

<イベントレポート>

「第一印象は“自分で整えられる”」

顔研究の第一人者と医師が語る印象の作り方とは？

メンズスキンケアブランド「DISM」新商品発表会

新美顔器「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」発売

山口真美教授×薄井庸孝院長による“顔印象”スペシャルトークショーを実施

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)のスキンケアブランド「DISM(ディズム)」は、新美顔器「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」を2026年10月13日(火)に発売することに伴い、同日、新商品発表会を開催いたしました。



発表会では、DISMブランドリーダーによる開発背景の説明、開発責任者による新商品紹介の後、顔研究の第一人者である中央大学文学部教授の山口真美先生と、メンズ美容クリニック「D-ISMクリニック」院長の薄井庸孝先生が登壇。“顔印象”をテーマにしたスペシャルトークショーを実施しました。

■男性が新美顔器を初めて目にした“リアルな反応”を収めたイメージムービーで開幕

発表会は、本日発売の「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」を男性が初めて目にしたときのリアルな反応を記録したイメージムービーの上映で幕を開けました。

■ブランドリーダー 浅井が開発背景を説明「日々忙しくも、より好印象になりたいビジネスパーソンへ」



はじめに、アンファーマ株式会社 DISMブランドリーダーの浅井祥太が登壇し、新商品の開発背景について説明しました。

2024年9月に発売した男性向けT字型美顔器は、年間販売計画台数をわずか3カ月で達成し、ベストコスメ・美容大賞で合計18部門※1を受賞したことを紹介。また、使用者からは肌悩みの解決だけでなく、「初対面で好印象を持たれたい」「実年齢より若く見られたい」といった、“顔の印象”を変えたいという声が多く寄せられたと話しました。

さらに、男性ビジネスパーソン550人への調査では、86.5%が第一印象を重要と回答する一方、顔の印象を良くする具体的な方法を知っているのはわずか38.5%にとどまることを紹介しました。浅井は「印象もまた、自分自身の意思でマネジメントできる。DISMは、この『印象管理』を、すべての男性の武器にしたい。」と語り、印象を決める「形状」「色調」「質感」の3要素を1台でケアする新商品を、日々忙しいビジネスパーソンに向けて提案していくと締めくくりました。

※1 従来品 EMS EER MEDISKINCARE DEVICE にて、2024年10月～2026年9月の各種メディア(雑誌・Webメディア等)美顔器関連部門賞を受賞。1位・大賞9部門、2位3回、3位1回、部門賞5回。

■開発責任者 飯田が新美顔器「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」を紹介



続いて、DISMブランド開発責任者の飯田美佳が登壇し、新美顔器「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス 2.0」の機能について説明しました。

本製品最大のポイントは、新たに搭載した「中周波EMS」。従来の低周波EMSでは届きにくかった深い筋肉までアプローチし、フェイスラインの引き締めをサポートすると解説。プロアスリートのリカバリーやリハビリの現場でも使われる技術を、高出力・小型化・操作性を両立して製造、約80gの一台に8つの機能とともに搭載

したことを紹介しました。8つの機能は、表情筋を「鍛える」モード、スキンケアを「届ける」モード、マイクロカレントで肌表面を「整える」モード、「目元ケア」モードの4つに集約。飯田は、これらの機能が、印象を決める「形状」「色調」「質感」に対応していることを説明しました。「形状」には、女性より20～25%厚いとされる男性の皮膚をほぐす中周波EMSを、「色調」はくすみに着目し成分浸透をサポートするエレクトロポレーションを、「質感」にはアプローチする機能として硬くなりがちな肌を整えるマイクロカレントを搭載したことを紹介しました。



■スペシャルトークショー第1部：顔研究の第一人者・山口真美先生が語る「第一印象のつくり方」



発表会の後半では、“顔印象”にまつわる3部構成のスペシャルトークショーを実施しました。第1部では、顔研究の第一人者である中央大学文学部教授・日本顔学会理事の山口真美先生が登壇。認知心理学の観点から、第一印象がどのようにつくられるのか、なぜ私たちは顔から『信頼できる人』を判断するのか、そしてビジネスパーソンの顔印象の中で重要な要素をお話いただきました。

・脳が顔を認識する仕組みについて

山口先生は、心霊写真や物体が顔に見える現象などを例に挙げながら、赤ちゃんの頃から脳は顔に反応すると説明。脳のネットワークの中でも、眼窩前頭皮質が、「この人はいい人、悪い人」といった価値判断に影響しており、第一印象の形成に影響していると解説。人は、顔を見た瞬間から無意識に「印象」をつくっている、と語りました。

・第一印象を決める要素について

続いて、第一印象を決める要素について、大きく、「信頼性」と「支配性」、「魅力」の3つで整理できる、と説明。

「信頼性」は「この人は信頼できそう」と感じさせる要素で、微笑みや自然に上がった口角、目から離れた高い位置の眉が、柔らかく親しみやすい印象を与えるとのこと。「支配性」は「この人は強そう、頼りになりそう」と感じさせる要素で、太く目に近い眉や、下がった口角、無表情などが支配性を高く見せると説明しました。さらに「魅力」は、造形やパーツなどの顔立ちで決まると思われがちですが、肌の色むらやくすみなど「健康的に見えるかどうか」も関わりと解説しました。

また、顔印象というと「美人」であることが有利だと思われがちですが、人は顔から魅力だけでなく「信頼できるパートナーか」を見ていると指摘。選挙では、候補者の顔を1秒見ただけで「有能かどうか」が判断され、当落を約7割の確率で予測できるという研究を紹介し、特に男性は有能さを判断される場面で顔が重要になると説明。ビジネスの場でも「有能で信頼できるパートナーか」が顔から判断されることから、顔印象は、女性だけでなく男性にとっても重要であると解説しました。

・ビジネスパーソンにとってどのような第一印象が重要か？

さらに、DISMの調査(アンファーマ株式会社、2026年9月、n=550)を引用し、8割以上が「第一印象は重要」と回答し、特に「信頼できる」「清潔感がある」が重視されていることに言及。社会経験がほとんどない赤ちゃんでも信頼できそうな顔を好むことから、信頼性の判断は根源的な働きであり、ビジネスでも第一印象を大きく左右すると説明しました。「信頼性」には眉間の力みを抜き、口角を自然に上げるなどの表情の柔らかさが、「清潔感」には色ムラやくすみが少ない健康的な肌に関わり、どちらも生まれ持ったパーツではなく自分で整えられる要素であると解説。「『生まれつきの顔だから変えられない』と思いがちですが、それはパーツの形と、肌・表情がつくる印象とを混同しています。パーツは変えにくくても、顔印象は自分で演出できます。」と語りました。

支配性は頼もしさにつながりますが、強すぎると威圧感に。まずは信頼性、清潔感を意識してみるのが良いかもしれません。

講演の最後には「第一印象は『相手に任せるもの』ではなく、自分で意識して整えていくもの。与えたい印象を決め、それにつながる要素を整える。これが、これからのビジネスパーソンにとって大切な考え方です。」と締めくくりました。

■第2部：D-ISMクリニック院長・薄井庸孝先生が医学の観点から解説「顔印象を大きく左右するのは“肌のコンディション”」



第2部では、メンズ美容クリニック「D-ISM クリニック」院長の薄井庸孝先生が登壇し、医学の観点から顔印象について解説しました。

薄井先生は「顔の印象というと、目や鼻の形など『顔立ち』を思い浮かべる方が多いと思います。ただ、医師として多くの方の顔を診ていると、印象を大きく左右しているのは、実は肌のコンディションなんです。」と指摘。顔印象を考えるうえでは、顔のパーツだけでなく肌の状態にも目を向けることが重要であると説明しました。

さらに、肌のコンディションは「形状」「質感」「色調」の3つの観点で捉えられるとのこと。

「形状」については、表情筋の働きや顔の輪郭が印象に関わることを紹介。表情を意識して動かすことが、顔全体の印象にもつながると説明しました。

「質感」については、肌の水分が不足すると乾燥によって小じわやつっぱりが生じやすくなることに触れ、肌のうるおいを保つためには、保湿をしっかり行うことに加え、洗いすぎないことが大切であると話しました。

「色調」については、紫外線や乾燥などによって肌表面の状態が変化し、くすんで見えることがあると解説。紫外線対策や適切な角質ケア、保湿によって肌表面を整えることが、明るい印象につながると説明しました。

最後に薄井先生は「顔立ちは変えにくいですが、肌のコンディションは日々のケアで整えることができます。だからこそ、顔印象は自分で整えられるものだと考えています。」と述べ、日々のスキンケアを通じて肌の状態を整えることの重要性を話しました。

■第3部：山口先生×薄井先生のクロストーク 認知心理学と医学、それぞれの立場から“顔印象”を語る

第3部では、山口先生と薄井先生が再び揃って登壇し、認知心理学と医学それぞれの立場からクロストークを展開しました。



テーマ①「清潔感」は、どこから生まれるのか

ビジネスパーソンが重視する「清潔感」について、山口先生は、人は顔を見るとき、肌の状態から相手が健康的かどうかを無意識に読み取っていると説明。色ムラやくすみが少なく、均一な肌が健康的で魅力的な印象につながることを紹介しました。

一方、薄井先生は、清潔感に関わる要素として「くすみ、乾燥、それから輪郭のもたつき」を挙げました。身だしなみだけでなく肌のコンディションも清潔感に関わっており、日々のケアによって肌の状態を整えていくことが大切であると語りました。

テーマ②男性こそ、顔印象を意識すべき理由

男性にとって顔印象が重要である理由について、山口先生は選挙における顔印象の研究を例に挙げ、「人は顔から相手の有能さなどを、短時間で判断する傾向がある」と説明しました。ビジネスの場面でも、第一印象が相手の受け止め方に関わる可能性があると伝え、顔の印象を自分でマネジメントするという意識が、ビジネスマンにとって重要ではないか、とコメントしました。

薄井先生は、男性のなかには乾燥や紫外線への対策を十分に意識していない方も少なくないと指摘。そのうえで、まずは保湿と紫外線対策から始めることを提案。肌のコンディションを意識した日々のケアが、顔印象を整える第一歩になるとメッセージを送りました。

■クロージング

発表会の最後には、司会者より、本日10月13日に「ディズム EMS EER メディスキンケアデバイス2.0」が発売されることが改めて案内され、「顔立ちは変えにくくても、肌のコンディションと顔印象は日々のケアで整えられる」というメッセージとともに、新商品発表会は幕を閉じました。発表会終了後には、会場内のブースにて商品のタッチアップやフォトブースでの撮影が行われました。



■山口真美先生 プロフィール



山口 真美(やまぐち・まさみ)

中央大学文学部教授

専門は認知科学(乳児の視覚)。日本顔学会理事。

著書『美人はそれほど得しない? : ルッキズムの科学』(早川書房 2026年2月)

『自分の顔が好きですか?——「顔」の心理学』(岩波ジュニア新書 2016年5月)など。

NHK総合『実証科学バラエティー 百聞はジッケンに如かず』などの番組に出演し、顔認知に関する研究成果を紹介。

■薄井庸孝先生 プロフィール



薄井 庸孝(うすい・のぶたか)

メンズ美容クリニック「D-ISMクリニック」院長。埼玉医科大学医学部卒業後、大学病院の放射線科で経験を積み、現在はD-ISMクリニックで男性の美容医療に携わる。

■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」

【商品概要】

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

※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】

- ☑ オンラインMTGで画面に映る自分が想像以上に老けて見えた。
- ☑ ハリがなく、フェイスラインのもたつきが気になる。
- ☑ 年齢を重ねた肌は「何をやっても変わらない」感覚。
- ☑ 老けて見られたくない。自然に若々しくいたい、清潔感を大切にしたい。

【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^{※2}の効果。美容医療発想の機能が手のひらに。

※2 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

■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^{※3}に導く、メディスキンケア。」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^{※4}、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/>

※3 スキンケアが角層まで浸透しやすい柔らかい肌

※4 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”[※]に参画しました。

※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。