

15%にならないための方法

～晩婚化と非婚率アップの対策についての考察～

1140417 岡本 千温

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

1970年前後の第二次結婚・ベビーブーム、それから20年後の1990年前後に再び起こった第三次結婚・ベビーブーム以降、婚姻率は減少する一方で、離婚率は伸び続けている。

1975年頃までは、25～29歳の女性の5人に4人が結婚し、女性の多くが20代までに結婚することが一般的であった。だが近年では結婚適齢期真っ只中である25～29歳の未婚率の割合が、1975年に20.9%であったのが2010年には60.3%と、約39%も増加している。未婚率が上がると同時に、非婚化・晩婚化もスタートし、男性に至っては71.8%で、約7割の人が未婚であるという現状である。このような現状を生んだ要因には、非雇用者の増加による収入格差の増大や、女性の社会進出が当たり前となり、独立したライフスタイルが確立したこと、経済的余裕により結婚の必要性がなくなってきたこと、独身主義者の増加や自由恋愛の浸透、交際期間の拡大などがある。

では、非婚者が多くなってきているということは、結婚したいと思う人が減ってきているのかというところではないのが問題である。結婚したいのに未婚のままの人が格段に増えてきている。結婚に前向きでありながら、今の若者の25%以上が一生結婚しないだろうと予測されている。

最も結婚できる確率の高い20歳～35歳の男女をターゲットとし、結婚に関する現状や問題点、そして結婚観の変化を問いながら、高知県の「街コン」に焦点を当てて、今後どのように「街コン」を浸透させるのか、またそれによりどうやって社会問題解決に導けるのが課題である。

2. 背景

日本の年間の出生数は、「団塊の世代」と呼ばれる第1次ベビーブーム期以降の出生数の減少により1960年代後半まで低下を続け、総人口の約4分の1となった。その後、「団塊ジュニア」と呼ばれる第2次ベビーブーム期の出生数の増加により若干増加したが、1980年代後半から再び減少傾向となり、1997年には、年少人口が高齢者人口を下回ることとなった。

どんどん加速していく高齢化にむけ、それを支える若者を増やすことが懸命ではないか。政府は育児の資金援助や休暇など少子化のための対策は様々打ち出してきている。だが、結婚に関する対策があまりにも少ない。昨年になりようやく結婚・妊娠・出産支援の「3本の矢」で推進をしていくと発表されたが、あまりにも遅い対策だと感じる。いくら出産しやすい環境を整えようと、婚姻率が上がるわけではなく、もちろん出生率も上がるはずがない。この問題に対して①「結婚支援」の強化②若者の意識を変える、この2つを解決策として提案する

3. 目的

本研究では、若者の婚姻率を上げることを最終目標としている。そのために高知県の「街コン」を題材とし、若者の意識改善、街コン開催の継続性と新しい戦略を提案する。

4. 研究方法

本研究は、はじめに、結婚に関する社会問題とされている未婚化・晩婚化・非婚化の現状、結婚

観を、文献を用いながら整理していく。そして同時に、婚活市場の現状・問題点を整理することで、ターゲット層を定め「街コン」を題材にしたアンケート調査を実施。若者の街コンに関するイメージ、そして知名度を調査し、文献調査やヒヤリングを行いながら未婚率向上の手段を検討する。

5. 結果

5-1 結婚に関する現状

「総務省国勢調査」の未婚率をみていく。先ほども述べたように、未婚率は年々増加してきている。その中で注目してほしいのは年齢である。男性を見てみると、2010年の25～29歳は71.8%、30～34歳では47.3%、35～39歳では35.6%の割合で未婚という結果である。2010年の女性の未婚率は、24～29歳では60.3%、30～34歳では34.5%、35～39歳では23.1となっている。

男性の20代前半の未婚者が20代後半までに結婚できる割合が約23%、20代後半の未婚者が30代前半までに結婚できる割合が約24.6%、30代前半の未婚者が30代後半までに結婚できる割合が12%、そして30代後半の未婚者が40代前半までに結婚できる割合が6.7%といわれている。一方、女性の20代前半の未婚者が20代後半までに結婚できる割合が約30%、20代後半の未婚者が30代前半までに結婚できる割合が約26.6%、30代前半の未婚者が30代後半までに結婚できる割合が10.9%、そして30代後半の未婚者が40代前半までに結婚できる割合が5.8%となっている。

30代前半を過ぎると劇的に結婚できる割合が減っている。30代になって結婚したいけれど結婚に踏み切れないのは、社会の変化と共に結婚の必要性が見出せなくなったことが大きな理由であると考えられる。

NHKが行った「日本人の意識調査 結婚観の推移」によれば、人は結婚するのが当たり前だと考

える人が1993年に44.6%であるのに対し、2008年には35%に減少。必ずしも結婚する必要はないと答えた人が1993年に50.5%であるのに対し、2008年は59.6%に増加している。これを踏まえて考えると、結婚はあくまでも人生の中の選択肢のひとつだという考え方が増えてきている。

未婚化や晩婚化の傾向は就活が活発化したのとはほぼ同時期の1975年からスタート。1975年以降では平均初婚年齢は上がってきているが、一方で10代20代の「できちゃった婚」も増え、結婚年齢にばらつきがでてきた。必ずしもある程度の年齢になると結婚できる環境ではなくなったということである。就活をしないと就職できないのと同じで、「婚活をしないと結婚できない時代」が始まったのはこの頃からである。恋愛や仕事を選択ができるようになり、自由で住みよい社会になったと感じられるが、「自由な社会」であり、だがそれは「思いどおりにならない社会」とも言い換えることができる。

この結果からわかることは、「男女ともに30代前半(34歳)までに結婚できなければ、その後結婚できる確率は限りなく少ない」というわけである。まだまだと思っているとあっという間に結婚から遠くなってしまうという結果を生む。

5-2 結婚支援サービス

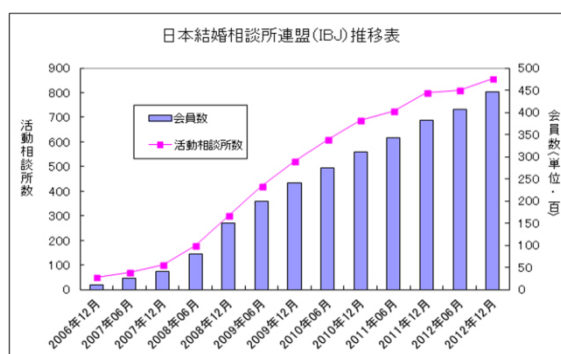
結婚情報サービスには、お見合い仲介人・データマッチング型・インターネット型の3つのタイプに分けることができる。

では、結婚支援サービスを行う事業はどのくらい存在しているのだろうか。現在、多くの自治体において結婚支援事業が実施されている。2010年に内閣府が行った調査によると、事業を実施している自治体は31の都道府県にのぼり、6割以上のところで実施されているといえる。結婚支援事業の市場規模は、売上高が約500～600億円、事業者数が約3700～3900社(ネットによる結婚情報サ

ービスも含めると約 6000 社) あり、その中で約 7 割が個人経営である。会員数は約 60 万人で、日本結婚相談所連盟が行った「結婚相談所登録人数の推移」を見てもどんどん浸透していることがわかる。男女比は数年前まで 6:4 だと言われていたが、現在では男女比は逆転し 4:6 である。男性が多い市場だったが、今では女性が上回っており、どれほど結婚に関し深刻な時代がきたかわかる。

結婚支援事業を実施している 31 都道府県のうち 71%の事業において 200 万円以上の年間予算が計上されているものの、事業に対する自己評価としては 3 割が「効果が中程度」と回答している。

資料 1 結婚相談所登録人数の推移



現在多くの若者が求める「恋愛結婚」に対し、時代と共に減少してきた「結婚情報サービスを利用しての結婚」をどのような理由から抵抗感を持っているのか、結婚情報サービス協会加盟会社で活躍中の会員（20～40歳の独身男女）へアンケート調査を実施。その結果が次の7つである。

- (1) お金・費用がかかることへの言及 29.2%
- (2) 人に知られること・恥ずかしさへの言及 28.7%
- (3) 他社に頼らない、自然な恋愛結婚願望への言及 26.6%
- (4) 魅力のなさなど、他の会員に対する不安への言及 13.1%
- (5) 結婚情報サービスそのものへの不満や不信への言及 11.9%

- (6) 結婚出来るかどうかという不安への言及 8.4%
- (7) プライバシー、情報漏洩の不安に対する言及 5.8%

この結果から、結婚情報サービスが抱える困難の背景には、2つのジレンマがあるということがわかった。それはお金を支払い、他者の介入を受けることを「恋愛結婚」と捉えていないために、入会してもしなくても「恋愛結婚」が得られないということ。もう一つが、他の会員を「結婚出来ない人」と認識してしまい、同じサービスを利用している自分のプライドを保持することとの間でジレンマに陥っていた。結婚情報サービスは「救済的意味」を持っていると認識されるために、逆に救済の意味が減じられていた。そこから、恋愛結婚が「自分の力で相手を見つける」という形で捉えられており、「自由な恋愛結婚」が強制されているという皮肉な状況が浮かび上がった。

5-3 結婚観の変化

結婚には大きく分けて2つある。それはお見合い結婚と恋愛結婚である。お見合い結婚とは、男女と、その2人を取り持つ世話役人でお見合いを行い、結婚することである。一方恋愛結婚とは、友人の紹介で知り合い結婚することや、学校や職場で出会い付き合ってから結婚することであり、現代の9割がこの形である。恋愛結婚とお見合い結婚の割合をみていくと、1930年代は恋愛結婚が13.4%でお見合い結婚が69%を占めていたのに対し、1960年半ばから突如恋愛結婚しか結婚ではない考える傾向がみられるようになり、恋愛結婚数が逆転している。そして、1980年代ごろから知り合ってから結婚するまでの時間が長くなったことで、別れる確率も高くなった。1970年代以降初婚率の減少に占める割合は、見合い結婚の減少が5割、職場での出会いを通じた結婚の減少が4割近くを占めている。1995年以降になるとお見合い結婚は7.7%まで減少し、一桁をたたき出した。

では、なぜ恋愛結婚が増えると婚姻率が下がってきてしまうのだろうか。以前までの恋愛事情では、周りに出会わせてくれる人がたくさんいたことで、自動的に出会うことができていた。お見合い結婚が多かったことも含め、出会いのきっかけが少なかったことや交際期間が短かったことも婚姻率が高かった時代の特徴である。

5-4 ターゲット設定と課題・目標

結婚に関して様々な視点で現状を述べてきた。これらの結果分かったことは、「30代前半までに結婚を決めておかないと生涯結婚できない割合が高くなる」「20代から30代前半までがキーとなる」「お見合い結婚を増やせば婚姻率はあがる」ということだ。つまり「20歳～34歳までの未婚者のお見合い結婚を増やせることができたなら、婚姻率の上昇・晩婚化や少子高齢化の歯止めにも繋がる」ということである。

よって筆者は、20代から30代前半の結婚率上昇を目指し、そのための対策を①「結婚支援」の強化②若者の意識を変える この2つを提案する。

結婚したいという気持ちは昔と変わらず、もともと過半数の人が持っている。では「結婚支援サービスをもっと若者むけに」といっても、今では若者のための街コンがたくさん開催されており、人気も上々だ。

そんな街コンをもっと多くの人に活用してもらうことはできないだろうか。街コンとは、一般的な合コンとは違い参加者が多いのが特徴である。小ささまざまだが、少なくとも100人単位、多くて1000人単位のイベントで、年齢別や趣味別などのイベントを行うなど、企画のバリエーションも多い。

街コンを行っている企業の例として、高知県で「ヨサコン」のイベント運営を行っている、株式会社 TREE7 をみていく。週に3、4回全国のいろいろな地域で開催しており、都内だと中目黒、三軒

茶屋、下北沢など、地方だと盛岡、山形、高知で行っている。高知県で行われているヨサコンとは、ひとつの街を舞台に、数百人規模で出会いの場を提供するイベントで、参加者は同性の二人一組で事前にWebサイト上で申し込みをして、当日はイベント対象の数店舗のお店を自由に行くことができる。3時間半～4時間の『飲み放題食べ放題』で、街コンの平均相場は男性6500円前後、女性は4000円前後で、高知県で行われる「ヨサコン」は男性5,800円、女性4,200円で、参加予定者数は男女共に300名ずつである。若者が参加しやすいよう低価格で、且つ多くの人と交流しやすいように工夫されている。今まで行われたヨサコンの参加人数は約400人前後だが、最近行われたヨサコンでは100名ほどの実績となっている。

街コンのメリットは「5-2 結婚支援サービス」で話した結婚支援サービスに対する抵抗感であげられた7つの項目に当てはまらないことだと考えられる。

一番意見の多かったのが「お金・費用がかかることへの言及」である。だが、街コンは費用が低価格であるため、金銭的負担も少なく、また「お金で恋愛を買っている」という感覚よりも、「食事代を出して、その場のオプションで出会いがってくる」程度の感覚になれる。そして、ヨサコンの場合で考えると、同姓とのペアでの参加が義務付けられているため、友人と一緒に参加でき、恥ずかしさも少なく、日常的な感覚で出会える。また、規模も大きくたくさんの人と出会え、自分のペースで行うことができる。

若者が変わるためにも、結婚しやすい環境づくりを目指すことがこの論文での課題であり、その中で若者の意識も変えていく。「若者の婚姻率をあげる」という目標を達成するために、高知県に視点を置き、メリットの多い結婚支援サービスである「街コン」を利用していく。

5-5 高知県の現状

高知県の2010年の全国の年齢別未婚率調査では、男性25～29歳が71.8%、30～34歳が47.3%、35～39歳が35.6%。女性が25～29歳が60.3%、30～34歳が34.5%、35～39歳が23.1%という結果である。その中で「高知県20～30代男女の年齢別未婚者の割合」をみると、未婚率の割合は全国平均と同じとなっており、違うのは女性の30歳を過ぎてからの未婚率の割合が、高知県平均の方が高いということである。だが、生涯未婚率は男性全国4位で22.13%、女性全国6位で12.40%と、かなり高く、初婚年齢も男女共に全国10位前後とても深刻な状況にある。また、「全国と高知県と高知市の婚姻率の比較」を見てみると、平成6年に全国平均が6.5%弱であるのに対し、高知県は5.5%にも満たない。平成21年には全国平均が5.5%なのに対し、高知県は4.5%弱という結果にある。

では、高知県の街コン事情はどうなっているのだろうか。自己調査によると、昨年高知県で開催された8回の内5回は街コンの例として出した「ヨサコン」である。その他3つは、「街コンMix」「街コンコネクト in 高知」「ガチ魂 in 高知」で、いずれも20歳から39歳までの200名から400名の男女が対象である。街コンポータルサイトで全国の街コン開催について知ることでできる手段はあるが、高知県で調べると出てこないサイトが多い。

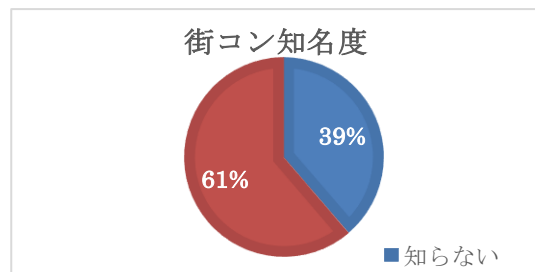
結婚相談所へ登録して出会いを求めるとなると、大小さまざまだが、何十万円という多額の入会金や会費が発生する。今回は若者がターゲットであるため、高い費用や恥ずかしさが伴う本気の婚活はNGである。では、今後高知県はどのような対策をとらなければならないのだろうか。

6. 結果

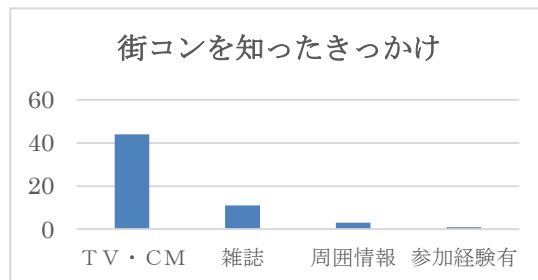
筆者は、20歳から34歳までの男女80人に「街コンに関する調査」として全10項目のアンケート

を実施した。アンケートの回答者の男女比は約3:7となっている。年齢は20代前半がもっとも多く、半数を占めており、その次に20代後半、そしてもっとも少ないのが30代前半である。

次に、「街コンをご存知ですか」という問いに対し、知っていると答えた人は74%、知らないと答えた人が26%という結果となった。知名度は想像以上に高いと言える。だが、合コンという言葉はわかるが、「街コン」という言葉になるとまだまだ知らないという人の割合が多い。近年では「〇〇コン」「〇〇お見合い」など、様々な業種別やイベント方法で婚活パーティーが開催されており、ニュースなどで耳にすることも多くなってきた。また番組でもお見合いが取り上げられ、番組で募集した男女100人ずつの大規模なお見合いが行われていたりする。その結果、お見合いのイメージや身近さは変わってきているが、街コンにはまだ馴染みが少ない。

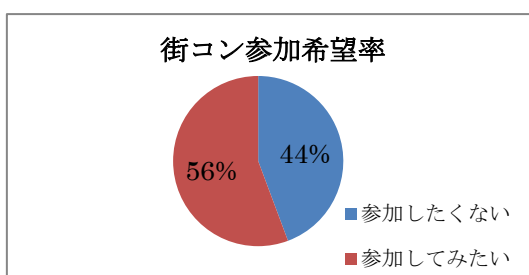


街コンを知っていると答えた人61%いるなかで、「街コンをどこで知ったのか」という質問をしたところ、テレビやCM・雑誌による情報源が多いことがわかった。やはり先ほども説明した通り、未だ浸透していないが為周りからの情報で知ったと答えた人はひとりもいなかった。



今回調査した中で、街コンに参加したことがあると答えた人はわずかひとりしかいなかった。その方は高知県で参加したとのこと。高知県には街コンの開催も他県に比べて少ない。その方が参加した街コンは、高知県で唯一定期的にイベントを行っている株式会社TREE7の「ヨサコン」である。昨年の6月22日に行われたイベントに友人4人と参加。行ってみると婚活という堅苦しいイメージは一切なく、飲み会の一環での出会いという感じで、参加しやすい印象を受けたそうである。ヨサコンは人数が多ければ多いほど割引され、学生割りなどもあり、若者が参加しやすい工夫がされている。

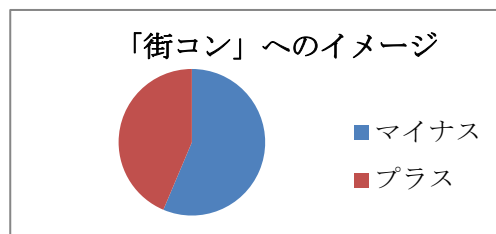
一方、街コンに参加したことがないと答えた人(79名)に、街コンの説明を行ったうえで参加してみたいと思うか質問をしたところ、参加したいと答えた人は半数を超えた。



街コンの説明を行う際に、同姓ペアでの参加が義務付けられていることや、街の数軒の居酒屋を貸し切り行うことを強調した。これが筆者の考える街コンの強みであり、また皆さんが知らない部分であると考えたからである。また、「街コンに参加したいと思うか」という質問ではなく、「街コンに参加してみたいと思うか」としたところも工夫の一つである。なぜなら、参加したいという言い方よりも、参加してみたいと問うことで答えやすいという部分と、まずは参加してみたいと感じてもらおうのが目的だからである。結果、参加してみたいと感じた人が半数を超えたことで、街コン市場がこれから工夫一つで、更に市場拡大できる

可能性があるといえる。

次に、街コンに対するイメージを調査した結果をプラスの印象とマイナスな印象に分け、割合を出した。「たくさんの人と会おうきっかけ」「楽しそう」「若い人多そう」「何軒も回れてお得感がある」「気軽に仲良くなれそう」というように、プラスの印象を持っている人が、約4割、「独立しそう」「一部で固まってしまうそう」「人が多すぎて大変そう」「ガツガツした人多そう」など、マイナスな印象を持っている人は約6割という結果になった。



最後に、街コンに対する不安点を調査した。すると、「孤立してしまわないか」「モテない人ばかりではないのか」「金額は高いのでは」「良いと思っても声をかけにくそう」などの意見が特に多かった。

ここでアンケート調査をまとめてみる。街コンの知名度は半数以上の約6割を占めていることから知名度が著しく低いわけではない。だが、街コンを聞いたことがあるというだけで、詳しい内容を知っているのかというところとそうでないという人がほとんどである。知ったきっかけも8割ほどの人がメディアの情報によるもので、街コンの説明のできるほどの知識はもっていない。また、街コンに行ったことがあると答えた方が、80分の1人しかおらず、周りからの口コミが見込める確率は少ない。

街コンに参加してみたいと思うと答えた人は半数を超え、想像以上の結果となった。だが、街コンへの参加イメージはマイナスな印象が約6割

を占めており、街コンへの不安も多く、街コンを知らないことが原因の不安が最も多いことが判明した。これらの結果から、提案する対策案が以下である。

6. 対策と提案

目標：イメージ・知名度をあげる

継続的なイベントにする

現状：「街コン」という名前が独り歩きしている

飲食店の協力が少ない

課題：もっと多くの人に「街コン」事態を知ってもらう・飲食店の新規顧客獲得に繋げる

①知名度をあげる

・PR方法 若者が集まる大学やコンビニ、カラオケ店での広告宣伝

・HPの記載方法 ペア参加を強調する
過去に開催された街コンの風景写真を記載
参加者の年齢層を記載

②ステップアップ式の婚活提案

・ステップ1 街コン
婚活に関する印象を改善させる
参加しやすさアピール

・ステップ2 婚活パーティーへ参加
自社で街コンから婚活パーティーまで運営。もしくは、高知県や法人会が主催するパーティー推進

③協力店の新規顧客増加

・街コンで出会った男女2人が次回来店したときのサービス

まず、課題としてあげたのが「イメージ・知名度をあげる」「継続的なイベントにする」この二つである。アンケート調査の結果でもいったように、街コンに対し不安やマイナスのイメージが多いのは、「街コン」という名前だけが独り歩きしている

からである。これでは街コンを開催しても集客数は見込めないし、飲食店の協力も得られず、高知県での開催は浸透することができず継続的なイベントにすることもできない。飲食店の協力は開催するにあたって必要不可欠なもので、参加者が少なれば飲食店へのメリットも少なく、イメージや知名度の向上は街コン市場の絶対的な課題であるといえる。「もっと多くの人に「街コン」自体を知ってもらう」「飲食店の新規顧客獲得に繋げる」この課題をクリアするために考えた対策が次の4点である。

一つ目が、知名度をあげるためのPR方法を変えることである。婚姻率をあげるためにターゲットとして置いた、20歳～35歳が集まる場所と考えられる、高知県各地の大学やコンビニ、カラオケ店での広告宣伝。参加者として少ない女性が友人同士でよくいくカフェや雑貨屋、また居酒屋での広告宣伝を行う。

二つ目に、HPの改善である。街コンを行う企業のHPを見ていると、どれも味気がないものばかりである。改善策として、筆者がこの研究を進めるにあたって街コンの強みであると感じたペア参加を強調。わかりやすいよう過去に開催された街コンの風景写真の記載や、街コンによっても異なるであろう参加者の年齢層を記載するようにする。

三つ目が、ステップアップ式の婚活提案である。ステップ1として、街コンでまず、婚活に関する印象を改善させ、参加しやすさを全面的にアピールする。そしてステップ2として、街コンよりもより合コンらしい婚活パーティーへ参加することを提案する。同社で街コンから婚活パーティーまで運営することで、参加者へ安心感を持ってもらえ、且つ真剣に結婚を考えている人の集まりであることから、成功率も高くなると考えられる。

そして四つ目が、協力店の新規顧客増加のために、街コンで出会った男女2人が次回来店したと

きのサービスや得点を設け、より街コン参加者によるリピーターを固定させることを目指す。街コンで店舗を提供したことでリピーターを増やせたとすると、また新たな協力店が増え、街コンを開催する企業も再びイベントを開催し易くなる。イベントの開催についての改善だけでなく、イベント後のケアをプラスさせることでより街コンへ参加しやすくなり、また抵抗感も減少させることができ、メリットも増えると筆者は考えた。そうすることで参加店はイベント参加により新規顧客を獲得する可能性が高まり、そしてイベントそのものも継続することによって徐々に資金が潤沢になっていく戦略である。

7. 今後の課題

街コンを開催することは高知県の町おこしのきっかけにもなる。そして前半でも問題としてあげた、少子高齢化・晩婚化・非婚化・未婚化の回復への一歩となる可能性を秘めている。上記の対策案を街コン開催も少なく、社会問題が深刻化している高知県で活用することで、今後過疎化の進む地方都市での活用も可能である。最初に解決策として①結婚支援の強化②若者の意識を変えると提示した。1つ目はこれまでで解決策を提案したが、問題は2つ目である。

危機感がなければいくら街コンの知名度が上がって、楽しそうだと思ってもらえてもその先は見えない。まずは現代の婚姻率・非婚率・未婚率の現状を伝える手段をとらなければならない。例えば、TBSで放送されている「もてもてナインティナイン」という合コンを行う番組など、TVCMで現状を伝えていくことがこれからは必要である。

本論文の題名でもある「15%にならないための方法」はなんなのか。それは結婚に関する現状を知り、考え、行動することである。現状を知り理解しただけではなく、そこで自身と向き合い、考

え、そしてその答えを行動に移すことが求められる。現状を知り、別に結婚をしたくないというのであればそれはひとつの答えであり人生である。そこで15%になりたくないと感じるのであれば、街コンに参加するのもよし、友人に紹介してもらうのもまたいいだろう。最も問題なのは行動に移さないことである。

論文の中で、恋愛結婚からお見合い結婚になったことが、未婚化・晩婚化の原因の一種だと指摘した。そして時代の変化と共に、女性の社会進出により婚姻率が下がってきたのももちろんだが、それらを言い訳にアクションすら起こさない若者が増えたのかもしれない。結婚の3つのプロセスである出会い・相互選択・結婚の決断のうち、努力や行動なしでは全て困難である。

社会の結婚に関する対策が変化しただけではなく、若者の意識が変わり、アクションを恐れなくなった時が、変わるチャンスなのかもしれない。

参考文献

大瀧友織 (2006) 「アレンジド・マリッジの困難——結婚情報サービス会員調査から」.年報人間科学.27 : 107-119.

国立社会保障・人口問題研究所ホームページ。

(www.ipss.go.jp)

人口統計資料集 2012。

(www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Popular/P_Detail2012...)

サービス産業省ホームページ。(www.service-js.jp)
総務省国勢調査ホームページ。

(www.stat.go.jp/data/kokusei/2010/index.htm)

山田昌弘 (1996) 『結婚の社会学』丸善ライブラリー。

山田昌弘・白河桃子 (2008) 『「婚活」時代』ディスカバー携書。