

平成18年5月2日  
経済産業省

## 「少子化時代の結婚関連産業の在り方に関する調査研究報告書」 について

未婚化・晩婚化が急速に進展する中、少子化の進展を食い止める上では、出産後の子育て支援に係る対策を講じるのみならず、「結婚して家庭を持つ」ことに対する支援も極めて重要との観点から、経済産業省では、平成17年1月に「少子化時代の結婚産業の在り方に関する研究会」を設置し、6回にわたり若年者の結婚を支援する結婚関連サービス業の社会的機能の明確化と活性化を促す方策について検討してまいりました。

今般、研究会の結果を標記報告書にとりまとめましたので公表致します。

### 1. 報告書の概要

#### (1) 未婚化・晩婚化を巡る現状

未婚化・晩婚化について、既存の調査結果に加え、アンケート調査に基づき分析を行った結果、結婚できにくい人たちの未婚化・晩婚化の要因として以下のことがあげられる。

結婚して家庭を築くべき相手との出会いの機会が減少している。

適齢期意識が薄らいでいる。

結婚や家庭生活に対する「男女間での価値観の相違」が、最終的に結婚を決意するに当たっての障害となっている可能性がある。

親戚や地域住民、職場の上司などの紹介による見合いなど、従来の結婚を目的とするマッチングの機会が低下している状況が窺える。

自ら結婚して家庭を築くために積極的に取り組むに当たって「コミュニケーション能力の欠如」と「雇用・労働環境の変化」が指摘されている。

#### (2) 結婚相談業・結婚情報サービス業の市場規模

結婚相談業・結婚情報サービス業の市場規模は、500～600億円、全国に約3,700～3,900程度の事業者が存在し、約7割が個人事業者である。これらのサービスに入会している会員は、約60万人程度（男女比：6：4）と考えら

れている。(事業者アンケートと各種資料をもとにした推計)

### (3) 結婚相談業・結婚情報サービス業の課題

#### ニーズとサービス機能とのミスマッチ

結婚情報サービスに対しては、多様なニーズがあることが明らかとなっており、求められているサービス機能が提供されていない。

#### 消費者からの苦情・相談

結婚情報サービスは、一般に前金制の課金モデルを取っているケースが多く、中途解約に当たって消費者との間で事案が発生しやすい。苦情・相談件数は増え続けており、内容については、圧倒的に「契約・解約」に関する苦情が多い。

#### ネガティブイメージの浸透

結婚情報サービスにおいては、サービス内容についての新しい業態であり、社会的な認知を十分得られていない。

### (4) 産業としての発展に向けた方策について

#### 多様なニーズに応える結婚産業の構築

「ライフデザイン」に対する多様なニーズに応えるために、幅広い事業者と連携することや、個人の機能を引き出すライフコンサルティング機能を提供することで、結婚産業のみならず、独身層向けの広い意味での生活支援(ライフサポート)産業として発展していくことが必要である。

#### サービスの信頼性や質の確保 - 認証制度も含めた検討の必要性 -

サービスの水準、提供されるサービスの内容、料金の仕組み等について、一定の水準や合理性を満たしていることを第三者が評価し、その基準を満たしている事業者に対して、認証を与える仕組み(いわゆるマル適マーク)の導入が必要といえる。

#### 結婚相談業・結婚情報サービス業のイメージ向上

結婚産業が独身者の生活支援サービスとして、多様な社会的機能を担うためには、人々の信頼を得る存在である必要がある。業界全体のイメージを作り変えていくための戦略的な広報・広告戦略が必要である。

(本発表資料のお問い合わせ先)

商務情報政策局サービス産業課

担当者：宮本、鈴木(正)、大西

電話：03-3501-1511(内線：4041~5)

03-3501-1790(直通)