

【イベントレポート】

フェムケアブランドiroha、ビューティーワールドジャパン東京に出展

産婦人科医・医学博士 宋美玄先生が登場し、
心身を整える「インナー美容」をテーマにしたトークセミナーを開催。
サロンの価値を底上げする新提案「美容スロープ」をあわせて公開。

株式会社TENGA（東京都中央区/代表取締役社長 松本光一）が展開するフェムケアブランド「iroha（イロハ）^{*1}」は、2026年5月18日（月）から20日（水）までの3日間、総合ビューティー見本市「ビューティーワールドジャパン東京^{*2}」に出展しました。

出展初日には、産婦人科医・医学博士の宋美玄先生をゲストに迎えたトークセミナーを開催。業界関係者をはじめとする多くの来場者を前に、irohaならではの「心身の充足がもたらす、新しい美容のあり方」を提示しました。



*1：フェムケアブランド「iroha」は、プレジャーアイテム^{®3}ブランド「iroha（イロハ）」、デリケートゾーンケアブランド「iroha INTIMATE CARE（イロハ インティメートケア）」、セクシャルヘルスケアブランド「iroha Healthcare（イロハ ヘルスケア）」の3つのブランドを展開しています。

*2：ビューティー業界で働く方、開業予定の方が来場対象となり、入場には「来場事前登録」が必要です。

*3：「プレジャーアイテム[®]」は株式会社TENGAの登録商標です。

セミナー：冒頭 【包括的フェムケアが目指す新たなビジョン】

冒頭では、iroha PR担当の松下実桜より、誕生14年目を迎えたirohaの歩みと、新ブランドステートメント「生きる、楽しむ、いつくしむ」に込めた想いを紹介しました。



irohaは、日常のデリケートゾーンケアから、腔と体の健康を支えるヘルスケア、そして内側からの美しさを引き出すセルフプレジャーまでを包括的にサポートする体制を確立しています。

松下は、新ブランドステートメント「生きる、楽しむ、いつくしむ」に込めた想いを紹介するとともに、女性を包括的にサポートし人生に途切れることなく寄り添える体制こそが、日本発のフェムケアブランドであるirohaの最大の強みであると説明しました。

また、「デリケートゾーンケアがこの10年で一般化したように、セルフプレジャーと美容の関係も、数年後には広く認知される“当たり前のケア”になっていくと考えている」と今後の展望を示しました。

さらに、来場した美容業界関係者に向けて、これら3つのステップを連動させることで顧客の美容意識を段階的に高めていく、ステップ型の提案モデル「美容スロープ」を公開しました。

セミナー：第一部 【医学的観点から紐解くセルフケアのメリット】

第一部に登壇した宋美玄先生は、近年の美容業界におけるセクシャルウェルネスへの関心の高まりについて触れ、「自分自身が楽しむことや、心地よさといった感覚を満たし、さらに美しくなるという好循環を、もっと多くの方に知っていただきたい」と、性のトピックをポジティブに捉える重要性を語りました。



セミナーの中では医学的・一般的な身体のメカニズムに基づく心身へのアプローチとして、以下のポイントを解説いただきました。

※以下は医学的に一般認知されている身体機能のメカニズムに関する知見となります。

① 幸福感の醸成とリラックス

セルフプレジャーによって、通称“幸せホルモン”と呼ばれるオキシトシンや、活力をサポートするドーパミンなどの分泌が促されます。これにより、気持ちが満たされて自律神経が整い、質の良い睡眠やストレス軽減を後押しします。

② めぐりへのアプローチ

誰にも気を遣わず、自分のタイミングで行えるセルフプレジャーは、心地よい感覚や深い充足感をもたらします。これにより、副交感神経を優位にし、身体をリラックスモードへと導きます。骨盤周辺をはじめ全身の血流のめぐりがスムーズになり、肌をすこやかに保つ効果が期待できます。

③ 心地よいリズムによるアプローチ

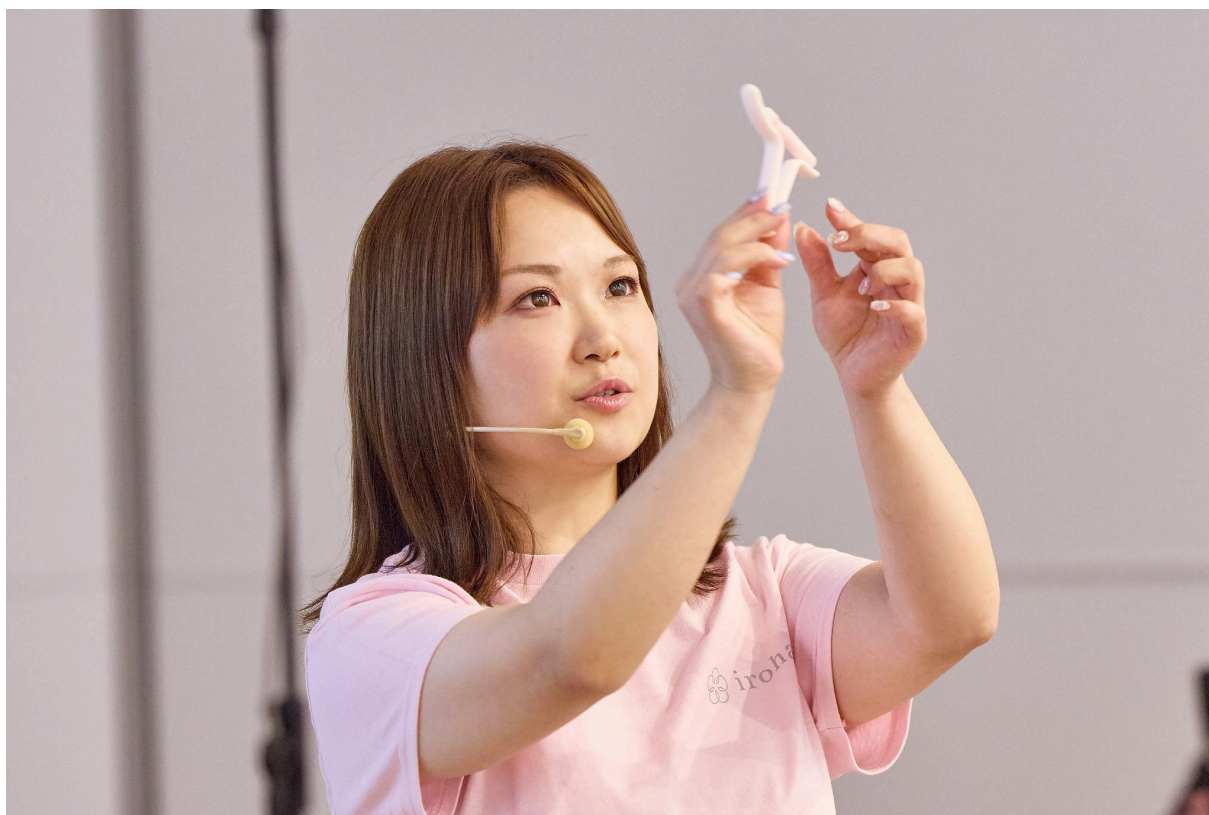
オーガズムに達した際、女性の骨盤底筋は約0.8秒間隔でリズムカルに収縮します。この動きは、お腹の深層筋（コルセットのような役割を果たす「腹横筋」）と連動しているのが特徴です。日常では意識して動かすにくいインナーマッスルが自然に刺激されることで、引き締まったボディイメージを作るための土台づくりをサポートします。その他にも、エンドルフィンやセロトニンといった神経伝達物質の分泌により、心がすっきりとリフレッシュされてポジティブな気分へと導かれるなど、心身を心地よいリラックス状態へ整えるメカニズムが紹介されました。

最後に宋先生は、「性は恥ずかしいものではなく、私たちの美・健康・快感につながる大切なセルフケアです。もっとポジティブに、オープンに話せる社会を目指して、本セミナーをぜひ自らの体を知り、いつくしむ『セルフラブ』のきっかけにしてほしい」と締めくくりました。

※本セクション（第一部）における宋医師の解説は、特定の製品の仕様、使用方法、または特定の製品導入による直接的な美容・医療的効果効果を推奨・保証するものではありません。あくまでセルフケアという行為が人体にもたらす医学的かつ一般的なメカニズムについての医学的見解です。

セミナー：第二部【サロン価値を高めるリテール戦略】

第二部では、iroha セールスマネージャーの松本愛子が登壇し、セルフプレジャーと美容の関係をどのようにサロン提案や売上につなげていくかについて、具体的な導入戦略を紹介しました。



松本はまず初めに、irohaのテレビ番組での特集や大型美容展示会でのブース出展などを事例に挙げながら、「セルフプレジャー」に対する社会的な価値観が大きく変化していると説明しました。

また、フェムケアをサロンに取り入れたいと考えるオーナーから寄せられる、「何から始めればよいかわからない」という声に応える形で、irohaが提唱するステップ型の提案モデル「美容スロープ」を紹介。まずは導入ハードルの低いデリケートゾーンケアからスタートし、次に腔マッサージなど、“コンディションを整えるケア”へ発展させ、最終段階として、第一部で宋美玄先生が解説した「心地よさやリラックスがもたらす心身の充実」のメカニズムをもとに、セルフプレジャーによる「美容スイッチ」の提案へとつなげる流れを説明しました。

松本は、「段階的に提案の質を高めることで、お客様にとって“唯一無二の特別なサロン”になれる」とコメント。実際にサロンオーナーからは、「お客様との心理的距離が縮まり、リピート率向上につながった」といった声も寄せられていると紹介しました。

さらに、会期中限定販売の「iroha導入パッケージ」についても発表。プレジャーアイテム®と腔ケア

アイテムを組み合わせたセットや、初心者向けセット、デリケートゾーンケア中心のセットなど、導入段階に応じた複数のラインアップを提案。最後に松本は、「女性にはさまざまな悩みを抱えている方がいらっしゃるので、ぜひirohaにその解決をお手伝いをさせてほしい」と呼びかけ、セミナーを締めくくりました。

iroha出展ブース：3ブランドの全ラインアップと「iroha導入パッケージ」を披露



会期中、ブース内では「iroha（イロハ）」「iroha INTIMATE CARE（イロハ インティメートケア）」「iroha Healthcare（イロハ ヘルスケア）」の3ブランドの全商品を展示・販売しました。さらに、今回は会期中限定で初の試みとして、サロン専売の「iroha導入パッケージ」を特別価格で販売することで、お客様のフェムケアへの関心度や、サロンの導入状況に応じた柔軟な商品提案が可能となりました。

産婦人科医・医学博士 宋美玄先生からのメッセージ



今回のセミナーでは、セルフプレジャーを単なる快樂としてではなく、女性の心身を整え、QOLを向上させるための重要な「セルフケアの選択肢」としてお話しさせていただきました。近年、フェムケアへの意識は飛躍的に高まっていますが、依然として性の悩みやケアに対して「羞恥心」や「心理的ハードル」を感じている方は少なくありません。

しかし、自分の身体の仕組みを正しく理解し、肯定的に向き合うことは、ホルモンバランスの安定や自律神経の調整、そして内側から溢れ出る美しさにも深く関わっています。今回の講演が美容や健康を“外側から整えるもの”だけではなく、“自らの身体を知り、いつくしむ「セルフラブ」”として捉え直すきっかけになれば嬉しく思います。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先

株式会社TENGA 松下 TEL：070-1419-8061 E-mail：mio.matsushita@tenga.co.jp
株式会社TENGA 広報事務局（共同PR内）：木之内、瀬島、松永 E-mail：tenga-pr@kyodo-pr.co.jp
TEL：070-4303-7391（木之内）070-4303-7388（瀬島）080-2022-4666（松永）