

若い世代の描く
ライフデザインや出会いを考える
ワーキンググループ

議論のまとめ
(中間報告)

令和6年9月6日

目次

1. 若い世代のライフデザインや出会いを考える背景	1
2. ワーキンググループ及び「議論のまとめ（中間報告）」の位置付け	2
3. 若い世代のライフデザインや出会いをめぐる現状	3
4. 若い世代の現状認識や価値観に関する主な意見等	5
(1) 恋愛・出会いについて	6
(2) 結婚について	6
(3) 妊娠・出産、子育てについて	7
(4) 経済的状況等について	7
5. 今後の取組に関する主な意見等	9
(1) ライフデザイン支援について	9
(2) マッチングアプリ・結婚相談所について	12
(3) 行政が提供する出会い・結婚支援について	13
(4) 若い世代による情報発信等について	15
6. まとめ	17

若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ 議論のまとめ（中間報告）

1. 若い世代のライフデザインや出会いを考える背景

- 2023年の出生数は72万7,277人（概数）、一人の女性が一生の間に出産することもの数に相当する合計特殊出生率は1.20（概数）と、いずれも過去最低を更新した。第2次ベビーブーム（1971～1974年）の前年の1970年と比べて、出生数は約6割減少している。
- 我が国における毎年生まれてくるこどもの数の変化の要因を考えるに当たっては、若年人口が構造的に年々減少していくことの影響のほかに、どれぐらいのカップルが結婚するかという観点と、結婚している夫婦からどれぐらいのこどもが生まれるのかという観点に分けることができる。
- 15～49歳の女性人口は、現在でも1970年の約8割の水準を維持しており、また、夫婦の完結出生児数（15年以上連れ添った夫婦のこどもの数）は、1970年代から2002年まで2.2人前後で安定的に推移し、2005年からは減少傾向が見られ、2021年には1.9人になっているが、現在でも半世紀前の約9割の水準を維持している。
- 一方で、2023年の婚姻件数は47万4,717組（概数）と、戦後最低を更新し、1970年と比べて約5割減少（初婚同士の婚姻件数で見れば約6割減少）しており、婚姻件数の減少や未婚割合の上昇といった、いわゆる「未婚化」の進行が我が国において深刻化する少子化の大きな要因となっている。
- 45歳から54歳までの男女で一度も結婚したことがない人の割合を見ると、1990年までは男女とも約20人に1人に満たなかったが、その後の上昇傾向により、2020年では男性で4人に1人以上、女性で6人に1人以上となっている。1990年以降、男女ともに顕著に未婚割合が上昇し、現在は、かつてのような結婚することが当たり前の社会ではなくなっている。
- 一方で、未婚の若者の結婚意思は、現在も依然として男女とも8割以上が「いずれ結婚するつもり」と考えており、1990年頃と比べてそこまで大きく変化はしていない。今回のアンケート調査においても、未婚の若者で「結婚はしたくない／できればしたくない」と考えている人の割合は、10代や20代で1割前後、30代でも約2割にとどまっている。
- 若者の未婚化に対する対策を講じるに当たっては、若者の結婚意思は大きく変化していないにもかかわらず、どうしてこれほど結婚の希望が実現していない社会になっているのかを考えることが必要である。

2. ワーキンググループ及び「議論のまとめ（中間報告）」の位置付け

- 結婚、妊娠・出産、子育ては個人の自由な意思決定に基づくものであり、多様な価値観・考え方を尊重することが大前提である。その上で、少子化対策は、若い世代の意見に真摯に耳を傾け、その視点に立って、若い世代が、自らの主体的な選択により、結婚し、子どもを産み、育てたいと望んだ場合に、それぞれの希望に応じて社会全体で若い世代を支えていくことが基本である。
- また、「子ども未来戦略」（令和5年12月22日閣議決定）に基づき、「若い世代の所得を増やす」、「社会全体の構造・意識を変える」、「全ての子ども・子育て世代を切れ目なく支援する」という基本理念の下、雇用の安定と質の向上を通じた雇用不安の払拭等に向け、若い世代の所得の持続的な向上につながる幅広い施策を展開するとともに、「子ども・子育て支援加速化プラン」による子ども・子育て政策の抜本的な強化策などを早急に実現していくことは当然の前提である。
- しかし、他方で、我が国において未婚化・晩婚化や少子化が進行してきた背景の一つである、若い世代が結婚・子育ての将来展望を描けない状況については、更に分析し対策を講じる必要があるのではないか。例えば、若い世代が、学業やキャリアのみならず、結婚、妊娠・出産、子育てといった様々なライフステージにおける選択を含め、自らの人生をどのようにデザインしていくかについて、自分なりの希望や選択肢を思い描き実現するために必要十分な情報や意見を得られる環境が必ずしも整備されていないのではないか。また、自分なりの人生の選択を思い描きながらも、それを実現できなかつたり、諦めてしまつたりするような課題や障壁があるのではないか。
- こうした問題意識の下、若者自身や有識者・関係者からの率直な意見を聴取し、若い世代の描くライフデザインや出会いについて考えを深め、課題等を明らかにするため、内閣府特命担当大臣（子ども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画、孤独・孤立対策）主宰の下、「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」（以下「ワーキンググループ」という。）を開催し、令和6年7月から8月にかけて、（1）結婚をめぐる現状や課題、（2）Z世代を始めとする若者の価値観、（3）ライフデザイン支援、（4）官民の出会い・結婚支援などについて議論を行ったところである。
- また、ワーキンググループの開催に当たっては、15歳から39歳までの男女2万人を対象としたウェブアンケート調査（以下「アンケート調査」という。）を実施するとともに、子ども家庭庁の「子ども若者★いけんぷらす」における意見聴取を始めとするヒアリングやグループインタビューが実施され、ワーキンググループでは、これらの結果（詳細は別紙「参考資料集」を参照。）も踏まえて議論を行った。
- 本「議論のまとめ（中間報告）」は、令和6年8月までのワーキンググループにおける議論の内容を整理し、若い世代が抱く恋愛・交際、結婚、妊娠・出産、子育て等に関する考え方や課題認識について、中間報告として取りまとめたものである。

3. 若い世代のライフデザインや出会いをめぐる現状

- 「いずれ結婚するつもり」と考えている未婚の若者が挙げる独身でいる理由としては、男女とも「適当な相手にめぐり合わない」が最も多く、次いで「結婚する必要性をまだ感じない」「独身の自由さや気楽さを失いたくない」が多い。また、近年では、「異性とうまくつきあえない」という理由の割合が男女とも上昇している。
- 「適当な相手にめぐり合わない」ということの具体的な内容としては、「そもそも身近に、自分と同世代の未婚者が少ない(いない)ため、出会いの機会がほとんどない」ということを挙げる割合が男女とも最も高い。
- 今回のアンケート調査においても、未婚の若者が挙げる「結婚へのハードルになっていること」として、「そもそも出会いの場所・機会がないこと」(29.3%)が最も多くなっている。これに次いで、「自分が結婚しているイメージができないこと」(25.2%)、「自由さや気楽さを失いたくないこと(生き方が制限されること)」(24.4%)、「家族を養えるほど経済力がないこと」(23.5%)が挙げられている。
- 平均初婚年齢は、男女とも上昇傾向にあり、2022年では男性(夫)で31.1歳、女性(妻)で29.7歳となっている。一方で、2022年の初婚件数(初婚同士の婚姻件数)を年齢別で見ると、最も初婚件数が多い年齢(結婚多発年齢)は男女とも27歳となっている。また、初婚同士の結婚において、29歳までに男性の約6割、女性の約7割が結婚し、30代前半までに男性の約8割、女性の約9割が結婚している。平均初婚年齢と結婚多発年齢との間に乖離がある状況においては、結婚に向けて動き始める時期によっては、なかなか出会いに恵まれないと感じ、思いがけず悩むことになってしまう可能性も考えられる。
- 「適当な相手にめぐりあわない」と回答した男女の半数以上が、具体的な相手を探すために「特に何も行動を起こしていない」と回答している。今回のアンケート調査においても、結婚したいと思っているが交際相手がいない未婚者で、結婚も視野に入れた相手を見つけるために「全く行動をしていない/あまり行動していない」人の割合は、男女とも8割を超え、そのうちの約5割が「(行動)したほうがいいのはわかっているが、まだしていない」とし、約4割が「(行動)する必要があると感じていない」としている。
- 「(行動)したほうがいいのはわかっているが、まだしていない」理由としては、男女とも「婚活より優先したいことがあるから」「婚活が面倒だから」という理由が上位となっているほか、男性では「自分のスペック(給料や学歴など)に自信がないから」、女性では「結婚相手とは自然に出会いたいと思っているから」という理由が高い。また、「(行動)する必要があると感じていない」理由としては、男女とも「そこまでして出会いたいと思わないから」という理由が最も高く、高校生・大学生の年代ほど「今はまだ若いのでそこまで焦らなくてもいいと思っているから」という理由が高い。

- 今回のアンケート調査によれば、ライフデザインについて学ぶ機会が「子育ての情報」や「妊娠・出産に関わる身体的な情報」を学んだ人では、理想の結婚年齢を「29歳まで」と考えている人の割合が約7割であるのに対して、そういったことを学ぶ機会がなかった人では、その割合が約5割となっている。
- なお、我が国では、1970年代を境に見合い結婚よりも恋愛結婚が主流となってきたが、近年は、SNSやマッチングアプリなど個人間の交流の場をオンラインで提供するサービスを用いて知り合った夫婦の割合が上昇している。今回のアンケート調査によれば、既婚者の約6割にマッチングアプリの利用経験があり、直近5年間で結婚した人の約3割がマッチングアプリをきっかけに出会った相手と結婚している。

4. 若い世代の現状認識や価値観に関する主な意見等

- 結婚、妊娠・出産、子育てが当たり前のもと考えなくなっている現在の社会において、そもそも結婚、妊娠・出産、子育てという言葉に対するイメージや価値観が今と昔で果たして同じなのかという点を考えることが重要である。
- 若い世代の価値観を考える上では、最終的に表出された言動だけで捉えるのではなく、どういった価値観に基づいてそうした言動を取るのか、さらには、価値観を形成する過程でどのような環境要因の影響を受けてきたのか、といった背景にまで立ち返って理解しようとすることが重要である。
- 例えば、平成生まれ以降の世代は、バブル崩壊後の低成長期の日本で育ち、「元気な社会」というものをそもそも経験したことがない中で、与えられた収入の中でどのようにやりくりするかということをシビアに考えている傾向が見られる。また、アメリカ同時多発テロ、ITバブル崩壊、リーマンショック、東日本大震災、コロナ禍、ロシアの軍事侵攻など、数々の危機を目の当たりにする中で、リスクとは基本的に回避できるものではなく、うまく付き合っていくものという価値観を持ち、将来の不安に備えることへの意識が強い傾向もある。
- 長引く経済不況、感染症、紛争や戦争の勃発など、変化が大きく予測できない日々が常態化し、社会的に正解とされる生き方が消失した一方で、多すぎるほどの情報や繋がりを通して実に多様な選択肢を知る中で、今の若い世代は、「他人や社会にとつての正解」よりも「自分自身が納得できているか（自分なりの納得解）」を大切にする傾向がある。
- 一般的に、家族に関する身近なロールモデルとして、まず自分自身の親のことを考える人は多い。しかし、今の若い世代の中には、親の世代が若い頃を過ごした時代と、自分たちが生きている今の時代とでは、社会で通用している価値観や選択の幅が大きく異なっていると感じている人もいる。そうした中で、自分の親とは異なるバックグラウンドを持つ、近い世代の様々なロールモデルを知り、自身の将来についての「解像度」を高めたいと考えている人もいる。
- また、かつては、ほとんどの人が一度は結婚していた時代であったことから、そうした時代の価値観や社会像に由来する、「結婚はしていて当たり前」「少子化対策とは、結婚している男女のこどもを増やす応援のこと」「男性はもっと稼ぎたいはず」「女性はもっと家事育児に専念したいはず／専業主婦になりたいはず」「地方企業にはゆとりがないため女性に回せる仕事がない」といった発想が見え隠れする言動に触れると、そういった価値観や社会像を共有していない今の若い世代には「アンコンシャス・バイアス（無意識の思い込み）」と映っている可能性がある。
- なお、若い世代の中でも、年代や個人によって、価値観や成長背景に違いがあることにも留意が必要である。

(1) 恋愛・出会いについて

- 若いうちほど、いつでも出会える、まだ結婚を考えるには早いといった思いが働き、恋愛や結婚よりも、別のやりたいことを優先しがちで、30代に差し掛かる辺りから、周囲の友人等の結婚などを契機に、出会いや結婚を意識し始める人が増えるという傾向が見られる。 今回のアンケート調査においても、未婚の若者の約8割が「他のことより優先してまで結婚・恋愛をしたくない」としているほか、結婚意思がある人の約4割が、親以外の身近な人（兄弟姉妹・友人・上司や同僚・身近な尊敬する人）から結婚や出産に対する考え方について影響を受けたとしている。
- また、現在は、恋愛がもたらしてくれる楽しみを、動画コンテンツ等を消費することで満たすこともできる。そのような中で、限られた時間を、現実の恋愛をすること（恋人がいること）に使うよりも、それ以外の楽しみに使いたいと考える若者が多くなっている可能性もある。
- 今の若い世代では、恋愛関係が一時的なもので終わる可能性を意識して、自分にとって大切な人とは、恋人になることで失ってしまうリスクがあるなら、友人として一生関わっていられる関係を選ぶといった、友情関係を重視する考え方も共感を集めている。
- また、今の若い世代は、恋愛や結婚の理想像として、誰かに幸せにしてもらおうという関係性よりも、一緒に幸せになるという関係性を好む傾向が見られ、互いが自立し、結婚後も働く・家事は分担するといった物理的な面はもちろん、精神的にも支え合える関係性を求める人も多いといった意見があった。

(2) 結婚について

- 今回のアンケート調査においても、未婚の若者で、（現時点では答えが出ていない人も含めて）結婚について考えている人の割合は、男女とも約8割となっている。
- また、未婚の若者の約2割が「結婚はしたくない／できればしたくない」としている。その理由としては「結婚にメリットを感じないから」が最も多く、次いで「ひとりで生活したいから」「人と関わりたくないから」「自分に時間を使いたいから」が多い。
- ネットニュース等を通して離婚や不倫といった結婚にまつわるネガティブな情報に頻繁に接する中で、今の若い世代は、そもそも「結婚が幸せなもの」と単純には捉えていない。今回のアンケート調査によれば、未婚の若者の約5割が「結婚すると夢がなくなる」と考えており、約3割が結婚することによって「行動や生き方の自由が損なわれる」と考えている。

- 今の若い世代は、「結婚して家庭を持つのが当たり前」といった考え方に縛られず、結婚や子どもをもつことは、自分にとっての幸せを実現する手段の一つにすぎず、本人が希望する場合に選択するものと考えている人も多い。だからこそ、行政の取組の基本姿勢としては、結婚、妊娠・出産、子育てに対する価値観や考え方に関わらず、あらゆる人にとって生きやすい社会の実現を目指していくことが重要である。
- 結婚については「何となく、するかしないか迷っている」あるいは「いい人がいればしてもいいけれど、深くは考えていない」といった状況にある若者も少なくないと思われるが、今回のアンケート調査によれば、未婚の若者が挙げる「結婚へのハードルになっていること」としては、「自分が結婚しているイメージができないこと」が、「そもそも出会いの場所・機会がないこと」に次いで2番目に高くなっている。

(3) 妊娠・出産、子育てについて

- 今の若い世代は、核家族化や地域コミュニティの希薄化の影響で、乳幼児の世話をしたり触れ合ったりした機会がないまま大人になった人も少なくない。そういった人は、そもそも「子どもをかわいいと思えるか分からない」「自分が子どもを育てているイメージがない」状態であるため、自分の人生において子どもをもつという選択肢を自分事として考えようとする動機に乏しい。
- 人によって様々ではあるが、乳幼児の世話をした経験や、妊孕力に関する知識を得たとき、ライフプランについて考える授業を受けたときなどは、子どもに興味を持ったり、妊娠・出産について自分事として考えたりするようになるきっかけとなりうる。
- また、報道などで「少子化」の問題が取り上げられたり、学校での探究学習や課外活動などで、家族や子どもにまつわる出来事を取り上げたりするときは、それらを社会の課題として可視化する意図で取り上げることがあるため、そうした経験によって、結婚、妊娠・出産、子育てに対して、無意識に暗いイメージや不安を感じるようになっていく可能性もある。自分が育った家庭環境等の影響で親になることに関して不安を感じる人もいる。

(4) 経済的状况等について

- 結婚や子どもをもつことへの希望を持っている場合でも、所得や雇用などの経済面での不安等から、二の足を踏んでいる人は少なくないと考えられる。
- 高齢化社会となり、80歳や90歳まで生きることが不思議ではない現代において、男性よりも長生きする傾向にある女性は、高齢になっても自分で生きていけるように、働けるうちはできるだけ働きたいという意識を持ちやすい。

- 経済的に自立して生きていけると感じている女性も増えていて、女性が経済的に男性を頼って結婚を選択するという以前のような見方も当てはまらなくなっている。男性も結婚相手の条件として経済力を求める人が増えており、今の若い世代では、子育て期も夫婦ともに仕事を辞めずに働き続けることを理想の夫婦像と考えている人が増えてきている。
- しかし、現状では、我が国は OECD 諸国に比べて男女の賃金格差が大きいほか、特に女性が結婚や出産を機に就業ペースを落とす傾向が見られる中で、男性が収入面で重圧や不安を感じたり、世帯所得を低下せざるを得なかったりする状況、育児休業等の制度があっても職場の雰囲気から取得を控えたり退社を選択したりする状況、家事や育児が女性に偏りがちな状況などが見られる。こうした状況が、「わざわざ結婚しようとは思わない」「結婚にメリットを感じない」と若い世代が思う背景の一つにあると考えられる。
- 自分が育った家庭環境等での経験を踏まえ、自分のこどもには同様の苦勞をかけたくないといった思いから、結婚やこどものことを考える上で経済的余裕を重視している人もいる。また、男女問わず、奨学金の返済を抱えている人は多く、平均 20 年程度続く奨学金の返済のことを意識して、経済的に結婚や出産を考えられるタイミングを遅らせている人も一定数いるのではないかといった意見もあった。さらに、ヤングケアラーなど経済面以外の事情を抱える若い世代が結婚やこどもをもつことに関して感じている懸念や不安についても、目を向けることが重要であるとの意見もあった。
- また、我が国では、男女とも 4 年制大学への進学率が 5 割を超えている中で、20 代前半の新卒男女が就職を機に地方から都市部へ大量に流出する現象が見られる。特に 20 代の女性が多く都市部に流出している地方においては、地元に残る若い男性ほど「適当な相手にめぐり合わない」と感じている可能性がある。
- 全国平均以上の合計特殊出生率であっても、出生数の減少が全国平均以上に進んでいる地方もあり、地方における少子化の実態を捉えるに当たっては、このような就職期における 20 代前半の男女（とりわけ女性）を中心とした人流の状況について考慮することも重要である。

5. 今後の取組に関する主な意見等

- 「こども未来戦略」等に基づき取り組むこととしている、若い世代の所得を増やすための取組や共働き・共育での推進等を着実に実行していくことは大前提であるが、その上で、今後、以下の取組を進めていくべきである。

(1) ライフデザイン支援について

- ライフデザイン支援（以下では、主として、進学や就職、結婚、妊娠・出産、子育てなど、その後の人生を大きく方向付ける可能性が高い分岐点（ライフイベント）に関して、自分自身の考えや見通しをあらかじめ整理するために必要な機会や知識等を提供することを念頭に置いている。）は、自分自身の人生の選択肢として、学ぶことや働くことと併せて、結婚や子どもをもつことについて向き合う機会と、その際に参考となる知識や多様なロールモデルを提供し、自分が人生に何を望んでいるかを俯瞰的に考え、この先どういったことがハードルになるのかということに気づく機会をもたらすものである。また、結婚、妊娠・出産、子育てを望む方々の自己実現をサポートする社会を目指していく上でも、重要な取組である。
- 今はインターネットで情報収集するのが一般的であり、結婚や子育てに関する情報を有り余るほど集められる時代だが、そうした情報のほとんどは二次情報に基づくものであるため、交流や体験を通して、自分の目で見たり、直接話を聞いたりすることで得られる一次情報が貴重であると感じており、そうした機会を必要としている人もいる。
- 結婚、妊娠・出産、子育てに関する本音の意見については、対面や1対1の機会を通じてやり取りする方が、情報を伝える側の安心感や、情報を必要としている側が受け取れる情報の質という点で、双方にとってメリットが大きい。また、ライフデザインを考える上では、将来の選択に関わる事実の知識と、実際に体験して得られる実感の両方が重要である。若い世代のライフデザイン支援に向け、近い世代の様々なロールモデルとの出会いを通じて、様々なケースを体験したり、学ぶことができたりする機会を提供していくことが重要である。
- 将来のことに関する知識としては、結婚年齢に関するデータ、プレコンセプションケア（男女ともに性や妊娠・出産に関する正しい知識を身に付け、健康管理を行うよう促すこと）に関すること、結婚や子育てに関する行政や民間のサービスの存在などについても、価値観の押し付けにならないことに留意しながら、誤解に基づくライフデザイン設計とならないように、伝えることが大切である。また、子育て家庭の私生活の様子だけではなく、職場での様子を知ることができる形もあれば、仕事と家庭のつながりやバランスの取り方を両面から見ることができ、参考になるのではないかといった意見があった。

- 小・中学校、高校、大学、若手社会人といったそれぞれの年代で、ライフデザインについて考える機会を提供していくことが重要である。その一方、それぞれの年代で、考える際の目的意識や観点、知っておいた方が良い情報には違いがあり、工夫が必要である。全ての年代に共通の一つのコンテンツを提供するのではなく、それぞれの年代に応じて、必要な内容を適切な方法で提供することが重要である。そうすることで、ライフデザインについて考えることを自分事として受け止めてもらいやすくなり、自らのライフデザインへの解像度も高まるのではないかといった意見があった。
- 今の若い世代は、人生設計を考える機会として、小・中学生の頃からキャリア教育を受けている。現状のキャリア教育は、進路選択や職業選択につながる視点が中心となっており、結婚や子どもをもつことを希望する人にとっての視点については、積極的には触れられていない傾向がある。そこで、キャリア教育の場を活用できるように工夫していくことも一案ではないかといった意見があった。
- 学校との連携については、結婚や子どもに関する人生の選択を自分事としてまだ感じていない人も、学校の授業を通して自然に参加できるという観点で重要である。
- 一方で、実際は、学校の授業のような場には、何となくやり過ごしてしまう雰囲気があり、また、必ずしも全員にとって、中学生や高校生の時がライフデザインについて考える効果的なタイミングというわけではない。学校の授業だけではない、多様な機会の提供も重要である。
- 子ども・若者が日常的に利用するユースセンターのような場所で、多様なロールモデルに出会えることも重要である。ユースセンターでは、若者向けに、助産師や看護師に気軽に相談できるユースクリニックという取組も始まっている例があり、こうした取組に早いうちにアクセスできることが、結婚、妊娠・出産、子育てに関する不安の軽減につながるという意見があった。地域において、子どもや子育て世代を支えてくれる存在、応援してくれる存在といったポジティブな働きかけをしてくれる存在を増やしていくことも重要である。
- ライフデザイン支援は、就学時や就職活動時、さらには社会人になってからも、若手の時期、転職の時、婚活中、結婚前後、新婚期といったステータスを捉えて切れ目なく実施していくことが重要である。特に、結婚前後や新婚期にとっては、パートナーのライフプランに関する考えという、普段は重たくて避けがちな話題を話し合うきっかけにもなり、お互いの価値観や認識を共有し、「二人のライフデザイン」についても考えをすり合わせる貴重な機会となりうるという意見があった。
- 現状において、ライフデザイン講座や「家族留学」（自身のライフデザインを考える際のヒントを得ることを目的に、実際の子育て家庭の生活に同行する体験型のプログラム）といった取組に参加する人は、基本的に既に「マインドが高い」人であ

る。結婚や子どもに関する人生の選択を自分事としてまだ感じられていない人を始め、いかに幅広い層に参加してもらうかという点で課題があり、ライフデザイン支援の裾野を広げていく上では、学校、地方公共団体、企業での取組が重要である。

- 地方公共団体においては、少子化への危機感が高まり、政府の地域少子化対策重点推進交付金等を活用した、ライフデザイン支援に係る取組はある程度進んできている。他方で、行政では、事業化・予算化に当たり、税金を投じる観点から事業の短期的な効果が重視される傾向もあるが、短期的な効果への意識が強いと、成果が現れるまでに時間がかかるライフデザイン支援の実施が見送られてしまいかねない。そこで、ライフデザイン支援の成果の捉え方や、それに見合う成果指標の在り方、取組の有効性を示すデータについては、国から積極的に発信・提供することが重要である。
- なお、行政が出会いや結婚、妊娠・出産、子育てに関わる情報発信を行うに当たっては、特定の価値観を強要するものではないことが大前提である中で、成果指標の設定の仕方にも、結婚や子どもを希望していない人への価値観の強要になっていないか配慮が必要である。
- また、ライフデザイン支援においては地域性も考慮することが必要である。例えば、待機児童が解消されている地域とまだ解消されていない地域の差など、ライフデザインを考える上で前提とする条件や価値観が異なれば、思い描くライフデザインも異なってくる可能性がある。
- 企業においては、ライフデザイン支援に関しては、企業の利益に直結するものではないことや、従業員個人の価値観に関わる点でコンプライアンス上の懸念を感じることから、社内研修や福利厚生の一環で導入することに消極的になる面があるといった意見があった。従業員の満足度やエンゲージメントの向上に関するメリットや人材獲得上のメリットといった、ライフデザイン支援を導入する経営上のメリットをより明確な形で発信し、企業側の理解を促す取組が必要である。
- ライフデザインを考える際には、結婚することや子どもをもつことを当たり前と考えたり、プレッシャーに感じたりしなくていいこと、正解はなく、特定の生き方を押し付けられているものではないことや、結婚しないことや子どもをもたないことなど、一人一人が自分の幸せを実現する上で人によって色々な選択があって良いし、途中で何度でも変えても良いということをあらかじめ伝えることが重要である。
- ライフデザイン支援に係る取組は、結婚や子どもをもつことへの意欲を高めることを目的としているものではないものの、副次的な効果として、参加者の多くに、自分が子どもを育てることや仕事との両立への漠然とした不安の解消、結婚や子どもをもつことへの意欲の向上、結婚や出産に適した時期があることへの認識、子育て中の方への思いやりや配慮の醸成といった意識変容をもたらす。

- ライフデザイン支援に係る取組に参加したことによって、結婚や子どもをもつことに対する自身の気持ちに整理がつき、当面は仕事に集中することを選択する人もいる。ライフデザイン支援は、結婚や子どもをもつことを強要する機会ではないことが大前提であり、結婚や子どもを希望していない人にとっても、自分の生き方を考える上でのヒントが得られる機会になることが望ましい。
- また、ライフデザインを考える機会を通して、結婚や子どもをもつことに対する意欲が高まったときに、利用できるサポートや支援策など、実現に向けてもう一步踏み出すのに役立つ情報をあわせて入手できることが重要である。
- ライフデザイン支援の取組による成果は、5年後、10年後といった時間軸で捉える必要がある。一度ですぐに効果を発揮するというものではなく、長期的に継続して取り組むことが必要なものである。

(2) マッチングアプリ・結婚相談所について

- 全体の婚姻件数が減少する中で、マッチングアプリや結婚相談所を通じた出会いをきっかけとした結婚が占める割合は増加傾向にある。2021年時点で、マッチングアプリ等のオンラインの交流サービスを通じて知り合った夫婦の割合は約2割となっており、また、過去減少傾向にあった見合い結婚の夫婦の割合についても、近年は増加傾向が見られ、約1割となっている。
- マッチングアプリは、「タイパ（タイムパフォーマンス）」「コスパ（コストパフォーマンス）」を重視するZ世代の価値観に非常に親和性の高い出会い方であり、20代を中心に普及している。また、マッチングアプリに登録している若者は、「いい人がいれば」といった気軽な目的で利用しているといった意見があった。ただし、気軽に利用登録ができる一方で、実際に会う際のハードルは高いと感じている人もいる。
- マッチングアプリのメリットとして、24時間利用可能であるため勤務時間が不規則な方も利用しやすいこと、遠隔地のマッチングにも適しており地元から首都圏に出てきた若者が居住地の壁を超えて相手探しに利用することもできることが挙げられる一方で、マッチングアプリを利用することでトラブルに巻き込まれないかといった不安を感じている人も少なくないといった意見があった。
- 今の若い世代は、自分が求める理想的なパートナー像を漠然と「いい人」としかイメージできておらず、その「いい人」が具体的にどのようなタイプ・条件の人なのかを自覚できていない人も多しいといった意見があった。AI等による性格診断や相性診断といった機能・サービスは、今の若い世代にとって、出会いや結婚を考えている際に相手に求めていることについて解像度を上げる一助となるものであるとともに、

その後のマッチングの効率化・最大化や、引き合わせ相手とのコミュニケーションでの不安軽減につながるといった点でメリットがある。

- マッチングアプリの安全面について不安を感じている若者も多い中で、各社が連携して、ユーザの安心・安全な利用に必要なサービス運用や啓発活動を強化している。例えば、第三者認証を取得している会社のマッチングアプリは、アプリ内でのメッセージのやり取りをAI等で常時監視し、不適切なやり取りがあった場合にはユーザへ注意を促すシステム等を導入している。利用者が安心して安全に利用できるよう、第三者認証の仕組みや安全な利用方法等に関して、引き続き周知啓発を図っていくことが重要である。
- 結婚相談所のメリットとして、登録者の属性を詳しく知ることができること、仲人役の方が引き合わせに積極的に関わってくれることが挙げられる一方で、課題として、利用料金が比較的高い点や、場所によっては登録者の男女比や年齢層に偏りが見られる点を挙げる意見があった。
- 結婚相談所にいる仲人役の方たちのサポートスキルは、それぞれの経験や勘を頼りに培われてきたのが現状だが、そうしたサポートスキルの向上に官民協力して取り組んだり、AI等も活用しながら支援していくことができれば、仲人役のサポートスキルの向上、個人差の軽減等につながるのではないか。
- マッチングアプリや結婚相談所に対しては、新しい出会いの形であることもあり、ニーズがなかった年代、年配の方等を中心に良いイメージを持っていない人も多い。こうした出会いの機会を若者にも安心して活用してもらう上では、利用者層向けに成婚事例や安全面での対策をPRする取組と併せて、こうしたサービスを利用したことがない世代の方に対する情報発信・周知啓発を行い、恋愛や出会い、結婚に関して特定の価値観を押し付けたり、プレッシャーを与えたりするものとならないよう最大限注意しながら、「今どきの出会いや結婚」の形について社会全体の理解を醸成することも重要である。

(3) 行政が提供する出会い・結婚支援について

- 今の若い世代が出会いや結婚を難しいことと感じている状況の背景には、若者自身の自助努力や、民間事業者によるサービスのみでは解決できない課題が絡み合っている。そうした課題へアプローチする手段の一つとして、行政による出会い・結婚支援は重要である。また、今回のアンケート調査では、未婚の若者の約3割が「都道府県の結婚支援を積極的に利用したい／やや利用してみたい」と回答している。一方で、行政が出会いや結婚について支援を行うことについては、結婚したくない人を結婚させようとしているといった誤解を受けやすいため、取組の意図や基本姿

勢を丁寧に伝える努力を欠かしてはならない。

- 行政が提供する出会い・結婚支援サービスの課題は、その認知度の低さである。地方公共団体の結婚支援センターを始め、ほとんどの若者が、行政による出会い・結婚支援サービスが存在することをそもそも知らないのが実情である。
- 地方公共団体の結婚支援センターの利用申込みは、地域にもよるが、男女とも 20代は少なく、男性は 30 代後半から、女性は 30 歳前後から増える傾向がある。成婚事例としても 30 代の男女のケースが多いため、それゆえに 30 代の成婚事例を PR することも多いが、そうすると 20 代に対する PR にはなりにくいといった意見があった。
- また、地方では 20 代を中心に女性が首都圏に流出して人口性比に偏りが生じるケースが見られる中で、地元に関じた支援の枠組みでは、マッチングが難しい面がある。また、地域の特性によっては、採算の観点から民間事業者の参入が進まないところもある。
- 行政の出会い・結婚支援サービスには、民間のサービスに比べて、セキュリティや利用者の本人確認といった安全面にメリットを感じる人も多い。また、行政の出会い・結婚支援サービスに登録している人は、本気で相手を探している人が多そうというイメージもあるといった意見があった。こうした点は、結婚を前向きに考えている若者の利用促進を図る上でもアピールポイントになりうる。
- 行政の結婚支援サービスにおいて、地域の行事やレジャー施設等を活かして、リアルでの交流・出会いの場をつくる視点は重要である。
- 結婚相手や出会いを求めて特別な活動に参加することを周りに知られることが恥ずかしいと感じる人も多い。そうした人は、一見して「婚活イベント」と分かるイベントに参加することには慎重になるため、地域の行事や同好会・サークルのように、誰でも参加でき、友人とも話題にしやすいような見せ方で企画・募集することも大切である。
- マッチングアプリや結婚相談所、行政の支援サービスはあくまでも出会う手段の違いにすぎないが、実際には、マッチングアプリの利用者は 20 代が多く、結婚相談所や行政の支援サービスの利用者は 30 代以上が多いといった特性がある中で、その背景にある年代ごとの困りごとやニーズ等の違いを細分化して捉えながら、使い勝手の良い多様なサービスや支援を届けることが重要である。
- また、地域の結婚支援の効果を高めるため、国においても効果検証の枠組みを構築し、優良事例を支援フェーズごとに評価・分析しながらその横展開に取り組むことが必要である。あわせて、サービスの利用者の数や多様性を確保することは利用者

のメリットにつながる面もあるため、マッチングシステムの都道府県間の連携方策の検討を進めていくこと等も必要である。また、サービス向上のために官民の連携協力も更に進めていくことが必要である。

- 結婚を希望する若者は、行政に求める出会い・結婚支援策として、出会いの機会の提供や相談支援といった仕組み以上に、出会いや結婚を応援する社会的気運を重視している傾向も見られる。結婚や子どもを望んでいない人への配慮という点で、周囲が特定の価値観や生き方を押し付けないことは重要であるが、結婚や子どもに関する選択や価値観に関わらず等しく応援される社会を実現するという観点では、結婚や子どもを望んでいる人への配慮という点で、周囲が適切な助言やケアを行うことに対して寛容な社会的気運を醸成していくことも重要である。
- また、マッチングアプリや結婚相談所、行政の支援サービスといった出会いの手段の多様化・サービス向上も重要であるが、出会った後も、お互いが結婚後の生活のイメージをすり合わせ、二人が円滑に生活を共にしていけるよう、地域が支えていく仕組みを充実させることも重要であるとの意見があった。

(4) 若い世代による情報発信等について

- 今の若い世代は、インターネットやスマホの存在が当たり前で、世の中にはどんなに時間を費やしても処理しきれないほど膨大な量の情報やコンテンツが溢れていることが当然の環境で生きてきた世代であり、「タイパ」「コスパ」といった言葉に象徴されるように、いかに自分に必要な情報だけを効率的に入手するかということへの意識が強く、自分には興味・関心がない（必要と感じていない）情報には注意を払わないというようなことも珍しくない。
- 情報過多になっている現代社会では、能動的に情報を取りにいく若者と、情報を受動的に受け取る若者とに二極化している傾向がある。受動的な若者の場合、情報に対するアプローチが、SNS で自動的に流れてくるオススメ情報を流し見るだけになっていたり、そうした情報が情報の全てだと考えていたりする。
- インターネット上では、結婚、妊娠・出産、子育てに関するポジティブな意見は発信されにくい。結婚、妊娠・出産、子育てに関しては、人により置かれている状況や考え方が様々である中で、多くの人が、特に不特定多数の目に触れるインターネット上では、自分の発信が誰かを傷つけるかもしれないという配慮や、反感を買って炎上してしまうかもしれないという警戒心から、ポジティブな意見ほど発信を自制してしまうためである。
- 「フィルターバブル」といった言葉があるように、インターネットには、ネガティブな情報を一度でも検索・閲覧すると、同種の情報が表示されやすくなる特性があ

るため、情報収集の手段がインターネットに偏っている人ほど、結婚や子どもをもつことに対してネガティブなイメージを抱きやすいのではないかといった意見があった。

- インターネット上の情報発信のみで、結婚、妊娠・出産、子育てに関するポジティブな社会気運を醸成することには限界があると考えることが重要である。だからこそ、結婚、妊娠・出産、子育てを経験した多様なロールモデルと若者が直接交流する機会をつくることでポジティブな社会機運を醸成することが必要である。また、今の若い世代は、公的機関が発信する情報というだけで敬遠する向きがあるほか、若い世代の中でも年代によって主流の情報収集ツールは異なるので、情報発信の手法やコンテンツには様々な工夫や仕掛けが必要である。
- 結婚、妊娠・出産、子育てに関する情報発信については、若い世代自身の意見・アイデアや協力を活かして、若い世代に伝わる方法で行う必要がある。旧来型の特定のメディア媒体で一方向的に発信する形よりも、SNSでの発信や広告に加えて、友達同士の口コミなど、様々な情報流通経路を通して多面的に情報が届くようにすることが効果的である。
- 多種多様な情報流通経路を増やしておくことで、結婚、妊娠・出産、子育てに関する情報を必要としているときに、欲しい情報をタイムリーに目にすることができ、本人の不安の軽減や行動の後押しにつながるといった意見があった。
- また、今の若い世代で、恋愛や結婚に関する話題になるきっかけの一つが、YouTubeやTikTokなどでの「カップル系インフルエンサー」のコンテンツである。メディアで注目される恋愛や結婚、家族の形が、世の中の一般的な形ではない場合があるという点には注意も必要だが、例えば、カップル系インフルエンサーがライフデザイン講座や「家族留学」に参加している様子やそこでの気づきについて発信することも、こうした取組への若者の認知度や、参加意欲を高める手段になるのではないかといった意見があった。
- あわせて、アンコンシャス・バイアスや固定的性別役割分担意識の脱却に向けた取組を推進していくことや、地方において若者が魅力を感じる企業や雇用等が増えていくことも重要である。

6. まとめ

- 結婚、妊娠・出産、子育ては個人の自由な意思決定に基づくものであり、多様な価値観・考え方を尊重することが大前提である。その上で、少子化対策は、若い世代の意見に真摯に耳を傾け、その視点に立って、若い世代が、自らの主体的な選択により、結婚し、子どもを産み、育てたいと望んだ場合に、それぞれの希望に応じて社会全体で若い世代を支えていくことが基本である。
- その上で、これまでのワーキンググループでは、若い世代を取り巻くライフデザインや出会いをめぐる現状認識等を踏まえ、若い世代の描く結婚、妊娠・出産、子育てに関する希望を実現する上で今後の取組の在り方に関して、主に以下の意見等があった。
 - ・ 若い世代の所得を増やすための取組や共働き・共育ての推進等を着実に実行していくことは大前提であること。
 - ・ 今の若い世代は、価値観や選択肢が多様化し「正解がない」社会を生きていく上で、一つ一つの人生の選択について「自分なりの納得解」を持つことを重視し、結婚、妊娠・出産、子育てといった選択についても、自分事として考えるきっかけと多様なロールモデルを必要としている中で、ライフデザイン支援の重要性が高まっております。学校、地方公共団体、企業での取組を通じて、ライフデザイン支援の裾野を広げていくことが重要であること。
 - ・ ライフデザイン支援では、将来の選択に関わる事実の知識と、実際に体験して得られる実感の両方が重要であること。 また、地域性も考慮する必要があること。
 - ・ ライフデザイン支援は、全ての年代に共通の一つのコンテンツを提供するのではなく、それぞれの年代に応じて、必要な内容を適切な方法で提供することが重要であること。
 - ・ マッチングアプリや結婚相談所、行政の支援サービスといった出会いの手段が多様化する中で、年代ごとの困りごとやニーズ等の違いを踏まえた上で、それぞれの手段の持つ強みを生かしながら、安全に安心して利用できる、使い勝手の良いサービスや支援を届けることが重要であること。サービス向上のために官民の連携協力も更に進めていくことが必要であること。
 - ・ マッチングアプリについては、利用者が安心して安全に利用できるよう、第三者認証の仕組みや安全な利用方法等に関して、周知啓発を図っていくことが重要であること。
 - ・ 行政による出会い・結婚支援は重要であること。一方で、その認知度の低さが課題であり、若者の認知度が低く、20代の利用者が少ない点を改善する必要があること。 また、取組の意図や基本姿勢を丁寧に伝える努力を欠かしてはならないこと。

- ・ 地域の結婚支援の効果を高めるため、国が支援フェーズごとに効果検証の枠組みを構築し、優良事例の横展開に取り組む必要があること。また、マッチングシステムの都道府県間の連携方策の検討を進めていくこと等も必要であること。
 - ・ 結婚を希望する若者は、出会いや結婚を応援する社会的気運を重視しており、特に、結婚やこどもを望んでいる人に対して周囲が適切な助言やケアを行うことに対して寛容な社会的気運の醸成を必要としていること。
 - ・ 結婚、妊娠・出産や子育てに関する情報発信については、若い世代自身の意見・アイデアや協力を生かして、公的機関が発信する情報を敬遠しがちな若い世代にも伝わる方法で取り組む必要があること。また、旧来型の特定のメディア媒体で一方的に発信する形よりも、SNSでの発信や広告、友達同士の口コミなど、様々な情報流通経路を用いた多面的な発信手法を講じることが重要であること。
- こども家庭庁を始めとする関係府省庁等において、以上で示された若い世代の認識や意見等を勘案した具体的方策の検討が速やかに行われることを期待する。
- その上で、本「議論のまとめ（中間報告）」は、令和6年8月までの議論を基に取りまとめたものであるが、ワーキンググループは、9月以降も引き続き開催し、更に議論を深めていくこととする。

(別紙) 参考資料集

(参考1) ワーキンググループ開催要綱

若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループの 開催について

令和6年7月16日

内閣府特命担当大臣（こども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画、孤独・孤立対策）決定

1. 趣旨

「こども大綱」（令和5年12月22日閣議決定）において、結婚、妊娠・出産、子育ては個人の自由な意思決定に基づくものであって、多様な価値観・考え方を尊重することを大前提としている。その上で、若い世代の意見に真摯に耳を傾け、その視点に立って、若い世代が、自らの主体的な選択により、結婚し、こどもを産み、育てたいと望んだ場合に、それぞれの希望に応じて社会全体で若い世代を支えていくことが少子化対策の基本であるとしている。

こうした中、若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるに当たって、関係者からの意見を聴取し、各種の課題等について検討するため、内閣府特命担当大臣（こども政策 少子化対策 若者活躍 男女共同参画、孤独・孤立対策）（以下「大臣」という。）のもと「若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ」（以下「ワーキンググループ」という。）を開催する。

2. 構成等

- (1) ワーキンググループの構成員は、別紙のとおりとする。
- (2) ワーキンググループは、大臣が主宰する。
- (3) ワーキンググループには、座長を置く。座長は、大臣があらかじめ指名するものとする。
- (4) 座長は、必要に応じ、関係者の出席を求めることができる。

3. 運営

- (1) ワーキンググループの庶務は、こども家庭庁長官官房少子化対策室が行う。
- (2) ワーキンググループは、非公開とする。ワーキンググループで用いた配布資料及び議事要旨は、ワーキンググループ終了後、速やかに公表する。ただし、座長は、公表することにより公平かつ中立な議論に著しい支障を及ぼすおそれがあると認めるときその他正当な理由があると認めるときは、配布資料及び議事要旨の全部又は一部を公表しないものとするができる。

4. その他

前各項に定めるもののほか、ワーキンググループの運営に関する事項その他必要な事項は、座長が定める。

(参考2) ワーキンググループ構成員

天野 馨南子	株式会社ニッセイ基礎研究所 生活研究部研究部 人口動態シニアリサーチャー
稲井 美結	株式会社 coco motion 代表
大庭 彩香	株式会社N. D. Promotion 広告事業部プランナー
落合 歩	リクルートブライダル総研 所長
越智 未空	特定非営利活動法人 manma 代表理事
小林 真緒子	大学院生
奈木 れい	電通若者研究部 研究員
南光 開斗	大学生
原田 伊織	大学生 尼崎市ユースカウンスル事業 Up to You! 第1期代表
◎ 松田 茂樹	中京大学 現代社会学部教授
村宮 汐莉	大学生
山本 翔人	大学生

◎ : 座長

(敬称略 計12名)
(職名等は令和6年7月16日現在)

(参考3) ワーキンググループ開催実績

○第1回（令和6年7月19日）

主な議題：結婚に関する現状と課題について、Z世代の価値観等について

○第2回（令和6年8月1日）

主な議題：ライフデザイン支援について

○第3回（令和6年8月8日）

主な議題：官民の出会い・結婚支援について

○第4回（令和6年8月26日）

主な議題：「議論のまとめ（中間報告（案）」について