

# ■【5年前と比較】男性にとってスキンケアは「特別な行為」から「日常習慣」へと変化 「化粧水」使う男性 この5年で20.4%増（2019年32.7% ⇒ 2024年53.1%）

- ◎ "美容関連のプレゼント" 男性7割が「嬉しい」～ 男性美容市場の成長を裏付ける結果が明らかに～
- ◎ 【10年間】当院男性来院者数推移は右肩上がり～ 将来の自分へ「美容投資」を行なう男性が増加～

ヘアサロンで髪を整えたり、脱毛やネイルに通う男性がいることは決して珍しくなくなりました。身だしなみや清潔感の観点のみならず、日々の利便性やQOLの向上など“自己投資の一環”として、いまや「美容」は男性の間でもすっかり市民権を獲得。メンズコスメに至っては、これまで「外見のケアに無頓着だ」と思われていた中高年や高齢者男性へ向けた商品が多く、大手メーカーから発売されるなど、店頭だけでなくECやふるさと納税といった多様な場でも目にするように。クリスマスやバレンタインに男性へ美容関連ギフトをプレゼントする人も増え、広がりをみせています。

そこで男性専門の総合美容医療「ゴリラクリニック」（医療法人社団十二会／東京都新宿区、稲見文彦総院長）は11月15日～16日の2日間、20～50代の男性800名を対象に【世代別：男性の美容意識調査（インターネット調査）】を実施しました（インターネット調査）。

## ■調査結果概要

「日頃化粧水を使用する」とした男性が「53.1%」と半数以上いることが判明。5年前の2019年に同院が調査（※）した同質問では「32.7%」だったのに対し、20.4%と2割以上増加しており、男性のスキンケアが「特別な行為」から「日常の習慣」へと変わりつつあることが明らかになりました。

さらに注目すべきは、約7割の男性（69.6%）が美容関連のプレゼントを「もらって嬉しい」と回答している点です。これはホリデーシーズンを中心に男性向けスキンケアや美容アイテムがギフトとして浸透しつつある現状を反映しており、家族やパートナーとの間で美容を共有する文化が広がっていることを示しています。

今回の調査結果を受け、男性の美容意識が社会全体で急速に受け入れられ、ライフスタイルの一部として定着し始めていることを示唆しています。特に20～30代の若い世代を中心に、美容をポジティブに楽しむ意識が顕著に表れており、化粧水や乳液の使用率が上昇。男性特有の肌悩みに寄り添った商品や情報提供が市場の成長を後押ししています。

（※ 5年前との比較・データ出典元：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000091.000004342.html>）

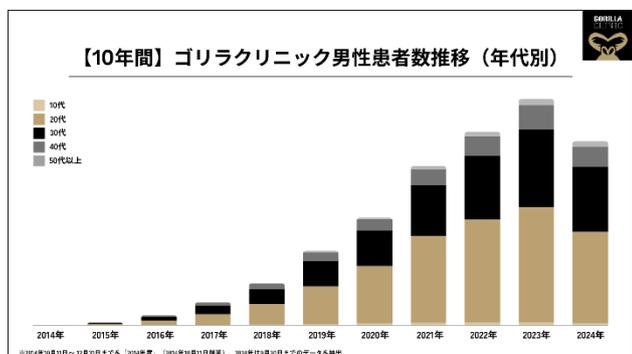
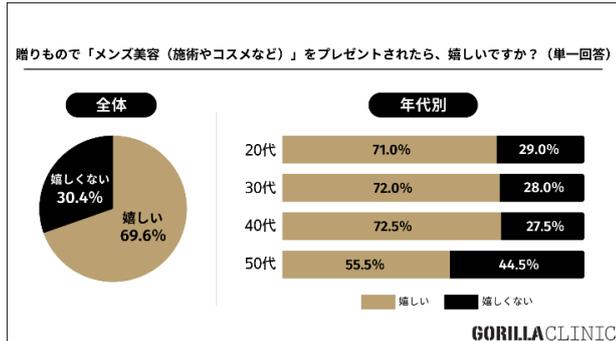
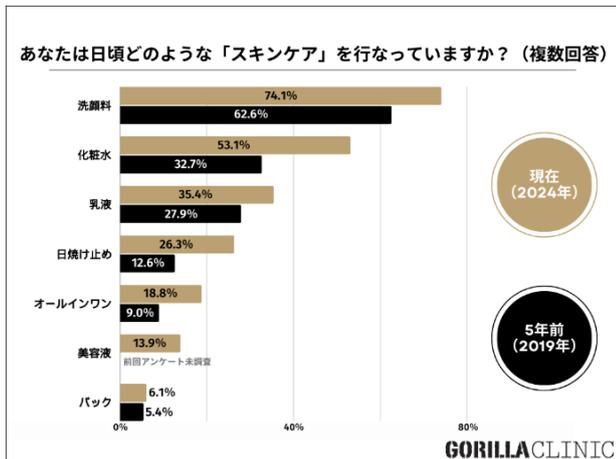
## ■【参考資料】当院の男性患者推移（2014年創業から2024年までの10年間）

「右記グラフ」は、創業から現在までの10年間【ゴリラクリニックに来院される男性患者数推移（年代別）】（※）。来院される男性のボリュームゾーンは20代～30代ですが、近年、顕著に増加しているのが40代以上のミドル世代男性。2018年以降、40代以上の患者数が顕著に増加しています。また50代以上の患者層も増え始めており、ミドル世代やシニア世代からの関心が高まっていると言えます。

40代以上の男性が増加している背景には3つ要因が考えられます。

1. 美容への関心の高まり：年齢を問わず、身だしなみを整える意識が広がっています。
2. 経済的余裕：40代以上は比較的収入が安定しており、美容に投資する余力があると考えられます。
3. 健康志向の影響：清潔感や若々しさを保つためのニーズが増えている可能性があります。

当院はこれまで20代～30代男性の支持を中心に成長してきましたが、近年は40代以上のミドル・シニア世代が新たな成長領域として注目されています。今後も幅広い年代のニーズに応える施策を展開し、さらなる成長を目指してまいります。なお、本リリース後半では、若者だけでなく中高年男性が化粧水や美容液など美容に力を入れるのか、そのポイントや効果は？ほか「【メンズ美容の最前線】男性のホームスキンケアについて／オールインワンスキンケア化粧品のメリットとデメリットについて」を銀座ANNEX 院長 太田博之医師が解説いたします。



■ 《4周年》『ゴリラコスメティクス』販売開始からシリーズ累計出荷本数 50万本突破

男性専門の美容皮膚科が監修・開発したドクターズコスメ『ゴリラコスメティクス』(<https://gorillacosmetics.com/>)は、2020年12月15日に一般発売を開始してから、まもなく4周年を迎えます。

皮膚の常在菌に着目した「育菌による肌の正常化」をコンセプトに、ストレス社会に晒されている男性肌を健康な肌へ導くラインナップを取り揃えており、全商品、アルコール・パラベン・鉱物油・石油系界面活性剤・合成香料・着色料フリーの基礎化粧品です。



発売当初は各ゴリラクリニックや公式通販サイトでの販売がメインでしたが、現在は各院での販売に加え、楽天市場やAmazon、ヨドバシカメラほか大手量販店や有名ストア、大手モール型ECサイト等でも取り扱いを開始。幅広い年代の男性支持を得て、**シリーズ累計出荷本数は50万本を突破**しました。(502,760本/2024年12月4日時点)

購入されるユーザー層の多くは20~30代の学生やビジネスマンが中心ですが、40代以上の男性にも「スキンケア初心者でも使いやすい」「ゼラニウムとラベンダーの天然の落ち着いた香りもいい」など好評を得ています。

■ 【概要】「世代別・男性の美容意識」調査 (20~59歳の男性800名を対象・インターネット調査)

※当データを使用の際はクレジット表記【男性専門の総合美容クリニック『ゴリラクリニック』調べ】を記載ください

① 日頃のスキンケアについて

化粧水を使用する男性が増加：53.1%の男性が化粧水を使用しており、5年前(32.7%)から約20%増加  
すべてのスキンケア使用率が上昇：

洗顔料：62.6% → **74.1%**                      化粧水：32.7% → **53.1%**                      乳液：27.9% → **35.4%**

② スキンケア商品の購入場所について

ドラッグストアが購入場所のトップに：75.9%が「ドラッグストア」と回答。5年前(67.4%)と比較して上昇

③ 男性がもらって嬉しいギフトについて

全年代で「食べ物」が最多：50代男性では67.5%が選択

④ メンズ美容の贈り物は嬉しいか

約7割(69.6%)が「メンズ美容関連のプレゼントは嬉しい」と回答。特に40代が最多(72.5%)

⑤ ポイント活動(ポイ活)の実態

9割以上の男性がポイントを活用：年代別では、50代が最も高く95.0%が活用している

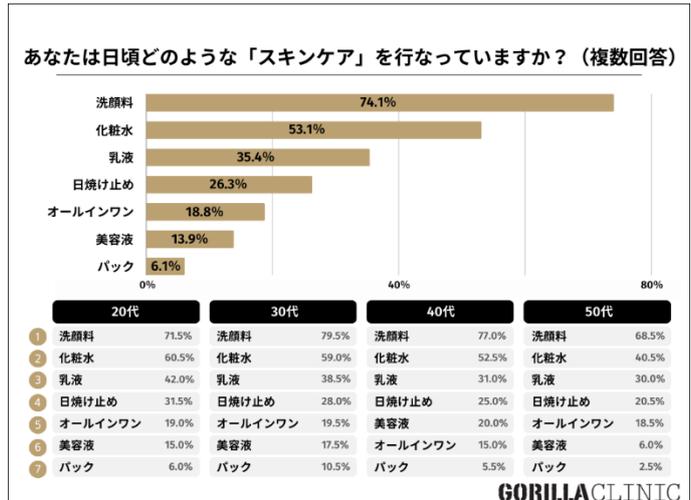
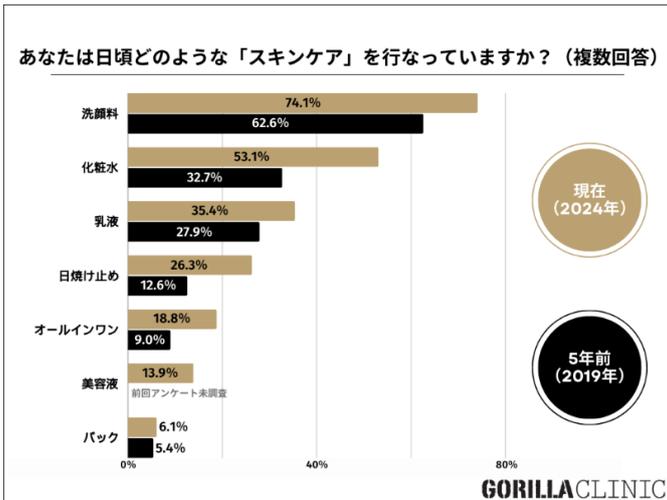
各質問・詳細

① 日頃のスキンケアについて

質問：あなたは日頃どのような「スキンケア」を行なっていますか？(複数回答)

トップ3には全年代基礎化粧品(①洗顔料②化粧水③乳液)が並ぶ結果に。「オールインワン」の使用率は約2割(18.8%)と、基礎化粧品3点(洗顔料・化粧水・乳液)の使用率と比較すると最も低い乳液(35.4%)の約半数ということが判明いたしました。また、5年前※と比較すると、すべての使用率が上昇していることが判明。最も使用率が上がったのは化粧水で約20%(32.7%→53.1%)増えたことが分かりました。化粧水に限らず、スキンケア全般の実施率が上がっていることから男性のスキンケア意識の上昇が感じ取れます。

※5年前調査(該当質問は⑥)：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/00000091.000004342.html>



② スキンケア商品の購入場所について

質問:「顔のスキンケア商品」のアイテムは、どこで購入しますか? (複数回答)

7割以上(75.9%)が「ドラッグストア」と回答。各年代でトップ3には「ドラッグストア」「ネット通販」「スーパー」の3つがランクインし、手軽に購入できる場所の人気の高いことが分かりました。一方で、40代と50代では5位に「デパート・百貨店」がランクインするなど、所得が増えるにつれてスキンケアへの投資を惜しまない人の割合が高まることが分かりました。

5年前と比較すると、「ドラッグストア」での購入率が上昇(67.4%→75.9%)する一方で、その他の購入場所の割合が下がる結果となりました。最も前調査と差が出たのは「ネット通販」で、前回調査より2.1%減少(26.6%→24.5%)。

※5年前調査(該当質問は⑨): <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/00000091.000004342.html>

「顔のスキンケア用品」は、どこで購入しますか? (複数回答)

	全体	20代	30代	40代	50代
1	ドラッグストア 75.9%	ドラッグストア 64.5%	ドラッグストア 76.5%	ドラッグストア 80.0%	ドラッグストア 82.5%
2	ネット通販 24.5%	ネット通販 28.0%	スーパー 25.0%	ネット通販 24.5%	ネット通販 23.0%
3	スーパー 16.9%	スーパー 16.0%	ネット通販 22.5%	スーパー 14.5%	スーパー 12.0%
4	コンビニエンスストア 10.6%	コンビニエンスストア 14.0%	コンビニエンスストア 12.0%	コンビニエンスストア 11.0%	コンビニエンスストア 5.5%
5	クリニック・病院 6.0%	クリニック・病院 8.0%	バラエティショップ 9.5%	デパート・百貨店 5.5%	デパート・百貨店 3.3%

▼2019年 調査結果

	全体	20代	30代	40代	50代
1	ドラッグストア 67.4%	ドラッグストア 61.5%	ドラッグストア 75.5%	ドラッグストア 68.6%	ドラッグストア 73.3%
2	ネット通販 26.6%	ネット通販 30.8%	スーパー 10.8%	ネット通販 32.6%	ネット通販 18.7%
3	スーパー 23.0%	スーパー 28.2%	ネット通販 24.5%	スーパー 25.6%	スーパー 22.7%
4	コンビニエンスストア 14.6%	コンビニエンスストア 16.2%	コンビニエンスストア 12.8%	コンビニエンスストア 11.6%	コンビニエンスストア 16.0%
5	クリニック・病院 6.8%	クリニック・病院 9.4%	バラエティショップ クリニック・病院 (両*) 5.9%	バラエティショップ 5.8%	デパート・百貨店 ブランド雑貨店 (両*) 1.3%

GORILLACLINIC

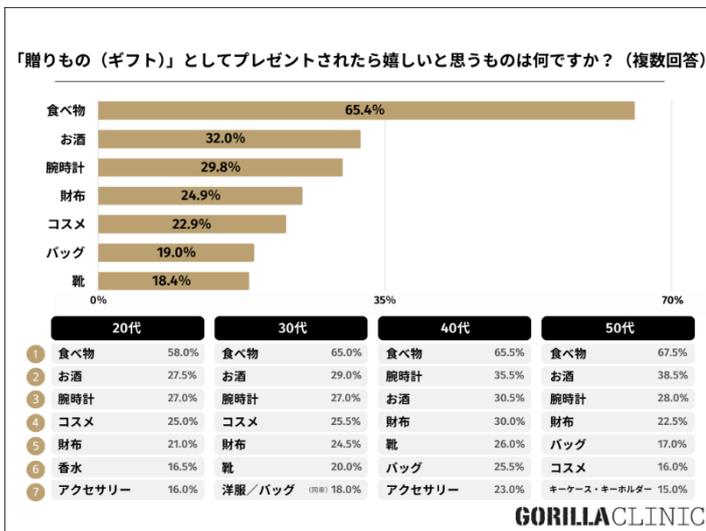
③ 男性がもらって嬉しいギフトについて

質問:「贈りもの(ギフト)」としてプレゼントされたら嬉しいと思うものは何ですか? (複数回答)

全年代で「食べ物」が最多に。各年代では50代が最多回答となりました(67.5%)。

①で、5年前と比較し日頃からスキンケアをする男性が増えたにもかかわらず、「贈りもの」としてコスメをもらった嬉しいと思う男性は昨年の調査結果※と比較すると減少したことが分かりました。

※昨年調査(該当質問は④): <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000126.000004342.html>



「贈りもの(ギフト)」としてプレゼントされたら嬉しいと思うものは何ですか? (複数回答)

	全体	20代	30代	40代	50代
1	食べ物 65.4%	食べ物 58.0%	食べ物 65.0%	食べ物 65.5%	食べ物 67.5%
2	お酒 32.0%	お酒 27.5%	お酒 29.0%	腕時計 35.5%	お酒 38.5%
3	腕時計 29.8%	腕時計 27.0%	腕時計 27.0%	お酒 30.5%	腕時計 28.0%
4	財布 24.9%	コスメ 25.0%	コスメ 25.5%	財布 30.0%	財布 22.5%
5	コスメ 22.9%	財布 21.0%	財布 24.5%	靴 26.0%	バッグ 17.0%

▼2023年 調査結果

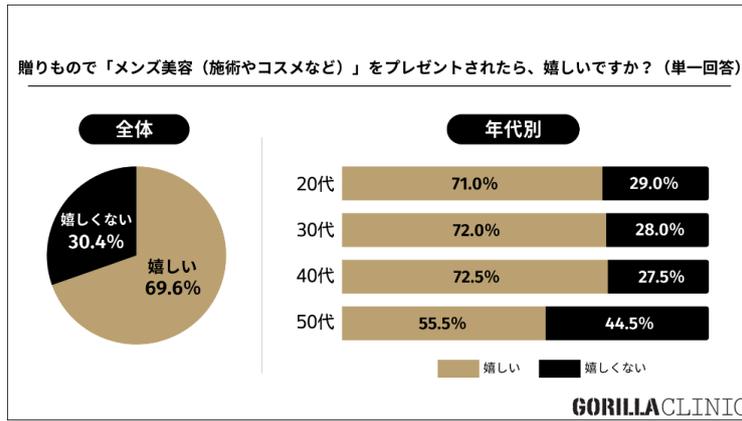
	全体	20代	30代	40代	50代
1	食べ物 42.0%	財布 39.3%	コスメ 食べ物 (両*) 40.0%	食べ物 46.0%	食べ物 47.3%
2	財布 37.2%	食べ物 34.7%	腕時計 (両*) 40.0%	財布 36.0%	腕時計 39.3%
3	コスメ 腕時計 (両*) 31.8%	コスメ 腕時計 25.3%	財布 25.3%	コスメ 34.7%	財布 38.7%
4	腕時計 24.3%	洋服 24.7%	洋服 24.7%	腕時計 30.0%	お酒 33.3%
5	靴 24.3%	香水 32.0%	腕時計 24.7%	洋服 28.0%	コスメ 23.3%

GORILLACLINIC

④ メンズ美容の贈り物は嬉しいか

質問:贈りもので「メンズ美容(施術やコスメなど)」をプレゼントされたら、嬉しいですか? (単一回答)

約7割(69.6%)が「嬉しい」と回答。年代別では、40代が最多回答となりました(72.5%)。

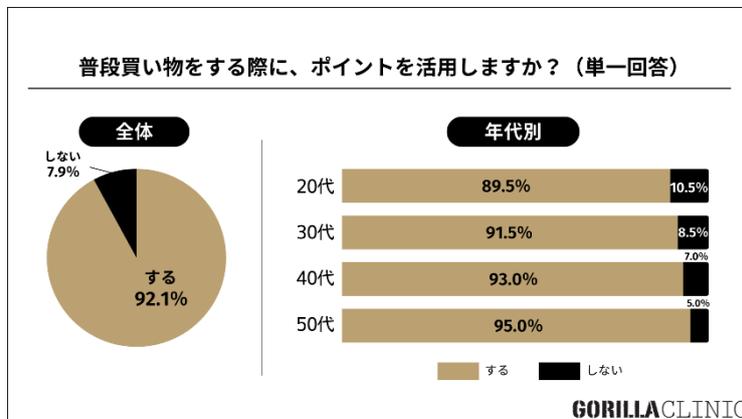


### ⑤ ポイント活動（ポイ活）の実態

質問：普段買い物をする際に、ポイントを活用しますか？（単一回答）

9割以上がポイントを活用していることが判明。年代別では、年代が上がるごとに活用率が上がる結果に。

《年代別：20代 89.5% < 30代 91.5% < 40代 93.0% < 50代 95.0%》



## ■男性専門の総合美容クリニック『ゴリラクリニック』銀座 ANNEX 院院長 太田博之より見解コメント

●昨今の男性による美容意識向上に伴う「メンズスキンケア（ホームケア）の使用」について  
 メンズスキンケアブランドやアイテムが増加する中、男性美容のニーズも急速に高まっています。ゴリラクリニックでは、10周年を迎える現在、診療現場で美容への意識が高い患者から「肌をよくするには？」「普段のケアを教えてください」といった相談を受ける機会が増えています。2014年の創業当時は「美容は女性のもの」というイメージが強く、このような質問は少なかったものの、今ではスキンケアや美容医療が男性にも浸透。市場拡大により選択肢が増えた反面、「どれを選べばいいかわからない」という声も聞かれます。特に混合肌の男性が多い印象で、水分不足を補おうと皮脂が過剰に分泌される「脂テカリ」を脂性肌と誤認し、スキンケアを選ぶケースが見受けられます。実際には、水分を保つ化粧水や乳液が混合肌に適しており、これを理解することでより効果的なケアが可能です。自分の肌状態を把握し、知識を持った上で適切なスキンケアを選ぶことをおすすめします。



### ●男性が使用しがちな「オールインワン」に関する見解

洗顔後、これ1つでスキンケアが完了できるとされる「オールインワン」。化粧水や美容液、乳液、美容クリームなど複数の機能が1つに集約されており、「いちいち様々な商品を選ばなくて済むし、コスパも良く便利」と美容初心者の男性にも人気のアイテムです。私の周りでも「オールインワン」を使用している人は多い印象です。

実際に美容医療に携わる私の私見ですが、「オールインワン」は「美容に興味が出始めたもののいろいろ買って試すのは面倒くさい」、「実際何を試していいかわからない」といった方には非常に使い勝手の良いアイテムだと思います。アイテムによっては保湿力も強く、肌が良くなる実感が得られる製品も多くあると思います。

ただし、やはり美容上級者の方々、スキンケアを本気でやっていきたい男性の皆さまには洗顔料、化粧水、乳液（できたら美容液も）を使っただけで済ませたいことをおすすめします。手間に感じる方も多いかと思いますが、意外とルーティン化してしまうとそれほど苦に感じないと思います。

実際、美容医療、スキンケアともに色々試すことで興味もより湧いてきますし、より良くなる自分の肌を見て自信もついてきます。それは必ずプライベートや仕事にも表れてくることと思います。「オールインワン」もそのきっかけづくりになればとても良い美容投資になると思いますので、ぜひまだ美容に投資されていない男性の皆さま試してみてくださいはいかがでしょうか。

## ■男性美容の「今」を語る【GORILLA COSMETICS TV】スタート

ゴリラクリニック公式 YouTube チャンネルにて男性美容やメンズコスメのトレンドを掘り下げるトークコンテンツ【GORILLA COSMETICS TV】がスタートしました。記念すべき第1回目のゲストは、本リリースでコメント寄稿した太田博之医師（日本化粧品検定1級ホルダー）。美容医療の最前線で活躍する太田医師ならではの視点から男性美容の本質と未来について語っています。

◎視聴 URL：<https://www.youtube.com/watch?v=Dtpz70Kucdo>



### 男性美容の意識改革に迫る深掘りトーク！

第1回では男性美容がこれほど注目される背景やスキンケアへの投資がもたらす変化、さらには「男性コスメを選ぶ際のポイント」について熱い議論が繰り広げられました。太田医師の豊富な知見を交えた具体的なアドバイスはこれから美容を始めたい男性だけでなく日頃からスキンケアに取り組んでいる方にも新たな発見を与える内容です。

【GORILLA COSMETICS TV】は、男性美容の最新トレンドや役立つ情報をお届けするプラットフォームとして、今後も継続的に配信予定です。美容の初心者から上級者まで楽しめる内容をぜひお楽しみにください。

### ◎【第1回】注目のタイムライン

- ・2:27 男性美容の意識の高まりを受けて  
現代の男性が美容に関心を持つ理由や背景について、統計データを交えながら解説。
- ・3:57 男性におすすめの肌ケア  
太田医師が日常生活で取り入れやすいスキンケア方法を紹介。
- ・5:40 男性コスメを選ぶポイント  
成分や効果だけでなく、使い続けやすい「継続性」の観点からも解説。
- ・6:54 身だしなみの投資をして変化したことは？  
美容投資を通じて得られる自己肯定感や周囲からの反応を考察。
- ・9:22 ゴリラコスメティクスの魅力  
開発秘話やこだわりの成分について深掘り。
- ・14:10 美容意識が高い男性への女性の本音  
女性目線での評価や印象を分析し、美容が人間関係に与える影響に言及。
- ・21:18 男性へのコスメのプレゼントってあり？  
ホリデーシーズンや特別な日のギフトとしてコスメを贈るメリットを提案。
- ・24:35 太田先生のおすすめ使用方法（ゴリラコスメティクス）  
ゴリラコスメティクスの効果を最大限に引き出す使用方法を伝授。

## ■男性専門の総合美容クリニック『ゴリラクリニック』（<https://gorilla.clinic/>）

◎診療科目：美容皮膚科、美容外科、美容整形、頭髪外来

◎初診専用無料ダイヤル：0120-987-118

◎診療時間：11:00～20:00（不定休、予約制）

2014年10月創業。「男性美容を文化に」を使命に掲げ、全国に22院を展開（2024年12月現在）。男性専門の総合美容クリニック（医療機関）として医療用レーザーを使用した「永久脱毛」を始め、スキンケア治療やニキビ（跡）治療、薄毛・AGA治療、医療痩身やスメルケアほか多治療を展開。2024年5月には「銀座 ANNEX 院」で外科治療メニューの提供を開始（二重・包茎・目の下のたるみ治療）。男性美容に関するありとあらゆる要望を美容医療の力でサポートしている。また創業当初より細部に至るまで【男性志向】を追求し、男性スタッフも多く採用。どのような悩みに対しても男性が恥ずかしがることなく相談できるような環境づくりを徹底している。



**プレスリリースに関するお問合せやご取材は、下記までご連絡ください**

広報部：石垣 鈴木 下谷

TEL：03-5291-5270 MAIL：[pr@gorilla.clinic](mailto:pr@gorilla.clinic)

〒169-0072 東京都新宿区大久保2-4-12 新宿ラムダックスビル3階