婚活の理由

雑誌記事のテキストマイニングによる正当化の研究

日本マーケティング学会
第3回マーケティングカンファレンス
2014年11月23日

株式会社Mind Mining
代表取締役　織田由美子
oda.yumiko@mind-mining.com

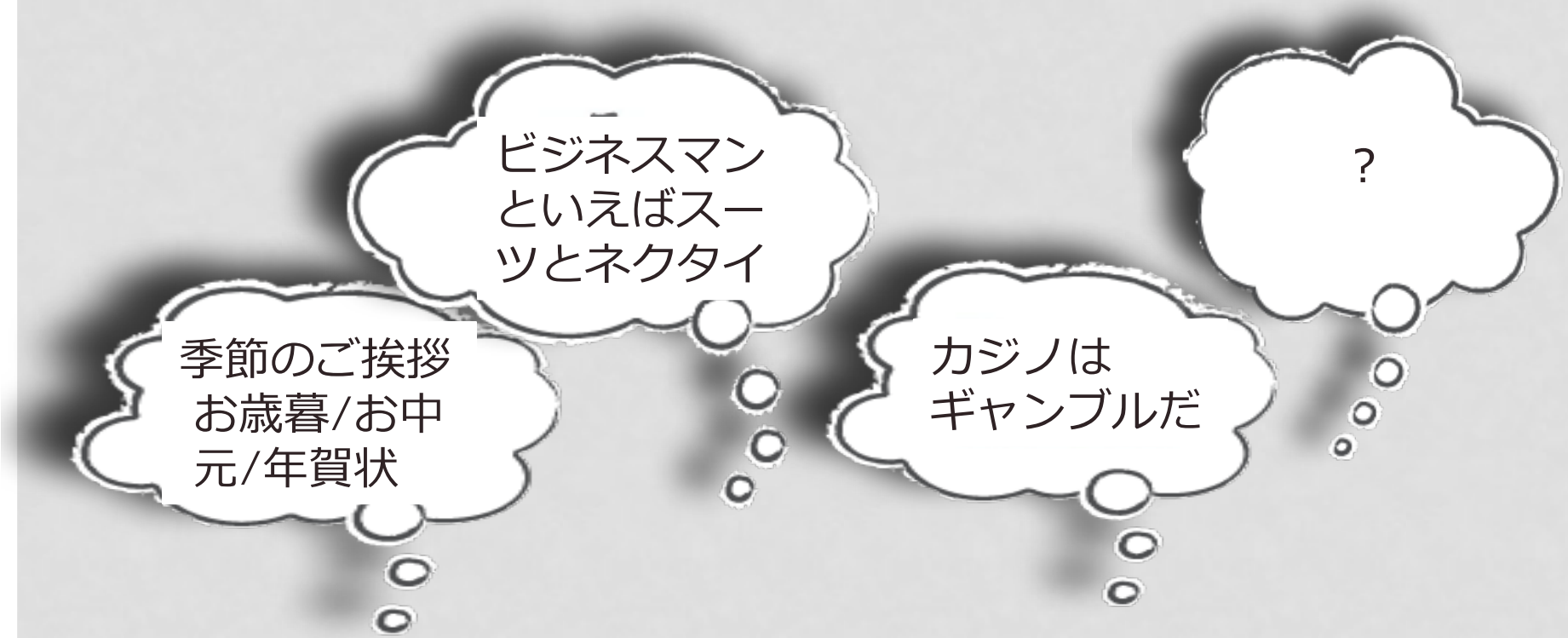
目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

主な関心



規範はなぜ、どのように変わるのか

「婚活」とは

- 「婚活」とは「結婚を目標として積極的に活動する」行為
- 2007年11月、社会学者山田昌弘とジャーナリスト白河桃子が雑誌『AERA』にてネーミング

> 結婚したいなら“婚活”のススメ　（2007/11/05）
>
> 就活するのに、なぜしない。いつか白馬の王子様が…なんて信じていないけど。自然な出会いは幻なのか。結婚した女たちの婚活報告。
>
> この結婚難の時代。自然な出会いで結ばれる、なんて幻想。結婚活動、略して「婚活」こそが結婚への近道

- 2008年、2009年と流行語大賞にノミネート

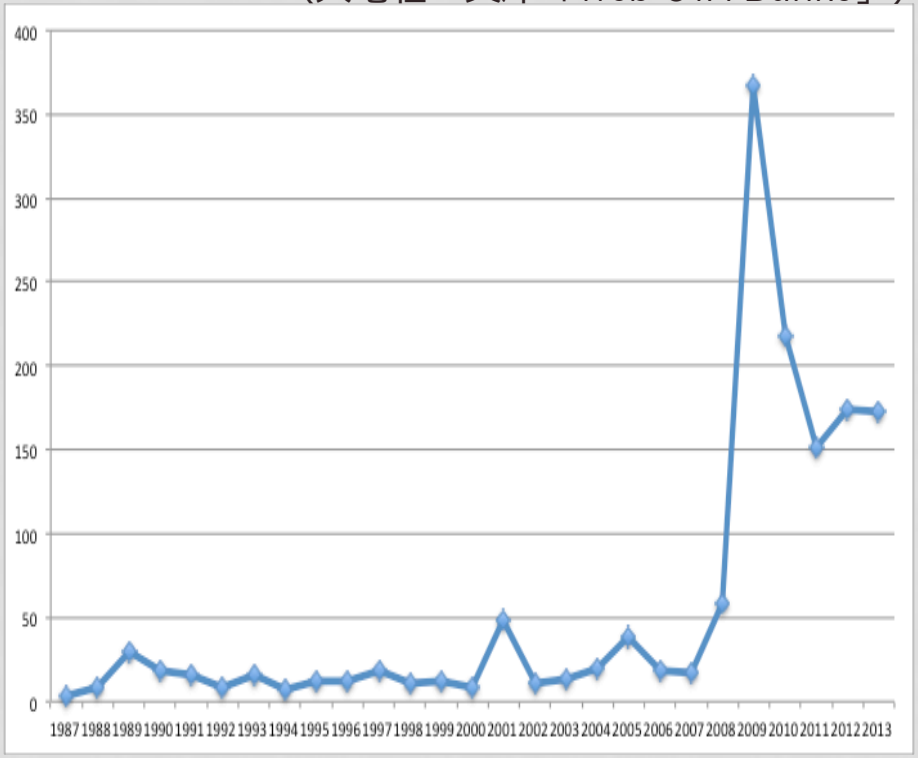
「婚活」業界は拡大

- 結婚情報サービス業界は2013年、対前年比31.9%の伸び（日経MJ調査）
  - 会員数最大の「IBJ」の会員数2007年で１万人→2014年53,800人
- ネット「婚活」業者も成長
  - 最大手「マッチドットコム」の累計会員数は2006年７１万人→2013年187万人へ拡大
- 特に女性の活動が活発化
  - ネット婚活サイト「エキサイト恋愛結婚」は2009年まで女性会員獲得のため女性の会費は無料。「婚活」女性の増加を受けて2010年から有料化するも男女比4：6

「婚活」人口は増えている？

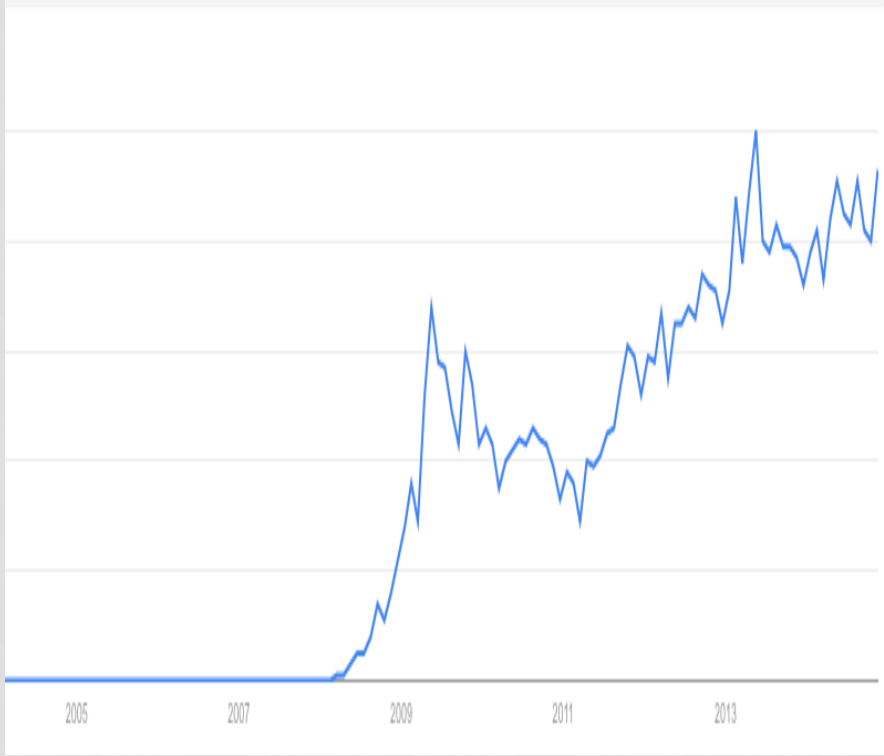
「婚活」をKWとした雑誌記事数

（大宅壮一文庫「Web-OYA Bunko」）



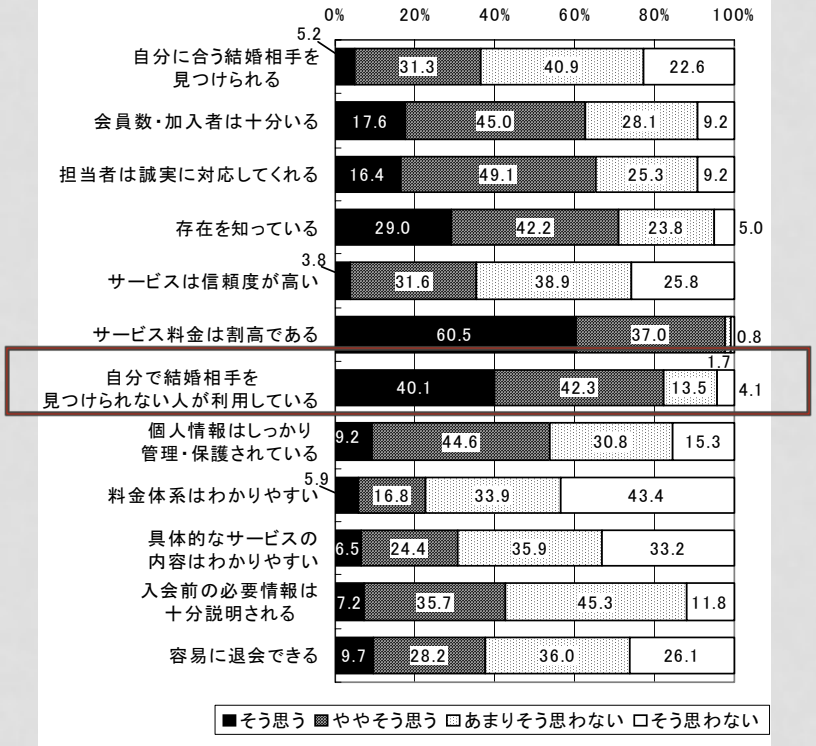
「婚活」の検索数

(Google Trend)



「婚活」は恥ずかしい行為だった

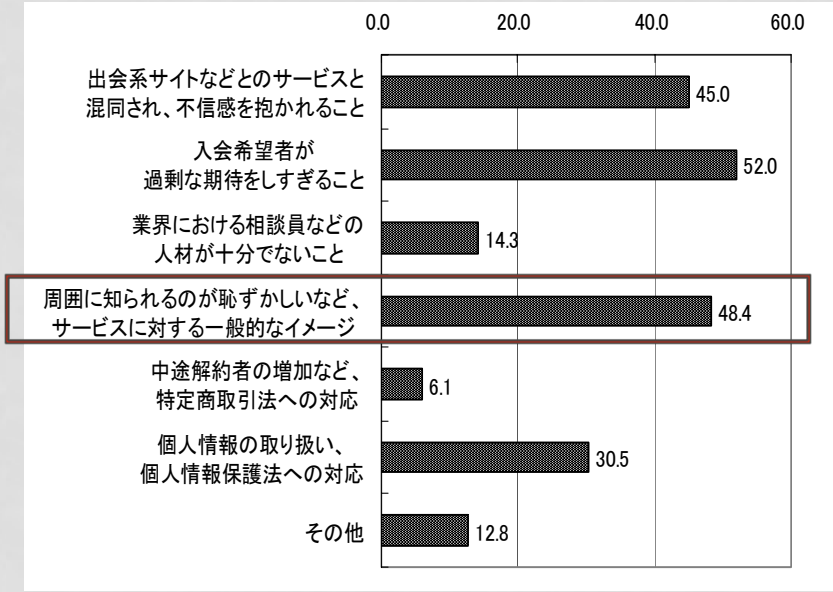
未婚者のイメージ(2006)



資料：未婚者アンケート調査

図 26：一般独身者が抱く結婚情報サービスに対するイメージ

業界の課題意識(2006)



資料：事業者アンケート調査

図 27：結婚情報サービス事業者の課題

出典：経済産業省「少子化時代の結婚のあり方に関する調査研究」（2006）

本論文の目的

- 基本的な問い
  - なぜ、どのようにして「婚活」に対する規範は変わったのか
- 本論文の目的
  - 基礎作業として、「婚活」ということばの意味構造と変化を把握
    - 「婚活」をKWとした雑誌記事タイトルのテキストマイニング

目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

「正当化」と「フレーミング」

正当化

- 「ある様式や制度などをある特定のコンテクストの中で社会的•文化的•政治的に容認されるプロセス」（Johnson, Dowd, and Ridgeway, 2006; Suchman, 1995）

フレーミング

- 正当性をを獲得するための手段であり、意味創造のプロセスを表す概念。個人が世界や出来事の解釈を行う上で手引きとなる「フレーム」（Goffman, 1974）の創造•展開のこと

「正当性」のタイプ

正当性

- 「ある主体の行為が、ある社会的に構成された規範•価値•信念•定義の体系の中で、望ましい•正しい•ふさわしいと一般に認知•想定されること」（Suchman, 1995）

実践的

- 正当性を訴える相手の利害や好みに基づく評価。関係者の利己的な思惑に依拠しており、採用することで価値が得られるのか否かという評価

道徳的

- 規範的評価。社会で容認される法規則やルールなどに基づく評価

認知的

- 暗黙の価値観や信念の受容に基づく評価。「当たり前」（taken-for-granted）の存在として認知される状態のこと

「フレーミング」のタイプ

フレーム連結化

- イデオロギー的にはつながっていない、２つかそれ以上のフレームをつなぐ過程（Benford and Snow, 2000）

フレーム拡大化

- 既存の価値や信念の理想化、装飾化、明確化、または活性化

フレーム拡張化

- 支持者の当初の関心から拡張し、潜在的参加者にとって重要な課題や関心事を包含する過程

フレーム変換化

- 古い意味や理解を変更して、新しい意味を創出すること

目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

データと分析手法

- データ
  - データベース　大宅壮一 文庫の索引データベー ス Web-OYA Bunko
  - 分析期間　27年(1987 ～2013年)
  - 記事数　「婚活」というKW検索で抽出された1,488件
- 分析：
  - 分析ツール　フリーウェア「Mecab」、「R」
  - 分析手法　形態素解析を行った上で、キーワードのネットワーク分析

（参考）形態素解析

- 形態素解析とは
  - 対象言語の文法の知識（文法のルールの集まり）や辞書（品詞等の情報付きの単語リスト）を情報源として用い、自然言語で書かれた文を形態素（言語で意味を持つ最小単位）の列に分割し、それぞれの品詞を判別する作業

例　「日本の桜はきれいです。」

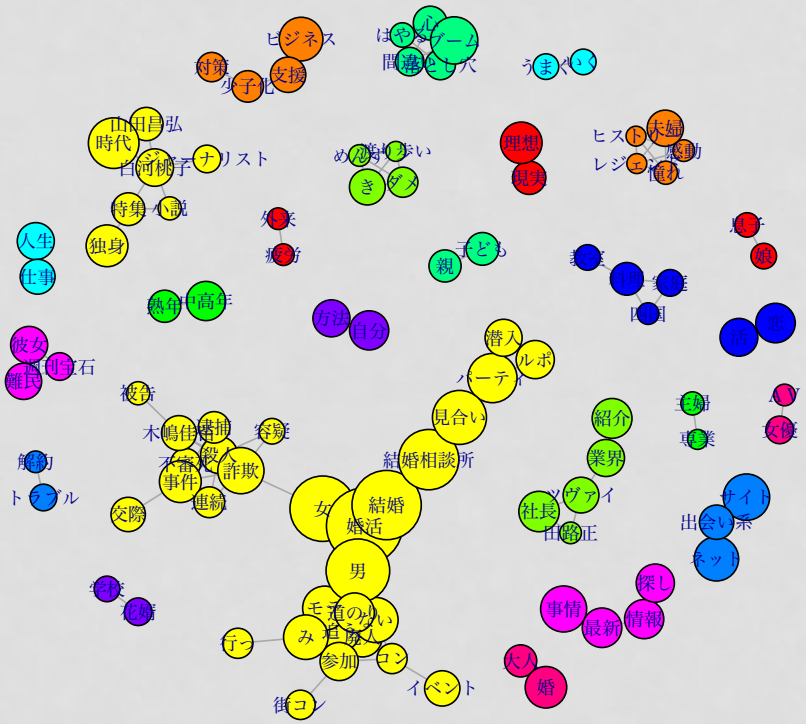
表層形	品詞	品詞 細分類1	品詞 細分類2	品詞 細分類3	活用形	活用型	原形	読み	発音
日本	名詞	固有名詞	地域	国	*	*	日本	ニッポン	ニッポン
の	助詞	連体化	*	*	*	*	の	ノ	ノ
桜	名詞	一般	*	*	*	*	桜	サクラ	サクラ
は	助詞	係助詞	*	*	*	*	は	ハ	ワ
きれい	名詞	形容動詞 語幹	*	*	*	*	きれい	キレイ	キレイ
です	助動詞	*	*	*	特殊・デス	基本形	です	デス	デス
。	記号	句点	*	*	*	*	。	。	。

MeCab(https://mecab.googlecode.com/svn/trunk/mecab/doc/index.html)

（参考）共起ネットワーク分析

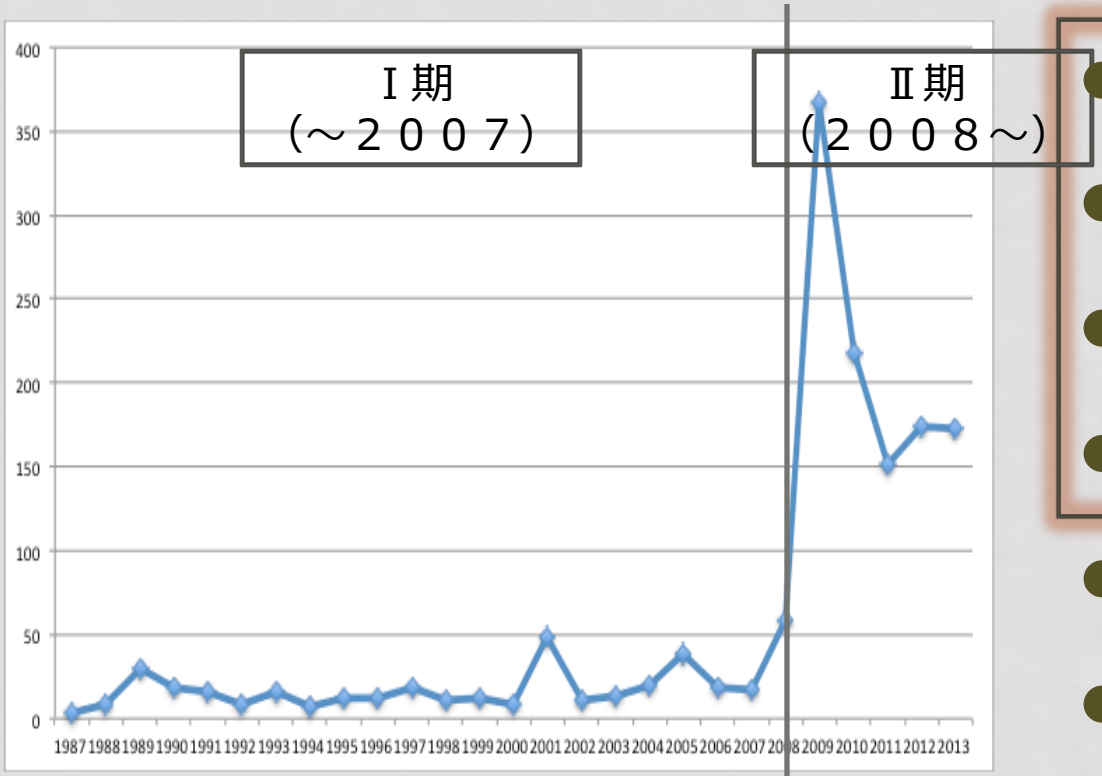
- 共起ネットワーク分析とは
  - テキストの中で用いられた語と語の関係性を示したネットワーク
  - 雑誌記事タイトル１件の中で用いられている単語間の関係を意味
  - 本研究では、Jaccard係数0.1以上のリンクを共起関係として分析
- グラフの見方
  - 円の大きさは単語の出現数を表す
  - 互いに強く結びついているKWを自動的に検出してグループ分けを行い、その結果を色分けによって表示
  - 色の違いはグループの違いを示す
  - 円同士の距離は意味を持たない

「婚活」記事における共起ネットワーク
（1987～2013年）



分析の対象

記事件数の推移



分析の対象

- 男性Ⅰ期　229件
- 男性Ⅱ期　651件
- 女性Ⅰ期　106件
- 女性Ⅱ期　389件
- 男女Ⅰ期　10件
- 男女Ⅱ期　103件

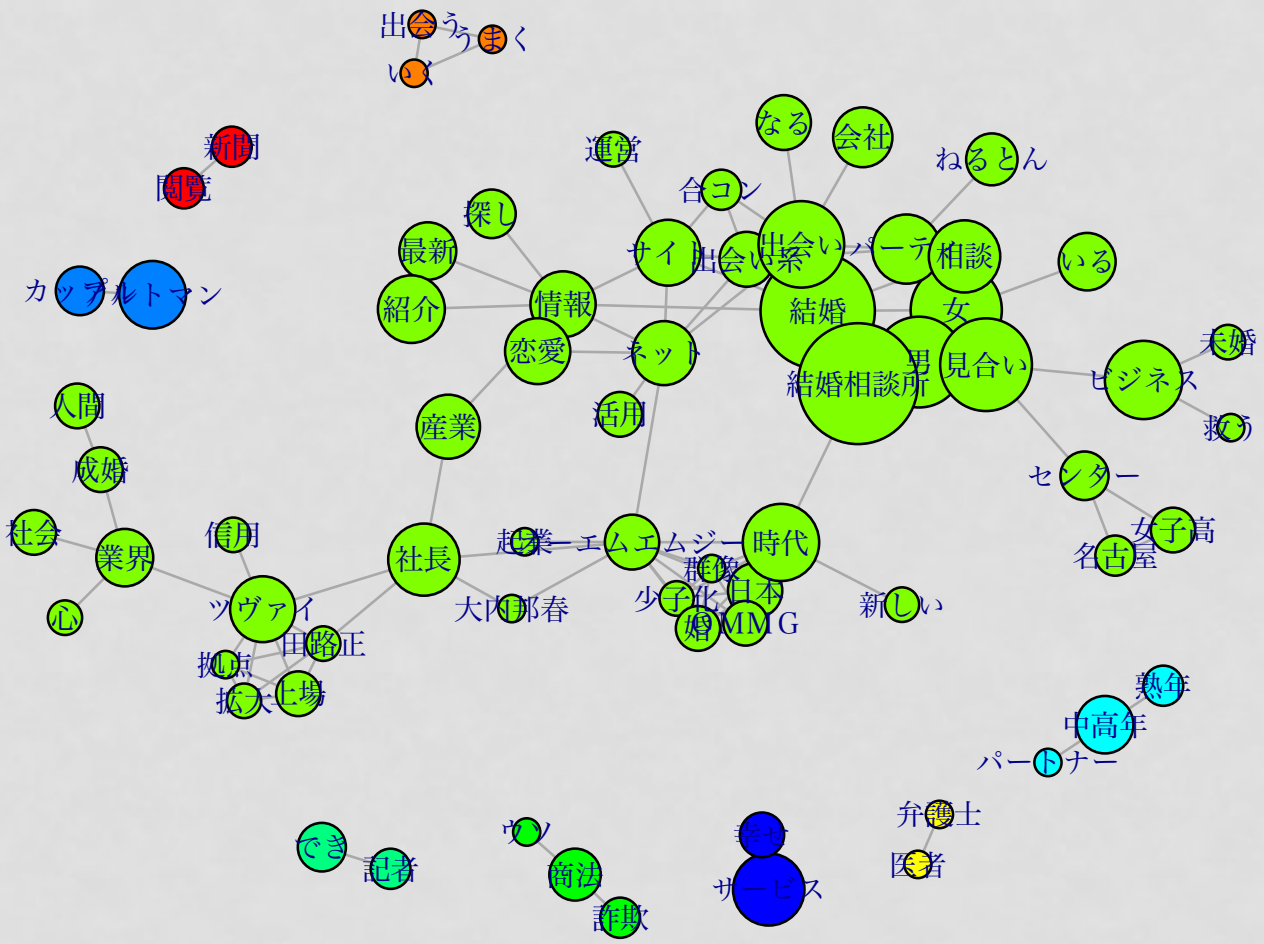
時期(Ⅰ期、Ⅱ期)X性別(男女)による意味の違いを分析

目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

男性Ⅰ期（1987～2007年）

「婚活」記事における共起ネットワーク



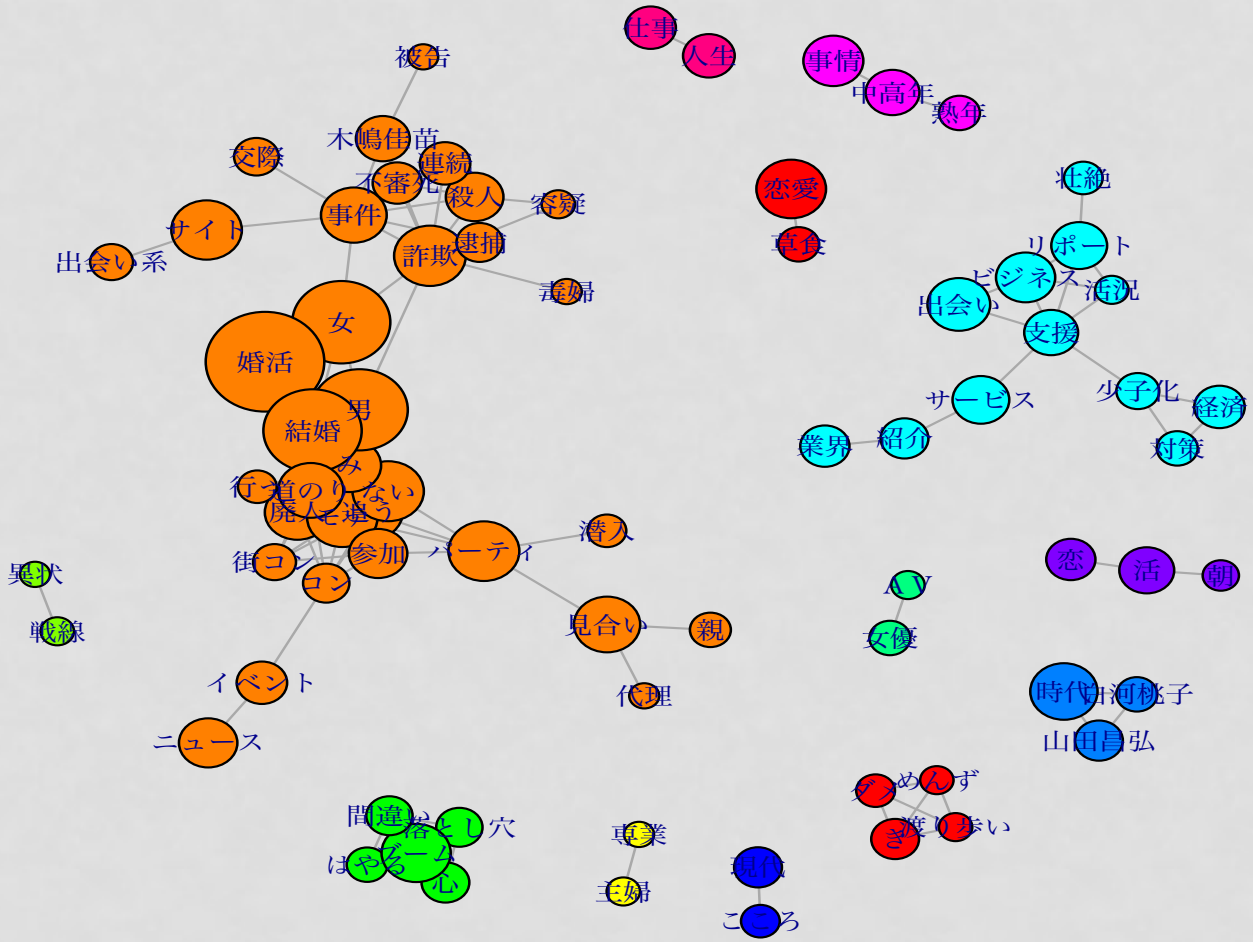
「婚活」とは

「結婚相談所」
「見合い」

「ビジネス」

男性Ⅱ期（2008～2013年）

「婚活」記事における共起ネットワーク



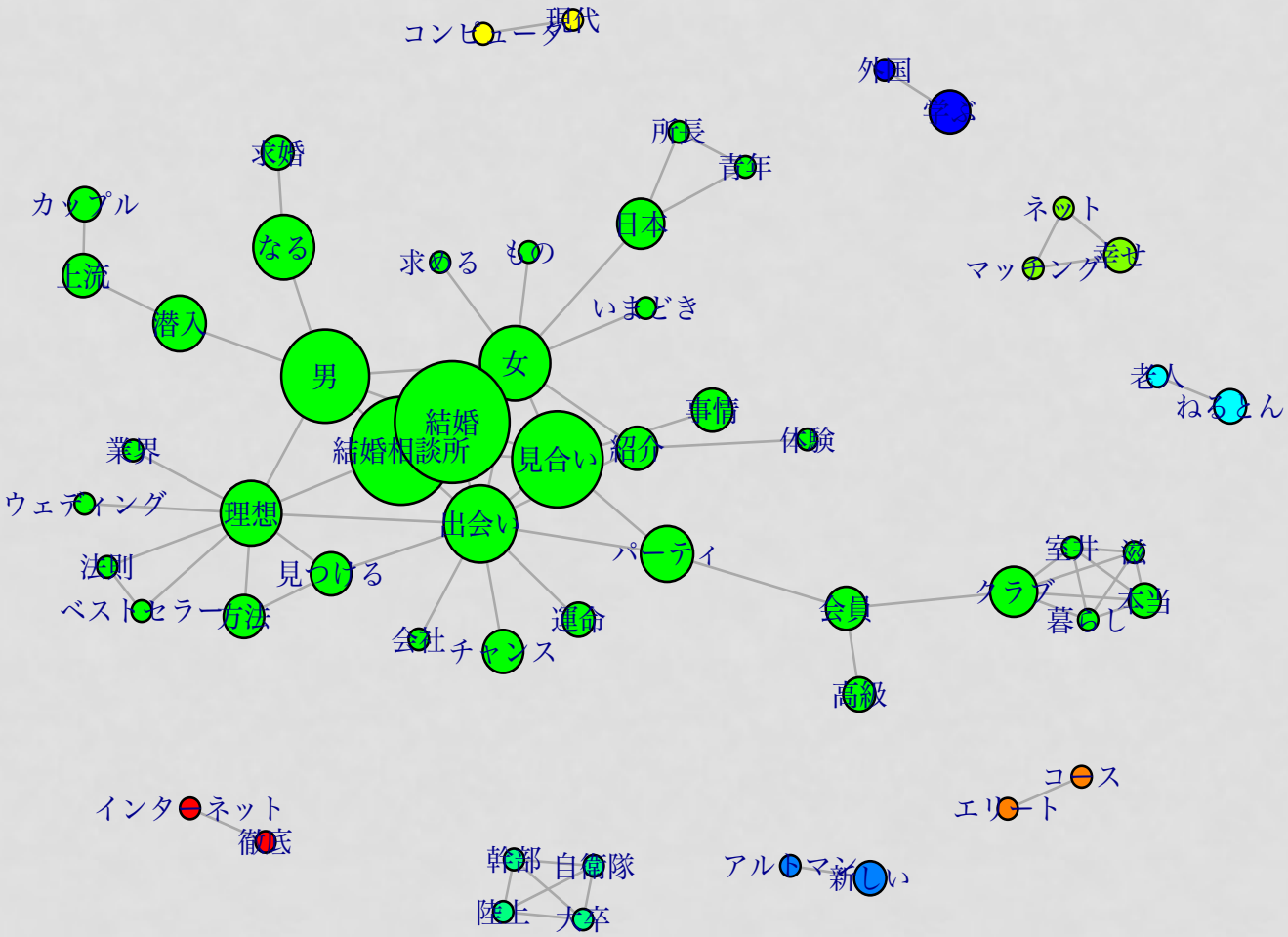
「パーティ」

「詐欺」
「廃人」

「少子化」

女性Ⅰ期（1987～2007年）

「婚活」記事における共起ネットワーク

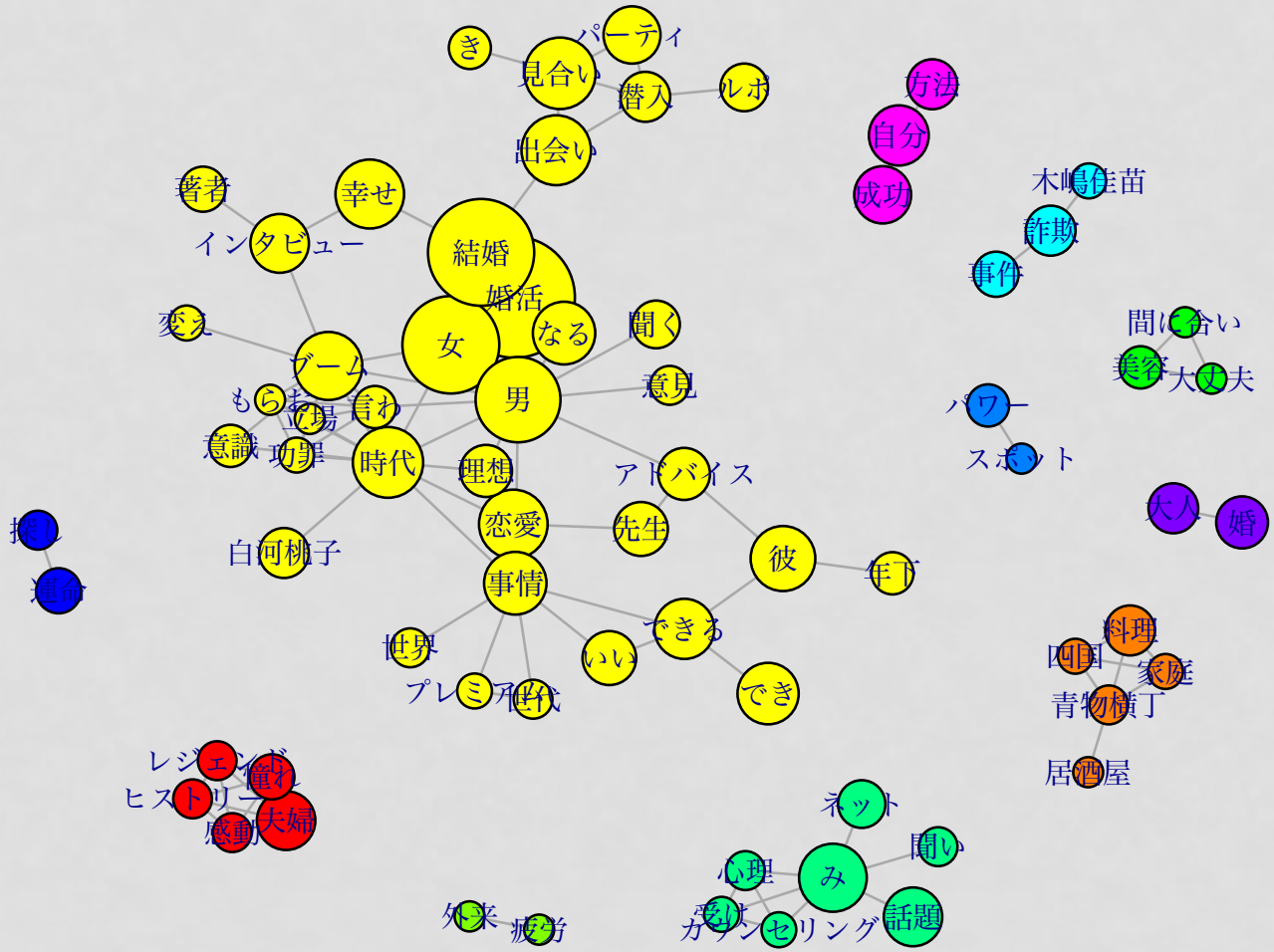


「婚活」とは

「結婚相談所」
「見合い」
「理想」
「みつける」

女性Ⅱ期（2008～2013年）

「婚活」記事における共起ネットワーク



「理想／幸せ」
「パーティ」

「カウンセリング／疲労」

「大人婚」
「自分／成功」

発見事実

６つの発見事実	概要
1. 「婚活」のイベント化	● 結婚相談所、見合いからパーティ、イベント、といったライトなものへ
2. 社会問題の解決策としての「婚活」	● 個人的な問題から社会問題の解決策へ
3. 「婚活」に関する犯罪内容の変化	● 結婚相談所の悪徳商法に関する犯罪から利用者の「婚活」詐欺へ
4. 男女による「婚活」の意味の違い	● 男性は「詐欺」「廃人」等、否定的。女性は理想の相手をみつけて幸せになるという肯定的意味
5. 女性の「婚活」疲れ	● 理想の相手がみつからないことからくる婚活疲労／婚活外来
6. 女性の新たな「婚活」	● 男性に依存しない、自立した婚活

正当化とフレーミング

男女による「婚活」の意味の変化

		男性		女性	
		Ⅰ期	Ⅱ期	Ⅰ期	Ⅱ期
正当化	実践的			理想の相手が見つかる	自分らしさ
正当化	道徳的		少子化対策		少子化対策
正当化	認知的		イベント化		イベント化
フレーミング	拡大化			理想の相手が見つかる	
フレーミング	連結化		少子化対策		少子化対策
フレーミング	拡張化		イベント化		イベント化
フレーミング	変換化				自分らしさ

目次

1. はじめに
2. 理論的枠組み
3. 分析手法とデータ
4. 発見事実
5. 結論及び議論

「婚活」は正当化されたのか？

男性にとっての「婚活」

- Ⅰ期において「婚活」を正当化するような文脈は見受けられない
- Ⅱ期において、道徳的正当性と認知的正当性が出現するも、実践的正当性はない
  - 「婚活」の「便益」は提示されず
- むしろ「結婚詐欺」、「廃人」は非正当化につながる

女性にとっての「婚活」

- Ⅰ期において「理想の相手が見つかる」というフレーム連結化によって、実践的正当性が提示
- Ⅱ期になるとその他のフレームも追加され、正当性のタイプはすべて揃った？

積極的に「婚活」し始めた女性と、便益を感じない男性という不均衡
結果、「婚活」しても結婚できない→婚活疲労、婚活外来

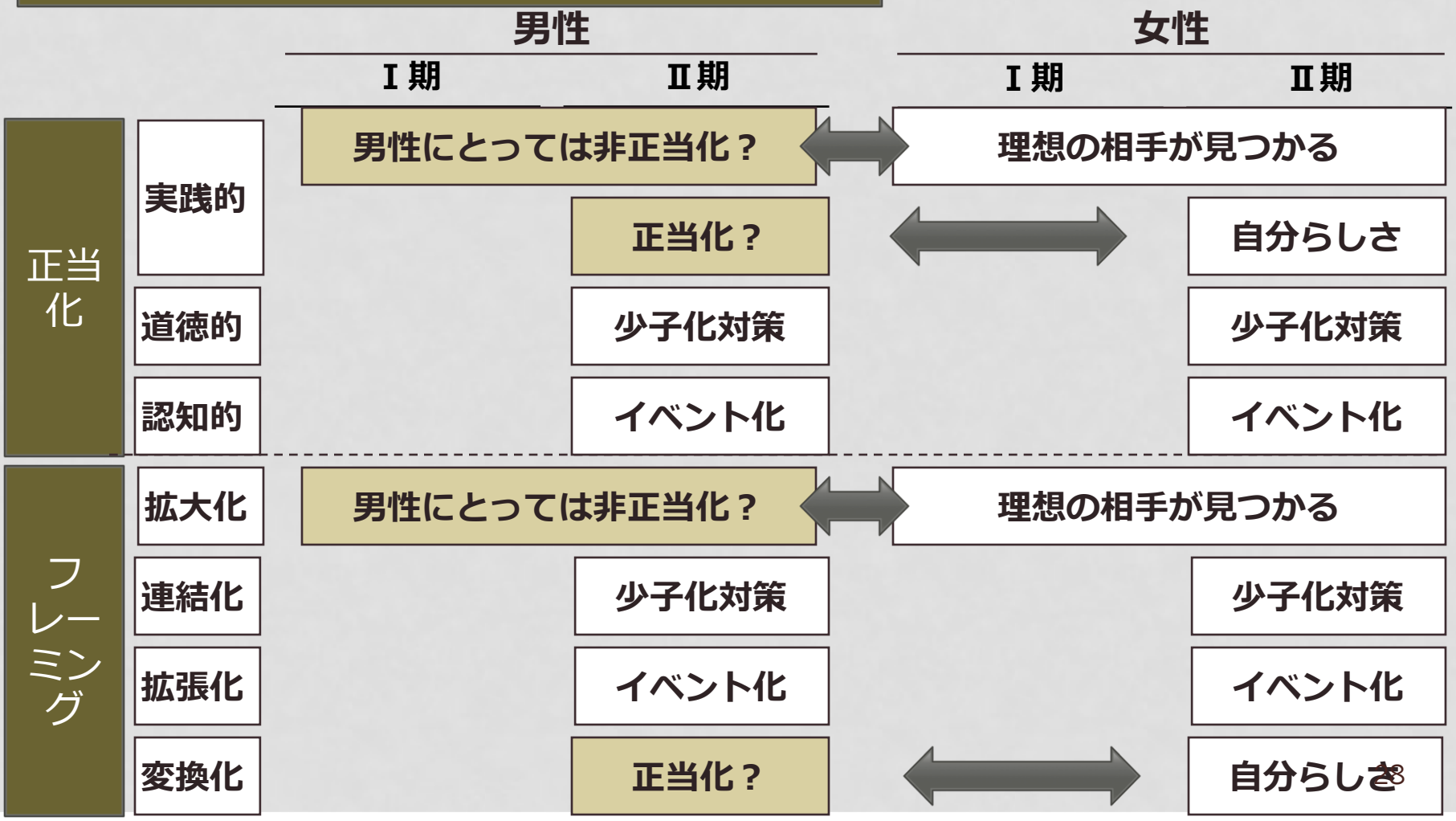
不均衡の原因は女性の結婚幻想？

男の立場から言わせてもらおう「婚活ブーム」の功罪（『Grazia』,2009年10月号）

女性の結婚幻想のようなものが、男性には理解できないんですよ。ですから結婚に焦ったオーラを出してこられると、引くでしょうね。女性の結婚幻想が理解できない男性は、自分が「道具」になったような気持ちになるんですよ。女性はまず、結婚に何を求めるのか、何のための婚活なのか、自分の内を見つめ直してはどうでしょう。

不均衡解消の可能性？

男女による「婚活」の意味の変化



課題と今後(博士論文作成)に向けて

- 理論的な課題；社会学／心理学的考察
  - 結婚という制度に対する考え方、ジェンダーによる社会的構築、自己概念の形成
  - ことばが、認知の転換に与える影響／役割
- 方法論としての課題
  - メディアの言説と正当化への影響についての知見
  - 「婚活」というキーワードのみに限定した分析の限界
  - Ⅰ期、Ⅱ期という単純化した時間軸の切り分け
- 更なる精緻化に向けて
  - 新聞、ネット等、他メディアの言説の分析
  - 業界分析／関係者インタビュー
  - 消費者インタビュー