

水光注射に関する消費者意識と 利用実態調査レポート(2025)

Medical Aesthetics Market Analysis



調査概要

本調査は、水光注射に関する利用実態・効果実感・心理的ハードル・情報収集行動などを多角的に把握することを目的として実施しました。回答者が感じている変化や施術経験、施術を検討する際の意思決定プロセス、費用感SNS等の影響力、今後の意向までを体系的に整理し、水光注射に対するユーザー像を明らかにしています。

1. 施術目的の整理

水光注射を受けた理由(乾燥改善・ハリ感向上・毛穴改善など)を確認し、美容ニーズの中心軸を把握。

2. 効果実感と副反応の把握

実感した効果や感じた変化、効果が現れるまでの期間、施術中の痛み、ダウンタイム中の症状を確認し、施術のリアルな体験を整理。

3. 施術経験と頻度の可視化

過去の施術回数、使用した薬剤、組み合わせた施術など、経験者の施術パターンを把握。

4. 費用感と継続意向の把握

1回あたりの許容金額や継続意向を分析し、価格帯と再来意向の関係性を明らかに。

5. 情報収集経路と判断基準の分析

SNS・口コミ・公式サイトなど、施術検討時に参考にする情報源や、クリニックを選ぶ際に重視される要素を整理。

6. 不安要素と解消状況の整理

施術前に感じていた不安、その後のイメージの変化を把握し、初回利用時の心理的ハードルを可視化。

7. 今後の美容医療への意向整理

水光注射以外で検討している施術、今後の美容医療への関心の推移を確認し、今後の行動の兆しを整理。

調査方法

1. **調査手法**
インターネットアンケート調査(利用ツール: [ユニーリサーチ](#))
2. **調査対象**
全国の水光注射利用経験者(女性に限る)
3. **調査期間**
2025年11月
4. **回答数**
有効回答100件

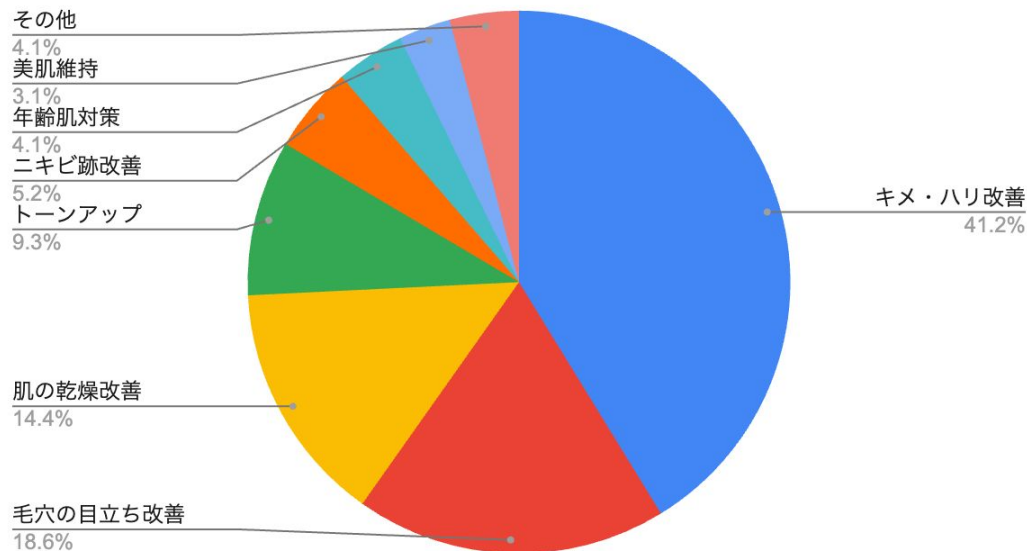
エグゼクティブサマリ

- **水光注射の主目的は「乾燥改善」と「ハリ感向上」が中心**
複数回答の傾向として、肌質の底上げニーズが強く、日常ケアでは補いきれない部分への期待が確認された。
- **効果実感は「ある程度実感」が最多。実感した変化は “もっちり感・キメ改善 ” が中心**
即時性を感じる人も多く、翌日までに変化を感じたという回答が大半を占める。
- **痛みは“我慢できる程度 ” が最多で、施術許容ライン内に収まる印象**
強い痛みを訴える層は少なく、施術ハードルの低さが伺える。
- **ダウンタイムでは「赤み」「内出血」が中心。数日以内に落ち着くケースが多数**
症状が軽度であることが多く、日常生活への影響は比較的限定的。
- **クリニック選びでは「価格・ロコミ・症例写真」が重要視される**
視覚的根拠や体験レビューが意思決定の中心となり、SNSでの情報接触が選択を後押しする。
- **施術前の不安は“痛み”と“内出血”が中心だが、施術後には半数以上で不安が解消**
実際の体験が心理的ハードルを下げる要因となっている。
- **今後取り入れたい施術は、ピーリング・レーザー治療など “肌質改善系 ” が上位**
水光注射との相性が良い施術が並び、総合的な肌管理への関心の高まりが見られる。
- **水光注射満足度は 7～8点 が中心で、再受診意向も高め**
「家族や友人に勧めたい」という前向きな評価も過半数を占める。

水光注射を受けた主な目的 – 肌質の底上げを目的とした回答が中心

- キメ・ハリ向上を目的とした回答が中心で、肌全体の底上げを期待する傾向がうかがえる。
- 毛穴やくすみなど複合的な悩みもみられ、短期での肌コンディション改善ニーズが高い。

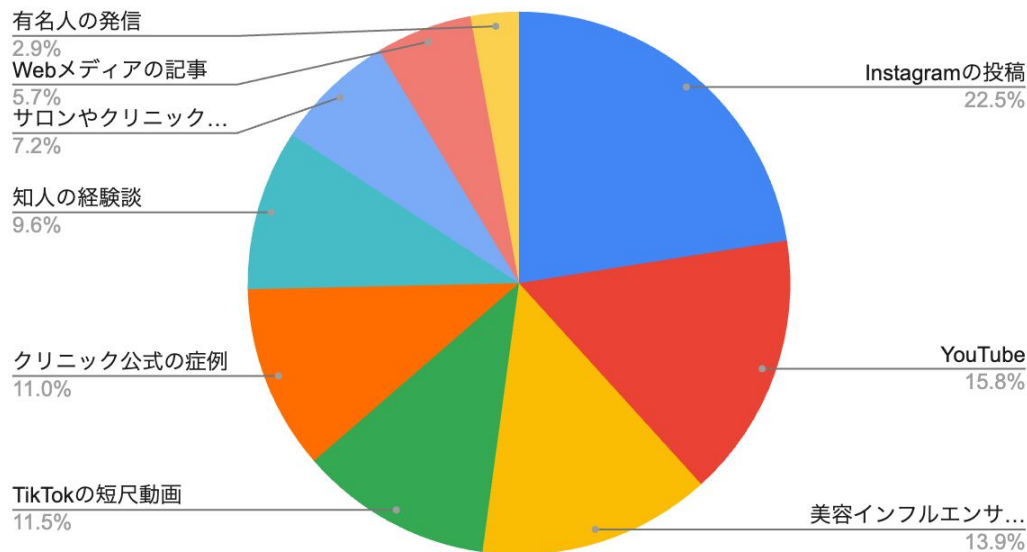
水光注射を受けた主な目的



水光注射に興味を持ったきっかけ – SNS投稿やインフルエンサーの発信が主要導線

- 興味を持つきっかけは、Instagram や TikTok などのSNS投稿が中心で、症例や体験談が影響を与えている。
- 知人の経験談やクリニックの症例も一定の役割を果たし、多様な情報源から施術への関心が高まっている。

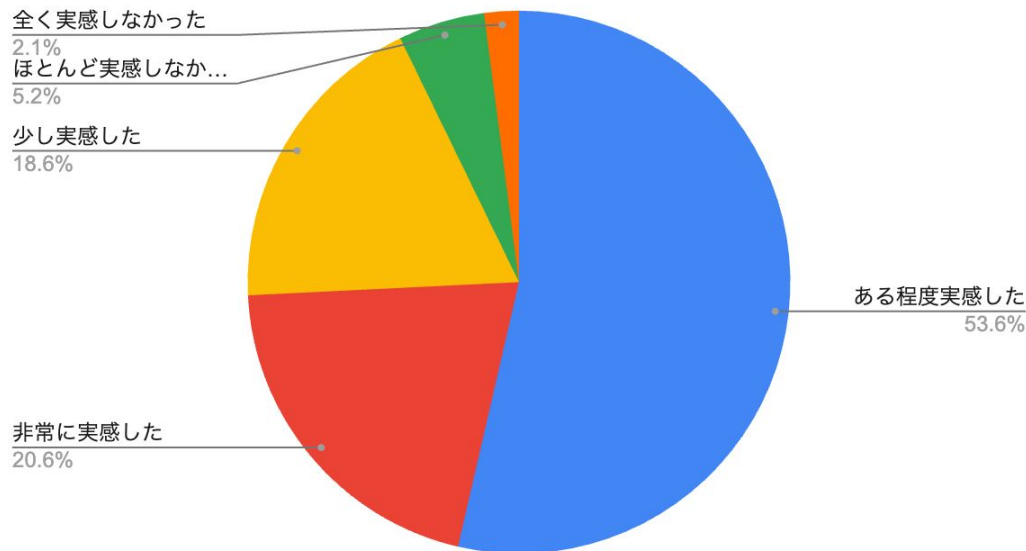
水光注射に興味を持ったきっかけ



水光注射の効果を実感度 –「ある程度実感」が中心で全体的に肯定的

- 多くが「ある程度実感した」と回答し、初回でも一定の変化を感じている様子がみられる。
- 実感度には個人差もあり、薬剤や施術回数によって感じ方が分かれる可能性がある。

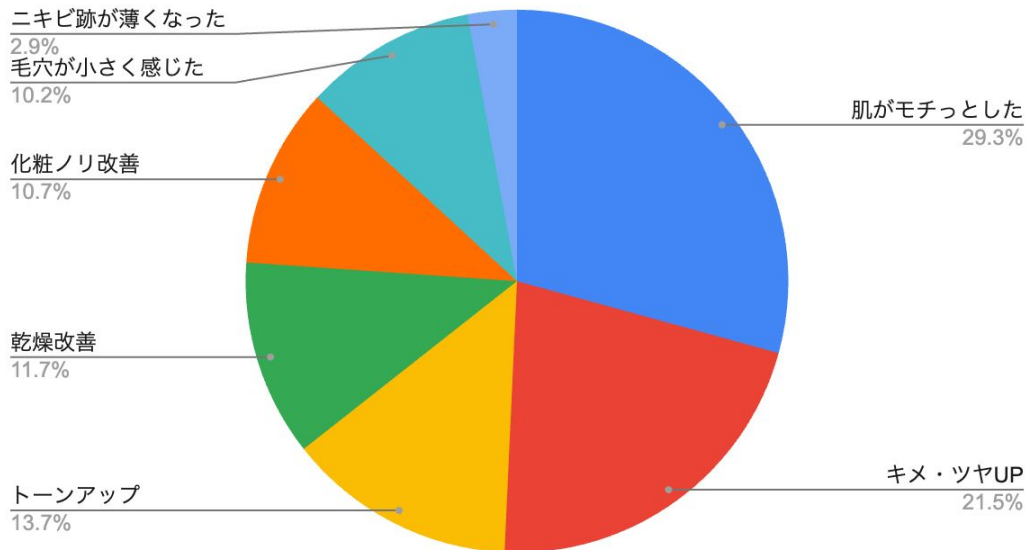
水光注射の効果を実感度



実感した具体的な効果 – 肌質の向上を実感した方が多数

- モチっとしたやキメ・ツヤなど肌の質感向上が上位で、化粧ノリなど日常で感じやすい変化も多い。
- 複数回答のため多様な効果が挙げられ、総合的な肌質改善につながっていることがうかがえる。

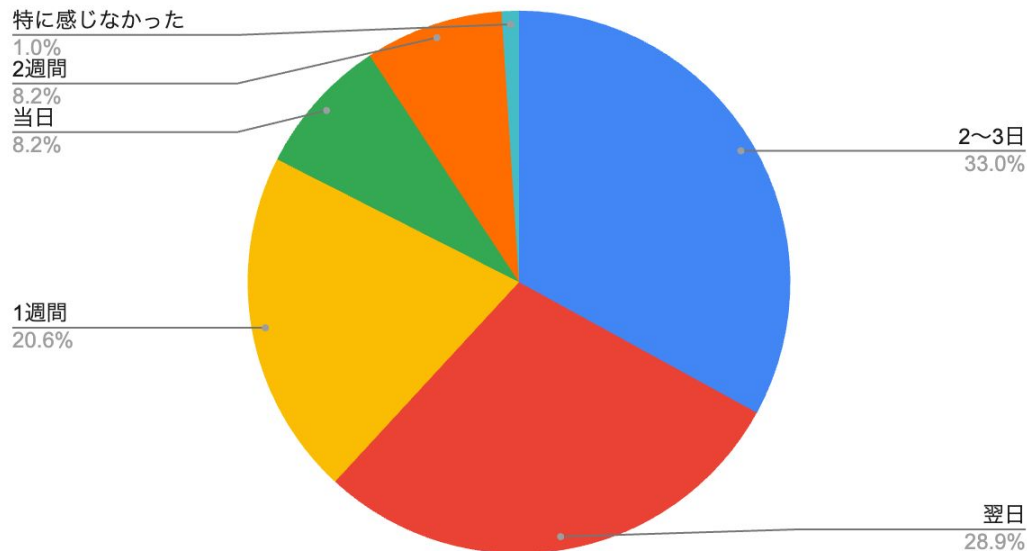
実感した具体的な効果



効果を感じるまでの期間－2～3日以内の変化実感が中心

- 効果を感じたタイミングは「2～3日以内」が多く、比較的早期に変化を実感している。
- 一方で翌日や1週間など個人差もあり、施術条件により感じ方がばらつく傾向がみられる。

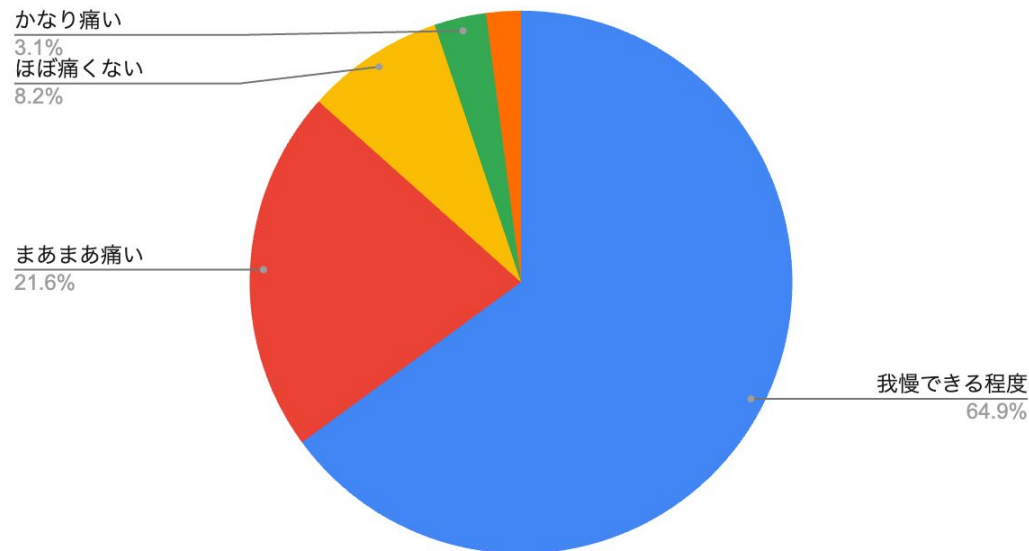
効果を感じるまでの期間



施術中の痛み – 痛みは「我慢できる程度」が大半を占める

- 施術中の痛みは「我慢できる程度」が圧倒的に多く、強い痛みを訴える声は少数だった。
- 「まあまあ痛い」も一定数あるが、全体としては許容範囲内と感じる回答が中心となった。

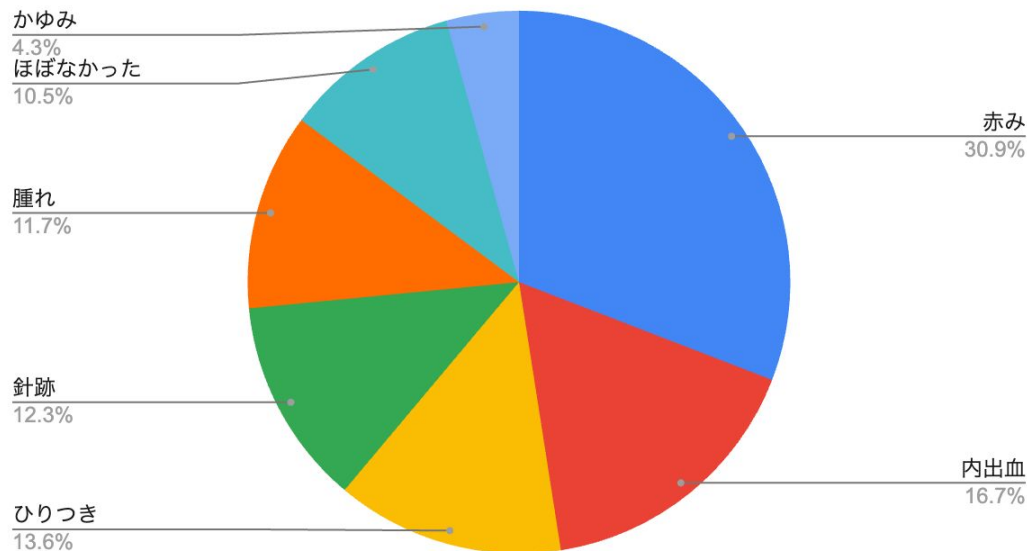
施術中の痛み



ダウンタイムで経験した症状 – 赤みが最多で、内出血・ひりつきが続く

- ダウンタイムで最も多かった症状は赤みで、次いで内出血やひりつきなどの軽度な反応が挙げた。
- 腫れや針跡も一定数みられ、症状には個人差があるものの、全体としては一般的な範囲に収まる傾向が確認された。

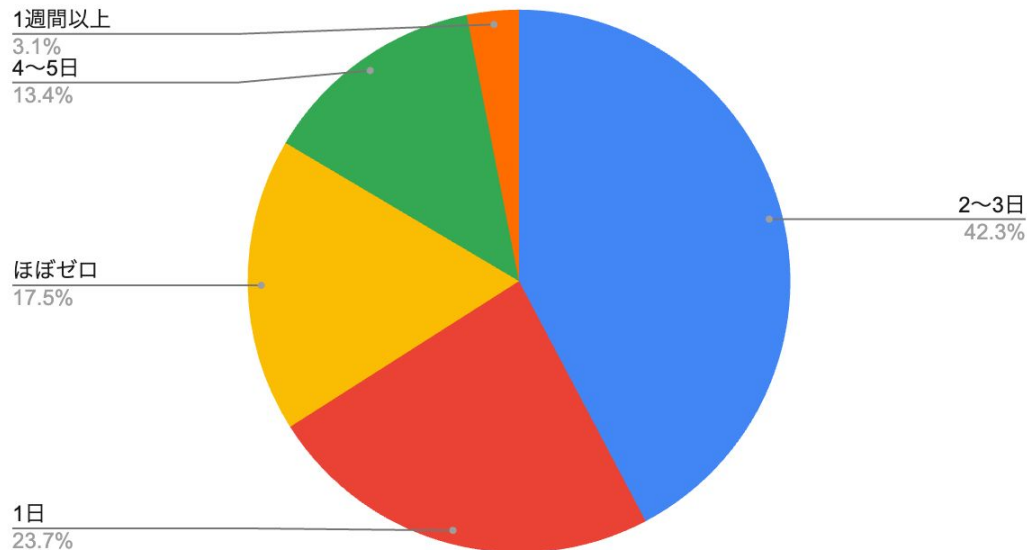
ダウンタイムで経験した症状



ダウンタイムの期間 – 2～3日以内で落ち着くケースが中心

- ダウンタイムは2～3日が中心で、比較的短期間で回復する傾向がみられた。
- ほぼゼロという回答もあり、施術内容や体質による差が表れている。

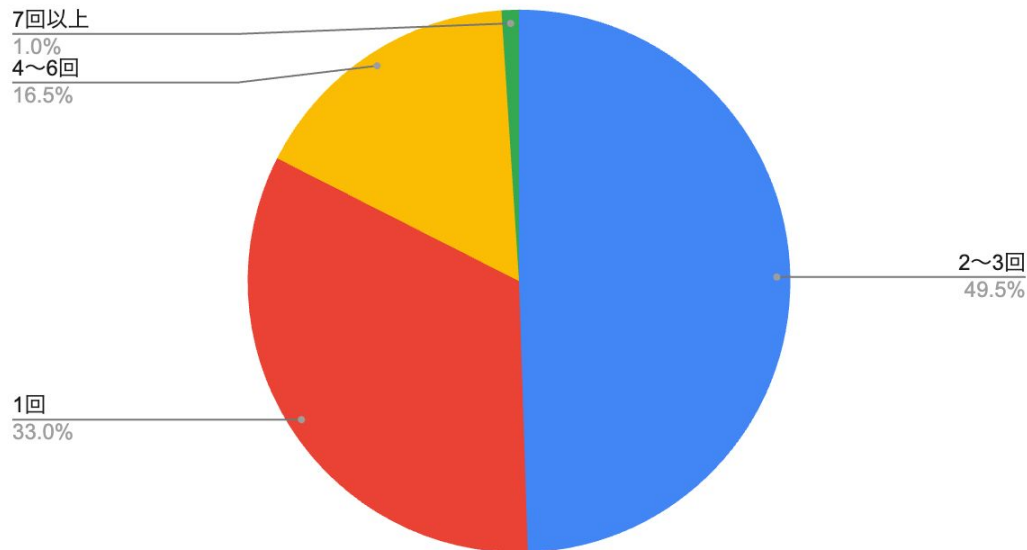
ダウンタイムの期間



水光注射を受けた回数 – 2～3回の経験者が最も多い

- 施術経験は2～3回が中心で、継続して受けている人が一定数存在する。
- 1回のみの利用もみられ、目的や実感度により利用頻度が分かれている。

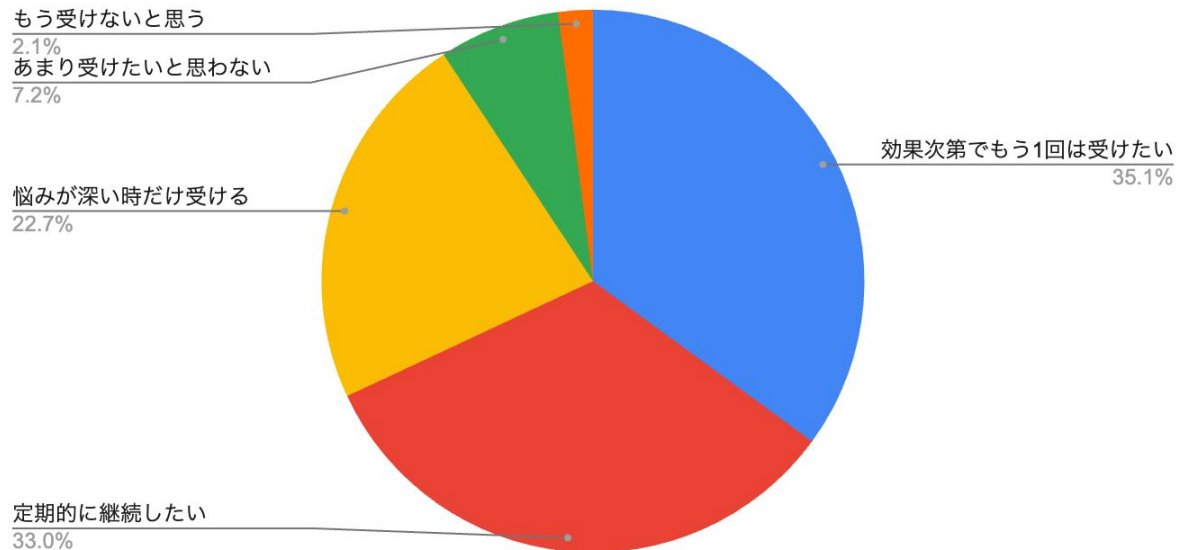
水光注射を受けた回数



今後も継続したいと思うか – 「もう1回受けたい」が中心で継続意向は高め

- 「効果次第でもう1回受けたい」という回答が最も多く、全体として継続意向は比較的高い。
- 満足度や実感度が次回の検討に影響していると考えられる。

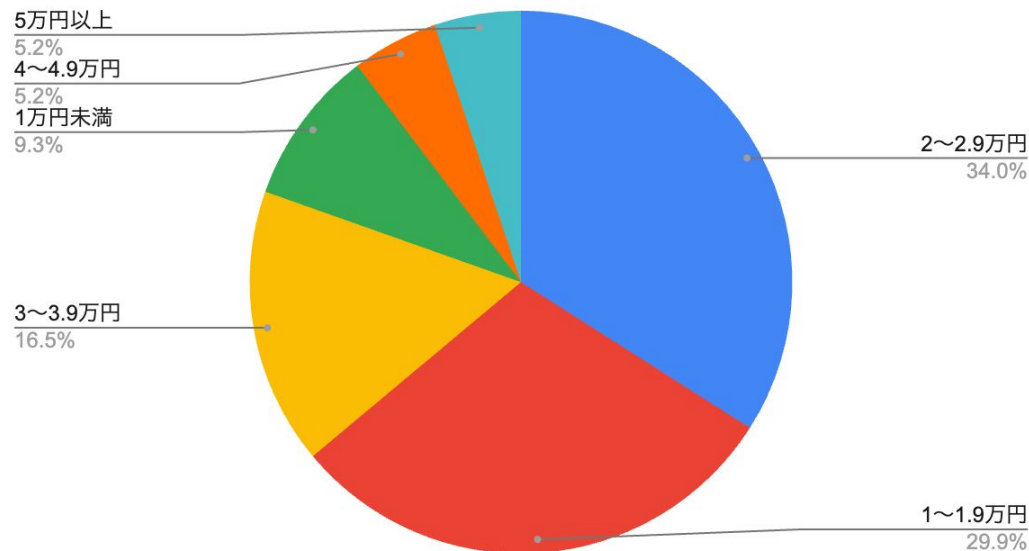
今後も継続したいと思うか



1回あたり許容できる金額 – 2～3万円台の許容が中心

- 許容価格帯は2～2.9万円が最も多く、1～4万円の範囲に広く分布した。
- 相場に沿った妥当な受け止めが形成されている。

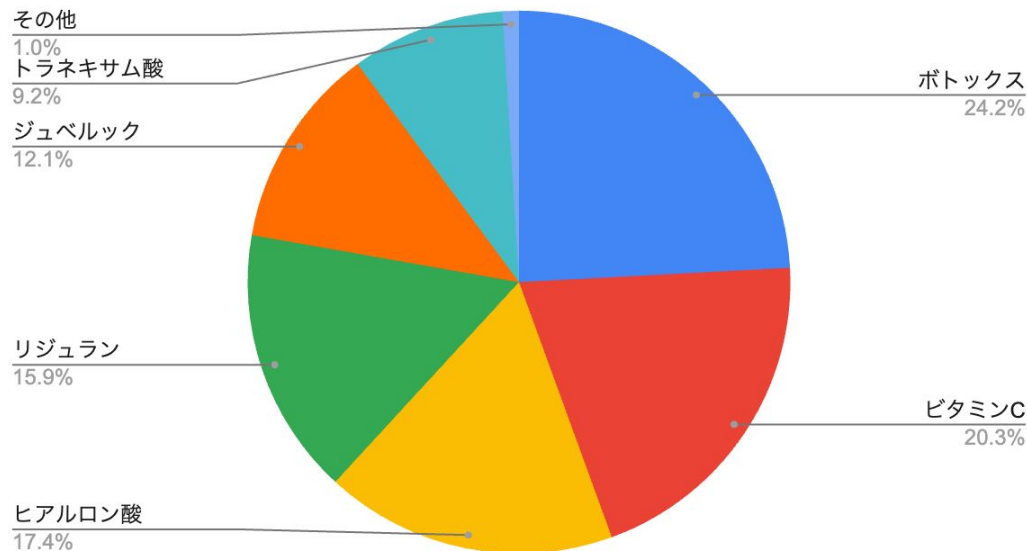
1回あたり許容できる金額



これまで受けた薬剤 – ボトックス・ビタミン Cなどの使用経験が多い

- ボトックスやビタミンCの利用が多く、ヒアルロン酸やリジュランなども幅広く選択されている。
- 複数の薬剤を試しながら、自身の悩みに合う施術を模索する傾向がみられた。

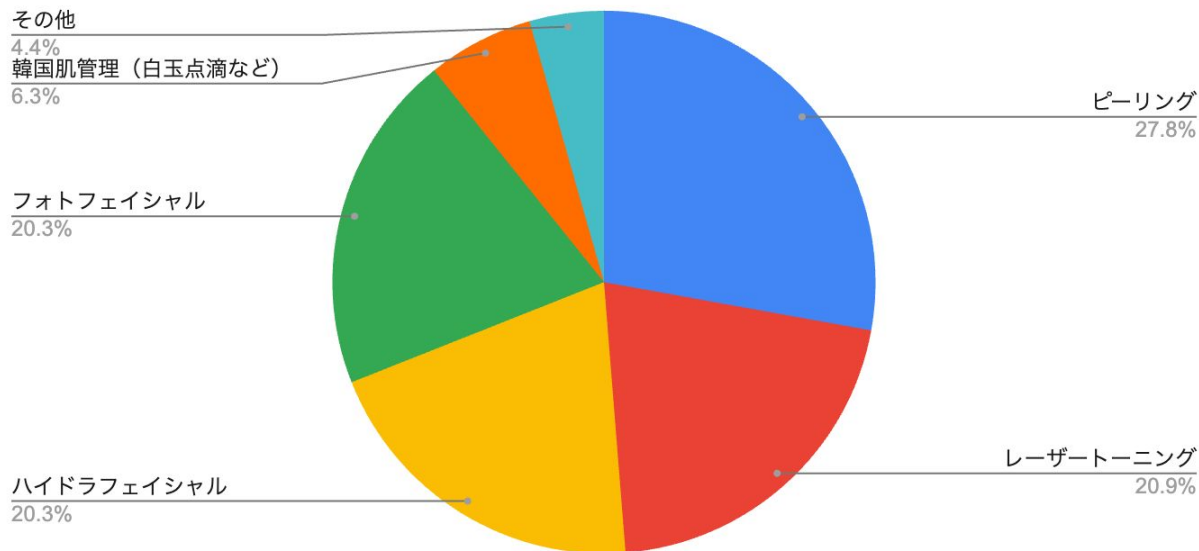
これまで受けた薬剤



水光注射と組み合わせた施術 – ピーリング・レーザートーニングが主要施術

- 組み合わせとしてはピーリングやレーザートーニングが中心で、肌質改善目的の施術が多く選ばれている。
- フェイシャル系施術も一定数挙がり、多角的なケアを求めるニーズが確認された。

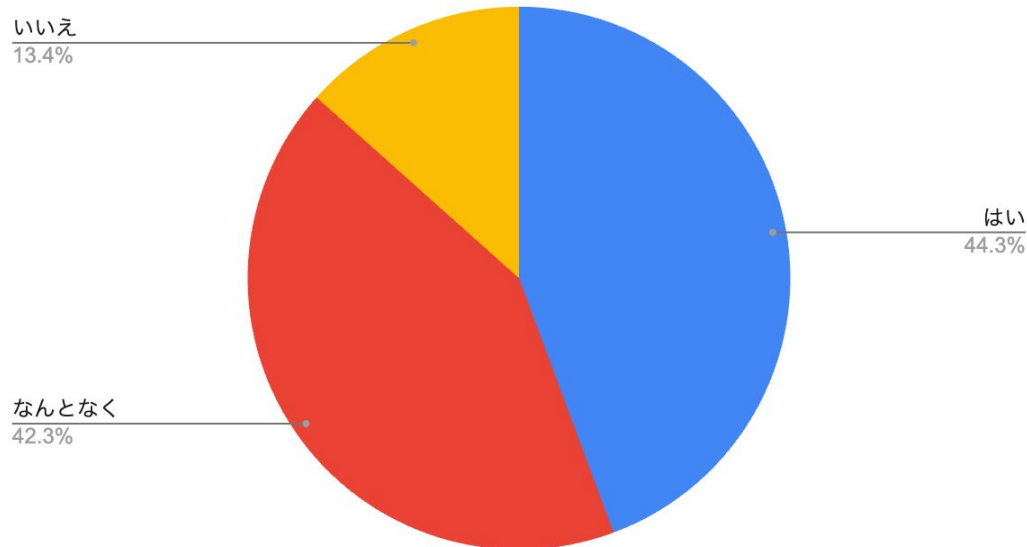
水光注射と組み合わせた施術



薬剤による効果の違いの実感度 – 効果の違いを感じている人がほとんど

- 薬剤の違いについては効果の違いを感じている人が約割。
- 個々の悩みや施術内容により実感に幅があることが示された。

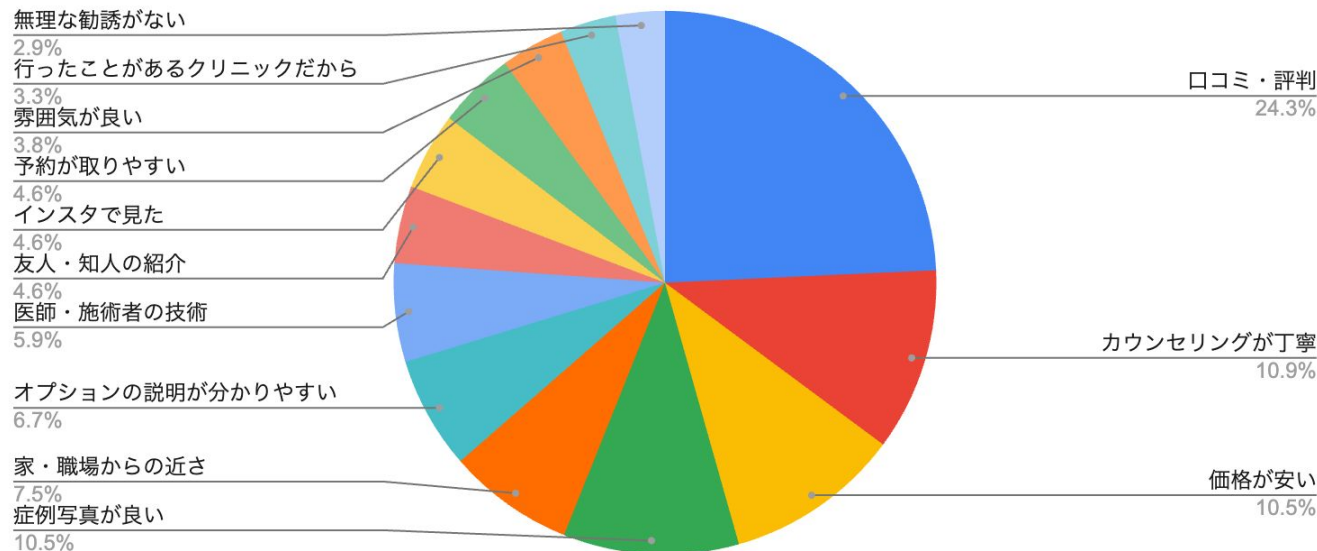
薬剤による効果の違いの実感度



クリニックを選んだ理由 – 口コミ・評判が最も大きな決め手

- クリニック選びでは口コミや評判が中心となり、症例やカウンセリングの質も重要視されていた。
- 価格や立地など実用面も複合的に判断されている。

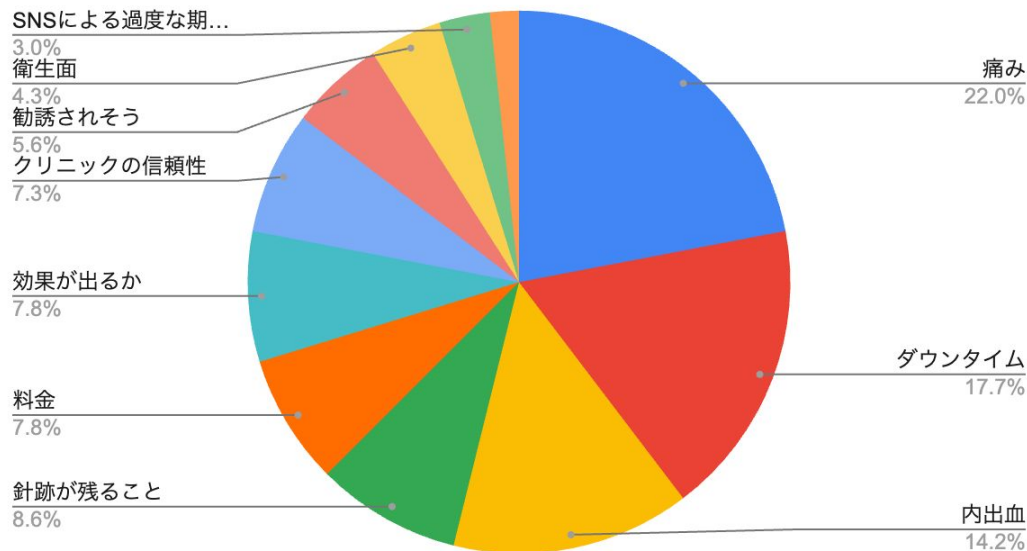
クリニックを選んだ理由



水光注射を受ける前に不安だったこと - 痛み・ダウンタイムへの不安が中心

- 施術前の不安は痛みやダウンタイムが最も多く、内出血や針跡への懸念も続いた。
- 初回施術への情報不足が不安を高めている様子がうかがえる。

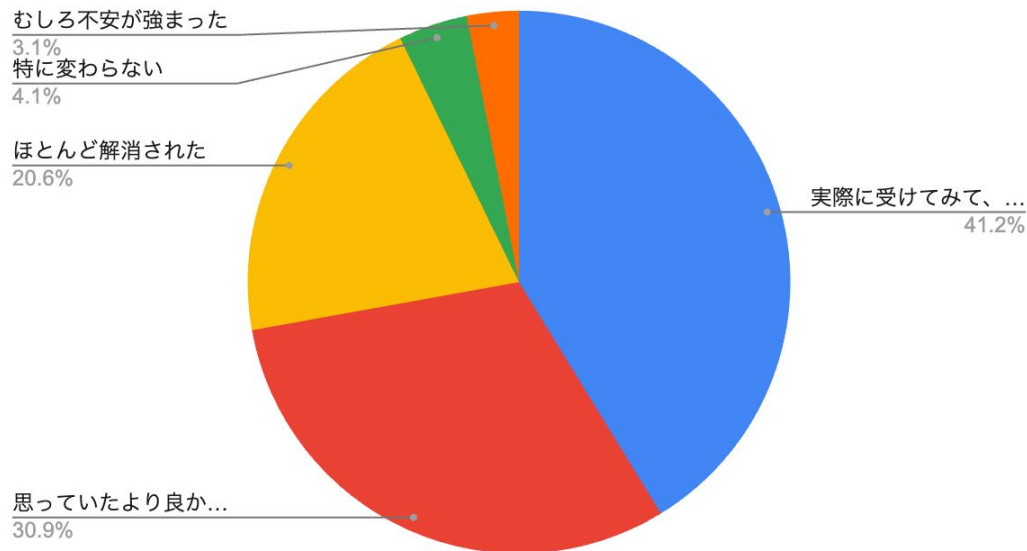
水光注射を受ける前に不安だったこと



実際に受けてみて、事前の不安はどうなったか – 不安は「一部解消」が中心

- 施術後は「一部解消された」が最も多く、想定より受けやすいと感じた回答もみられた。
- 一方で変わらない層も存在し、体験差が反映されている。

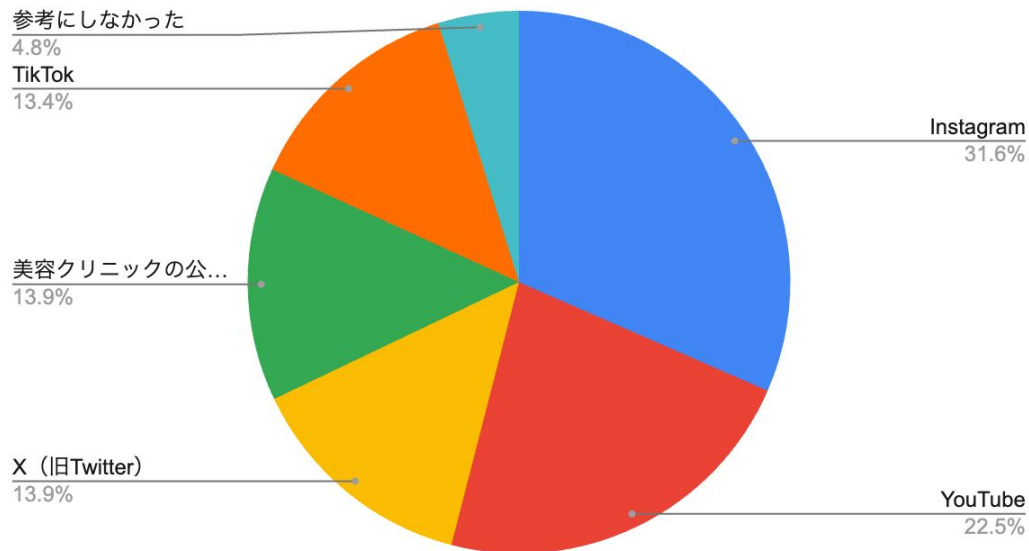
実際に受けてみて、事前の不安はどうなったか



水光注射を受ける前に参考にした SNS – Instagram・YouTubeが主要情報源

- 参考にしたSNSではInstagramやYouTubeが中心で、視覚的情報が施術理解に影響を与えている。
- 公式SNSやXなど他チャネルも一定数利用されていた。

水光注射を受ける前に参考にしたSNS



SNSの印象と実際の効果のギャップ – 「少しギャップがあった」が中心

- SNSでの印象との差については「少しギャップがあった」が最も多かった。
- 一方で「ほぼ一致していた」層もあり、情報の受け取り方に個人差がみられる。

SNSの印象と実際の効果のギャップ

SNSを参考にしていない

5.2%

大きくギャップがあった

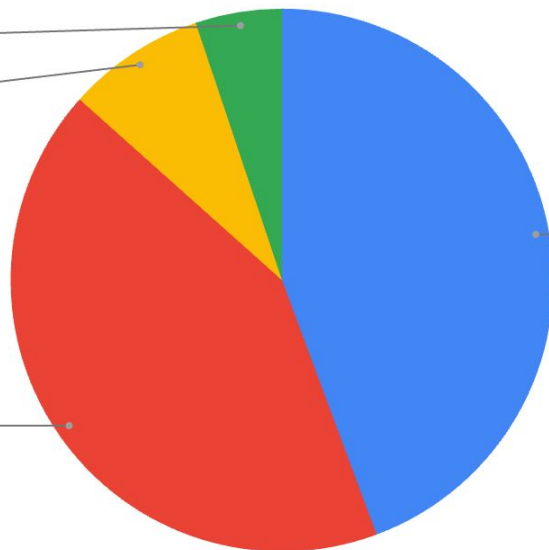
8.2%

ほぼ一致していた

42.3%

少しギャップがあった

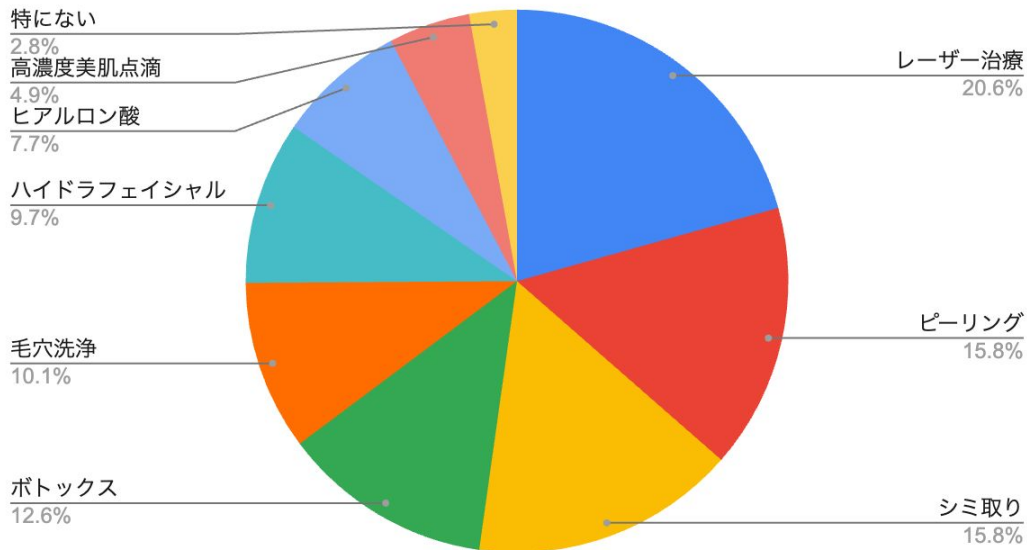
44.3%



今後、水光注射以外で検討している施術 – レーザー治療・ピーリングに関心が集まる

- 今後検討したい施術ではレーザー治療やピーリングが多く、シミ・肌質改善への関心が高い。
- ボトックスやヒアルロン酸など広い施術領域にも興味が向けられている。

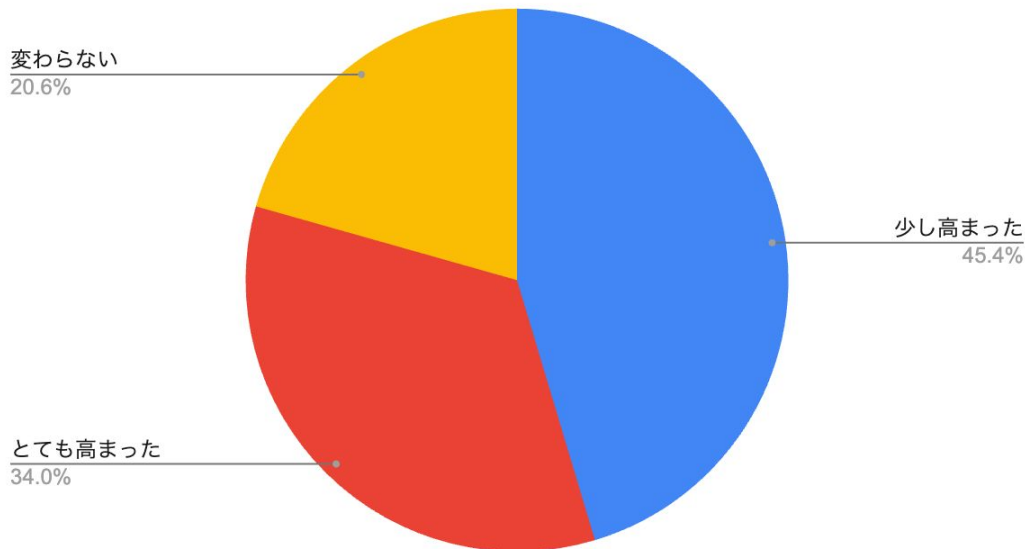
今後、水光注射以外で検討している施術



施術後の美容医療への関心度の変化 – 施術後に関心が高まったという声が多い

- 美容医療への関心は「少し高まった」が中心で、「とても高まった」も多くみられた。
- 施術体験が、美容医療全体への意識向上につながっている。

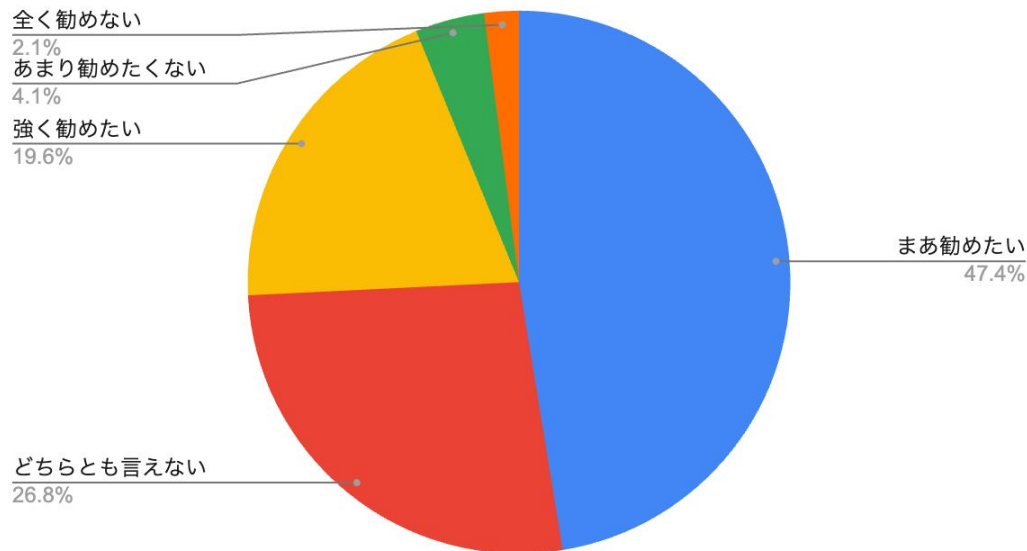
美容医療への関心度の変化



水光注射を友人や家族に勧めたいか - 「まあ勧めたい」が最多で肯定的意向が優勢

- 推奨意向は「まあ勧めたい」が最も多く、肯定的な評価が優勢だった。
- 一方で「どちらとも言えない」も一定数存在し、慎重に判断している層もみられる。

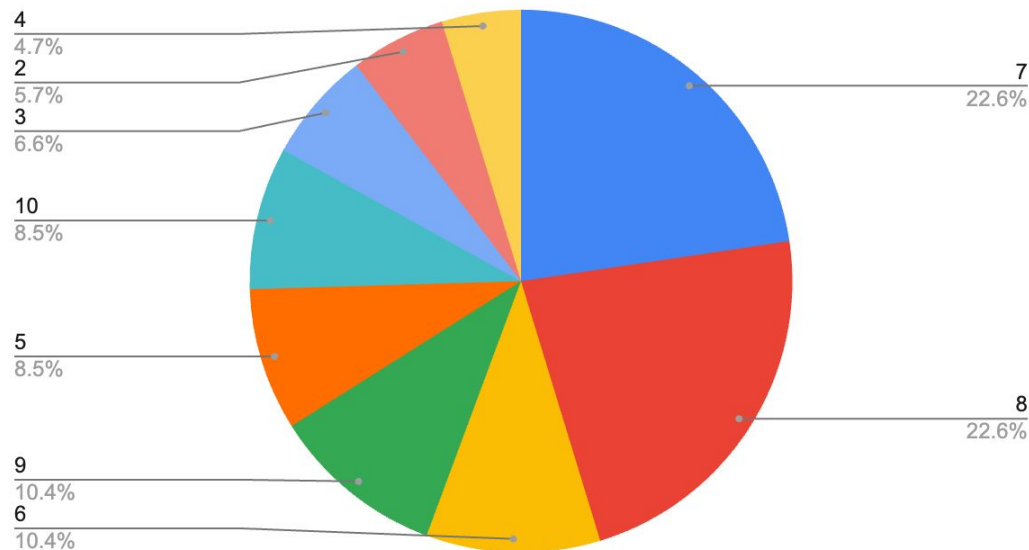
水光注射を友人や家族に勧めたいか



水光注射全体の満足度（10段階）－満足度は7～8点が中心で全体的に良好

- 満足度評価では7～8点が多く、全体として高い満足感が示された。
- 6点～9点にも分布しており、個々の体験により評価の幅はあるものの、総じてポジティブな印象が中心となった。

水光注射全体の満足度（10段階）



まとめ

本調査から、水光注射は“日常スキンケアの延長線上にある美容医療”として受け入れられていることが明らかとなりました。最も多かった施術目的は **乾燥改善やハリ感の向上** で、肌全体の質感を底上げしたいというニーズが中心にあります。施術後の実感としては、「しっとり感」や「キメの整い」を挙げる人が多く、期待値とのズレも比較的小さい結果となりました。

施術中の痛みやダウンタイムに関する不安は多いものの、実際には「我慢できる程度」に収まり、症状も数日で落ち着く例が大半です。そのため、体験後には不安が解消され、継続意向が高まる傾向が見られます。

クリニック選びでは **価格・口コミ・症例写真** が重視され、SNSによる情報収集が意思決定に大きく影響しています。特に視覚的な情報提供は信頼度を左右するポイントとなっています。

総じて、水光注射は「手軽に肌質改善が期待できる施術」として高い満足度を得ており、継続意向・推奨意向ともにポジティブです。肌質改善への関心が高まる中で、今後も水光注射は身近な美容医療として支持を拡大していくことが示唆されました。

本データのご利用にあたっての注意事項

1. 本資料に掲載されたデータや内容は、株式会社RiLiShが実施した独自調査に基づくものです。
2. 本調査結果は統計的な傾向を示すものであり、すべての利用者の行動や意識を代表するものではありません。
3. 本資料の内容を引用・転載する場合は、必ず出典として「株式会社 RiLiSh『水光注射に関する消費者意識と利用実態調査レポート(2025)』」を明記してください。
4. 本資料に記載されている情報の正確性については万全を期しておりますが、利用者が本情報を用いて行う判断・行動については当社は責任を負いかねます。
5. 本資料の一部または全部を、営利目的で二次利用することはご遠慮ください。