

いい夫婦の日（11月22日）直前！イマドキ夫婦の寝室コミュニケーション事情が判明！

約6割の新婚夫婦が理想とは違う性生活を送っていた！？ 理想のSEX頻度は〇日に1回！大事なものは量より質・・・？

『ゼクシィ』1月号特集「新婚夫婦“夜”のお悩みSOS」にて公開

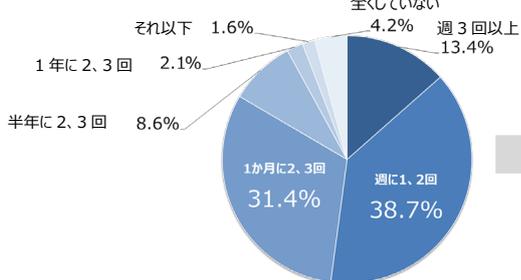
株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（本社：東京都品川区 代表取締役社長：山口 文洋）が企画制作する結婚情報サービス『ゼクシィ』1月号（2018年11月22日発売）は、新婚の男女618名に調査した夫婦コミュニケーションのための特集記事「新婚夫婦“夜”のお悩みSOS」を掲載しますので、概要についてお知らせします。

11月22日といえば「いい夫婦の日」。夫婦円満策のひとつとして「寝室コミュニケーション」も欠かせない要素です。しかし、恋人から夫婦へとアップデートしたばかりの新婚ホヤホヤのふたりでさえ、夜の悩みはついてまわるもの。そこで今回は、気になるけど相談しづらい「性生活事情」について、イマドキ夫婦のリアルな意見を調査いたしました。

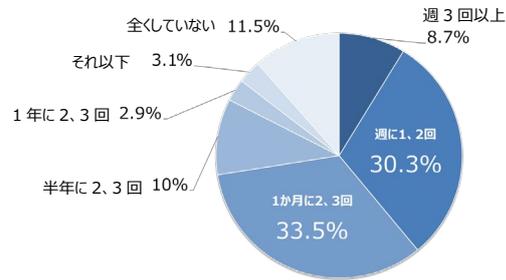
■結婚前後で週1回以上SEXしている夫婦は13.1pt減！新婚夫婦の理想のSEX頻度は8日に1回！

新婚夫婦に現在のSEXの頻度を聞いてみると、「1か月に2、3回程度」と答えた方が最も多い結果となりました。また、結婚前後でSEXの頻度を比較すると、「週1回以上」と答えた方の割合が結婚前は半数以上に対し、現在は13.1pt減の約4割と新婚夫婦としては意外な回答が得られました。また、理想のSEX頻度を聞いてみると、中には「毎日」という濃厚な答えもありましたが、全体平均では「8日に1回」という数値に。それにより、約6割の夫婦が理想の数より少ない性生活を送っていることがわかりました。

▼結婚前のSEX頻度（N=618/SA）



▼結婚後のSEX頻度（N=618/SA）

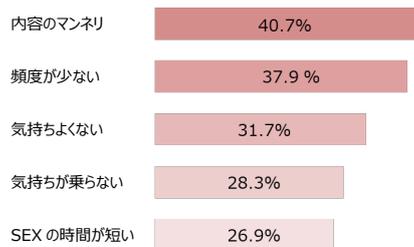


■新婚夫婦の23.5%は性生活に不満あり。気になる不満理由は回数より内容だった！

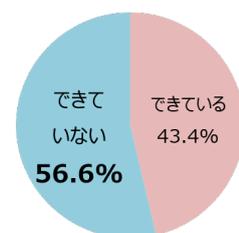
同様の調査では、パートナーとのSEXに対して23.5%が不満を抱いていることがわかりました。そこで、理由をひも解いてみると「内容のマンネリ」が4割以上の票を集め、1位という結果に。夫婦間における理想回数のギャップが上位にイメージされがちですが、実は回数よりもSEXの内容に不満を抱えているようです。さらに、今回の調査で花嫁のみのデータを抽出した際、「セックスレス」と感じている方は3割にも満たず、2年前の数値よりも割合が10pt近く減っていたことも、量より質を重視していることが言えそうです。

一方、現状のお悩みに対して、前向きに行動できていない方が半数以上いることも明らかに。そこで今回『ゼクシィ』の特集記事では、不満理由の上位を「はいはい、いつものパターンですね症候群」「慢性いつでもお疲れ症候群」など、皆さんが陥りがちなパターンに分け、それらの解消法やリアルな声を掲載いたしました。いい夫婦の日を前に、恋愛カルテとしてご覧になってみてはいかがでしょうか。（一部データは次ページご参照）

▼パートナーへの不満ベスト5（N=618/MA）



▼現状の性の悩みに対して前向きに行動しているかどうか？（N=618/SA）



【本件に関するお問い合わせ先】

https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

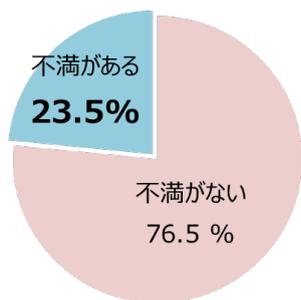
リクルートマーケティングパートナーズはこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにない、出会い。」を届けることを目指していきます

■ 調査概要

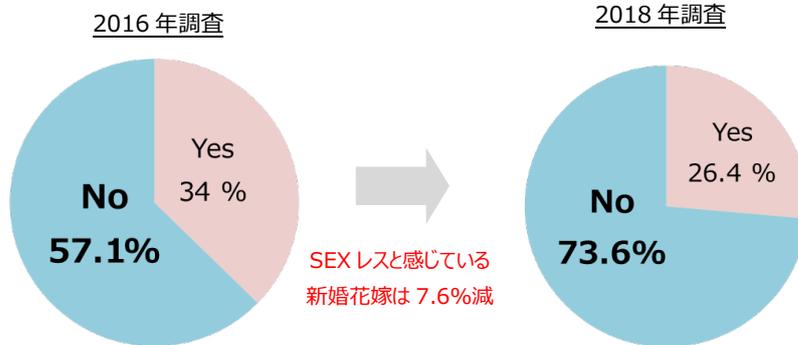
調査方法：インターネットリサーチ
 調査機関：2018年9月7日（金）～2018年9月8日（土）
 調査属性：配偶者と同居1年目の男女
 調査人数：618名（男性：103名、女性：515名）

■ 参照データ

▼パートナーとのセックスに対する満足度は？
 (N=618/SA)



▼現在 SEX レスだと思いますか？ (N=515/SA)



■ 『ゼクシィ』1月号（11月22日（木）発売）

【付録】

- ・びかびかすぎる☆キキ&ララのおそうじモップ

【別冊付録】

- ・結婚式の常識・しきたり・マナーBOOK【保存版】
- ・“ゲーム感覚”でできちゃう二人三脚 結婚準備ダンドリBOOK
- ・誰でもカンタン 手作りアイテムブック

【記事特集】

- ・新婚夫婦“夜”のお悩み SOS
- ・結婚式のお金「掛け」「削り」ベストアンサー大発表
- ・後悔しない！会場探し&見積りのもらい方
- ・歩く姿までかわいく残す 花嫁ドレス30

