

2018年7月26日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

ブライダル総研

# 婚活実態調査2018

**婚活サービス<sup>(※)</sup>は、結婚にむけた有効な手段として定着しつつある  
特にネット系婚活サービスの台頭が特徴的**

- ✓ 2017年の婚姻者のうち、婚活サービスを通じて結婚した人は1割を超えている
- ✓ 「婚活サイト・アプリ」を通じて結婚した割合は過去最高に
- ✓ 独身者の婚活サービス利用経験率は調査以来最高に

※婚活サービス：結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティイベントの4サービス

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都品川区 代表取締役社長 山口 文洋)が運営するリクルートブライダル総研では、婚活の実態について詳細を把握するために、「婚活実態調査2018」を実施しました。ここに、調査結果の要旨をご報告いたします。

## ＜婚活サービスによって結婚した人の状況＞……………P3・4

- ◆ 2017年の婚姻者のうち、婚活サービスを通じて結婚した人は10.4%。最近では、特にネット系婚活サービスを通じて結婚する割合の増加が特徴的。「婚活サイト・アプリ」を通じて結婚した割合は過去最高に。
- ◆ 婚活サービス利用者に限ってみると、婚活サービスによって結婚した人の割合は38.1%(2017年婚姻者)。利用すれば結婚に至る可能性が高く、また、他の婚活に比べ、婚活サービスは全体的に成婚率が高い。

## ＜婚活サービス利用経験状況＞……………P5-7

- ◆ 独身者の婚活サービス利用経験率は、過去3年で最も高く、18.1%。特に20代男性の利用経験率の上昇が特徴的。
- ◆ 婚活サービスごとに利用経験率をみると、ネット系婚活サービスが伸長し、全体を底上げしている。
- ◆ 婚活サービスごとに性年代別の利用経験率をみると、20代では「恋活サイト・アプリ」が他の婚活サービスと比べ高い。導入編として「恋活サイト・アプリ」を活用し始め、年代が高まるにつれて「結婚相談所」「婚活サイト・アプリ」「婚活パーティイベント」に展開していく利用実態がみられる。

## ＜婚活サービスのイメージ＞……………P8

- ◆ 婚活サービスにおいて、婚活サービスでの出会いを他人に伝えることへの抵抗感は徐々に薄れつつある。特にこの2年で20代男性の減少が大きく(34.8%→24.0%)、婚活サービスへのイメージの変化がみられる。

## ＜婚活サービス成功者の特徴＞……………P9・10

- ◆ いずれの婚活サービスにおいても、「成功<sup>(※)</sup>した層」は利用頻度が高い。利用頻度の高さは、婚活サービスにおいて成功することと関係している。
- ◆ 婚活サービスの利用において、成功<sup>(※)</sup>するか否かは利用手法・姿勢に大きな違いがある。「楽しむ」「真剣さ」「積極性」「目標設定」などで大きな差がみられ、婚活の成功へのポイントとなっている。

※成功とは「恋人ができた」「婚約できた」「結婚できた」のいずれか

◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「婚活実態調査2018(リクルートブライダル総研調べ)」と明記いただきますようお願い申し上げます。

◆ 「婚活実態調査2018」の詳細は、下記広報担当までご連絡ください。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにない、出会い。」を届けることを目指してまいります。

【本件に関するお問い合わせ先】

[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)

### 【調査概要①】

#### ■2018年調査(2017年のデータ) 1次調査

【調査方法】 インターネットによるアンケート調査

【調査期間】 2018年5月14日(月)～2018年5月22日(火)

【調査対象】 全国の20～49歳の男女

【有効サンプル数】 50,000サンプル

(調査にて112,000サンプルを回収し、その中から平成27年度国勢調査をもとに、未婚×性別×年代(5歳刻み)24セルの人口構成比に合わせて50,000サンプルを抽出した)

#### ■2018年調査 2次調査

【調査方法】 インターネットによるアンケート調査

【調査期間】 2018年5月24日(木)～2018年6月6日(水)

【調査対象】 <共通条件>

全国の20～49歳の男女で現在独身者(1次調査回答者)

※独身者とは、結婚経験のない未婚者および結婚経験のある(死別・離別の)現在未婚者

<個別条件>

・婚活サービス利用者(現在利用者・過去利用者):直近3年以内に婚活サービスを利用したことがある人

・婚活サービス非利用者:婚活サービスを利用したことがなく、「恋愛意向」もしくは「結婚意向」がある人

【有効サンプル数】 2,400サンプル

本調査では、婚活サービス利用有無・性別・年代・未婚状況別に定数にてサンプルを回収し、集計の際に、実際の婚活サービス利用有無(1次調査)、性別・年代・未婚状況別の人口構成(平成27年総務省統計局国勢調査)に合わせるために、サンプルに重みづけをおこなった(ウェイトバック集計)

ウェイトバックに使用した補正値は、1次調査を用いて各セルの出現率をもとに算出した

#### <本調査回収サンプル構成>

利用者									非利用者										
結婚経験なし						結婚経験あり(死別・離別)			結婚経験なし						結婚経験あり(死別・離別)				
子なし						子あり			子なし						子あり				
男性			女性			男性	女性	男性	女性	男性			女性			男性	女性	男性	女性
20代	30代	40代	20代	30代	40代	20～40代	20～40代	20代	30代	40代	20代	30代	40代	20代	30代	40代	20～40代	20～40代	
150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	

#### <ウェイトバック補正後の本調査サンプル構成(全体構成比)>

53	26	11	58	28	5	6	5	508	338	292	449	226	209	88	98
(2.2%)	(1.1%)	(0.5%)	(2.4%)	(1.2%)	(0.2%)	(0.3%)	(0.2%)	(21.2%)	(14.1%)	(12.2%)	(18.7%)	(9.4%)	(8.7%)	(3.7%)	(4.1%)

利用者・計:193サンプル(8.0%)

非利用者・計:2,207サンプル(92.0%)

※ウェイトバックによる補正をおこなっているため、補正後サンプル数に小数点が発生していますが、四捨五入して整数表記をしています。そのため、サンプル数の合計と誤差が生じておりますが、ご了承ください。 人口構成比算出元データ 平成27年総務省統計局国勢調査より

#### ■過去実施調査(2016年調査/2017年調査)

【調査方法】	2017年調査	1次調査						2次調査					
	2016年調査	インターネットによるアンケート調査						インターネットによるアンケート調査					
【調査期間】	2017年調査	2017年5月16日(火)～2017年5月23日(火)						2017年5月19日(金)～2017年5月23日(火)					
2016年調査	2016年3月19日(土)～2016年3月29日(火)						2016年3月25日(金)～2016年3月29日(火)						
【調査対象者】	2017年調査	全国の20～49歳の男女						<共通条件> 全国の20～49歳の男女で現在独身者(1次調査回答者) <個別条件> ・婚活サービス利用者(現在利用者・過去利用者):直近3年以内に婚活サービスを利用したことがある人 ・婚活サービス非利用者:婚活サービスを利用したことがなく、「恋愛意向」もしくは「結婚意向」がある人					
2016年調査													
【有効サンプル数】	2017年調査	50,000サンプル						2,400サンプル					
2016年調査													

利用者									非利用者											
結婚経験なし						結婚経験あり(死別・離別)			結婚経験なし						結婚経験あり(死別・離別)					
子なし						子あり			子なし						子あり					
男性			女性			男性	女性	男性	女性	男性			女性			男性	女性	男性	女性	
20代	30代	40代	20代	30代	40代	20～40代	20～40代	20代	30代	40代	20代	30代	40代	20代	30代	40代	20～40代	20～40代		
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	250	250	250	250

<本調査回収サンプル構成> ※2017年調査と2016年調査共通

38	26	9	54	29	6	6	5	528	338	290	456	226	204	27	61	50	47
(1.6%)	(1.1%)	(0.4%)	(2.2%)	(1.2%)	(0.2%)	(0.2%)	(0.2%)	(22.0%)	(14.1%)	(12.1%)	(19.0%)	(9.4%)	(8.5%)	(1.1%)	(2.6%)	(2.1%)	(2.0%)

<2017年調査補正後の本調査サンプル構成>

44	33	8	62	36	6	9	6	534	372	220	476	224	138	38	100	46	47
(1.8%)	(1.4%)	(0.3%)	(2.6%)	(1.5%)	(0.3%)	(0.4%)	(0.3%)	(22.3%)	(15.5%)	(9.2%)	(19.8%)	(9.3%)	(5.8%)	(1.6%)	(4.2%)	(1.9%)	(2.0%)

<2016年調査補正後の本調査サンプル構成>

44	33	8	62	36	6	9	6	534	372	220	476	224	138	38	100	46	47
(1.8%)	(1.4%)	(0.3%)	(2.6%)	(1.5%)	(0.3%)	(0.4%)	(0.3%)	(22.3%)	(15.5%)	(9.2%)	(19.8%)	(9.3%)	(5.8%)	(1.6%)	(4.2%)	(1.9%)	(2.0%)

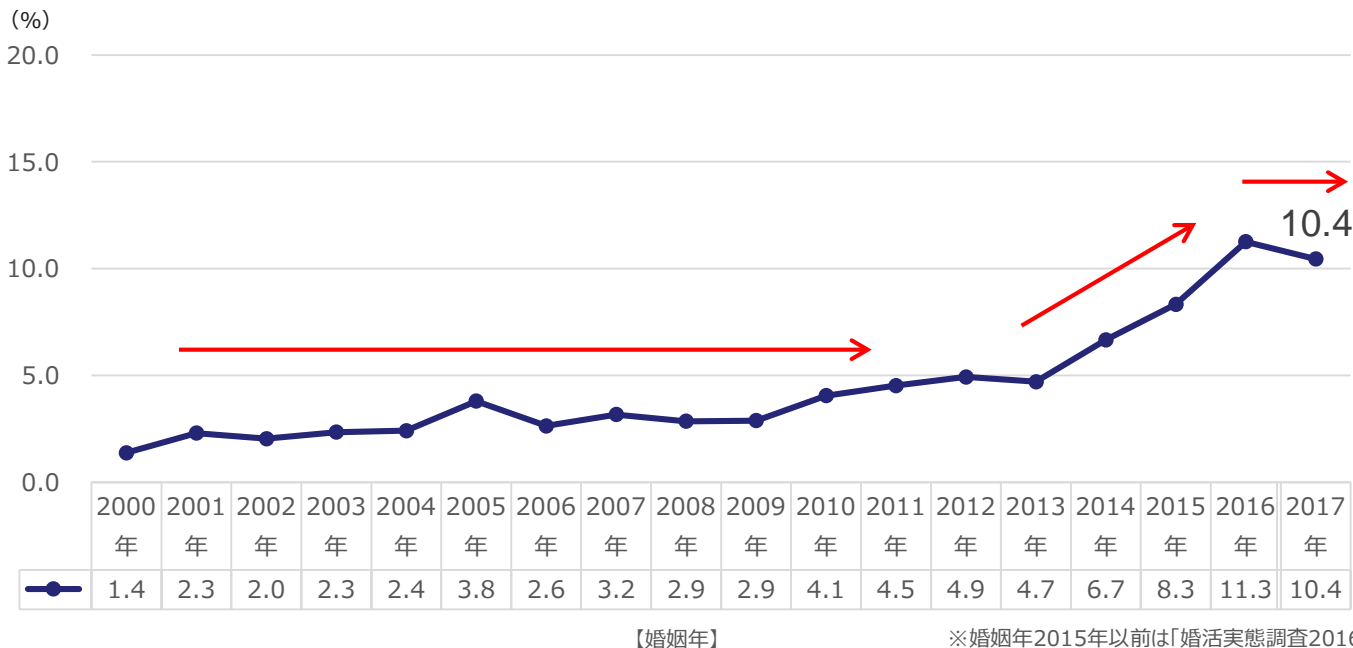
※2018年調査と同様にウェイトバック集計をおこなった。人口構成比算出元データは2017年調査は平成27年総務省統計局国勢調査、2016年調査は平成22年総務省統計局国勢調査

## 婚活サービスによって結婚した人の割合

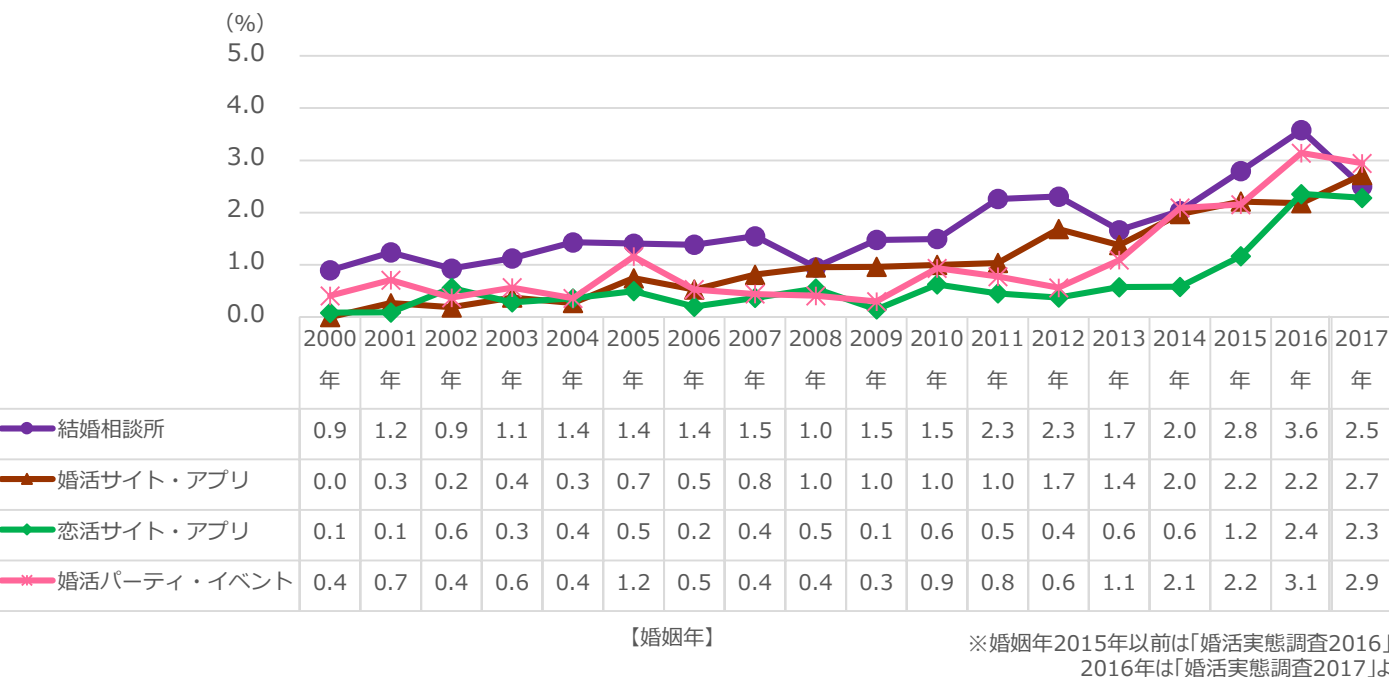
2017年の婚姻者のうち、婚活サービスを通じて結婚した人は10.4%。最近では、特にネット系婚活サービスを通じて結婚する割合の増加が特徴的。  
「婚活サイト・アプリ」を通じて結婚した割合は過去最高に。

### ■婚活サービスによって結婚した人の割合(各年に結婚した人/1次調査より/単一回答)

※婚活サービス：結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベントの4サービス  
 ※婚活サービス（4サービス）のいずれかを利用し、そのサービスで「結婚できた」と回答した人の割合  
 ※既婚者：初婚者および再婚者も含む



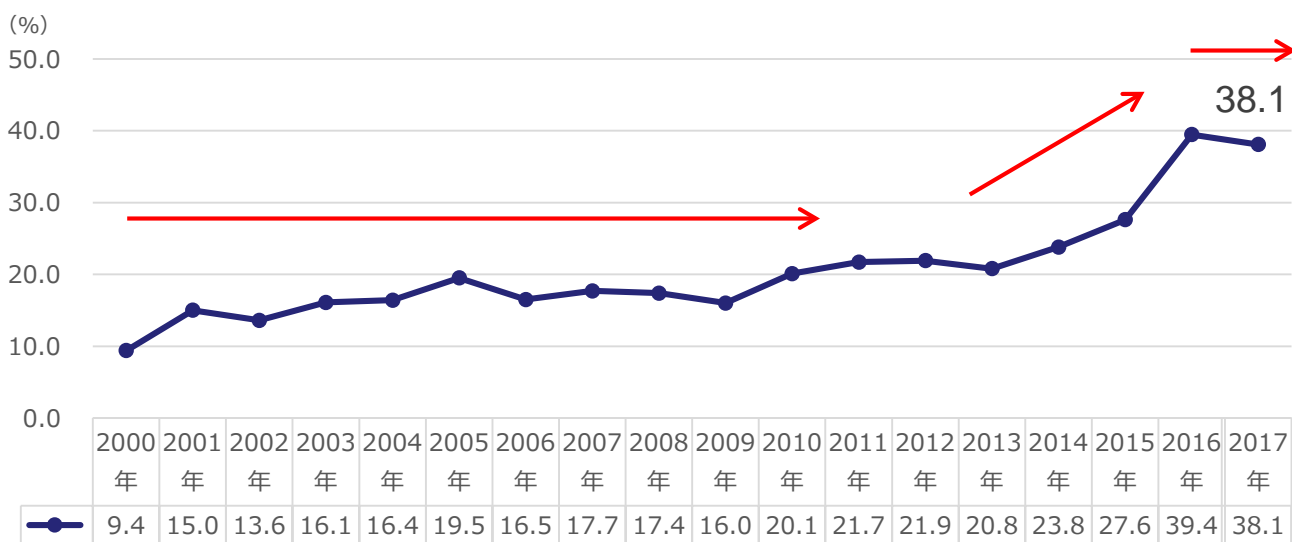
### ■婚活サービスによって結婚した人の婚活サービス内訳(各年に結婚した人/1次調査より/単一回答)



婚活サービス利用者に限ってみると、婚活サービスによって結婚した人の割合は38.1%(2017年婚姻者)。利用すれば結婚に至る可能性が高く、また、他の婚活に比べ、婚活サービスは全体的に成婚率が高い。

### ■婚活サービスによって結婚した人の割合(各年に結婚した人のうち、いずれかの婚活サービスを利用した既婚者/1次調査より/単一回答)

※婚活サービス：結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベントの4サービス  
 ※婚活サービス(4サービス)のいずれかを利用し、そのサービスで「結婚できた」と回答した人の割合  
 ※既婚者：初婚者および再婚者も含む

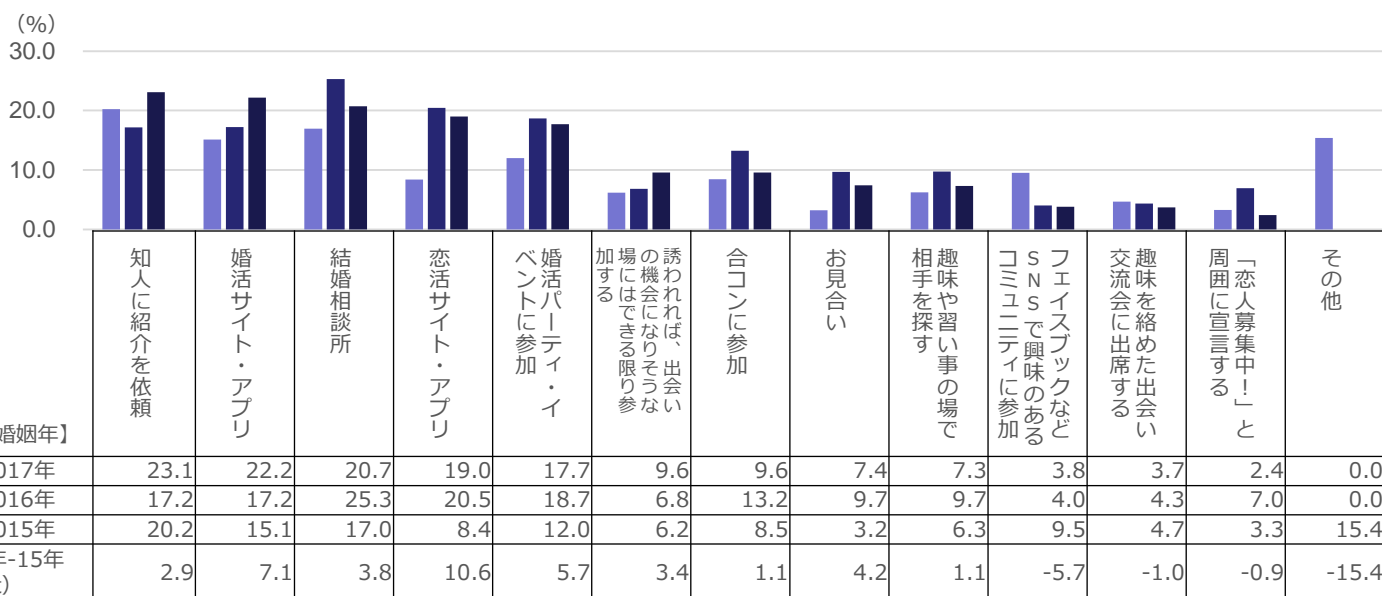


【婚姻年】

※婚姻年2015年以前は「婚活実態調査2016」、2016年は「婚活実態調査2017」より

### ■実施(利用)した婚活によって、結婚した人の割合(各年に結婚した人のうち、各婚活を実施(利用)した既婚者/1次調査より/単一回答)

※ここでの婚活とは、広義の結婚に向けての意識的な行動。ここでは過去に利用・実施していたもの(結婚前に利用・実施していたもの)

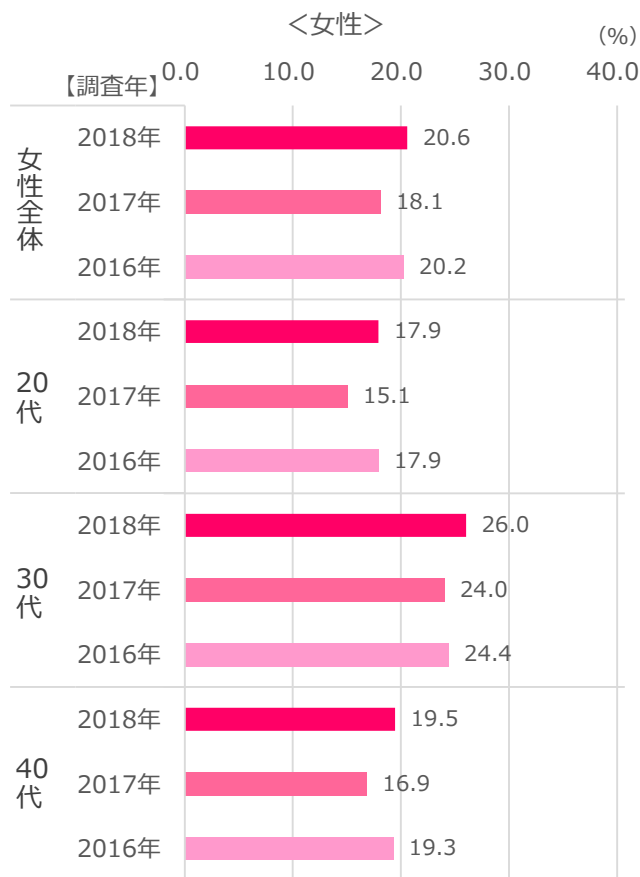
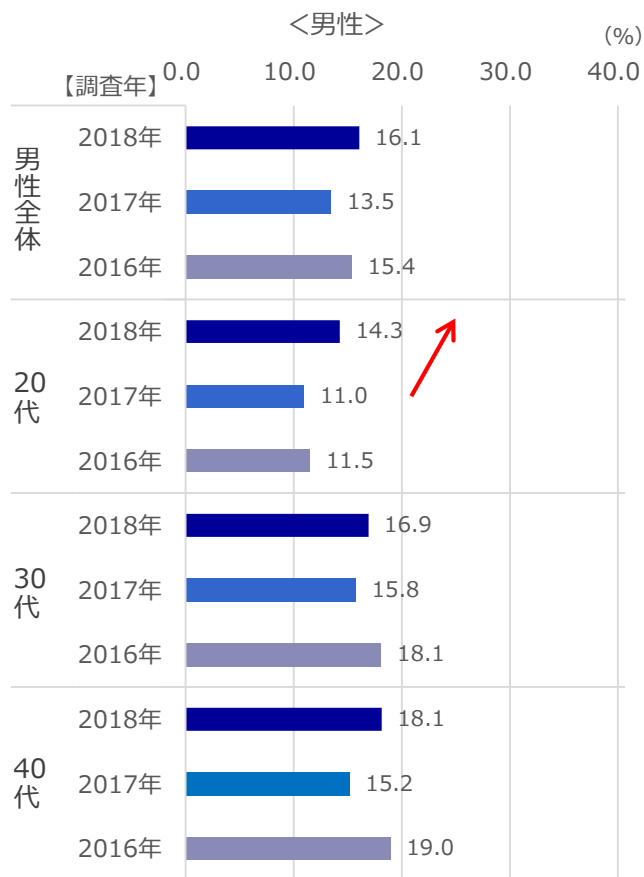
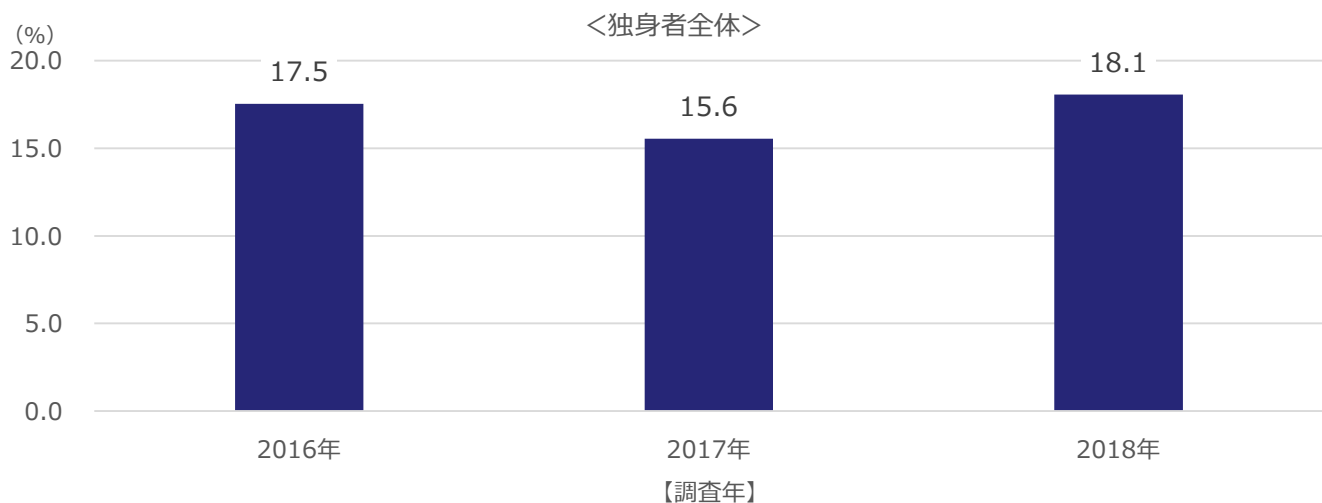


※婚姻年2015年以前は「婚活実態調査2016」、2016年は「婚活実態調査2017」より

独身者の婚活サービス利用経験率は、過去3年で最も高く、18.1%。  
特に20代男性の利用経験率の上昇が特徴的。

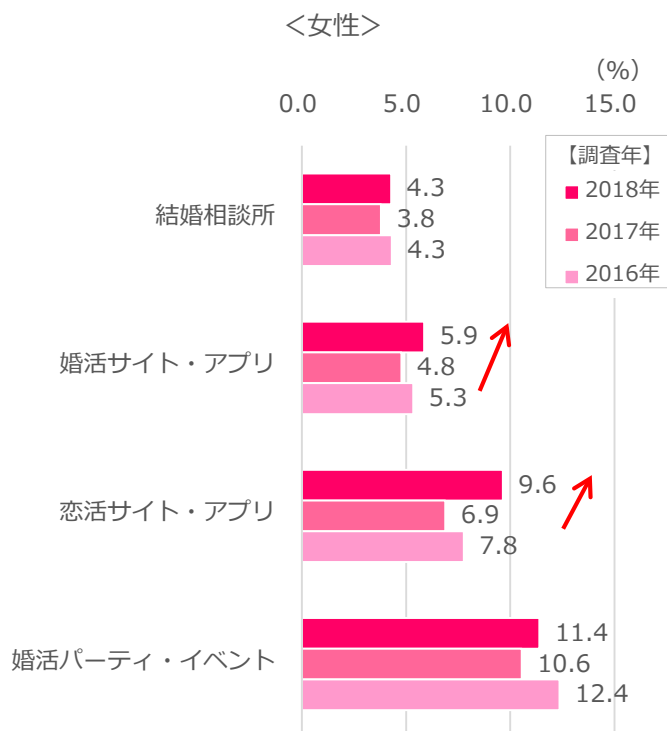
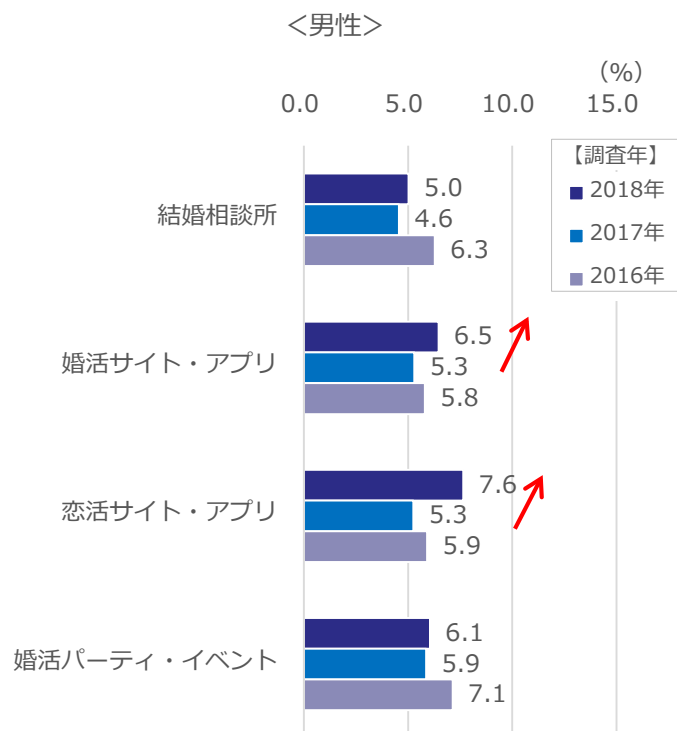
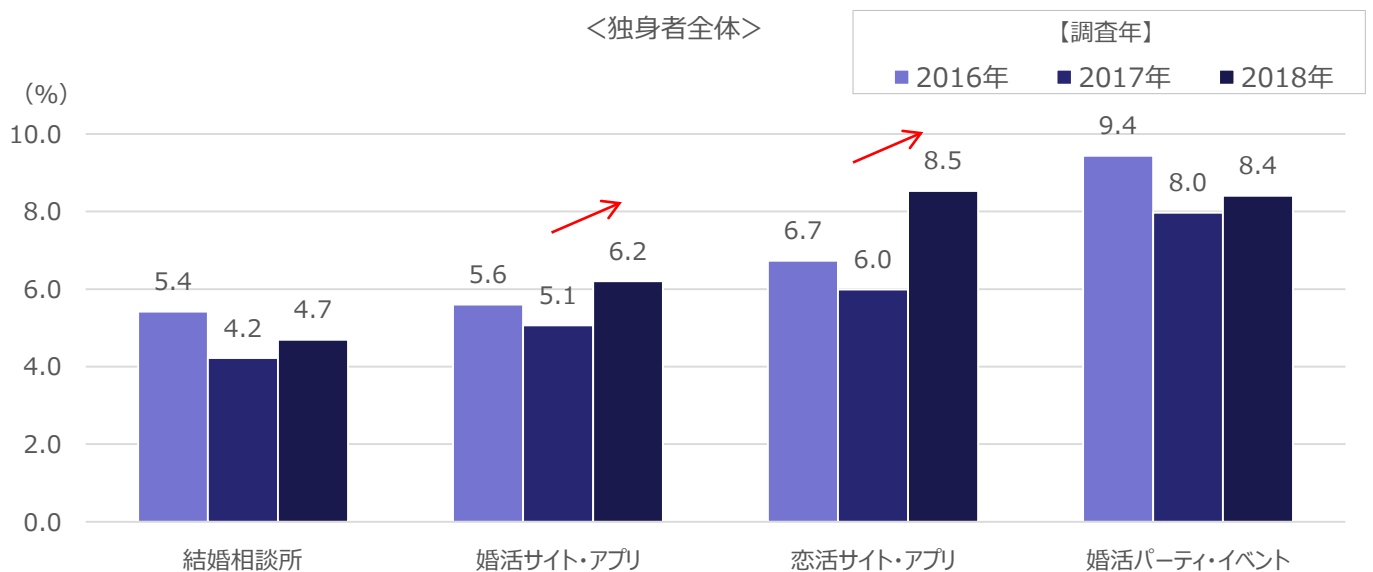
### ■婚活サービスの利用経験率(恋愛もしくは結婚意向がある恋人のいない独身者/1次調査より/単一回答)

※独身者:結婚経験のない未婚者および結婚経験のある(死別・離別の)現在独身者



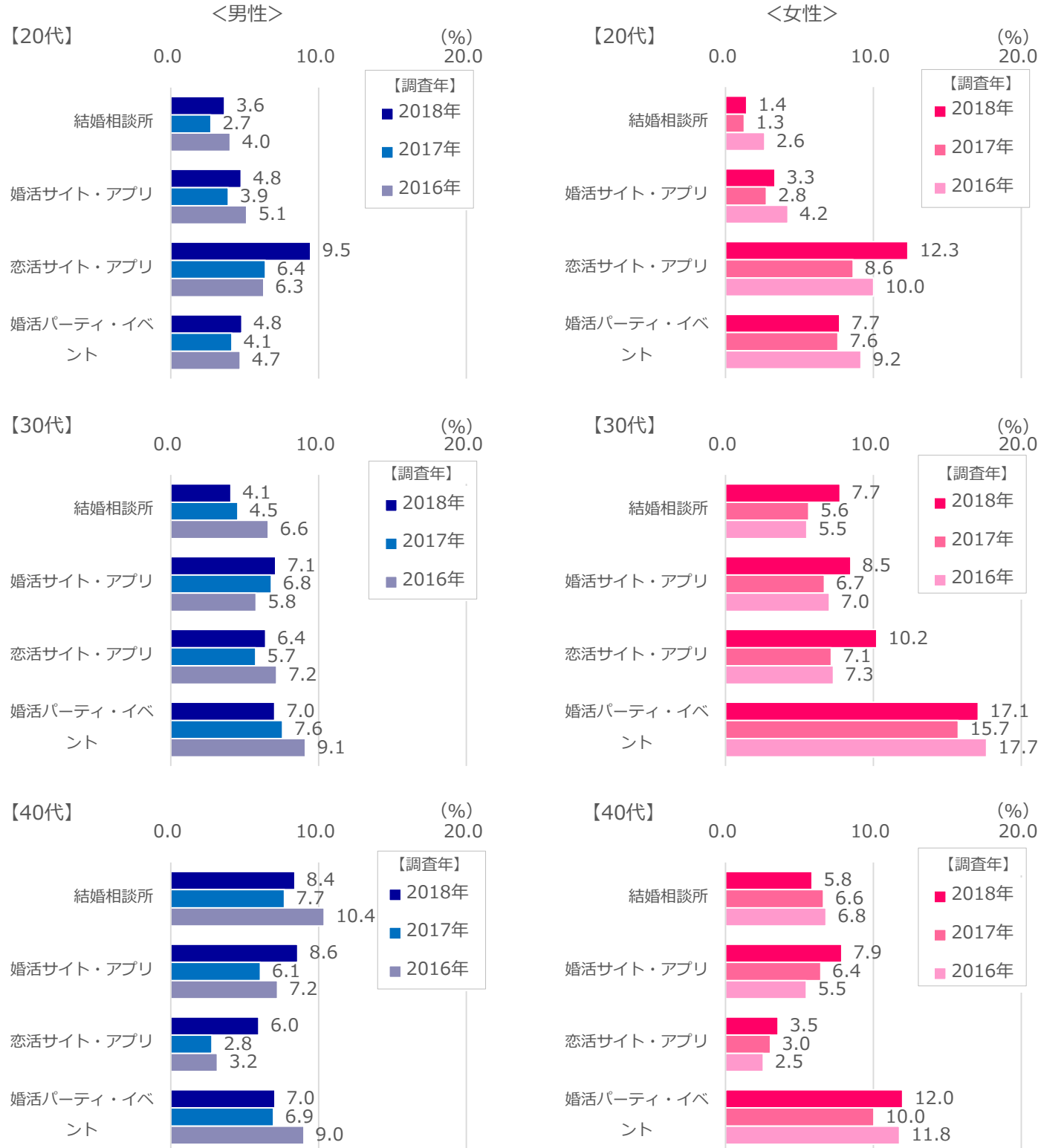
婚活サービスごとに利用経験率をみると、ネット系婚活サービスが伸長し、全体を底上げしている。

■各婚活サービスの利用経験率(恋愛もしくは結婚意向がある恋人のいない独身者/1次調査より/複数回答)



婚活サービスごとに性年代別の利用経験率をみると、20代では「恋活サイト・アプリ」が他の婚活サービスと比べ高い。導入編として「恋活サイト・アプリ」を活用し始め、年代が高まるにつれて「結婚相談所」「婚活サイト・アプリ」「婚活パーティ・イベント」に展開していく利用実態がみられる。

### ■各婚活サービスの利用経験率(恋愛もしくは結婚意向がある恋人のいない独身者/1次調査より/複数回答)

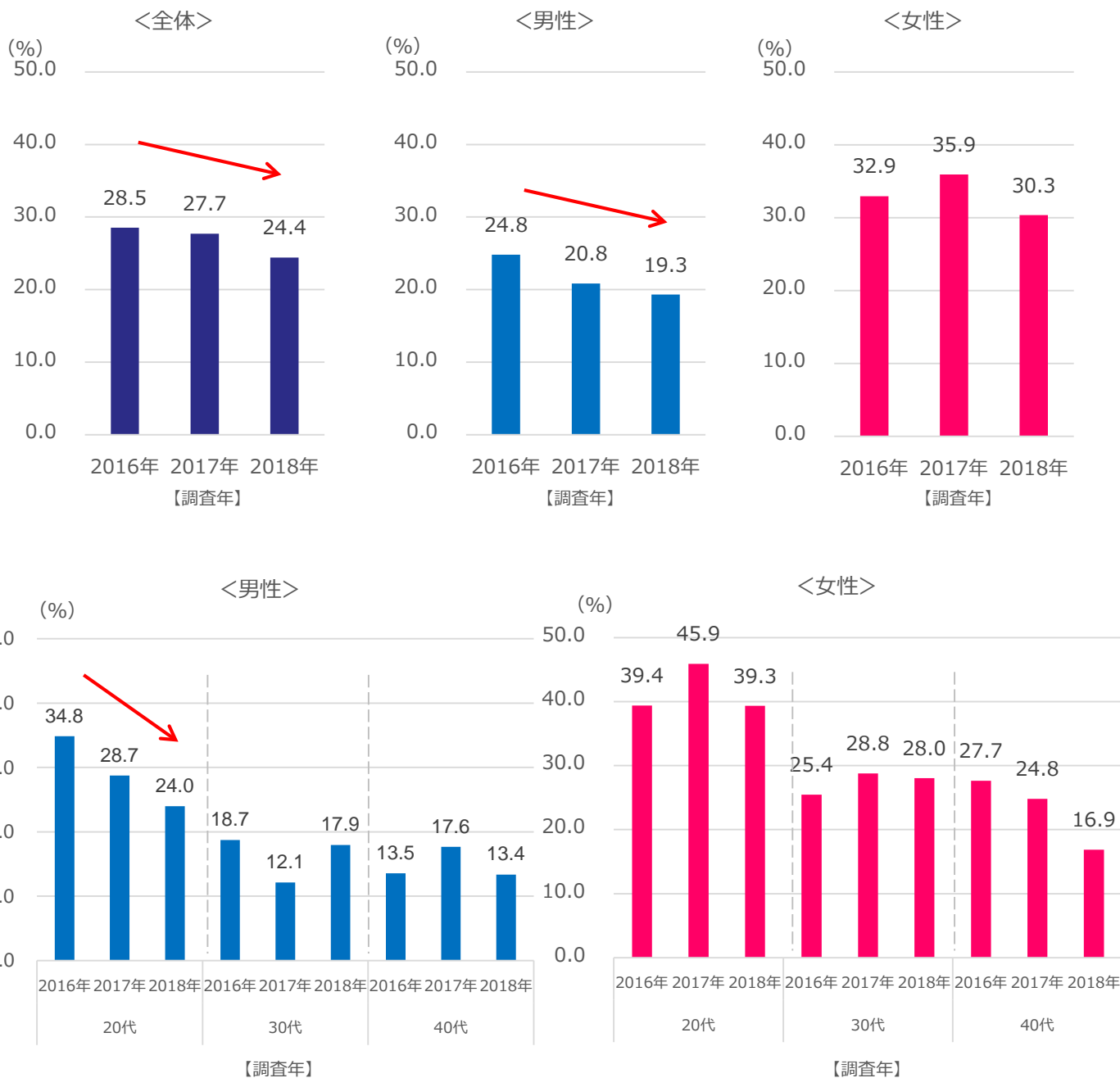


婚活サービスにおいて、婚活サービスでの出会いを他人に伝えることへの抵抗感は徐々に薄れつつある。特にこの2年で20代男性の減少が大きく(34.8%→24.0%)、婚活サービスへのイメージの変化がみてとれる。

### ■婚活サービスのイメージ(恋愛もしくは結婚意向のある独身者/2次調査より/単一回答)

「非常にあてはまる」+「ややあてはまる」の割合

<「婚活(恋活)サービス」で見つけた恋人を人に紹介するのは嫌だ>





## 婚活サービス利用者における成功した人の特徴(利用頻度)

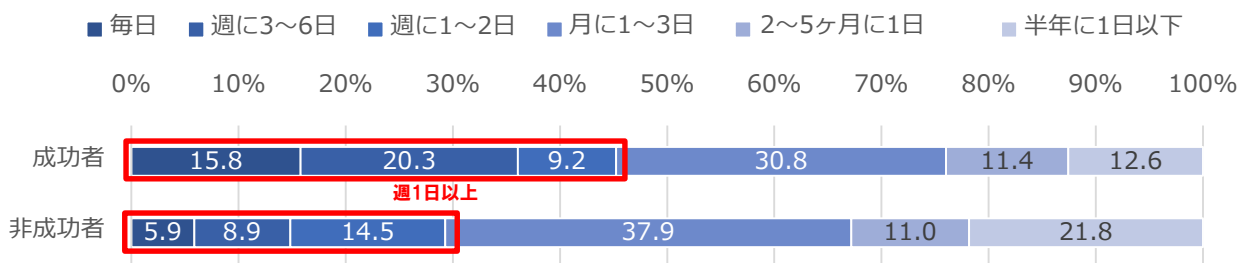
いずれの婚活サービスにおいても、「成功(※)した層」は利用頻度が高い。利用頻度の高さは、婚活サービスにおいて成功することと関係している。

※成功とは「恋人ができた」「婚約できた」「結婚できた」のいずれか

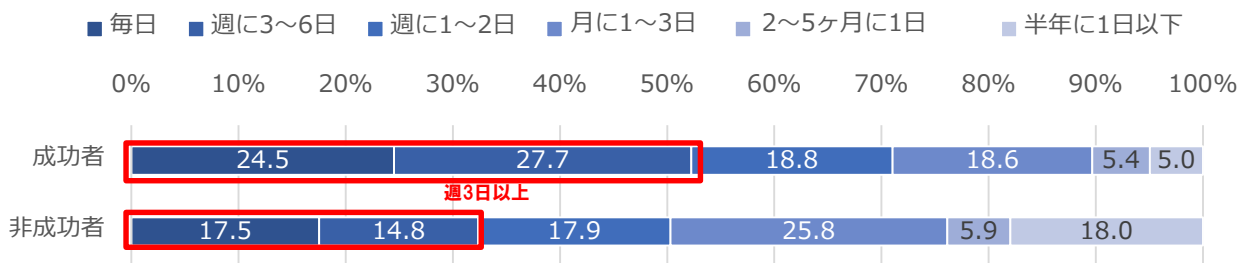
■各婚活サービスの利用頻度(婚活サービス利用経験のある恋愛もしくは結婚意向のある独身者/2次調査より/各婚活サービス利用による成功・非成功別/単一回答)

※成功とは「恋人ができた」「婚約できた」「結婚できた」のいずれか

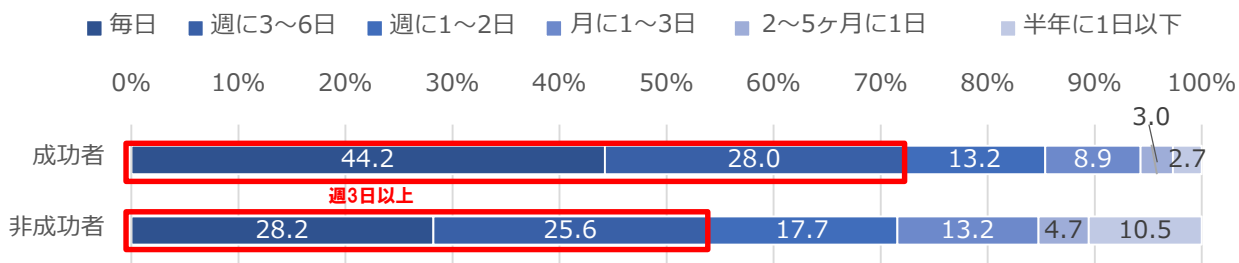
### 【結婚相談所】



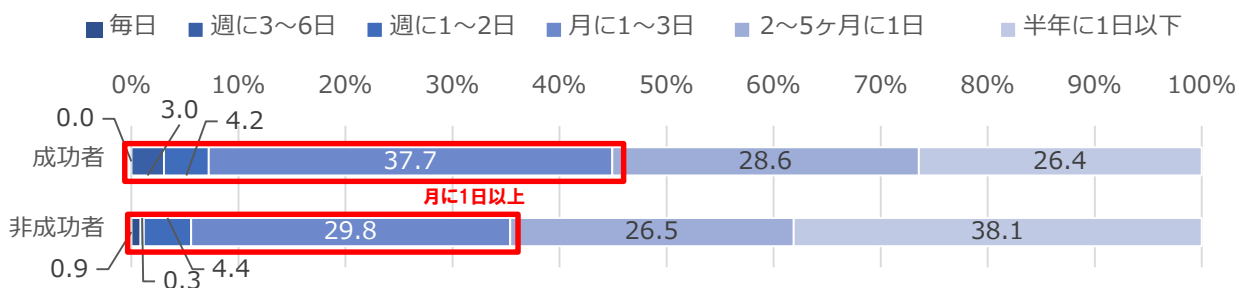
### 【婚活サイト・アプリ】



### 【恋活サイト・アプリ】



### 【婚活パーティ・イベント】



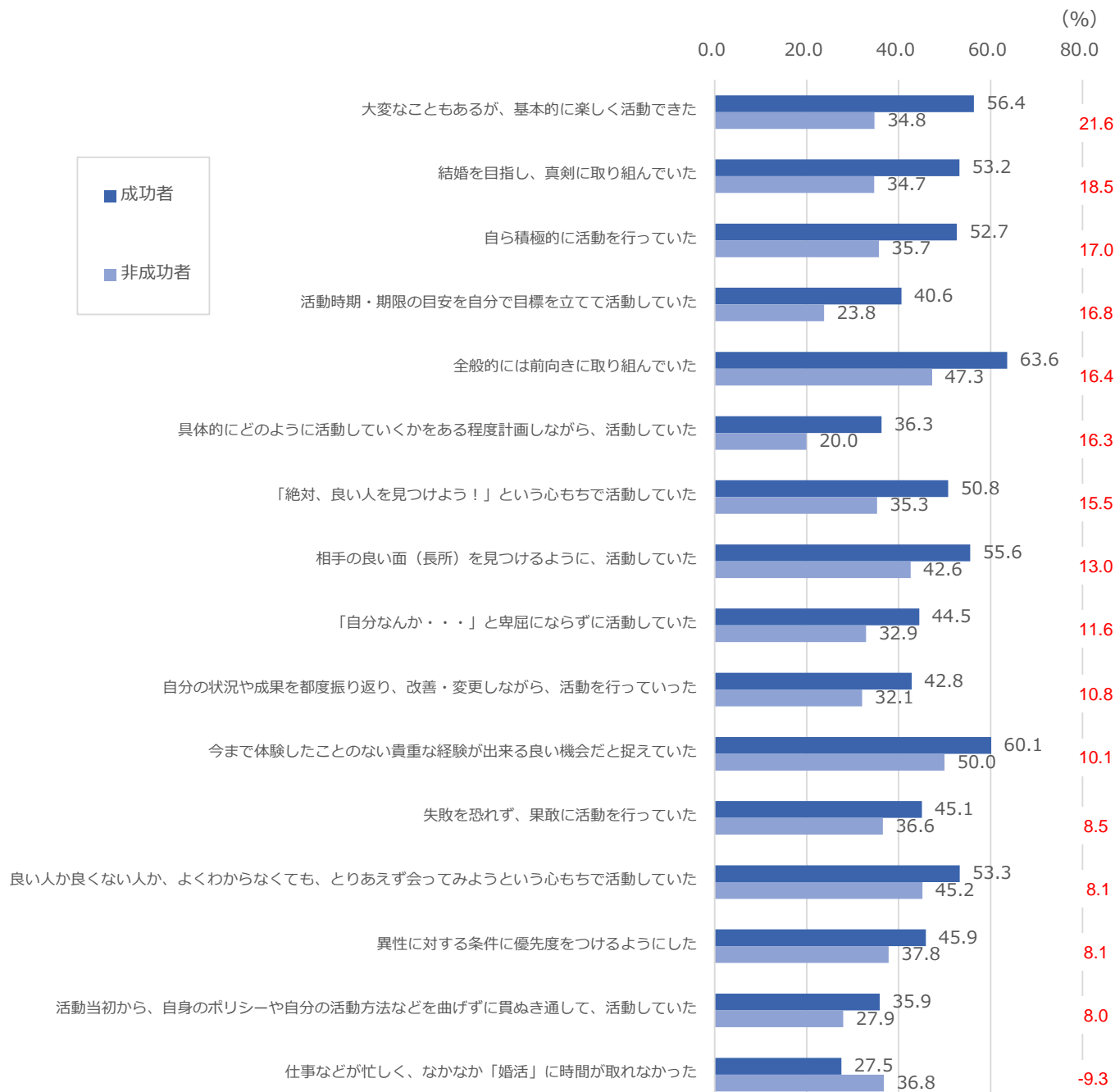
## 婚活サービス利用者における成功した人の特徴(利用手法・姿勢)

婚活サービスの利用において、成功(※)するか否かは利用手法・姿勢に大きな違いがある。  
「楽しむ」「真剣さ」「積極性」「目標設定」などで大きな差がみられ、婚活の成功へのポイントとなっている。

※成功とは「恋人ができた」「婚約できた」「結婚できた」のいずれか

■「婚活」を行っていた際の利用手法・姿勢（婚活サービス利用経験のある恋愛もしくは結婚意向のある独身者／2次調査より／婚活サービス利用による成功・非成功別／単一回答／28項目中ポイント差が±8pt 以上ある項目を抜粋）

※「成功者」「非成功者」のポイント差で降順  
※成功とは「恋人ができた」「婚約できた」「結婚できた」のいずれか



※赤字はポイント差(pt)