

Mimi Beauty ユーザーの美顔器に関する実態を調査

株式会社 Mimi Beauty（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川 涼子）は、美容オタクの「美顔器」の購買行動を明らかにするため、運営する美容メディア「Mimi Beauty」の会員である「mimist」518名に対して、「美顔器」に関する調査を行いました。



調査概要

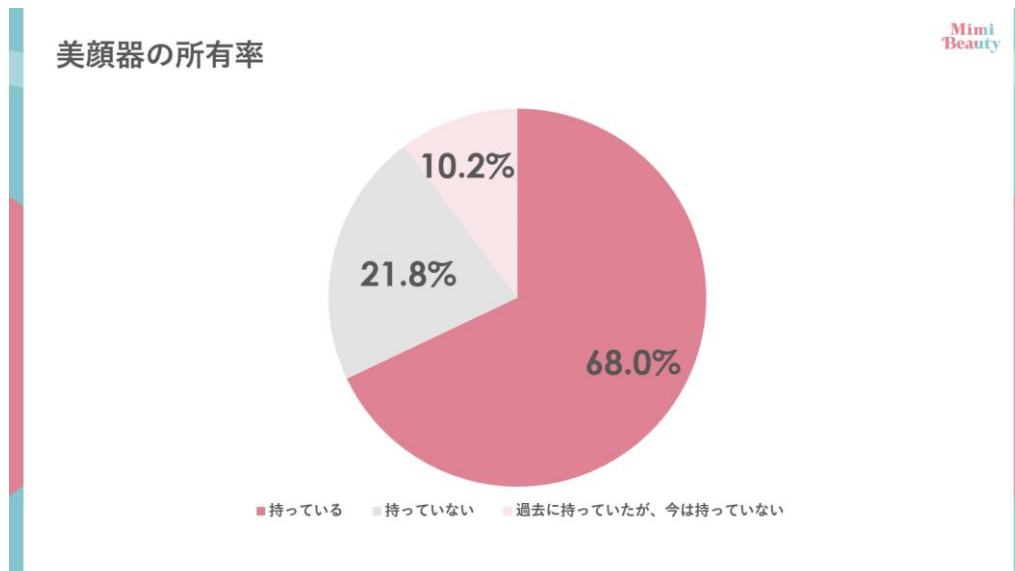
調査期間：2026年6月15日～6月21日

調査対象：15～44歳の Mimi Beauty 会員（mimist）（有効回答数：518名）

調査方法：インターネット調査

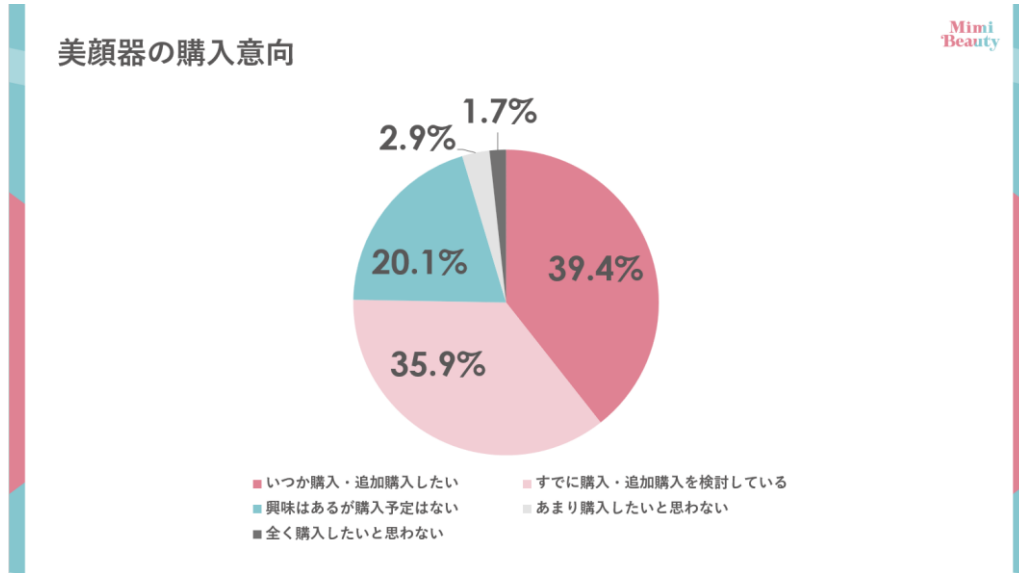
◆ 美顔器の所有率は68.0%、過去も含めると約8割が所有経験あり

まず、美顔器の所有状況について調査したところ、「持っている」と回答した人は68.0%でした。「過去に持っていたが、今は持っていない」（10.2%）を含めると、約8割（78.2%）が美顔器の所有経験を持つことが分かりました。美容オタクの間では、美顔器がホームケアの定番アイテムとして広く普及している様子がうかがえます。



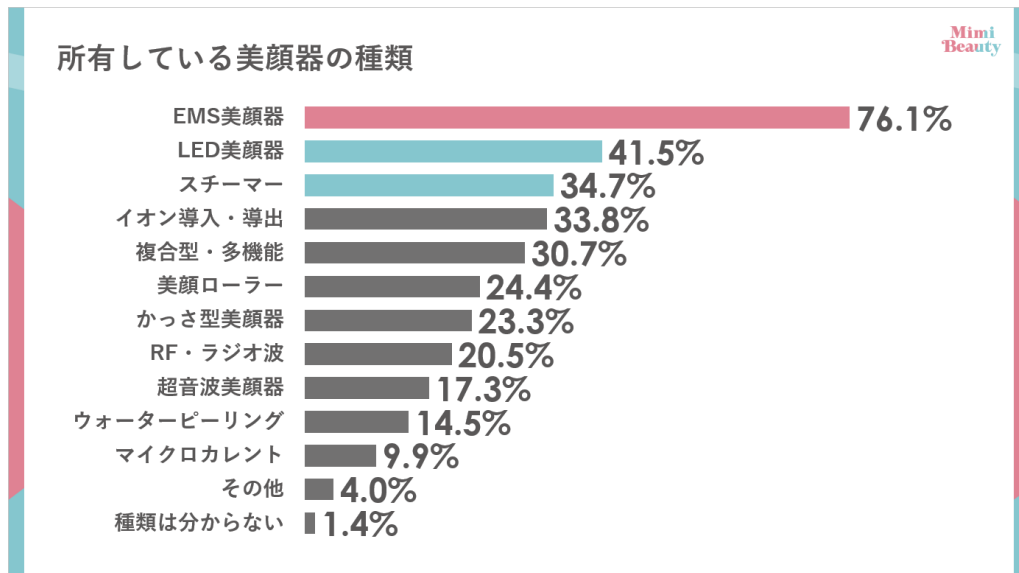
◆ 75.3%が購入または追加購入に前向き

次に、今後の購入意向（すでに所有している人は追加購入の意向）について聞きました。「いつか購入・追加購入したい」が39.4%、「すでに購入・追加購入を検討している」が35.9%と、合わせて75.3%が購入または追加購入に前向きでした。さらに所有者に限って購入意向を聞いてみると、80.1%となることが分かりました。これらの結果から、美顔器の所有率が高いにもかかわらず購入意欲も高いことが分かり、買い替え・買い増し需要の大きさもうかがえます。



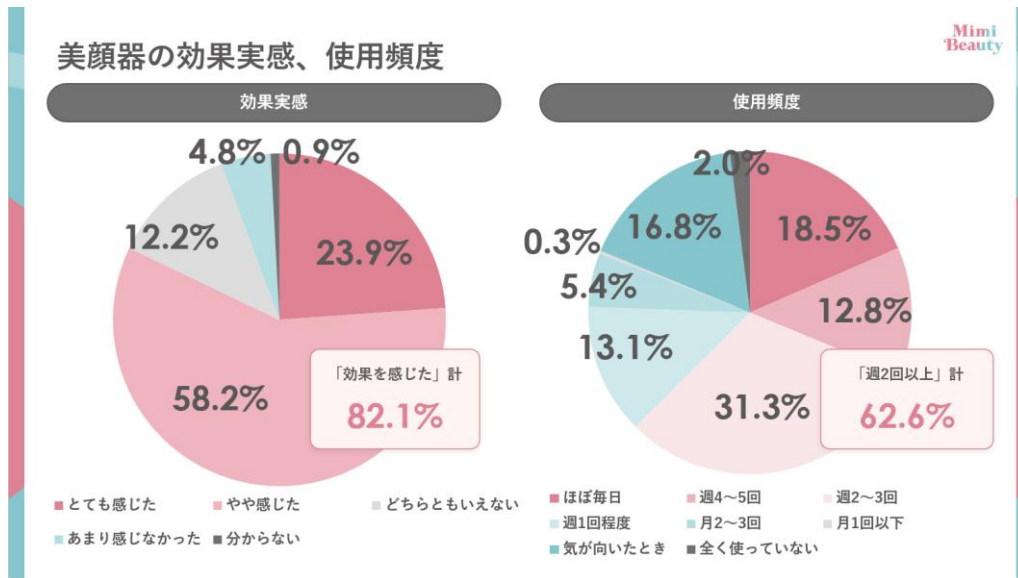
◆ 所有している美顔器は「EMS型」が突出し、76.1%

現在所有している美顔器の種類（複数回答）では、「EMS美顔器」が76.1%と突出して多い結果となりました。次いで「LED美顔器」が41.5%、「スチーマー」が34.7%、「イオン導入・導出美顔器」が33.8%と続きます。引き締め・リフトケアを想起させるEMSが定番化する一方、LEDやスチーマーなど多様なアプローチの機器も併せて使われている実態が分かります。



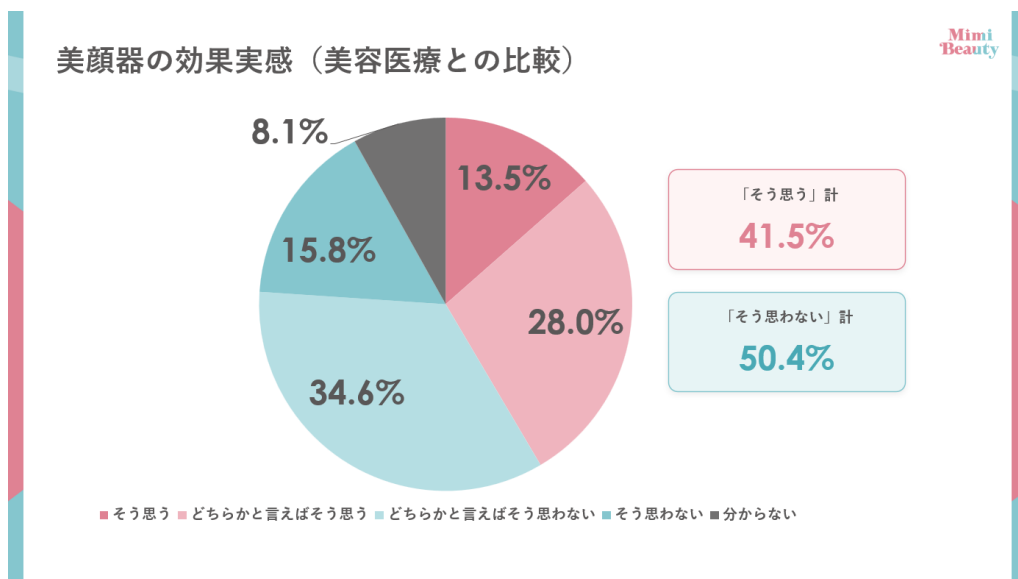
◆ 82.1%が効果を実感、使用頻度は「週2回以上」が6割超

美顔器の効果実感については、「とても感じた」（23.9%）と「やや感じた」（58.2%）を合わせて82.1%が効果を実感していました。使用頻度では「週2～3回」が31.3%で最多となり、「ほぼ毎日」「週4～5回」を含めると週2回以上の使用が6割を超えています。高頻度で使い込み、効果を実感している様子うかがえます。



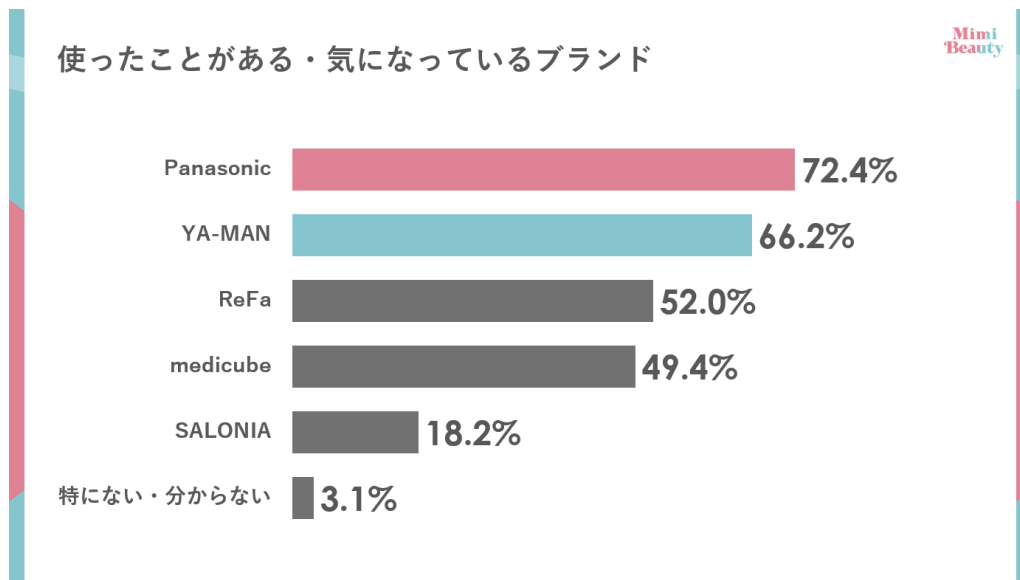
◆ 美容医療経験者は半数超。美顔器と美容医療を別物として捉え、使い分ける傾向に

関連して美容医療の施術経験を聞いたところ、「何度かある」(39.8%)、「たくさんある」(12.2%)を合わせ、半数超(52.0%)が美容医療を経験していました。一方、「美顔器で得られる効果は美容医療でも同様、もしくはそれ以上に得られると思うか」という問いには、「どちらかと言えばそう思わない」(34.6%)と「そう思わない」(15.8%)の計が50.4%と、「そう思う」(13.5%)と「どちらかと言えばそう思う」(28.0%)の計41.5%をやや上回りました。こうした結果から、美顔器と美容医療を別物として捉え、使い分ける意識がうかがえます。



◆ 使ったことがある・気になっているブランドは「Panasonic」「YA-MAN」がトップ2。効果実感では「medicube」も上位に

使ったことがある・気になっているブランド（複数回答）では、「Panasonic」が72.4%、「YA-MAN」が66.2%と、他の国内有力ブランドを引き離してトップ2となりました。次いで「ReFa」(52.0%)、「medicube」(49.4%)と続きます。さらに「実際に効果を感じたブランド・商品」を自由回答で聞いたところ、「Panasonic」「medicube」「YA-MAN」への言及が多く、認知だけでなく満足度の面でもこれらのブランドが支持を集めていることが分かりました。



以上の調査から、美容オタクの間で美顔器がホームケアの定番として広く所有・愛用されていること、また高い頻度で使われ、効果が実感されている一方で、美容医療とは役割を分けている実態が明らかになりました。今後も Mimi Beauty は、美容オタクの実態を明らかにするため、調査を続けてまいります。

◆ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

・本リリースの引用・転載にあたって使用許諾は不要ですが、必ず当社クレジットをご明記ください。

なお、引用・転載の際は公開後で構いませんのでその旨をご連絡いただけますと幸いです。

例：「Mimi Beauty 調べ」、「Mimi Beauty が実施した調査によると…」

・「Mimi Beauty」へのリンクをお願いいたします。 ※媒体特性等により難しい場合は不要です。

<https://mimitv.co.jp/>

◆ Mimi Beautyについて

「Mimi Beauty」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営を行っています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユーザーとともに進化し、ともに作り上げるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が“美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

Mimi Beauty サイト URL：<https://mimitv.co.jp/>

Mimi Beauty 公式 X (旧 Twitter) アカウント (@MimiBeauty_)：https://x.com/MimiBeauty_

Mimi Beauty 公式 Instagram アカウント (@mimi_beauty.official)：https://www.instagram.com/mimi_beauty.official/

Mimi Beauty 公式 YouTube アカウント (@Mimi_Beauty1)：https://www.youtube.com/@Mimi_Beauty1

Mimi Beauty 公式 TikTok アカウント (@mimibeauty_official1)：https://www.tiktok.com/@mimibeauty_official1

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■数値は小数点以下を四捨五入しているため、合計値が 100% とならない場合があります。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

株式会社 Mimi Beauty 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：土田（つちた）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp