

「世界シェアNo1*コンドームブランドのデュレックス」
2025年4月よりプロモーション活動を本格始動。
～2024年グローバルセックスサーベイデータを日本に向けて初公開～

*2023年1月-12月ニールセン市場データ 36か国のコンドームブランドの売上と市場シェアの集計結果(販売金額に)に基づく

レキットベンキーズ・ジャパン株式会社（本社：東京都品川区東五反田／代表取締役： スチュアート・ウィザビー）のセクシュアルウェルビーイングブランドのデュレックスは、2025年4月より本格的にコンドームや潤滑ゼリーのプロモーション活動を開始します。活動の第一弾として、グローバルブランドだからこそ有する、世界を対象に実施した「グローバルセックスサーベイ」という調査の結果を公開し、日本における性生活の満足度の低さへの危機感を喚起。今後は、日本のセックス満足度を改善できるようにブランドとして製品やプロモーションを通してサポートします。

世界シェア No.1 コンドームブランド(※1)デュレックスが公開する
グローバルセックスサーベイから紐解いた、日本の「性」の実態

(※1) 2023年1月-12月ニールセン市場データ 36か国のコンドームブランドの売上と市場シェアの集計結果(販売金額に)に基づく

【調査結果まとめ】

- ・日本人のセックス満足度は世界最低の23%（※2）
- ・日本人のセックス頻度も同様に世界最低
→週1回以上行う人は世界では最大87%に対し、日本は34%（※2）
- ・性について知りたいことランキング第1位は「快感の得られるセックスをする方法」（※2）
- ・96%の人がセックスをするメリットを感じている（※3）
- ・「パートナーとの関係においてセックスが重要」と考えている人は79%（※2）

<調査概要>

調査名 : グローバルセックスサーベイ
調査元 : レキットベンキーズ
調査手法 : インターネットリサーチ
対象者 : 18～97歳男女
サンプル数 : n=32,400
調査地域 : インド、ナイジェリア、フィリピン、コロンビア、インドネシアアラブ首長国連邦、エジプト、メキシコ、サウジアラビア、チリ、トルコ、ペルー、ポーランド、ベトナム、ギリシャ、中国、タイ、米国、ルーマニア、スペイン、フランス、カナダ、ドイツ、オーストラリア、マレーシア、チェコ共和国、ブラジル、イタリア、シンガポール、ポルトガル、ロシア連邦、オランダ、香港、日本
調査実施日 : 2024年5月

(※ 2) 当社調べ 2024 年 グローバルセックスサーベイ セックスアクティブユーザーn=20,610 それぞれの質問において「とてもそう思う」「そう思う」と答えた人の割合

(※ 3) 当社調べ 2024 年 グローバルセックスサーベイ セックスアクティブユーザーn=217 充実した性生活を送ることの利点についてそれぞれ回答した人の割合

(※ 4) 当社調べ 2024 年 グローバルセックスサーベイ セックスアクティブユーザーn=217 セックスについての情報源のうち、最も役に立つものと役に立たないものについてそれぞれ回答した人の割合

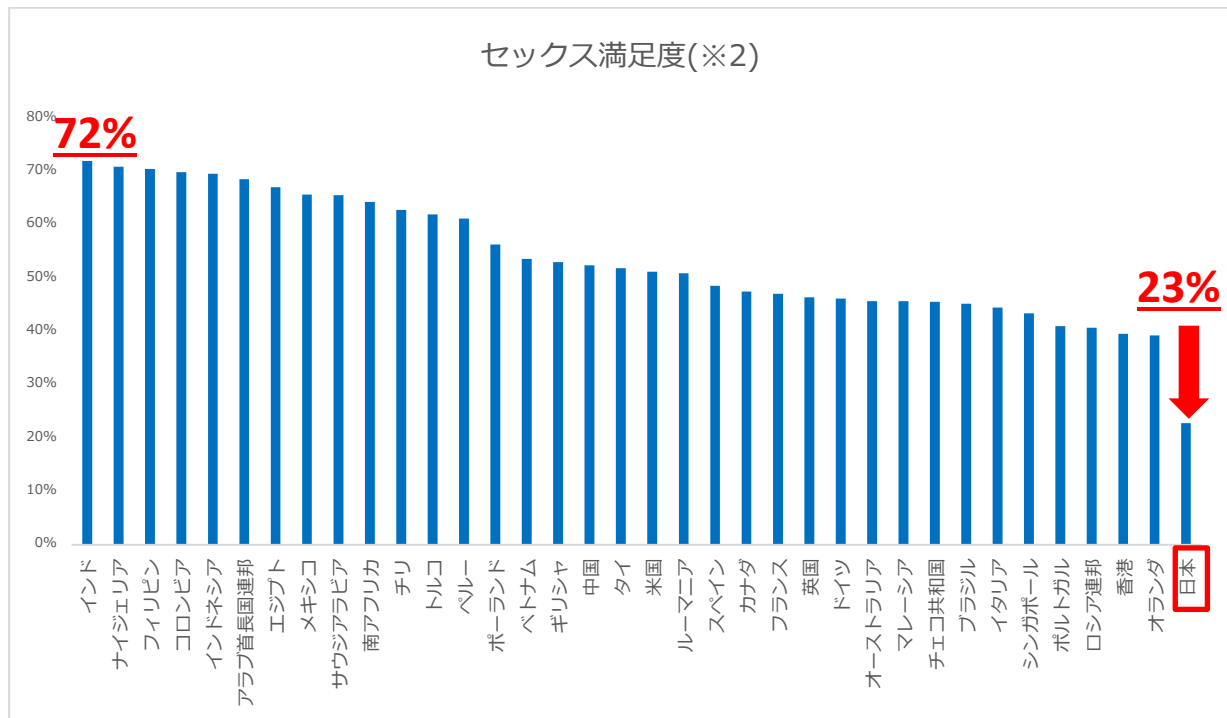
日本のセックス満足度は世界最低

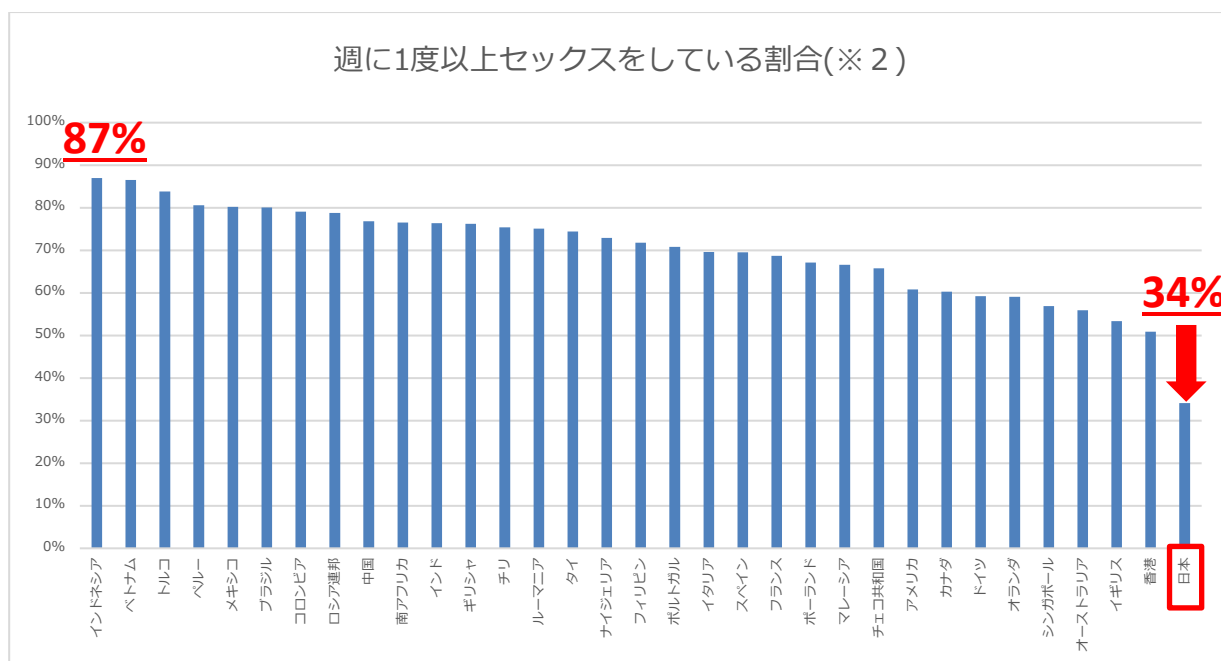
世界中では、直近セックス的満足度が上昇しており、回答者の 57% (※ 2) がセックスに満足していると答えた。

その中で日本の満足はというと、世界最低の 23%。(※ 2)

加えて、セックスの頻度についても同様の結果。世界の平均が 72% (※ 2) に対し、日本人は 34% (※ 2)。日本人の約三分の二は週に一度もセックスをしていないということになる。

この結果から、現状日本人はセックスについて積極的ではないということがわかる。





日本人は実はセックスに対して前向きにとらえている？

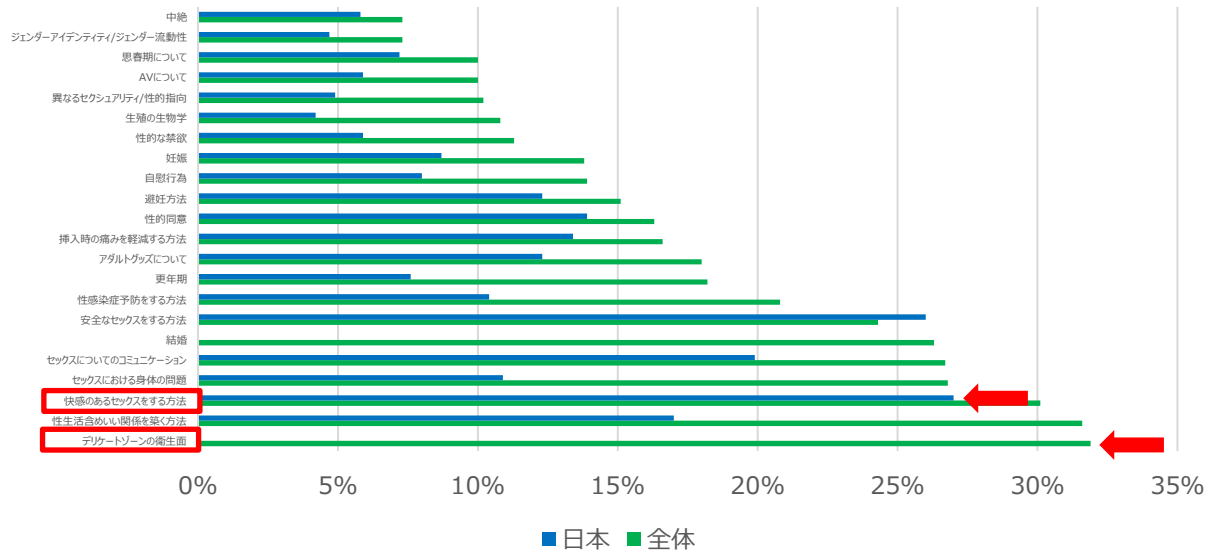
日本人はセックスについて積極的ではないと記した一方で、日本人がセックスに興味を持っていることもわかっている。「性について知りたいこと」という問いには、世界で最も票が集まった選択肢は「デリケートゾーンの衛生」に対して、日本人は「快感のあるセックスをする方法」が第一位に（※2）。

また、いいセックスをするメリットについては、「幸せに感じる」「ストレスが減る」「自分に魅力を感じる」など 96%（※3）の人がセックスに対してポジティブに捉えていた。

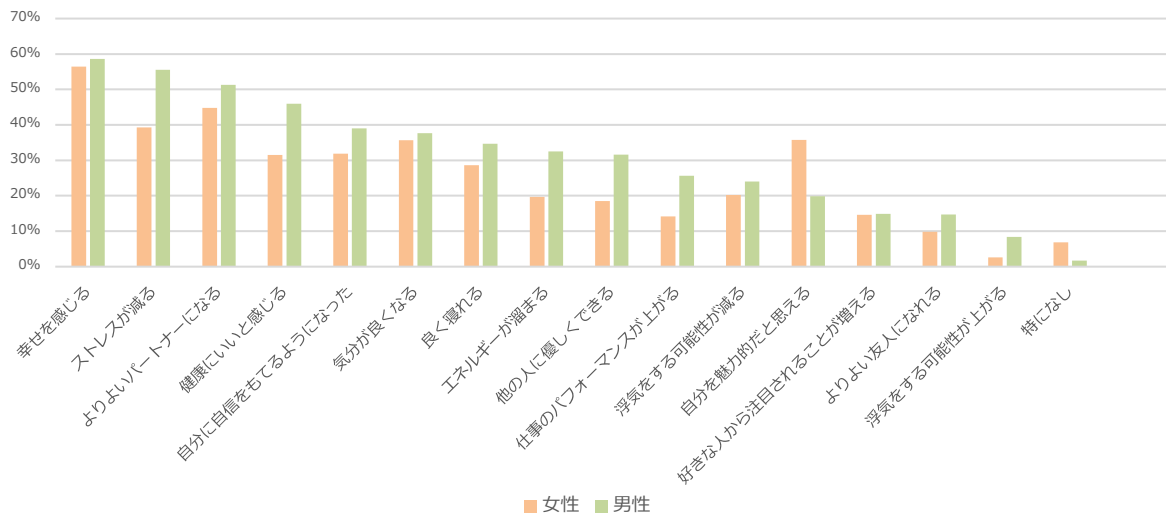
加えて、パートナーとの関係においてセックスが重要だと回答する日本人の割合は世界平均よりも高い結果。（世界平均は 77%、日本は 79%）（※2）

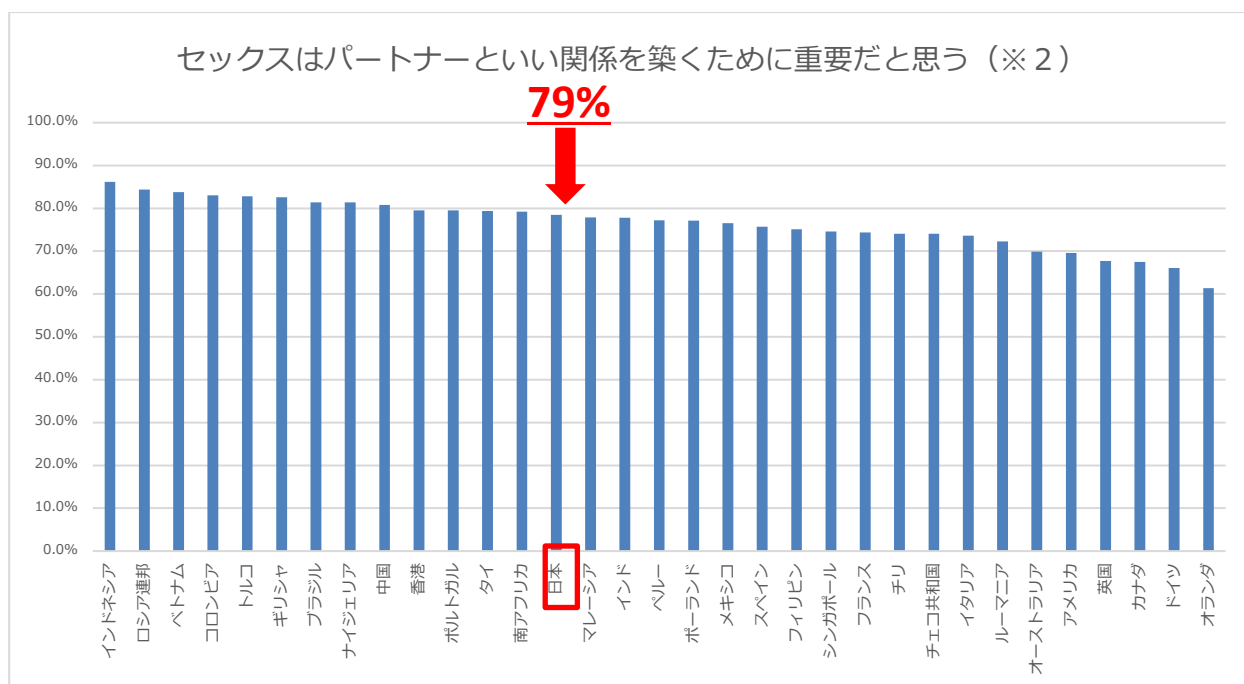
日本人はセックスの現状には満足できていないが、潜在的にはより満足できるセックスを求めている・必要性を認識している。

知りたいこと（※2）



良いセックスをすることでベネフィットに感じること(※3)





日本のセックス満足度の低さは情報及びコミュニケーション不足が原因？

セックス満足度のバリアになっているのは「情報不足」及び「パートナー間のコミュニケーション」。

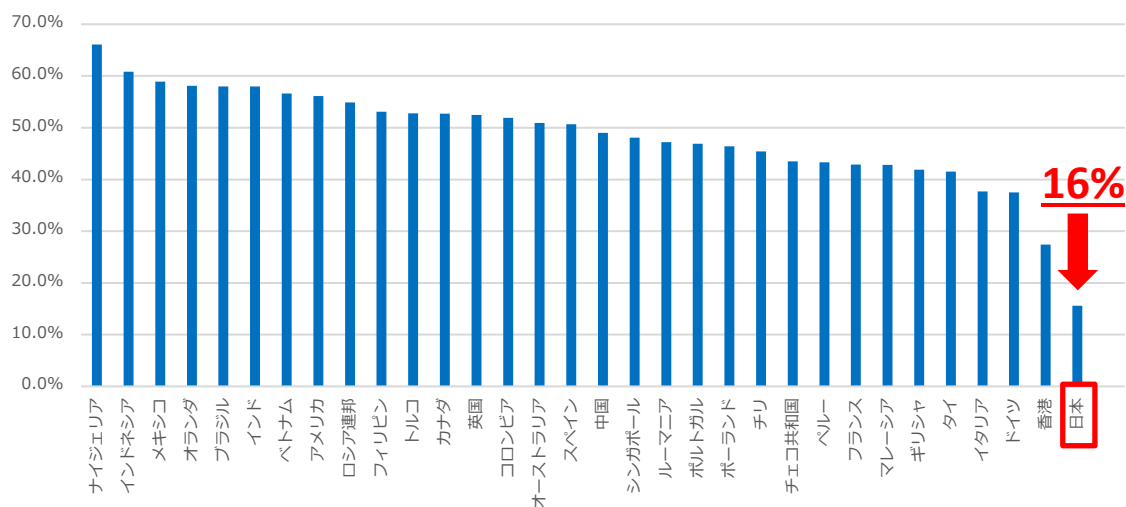
セックスについての情報が足りていると思う日本人の割合はたったの 16%と、再び世界最下位。（※2）

参照にしている情報源は、1 位ネット検索、2 位アダルトビデオ、3 位友人 であり、「パートナー」と回答している人の割合はたったの 6%（※4）。また第三者機関による有益な情報提供の場が、現在日本ではあまり見受けられない。

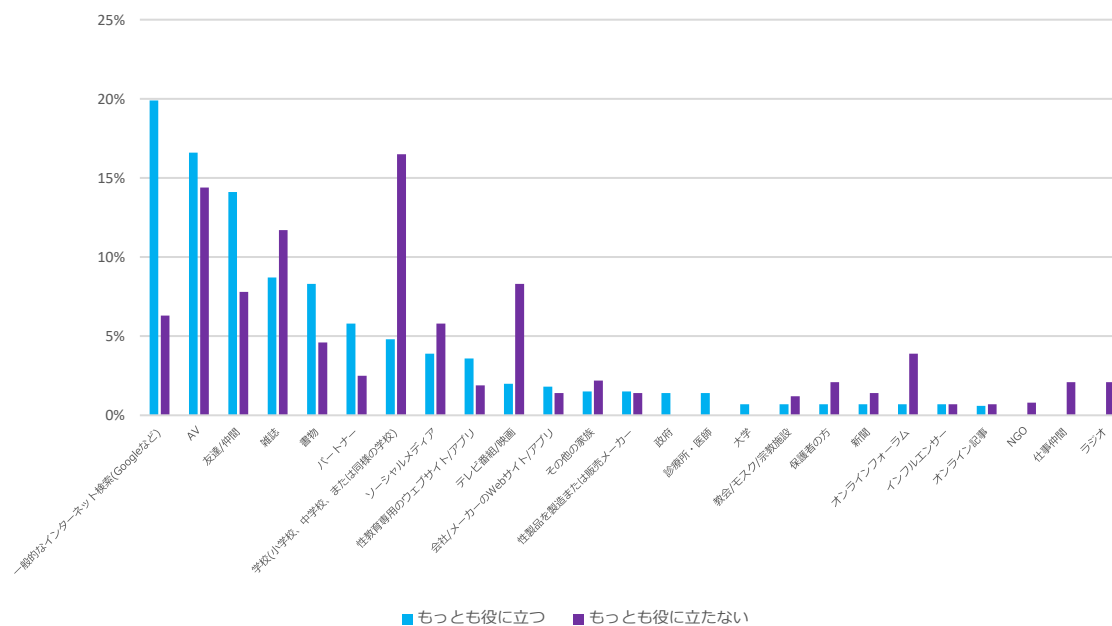
実際に、パートナー間でセックスについて会話ができている人の割合は日本人では 17%（※2）であり、情報源が足りないという割合と同様に低い結果である。

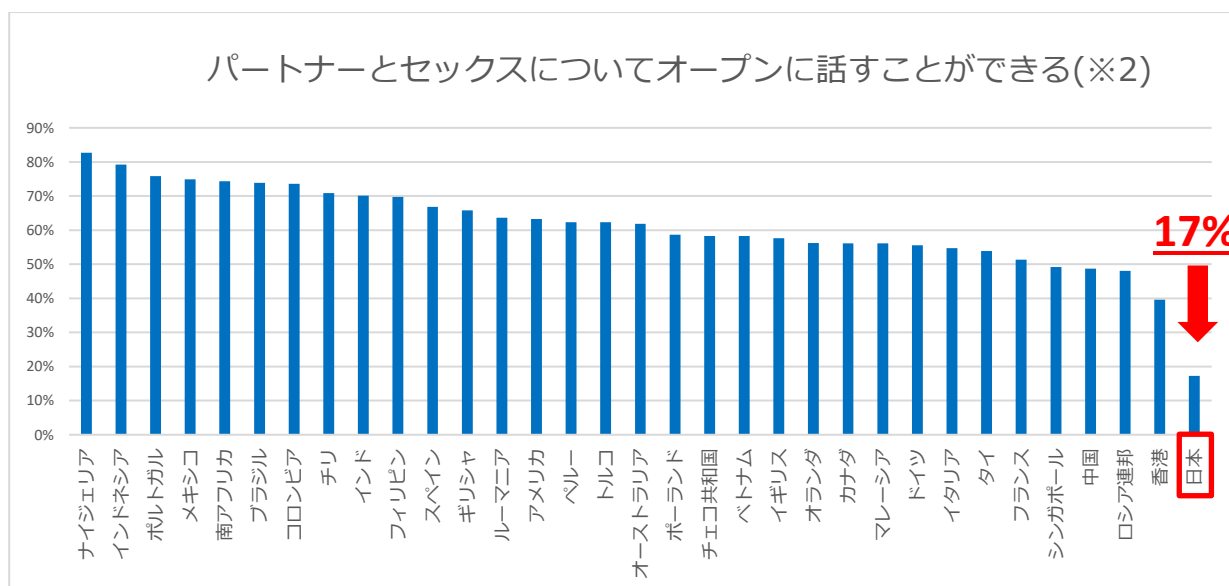
より満足できるセックスをするためには、パートナー間でのコミュニケーションおよび正しい知識の啓蒙が必要だが、現状は行き届いていない。

セックスを楽しむめ十分な情報がある(※2)



セックスについての情報源のうち、最も役に立つものと役に立たないもの





■デュレックスの取り組み

デュレックスは、セックスについての課題に対し、日本の皆様がより充実した性生活を送れるよう、以下の取り組みを進めてまいります。

- **製品ラインアップの強化**：多様なニーズに応える製品を提供し、より充実した性生活をサポートします。
- **コミュニケーション促進**：パートナー間のオープンなコミュニケーションを促すために、会話のきっかけとなるようなプロモーションを展開し、関係性の向上を支援します。2025 年 4 月よりプロモーション活動内容は順次公開予定。
- **性教育の推進**：正しい性知識の普及を目指して情報発信を強化します。

■デュレックスについて

デュレックス (durex) は1915年英国生まれ、世界150カ国で販売されている世界シェアNo.1*コンドームブランドです。 *2023年1月-12月ニールセン市場データ 36か国のコンドームブランドの売上と市場シェアの集計結果(販売金額に)に基づく



ブランド名は、「durability (耐久性)」「reliability (信頼性)」「excellence (優秀さ)」の頭2文字の造語です。欧州で最初のラテックス製のコンドームメーカーで、コンドームの世界市場の約4分の1を占めています。「全ての人が良いSEXをすべき」という考えを基に、日本での愛と性のさらなる向上に貢献できればと、満を持してプロモーションをローンチいたします。