、「眉を整える（描く）」が全世代平均で約7割を維持。コンシーラーやBBクリーム、皮脂予防パウダーなど“肌をきれいにみせる”メイクは、約半数が受け入れると回答。保守的になりがちといわれる40代であっても40%以上が受け入れるとの結果に。20代30代では、どの項目も2割以上が受け入れられると回答。アイメイクなどの“色をのせる・形を整える”メイクについては、「アイライン」は20代33.8%、30代31.8%、40代25.7%が受け入れると回答した。

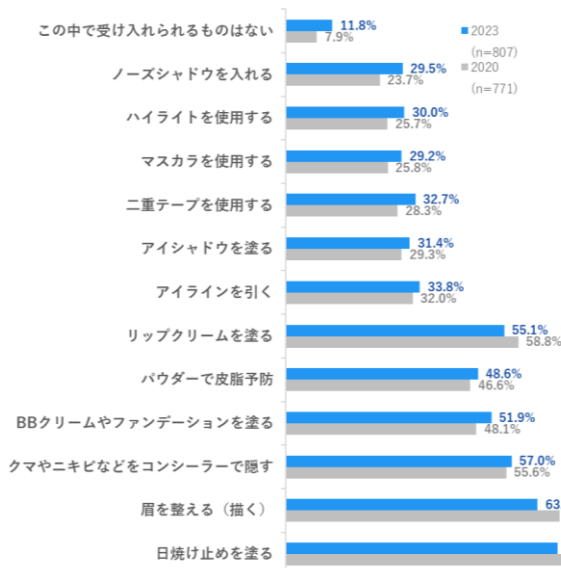
### Q6. Q1で「理解できない」以外を回答した方へお伺いします。 他人がメイクをするなら、どこまで受け入れられますか。（複数回答可）

※「この中で受け入れられるものはない」を回答した人は単一回答のみ

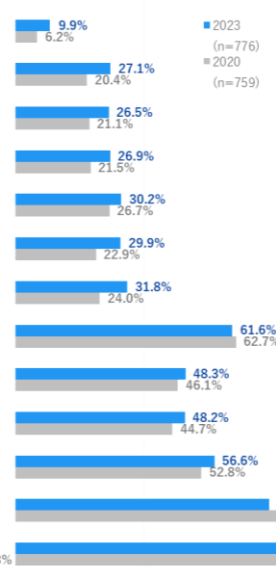
#### <全体平均>



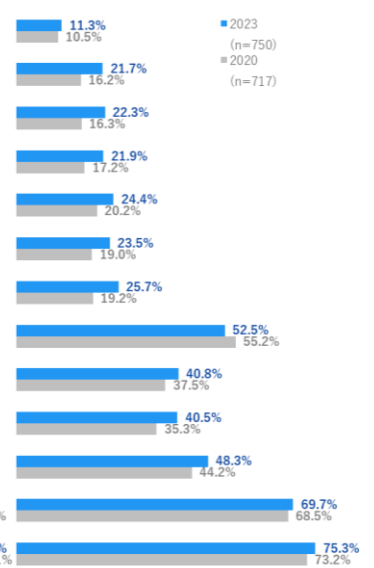
#### <20代>



#### <30代>



#### <40代>



## <男性美容調査②：美容医療編>

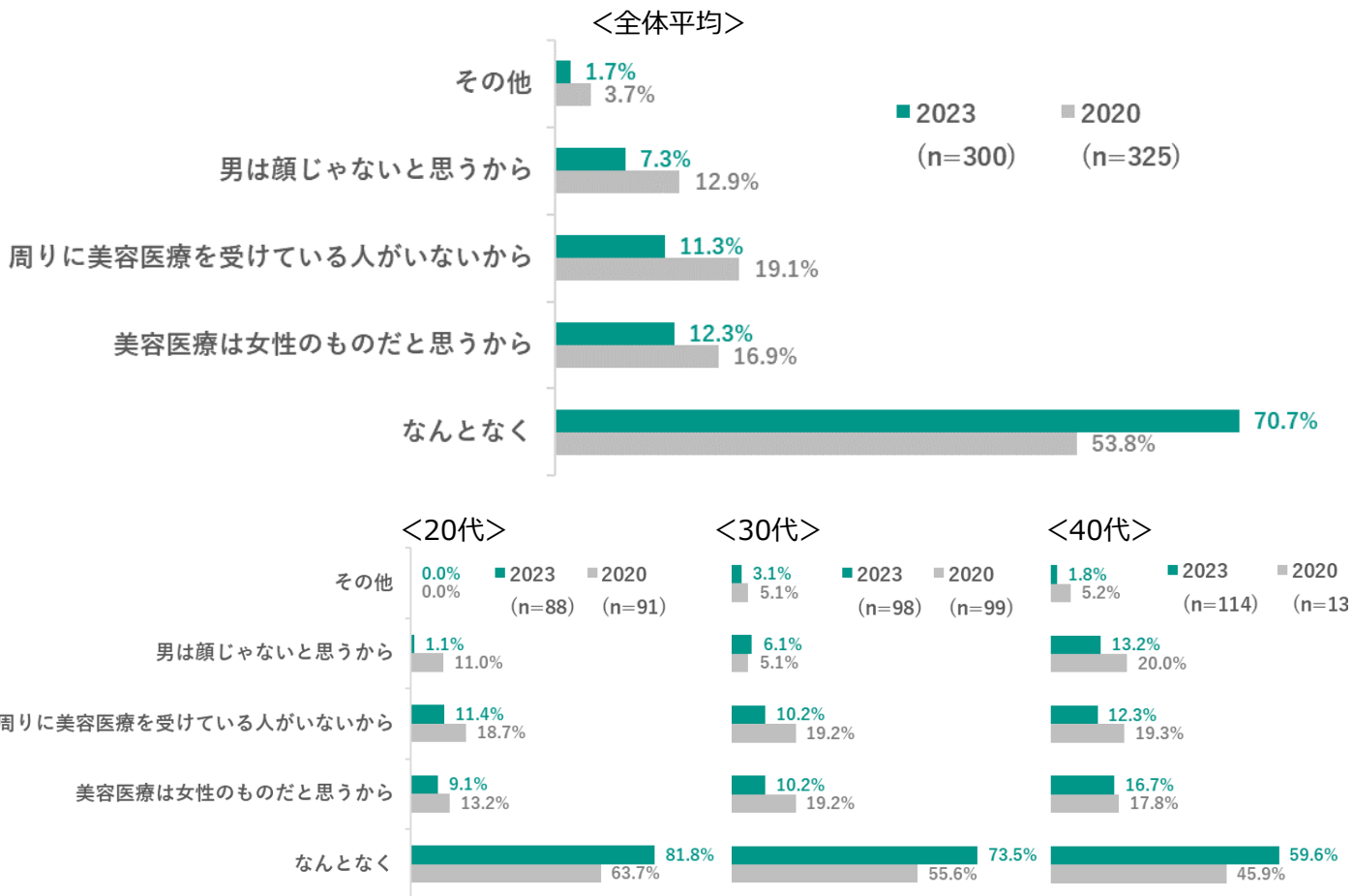
### ■美容医療を受ける男性を「理解できない」と回答した人の最も多い理由は「なんとなく」で70.7%

「理解できない」と回答された方々に2020年同様に理由を質問したところ、「なんとなく」が約17%増加。メイク男子を「なんとなく」理解できない層（46.4%）よりも多い結果に。メイクほどジェンダーイメージとの結びつきが少なく、公表する人もそもそも多くない中で、否定するだけの大きな理由がない状況が窺えた。

年代別の集計では、<メイク編>と同様に、若い層ほど「女性のものだと思うから」「周りに受けている男性がいないから」の回答が少数派に。若者のジェンダーレス化が垣間見える結果となった。

#### Q7. Q2で男性の美容医療を「理解できない」と答えた方へお伺いします。それはどうしてですか。

※「なんとなく」を回答した人は単一回答、それ以外は複数回答可



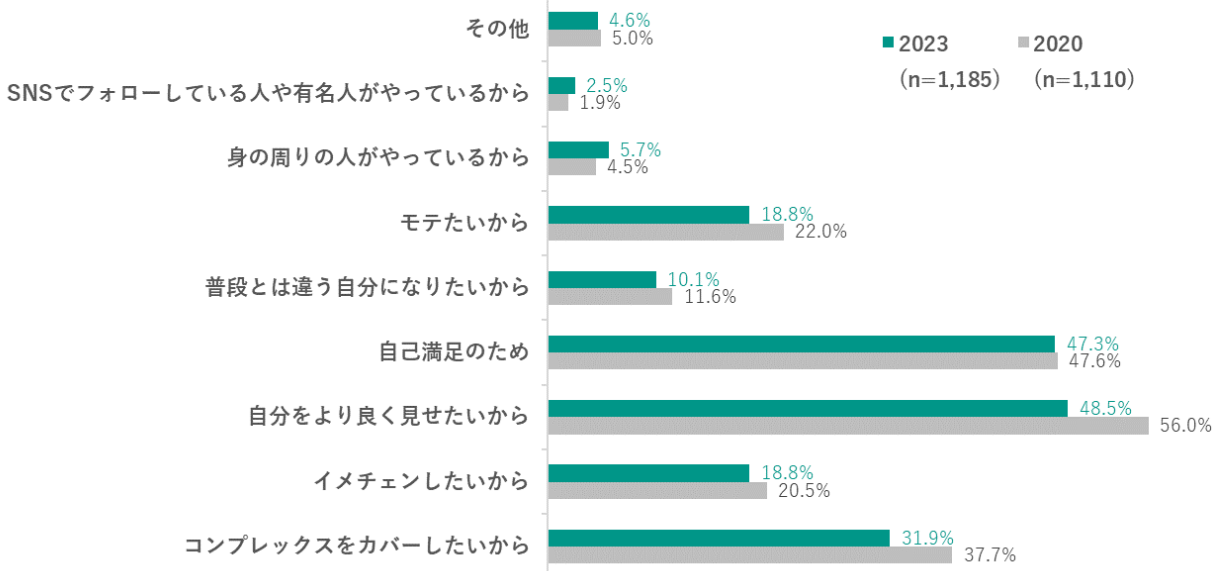
### ■男性が美容医療を受ける・受けたと思うきっかけは「自分をより良く見せたいから」が引き続き最多の49%。次いで、「自己満足のため」が47%。

自由回答では「無駄毛はいらん（36歳大阪府 他）」「清潔感を保ちたい（28歳山形県 他）」「介護を考えて（43歳滋賀県 他）」など、後述する脱毛ニーズの高まりに通じるような記述が散見された。

※グラフは次ページへ展開。年代別グラフは各年代での有意差が無いため紙面の都合上、掲載は省略しております。

Q8. Q2で美容医療を「自身もしている」「自身も検討している」を回答した方へお伺いします。

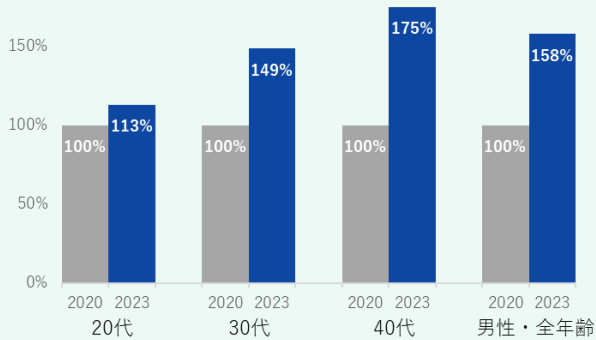
そのきっかけはなんですか。（複数回答可）



■ 聖心美容クリニックにも、「男性の美容意識変化」大きく影響。

男性の新規患者数が1.6倍、20-40代の医療脱毛は1.4倍、30代のコスメ購入者は3.2倍！

男性の美容意識の高まりは、聖心美容クリニックにも少なくない影響を与えている。本調査実施と同時期の売上データを確認すると、男性の新規患者数が増加傾向にあり、2020年9月との比較で158%。20-40代の各年代でも増加、特に40代は175%と大きく伸長した。



< 男性の新規患者様数 比較 >

※比較時期：2020年9月、2022年5月（各1か月）、2020年9月実績値を1として比較

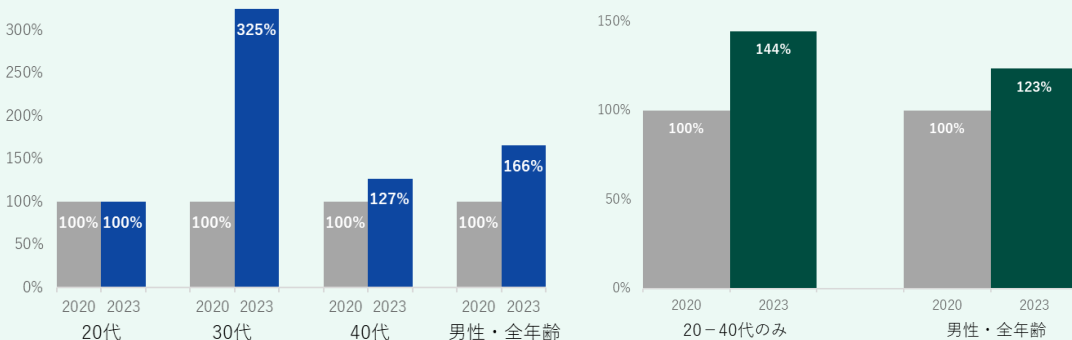
コスメでは、商品購入数が男性全体で166%の伸びを見せている。

年代別にみると、ドラッグストアコスメよりも商品価格が比較的高額になりがちであることから、20代の購入数は伸びてはいないが、30代は325%と大きく増加。

日焼け止めや基礎化粧品など、3,000~10,000円以内の価格帯商品が人気のほか、1箱数万円の高額商品の購入も確認された。

医療脱毛では、新規患者売上が男性全体で123%、20-40代では144%の伸びを見せた。

2020年9月以前よりすでに“ひげ脱毛”は当院の人気施術であったが、美容意識の変化が更なる患者数増加の一因になったと考えられる。※医療脱毛の年代別データは非公開



< コスメ購入数 比較 >

< 医療脱毛 新規患者様数 >

※比較時期：2020年9月、2022年5月（各1か月）、2020年9月実績値を1として比較

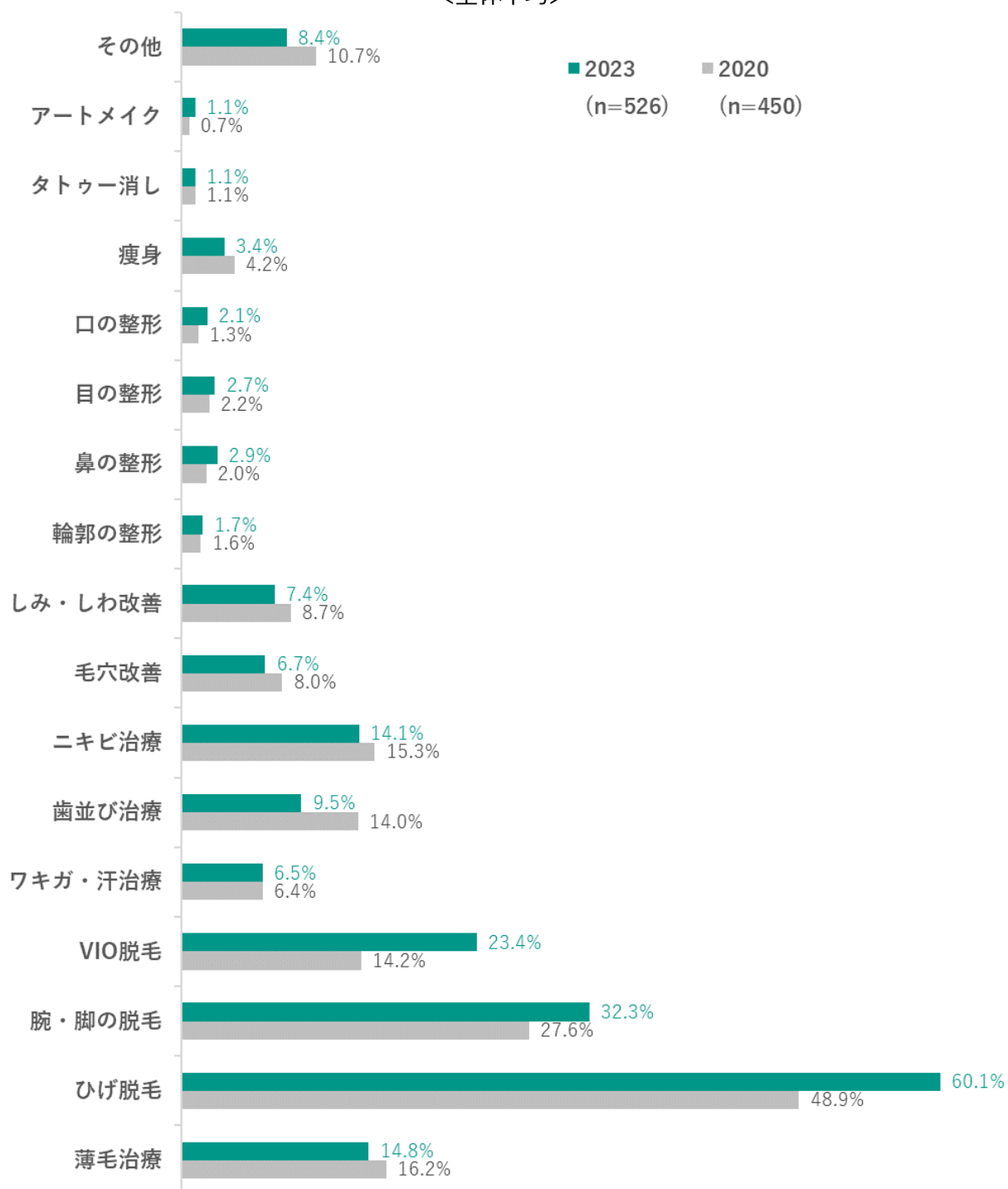
■美容医療、受けたことある1位は“ひげ”。腕・脚・VIOも高まる、脱毛需要。

実際に受けたことがある美容医療については、全世代平均では1位「ひげ脱毛（60.1%）」、2位「腕・脚の脱毛(32.3%)」、3位「VIO脱毛(23.4%)」と脱毛施術がTOP3を占めた。

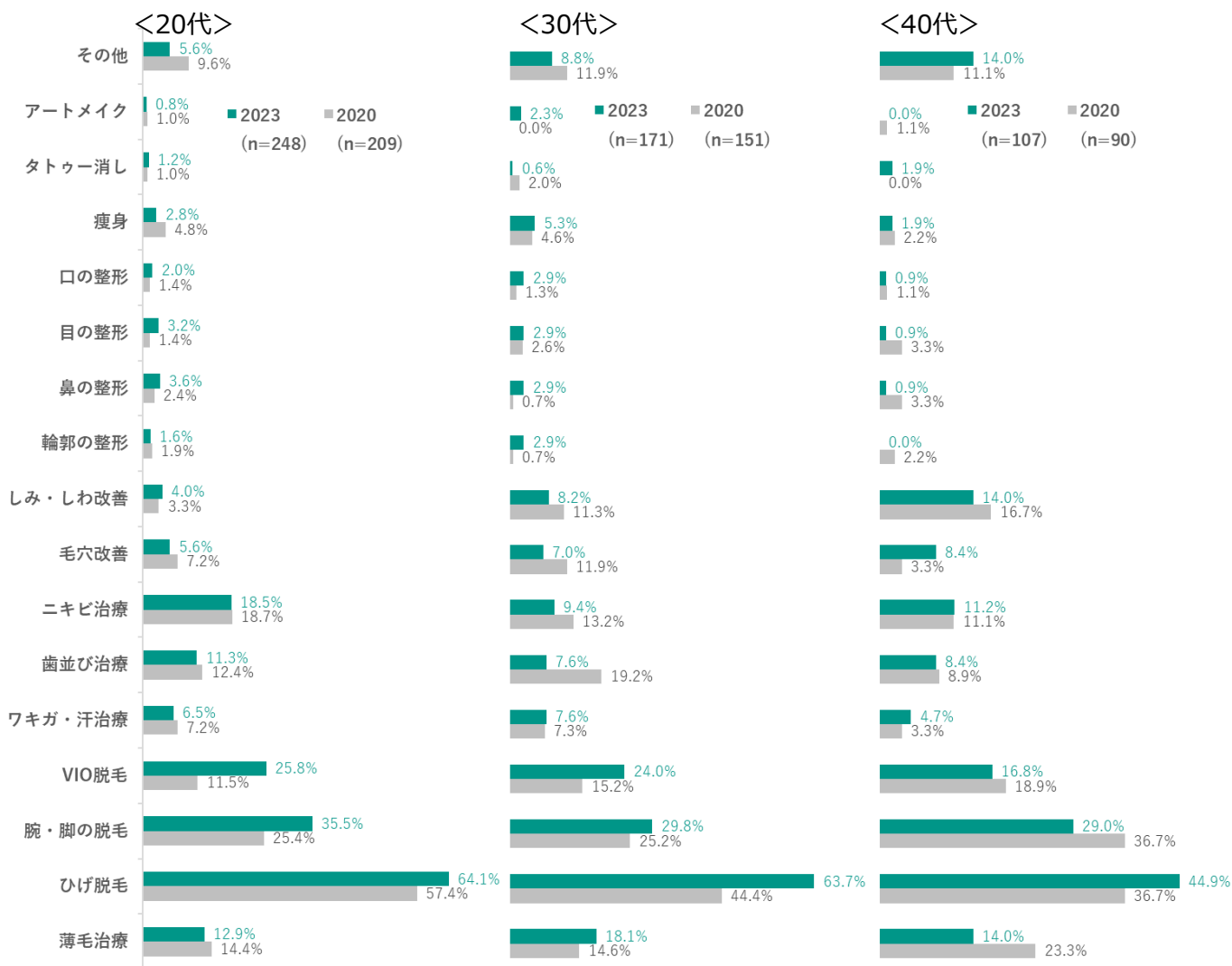
年代別にみても上位3位の施術は変わらず、脱毛が席捲。

4位には、20代では「ニキビ治療」（18.5%）、40代は「しみ・しわ治療」「薄毛治療」（同率14.0%）と各年代に多い傾向がある“お悩み”に応じた施術がランクインした。

Q9. Q2で「自身もしている」を答えた方へお伺いします。  
 下記の美容医療施術の中で、受けたことのあるものはありますか。  
 (複数回答可)  
 <全体平均>





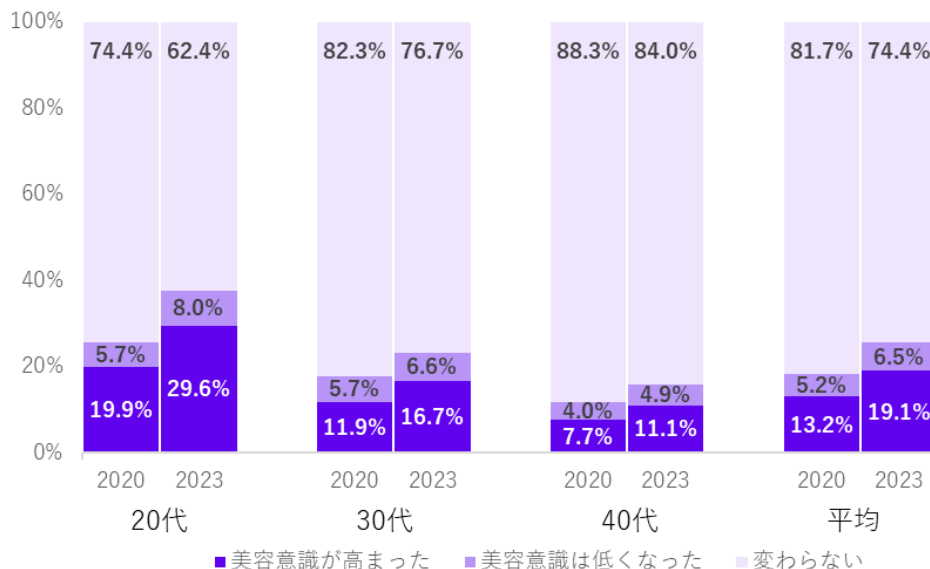


■ 20～40代、全世代で「コロナ禍で美容意識が高まった」と回答！理由は

- 1位「マスクの影響で肌荒れを起こしたから」
- 2位「人に会わないため変わるチャンスだと思ったから」
- 3位「周りの人の関心の高まりを感じたから」

最後に、コロナ禍での美容意識の変化について聞いたところ、全世代平均で19.1%が「美容意識が高まった」と回答。いずれの世代でも「美容意識が高まった」は「美容意識は低くなった」の回答を上回り、特に20代では2020年から約10%増加となった（前回19.9%→29.6%）。

Q10.コロナ前後で美容意識は変わりましたか。(n=2,820 単一回答)

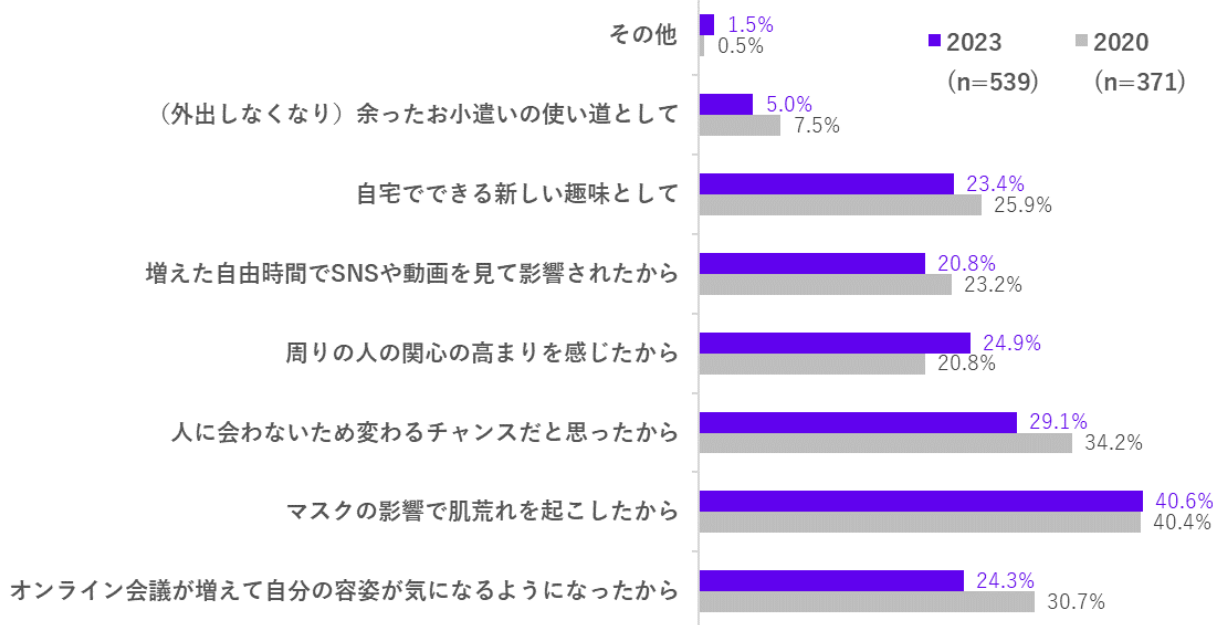


さらに、美容意識が高まった方にその理由を聞くと、全世代平均で「マスクの影響で肌荒れを起こしたから」が40.6%と2020年と変わらず最多。2位も変更なし「人に会わないため変わるチャンスだと思ったから」29.1%。3位は「周りの人の美容への関心の高まり」が初ランクインした。

世代別にみると、40代で「オンライン会議が増えて自分の容姿が気になるようになったから」が31.7%、2位にランクインした。

### Q11. 美容意識が高まったと回答された方へお伺いします。どうして高まりましたか。（複数回答可）

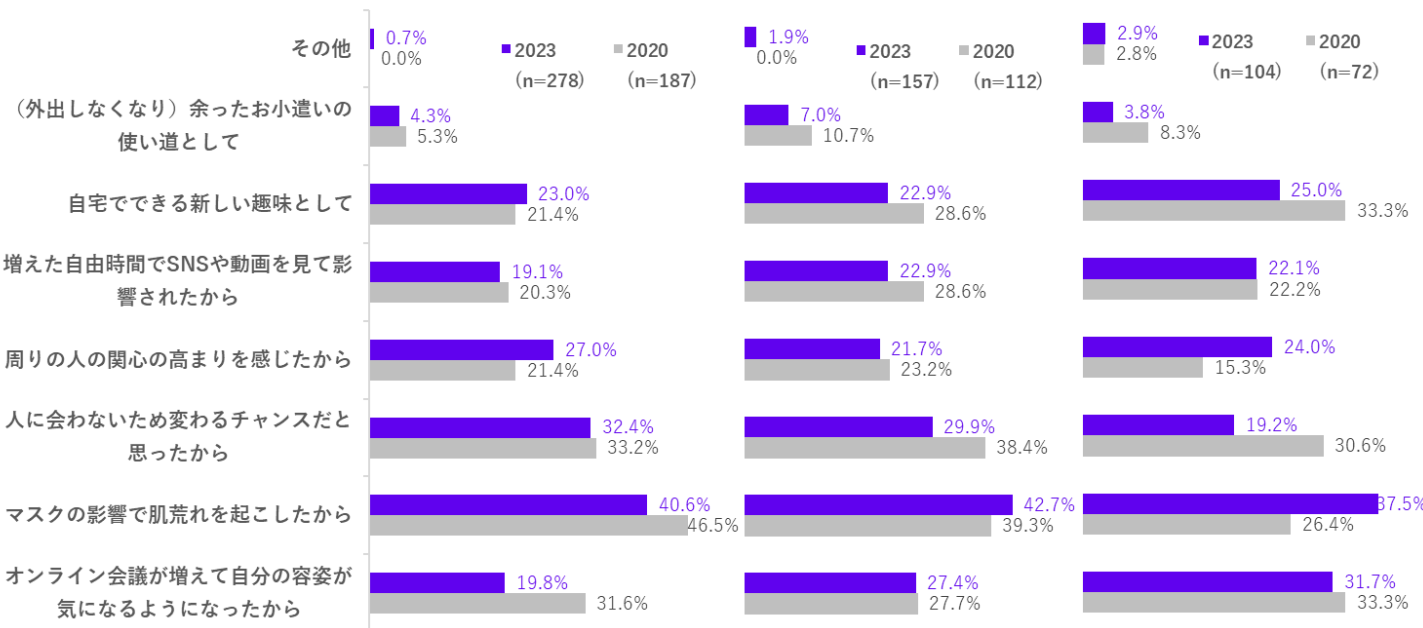
#### <全体平均>



#### <20代>

#### <30代>

#### <40代>



#### 【調査概要】

調査対象 : 全国20歳～49歳の男性 ※年齢・性別・居住地以外の対象者条件なし

サンプル数 : 2,820サンプル (47都道府県 各60サンプルのうち、各年代20サンプル)

調査方法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2023年5月17日～2023年5月22日 (前回実施 : 2020年9月8日～2020年9月11日)

※本リリースのデータご使用希望の際は、事前に聖心美容クリニックPR事務局までご連絡ください。

(連絡先は本リリース最終頁をご参照ください)

■ 聖心美容クリニックについて

「とことん真面目に、美容医療。」をスローガンに、美容外科初ISO9001：2015を認証取得。美容外科業界の透明性を高めると共に、美容再生医療を全国に先駆けて導入するなど、日本を代表する美容医療業界のリーディングクリニックとして、患者さまに寄り添った提案・施術を施しています。

**おかげさまで、2023年に開院30周年を迎えます。**

- ・所在地：札幌、六本木、銀座、渋谷（S-Labo）、大宮、横浜、熱海、名古屋、大阪、広島、福岡
- ・公式サイト（聖心）：<https://www.biyougeka.com>

■ ビデオ会議・電話・メールでの取材も可能です。

聖心美容クリニックおよびS-Laboクリニックでは、医師への取材を積極的にお受けしております。対面の他、メール・ビデオ会議・お電話等の取材にも柔軟に対応しております。

<本件に関する報道関係者の方からのお問い合わせ・取材依頼>  
聖心美容クリニックPR事務局（株式会社メディクルード内）  
TEL:03-5770-5277 /MAIL：[info@mediclude.jp](mailto:info@mediclude.jp)