

A woman is shown from the waist down, wearing beige ribbed underwear. She is holding a purple and white vibrator on her right thigh. The background is a bright, blurred indoor setting with a white wall and a green plant.

# Womanizer

THE ORIGINAL

## メディア向けブランド資料

女性のウェルビーイングを支える  
セクシュアルウェルネスブランド



“

女性のセルフプレジャーを、  
安心できるカタチで。  
自然に選べる  
セルフケアのひとつに。

Womanizer (ウーマナイザー) は、女性の身体に寄り添う高品質なプレジャーティを展開する、ドイツ発のセクシュアルウェルネスブランドです。

2014年、独自技術「Pleasure Air Technology (プレジャーエアーテクノロジー)」を開発。“空気の波による刺激”という新たなアプローチで、Womanizerは吸引式プレジャーティのパイオニアとして誕生しました。

セルフプレジャーをセルフケアおよびウェルビーイングの一部として捉え、誰もが自分自身の“性”と安心して向き合い、自分らしく選択できる環境づくりを大切にしています。

Womanizerは、Lovehoney、We-Vibe、Arcwaveとともに、Lovehoney Groupに属するグローバルブランドです。

# Brand Story

ブランド誕生ストーリー  
女性のプレジャーに、新しい選択肢を。

Womanizerは2014年、ドイツで生まれました。

発明家のミヒャエル・レンケは、女性の多くが男性に比べてオーガズムに到達しづらいという「Orgasm Gap（オーガズム・ギャップ）」の概念に触れたことをきっかけに、従来の振動型プレジャー玩具とは異なる、新しいアプローチの開発に着手しました。

開発を支えたのは、妻のブリギッテ・レンケの存在でした。ミヒャエルが試作を重ね、ブリギッテがプロトタイプを試す中で、空気の圧力変化によってクリトリスをやさしく刺激する独自技術が生まれました。

夫婦の試行錯誤から生まれた空気の波による刺激。それが、Womanizer独自のPleasure Air Technologyです。





# The Original

空気の波で、触れずに、やさしく。

Pleasure Air Technology (プレジャーエアーテクノロジー)

直接触れ続ける摩擦刺激とは異なり、空気の波によって繊細な刺激を届ける Womanizer独自の技術は、女性のセルフプレジャーに新しい選択肢をもたらしました。

Womanizerの原点にあるのは、女性の身体に対する誠実な問いです。

「どうすれば、もっと自然に、もっと自由に、自分の身体を知る体験を届けられるのか」。

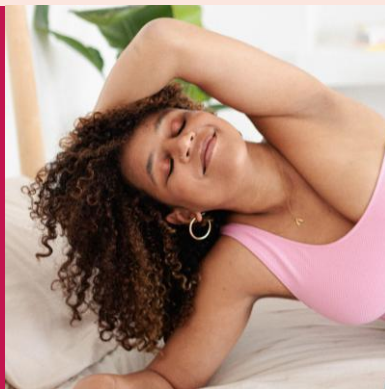
その問いから生まれた技術は、今もブランドの中心にあります。



# Facts & Figures

数字で見るWomanizer

2014年誕生。  
女性のセクシュアルウェルネスに  
寄り添い続けて12年。



グローバルでの受賞歴  
  
PR Daily 2025: Best  
Publicity Stunt  
XBIZ 2025: Best Luxury  
Product

98%の女性が  
ウーマナイザーを使用して  
オーガズムを体験\*



92%の女性が  
ウーマナイザーを  
人に勧めたいと回答\*



世界90ヵ国以上で展開  
  
累計ユーザー数  
1000万人以上



\*Womanizerのテストパネルを対象とした調査結果（2020年実施・成人女性610名）

# Global Brand

グローバルで支持されるセクシュアルウェルネスブランド

126億+

2025年グローバルPRリーチ※1

3,000件+

日本を含む、世界各国でのメディア掲載

1,100万個+

世界累計販売数

800店舗+

日本国内メインストリームチャンネルでの累計展開店舗数※2

アダルトショップに限らず、ディスカウントストア、ドラッグストア、フェムケアショップなどのメインストリームチャンネルで販路を拡大しています。  
セクシュアルウェルネスアイテムをより身近に、安心して手に取れる環境づくりに取り組んでいます。

※1 メディア掲載件数・インプレッション数は2025年のグローバルPR実績に基づいています。

※2 店舗数は、2026年現在の日本国内における累計展開店舗数です。

# Womanizer Bestsellers

## 人気商品ラインナップ

Womanizer Next  
ネクスト



- ✓ 3D Pleasure Air Technology搭載のフラッグシップモデル
- ✓ Climax Control搭載で、空気の波の“深さ”を3段階で調節可能
- ✓ 14段階の吸引レベル
- ✓ 肌に触れた時にだけ作動するタッチセンサー式のSmart Silence搭載
- ✓ 静音設計・IPX7防水仕様

Womanizer Next Duo  
ネクストデュオ



- ✓ 3D Pleasure Air Technology × Gスポット振動のデュアルモデル
- ✓ 吸引と振動を同時／個別に操作可能
- ✓ 14段階の吸引レベル  
14段階の振動レベル、  
10種類の振動パターン
- ✓ Climax Control Smart Silence 搭載
- ✓ Afterglow搭載でクライマックス直後に最弱設定に切り替わる
- ✓ 静音設計・IPX7防水仕様

Womanizer Liberty 2  
リバティ2



- ✓ 衛生的なカバー付きのコンパクトモデル
- ✓ Pleasure Air Technology 搭載
- ✓ 8段階の吸引レベルで、好みに合わせて調節可能
- ✓ トラベルロック搭載
- ✓ IPX7防水仕様
- ✓ シンプルで使いやすい

Womanizer Enhance  
エンハンス



- ✓ Pleasure Air Technologyと振動を組み合わせた2-in-1モデル
- ✓ 吸引と振動を同時／個別に操作可能
- ✓ 10段階の吸引レベル  
10段階の振動レベル  
10種類の振動パターン
- ✓ 広めのヘッド設計
- ✓ IPX7防水仕様

Womanizer Premium 2  
プレミアム2



- ✓ 高機能を備えたラグジュアリーモデル
- ✓ 14段階の吸引レベル
- ✓ Autopilot 2.0が強度を自動で変化させ、直感的な体験をサポート
- ✓ Smart Silence搭載
- ✓ IPX7防水仕様

# Collaborations

コラボレーション



reddot winner 2023  
personal care, wellness and beauty design



## Womanizer Wave (2023年)

ドイツ発バスルームブランド「hansgrohe (ハンスグローエ)」とのコラボレーションで誕生したセルフプレジャー向けのシャワーヘッド。

NAOMI WATANABE

×

Womanizer

THE ORIGINAL



## 渡辺直美さん限定デザイン (2024年)

渡辺直美さんプロデュースの限定カラー&パッケージのLiberty 2.8が登場。

# The Pleasure Fund

## 女性の身体・健康・セクシュアルウェルネスに関する研究を支援

2021年にスタートした「Pleasure Fund (プレジャー基金)」は、女性のセクシュアルヘルス、ウェルビーイング、セルフプレジャーに関する研究を支援する、Womanizer独自の取り組みです。5年間で**総額25万ユーロ**を投資し、これまで十分に研究されてこなかった女性の身体や健康課題に光を当て、より正確な知識と選択肢を社会に届けることを目指しています。

医学や研究の分野では、女性の身体や健康課題が長く十分に扱われてこなかった背景があり、現在も「**ジェンダー・ヘルス・ギャップ**」が指摘されています。

Womanizerは、Pleasure Fundを通じて、女性の身体、快感、健康に関する研究を支援し、より正確な知識と選択肢を社会に届けることを目指しています。

### 【主な研究事例】

#### ● 生理痛とセルフプレジャーに関する臨床研究『メンスターベーション (Menstrubation)』 (2020年)

『メンスターベーション』とは、月経を意味する「Menstruation (メンストレーション)」と「Masturbation (マスターベーション)」を組み合わせた、Womanizer独自の言葉です。Womanizerは、世界18カ国486名の女性を対象に、セルフプレジャーが生理痛の緩和に役立つ可能性を検証する世界初の臨床研究を実施しました。その結果、参加者の70%がセルフプレジャーを取り入れることで生理痛が緩和したと報告。短期的・長期的な痛みのほか、胸の痛みや不安感などの症状の軽減にもつながる可能性が示されました。

#### ● 更年期症状とセルフプレジャーに関する臨床研究 (2024~2025年)

2024年、米国インディアナ大学のキンゼイ研究所と連携し、アメリカにおける更年期に関する知識や経験について調査を実施しました。その結果、セルフプレジャーによって更年期症状の緩和を感じた女性は36%にのぼり、10人に1人がセルフプレジャーを日常に取り入れていることがわかりました。

この結果を受け、2025年には、セルフプレジャーが更年期症状に与える影響を検証する世界初の臨床研究を実施。

Womanizer Nextを4週間使用した参加者の93%が、少なくとも1つの更年期症状について頻度の減少を報告しました。

# Global Sexual Wellness Survey

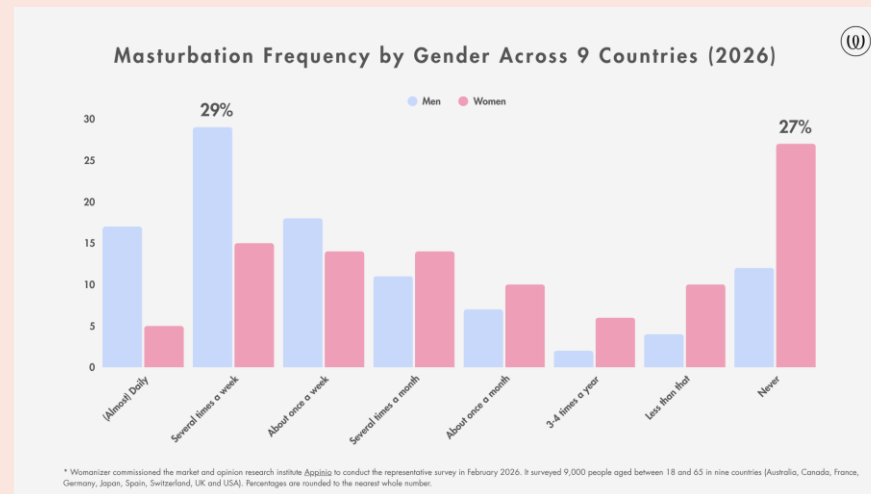
## セクシュアルウェルネスに関するグローバル調査

Womanizerは、セクシュアルウェルネスに関するグローバル調査を定期的実施し、各国における意識や行動、社会的背景の違いを可視化しています。

2026年には、日本、アメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ、ドイツ、スイス、スペイン、フランスの9カ国で、18歳から65歳の男女9,000名を対象に調査を実施しました。

セルフプレジャーやセクシュアルヘルスに対する意識、ウェルビーイングとの関係、世代・性別・国ごとの傾向を分析することで、現代におけるセクシュアルウェルネスの実態を多角的に捉えています。

これらの調査結果は、女性の身体やセクシュアルウェルネス、健康について正しい知識を広げ、誰もが自分の身体や健康について前向きに考えられる環境づくりを目指しています。



### 主な調査内容例

男女のセックスにおけるオーガズム頻度の実態調査

男女におけるセルフプレジャー習慣の違い

パートナーとの親密な関係による調査

セルフケア、ウェルビーイングに関する調査

# Our Experts

専門家とともに、正しく語る。

Womanizerは、セクシュアルウェルネス分野に知見を持つ専門家と連携し、研究やユーザーリサーチを通じて、女性の心と身体に寄り添う発信・取り組みを展開しています。

日本では、医師やライフスタイル領域の専門家とともに、イベントやトークセッションなどを実施。

女性のセクシュアルウェルネスについて、安心して学び、考えるきっかけづくりを行っています。



**Elisabeth Neumann (エリザベス・ノイマン)**  
Womanizer ユーザーリサーチ責任者、セクソロジスト

ウーマナイザーのグローバルユーザーリサーチを統括し、セクソロジスト（修士号）としても活躍。セクシュアルウェルネスやパートナーシップに関する調査・分析を行い、その知見を製品開発やブランドの発信に活かしています。セクシュアルウェルネスをめぐる意識の変化について、データと専門的な視点の両面から語るができます。



**富永喜代 (とみなが・きよ) 先生**  
麻酔科医／富永ペインクリニック院長

痛みの専門家として長年医療現場に携わり、性交痛や女性のからだに関する悩みに向き合ってきた医師。全国でも珍しい性交痛外来を開設し、1万人超のセックスの悩みをオンライン診断しています。YouTubeチャンネル『女医 富永喜代の人には言えない痛み相談室』は、中高年の性事情に特化した内容で登録者数29万人超。著書に『女医が教える性のトリセツ』（KADOKAWA）など、著者累計100万部超。



**Olivia (オリビア) さん**  
ラブライフアドバイザー®  
アロマセラピスト、日本性科学会 会員

学生時代に「女性の性」をテーマに卒業論文を執筆したことをきっかけに、2007年より性に関する総合アドバイザーとして本格的に活動を開始。台湾でも書籍を出版するなど、日本のみならず海外にも活動の幅を広げ、多方面で「女性のセクシュアルウェルネス」「コミュニケーションを重視した性生活」の提案を行っています。近著に「セックスが本当に気持ち良くなる LOVEもみ」（日本文芸社）など。

# Contact

プレスリリースおよび画像素材のご提供、商品貸出、取材・コメント依頼等に関するお問い合わせは、下記までご連絡ください。

[press@womanizer.com](mailto:press@womanizer.com)

