

パートナー間の親密性※の高さのポイントは、
結婚式準備において「二人で準備と決断を実施」「振り返りと未来への意味付け」
結婚式当日では「自分たちらしさの実現」「双方向のコミュニケーション」

～パートナー間の親密性と結婚式の関係調査～

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）が運営する『リクルートブライダル総研』では、親密性の変容を研究テーマとしている明治大学情報コミュニケーション学部専任准教授田中 洋美先生と共に、パートナー間の親密性と社会的価値の関係、結婚式の内容がパートナー間の親密性にもたらす影響を把握するため、本調査を実施いたしました。ここに結果の要旨をご報告いたします。

1. パートナー間の親密性の効用

親密な関係をパートナーと築けている人ほど、生活、人生に満足しており、幸福感が高い（P3）

親密性の度合いが高い人は親密性の度合いが低い人より「パートナーとの関係に満足している」「この先の人生が幸せだと思う」「生活全般に満足している」「パートナーとの絆を感じる」「幸せである」などと感じており、親密性は幸福感、生活満足度と関係している。

2. パートナー間の親密性と結婚式の関係

「結婚式準備」

親密な関係性のカギは「準備と決断を二人で行うこと」と「人生の振り返りと未来への意味付け」（P4）

親密性の度合いが高い人と親密性の度合いが低い人との差の大きい上位10項目は「パートナーと協力しながら準備ができていた」「自分の人生を振り返る時間があった」「準備を楽しむことができた」「何か決めるときは相手任せにせず二人で決めた」「親の意見も柔軟に取り入れていた」「二人の未来にとって、どんな結婚式になったらいいのか、二人で相談した」「パートナーとの準備の協力を通して、相手の良いところが見えた」「パートナーとの未来について考えたり、話す時間があった」「二人の未来にとって、どんな結婚式になったらいいのかプランナーとも共有していた」「よくパートナーと意見をぶつけあった」であった。

「結婚式当日」

親密な関係性のカギは「自分たちらしさの実現」と「気持ちを伝える双方向のコミュニケーション」（P5）

親密性の度合いが高い人と親密性の度合いが低い人との差の大きい上位10項目は「自分たちが祝福されていると感じる機会があった」「結婚式に満足した、楽しむことができた」「親に心を込めて感謝や気持ちを伝える機会があった」「誓う機会があった」「自分たちらしい結婚式を挙げられた」「親しい人だけ招待した」「パートナーに感謝や気持ちを伝える機会があった」「（親、ゲストと）ゆっくりと話すことのできる機会があった」「感謝の気持ちを言葉で伝える演出があった」「なるべく二人に関係のある人を多く招待した」であった。

※親密性とは 私的な社会関係について考える上でのキーワードの一つです。良好な夫婦関係・結婚生活・ウェルビーイングの基盤とされ、相手と共に経験するコミットメント、情動的・認知的・身体的な近さによって決まるといわれています。
（明治大学准教授 田中 洋美先生）

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

リクルートブライダル総研（調査主体）

結婚や結婚式を中心に調査・研究、未来への提言を通じて、ブライダルマーケットの発展に貢献することを目的として活動。

今回、パートナー間の親密性と結婚式への影響を調査すべく、結婚式観点から仮説を導出。また明治大学田中准教授からのアドバイスを受け、調査設計、実査、分析を行った。

明治大学 田中 洋美准教授（監修）

専門は、ジェンダー研究・文化研究・メディア研究。博士（社会学）。メディア、デジタルテクノロジー、親密性の変容について研究。近著に『くみる／みられる』のメディア論』（共著，ナカニシヤ出版，2021）、『クリティカル・ワードメディア論』（共著，フィルムアート社，2021）、『デジタル社会の多様性と創造性』（共編著，明治大学出版会，近刊）など。

今回、主に親密性の定義、尺度の導出を担い、結婚式における影響性の仮説、調査設計、分析において監修を行った。

調査概要

- ◆調査地域 日本全国
- ◆調査方法 インターネットによるアンケート調査
- ◆調査時期 2022年3月17日(木)～2022年3月22日(火)
- ◆調査対象 20～39歳男女
- ◆対象者条件 既婚（今現在、結婚している（婚約中は含まない））・調査時点で婚姻時期が2年以内
- ◆サンプル数 516サンプル
- ◆割付 披露宴・ウエディングパーティーいずれか（親族中心の食事会、披露宴・ウエディングパーティー、前記以外の結婚を機に実施したウエディングパーティー）の実施／非実施 × 性年代4セル
 実施者：性年代4セル各103サンプル 計412サンプル
 非実施者：性年代4セル各26サンプル 計104サンプル
 ※スクリーニング調査の出現率に合わせてウェイトバック処理を行った。

性年代		ウェイトバック前 (回収数)		ウェイトバック後 (回収時の出現率に合わせて補正)	
		実施者	非実施者	実施者	非実施者
男性	20代	103	26	131	51
	30代	103	26	51	14
女性	20代	103	26	128	83
	30代	103	26	33	25
合計		412	104	344	172
		516		516	

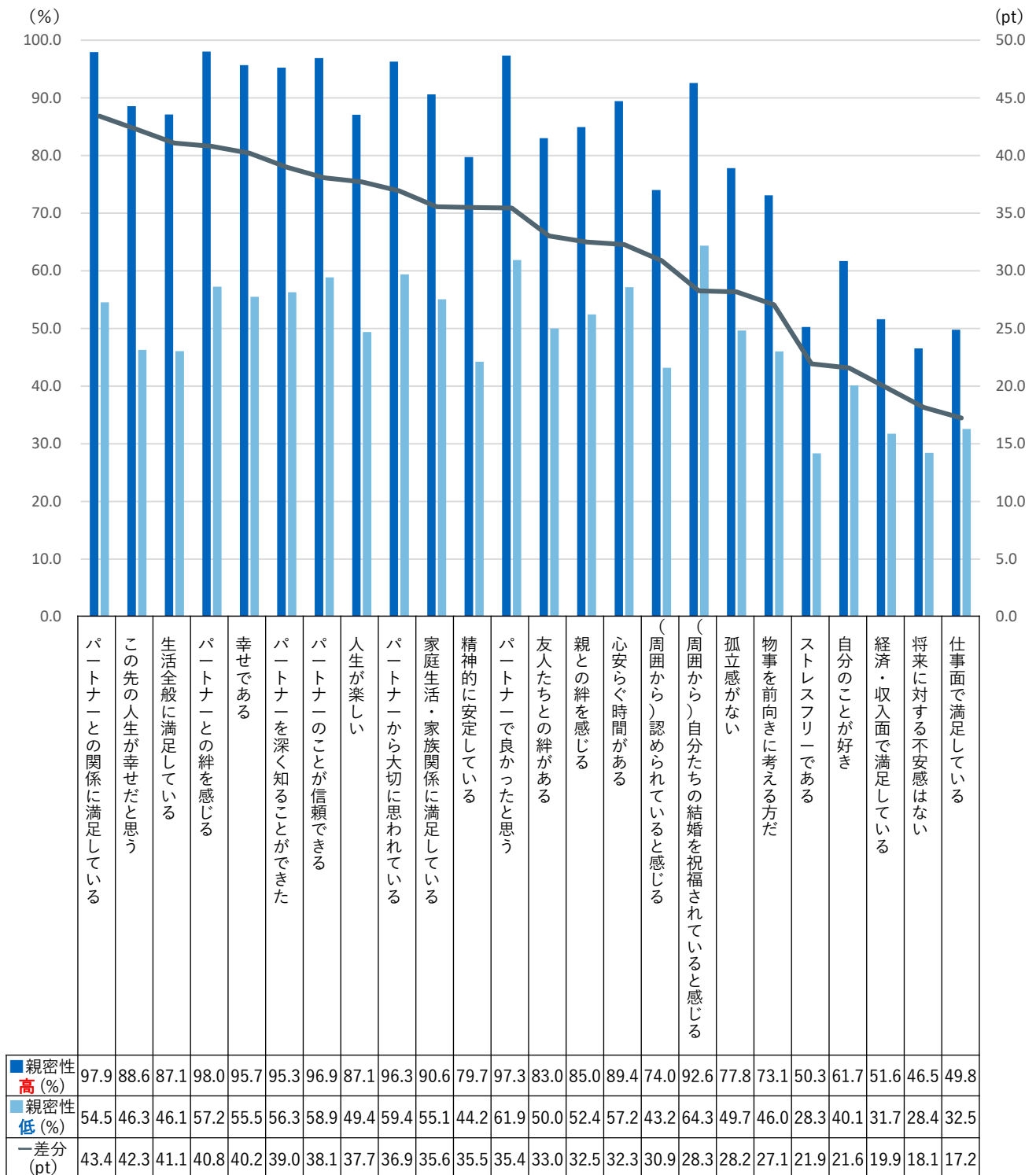
- ◆監修：明治大学 情報コミュニケーション学部 専任准教授 田中 洋美 先生
- ◆調査内で使用した親密さを測るスケール:Scale Composition of the Marital Intimacy Questionnaire(配偶者間の親密さに関する質問票の尺度構成)(Stephan V. B., Hans V. and Walter V. 1995: 290)を使用。調査したスケールの平均点数を起点とし、親密性の高低グループを定義。

より親密な関係をパートナーと築けている人ほど、生活、人生に満足しており、幸福感が高い

親密性の度合いが高い人は親密性の度合いが低い人より「パートナーとの関係に満足している」「この先の人生が幸せだと思う」「生活全般に満足している」「パートナーとの絆を感じる」「幸せである」などと、感じており、親密性は幸福感、生活満足度と関係している。

■ 親密性高低別のパートナーへの考え方や感じ方（全体/各項目単一回答）

※当てはまる、やや当てはまるの計 ※差分の降順ソート
 ※n=親密性高271 親密性低245
 ※小数2位以下を含めて計算しているため、差分と一致しない場合がある

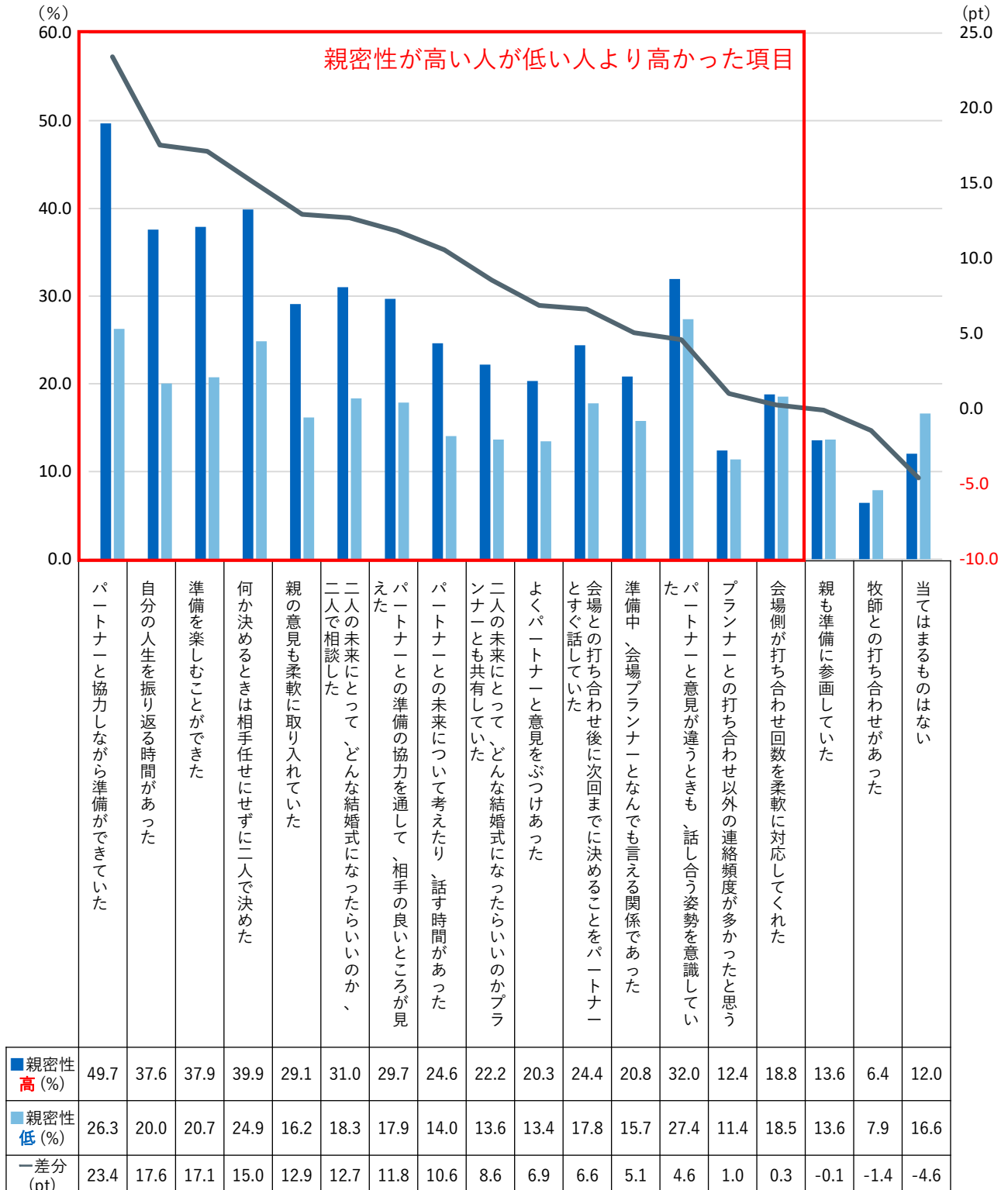


親密な関係性のカギは「準備と決断を二人で行うこと」と「人生の振り返りと未来への意味付け」

親密性の度合いが高い人は親密性の度合いが低い人と比べて、結婚式準備中に「パートナーと協力しながら準備ができていた」「自分の人生を振り返る時間があった」「準備を楽しむことができた」「何か決めるときは相手任せにせずに二人で決めた」「親の意見も柔軟に取り入れていた」などと感じている。

■ 親密性高低別の結婚式準備における機会やシーンの有無（結婚式・ウエディングパーティー実施者/複数回答）

※差分の降順ソート ※n=親密性高186 親密性低158
※小数2位以下を含めて計算しているため、差分と一致しない場合がある

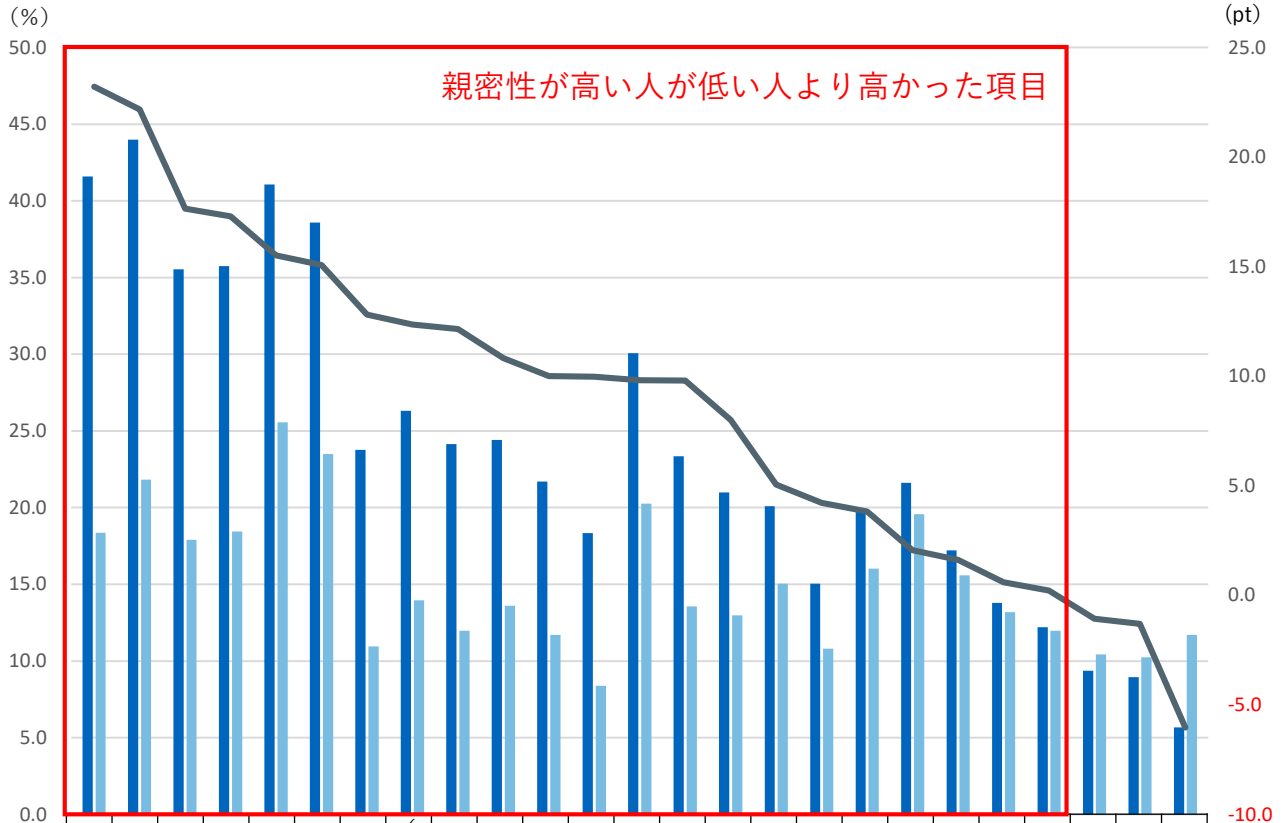


親密な関係性のカギは「自分たちらしさの実現」と「気持ちを伝える双方向のコミュニケーション」

親密性の度合いが高い人は親密性の度合いが低い人と比べて、結婚式当日「自分たちが祝福されていると感じる機会があった」「結婚式に満足した、楽しむことができた」「親に心を込めて感謝や気持ちを伝える機会があった」「誓う機会があった」「自分たちらしい結婚式を挙げられた」と感じている。

■ 親密性高低別の結婚式当日における機会やシーンの有無（結婚式・ウエディングパーティー実施者/複数回答）

※差分の降順ソート ※n=親密性高186 親密性低158
※小数2位以下を含めて計算しているため、差分と一致しない場合がある



	自分たちが祝福されていると感じる機会があった	結婚式に満足した、楽しむことができた	親に心を込めて感謝や気持ちを伝える機会があった	誓う機会があった	自分たちらしい結婚式を挙げられた	親しい人だけ招待した	パートナーに感謝や気持ちを伝える機会があった	(親、ゲストと) ゆっくりと話すことのできる機会があった	感謝の気持ちを言葉で伝える演出があった	なるべく二人に関係のある人を多く招待した	自分たちの結婚が注目されていると感じる機会があった	多くの人に来てもらった	二人とゲストと写真を撮る機会が多かった	ゲストに感謝や気持ちを伝える機会があった	二人とゲストが会話をする時間が多かった	ファーストミートをした	パートナーの人となりを知ってもらえる工夫をした	二人のこれまでのことを知ってもらうような演出(工夫)をした	親やゲストが盛り上がる(楽しめる)ことのできる演出をした	当てはまるものはない	ちの希望を反映した	プログラム(進行)を意味のあるものにするために自分たちの希望を反映した	新郎からの新婦へサプライズがあった	二人のこれからを知ってもらえるような演出(工夫)をした	披露宴中は新郎が一人になる時間がなかった(新婦中座がなかった)	新婦から新郎へサプライズがあった
■ 親密性高 (%)	41.6	44.0	35.5	35.7	41.1	38.6	23.8	26.3	24.1	24.4	21.7	18.3	30.1	23.4	21.0	20.1	15.0	19.8	21.6	17.2	13.8	12.2	9.4	8.9	5.7	
■ 親密性低 (%)	18.4	21.8	17.9	18.4	25.6	23.5	11.0	14.0	12.0	13.6	11.7	8.4	20.3	13.6	13.0	15.0	10.8	16.0	19.6	15.6	13.2	12.0	10.4	10.2	11.7	
一差分 (pt)	23.2	22.2	17.6	17.3	15.5	15.1	12.8	12.4	12.2	10.8	10.0	10.0	9.8	9.8	8.0	5.0	4.2	3.8	2.1	1.6	0.6	0.2	-1.1	-1.3	-6.0	

専門家からのコメント



明治大学
情報コミュニケーション学部
専任准教授 博士（社会学）
田中 洋美 先生

誰かと良好で親密な関係を築くことは、その相手との絆を深める上で不可欠であり、ウェルビーイングを規定する重要な要素と見なされています。本調査からは、そのための重要な行動の一つが、「共同作業」と「コミュニケーション」であることが分かります。

結婚式においては準備期間も長く、お互いの希望の擦り合わせなど多くの工程があり、コミュニケーションを重ねる必要があります。このような工程を共に乗り越えることで、将来必要な価値観の擦り合わせもできるでしょう。親密な関係の構築において、このような「共同作業」を通してお互いの価値観を把握することや、二人にとっての重要な決め事を「二人が決めた」というプロセスがとても重要なでしょう。

また結婚式当日においても、“自分たちらしい“と感じる結婚式の実現と、大切なゲストから“祝福されている実感”を得られることが、二人自身の自己肯定感につながっているようです。加えて、参列したゲストに対して誓うことや、親に感謝の気持ちを伝えるといった言葉や行動など、目に見える形でのコミュニケーションによる相互作用が、親密性の度合いを高める背景にあるものと考えられます。

ブライダル総研の解説



株式会社リクルート
ブライダル総研
研究員
有田 一真

この調査ではパートナー間の良好な関係性を「親密性」と表現し、特にパートナーシップの構築と結婚式の関係性を分析しています。明らかになった点は、大きく2点。パートナーとの親密性が幸福度への影響が大きい点。そして、その親密性と結婚式の準備や、当日の迎え方が親密性に一定程度影響がある点です。つまり、結婚式の準備や当日の迎え方を工夫することで、親密性に影響し、さらには幸福度に影響を及ぼす可能性があるということだと考えています。

特に、結婚式準備では、「二人で決断をすること」そして「時間軸への意識」がポイントになっています。おそらく大きな決断をする機会が多くなかった二人にとって、自分たちでいろいろと調整し、決断する経験を行っていること、また、結婚式をきっかけとした「過去の振り返り」と「未来についての擦り合わせ」など、人生という大きな時間軸の中で結婚式を捉え、二人にとっての意味を見いだしていることが影響していると考えられます。

別の視点で見れば、結婚式を提供する事業者やウェディングプランナーは上記2点を意識し、新郎新婦とコミュニケーションを図り、プランニングすることで新たな価値につながっていくこともあると思います。また、そのような準備を経たからこそ、結婚式当日がより自分たちらしく、さらには親、ゲストとの感謝や祝福など双方向のコミュニケーションに結びついていくのかもしれませんが。

昨今、結婚式は画一的なスタイルから多様化しています。自由なスタイルが選択できるからこそ、結婚とは二人にとって何か。結婚式にどういった意味合いを持たせるのか。二人の間で意識し、いま一度話し合うのはもちろん、ウェディングプランナーと一緒に結婚式を創る過程を充実させていくことによって、これまでよりも価値あるパートナーシップを築くことができるかもしれません。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>