

月刊 **TENGA**

2023  
9.13  
第五十一号

## 特集

---

夜のおともランキングに  
世代差!?

「女性の性」白書2023【後編】

---

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【後編】 ～セルフプレジャーの際の“おとも（オカズ）”に世代差が！～

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51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/1OzJTWTtquU6PSzf45WE9KoWSdEKI\\_8YG](https://drive.google.com/drive/folders/1OzJTWTtquU6PSzf45WE9KoWSdEKI_8YG)

### 【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】セルフプレジャー事情

#### ▶【“性欲”を感じるタイミング】

-Z世代・ミレニアル世代・Y世代の1位は「生理前」

#### ▶【セルフプレジャー時のおとも】

-ロスジェネ世代・バブル世代はの1位は「必要ない」、その他の世代は「アダルト動画（女性向け）」

#### ▶【セルフプレジャーの満足度】

-全世代共通で1位は「自分がしたいと思ったときにできること」

### Chapter2 【世代別比較】パートナーとの性事情

#### ▶【付き合う前に重要視していること】

-「体の相性」も2割が重視！「家柄」「学歴」「年収」「職業」よりも多い結果に

#### ▶【セックスのきっかけ】

-全世代6割以上が「だいたいパートナーから」「どちらかというパートナーからの方が多し」

#### ▶【セックスについての会話】

-Z世代・ミレニアル世代は、4割以上がパートナーとセックスについて「会話したいので、自分からよく話す」「会話したいので、自分から時々話す」と回答

-セックスよりもセルフプレジャーについては話さない傾向に

### Chapter3 【世代別比較】アダルトグッズ事情

#### ▶【アダルトグッズ経験率】

-セックスと比較してセルフプレジャーの方がアダルトグッズの未経験者が多い

#### ▶【グッズ使用における満足度】

-アダルトグッズの使用経験はセルフプレジャーよりもセックスのほうが高いが、“使用満足度”はセルフプレジャーの方が高い

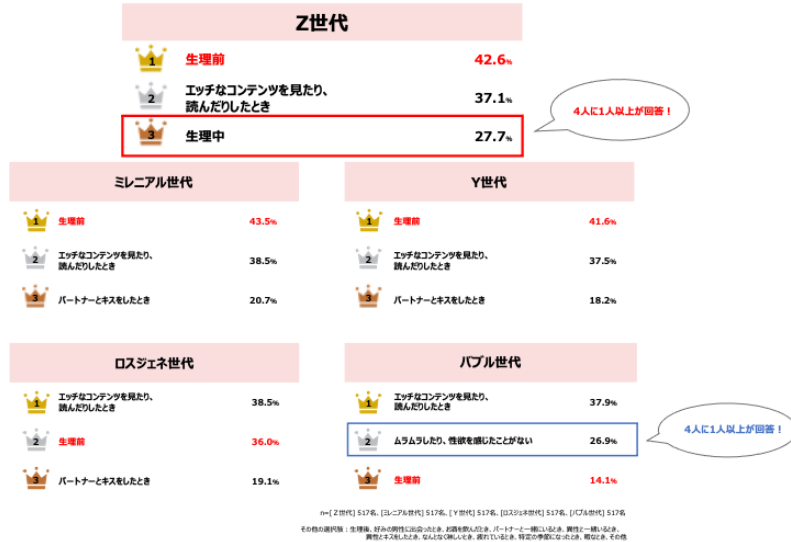
#### ▶ 本件に関するお問い合わせ先

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

## ▶ “性欲”を感じるタイミング、Z世代・ミレニアル世代・Y世代は「生理前」が1位

Q.どんな時に“ムラムラ”したり、“性欲”を感じたりしますか？（いくつでも）



・「どんな時に“ムラムラ”したり、“性欲”を感じたりしますか？」と聞いたところ、Z世代・ミレニアル世代・Y世代の4割以上が「生理前」と回答しました。

## ▶ セルフプレジャー時のおともの1位、ロスジェネ世代・バブル世代は「おとも（オカズ）」は必要ない、その他の世代は、「アダルト動画（女性向け）」

Q.セルフプレジャー（マスターベーション）をする時のおとも（オカズ）は何ですか？（いくつでも）



・Z世代・ミレニアル世代の約半数が「アダルト動画（女性向け）」を見ていることがわかりました。  
 ・Y世代の4人に1人以上、ロスジェネ世代・バブル世代の3人に1人以上が「おとも（オカズ）は必要ない」と回答しており、世代が上の方がおともは不要だとわかりました。



回答選択肢には、“パートナー”や“推し”もありましたが、ロスジェネ世代・バブル世代は「好きな人を想像する」が3位にあがりました。“好きな人”とは、いったい誰なのでしょう…気になります！

## ▶ セルフプレジャーの満足度、全世代共通で1位は「自分がしたいと思ったときにできること」

Q.セルフプレジャー（マスターベーション）の満足度は何で決まりますか？あてはまるものすべてをお答えください。（いつでも）



n=Z世代：288名、ミレニアル世代：318名、Y世代：360名、ロスジェネ世代：360名、バブル世代：348名  
60歳未満の若年層（年代別集計）の性別別集計結果。性別の別集計は次のとおり。男性：191名、女性：157名  
その他の選択肢：性別の強さが同じになっていること、学歴、家柄、その他

・セルフプレジャーの満足度は全世代共通で、「自分がしたいと思ったときにできること」が1位でした。

・ロスジェネ世代・バブル世代は、「セルフプレジャー後に深い眠りにつけること」が3位で、セルフプレジャーによる快眠が満足度に繋がっている人もいることがわかりました。

## Chapter 2

## 【世代別比較】 パートナーとの性事情

### ▶ 「体の相性」も2割が重視！「家柄」「学歴」「年収」「職業」よりも多い結果に

Q.付き合う前に重要視することはなんですか？（いくつでも）



n=2585名（各世代n=517名）  
その他の選択肢：性別の強さが同じになっていること、学歴、家柄、その他

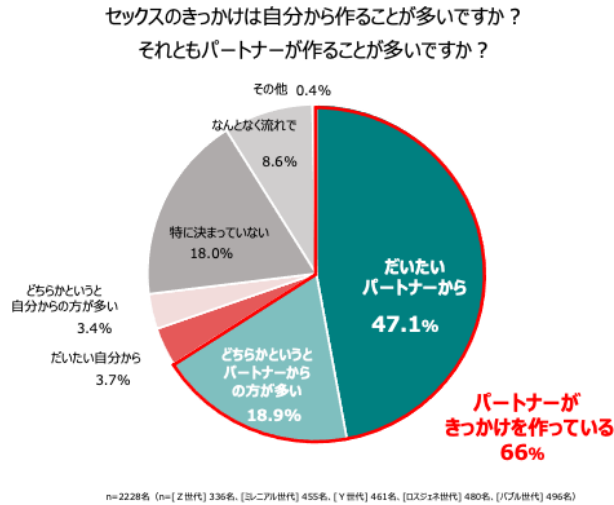
・付き合う前に重要視していることは、「価値観が合うこと」が1位で、全世代の7割以上が重要視すると回答しました。  
・「体の相性」は約2割が重要視すると回答しており、「家柄」「学歴」「年収」「職業」よりも高い数字となりました。



iroha広報  
犬飼

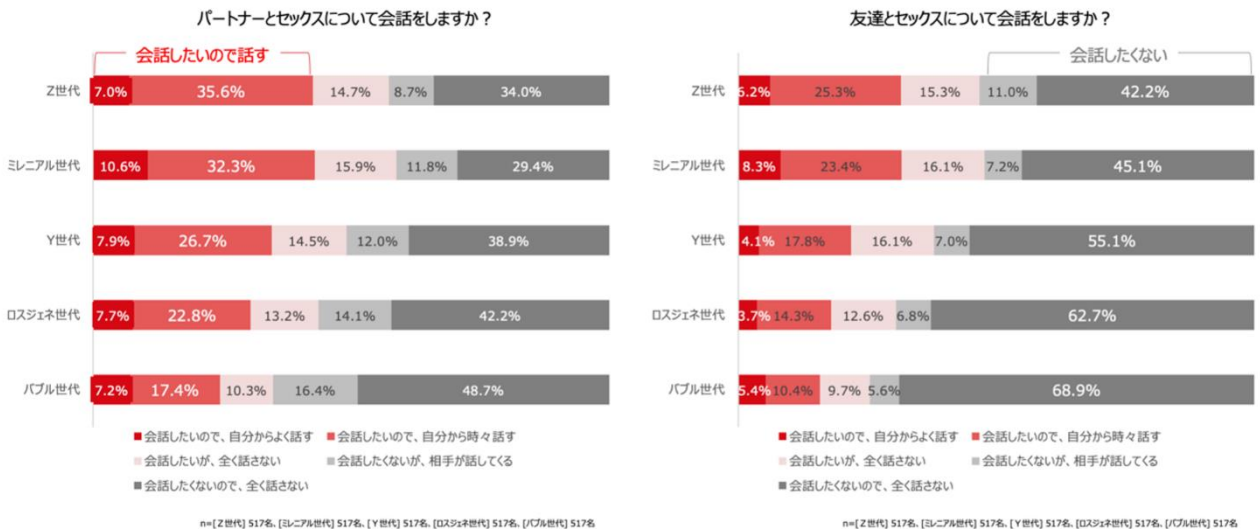
「月刊TENGA49号」（2023年、n=男性2243）で、「18～26歳当時、パートナーを選ぶ上で重要視することは何でしたか？」と聞いたところ、全世代共通で1位は「顔」、ほかには「体型」「人柄」が上位に入るなど、男性と女性で、パートナーに対し重要視することが異なるようでした。

## ▶ セックスのきっかけは、全世代6割以上が「だいたいパートナーから」「どちらかというパートナーからの方が多い」



・セックスのきっかけについては、各世代6割以上が「だいたいパートナーから」「どちらかというパートナーからの方が多い」と回答し、パートナーがきっかけでセックスをしていることがわかりました。

## ▶ Z世代・ミレニアル世代は、4割以上がパートナーとセックスについて「会話したいので、自分からよく話す」「会話したいので、自分から時々話す」と回答



・Z世代・ミレニアル世代は、「パートナーとセックスについて会話をしますか？」という質問に対し、4割以上が「会話したいので、自分からよく話す」「会話したいので、自分から時々話す」と回答しました。

・一方で、ロスジェネ世代・バブル世代は4割以上が「会話したくないので、全く話さない」と回答し、世代ごとに話す・話さないに違いがみられました。

・「友達とセックスについて会話をしますか？」という質問に対してはZ世代・ミレニアル世代は、「会話したいので、自分からよく話す」「会話したいので、自分から時々話す」が約3割という結果でした。

・パートナーと比較すると、友達とは「会話したいと思っていない」傾向がみられました。

### ▶ 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

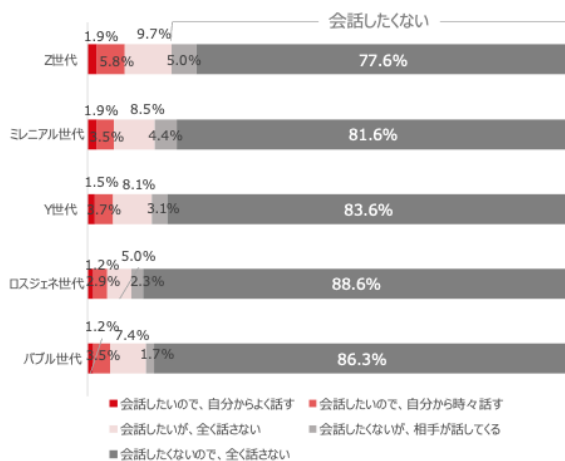
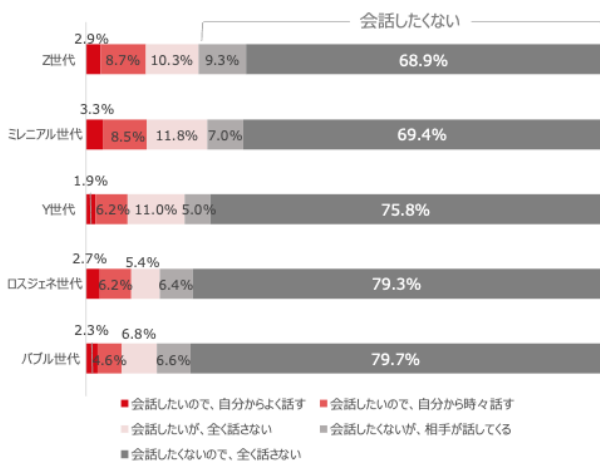
TEL : 03-6416-3268 / FAX : 03-6416-3269 / MAIL : tengapr@publicgood.co.jp 担当：片倉

- ・具体的に「セックスについてどんなことを話しているか」をきいたところ、全世代共通で、パートナーとは「不満」「理想」「頻度・回数」「感想」などの“すり合わせ項目”が多くありました。
- ・一方友人とは、「体験談」や「悩み」などを話し、面白ネタとしてや相談事として話している人が多いことがわかりました。

## ▶ セックスよりもセルフプレジャーについては話さない傾向に！

パートナーとセルフプレジャー（マスターベーション）について会話をしますか？

友達とセルフプレジャー（マスターベーション）について会話をしますか？



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

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

- ・セックスよりもセルフプレジャーの方が、パートナーに対しても友人に対しても、会話したいと思っていないことがわかりました。

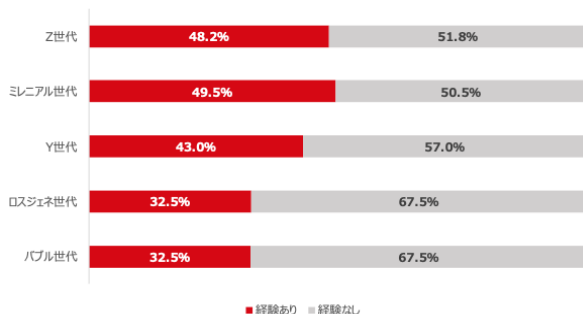
## Chapter 3

# 【世代別比較】アダルトグッズ事情

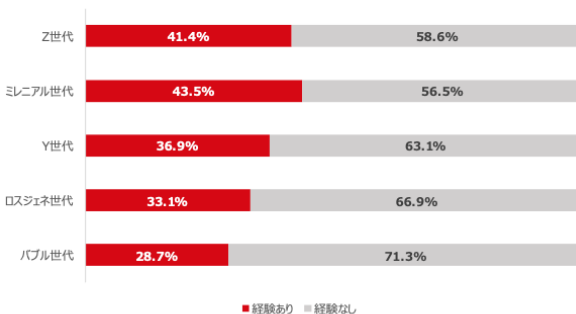
## ▶ セックスと比較してセルフプレジャーの方がアダルトグッズの未経験者が多い

セックスでのアダルトグッズの使用経験

セルフプレジャーでのアダルトグッズの使用経験



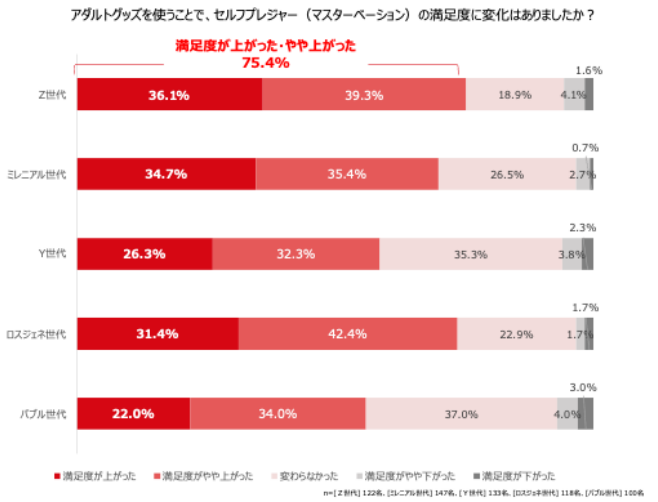
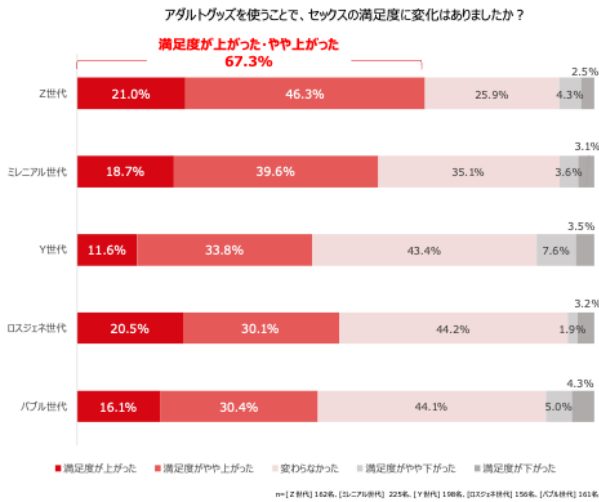
n={Z世代} 336名, {ミレニアル世代} 455名, {Y世代} 461名, {ロスジェネ世代} 480名, {バブル世代} 496名



n={Z世代} 295名, {ミレニアル世代} 338名, {Y世代} 360名, {ロスジェネ世代} 356名, {バブル世代} 349名

- ・アダルトグッズの使用率は、全世代共通で“セルフプレジャー”よりも“セックス”の方がやや高いことがわかりました。

▶ **アダルトグッズの使用経験はセルフプレジャーよりもセックスのほうが高いが、  
“使用満足度”はセルフプレジャーの方が高い！**



・セックスの際にアダルトグッズを使用することで、Z世代の67.3%、ミレニアル世代の58.3%は「満足度が上がった」「満足度がやや上がった」と回答しました。

・セルフプレジャーでは、全世代の半数以上がアダルトグッズを使うことで、「満足度が上がった」「満足度がやや上がった」と回答しました。特に、Z世代は75.4%が「満足度が上がった／やや上がった」と回答しており、若い世代がアダルトグッズを使うことで満足度の向上を感じていることがわかりました。

**Appendix 【都道府県比較】セルフプレジャーの際の“おとも”にも地域差が！**

Q.セルフプレジャー（マスターベーション）をする時のおとも（オカズ）は何ですか？（いくつでも）



・東京・愛知は3位に「推しを想像する」が入るなど、世代のランキングでは上がってこなかったものが上位にランクインしていました。



その他、世代ごとでご紹介しました調査結果も、全都道府県別にご紹介することも可能ですので、気になる方はお問い合わせ先までご連絡ください！

▶ **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

## ■ 大人気シリーズから今年も数量限定の香りが登場！ iroha INTIMATE WASH【FOAM TYPE】 ラベンダーとパルマローザの香り

9月19日（火）より、大人気泡タイプのデリケートゾーン用ソープの限定版「INTIMATE WASH【FOAM TYPE】ラベンダーとパルマローザの香り」を発売いたします。「ラベンダーとパルマローザの香り」をベースに、ゼラニウムやイランイランを加え、ハーバルな爽やかさに、かすかに甘さを感じられる奥行のある香りに仕上げました。ボトルは、やわらかなパープルに香りをイメージしたラベンダーのイラストが浮き上がり、シックな秋の雰囲気を感じさせる限定デザインです。  
なお、9月1日（金）より、ロフト、iroha公式オンラインストア、iroha store大丸梅田店、TENGA STORE TOKYO、TENGA STORE YOKOHAMAにて先行販売、9月19日（火）より、全国のドラッグストア、バラエティショップで発売いたします。



## ■ もっと気軽にうるおいケアを 潤滑ジェル「iroha SMOOTH GEL」発売

9月7日（木）より、とろける質感が特徴のなめらかな潤滑ジェル「iroha SMOOTH GEL」が登場！  
伸びが良く、適度に糸引きのある使用感なので、よりうるおいを求める方にオススメです。  
既存の潤滑ジェル「iroha MOIST GEL」は、糸引き、ベタつきがなくさっぱりとした使用感なので、初めて潤滑ジェルを使う方にオススメです。  
どちらもシンプルなデザインなので抵抗なく手にとりやすく、違和感なくお部屋に置いていただけます。  
お好みの使用感でお選びください。



## 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

2号にわたって「女性の性」にフォーカスした「女性白書」をお届けいたしました。「セルフプレジャーのおとも（オカズ）」の項目では、月刊TENGA編集部メンバーで「私も同じだ！」「え、おとも（オカズ）なしは強い…！」「私はランク外ですが実はこんなものが…」など、熱い「おとも（オカズ）事情プレゼン大会」が開催されました。  
今回の号では、読んでいただいた方々に「私はこう思う」「これは私だけじゃなかったんだ」「あなたはどう思う？」と、普段隠されがちな性的話をもっとオープンにしていだけたら…という視点で、こういった会話が自然に発生しそうな項目をピックアップしています。  
編集部内のプレゼン大会のように、皆さんの中でも素敵な意見交換会が開かれたらともうれしいです！