

2026年10月13日(火)

**夫・恋人へのギフト、女性の約4割が「本当は自分も使いたい」。
“あざとギフト”を贈られた夫の8割が喜んだという結果に**

**メンズスキンケアブランド「DISM」より、
男性用本格エイジングケア美顔器を含む6アイテムが揃うギフトボックスが登場。
美顔器は男女でシェアでき、“あざとギフト”としてもおすすめ**

2026年11月4日（水）より一般発売開始

アンファー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:吉田南音)のメンズスキンケアブランド「DISM(ディズム)」は、「ディズム メディスキンケア アルティメット ギフト ボックス」を発売いたします。顔印象を武器にする、男性用本格エイジングケア※1美顔器「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」をはじめ、美顔器専用のセラム・パックなど、合計6アイテムがセットになったお得なギフトボックスです。11月4日(水)より楽天市場・アンファー公式ストア・DISM公式ストアにて一般発売いたします。

クリスマスシーズンに先立ち、ディズムでは、夫・パートナー(男性)と暮らす20～50代の女性455人を対象に、「夫・パートナーへのギフト」に関する意識調査を実施しました。その結果、女性の約4割、30代では半数近くが夫・パートナーへのギフトに「どうせなら自分も一緒に使いたい」という気持ちを持っていることがわかりました。一方、自分も使えるアイテムを贈られた夫・パートナーの8割は好反応。相手を喜ばせながら、自分もちゃっかり楽しめる“あざとギフト”は、今年のクリスマスギフトの新しい選択肢になるかもしれません。

※1 年齢に応じたお手入れのこと



夫・パートナーへのギフト、

**女性の約4割が
“あざとギフト”を贈りたい。**

“あざとギフト”を贈られた夫・パートナーの8割が喜んだ
という結果に

女性の約4割	“あざとギフト”を贈られた夫・パートナーの8割
約4割	8割
が、夫・パートナーへのギフトで「本当は自分も使いたい」と回答	が喜んだ

For you

<調査概要>

調査名：夫・パートナーへのギフトに関する意識調査

調査対象：配偶者または交際相手（男性）がいる20～50代の女性（同居、または週・月単位で相手の家に泊まっている方）

有効回答数：455人（20代49人、30代118人、40代147人、50代141人）

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年9月

※構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

※本調査結果を引用する際は「DISM調べ」と明記してください。

■調査トピックス

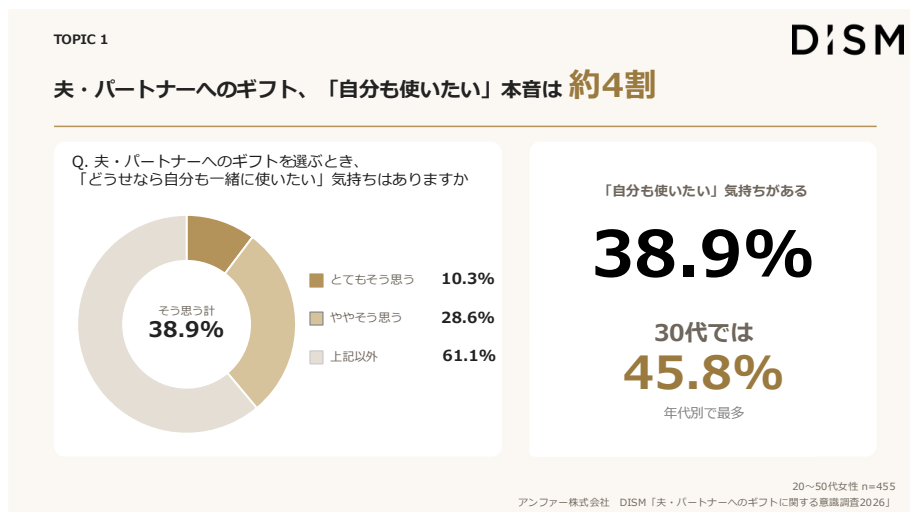
1. 夫・パートナーへのギフトに「自分も使いたい」本音がある女性は38.9%。30代では45.8%と最多に
2. 夫・パートナーへのギフトを「自分も使いたい」と思ったことがある人の51.9%は明言せず“察してほしい”派。はっきり伝えなかった理由の1位は「プレゼントとしての気持ちが薄れてしまう気がする」という懸念。
3. シェアできるアイテムを贈られた夫・パートナーの80.7%が好反応。「私も使いたい」は遠慮なくいい本音。
4. 美容家電は「シェアしたいギフト」候補2位に。決め手は「私も使いたい」から。男女でシェアできる美容機器をギフトとして購入したい女性は35.6%

① 夫・パートナーへのギフト、約4割が「自分も使いたい」という本音が明らかに。

夫・パートナーへギフトを選ぶとき、「どうせなら自分も一緒に使いたい」気持ちがある女性は38.9%（とてもそう思う10.3%、ややそう思う28.6%）と、約4割にのびりました。

年代別では30代が45.8%で最も高く、20～40代はいずれも4割を超えています。

一方、表向きの決め手は「本人が欲しがっている・必要としている」63.5%が圧倒的で、本音は表に出にくい様子が見えがえします。



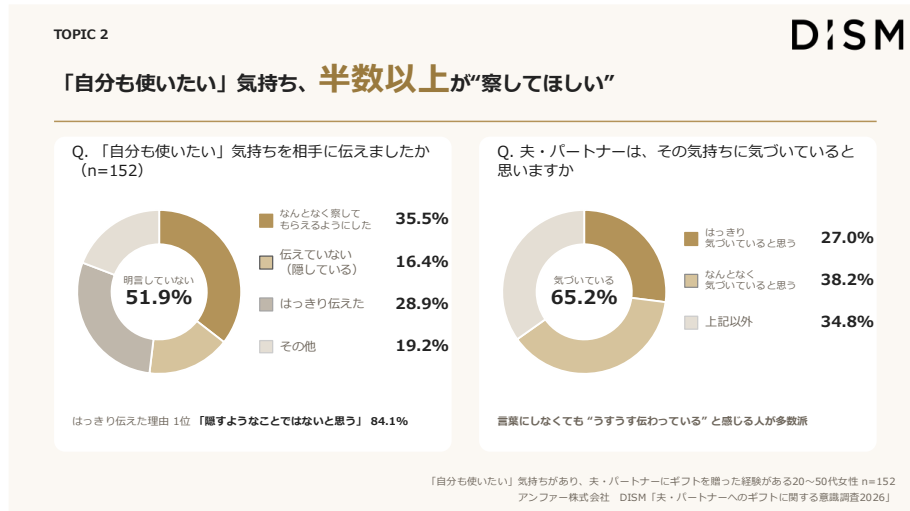
② 「自分も使いたい」という気持ちは、半数以上がはっきり伝えず“察してほしい”。

「自分も使いたい」と思いながらギフトを贈った経験がある人（n=152）に、その気持ちを相手に伝えているかを聞きました。「はっきり伝えた」は28.9%にとどまり、その理由は「隠すようなことではないと思う」が84.1%で突出していました。

一方、最も多かったのは「なんとなく察してもらえようにした」35.5%で、「伝えていない(隠している)」16.4%と合わせると、51.9%が明言していませんでした。

「はっきり伝えた」以外の回答をした人(n=108)にその理由を聞くと、「プレゼントとしての気持ちが薄れてしまう気がする」が28.7%で1位となりました。

それでも「夫・パートナーは気づいていると思う」人は65.2%(はっきり気付いている27.0%、なんとなく気付いている38.2%)にのびました。言葉にはしないものの、うすうす伝わっていると感じている女性が多いようです。



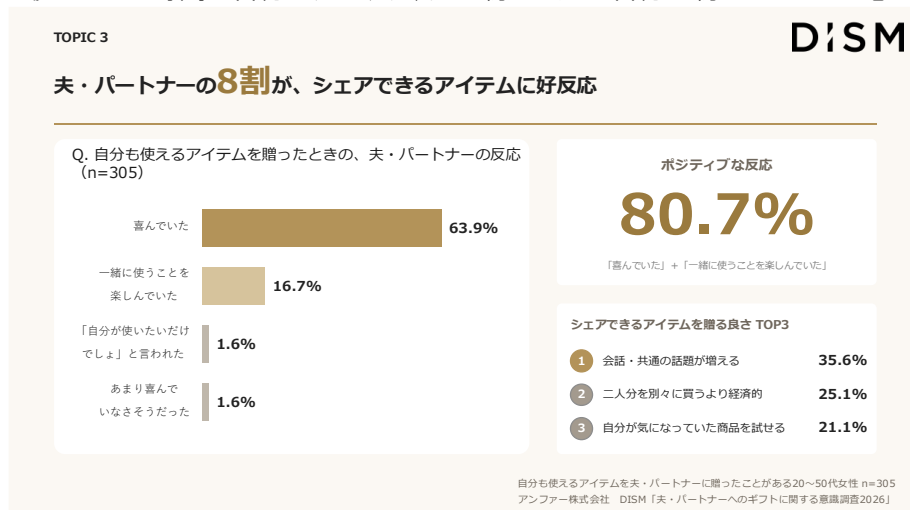
③ 実際は夫・パートナーの8割が、シェアできるアイテムに好反応！

自分も使えるアイテムを贈ったことがある女性に、そのときの夫・パートナーの反応を聞きました(n=305)。「喜んで」63.9%、「一緒に使うことを楽しんでいた」16.7%で、計80.7%がポジティブな反応でした。「プレゼントとしての気持ちが薄れるのでは」という女性側の心配は、実際の反応とは大きくズレがあるようです。

シェアできるアイテムを贈る良さとしては「会話・共通の話題が増える」35.6%が最多で、「二人分を別々に買うより経済的」25.1%、「自分が気になっていた商品を試せる」21.1%が続きました。贈られた側の8割が喜び、贈る側も会話や経済性といったメリットを実感している“あざとギフト”。「自分も使いたい」という本音は、隠さなくても相手に受け入れられるようです。

回答者の声(自由回答より抜粋)

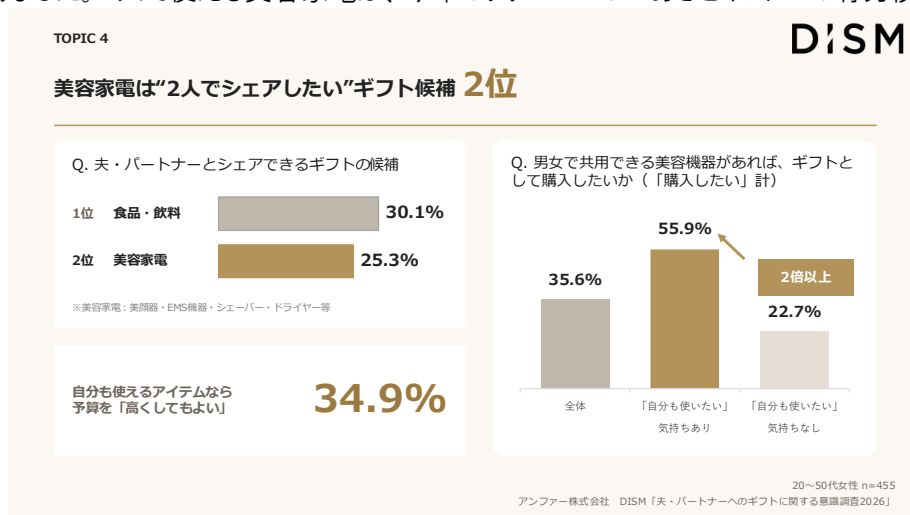
- ・「高価なものも、相手へのプレゼントという名目があると買いやすい」
- ・「どちらかが使わなくなっても、どちらかが使えるから無駄にならない」
- ・「ドライヤーを使っている時間が自分の方が長く、夫の物というより自分の物になっている感じ」



④ 美容家電は“2人でシェアしたい”ギフト候補2位に

夫・パートナーとシェアできるギフトの候補を聞くと、美容家電(美顔器・EMS機器・シェーバー・ドライヤー等)は25.3%で、食品・飲料(30.1%)に次ぎ2位でした。

男女で共用できる美容機器があればギフトとして購入したい人は35.6%。「自分も使いたい」気持ちがある人では55.9%と、そうでない人(22.7%)の2倍以上になります。また、自分も使えるアイテムなら予算を「高くしてもよい」人は34.9%にのびました。2人で使える美容家電は、今年のクリスマスの“あざとギフト”の有力候補になりそうです。



■“あざとギフト”にぴったり！2人で使える本格スキンケアが揃うギフトボックス



<商品特長>

①「洗う」「整える」「鍛える」「仕上げる」のトータルフェイスクアが1箱で完結

洗顔から美顔器ケア、仕上げのクリームまで、毎日のスキンケアに必要なアイテムがこれ1箱にそろいます。

STEP1 洗う: クリーミーフォームウォッシュ

泡立て不要のもっちり泡洗顔。シェービングフォームとしても使用できます。

STEP2 整える: エレキブースト&リフトセラム/パック

導電性とクッション性を高めた美顔器専用のセラム・パックがセットに。届いたその日から本格的なケアを始められます。

STEP3 鍛える:EMS EER メディスキンケアデバイス2.0

中周波EMSで表情筋にアプローチする、男性の肌に着目した本格美顔器。目元ケアモードも搭載し、フェイスラインから目元までこれ1台でケアできます。

STEP4 仕上げる:RETI リンクアップクリーム(夜)/AZオイルコントロールクリーム(朝)

夜は美顔器ケア後の肌をしっとり仕上げ、朝はベタつきが気になる肌をさらりと整える。朝晩の使い分けで、清潔感のある肌印象に。

②ひとつの美顔器で、2人一緒にケアできる

男性の肌に着目したパワフルな設計ながら、女性の肌にもお使いいただけるため、パートナーと一緒に使えるシェア美顔器としてもおすすめです。

<商品概要>

商品名:ディズム メディスキンケア アルティメット ギフト ボックス

セット内容(すべて本品サイズ):

- ・ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0 1台
- ・ディズム クリーミーフォームウォッシュ 1本(120g)
- ・ディズム エレキブースト&リフトパック 5枚入り(1枚30mL)
- ・ディズム エレキブースト&リフトセラム 1個(90g)
- ・ディズム RETI リンクアップクリーム 1個(15g)
- ・ディズム AZオイルコントロールクリーム 1個(20g)

価格:45,400円(税抜) 49,940円(税込)

単品合計価格53,350円(税抜)より7,950円(税抜)お得(約15%オフ)

一般発売:2026年11月4日(水)



■“彼のため”に贈れて、“わたしも”使える本格美顔器

「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」

<商品特長>

顔印象を武器にする、男性用本格エイジングケア※1美顔器

男性の肌に着目したパワフルな設計ながら、女性の方にもお使いいただけます。今お使いの美顔器に物足りなさを感じている方にもおすすめです。

※1 年齢に応じたお手入れのこと

<美顔器>

製品名:ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0

種類:〈家庭用美顔器〉

分類:雑貨品



付属品：充電スタンド、USBケーブル、取扱説明書（保証書付き）

本体重量：約80g

価格：40,000円（税抜） 44,000円（税込）

【こんな方におすすめ】

- ☑ 夫・彼へのクリスマスギフトに、特別感のある本格アイテムを贈りたい。
- ☑ 本当は自分も使いたい。2人でシェアできる“あざとギフト”を探している。
- ☑ 今使っている美顔器では物足りない。もっとパワフルなケアを試してみたい。
- ☑ 夫・彼の顔印象をもう一段格上げしてあげたい。
- ☑ 忙しくても、自宅で手軽に2人のスキンケア時間を楽しみたい。

【商品特長】

＜男性の肌に着目した中周波デバイス＞

男性の肌に着目し、中周波EMSで肌にアプローチ。

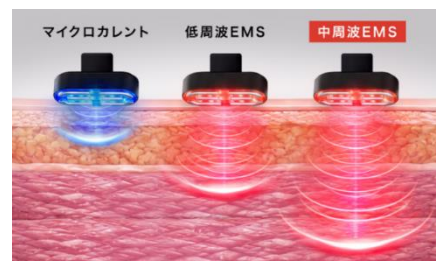
DISM独自のEMS、エレクトロポレーション、ラジオ波を組み合わせた機能「EER」で美容成分の通り道をつくり、マイクロカレントで肌表面を整える設計。

1台に8役^{※3}の効果。美容医療発想の機能が手のひらに。

※3 中周波EMS／EER／RF（ラジオ波）／温感／マイクロカレント／バイブレーション／赤色LED／青色LED

■中周波とは？

中周波とは低周波よりももっと奥の筋肉を刺激する周波。フェイスラインを引き上げながら使用します。

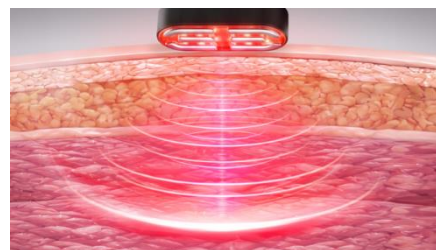


画像はイメージです。
※マイクロカレント／低周波EMS／
中周波EMSの刺激到達イメージ図

＜ワンランク上の肌へ導く、4つのモード＞

① モード1「鍛える」DEEP LIFT EMS —表情筋深層刺激モード—

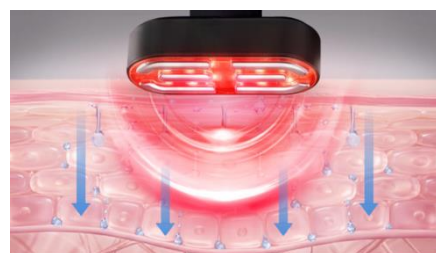
筋肉に微弱電流を与えて収縮させることで、顔の表情筋運動を促すEMSのうち、男性の肌に着目し、中周波EMSを採用。たるんだ奥の筋肉に中周波EMSで刺激^{※4}を与え、もたつきを感じるフェイスラインからスッキリとした顔印象へ。



画像はイメージです。

② モード2「届ける」ELECTRO PORATION —スキンケア底上げモード—

エレクトロポレーション・EMS・ラジオ波の3つのテクノロジーを連動させ、筋肉を刺激しながら一時的に肌に微細な孔^{※5}を開け、美容成分を浸透^{※6}させるDISM独自の「EER」機能を搭載。年齢とともに感じる、浸透^{※6}の衰えに対し、RF周波数を8,300kHzから9,000kHzへ高め、波形も見直すことで、さらなる浸透^{※6}感を目指しました。美容成分を角層深く届けることで、内側からハリのある肌へ導きます。



画像はイメージです。

③ モード3「整える」MICROCURRENT —引き締め※7モード—

人の体に流れる電流に近い超微弱電流(マイクロカレント)が、肌本来のコンディションをサポート。刺激の強度を従来品よりも高めることで、肌表面の引き締め※7感の向上を目指しました。補給した美容成分を角層内部にしっかりと閉じ込め、くすみ※8肌から、キメ細かい清潔感あふれる肌へ整えます。



画像はイメージです。

④ モード4「目元ケア」EYE CARE —目元集中ケア—

新たに目元専用EMSを搭載。眼輪筋など目周りの筋肉に合わせて低周波EMS(10~20Hz)を出力し、目元をやさしく刺激。ふっくらとハリのある目元印象をケアします。皮膚が薄い目元に適した専用の微弱電流設計。さらに、ヘッドをI字に変換できるため、目のキワや目尻など、気になる目元もくまなくケアできます。



画像はイメージです。

※4 筋肉への電気刺激のこと

※5 角質層を一時的に緩めることで成分が浸透する通り道をつくること。一時的なものです

※6 角層まで

※7 肌を引き締め、毛穴を目立たなくすること

※8 乾燥による

<形状・サイズ>

T字剃刀とほぼ同じサイズ感にすることで、美顔器に慣れていない男性でも感覚的に使用できる形状にしており、小型なので持ち運びも簡単です。目元等の細かい部位にも使用できるようヘッドをI字へ変更することが可能です。

<監修医師 男性美容クリニック D-ISMクリニック院長 薄井先生コメント>



男性の顔印象を整えるには、肌表面のケアだけではなく、表情筋へ継続的にアプローチすることが大切です。低周波EMSは皮膚表面に刺激を感じやすい一方、中周波EMSは比較的刺激感を抑えながら、筋肉へ効率よく電気刺激を届けやすいことが特長です。忙しい男性でも自宅で無理なく続けやすく、年齢とともに現れてくるフェイスラインのもたつきやぼんやりした印象が気になる方の日常的なケアにおすすめです。

■DISMとは

「DISM」は、男性の肌に向き合い続けている長年の皮膚科学の知見から生まれたメンズスキンケアブランドです。「効き肌※9に導く、メディスンケア。」をブランドコンセプトに2024年9月にリニューアルし、男性が美容を愉しみ、肌だけではなく前向きな気持ちになることをサポートすることをミッションとして、ベーシックケアからスペシャルケアまで成分がより深く届く※10、柔らかな肌に整えるためのラインナップを揃えています。

・DISMブランドHP：<https://scalp-d.angfa-store.jp/brand/dism/>

※9 スキンケアが角層まで浸透しやすい柔らかい肌

※10 角層まで

アンファー株式会社について

アンファー株式会社は、1987年に会社設立。「予防医学」をタグラインに掲げ、“「いつまでも美しく、健やかに生きる」というエイジングケア・ライフスタイルの実現を目指す”トータルヘルスケア・カンパニーです。多くの医師や臨床機関・研究機関との密接なリレーションを構築しながら、「スカルプD」シリーズをはじめ、化粧品、食品等、様々なエイジングケア商品・サービスの企画・研究開発および販売を行っております。2019年4月10日より、“Dクリニックグループ”※11に参画しました。

※11 Dクリニックグループは、「医学」を背景として、共通の目的と理念を実現するために、企業、クリニック、NPO法人団体等により発足したグループです。