

第2弾 少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード パートナーを持つことのメリット、波及効果

報告書

2022年2月24日

はじめに

近年日本では、少子化・未婚化が加速し、深刻な社会課題となっている。厚生労働省が2021年9月に発表した2020年の人口動態統計によると、婚姻件数は52万5507組で、前年同期比較で12%の減少、出生数は84万835人で、前年同期比較で2.8%減少と、1899年の調査開始以来、最少を記録した。日本において、婚姻率と出生数は比例して減少傾向にあり、非嫡出子率は、わずか2.3%※1と、他国と比較しても非常に低いことから、少子化の大きな要因は未婚化とされている。さらに、新型コロナウイルス感染症の流行によって、人流抑制による出会いの場の喪失が見られ、婚姻件数の減少が以前より加速化していることが懸念されている。※2

国内最大級 ※3の恋活・婚活マッチングアプリ「Pairs」(ペアーズ)を運営するエウレカは、出会いを提供することによる少子化・未婚化課題の解決に寄与するため、昨年に引き続き「少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード」を設置し、交際・結婚のためにパートナーを持つことのメリットをどのように社会に発信していくかについての議論を行った。

アドバイザーボードにおける議論の経緯について

2020年5月から9月にかけて実施した第1弾の「少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード」では、「若者の恋愛離れ」「未婚化の要因」「若者の恋愛離れと未婚化の解消に向けた施策」をテーマに3回にわたる議論を行い、様々な視点から少子化・未婚化の要因や課題を分析し、未婚化の解消にマッチングアプリがどのように貢献できるかを含めて、報告書をまとめた。

【参考】

「少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード」の第1弾の内容は[こちら](#)を参照。

第2弾となる「少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード」は、未婚化の要因として、そもそも交際相手を持たない未婚者の割合が1987年の35%から2015年に64%と年々増加していることなどを踏まえ ※4、交際・結婚の前段階の課題として、パートナーを持つことのプラスの側面、メリットや波及効果について様々な角度から議論を行い、社会に発信することで、少子化・未婚化の現状を変えていく原動力とすることを目的とした。議論は、経済学、マーケティング、心理学・コミュニケーション、ミレニアル世代の新たな価値観など、それぞれ異なる専門分野の委員により(下記参照)、2022年10月から12月にかけて、3回の会合に分けて行われた。

※1 出典: 国立社会保障・人口問題研究所 第15回出生動向基本調査報告書(2017)、OECD Family Database(2016)、International Survey on Society of Declining Birth Rate(2015)

※2 出典: 内閣府 子ども・子育て本部 令和3年度少子化社会対策白書(2021) 少子化の状況及び少子化への対処施策の概況 第1部少子化対策の現状(第2章)

※3 出典: アップアニー(2021年1月~12月)

※4 出典: 国立社会保障・人口問題研究所 第15回出生動向基本調査報告書(2017) 18-34歳未婚者

【アドバイザーボード メンバー】

- 治部 れんげ氏(座長): ジャーナリスト・東京工業大学リベラルアーツ研究教育院准教授

主にメディア・経営・教育、ジェンダーやダイバーシティについて執筆。内閣府男女共同参画計画実行・監視専門調査会委員、国際女性会議WAW!国内アドバイザー、東京都男女平等参画審議会委員、豊島区男女共同参画推進会議会長などを務める。

- 青木 幸弘氏: 学習院大学経済学部経営学科教授
専門はマーケティングおよび消費者行動論。最近では、種々のブランド関連問題(ロングセラー・ブランド、ブランド体系、地域ブランド等)や消費者のライフコース研究分野を中心に研究。
- 石山 アンジュ氏: 一般社団法人Public Meets Innovation代表
シェアリングエコノミーを通じた新しいライフスタイルを提案する他、ミレニアル世代のシンクタンクPublic Meets Innovationを設立。実生活で新しい家族の形「拡張家族」を実践。著書に『シェアライフ―新しい社会の新しい生き方』。
- 岡本 純子氏: 株式会社グローコム代表取締役社長
コミュニケーションストラテジストとして、これまでに1,000人近い社長・企業幹部のプレゼン、スピーチなどのコミュニケーションコーチングを手掛けている。著書に『世界一孤独な日本のオジサン』(角川新書)など。
- 山口 慎太郎氏: 東京大学経済学研究科・政策評価研究教育センター教授
専門は、結婚・出産・子育てなどを経済学的手法で研究する「家族の経済学」と労働市場を分析する「労働経済学」。内閣府・男女共同参画会議議員。

<第1回会議> 日時: 2021年10月11日

テーマ: 2人であることのメリットの整理

パートナーを持つことによって、個人や社会全体にとって、どのようなメリットや波及効果が考えられるのかについて整理を行った。

<第2回会議> 日時: 2021年11月30日

テーマ: 1人であるメリットの具体化～1人である背景分析

メリットがあるにもかかわらず恋愛離れや未婚化が続いている事実や、政府の出生動向基本調査で「交際相手を持たない」割合が年々増加し、最新の調査結果で9割近くの未婚者が1人であることにメリットを感じる※5と回答していることなどを踏まえ、1人でいたい要因を改めて確認した上で、パートナーを持つことのメリット(恋愛・結婚のメリット)について議論を行った。

<第3回会議> 日時: 2021年12月14日

テーマ: パートナーを持つことの効果的な発信

1回目、2回目の議論から、改めてパートナーを持つことのメリットやプラスの効果について、どの部分をどのように発信していくのが効果的か、またマッチングアプリにできることは何か、といった視点で議論を行った。

議論の概要

パートナーを持つことのメリット

アドバイザーボードではそれぞれの委員の知見から、パートナーを持つことのメリットについて俯瞰的かつ棚卸し的な議論を行った。出された意見を統合すると、概ね、時間的・経済的観点、心理的・社会的観点から、以下のような内容となった。

※5 出典: 国立社会保障・人口問題研究所 第15回出生動向基本調査報告書(2017)

時間的・経済的観点

- パートナーになると使える時間のプーリングが生まれる。1人だと一日24時間ですべてをこなさなければならないが、誰かとパートナーを組んで一緒に生活すれば、家事などの役割を分担することで、その時間を別のことに使えるなど時間のプーリングが可能になる。

つまり一日の時間が48時間になり、その48時間を使うフレキシビリティが生まれてくる。

- パートナーがいると、1人であるときと比べて、旅行や外出など、時間を伴う体験型消費が増える。また、自己表現や、誰かと一緒に経験したいという欲求、相手を喜ばせるといった、相手を意識する消費が増える。消費が増えることで働いてお金を増やす意欲が上昇したり、社会全体の生産性向上にもつながる。

心理的・社会的観点

- アカデミックな研究等においても、人や社会とつながっていることが人間の幸福感や健康にとって一番大事であることが明らかになっている。豊かさのものがお金や物から、人とつながること自体に変わりつつある現代において、パートナーを持つことが心の豊かさや健康に良い影響をもたらす。
- “お一人様”に対応した社会インフラの整備等に伴い、他者との共働する必然性がなくなり、人とつながることが面倒であったり、リスクに感じるようなケースもある。こうした“コミュ障”や現代の孤独化といったことが社会の一種の社会問題になる中で、パートナーを持つということによって他人とかがかわることや共働するを経験し、社会とのつながりのきかつけを得ることができる。

1人である人が増えている背景分析

一方で、第2回会議では、パートナーを持つことのメリットについて、具体的にどの部分をどのように発信していくのが効果的かを探るため、メリットがあるにもかかわらず、1人である/いたい人が増えている要因について分析を行った。その結果、概ね以下のような示唆が得られた。

1) 規範や社会インフラの変化

- 適齢期がきたら結婚すべきといった規範がなくなり、結婚を促すための家族や社会によるプレッシャー、結婚して家族を作ることの伝統的ニーズが減少することによって、1人であるという選択肢・自由度が高まったこと、さらにお一人様向け商品やサービスの普及など、それをサポートするインフラが整備されたことにより、パートナーを持つことの必然性が減少している。

2) 価値観の変化と実際の交際・結婚のあり方との乖離

- 男女の関係性の変化、上記のような規範や社会インフラの変化、結婚に対する社会的イメージの変化など、様々な要因により若い年代のパートナーを持つことに対する価値観が変わっている。
- 例えば今の若い年代は、政治不信、終身雇用の減少、環境問題、自然災害、パンデミック等を経験し、経済的に安定していても、個人的努力や自立では賄えないような外部要因による不可抗力的な変動に非常に危機を感じている世代であり、不安解消のためにソーシャルキャピタルを持ちたいという指向がある。交際・結婚においても経済的安定等だけでなく、そうした不安解消のよりどころとしての機能を期待する面がある。
- 一方で、結婚に対する期待値が上がっている面もあり、昔は許されていたようなことも許せないなど、結婚するならこうあるべきといった理想も高くなっている面がある。
- 上記のようにパートナーを持つことに対して個人の価値観や期待値が多様化する中で、実際の交際・結婚のあり方は依然として型にはまっているイメージが抜けられないため、自分の価値観や理想と異なる、あるいは自分には難しい、リスクがあるなどと感じて、交際や結婚が敬遠される傾向がある。

3) 経験財であることでのリスクの過大認識・メリットの過少認識

- パートナーを持つこと(特に結婚という形で)は「経験財」であるため、経験しないとそのメリットが感じられないという問題がある。そもそも恋愛経験が減っている上に、昔は恋愛

や結婚に関して周りを見ると様々なサンプルがあったが、近所付き合いや社会的コミュニティが希薄な現代のミレニアル世代が受け取る情報はネットやSNS等からが中心で、表面的かつ断片的である。結果的にパートナーを持つコストやリスクがクローズアップされがちで、長期におけるメリットに意識がいきにくい。実際に、ミレニアル世代へのアンケート調査やヒアリング※6では、子育てや介護など負担を担うという昭和の家族像のイメージが非常に重くのしかかっていることがわかっている。

2人でのいることのメリットの発信の在り方

前述のように、時間的・経済的観点、心理的・社会的観点など、様々な視点でパートナーを持つことのメリットや効果について確認ができた一方で、そのプラスの面がなかなか伝わらないという課題が認識された。1人でのいる人が増えている背景分析などを踏まえて、パートナーを持つことのメリットを伝えていくための効果的手法について議論した。その結果、メリットを発信する際に以下のような視点が必要であるとの示唆が得られた。

1) 交際・結婚にも多様性があるというメッセージ

- パートナーを持つことに対する価値観や期待感が多様化している中で、その形やあり方にも多様性があるということを伝えていく必要がある。特に、結婚については、昭和のイメージ(古い、いけない、大変など)といった見られ方の呪縛から解放していくことが必要。
- 例えばパートナーを持つ動機についても、抱えている問題や課題をパートナーを持つことによって解決するという解決型動機(マイナスからゼロ)という発想や、パートナーを持つことによってさらにプラスが得られるという向上型動機(ゼロからプラス)という発想があり、それぞれの価値観や期待感によって動機も異なる。

2) モデルケースの提示

- 経験しないとわからないものにアプローチするときが一番必要なのは「安心できるか」ということである。経験財であるという点を解消するには、結婚したりパートナーを持つとどのような変化が起こるのかということについて、リアルかつ多様なモデルケースを示すことによって、説得力と安心感を醸成することが必要である。

3) 視点のアンバランスの解消

- パートナーを持つことのメリット、デメリットは必ずしも裏腹なものではないにもかかわらず、負の側面の方だけが取り上げられ、リスクが肥大化している傾向がある。例えば、2人でのいることで自分の時間が減ったり、経済的負担が大きくなると考えられがちだが、経済学やマーケティングの視点から見ると、むしろ2人でのいることによって時間やお金のプーリングにつながるというメリットがある。デメリットの裏にはメリットがある、リスクの裏にはリターンもあるという両方の側面があることを伝え、視点のアンバランスを解消していく必要がある。

※6 出典: 一般社団法人Public Meets Innovation ミレニアル政策ペーパー 家族イノベーション (2021)

4) 言語化とデータ化

- 価値観やライフスタイルの変化に伴い、パートナーを持つことについて、従来当たり前であったことが当たり前でなくなっているということも踏まえ、メリットを言語化すること、また調査データなどエビデンスに基づいて伝えていくことが必要になる。例えば、パートナーが見つかる前後の変化をアンケートにより定量的に調査し、リスクが下がった部分の見せ方、プラスの部分の見せ方に分けてアプローチをとるべきではないか。

5) マッチングアプリにできること

上記の 1) ~ 4) の観点に関して、具体的には以下のような内容について、Pairsのような

マッチングアプリを通じて発信することができるのではないかという意見があった。

- 従来の固定概念や型にとらわれない多様性のある交際・結婚を実現するプラットフォームになりうる。日常生活のコミュニティでは会えないような人を含めて多様かつ多くの人に会えること、また事前に趣味や価値観など様々な情報を得られることによって、個々が求める多様な出会いを提供できる。
- リスクに敏感な若い世代のハードルを下げていくことができる。日々顔をあわせるような身近な出会いの場合に発生するリスク、例えば学校・職場でアプローチしてうまくいかなかったときの気まずさや、対面で告白する場合に自分の性格、容姿等に自信がなく、受け入れてもらえないのではないかという心理的な抵抗感からの解放など、出会うことの煩わしさに伴うリスクからの解放、負の解消をサポートできる可能性がある。
- マッチングアプリの場合、実際にマッチングした成婚退会者やカップル(PairsではTestimonialsと称している)のコミュニティなどを持っていることから、「交際・結婚のかたちは様々で、色々なパターンのカップリングがある」という多様なモデルケースを見せしていくことができる。また、成婚退会者やカップルやユーザー等に関する豊富かつ多様なデータの蓄積とデータ分析の知見もあるため、それを活用した調査研究の実施により、マッチングアプリだけで実現するような出会いを含め、多様性のある交際・結婚のモデルケースとして、従来の固定概念や型にはまらない多様な出会いやカップリングの成果や可能性をデータ化・言語化して伝えることができる。

終わりに

近年、1人向けの社会インフラの進展や結婚適齢期に対する意識の変化等により、1人であることのメリットに関する情報が増える中で、「第2弾 少子化・未婚化の改善について考えるアドバイザーボード」では、パートナーを持つことのメリット情報は十分伝わっていないことを確認した。かつては発信しなくても当たり前を受け入れ、理解されていたようなメリットが、社会やライフスタイル、個人の価値観が多様化する中で、複雑・多様化し、かつ見えにくくなっている。1人であることも選択の自由である一方、パートナーを持つことのメリット情報を必要としている人たちに対して、改めて時代の変化も踏まえ、パートナーを持つことのメリットを顕在化し、発信していく必要性がある。その際に、パートナーには様々な形があり、「多様性」が許容されることを伝えていくことによって、見失いがちや、敬遠しがちなことも、メリットとして再認識され、結果的に現在の日本の交際経験の減少、未婚化などの課題解決の一翼を担える可能性がある。多様なモデルケースの実績と、データの蓄積・分析力を持つマッチングアプリには、その「多様性」の発信者としての役割が期待される。

以上