

約4割の女性が性行為時に痛みを感じている一方、痛み気付いている男性は約3割という結果に
性行為時の痛みに関する男女間の認識のギャップが浮き彫りに

HOMTECH [オムテック] より ひとりでもふたりでも使える潤滑ローション 『オムテック ライジングアップ ルブリカント ワン』を新発売 正しい性の知識を普及する 日本性知識普及協会の瀧本いち華氏監修

2026年5月20日(水)発売

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 以下「アンファー」)が展開するメンテックブランド「HOMTECH[オムテック]」は、日本性知識普及協会の瀧本いち華さん監修のもと開発を行った、潤滑ローション「オムテック ライジングアップ ルブリカント ワン」を2026年5月20日(水)より発売開始いたします。



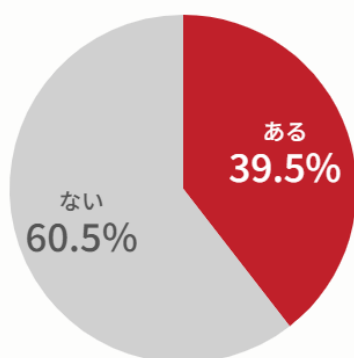
■開発背景

近年、心と体の健康を包括的に捉える「セクシャルウェルネス(性の健康)」への関心が高まっています。その一環として、パートナーとのコミュニケーションや、自分自身のセクシャルな健康をケアすることも、豊かな人生を送るための重要な要素としてポジティブに語られるようになってきました。こうした背景を受け、オムテックは、セクシャルウェルネスに関する実態調査を実施しました。

性行為時の痛みに対して男女間で認識の差が

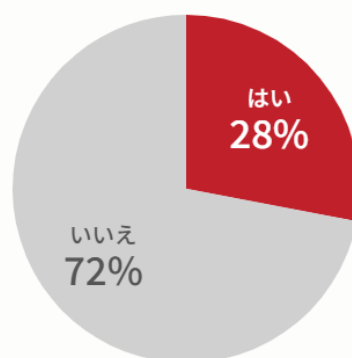
パートナーとのコミュニケーションに関して、約4割の女性が性行為時に痛みや不快感を経験したことがある※1一方、「性行為時にパートナーが痛みを感じていると気づいたことがあるか」という設問に対し、男性の約7割が「気付いたことはない」と回答※2しており、男女間で女性が感じる痛みに対する顕著な認識差が生じていることが明らかとなりました。しかしながら、痛みを感じたことがある女性のうち約半数が「パートナーに伝えにくい」と回答しており、その背景には「雰囲気を壊したくない」「相手を傷つけない」といった心理的障壁の存在が示されています。こうした認識差や女性の心理的障壁を解消するためには、男女ともに性行為時の痛みに関する正しい知識を持ちながら、自身の感じた痛みに関してオープンに話し合える関係性を築くことが重要であると考えます。

■性行為時に痛みや不快感を経験したことはありますか？



自社調査 対象：20～40代女性200名 2025年

■女性が痛みを感じていそうだと気づいたことはありますか？



自社調査 対象：20～60代男性200名 2025年

潤滑ローションの使用はハードルが高い？

性行為時に感じる痛みとして、性行為時に痛みを感じるケースが多いですが、その場合は潤滑ローションを使用すると潤滑効果を感じる方もいます。しかし、「性行為時に潤滑ゼリーの使用をしたことがあるか」という質問をしたところ、女性の約8割が「使用経験がない」と回答※1しました。使用を避ける理由として「ベタつき」や「後片付けのしづらさ」、「成分への不安」といった点が上位に挙がり、既存製品を使用した際に感じた煩わしさが継続使用を遠ざけていたり、潤滑ローションへの理解が進んでおらず、そもそも不安感を感じている方が複数いることも分かりました。

また、潤滑剤においては、カテゴリー自体への理解が十分に浸透していないケースも見受けられます。性行為時は、デリケートゾーンに触れても安心な成分や、刺激を与えない優しい設計の潤滑ローションを使用すべきですが、それを理解せず、マッサージ目的の一般的なボディローションで代替できると考えている方もいらっしゃいます。

このような現状を踏まえ、正しいセクシャルウェルネスの知識を普及する活動も行われている日本性知識普及協会の瀧本いち華氏の監修のもと、「オムテック ライジングアップ ルブリカントワン」を開発いたしました。デリケートゾーンへの負担を考慮し、ポリアクリル酸ナトリウム・着色料・鉱物油・アルコール・香料・パラベンを不使用としたフリー設計とし、また、男性でも手に取りやすいよう、パッケージデザインにもこだわりました。

本商品を通して、オムテックは、パートナー同士が性行為時の身体的な感覚に気を配りながら、お互いの身体をいたわることのできるコミュニケーションの構築にも貢献したいと考えています。

※1 アンファー株式会社調査 対象：20～40代女性200名 2025年

■商品概要

HOMTECH RISING-UP LUBRICANT One



商品名:オムテック ライジングアップ ルブリカントワン

内容量:80g/1回の使用目安3プッシュ

価格:¥3,500(税抜) / ¥3,850(税込)

発売日:2026年5月20日(水)

販路:WEB(Amazon、楽天市場、yahoo!ショッピング)

■商品特徴

①コンドームとの密着感を考慮したテクスチャ

なめらかなテクスチャで、コンドームとの密着感を高めた設計

②女性にやさしい設計

ポリアクリル酸ナトリウム・着色料・鉱物油・アルコール・オイル・香料・パラベンを配合しない、フリー設計です。

③体液に近いような自然な質感と乾きにくさ

体液の質感にヒントを得た設計。さらっとした使用感でありながら十分なクッション性と乾きにくさを両立しており、途中の継ぎ足しも不要です。また、布団への付着も心配なくお使いいただけます。

④潤滑感は続くのに、水で簡単に洗い流せる

水で洗い流しやすい設計。さっと落として後処理も簡単です。

⑤ふたりだけではなく、ひとりでの使用も可能

ふたりで使う潤滑ローションとしてだけでなく、おひとりでの使用も可能です。

⑥活力成分である「ライジング成分」配合

硬い意思が必要なときに役立つ、男性の活力成分である「ライジング成分[※]」を厳選配合しました。

■ 瀧本いちかさんについて



心理学や生物学等の確かな根拠に基づき、タブー視されがちな性の知識を解説。

性教育を学ぶ機会がなかった大人世代に向けて、男女関係をより良くする「日常に役立つ具体的な性知識」を紹介。温かみがありながらもロジカルな語り口は、本質的な理解を求める層から厚い支持を集めている。

YouTubeチャンネル「瀧本いち華の性知識アカデミー」を運営し、登録者数は30万人、総再生回数は、7,000万回超に及ぶ。

■ HOMTECH[オムテック]

オムテックとは、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ことを目指します。

ブランドサイトURL：<https://homtech.angfa-store.jp>

ブランドInstagram：https://www.instagram.com/danseikino_lab?igsh=NGlnMHRicHRwc20w

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”[※]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。