

結婚相談業者「認証」で大手2社火花

結婚願望を持つ男女を結びつける現代の月下氷人——市場規模500億、600億円の結婚相談サービス業界で、楽天系の大手「オーネット」が優良事業者の認証制度（マル適マーク）をめぐって反旗を翻し、業界団体が分裂騒動に巻き込まれている。

この業界は、雑誌広告などでも知られる「ツヴァイ」「オーネット」「サンマリエ」など大手から、何百組もの結婚の仲人をする世話好きな個人まで、裾野は広い。それだけに年間の苦情相談が3千件を越す。しかし、非婚や晩婚の増加を放置すれば少子化が進むばかりなため、安心して利用できる結婚相談産業の育成が必要ではないかと経済産業省は考えた。

2005年、同省サービス産業課は「少子化時代の結婚産業の在り方に関する研究会」を立ち上げ、07年には、係長として研究会を主宰していた原口博光氏が、退官してNPO法人「日本ライフデザインカウンセラー協会」（JLCA）を設立した。原口氏は、古巣の経産省と協議を重ねながら認証制度を

つくりあげた。

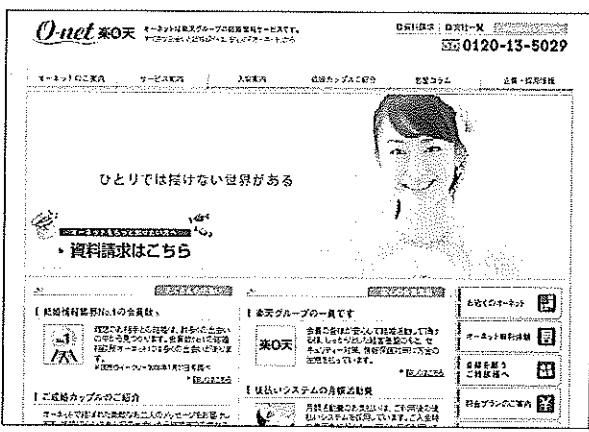
ガイドラインは同省と「サービス生産性協議会」（代表幹事・牛尾治朗）が策定、JLCAが審査にあたり、要件を満たした事業者に「マル適マーク」を与える。昨年12月からツヴァイ、サンマリエなど176事業所に「マル適」の認証を交付し始めた。

ところが、「審査過程が不明朗であるうえ、審査料金も高い」とオーネットが真つ向から反対する。ツヴァイが流通大手イオングループに属し、結婚相談では唯一上場企業（東証2部）であるのに対し、オーネットは楽天の100%子会社で会員数ナンバーワンを誇っている。楽天の三木谷浩史社長自ら必ず役員会に顔を出すほど力を入れている事業であるため、「大手であるツヴァイ対オーネットの意地の張り合い」というのが業界関係者の見方だ。

楽天関係者によれば、三木谷社長は楽天の潜在的な顧客を生み出す産業として「楽天が乗り出し、力を入れなければいけない分野」と意気込んでいるという。少子化で将来の人口が減れば

楽天のビジネスモデルも根底から揺らぐ。早めに「揺りカゴから墓場まで」網を張ろうという気持ちは分からないでもない。

その楽天がオーネット社長に迎えた島貫慶太氏は、JLCAとは別の認証団体をつくらうと積極的に動いている。だが、島貫氏の経歴は結婚相談業にはミスマッチに見える。日本長期信用銀行からTIZONE社長を経て現職というコースだが、TIZONEといえば、2月23日に負債3380億円を抱えて民事再生法を申請し、「資産隠しの計画



オーネットのサイト

的な法的整理」と大島健伸会長が非難されているSFCG（旧商工ファンド）の中核をなすいわくつきの企業だ。

この島貫氏の呼びかけで、経産省サービス産業課の藤本康二課長や高野芳久企画官らを招き、新たな認証制度を模索する研究会を数回開いている。所詮は業界団体の利権を取り合う「コップの中の嵐」と言えば言えるが、オーネットがかき集めてきた業者が、玉石混交なのは気になる。

例えば、日本仲人連盟加盟の「プロスタッフ」代表者のブログは、風俗店などのサイトにリンクしているばかりか、代表者自ら下着のモデルを務めている。そのほか、かつて「中国人花嫁を斡旋」すると謳いながら「売買」していた事実を報じられた業者や、偽装結婚を斡旋したとして公正証書原本不実記載で逮捕された業者を抱える団体など、とても「マル適マーク」には似つかわしくない面々がまじっている事実を経産省はつかんでいるのだろうか。業界では周知の事実だが、愛人関係にある団体の長2人まで参加しているのでは何をかいわんや。とても一生の伴侶を紹介する業界とは思えない。