

世界最大のインターネットマッチングサービスmatch.com  
**match.com LOVEトレンド2008**  
**「女性の結婚観大予測」篇**

～「三高」男なんてもはや化石男!? 「三低」、「三手」は結婚新時代の序章に過ぎなかった～  
2007年の有名人結婚ラッシュにみる様々な結婚観  
**女性の結婚像バブル崩壊 「等身大」婚へ**

ギネスブック公認、世界最大注1)の恋愛・結婚マッチングサイト注2) マッチ・ドットコム ジャパン株式会社 (本社米国、東京都港区、代表取締役社長:桑野克己、以下match.com)は、日本人女性の最新の恋愛・結婚観と2008年度の恋愛・結婚トレンド予測をまとめたレポート「match.com LOVEトレンド2008」を本日発表しました。

本レポートは、昨年起こった社会現象、一般および有名人の恋愛に関する事象、および同社の定期的な独身男女の恋愛事情調査「match.com 愛の調べ」の結果を基に、同社が分析した結果です。

**有名人にみる2007結婚トレンド**

「match.com LOVEトレンド2008」では、2007年は1年を通して、有名人の「格差婚」や「セレブ婚」の話題が駆け抜けつつも、年末年始の有名人結婚ラッシュなどで「金より愛」など、バブリー感のある前者とは異なる新たな結婚価値観が登場してきた年だったと分析しています。こうした状況を受け、2008年はいまや結婚におけるイニシアチブを握っているともいえる女性たちの価値観がますます多様化する一年になると予測しています。

「match.com LOVEトレンド2008」予測!! 2008年の結婚トレンドは……

**『等身大』婚**

相手のステイタスや経済力は二次、

女性ひとりひとりが自分の強みを自覚した上で人生に対する独自の価値観を優先させ

それを周りの人に左右されることなく自然体で表現した結婚スタイル

これに含まれるケーススタディ>>>「格差婚」、「セレブ婚」、「熟年婚」、「謙虚婚」、「安心婚」

**芸能界CASE > 「格差婚」、「セレブ婚」、「熟年婚」は女性の余裕の現れ**

昨年は、人気女優とお笑い芸人、カリスマ女性タレントと青年実業家という2大カップル誕生によって、とにかく華やかなエピソードに彩られたニュースが、「格差婚」、「セレブ婚」などのキーワードとともに年間を通して注目されました。なおここでいう「格差婚」は女性の社会的地位の方が高い結婚形態を表しますが、「セレブ婚」においては、一昔前までは経済力の高い男性と結婚することによって女性が「セレブ」になるという、いわゆる「玉の輿」の意味合いが強くありましたが、例にあげたカリスマ女性タレントがオリジナルのアパレル系ブランドを成功させていることに代表されるように、最近では女性側も自身が経営する会社があるなど、男女ともに経済的余裕があり高い生活基盤をもっているカップルの代名詞にシフトしているといえます。

また元宝塚男役の50代の美人女優と12歳年下のインテリアデザイナーのカップル、同じく50代の個性派女優とミュージシャンのカップルは事実婚の形で結婚生活をスタートさせました。

これら例にあげた彼女たちのように30代、あるいは人生を謳歌した50代になってから結婚に踏み切る背景には、一般女性の中でも最近ますます増えつつある豊かな生活力、経済力と社会経験のある彼女たちならではの周りに左右されない独自の判断力を生かした余裕の姿勢があるといえます。

## 芸能界CASE > 正しい人生観をもつ女性ならではの「謙虚婚」

また年末年始には、元グラビアアイドルタレントと舞台俳優、女性お笑い芸人と年下ダンサーというステータスや経済力は二の次、愛情を最優先させたカップルが誕生。そうした彼女たちの発言には、「共に苦勞を乗り越えていけばよい」といったものや「選んでくれただけで幸せ」などのコメントが飛び出しており、芸能界でも苦勞を経験している彼女たちだけに謙虚かつ正しい結婚価値観がうかがえました。

## 芸能界CASE > 若い世代の「安心婚」の背景にある社会の影

さらには20歳前後の女優が結婚に乗り出す「早婚」現象も発生しています。現在の20代後半以上の男女が晩婚化しているのに対し、彼女たちを含む20代前半の世代は、「人として早めに落ち着くこと」や「愛する人と共に暮らすこと」への欲求が高く、以降の世代とは異なり人生に対する安心感や安定感を求めているのではないかと考えられます。その背景には、彼らが子どもの頃からすでに日本の社会では未成年犯罪の低年齢化やエスカレートする性犯罪、親殺し、子殺しなどの残虐性、変質性の高い事件が次々と発生し、現在の殺伐とした世の中に変貌をとげていく過度期にあったことが無関係とはいえないのではないかとmatch.comでは分析しています。

## 一般CASE > 20代、30代男女の結婚価値観トップ3は「性格」、「価値観」、「愛情」

match.comでは、「結婚相手選びに重視する条件は？」というテーマで20歳～39歳の独身男女を対象にインターネット調査を行いました( )。その結果、男女共にトップ3は「性格」(男性89%、女性92%)、「価値観」(男性77%、女性89%)、「愛情」(男性86%、女性83%)という結果が出ており、「金銭感覚の一致」、「経済力」といったステータス的な条件を上回っていることから、明らかに内面を重視している傾向にあると判明しました。

20歳～39歳の独身男女502名を対象に調査実施、2007年1月発表。「第15回 match.com 愛の調べ～結婚条件編～」

## 一般CASE > 恋愛・結婚マッチングサイトmatch.comにみる結婚価値観の「ボーダーレス」化

またmatch.comで結婚が決まったカップルたちの中には、男性の職業がIT系、女性が出版社勤務というどちらも多忙な毎日を送る二人や、国際結婚や遠距離恋愛など日常生活では簡単に知り合えない相手と結ばれたカップル、たった数日間で結婚を決意して「短期間婚」を実行したカップル、match.comで知り合い、セカンドライフを共に歩むことを決意した「熟年婚」、別世界に住む相手とmatch.comで結ばれ、それまでの人生を一変させた「ライフスタイル激変婚」など、結婚常識のボーダーレス化ともいえる個性的な結婚形態のカップルが次々と誕生しています。

ギネスブック公認・世界に1500万人もの会員をもつmatch.comでは、このように毎年約20万組の結婚カップルが誕生しており、恋愛のスタートのさせ方、そして育てていくツールとしていまやインターネットマッチングが定着していることは事実といえます。

## 結論 「三高」婚 「三低」婚 「三手」婚、そして「等身大」婚への変貌

日本の女性が描く理想の結婚像の歴史としては、バブル時代に発生した「三高(高収入、高学歴、高身長)」時代が約10年前まで続き、その後「三低(低姿勢、低リスク、低依存)」の時代、そして昨年においては「三手(手伝う、手を取り合う、手をつなぐ)」の年だったとmatch.comでは分析してきました。長年続いた結婚トレンドはもはや崩壊し、その後のトレンドは短期間で次々と変貌を遂げていることが分かります。

そして、芸能界をはじめmatch.comや一般社会で無数に繰り広げられる結婚の形。女性たちの結婚価値観の変遷の歴史はいま大きな変革期にあることは間違いないといえます。

そもそも女性たちが結婚を決意するに至るまでの論理が大きく変わったことは否めません。いまや女性たちは、男性がもつ「条件」を通して自分の将来像を描く「投影型」ではなく、自分自身もつ強み(経済力・人生経験)や価値感、そして理想のライフスタイルを軸に据えて、そこに「見合う」男性を当てはめて選んでいく「パズル型」の論理で結婚という人生のターニングポイントに臨んでいると考えられます。言い換えれば、女性の結婚観が受身ではなくより主体性の強いものになっているといえます。

よってmatch.comでは、現在の日本の女性たちにとって相手のステイタスや経済力は二の次であり、女性ひとりひとりが自分の強みを自覚した上で人生に対する独自の価値観を優先させ、それを周りの人に左右されることなく自然体で表現した結婚スタイルを望んでいることから2008年のLOVEトレンドは「**等身大**」**婚**だと予測しました。

1comScore Media Metrix, 2005年11月調べ 2005年ギネスブック公認

2**恋愛・結婚マッチングサイト**:インターネットで友達や趣味仲間、恋人や結婚相手を探す事ができるサービスで、希望する相手の年齢や性別、居住地、趣味などの条件を設定し、条件にあった相手を登録会員の中から探すことが可能。

**本リリースに含まれる分析および調査結果をご掲載頂く際は必ず  
「match.com LOVEトレンド2008」と明記下さい。**

## match.com について(www.match.com)

match.comは、世界最大のインターネット マッチング サービスとして、世界6大陸35ヵ国、15言語にて会員制インターネットマッチングサイトを運営しています。match.comは、インターネットマッチングのパイオニアとして1995年の設立以来、インターネットマッチングという新たな恋愛のツールを会員に提供し、常に改善を続け、12年間の実績を築き上げ、現在では他のどのサイトよりも多くの成婚数を誇っています。match.comでは、様々な人種、言語、居住地、年齢、性別、趣味、性格、身体的特徴など多種多様なプロフィールをもつ世界中の1500万の会員から条件を設定し、条件にあった相手を探することができます。match.comは、日本ではMSN、AOL、ウォーカープラス、So-net、teacup、ODN、livedoor、OCN、Ask.jp、ORICON STYLE、Infoseek楽天、ニフティにコンテンツを提供。MSNのヨーロッパ、アジア、米国とラテンアメリカにもサービスを提供。また、世界的にも、match.comはLove@AOLの代表的なインターネットマッチング提供社であり、米国、日本などでサービスを提供。match.comはIAC/InterActiveCorp (Nasdaq: IACI)の営利会社です。

### 【参考】

#### match.com日本代表からみる「**等身大**」**婚**

< マッチ・ドットコム ジャパン株式会社 代表取締役社長 桑野克己 >

今までは「理想の結婚」としてあげられる結婚相手の男性像や、結婚時期などについて単一的だった日本人女性ですが、女性の社会進出や経済力などの生活環境の変化に伴い最近では、結婚についてそれぞれの女性が独自の価値観を持っているようです。

結婚時の女性の年齢については、早婚や晩婚など、ますますボーダーレス化が進むことが予測されます。結婚相手については過去には誰に紹介しても恥ずかしくない経済力、外見、学歴といった相手の条件を重視する傾向が強かったですが、その傾向も相手の内面や、ライフスタイルなどを重視する方向にシフトしています。特に最近の女性は、独自の価値観を築いている女性が多く、世間の目や、相手に自分を合わせるよりも、いかに自分と相性がいいか、自分と価値観が似ているかなどを重視して相手を選んでいるようです。2008年は、自分と「**等身大**」の相手を探すというのがトレンドになるとmatch.comでは予測しています。

< 本リリースに関するお問い合わせ先 >

マッチ・ドットコム ジャパン株式会社 PRマネージャー 遠藤

株式会社プラチナム(PR代行) 担当:大島・山田 03-5572-6071 Fax03-5572-6075