



Z世代の恋愛・結婚観に関する意識調査

恋人がいるZ世代は約2割！5人に1人はInstagramから恋愛がスタートした経験あり。
キャリアや自分らしい幸せを優先したい。
恋愛や結婚・育児は取捨選択するもの

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：石川 あゆみ)が運営する若者マーケティング機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は、15~24歳のZ世代を対象に、外部調査パネルによるWEB調査とSHIBUYA109 lab.独自ネットワークによるインタビューから「Z世代の恋愛・結婚観に関する意識調査」を行いました。

Z世代の恋愛・結婚観に関する意識調査



【Z世代の恋愛・結婚観に関する意識調査】

【1】「恋愛は人生に不可欠」は12.8%、人生で大事なものは「恋愛じゃなくてもいい」へ
恋人がいるZ世代は2割にとどまり、「良いなと思う人がいないなら恋人はいらない」といった声が聞かれました。

【2】Z世代の5人に1人が経験！Instagramから始まる恋愛とは
SNSでチェックする項目1位は「趣味・好きなこと」(48.3%)となり、話しかけるきっかけなどを把握するツールとして使われていることがわかります。ナチュラルな投稿から距離感を縮め、「好きバレ」しない範囲でInstagramを活用しています。

【3】結婚も「人生のゴール“じゃなくていい”」約3割の若者が「子どもはいらない」。キャリアや自分らしい幸せを優先
約6割が「育休を取りたいが仕事に穴をあけることのほうが不安は大きい」と回答し、「子どもが出来たら仕事も制限されるのが嫌だ」など、仕事と家庭の両立に不安を感じる意見が女性を中心に多く聞かれました。

【4】SHIBUYA109 lab.所長が分析！自分らしい幸せの形が最優先。恋愛や結婚・育児は取捨選択するもの
子育てがしやすい環境の実現に不安
現在、少子化対策の強化について注目が集まっていますが、Z世代は子育てをしやすい環境の実現に対して不安を感じていることがわかりました。結婚後も共働きが当たり前であり、性別問わず社会で活躍している今、金銭面だけでなく社会全体のサポート環境の整備が急がれます。

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./ <https://shibuya109lab.jp>

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

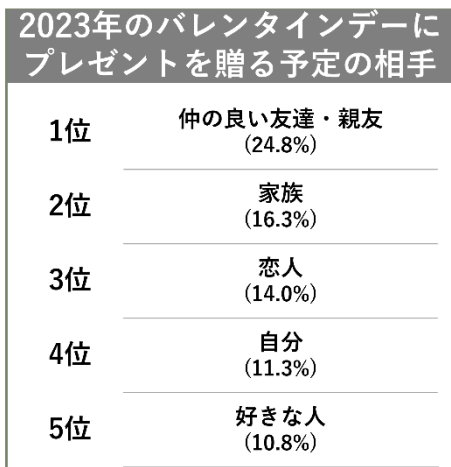
※TWITTER、TWEET(ツイート)、RETWEET(リツイート)、TwitterのロゴはTwitter, Inc.またはその関連会社の登録商標です。

【1】 「恋愛は人生に不可欠」は12.8%、人生で大事なものは「恋愛じゃなくてもいい」へ

今年もバレンタインデーが近づいていますが、Z世代が次のバレンタインデーにプレゼントを贈る相手※図1は「仲の良い友達・親友」(24.8%)「家族」(16.3%)、「恋人」(14.0%)の順に多く、バレンタインデーは“友チョコ”がメインになっています。

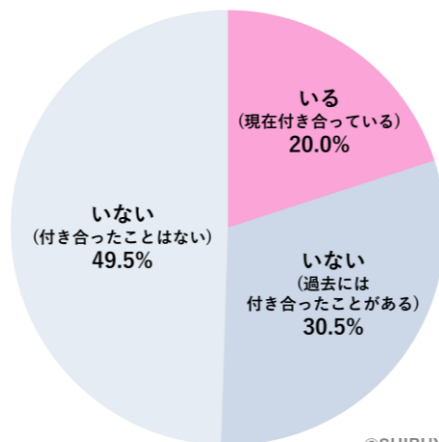
Z世代に恋人の有無を聞くと※図2、現在恋人がいると回答したのは20%、これまで一度も交際経験がないのは49.5%となりました。恋愛に対して「必要不可欠である」※図3と考えるのは12.8%で、60.3%のZ世代が「恋人の有無はステータスに関わらない(恋人がいることはステータスである、ということではない)」※図4、57.5%が「恋人の存在は自分の人生に必ずしも必要ではない」と回答しています。

図1 あなたはバレンタインデーにチョコをはじめとした何らかのプレゼントをしますか。あなたがプレゼントを贈る相手について教えてください。(複数回答)n=400(男性:200/女性:200)



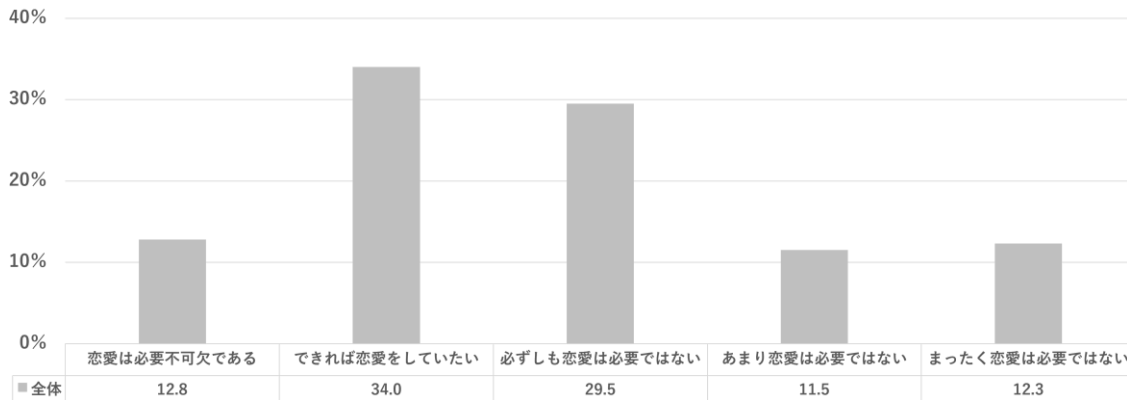
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図2 あなたの現在の恋人の有無を教えてください。(単一回答)n=400(男性:200/女性:200)



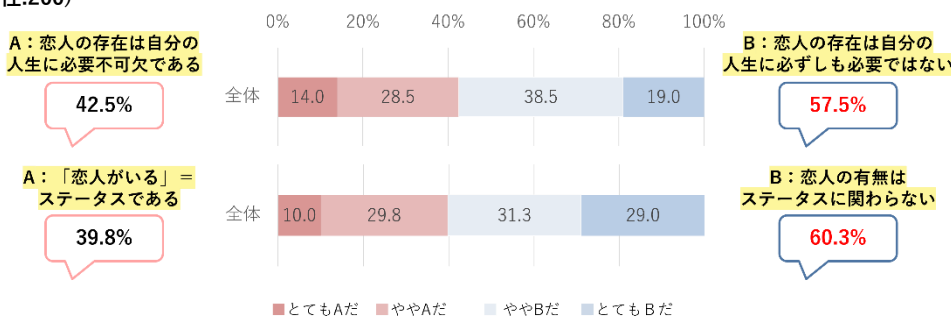
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図3 恋愛に関してあなたの重視する程度を教えてください。(単一回答)n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図4 恋愛に関する価値観として、あなたに当てはまるものを教えてください。(単一回答)n=400(男性:200/女性:200)

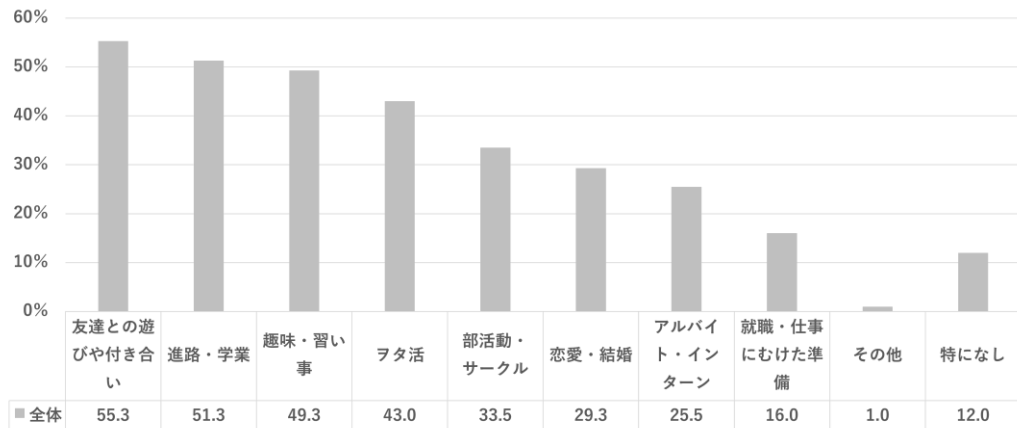


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

実際にグループインタビューでも、「恋愛できたら楽しそうだけど、今は部活や勉強もある。それができなくなるなら今は恋愛はいらない」「恋人はいればいいけど、いなくても自分にお金を使えるから良い。自分から彼氏が欲しいとは思わない」「恋人がいたらいいけど、いなかったらいい。めっちゃくちゃタイプの人がいたら恋人にしたいけど」「良いなと思う人がいないなら恋人はいらない」といった回答が聞かれました。

さらに、日常生活の中で大事にしていること※図5を見てみると、「友達との遊びや付き合い」(55.3%)「進路・学業」(51.3%)「趣味・習い事」(49.3%)「ヲタ活」(43.0%)「部活動・サークル」(33.5%)「恋愛・結婚」(29.3%)となり、Z世代は日常的に趣味や学業、友達との遊びなど、多くのことを楽しんでおり、恋愛はあくまでその中の1つと捉えていると考えられます。

図5 あなたが日々の生活の中で大事にしていることを全て教えてください。(複数回答)
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

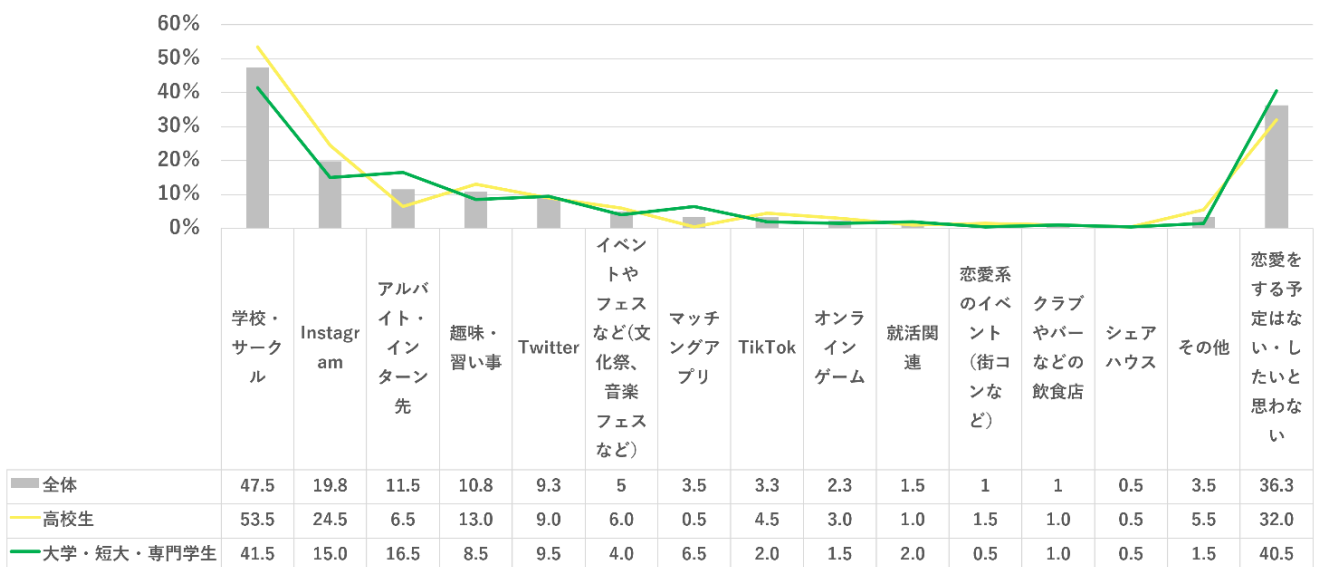
こういった結果から、Z世代は、友人関係や趣味も恋愛と同等に楽しみ、「人生において恋愛はすべきもの」というよりも、「人生において大事なものが恋愛である必要がない」と捉えている傾向にあります。

【2】Z世代の5人に1人が経験！Instagramから始まる恋愛とは

あくまで人生の楽しみの1つとして恋愛を楽しむZ世代。彼ら・彼女らはどのような恋愛を楽しんでいるのでしょうか。恋愛対象になる相手を探すにあたって、使ったことのある場所・ツール※図6を見てみると、「学校・サークル」(47.5%)「Instagram」(19.8%)「アルバイト・インターン先」(11.5%)が上位となりました。出会う場所、アプローチする場所に関して、Instagramは高校生だけで集計するとより高い割合となっています。

図6 恋愛対象となる相手の探し方について【今まで出会ったり使ったりしたことのある場所・ツール】を教えてください。(複数回答)
n=400(男性:200/女性:200)

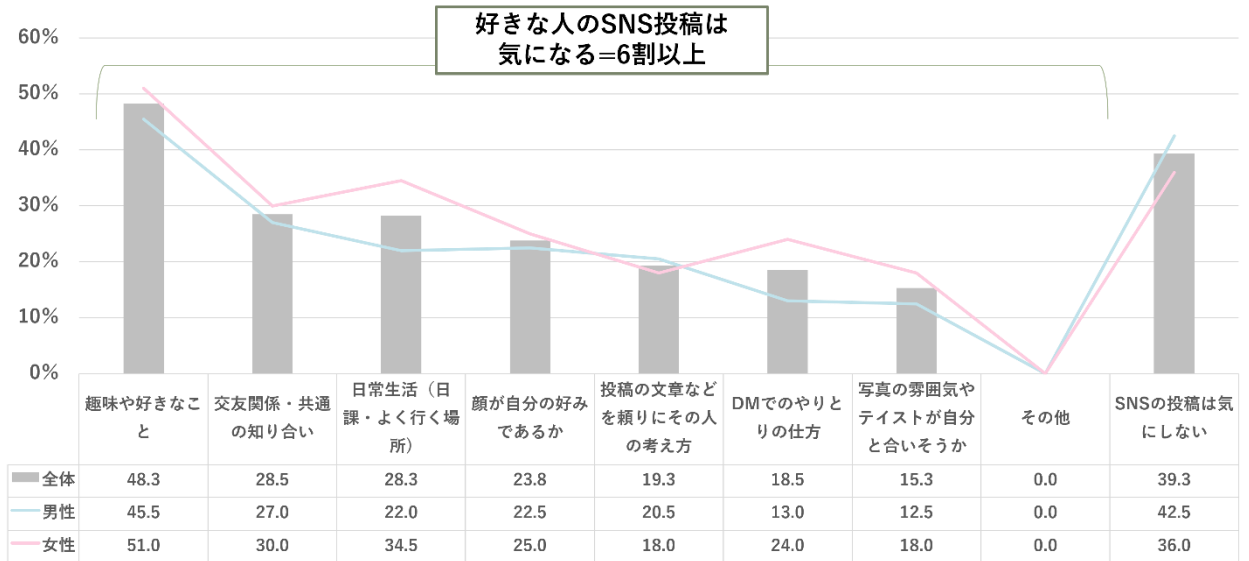
今まで出会ったり使ったりしたことのある場所・ツール (高校生/大学生)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

SNSでチェックする項目※図7は、「趣味・好きなこと」(48.3%)「交友関係・共通の知り合い」(28.5%)「日常生活(日課・よく行く場所)」(28.3%)となっており、話しかけるきっかけとなる趣味を知る目的や、交友関係を把握するツールとして使われていることがわかります。

図7 Q.恋人や好きな人・気になる相手のSNSをどのような視点でチェックしますか。チェックしているポイントを教えてください。(複数回答) n=400(男性:200/女性:200)

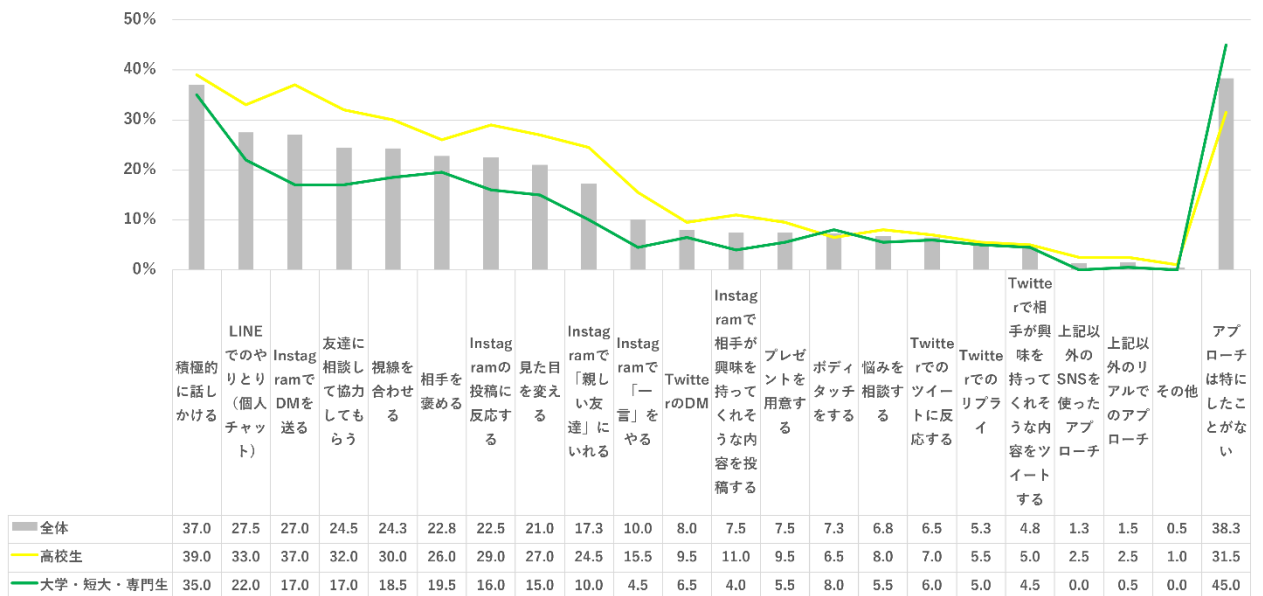


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューでも「共通の知り合いがおらず、相手がどういう人かわからないマッチングアプリよりも、共通の知り合いがいてどんな人なのか「口コミ」を知ることができるInstagramのほうが恋人探しには良い」「Instagramでつながる時は、共通の知り合いがないと興味がわからない」「友達ではなくても、Instagramでつながって、良い雰囲気になったことがある」という意見が聞かれ、SNSを通じて、友人関係の一步外側にいる人とゆるくつながり、友人の口コミ情報の収集等を経て交際に発展している事例も多いようでした。

アプローチする方法としてやったことがあるもの※図8について聞いてみたところ、「アプローチは特にしたことがない」(38.3%)が最も多くなりました。

図8 好きな人へのアプローチ方法としてやったことがあるものを教えてください。(複数回答) n=400(男性:200/女性:200)

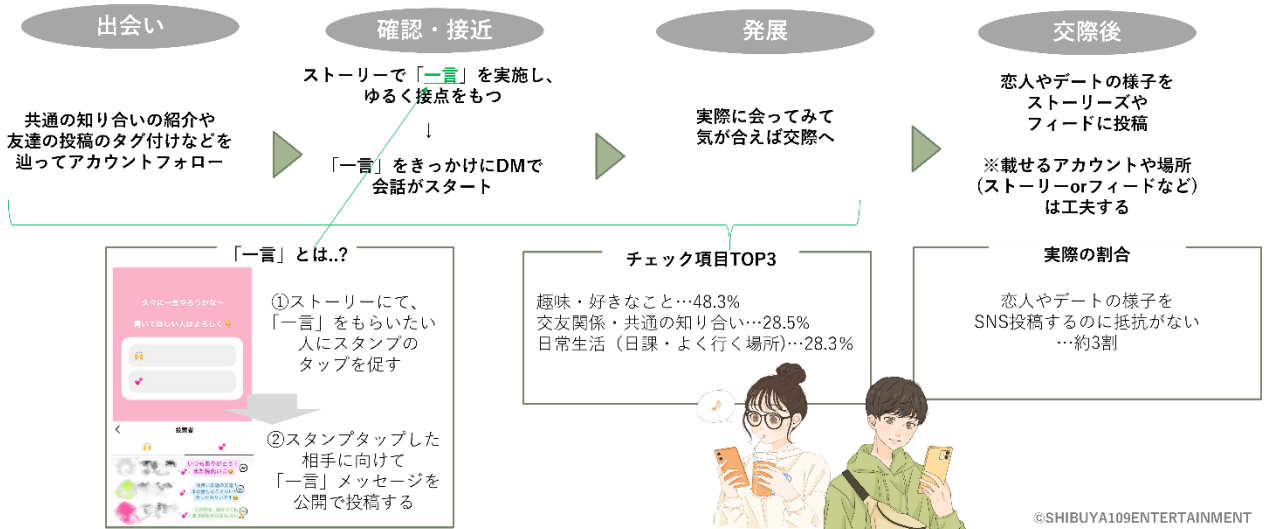


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューでは、「友達がアプローチをきっかけに好きバレして、相手に傷つけられていたので、リスクだと感じた」といったアプローチへ消極的な声の他、「好きバレすると相手も気まずいので嫌だ」「SNSでのやり取りで文面を残したくないので直接話す」という意見が聞かれ、アプローチによって好きバレ(=相手に自分が好意を持っていることがバレること)することを極端に避けたり、好意がある表現がSNS上に残ることを避けたりする傾向がみられました。

一方、アプローチ方法の内容を、高校生/大学・短大・専門学生で比較すると、高校生は、Instagramをより一層活用しているというのもポイントです。「Instagramで「一言」を募集して、そこから会話を始める」という発言が多数聞かれ、「一言」(下図参照)という一見ナチュラルな投稿から、距離感を縮める若者が多いようです。

Instagramでのフェーズ別活用例 (インタビュー内容を基に作成)



Instagram×恋愛のあるある動画がTikTokでも人気!

…多くの人が共感できるコンテンツである



交際後、恋人やデートの様子を投稿することについて、「Instagramのストーリーなど、一定時間で消えるところに投稿する」ことに抵抗を感じないのは33.3%、「フィード投稿など残る場所に投稿する」ことを抵抗を感じないのは29.3%と、微妙な差があるものの、約3割はSNSに恋愛に関する投稿をすることに抵抗がないとわかります。

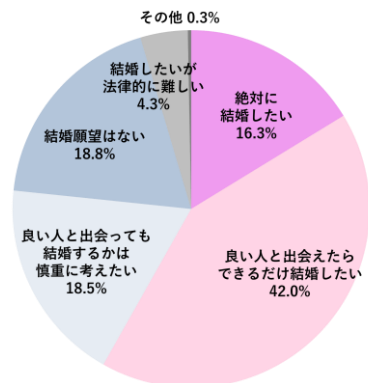
【3】結婚も「人生のゴール“じゃなくてもいい”」約3割の若者が「子どもはほらない」。 キャリアや自分らしい幸せを優先

結婚観※図9についても触れていくと、「絶対に結婚がしたい」と回答したのが16.3%、「結婚願望はない」と回答したのが18.8%となりました。

グループインタビューでも「結婚はしたい人がすればいい。今は誰かと結婚したいとは思わない。何歳までに結婚したいというのもない」「結婚は大変そう。結婚では自分は幸せになれなさそう」「好きな人がいるならいいけど、適齢期だから妥協して結婚するのは嫌。子どももほらないから籍を入れる理由がないし、離婚は大変だから付き合っているだけでいい」という意見が聞かれ、結婚に関しても「すべき」という価値観から開放され、「人生のゴールは結婚じゃなくてもいい」という価値観を持っているように見えます。

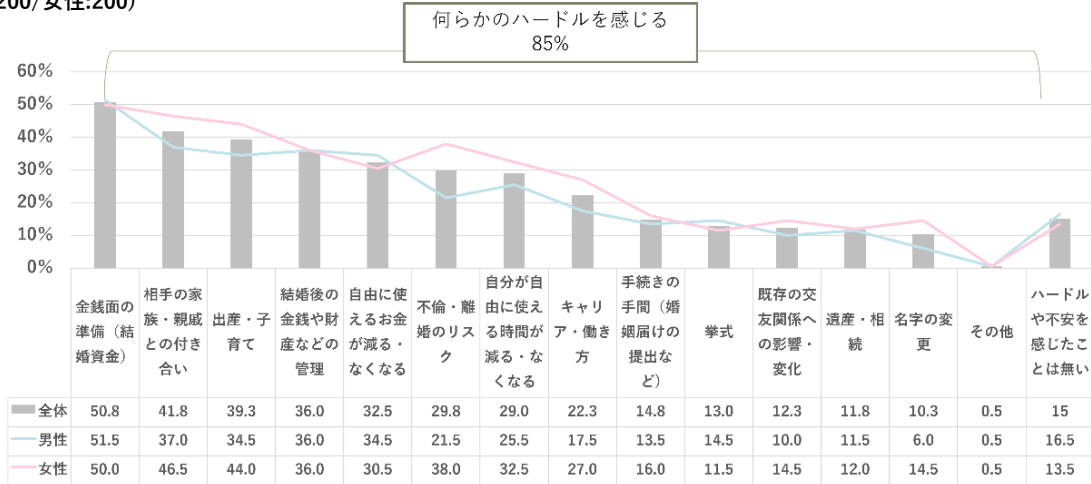
結婚に対して、何かしらのハードルを感じる※図10と答えたのは85.0%、最も多かったのは「金銭面の準備」(50.8%)となりました。

図9 あなたの結婚願望として当てはまるものを教えてください。
(単一回答)n=400(男性:200/女性:200)



実際にグループインタビューでは「社会人になってバリバリ働いて自分に使いたいし、養われたくない」「結婚は楽しそうだけど、出来ないことが増えそう。子どもが出来たら仕事も制限されるのが嫌だ」など、仕事と家庭の両立に不安を感じる意見が女性を中心に多く聞かれました。

図10 あなたが結婚を感じるハードルや不安を教えてください。(複数回答)
n=400(男性:200/女性:200)



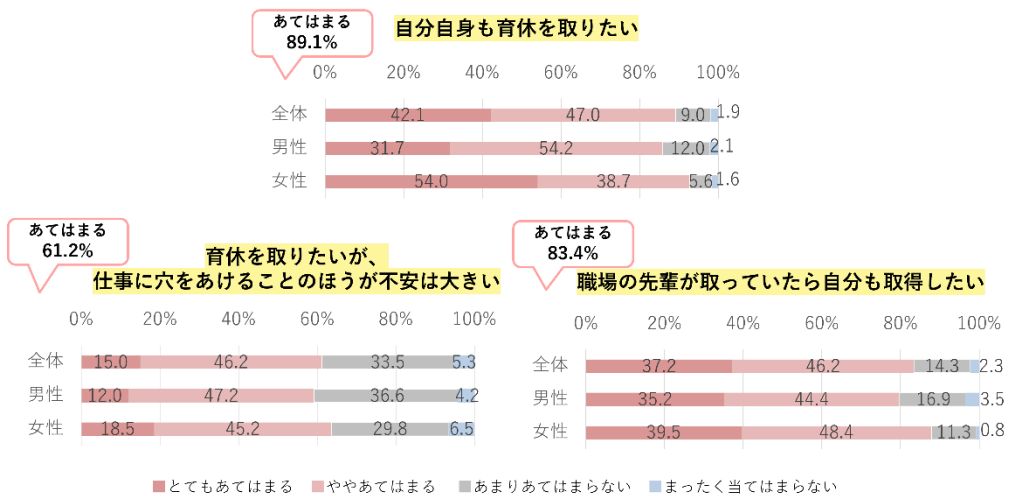
-5-

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

子育てについて※図11、「現時点では子育てをするイメージはない・子どもはほらない」と回答したのが33.5%となり、約3割のZ世代が子どもを持つことに消極的なようです。グループインタビューでは「相手の協力次第。自分の負荷が重いならほらない」「出産は大変そうなイメージがある」と、ここでも、仕事と家庭の両立への不安が見られました。

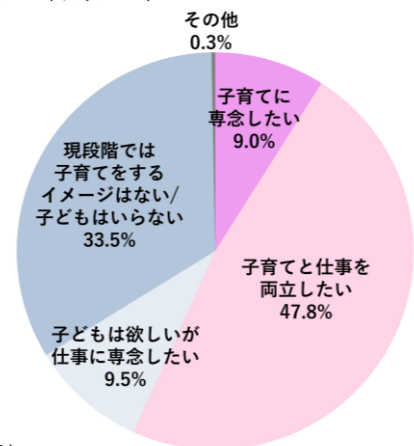
一方で、子育てについて自分自身も育休を取りたいと考えたZ世代は女性で92.7%※図12、男性で85.9%となりました。「育休を取りたいが仕事に穴をあけることのほうが不安は大きい」と回答したのは61.2%、「職場の先輩が取っていたら取得したい」と回答したのは83.4%となりました。2022年に男性育休に関する法改正も行われましたが、法制度だけではなく若者の価値観としても、男性の育休取得に対する意欲が根付いていることがわかります。

図12 育休に対するあなたの意見としてあてはまるものを教えてください。(単一回答)
n=266(男性:142/女性:124)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

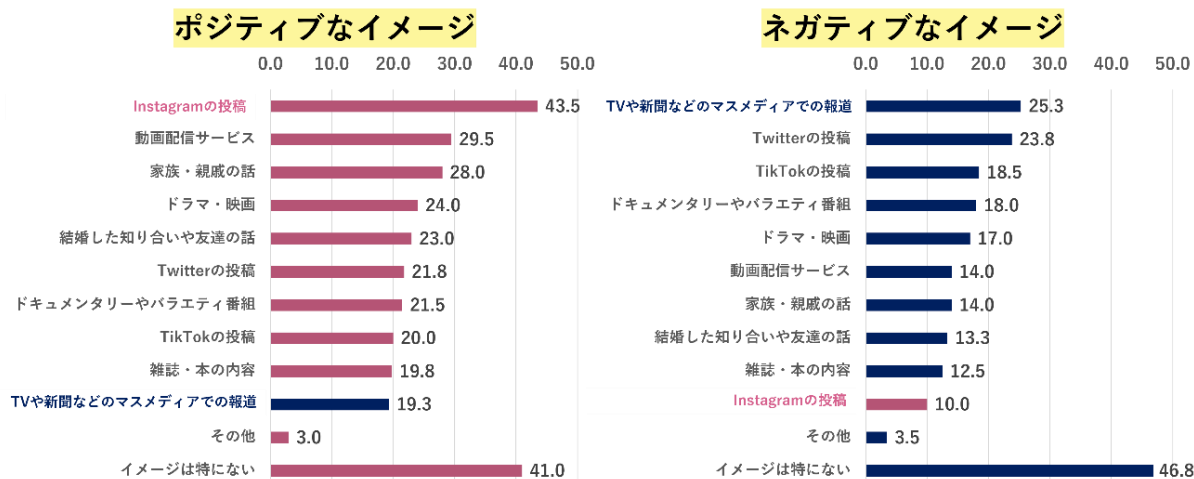
図11 子育てに関するあなたの理想像として当てはまるものを教えてください。(単一回答)
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

最後に、結婚や子育てに関して、どのような情報によって「ポジティブ・ネガティブなイメージ」をそれぞれ持っているか※図13、メディアごとに見たところ、それぞれ真逆のメディアが該当し、ポジティブなイメージは「Instagramの投稿」(43.5%)や「動画配信サービス」(29.5%)、ネガティブなイメージは「TVや新聞などのマスメディアの報道」(25.3%)、「Twitter」(23.8%)から取得していることがわかります。

図13 あなたは結婚や子育てに関して、どのような情報によって「ポジティブなイメージ」「ネガティブなイメージ」をそれぞれ持っていると思いますか。当てはまると思う物全て教えてください。(複数回答) n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューでは、「Twitterで不倫された人の投稿を見て、結婚は大変そうだった」「TikTokのカップル配信者の私生活を見ている。2人のやりとりがキーンとする」などの意見がありました。

【4】 所長が分析！自分らしい幸せの形が最優先。

恋愛や結婚・育児は取捨選択するもの 子育てがしやすい環境の実現に不安



Z世代の間では、Instagramのアカウントは自己紹介ツールとしても活用されているため、恋愛も含め、新たな出会いにおいて相手を知るきっかけになっています。SNSで投稿された写真や動画から、趣味や好きな世界観、交友関係が共有されており、相手との共通点や共感ポイントを事前に把握できることが魅力です。また現在、少子化対策の強化について注目が集まっていますが、Z世代は子育てにおいて、仕事との両立や育児休暇の取得の可否等、子育てをしやすい環境の実現に対して不安を感じていることがわかりました。結婚後も共働きが当たり前であり、性別問わず社会で活躍している今、金銭面だけでなく社会全体のサポート環境の整備が急がれます。

また、人生における優先事項も多様化したことで、“恋愛や結婚・出産を選択しないこと”も選択肢の一つです。彼らは個々が「自分らしい幸せ」を尊重できる社会を望んでいます。

SHIBUYA109 lab.のHPより、本WEB調査の無料グラフレポートを配布しております。

ぜひ、以下よりご連絡ください。

https://shibuya109lab.jp/product/?utm_source=prtmes.jp&utm_medium=referral&utm_campaign=release20230124

■アンケート調査概要

①WEB調査

調査期間：2022年11月～12月

調査パネル：外部調査会社のアンケートパネルを使用（SHIBUYA109 lab.調べ GMOリサーチ プラットフォーム 利用の調査）

居住地：一都三県

性別：男女

年齢：15～24歳

対象：高校生・大学生・短大・専門学校生

回答者数：400名（男性200名/女性200名）

※回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合があります。

②SHIBUYA109 lab.による定性調査

・グループインタビュー

対象者条件：大学生 男子3名、女子4名 2G 合計7名

※その他過去定性調査をもとに考察

■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者マーケティング機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(15～24歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣(株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属)

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣(おさだ・まい)

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPRサポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者マーケティング機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20」と接する毎日過ごしている。

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109渋谷店(東京都・渋谷区)を中心とした4つの施設を展開。「Making You SHINE! -新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：石川 あゆみ

ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>