

2011年12月26日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、「婚活」に関する調査～

**結婚することで得たいもの「精神的な支え・安心感」が83.1%、**

**男性は「社会的信用」女性は「経済的な安定」**

**「経済的な不安」が結婚の障害4割半、40代男性は6割強**

**20代は「恋愛に臆病な自分」が5割強**

**4割半の未婚男女が“婚圧”を経験**

**婚圧を感じると…20代は結婚願望が増加**

**“婚活疲れ”の経験2割強、婚活実践中の方は3割半**

**婚活疲れで「条件見直し」結婚願望が強い方の2割半**

**婚活疲れでmixiの婚活利用『肯定派』は2割、Facebookは1割強**

**婚活疲れ中の方“親による代理お見合いパーティー”肯定派13.0%**

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明）は2011年9月15日～9月20日の6日間、20～49歳の結婚願望がある未婚の男女を対象に、「婚活」に関する調査をモバイルリサーチ（携帯電話によるインターネットリサーチ）で実施、1,000名の有効回答を集計しました。

## アンケート総括

■ **結婚することで得たいもの「精神的な支え・安心感」が83.1%、**

**男性は「社会的信用」女性は「経済的な安定」、40代は「老後の安心」が5割強**

■ **震災以前より結婚願望が強まった2割弱、周囲との助け合い意識が強まった4割半**

20～49歳の結婚願望がある未婚の男女1,000名（男性500名・女性500名、20代334名・30代334名・40代332名）に対し、“結婚することで得たいもの”を複数回答形式で質問したところ、「精神的な支え・安心感」が最も高く83.1%となりました。次いで「夫婦の絆」が60.1%、「話し相手・相談相手がそばにいること」が57.9%、「自分の子ども」が56.8%で続きました。家族との絆や精神的な繋がりを求める意見が上位回答になりました。

男女別で比較すると、「社会的信用」と回答した男性（22.4%）は女性（17.6%）より4.8ポイント高く、「経済的な安定」と回答した女性（61.2%）は男性（20.0%）より41.2ポイント高くなりました。結婚することによって男性は世間体を、女性は家計の安定を得たいとの狙いもあるようです。

また、年代別に比較すると、「夫婦の絆」（20代71.3%、30代59.6%、40代49.4%）や「自

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

分の子ども」(20代 67.1%、30代 58.7%、40代 44.6%)といった家族との繋がりを期待する回答は年代が若いほど多くなり、「老後の安心」(20代 39.2%、30代 48.8%、40代 53.9%)といった将来訪れる不安に備えることを期待する回答は年代が高くなるほど多くなりました。

それでは、今年3月11日に発生した東日本大震災は、未婚男女の結婚願望や“結婚することで得たいもの”にどのような影響を及ぼしたのでしょうか。全回答者(1,000名)に対し、【結婚したい気持ち】が東日本大震災の前後で変化したかを質問したところ、「震災以前よりも強くなった」は19.4%と2割弱、「変わらない」は79.7%と8割、「震災以前よりも弱くなった」は0.9%となりました。震災で結婚願望が弱まった方は1%未満とごく一部で、震災は結婚願望が強まる方向に影響を及ぼしたようです。

また、先の“結婚することで得たいもの”に関して、震災で結婚願望が強まった方と変わらない方とで比較すると、震災で結婚願望が強まった方は変わらない方よりも「老後の安心」(強まった方 57.2%、変わらない方 44.8%)や「経済的な安定」(強まった方 49.5%、変わらない方 38.4%)との回答が10ポイント以上高くなりました。震災後に結婚願望が強まった要因として、経済的な不安や老後の不安に対する備えをしたいとの意識があるようです。

その他、人との繋がりに対する意識が震災の前後で変化したかを質問したところ、【周囲との助け合いの気持ち】では「震災以前よりも強くなった」は46.6%、【家族を大切にする気持ち】では46.2%、【友人を大切にする気持ち】では39.8%となり、それぞれ「震災以前よりも弱くなった」と回答した方は1%未満にとどまりました。東日本を中心に大きな爪痕を残した東日本大震災の影響で、周囲の人々や家族間で相互扶助の意識が強まったことが窺えました。

■ 「経済的な不安」が結婚の障害4割半、男性は5割半、40代男性は6割強

■ 結婚の障害は「恋愛に臆病な自分」20代5割強

■ 婚活の内容は「知人の紹介」6割半、「合コン」4割強

「婚活情報サービス」「社会人サークル」「お見合い」1割強

全回答者(1,000名)に対し、“結婚の障害に感じているもの”を複数回答形式で質問したところ、最も多かった回答は「出会いの少なさ」で62.4%、次いで「経済的な不安」が44.8%となりました。

男女別では、「経済的な不安」を結婚の障害に感じている男性は56.4%と、女性(33.2%)よりも20ポイント以上高くなり、男性の5割半は「経済的な不安」を結婚の障害に感じていることがわかりました。特に40代男性の回答は同性他年代よりも多く61.4%となりました。

また、年代別で比較すると、年代が若いほど対人関係の自信のなさを障害に感じている傾向がみられ、結婚の障害は「恋愛に臆病な自分」と回答した20代は51.8%と30代(40.4%)や40代(27.1%)よりも10ポイント以上高くなったほか、「外見への自信のなさ」(20代 47.9%、30代 38.0%、40代 28.0%)や「異性とのコミュニケーション力のなさ」(20代 47.9%、30代 38.0%、40代 25.6%)などの回答も年代が若くなるほど多くなりました。

それでは、未婚者は“婚活”としてどのような活動を行っているのでしょうか。婚活実践中の方(315名)に対し、婚活の一環として行っていることを複数回答形式で質問したところ、「知人に紹介してもらう」が最も多く65.4%と6割半、「合コンに参加」が二番目に多く

45.7%と4割半になりました。次いで、婚活サービスの利用などの知人経由以外で結婚相手を探す方法が1割台で続き、「WEBの婚活情報サービスに登録」が12.7%、「お見合いをする」と「社会人サークルへの参加」が同率で12.1%、「婚活パーティーに参加」が11.1%、「結婚相談所に登録」が10.5%となりました。

## ■ 4割半の未婚男女が“婚圧”を経験

### ■ 婚圧による結婚願望への影響に男女差

### ■ 婚圧を感じると…20代は結婚願望が増加、30・40代は減少

全回答者(1,000名)に対し、両親や友人などから結婚するように圧力をかけられる“婚圧”を感じたことがあるか質問したところ、婚圧を「感じている」は26.0%、「以前は感じていたが感じなくなった」が19.6%となり、それらを合計した『婚圧経験者』は45.6%となりました。

結婚願望度別に比較すると、結婚願望が強い方(「早く結婚をしたいと思う」と回答した273名、以下同様)は婚圧を「感じている」が38.5%と、結婚願望が弱い方(「いずれは結婚をしたいと思う」と回答した727名、以下同様)の21.3%と比較して17.2ポイント高くなりました。

それでは、親や友人などから結婚するように勧められ、本人が“婚圧”を感じるようになると結婚願望にはどのような変化があるのでしょうか。婚圧経験者(456名)に対し、婚圧をかけられたことで結婚したい気持ちに変化があったか質問したところ、「結婚したい気持ちが強まった」は18.4%、「結婚したい気持ちが弱まった」は19.1%となりました。結婚願望への影響度(「結婚願望が強まった」割合から「結婚願望が弱まった」割合を差し引いたポイント差)は-0.7ポイントとなり、結婚願望が強まる方と弱まる方の割合に大きな差は見られませんでした。

男女別に結婚願望への影響度を比較すると、男性は+5.8ポイント、女性は-6.1ポイントとなり、婚圧を感じると男性は結婚願望が強まり易く、女性は弱まり易い傾向が窺えました。年代別では、20代は+10.5ポイントと婚圧が結婚願望の増加に繋がり易く、30代(-2.5ポイント)や40代(-2.6ポイント)は結婚願望の減少に繋がり易いことがわかりました。

## ■ “婚活疲れ”を経験2割強、婚活実践中の方は3割半

### ■ 婚活疲れの対処法「結婚を意識しすぎない」4割半、 婚活疲れで「条件見直し」結婚願望が強い方の2割半

全回答者(1,000名)に婚活の結果がでないことでストレスや疲労が溜まる“婚活疲れ”を感じたことがあるか質問したところ、「感じている」が12.3%、「以前は感じていたが感じなくなった」が9.0%となり、それらを合計した『婚活疲れ経験者』は21.3%となりました。

また、婚活実践中の方では婚活疲れを「感じている」が25.1%、『婚活疲れ経験者』は35.9%となりました。

続いて、婚活疲れ経験者(213名)に対し、婚活疲れを感じたときにとった行動を複数回答形式で質問したところ、婚活から距離を置く回答が上位となり、「結婚を意識しすぎないようにした」が最も多く44.1%、次いで「婚活を一休みした」が33.8%、「趣味に没頭した」が30.5%となりました。

結婚願望度別に比較すると、結婚願望が強い方は「結婚相手に求める条件を見直した」

が25.5%(結婚願望が弱い方は1.7%)となり、「自分の魅力を上げる努力をした」は17.0%(結婚願望が弱い方は6.7%)となり、婚活に前向きに取り組んでいる姿勢が窺えました。

## ■ SNSで婚活するメリット「無料」「趣味の近い人の集い」が4割

デメリットは「信頼できる情報かわからない」が6割強

## ■ 婚活疲れでmixiの婚活利用『肯定派』は2割、Facebookは1割強

非出会い系サイトである SNS を婚活の為の情報交換や異性との交流を深めるツールとして利用することについて、未婚の男女はどのように感じているのでしょうか。

全回答者(1,000名)に対し、婚活目的で SNS を利用することにどのようなメリット・デメリットを感じるか複数回答形式で質問したところ、上位はデメリットを感じる回答が占め「信頼できる情報かわからない」が61.8%、次いで「交流相手の身元がわからない」が51.3%、「個人情報悪用される不安がある」が47.0%となりました。SNSの運営会社や業界全体で SNS を悪用した犯罪被害防止を呼びかけていることもあってか、犯罪に対する自己防衛意識が窺えました。

一方で、メリットを感じる項目としては「無料で利用できる」が41.7%、「趣味が近い人が集まっている」が40.7%、「気軽に交流できる」が39.6%となりました。婚活目的であっても、金銭をかけずに共通の趣味を持つ人と気軽に交流する、といった使い方にメリットを感じている様子が窺えました。

SNSの婚活利用について、日本最大の会員数を持つ SNS である【mixi】と実名登録制で世界最大の会員を持つ【Facebook】の利用意向を質問したところ、「婚活目的で利用してみたい」では【mixi】が7.4%、【Facebook】が6.9%となりました。「既に婚活目的で利用したことがある」との回答(【mixi】2.5%、【Facebook】0.2%)を合計した『肯定派』は【mixi】が9.9%と約1割、【Facebook】が7.1%となりました。

また、対象者のうち“婚活疲れ”を感じている方は SNS の婚活利用意向が高くなり、【mixi】の『肯定派』が19.5%、【Facebook】が13.0%となりました。婚活によるストレスや疲労を感じることで、利用者同士が気軽に交流出来る SNS の利用意向が高くなるようです。

## ■ “親による代理お見合いパーティー”否定派が9割半、婚活疲れ中の方は肯定派13.0%

全回答者(1,000名)に対し、本人が出席せずに親が代理でお見合いをし、縁談をまとめる形式の“親による代理お見合いパーティー”について、親に利用して欲しいと思うか質問したところ、「利用して欲しい」が1.2%、「どちらかと言えば利用して欲しい」が3.8%となり、それらを合計した『肯定派』は5.0%、『否定派』(「利用して欲しくない」と「どちらかと言えば利用して欲しくない」の合計)は95.0%となりました。

また、結婚願望が強い方や“婚活疲れ”を感じている方ほど『肯定派』が増加し、結婚願望が強い方は12.1%、“婚活疲れ”を感じている方は13.0%となりました。結婚願望が強い方や“婚活疲れ”を感じる方は、“親による代理お見合いパーティー”を比較的受け入れ易い傾向があるようです。

## ■■調査概要■■

- 調査タイトル：婚活に関する調査
- 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
20～49歳の結婚願望がある未婚の男女
- 調査期間：2011年9月15日～9月20日
- 調査方法：モバイルリサーチ
- 調査地域：全国
- 有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）
- 実施機関：ネットエイジア株式会社

## ■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。

- 会社名：ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名：代表取締役社長 出口 治明
- 設立：2006年10月
- 所在地：東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容：インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

## 本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社     マーケティング部：関谷  
TEL:03-5216-7900

調査協力会社：ネットエイジア株式会社     担当：安高

◆ ライフネット生命について URL：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

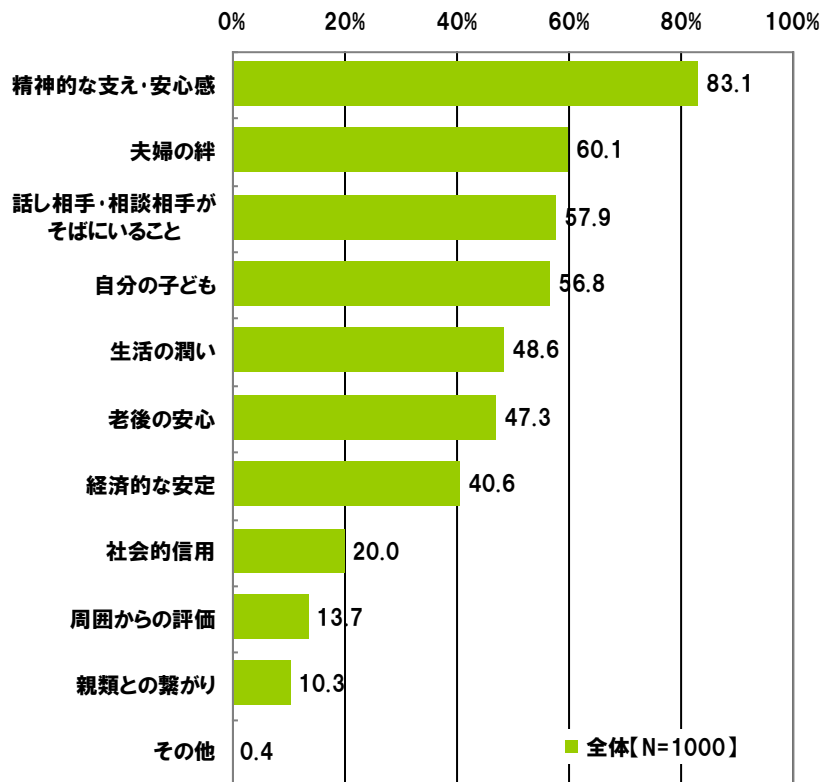
ライフネット生命は、保険の原点に戻り「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。相互扶助という「保険の原点」に立ち返りつつ、最新のテクノロジーを最大限活用して、生活者にとって便利でわかりやすく、かつ高品質な生命保険商品・サービスを提供することを目指しています。また、インターネットの活用により販売・事務コストを徹底的に削減し、価格競争力に加えて、24時間いつでも可能な納得の保険選びと迅速な申し込み手続きを実現し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

ライフネット生命保険株式会社

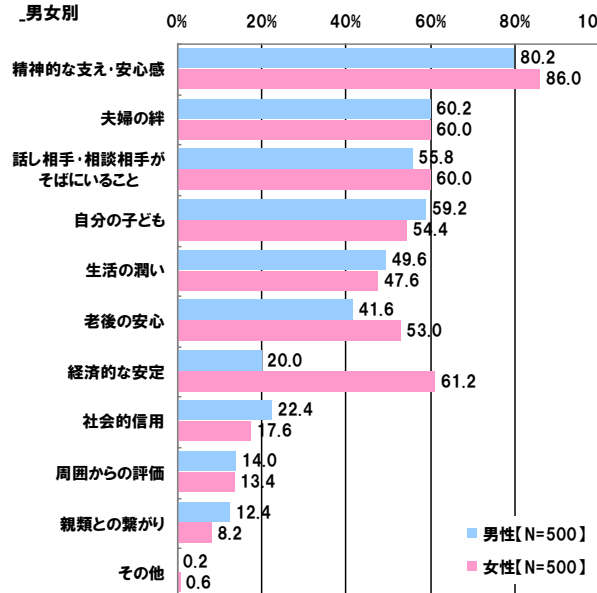
Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.



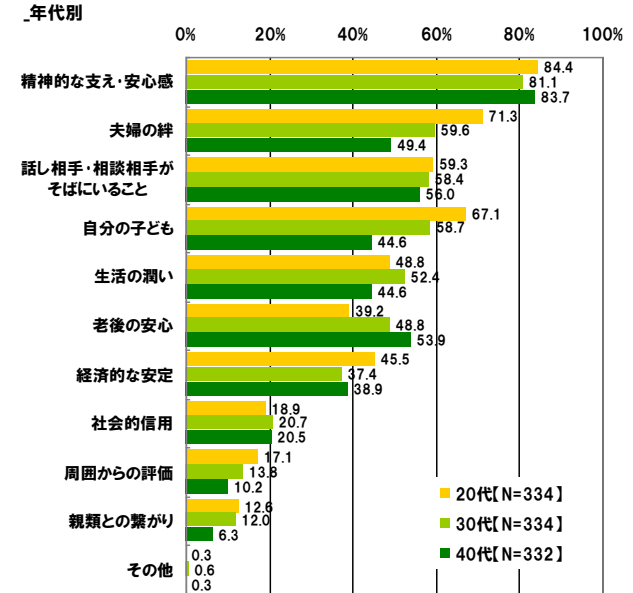
◆結婚することで得たいもの(複数回答形式)



◆結婚することで得たいもの(複数回答形式)

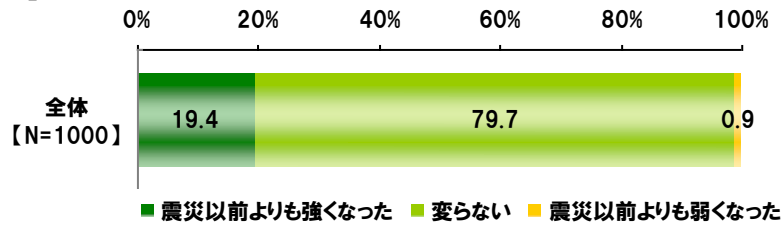


◆結婚することで得たいもの(複数回答形式)



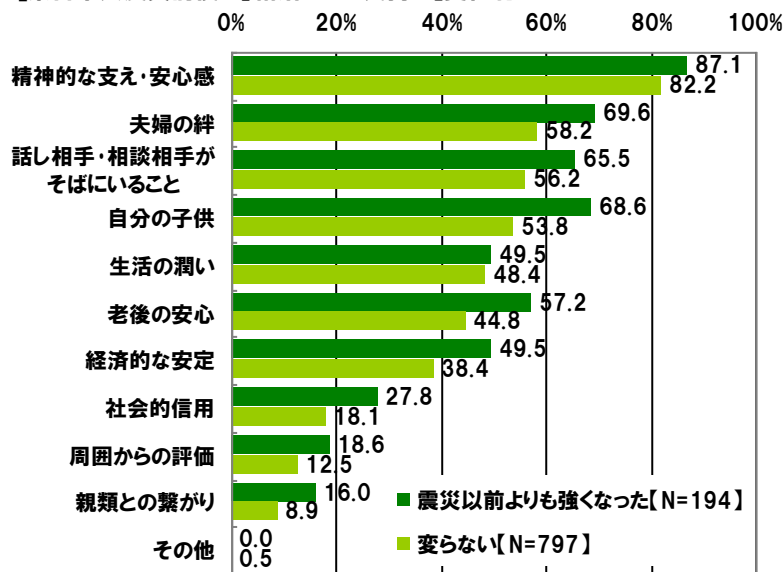
◆東日本大震災前後の意識変化(単一回答形式)

【結婚したい気持ち】



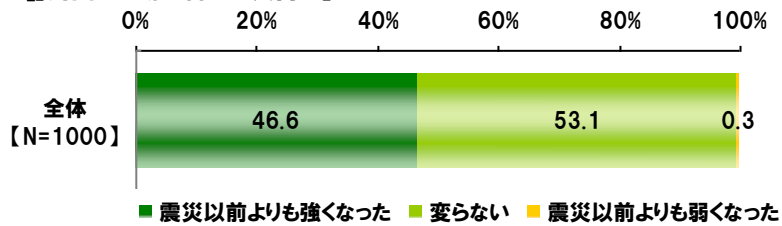
◆結婚することで得たいもの(複数回答形式)

東日本大震災前後の【結婚したい気持ち】変化別



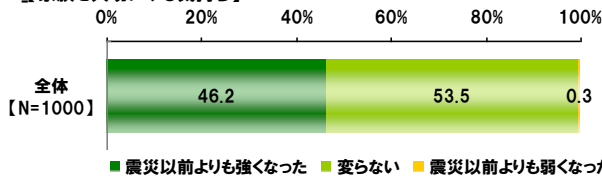
◆東日本大震災前後の意識変化(単一回答形式)

【周囲との助け合いの気持ち】



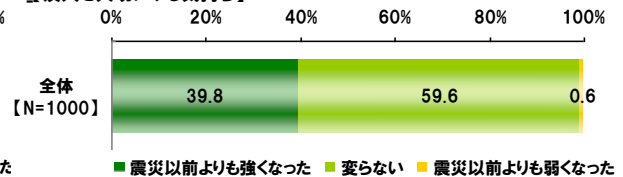
◆東日本大震災前後の意識変化(単一回答形式)

【家族を大切にする気持ち】

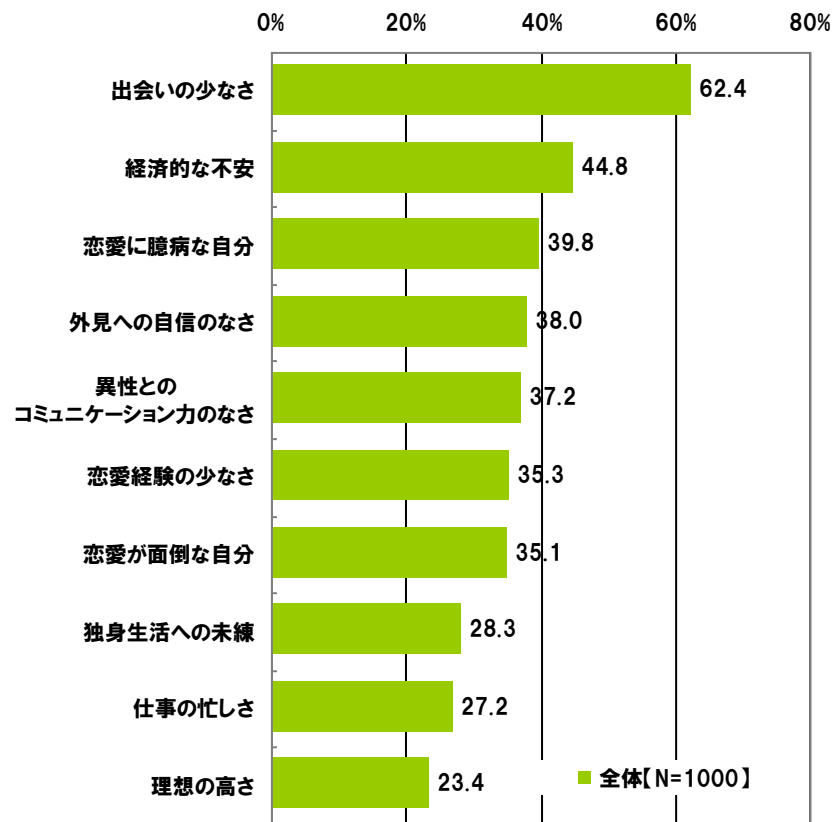


◆東日本大震災前後の意識変化(単一回答形式)

【友人を大切にする気持ち】

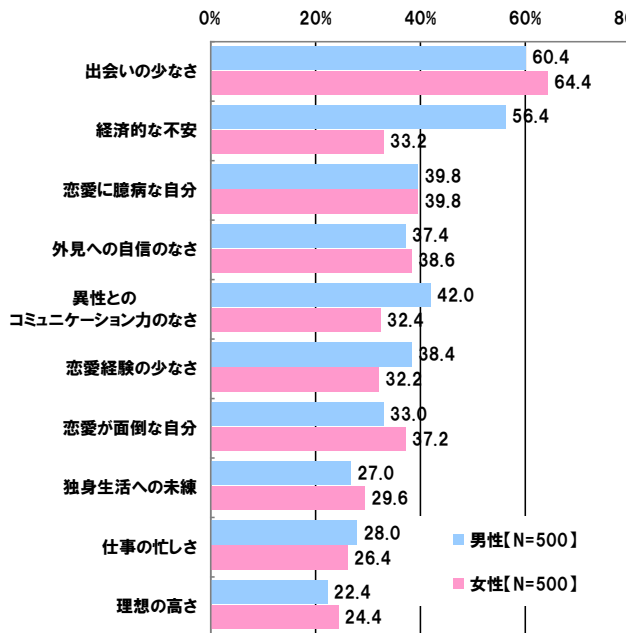


◆結婚の障害に感じているもの(複数回答形式)  
※上位10位までを抜粋

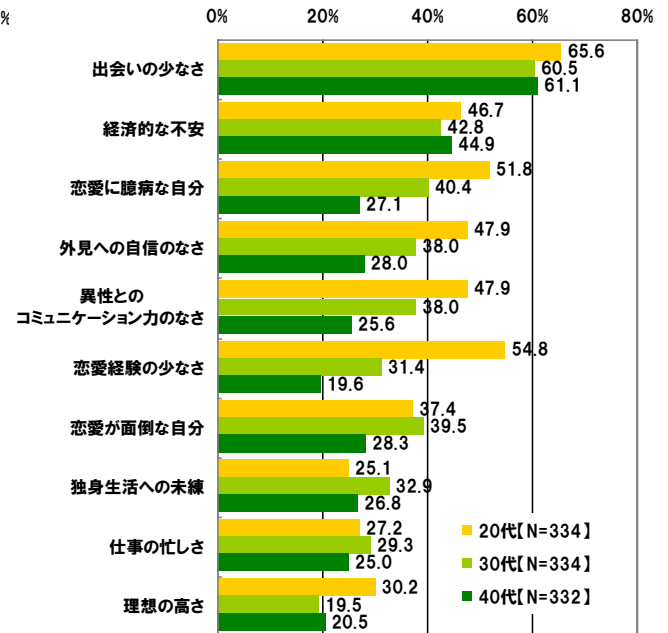




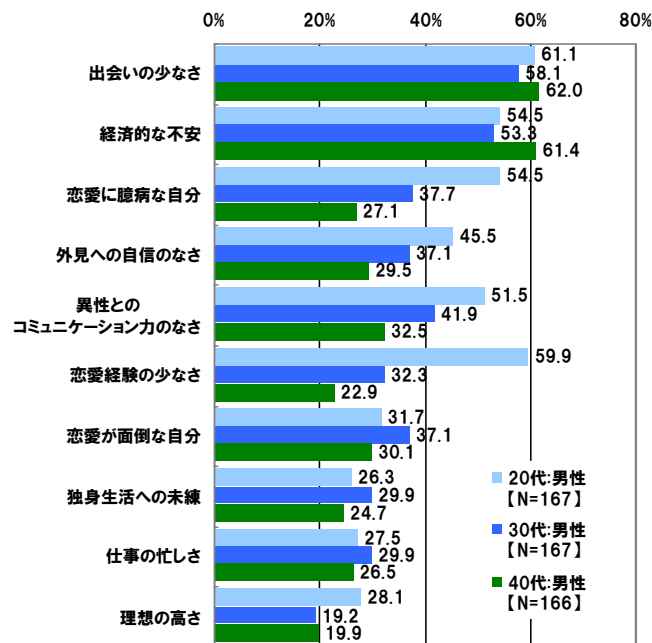
◆結婚の障害に感じているもの(複数回答形式)  
※上位10位までを抜粋\_男女別



◆結婚の障害に感じているもの(複数回答形式)  
※上位10位までを抜粋\_年代別



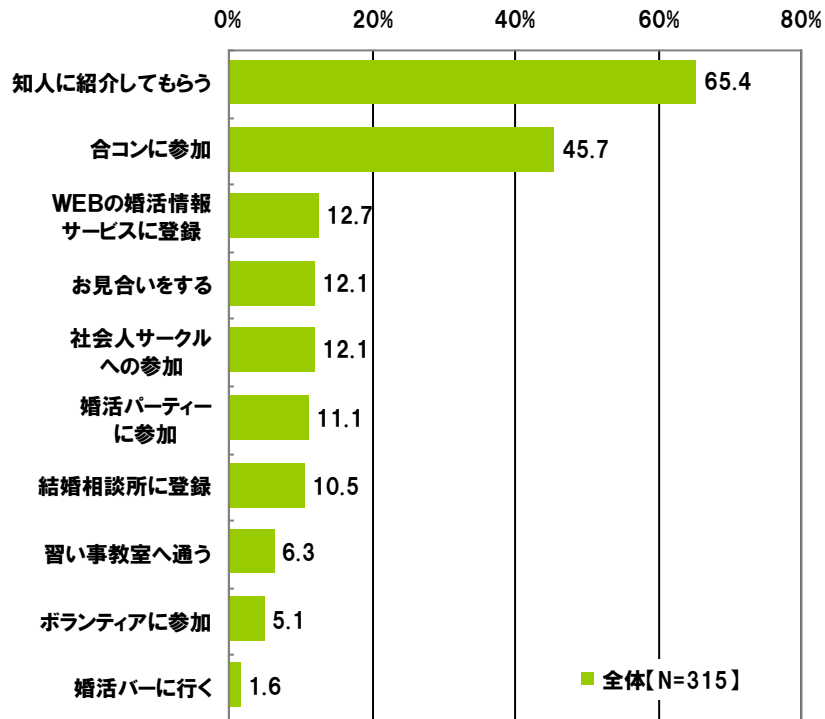
◆結婚の障害に感じているもの(複数回答形式)  
※上位10位までを抜粋\_男性年代別

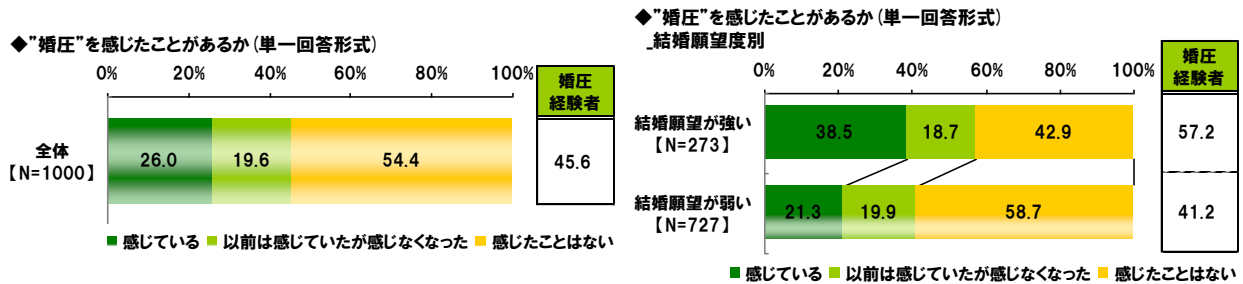


◆婚活の一環として行っていること(複数回答形式)

※上位10位までを抜粋

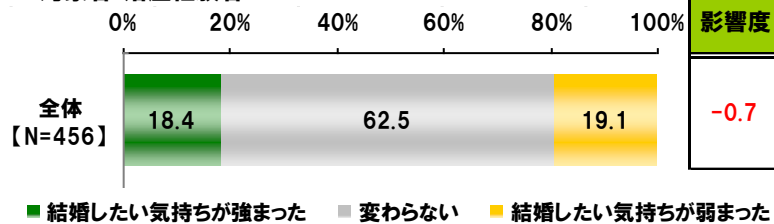
※対象者:婚活実施中の方





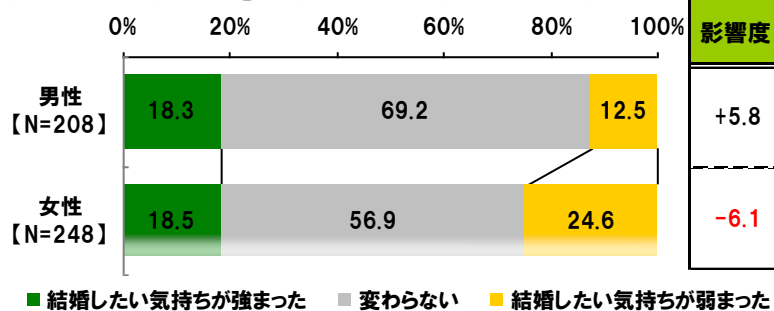
◆”婚活”をかけられたことでの結婚したい気持ちの変化(単一回答形式)

※対象者:婚活経験者



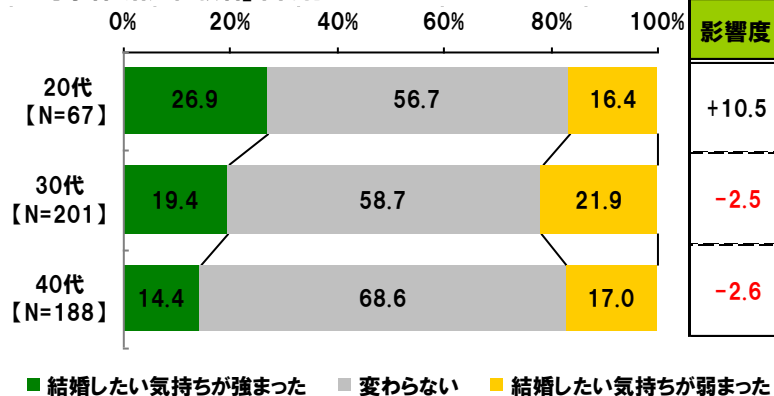
◆”婚活”をかけられたことでの結婚したい気持ちの変化(単一回答形式)

※対象者:婚活経験者\_男女別



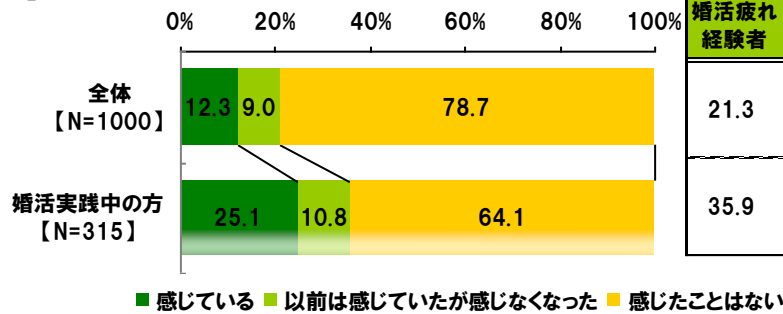
◆”婚活”をかけられたことでの結婚したい気持ちの変化(単一回答形式)

※対象者:婚活経験者\_年代別



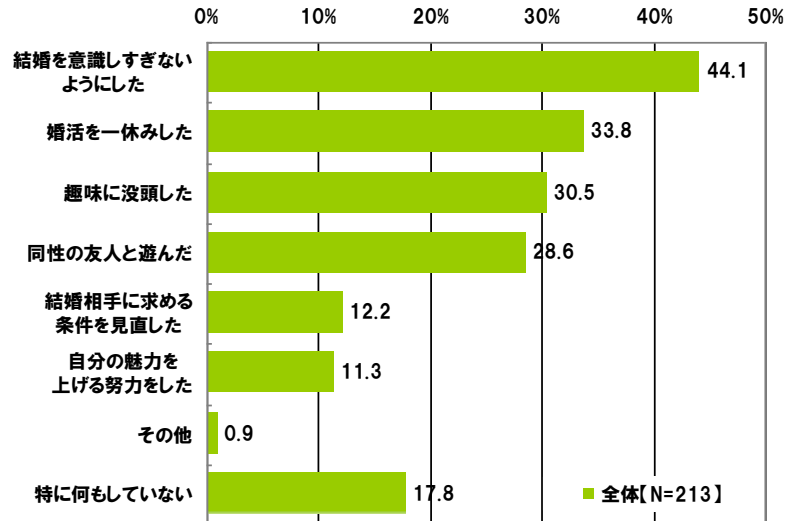
◆”婚活疲れ”を感じたことがあるか(単一回答形式)

全体/婚活実践中の方



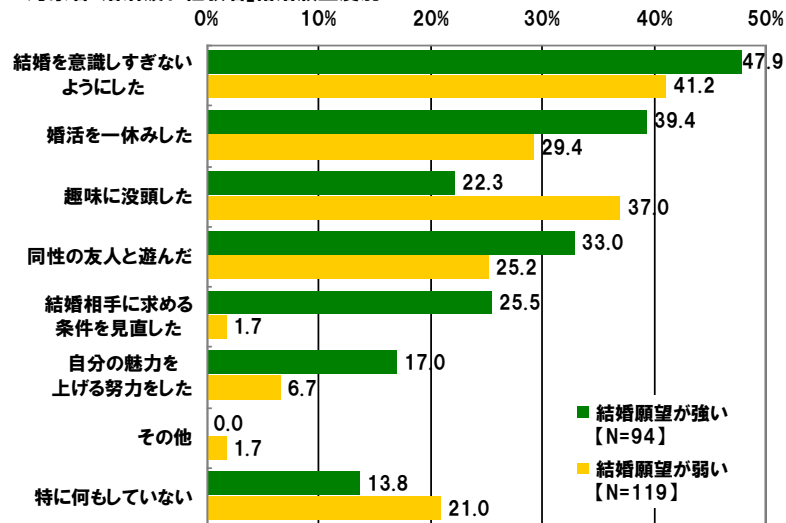
◆”婚活疲れ”を感じたときにとった行動(複数回答形式)

※対象者:婚活疲れ経験者

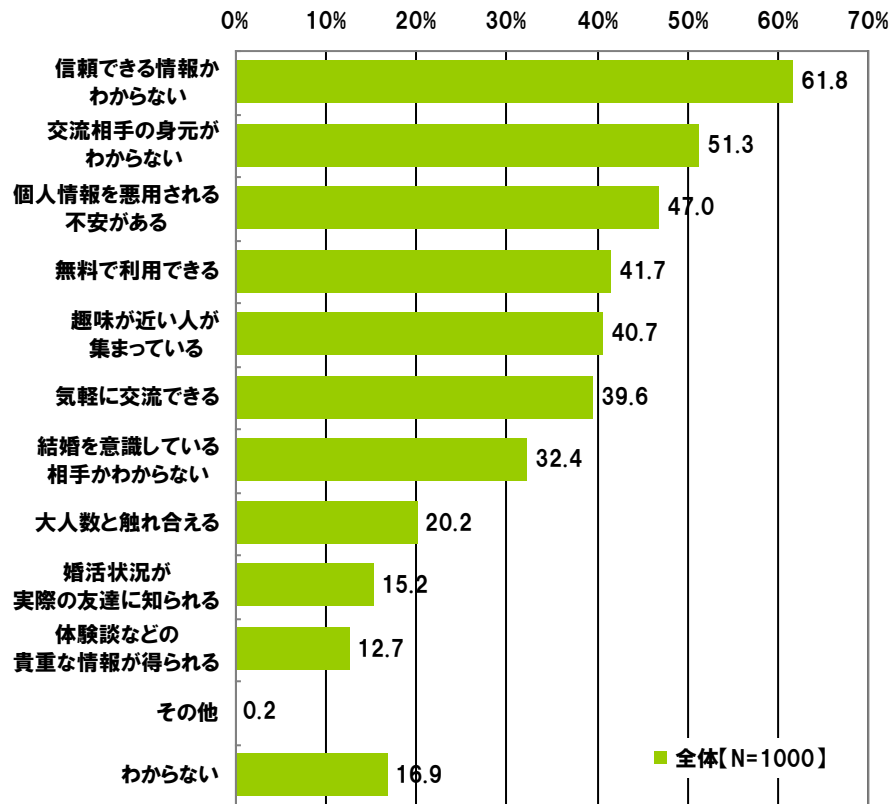


◆”婚活疲れ”を感じたときにとった行動(複数回答形式)

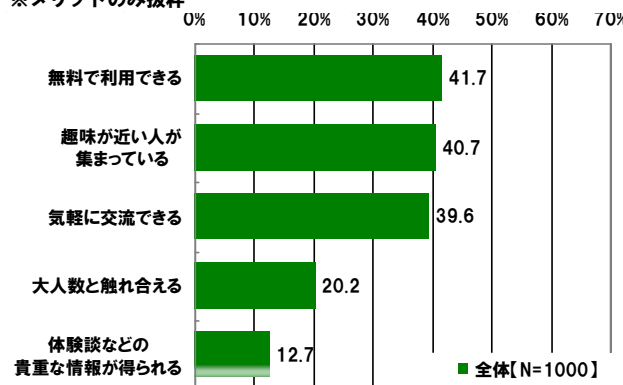
※対象者:婚活疲れ経験者\_結婚願望度別



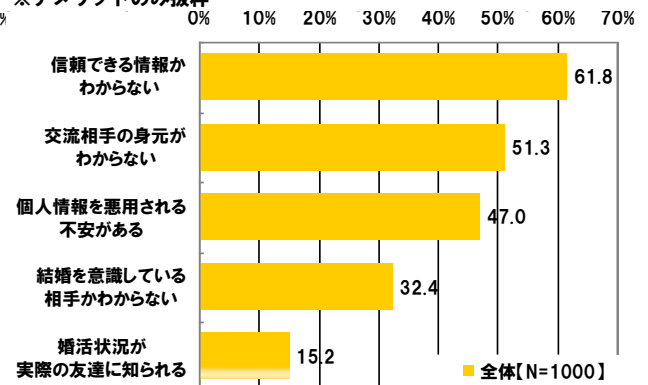
◆婚活目的でSNSを利用することを感じるメリット・デメリット (複数回答形式)



◆婚活目的でSNSを利用することを感じるメリット・デメリット (複数回答形式) ※メリットのみ抜粋

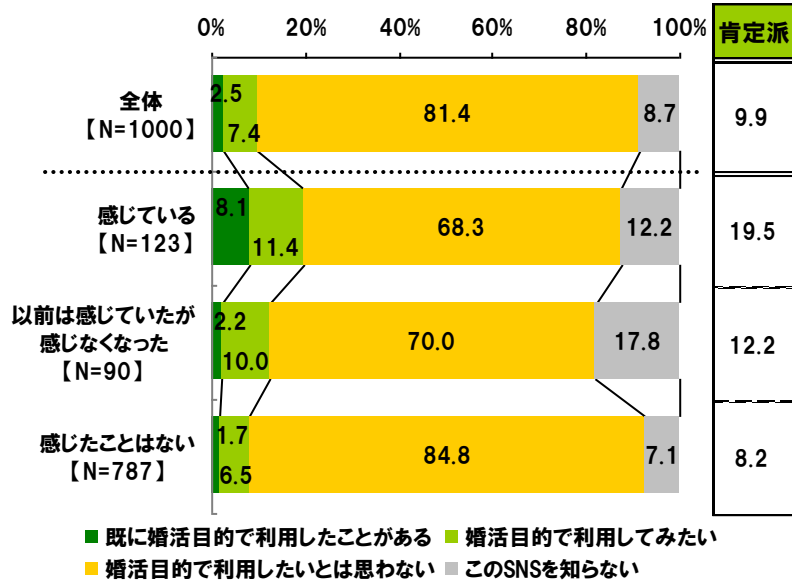


◆婚活目的でSNSを利用することを感じるメリット・デメリット (複数回答形式) ※デメリットのみ抜粋



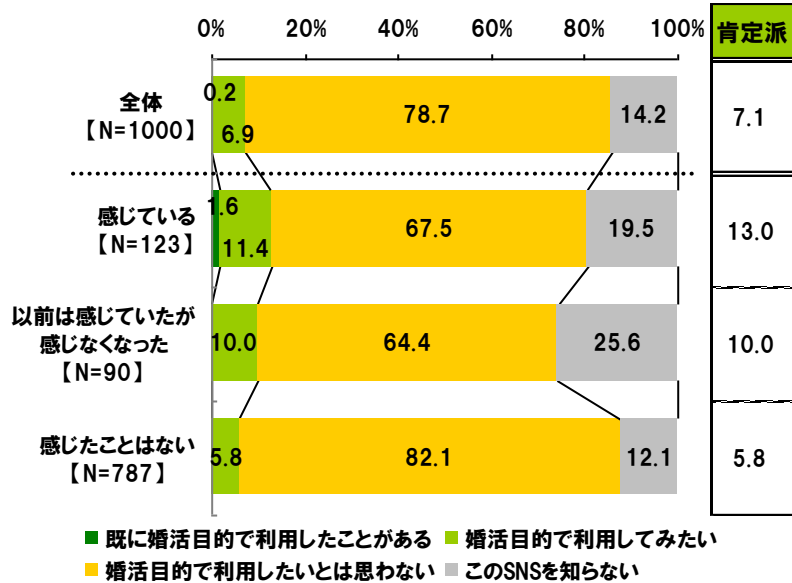
◆SNSの婚活利用意向(単一回答形式)

【mixi】\_全体/"婚活疲れ"別



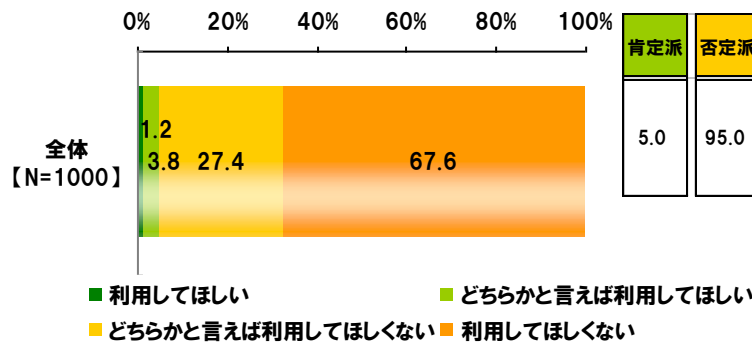
◆SNSの婚活利用意向(単一回答形式)

【Facebook】\_全体/"婚活疲れ"別

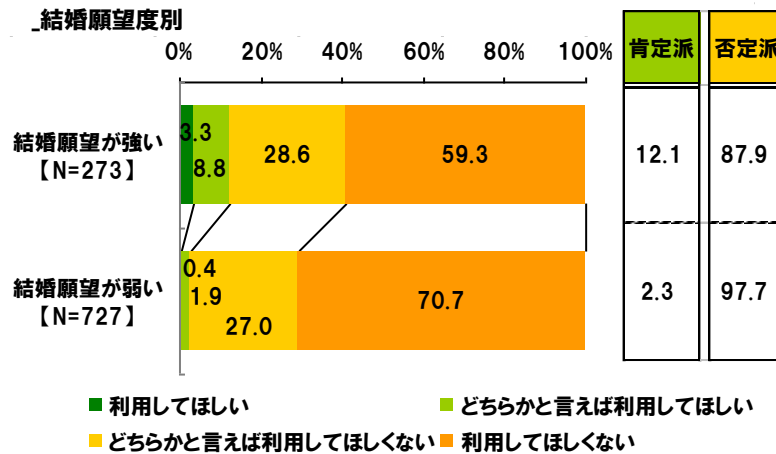




◆”親による代理お見合いパーティー”を利用して欲しいか(単一回答形式)



◆”親による代理お見合いパーティー”を利用して欲しいか(単一回答形式)



◆”親による代理お見合いパーティー”を利用して欲しいか(単一回答形式)

