



Title	結婚支援事業にみる現代日本の婚姻意識
Author(s)	大瀧, 友織
Citation	大阪大学, 2009, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/57720
rights	
Note	著者からインターネット公開の許諾が得られていないため、論文の要旨のみを公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、大阪大学の博士論文についてをご参照ください。

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

【3】

氏 名	大 瀧 友 織
博士の専攻分野の名称	博 士（人間科学）
学 位 記 番 号	第 2 3 3 2 5 号
学 位 授 与 年 月 日	平 成 21 年 9 月 25 日
学 位 授 与 の 要 件	学位規則第4条第1項該当 人間科学研究科人間科学専攻
学 位 論 文 名	結婚支援事業にみる現代日本の婚姻意識
論 文 審 査 委 員	（主査） 准教授 山中 浩司 （副査） 教 授 堤 修三 教 授 牟田 和恵 教 授 吉川 徹

論 文 内 容 の 要 旨

本論文は、現代日本における婚姻意識について考察する家族社会学的研究である。未婚化・晩婚化が進行している現在、民間による結婚支援事業に多くの人が集まっている他、自治体が結婚支援事業を始めるという例も各地で相次いでいる。ところが、これまでのところ、こういった事業を対象とした調査研究は、あまり実施されていない。そこで、民間および自治体による結婚支援事業に参加している人や関係者が、結婚や結婚支援事業をどのように捉えているのか、またこういった事業が抱えている課題を明らかにするとともに、その対策について検討することを、本研究の目的とする。

本研究は、本論6章および補論から構成される。まず第1章では、先行研究を踏まえた上で、本研究で扱う問題を明らかにする。研究対象とする結婚支援事業は、現在、民間・自治体を問わず注目が集まっている。たとえば、民間の結婚支援事業の市場規模は500～600億円と言われており、会員数は60万人程度にのぼり、事業者数は全国でおおよそ3700～3900社程度あるという。このような状況から、こういった事業について検討する意義が高まっていることを示す。

第2章では、結婚支援事業が登場するに至る背景として、既存の結婚研究にあたり、歴史的な結婚の変化について述べるとともに、本研究で対象とする結婚支援事業についての概要および実施した調査の内容を説明する。調査対象は、兵庫県で実施されている「こうのとり会」および「出会いサポート事業」、民間の結婚支援事業「オーネット」の3者である。「こうのとり会」と「出会いサポート」はいずれも自治体による事業であり、「オーネット」は1980年より事業を開始している、民間最大手の事業者である。

本調査では、これらの事業者を対象として、2つの質問紙調査と聞き取り調査を実施した。質問紙調査[1]は、株式会社オーネットを通して、オーネットを含む数社が加盟している結婚情報サービス協議会に調査協力を依頼し実施した。調査協力を依頼した筆者と、結婚情報サービス協議会との合同調査という形でおこなわれ、筆者は報告書を作成して協議会に提出するとともに、承諾を得て個人研究にもちいている。実査は2003年7月に無作為抽出による郵送法で実施し、有効回収率は18.0%であった。調査対象は結婚情報サービス協議会加盟会社で活動中の会員である。

質問紙調査[2]は、質問紙による集合調査である。調査対象は、上述した「こうのとり会」、および「出会いサポート」が実施した交流会の参加者で、調査期間は2007年11月から2007年12月下旬である。有効回収数は294票、有効回収率は80.5%だった。聞き取り調査は、2007年10月下旬から2008年1月下旬の期間に実施した。調査対象は、「こうのとり会」、「出会いサポート」、民間結婚支援事業「株式会社オーネット」の会員および各事業におけるアドバイザー等の担当者である。調査は、調査員が調査対象者一人と直接面接する個別面接調査法で、聞き取り時間は1件につきおおよそ60～90分である。

第3章では、質問紙調査[1]を分析し、どういった人たちが事業に抵抗感を持っており、またその理由にはどのようなものがあるのか検討する。その結果、きょうだい関係性を見ると長男で抵抗感が低いこと、男性に限れば収入の高い人ほど抵抗感を持っていること、女性については同居者のいる女性で抵抗感が低いことが分かった。

また会員たちが抵抗感を感じていた背景には、結婚は恋愛に基づくべきで「恋愛結婚」に至る「普通の出会い」はお金と交換出来るものではなく、また他者が介入すべきではないといった極めて強い規範が存在していた。そのために、それが出来ずに結婚支援事業を利用してはいる会員に対して「もてない人」ばかりではないかという不安が生じ、そういった意識は同時に会員たちの自己イメージも傷つけていた。

第4章では、調査対象のうち、特に兵庫県が実施主体となっている「こうのとり会」と「出会いサポート」を取り上げる。前者は過疎対策、後者は少子化対策に主眼を置いているため、「こうのとり会」に参加できる男性は農山漁村部地域の人に限られている。その両者の会員の婚姻意識を比較したところ、男性においてのみならず、女性についても有意な違いが認められた。

具体的には、特に「結婚するつもりがなくても、男女が同居するのは、かまわない」「結婚後は、夫は外で働き、妻は家庭を守るべき」という2項目について、「こうのとり会」の女性で保守的な傾向が見られた。地域の限定がない女性においても、このような違いが見られたことから、いずれの事業にも参加可能でありながら、あえて「こうのとり会」を選択している女性がいること、「こうのとり会」には「出会いサポート」と異なる意義があるということが分かった。

第5章では、「こうのとり会」、「出会いサポート」、「オーネット」の3事業の会員に実施した聞き取り調査から、参加者の意識や、事業の捉え方について検討した。その結果、いずれの事業においても入会に際して抵抗感が持たれていたものの、自治体の実施主体となっていることに対して安心感を持つ会員が多いことが分かった。一方、民間の結婚支援事業者では、費用の高さを問題として受け止める会員もいるが、それによりきめ細かなサポートがあり、安心もできるという受け止め方も見られた。

第6章では、3、4、5章で抽出された結婚支援事業が抱える課題を4点にまとめた上で、そ

の対策について検討した。こうした事業者が抱える課題としては、①抵抗感の問題、②信頼性・安心感の問題、③男女の違いの問題、④参加者から見た運営面の問題が挙げられる。また、それぞれに対して①「結婚支援を主眼としない」結婚支援、②信頼性・安心感の確保、③男女間の意識格差の是正、④運営上の工夫の必要性といった対策が必要であることを論じた。また、これらの背景には恋愛結婚イデオロギーの普及と強化が進んできたことにより、規範としての婚姻意識に会員たちが縛られている状況が明らかになった。

なお、本論で現代の婚姻状況について広く検討したため、補論においては戦後から現在にかけての日本における夫婦関係の変容について論じた。具体的な問題がなければ幸せであると考えられてきた夫婦に、対等で情緒的な関係が求められるようになったこと、夫婦関係の形成、維持、解消について、自分で決定することが求められるようになったことなどを明らかにした。

論文審査の結果の要旨

申請者、大瀧友織の課程博士学位申請論文『結婚支援事業にみえる現代日本の婚姻意識』は、2003年に民間の結婚情報サービス協議会の協力を得て申請者が協議会と共同で行った質問紙調査および聞き取り調査、2007年から2008年にかけて、兵庫県が実施している結婚支援事業「このとりの会」および「出会いサポート」において申請者が行った質問紙調査および聞き取り調査、またこれらの3つの事業の交流会への7回にわたるの非参与型のフィールドワークをもとに、結婚支援事業とその利用者が抱える問題を浮き彫りにした意欲的な論考である。

申請者は、第一章において、晩婚化・非婚化・少子化などの現象を背景として現代日本における結婚支援事業の意義が増していること、またこうした事業は必然的に社会における婚姻意識の変容を前提とし、その制限を受けることを指摘し、こうした事業の調査から現代日本の婚姻意識を明らかにできるとする。

第二章においては、結婚の歴史的制度的変化と結婚支援事業の関連について述べられ、「仲人・結婚相談型サービス」「データマッチング型サービス」「インターネット型サービス」などの経済産業省が行っている支援事業の類型についてそれぞれの問題点と課題が論じられ、調査対象とした「このとりの会」「出会いサポート」「結婚情報サービス協会」の特徴や性格からそれぞれの事業を位置づけている。申請者は、続く三つの章において、質問紙調査、聞き取り調査、交流会の非参与観察から、利用者がこうした事業について感じる抵抗感とその背景の分析、事業の性格の相違と利用者の婚姻意識の相違、利用者個人からみた事業のイメージとその課題という三つの問題を論じている。まず、利用者が事業に対して感じる抵抗感について申請者は、性別や兄弟関係が有意に相関している点を指摘し、性別においては女性が、兄弟関係では長男以外が、事業に対する抵抗感が強い点に注目している。また、学歴との相関において男女で傾向が逆になっており、男性は学歴が高ければ抵抗感が増し、女性においては逆の傾向が見られること、収入においても同様の問題が指摘されている。つまり、「結婚しやすい」はずの人ほどこうした事業を利用することの抵抗感が強まるとしている。長男において顕著に抵抗感が低下する原因について申請者は家族から受ける結婚圧力が関連していることを示唆している。さらに、こうした抵抗感の理由として、「自由な恋愛」を「お金で買う」ことへの抵抗という問題がとりあげられ、恋愛結婚が抱えるディレンマを明らかにしている。次に申請者は、それぞれの事業の参加者の婚姻意識の相違ををとりあげ、保守的な婚姻意識が強い「このとりの会」の利用者とより都会的な性格が強い「出会いサポート」の利用者という事業の棲み分けが行われていることに注目している。さらに、個別の聞き取り調査の中でうかびあがる利用者個人からみた事業のイメージや課題にも、それぞれの事業ごとにさまざまな個別の課題が存在することが指摘される。以上の三つの分析を前提として、申請者は、結婚支援事業が抱える共通の課題として以下の四つの問題を指摘している。1. 結婚支援事業を利用することに対して利用者が抱く抵抗感の問題、2. 事業の内容に対する信頼性・安心感の問題、3. 参加者の男女における意識のずれの問題、4. 交流会における運営の問題である。これらの課題について申請者は、「結婚支援を主眼としない」結婚支援や、入会審査の厳格化・情報の公開、開催する地域の変更、当事者による事業運営など、聞き取り調査から得られた知見をもとにした興味深い対策を提示している。申請者のこうした論考を通して、現代日本における恋愛結婚規範意識が抱える困難な問題とその社会的サポートの難しさが浮き彫りになったといえる。また、申請者の調査は、これまであまり調査が行われてこ

なかった分野の詳細な調査であり、質的・量的調査を併用した緻密な分析は家族社会学や社会政策論においても重要な貢献をなすものとする。以上から、本論文は博士〔人間科学〕の学位授与にふさわしい業績と判定する。