

アンケート調査レポート

(美容クリニックに関する意識調査)

1. 調査概要

調査方法

インターネットによるアンケート調査

調査対象

全国47都道府県、20～60代の一般男女

調査機関

2025年8月

サンプル数

500名

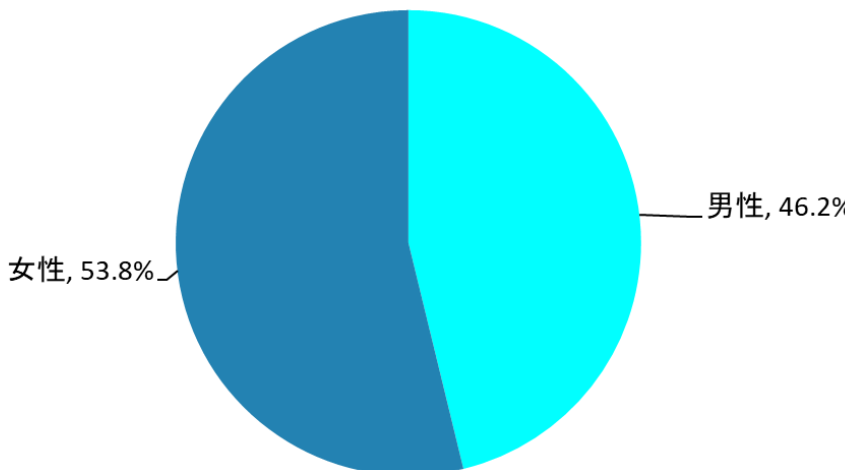
美容クリニック利用者: 250名

美容クリニック検討者: 250名

調査実施機関

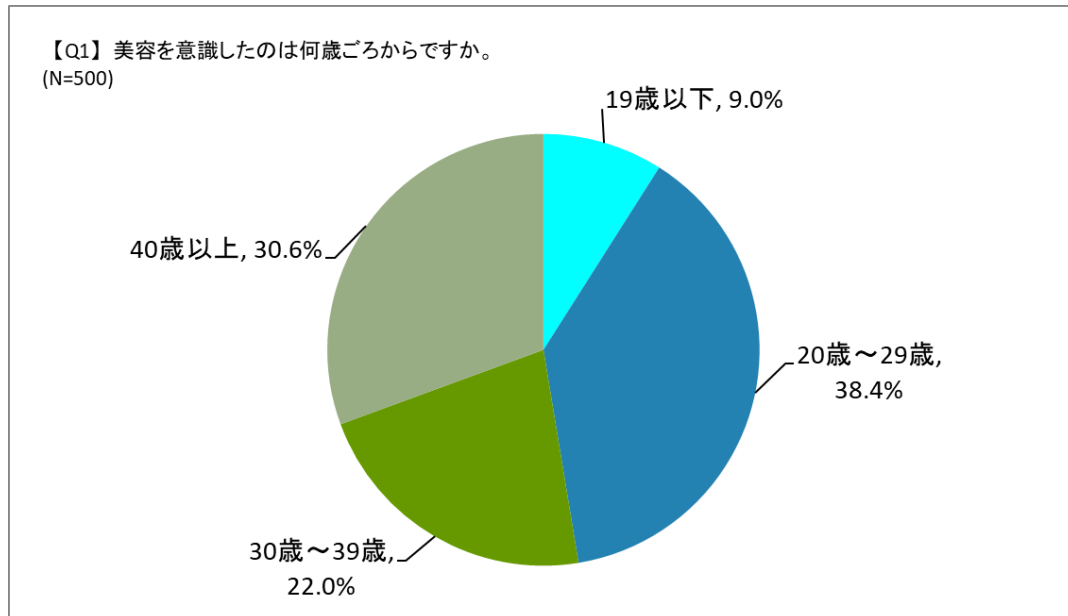
株式会社ネオマーケティング

【F1】 あなたの性別をお答えください。
(N=500)



2. 設問別詳細 MA(複数回答)、SA(単一回答)

Q1 美容を意識したのは何歳ごろからですか。(n=500,SA)

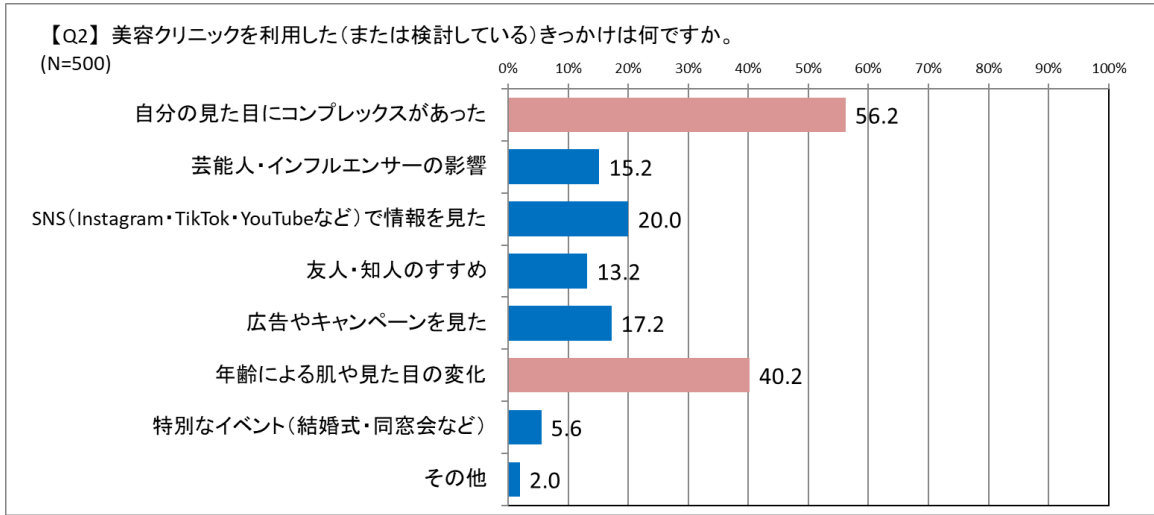


美容を意識し始めた年齢は20代が最も多く、次いで10代・30代も一定数を占めており、比較的早期から関心を持つ人が多い傾向にあります。

女性は10代から20代にかけて意識が高まる一方、男性は30代以降に意識する割合が高く、性別による時期の差が顕著です。

このことから、美容意識は女性では若年期から生活の一部として根付き、男性は年齢や環境の変化に伴い段階的に形成される傾向がうかがえます。

Q2 美容クリニックを利用した(または検討している)きっかけは何ですか。(n=500,MA)



利用・検討のきっかけは「見た目のコンプレックス」(56%)と「年齢による変化」(40%)が二大要因であり、次いでSNS(20%)、広告(17%)、友人のすすめ(13%)など外部刺激も一定の役割を果たしています。自由回答では「ホクロ除去」「ピアッシング」「皮膚科医からの提案」「引越しを機に」など個別の事情が挙げられました。

若年層ではSNSやインフルエンサーの影響が大きく、40代以上では加齢に伴う肌変化、男性はイベント契機などが動機となる傾向が見られます。

	自分の見た目のコンプレックス	芸能人・インフルエンサーの影響	SNSで情報を見た	友人・知人のすすめ	広告やキャンペーンを見た	年齢による肌や見た目の変化	特別なイベント	その他
合計(%)	56.2	15.2	20	13.2	17.2	40.2	5.6	2
男性20代	53.3	46.7	46.7	33.3	20	26.7	-	-
30代	65.9	29.3	34.1	22	36.6	31.7	4.9	2.4
40代	48.3	15	20	15	16.7	38.3	1.7	-
50代	51.6	14.1	9.4	14.1	15.6	37.5	3.1	3.1
60代	43.1	7.8	5.9	7.8	21.6	45.1	7.8	3.9
女性20代	65.4	23.1	30.8	3.8	19.2	11.5	7.7	7.7
30代	61.2	17.9	37.3	17.9	11.9	41.8	10.4	3
40代	61.4	15.7	22.9	11.4	12.9	45.7	10	-
50代	68.8	7.8	9.4	4.7	10.9	40.6	3.1	-
60代	40.5	2.4	7.1	14.3	19	59.5	2.4	2.4

Q3 目指したい、憧れの芸能人・インフルエンサー等はいいますか。

(n=500,FA)

憧れの対象については「特になし」「いない」という回答が多数を占め、全体的には限定的でした。

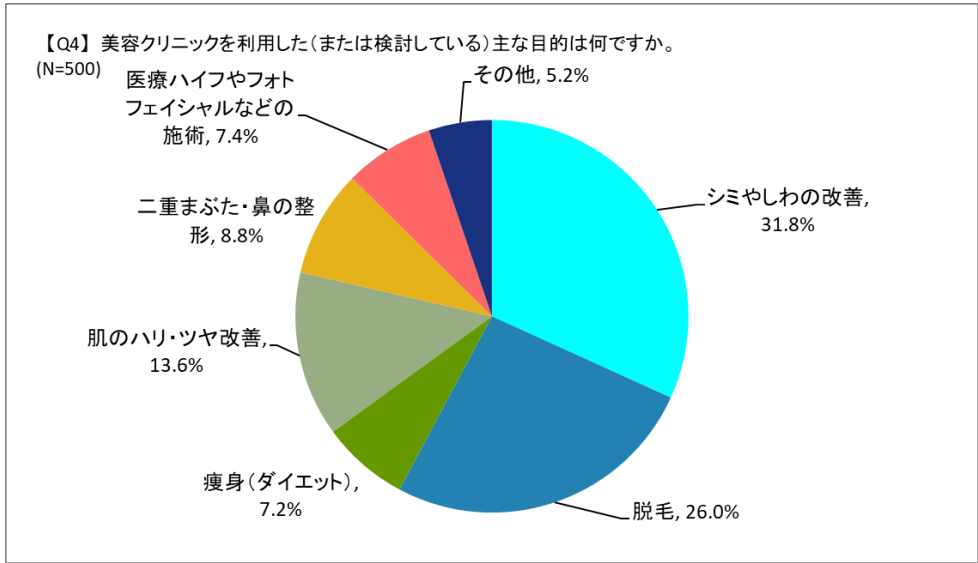
一方で少数回答ながら「北川景子」など具体的な芸能人やインフルエンサーの名前も挙げられています。

性年代別では、若年女性ほど具体的な人物名を挙げる傾向があり、男性や高年代層では「いない」とする割合が高い結果となりました。憧れの対象は全体的に一部層に偏り、美容意識の方向性は個人差が大きいことが示されています。

【自由回答の声】※敬称略

- 北川景子
- 神崎恵
- 白石麻衣
- みちょぱ
- 木村拓哉
- 大西流星

Q4 美容クリニックを利用した(または検討している)主な目的は何ですか。(n=500,SA)

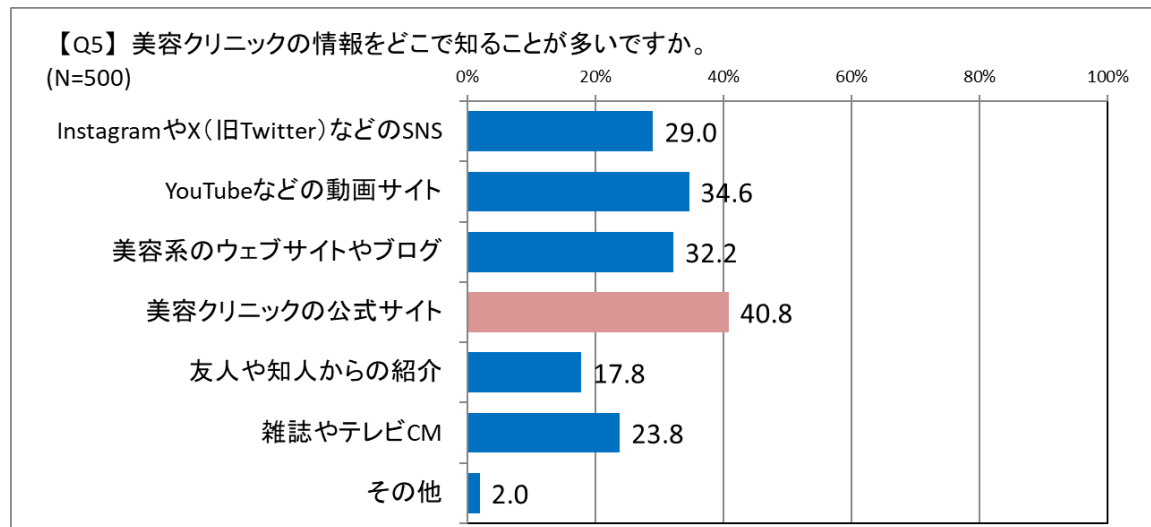


主な目的としては「シミ・シワ改善」(32%)、「脱毛」(26%)が中心となり、自由回答では「目の下のクマ取り」「ホクロ除去」「ピアス」といった具体的なニーズが挙げられています。

若年女性は脱毛や整形を志向する傾向が強く、40代以上の女性はシミ・シワ対策が中心、男性は痩身や施術系への関心が目立ちました。

	シミやしわの改善	脱毛	痩身(ダイエット)	肌のハリ・ツヤ改善	二重まぶた・鼻の整形	医療ハイフなどの施術	その他
合計(%)	31.8	26	7.2	13.6	8.8	7.4	5.2
男性20代	13.3	53.3	6.7	26.7	-	-	-
30代	17.1	43.9	17.1	12.2	2.4	4.9	2.4
40代	26.7	41.7	11.7	5	8.3	3.3	3.3
50代	32.8	26.6	9.4	15.6	6.3	4.7	4.7
60代	41.2	17.6	3.9	23.5	5.9	2	5.9
女性20代	3.8	30.8	11.5	15.4	30.8	-	7.7
30代	34.3	28.4	6	9	10.4	9	3
40代	41.4	22.9	1.4	14.3	8.6	11.4	-
50代	35.9	10.9	7.8	17.2	14.1	7.8	6.3
60代	38.1	7.1	-	7.1	2.4	23.8	21.4

Q5 美容クリニックの情報をどこで知ることが多いですか。(n=500,MA)



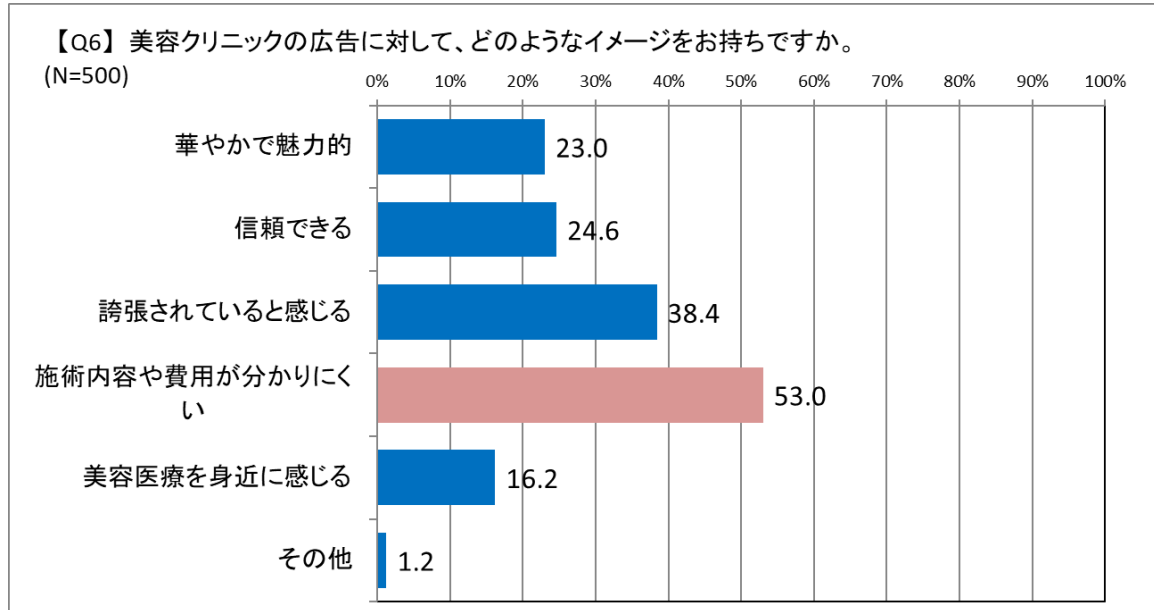
情報源は「公式サイト」(41%)、「YouTubeなど動画サイト」(35%)、「美容系ウェブサイトやブログ」(32%)が中心で、「SNS」(29%)や「口コミ」「知人紹介」(18%)も影響しています。

自由回答では「YouTubeの体験談」や「芸能人・インフルエンサーの発信」が挙げられ、若年層ほどSNS依存が強い傾向があります。

一方で40代以上の男性は公式サイトや医師の経歴といった公式情報を重視し、世代ごとに情報チャネルの使い分けが見られました。

	InstagramやXなどのSNS	YouTubeなどの動画サイト	美容系のウェブサイトやブログ	美容クリニックの公式サイト	友人や知人からの紹介	雑誌やテレビCM	その他
合計(%)	29	34.6	32.2	40.8	17.8	23.8	2
男性20代	33.3	60	40	33.3	33.3	6.7	-
30代	43.9	56.1	48.8	43.9	14.6	36.6	-
40代	20	48.3	33.3	31.7	13.3	18.3	-
50代	28.1	43.8	31.3	29.7	7.8	21.9	9.4
60代	13.7	27.5	19.6	33.3	13.7	31.4	2
女性20代	50	46.2	34.6	42.3	7.7	3.8	-
30代	46.3	31.3	37.3	50.7	22.4	20.9	-
40代	35.7	22.9	32.9	45.7	25.7	18.6	-
50代	17.2	23.4	26.6	46.9	18.8	28.1	-
60代	11.9	14.3	26.2	45.2	26.2	38.1	7.1

Q6 美容クリニックの広告に対して、どのようなイメージをお持ちですか。(n=500,MA)

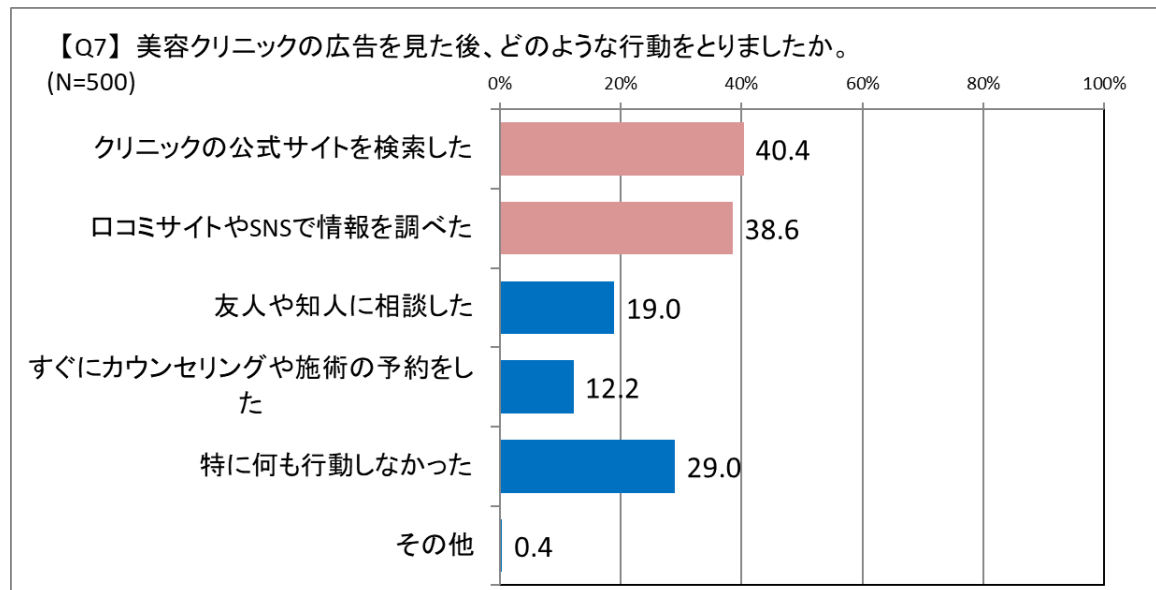


広告に対する印象は「分かりにくい」(53%)、「誇張されている」(38%)が多数を占め、肯定的評価は「華やかで魅力的」(23%)、「信頼できる」(25%)と限定的でした。

若年層は「華やか・魅力的」と捉える傾向が強い一方、中高年層は「分かりにくい」「誇張されている」との回答が目立ちます。全体的に広告への信頼は低く、年齢が上がるほど否定的な受け止め方が強まる傾向が確認されました。

	華やかで魅力的	信頼できる	誇張されていると感じる	施術内容や費用が分かりにくい	美容医療を身近に感じる	その他
合計(%)	23	24.6	38.4	53	16.2	1.2
男性20代	46.7	40	33.3	33.3	26.7	-
30代	36.6	46.3	51.2	36.6	22	-
40代	23.3	33.3	26.7	50	15	-
50代	20.3	15.6	40.6	51.6	14.1	4.7
60代	17.6	21.6	23.5	58.8	15.7	3.9
女性20代	30.8	34.6	46.2	30.8	11.5	-
30代	25.4	26.9	52.2	46.3	17.9	-
40代	21.4	24.3	40	54.3	20	-
50代	17.2	14.1	35.9	71.9	12.5	1.6
60代	14.3	9.5	33.3	69	11.9	-

Q7 美容クリニックの広告を見た後、どのような行動をとりましたか。
(n=500,MA)

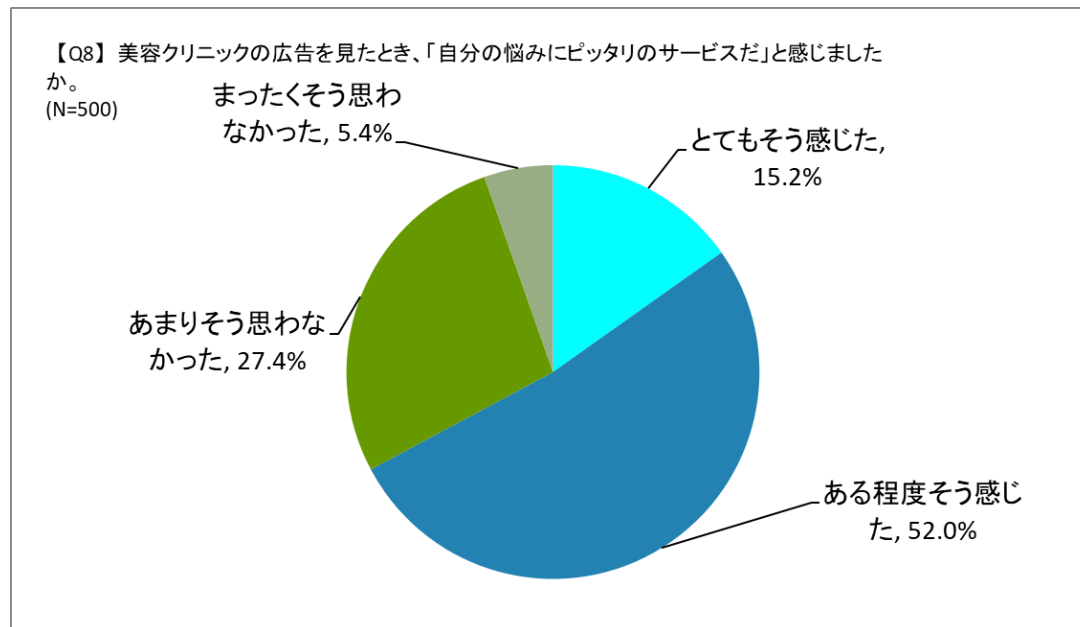


広告を見た後の行動としては「公式サイト検索」(40%)、「口コミサイトやSNSで調査」(39%)が中心でした。

「友人・知人に相談」(19%)や「すぐに予約」(12%)も一部見られますが、「特に行動せず」(29%)も一定数存在します。若年層はSNSでの検索に積極的であり、中高年層は公式サイト検索が多い傾向にあり、年代によって広告後の行動パターンが異なることがわかります。

	クリニックの公式サイトを検索した	口コミサイトやSNSで情報を調べた	友人や知人に相談した	すぐにカウンセリングや施術の予約をした	特に何も行動しなかった	その他
合計(%)	40.4	38.6	19	12.2	29	0.4
男性20代	46.7	66.7	33.3	20	6.7	-
30代	46.3	48.8	36.6	12.2	22	-
40代	43.3	46.7	15	10	21.7	-
50代	32.8	43.8	18.8	7.8	25	3.1
60代	35.3	23.5	17.6	9.8	39.2	-
女性20代	23.1	46.2	15.4	19.2	26.9	-
30代	37.3	41.8	28.4	16.4	34.3	-
40代	42.9	42.9	15.7	17.1	24.3	-
50代	43.8	21.9	9.4	7.8	35.9	-
60代	52.4	26.2	11.9	9.5	38.1	-

Q8 美容クリニックの広告を見たとき、『自分の悩みにピッタリのサービスだ』と感じましたか。(n=500,SA)

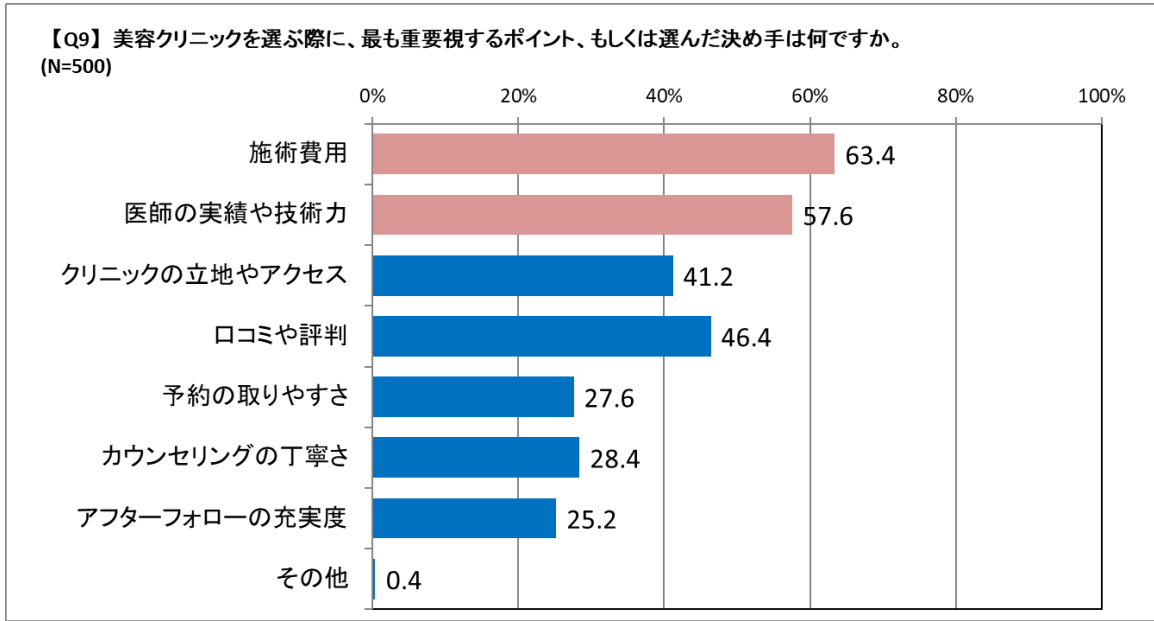


「ある程度そう感じた」(52%)が最多で、「とてもそう感じた」(15%)と合わせて肯定的評価は約7割に達しました。一方、「あまりそう思わなかった」(27%)、「まったくそう思わなかった」(5%)と否定的な回答も約3割存在します。

特に20代女性では「とてもそう感じた」が多く見られる一方、男性や高年代層では否定的な回答が多く、広告の共感度は世代・性別によって差が見られました。

	とてもそう感じた	ある程度そう感じた	あまりそう思わなかった	まったくそう思わなかった
合計(%)	15.2	52	27.4	5.4
男性20代	20	73.3	6.7	-
30代	31.7	39	26.8	2.4
40代	20	55	21.7	3.3
50代	4.7	59.4	26.6	9.4
60代	9.8	52.9	31.4	5.9
女性20代	23.1	53.8	23.1	-
30代	20.9	40.3	29.9	9
40代	15.7	47.1	32.9	4.3
50代	7.8	51.6	37.5	3.1
60代	9.5	66.7	14.3	9.5

Q9 美容クリニックを選ぶ際に、最も重要視するポイント、もしくは選んだ決め手は何ですか。(n=500,MA)

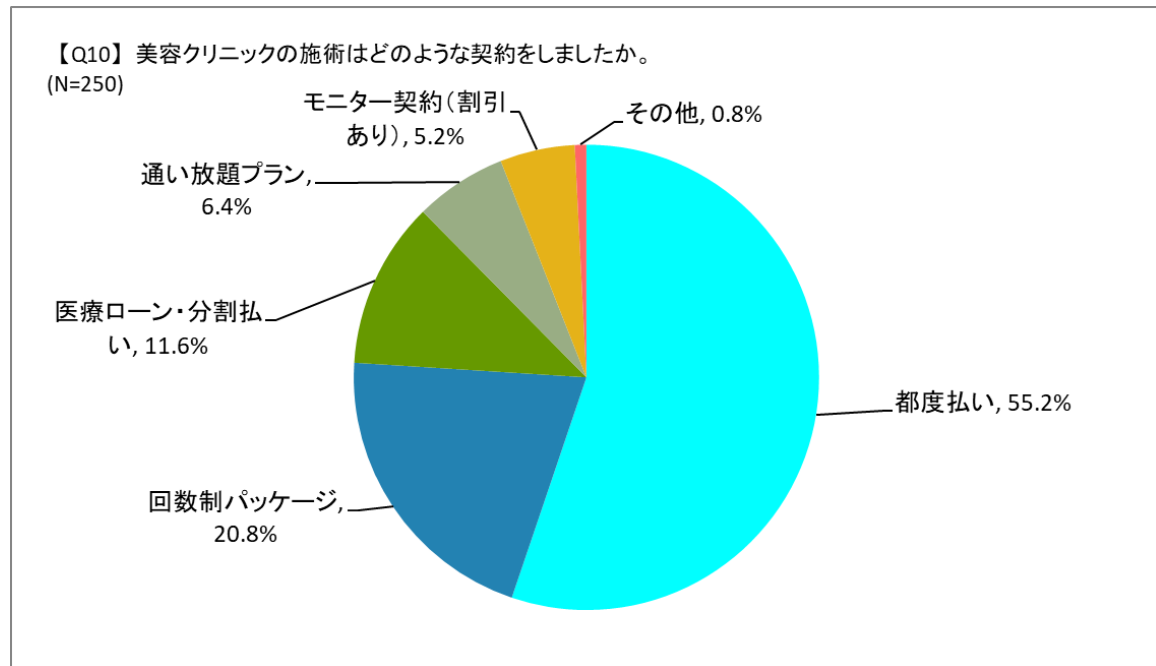


最も重視されるポイントは「施術費用」(63%)と「医師の技術力」(58%)が二大要素で、「口コミや評判」(46%)や「アクセスの良さ」(41%)も重視されています。

女性は費用やアクセスの利便性を重視する一方、男性は技術力をより強く重視する傾向が確認されました。全体としては、コストと技術・信頼性のバランスが選定における重要な判断基準となっています。

	施術費用	医師の実績 や技術力	クリニックの 立地やアク セス	口コミや評 判	予約の取り やすさ	カウンセリ ングの丁寧さ	アフターフォ ローの充実 度	その他
合計(%)	63.4	57.6	41.2	46.4	27.6	28.4	25.2	0.4
男性20代	46.7	53.3	20	66.7	26.7	40	20	-
30代	51.2	65.9	51.2	46.3	24.4	26.8	22	-
40代	53.3	60	33.3	35	18.3	20	18.3	-
50代	62.5	43.8	25	45.3	15.6	23.4	18.8	1.6
60代	70.6	62.7	35.3	29.4	25.5	17.6	23.5	-
女性20代	38.5	38.5	42.3	42.3	23.1	30.8	23.1	-
30代	65.7	58.2	52.2	47.8	44.8	37.3	31.3	-
40代	74.3	57.1	54.3	57.1	41.4	32.9	30	1.4
50代	70.3	60.9	42.2	46.9	23.4	20.3	23.4	-
60代	71.4	69	40.5	59.5	23.8	47.6	38.1	-

Q10 美容クリニックの施術はどのような契約をしましたか。(n=250,SA)

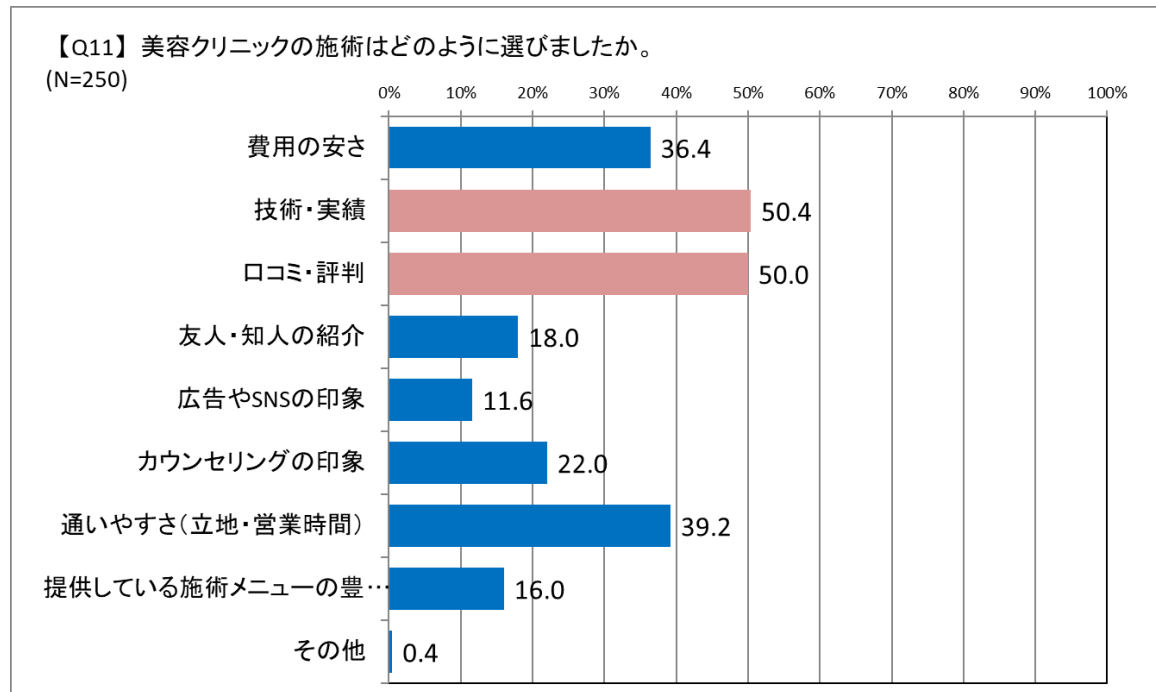


契約形式は「都度払い」(55%)が最多で、「回数制パッケージ」(21%)や「医療ローン・分割払い」(12%)も一定数見られました。

女性はコース契約を選ぶ傾向が強く、継続利用を前提としているのに対し、男性は単発利用の割合が高く、スポット利用志向が見られます。契約形態には性別で明確な違いがあり、利用スタイルの違いを反映しています。

	都度払い	回数制パッケージ	医療ローン・分割払い	通い放題プラン	モニター契約(割引あり)	その他
合計(%)	55.2	20.8	11.6	6.4	5.2	0.8
男性20代	55.6	-	33.3	-	11.1	-
30代	36	28	32	4	-	-
40代	42.3	26.9	15.4	11.5	3.8	-
50代	47.8	17.4	21.7	4.3	4.3	4.3
60代	71.4	14.3	7.1	-	-	7.1
女性20代	35.7	14.3	21.4	21.4	7.1	-
30代	60	32.5	2.5	5	-	-
40代	60	22.2	4.4	4.4	8.9	-
50代	64.5	16.1	6.5	6.5	6.5	-
60代	69.6	8.7	-	8.7	13	-

Q11 美容クリニックの施術はどのように選びましたか。(n=250,MA)

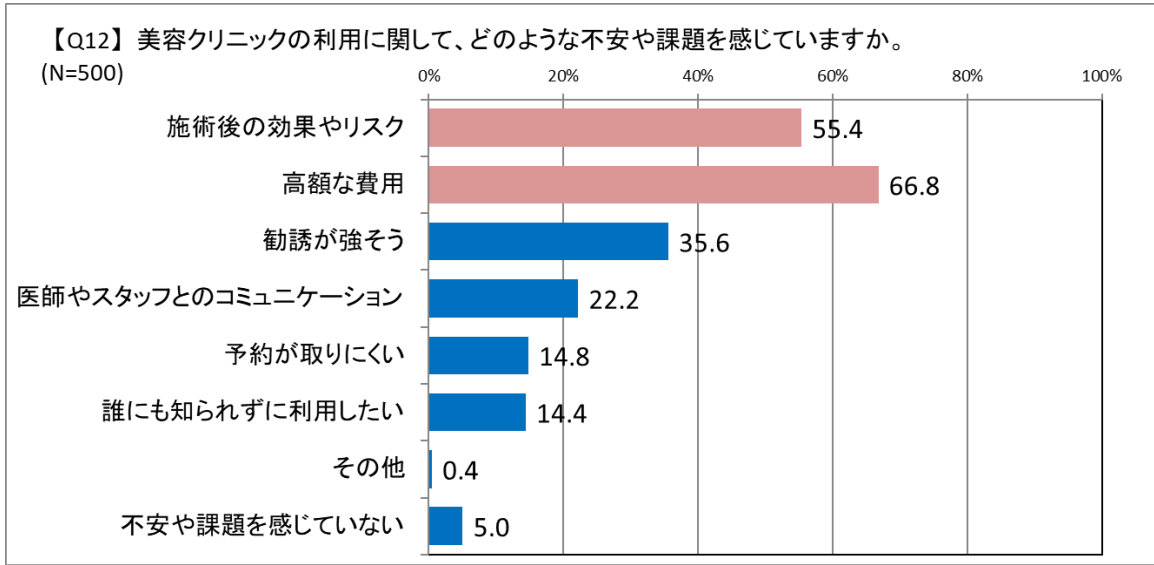


施術選びでは「技術・実績」(50%)と「口コミ」(50%)が同率で最多、次いで「通いやすさ」(39%)が重視されました。

女性は口コミや評判に基づいた安心感を重視する傾向が強く、全体的には、技術と評判の信頼性が最優先される一方、アクセスや費用の要素もバランスよく加味されています。

	費用の安さ	技術・実績	口コミ・評判	友人・知人の紹介	広告やSNSの印象	カウンセリングの印象	通いやすさ	施術メニューの豊富さ	その他
合計(%)	36.4	50.4	50	18	11.6	22	39.2	16	0.4
男性20代	33.3	22.2	66.7	22.2	11.1	33.3	22.2	-	-
30代	36	64	60	36	32	32	32	28	-
40代	30.8	46.2	53.8	15.4	7.7	19.2	19.2	7.7	-
50代	39.1	52.2	60.9	8.7	17.4	17.4	43.5	4.3	-
60代	42.9	57.1	50	28.6	21.4	7.1	28.6	21.4	-
女性20代	28.6	42.9	50	14.3	14.3	35.7	35.7	14.3	-
30代	47.5	55	60	22.5	12.5	22.5	45	10	-
40代	33.3	51.1	42.2	15.6	6.7	17.8	46.7	20	-
50代	35.5	45.2	32.3	6.5	-	22.6	45.2	22.6	3.2
60代	30.4	47.8	39.1	17.4	4.3	21.7	47.8	21.7	-

Q12 美容クリニックの利用に関して、どのような不安や課題を感じていますか。(n=500,MA)

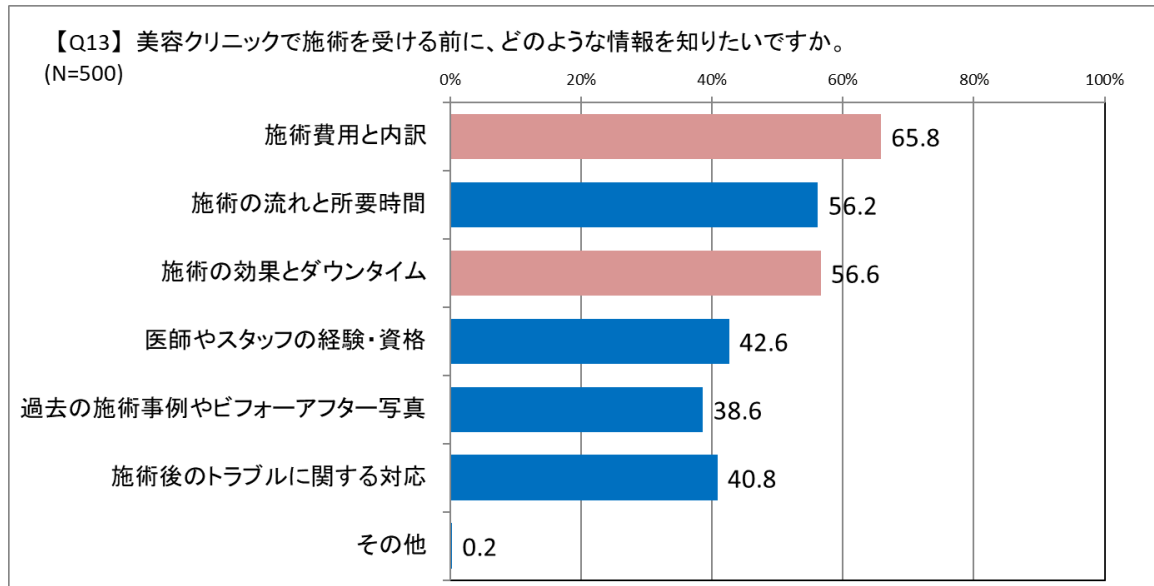


不安要素として「高額費用」(67%)と「施術後の効果やリスク」(55%)が大半を占めました。次いで「強い勧誘」(36%)、「医師やスタッフとのコミュニケーション」(22%)、「予約の取りにくさ」(15%)なども挙がっています。

若年層は費用への懸念が強く、中高年層はリスクや安全性を重視する傾向にあり、世代によって不安の焦点が異なることが示されました。

	施術後の効果やリスク	高額な費用	勧誘が強そう	医師やスタッフとのコミュニケーション	予約が取りにくい	誰にも知られずに利用したい	その他	不安や課題を感じていない
合計(%)	55.4	66.8	35.6	22.2	14.8	14.4	0.4	5
男性20代	46.7	46.7	26.7	40	26.7	6.7	-	6.7
30代	46.3	48.8	36.6	39	17.1	24.4	-	2.4
40代	36.7	66.7	33.3	6.7	8.3	13.3	-	5
50代	60.9	75	32.8	14.1	10.9	12.5	-	1.6
60代	58.8	76.5	21.6	19.6	3.9	7.8	-	5.9
女性20代	26.9	57.7	34.6	23.1	23.1	11.5	-	11.5
30代	52.2	59.7	38.8	25.4	20.9	14.9	-	13.4
40代	54.3	64.3	42.9	25.7	24.3	12.9	1.4	4.3
50代	71.9	75	45.3	20.3	10.9	18.8	-	1.6
60代	81	76.2	31	28.6	11.9	16.7	2.4	-

Q13 美容クリニックで施術を受ける前に、どのような情報を知りたいですか。(n=500,MA)

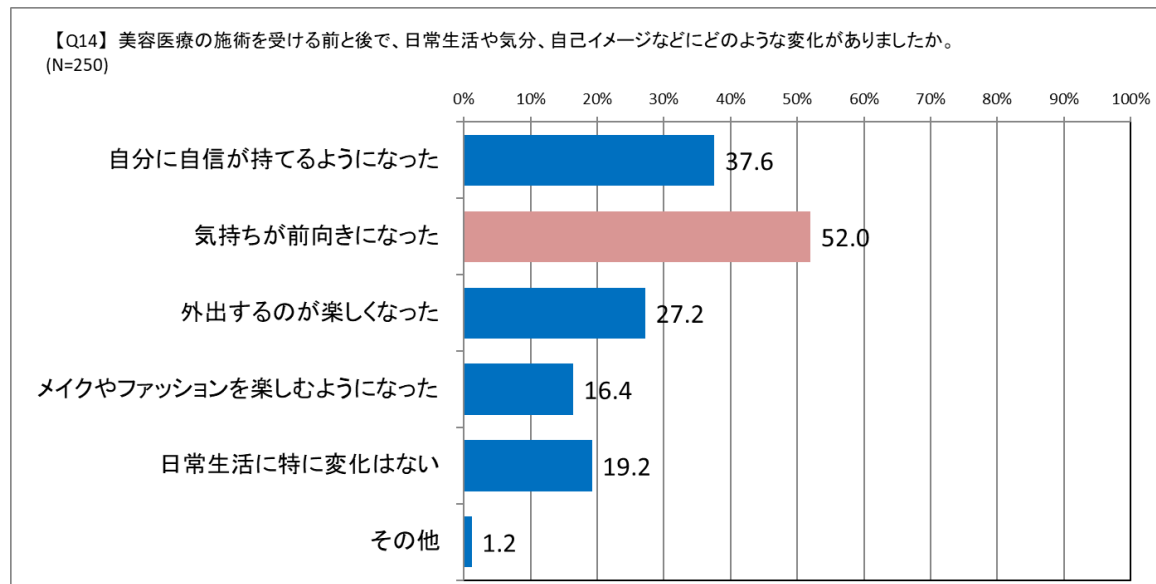


「費用内訳」(66%)が最も多く、「効果やダウンタイム」(57%)、「施術の流れ」(56%)が続いています。女性は費用や所要時間に関心を寄せ、男性は効果やリスクに注目する傾向が確認されました。

透明性の高い情報提供が強く求められており、特に価格やリスクに関する具体的で正確な情報開示が利用者の安心につながることが示されています。

	施術費用と内訳	施術の流れと所要時間	施術の効果とダウンタイム	医師やスタッフの経験・資格	過去の施術事例やビフォーアフター写真	施術後のトラブルに関する対応	その他
合計(%)	65.8	56.2	56.6	42.6	38.6	40.8	0.2
男性20代	53.3	46.7	40	53.3	26.7	33.3	-
30代	48.8	46.3	51.2	46.3	36.6	29.3	-
40代	51.7	60	51.7	26.7	25	25	-
50代	64.1	62.5	53.1	46.9	32.8	31.3	1.6
60代	76.5	52.9	43.1	31.4	31.4	33.3	-
女性20代	50	46.2	46.2	34.6	38.5	23.1	-
30代	62.7	55.2	64.2	44.8	38.8	40.3	-
40代	75.7	58.6	70	51.4	52.9	55.7	-
50代	75	57.8	62.5	42.2	45.3	56.3	-
60代	81	59.5	59.5	52.4	47.6	64.3	-

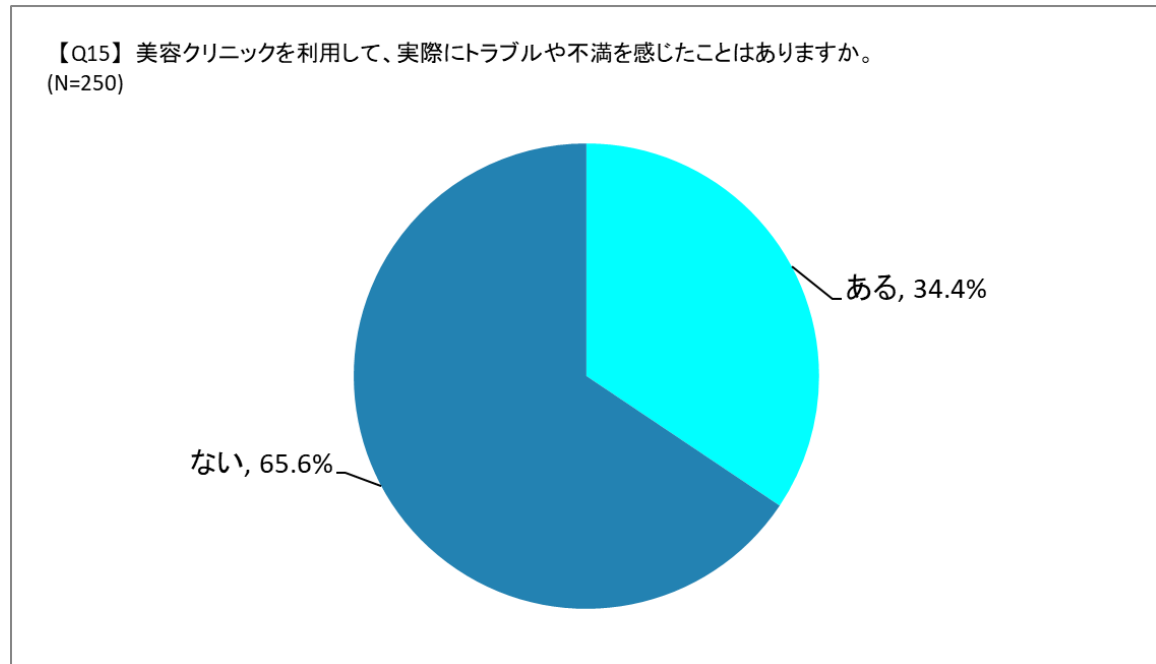
Q14 美容医療の施術を受ける前と後で、日常生活や気分、自己イメージなどにどのような変化がありましたか。(n=250,MA)



施術による変化として「気分が明るくなった」「自己イメージが向上した」との回答が多数を占めました。自由回答では「人前に出るのが楽しくなった」「化粧がしやすくなった」といった生活改善の声も挙がっています。

女性は心理的効果を重視し、男性は「髭剃りが楽になった」など実用的な利便性に言及する傾向があり、施術が生活面と心理面の双方にポジティブな影響を及ぼしていることが示されました。

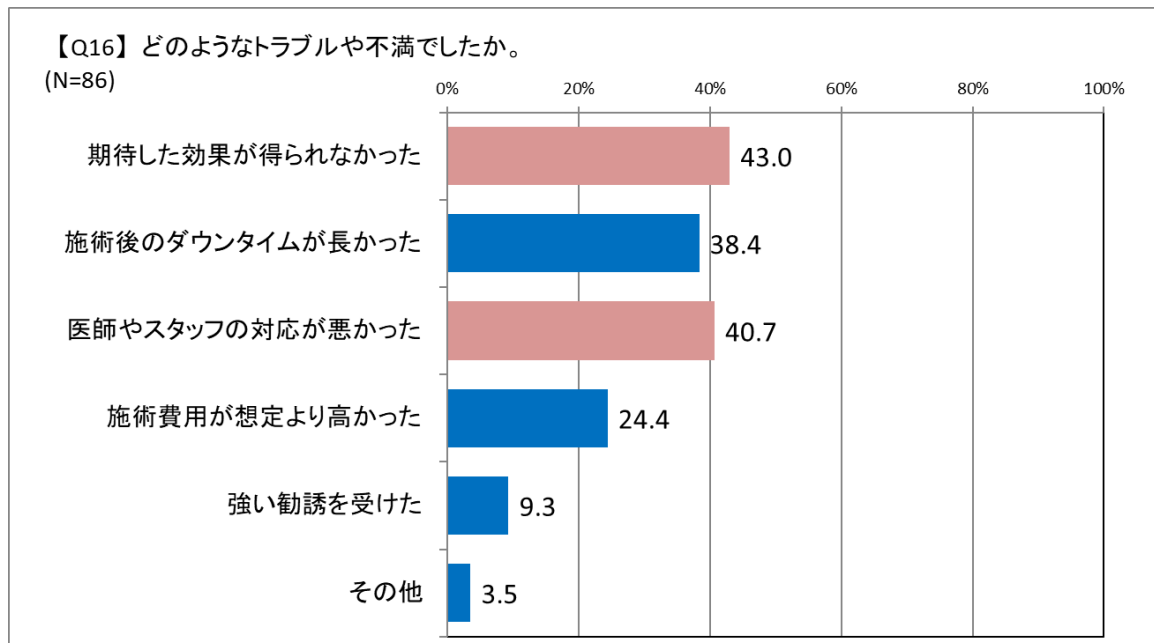
Q15 美容クリニックを利用して、実際にトラブルや不満を感じたことはありますか。
(n=250,SA)



「ある」と回答した人は34.4%で、一定数がトラブルや不満を経験していることが明らかになりました。大半は「ない」と答えているものの、3人に1人以上が問題を抱えている点は注目すべきです。

利用者の体験には個人差が大きく、施術内容や対応品質にばらつきがあることが示されています。

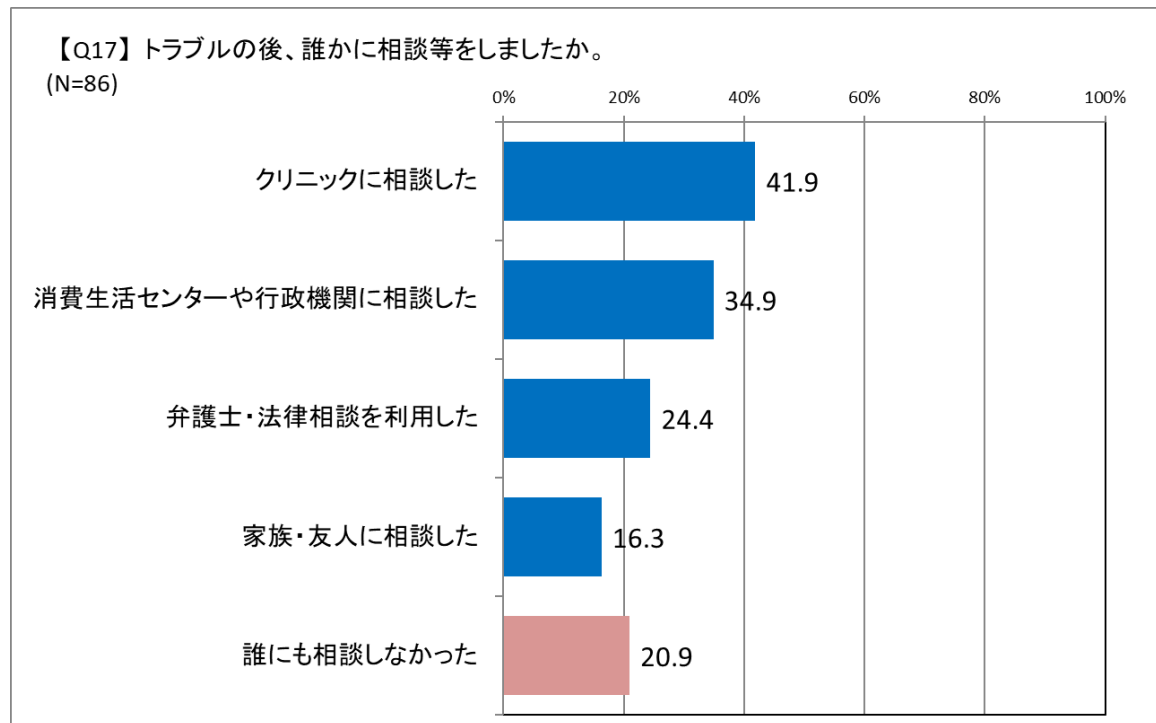
Q16 どのようなトラブルや不満でしたか。(n=86,MA)



具体的な不満としては「効果が得られない」(43%)、「対応への不満」(41%)、「ダウンタイムが長い」(38%)が上位に挙げられました。自由回答では「説明不足」「料金が高い」といった声もありました。

女性は効果や説明不足に対する不満が多く、男性は費用に関する不満が目立ち、トラブルの中心は効果・対応・費用に集中していることがわかります。

Q17トラブルの後、誰かに相談等をしましたか。(n=86,MA)

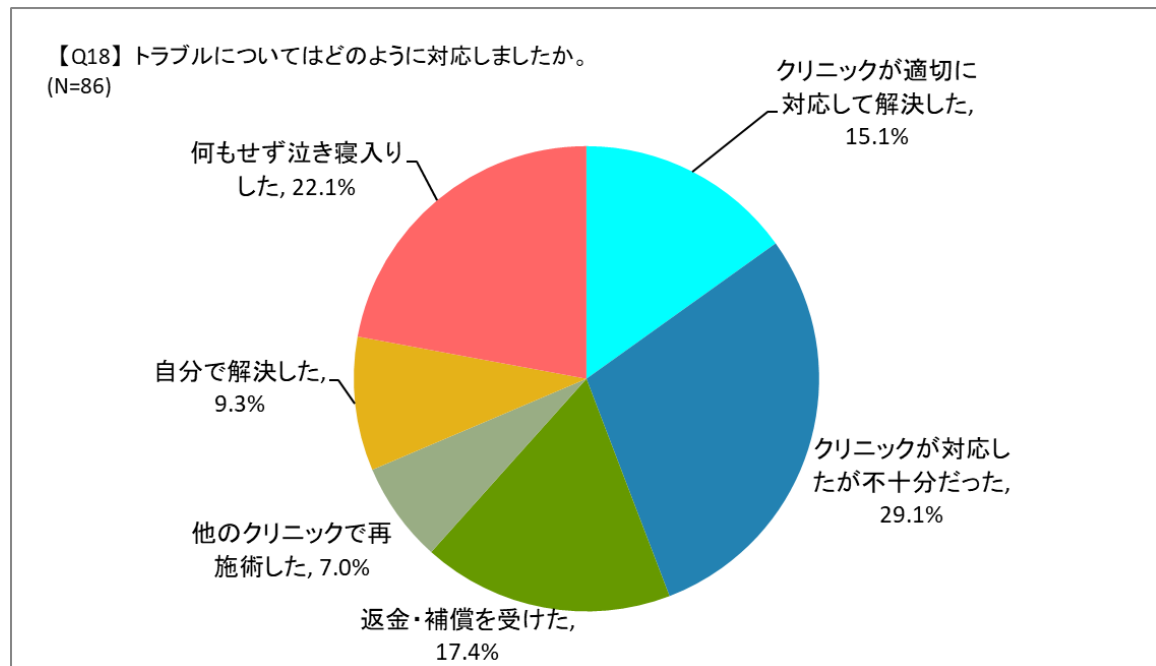


トラブルを経験した人の相談先は「クリニック」(42%)が最多で、「行政・消費生活センター」(35%)、「弁護士」(24%)が続きました。

女性はまずクリニックに相談する傾向が強く、男性は行政機関や弁護士といった外部機関に頼る傾向が見られます。

相談先は多様化している一方で、一定数は「誰にも相談しない」(21%)、いわゆる泣き寝入りのケースも存在しています。

Q18トラブルについてはどのように対応しましたか。



トラブルへの対応結果は「不十分な対応」(29%)が最多で、「泣き寝入り」(22%)、「返金」(17%)、「解決」(15%)と続きました。

全体として満足のいく解決に至った人は少なく、不満が残るケースが多い状況です。特に女性では対応の不十分さに不満を抱く声が多く、男性は泣き寝入りを選ぶ割合が高い傾向が見られました。

利用後のアフターサポートの不足が課題として浮き彫りになっています。

Q19 今後、美容クリニックに期待することは何ですか。(n=500,FA)

サマリー(傾向)

- 費用関連が圧倒的に多い。
「安くしてほしい」「リーズナブル」「費用の明細がオープン」など、価格の適正化や透明性を求める声が目立つ。
- 透明性・説明責任への要望も強い。
「効果の実態の情報開示」「失敗例も示すべき」「わかりやすい説明」といった声が多い。
- 営業・勧誘に対する嫌悪感も繰り返し出ている。
「押し売りのような施術の進めがなく」「しつこい勧誘がないこと」といった要望。
- アフターケアや長期サポートへの期待。
「術後のトラブルへの対応」「アフターケアの保障」「施術後の責任フォロー」が挙げられている。
- 誠実さ・安心感を重視する声。
「誠実な医者がいること」「安全性と効果に基づいた施術」など。

考察

今後美容クリニックに期待する点として最も多く挙げられたのは費用に関する要望であり、「安くしてほしい」「費用の明細を明確にしてほしい」など、価格の適正化や透明性を求める声が圧倒的でした。

また、「効果の実態を正確に開示してほしい」「失敗例も含めた説明が必要」といった情報公開への要望も強く、誠実でわかりやすい説明責任が重視されています。

さらに「しつこい勧誘をなくしてほしい」といった営業姿勢への不信も繰り返し見られましたが、「術後のトラブル対応」「アフターケアや長期サポート体制」といったフォローアップへの期待も目立ちます。

若年層はコスト重視の傾向が強く、中高年層は安全性やアフターケアを重視しており、全体を通じて「リーズナブルで信頼できる美容医療」への需要が明確になっています。

3. 総合まとめ

本調査から、美容クリニックに関する意識と実態が浮き彫りとなりました。

美容意識は女性が10～20代の早期に芽生え、SNSやインフルエンサーの影響を強く受ける一方、男性は30代以降に加齢を契機として意識が高まる傾向が見られます。

利用や検討の動機は「見た目のコンプレックス」(56%)や「年齢による変化」(40%)が中心で、目的は「シミ・シワ改善」(32%)や「脱毛」(26%)が多くを占めました。

情報収集においては、若年層がSNSや動画サイトを重視するのに対し、中高年層は公式サイトや医師の経歴を参考にするなど、年代で明確な違いがあります。

広告については「分かりにくい」(53%)、「誇張されている」(38%)と否定的意見が優勢で、信頼性に課題が残る一方、若年層女性では共感性が高い結果となりました。

最大の不安は「高額費用」(67%)と「効果・リスク」(55%)であり、トラブル経験者も3割超と少なくありませんが、十分に解決されないケースが多い現状も確認されました。

ただし、施術後には「気分が明るくなった」「自己イメージが向上した」といったポジティブな変化を実感する声が多数を占め、美容医療が生活の質や自己肯定感を高める社会的意義を持つことも明らかになっています。

今後に期待されるのは、価格の適正化と透明性、効果に関する正確な情報開示、そしてアフターケア体制の充実であり、「安心して利用できる誠実なサービス」こそが利用者の最大の要望であると総括できます。