

報道関係各位

2022年7月14日

アラガン・ジャパン株式会社

アラガン・ジャパン、美容医療のダイバーシティ&インクルージョンに関する調査を実施 ～半数以上が、美容医療は気持ちを前向きにするイメージ～ ～60%以上がコンプレックスを抱えていても、踏み切れない裏腹な心情～

アラガン・ジャパン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:スザナ・ムルテイラ。以下、アラガン・ジャパン)は、2022年5月、全国の20代～60代の男女1,000名を対象に、「美容医療に関する調査」を実施しました。本調査の結果、日本人の半数以上が美容医療はコンプレックスを改善でき、気持ちを前向きにしたり、生活や人生をより良くできるものと理解していました。しかし、60%以上が見た目にコンプレックスを抱えているにも関わらず、施術の費用や痛みへの不安だけでなく周囲の目を気にするといった理由から実際に施術経験のある人は17%にとどまっていることがわかりました。一方で、美容医療施術経験者からは美容医療によって「自信や自尊心が高まる」、「施術前よりも、生活や人生が豊かになる」等ウェルビーイングを示唆する結果が明らかになりました。

調査結果のハイライトは以下の通りです。

●外科的・非外科的美容医療の印象について、ポジティブな印象を持つ人が外科的(19%)、非外科的(30%)、ネガティブな印象を持つ人が外科的(43%)、非外科的(31%)と、ネガティブが上回る。具体的なイメージについては、「気持ちを前向きにしたり、自身の生活や人生をよりよくできるもの」(55%)といったポジティブな回答と合わせ、「他人に言いづらいもの」(49%)といった後ろめたい気持ちを示唆する回答のスコアも高い。

●美容医療治療(以下、「美容医療治療」は非外科的美容医療治療を指す)を受けるメリットについては、「コンプレックスを改善できる」(56%)、「前向きな気分になる」(39%)、「理想の自分に近づける」(32%)という結果。一方で、60%以上の人が見た目にコンプレックスを抱えているが、美容医療施術経験者は17%にとどまる。さらに施術ができることを知っていても検討もしたことがない人は半数近くに上る。

●美容医療治療の施術の障壁・ハードルは、「施術の費用」(74%)、「施術の痛み」(47%)など施術に直接関わる内容、「クリニック・ドクター選びに迷う」(40%)、「正確な情報がわからない」(33%)といった情報不足によるもの、「ダウンタイム中の生活」(28%)、「周囲に気付かれる不安」(20%)の周囲の目を意識したものと大きく3つ存在する。

●美容医療治療を受けたら「話す・話すかもしれない」はパートナー・恋人(36%)、親(34%)、「話さないかもしれない・話さない」はパートナー・恋人(22%)、親(27%)となり、パートナー・恋人、および親においては「話す・話すかもしれない」が、「話さないかもしれない・話さない」を上回る結果に。反

Allergan Aesthetics

an AbbVie company

対に、職場の同僚、友人は「話す・話すかもしれない」が職場の同僚(15%)、友人(28%)「話さない・話さないかもしれない」は職場の同僚(41%)、友人(33%)と「話さないかもしれない・話さない」が上回り、特に職場の同僚ではその差が顕著に。話さない理由は「後ろめたさはないが、必要性がない」(41%)、次いで、「陰口を言われそうだから」(23%)。

●周囲の人が美容医療治療を受けた場合は「個人の意味でやることだから気にしない」という回答が過半数以上となり、特に友人、職場の同僚では6割を超える。さらに「陰で噂をしてしまう」と回答した人は平均で2.1%にとどまる。

●美容医療を受けるメリットについて問う設問では、美容医療経験者と未経験者で比較すると、「自分を好きになれる」、「自信や自尊心が高まる」、「前向きな気分になる」、「施術前よりも、生活や人生が豊かになる」等、すべての項目で10ポイント以上経験者の方が高い。

【調査概要】

アンケート対象・サンプル数: 全国の20代から60代の男女 1,000人

地域: 全国 / 調査方法: インターネットによる調査 / 期間: 2022年5月26日~5月30日

注) 本調査レポートの百分率表示は小数点以下で四捨五入の丸め計算を行なっています。

【調査詳細】

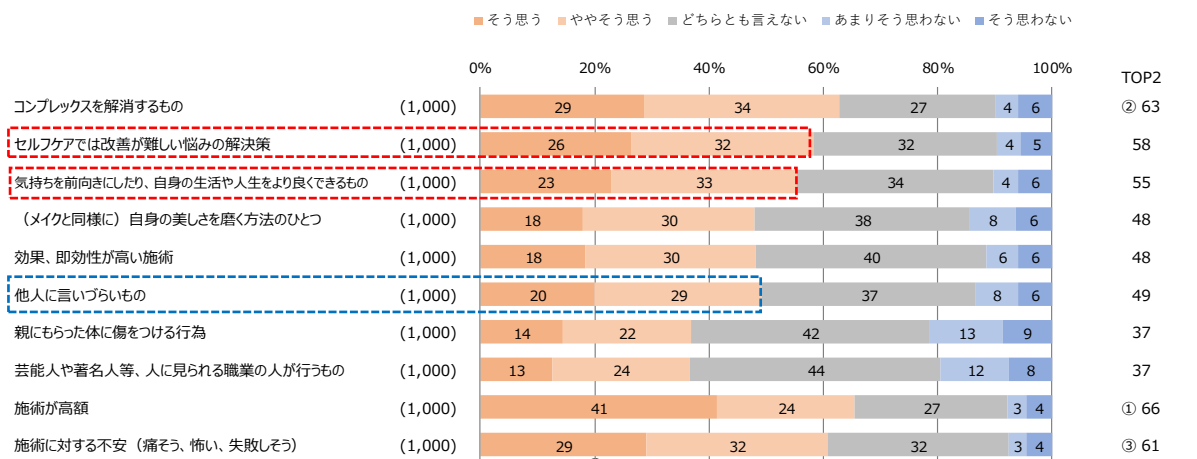
美容医療についての日本の現状

・美容医療は相反する「気持ちを前向きにするもの」等ポジティブなイメージと、「他人に言いづらいもの」等のネガティブイメージが混在。またコンプレックスを解消するものと理解されている一方で実際の美容医療施術経験者は17%にとどまる。

■外科的・非外科的美容医療の印象について、ネガティブな印象を持つ人が外科的43%、非外科的31%、ポジティブな印象を持つ人が外科的19%、非外科的30%となり、共にネガティブな印象がポジティブを上回り、美容医療治療全般的にネガティブな印象。(調査結果レポート P9 参照)

■美容医療のイメージは施術に関する不安の他、「セルフケアでは改善が難しい悩みの解決策」58%、「気持ちを前向きにしたり、自身の生活や人生をより良くできるもの」55%などのポジティブな回答と合わせ、「他人に言いづらいもの」49%といった後ろめたい気持ちを示唆する回答のスコアも高く、二面性があることがわかった。(図1)

図1: Q. 美容医療(非外科的な美容医療治療)のイメージについて、あてはまるものをお答えください。(お答えはそれぞれ1つ)



Allergan Aesthetics

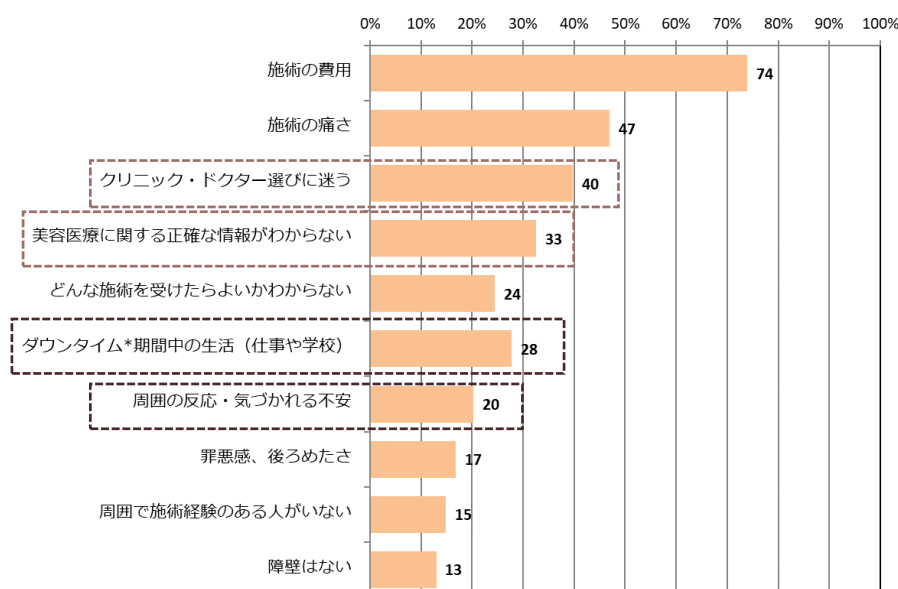
an AbbVie company

■美容医療のメリットについて、「コンプレックスを改善」56%が最も多く、次いで「前向きな気分になる」39%、「理想の自分に近づける」32%となり、美容医療のメリットは理解されている。（調査結果レポート P13 参照）

■一方で、60%の人が自分自身の見た目に何かしらのコンプレックスを抱えているが、美容医療経験者は 17%にどどまり、さらに施術について知っていても検討もしたことがない人が半数近くに上る。コンプレックスを改善するものであると理解されているのも関わらず、実際には施術に踏み切れないという現状が浮き彫りになった。（調査結果レポート P13、32【SQ】P6、7 参照）

■障壁・ハードルとなる要因は、「施術の費用」74%、「施術の痛さ」47%など施術に直接関わる内容の他、「クリニック・ドクター選びに迷う」40%、「正確な情報がわからない」33%といった情報不足によるもの、または「ダウンタイム中の生活」28%、「周囲に気付かれる不安」20%と他人の目を気にする声があがった。自分の気持ちとは裏腹に周囲の目を意識した結果、施術に踏み切れない人が 2 割程度存在することがわかった。（図 2）

図 2: Q.美容医療（非外科的な美容医療治療を施術するにあたり、障壁・ハードルとなり得るものについて教えてください。（お答えはいくつでも）



(n=1,000)

美容医療におけるインクルージョン

・美容医療治療を受けた場合、親やパートナー等、近い間柄には話しやすいが、「陰口を言われそう」という理由から友人や職場の同僚には話さない傾向。一方で他人から施術を告白された場合は「個人の意思でやることだから気にしない」が過半数を超え、「陰で噂をしてしまう」は 2.2%にとどまることから、美容医療における自己スティグマを示唆する結果となった。

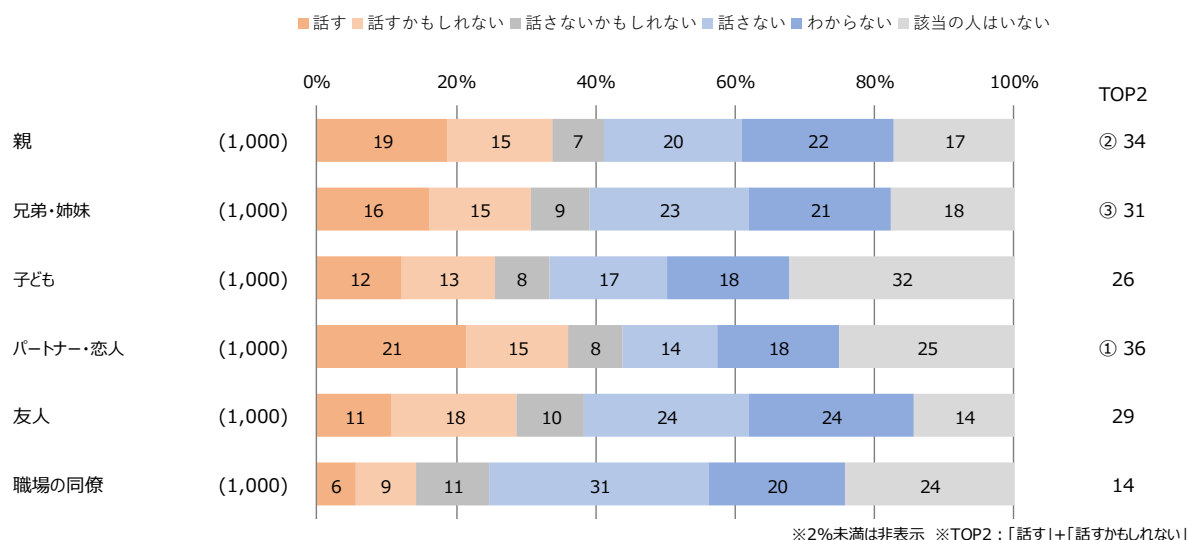
■美容医療治療を受けたら周囲の他人に話すかについて、「話す・話すかもしれない」はパートナー・恋人 36%、親 34%、「話さないかもしれない・話さない」はパートナー・恋人 22%、親 27%となり、「話す・話すかもしれない」が共に 30%台となり、「話さないかもしれない・話さない」を上回る結果に。反対に、職場の同僚、友人は「話す・話すかもしれない」が職場の同僚(14%)、友人(29%)「話さない・話さないかもしれない」は職場の同僚(41%)、友人(33%)と、「話さないかもしれない・話さない」

Allergan Aesthetics

an AbbVie company

が「話す・話すかもしれない」を大きく上回る結果となり、特に職場の同僚ではその差が顕著に。(図3)

図3: Q.「話す」「話すかもしれない」とお答えの方に伺います。周囲の人に話す・話すかもしれない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。(お答えはいくつでも)

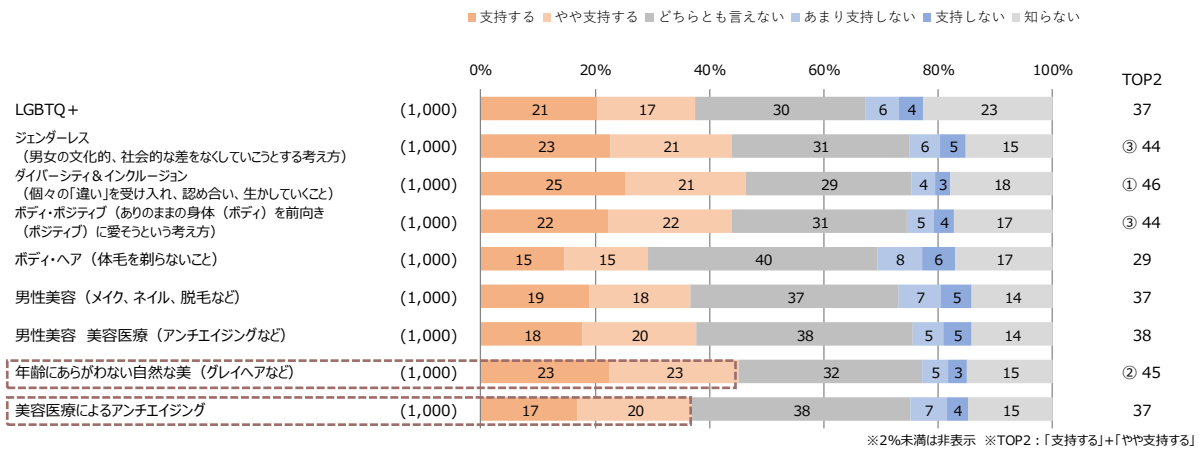


■また、「話さない・話さないかもしれない」と回答した人の理由としては、「後ろめたさはないが、必要性がない」41%、次いで「陰口を言われそうだから」23%となりました。(調査結果レポート P18 参照)

一方で、施術を告白されたらどう感じるかを問う設問では、ほぼすべての関係性において、「個人の意味でやることだから気にしない」という回答が過半数以上となり、特に友人、職場の同僚では6割を超える。さらに「陰で噂をしてしまう」と回答した人も極少数にとどまり、「自分が施術を受けたら友人・職場の同僚には陰口を恐れ話さないが、友人・職場の同僚が施術を受けても個人を尊重し、噂もしない」という意識にギャップが生じていると考えられる。(調査結果レポート P26)

■世の中の新たな価値観は徐々に浸透しつつあるものの、美容における相反する価値観を比較すると、「年齢にあらがわれない自然な美(グレイヘアなど)」45%に対し、「美容医療によるアンチエイジング」は37%となり、自然に任せることは支持する反面、人工的なことは支持しないという差が生じており、美容医療におけるダイバーシティ&インクルージョンは今一歩、進んでいないことが伺える。(図4)

図 4: Q. 世の中の新たな価値観に対して、支持するのかもしれないのか、あなたの考えにあてはまるものをお答えください。
(お答えはそれぞれ1つ)



美容医療がもたらすウェルビーイング

・美容医療経験者と非経験者の回答を比較すると、メリットや周囲へ話す理由などで、ポジティブな差がみえてくる

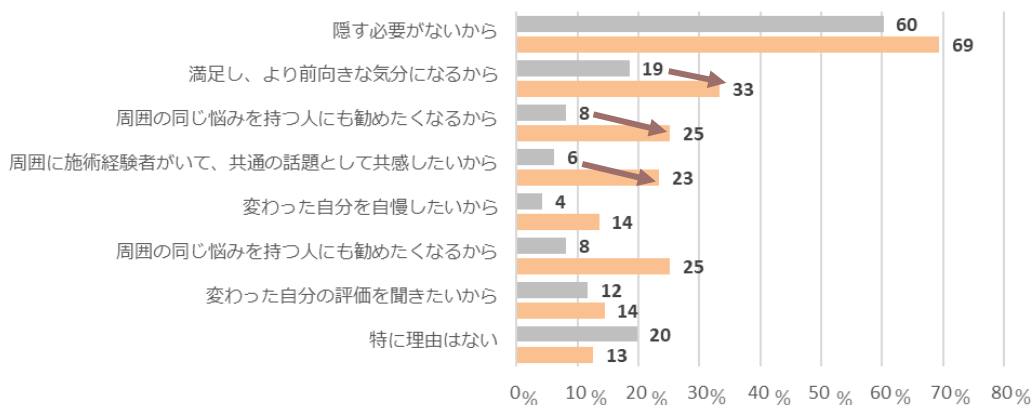
■美容医療を受けるメリットについて、美容医療経験者は「自分を好きになれる」、「自信や自尊心が高まる」、「前向きな気分になる」、「施術前よりも、生活や人生が豊かになる」等、すべての項目で17ポイント以上、非経験者よりも高く、美容医療によるウェルビーイングの向上を示唆する結果となった。(調査結果レポート P13 参照)

■美容医療のイメージは、施術経験の有無で比較すると、「(メイクと同様に)自身の美しさを磨く方法のひとつ」で大きな差があり、施術経験者は美容医療をひとつの手段・選択肢と捉えられていることが伺える。(調査結果レポート P12 参照)

■周囲の人へ話す理由の設問においても、美容医療経験者と未経験者で比較すると、「満足し、より前向きな気分になるから」、「周囲の同じ悩みを持つ人にも勧めたくなるから」、「周囲に施術経験者がいて共通の話題として共感したいから」の項目において、美容医療経験者は非経験者より10ポイント以上の差があり、美容医療経験者の施術への満足度の高さがもたらす効果として情報の共有にもつながっていることが伺える結果となった。(図 5)

図 5: Q. 周囲の人に話す・話すかもしれない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。
(お答えはいくつでも)

■ 【美容クリニックなどの医療機関での施術】 未実施者 ■ 【美容クリニックなどの医療機関での施術】 実施者



Allergan Aesthetics

an AbbVie company

本調査結果のレポートは以下の URL をご参照ください。

<https://bit.ly/3O1PKDh>

アラガン・ジャパン株式会社について

アラガン・ジャパン株式会社は、アッヴィグループのアラガン・エステティックスとして、先進の美容医療を牽引する製品およびブランドを開発・製造し、販売しています。私たちの美容医療領域は、ボツリナス治療やヒアルロン酸注入治療、脂肪冷却による部分痩せ治療、乳房再建関連製品等を中心に多岐に渡っています。

私たちは、イノベーション、教育、優れたサービスを一貫して、顧客の皆様のニーズに沿って提供することを目指しています。

JP-CSC-220129