

【40～60代男性ミドル・プレシニア世代1,002人に調査】自己肯定感・ビジネス印象にも影響？広がる「隠れ美容」の実態
湘南美容クリニックにおける40～60代男性の来院数が10年で「約11倍」に拡大
きっかけは「自分の意識の変化」と半数が回答

美容医療に関する悩みでは、全年代で最も多かったのが「シミ」 施術経験は、60代では「クマ取り」が上位

SBCメディカルグループホールディングス（米国カリフォルニア州、CEO：相川佳之）の連結子会社であり、全国の医療機関への経営支援を展開するSBCメディカルグループは、これまで美容医療を受けたことがある40～60代、ミドル・プレシニア世代の男性1,002名を対象に、美容医療を始めたきっかけ、理想とする仕上がり像、関心の高い施術、施術を受けた自身の変化、そしてこの10年での価値観の変化などについての意識調査を実施しました。



近年、男性の美容や健康への関心が高まる中、特に40代以降のミドル・プレシニア世代も、自身の外見を積極的に整える動きが加速しています。「美容医療は女性のもの」という固定観念も薄れつつあり、肌のたるみや輪郭のぼやけ、眉毛の薄さ、青ヒゲの目立ちなど、加齢特有の悩みに前向きに取り組む男性が増えています。

湘南美容クリニックでは、過去10年間でこの世代の男性の来院数が約11倍に増加。ヒゲ脱毛や毛穴ケア、アートメイクなどの皮膚科的な治療に加え、フェイスリフトやクマ取り、二重術などの外科的な施術まで、多様なニーズが寄せられています。この背景には、働き盛りの世代ならではの「自己投資」への意識の高まりや、家庭・職場での存在感を意識する価値観の変化があります。とくにビジネスシーンにおいては、「見た目の第一印象」が成果や信頼感に直結する場面も多く、清潔感はもちろん、「かっこよさ」や「洗練された印象」といった要素が求められるようになっていきます。最近では、経営層を中心に美容医療を「戦略的に取り入れる」動きも広がりつつあり、SNSやメディアの影響もあってスキンケアは日常習慣として定着。眉毛アートメイクや輪郭整形、ネイルケアまで取り入れる男性も珍しくありません。美容医療はもはや「若返り」のためだけでなく、「今の自分をより魅力的に見せるための手段」として、多くの男性に受け入れられ始めているのです。

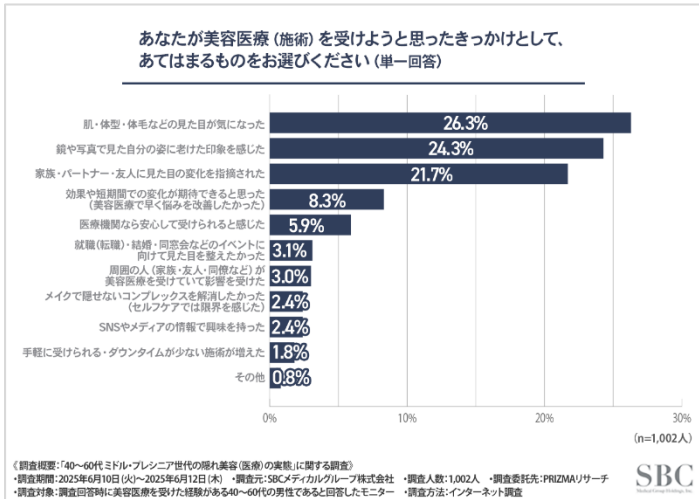
こうした変化の中で、この世代の男性はどのような悩みを抱え、何をきっかけに美容医療に踏み出すのでしょうか。また、その意識や行動にはどのような価値観があるのでしょうか。

調査概要

- ・調査内容：「40～60代 ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査
- ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木）
- ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター（1,002名）
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査委託先：PRIZMAリサーチ

■美容医療を始めた理由、半数以上が「自分の意識の変化」、誰かのためでなく自分のためへ

質問①



美容医療を受ける動機として、「外見の変化に自ら気づいたこと」が主な理由であることがわかりました。中でも、「鏡や写真で見た自分の姿に老けた印象を受けた（24.3%）」や「肌・体型・体毛などが気になった（26.3%）」といった自己認識に基づく回答が全体の半数を超えており、自身の気づきが行動のきっかけになっていることが明らかになりました。

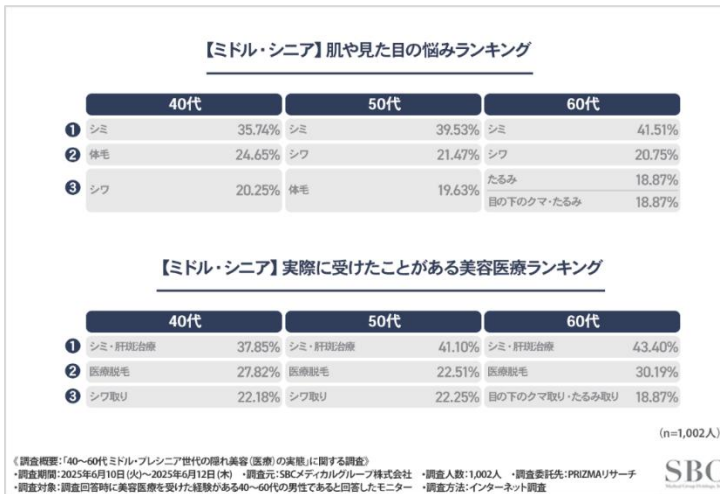
一方で、「家族や友人の指摘（21.7%）」や「周囲の影響（3.0%）」といった外的要因は少数にとどまり、他人の視線よりも自分がどう感じるかを重視する傾向がうかがえます。美容医療が、誰かのためではなく自分自身のために選ばれる時代となりつつあることが示唆されました。

また、「メイクで隠せないコンプレックスを解消したかった（2.4%）」「転職・結婚などイベントに向けて見た目を整えたかった（3.1%）」という少数意見もあることから、印象アップより

も「現状維持」や「自然な若返り」を求める方もいるようです。

■悩み・施術経験も「シミ」が最多 40～50代は「脱毛」、60代は「クマ取り」が上位に

質問②と質問③



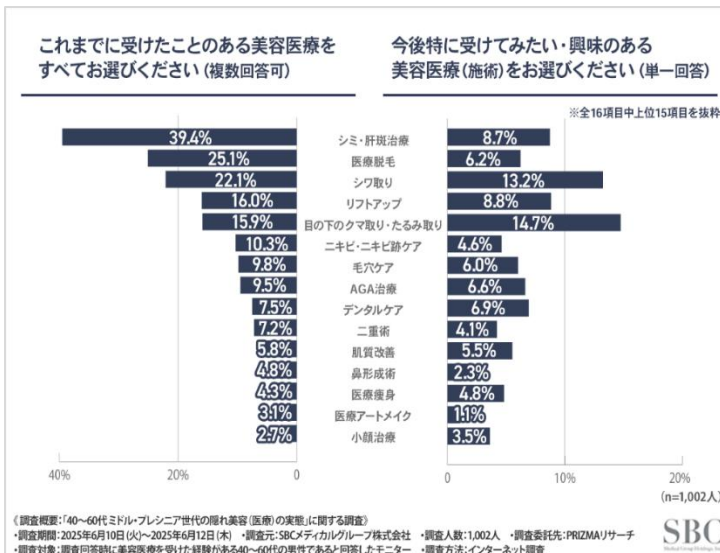
「シミ」は40代・50代・60代すべての世代で最も多く挙げられる悩みであり、「シミ・肝斑治療」は美容医療の施術経験でも全世代で1位となっています。このことから、多くの人が実際に改善を求め、治療を受けている様子がうかがえます。

また、「体毛」は40代・50代で悩みの上位にランクインしており、「医療脱毛」も施術経験として高い割合を占めています。これは、見た目の印象や日常のケアに関する関心が高いことを示しています。ただし、60代になるとこの悩みの優先度はやや低下する傾向があります。一方で、60代では「目の下のクマ取り・たるみ取り（悩み：60代で上位／経験：18.87%）」が上位に入り、年齢とともに目立ちやすくなる部位として関心が高まっていると考えられます。

さらに、「シワ取り（ボトックスなど）（悩み：全世代で上位／経験済み：22.1%）」も、40～60代のすべての世代で安定した支持があり、「悩み」と「施術経験」の両方で高い順位を示しています。

■美容医療の定番「シミ・肝斑治療」が経験率1位、関心度でも4位と高水準を維持、肌悩みの王道として根強いニーズ

質問③と質問④



美容医療の中でも「シミ・肝斑治療（経験率39.4%／関心度8.7%）」は、40代・50代・60代のすべての世代で最も多く選ばれた施術経験となり、肌悩みの王道として確固たる地位を築いています。すでに多くの方が施術を受けている一方で、今後施術を希望する層も一定数存在しており、関心度は全体で4位と依然高い水準を維持しています。

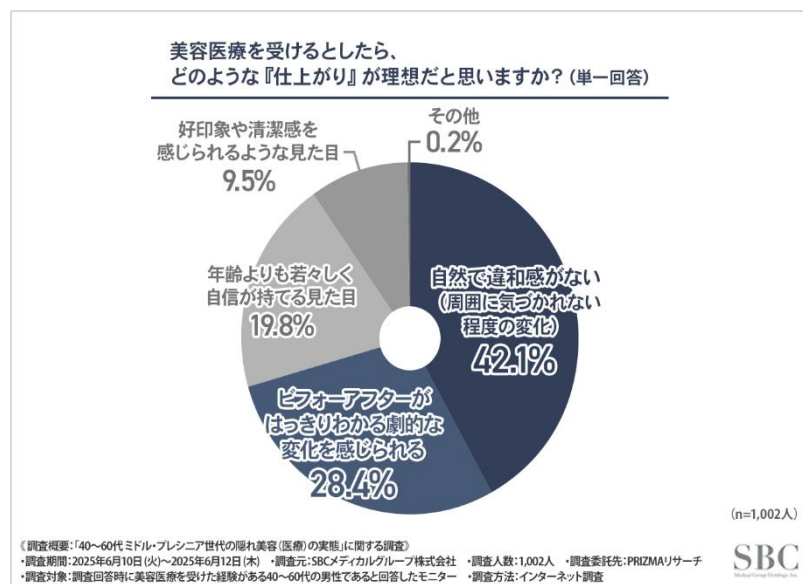
また、「目の下のクマ取り・たるみ取り（経験率15.9%／関心度14.7%）」は、年齢とともに気になりやすい部位として注目を集めており、今後受けたい施術では全体1位に

ランクイン。特に60代での悩みとしても上位に挙がっており、今後さらなる需要拡大が見込まれます。

さらに、「シワ取り（ボトックスなど）（経験率22.1％／関心度13.2％）」は、40～60代のすべての世代で安定した支持を集めており、悩み・関心の両面で高い順位を記録。加齢に伴って生じる変化に対し、継続的に高い美容意識が保たれていることがうかがえる結果となりました。

■「自然な仕上がり」を重視する「隠れ美容」のニーズが最も高い一方で、ビフォーアフター感を求める方も約3割と二極化に

質問⑦



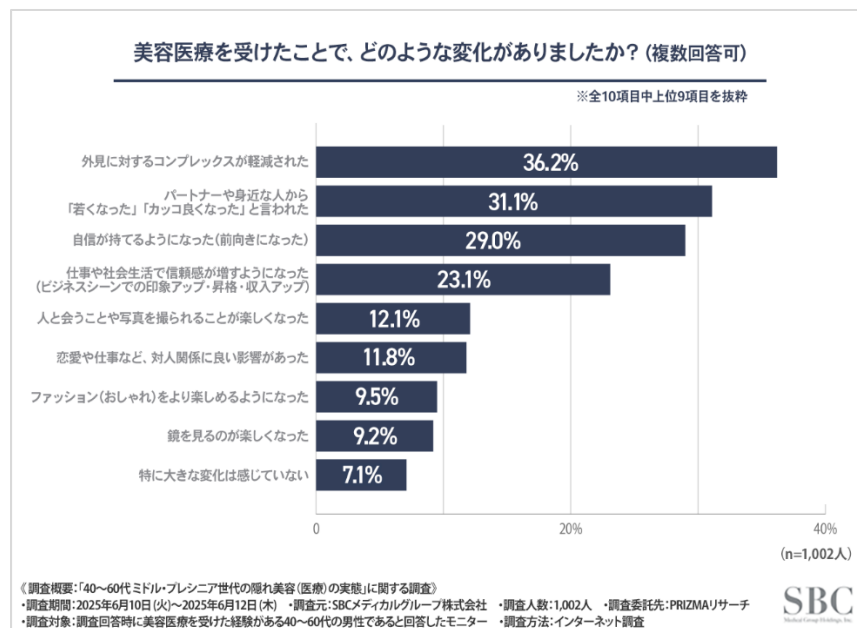
美容医療において重視されているのは、「自然な仕上がり（42.1％）」が最多で、40～60代の全世代において「隠れ美容」志向が主流であることがわかりました。劇的な変化よりも、少し若々しく映るようなバランスが理想とされているようです。

一方で、「はっきりわかる劇的な変化（28.4％）」を求める層も約3割存在しており、ニーズは二極化しています。そのため、施術提案の際には「自然派」が「効果実感派」かを見極めたうえでのアプローチが求められます。

また、「年齢より若く見える（19.8％）」「清潔感・好印象（9.5％）」といった印象面や自信よりも、仕上りの見た目そのものを重視する傾向が強いことが示されています。こうした背景からも、一人ひとりの仕上がりイメージに合わせた施術提案の重要性がうかがえます。

■「外見のコンプレックスが軽減された」3人に1人が実感、パートナーや周囲の反応にも変化

質問⑧



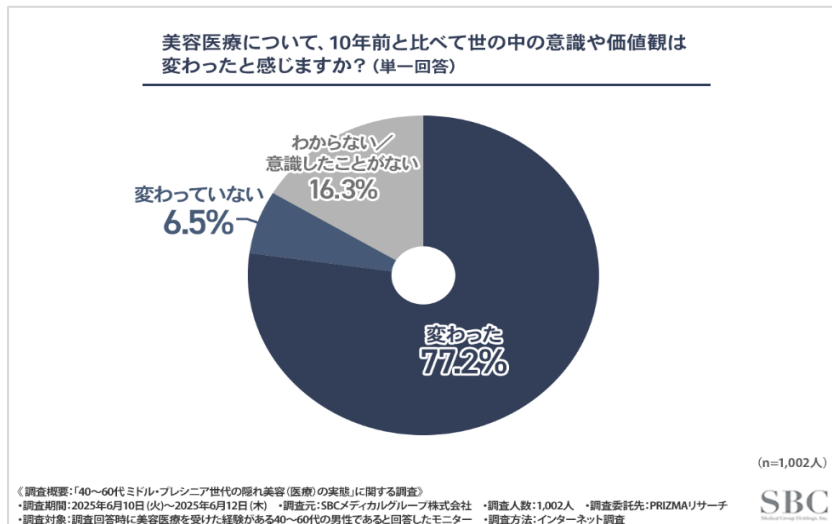
美容医療を通じて最も多く実感されている変化は、「外見に対するコンプレックスが軽減された（36.2％）」という声でした。加齢や肌トラブルなど年齢にともなう悩みに対し、自然に整えることで前向きな変化を感じている方が多いことがうかがえます。

また、「「若くなった」「カッコ良くなった」と周囲に言われた（31.1％）」という回答もあり、外見の変化が他人の評価にも表れ、それが自己肯定感や人間関係にも良い影響を与えていることがわかります。

さらに、「仕事や社会生活で信頼感が増すようになった（23.1％）」という回答もあり、特にビジネスパーソンにとっては第一印象や清潔感といった要素が重視されている実態がうかがえます。美容医療は、単なる見た目の改善にとどまらず、心の在り方や日常生活全体にまでポジティブな影響をもたらす存在となりつつあります。

■男性美容医療が「常識」に。10年前からの変化を約8割が実感、需要拡大の兆し

質問⑩



約8割が「変わった（77.2%）」と回答し、美容医療に対する世の中の意識が大きく変化していることが明らかになりました。美容医療が「特別なもの」から「身近な選択肢」へとシフトしつつあります。特に男性層においても美容医療が一種の「自己管理」や「健康的な外見維持」の一環として受け入れられるようになっていきます。

■変化を感じる理由は、メディア露出（CM・広告）や選択肢の増加が背景か

この意識の変化の背景には、SNSやメディアでの情報発信の増加、美容医療ジャンルの多様化、施術の安全性や手軽さの向上など、情報との接触機会が増大していると考えられます。さらに、コロナ禍のマスク生活やリモート会議などを経て、「顔を見る機会」が増えたことも、見た目への関心を高める一因となったと推察されます。

湘南美容クリニック 居川和広 医師のコメント（※取材対応承ります。）

男性美容に求められるのは「その人に合った治療の選択」

この10年で男性美容は大きく変化し、今では40～60代の男性からも「清潔感を保ちたい」「若々しい印象でいたい」といった相談が日常的に寄せられるようになりました。以前は「美容医療は女性のもの」というイメージがありましたが、最近では経営者やビジネスパーソンを中心に、第一印象を整える手段として美容医療を戦略的に取り入れる方が増えています。とくに注目されているのは、肌質改善などの皮膚科的アプローチです。一方で、顔のたるみや輪郭のゆるみなど、年齢とともに現れる構造的な変化は、皮膚科治療だけでは対応が難しく、外科的な治療が求められるケースもあります。私自身、湘南美容クリニックで外科を統括する立場として、外科治療を前提にするのではなく、一人ひとりの状態と目指す姿に応じて、最適な選択肢をご提案することを重視しています。男性美容は今や特別なものではなく、年齢を重ねた今こそ、より自分らしく生きるための「選択肢のひとつ」として、多くの方に受け入れられつつあります。



▼取材可能な内容

- ・40～60代男性の「美容医療との向き合い方」と価値観の変化
- ・皮膚科治療と外科治療の役割分担と最適な組み合わせ方
- ・「構造的な変化」への外科的アプローチの意義
- ・ビジネス層に求められる見た目の印象とメンテナンス
- ・湘南美容クリニックにおける今後の美容外科と男性美容の展望



【クリニック情報】湘南美容クリニック新宿本院

〒163-1324

東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー24F

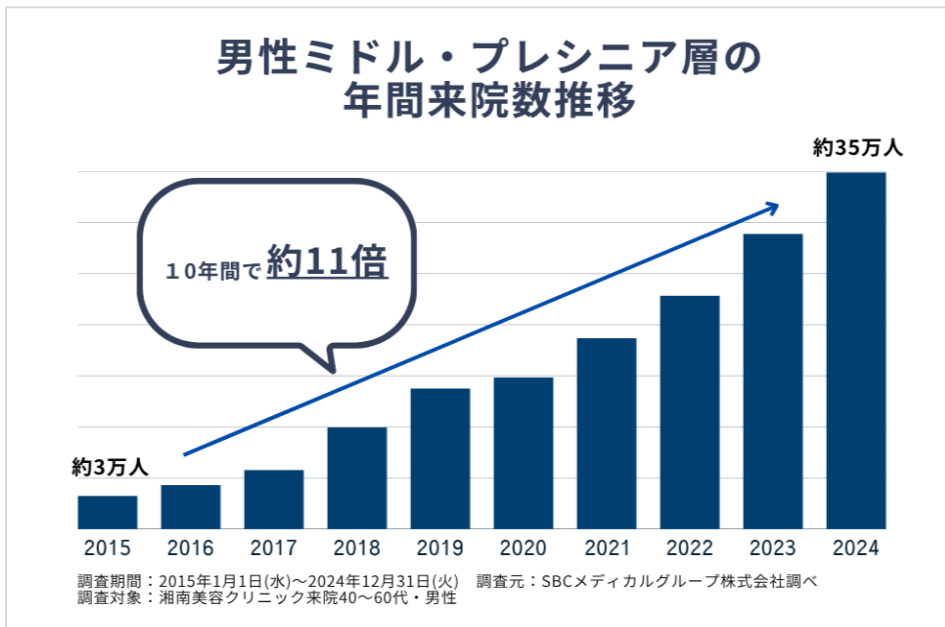
TEL:0120-5489-40（AM10:00～PM10:45 / 土日祝日対応）

診療時間：AM10:00～PM7:00

※最終カウンセリング予約/PM5:30

休診日：1月1日（元日のみ）

■ 40～60代男性の美容医療ニーズが急増 意識の変化が明らかに



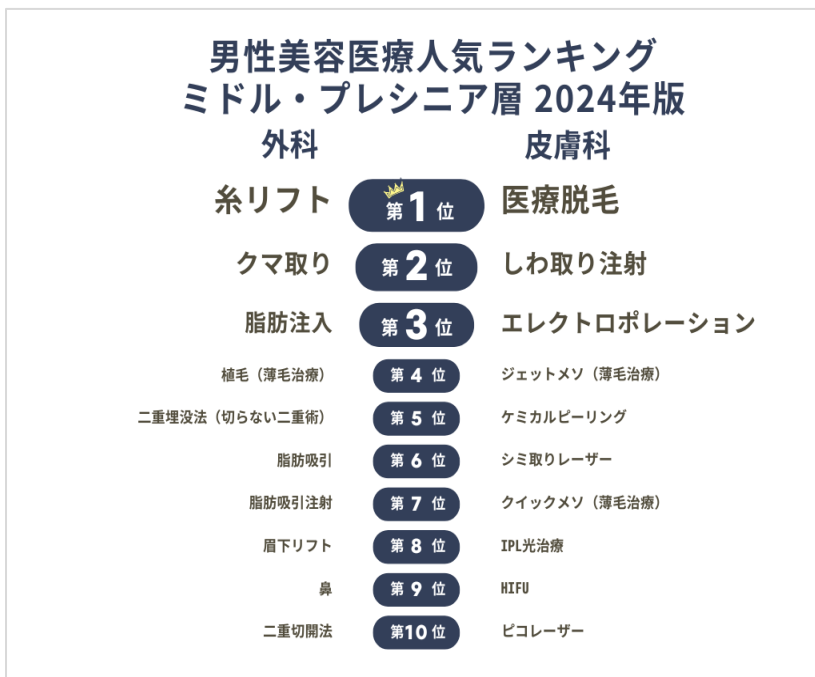
SBCメディカルグループが行った調査によると、2015年から2024年の10年間で、40～60代男性の来院数が約11倍に増加したことがわかりました

(※左図参照)。特に近年は「自分の見た目に気を遣うこと」が当たり前になりつつあり、美容医療を受ける動機も「若々しく見られたい」「清潔感を保ちたい」といった実用的な理由が主流となっています。

また、仕事や人間関係において見た

目の印象が好影響を与えると実感する人も増加。オンライン化の進展やマスク習慣を経て、外見への意識が一層高まったことも背景にあると考えられます。こうした傾向はミドル世代にとどまらず、若年層からシニア層まで幅広く拡大。美容医療は今や特別な選択ではなく、「自分らしく生きるための手段」として、世代を超えて受け入れられつつあります。湘南美容クリニックでは、すべての方が安心して美容医療に取り組める環境づくりを目指し、情報発信やサポート体制の強化を進めてまいります。

■ 男性の「見た目改革」が加速中！ミドル・プレシニア世代に刺さる「湘南美容クリニック 男性美容医療人気ランキングTOP10」



湘南美容クリニックにおけるミドル・プレシニア男性の美容医療人気ランキングを見ると、皮膚科では「医療脱毛」が圧倒的1位。続いて「しわ取り注射」「エレクトロポレーション」と、若々しさや清潔感を意識した施術が上位に並びました。「ケミカルピーリング」や「シミ取りレーザー」など、ナチュラルな若返りを志向する傾向も顕著です。

一方、外科では「糸リフト」が1位で、「クマ取り」「脂肪注入」が続く結果に。たるみや疲れ顔の印象改善を目的とした「見た目改革」へのニーズが強く、より積極的なエイジングケアが求められていることがわかります。

美容医療がより身近な存在となり、年齢に関係

なく選ばれる時代になっていることがうかがえます。

◆表面に傷跡が残らない。クマやたるみを消して-5歳「目の下のクマ・たるみ取り」

・施術の説明

たるみの原因「目袋3脂肪」をまぶたの裏側から除去する治療です。お客さま一人ひとりに合わせて適切な量の脂肪を取り除く際に、裏側からのアプローチのため表面に傷跡は残りません。

・期待される効果

目の下のたるみやふくらみを解消することで、顔全体が明るい印象になり、「疲れて見える」「老けて見える」といった印象の軽減が期待されています。若々しく、生き生きとした目元を目指す方に適した施術です。

詳細はこちら (<https://www.sbc-mens.net/contents/anti/10yearsback/m-fa-under/>)

◆フェイスラインのたるみを引き上げる「糸リフト」

・施術の説明

コグ（棘）が付いた溶ける糸を皮下に挿入、皮膚内の組織に引っ掛け、固定することでたるみをリフトアップさせる施術です。皮膚を支える土台からアプローチし、フェイスラインや頬のもたつき改善を目指します。

・期待される効果

たるみやほうれい線、マリオネットラインやフェイスラインのもたつきの改善が期待できます。また、糸を挿入することで皮膚の組織が活性化し、コラーゲンが増生されることでお肌のハリ・ツヤアップも期待できます。

詳細はこちら (<https://www.s-b-c.net/agingcare/ope/threadlift/>)

◆今あるしわを軽減し、未来のしわを予防する「しわ取り注射」

・施術の説明

眉間やおでこなどのしわに対し、ボトックス注射（A型ボツリヌス毒素）を注入することで、筋肉を支配する運動神経の伝達（アセチルコリンの物質分泌）を抑制させます。筋肉の収縮を抑制することで、しわの原因にアプローチします。

・期待される効果

神経からアセチルコリンが出るのを抑え、筋肉の過剰な動きを和らげることで、しわを軽減する効果が期待されます。

詳細はこちら (<https://www.sbc-mens.net/contents/anti/10yearsback/m-shiwa/>)

◆湘南美容クリニックオリジナルたるみ治療「ウルトラリフトプラスHIFU」

・施術の説明

HIFU（高密度焦点式超音波）とは、超音波の熱エネルギーを皮膚深層に照射することで、外科的なアプローチはせずとも、超音波をお顔にあてることで、小顔&リフトアップ効果が期待される治療です。

・期待される効果

フェイスラインの引き締め、頬や顎下のたるみ改善、小顔効果などが期待できます。施術直後からハリを感じ、時間の経過とともにさらに引き締まりを実感できます。

詳細はこちら (<https://www.s-b-c.net/laser/liftup/evoplus/>)

◆医療機器だからこそ叶う、桁違いの透明感「IPL光治療（フォトダブル®/フォトトリプル/フォトRF）」

・施術の説明

IPLという広範囲の光エネルギーを照射することで、肌の表面および真皮層に作用します。シミ・そばかす・赤ら顔・毛穴など複数の肌悩みに同時にアプローチできる治療です。

・期待される効果

肌全体のトーンアップや色ムラの改善、毛穴の引き締め、きめの整った透明感のある肌質へ導きます。継続することでより均一な美肌が期待できます。

詳細はこちら (<https://www.sbc-mens.net/contents/anti/10yearsback/shimi/>)

※すべての施術に伴う副作用（リスク）や料金については、各URLよりご確認ください。

SBCメディカルグループホールディングス

SBCメディカルグループホールディングスのルーツである湘南美容クリニックは、2000年に神奈川県藤沢市で創業し、「美容医療をもって身近に」という信念をもって、先進的な美容医療の提供に努めてまいりました。創業当初は美容医療を中心に事業を展開していましたが、その後、さらなる多角化を図り、不妊治療、歯科、整形外科などの保険診療分野にも進出。幅広い医療機関への経営支援を行う体制を整えるまでに成長しました。現在、当グループのクリニックネットワークは国内外にわたり253院に。日本を代表する医療グループとしての地位を確立し、2024年9月には米国NASDAQに上場を果たしました。今後は、グループパーパス「メディカルイノベーションで世界中の人々の幸福度向上に貢献する」の実現を目指し、クリニックネットワークの拡大とグローバル展開をさらに推進してまいります。

英 文 名 : SBC Medical Group Holdings, Inc.

上場市場 : NASDAQ Global Market

ティッカー (米国証券コード) : SBC

所 在 地 : 200 Spectrum Center Drive Suite 300 Irvine, CA 92618 USA

C E O : 相川 佳之

事 業 : 医療機関 (総合美容医療・歯科・AGA治療・不妊治療・眼科・整形外科・再生医療治療、他) への経営支援事業

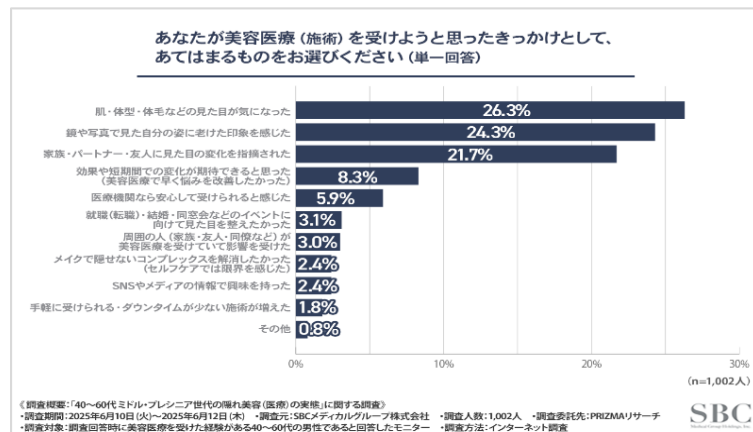
SBCメディカルグループホールディングス : <https://sbc-holdings.com/jp>

SBC湘南美容クリニック : <https://www.s-b-c.net/>

SBC湘南美容クリニックメンズ : <https://www.sbc-mens.net/>

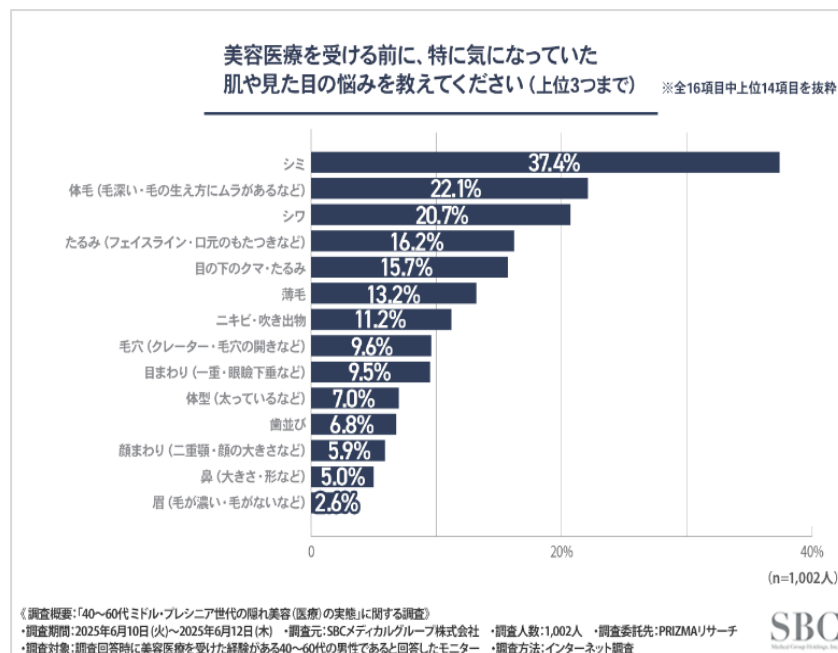
【全質問】 ※データや画像、コメントを使用する際は、「SBCメディカルグループ調べ」と明記してください。

質問①／あなたが美容医療（施術）を受けようと思ったきっかけとして、あてはまるものをお選びください（単一回答）



- 【美容治療を受けようと思ったきっかけ】「肌・体型・体毛などの見た目が気になった」が約3割と最多回答に（26.3%）
- 「鏡や写真で見た自分の姿に老けた印象を感じた（24.3%）」と回答した方も約2割と2番目に多く、「自分の見た目への気づき」が美容医療への動機となっていることが判明
- 「効果や短期間での変化が期待できと思った（美容医療で早く悩みを改善したかった）」や「手軽に受けられる・ダウンタイムが少ない施術が増えた」といったタイプを意識した声も

質問②／美容医療を受ける前に、特に気になっていた肌や見た目の悩みを教えてください（上位3つまで）

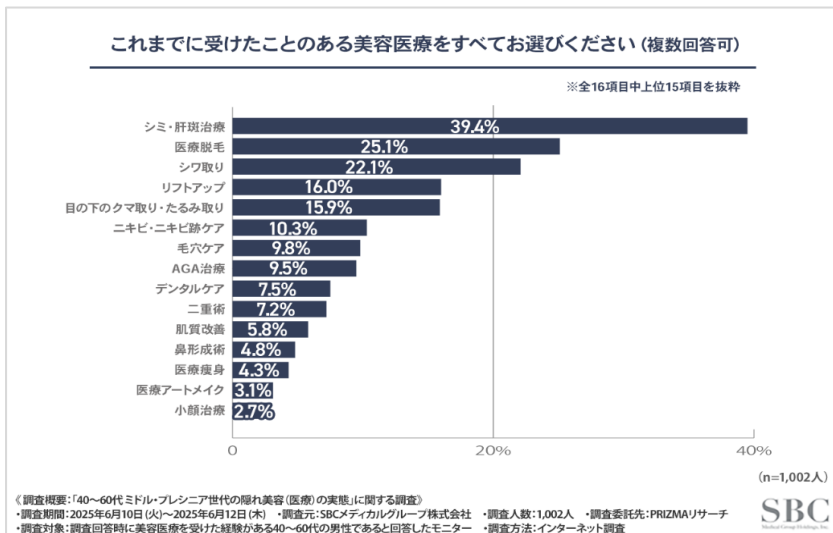


- 【美容医療を受ける前に気になっていた肌や見た目の悩み】約4割が「シミ（37.4%）」と回答し、最多の結果に
- 次いで「体毛（毛深い・毛の生え方にムラがあるなど）（22.1%）」「シワ（20.7%）」となり、「自分自身がどう見えるか」を基準にしている方が多い傾向に
- 約4人に1人（25.2%）が、「目の下のクマ・たるみ（15.7%）」と「目まわり（一重・眼瞼下垂など）（9.5%）」を挙げ、「目もと」に加齢のサインを感じていることがわかった

【トップ3】

- ・シミ・・・37.4%
- ・体毛（毛深い・毛の生え方にムラがあるなど）・・・22.1%
- ・シワ・・・20.7%

質問③／これまでに受けたことのある美容医療をすべてお選びください（複数回答可）



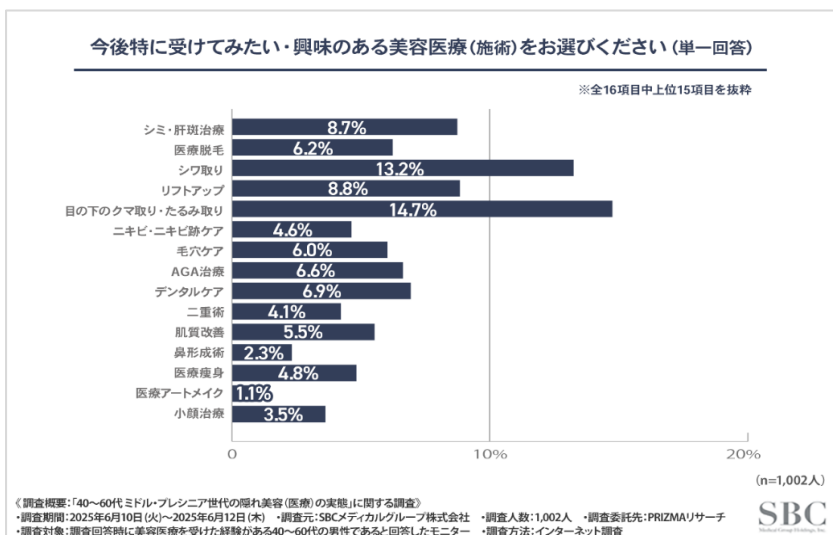
●「シミ・肝斑治療（39.4%）」が最多、次いで「医療脱毛（25.1%）」「シワ取り（22.1%）」が続く結果に

●悩みとして挙がった回答が、施術内容にも強く反映されていることが判明

【トップ3】

- ・シミ・肝斑治療（レーザートーニング、ピコトーニング、フォトRFなど）・・・39.4%
- ・医療脱毛・・・25.1%
- ・シワ取り（ボトックス注射（ボツリヌストキシン）など）・・・22.1%

質問④／今後特に受けてみたい・興味のある美容医療（施術）をお選びください（単一回答）



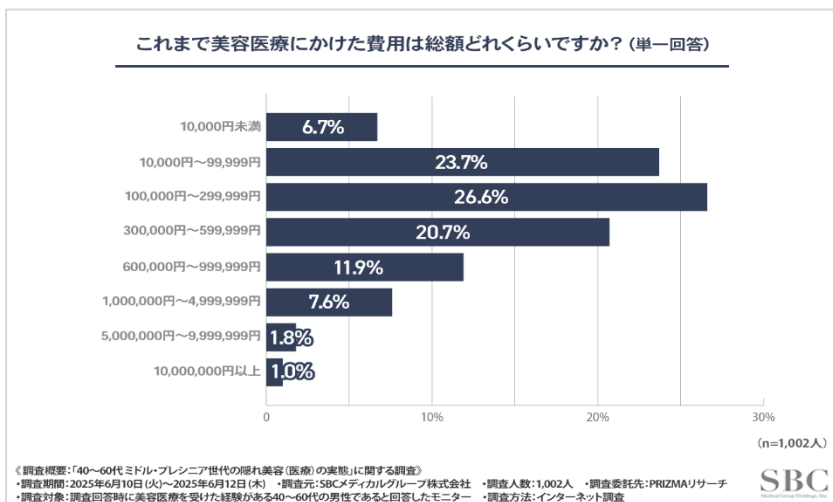
●「目の下のクマ取り・たるみ（ふくらみ）取り（14.7%）」や「シワ取り（ボトックス注射（ボツリヌストキシン）など）（13.2%）」が上位に

●加齢による変化が現れやすく、かつ自己認識しやすい部位の施術を望む声が多く見られた

【トップ3】

- ・目の下のクマ取り・たるみ（ふくらみ）取り・・・14.7%
- ・シワ取り（ボトックス注射（ボツリヌストキシン）など）・・・13.2%
- ・リフトアップ（糸リフト、HIFU、高周波RF、ヒアルロン酸注入など）・・・8.8%

質問⑤／これまで美容医療にかけた費用は総額どれくらいですか？（単一回答）



●【これまでに美容医療にかけた合計費用】「100,000円～299,999円（26.6%）」が最多、次いで「10,000円～99,999円（23.7%）」が約2割

●10万円以上を費やした方が全体の約7割、さらに30万円以上の支出経験者も4割を超えており、「継続的なケア」や「複数部位への施術」が前提となっていることがうかがえる結果に

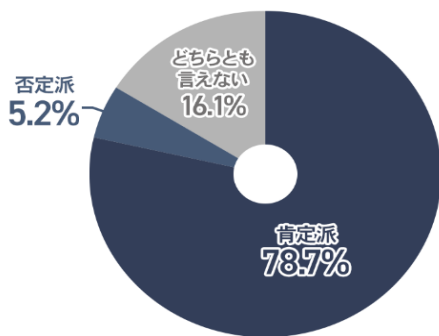
●「100万円以上を費やした」との回答も一定数あり、美容医療を“本格的な自己投資”と捉える人がいることがうかがえる

【トップ3】

- ・100,000円～299,999円・・・26.6%
- ・10,000円～99,999円・・・23.7%
- ・300,000円～599,999円・・・20.7%

質問⑥／美容医療を受けることや、それに投資すること（お金・時間など）について、どう思いますか？（単一回答）

美容医療を受けることや、それに投資すること（お金・時間など）について、どう思いますか？（単一回答）



(n=1,002人)

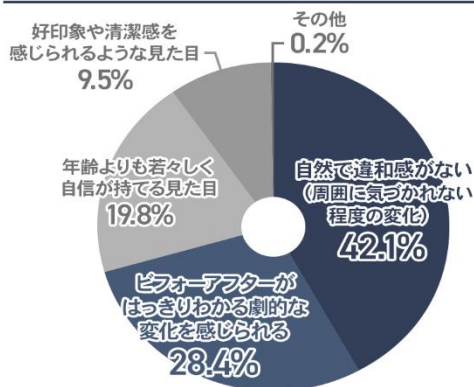
《調査概要》：「40～60代ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査
 ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木） ・調査元：SBCメディカルグループ株式会社 ・調査人数：1,002人 ・調査委託先：PRIZMAリサーチ
 ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター ・調査方法：インターネット調査

SBC
 The Social Business Consulting

- 【美容医療への価値観】約8割が「肯定派（78.7%）」と回答
- 「否定派（5.2%）」という回答はわずかとなり、大多数が、美容医療を「特別なこと」ではなく「自分らしくあるための手段」として認識していることが読み取れる結果に
- ・肯定派・・・78.7%
- ・否定派・・・5.2%
- ・どちらとも言えない・・・16.1%

質問⑦／美容医療を受けるとしたら、どのような『仕上がり』が理想だと思いますか？（単一回答）

美容医療を受けるとしたら、どのような『仕上がり』が理想だと思いますか？（単一回答）



(n=1,002人)

《調査概要》：「40～60代ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査
 ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木） ・調査元：SBCメディカルグループ株式会社 ・調査人数：1,002人 ・調査委託先：PRIZMAリサーチ
 ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター ・調査方法：インターネット調査

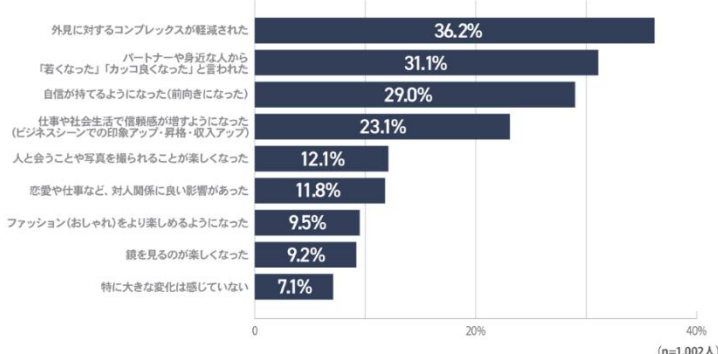
SBC
 The Social Business Consulting

- 【美容医療においての理想とする仕上がり】約4割が「自然で違和感がない（周囲に気づかれない程度の変化）（42.1%）」と回答し、「自然な印象」を求める意識が高い傾向に
- 一方で、「ビフォーアフターがはっきりわかる劇的な変化を感じられる（28.4%）」という回答も2番目に多く、変化を実感できる成果を重視する方もいることが判明

質問⑧／美容医療を受けたことで、どのような変化がありましたか？（複数回答可）

美容医療を受けたことで、どのような変化がありましたか？（複数回答可）

※全10項目中上位9項目を抜粋



(n=1,002人)

《調査概要》：「40～60代ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査
 ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木） ・調査元：SBCメディカルグループ株式会社 ・調査人数：1,002人 ・調査委託先：PRIZMAリサーチ
 ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター ・調査方法：インターネット調査

SBC
 The Social Business Consulting

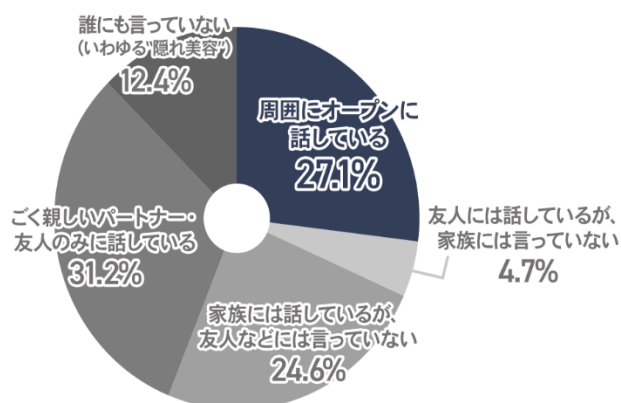
- 【美容医療による変化】約4割が「外見に対するコンプレックスが軽減された（36.2%）」と回答
- 約4人に1人が「仕事や社会生活で信頼感が増すようになった（23.1%）」と回答。外見の変化が、ビジネスシーンにも良い影響を与えている結果に
- 美容医療による変化は「見た目」だけでなく「気持ち」や「社会関係」にも広がっており、「見た目」が、対人関係やキャリアにも確かな影響を与えていることが明らかになった

【トップ3】

- ・外見に対するコンプレックスが軽減された・・・36.2%
- ・パートナーや身近な人から「若くなった」「カッコ良くなった」と言われた・・・31.1%
- ・自信が持てるようになった（前向きになった）・・・29.0%

質問⑨／美容医療を受けている（または受けたことがある）ことを、周囲の人に伝えていますか？（単一回答）

美容医療を受けている（または受けたことがある）ことを、周囲の人に伝えていますか？（単一回答）



(n=1,002人)

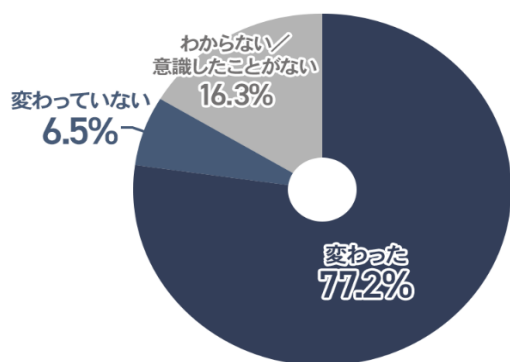
《調査概要：「40～60代ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査》
 ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木） ・調査元：SBCメディカルグループ株式会社 ・調査人数：1,002人 ・調査委託先：PRIZMAリサーチ
 ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター ・調査方法：インターネット調査

SBC
Research & Consulting Inc.

- 【美容医療経験を周囲に伝えているか】「ごく親しい人に話している（31.2%）」「オープンに話している（27.1%）」という回答が上位に
- 美容医療は「完全に隠すべきこと」から「周囲に話しても恥ずかしくないこと」へと変わってきている
- 「すべての人に話せる」という状態にはまだ至っておらず、社会的な認識とのギャップや、個人の心理的ハードルは残っていることがうかがえる結果に

質問⑩／美容医療について、10年前と比べて世の中の意識や価値観は変わったと感じますか？（単一回答）

美容医療について、10年前と比べて世の中の意識や価値観は変わったと感じますか？（単一回答）



(n=1,002人)

《調査概要：「40～60代ミドル・プレシニア世代の隠れ美容（医療）の実態」に関する調査》
 ・調査期間：2025年6月10日（火）～2025年6月12日（木） ・調査元：SBCメディカルグループ株式会社 ・調査人数：1,002人 ・調査委託先：PRIZMAリサーチ
 ・調査対象：調査回答時に美容医療を受けた経験がある40～60代の男性であると回答したモニター ・調査方法：インターネット調査

SBC
Research & Consulting Inc.

- 【美容医療に対する時代的な意識の変化】約8割が「変わった（77.2%）」と回答し、美容医療に対する「認知度」「受容度」の変化を強く認識していることが明らかに
- 「変わっていない（6.5%）」といった回答も少数あり、変化を実感していない方や、依然として「美容医療は一部の特別な人が受けるもの」という意識が根強いことが浮かび上がった
- ・変わった・・・77.2%
- ・変わっていない・・・6.5%
- ・わからない／意識したことがない・・・16.3%

【本件に関するお問い合わせ先】

SBC メディカルグループ株式会社 広報部：飯塚

mail: pr@sbc.or.jp

SBC
Medical Group Holdings, Inc.