Press Release

【報道関係各位】

世の中の声をカタチにしていくプロジェクト「Made in Your Voice」第 1 弾

結婚記念日を祝い続けることを誓う『第 2 の婚姻届』を、11 月 22 日（いい夫婦の日）に提案

～実態調査結果：仲の良い夫婦と離婚した夫婦でもっとも差があるイベントは「結婚記念日を祝うこと」～

2017 年 11 月 22 日
株式会社マクロミル
（コード番号：3978 東証一部）

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、世の中の声をカタチにしていくプロジェクト「Made in Your Voice」の展開を開始し、その第 1 弾として、「いい夫婦の日」にあたる 2017 年 11月22日に、“パパとママになっても結婚記念日を祝い続けることを誓う、もうひとつの婚姻届『第 2 の婚姻届』”を提案します。

「Made in Your Voice」とは、アンケート調査などを通じて生活者の実態を明らかにするマーケティング・リサーチ事業を行う当社が、アンケートによって届けられる声には世の中を動かす力があることをもっと多くの人に知ってほしい、という想いから立ち上げたプロジェクトです。その第 1 弾として、マクロミルモニタの声と、アンケートの結果をもとに『第 2 の婚姻届』を制作しました。

今回、当社が実施した調査において、多くの夫婦が年々結婚記念日を祝わなくなること、また、仲の良い夫婦とそうでない夫婦が行っている祝い事やイベントのなかで、「結婚記念日を祝っているかどうか」において最も顕著な差が見られることが分かりました（※本リリース 3 ページ目以降で詳述）。

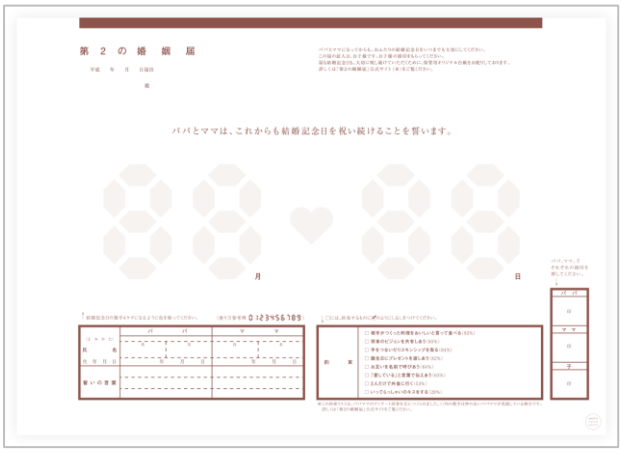
この調査結果をふまえ、世の中の声をカタチにするプロジェクト第 1 弾として『第 2 の婚姻届』を制作、ふたりの大切な記念日を改めてお祝いすることを通じて、夫婦のきずなを深めるきっかけを提案します。

◆『第 2 の婚姻届』とは

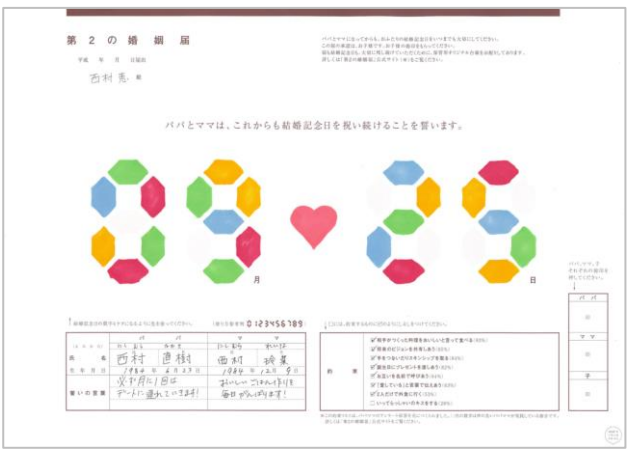
第 2 の婚姻届は、結婚記念日を祝い続けることを誓う、新たな婚姻届です。出産後、結婚記念日を祝わなくなってしまう夫婦が多くいるという調査結果から、ふたりの結婚記念日を大切に残し続けてもらう婚姻届を制作しました。婚姻届の中心に配置されたデジタル型の数字部分に、結婚記念日を記入し、大切に残し続けられます。

『第 2 の婚姻届』は公式サイトよりダウンロードしてお使いいただくことができます。

『第 2 の婚姻届』デザイン



『第 2 の婚姻届』記入例



『第２の婚姻届』カラーバリエーション

オリジナル台紙

『第２の婚姻届』と二人の記念日を大切にしまっておくことのできるオリジナルデザインの台紙も制作しました。記念日の日付を切りぬいてお部屋に飾ったり、写真を増やしていったりすることができます。こちらは数量限定で配布予定です。

詳細は『第２の婚姻届』公式サイトをご覧ください。

◆『第２の婚姻届』公式サイト https://www.madeinyourvoice.jp/dainino-konintodoke/

MADE IN YOUR VOICE

「Made in Your Voice」とは、アンケート調査などを実施しているマクロミルが、世の中の声をカタチにしていくプロジェクトです。生活者にアンケートをもっと身近に感じてほしい、アンケートによって届けられる声には世の中を動かす力があることをもっと知ってほしい、という想いから立ち上げました。
今後も、様々な声にもとづいた提案を続けていきます。

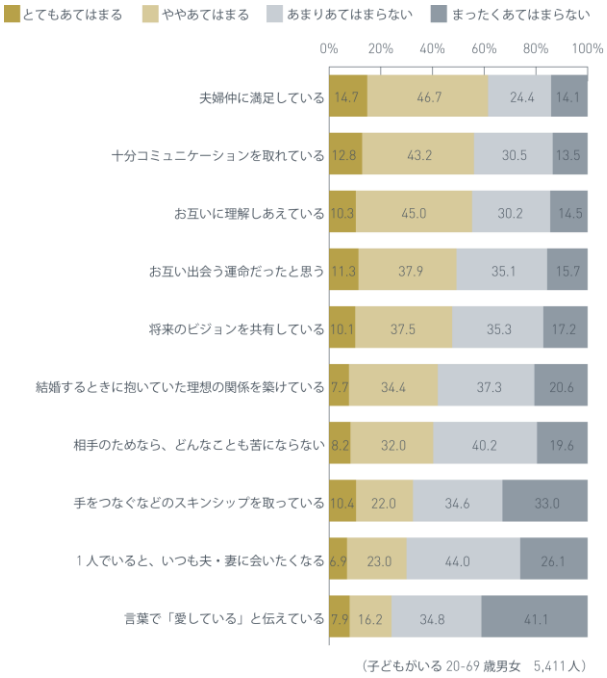
＜アンケート調査結果＞

調査結果①

4 割以上の夫婦が「コミュニケーションが不十分」。「愛している」を伝えている夫婦は 24%

子どもがいる夫婦を対象に行った調査では、「夫婦仲に満足している」という人は 62%（とてもあてはまる＋ややあてはまる）でした。「十分コミュニケーションを取れている」という人は 56%で、残りの半数近い人が夫婦間のコミュニケーションが不十分と感じているようです。さらに、「言葉で『愛している』と伝えている」という夫婦は 24%で、4 人に 1 人以下という結果でした。

＜あなたと夫・妻とのご関係について、それぞれあてはまるものをお選びください。
※現在離別されている方は、直近で夫・妻だった方との、『離別からさかのぼった 1 年間のご関係』についてお答えください。＞



（子どもがいる 20-69 歳男女　5,411 人）

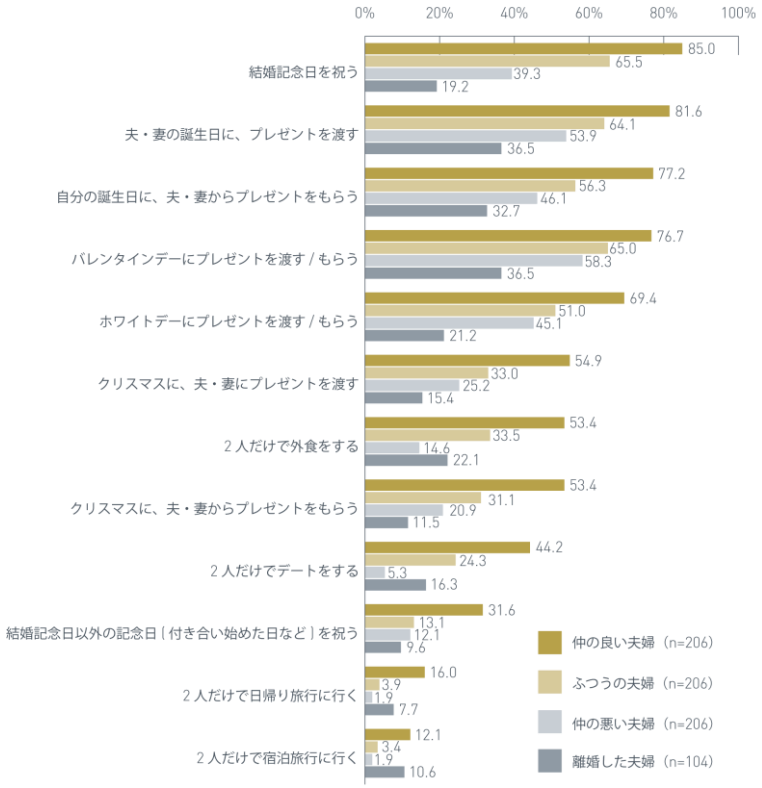
調査結果②

■仲の良い夫婦と離婚した夫婦でもっとも差があったのは、「結婚記念日を祝う」こと

続いて、未就学の末子がいる夫婦にフォーカスした調査で、夫婦がふだん行っているイベントについて聞きました。
夫婦の親密度（※）別に結果をみると、仲の良い夫婦の実践度が最も高かったのは「結婚記念日を祝う」（85%）で、仲の悪い夫婦/離婚した夫婦と比較して最も大きな差がみられました。

※夫婦仲は、相手への感情や行動をベースに加重平均で親密度に応じて分類

＜直近 1 年以内に、あなたは夫・妻と一緒に、以下のことをしましたか。
それぞれあてはまるものをお選びください。 ※現在離別されている方は、
離別からさかのぼった 1 年間についてお答えください＞

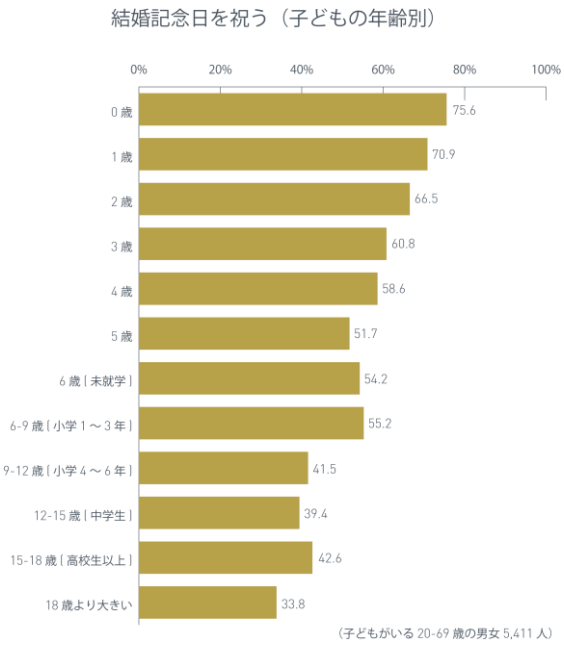


（未就学の末子がいる 20-69 歳男女　722 名）

調査結果③

■子どもが大きくなるにつれて、結婚記念日を祝わなくなる

「結婚記念日」に着目し、再び子どもがいる夫婦全体に対象を広げ、子どもの年齢別に見てみると、子どもが 0 歳の人では 76%が結婚記念日を祝っていますが、子どもの年齢が大きくなるにつれて徐々に祝う人が少なくなる傾向がみられました。



＜直近 1 年以内に、あなたは夫・妻と一緒に、以下のことをしましたか。それぞれあてはまるものをお選びください。※現在離別されている方は、離別からさかのぼった 1 年間についてお答えください。（子どもの年齢別）＞

＜調査概要＞

調査機関：株式会社マクロミル

調査手法：インターネットリサーチ

調査結果①③

調査期間：2017 年 10 月 19 日(木)～20 日(金)

調査対象：子どもがいる 20-69 歳の男女 5,411 人

調査結果②

調査期間：2017 年 10 月 27 日（金）～29 日（日）

調査対象：結婚経験があり、未就学の子どもがいる 20－69 歳の男女 722 人

※既婚：夫婦仲が良い/ふつう/悪い 各 206 人、離別 104 人

既婚/離別と、相手への行動や感情をベースに加重平均で親密度に応じて分類

■株式会社マクロミルについて

マクロミルは、高品質・スピーディな市場調査を提供する、国内インターネット・マーケティング・リサーチのリーディング・カンパニーです。市場シェア No.1※の豊富なリサーチ実績とノウハウをもとに、お客様のマーケティング課題解決に向けて最適なソリューションを提供しています。世界 13 カ国、34 の拠点を展開しており、世界に誇れる実行力と、時代を変革するテクノロジーを統合し、唯一無二のグローバル・デジタル・リサーチ・カンパニーを目指します。

（※1 オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア＝マクロミル単体及び電通マクロミルインサイトのオンライン・マーケティングリサーチに係る売上高（2016 年 12 月末時点の 12ヶ月換算（LTM）数値÷日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）によって推計された日本の MR 業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2016 年度分））（出典：日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）2017 年 7 月 14 日付第 42 回経営業務実態調査）

会社概要

資本金：674 百万円（2017 年 6 月末時点）

代表者：代表執行役　グローバル CEO　スコット・アーンスト

本社：東京都港区港南 2-16-1　品川イーストワンタワー　11F

事業内容：マーケティングリサーチ事業

設立：2000 年 1 月 31 日

売上高：35,514 百万円（2017 年 6 月期）

URL：https://www.macromill.com/

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル　広報室：下瀬 / 大石

TEL：03-6716-0707　MAIL: press@macromill.com