

## 【イベントレポート】 TENGA 創業者・松本光一が ドイツ・デュッセルドルフ応用科学大学で初の特別講義を実施

「既存の業界で1位を目指したのではない」  
根源欲求に向き合う「モノづくり」が生んだ、新カテゴリー創出とグローバル戦略

株式会社 TENGA（本社：東京都中央区 / 代表取締役社長：松本光一）は、2026年5月28日（木）15時（現地時間）、ドイツのデュッセルドルフ応用科学大学（Hochschule Düsseldorf、以下 HSD）経営学部にて、創業者・代表取締役社長の松本光一による特別講義を実施いたしました。

本講義は、同大学経営学部のオレクシー・ハビュク教授が受け持つ「E-Business: デジタルビジネスモデル」の授業と、デュッセルドルフ市が主催する公式プログラム「ジャパンウィーク」の一環として開催されたものです。世界67の国と地域に展開する当社の事業戦略やブランド構築の取り組みが、既存の市場価値を再定義し、社会的偏見を覆したイノベーション事例として評価され、今回の招聘が実現しました。

会場となったキャンパス内の創造的拠点「メイカースペース」には、多様な学部・専攻の学生や教職員に加え、現地のビジネス関係者や日独コミュニティ関係者ら約40名が参加し、ブランド哲学や製品開発、グローバル展開を通じて社会との向き合い方を変革してきた当社の歩みに熱心に耳を傾けていました。



松本は、創業の原点から既存業界に新カテゴリー創出、グローバル展開までの歩みについて講演を行い、参加した関係者や学生からは以下のコメントや感想をいただいております。

### ● HSD 経営学部 オレクシー・ハビュク教授よりコメント

「社長ご自身のリアルな経験に基づいた、極めて人間味に溢れる、かつ誠実で本質的な講義でした。私はこれまで本学で100回以上のゲスト講義を企画してきましたが、その中でも間違いなくベストな講義の一つです」

### ● 受講した学生より講演の感想

「私たちの世代、そしてこれからの世代は、性に対する偏見がこれまでより少ない新しい時代を生き始めています。より自由に探求し、すぐに誰かからジャッジされることなく、お互いにオープンな関係性を築けるようになってきました。今回の講義を通じて、TENGA がそうした価値観の変化を後押しし、多くの人に新たな可能性を届けてきたことを知りました。本当に意義のある取り組みだと感じています。」

## ■ 講義ダイジェスト

### 創業の原点となった「モノづくり」と根源欲求への気づき アダルトショップでの違和感から新たなカテゴリーの創出へ

講義ではまず、松本が自動車整備士やレストア職人として働いていた時代の経験について紹介しました。顧客の要望を聞きながら一台の車をつくり上げ、その完成をともに喜ぶ体験が、現在のTENGAの「モノづくり」の原点になっていると説明しました。また、その後に経験した厳しい生活を振り返りながら、「食と性は人にとって根源的に大切なこと」であると気づけたことが、事業の出発点になったと語りました。こうした経験を通じて得た「人に喜ばれるモノづくり」「根源欲求を大切にすること」「思いやり」の3つの価値観が、現在の事業の礎になっていると語りました。

続いて、創業のきっかけとなった当時の市場への違和感について紹介しました。当時の市場では、性に関する製品は一般消費財として扱われておらず、メーカーや品質保証の概念も十分に浸透していませんでした。そこで松本は、既存市場のなかで競争するのではなく、人の性をより前向きに捉える新たなカテゴリーをつくることを目指したと説明しました。

### 常識を変えるブランディングと、機能・デザインの融合



その実現に向けて、およそ3年にわたる開発を経て2005年にTENGAを発売。松本は、既存市場のなかで競争するのではなく「一般の製品として新しいカテゴリーをつくる」という考えのもと、徹底したブランディングに取り組んだと説明。また、広告規制の多い市場環境のなかで、当時普及し始めていたWebやSNSを活用しながら「面白いことをまじめに発信する」コミュニケーションを続け、多くの共感と反響を集めてきた経緯についても紹介しました。

さらに、「どれだけ発信をしても、製品そのものでお客さまに感動してもらえなければ意味がない」とし、TENGAのモノづくりについても言及。機能性とデザイン性を融合させながら、性を豊かにする一般消費財として、日常生活の中に自然に溶け込む製品づくりを追求してきたと語りました。

### 性の課題解決へ広がる事業領域と包括的フェムケア領域の展開

講義後半では、性を楽しむための製品開発に加え、性に関する悩みや課題の解決に向けて事業領域を広げてきた歩みについて紹介しました。松本は、男性の性機能サポートや妊活支援製品を展開する「TENGAヘルスケア」を立ち上げた背景や、医療分野へと活用の場が広がっていることについて説明しました。

また、2013年に立ち上げた女性向けブランド「iroha」についても言及。当時の市場に対する課題意識から、女性が本当に使いたい、持っていたいと思える製品づくりを目指して誕生し、現在ではプレジャーアイテム®\*に加え、デリケートゾーンケアや女性特有の健康課題に向き合う製品を展開し、女性の心地よい毎日をトータルサポートするフェムケアブランドへと成長していることを紹介しました。

\*「プレジャーアイテム」は株式会社TENGAの登録商標です。

## 常識を疑い、人に喜ばれる新たな価値を創造する



最後に松本は、学生たちへ向けて、常識や固定観念にとらわれず物事の本質を見極めることの重要性を伝えました。かつてタブーとされていたものの中にも、新たな価値や市場を生み出す可能性があるとして、「今ある常識を疑い、本質を見る力こそが新しい価値を生み出す」と語りました。

また、新しい市場やカテゴリーは、人々に喜ばれるものを追求する中から生まれるとして、「人に喜ばれることが、新しいマーケットにつながる」と説明。これからの時代を担う学生たちへ、自身の感性やインスピレーションを信じて挑戦してほしいとエールを送り、講義を締めくくりました。

### ■実施概要

- ・日時：2026年5月28日（木）15:00～16:00（現地時間）
- ・会場：デュッセルドルフ応用科学大学 キャンパス内「メイカースペース」
- ・登壇者：株式会社 TENGGA 代表取締役社長 松本光一
- ・ホスト：経営学部 オレクシー・ハビュク教授
- ・参加人数：同大学学生、教職員、ビジネスパートナー（合計約40名）

### ■欧州拠点・ドイツ デュッセルドルフにおける TENGGA の取り組み

デュッセルドルフ市は、日本と長年にわたり緊密な関係を築いており、ヨーロッパ最大級の日本人コミュニティを擁しています。TENGA も 2018 年に現地法人「TENGA Europe GmbH」を同市に設立して以来、欧州事業の重要拠点としての役割を担っています。

デュッセルドルフ市が主催する「ジャパンウィーク」の開催に合わせ、当社では、欧州初となるポップアップストアを出店したほか、ドイツ最大級の日本ポップカルチャーイベント「DoKomi（ドコミ）」への継続出展などを通じて、現地の日本人コミュニティへの支援や文化交流を深めています。

当社は今後も、欧州における事業展開の拡大に加え、地域連携・文化交流活動の推進を通じて、日本とドイツの架け橋となる活動を推進してまいります。

### 【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 TENGGA 広報担当：片上（[shotaro.katakami@tenga.co.jp](mailto:shotaro.katakami@tenga.co.jp)）

画像ダウンロード：[https://drive.google.com/drive/folders/12A8ZRfzLYNUjv62IXWqkZ\\_SaIIa10TCo?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/12A8ZRfzLYNUjv62IXWqkZ_SaIIa10TCo?usp=drive_link)