

月刊 **TENGA**

2023  
8.30  
第五十号

## 特集

---

世代別・都道府県別で  
ひもとく性・恋愛・  
フェムテックの現在  
「女性の性」白書2023【前編】

全国  
2500人  
調査

月刊TENGA web版はこちら

<https://www.tenga.co.jp/topics/category/g-tenga/>



## 全国の女性2585人を対象とした調査 日本の女性の性白書号【前編】

～セックスの際のコンプレックス、若年層の方がデリケートゾーンに関する悩みが多い傾向にあり～

女性向けセルフプレジャーアイテムブランド「iroha」を展開する、株式会社TENGAは、時代とともに女性の「性」がどのように変化したのかを探るべく、全国のZ世代～バブル世代の2585人の女性を対象に“性生活”に関する調査を実施しました。

今回の月刊TENGAでは、特に世代差が出たZ世代を軸に、ミレニアル世代・Y世代・ロスジェネ世代・バブル世代と比較しながら、結果を紐解いていきます。

本レターに記載の情報は、画像素材を含め、ご自由にお使いいただけます。

その際は、「出典：月刊TENGA第50号」とお書き添えください。可能な限り、

<https://www.tenga.co.jp/topics/category/g-tenga/> へのリンクも掲載いただけますと有難いです。

グラフ画像ダウンロードURL：

<https://drive.google.com/drive/folders/1pkDkLJ1vkFfqOdqGEGIHUk06n7815c>

### 【調査概要】

調査タイトル：全国の女性の性生活に関する調査

調査主体：株式会社TENGA

調査方法：インターネット調査

調査対象者：全国 / 女性 / 18～57歳

世代：Z世代(18～26歳) n=517、ミレニアル世代(27～35歳) n=517、Y世代(36～42歳) n=517、ロスジェネ世代(43～51歳) n=517、

バブル世代(52～57歳) n=517

調査期間：2023年6月30日～7月3日

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合があります

## 目次

### Chapter1 【世代別比較】女性のセックス・セルフプレジャーの実態

#### ▶【セックス・セルフプレジャーの経験・頻度】

-Z世代の35.0%がセックス未経験、42.9%がセルフプレジャー未経験

#### ▶【初体験の年齢】

-セルフプレジャーの初体験の年齢には若年化の傾向が！

#### ▶【セックスの優先事項・目的】

-セックスの最優先事項は、全世代共通で「自分が快感を得られること」

-Z世代の3割以上が「相手が快感を得るため」、ミレニアル世代の3割以上が「自分が快感を得るため」

#### ▶【セックスをする際のコンプレックス】

-Z世代は「デリケートゾーンに関する悩み」が上位に

#### ▶【セルフプレジャーへのイメージ】

-「ポジティブなイメージを持つ人」が多い傾向に

### Chapter2 【世代別・都道府県別比較】フェムテック・フェムケアの実態

#### ▶【フェムテック・フェムケアの認知度・理解度】

-言葉の認知度は全世代2割以下！

-都道府県別では、関東圏の認知度がやや高い傾向に！

#### ▶【アイテム使用率】

-Z世代・ミレニアル世代の5割以上が「月経管理アプリ」を利用。若い世代の方がフェムテック・フェムケアアイテムに関心が高い傾向

#### ▶【セクシャルウェルネスの自己採点】

-全体平均は46.8点！ Z世代が一番点数が高く51.0点

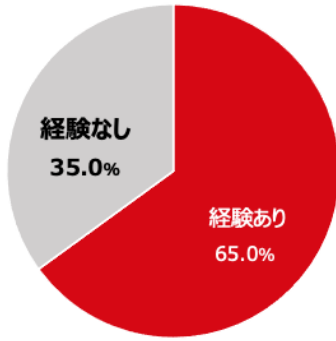
#### ▶ 本件に関するお問い合わせ先

月刊TENGA 広報事務局 | 株式会社パブリックグッド内

TEL：03-6416-3268 / FAX：03-6416-3269 / MAIL：tengapr@publicgood.co.jp 担当：片倉

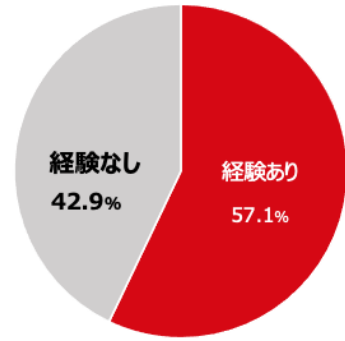
▶ Z世代の35.0%がセックス未経験、42.9%がセルフプレジャー未経験

Z世代のセックス経験



n=[Z世代] 517名

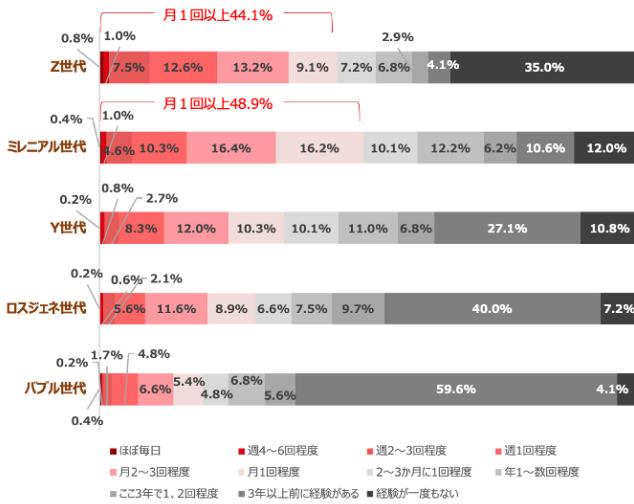
Z世代のセルフプレジャー経験



n=[Z世代] 517名

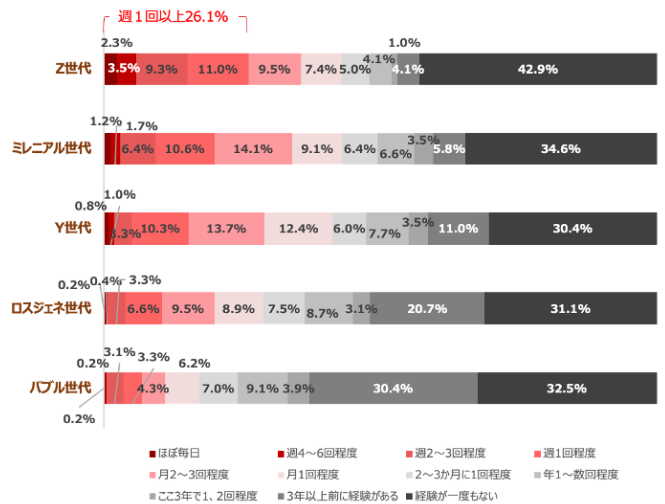
・セックス、セルフプレジャーそれぞれの経験率では、Z世代の35.0%が「セックス経験が一度もない」、42.9%が「セルフプレジャー経験が一度もない」と回答しています。

あなたのセックスの頻度を教えてください。



n=[Z世代] 517名、[ミレニアル世代] 517名、[Y世代] 517名、[ロスジェネ世代] 517名、[バブル世代] 517名

あなたのセルフプレジャー（マスターベーション）の頻度を教えてください。

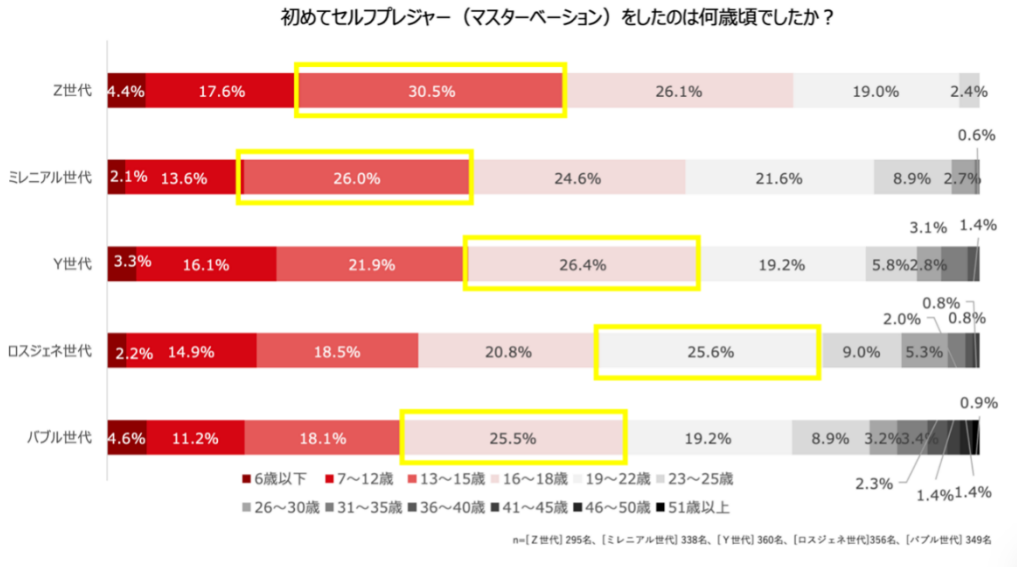


n=[Z世代] 517名、[ミレニアル世代] 517名、[Y世代] 517名、[ロスジェネ世代] 517名、[バブル世代] 517名

・また、セックスの頻度については、Z世代とミレニアル世代の4割以上（Z世代44.1%、ミレニアル世代48.9%）が、月1回以上と回答しました。

・セルフプレジャーはZ世代の4人に1人以上（26.1%）が、週1回以上の頻度でしていることがわかりました。

## ▶ セルフプレジャーの初体験の年齢には若年化の傾向が！



・初めてセルフプレジャーをした年齢を聞いた質問では、Z世代・ミレニアル世代は「13～15歳」が最多となり、若年化の傾向がみられました。

・一方で初めてセックスをした年齢を聞いたところ、全世代共通で最も多かったのは「19～22歳」でした。

## ▶ セックスの最優先事項は、全世代共通で「自分が快感を得られること」

### セックスにおける最優先事項

- 1 **自分が快感を得られること、気持ちいいと思えること 22.2%**
- 2 **相手とのスキンシップ（キス・ハグなどの身体的ふれあい）があること 18.3%**
- 3 **相手との関係性構築 9.9%**
- 4位 相手を気持ちよくさせること 7.7%
- 5位 体の相性 7.2%

n=2585名  
 その他の選択肢：言葉で愛情を伝え合うこと、自分への前戯が十分にあること、相手がイクこと、相手の性的欲求を満たすこと、妊娠しやすいタイミングで、自分の性的欲求を満たすこと、ムード・シチュエーション、時間をかけないこと、自分がオーガズムを得ること（イクこと）、美しくなること（美容のため）、挿入の時間が自分にとって満足にあること、相手への前戯が十分にあること、相手のテクニク、時間をかけること、後戯（ピロートークなど）があること、相手の性器のサイズ（長さや太さ）、いろいろな体位ですること、その他

・セックスにおける最優先事項を聞いたところ、全世代共通で、「自分が快感を得られること、気持ちいいと思えること」が1位でした。

▶ **セックスの目的には世代差が！**  
Z世代の3割以上が「相手が快感を得るため」、ミレニアル世代の3割以上が「自分が快感を得るため」

Q.セックスをする目的はなんですか？（いくつでも）



n=[Z世代] 336名、[ミレニアル世代] 458名、[Y世代] 461名、[ロスジェネ世代] 480名、[バブル世代] 496名

その他の選択肢：自分の性欲を満たすため、美目的ため、自分の魅力を確認するため、自分の存在を確認するため、ストイシクするため、子供をつくるため、神聖感のため、相手にたいして愛するため、その他、特に理由はない

- ・各世代上位2位までに「愛情を確かめ合うため」「相手とのコミュニケーションをとるため」がランクインしました。
- ・また、Z世代の3割以上が「相手が快感を得るため」と回答している一方で、ミレニアル世代の3割以上、ロスジェネ世代・バブル世代は2割以上が「自分が快感を得るため」と回答し、世代差がみられました。



iroha 広報  
犬飼

セックスにおける目的と最優先事項の上位を見ると、女性が受け身ではなく、能動的にセックスをしていることが読み取れます。特に最優先事項では、自分の快感が1位に入っており、女性が前向きにセックスを楽しんでいるのではないかと考えられます。

▶ **セックスをする際のコンプレックス、Z世代は「デリケートゾーンに関する悩み」が上位に**

Q.セックスをする際のコンプレックスとして感じていること、すべてをお選びください。（いくつでも）  
※セックス経験がない方は、セックスをする場合を想像してお答えください。



n=[Z世代] 517名、[ミレニアル世代] 517名、[Y世代] 517名、[ロスジェネ世代] 517名、[バブル世代] 517名

その他の選択肢：前戯の技術がないこと、相手に合わせていないこと、セックスの経験が少ないこと、セックスの経験が多すぎること、性欲が強いこと、デリケートゾーンの形、顔の形、胸が大きいこと、濡れにくいこと、セックスやセルフプレイをするとき痛みを感じる、体臭、体毛が多いこと、その他

- ・セックスの際のコンプレックスを聞いたところ、Z世代は「デリケートゾーンの臭い」（25.3%）、「デリケートゾーンの黒ずみ」（25.1%）、「デリケートゾーンの形」（13.2%）と回答し、上の世代と比べて若い世代の方がデリケートゾーンに関して悩んでいる人が多いことがわかりました。
- ・一方、ミレニアル世代・Y世代・ロスジェネ世代・バブル世代では“オーガズム”に関する悩みが上位にあがっています。

▶ 本件に関するお問い合わせ先

月刊TENGA 広報事務局 | 株式会社パブリックグッド内

TEL : 03-6416-3268 / FAX : 03-6416-3269 / MAIL : tengapr@publicgood.co.jp 担当：片倉



iroha広報  
犬飼

デリケートゾーンケアアイテムを取り扱うirohaの姉妹ブランド「iroha INTIMATE CARE」の取扱店舗は1万店舗を超え、特に若年層に人気のあるドラッグストアやバラエティショップでも多くお取り扱いいただいております。この世代の方々のデリケートゾーンへの関心の高さを感じることができます。

また、irohaの常設店「iroha STORE大丸梅田店」では、「iroha FIT」などの挿入系アイテムが非常に人気で、特に40代以上のお客様からは「産後の久しぶりのセックスに向けての練習」など、幅広いニーズでお求めいただくことが多い傾向にあります。

## ▶ セルフプレジャーに「ポジティブなイメージを持つ人」が多い傾向に

Q. 自身のセルフプレジャー（マスターベーション）についてどんなイメージを持っていますか？（いくつでも）



n=[Z世代] 517名、[ミレニアル世代] 517名、[Y世代] 517名、[ロスジェネ世代] 517名、[バブル世代] 517名

※本調査の調査対象は、正しい、自分自身に必要なこと、「セルフプレジャー」パートナーの存在に必要に応じて、誰かから教えられる必要はない。興味がある人は、興味がある程度になる。セルフプレジャーは、健康増進や、ストレス解消につながる。セルフプレジャーは、健康増進や、ストレス解消につながる。セルフプレジャーは、健康増進や、ストレス解消につながる。

- ・全世代の3割以上が「気持ちいい」というイメージを持っていることがわかりました。
- ・また、**Z世代の24.2%、ミレニアル世代の23.6%が「ストレス解消、リラックスできる」と回答しています。**



iroha広報  
犬飼

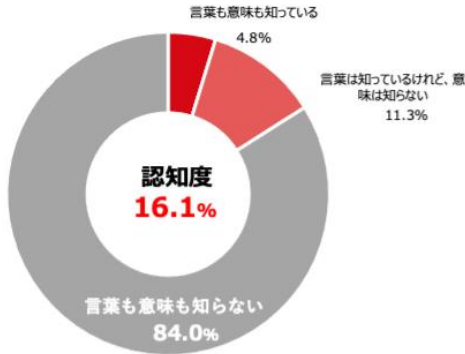
セルフプレジャーによってオキシトシンが脳内で生産されることで、ストレス解消やリラックスといった心身の効果も得られるそうです。特にコロナ禍以降は、おうち時間が増えたことで、セルフプレジャーでストレス解消やリラックス効果を求められる方が増えたとも言われています。

・さらに、「パートナーのセルフプレジャー（マスターベーション）についてどう思いますか？」とたずねたところ、1位「パートナーがしたいなら、良いと思う」（58.6%）、2位「セックスとは別で必要なことだと思う」（24.6%）という結果で、ポジティブなイメージが上位に入りました。

・また、「性生活を楽しんでいる人のことをどう思いますか？」という質問では、女性全体の42.7%が「人生を楽しんでいると思う」、42.3%が「素敵だと思う」と回答し、半数近くの方が**性にオープンな人に対してもポジティブな印象を持っている**ことがわかりました。

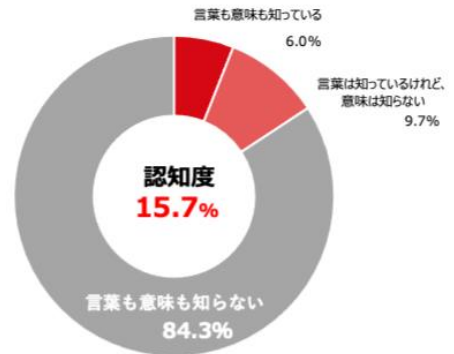
## ▶ フェムテック・フェムケアの認知度は全世代2割以下！

Q.“フェムテック”という言葉を知っていますか？  
また、その意味も知っていますか？



n=2585名

Q.“フェムケア”という言葉を知っていますか？  
また、その意味も知っていますか？



n=2585名

- ・女性全体で、“フェムテック”の認知度は16.1%、“フェムケア”は15.7%という結果でした。
- ・世代別では、“フェムテック”の認知度が最も高い世代は、ロスジェネ世代（18.6%）で、“フェムケア”の認知度が最も高い世代は、Y世代（17.2%）でした。
- ・“フェムテック”も“フェムケア”も「言葉も意味も知っている」と回答したのは、全世代1割以下という結果でした。



iroha 広報  
犬飼

2022年4月に「月刊TENGA45号」で“フェムテック”の認知度について調査した際には、「知っている」と回答した女性は全体で22.0%という結果でしたので、認知度は低下傾向にあります。大手企業の参入の波やメディアでの報道が落ちてきたことも認知度低下の要因の一つかもしれません。

## ▶ “フェムテック”認知度1位は東京都・千葉県、“フェムケア”認知度1位は千葉県！

“フェムテック”の認知度



“フェムケア”の認知度



※「フェムテック」「フェムケア」という言葉を知っていますか？また、その意味も知っていますか？」の質問で、「言葉も意味も知っている」「言葉は知っているけれど、意味は知らない」の回答を足した数字

- ・“フェムテック”の言葉の認知度1位は千葉県・東京都、“フェムケア”の言葉の認知度1位は千葉県でした。
- ・また、“フェムテック”の「言葉も意味も知っている」と最も多く回答したのは神奈川県（12.7%），“フェムケア”では神奈川県・千葉県・宮城県（14.5%）で、言葉の理解度と認知度でランキングが変わりました。
- ・「言葉も意味も知らない」の回答数が多かった最も認知度が低い都道府県は、“フェムテック”は愛知県・島根県・宮崎県（92.7%），“フェムケア”は高知県（94.5%）でした。

▶ Z世代・ミレニアル世代の5割以上が「月経管理アプリ」を利用。  
若い世代の方がフェムテック・フェムケアアイテムに関心が高い傾向

使ったことがあるフェムテック・フェムケアアイテムランキング

Z世代		ミレニアル世代	Y世代	ロスジェネ世代	バブル世代	
1位	月経管理アプリ	54.2%	57.8%	39.1%	24.6%	8.5%
2位	特になし	29.6%	22.8%	39.7%	53.2%	73.3%
3位	低用量ピル	19.1%	22.8%	17.6%	11.6%	6.6%
4位	かゆみを軽減する塗り薬や専用ソープなどのデリケートゾーンケア	14.1%	19.0%	13.0%	12.8%	8.3%
5位	排卵日予測管理アプリ・不妊治療管理アプリ	11.8%	18.0%	13.9%	5.0%	2.1%
6位	ローション・ジェルなどの性交痛緩和アイテム	9.7%	13.7%	11.0%	9.5%	7.5%
7位	吸水ショーツ	9.5%	8.7%	9.5%	6.4%	5.4%
8位	セルフプレジャーアイテム（アダルトグッズ）	7.4%	11.6%	7.5%	6.4%	4.3%
9位	葉酸・マカなどの妊活サポートサプリ	5.4%	15.7%	11.6%	4.3%	0.4%
10位	月経カップ	2.7%	1.5%	1.9%	1.5%	0.8%

n=[Z世代] 517名、[ミレニアル世代] 517名、[Y世代] 517名、[ロスジェネ世代] 517名、[バブル世代] 517名  
その他の調査数：更年期相談サービスアプリ、オムロンヘルスケアの「オムロンヘルスケア」アプリの登録ユーザー、ランニングアプリ「ランニング」

- ・Z世代・ミレニアル世代の5割以上が「月経管理アプリ」を、約2割が「低用量ピル」を利用していることがわかりました。
- ・一方で、Z世代の約3割、Y世代の約4割、ロスジェネ世代・バブル世代の半数以上が、フェムテック・フェムケアのアイテムを特に使ったことがないということもわかりました

▶ “セクシャルウェルネス”の自己採点 全体平均は46.8点！ Z世代が一番点数が高く51.0点

あなた自身の今現在のセクシャルウェルネスの点数は、0点～100点のうち何点ですか？



★セクシャルウェルネス……WHOが制定した、「自分の性的欲求を肯定し、楽しめて、心身が満ち足りている状態」のこと

- ・自身のセクシャルウェルネスの点数の全体平均は46.8点でした。



iroha広報  
犬飼 幸

「月刊TENGA45号」（2022年、n=800）では、女性の平均点は44.2点でした。昨年の調査から、+2.6点でセクシャルウェルネスの平均点が高くなっていることがわかります。

編集後記



株式会社TENGA  
マーケティング本部  
国内マーケティング部  
犬飼 幸

昨年6月に配信した「フェムテックに関する調査号」では、言葉の認知度などを調査し、「ほとんどの女性が意味を知らない」という衝撃の結果となりました。また、今回の調査でもやはり同じように「ほとんどの女性が言葉の意味も知らないし、サービスの利用もしていない」ということが分かり、なんとももどかしさを感じる結果となりました。特に、関東や大阪などの都市以外の場所ではその認知度はさらに下がっているのを見ると、知識の地方格差が広がっているようにも感じます。この業界にいて毎日のように「フェムテック」という言葉やプロダクトに触れるため、なんとなく世の中では「もう市民権を得た言葉なんだ」と思ってしまうのですが、こうした結果を見てみると、まだまだやれることはたくさんあるのかもしれないと身が引き締まります。irohaとしてもできることがたくさんあると思うので、引き続き女性たちの心地よさを向上できるよう頑張りたいと思います！

▶ 本件に関するお問い合わせ先

月刊TENGA 広報事務局 | 株式会社パブリックグッド内  
TEL : 03-6416-3268 / FAX : 03-6416-3269 / MAIL : tengapr@publicgood.co.jp 担当：片倉