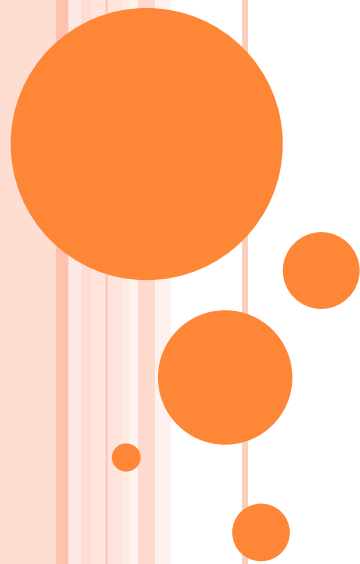


# 「若者と結婚」 日韓結婚意識調査報告シンポジウム

## アンケート結果から見る 若者の結婚意識と地域活性化戦略



神戸山手短期大学キャリア・コミュニケーション学科主催  
平成 19 年度文部科学省「現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代 GP)」  
【地域・大学インタラクション型の学習事業-理論・実践-体験教育プログラム「ACT 山手」の構築】

### 「若者と結婚」 日韓結婚意識調査報告シンポジウム

●基調講演  
神戸大学大学院国際文化学研究所  
岡田浩樹教授

●シンポジウム  
培花女子大学(韓国)  
李奕玉教授

シーサイドホテル 舞子ビラ神戸社長  
大阪学院大学経営学部教授  
森重喜三雄氏

神戸山手短期大学キャリア・コミュニケーション学科  
武田祐佳講師  
土井茂桂子講師

このシンポジウムは、昨年度神戸山手短期大学が行った日韓「ブライダル・アンケート」の集計結果をもとに、シンポジウムの各登壇者にそれぞれの切り口で議論を展開してもらったものです。日本、韓国、若者、結婚、産業、伝統、変化……そして、ここ神戸まで「若者と結婚」のキーワードがいかなるかたちで結びついていくのでしょうか……

**申し込み不要、入場無料**  
日時  
2009年9月24日(木) 14:00～16:30(終了予定)

場所  
神戸ポートピアホテル 本館地下1階「布引・北野」の間

後援  
駐神戸大韓民国総領事館 兵庫県 神戸市中央区 神戸ウエディング会議  
神戸ポートピアホテル 神戸マリンホテルズ株式会社シーサイドホテル舞子ビラ神戸  
NPO 法人神戸グランドアンカー

2009.9.24 @ ポートピアホテル  
神戸山手短期大学 講師 土井 茂桂子

## 0. はじめに アンケートの目的

- 現在日本において、非婚化、晩婚化、少子高齢化が大きな問題として取り上げられている。
- それらは「結婚適齢期」とされる若者自身に原因があるかのように言われることもあるが、それは、社会や経済の問題でもあるし、規範の変化とも言える。
- 新しい世代の若者が、結婚についてどのように考えているか、つまり結婚観や結婚についての意識を明らかにすることがこの調査の社会的な目的。



## 0. はじめに アンケートの教育的目的

### ○現代GPのプログラム

- 社会調査を通して、学生の興味関心を引き出すこと
- 結婚を切り口とした社会学的教養および情報活用能力を育成
- 現代GP「理論と実践の一体型教育プログラム」における「理論」の基盤となる客観的なデータを得ること
- 学生に両国の社会・文化的相違を実感させ、異文化理解を図ること



## 0. はじめに アンケートの地域活性への利用

- 現代GPのプログラムの「地域活性」という側面
  - 観光都市神戸の魅力発信とともに韓国の若者のテイストに合った新たなブランドの提案
  - 近隣の国である韓国からより多くの観光客を呼び込みたいという意図
  - 神戸のブランド力(右図参照)

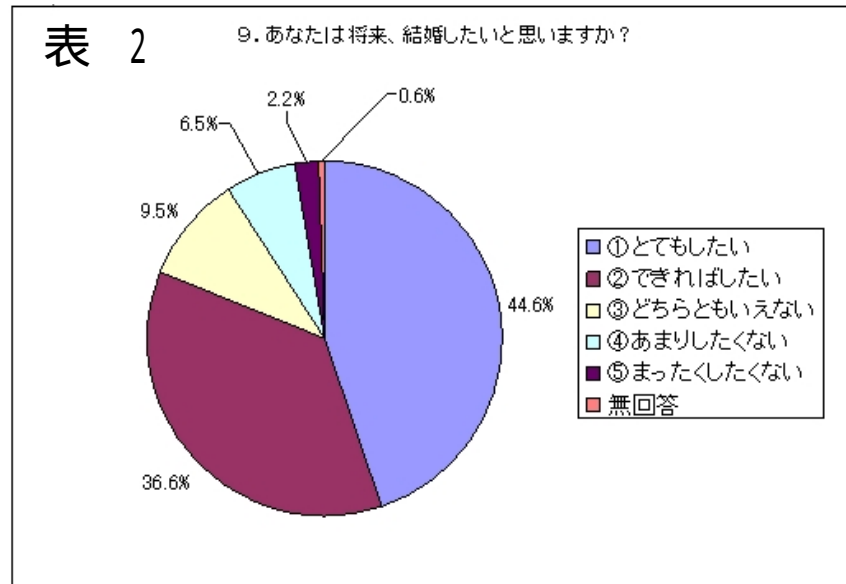
魅力度ランキング(1~20位)

順位		市区町村名	都道府県	点数
2009	2008			
1	(2)	函館市	北海道	58.8
2	(1)	札幌市	北海道	56.4
3	(3)	京都市	京都府	56.3
4	(4)	横浜市	神奈川県	51.9
5	(6)	神戸市	兵庫県	50.9
6	(5)	小樽市	北海道	50.5
7	(8)	鎌倉市	神奈川県	48
8	(7)	富良野市	北海道	47.6
9	(10)	金沢市	石川県	41.3
10	(9)	軽井沢町	長野県	40.9
11	(11)	屋久島町	鹿児島県	40.5
12	(12)	那覇市	沖縄県	40.2
13	(14)	長崎市	長崎県	37
14	(13)	仙台市	宮城県	36.4
15	(23)	名古屋市	愛知県	36
16	(17)	奈良市	奈良県	35.3
17	(18)	石垣市	沖縄県	34.1
18	(32)	箱根町	神奈川県	33.8
19	(22)	沖縄市	沖縄県	33.6
20	(24)	倉敷市	岡山県	33.4

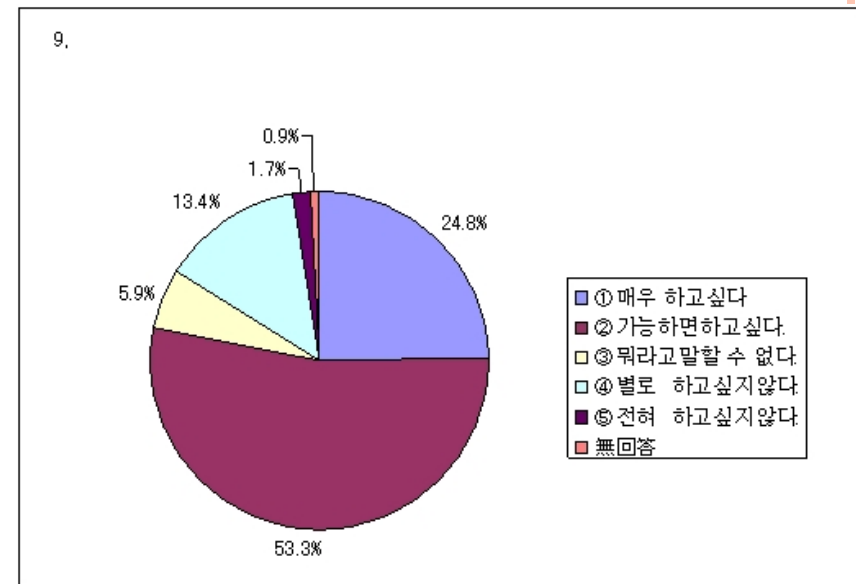
表1 「地域ブランド調査2009」(ブランド総合研究所  
[http://www.tiiki.jp/corp\\_new/pressrelease/2009/20090910.html](http://www.tiiki.jp/corp_new/pressrelease/2009/20090910.html))

# 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

- 設問9「あなたは将来結婚したいと思いますか？」
- 日本



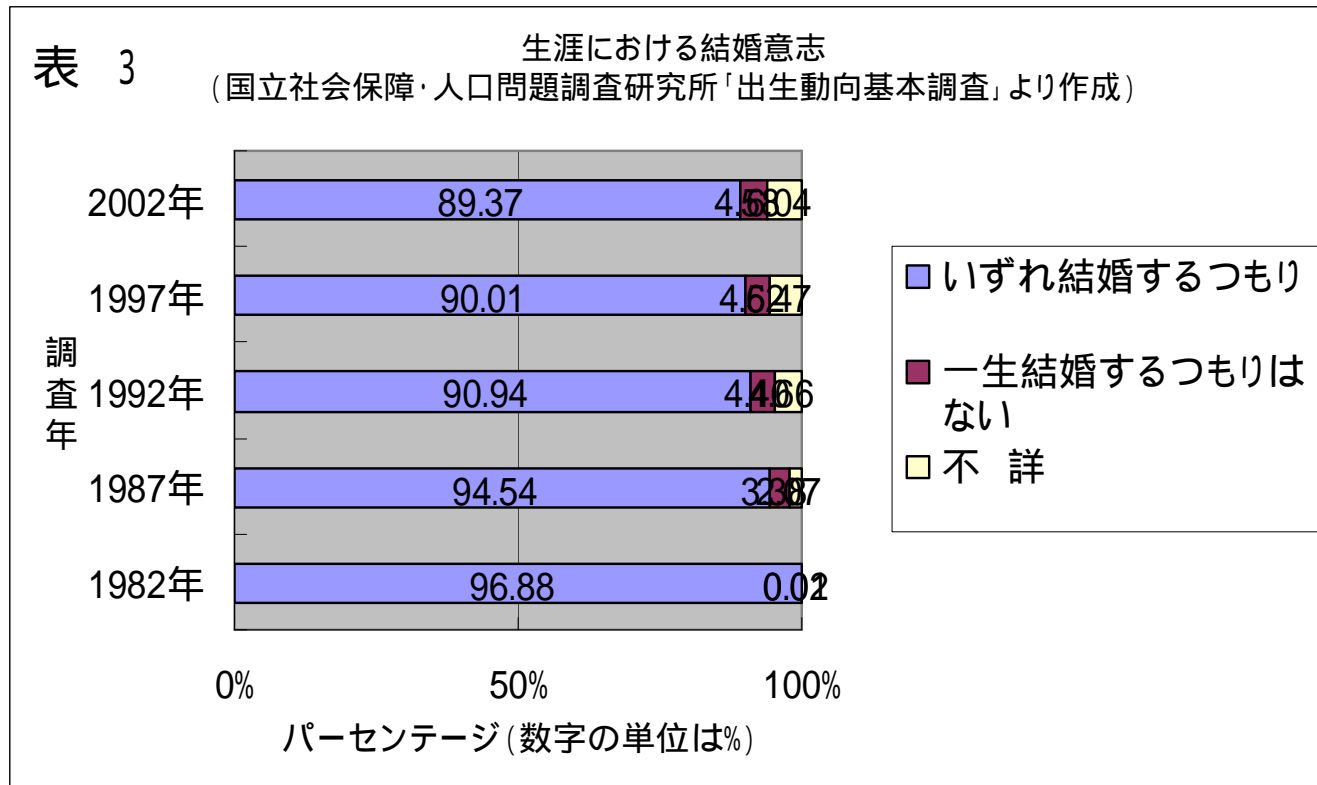
## 韓国



- 日韓ともに8割の人が結婚したいと思っていて、「とてもしたい」と答えた人は日本の方が多い結果となった。

# 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

- 日本の結婚願望は、この四半世紀の間に減少傾向にある。



(本調査の対象年齢とほぼ重なる各調査年の18～19歳、20～24歳の女性の数字だけを抽出してグラフ化)



# 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

	韓国学生		日本学生
自分の結婚に対する考え・理想 (収入・家事・育児) (リーダーシップ・ライフスタイル)	性別役割意識が弱い 男女平等観が強い	<	性別役割意識が強い 男女平等観がややうすい
結婚願望	8割あり(内強く希望2.4割)	<	8割あり(内強く希望4.4割)
伝統的結婚観・儒教的価値観	あり(強)	>	あり(やや強い)
(自己犠牲)	7割支持	>	7割支持
(独身は不幸)	6割支持	>	3.5割支持
(結婚は安定した収入必要)	9割支持	>	8.8割支持
(一緒に暮らすなら結婚すべき)	6割支持(内強く支持3割)	>	5割支持(内強く支持1.5割)

	韓国学生		日本学生
(両親の賛成)	9割支持	>	8.8割支持
(子ども必要)	5割支持	>	4割支持
(できちゃった婚だめ)	7割支持	>	6割支持
(性別役割意識) (夫は外、妻は家庭)	弱い 1.6割支持	<	強い 4割支持
(離婚)	当事者中心		子ども中心
女性が結婚相手に望む条件	3 - 4歳年上 性格・人柄 経済力 (職業、家柄)		1 - 2歳年上 性格・人柄 経済力
理想の結婚式	人前式、無難 ホテル、専門式場、ゲストハウス (接客態度を日本より重視) ウェディングドレス おしゃれ シンプル おしゃれ 豪華/感動的		キリスト教式、あこがれ 教会、ホテル ウェディングドレス アットホーム、なごやか 豪華、感動的



## 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

- 日韓両国ともに結婚願望はまだまだ強くある、ということが大前提。

日本は「独身で過ごすことは不幸」とする考え方が、3.5割ほどしかないのに対し、韓国は、6割も的人が独身は不幸であると考えている。その他にも小さな差だが、両親の賛成を得ること、子供を持つことの願望、できちゃった結婚の忌避などは、韓国で強く出ている。

性別役割分業においては、日本の方が「夫は外、妻は内」という点は非常に強い。韓国の回答者は、お互いに責任を負うという考え方が非常に強い結果。

日本は離婚の規範について、「子供中心」の考え方（つまり、子供のために離婚しない方がベターというもの）が強いが、韓国は「当事者中心」で、「事情によっては離婚もやむを得ない」と答える人が多くいた。ちなみに、韓国で離婚件数が増えたのは、そう昔の話ではない、ということらしい（通訳者に聞いたところ）。

## 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

- では、これらの相違点から何が言えるか。
- 日本と韓国の両国で、社会状況や規範意識と当事者の結婚観に関する「ねじれ」のようなものがあるのではないか。



# 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

## ○ 日本の場合

- 結婚願望は高いが、独身を不幸だと思う人はあまりない。
- しかし、子供や家庭ができることを考えると、非常に保守的な傾向を示す。
- (少々論理が飛躍するかと思うが)この傾向は、逆に言えば、子供の養育や「妻は内」という役割を得ること以外に、結婚する積極的な契機(きっかけ)となるものがないのではないかと考えることも可能。
- そうした独身 不幸と考える当事者の意思と、子供・家庭といった社会的な意思(あるいは規範)との間にギャップがあることによって、意識の面で、近年の非婚化や晩婚化の一因になっているのではないかと。

# 1. このアンケート結果から読む、 日韓の若者の特徴と現状

## ○ 韓国の場合

- 設問15の男女平等(お互いの尊重)であったり、離婚の価値観など当事者に直接関与するものに関しては、伝統的価値観とは異なるものの考え方をしている。
- しかし、設問21の両親の賛成であったり、独身は不幸であると考えたり、できちゃった婚を望まない姿勢をみると、やや儒教的、保守的な傾向を見てとれるのではないかと。

- 以上のように、日韓双方に社会的な価値観と、当事者たちとの間の価値観との「ねじれ(もしくは矛盾、ギャップ)」がある傾向を読み取れるのではないかと。

## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

- このアンケート結果を教育に還元した場合、どのような議論ができるのか。とりわけ、日韓の若者「ねじれ」と具体的な項目に関する質問の結果とすり合わせると、何が言えるのか。



## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

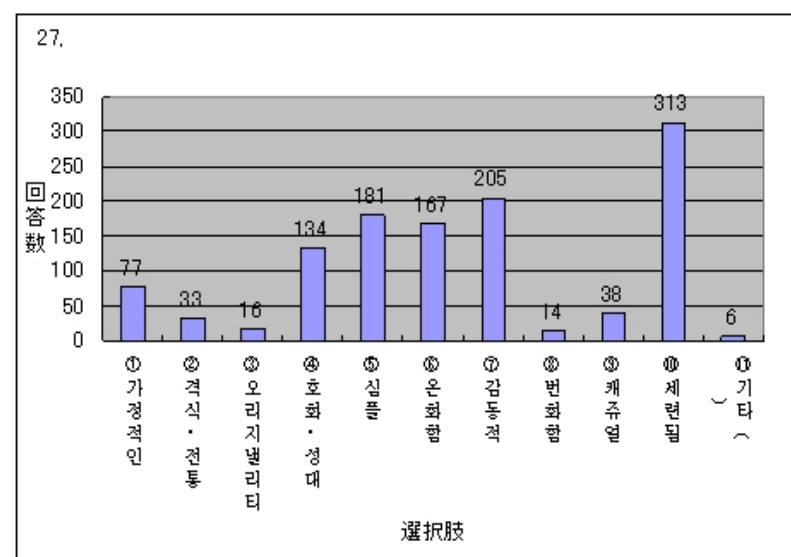
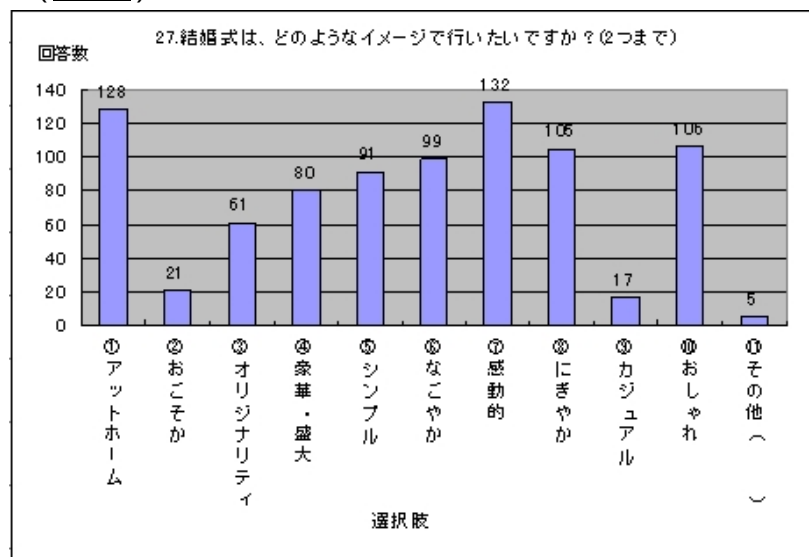
- 韓国学生の結婚式イメージは日本学生とはかなり違う(設問27、32)。
- 調査結果を見る限り、韓国の方が招待客を幅広く選ぶことがわかったので、大きな結婚式・披露宴ができる可能性がある(設問31)。
- 韓国は日本よりも式場のスタッフの接客態度を重視する。
- 日本のきめこまやかなホスピタリティ精神のあふれるサービスを売りにできるかと思います。



## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

- 日本が、アットホーム、なごやか、といった言わば「癒し系」のイメージを選ぶのに対し、韓国はおしゃれ + シンプル、おしゃれ + 豪華、おしゃれ + 感動的の組み合わせから結婚式をイメージしていました。共通項は「おしゃれ」です。

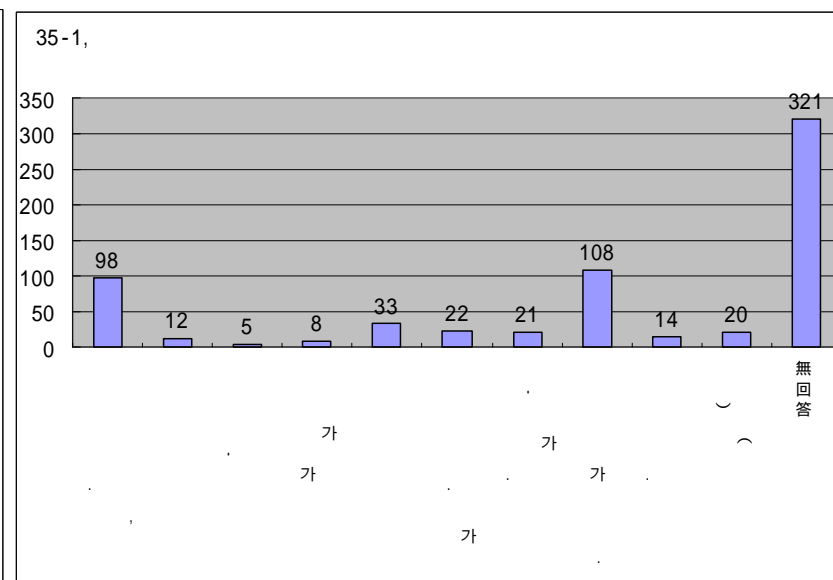
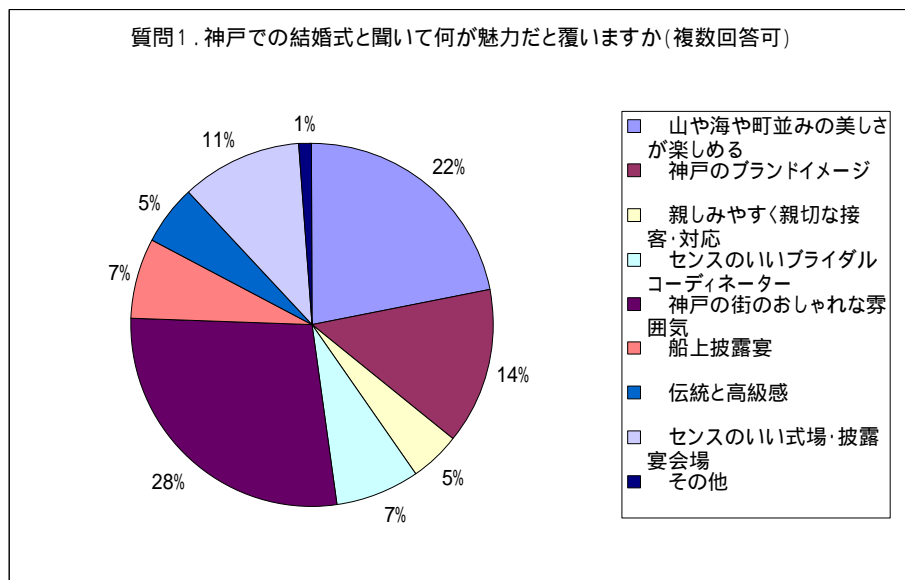
(表5)



## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

- それらをもとに神戸を見つめなおすとどうなるか。昨年度のア  
ンケートでも、今年度のアンケートでも、神戸の魅力は、「海と  
山と“おしゃれ”な街」ということがわかった。

(表6左は、19年度本学アンケート、右は本調査韓国)



「観光ができる」、「山、海、街の美しさ」



## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

- つまり、魅力的な観光資源(ロケーション)を活かした“おしゃれ”なウェディングスタイルの提唱するイメージ戦略が大切。
- ブライダル関係企業のコラボは無論のこと、地元の住民や商店によるまちづくりや、自治体、地元企業、観光産業などによる地域の活性化などとイメージを共有して、ブライダルの魅力創出、発展をはかることが重要。
- では、もう一歩進んで、この神戸の特性と、先ほど取り上げた若者の結婚意識の「ねじれ」をいかに有機的にリンクさせることができるのか

## 2. 今後の地域活性化を考える議論と教育

### ○ 日本の場合(つまり国内向け)

- 結婚式や披露宴にたいし、おしゃれというイメージよりも、アットホームなイメージが強く、結婚意識は子供や家庭の保守性を持っているので、結婚式・披露宴のアットホームなイメージ戦略に加え、結婚後の生活までを意識したイメージ戦略というのが、住んでみたい街第2位の神戸なら、作れるのではないか、というもの。

### ○ 韓国の場合(つまり海外向け)

- 当事者重視の結婚意識 × 洗練されたおしゃれなイメージの結婚式ですので、洗練された観光的なロケーションで行われる2人だけの結婚式というイメージ戦略と、どんな要望にも応えられるスタッフというイメージ戦略が必要。

