

婚活応援企画 第二回

《第二回テーマ：「結婚できない！」》

7日にスタートした「婚活応援企画」。第1回は現代結婚事情をお届けした。第2弾は、婚活サービスの実態に迫る。なかなか結婚できない独身男女が増える状況に、目を付けたのが婚活サービス。「婚活」というなんとなく明るい言葉の響きによって、恥ずかしがらずに参加できるようになり、今や空前の大ブームだ。結婚相談所はもちろん、従来型のサービスが市場に参入し「えっ、こんなものまで」というビジネスも登場している。

人生を考える上で、婚活は就職活動と同じくらいに大切といわれている。NPO法人日本ライフデザインカウンセラー協会事務局長の原口博光氏は「今はライフスタイルの複雑化によって、自分の希望したライフスタイルを実現できる相手にたどりつくのが難しい時代。婚活はした方がいい」と勧めている。そんな時代背景もあって婚活サービスは一大ビジネスになっている。

テレビドラマにも登場した。本は「負け犬の遠吠（ほ）え」、「電車男」、「婚活時代」などに続けとばかりタイトルに「婚活」の文字が躍る作品が次々と刊行されている。最近では心理学者や精神科医などによるノウハウ本や婚活の実体験をつづった本などより具体的な内容になっている。

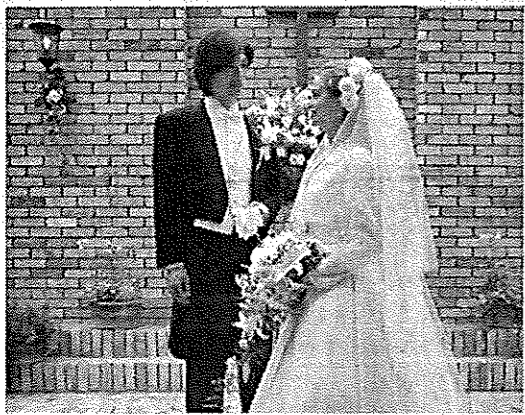
ほかでは「婚活バー」がオープンしたり、「アンチエイジング化粧品」が発売されている。さらに「料理合コン」や「ゴルフ合コン」「エリート男性限定パーティー」「親同士のお見合いパーティー」「男性向けのフライベイトレッスン」などが企画され、大人気だという。

ビジネスの中心は「結婚相手紹介サービス」だ。市場規模は経済産業省の推計によると、売上高が約500～600億円、

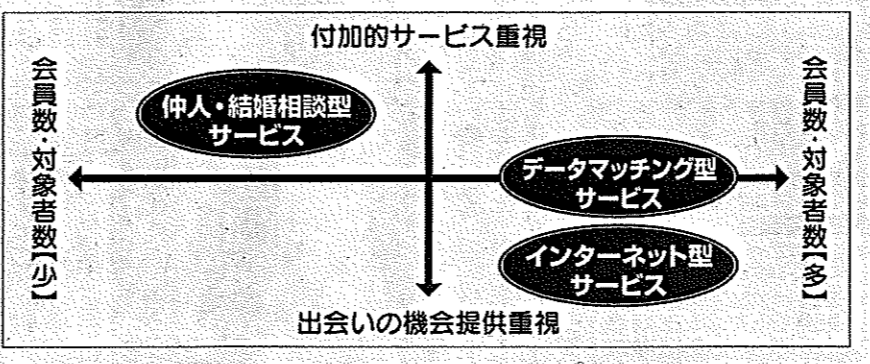
事業者数約3700～3900

社、利用者は約60万人。うち男性が約6割といわれる。婚活ビジネスの現状は別表の通り。仲人・結婚相談型サービスは、紹介後3カ月程度で一度チェックし、結婚へと進むようなら成功報酬を支払うシステムになっている。データマッチング型、インターネット型サービスは、情報提供に対して料金を払う。費用のメドはいずれのサービスも2年間で40～50万程度だ。

03年、経済産業省の当時係長だった原口氏や学識経験者などによって発足した「少子化時代の結婚関連産業のあり方に関する研究会」によると、結婚情報サービス会員の成婚率は1年以内で7～16%だが、一般的には2～5%という。いかに「結婚活動」の意識を持って臨めば、成婚率があるかということをも物語っている。最終回は自分磨きと結婚相談サービスとの上手な付き合い方を紹介する。



◆原口博光氏
元経済産業省サービス産業課係長。結婚情報サービス産業の管轄担当で業界実態を把握している。07年1月に学識経験者らとNPO法人日本ライフデザインカウンセラー協会（JLCA）を設立、現在は事務局長を務める。婚活だけでなくライフデザインの重要性を訴える。



婚活ビジネスの現状

「結婚相手紹介サービス」とは、結婚を希望する者に対して、異性を紹介することを業とするもの。大別すると対面式の「仲人・結婚相談型サービス」、データを提供する「データマッチング型サービス」「インターネット型サービス」の3つがある。それぞれには特徴があり、仲人・結婚相談型は、いわゆる仲人や担当者が結婚を希望する男女を引き合わせることを目的とし、お見合いのセッティングや交際をサポートするサービス。中小事業者、個人事業主が中心で、事業者数で全体の9割弱を占める。データマッチング型はあらかじめ会員が登録したデータに基づいて、結婚を希望する男女に対し、相手を紹介するサービス。大手結婚情報サービスが該当する。インターネット型はインターネット上において、会員が自主的な活動によって希望する相手と交際することを支援するサービスだ。