

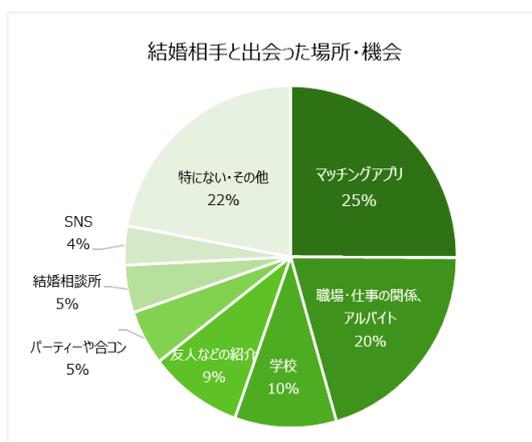
社会や暮らしの変化、生活者の価値観の変化を読み解き
新しい発想や社会課題解決につながる情報を発信

ハビトゥス (Habitus) とはラテン語で、習慣、行動様式、ものの見方、感じ方などを意味しています。

企業が導入を進める"婚活アプリ"とは

◆変わる出会いのかたち —— 4人に1人がマッチングアプリで結婚する時代

SNS やマッチングアプリなどのオンラインサービスを通じて結婚する夫婦の割合が急速に増えている。国立社会保障・人口問題研究所が5年ごとに実施する「**出生動向基本調査**～結婚と出産に関する全国調査」(2021年実施)の**夫婦調査**によると、SNS やアプリなどで出会って結婚した夫婦の割合は、2015～18年の6.1%から、19～21年の15.1%へと3年間で約2.5倍に急増した。



出所:「**若者のライフデザインや出会いに関する意識調査報告書**」子ども家庭庁 2024年11月より作成

子ども家庭庁が2024年に実施した「若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」(15-39歳の未婚男女対象)では、既婚者の約6割がマッチングアプリの利用経験があると回答。結婚相手との出会いのきっかけとして最も多かったのは「マッチングアプリ(25%)」で、4人に1人がマッチングアプリを通じてパートナーを見つけ、結婚していることになる。

各調査の実施時期、対象者の年齢は異なるが、近年はスマートフォンの普及に加え、コロナ禍の三密回避によるオンライン交流の常態化といった経験の影響などもあるのか、マッチングアプリの利用は若年層を中心に広がっていることがうかがえる。

◆企業限定のマッチングアプリが登場 —— AIによる高精度のマッチング

こうした出会いの変化を背景に注目されているのが、企業が福利厚生の一環として導入を進めている企業限定のマッチングアプリである。2021年にAill(エール)が提供を開始した「Aill goen(エールゴエン)」は、2025年8月時点でNTTグループやトヨタ自動車など、全国1,497社に導入されている。

一般的なマッチングアプリとの大きな違いは、導入企業の独身社員のみが利用対象である点だ。企業が契約することで利用者の身元が明確になるため、信頼性と安心感が高い。同一企業内でのマッチングは行わず、他企業の社員との出会いに限定されているのも特徴だ。企業が利用料の一部または全額を負担するが、社員個人の利用状況は企業に共有されない。プライバシーにも十分に配慮した、安心・安全な設計となっている。

契約企業には審査があり、子育て支援に積極的な「くるみん認定」取得企業など、共働きや子育て支援を後押しする企業が対象となる。結婚後のライフステージも見据えた、共働き・子育てを前提としたカップルの成立を応援する仕組みといえる。

アプリのもう一つの特徴が独自開発の AI 技術による機能である。AI システムやナビゲートエンジン (UI/UX などアプリの使いやすさ関わる技術) の設計やデータ分析には、東京大学や北海道大学の各専門分野の教授陣が携わっており、関連技術の特許の申請・登録を進めている。アプリには 3 つの機能がある。1 つ目は、利用者がワークライフバランスや転職の有無、家事・育児への考え方などを入力すると、AI が価値観の近い相手を紹介するマッチング機能である。2 つ目は、マッチング後のコミュニケーションをサポートする機能である。利用者の友人として位置づけられている AI 搭載の狍犬のキャラクターが、チャットの話題や返信のタイミングなどのアドバイスを行い、コミュニケーションをサポートする。3 つ目は、一連のコミュニケーションから相手の自分への好感度を AI が可視化するという機能があり、効果的なアプローチが可能になる。これらの AI によるナビゲーションにより、利用者のデート実施率は 23% から 47% に、お付き合いに至る比率は 29% から 76% に向上したという。

◆社員のエンゲージメント向上につながるか ―― 結婚を望む社員のライフプラン支援

近年、企業において社員のキャリアとプライベート両方の充実を図るワークライフバランスや、心身の健康、仕事、人間関係などが良好な状態を指すウェルビーイングに関する施策が重視されている。社員の満足度や幸福度を高めることは、働きがいや仕事への意欲といったエンゲージメントを向上させ、企業の成長に寄与するとされている。実際、従来からあるスキル向上やキャリアパス策定などの施策に加え、ライフプランを支援する育児休業、不妊治療支援、介護支援制度などの導入が多くの企業で進んでいる。

企業限定のマッチングアプリは、新たなライフプラン支援策として注目を集めている。結婚を望む独身社員に出会いの機会を提供し、共働き・子育てのカップル成立を応援するライフプラン支援の一環として位置づけられる。エンゲージメントの向上や社員の定着率改善、さらには人材確保などの採用力向上といった効果も期待されている。

結婚相手との出会いの変化や AI などテクノロジーの進化により登場した企業限定の“婚活アプリ”。これまで手薄であったともいえる、企業による独身社員向けのライフプラン支援策が、社員のワークライフバランスやウェルビーイングの推進にどのような影響を与えるか、引き続き動向に注目したい。

■

(2025 年 8 月 新井佳美)

本コラムに関する問い合わせ先：<https://arc.asahi-kasei.co.jp/contact>