

新婚生活実態調査2023 新婚層の約7割は子ども意向「あり」

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、以下リクルート）が運営する『リクルートブライダル総研』では新婚生活の実態について詳細を把握するため、「新婚生活実態調査2023」を実施しました。ここに、結果の要旨をご報告致します。

<新婚層の子ども意向編>・・・P3～6

1. 新婚層の子ども意向の実態

- 新婚層の約7割は子どもを持つ意向「あり」、意向「なし」は1割強（→P3）

2. 新婚層の子ども意向「なし」の背景

- 子ども意向「なし層」の欲しくない理由は「時間」「お金」「負担感」。「何があっても子どもが欲しいとは思わない」割合は約2割（→P4）

3. 新婚層の子ども意向と家事意識

- 家事意識について新婚層全体では「ある程度できていれば、家事は完璧でなくても良い」（71.8%）、「家事は自分と配偶者もしくはパートナーで協力して行うものである」（71.7%）、「家事にはなるべく手間をかけたくない」（70.5%）、「自分と配偶者もしくはパートナーのうち、時間の作れる方が家事をしている」（60.9%）の順で高い（→P5）
- 子ども意向「あり層」と「なし層」の差が大きい順に並べると「家事にはなるべく手間をかけたくない（18.5ポイント差）」、「家事は自分と配偶者もしくはパートナーと協力して行うべきものである（16.9ポイント差）」、「自分と配偶者もしくはパートナーのうち、時間の作れる方が家事をしている（13.8ポイント差）」、「ある程度できていれば、家事は完璧でなくても良い（9.1ポイント差）」となり、いずれも子ども意向「あり層」が高くなっている（→P6）

<新婚層の消費行動編>・・・P7～8

4. 新婚層の消費の実態

- 新婚層において、「インテリア・家具」「家電」で約8割が支出あり（予定含む）。新居（賃貸を除く）やクルマなどの大型消費もそれぞれ約5割、約4割で支出（予定含む）があり、結婚は大きな消費タイミングになっている（→P7～8）

本件に関する
お問い合わせ先

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

【調査概要】

■2023年調査 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】 2023年1月24日～2023年1月27日
- 【調査対象】 全国の18歳～49歳の男女
- 【有効サンプル数】 計1万人

■2023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】 2023年1月27日～2023年1月30日
- 【調査対象】 全国の18歳～49歳の男女のうち、入籍または事実上の婚姻関係が3年以内の男女（回答者本人が初婚）で、回答時現在の「将来的に子どもを持つ意向」がある人となない人（1次調査回答者、本人婚姻歴初婚、現在の「将来的に子どもを持つ意向」が「あり」または「なし」）
 ／全国の18歳～49歳の男女のうち未婚（婚姻歴なし）の男女で、回答時現在の「将来的に子どもを持つ意向」がある人となない人（1次調査回答者、本人婚姻歴なし、現在の「将来的に子どもを持つ意向」が「あり」または「なし」）
- 【有効サンプル数】 計2,474人
- 【集計方法】 1次調査における各セルの出現率をもとに補正値を算出し、ウエイトバック集計を実施。

【本調査回収サンプル構成比（ウエイトバック後有効サンプル数）】

婚姻	性別	現在の子ども意向	現在の子ども有無	WB後 有効サンプル数
新婚 ・3年以内入籍または事実上の婚姻関係 ・（回答者本人が）初婚	男性	意向あり	子どもなし	234
			子どもあり	316
		意向なし	子どもなし	72
			子どもあり	30
	女性	意向あり	子どもなし	328
			子どもあり	540
意向なし		子どもなし	113	
		子どもあり	17	
未婚 ・婚姻歴なし	男性	意向あり	不問	242
		意向なし		206
	女性	意向あり		210
		意向なし		167

※本リリースでは新婚層データのみを使用しています

【注意点】

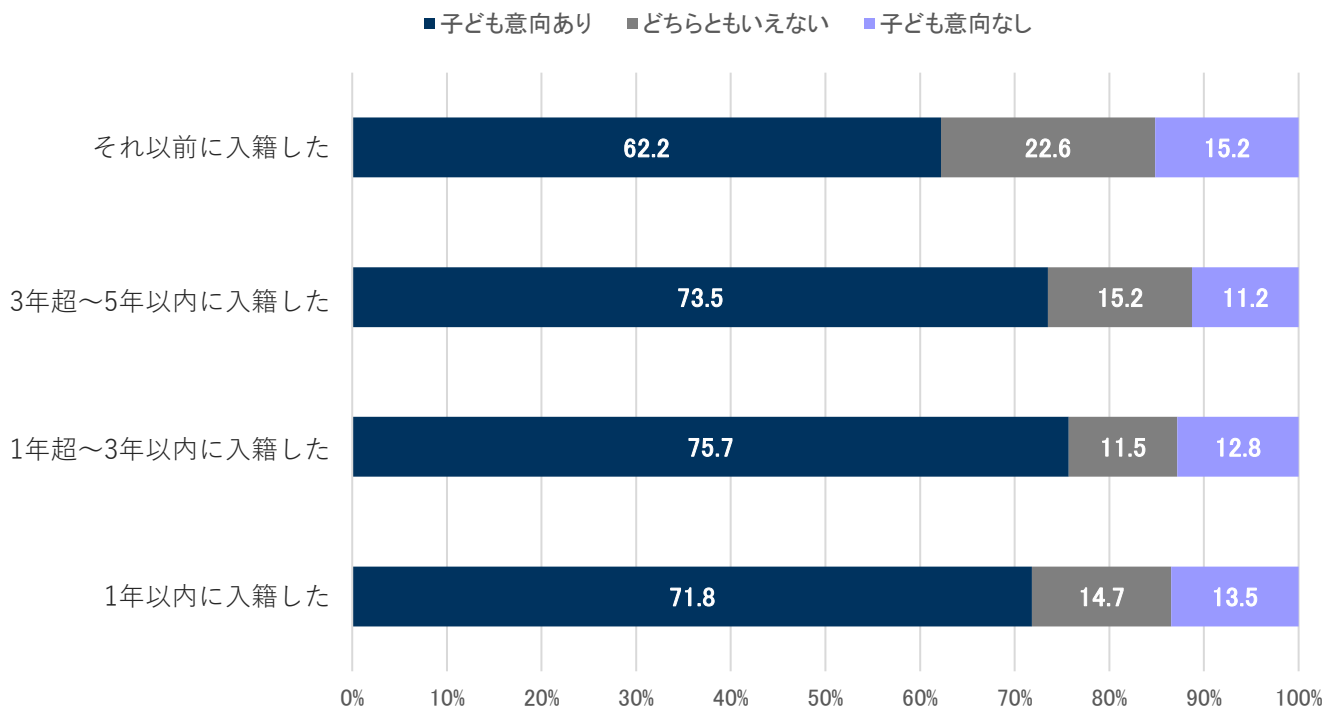
図表の構成比（％）は百分率で表示してあります。百分率は小数第2位を四捨五入してあるため、構成比の合計が100%にならない場合があります。また、図表の平均も小数第2位を四捨五入して表示してあります。小数第2位を四捨五入している関係で、差分や合計値において、グラフ上の数値の単純計算と数値が異なる場合があります。図表中の「-」は回答なし、「0.0」は回答あり（表示単位に満たない）を示しています。

新婚層の約7割は子ども意向あり、意向なしは1割強

- ▶ 新婚1年以内の夫婦における回答時現在の子どもを持つ意向について、「意向あり」は71.8%、「意向なし」は13.5%、「どちらともいえない」は14.7%
- ▶ 新婚1年超～3年以内の夫婦における回答時現在の子どもを持つ意向について、「意向あり」は75.7%、「意向なし」は12.8%、「どちらともいえない」は11.5%

■ 入籍時期別にみた子ども意向有無の割合（1次調査／全体／単一回答）

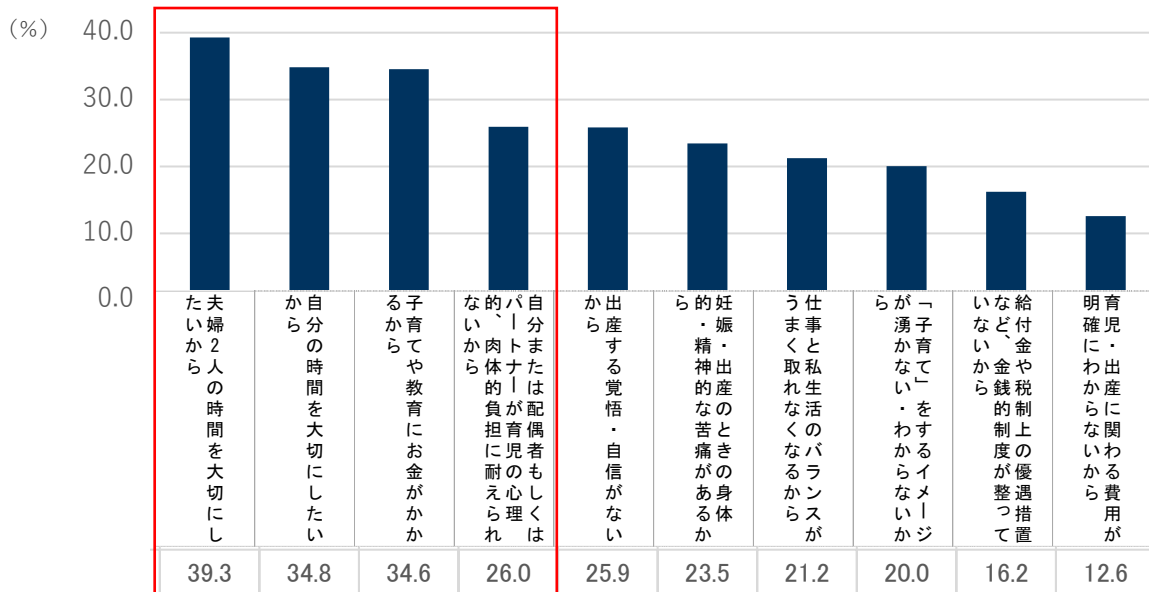
※「将来的に子どもを持つ意向」について、選択肢は「子どもは全く欲しくない」「子どもはあまり欲しくない」「どちらともいえない」「子どもはやや欲しい」「子どもは絶対に欲しい」の5段階。うち「子ども意向あり」は「子どもはやや欲しい」「子どもは絶対に欲しい」のいずれかを回答した人を集計、「子ども意向なし」は「子どもは全く欲しくない」「子どもはあまり欲しくない」のいずれかを回答した人を集計



子ども意向「なし層」の欲しくない理由は「時間」「お金」「負担感」
「何があっても子どもが欲しいとは思わない」割合は約2割

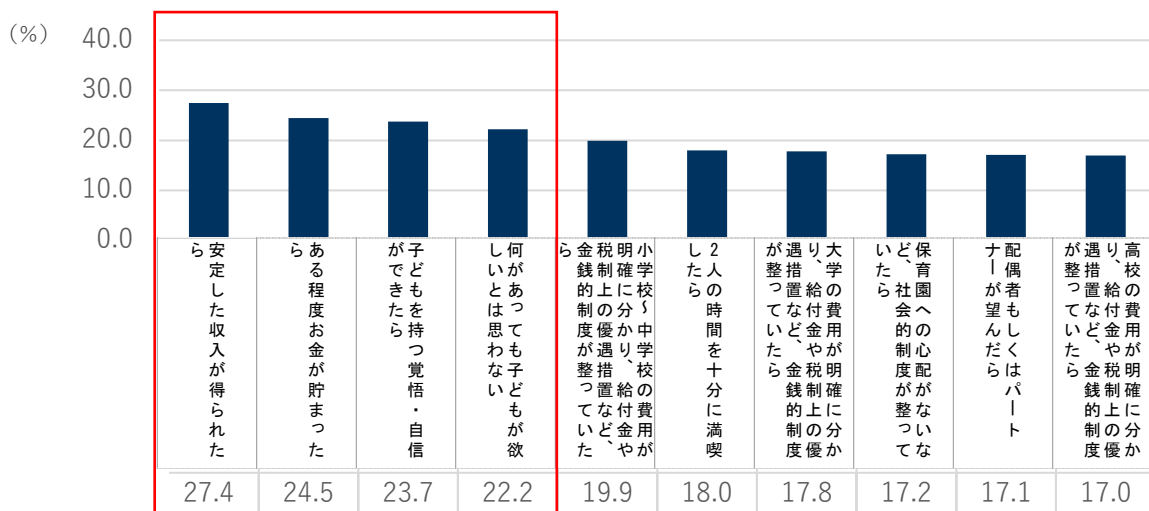
- ▶ 子どもが欲しくない理由（上位4項目）：「夫婦2人の時間を大切にしたいから」39.3%、「自分の時間を大切にしたいから」34.8%、「子育てや教育にお金がかかるから」34.6%、「自分または配偶者もしくはパートナーが育児の心理的、肉体的負担に耐えられないから」26.0%
- ▶ 「子どもが欲しい」に変わる要素（上位4項目）：「安定した収入が得られたら」27.4%、「ある程度お金が貯まったら」24.5%、「子どもを持つ覚悟・自信ができたら」23.7%、「何があっても子どもが欲しいとは思わない」22.2%

■ 現在子どもを欲しいと思わない理由（2次調査／新婚子ども意向なし層／複数回答）



※30選択肢を左から多い順に並べ、上位10項目を抜粋

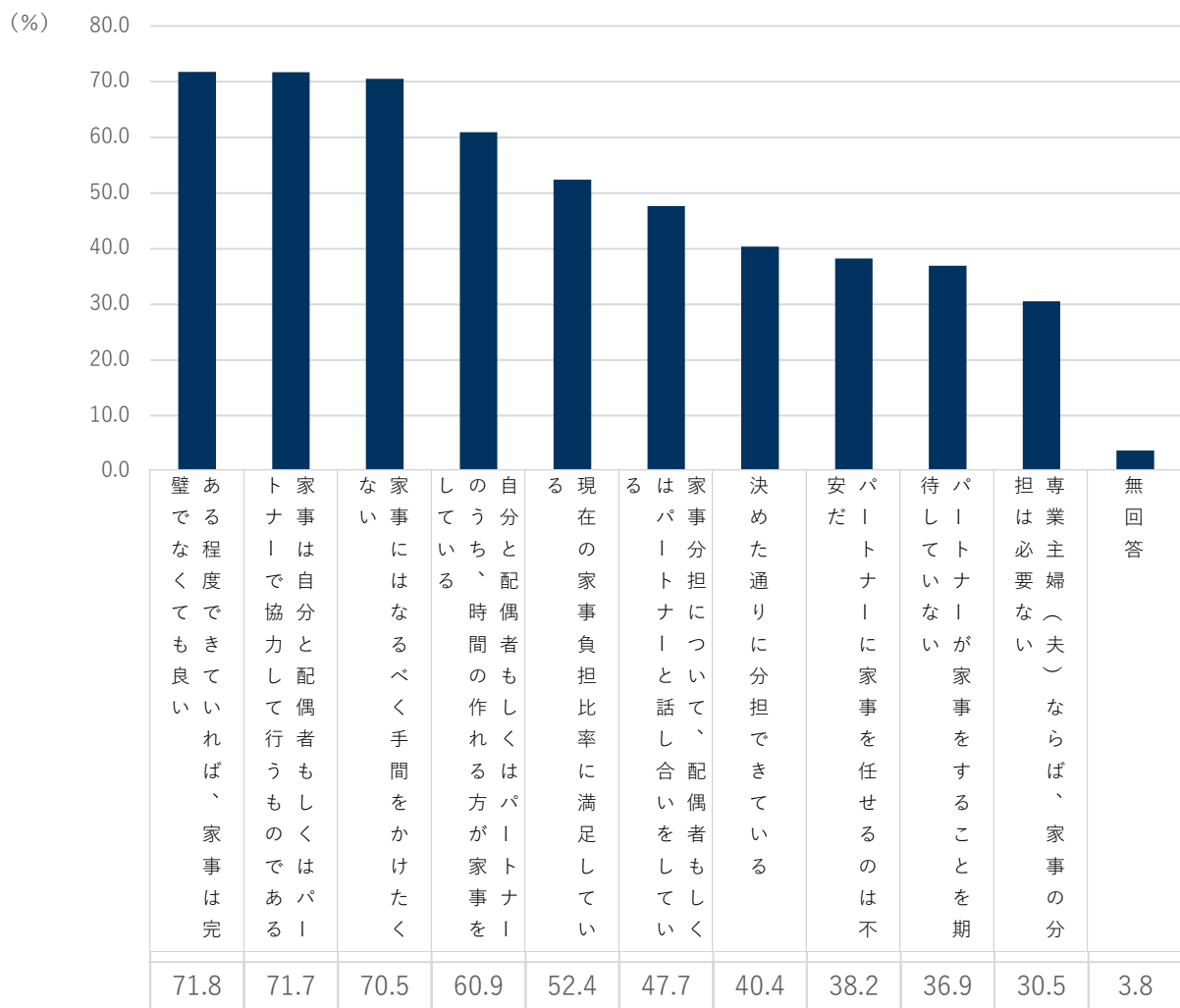
■ 「子どもが欲しい」という気持ちに変わる要素（2次調査／新婚子ども意向なし層／複数回答）



※29選択肢を左から多い順に並べ、上位10項目を抜粋

家事意識について新婚層全体では「ある程度できていれば、家事は完璧でなくても良い」(71.8%)、「家事は自分と配偶者もしくはパートナーで協力して行うものである」(71.7%)、「家事にはなるべく手間をかけたくない」(70.5%)、「自分と配偶者もしくはパートナーのうち、時間の作れる方が家事をしている」(60.9%)の順で高い。

■ 家事意識 (2次調査/新婚層全体/それぞれ単一回答)

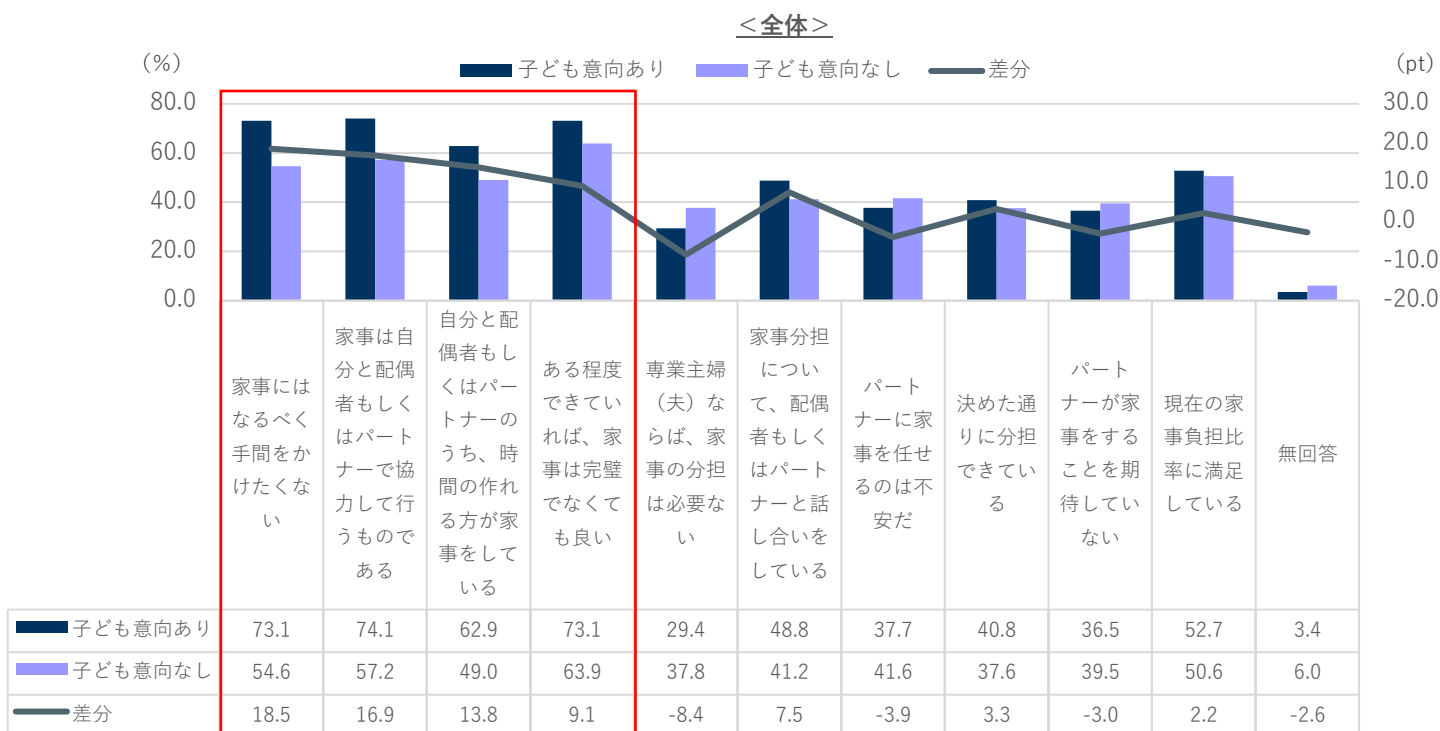


※あてはまる：「まったくあてはまらない」「あまりあてはまらない」「どちらともいえない」「ややあてはまる」「とてもあてはまる」の5段階のうち「ややあてはまる」「とてもあてはまる」のいずれかを回答した人を集計

家事意識において、子ども意向「あり層」と「なし層」の差が大きい順に並べると「家事にはなるべく手間をかけたくない（18.5ポイント差）」、「家事は自分と配偶者もしくはパートナーと協力して行うべきものである（16.9ポイント差）」、「自分と配偶者もしくはパートナーのうち、時間の作れる方が家事をしている（13.8ポイント差）」、「ある程度できていれば、家事は完璧でなくても良い（9.1ポイント差）」となり、いずれも意向あり層が高くなっている。

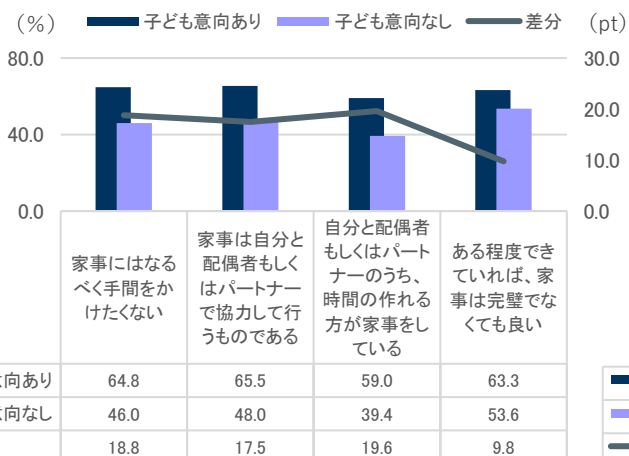
- ▶ 「家事にはなるべく手間をかけたくない」：意向あり層73.1%、意向なし層54.6%
- ▶ 「家事は自分と配偶者もしくはパートナーと協力して行うべきものである」：意向あり層74.1%、意向なし層57.2%
- ▶ 「自分と配偶者もしくはパートナーのうち、時間の作れる方が家事をしている」：意向あり層62.9%、意向なし層49.0%
- ▶ 「ある程度できていれば、家事は完璧でなくても良い」：意向あり層73.1%、意向なし層63.9%

■ 家事意識（2次調査／新婚層全体／それぞれ単一回答／子ども意向別）

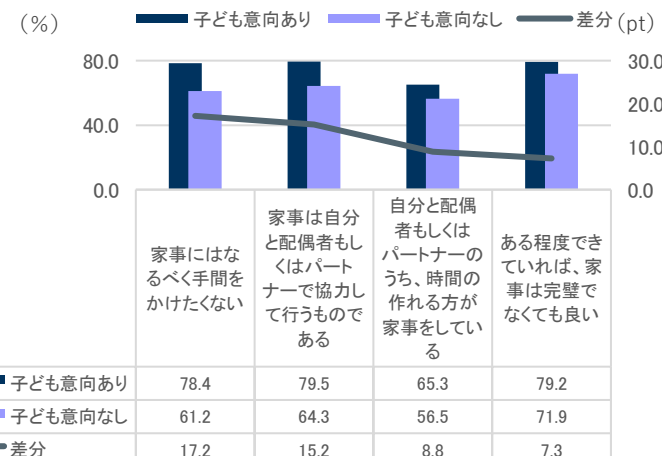


※「まったくあてはまらない」「あまりあてはまらない」「どちらともいえない」「ややあてはまる」「とてもあてはまる」の5段階のうち「ややあてはまる」「とてもあてはまる」のいずれかを回答した人を集計し、意向有無での差分の絶対値が大きい順に並び替え

＜男性＞



＜女性＞



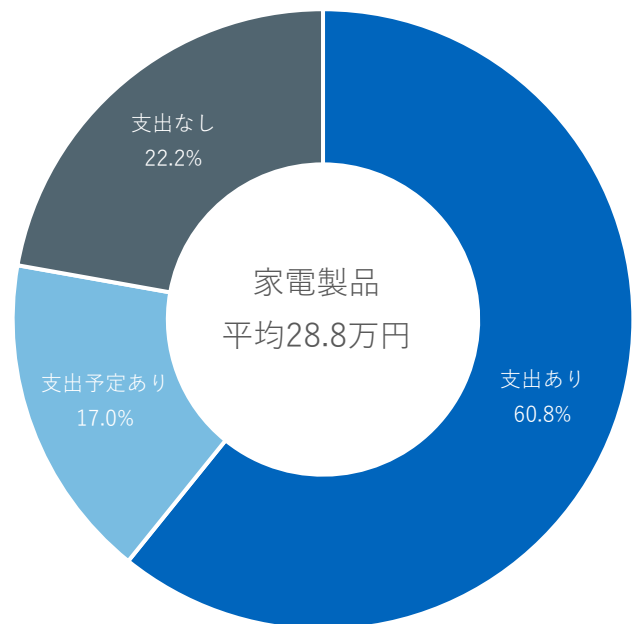
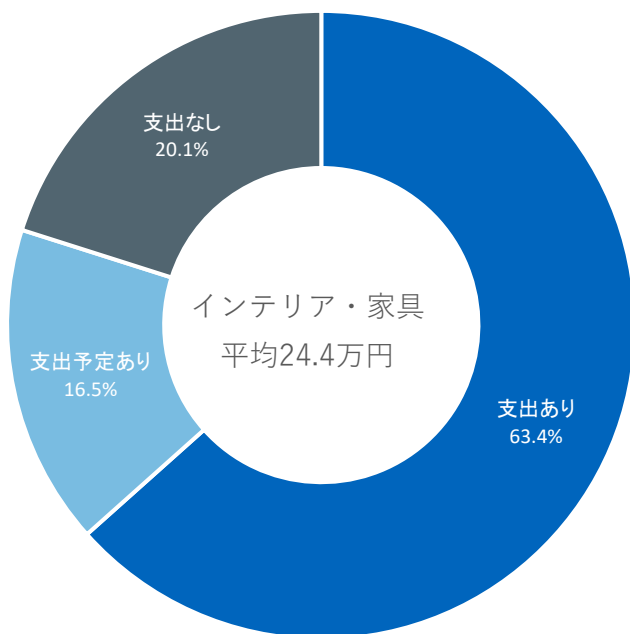
※意向有無での差分の絶対値が大きかった上位4項目を抜粋し、男女別で集計

結婚は大きな消費タイミングになっている

- ▶ 新生活を始めるに当たって、支出あり（予定含む）の割合が高いのは「インテリア・家具」と「家電製品」で、それぞれ約8割が「支出あり」または「支出予定あり」
- ▶ 購入(支出)平均額は、インテリア・家具24.4万円、家電製品が28.8万円となっている。

■ 新婚生活における支出割合及び支出総額平均（2次調査／新婚層全体のうち金額回答者／それぞれ単一回答）

※支出総額平均：各「支出あり」または「支出予定あり」と回答した人のうち金額回答者のみ



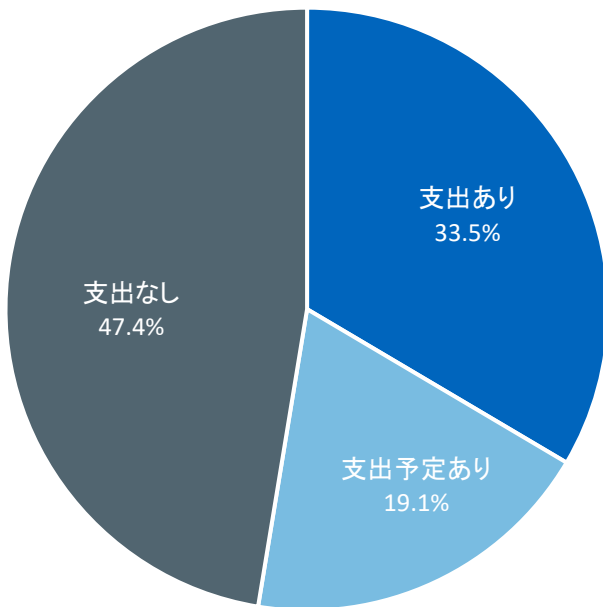
※金額回答者のうち「0」は排除して平均を算出

結婚は大きな消費タイミングになっている

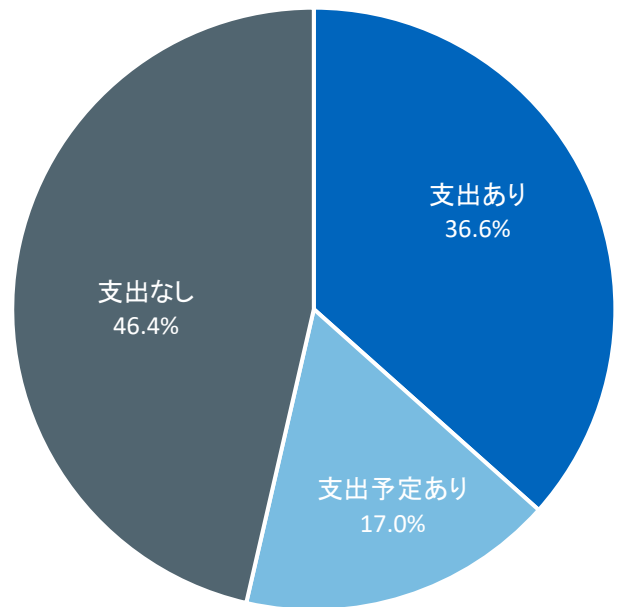
- ▶ 「生命保険・損害保険（新規加入）」と大型消費である「新居」はそれぞれ5割以上、「クルマ」も約4割が「支出あり」または「支出予定あり」で、結婚を機とした高い消費意欲がうかがえる。

■ 新婚生活における支出割合（2次調査／新婚層全体／それぞれ単一回答）

生命保険・損害保険（新規加入）



新居（賃貸は除く）



クルマ

