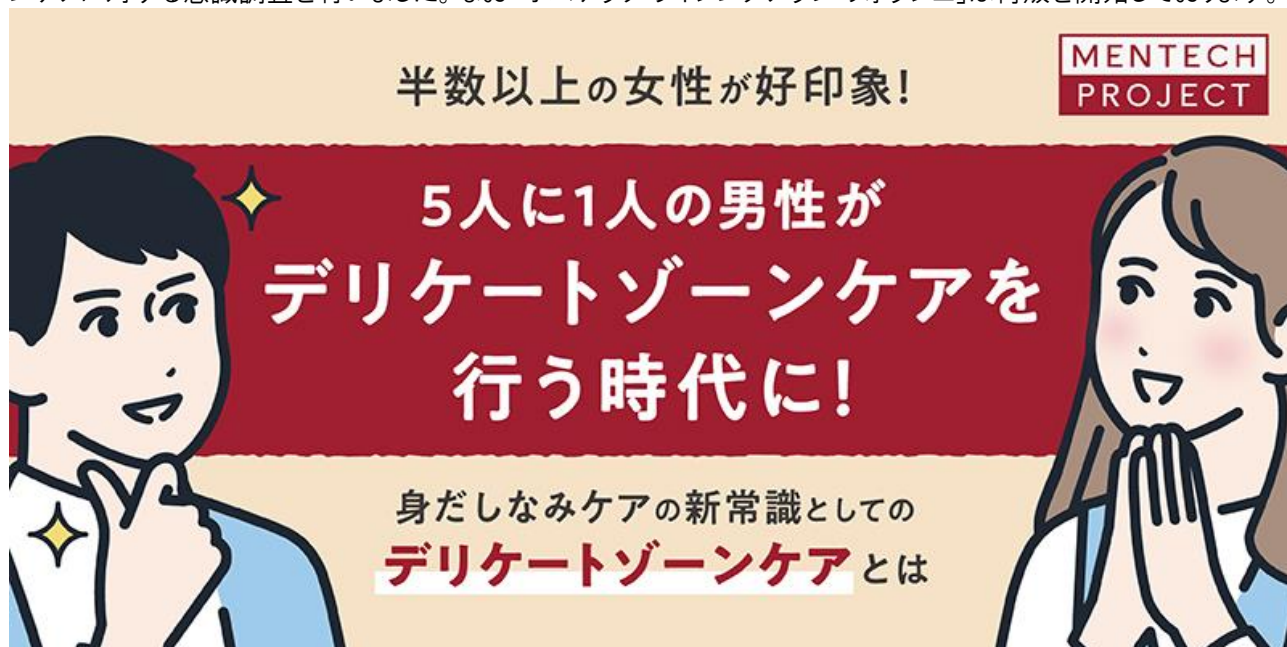


**【デリケートゾーンケアに対する意識調査】**  
**もはや5人に1人の男性がデリケートゾーンケアを行う時代に！**  
**約半数以上の女性はデリケートゾーンケアを**  
**行っている男性に好印象を抱いている！**  
**身だしなみケアの新常識としてのデリケートゾーンケアとは**

アンファー株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:吉田南音)が展開するメンテックブランド HOMTECH[オムテック]は、「オムテック ライジングアップ ウォッシュ」が完売したことを受け、男性のデリケートゾーンケアに対する意識調査を行いました。なお「オムテック ライジングアップ ウォッシュ」は再販を開始しております。



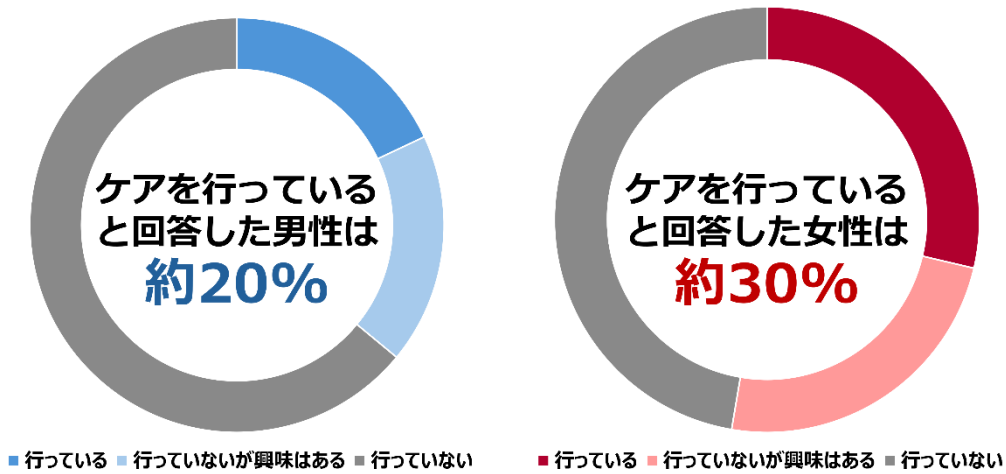
**【調査サマリ】**

- ・デリケートゾーンケアを行っている方は女性で約30%、男性で約20%
- ・デリケートゾーンケアとして男女ともに「ムダ毛ケア」を行っている割合が最も多い一方で「洗剤を使用する」割合が最も男女差がある結果に
- ・約半数の女性が、デリケートゾーンケアを行う男性に対して好印象を持っている！

**■デリケートゾーンケアを行っている人は女性で約30%、男性で約20%**

男女300名にデリケートゾーンケアを行っているか調査したところ女性は約30%、男性は約20%の方がデリケートゾーンケアを行っていると回答しました。「行っていないが興味がある」と回答した方を合わせると男性の約4割がデリケートゾーンケアへの興味を示していることが分かります。

## デリケートゾーンケアを行っているか

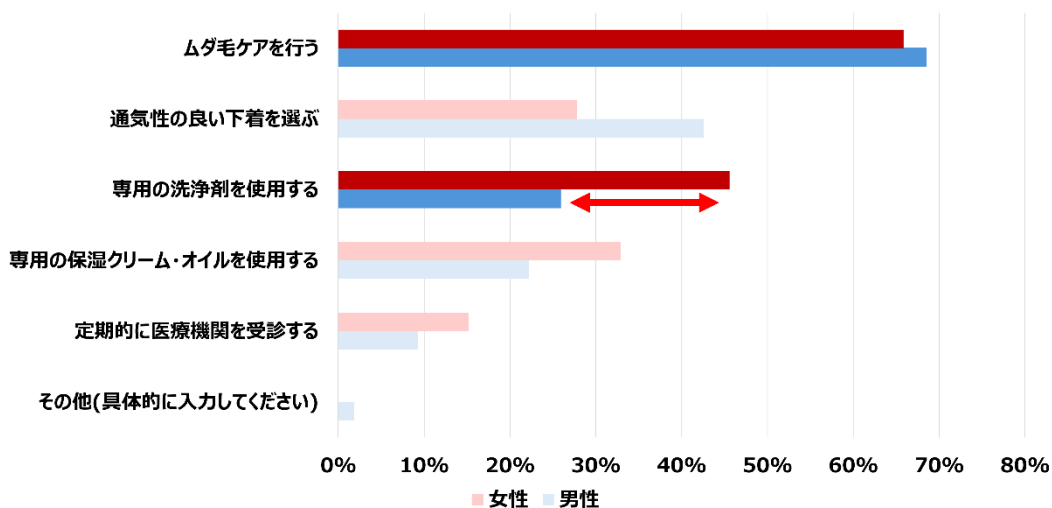


### ■ 男女のデリケートゾーンケアで最も差があるのは洗剤を使用する割合

デリケートゾーンケアとして何を行っているか調査したところ、男女どちらも「ムダ毛ケアを行う」と回答した割合が最も高くなる結果となりました。

また、男女で最も差があった回答は、「専用の洗剤を使用する」でした。現状、男性が専用の洗剤を使用する割合は低いものの、前述の質問にて男性のデリケートゾーンケアへの関心が高まっていることもあり、今後、専用の洗剤でケアをする男性の割合も増えていく可能性があります。事実、男性用のデリケートゾーンウォッシュである「オムテック ライジングアップ ウォッシュ」が販売好調により欠品するなど、感度の高い男性を中心に、ケアの重要性が知られ始めている可能性が考えられます。

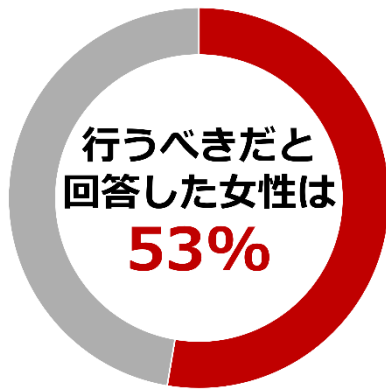
## デリケートゾーンケアとして何を行っているか



■約半数の女性が、デリケートゾーンケアを行う男性に対して好印象を持っている！

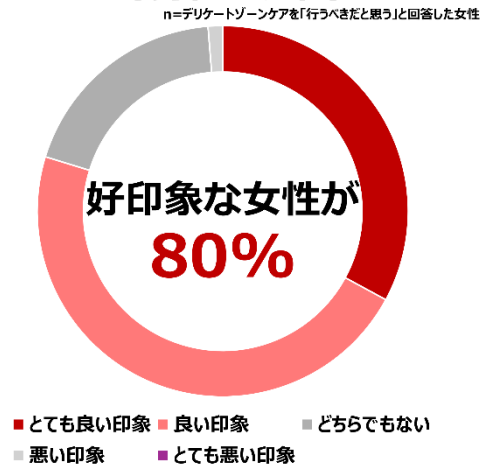
デリケートゾーンケアを行う男性への印象を調査したところ、半数以上の女性が「デリケートゾーンを行うべきだと思う」と回答しました。行うべきだと思うと回答した女性はデリケートゾーンケアを行う男性に関して78%が「とても良い・良い印象」と回答しており、好印象であることがわかります。また、女性が男性に対してデリケートゾーンケアを行うべき理由の第一位は「身だしなみの一環として」で、「ニオイケアのため」、「感染症予防のため」といった回答が続きました。

男性に対してデリケートゾーンケアを行うべきだと思うか



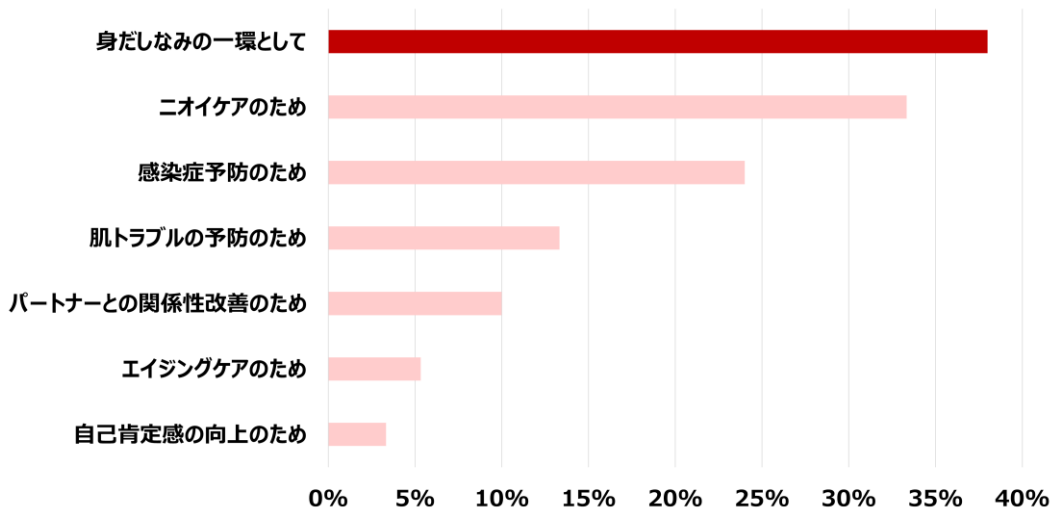
■ 思う ■ 思わない

デリケートゾーンケアを行っている男性への印象



■ とても良い印象 ■ 良い印象 ■ どちらでもない ■ 悪い印象 ■ とても悪い印象

デリケートゾーンケアを行うべきだと思う理由



## ■男性の身だしなみケアとしてのデリケートゾーンケアの普及 オムテック ブランド責任者 長内尚

今まで男性にとってデリケートゾーンケアは全く馴染みの無いものだったと思いますが近年では美容意識の向上の延長として徐々に注目され始めていると感じています。SNSでも「恥ずかしいもの」から「当たり前のケア」としての発信・拡散も多い状況です。これまでボディソープで済ませるのが一般的だったデリケートゾーンケアにおいても、デリケートゾーン専用のケアが常識化する時代が今後来ると思います。



### 【調査概要】

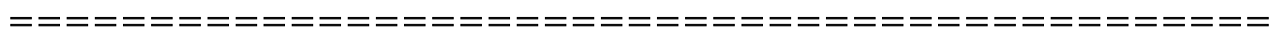
時期：2024年2月

対象：20代男性300名

方法：インターネット調査

## ■「メンテックプロジェクト」とは

2024年の日本の出生数は過去最低を更新した昨年からさらに減少し、70万人を下回ることが予想されており、今後ますます少子化が進行していくとされています。少子化進行の中で女性特有の健康問題を解決する「フェムテック」市場が2020年と比較し2023年は125%と伸長しており(矢野経済研究所調べ)、政府も女性活躍の推進や子育て支援の観点から、妊娠や出産などに伴う疾患について医療の提供や研究を行う国立成育医療研究センターに「女性の健康」に関するナショナルセンター機能を持たせるとしているなど国として女性を中心に少子化に対する意識の高まりが見られます。男性特有の健康問題を解決する「メンテック(マイルテック)」市場も注目され始めており日本の少子化を改善していくためには女性だけでなく男性の“性”に対する意識向上が求められていますこのような背景を踏まえ、HOMTECHは男性の性に対するヘルスリテラシーの更なる向上を目指す「メンテックプロジェクト」を開始いたしました。「メンテックプロジェクト」を通して多くの男性が“性”をより身近なものとして認識いただき、男女でともに少子化と向き合っていく未来を創っていきたいと考えております。



## ■好評につき欠品していた商品が再販開始！

### RISING-UP WASH

炭酸泡<sup>※1</sup>で血行促進<sup>※2</sup>

男を磨くデリケートゾーンウォッシュ

<化粧品>

商品名:オムテック ライジングアップ ウォッシュ

内容量:100g

価格:1,773円(税抜)、1,950円(税込)



#### 【商品特長】

- ① 炭酸泡で優しくマッサージしながら、すっきり洗浄
- ② 男性活力をサポートするライジングアップ成分<sup>※3</sup>配合<sup>※4</sup>
- ③ 肌を整える成分14種のアミノ酸配合
- ④ 炭<sup>※5</sup>やクレイ<sup>※6</sup>が、汗や汚れなどの気になるニオイの元を除去

※1 炭酸ガス(噴射剤)

※2 マッサージ効果による

※3 シトルリン、アルギニン、マカ(BG、水、レピジウムメイエキ)、トンカットアリ(エウロコマロンギホリア根エキス、パチルス/ダイズ発酵エキス)

※4 肌にハリを与え、健やかに保つことで、肌のコンディションを高めること(整肌成分として):シトルリン、アルギニン、マカ(BG、水、レピジウムメイエキ)、トンカットアリ(エウロコマロンギホリア根エキス、パチルス/ダイズ発酵エキス)

※5 汚れ吸着成分

※6 カオリン(汚れ吸着成分)

## ■HOMTECH[オムテック]

男性の性にまつわるヘルスリテラシー向上を目指し、医学的知見に基づくプロダクトやサービスを提供するメンテックブランドです。男性妊活・男性活力に着目した商品展開のもと、男性の健康課題を包括的に解決するブランドを目指しています。ブランドサイト:<https://homtech.angfa-store.jp>

### アンファー株式会社について

アンファー株式会社は、1987年に会社設立。「予防医学」をタグラインに掲げ、「いつまでも美しく、健やかに生きる」というエイジングケア・ライフスタイルの実現を目指す”トータルヘルスケア・カンパニー”です。多くの医師や臨床機関・研究機関との密接なリレーションを構築しながら、「スカルプD」シリーズをはじめ、化粧品、食品等、様々なエイジングケア商品・サービスの企画・研究開発および販売を行っております。2019年4月10日より、「Dクリニックグループ」<sup>※</sup>に参画しました。

※Dクリニックグループは、「医学」を背景として、共通の目的と理念を実現するために、企業、クリニック、NPO法人団体等により発足したグループです。

#### 【報道関係者お問合わせ先】

アンファー株式会社 PR課  
TEL:03-3213-8882 FAX:03-3215-6155  
Email:pr1@angfa.jp

#### 【お客様からのお問合わせ先】

アンファー株式会社  
〒100-7026 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー26F  
TEL:0120-059-595 [営業時間:午前9時~午後6時  
(年末年始を除く)]