

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
(最終報告)

令和7年5月

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（最終報告）」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	8
(5) 働き方等について	9
5. 今後の取組に関する主な意見等	11
(1) ライフデザイン支援について	11
(2) マッチングアプリ・結婚相談所について	19
(3) 行政が提供する出会い・結婚支援について	21
(4) 若い世代による情報発信等について	23
6. まとめ	25

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（最終報告）

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 7,288 人（2024 年の外国人等を含む出生数（速報値）は、72 万 988 人）、一人の女性が一生の間に出産するこどもの数に相当する合計特殊出生率は 1.20 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 年では 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 4,741 組（2024 年の外国人等を含む婚姻数（速報値）は、49 万 9,999 組）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 年では男女とも約 20 人に 1 人であったが、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必要がある。

2. ワーキンググループ及び「議論のまとめ（最終報告）」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、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基本である。
- また、「こども未来戦略」（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」、「全てのこども・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、「こども・子育て支援加速化プラン」によるこども・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月以降、8回に渡り、（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、関連するテーマについて、15歳から39歳までの男女2万人を対象としたアンケート調査（令和6年度「若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」。以下同じ。）や、こども家庭庁の「こども若者★いけんぷらす」における意見聴取などを実施し、それらの結果も踏まえて議論を行った。
- 本「議論のまとめ（最終報告）」は、令和6年9月の中間報告を基礎に、第5回以降における意見・示唆を加え、若い世代が抱く恋愛・出会い、結婚、妊娠・出産、子育て等に関する考え方や課題認識、今後のライフデザイン支援等の取組の具体化についてのワーキンググループの議論を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あわない」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あわない」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、2023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、2023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、男性が27歳、女性が26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ずと感じ、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）したほうがいいのかはわかっているが、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）したほうがいいのかはわかっているが、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で「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4人に1人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の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おり、約4割が両親のような夫婦関係をうらやましく思わないと感じている。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偏見や固定観念、あるいは「無意識の思い込み（アンコンシャス・バイアス）」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ただけ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（なお、既婚者では6割超が「結婚すると夢が広がる」と考えている。）、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、結婚やこどもをもつことは、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「いい人がいればでもいいけれど、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、「そもそも出会いの場所・機会がないこと」が最も多く、次いで「自分が結婚しているイメージができないこと」が2番目に高くなっている。
- できることならば結婚したいといった心理が様々な外部要因によって阻害されている実態もあり、女性の家事・育児負担が大きいことや就業継続の課題の影響は大きいのではないかといった意見があった。

（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「こどもをかわいいと思えるか分からない」「自分がこ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こ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。なお、今回のアンケート調査では、未婚の若者は、約4割が自身にとって「子どもを育てることは重要である」とは考えていない。
- 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、こ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、学校での学習活動などで、家族やこ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る可能性もある。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）経済的状況等について

- 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、家事を外注する文化が定着していないために夫に頼れても夫婦ともに疲弊しがちといった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、自分の子どもには同様の苦勞をかけたくないといった思いから、結婚や子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子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会わない」「異性との接し方が分からない」と感じている可能性がある。
- 地方にいてコミュニティの閉塞感のようなものを覚えることがある。都市部から地方に人材を派遣する動きはよくあるが、それが地方の閉塞感を緩和してくれるとまでは感じられない。地方の外にコミュニティを一つ持つと、地方の閉塞感をうま

く捉え直すことができた。地方から都市部への副業や、大きい企業の支社と地場の企業の協業が増え、またそれらに若者が参画しやすくなると、地方で就職してもよいという気運になるのではないかといった意見があった。

- 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）働き方等について

- 女性の年齢階級別の就業率を見ると、いわゆるM字カーブは解消されつつあるが、正規雇用の比率が 25 歳から 29 歳をピークとして下がっていく L 字カーブが解消されていない。出産した後も継続的に働いている方は 7 割程度で、約 3 割の方は今でも出産前後で継続就業していない。また、育児期の労働者を対象とした仕事と育児の両立等に関する実態把握のための調査研究事業によると女性の場合の希望する両立の在り方は、こどもが生まれて 1 歳になるまで休業を、2、3 歳になるくらいまでは短時間勤務、小学校に入学するまではできる限り残業しないように働く、あるいはフルタイムで働き退社時間のシフトの調整を行う、テレワークで働くというニーズが増えてくる。国はこうしたニーズに対応するための制度を整えてきている。
- 令和 5 年版男女共同参画白書における分析では、平日の生活時間について、単独世帯の有業者では、男女に大きな違いはないが、末子が 6 歳未満の共働き夫婦においては、家事関連時間が女性、仕事時間が男性に大きく偏っている。内閣府が行った男女共同参画社会に関する世論調査（令和 6 年 9 月調査）では、男性が育児・介護・家事等に積極的に参加するために必要なこととして、職場における上司や周囲の理解、男性自身の抵抗感をなくすこと、夫婦や家族間でのコミュニケーションをよく図ることなどが多く挙がる。また、育児等の配偶者との役割分担に関し、女性は男性と比べて、外部サービスを利用しても、配偶者より多く分担するとの回答割合が高い。
- 女性の家事・育児の負担が大きく、働きにくさや生きにくさを感じていると考えられる一方で、若い男性の生きにくさにも目を向けていく必要があるのではないか。男性も家事・育児を担うというのは社会通念上、少しずつ当たり前になってきているが、女性よりも男性の方が稼ぐべきだと固定的に捉える通念は、まだまだ薄まっていないと感じられる。男性の専業主夫も当たり前を選択できる社会も同時に目指していく必要があるのではないかといった意見があった。
- 結婚や妊娠・出産には「人それぞれのタイミング」がある。そのことについての職場の理解が深まれば、多様な働き方、多様なライフデザインが可能な社会づくりにつながっていくのではないかといった意見があった。

- アンコンシャス・バイアスという言葉に馴染みがなかったが、その考えを知るだけでも、自分の感覚や言動に対して、「もしかしたらアンコンシャス・バイアスかな」といった疑いを持つことができる機会が増えるのではないかといった意見があった。
- アンコンシャス・バイアスに悪意はない。「こういう夫婦でないと幸せでない」「こういう働き方でないとうちの会社ではやっていけない」といった意識をどう打破していくか。「工場夜勤は女性がかawaiiそうだから」と女性の募集をしていなかった企業が、アンコンシャス・バイアスに気づき、今や工場夜勤の説明会の参加者の7割が女性という例もある。男女にかかわらず、個々人によって、様々な仕事を求めている声を企業側が聴くこと、まずは採用に踏み出してみる勇気が重要ではないか。
- 今の企業や社会は、多様性や女性の参画等を通じてどうしたいのかということが見えづらいと感じる。若者たちも「はいはい、そういうことね」といった具合に、ややあしらいながら自分の中で消化する傾向が強くなっている印象を受ける。多様性の本質を捉えながら、どのように発展していくのか、具体的に施策や経営、雇用につなげていってほしいといった意見があった。
- 地域において働き方やライフデザインを考える上では、余暇の創出や地域への参画といった視点もあるとよいのではないか。町のイベントに参加すると、30代、40代以上が中心で、20代、30代が働きながら町のことに関わったり、参加したりする機会が少ない印象があるといった意見があった。

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、結婚やこ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自分らしく俯瞰的に考え、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しものである。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。「知っていて選ばない」ということと、「知らずに選ばない」ということは異なることを若い世代に伝えていく機会とすることも重要である。
- ライフデザイン支援に当たっては、結婚するかしないかは自由であり、選択肢として前向きに考えたり、結婚の希望を叶えたりするための取組であることを改めて前提に置きたい。
- 今回のアンケート調査において、「自分自身に満足している」かどうかについて、未婚の若者の6割近くが「あまりそう思わない」または「そう思わない」と回答している。ライフデザインを考えることは、単に自分の将来を考えるだけではなく、自己肯定感が生まれる、自分自身が大切にされている、意思決定が尊重されるといった「こどもの権利」に気づき、考えることにつながるのではないか。小・中・高校生に対してライフデザイン支援をしていく際には、「こどもの権利」の視点を忘れずに取り組むことが重要ではないか。
- 多様性や個性を尊重しようという世の中だが、多様性があるからこそ混乱し、情報も多く、どう選択していけばよいか分からないという面もあるのではないか。どう生きていくかを決めていく過程で、家族や社会の影響を受けながら、自分で選択することは勇気がいることであり、そうした若い世代の選択に寄り添っていく工夫が必要である。
- 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。
- 第6回ワーキンググループでは、若者委員より少し上の世代に、結婚や子育てを含む自らの人生における「これまで」と「これから」について、出来事や考え方の変遷を語ってもらった。ライフデザイン支援に当たっては、少し上の世代の人生の出来事や考え方を聞く仕掛けを設けることによって、「解像度」高くライフデザインを考えることができるのではないかな。
- 学生にとって実際に働くことの「解像度」は高くないのが現状ではないか。就職活動においては、単に企業側の説明を聞くだけということが現実には多く、大学であれば4年間の中で、就職している人と話す機会や、職業体験として会社で働く機会をもっと増やし、就職活動をする前に、働くことに対する自分の価値観を知ることができるようなるとよいといった意見があった。
- 職業体験の機会が、中学校、高校など多段階であるとよいのではないかな。また、同じ業種でも、複数の会社を経験することで、自分にとって「こういう場所で働きたい」というものを形成するきっかけになるのではないかなといった意見があった。
- 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な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。

- 各年代に応じた取組として、例えば、保育所、幼稚園等では、保護者参観に合わせて、保護者も一緒に誕生日や命の始まりについて紙芝居を聞いてもらう。小中高生には、専門人材や地域人材等にも参画してもらい、放課後等の場も活用しながら、乳幼児触れ合い体験なども含むライフデザインについて考える機会を提供する。高校生、大学生にはライフプラン設計として、妊娠・出産に関する知識を学ぶ機会や、将来のキャリア形成、ワークライフバランス等についても考える機会を提供する。社会人向けには、出産、子育て、教育などのライフイベントにお金の観点を取り入れる。関係する公的支援についても紹介するとともに、地域の実情に応じ、このぐらゐの所得の夫婦が結婚すると、例えば、地元の大学に進学させるなど、こういうことができる、といった要素を加える。若い世代のみならず、その親世代の参加も得る。そうした方法も考えられるのではないか。
- 地方公共団体等における各年代に応じたライフデザイン支援の取組に継続的に参加した人と参加していない人では、自らの将来への意識の差が生まれてしまい、参加した人達がマイノリティになってしまつては全体としての取組の効果が上がらない。ライフデザイン支援の取組が全国的に定着することで、誰もが少なくとも一度はライフデザインを考える機会を得られることが重要ではないか。
- 乳幼児触れ合い体験等では、乳幼児に苦手意識を持っている児童・生徒の場合、泣きだした赤ちゃんを見て、さらに苦手意識が増してしまい、肯定的な感情を抱けずに終わってしまう可能性もある。一方で、乳幼児がにこにこしているイメージだけが伝わってしまうのも現実とは異なる。乳幼児は、全然寝なかつたり、泣き止まなかつたりするもので、一度授業を受けて終わりではなく、複数回経験することも重要ではないか。
- 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つており、結婚やこ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。
- 中高生のライフデザインは、やはり働くことを意識し、キャリアデザインを考えることに関心が向くとの指摘もある。それらがひと段落した世代という意味で、特に若い社会人世代に、結婚やこどもをもつことを含めた次のライフイベントについて考えてもらうことに意識的に注力することも重要ではないか。
- 学校との連携については、結婚やこ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。

- 若い世代になるほど、友人間であったとしても、結婚や出産は「プライベートのことだから話しづらい」「考えるのはまだ早い」といった暗黙の了解があると感じられる。学校などで場が用意されることによって、他者とライフデザインについて話し合う機会が自然に得られるようになるとよい。
- 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、中高生のとき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。
- こども・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った意見があった。地域において、こ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。
- ライフデザインを考える上での価値観は、人生の様々な段階で変わっていくものであり、ライフデザインをいわば書き換えていく機会があるとよい。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おいては、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った意見があった。
- 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。結婚やこ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。
- 結婚式に出席した 20～30 代の未婚者の半分以上が、「結婚したい気持ちが高まった」と回答した民間の調査結果がある。結婚式は他の家族や親子関係に接することができる機会であり、結婚式という機会を上手に使って、ライフデザインを考える機会を広げていく方法もあるのではないかといった意見があった。
- 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。中長期的に社会実装していくためには、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の一定の枠組み、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・提供することなどが重要である。

- 地方公共団体等におけるライフデザイン支援の取組においては、参加者の意見について定性的なデータだけではなく、例えば、役に立ったかどうかについての肯定的な意見と否定的な意見の割合など定量的なデータも整理し、取組の実績として示していくとよい。
- 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。
- 学校での関連する取組について、学習指導要領においては、例えば、小学校の家庭科においては、家庭生活と家族の大切さに気づくということ、中学校の技術・家庭科では、家族のことを理解するとともに、家族と協力して家庭生活を営む必要があることに気づく、幼児の発達と生活の特徴が分かり、幼児との関わり方も理解するといったこと、高等学校の家庭科（家庭基礎）では、生涯を見通した自己の生活について主体的に考え、ライフスタイルと将来の家庭生活や職業生活について考察し、生活設計を工夫するといったことが示されている。
- キャリア形成支援教材などライフプランニングの教材も文部科学省において作成しているが、具体的な工夫は学校現場に委ねられている。また、子育てについて考える機会（乳児ふれあい体験）の提供など、それぞれの地域における工夫による取組がなされている。
- 学校や先生方の手法に委ねられている部分が大きいうことであれば、学校や先生ごとに内容の差が出てしまうのではないか。例えば、研修等において先生自身にもライフデザインを考えてもらうような機会があるとよいのではないかといった意見があった。
- 学校の先生への研修等において、ライフデザイン支援の重要性を伝えていくこと

は大事なことであり、先生自身がライフデザインを考える機会を得るというのも大事な視点である。こども家庭庁の取組によって若い世代のライフデザイン支援は大切であるという気運が社会全体で醸成されていくことで、先生方の捉え方や教え方も変わってくるものと考えられる。

- 専門家や地域の方の力を借りてライフデザインやライフプランニングに関する学びの機会を提供することは重要。例えば、地域学校協働活動の中でそういった取組を進めていくことも考えられる。
- 大学等への働きかけも重要ではないか。大学生にライフデザインを考える機会を提供する方法として、授業の中で行うのがよいのか、例えば就職支援の一環でやっていくのがよいのかは大学ごとにあると考えられるが、大学に対して、地方公共団体との連携を含め、うまく取り組んでいるところの優良事例を発信していくことにより、取組を広げていく方法もあるのではないか。
- 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、企業側の理解を得る取組が必要である。
- セミナーや体験の機会は大事であるが、そこにどのくらいの参加者が来るのかが課題。関心がない層にどうアプローチして、その場に足を運んでもらうかを考えなければならない。関心の高い資産形成に関する内容に、結婚や子育てといったライフイベントも絡めていく方法もあるのではないか。
- 取組の裾野を広げるためには、セミナー等の前後で、自身が描くライフデザインや、各ライフイベントに関する意識がどう変わったか、アンケート等により把握した上で、その成果を伝えていくことが重要である。特に、ライフデザインを企業や地方公共団体にサポートしてほしいという若い世代の声があれば、それを企業等に届けていくことが有効ではないか。
- 参加者へのアンケートは、セミナー等の直後に意識変容を問うとともに、例えば1か月後などに行動変容を問うと、より有用な効果測定ができるのではないか。
- ライフデザイン支援の重要性の理解を得ていく上で、例えば、企業や経営者団体向けには、結婚や子育てに係る福利厚生の取組を積極的に行っている他社の事例を、地方公共団体向けには、他の地方公共団体の結婚支援・子育て支援の取組などを併せて伝えることも、企業や地方公共団体にライフデザイン支援を取り入れることを検討してもらう際の参考になるのではないか。

- 企業等にライフデザイン支援の理解や取組が浸透していくためには、経営層に訴えていくことが重要である。関係省庁におけるダイバーシティ経営の推進の取組は、ライフデザイン支援の推進に当たっても参考になるのではないか。
- ダイバーシティ経営の推進においては、一般に、中小企業は経営者がどう考えるか次第のところがあり、企業内の変化のスピードが速い。大企業は制度導入に時間がかかり、それが浸透するのにも苦労しているところもある。中小企業の人手不足は本当に深刻であるため、今働いている方又は働きたいと思って応募してくる方に活躍してもらえるということをいかに理解してもらえるかが鍵になると考えられる。そうした視点で、ライフデザイン支援が従業員満足度の向上にも繋がる可能性があることを経営者に理解してもらうことが重要ではないか。
- 地方公共団体では、企業の管理職向けにライフデザイン支援に関するセミナーを行っている例もある。企業からは、そうした話をこれまで聞いたことがなかったし、若い従業員を応援しようという気持ちは持っているけれども、何をしたらよいか分からないといった声も聞く。管理職が学ぶ機会を設けることも大切ではないか。
- 家庭内における家事分担は、法律や制度で規律する性質のものではないところに難しさもある。その上で、例えば、育児休業を取得する際に、企業版両親学級（従業員とその配偶者を対象に企業が開催する、仕事と家庭の両立に焦点をあて、両立支援制度の内容・その活用方法や、配偶者との協力の大切さなどを学ぶ場）にて、家庭内の役割分担について、どちらがどれくらいやっているかを書き出して考えるきっかけをつくる取組も行われており、そうしたきっかけづくりは重要である。
- ひとり親家庭で育つ子どもや非正規雇用の方、様々なバックグラウンドを持ち、また困難な状況にある子ども・若者も、ライフデザインを考えることができるよう、ロールモデルや活用できる制度等を含め、受け取りやすい形で必要な情報を丁寧に伝えていくことが重要である。
- 例えば、両立支援に関しては、ひとり親でも育児休業制度は当然使えるし、残業をしない制度などうまく組み合わせて仕事と子育てが両立できるようにしていくことが重要である。非正規雇用の方については、育児休業制度自体は有期雇用労働者でも一定の条件の下で取得できるし、正規雇用を望む人にはキャリアアップのための能力開発支援策、そのための助成金もあるので、希望に応じ、それらをうまく活用していくことが重要である。そうしたことを含めた情報が必要な人に届くような発信が大切である。
- 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いでいいこと、正解はなく、特定の生き方を押し付けられ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、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。
- 若い世代と人生の選択肢について話をしていくと、様々な選択肢があることを前提としつつも、結婚等に対してポジティブな議論も出てくる。一定程度、信頼の置ける人間関係の中で、それぞれの将来について話し合うような機会をつくることも重要ではないか。
- ライフデザインは若者のためだけ、結婚する年齢を考えるといったことだけの問題ではなく、小さい頃から当たり前のように他者との対話であったり、将来を考えてみたりする。将来イコール「将来の夢」、「やりたい仕事」ということだけではなくて、例えば身近な人はどういう生き方をしているんだろう、友達のやりたいこと、どうやって生きていきたい、といった話をする、という形のライフデザインが、人が生きていく、育っていく過程の日常にあるとよいのではないか。そうすると、いよいよ結婚や仕事を考えるとなったときに身構えなくてよくなるのではないか。また、親の立場からも、どんな人生を子どもが送りたいか、本人の価値観や意思を踏まえて考える、子どもと親と、その両方から将来の考え方や在り方を考えられる環境があるとよいのではないかといった意見があった。
- ここまで出てきた議論をどう現場にいかすかが重要である。ライフデザインを考える取組の中で、同世代同士あるいはロールモデルとの対話の場を設定したときに、結婚や妊娠・出産などは個人の事柄であるので、どうしても自身の経験に基づく意見を言いがち、押し付けがちになるのではないか。どのように互いの考えを尊重し、あるいは寄り添えるような対話の場にしていくか、例えばグラウンドルールや問をどう設定するかなどが、今後大切になってくるのではないか。実践していく中でブ

ラッシュアップする機会をつくることができるとよい。

- 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。その際、短期的な取組の評価だけでなく、取組の効果がどこまで持続できるのかなど、取組自体の継続性の確保とともに、一定の時間軸をもって評価する仕組みも必要ではないか。
- ライフデザイン支援の更なる具体的な拡大手法については課題であり、引き続き議論を深めていく必要がある。 上述のように、地域、学校、企業等でライフデザインを考える機会が自然に得られるような枠組みをつくっていくという議論と併せて、長期的に考えれば、個々人が自立的にライフデザインを考えるような仕組みを考えていく議論もあってよいのではないか。その際、個々人の人生や未来がテーマである以上、楽しみながら前向きに取り組まれていくことが重要な視点ではないか。
- 併せて、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。アンコンシャス・バイアスの解消やダイバーシティ推進の取組に当たっては、若者たちの目線も含めて考えて、若者たちの理解と共感を得ながら推進することが大切である。

(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。
- 今回のアンケート調査でも、安心して利用できるマッチングアプリの条件として、未婚の若者は約 5 割が「身分証の登録」を挙げている。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ったりすることができれば、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。結婚を希望する方々を支援している方々の取組の意義を含め、結婚支援の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、地元で閉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。母集団が大きい方が多様な利用者が参加し多様な出会いにつながりやすいため、利用者にとってもメリットがある。ゆえに、各地域・地元のよさもいかしつつ、地域を超えた取組が重要ではないか。
- 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。

- 今回のアンケート調査では、未婚の若者で、出会いの場所・機会がなかった理由は、「自分に自信がないから」が約6割で最も多く、「積極的にアプローチすることが得意でない」、「人が集まる場が苦手」「積極的に人と会いたいと思わない」が続く。出会いや交際には、自信がない、何をすればよいか分からないといった若者もあり、出会いの支援は、そうした独身でいる理由や相手を見つける行動をしていない理由が様々であることを踏まえた対応が必要である。
- 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、総体として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。結婚やこ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、結婚やこ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、結婚やこ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。
- 企業等における仕事と個々人のライフスタイルとの調和を広げる取組を引き続き推進していくことが重要である。そうした中で、出会い・結婚支援について、企業等においては従業員個人の価値観に関わることへの懸念があることにも留意しつつ、福利厚生として希望する従業員を支援する企業など、若い世代の出会い・結婚を応援する企業等と連携・協力を得ながら推進していくことも一つの手法ではないか。

(4) 若い世代による情報発信等について

- 今回のアンケート調査によれば、若者の普段の情報源は、高校生で最も多かったのはテレビで約7割、次いで、「Instagram」や、「インターネット動画（YouTube など）」が約6割。大学生は、「X（旧 Twitter）」が約7割、「Instagram」と「インターネット動画」が7割弱、テレビが約6割。20代社会人は、「X（旧 Twitter）」が6割強、「Instagram」、テレビ、「インターネット動画」が5割台で次ぐ。
- 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。
- 若い世代も自分が知りたい情報は自分で調べる。流れてくる情報に手を止めるかどうかは、発信者に共感できるか、ショートドラマや漫画仕立てなど見やすいように作り方が工夫されているかどうかだといった意見があった。
- 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」という言葉があるように、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。
- 若い世代に「刺さる」効果的な情報発信を行うという点に関しては、取組がまだ進展しておらず、興味のある人にしか情報が届いていないのが現状ではないか。今後、上述の課題への対応を含め、効果的な情報発信に取り組み、ライフデザインについて知る機会を増やしたり、オンラインなどで手軽に参加可能な機会を増やしたりしていくことが重要である。
- 親の時代とは異なる価値観等の中にあっても、どのように自分のキャリアを設計していくか、こどもを育てていくかということが、イメージしやすくなるとよい。様々な子育て支援や両立支援の制度が整備されているが、これらを一人一人の生活実感に落としていく。例えば、こどもをもったら1日何時間ぐらい家事の時間が増えるのか、1か月で経済的負担がどれだけ増えるのかなど、地域やこどもの年齢によっても変わってくるが、そうしたことが実感をもって若者たちに伝わるように情報提供ができるとよい。
- 大量の情報提供をするだけではなく、ライフデザインを考える視点を提示することも重要ではないか。例えば、幅広いロールモデルが提示される際に、ロールモデルとは、様々なライフイベントをどのように過ごしてきたか、対応してきたかといったことを示してくれるものであり、ある選択肢を採った人、採らなかった人、様々なロールモデルに接することによって、自分らしく、生き方やライフイベントへの臨み方を組み立てていくことができるものであるといったことを示すなど、ライフデザインを考える若者に寄り添ったサポートをする要素も必要ではないか。

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、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、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。
 - ・ 支援の裾野を広げていくためには、支援事業の前後での意識の変化等を把握し、ライフデザイン支援の意義を伝えていくことが重要であること。
 - ・ 地域における専門家の活用、大学等への働きかけなどにより、学校や地域における取組を浸透させていくことが重要であり、そのためにも若い世代のライフデザイン支援が大切だという社会的な気運を高めることも必要であること。
 - ・ 企業等に向けて取組を広げていくためには、経営層・経営者団体等にその重要性の理解を得るとともに、管理職向けに学びの機会を提供していくことも重要であること。その際、ライフデザインセミナー等の参加者の意識変容、満足度やエンゲージメントの向上に関するメリット、他の企業等の取組例も伝えていくことが重要であること。
 - ・ ひとり親家庭や非正規雇用の方、様々なバックグラウンドを持ち、また困難な状況にあるこども・若者も、ライフデザインを考えることができるよう、情報を丁寧に伝えていくことが必要であること。
 - ・ 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。若い世代の出会い・結婚を応援する企業・経営者団体等との連携・協力を得ることも一つの方法であること。
- ・ 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。

○ ワーキンググループは、若い世代の率直な意見を聴くことを主眼にメンバーが集められ、運営が行われた。出会い、恋愛、結婚、こどもを持つこと等についての意識やライフデザイン支援等の在り方について、一定の若い世代の声を寄せることができた。他方、当然ながら、ワーキンググループのメンバーとは異なる様々な立場・境遇にある若者、様々な考え方を有する若者がたくさんいる。そして、ライフデザイン支援等の推進は、息の長いサステナブルな取組が必要である。今後とも、若い世代の多様な意見も聴きつつ、審議会等の場で、その効果の検証等も不断に行いながら、施策の議論・改善を継続してほしい。

(別添)

(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
令和6年11月15日
一部改正

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、結婚やライフプラン等、個人のプライバシーに密接に関係する発言が多く想定されるところ、個々の委員のプライバシーに最大限配慮するため、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事ができる。

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。

附 則

この決定は、令和6年7月16日から施行する。

附 則

この決定は、令和6年11月15日から施行する。

(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
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
大庭 彩香 (～令和6年11月)	株式会社N.D.Promotion 広告事業部プランナー
山岸 美月 (令和6年11月～)	株式会社N. D. Promotion 広告事業部 SNS 担当 (Z世代向けトレンドメディア編集長)
山本 翔人	大学生

◎ : 座長

(職名等は令和6年11月15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15：30～17：30）

議題

1. 開催の趣旨及びスケジュール等について
2. 結婚に関する現状と課題について
3. Z世代の価値観等について
4. 意見交換

第2回（令和6年8月1日14：00～16：00）

議題

1. 「ライフデザイン」に取り組む意味を考える
2. 家族留学を通じた若者のライフデザイン支援
3. ライフデザインに係る国や自治体の取組
4. 意見交換

第3回（令和6年8月8日10：00～12：00）

議題

1. 官民の結婚支援について
2. こども若者★いけんぶらす報告
3. 意見交換

第4回（令和6年8月26日13：00～15：00）

議題

1. ウェブアンケート調査結果（速報）
2. 議論のまとめ（中間報告（案））
3. 意見交換

第5回（令和6年11月18日15：30～17：30）

議題

1. これまでの議論について
2. 民間事業者におけるライフデザインに関する取組例について
3. ライフデザイン支援の現状と拡充方策（各年代における情報提供等）について
4. 意見交換

第6回（令和6年12月16日15：30～17：30）

議題

1. 結婚に対する意識や価値観等について
2. 若い世代への情報発信について
3. 意見交換

第7回（令和7年2月17日15：30～17：30）

議題

1. 共働き・共育での実現に向けた雇用環境の整備～育児・介護休業法改正を中心に～
2. ダイバーシティ経営と実践事例
3. 女性活躍に向けた男女双方の意識改革・理解促進
4. 意見交換

第8回（令和7年4月21日15:30～17:30）

議題

1. 議論のまとめ（最終報告（案））
2. 意見交換

【ワーキンググループの様子】



第6回及び第7回のワーキンググループにおいては、議論の内容を視覚化し、より分かりやすく伝えられるようにグラフィックレコーディングも取り入れた。

「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第1回

若者委員

有識者

今回のテーマ

若い世代の情報発信について

たとえば

こども家庭庁が、様々なロールモデルの
人生ストーリー「100人のリアルケース集」
を若い世代に届けるとしたら...

若者のみなさんは

1. 恋愛や子育てに関し、普段どんなものを見て 手を止めますか？面白く感じますか？

「リアルな動画」
家族体験動画のリアルな価値を感じます。

「リアルな漫画」
リアルな価値を感じます。

「リアルな映画」
家族観を感じます。

「リアルな音楽」
リアルな価値を感じます。

「リアルな漫画」
リアルな価値を感じます。

「リアルな映画」
家族観を感じます。

「リアルな音楽」
リアルな価値を感じます。

「リアルな漫画」
リアルな価値を感じます。

32

<第7回>

若者の皆さんからの

コメント・質問 + 回答

**「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第7回**

若者委員

有識者

厚労省 経産省 内閣府

今回のテーマ

- ・ 共働き・共育てに向けた
雇用環境の整備
- ・ ダイバーシティ経営と実践例
- ・ 女性活躍に向けた男世双方の
意識改革・理解促進

若者

女性が出産後も就労を続けて、
制度をうまく使いながら昇進など
キャリアを築けている？

若者

各種の法律で
「不利益取扱い」を禁止している。
果て共同参画の取組では、
女性へ管理職の比率を
チェックしている。

若者

タイバニティー経営について。
多様な人材が集まると
3倍になることもあると思うが
どうコミュニケーションを
とっていくとよい？

若者

不慣れに多様になると
一時的に生産性は下がると
言われている。

若者

多様な違いを尊重していく
「インクルージョン」の意識にたい
企業の取組が重要とされている。

若者

企業の中で性別によって
役割りやアコンシスバイアス
により決められていると
やりたくないことを周囲に
わかってもらえない。

若者

「アンコンシスバイアス」
という言葉も
今回のWGに参加して
初めて知った。

若者

若者でも知れる機会を
もっと増やせると
変わるかなと思う。

若者

どういう意図で
「アンコンシスバイアス」
無くそう」と言っているのか
もう少し詳しく聞きたい。

[illegible]