

## 4. 調査結果の考察

### (1) 調査結果のまとめ

#### 【全体】

- ・交際相手がいる人は約 2 割。(R3 は約 3 割)
- ・結婚したいと思っている人は約 5 割。
- ・未婚の理由としては「相手がない」が 35.5%で最も多い。
- ・結婚相手としてこだわるポイントは、男性では「価値観が近い」、女性では「経済力」が最も多い。そのほか、男性では「容姿・スタイル」「年齢」、女性では「価値観が近い」が多い。
- ・異性と話すなどコミュニケーションについて、約 3 割が「苦手」、約 5%が「ほとんどできない」
- ・異性との出会いの機会については 9 割の人が「少ない・全くない」。
- ・現在婚活をしている人は 1 割にとどまる。婚活経験がない人は約 7 割。
- ・具体的な婚活内容は、「ネット系婚活サービス」「友人や職場の同僚からの紹介」がともに 38.1%で最も多い。令和 3 年度調査と比較すると、「ネット系婚活サービス」は 14 ポイント減、「友人や職場の同僚からの紹介」は 14 ポイント増。
- ・婚活を行っていない人の理由は「めんどくさい」が約 5 割で最も多く、次いで「コミュニケーションに自信がない」が約 25%。
- ・異性の紹介を受けたいと思っている人は約 6 割。
- ・異性を紹介するのに望ましい人としては「友人」が最も多い。
- ・『はぴこ』の認知度は 26.8%。認知度は過去の調査時よりも低下(R3:29%)。
- ・『しまコ』の認知度は 18.8。認知度は過去の調査時とほぼ変わらず。(R3:19%)
- ・『しまコ』を利用しない理由は、「登録が面倒」が 35.5%で最も多く、次いで「そもそも仕組みがわからない」が 32.3%。
- ・「しまね縁結びサポートセンター」の認知度は 28%。認知度は過去の調査時よりも低下。(R3:34.8%)
- ・「しまね縁結びサポートセンター」知ったきっかけは、「島根県や市町村の広報紙」が 37.5%で最も多く、次いで「島根県のホームページ」が 25.9%。
- ・参加してみたい婚活イベントは、「年齢層が近い人同士のイベント」が 30.8%で最も多く、次いで「参加者の性別のバランスがよいイベント」が 21.5%。婚活イベントに「参加したいとは思わない」人は約 5 割。
- ・参加してみたい婚活セミナーは、「話し方やマナーなどコミュニケーションに関するセミナー」が 23.8%で最も多く、次いで「趣味や教養など内面磨きに関するセミナー」が 20.0%。セミナーに「参加したいとは思わない」人は約 6 割。
- ・日常生活での情報入手先は、「インターネット検索」が 73.8%で最も多く、次いで「SNS」が 49.5%、「テレビ」が 43.8%。「SNS」は男性 38.5%に対し女性は 60.5%。「SNS」の具体的なサービスは「Instagram」「YouTube」「X(旧 Twitter)」がそれぞれ約 7 割、「LINE」が約 4 割、「TikTok」が約 2 割、「Facebook」が約 1 割。

### 【20代】

- ・交際相手がいる人は、男性では約 2 割(20.7%)、女性では約 4 割(39.6%)。
- ・結婚したいと思っている人は、男性では約 6 割(58.6%)、女性では約 7 割(73.0%)。
- ・未婚の理由としては「相手がない・相手にめぐりあわない」が最も多い。
- ・結婚相手にこだわるポイントの第 1 位は、男性は「自分との価値観が近い」、女性は「経済力」。女性では「容姿・スタイル」も高い。
- ・男性の 3 割、女性の 4 割は異性とのコミュニケーションに苦手意識がある
- ・男性の 2 割、女性の 3 割は異性との出会いが全くない。
- ・男性の 6 割、女性の 7 割は婚活をしたことがない。
- ・男女ともに 4 割の人は婚活イベントに参加したいとは思っていない。
- ・男性の 5 割、女性の 4 割は結婚に関するセミナーに参加したいとは思っていない。
- ・日常生活での情報入手先の第 1 位は、男性は「インターネット検索」、女性は「SNS」。

### 【30代】

- ・交際相手がいる人は、男性では 1 割弱(6.5%)、女性では 2 割強(24.3%)。
- ・結婚したいと思っている人は、男性では 4 割強(44.7%)、女性では 5 割強(55.7%)。
- ・未婚の理由としては「相手がない・相手にめぐり合わない」が最も多い。
- ・結婚相手にこだわるポイントの第 1 位は、男性は「自分との価値観が近い」、女性は「経済力」。男性では「容姿・スタイル」も高い。
- ・男性の 5 割、女性の 4 割は異性とのコミュニケーションに苦手意識がある
- ・男女ともに 3 割の人は異性との出会いが全くない。
- ・男性の 7 割、女性の 6 割は婚活をしたことがない。
- ・男女ともに 5 割の人は婚活イベントに参加したいとは思っていない。
- ・男女ともに 6 割の人は結婚に関するセミナーに参加したいとは思っていない。
- ・日常生活での情報入手先の第 1 位は、男性は「インターネット検索」、女性は「SNS」。

### 【40代】

- ・交際相手がいる人は、男性では 1 割強(13.7%)、女性では約 3 割(31.3%)。
- ・結婚したいと思っている人は、男性では約 4 割(37.9%)、女性では約 3 割(31.4%)。
- ・未婚の理由としては「自分は結婚に向いていないと思う」が最も多い。
- ・結婚相手にこだわるポイントの第 1 位は、男性は「自分との価値観が近い」、女性は「経済力」。
- ・男性の 5 割、女性の 3 割は異性とのコミュニケーションに苦手意識がある。
- ・男性の 2 割、女性の 4 割は異性との出会いが全くない。
- ・男女ともに 7 割の人は婚活をしたことがない。
- ・男女ともに 6 割の人は婚活イベントに参加したいとは思っていない。
- ・男性の 6 割、女性の 7 割は結婚に関するセミナーに参加したいとは思っていない。
- ・日常生活での情報入手先の第 1 位は、男女ともに「インターネット検索」。

## (2)調査結果からの考察

### 結婚に対する意識について

回答した独身者の約半数は結婚したいと思っているものの、「相手がいない、相手にめぐり合わない」ために未婚でいる人が多い。また、そのほか、男性では「現在の雇用状況に不安がある」、女性では「独身の自由さを失いたくない」、40代では「自分は結婚には向いていないと思う」といったことも未婚でいる理由として多かった。

結婚したいと思っている人の割合は過去の調査時と比べて低くなっている。また、20代で約7割、30代で約5割、40代で約35%と、年齢が上がるにつれて低下する傾向にある。そのため、早い段階から婚活への働きかけを行っていくことが重要だと考えられる。

### 婚活への取り組みについて

独身者との出会いの機会は、9割の人が「少ない・全くない」と回答しているものの、現在婚活をしている人は1割にとどまっている。結婚の意向がある人に限っても、現在婚活をしている人は約2割にとどまっており、多くの独身者が出会いの機会が少なく、出会うための活動もしていない状況である。また、婚活を行っていない人の理由として、半数以上の人「めんどうくさい」と回答しており、婚活へのモチベーションを上げていくことが必要だと考えられる。

婚活をしている人の具体的な活動内容は、「ネット系婚活サービス」、「友人や職場の同僚を通じた紹介」がそれぞれ38.1%で最も多くなっている。この2つは令和2年度の調査でも1位、2位となっているが、「ネット系婚活サービス」の割合は52.2%(R3)から38.1%(R5)に減少し、一方「友人や職場の同僚を通じた紹介」の割合は23.9%(R3)から38.1%(R5)に増加しており、さらに「交流イベント、パーティーなどに参加している」の割合も26.1%(R3)から14.3%(R5)に下がっていることから、より身近なところでの婚活にシフトしてきていることがうかがえる。

「お見合い」や「独身者の紹介」を受けてもよいと考えている人は約6割で、紹介者として望ましい人では「友人」の割合が突出して高く、「専門コーディネーター」は民間・行政ともに1割程度にとどまっている。このことから、結婚相談所や縁結びサポートセンターなどを利用して独身者と出会うというよりも、自分の身近にいる人から紹介を受けたいと考えている人が多いことがうかがえる。

婚活イベントに参加してみたい、参加してみてもよいと思っている人は約半数で、内容としては年齢層が近い人同士や参加者の性別のバランスがよい、「ランチ」、「お茶会(スイーツなど)」、「散策(観光地、施設など)」が多くなっている。また、年齢が上がるにつれ参加への意向が低下している。ニーズにあったイベントの開催と参加の呼びかけが重要であると考えられる。

結婚に関するセミナーに参加してみたい、参加してもよいと思っている人は約4割と婚活イベントに比べ若干低くなっている。参加してみたいセミナーの内容は、男女、年代により回答に差がある。また、婚活イベントと同様に年齢が上がるにつれ参加意向が低下しており、早い段階からの参加への働きかけと、ニーズに応じた多彩なセミナーを行う必要があると考えられる。

## 『はぴこ』、『しまこ』、『しまね縁結びサポートセンター』について

『はぴこ』、『しまね縁結びサポートセンター』の認知度はそれぞれ 3 割弱、『しまこ』の認知度は 2 割弱にとどまっており、『はぴこ』、『しまね縁結びサポートセンター』については、令和 3 年度の調査時よりも低下している。（『しまこ』の認知度は変わらず。）現在婚活を行っている人に限ってみても、認知度は『はぴこ』、『しまね縁結びサポートセンター』で約 6 割、『しまこ』では 5 割にとどまっており、認知度の向上が求められる。ただ、「知らなかったが利用してみたい」と回答した人が、『はぴこ』では 11.8%、『しまね縁結びサポートセンター』では 14.5%、『しまこ』では 16.5%あり、情報の周知を図ることで利用者が増える可能性を秘めている。

「しまね縁結びサポートセンター」を知ったきっかけとしては、「島根県や市町村の広報紙」や「島根県のホームページ」が多い。今後、認知度を向上させていくためには、引き続き広報紙やホームページ等を中心としたこれまでの周知活動を継続するとともに、後述の「日常生活での情報の入手方法」において、特に 20～30 歳代で割合が高くなっている SNS を活用した情報提供をより一層強化していくことが効果的であると考えられる。

『しまこ』については、利用しない理由として「登録が面倒」（35.5%）、「そもそも仕組みがわからない」（32.3%）といった声が多いことから、システムの見直しや利用方法についての分かりやすい説明・広報が求められる。

## 日常生活での情報の入手方法について

日常生活での情報の入手方法（複数回答）は、全体では約 7 割の人が「インターネット検索」、約 5 割の人が「SNS」、約 4 割の人が「テレビ」と回答している。ただ、属性別にみると、女性及び若い世代では「SNS」の割合が高くなっており、女性全体及び 20 代全体では約 7 割、30 代全体では約 6 割の人が「SNS」と回答しており、さらに女性 30 代、40 代では約 8 割の人が「SNS」と回答している。

SNS を利用している人の具体的な利用サービス（複数回答）は、「Instagram」、「YouTube」、「X(Twitter)」がそれぞれ約 7 割と高く、「LINE」が約 4 割、「TikTok」は約 2 割で、「Facebook」は約 1 割にとどまっている。こちらも属性別にみると、男性では「YouTube」、「X(Twitter)」が、女性では「Instagram」が高くなっている。

今後、婚活等に関する広報戦略を考える上で、「SNS」は非常に重要なツールとなると思われる。情報提供・周知を行うべき対象に応じて、それぞれ適したサービスを利用して広報活動を行っていくことが重要となると考えられる。