

報道関係各位

2025年9月18日
株式会社クロス・マーケティング

自分の名前には「愛着がある」人が6割超 夫婦別姓に対してはポジティブ派が過半数

－ 名前に関する調査（2025年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「名前に関する調査（2025年）」を実施しました。近年、夫婦別姓に関する議論が活発になるなど、名前が個人のアイデンティティや生き方と密接に関わるものとして関心が高まっています。名前の響きや由来、さらには結婚による姓の変更など、人々が自身の名前に抱く意識は多様化しています。今回は、「名前への愛着」「名前や名付けに対する意識」「配偶者・パートナーの呼び方」「夫婦別姓に対する意識」について聴取しました。

◆ 調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250918name>

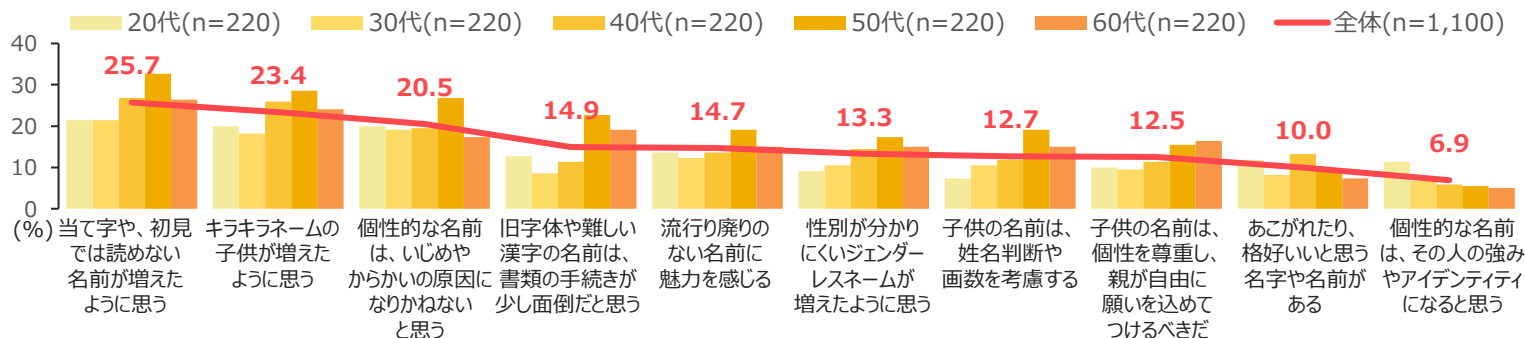
■ 調査結果

- ✓ **自分の名前に「愛着を感じている」人は半数以上（63.2%）。「全く愛着を感じない」は12.8%。**
自分の名前に愛着を感じる理由は、「親が名付けたから」「名前の由来・エピソードがあるから」「珍しい名前だから」などがあがり、愛着を感じない理由は「好みではない」「ありきたりな名前だから」「古い名前だから」「読みづらいから」などがあがった。＜図1＞
- ✓ **名前・名付けに関して、2割以上が「当て字や、初見では読めない名前が増えたように思う」「キラキラネームの子供が増えたように思う」「個性的な名前は、いじめやからかいの原因になりかねないと思う」と回答。**
「個性的な名前は、その人の強みやアイデンティティになると思う」は6.9%にとどまり、年代があがるほど低く、個性的な名前にネガティブなイメージが強い。＜図2＞
- ✓ **配偶者・パートナーの呼び方は、「名前にちゃん、くん、さんをつける」が最も多い（28.0%）。**
次点で「名前のみで呼ぶ」（25.4%）、「お母さん、お父さん、ママ、パパなどで呼ぶ」が続く（21.2%）。20代では「名前のみで呼ぶ」が、60代では「お母さん、お父さん、ママ、パパなどで呼ぶ」が最も多い。＜図3＞
- ✓ **夫婦別姓に対して、「自分も含めて誰でも、別姓を選べるようにすべきだと思う」賛成派は19.5%、「自分は同姓を選ぶが、希望する人には別姓を認めてもよいと思う」許容派は30.8%と、半数以上が夫婦別姓に前向き。**
一方で、「夫婦は必ず同じ姓にすべきだと思う（反対派）」は13.1%にとどまる。男性よりも、女性の方が夫婦別姓に対して賛成・許容している人が多い。＜図4＞

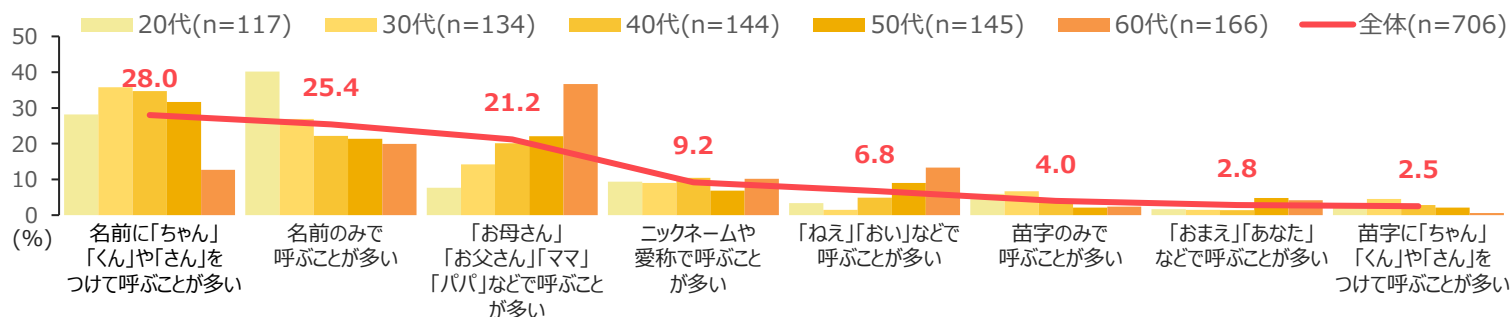
＜図1＞ 自分の下の名前への愛着（単一回答・自由回答一部抜粋：n=1,100）



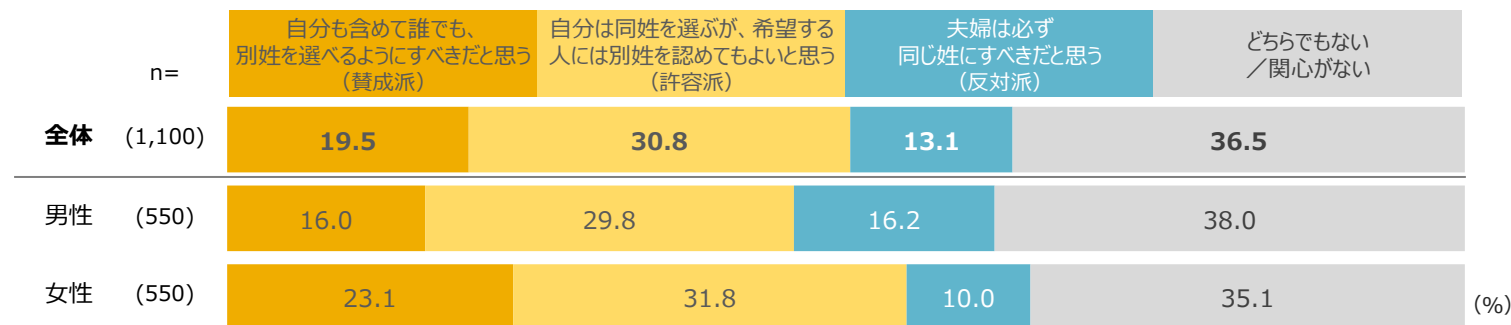
<図2> 名前や名付けに対する意識 TOP10 (複数回答)



<図3> 配偶者・パートナーの呼び方 (単一回答) ※配偶者・パートナーがいる人ベース



<図4> 夫婦別姓についての意識 (単一回答)



■ 調査項目

- ☐ 属性設定
 ☐ 名前へ愛着を感じる／感じない理由
 ☐ 配偶者・パートナーの呼び方
- ☐ 自分の下の名前への愛着
 ☐ 名前や名付けに対する意識
 ☐ 夫婦別姓についての意識

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250918name>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2025年9月12日 (金) ～15日 (月)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」