

資料編

〔実態・分析編〕

少子化時代における結婚関連産業の現状.....	1
1. 調査方法.....	1
2. 業界の実態について.....	2
3. サービスの会員について.....	9
4. サービスの料金について.....	13
5. 入会・退会について.....	18
6. 紹介方法や事業成果について.....	24
7. サービス内容や促進活動について.....	28
8. 事業遂行上の課題などについて.....	35
9. 結婚情報サービスの会員数・市場規模について.....	38
結婚を巡る未婚者の実態.....	45
本章の概要.....	45
1. アンケート実施概要.....	47
2. 結婚・交際に係る現状.....	50
3. 結婚への意識.....	59
4. 「出会い」を取り巻く社会環境.....	80
5. 求める条件のミスマッチ.....	99
結婚を巡る未婚者の特徴.....	105
本章の概要.....	105
1. 分析の方法.....	107
2. 結婚・交際に係る現状の分析.....	109
3. 結婚への意識に係る分析.....	112
4. 「出会い」を取り巻く社会環境に係る分析.....	122
5. 属性別にみた相手に求める条件.....	128
未婚者のライフサポート関連サービスへのニーズ.....	132
本章の概要.....	132
1. 異性との交際の悩みや相談相手.....	134
2. 外部の専門家への相談ニーズ.....	143

3. 結婚情報サービスへのニーズ	146
4. 結婚情報サービスのイメージ等	152
結婚情報サービス産業の在り方と利用者の実態	155
本章の概要	155
1. アンケート実施概要	157
2. 結婚情報サービス会員の実態と意識	160
3. 結婚情報サービス会員の「出会い」を取り巻く社会環境	169
4. 結婚情報サービス会員の交際の悩みや相談相手	171
5. 結婚情報サービスの利用とニーズ	172
6. 結婚情報サービスの適正化・信頼性確保に向けて	178
補論 海外における結婚情報サービスの実態	182
補論の概要	182
1. 海外調査実施概要	183
2. 海外調査結果	183
参考資料	
未婚者アンケート調査調査画面、会員アンケート調査調査画面、事業者アンケート調査票	

少子化時代における結婚関連産業の現状

1 . 調査方法

(1) 調査対象

職業別電話帳(タウンページ)に掲載されている事業者を対象とした。それに加え、タウンページに掲載していないインターネット型事業者や、その他の事業者は、インターネットにおけるサイト検索や業界関係者の協力などによって、それを補足した。合計で 3,816 件の事業者を調査対象としている。

(2) 調査実施方法

郵便留置・郵送回収における自記入方式とした。
調査票郵送後、全事業者に対して、電話による協力依頼を行い、回答を促している。

(3) 調査時期

平成 17 年 6 月 10 日～平成 17 年 6 月 30 日
調査票に記載した締切日は 6 月 20 日であり、その後到着する調査票は、6 月 30 日到着分までを反映させた。

(4) 回収数など

3,816 件のアンケート発送数のうち、廃業・休業中は 147 件があったため、実質調査対象数は 3,669 件であった。
アンケート回収数は 543 件(回収率は 14.8%)、うち有効回答数は 525 件(有効回答率は 14.3%)。

2. 業界の実態について

(1) 事業者数

3,816 件のアンケート発送数のうち、廃業・休業中は 147 件であったため、実質調査対象数は 3,669 件となり、本調査においては業界の事業者を網羅的に調査対象としており、タウンページ未掲載かつ業界団体未加入事業者や、直近の新規参入事業者などを考慮すると、平成 17 年 6 月時点で業界における事業者数は 3,700 ~ 3,900 程度と推測される。

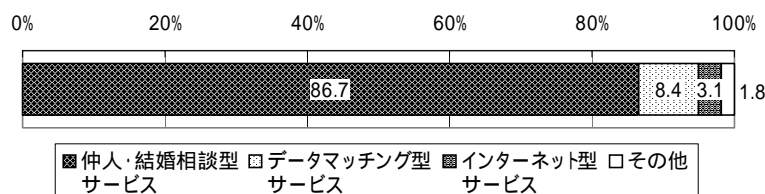
(2) 主な業態

結婚相談所や結婚情報サービス業などのいわゆるマッチングサービスは、その業態の特徴毎に、以下の 3 つに大別できる。

仲人・結婚相談型サービス 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等。
データマッチング型サービス 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等。
インターネット型サービス インターネット上において、会員が自主的な活動により、希望する相手と交際することを支援するサービス等

本調査結果をみると、主な業態は「仲人・結婚相談型サービス」が 86.7%となっており、圧倒的に多い。続いてデータマッチング型サービスが 8.4%、インターネット型サービスが 3.1%となっている。

図表 -1 主な業態

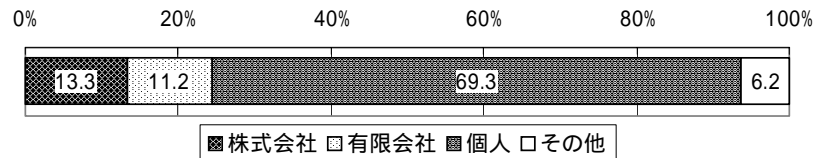


以降の分析では、業界全体の調査結果を分析すると共に、マッチングサービスは業態毎にその特徴は異なるため、業態別の分析も適宜加えていく。

(3) 経営形態

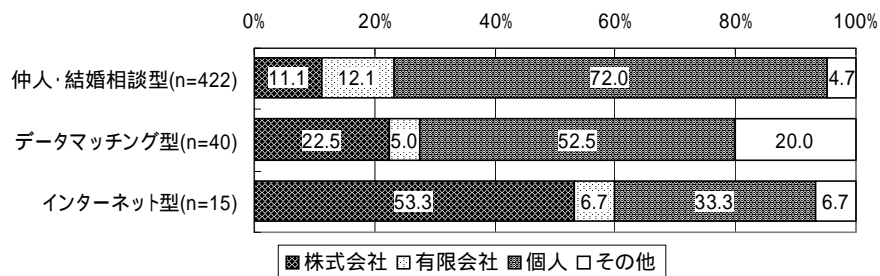
経営形態は、「個人」が69.3%と約7割を占めている。続いて「株式会社」が13.3%、「有限会社」が11.2%となっている。

図表 -2 経営形態



経営形態を業種別にみると、仲人・結婚相談型サービスでは「個人」の割合が相対的に高く、72.0%となっている。一方、インターネット型サービスでは「株式会社」の割合が非常に高くなっており、53.3%を占めている。

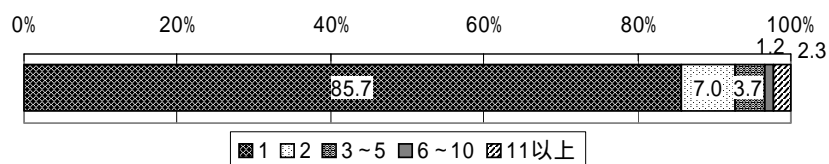
図表 -3 経営形態（業態別）



(4) 店舗数

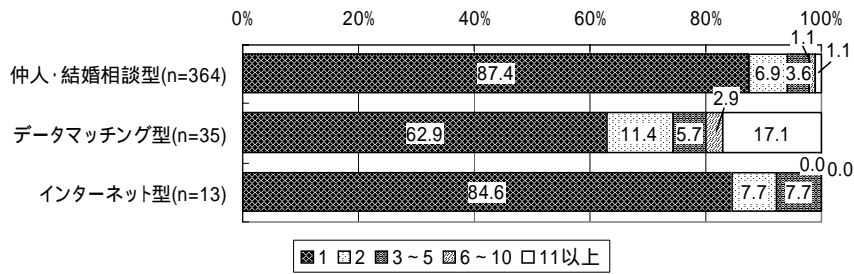
店舗数は、「1店舗」が85.7%と圧倒的である。

図表 -4 店舗数



店舗数を業態別にみると、特に仲人・結婚相談型サービス、インターネット型サービスにおいて、「1店舗」の割合が高い。データマッチング型サービスでは「11店舗以上」が17.1%を占めている。

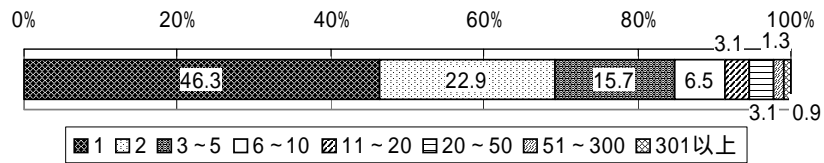
図表 -5 店舗数（業態別）



（5）従業員数

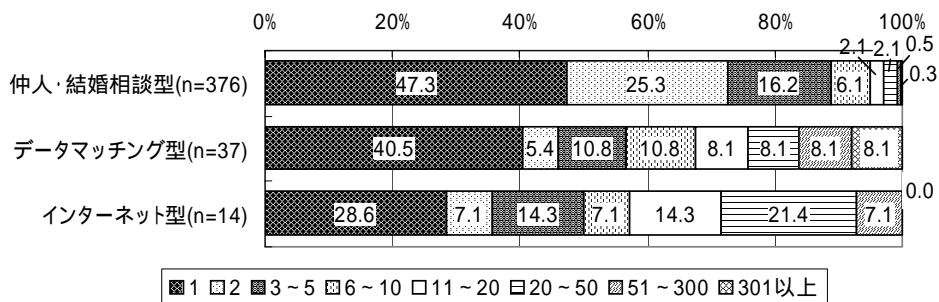
従業員数は、「1人」が46.3%、「2人」が22.9%となっている。従業員数は20人以下の事業者が9割を超える。

図表 -6 従業員数



従業員数を業態別にみると、特に仲人・結婚相談型サービスでは、従業員数は少ない傾向にある。一方、データマッチング型サービスでは「301人以上」の事業者も8.1%存在している。

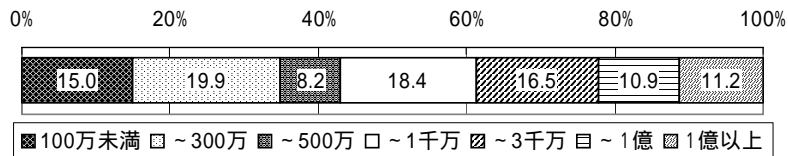
図表 -7 従業員数（業態別）



(6) 年商

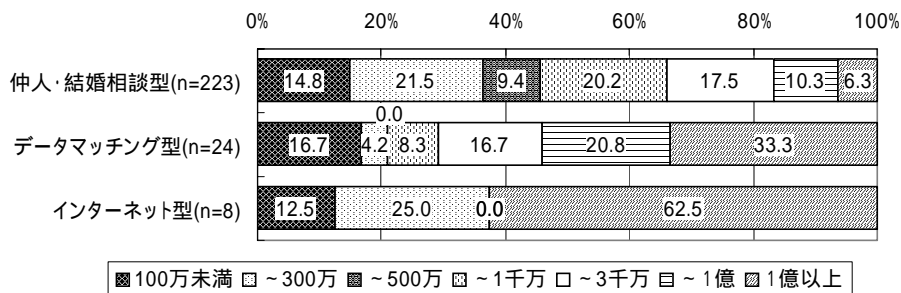
年商は、「1千万円未満」の事業者で6割以上を占めている。

図表 -8 年商



年商を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスは「300万円未満」の事業者が36.3%を占め、個人が副業や趣味のレベルで事業を行っているケースがうかがえる。一方、インターネット型サービスでは「1億円以上」が62.5%、同様に、データマッチング型サービスでは「1億円以上」が33.3%となっている。

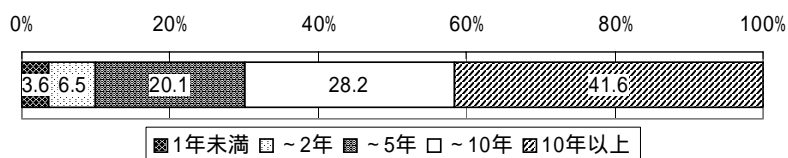
図表 -9 年商 (業態別)



(7) 事業年数

事業年数は、「10年以上」が41.6%となっている。5年以上事業を行っている事業者が全体の7割を占めている。

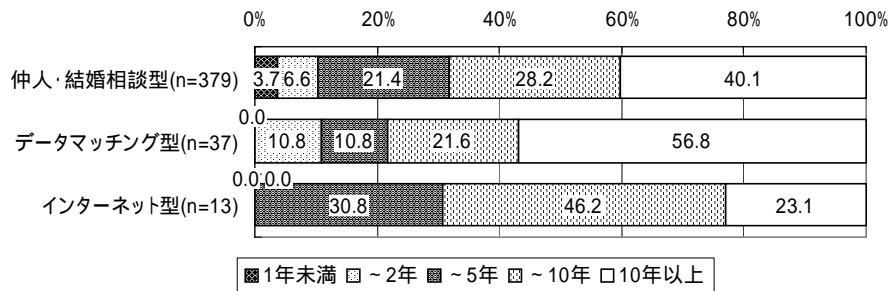
図表 -10 事業年数



事業年数を業態別にみると、データマッチング型サービスは「10年以上」が56.3%と、相対的に事業年数が長い傾向がある。インターネット型サービスについては、イ

インターネットの普及が浸透した、ここ5年の間に参入してきたケースと、5年以上前からマッチングサービスを提供してきた事業者が業態を変化してインターネット型サービスを行っているケースに大別されるものと思われる。

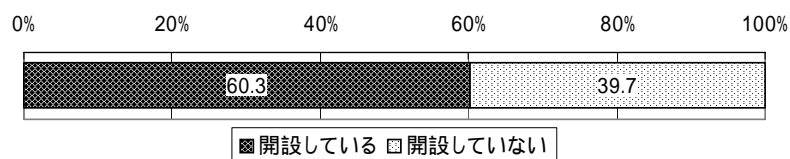
図表 -11 事業年数（業態別）



（8）ホームページの開設

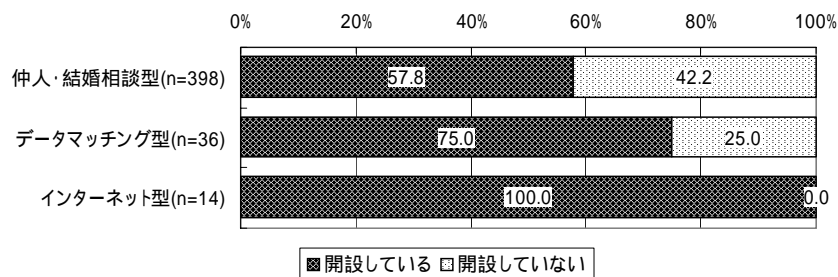
ホームページは、「開設している」が約6割となっている。

図表 -12 ホームページ



ホームページの開設状況を業態別にみると、インターネット型サービスは100%が開設している。データマッチング型サービスの開設状況は75.0%、仲人・結婚相談型サービスは57.8%となっている。

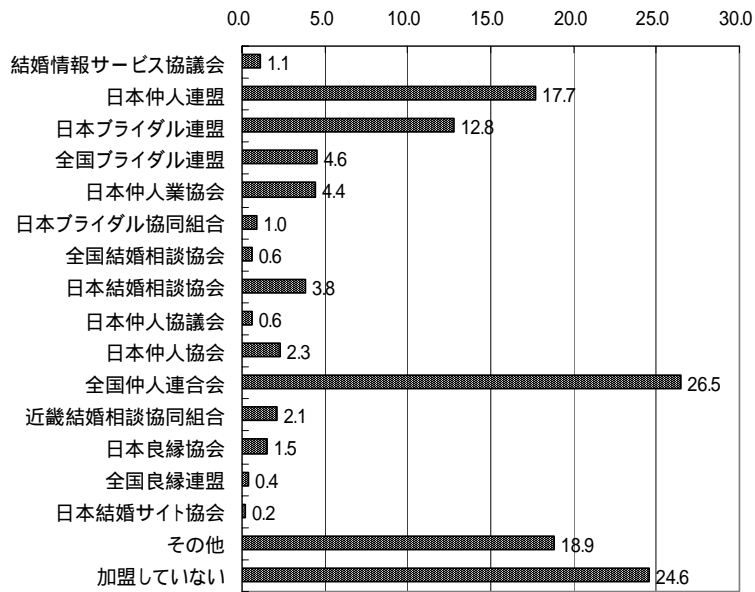
図表 -13 ホームページ（業態別）



(9) 加入団体・組織

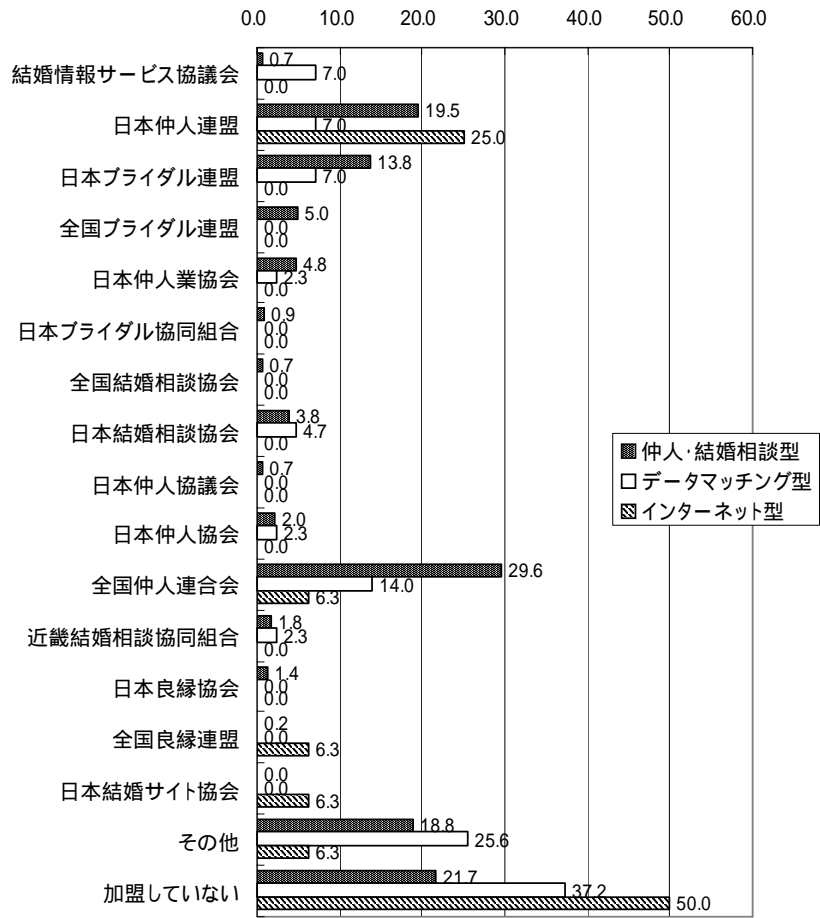
加入団体・組織は、「全国仲人連合会」が 26.5%で最も多い。続いて「日本仲人連盟」が 17.7%、「日本ブライダル連盟」が 12.8%となっている。「加盟していない」も 24.6%にのぼる。

図表 -14 加入団体・組織



加入団体・組織を業態別にみると、「全国仲人連合会」や「日本ブライダル連盟」は、その多くが仲人・結婚相談型サービスとなっている。「日本仲人連盟」は仲人・結婚相談型サービスとインターネット型サービスに別れる。また、大手データマッチング型サービスが集まる「結婚情報サービス協議会」は一部の地方事業所を除いて、データマッチング型サービスと回答している。なお、インターネット型サービスの半分はどこにも加盟していない。

図表 -15 加入団体・組織（業態別）



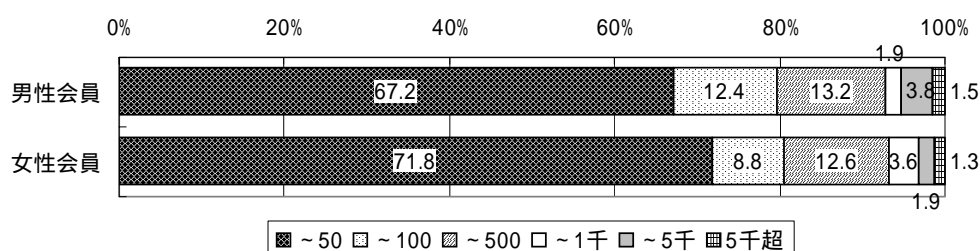
3. サービスの会員について

(1) 会員数

現在の会員数は、男女ともに「100人以下」が約8割となっている。

会員数の平均は、男性が481.2人、女性が405.8人である。

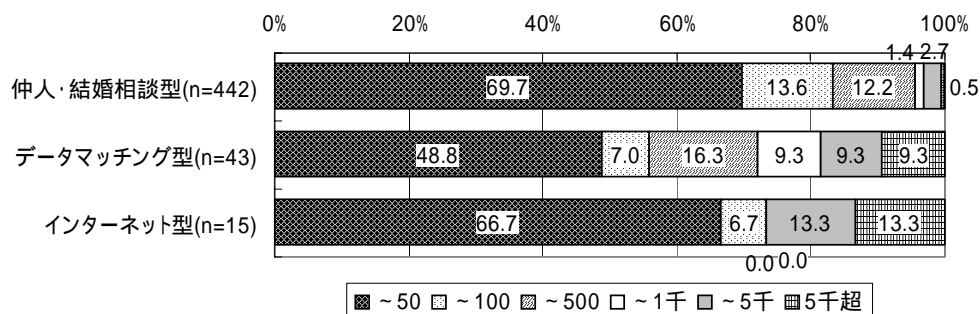
図表 -16 現在の会員数



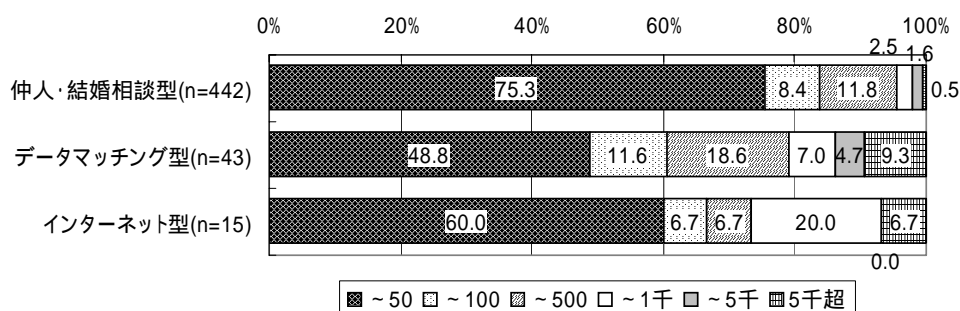
現在の会員数を業態別にみると、男女ともに仲人・結婚相談型サービスは相対的に会員数が少ない。

会員数の平均は、仲人・結婚相談型サービスは男性が214.0人、女性が180.7人。データマッチング型サービスは男性が2,994.1人、女性が2,389.9人。インターネット型サービスは男性が1,564.3人、女性が1,547.5人となっている。

図表 -17 現在の会員数（男性会員）（業態別）



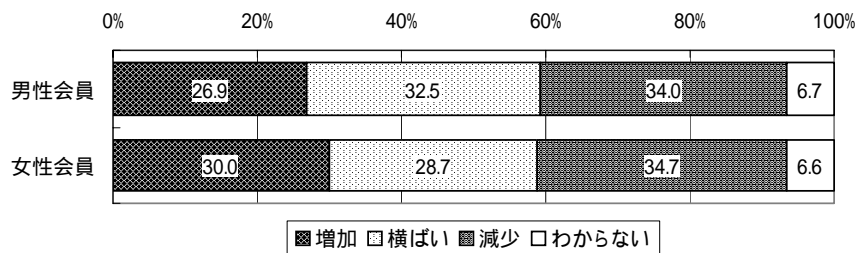
図表 -18 現在の会員数（女性会員）（業態別）



(2) 会員数の増減

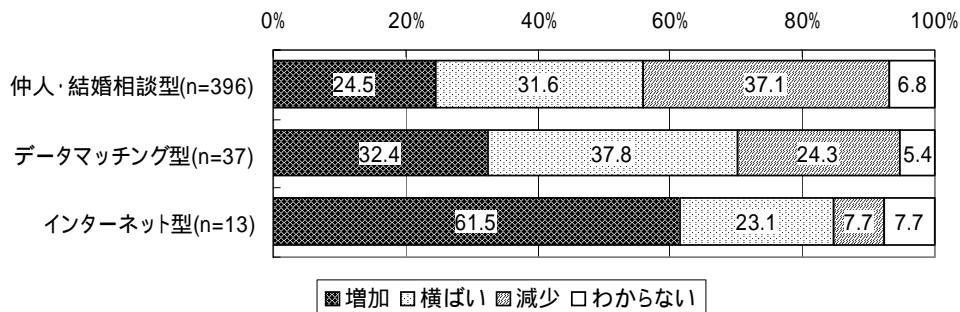
会員数の増減について、3年前と比べると、「増加」「横ばい」「減少」ともに約3割ずつとなっている。

図表 -19 会員数の増減：3年前との比較

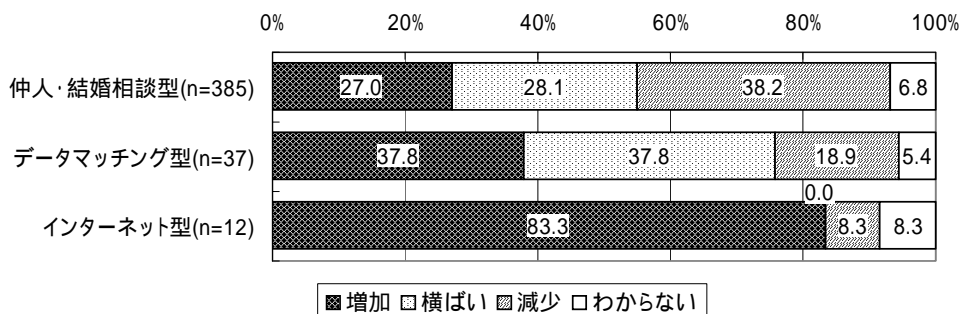


会員数の増減を業態別にみると、その傾向は明確に異なる。インターネット型サービスでは、男性で「増加」とする事業者が61.5%、女性で「増加」とする事業者が83.3%と非常に多いのに対して、仲人・結婚相談型サービスでは男性で24.5%、女性で27.0%に留まっている。

図表 -20 会員数の増減：3年前との比較（男性会員）（業態別）



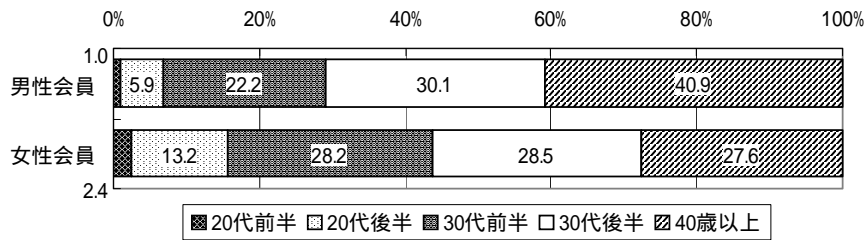
図表 -21 会員数の増減：3年前との比較（女性会員）（業態別）



(3) 会員の年齢別構成比

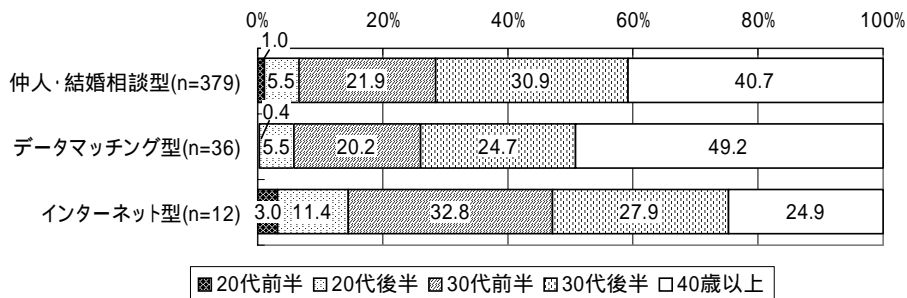
会員の年齢別構成比は、男性は30歳以上が9割以上となっている。女性も30歳以上で8割以上を占める。

図表 -22 会員の年齢別構成比

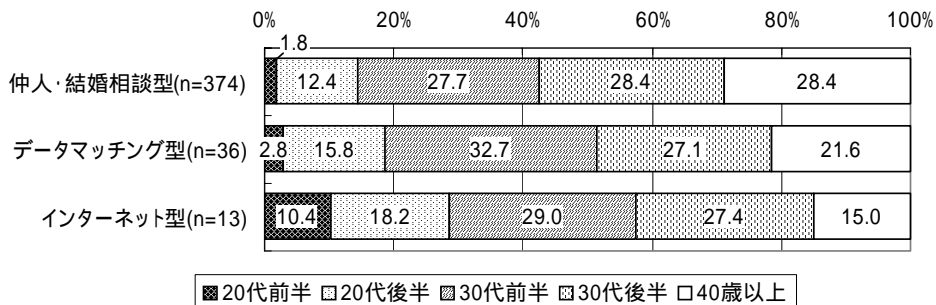


会員の年齢構成比を業態別にみると、男女ともに、インターネット型サービスでは、会員の年齢層は相対的に若いことがうかがえる。

図表 -23 会員の年齢別構成比（男性会員）（業態別）



図表 -24 会員の年齢別構成比（女性会員）（業態別）



(4) 会員期間

会員期間(月数)の平均¹は、成婚に至った場合は男性が11.5ヶ月、女性が10.0ヶ月となっている。成婚に至らない場合は、男性が24.3ヶ月、女性が21.9ヶ月となっている。

図表 -25 会員期間

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
男性会員	11.5ヶ月	24.3ヶ月
女性会員	10.0ヶ月	21.9ヶ月

会員期間(月数)の平均を業態別にみると、成婚に至った場合、成婚に至らない場合ともに、インターネット型サービスにおいて会員期間が最も短い。仲人・結婚相談型サービス、データマッチング型サービスは、成婚に至る場合と至らない場合の会員期間におよそ倍の格差がある。

図表 -26 会員期間(男性会員)(業態別)

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
仲人・結婚相談型サービス	11.5ヶ月	24.8ヶ月
データマッチング型サービス	12.7ヶ月	23.1ヶ月
インターネット型サービス	8.0ヶ月	12.7ヶ月

図表 -27 会員期間(女性会員)(業態別)

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
仲人・結婚相談型サービス	10.2ヶ月	22.3ヶ月
データマッチング型サービス	9.3ヶ月	20.5ヶ月
インターネット型サービス	8.5ヶ月	10.2ヶ月

¹ 成婚の可否などを厳密に把握できない場合は、回答者の主観または推測に依っている。

4. サービスの料金について

(1) 標準的な料金(総額)

最も標準的な料金は、成婚に至った場合は男性が32.5万円、女性が25.1万円となっている。成婚に至らない場合は、男性が13.6万円、女性が11.2万円となっている。

図表 -28 標準的な料金

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
男性会員	32.5万円	13.6万円
女性会員	25.1万円	11.2万円

最も標準的な料金を業態別にみると、サービスの形態が異なるため、純粋に比較することはできないが、その金額は、インターネット型サービスが最も安くなっている。成婚に至った場合と至らない場合の料金の差は、仲人・結婚相談型サービスやデータマッチング型サービスでは2倍以上となっている。

図表 -29 標準的な料金(男性会員)(業態別)

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
仲人・結婚相談型サービス	32.6万円	13.8万円
データマッチング型サービス	33.1万円	13.5万円
インターネット型サービス	14.2万円	7.0万円

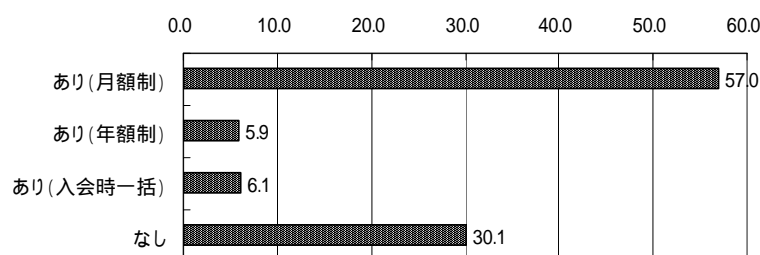
図表 -30 標準的な料金(女性会員)(業態別)

	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
仲人・結婚相談型サービス	26.1万円	11.3万円
データマッチング型サービス	20.2万円	10.9万円
インターネット型サービス	10.5万円	6.3万円

(2) 会費の有無

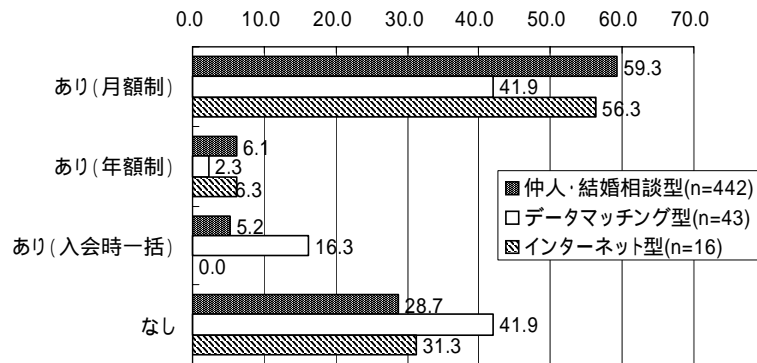
会費の有無についてはみると、約7割が会費はあると回答しており、ある場合は「月額制」が57.0%と最も多い。会費がないとする事業者は30.1%となっている。

図表 -31 会費の有無



会費の有無を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービス、インターネット型サービスでは月額制が多く、それぞれ 59.3%、56.3%となっている。一方、データマッチング型サービスも月額制が 41.9%で最も多いが、入会時一括が 16.3%と相対的に多い。

図表 -32 会費の有無（業態別）



(3) 会費の平均額

会費がある場合、その平均額は、月額制の場合、男性が 5,592 円、女性が 5,073 円である。年額制の場合、男性が 40,326 円、女性が 34,010 円である。入会時一括支払の場合、男性が 154,369 円、女性が 149,229 円となっている。いずれも男性の平均額の方が高い。

図表 -33 会費の平均額

	月額制	年額制	入会時一括
男性会員	5,592 円	40,326 円	154,369 円
女性会員	5,073 円	34,010 円	149,229 円

最も多い会費の支払い形態であった月額制の平均額について、業態別にみると、サービスの形態が異なるため、純粹に比較することはできないが、インターネット型サービスの月会費が相対的に低くなっている。なお、いずれの業態でも男性の月会費が高い。

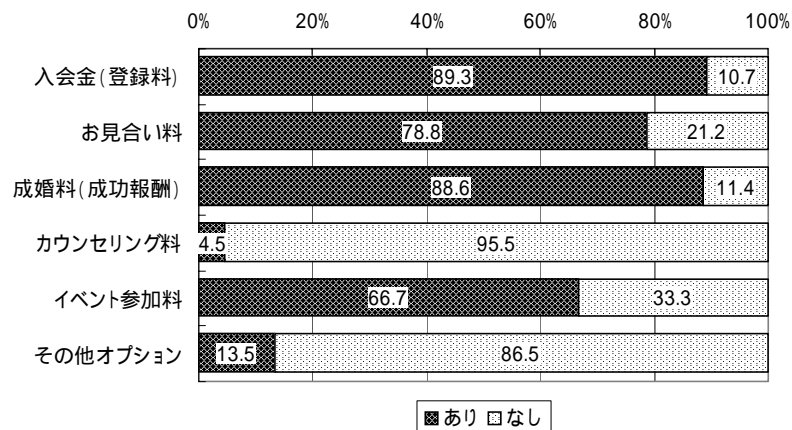
図表 -34 会費（月額制）の平均額（業態別）

	男性会員	女性会員
仲人・結婚相談型サービス	5,232 円	4,976 円
データマッチング型サービス	6,869 円	5,950 円
インターネット型サービス	3,989 円	3,513 円

(4) 諸料金の有無

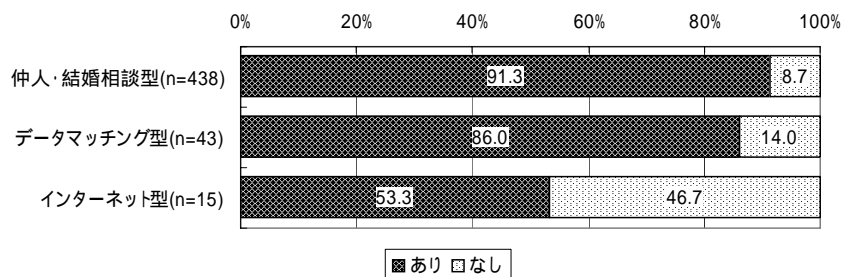
会費以外の諸料金の有無をみると、料金があるとする割合が高いものとして、「入会金(登録料)」が89.3%、「成婚料(成功報酬)」が88.6%、「お見合い料」が78.8%、「イベント参加料」が66.7%となっている。「カウンセリング料」がある事業者の割合は4.5%であった。「その他オプション」は13.5%で料金が発生すると回答しており、その内容としては、「ファッションアドバイス料」、「写真更新料」、「紹介異性の限定料(大卒限定など)」、「セミナー料」などが挙げられている。

図表 -35 諸料金の有無



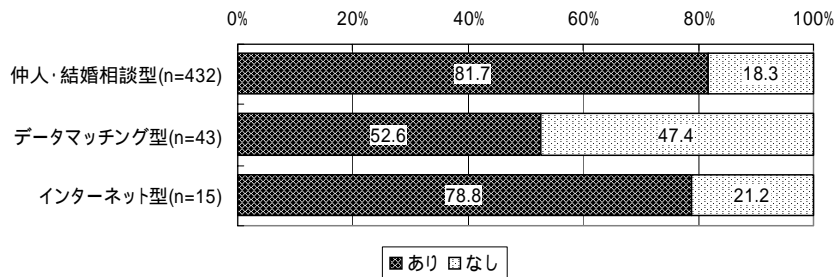
入会金(登録料)の有無を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービス、データマッチング型サービスでは約9割で「あり」と回答している。

図表 -36 入会金(登録料)の有無(業態別)



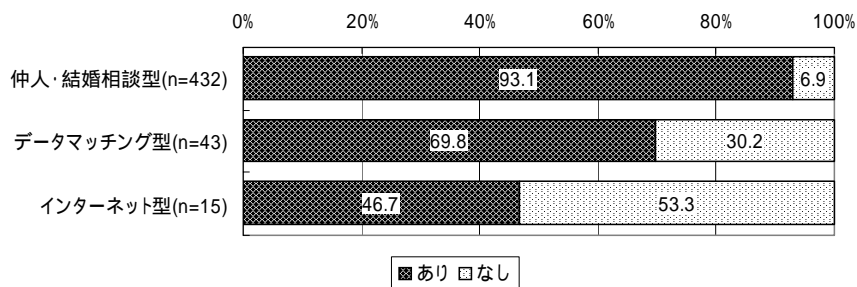
続いて、お見合い料の有無を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービス、インターネット型サービスで約8割が「あり」と回答している。

図表 -37 お見合い料の有無（業態別）



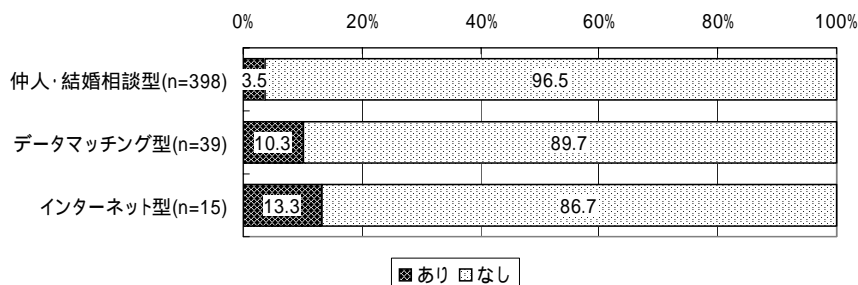
成婚料（成功報酬）の有無を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスで93.1%が「あり」と回答している。

図表 -38 成婚料（成功報酬）の有無（業態別）



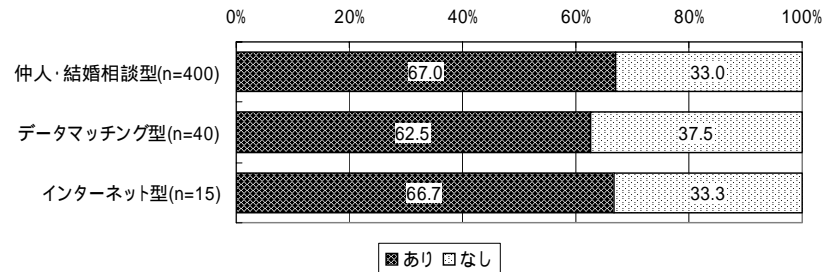
カウンセリング料の有無を業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスではそのほとんどが「なし」と回答しており、データマッチング型サービス、インターネット型サービスでも約9割が「なし」と回答している。

図表 -39 カウンセリング料の有無（業態別）



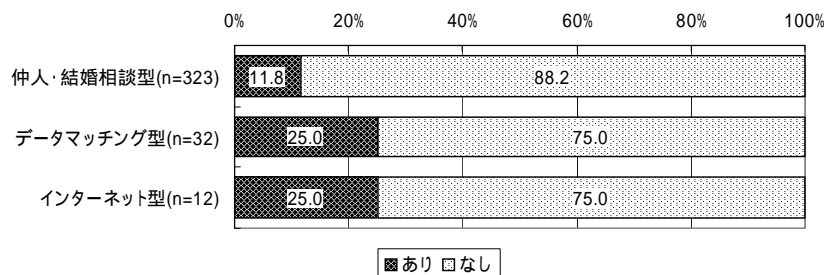
イベント参加料の有無については、業態別に大きな変化はなく、いずれも6割強が「あり」と回答している。

図表 -40 イベント参加料の有無（業態別）



その他のオプション料の有無については、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25%が「あり」と回答している。

図表 -41 その他オプション料金の有無（業態別）



(5) 諸料金の平均額

料金が発生する割合の高い、入会金（登録料） お見合い料、成婚料（成功報酬） イベント参加料について、料金が発生する場合の平均額をみると、いずれの料金も男性の方が高額となっているが、特にお見合い料は女性の倍額以上となっている。

図表 -42 諸料金の平均額

	入会金	お見合い料	成婚料	イベント参加料
男性会員	63,004 円	11,414 円	234,907 円	7,010 円
女性会員	50,626 円	5,912 円	203,546 円	6,344 円

諸料金の平均額を業態別にみると、サービスの形態が異なるため、純粹に比較することはできないが、入会金、お見合い料、イベント参加料などで、インターネット型サービスが相対的に料金は低い。成婚料についてはデータマッチング型サービスが相対的に料金が低くなっている。

図表 -43 諸料金の平均額（男性）（業態別）

	入会金	お見合い料	成婚料	イベント参加料
仲人・結婚相談型サービス	63,276 円	6,566 円	234,094 円	7,043 円
データマッチング型サービス	58,186 円	7,364 円	193,611 円	6,891 円
インターネット型サービス	43,938 円	5,364 円	240,000 円	6,219 円

図表 -44 諸料金の平均額（女性）（業態別）

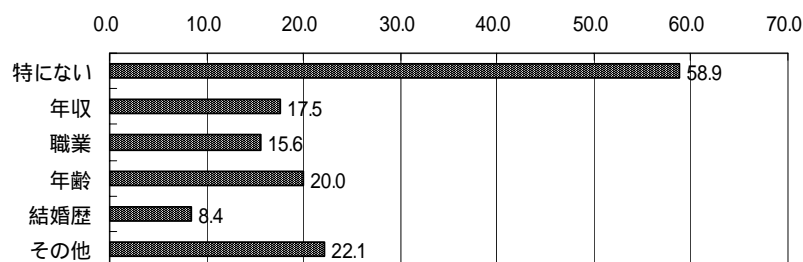
	入会金	お見合い料	成婚料	イベント参加料
仲人・結婚相談型サービス	50,431 円	5,704 円	208,010 円	6,506 円
データマッチング型サービス	50,971 円	6,811 円	170,577 円	6,043 円
インターネット型サービス	29,813 円	4,650 円	194,286 円	4,813 円

5 . 入会・退会について

（1）入会資格・制約

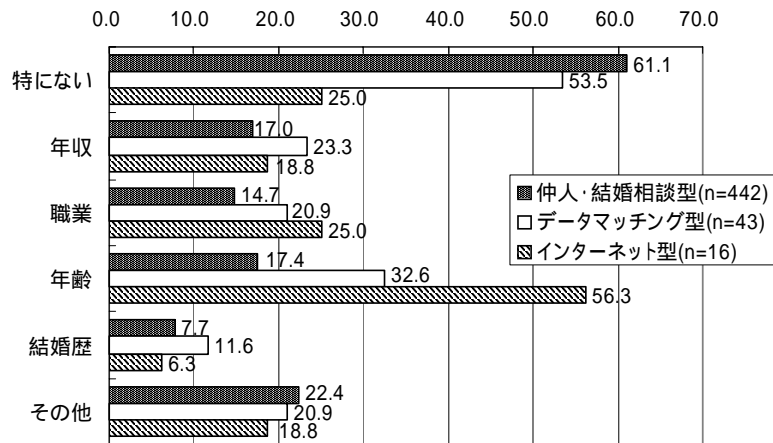
入会資格や制約については、「特にない」が半数を超える。20.0%の事業者が「年齢」を制約条件とし、続いて「年収」が 17.5%、「職業」が 15.6%、「結婚歴」が 8.4%となっている。「その他」も 22.1%となっており、その内容としては「学歴」、「健康」、「国籍」や「面談による」などがあげられている。

図表 -45 入会資格・制約



入会資格や制約について、業態別にみると「特にない」は仲人・結婚相談型サービスで 61.1%、データマッチング型サービスで 53.5%と高くなっている。インターネット型サービスでは、特に「年齢」が 56.3%、「職業」が 25.0%と相対的に高い。データマッチング型サービスでは、「年収」や「結婚歴」を制約条件とするケースが相対的に高くなっている。

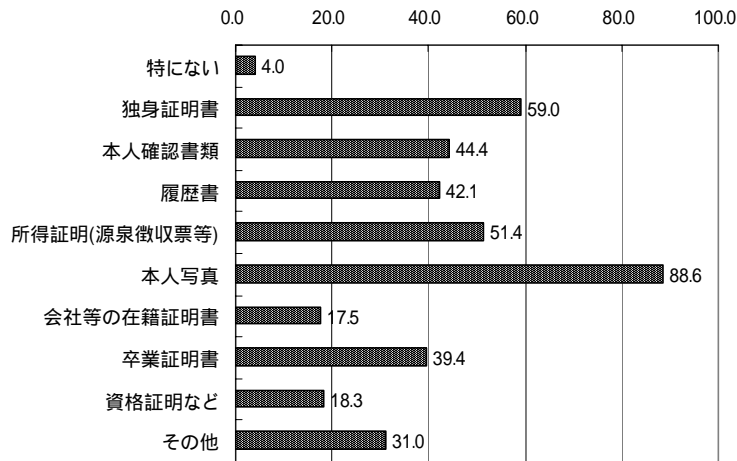
図表 -46 入会資格・制約（業態別）



（２）入会時に必要な書類

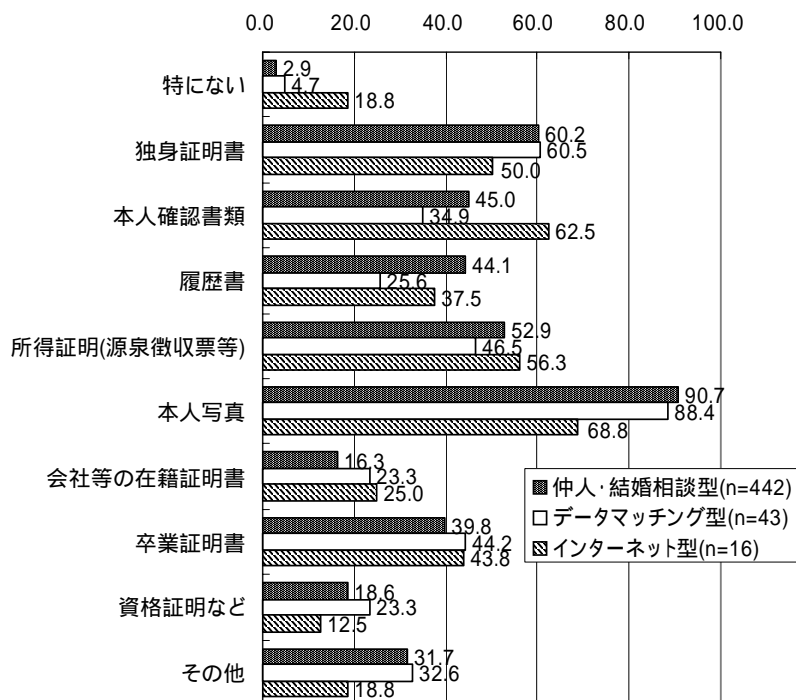
入会時に必要な書類は、「本人写真」が88.6%と最も多く、「独身証明書」が59.0%、「所得証明（源泉徴収票等）」が51.4%と続いている。

図表 -47 入会時に必要な書類



入会時に必要な書類を業態別にみると、特にインターネット型サービスにおいては、本人写真の提出義務を課すケースが相対的に少ない一方で、本人確認書類の提出義務を課すケースが相対的に多くなっている。

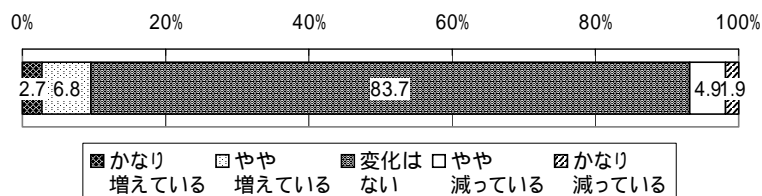
図表 -48 入会時に必要な書類（業態別）



(3) 特商法対象以降の中途解約・退会

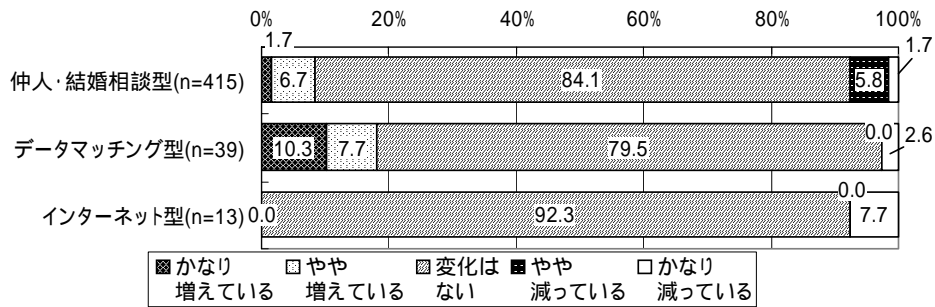
平成 16 年 1 月 1 日以降（特定商取引法の特典継続勤務の対象となつてから）の中途解約・退会するケースについては「変化はない」が 83.7%と圧倒的に高い。

図表 -49 特商法対象以降の中途解約・退会



特商法対象以降の中途解約・退会について、業態別にみると、データマッチング型サービスにおいて、「増えている」とする回答が約 2 割となっている。

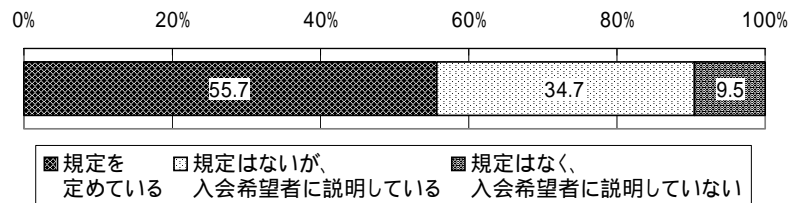
図表 -50 特商法対象以降の中途解約・退会（業態別）



(4) 中途解約・退会時の規定

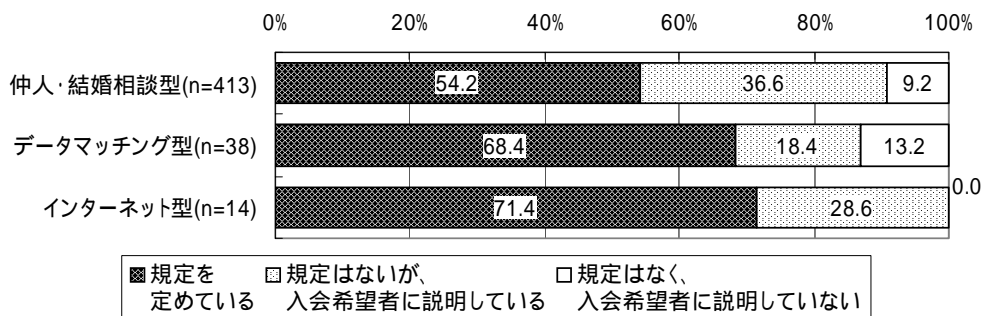
中途解約・退会時の規定については、半数以上の事業者が「規定を定めている」としているが、約1割の事業者において「規定はなく、入会希望者に説明していない」としている。

図表 -51 途中解約・退会時の規定



中途解約・退会時の規定について業態別にみると、データマッチング型サービスにおいて「規定はなく、入会希望者に説明していない」が13.2%と相対的に高い割合を示している。また、仲人・結婚相談型サービスにおいては「規定はないが、入会希望者に説明している」が36.6%と相対的に高い割合を示している。

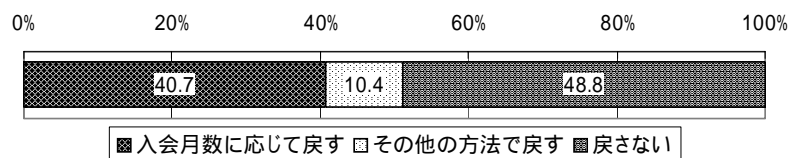
図表 -52 中途解約・退会時の規定（業態別）



(5) 中途解約・退会時の料金の扱い

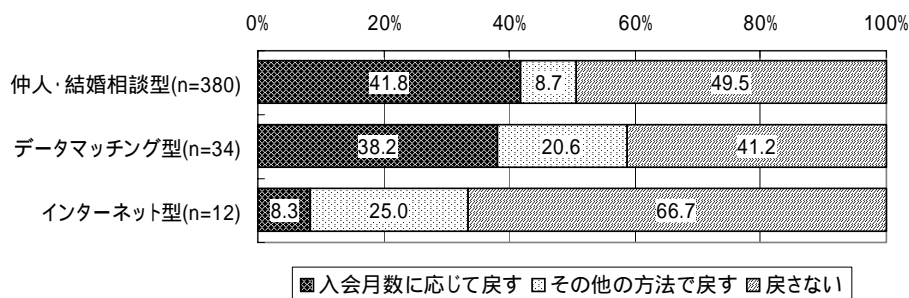
中途解約・退会時の料金の扱いは、「戻さない」が48.8%となっている。「入会月数に応じて戻す」が40.7%となっている。「その他の方法で戻す」は10.4%であり、その内容としては、「提供済役務の対価を差し引いて戻す」などがある一方、「話し合いで決める」や「面倒なので(トラブルを避けるため)全額返金する」などの方法も見受けられる。

図表 -53 中途解約・退会時の料金の扱い



中途解約・退会時の料金の扱いを業態別にみると、インターネット型サービスにおいて「戻さない」とする割合が66.7%と高くなっている。

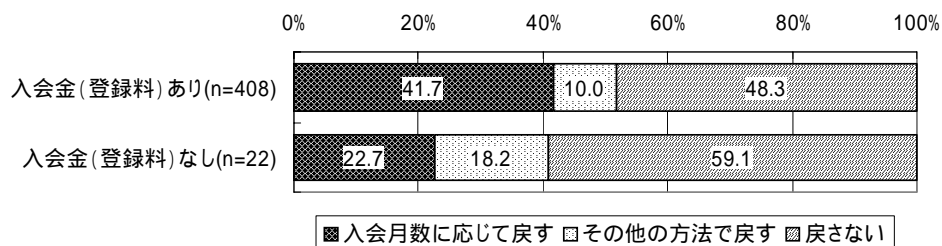
図表 -54 中途解約・退会時の料金の扱い(業態別)



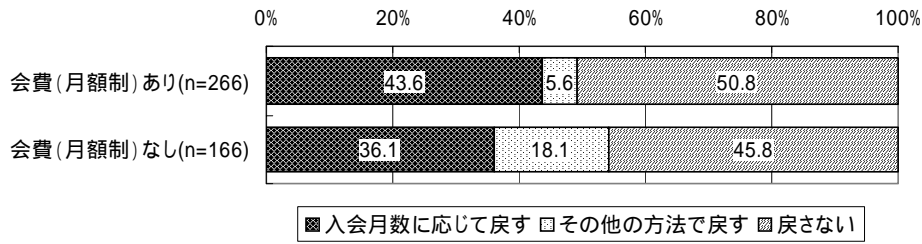
続いて、中途解約・退会時の料金の扱いを入会金(登録料)の有無別にみると、入会金があったとしても、「戻さない」とする割合が48.3%と高くなっている。

また、同様に月会費の有無別でみると、その有無に関わらず、「戻さない」とする割合は半数近くになっている。

図表 -55 中途解約・退会時の料金の扱い(入会金の有無別)



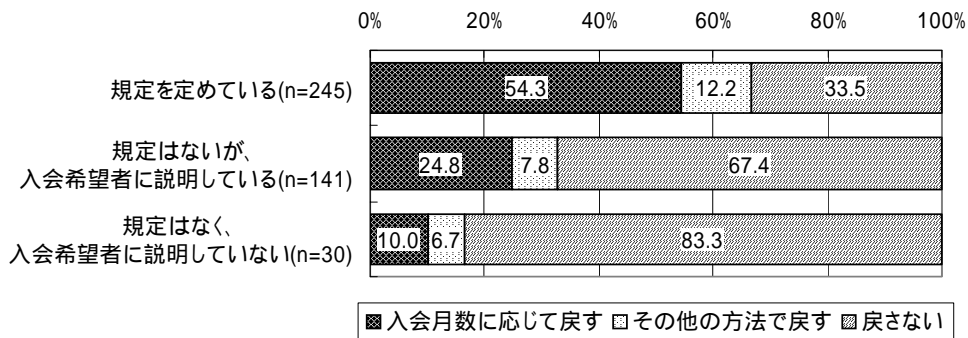
図表 -56 中途解約・退会時の料金の扱い（月会費の有無別）¹



さらに、中途解約・退会時の料金の扱いを退会規定・説明の有無別にみると、その傾向は明らかとなる。規定はなく入会希望者に説明していない場合、実に83.3%が「戻さない」と回答しており、規定はないが、入会希望者に説明している場合、「戻さない」は67.4%、規定を定めている場合は33.5%となっている。

中途解約・退会時の規定の有無や、入会希望者への説明の有無が、退会時の料金の扱いに大きく影響していることがわかる。

図表 -57 中途解約・退会時の料金の扱い（退会規定・説明の有無別）



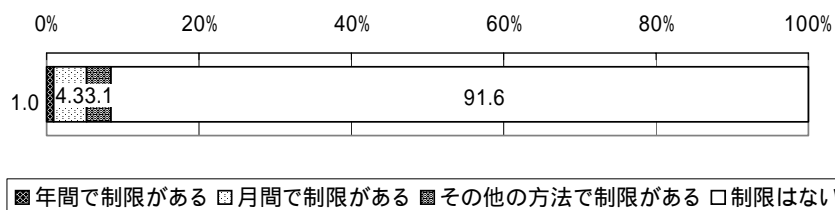
¹ 「会費」が月額制であっても、「その他の費用」が一括払いであるような場合があり得ることに留意が必要である。

6 . 紹介方法や事業成果について

(1) 紹介人数の制限

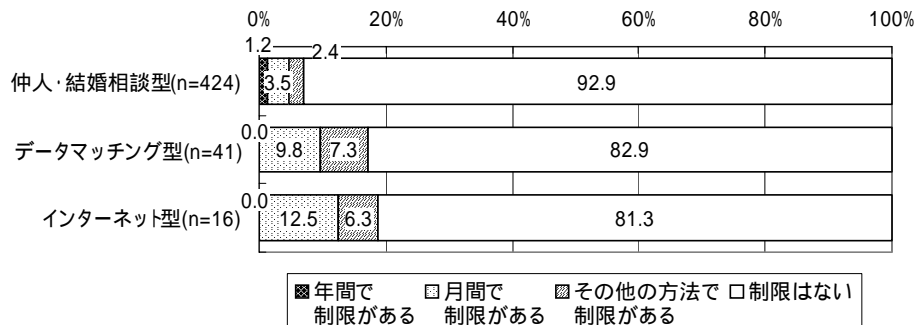
紹介人数の制限は、「制限はない」が約9割となっている。

図表 -58 紹介人数の制限



紹介人数の制限を業態別にみると、いずれの業態もその多くは「制限はない」としているが、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では約1割の事業者において「月間で制限がある」としている。

図表 -59 紹介人数の制限（業態別）



(2) 新規加入者

平成16年度（平成16年4月1日～平成17年3月31日）の1年間の新規加入者数については、平均で男性会員が199.4人、女性会員が163.7人であった。前出の平均会員数（男性が481.2人、女性が405.8人）で、平均新規加入者数を除した値（年間新規加入率）¹は、男性会員が41.4%、女性会員が40.3%である。

¹ 年間新規加入率 = 平成16年度の新規加入者数 / 現在の全会員数

図表 -60 新規加入者と年間新規加入率

	平均新規加入者数(A)	現在の平均会員数(B)	年間新規加入率(A/B)
男性会員	199.4人	481.2人	41.4%
女性会員	163.7人	405.8人	40.3%

年間新規加入率について業態別にみると、特にインターネット型サービスは100%を超えている。これは、会員期間が1年未満である会員が多いことによる¹。

図表 -61 新規加入者と年間新規加入率(男性)(業態別)

	平均新規加入者数(A)	現在の平均会員数(B)	年間新規加入率(A/B)
仲人・結婚相談型サービス	56.5人	214.0人	26.4%
データマッチング型サービス	1,202.3人	2,994.1人	40.2%
インターネット型サービス	1,916.7人	1,564.3人	122.5%

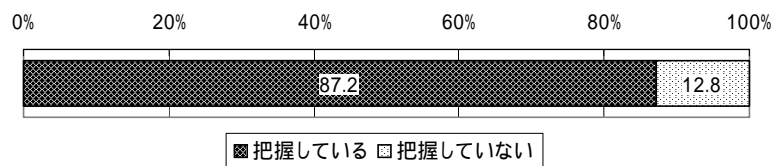
図表 -62 新規加入者と年間新規加入率(女性)(業態別)

	平均新規加入者数(A)	現在の平均会員数(B)	年間新規加入率(A/B)
仲人・結婚相談型サービス	50.3人	180.7人	27.8%
データマッチング型サービス	899.3人	2,389.9人	37.6%
インターネット型サービス	1,651.7人	1,547.5人	106.7%

(3) 交際者数の把握

交際者数の把握状況(全数の把握に限らない)は「把握している」が87.2%となっている。

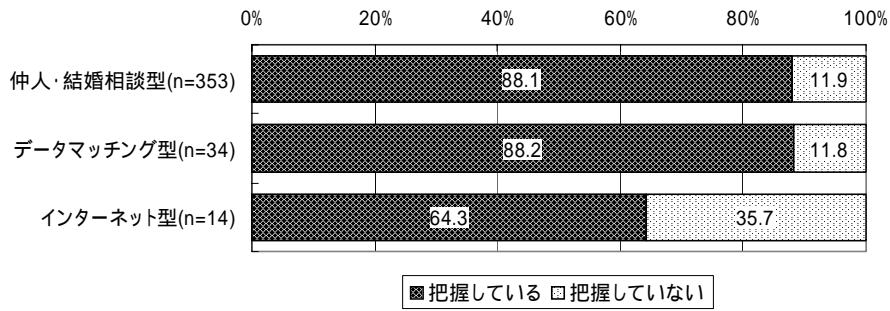
図表 -63 交際者数の把握(全数の把握に限らない)



交際者数の把握状況(全数の把握に限らない)を業態別にみると、インターネット型サービスは「把握している」が64.3%に留まっている。

¹ インターネット型サービスの平均会員期間は1年未満である(13頁参照)

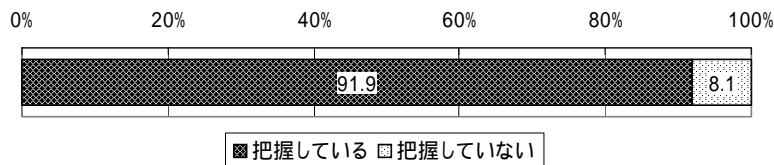
図表 -64 交際者数の把握（全数の把握に限らない）（業態別）



（４）成婚者数の把握

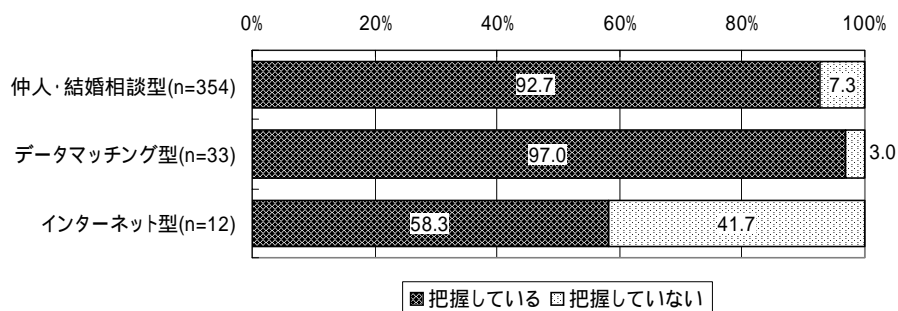
成婚者数の把握状況（全数の把握に限らない）は、「把握している」が 91.9%となっている。

図表 -65 成婚者数の把握（全数の把握に限らない）



成婚者数の把握状況（全数の把握に限らない）を業態別にみると、インターネット型サービスは「把握している」が 58.3%に留まっている。

図表 -66 成婚者数の把握（全数の把握に限らない）（業態別）



(5) 暫定成婚率の算出

成婚者数を全数に限らず「把握している」とする事業者には、平成16年度（平成16年4月1日～平成17年3月31日）の1年間の成婚者数を尋ねている。1年間の成婚者数については、平均で男性会員が40.3人、女性会員が40.9人であった。前出の平均会員数（男性が481.2人、女性が405.8人）で、平均成婚者数を除した値（暫定成婚率）¹は、男性が8.4%、女性が10.1%であった。

図表 -67 成婚に至る会員について

	平均成婚者数 (A)	平均会員数 (B)	暫定成婚率 (A/B)
男性会員	40.3人	481.2人	8.4%
女性会員	40.9人	405.8人	10.1%

暫定成婚率について業態別にみると、男女ともに相対的にみてデータマッチング型サービスが高い割合を示している。インターネット型サービスは極めて低いが、成婚者を把握することが極めて難しい業態であることに留意する必要がある。

図表 -68 成婚に至る会員について（男性）（業態別）

	平均成婚者数 (A)	現在の平均 加入者数(B)	暫定成婚率 (A/B)
仲人・結婚相談型サービス	16.9人	214.0人	7.9%
データマッチング型サービス	262.2人	2,994.1人	8.8%
インターネット型サービス	29.7人	1,564.3人	1.9%

図表 -69 成婚に至るについて（女性）（業態別）

	平均成婚者数 (A)	現在の平均 加入者数(B)	暫定成婚率 (A/B)
仲人・結婚相談型サービス	15.5人	180.7人	8.6%
データマッチング型サービス	289.9人	2,389.9人	12.1%
インターネット型サービス	19.6人	1,547.5人	1.3%

¹ 全会員のうち1年間で成婚した会員割合の目安。平均成婚者数は全数の把握では無いことと、平均会員数は調査時点の数値であることに留意する必要がある。

7. サービス内容や促進活動について

(1) マッチングサービスの専業度合い

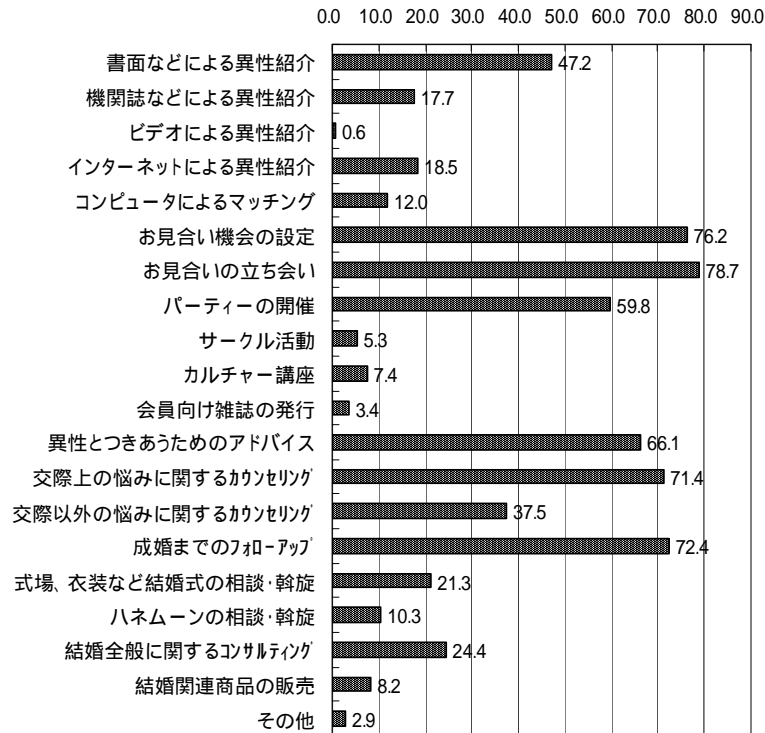
64.0%の事業者が、結婚相談・結婚情報サービス（マッチングサービス）を専業で行っている。

マッチングサービス以外の具体的な兼業事業としては、「ブライダルプロデュース」や「カウンセリング」など、関連する業務を行うケースが多い。また、「宝飾品販売」や「化粧品販売」など関連商品を販売しているケースや、全く関連性のない事業を展開するケースも存在している。また、個人事業主の中には他の収入源として年金などを挙げているケースも多い。

(2) 提供するサービス・事業範囲

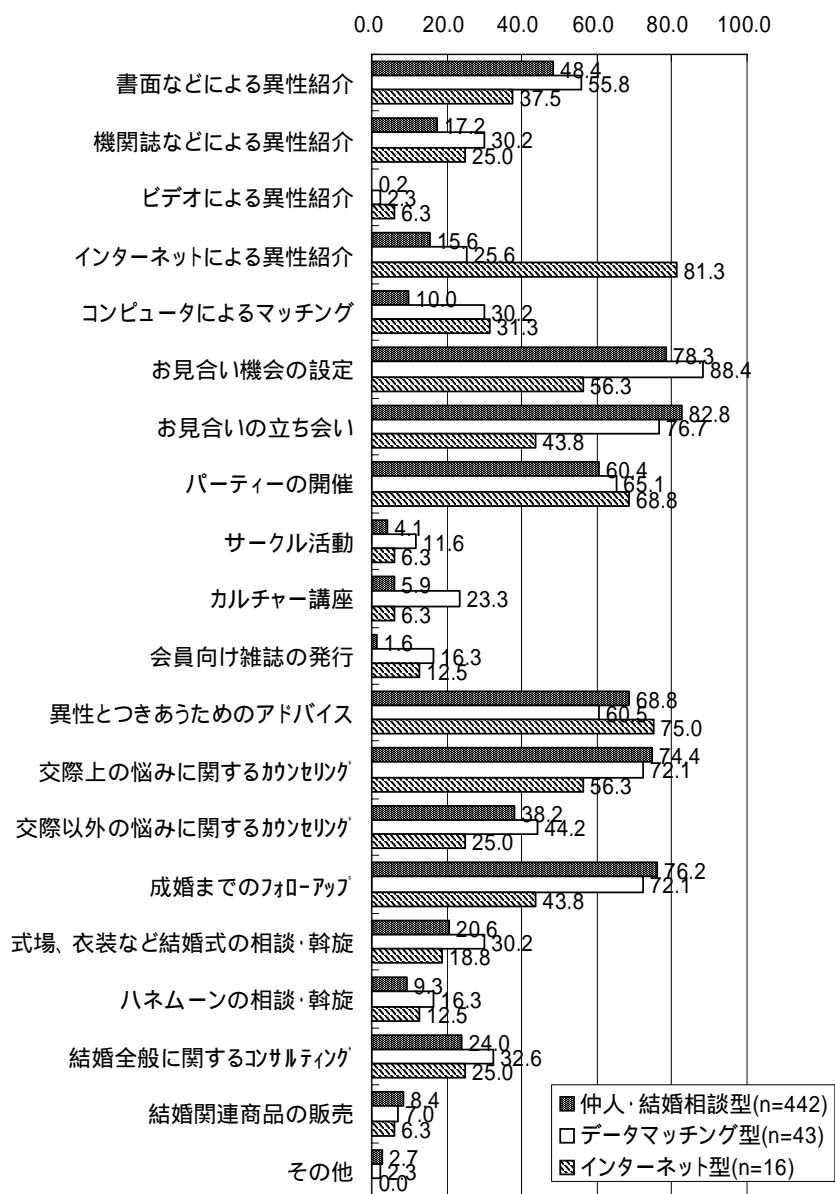
提供するサービスや事業範囲については、「お見合い機会の設定」や「お見合いの立ち会い」が8割弱となっている。「成婚までのフォローアップ」、「交際上の悩みに関するカウンセリング」、「異性につきあうためのアドバイス」なども6割を超えている。

図表 -70 提供するサービス・事業範囲



提供するサービスや事業範囲について業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスとデータマッチング型サービスは似通った傾向を示しており、「お見合い機会の設定」、「お見合いの立ち会い」、「成婚までのフォローアップ」、「交際の悩みに関するカウンセリング」などで高い割合を示している。インターネット型サービスは、対面的なフォローアップやカウンセリングの割合は低いが「インターネットによる異性紹介」などでは高い割合を示し、「異性をつきあうためのアドバイス」なども高い割合を示している。

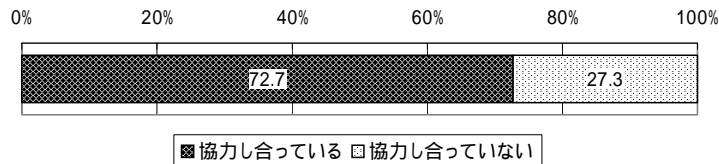
図表 -71 提供するサービス・事業範囲（業態別）



(3) 同業者間での協力

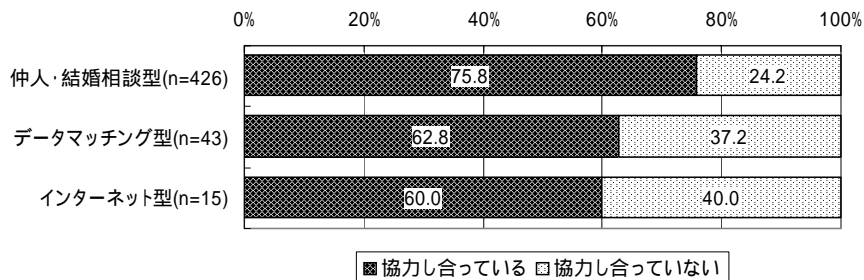
同業者間での協力については、「協力しあっている」が72.7%となっている。

図表 -72 同業者間での協力



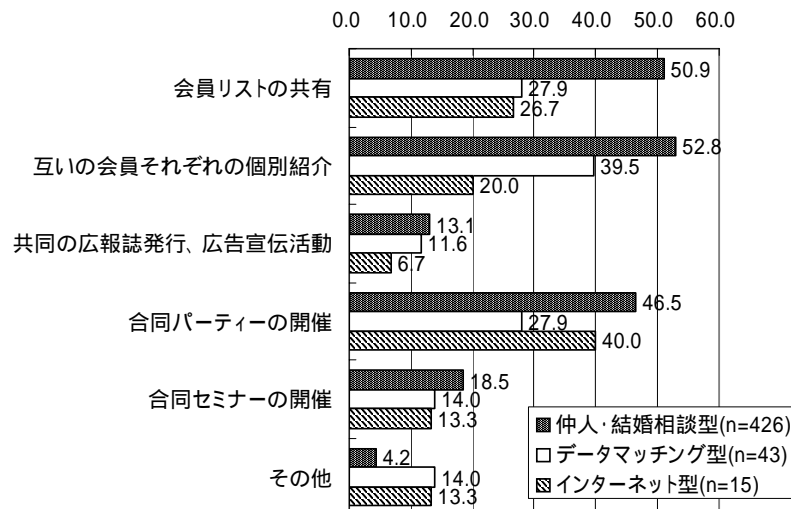
同業者間での協力について業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスで「協力し合っている」が75.8%と相対的に高い割合を示している。

図表 -73 同業者間での協力（業態別）



同業者間での協力の内容について業態別にみると、仲人・結婚相談型サービスでは「互いの会員それぞれの個別紹介」や「会員リストの共有」などで半数を超えている。

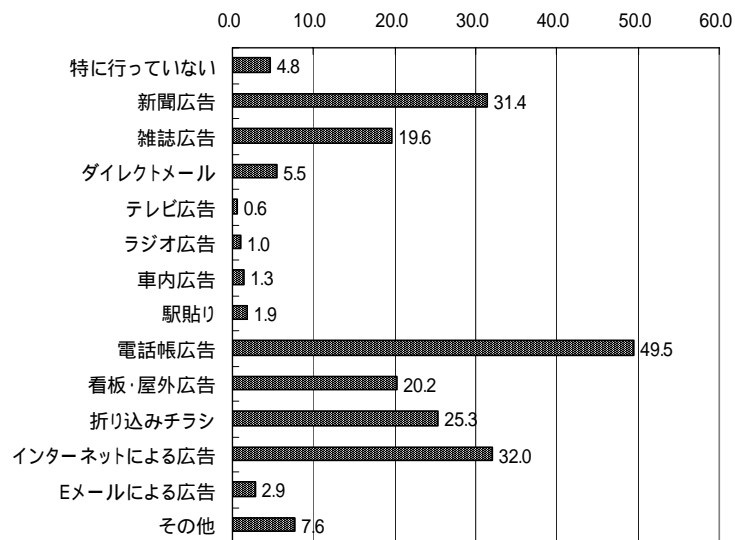
図表 -74 同業者間での協力の内容（業態別）



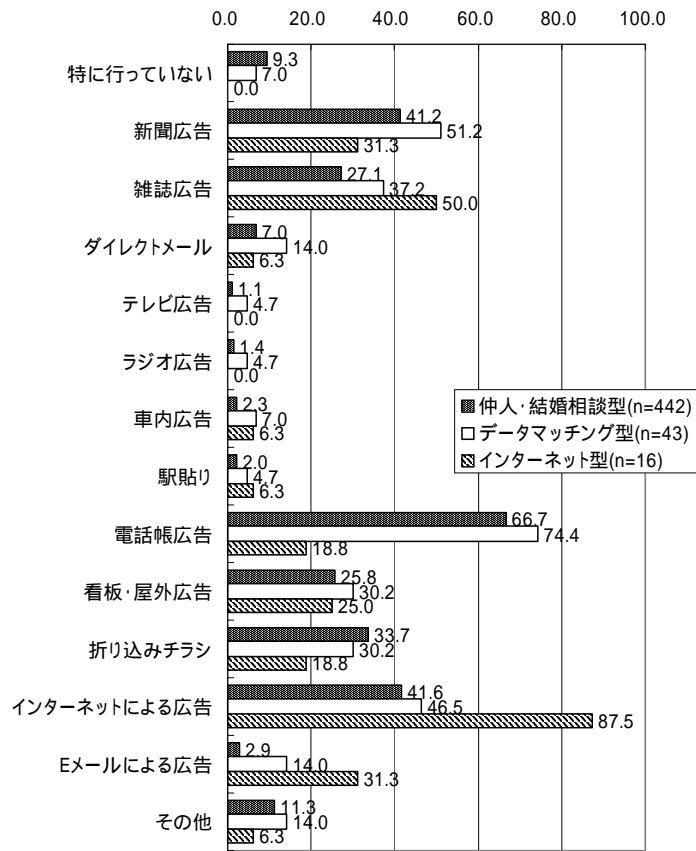
(4) 販売促進活動の方法

販売促進活動の方法は、「電話帳広告」が49.5%と最も高い割合を示している。「新聞広告」が31.4%、「インターネットによる広告」が32.0%と続いている。

図表 -75 販売促進活動の方法



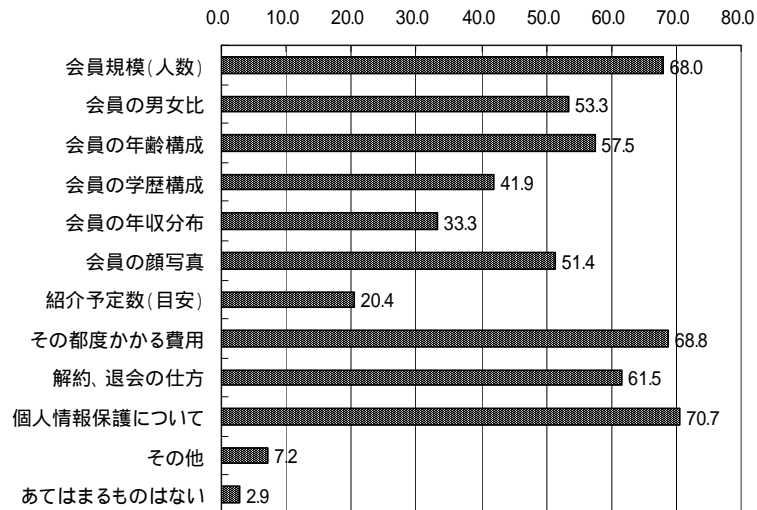
図表 -76 販売促進活動の方法（業態別）



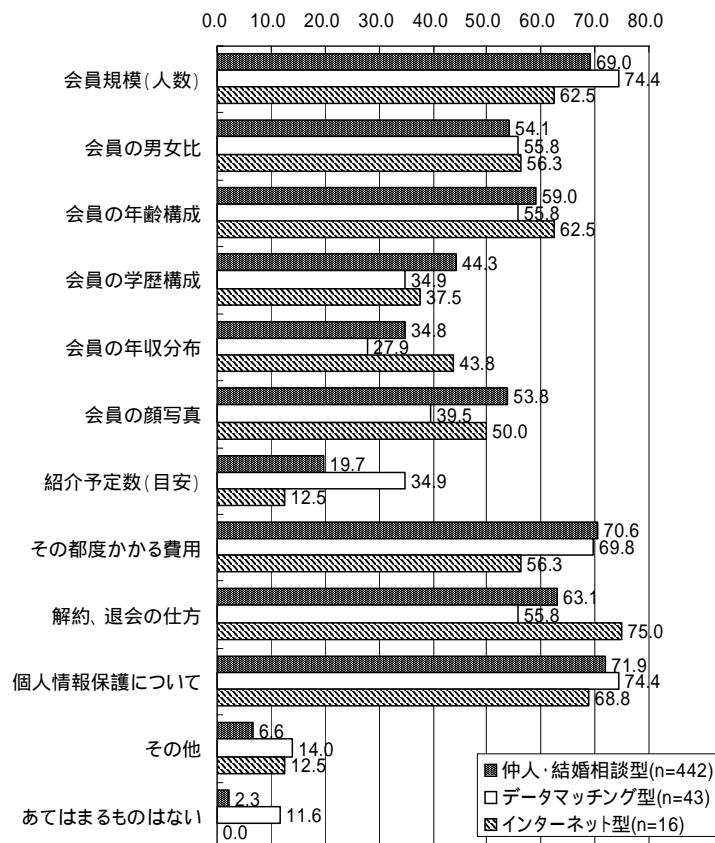
(5) 加入希望者への情報開示

加入希望者の情報開示は「会員規模」「その都度かかる費用」「個人情報保護について」などの情報開示は約7割の事業者でなされている。

図表 -77 加入希望者への情報開示



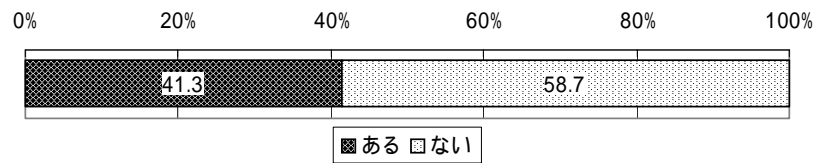
図表 -78 加入希望者への情報開示(業態別)



(6) 会員とのトラブルの経験

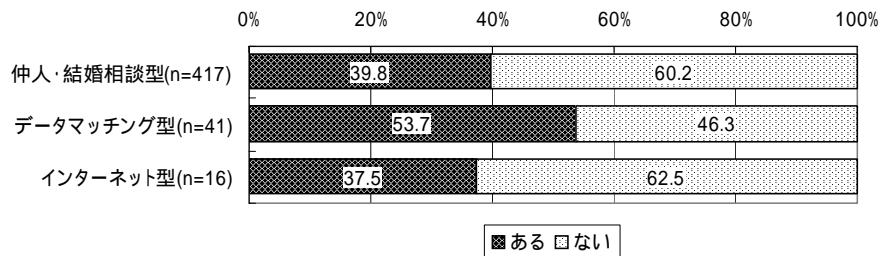
会員とのトラブルの経験は、41.3%の事業者が「ある」と回答している。

図表 -79 会員とのトラブルの経験



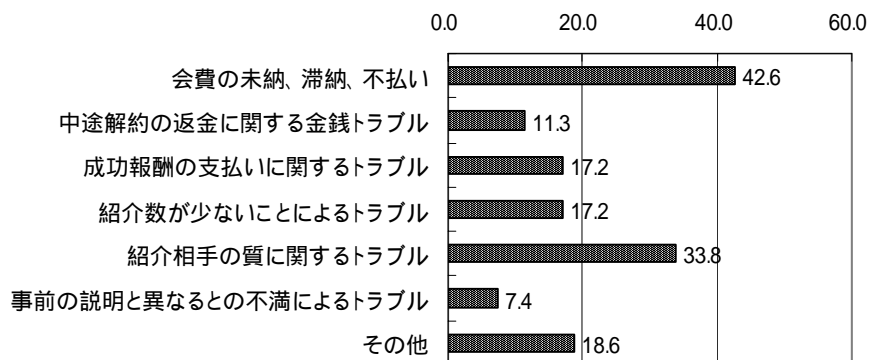
会員とのトラブル経験を業態別にみると、データマッチング型サービスで「ある」とする割合が53.7%と相対的に高い。

図表 -80 会員とのトラブルの経験（業態別）



会員とのトラブルの内容としては、「会費の未納、滞納、不払い」が42.6%、「紹介相手の質に関するトラブル」が33.8%と多い。

図表 -81 トラブルの内容

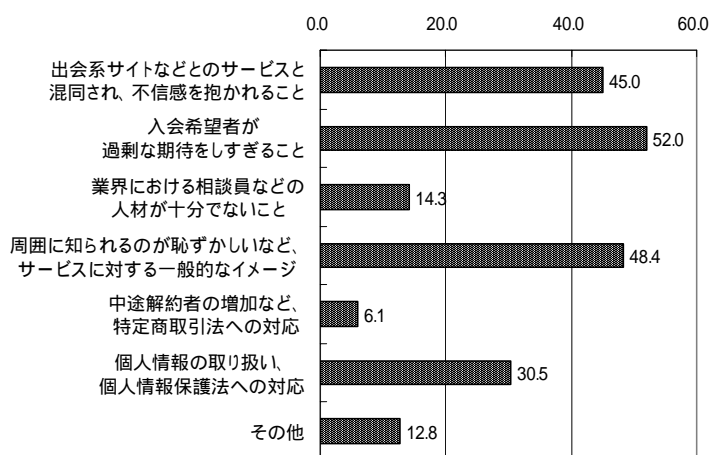


8 . 事業遂行上の課題などについて

(1) 業界全体の課題

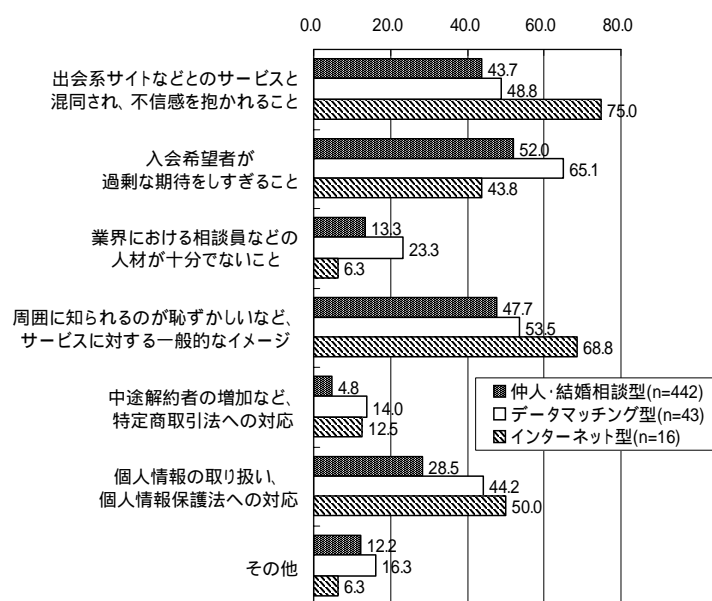
業界全体の課題としては、「入会希望者が過剰な期待をしすぎること」が5割超、「周囲に知られるのが恥ずかしいなど、サービスに対する一般的なイメージ」、「出会い系サイトなどのサービスと混同され、不信感を抱かれること」が5割弱である。

図表 -82 業界全体の課題



業界全体の課題を業態別にみると、インターネット型サービスにおいては、「出会い系サイトとの混同」が75.0%と特に高い割合を示している。

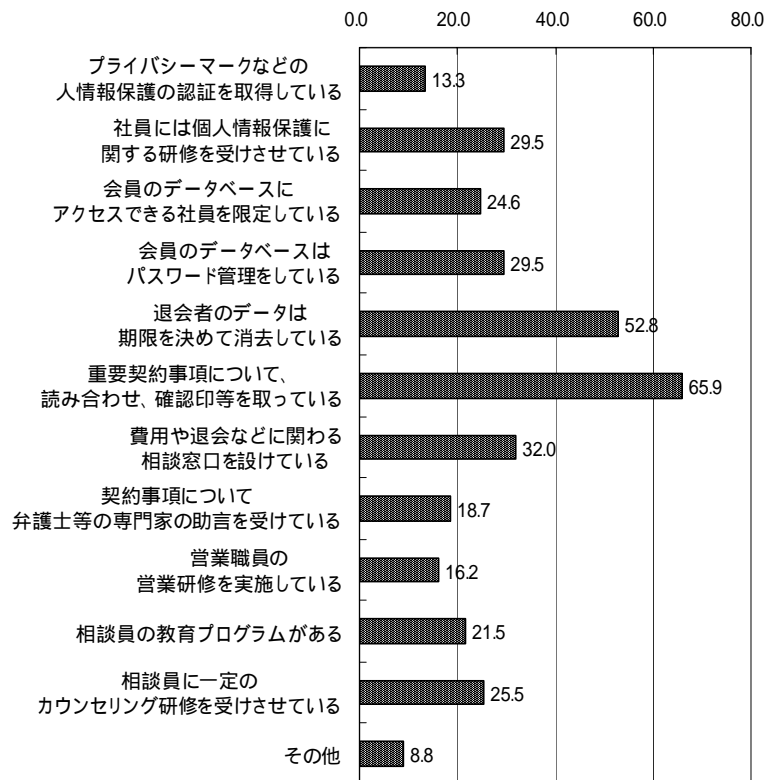
図表 -83 業界全体の課題（業態別）



(2) サービス内容充実や信頼性確保の方法

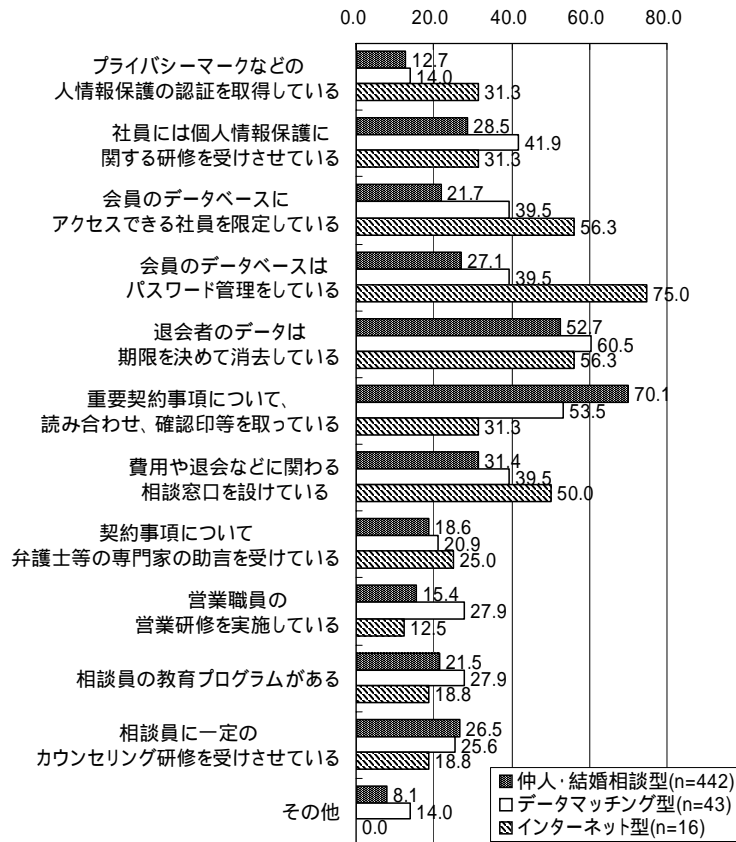
サービス内容の充実や信頼性確保の方法については、「重要契約事項について、入会希望者と読み合わせ、確認印等を取っている」が 65.9%、「退会者のデータは期限を決めて消去している」が 52.8%と高い割合を示している。

図表 -84 サービス内容の充実や信頼性確保



サービス内容の充実や信頼性確保の方法について業態別にみると、特にインターネット型サービスにおいて「会員のデータベースはパスワード管理している」「会員のデータベースにはアクセスできる社員を限定している」などで高い割合を示している。仲人・結婚相談型サービスは「重要契約事項について、入会希望者と読み合わせ、確認印等を取っている」などでは 70.1%と高い割合を示しているが、全般的に情報保護に係る項目においてその意識が高くないことがうかがえる。

図表 -85 サービス内容の充実や信頼性確保（業態別）

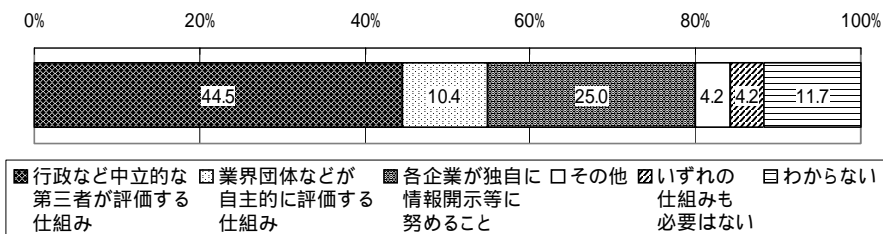


(3) サービス適正化に資する望ましい仕組み

利用者が判断できる仕組みとして、どのようなものが望ましいと思うか尋ねたところ、「行政など中立的な第三者が評価する仕組み」が44.5%と最も多い。「各企業が独自に情報開示や個人情報保護に努めること」が25.0%でこれに続く。

なお、業態別による大きな違いは見あたらなかった。

図表 -86 サービス適正化に資する望ましい仕組み



9 . 結婚情報サービスの会員数・市場規模について

(1) 結婚情報サービス会員数の推計

推計方法に係る考察

結婚情報サービスの会員数については、これまでも様々な試みで推計がなされているが、定かなことはわかっていない。

平成 11 年度における経済産業省の調査¹においても、事業者アンケートで業界全体の会員数などを尋ねているが、「全くわからない」が過半数を占め、得られた回答をみても「10 万人未満」から「2,000 万人以上」まで、幅広い回答となっている。ヒアリング調査などでも明確な裏付けは得られず、「一説となっている会員数 30 万人前後よりは多いと思われるが、実数を推定することはやはり困難である」と結論づけられている。

本調査においても、ヒアリング調査を実施するとともに、事業者アンケートにおいて、各事業者の現在の会員数などを尋ねている。

アンケート調査において得られた会員数をもとに、業界全体の事業者数（推計値）によって単純推計を行うことは可能だが、その数は約 300 万人を超える値となり、平成 11 年度調査における結論や、ヒアリング調査によって得られた感触などとは大きく乖離する。

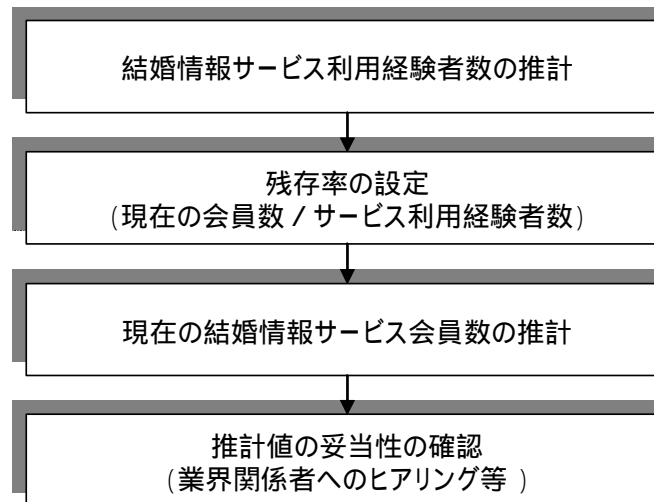
単純推計値が約 300 万人を超える原因としては、一つにはアンケートに回答してきた事業者は比較的良好な事業経営をしている事業者が多く、アンケートに協力しない事業者と比較して、その会員数は多いものと推測されること。もう一つには、大手事業者のアンケート回収率は非常に高いと思われる一方、比較的会員数の少ない小規模事業者や個人事業者のアンケート回収率は少ないと思われること、などが考えられ、これらのことから過大な値が算出されるものと思われる。

また、本調査においては、平均新規加入者数や年間新規加入率などを算出しているため、平成 11 年度調査の推計値をもとに、その後の増加数によって、現在の会員数を推計するアプローチも考えられるが、平成 11 年度時点での会員がどの程度退会しているかを把握できないことと、そもそも推計された会員数が曖昧であるため、この方法を採用することも不可能である。

¹ 「『結婚情報サービス業・パソコン・ワープロ教室業』の実態に関する調査報告書」(平成 12 年 3 月)

以上のことから、結婚情報サービスの会員数の推計は困難であることが予想されるが、本調査におけるアプローチとしては、既存調査における消費者サイドからのデータと、本調査における調査結果を用いて、より妥当性が高いと思われる推計方法を採用したい。具体的な推計方法は、次に示す通りである。

図表 -87 結婚情報サービス会員数の推計方法



まず、「我が国全体のサービス利用経験者数（未婚者）」を既存調査や国勢調査などによって推計する。

次に、サービス利用経験者のうち現在も会員でいる割合（残存率）を、本調査結果やヒアリングなどによって設定し、現在のサービス会員数を推計する。

その後、その推計値の妥当性を担保するために、把握可能な実数で検証するとともに、業界関係者へのヒアリングなどを行い、確認するものとする。

結婚情報サービス会員数の推計

結婚情報サービス利用経験者数の推計

結婚情報サービスの利用経験者数については、本調査研究における未婚者アンケート調査による利用経験結果と国勢調査人口によりアプローチが可能である。

直近の国勢調査による未婚者数¹(A)と、未婚者のサービス利用経験率(B)をもとに、サービス利用経験者数の推計 $(A) \times (B)$ を行った。

¹ 総務省統計局「平成 12 年 国勢調査」より、未婚、死別、離別を足し合わせた数

図表 -88 サービス利用経験者数の推計

	未婚者数(人) (A)	仲人・結婚相談型サービス		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		利用経験者数の推計(合計)
		利用経験者の割合(%) (B)	利用経験者数の推計(人) (A)×(B)	利用経験者の割合(%) (B)	利用経験者数の推計(人) (A)×(B)	利用経験者の割合(%) (B)	利用経験者数の推計(人) (A)×(B)	
男性	11,557,329	-	213,670	-	591,833	-	326,524	1,132,026
20代前半	4,011,750	1.0	40,118	1.6	64,188	0.7	28,082	132,388
20代後半	3,493,150	0.9	31,438	3.3	115,274	4.2	146,712	293,425
30代前半	1,996,836	1.8	35,943	7.0	139,779	2.6	51,918	227,639
30代後半	1,179,936	4.1	48,377	13.9	164,011	4.6	54,277	266,666
40代前半	875,657	6.6	57,793	12.4	108,581	5.2	45,534	211,909
女性	9,136,404	-	134,118	-	400,063	-	179,883	714,063
20代前半	3,646,696	0.6	21,880	3.0	109,401	1.2	43,760	175,041
20代後半	2,722,033	1.5	40,830	3.6	97,993	1.3	35,386	174,210
30代前半	1,345,554	1.8	24,220	6.6	88,807	2.6	34,984	148,011
30代後半	801,757	3.1	24,854	6.3	50,511	4.1	32,872	108,237
40代前半	620,364	3.6	22,333	8.6	53,351	5.3	32,879	108,564
合計	20,693,733	-	347,788	-	991,896	-	506,406	1,846,090

サービス利用経験者数の推計値を全て足し合わせると、その人数は180万人を超える。しかし、この数値はあくまで「サービスの利用経験者数」であり、現在の会員数を示すものではないことに注意が必要である。

残存率の設定（現在の会員数 / サービス利用経験者数）

結婚情報サービス業界における現在の会員数を推計するためには、サービス利用経験者のうち、現在も会員である未婚者の割合を推測し、設定することが必要となる。

その割合を、既存調査等から導き出すことは困難であるが、本調査によるアンケート調査結果や業界ヒアリングなどから、おおよその割合を推測することが可能である。サービス利用経験者のうち現在も会員である割合（残存率）の設定値とその設定に係る業態の特性を示したものが以下の図表である。

なお、この設定値は、あくまで推測にもとづくものであるため、会員数の推計後にその推計値の妥当性を確認する。

図表 -89 残存率の設定と業態の特性

	残存率の設定値	残存率の設定に係る業態の特性
仲人・結婚相談型	約3割	<ul style="list-style-type: none"> 平均会員期間は、成婚に至らない場合で約2年であり、他の業態と比較して最も長い。 年間で3割弱の会員が入れ替わるものと思われる。退会后、再入会するようなケースは少ない。 この3年間で、会員数の増減はほとんどない。
データマッチング型	約3割	<ul style="list-style-type: none"> 平均会員期間は、成婚に至らない場合で約2年弱であり、仲人・結婚相談型ほどではないが、その入会期間は比較的長い。 年間で約4割の会員が入れ替わるものと思われる。仲人・結婚相談型サービスより、会員の入れ替わりは激しい。退会后再入会するようなケースは多くない。 この3年間で会員数の増減はほとんどない。
インターネット型	約4割	<ul style="list-style-type: none"> 平均会員期間は1年未満であり、他の業態と比較して非常に短い。 1年間のうちに、ほとんどの会員が入れ替わるものと思われる。 入会后、自らの検索とそれに伴う異性へのアプローチを一通り試みたら退会するような会員が多い。しかし、退会后も新たなサービスに入会するケースは非常に多いものと思われる。 この3年間で、会員数は大幅に増加している。

【参考】平均会員期間（業態別）：再掲

	成婚に至った場合		成婚に至らない場合	
	男性	女性	男性	女性
仲人・結婚相談型サービス	11.5ヶ月	10.2ヶ月	24.8ヶ月	22.3ヶ月
データマッチング型サービス	12.7ヶ月	9.3ヶ月	23.1ヶ月	20.5ヶ月
インターネット型サービス	8.0ヶ月	8.5ヶ月	12.7ヶ月	10.2ヶ月

【参考】平均新規加入者と年間新規加入率（業態別）：再掲

	平均新規加入者数(A)		現在の平均会員数(B)		年間新規加入率(A/B)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
仲人・結婚相談型	56.5人	50.3人	214.0人	180.7人	26.4%	27.8%
データマッチング型	1,202.3人	899.3人	2,994.1人	2,389.9人	40.2%	37.6%
インターネット型	1,916.7人	1,651.7人	1,564.3人	1,547.5人	122.5%	106.7%

現在の結婚情報サービス会員数の推計

サービス利用経験者数の推計と残存率設定値によって、現在の会員数は以下の通り推計される。

図表 -90 サービス会員数の推計（利用経験者数×残存率設定値）

	男性	女性	合計
仲人・結婚相談型サービス会員数	約 64 千人	約 40 千人	約 104 千人
データマッチング型サービス会員数	約 178 千人	約 120 千人	約 298 千人
インターネット型サービス会員数	約 131 千人	約 72 千人	約 203 千人
会員数合計	約 372 千人	約 232 千人	約 604 千人

推計値の妥当性の確認

仲人・結婚相談型サービスの会員数

男性会員が約 6 万 4 千人、女性会員が約 4 万人で、合計会員数は約 10 万 4 千人と推計されている。

< 推計値の妥当性について >

最も高い組織率を誇る全国仲人連合会の加盟者の会員数合計が約 3 万人程度である。業界関係者へのヒアリングなどによると、その他の団体・組織、さらには個人事業者などを考慮すれば、全国仲人連合会の会員数の 3 倍強である約 10 万人の推計値は妥当かと思われる。

データマッチング型サービスの会員数

男性会員が約 17 万 8 千人、女性会員が約 12 万人で、合計会員数は約 29 万 8 千人と推計されている。

< 推計値の妥当性について >

突出した入会者数を誇る大手 4 社の会員数は、公表値を足し合わせると約 18 万人の会員数となる。業界関係者へのヒアリングなどによると、この業態の会員の半分以上が大手 4 社の会員で占められると思われる。新規参入事業者などを含めると会員数の合計は 30 万人弱と思われ、約 29 万 8 千人の推計値は妥当かと思われる。

インターネット型サービスの会員数

男性会員が約 13 万 1 千人、女性会員が約 7 万 2 千人で、合計会員数は約 20 万 3 千人と推計されている。

< 推計値の妥当性について >

大手 2 社の会員数は、それぞれ 1 万 6 千人、1 万 1 千人であり、2 社共にこの業態における自社の市場占有率は 1 割程度と考えている。これをもとに考えれば、会員数

は 11～16 万人程度と思われるが、この業態は昨今の会員数の伸びが極めて高いことと、新規参入事業者も多いことを考慮すれば、約 20 万人の推計値には、近づいているものと思われる。

本調査においては、本人確認が全くなされない、いわゆる出会系サービスは除いているが、結婚情報サービスと厳密に区別することは困難であり、会員数の推計も最も困難な業態である。

結婚情報サービス全体の会員数

前述の 3 業態の会員数推計値を足し合わせると、現在の結婚情報サービス全体の会員数は、約 60 万人程度と思われる。

平成 11 年度に行われた経済産業省の推計では「30 万人前後よりは多いと思われる」と記載されているが、近年の急速なインターネットの普及と、それに伴うインターネット型サービスの進展、さらには急速な未婚化の進展などにより、入会者数は増加しているものと思われる。¹

(2) 結婚情報サービスの市場規模の推計

結婚情報サービスの市場規模の推計については、前述の会員数推計に、本調査によって得られた標準的な料金を乗じて算出することを基本とする。

ただし、データマッチング型サービスの大手 4 社は、売上高等も突出して高いものと思われ、その値も正確に把握できるため、それらは別途算出し、足し合わせるものとする。

【参考】データマッチング型サービス大手 4 社の売上高（単位：百万円）

	A社	B社	C社	D社
2004年度	7,934	4,308	不明	不明
2003年度	8,413	4,263	2,765	3,848
2002年度	8,249	3,752	2,682	3,600
2001年度	8,271	3,358	3,000	2,900
2000年度	9,413	3,150	4,990	2,439

¹ 過去における、結婚情報サービス業界の会員数の推計は、業界関係者へのヒアリングなどから、その数値を推測したものであり、今回の推計方法とは異なるため、比較する際には注意が必要である。

大手4社の売上高合計は約190億円程度である。

また、先に求めた会員数の推計値¹に、年間の標準的な料金²を乗じると、その金額は約350億円となる。

それらを足し合わせると、その売上高合計は、約540億円となる。

上記の事柄と、業界関係者へのヒアリングなどにより、結婚相談・結婚情報サービス業の市場規模は、500～600億円程度ではないかと推測される。

平成11年度に行われた経済産業省の推計では「市場規模は300億円前後となる」と記載されているが、近年の急速なインターネットの普及と、それに伴うインターネット型サービス事業者の進出とその後の拡大、さらには急速な未婚化の進展などにより、市場規模は大きく拡大しているものではないかと思われる。

合計特殊出生率が過去最低の1.29を記録するなど、我が国では、少子化が急速に進展している。少子化の進展は、経済活動の低迷など国民生活に多大な影響が懸念される。

少子化には様々な原因が考えられるが、少子化問題が一層深刻化し、未婚化・晩婚化がみられる中で、子育てに対する支援にとどまらず、押し付けではなく、意思有る者による結婚に向けた機会獲得への取り組みを容易化、円滑化することも重要な政策検討課題になってきていると考えられる。

このような観点から、経済産業省において、男女のマッチングを事業として行う結婚相手紹介サービス業のあり方や業界の適正な発展の方向性について検討することとしている。

検討を行うに際しては、学識経験者、業界関係者等の有識者を委員とする研究会を設置し、研究を行うものとする。

本委託調査については、上記研究会において検討を行うための基礎資料として、我が国の未婚者の実態と結婚情報サービス利用者の実態、さらには海外における結婚情報サービスの実態を把握するべく、実施するものである。

¹ 予め大手4社の合計会員数約18万人（各社公表資料を合計）は、除いてある。

² 本調査で求めた標準的な料金を、平均会員期間で割り戻し、一年間の標準的な料金を算出している。

結婚を巡る未婚者の実態

本章の概要

- 本章では、結婚を巡る未婚者の価値観や社会環境などの実態を明らかにするべく実施した、未婚者に対するネットモニターアンケートの調査結果をとりまとめている。調査対象は20歳～44歳の未婚者としている。
- 本章の構成は、アンケート調査の実施概要を説明した後、結婚や交際に係る実態、求める条件のミスマッチの状況、結婚への意識、出会いを取り巻く社会環境について、性別、年齢階層別にその実態を網羅的にとりまとめている。
- 本アンケートにおけるいくつかの設問は、既存の類似調査である「国立社会保障・人口問題研究所「出生動向基本調査」」の設問と同様の質問を意図的に設定している箇所があるが、その回答傾向に大きな相違はなく、本調査結果は、社会全般の未婚者の傾向を端的に表しているものと思われる。

結婚・交際に係る現状

- 『結婚の意向』については、男女ともに7割弱が結婚をしたいと考えている。その意向は年齢が低いほど高くなっている。
- 『交際相手の有無』については、男性で約3割、女性で約4割が現在交際をしている。年齢が高くなるほど特定の交際相手がいる割合は小さくなる。年齢が上昇するにつれて、結婚を意識した交際の意向が強くなる傾向にあり、男女ともに年齢の上昇と共に「結婚により近い」交際を求め、それ以外の交際には熱心でない傾向がうかがえる。
- 『よく話をする独身異性』が大勢いるとする割合は、男女ともに1割を下回る。反対に、よく話をする独身異性がほとんどいないとする割合は男女ともに2割を上回っている。また、男女ともに8割弱がよく話をする独身異性が欲しいと回答している。

結婚への意識

- 『独身でいる理由』は、男女ともに「適当な相手にめぐり会わないから」が最も多く4割を超える。続いて「独身の自由さや気楽さを失いたくないから」が3割

超、「結婚する必要性をまだ感じないから」が3割弱となっている。「結婚後の経済状況に不安があるから」など経済的な面で男性の割合が相対的に高い。

- 『結婚の利点』については、男女ともに約7割が利点を感じており、具体的な利点としては、「精神的な安らぎが得られる」という回答が最も多い。

「出会い」を取り巻く社会環境

- 過去に結婚のきっかけとして主流であった『職場内での出会いの機会』は少なくなっている。特に年齢が上昇するほど、職場内における独身異性は少ない環境にあり、独身異性と親しくなるきっかけも少なくなる傾向が顕著である。
- 『異性の紹介や出会いの経験』も多くはなく、異性の紹介者は「友人」が圧倒的に多い。
- 年齢とともに結婚のきっかけとなる出会いの機会は大きく減少しており、『仕事以外の活動先（習い事・趣味・娯楽など）』に、出会いの機会を求めている可能性がある。
- 特に20代後半から30代の男性は、午後8時以降の残業や休日出勤も多く、残業は「ほぼ毎日」が約2割、「週2～3回」も約2割となっている。

求める条件のミスマッチ

- 『相手に求める条件』は、男女間で大きな格差が発生している。年齢、年収、学歴ともに、男性は自分以下を望み、女性は自分以上か同じ程度を求める傾向がある。互いに求める条件の相違が、未婚化・晩婚化の構造的な要因の一つであると思われる。

1. アンケート実施概要

本調査研究においては、幅広く未婚者の結婚に係る実態を把握するべく、未婚者である一般のモニターを活用した一般未婚者モニターアンケート(以降、「未婚者アンケート調査」と、一般の未婚者と結婚情報サービス利用者の違いやサービス利用者の実態を詳細に把握するために、結婚情報サービス会員アンケート(以降、「会員アンケート調査」)の2つのアンケートを実施している。¹

本章及び 章、 章は、未婚者アンケートについて、分析しとりまとめたものである。

(1) 調査の方法

調査期間：2月11日(金)～2月18日(金)

調査対象：25～44歳の未婚者

調査方法：一般のネットモニターを活用したアンケートを行った。性別、年齢階層別、地域別に、設定回収数に達した時点で回答を締め切った。

回収結果：男女別、年齢階層別にほぼ均等に回収が得られた。

図表 -1 回収結果(性別・年齢階層別)

	20代前半 (20～24歳)	20代後半 (25～29歳)	30代前半 (30～34歳)	30代後半 (35～39歳)	40代前半 (40～44歳)	合計
男性	307	451	455	461	346	2,020
女性	334	469	457	459	302	2,021
合計	641	920	912	920	648	4,041

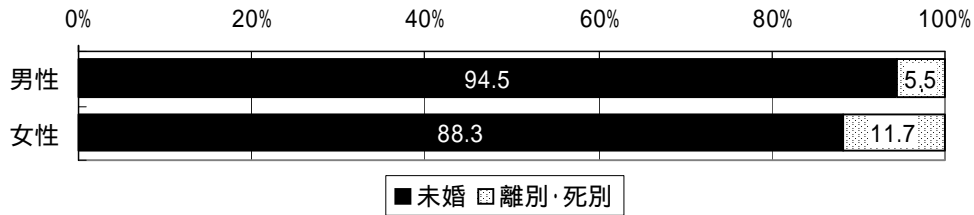
¹ 会員アンケートについては、 章においてその方法と結果を詳細に記している。

(2) 回答者の属性

婚姻経験

男性の94.5%、女性の88.3%が「未婚」であり、男女とも年齢層が上がるにしたがって、「離別・死別」の割合が高くなる。

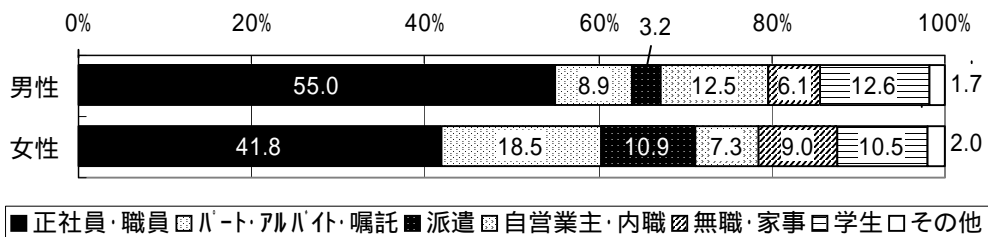
図表 -2 婚姻経験



就業状況

男女とも「正規の社員・職員」が最も多い。男性は「学生」、「自営業主・内職」が次いで多く、女性は、「パート・アルバイト・派遣」が次いで多くなっている。

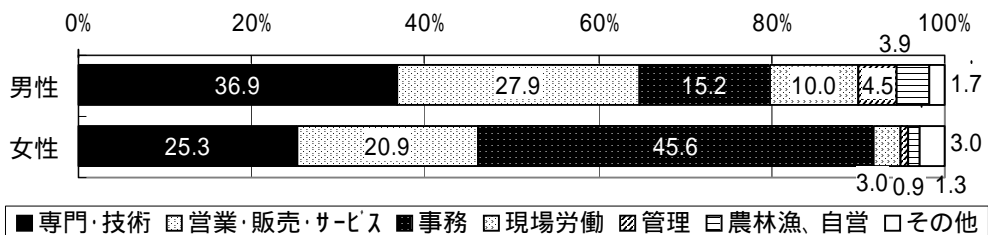
図表 -3 就業状況



職種

男性は「専門職・技術職」が最も多く、次いで「営業・販売職」が多い。女性は「事務職」が最も多く、「専門職・技術職」が次いでいる。

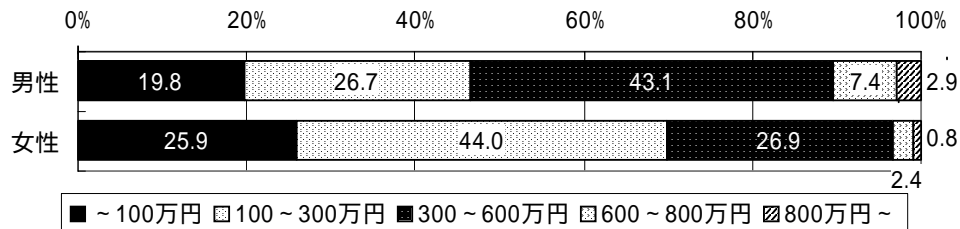
図表 -4 職種



年収

男性は、「300～600万円未満」が43.1%と最も多くなっている。女性は、「100～300万円未満」が44.0%と最も多くなっている。

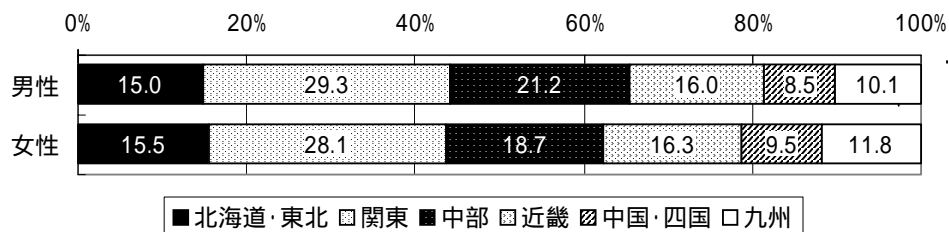
図表 -5 年収



居住地

居住地域としては、関東地方が約30%と最も多いが、その他の地域も隔たりが無く、全国的に網羅されている。なお、居住都市は、東京23区が約10%、政令指定都市が約25%、その他の市が約55%、町・村が約10%である。就業地域もほぼ同様だが、東京23区がやや多く、町・村がやや少ない。

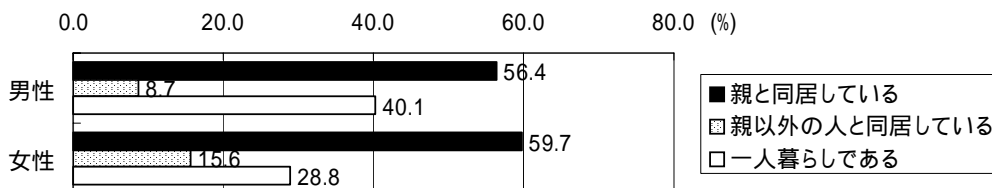
図表 -6 居住地（地域）



家族との同居

男女ともに「親と同居している」が最も多い。女性は年齢層が低いほど「親と同居している」割合が大きくなっている。

図表 -7 家族との同居



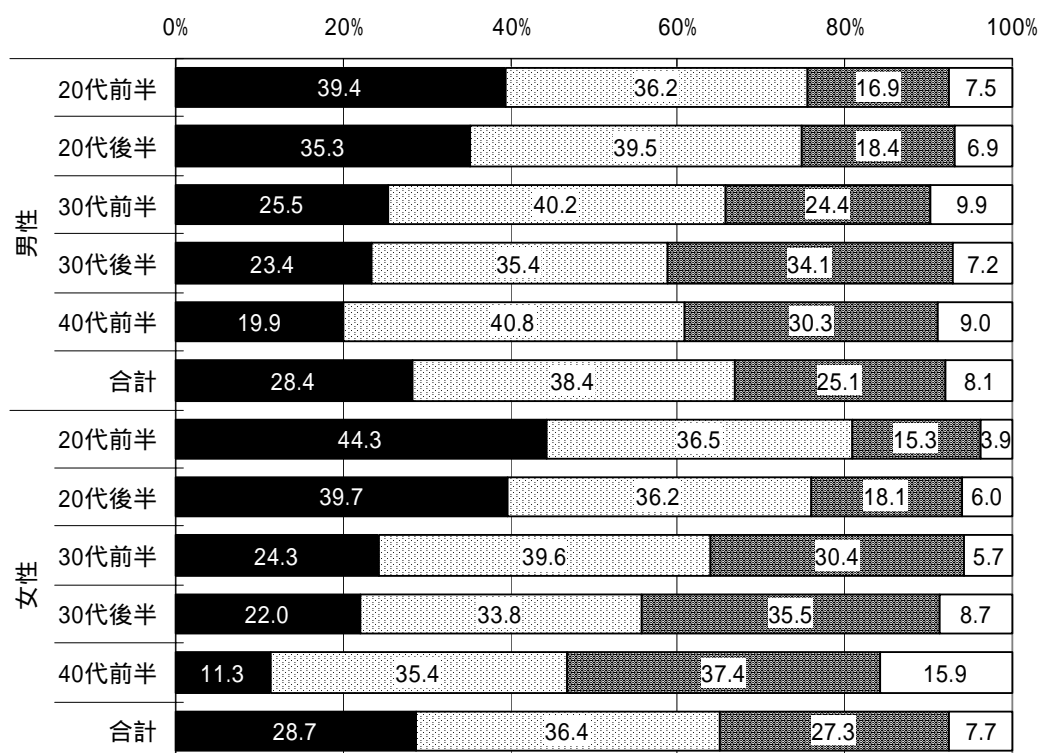
2 . 結婚・交際に係る現状

(1) 結婚の意向について

男性・女性の結果はほぼ同じである。「是非結婚したい」が3割弱、「できれば結婚したい」が4割弱となっており、結婚したいと考える人が多い。一方で、「結婚してもしなくてもよい」が4分の1程度、また、「結婚するつもりはない」が1割弱となっている。

男女間での違いとして、30歳代後半、40歳代前半で、女性の方が「結婚してもしなくてもよい」「結婚するつもりはない」と考える割合が大きくなっている。逆に、20歳代では、女性の方が男性よりも「是非結婚したい」と考える割合が大きくなっている。

図表 -8 結婚の意向

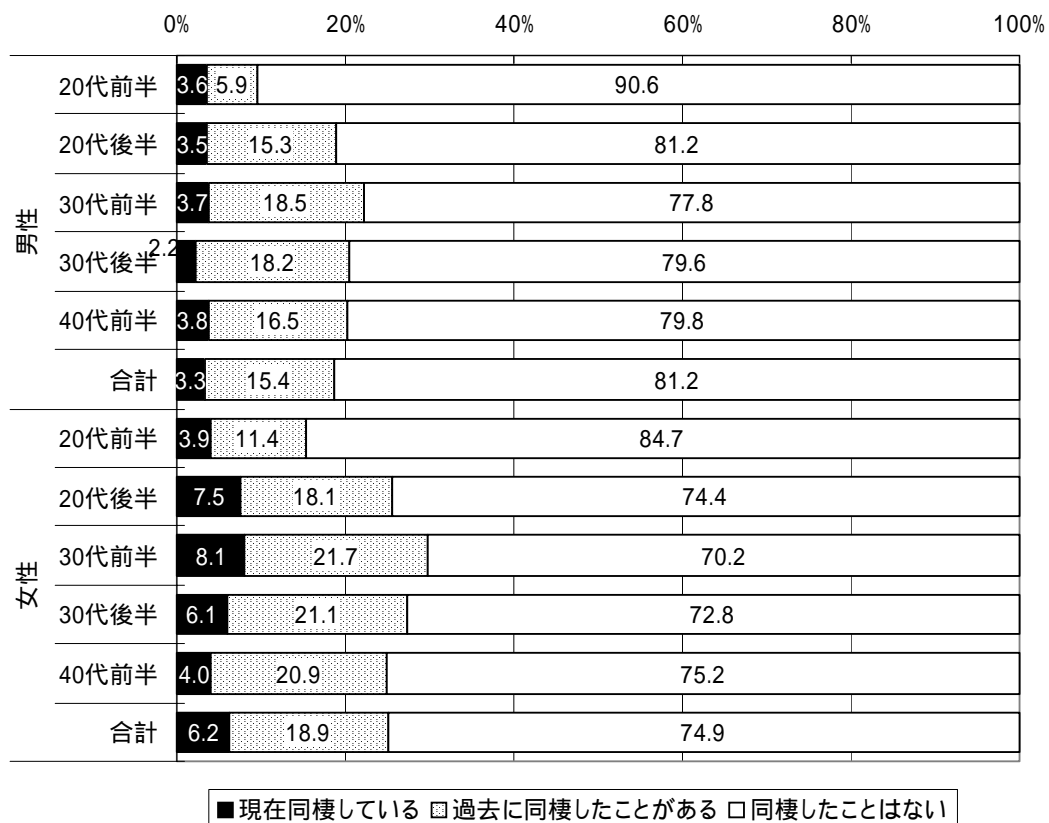


■ 絶対に結婚したい □ できれば結婚したい ■ 結婚してもしなくてもよい □ 結婚するつもりはない

(2) 同棲の経験について

同棲の経験は男女間でやや違いがみられ、女性では、約4人に1人が「現在同棲している」あるいは「過去に同棲したことがある」と回答しており、女性の方が男性よりも同棲の経験の割合が大きい。

図表 -9 同棲の経験



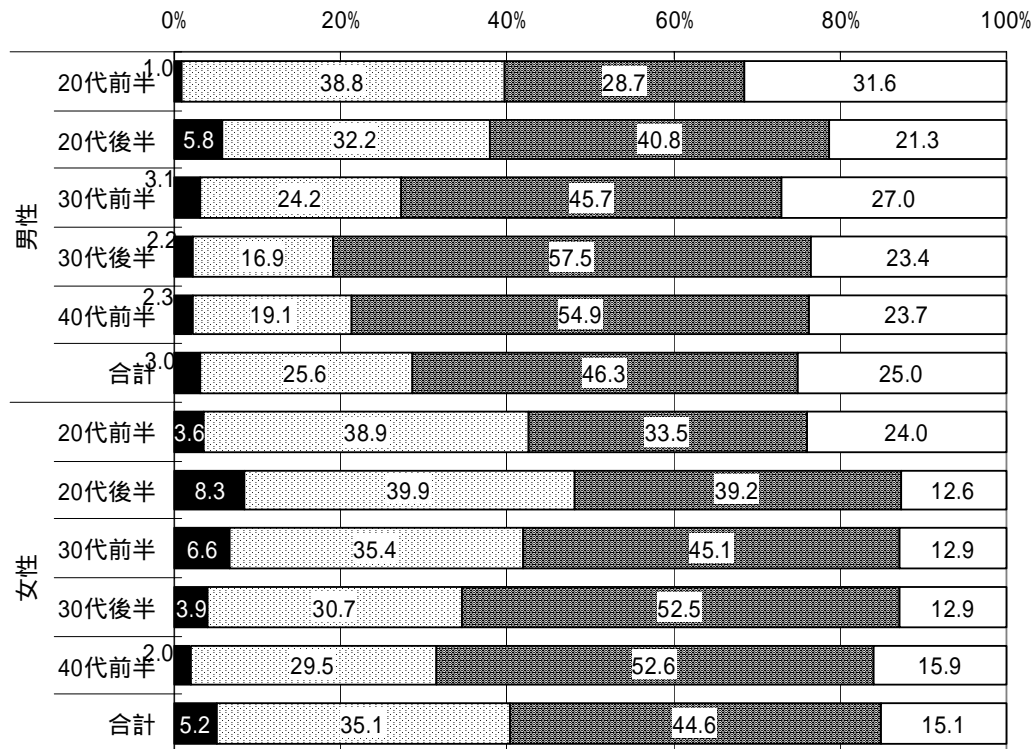
(3) 交際相手について

交際相手の有無

男女とも年齢層が高いほど、「現在、特定の交際相手がいる」とする割合は小さく、逆に、「過去に特定の交際相手がいたが、現在はいない」とする割合が大きくなっている。一方で、「現在も過去も特定の交際相手はいない」とする割合は年齢層によらずほぼ一定で、男性では25%前後、女性では10%台前半となっている。

20歳代前半を除き、いずれの年齢層でも「現在、特定の交際相手がいる」とする割合は女性の方が男性よりも相対的に大きくなっている。

図表 -10 交際相手

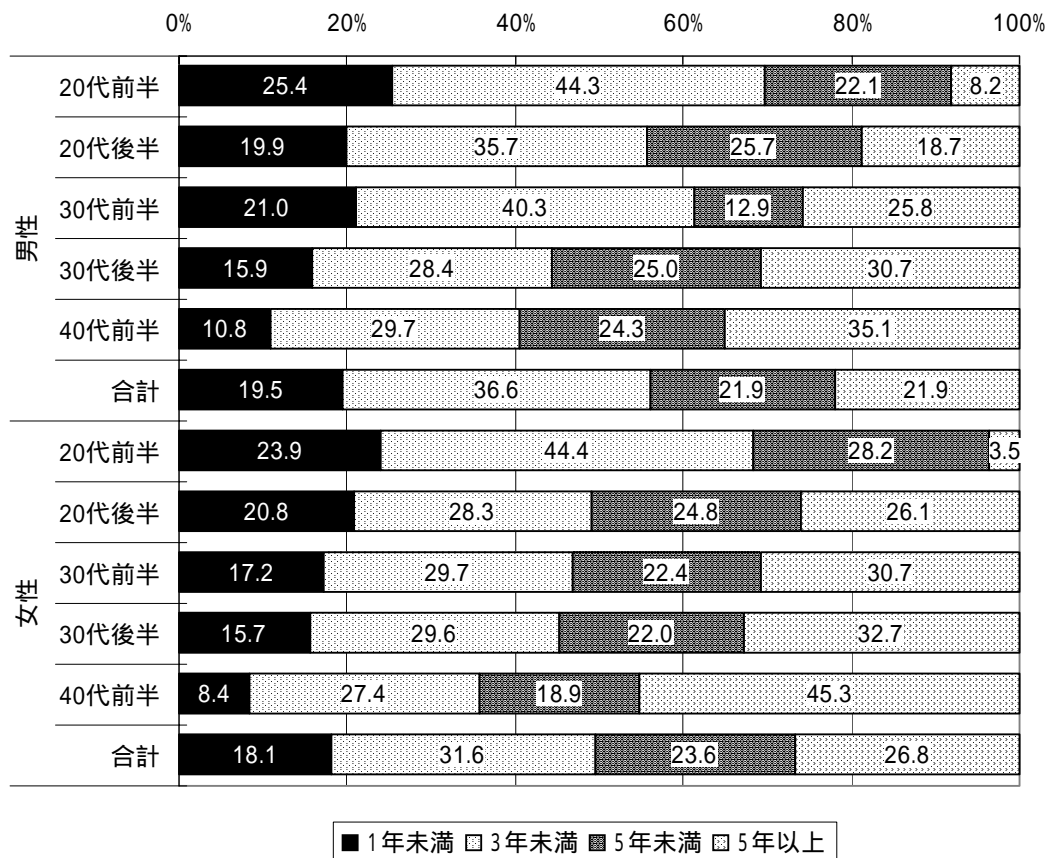


■ 現在、婚約者がある □ 現在、特定の交際相手がいる ■ 過去に特定の交際相手がいたが、現在はいない □ 現在も過去も特定の交際相手はいない

交際している期間

現在、特定の交際相手がいる回答者には、交際している年月を回答してもらっている。男女とも年齢層が高いほど、交際している年月は長くなる。

図表 -11 交際している年月

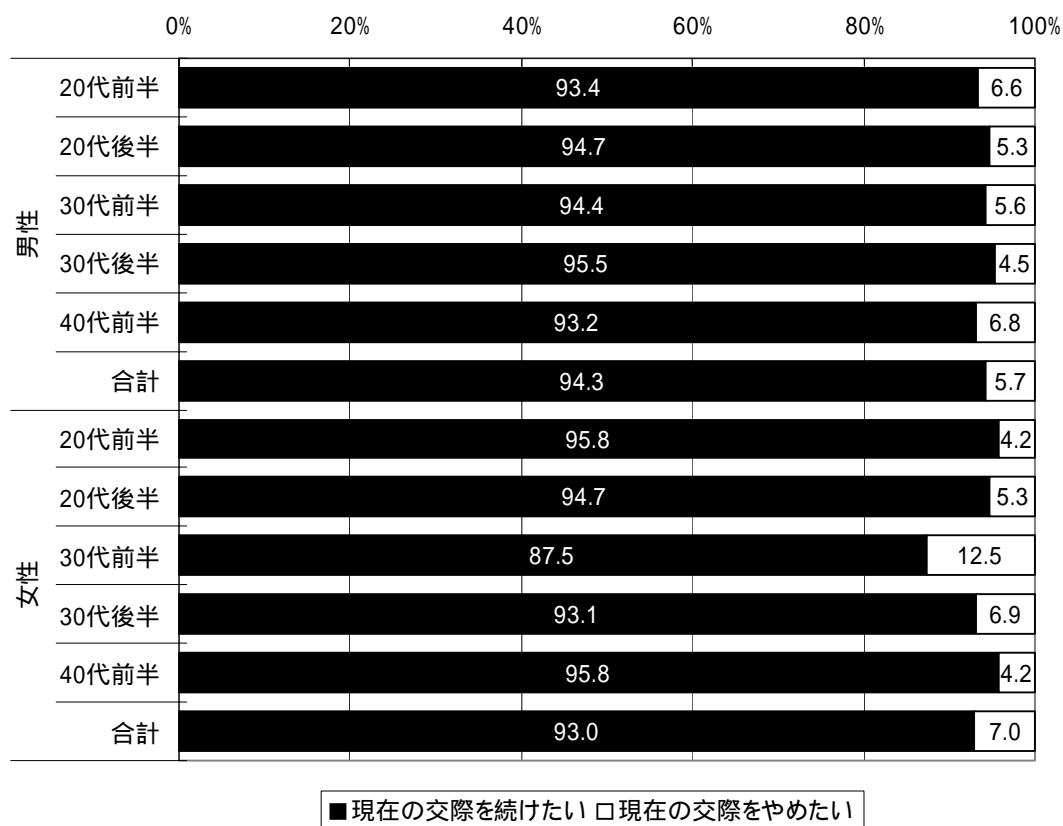


交際継続の意向

現在、特定の交際相手がいる回答者には、現在の交際の継続意向を回答してもらっている。

男性・女性ともいずれの年齢層でもほとんどが「現在の交際を続けたい」としている。30代前半の女性では、「現在の交際をやめたい」が12.5%と1割を超えている。

図表 -12 交際継続の意向

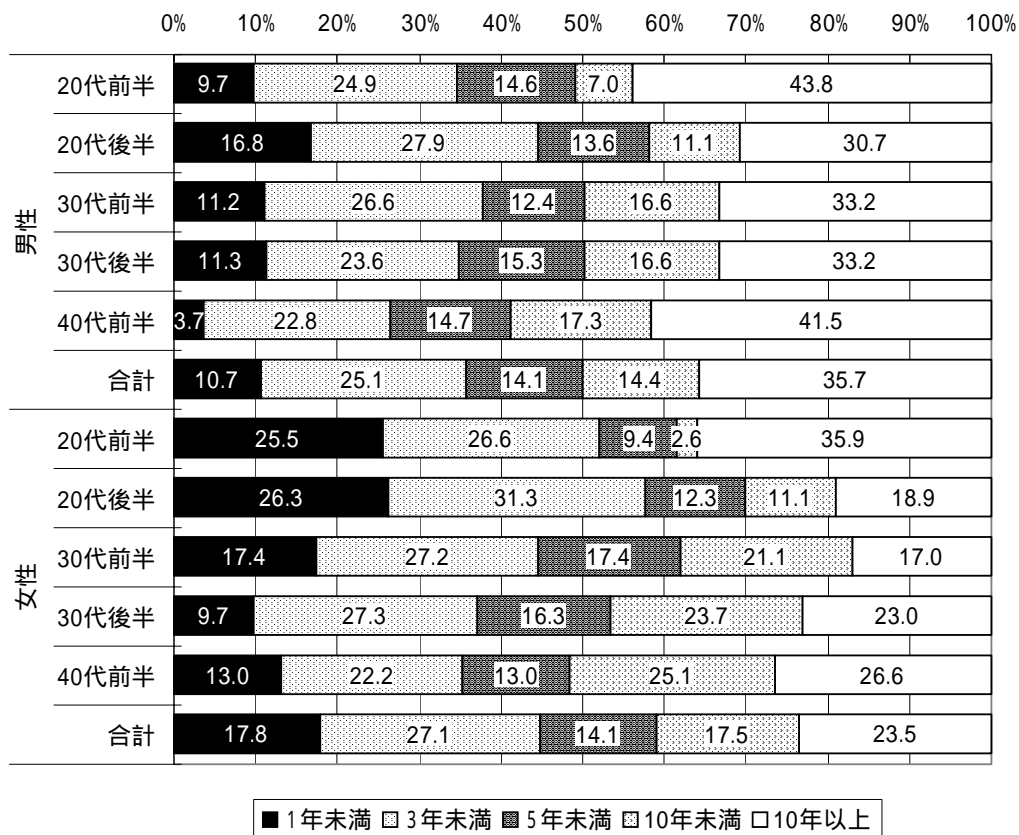


交際相手がいない年月

現在、特定の交際相手がいない回答者には、交際相手がいない年月を回答してもらっている。

10年以上交際相手がいない割合は、男性が35.7%、女性が23.5%となっている。

図表 -13 交際相手がいない年月

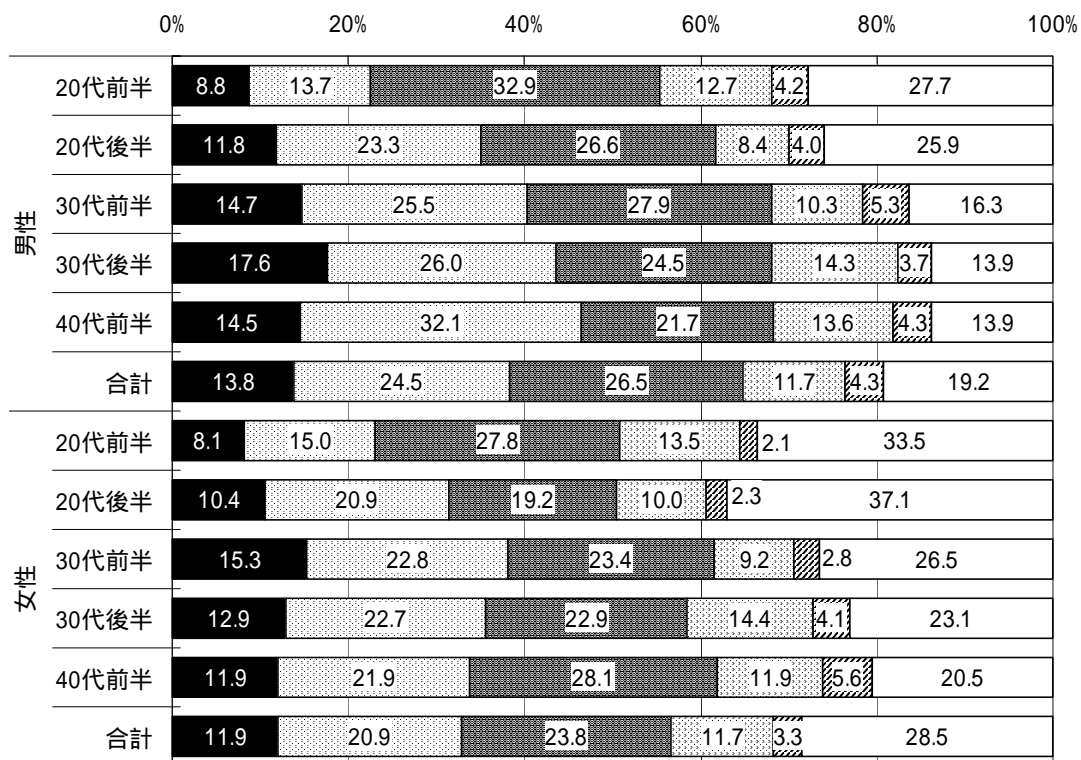


(4) 新たな交際の意向について

男性・女性とも年齢層別の傾向はほぼ同じである。その中で、男性の方が女性よりも、「結婚したいので交際相手が欲しい」「結婚したい人とであれば交際したい」とする割合が大きい。反対に女性では「今の交際を続けたい」が多くなっている。これは、先に見たように、女性の方が「現在、特定の交際相手がいる」とする割合が男性より大きいことによると考えられる。

その他、男性・女性ともいずれの年齢層においても「特定の交際相手はほしいが、結婚は考えていない」とする割合が2～3割いる。

図表 -14 新たな交際の意向



■ 結婚したいので交際相手が欲しい □ 結婚したい人とあれば交際したい ■ 交際相手はほしいが、結婚は考えていない □ 今は、交際相手は欲しいが、交際相手は □ 交際相手は □ 今の交際を続けたい

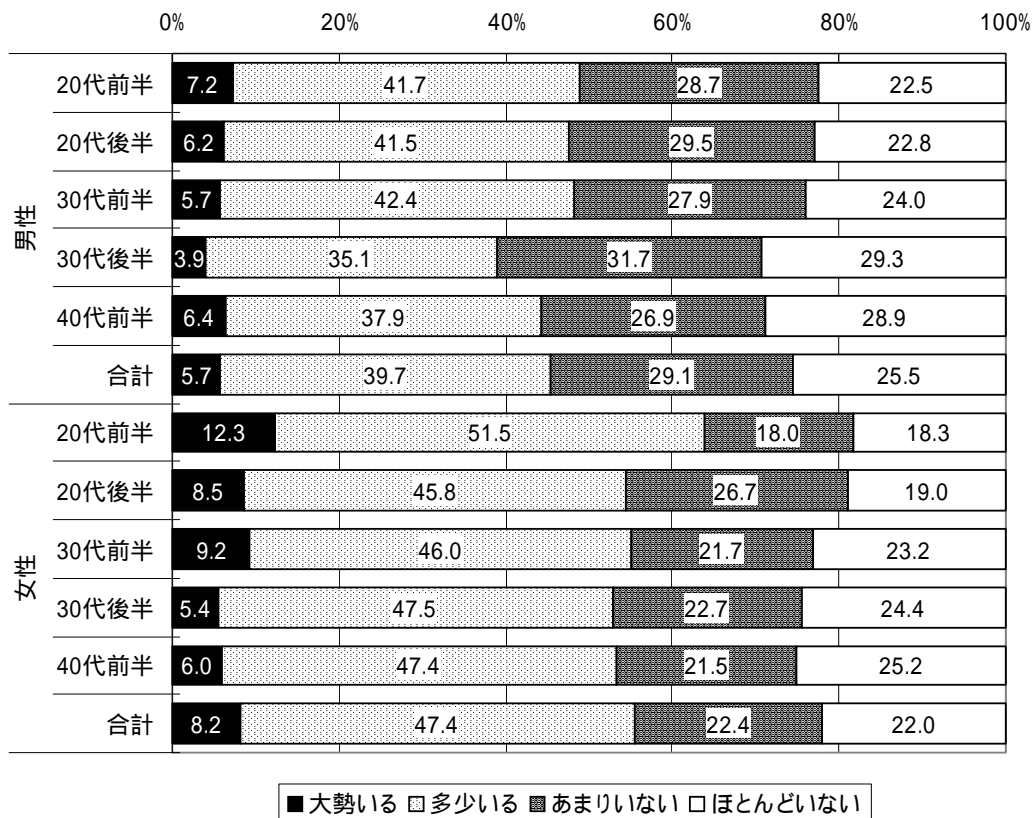
(5) よく話をする独身異性について

よく話をする独身異性の有無

よく話をする独身の異性が「大勢いる」あるいは「多少いる」とする割合は、男性では5割弱、女性では5割強であり、全体として女性の方がいる傾向が強い。具体的には、女性の方が「多少いる」が男性よりも多く、逆に男性の方が「あまりいない」が女性より多い。

男性・女性とも、年齢層による違いは大きくない。

図表 -15 よく話をする独身の異性

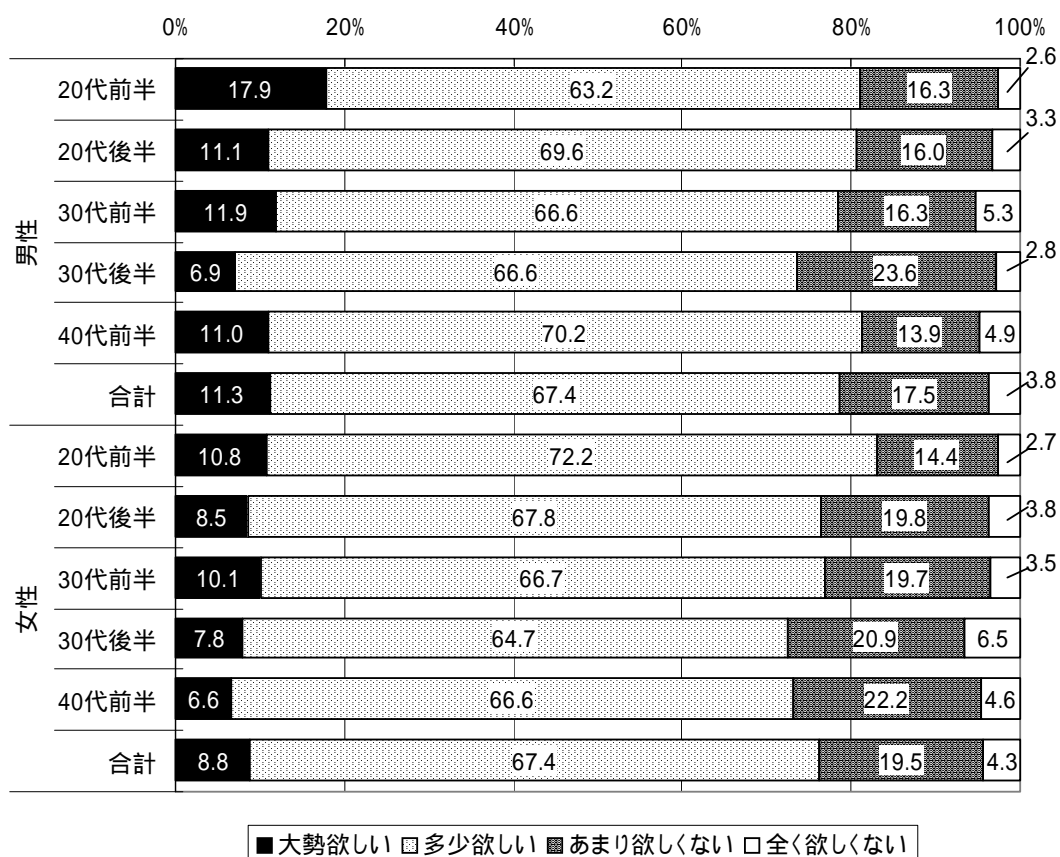


よく話をする独身異性の意向

男女ともよく話をする独身異性については、「大勢ほしい」あるいは「多少ほしい」と考えている割合が7～8割近くいる。

男女とも年齢層が高くなるほど、よく話をする独身異性への意向はやや小さくなる。

図表 -16 よく話をする独身の異性への意向



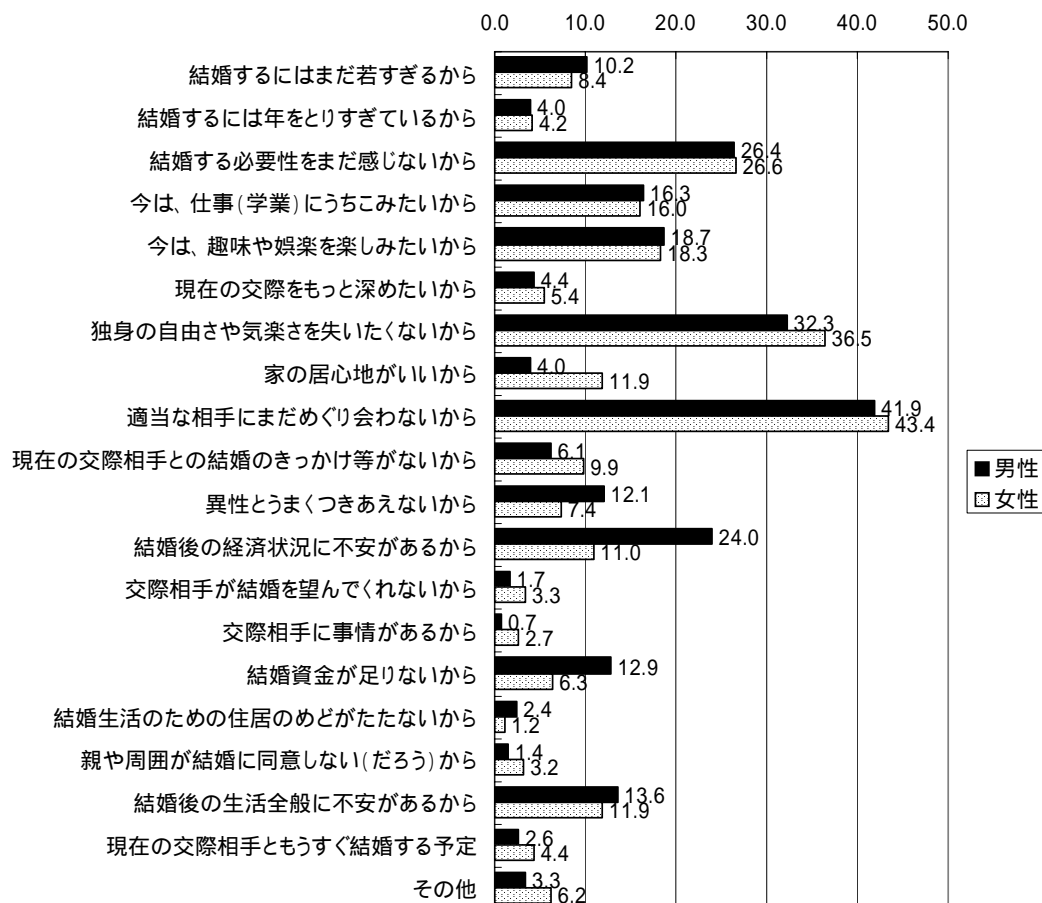
3 . 結婚への意識

(1) 独身でいる理由について

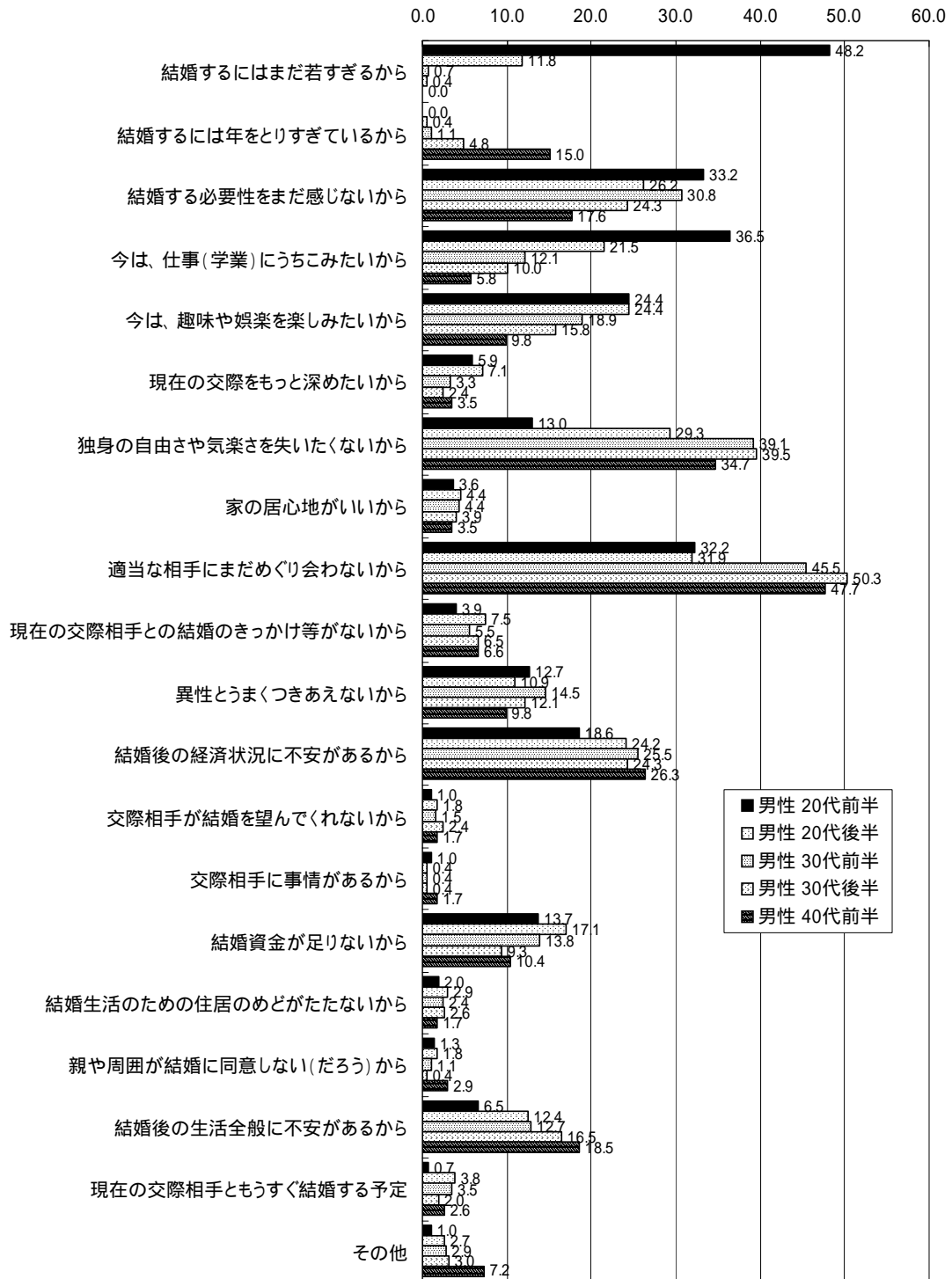
性別による違いはほとんどみられない。20 歳代前半を除き、「適当な相手にまだめぐり合わないから」が約4～5割と最も多く、次いで、「独身の自由さや気楽さを失いたくないから」が3～4割程度で続いている。その他、「結婚後の経済状況に不安があるから」も2割程度となっている。

その他、年齢層が低いほど、「結婚するにはまだ若すぎるから」「結婚する必要性をまだ感じないから」「今は、仕事(または学業)にうちこみたいから」「今は、趣味や娯楽を楽しみたいから」とする割合が大きくなっている。

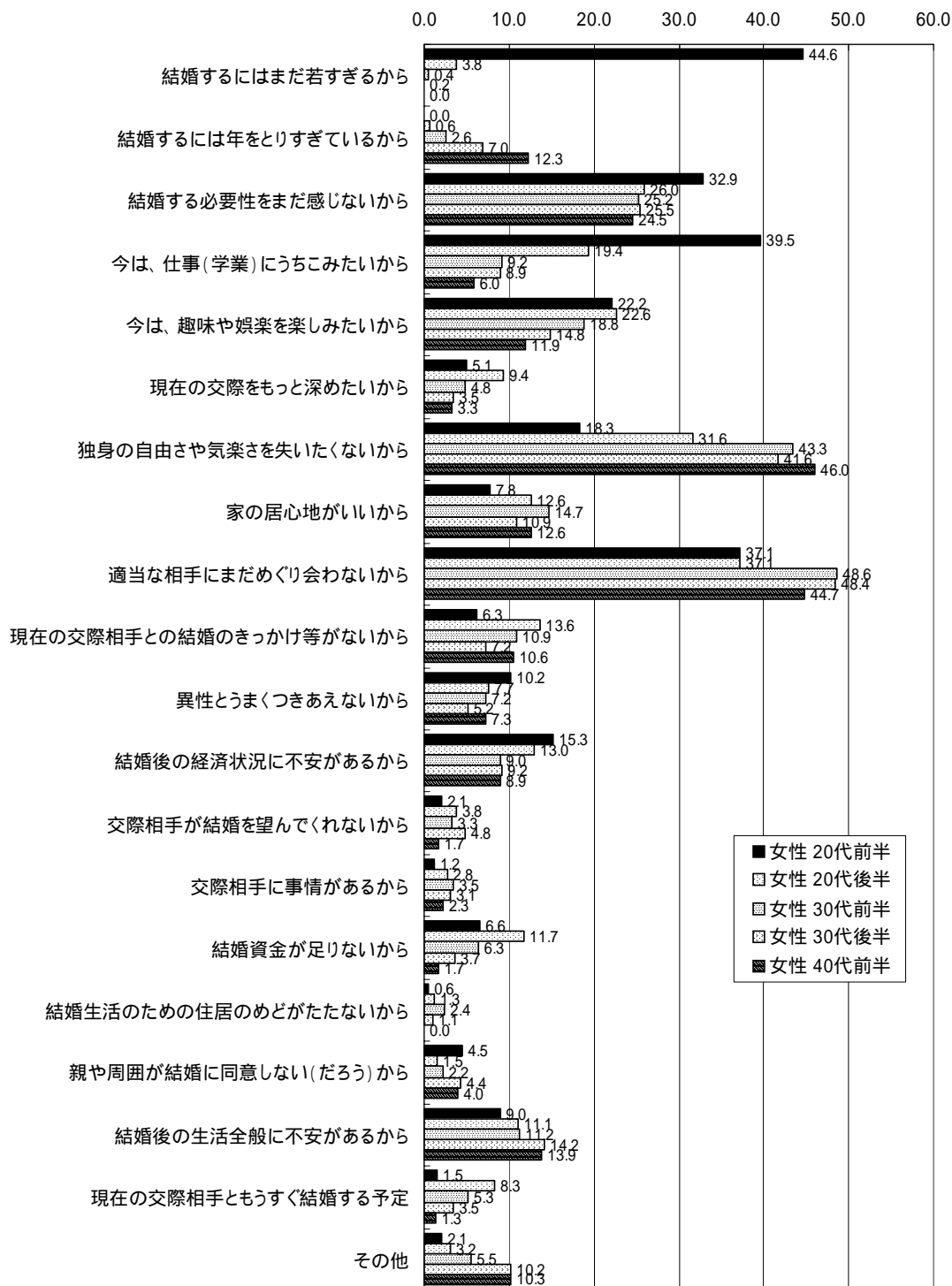
図表 -17 独身でいる理由



図表 -18 独身でいる理由（男性：年齢別）



図表 -19 独身でいる理由（女性：年齢別）

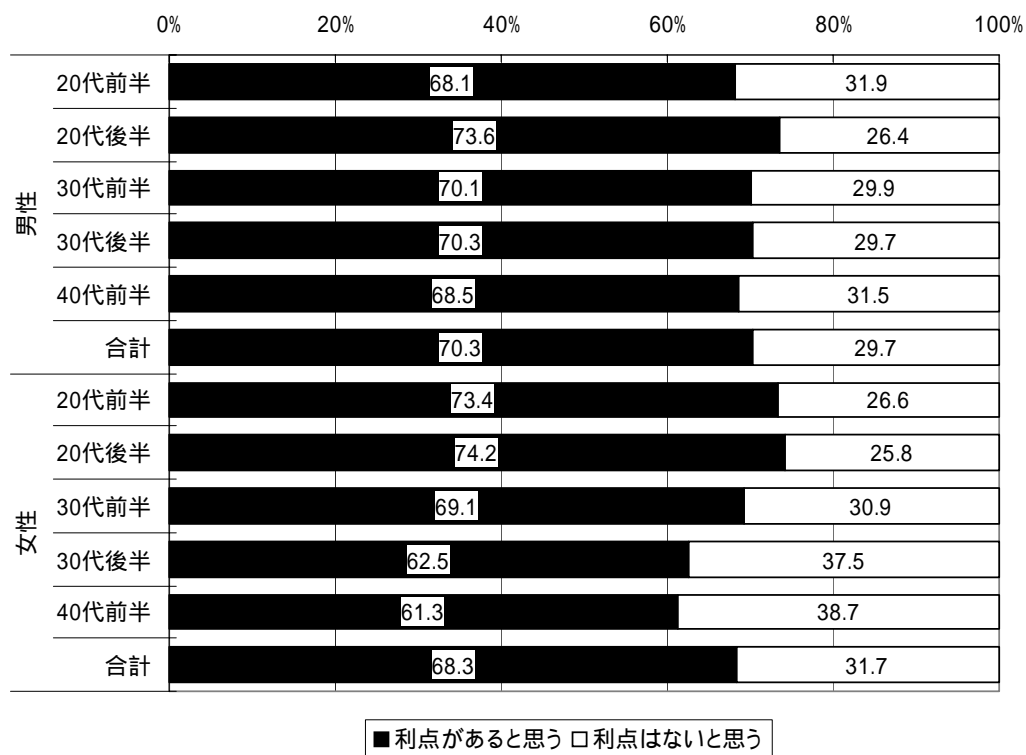


(2) 結婚の利点について

結婚の利点の有無

結婚の利点については、男女とも7割近くが「利点があると思う」としている。その中で、30歳代後半以降の女性については、「利点があると思う」とする割合が6割強と、男性や、女性の他の年齢層よりも利点と考える割合は低くなっている。

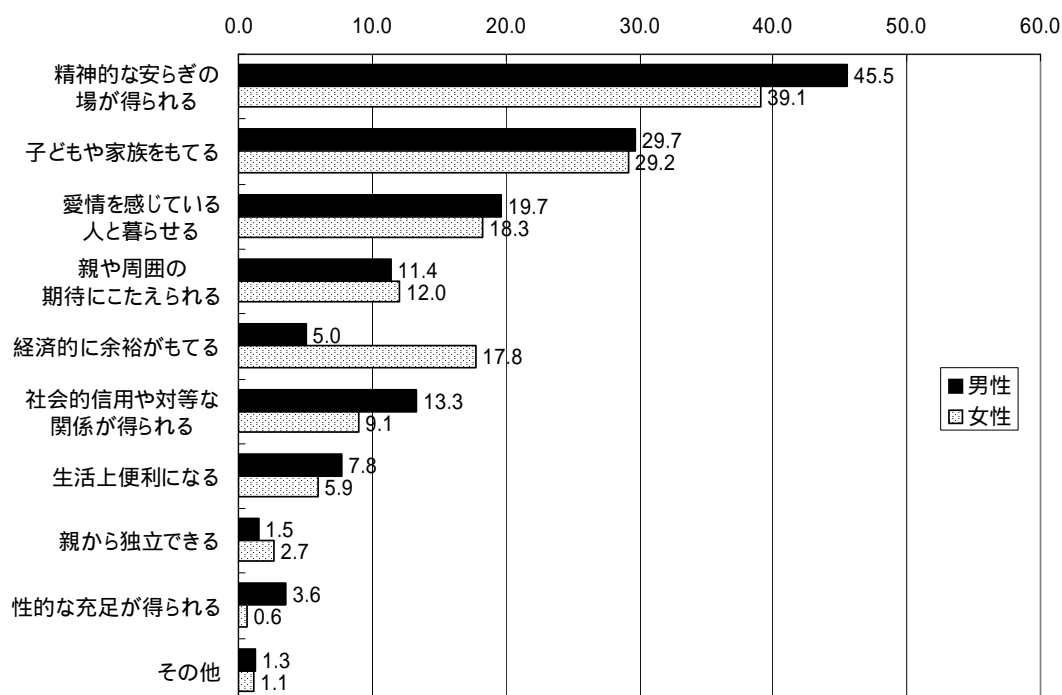
図表 -20 結婚の利点



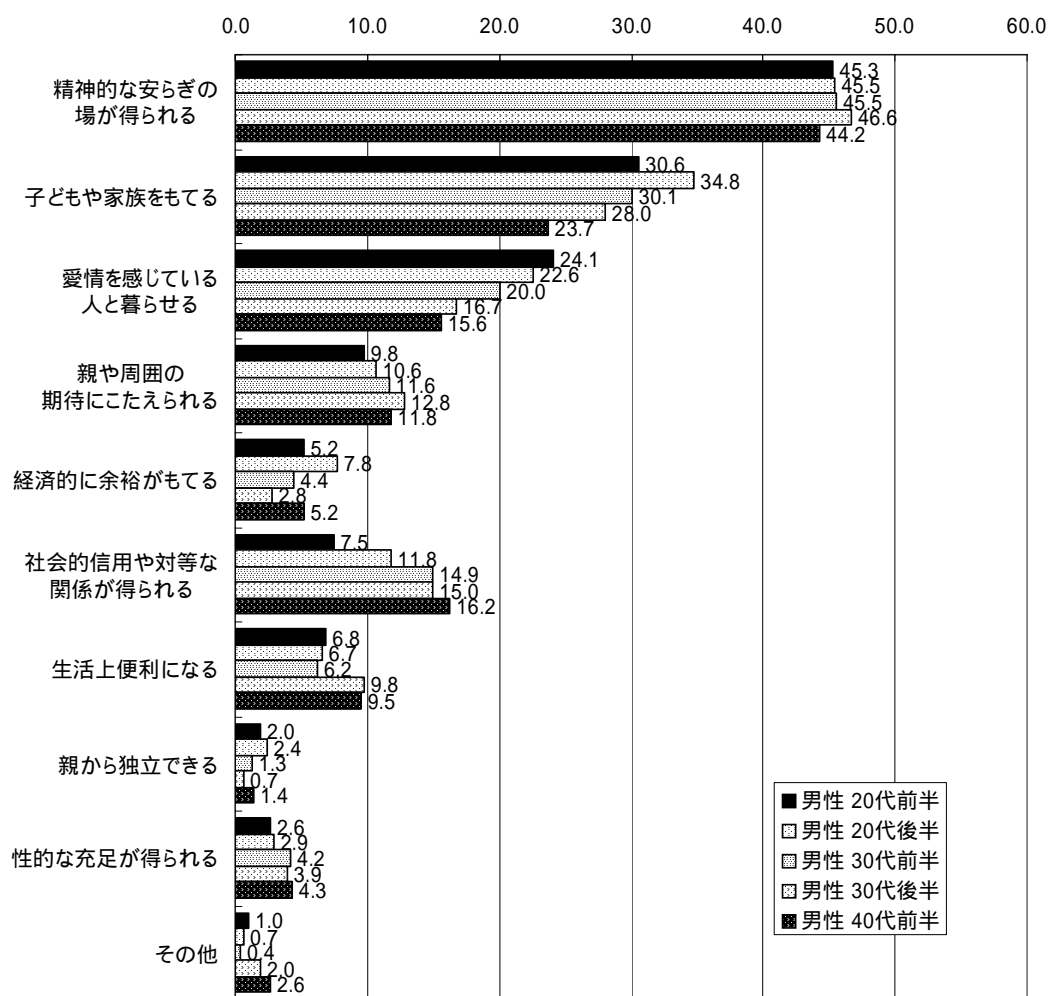
結婚の具体的な利点

結婚の最大の利点は、性別・年齢階層別によらず、「精神的な安らぎの場が得られる」が最も多くなっている。その他、「自分の子どもや家族をもてる」が次いで大きくなっている。また、女性では年齢層が高くなるに従い、「経済的に余裕がもてる」が多くなっている。

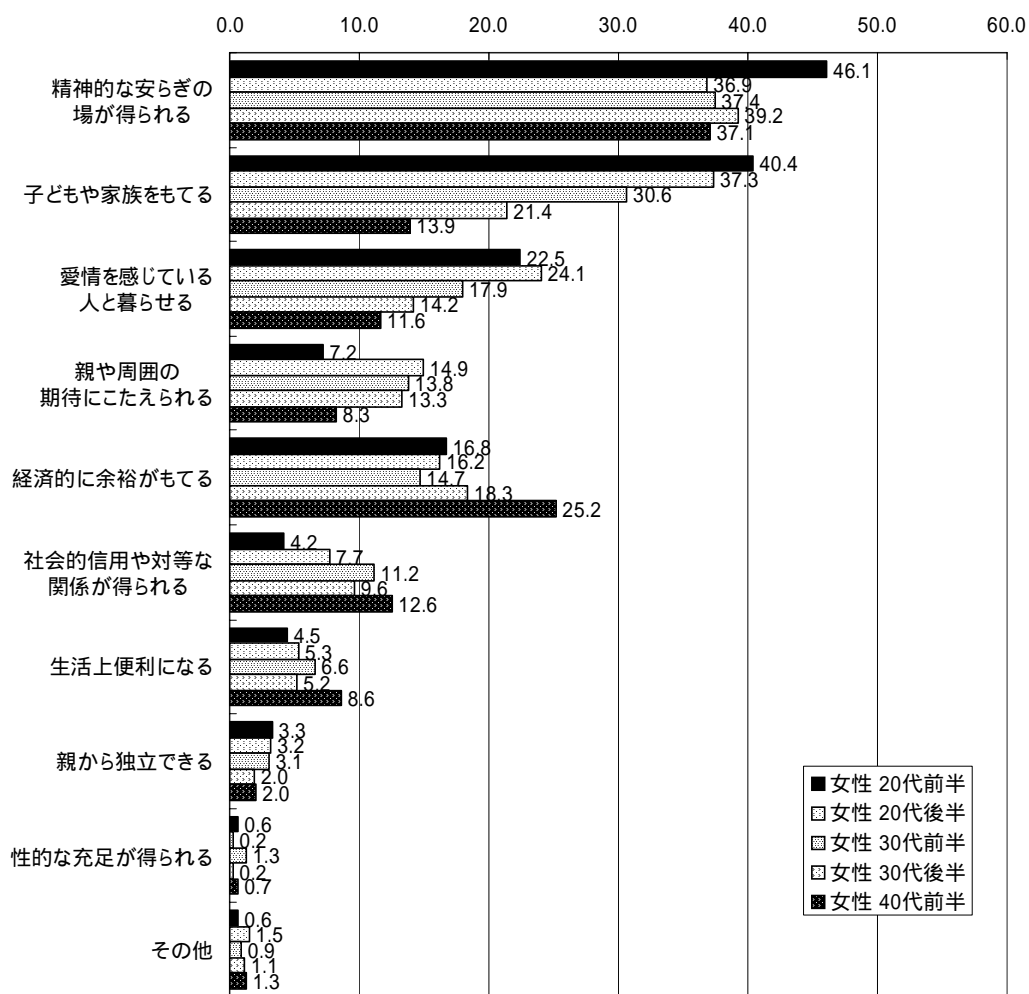
図表 -21 具体的な利点



図表 -22 具体的な利点（男性：年齢別）



図表 -23 具体的な利点（女性：年齢別）



(3) 結婚観について

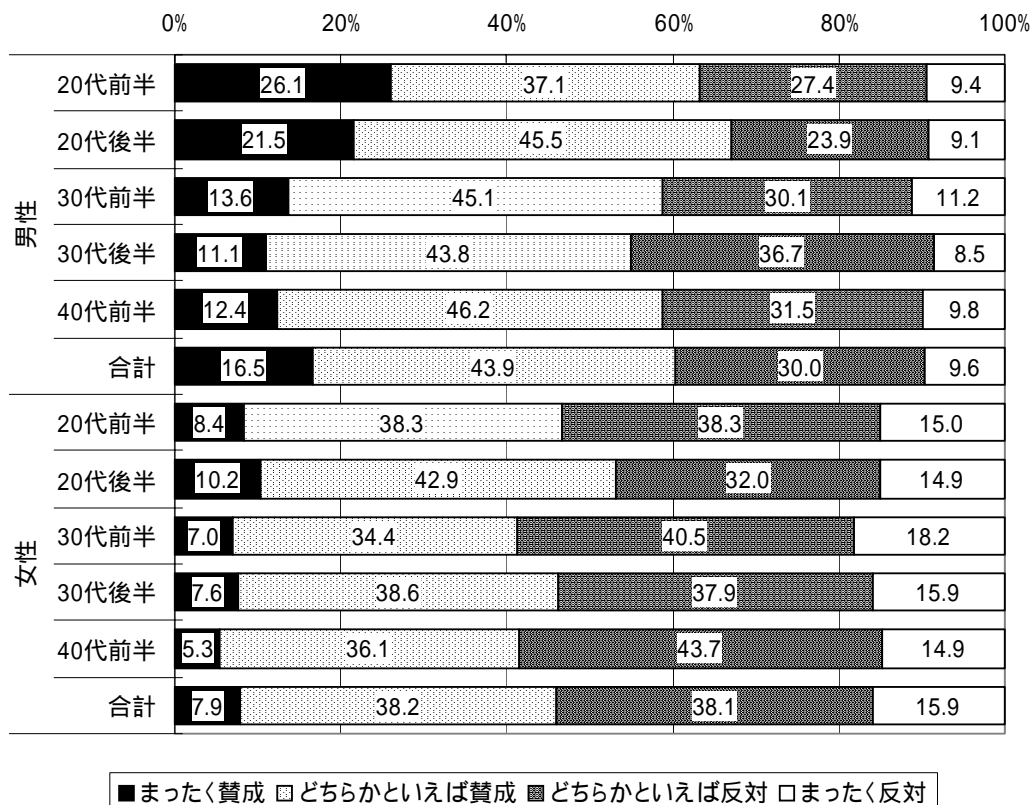
生涯独身で過ごす生き方

「生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない」という考え方について、男性平均では、「まったく賛成」が16.5%、「どちらかと言えば賛成」が43.9%となっており（合計で60.4%）、女性での回答（それぞれ7.9%、38.2%、合計46.1%）よりも、賛成と考える割合が大きい。

出生動向調査で賛成としているのは、男性60.9%、女性53.0%であり、本調査結果と比べると、男性ではほぼ同じ回答割合、女性ではやや賛成の割合が小さくなっている。

年齢別には、20歳代の男性において「まったく賛成」と考える割合が2割を超えるなど他の年齢層に比べて大きくなっている。

図表 -24 生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない

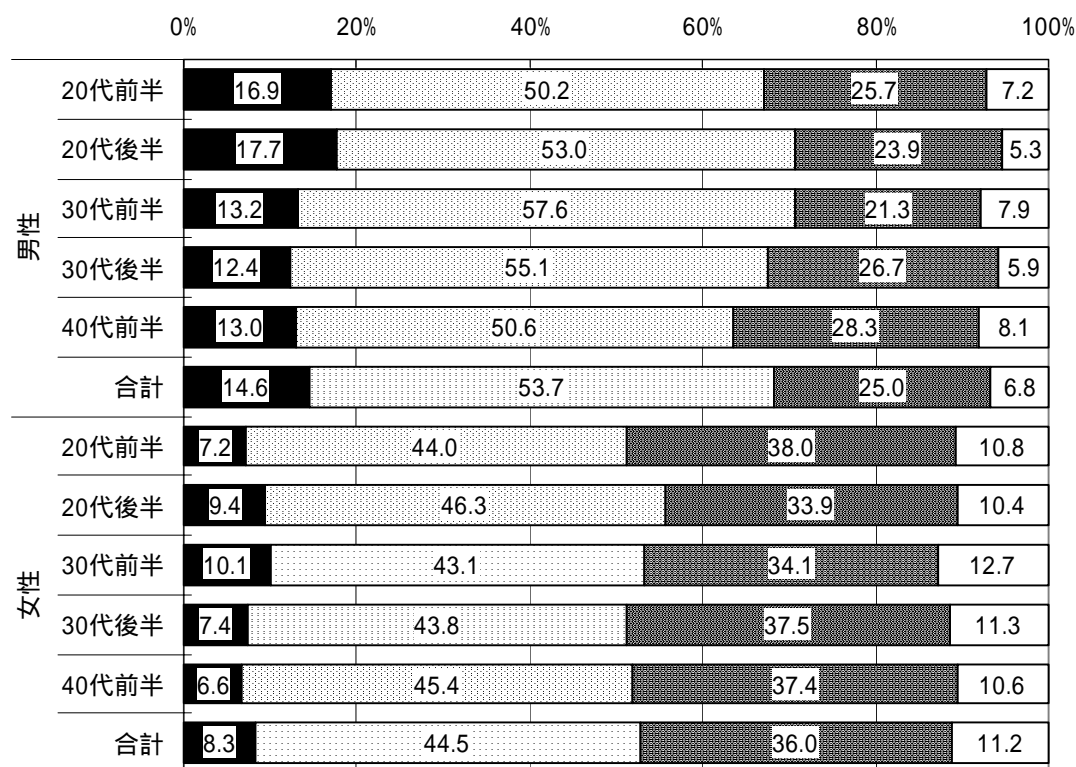


同棲なら結婚すべきか

「男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである」という考え方について、男性平均では、「まったく賛成」が14.6%、「どちらかといえば賛成」が53.7%となっており（合計で68.3%）、女性での回答（それぞれ8.3%、44.5%、合計52.7%）よりも、賛成と考える割合が大きい。年齢による違いは、男女ともほとんどみられない。

出生動向調査で賛成としているのは、男性71.6%、女性60.3%であり、本調査結果と比べると、男性ではほぼ同じ回答割合、女性では本調査結果の方がやや賛成の割合が小さくなっている。

図表 -25 男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである



■まったく賛成 □どちらかといえば賛成 ■どちらかといえば反対 □まったく反対

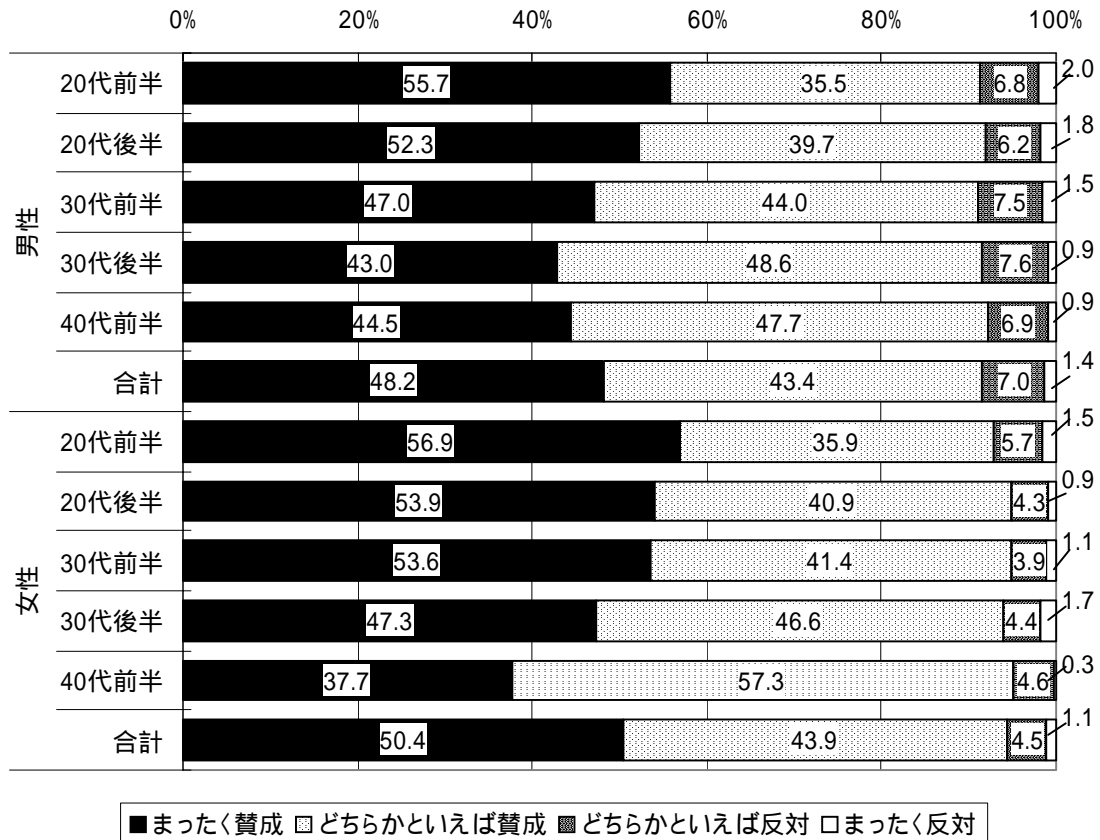
結婚前の性交渉

「結婚前の男女でも愛情があるなら性交渉をもってもかまわない」という考え方について、男女とも「まったく賛成」「どちらかと言えば賛成」とする割合が多く、両者を併せると、男性 92.2%、女性 94.3%となっている。性別による違いはほとんどみられない。

一方で、年齢層別には、「まったく賛成」「どちらかと言えば賛成」の合計の割合はほとんど変わらないが、「まったく賛成」とする割合は、年齢層が高いほど小さくなる傾向がみられる。

出生動向調査で賛成としているのは、男性 81.1%、女性 82.2%であり、本調査結果と比べると、本調査結果の方が男女とも賛成と考える割合が高くなっている。

図表 -26 結婚前の男女でも愛情があるなら性交渉をもってもかまわない

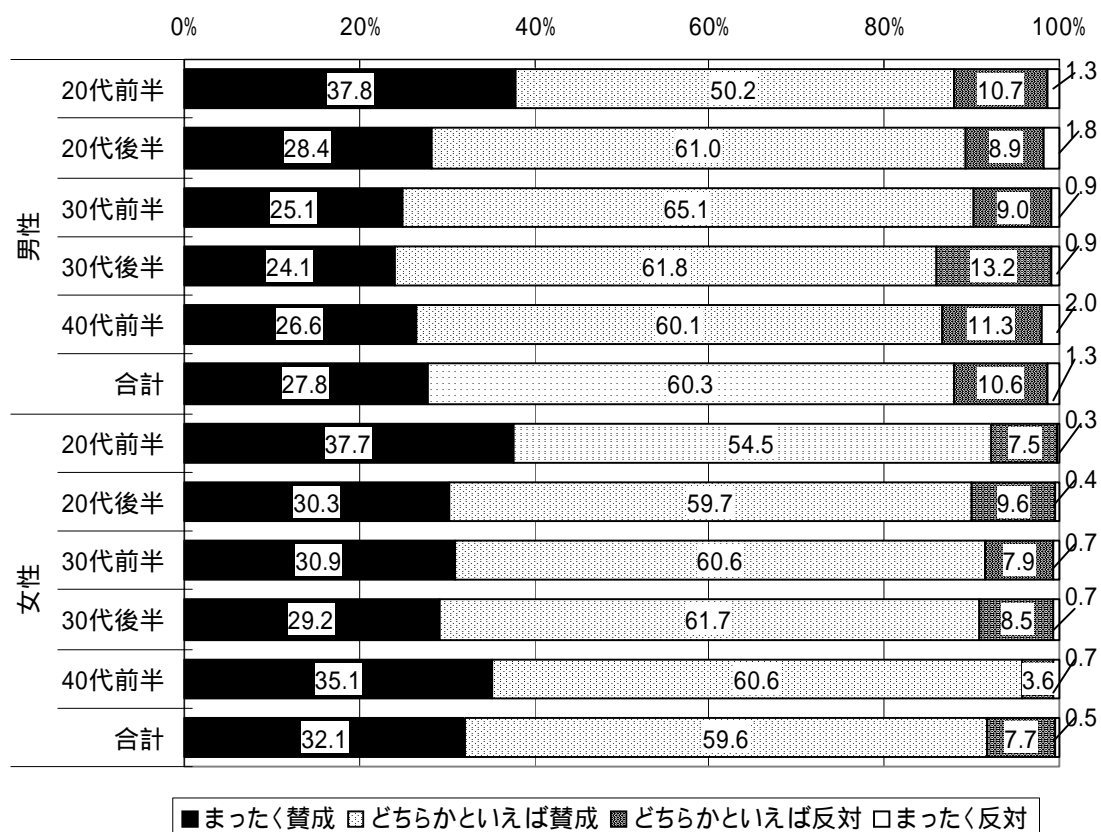


結婚後の自己目標

「結婚しても、人生には結婚相手や家族とは別の自分だけの目標を持つべきである」という考え方について、男女とも「まったく賛成」「どちらかといえば賛成」とする割合が多く、両者を併せると、男性 88.1%、女性 91.7%となっている。性別による違いはほとんどみられない。年齢層別には、男女とも 20 歳代前半において「まったく賛成」とする割合が約 38%と他の年齢層よりも大きくなっている。

出生動向調査で賛成としているのは、男性 77.3%、女性 81.3%であり、本調査結果と比べると、男女とも大きな差はみられない。

図表 -27 結婚しても、人生には結婚相手や家族とは別の自分だけの目標を持つべきである

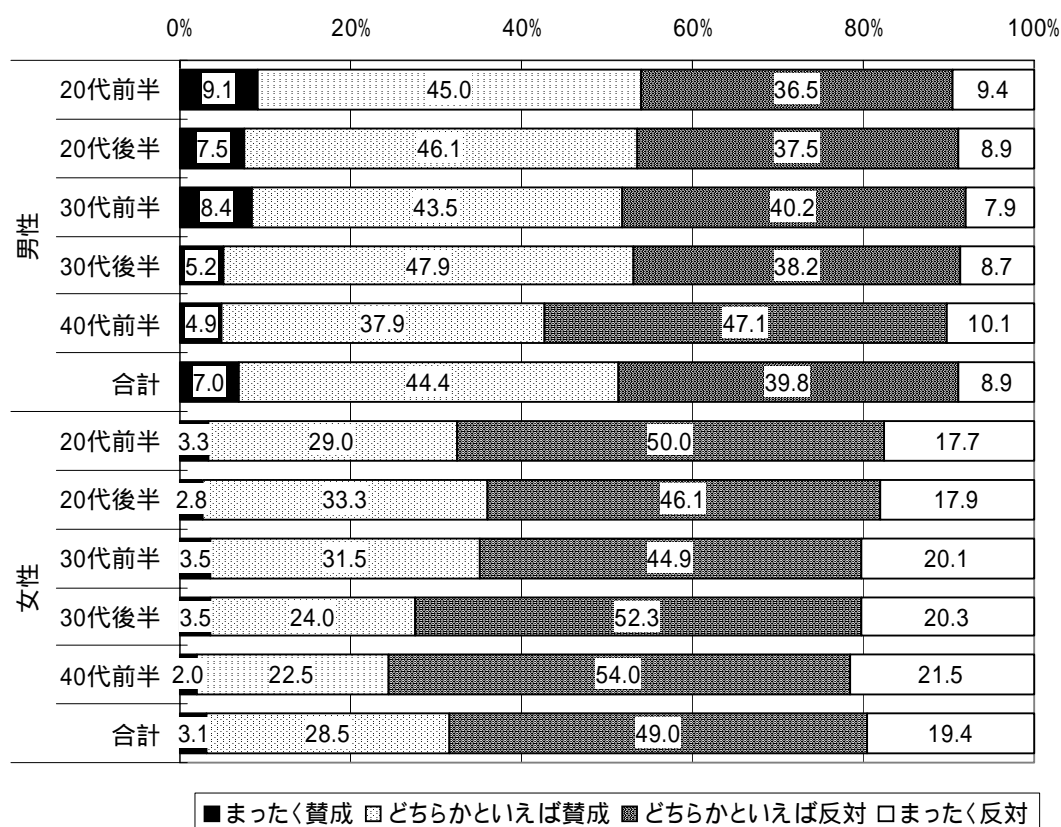


結婚後の自己犠牲

「結婚したら、家庭のためには自分の個性や生き方を半分犠牲にするのは当然だ」という考え方について、賛成の状況を見ると、男性では「まったく賛成」が7.0%、「どちらかと言えば賛成」が44.4%であり両者の合計は51.4%と約半数である。一方で、女性は「まったく賛成」が3.1%、「どちらかと言えば賛成」が28.5%であり両者の合計は31.6%となっており、男性の方が賛成と考える割合がかなり大きい。年齢層別には、男性では40歳代前半を除いてほとんど違いはみられないが、女性では年齢層が高いほど賛成と考える割合は低下する傾向が顕著である。

出生動向調査で賛成としているのは、男性51.8%、女性35.4%であり、本調査結果と比べると、男女とも大きな差はみられない。

図表 -28 結婚したら、家庭のためには自分の個性や生き方を半分犠牲にするのは当然だ



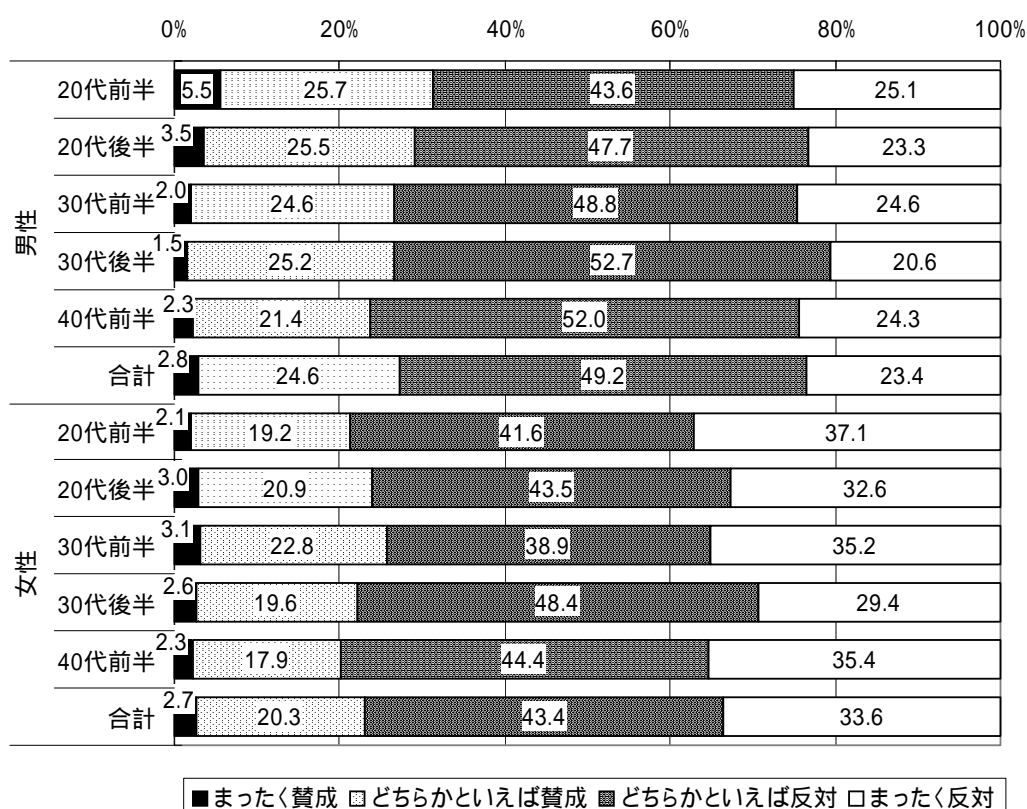
夫は仕事、妻は家族を守るべきか

「結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ」という考え方について、男女とも「まったく賛成」「どちらかといえば賛成」とする割合はあまり多くなく、両者を併せると、男性 27.4%、女性 23.0%となっている。

年齢層別による違いは、男性では年齢層が高いほど賛成とする割合が低下する傾向がややみられるが、女性では年齢層別の違いはほとんどみられない。

出生動向調査で賛成としているのは、男性 40.3%、女性 28.9%であり、本調査結果と比べると、本調査結果の方が男女ともに賛成とする割合がかなり小さい。

図表 -29 結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ



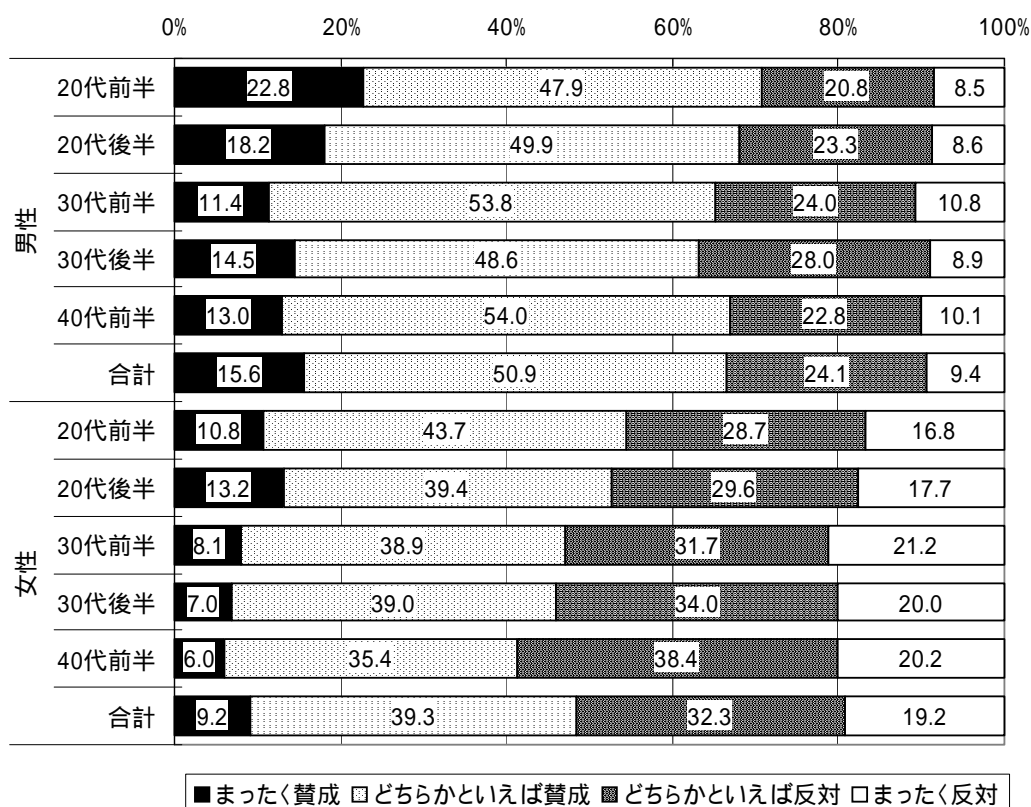
結婚後は子どもを持つべきか

「結婚したら、子どもを持つべきだ」という考え方について、賛成の状況を見ると、男性では「まったく賛成」が15.6%、「どちらかといえば賛成」が50.9%であり両者の合計は66.5%となっている。一方で、女性は「まったく賛成」が9.2%、「どちらかといえば賛成」が39.3%であり両者の合計は48.5%となっており、男性の方が賛成と考える割合がかなり大きい。

また、年齢層別には男性の40歳代前半を除き、男女とも年齢層が高いほど賛成とする割合が低下する傾向がみられる。

出生動向調査で賛成としているのは、男性76.2%、女性38.8%であり、本調査結果と比べると、本調査結果の方が男女とも賛成とする割合はかなり小さくなっている。

図表 -30 結婚したら、子どもを持つべきだ



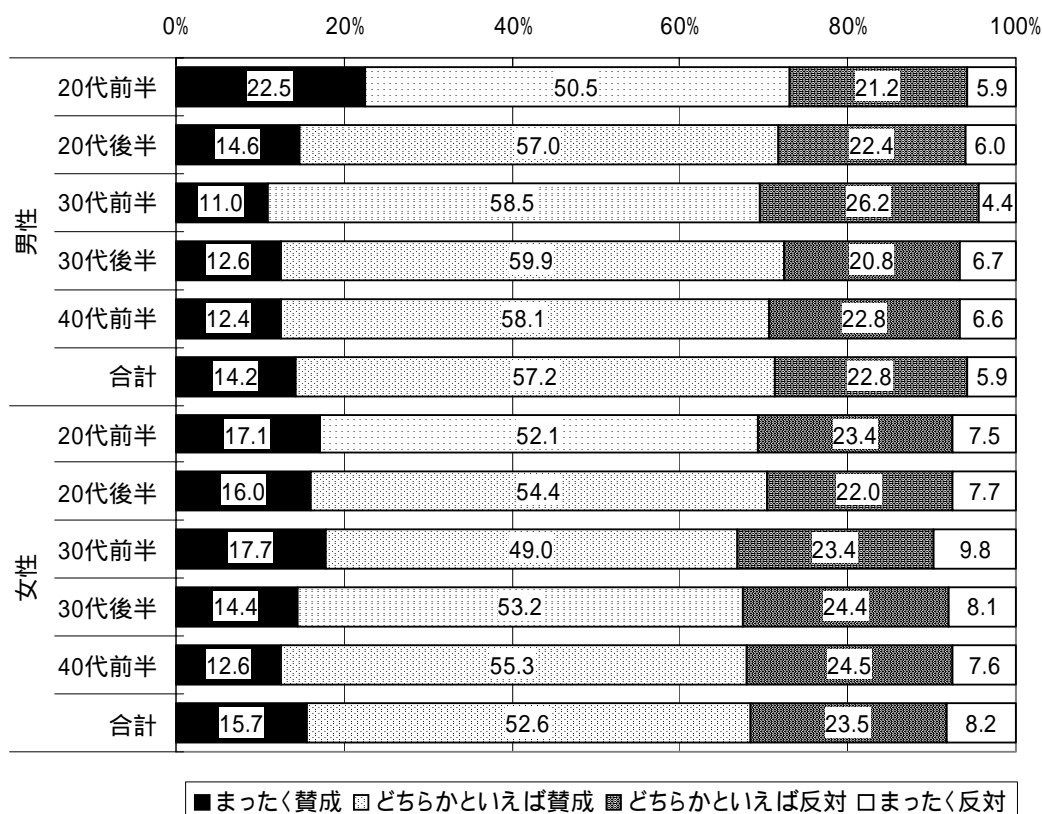
結婚後の母親は育児に専念すべきか

「少なくとも子どもが小さいうちは、母親は仕事を持たずに家にいるのが望ましい」という考え方について、賛成の状況を見ると、男性では「まったく賛成」が 14.2%、「どちらかといえば賛成」が 57.2%であり両者の合計は 71.4%となっている。一方で、女性は「まったく賛成」が 15.7%、「どちらかといえば賛成」が 52.6%であり両者の合計は 68.3%となっており、男性の差は小さい。

年齢層別には、男女とも顕著ではないが、年齢層が低いと「まったく賛成」とする割合がやや大きくなっている。

出生動向調査で賛成としているのは、男性 76.4%、女性 77.1%であり、本調査結果と比べると、本調査結果の方が男女とも賛成とする割合はやや小さくなっている。

図表 -31 少なくとも子どもが小さいうちは、
母親は仕事を持たずに家にいるのが望ましい



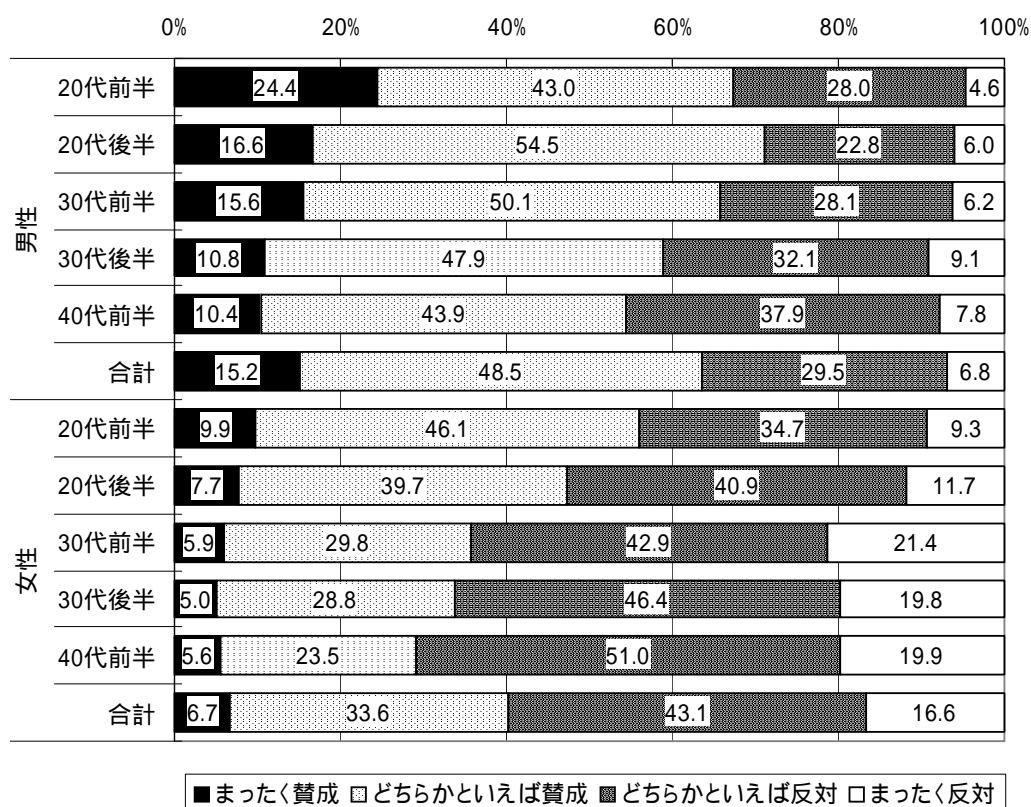
離婚は避けるべきか

「いったん結婚したら、性格の不一致ぐらいで別れるべきではない」という考え方について、賛成の状況を見ると、男性では「まったく賛成」が 15.2%、「どちらかと言えば賛成」が 48.5%であり両者の合計は 63.7%となっている。一方で、女性は「まったく賛成」が 6.7%、「どちらかと言えば賛成」が 33.6%であり両者の合計は 40.3%となっており、男性の方が賛成と考える割合がかなり大きい。

年齢層別には、男女とも年齢層が高いほど賛成と考える割合が低下しており、特に女性ではその傾向が顕著である。

出生動向調査で賛成としているのは、男性 66.4%、女性 52.8%であり、本調査結果と比べると、本調査結果の方が特に女性で賛成とする割合が小さくなっている。

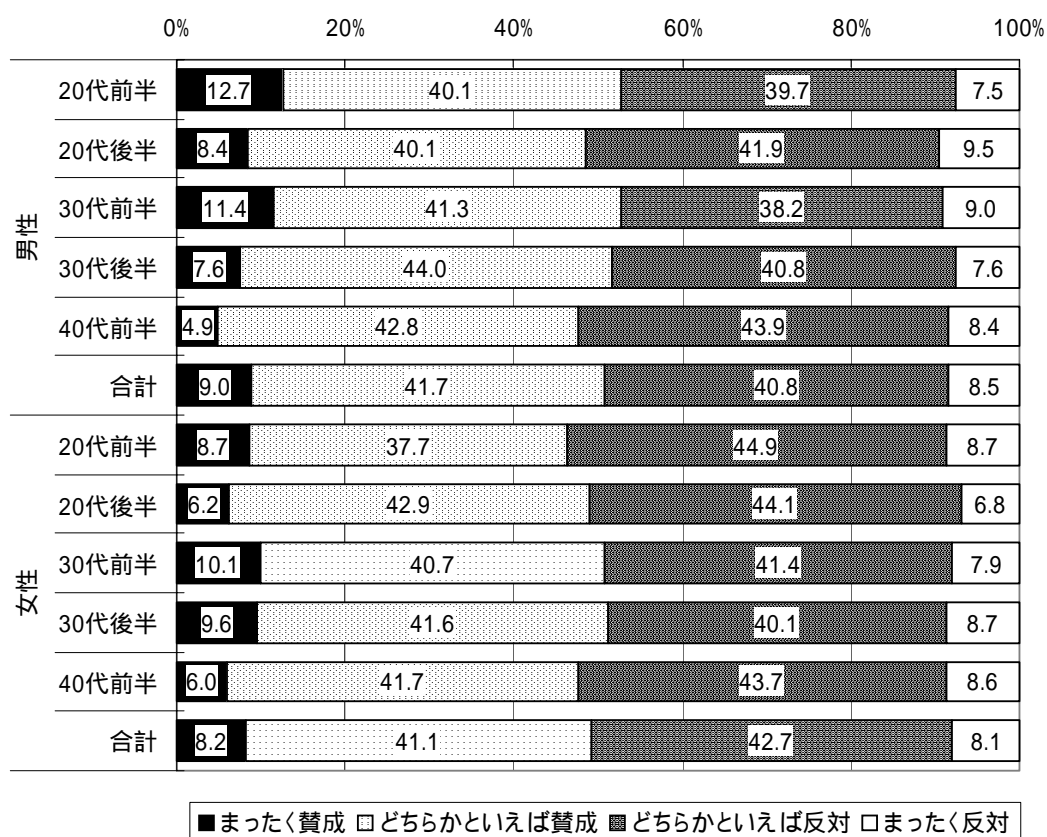
図表 -32 いったん結婚したら、性格の不一致ぐらいで別れるべきではない



結婚は自然に巡り会うものである

「結婚は自然に巡り会うものであって、積極的に相手を探すものではない」という考え方について、賛成の状況を見ると、男性では「まったく賛成」が9.0%、「どちらかといえば賛成」が41.7%であり両者の合計は50.7%となっている。一方で、女性は「まったく賛成」が8.2%、「どちらかといえば賛成」が41.1%であり両者の合計は49.3%となっており、男女の違いはほとんどみられない。年齢層別にも大きな違いはみられない。

図表 -33 結婚は自然に巡り会うものであって、積極的に相手を探すものではない



(4) 両親や友人について

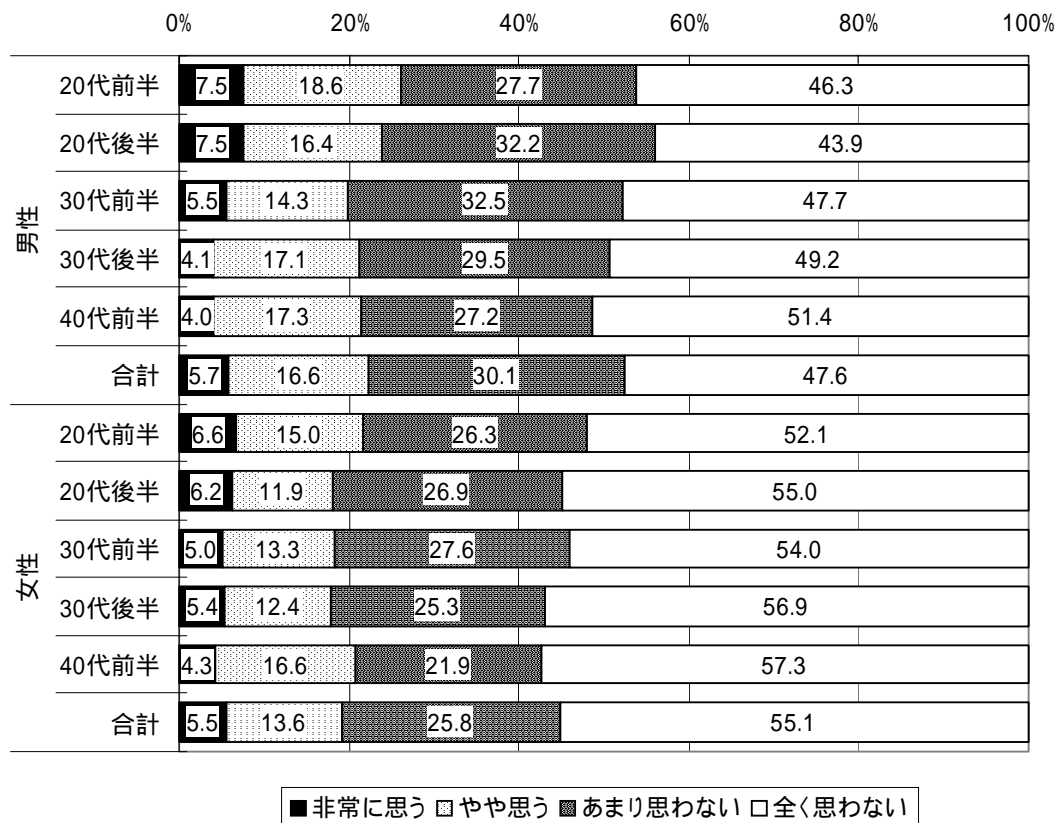
父親が家事をしていたか

「子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だと思う」について、「非常にそう思う」「そう思う」を合わせると、男性では22.3%、女性では20.1%となっており、全体として父親が家事をしていると考える割合は小さい。

男女別には、女性の父親の方がやや「まったく思わない」とする割合が大きい。

年齢層別には、年齢層が高いほど「まったく思わない」とする割合がやや大きくなる傾向がみられる。

図表 -34 子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だと思う

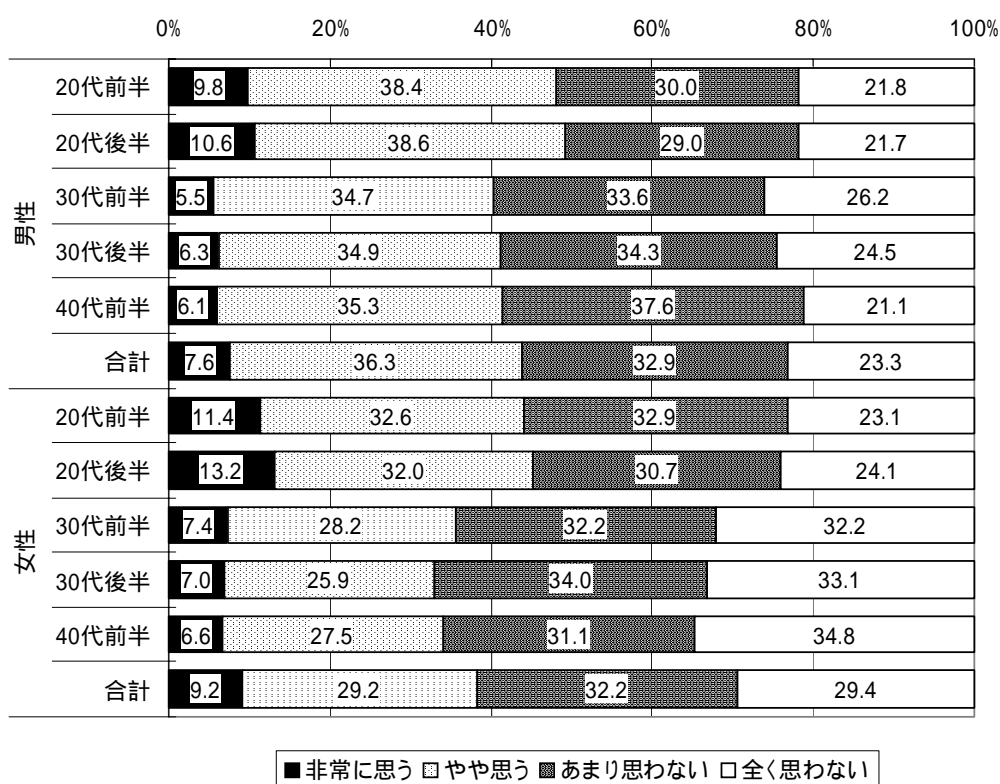


両親の夫婦関係をうらやましく思うか

「ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う」について、「非常にそう思う」「そう思う」を合わせると、男性では43.9%、女性では38.4%となっており、全体として男性の方が両親のような夫婦関係をうらやましく思う傾向がみられる。

年齢層別には、男女とも20歳代で「非常にそう思う」「そう思う」とする割合が30歳代以上よりも高くなっており、20歳代と30歳代以上との間で差がみられる。

図表 -35 ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う

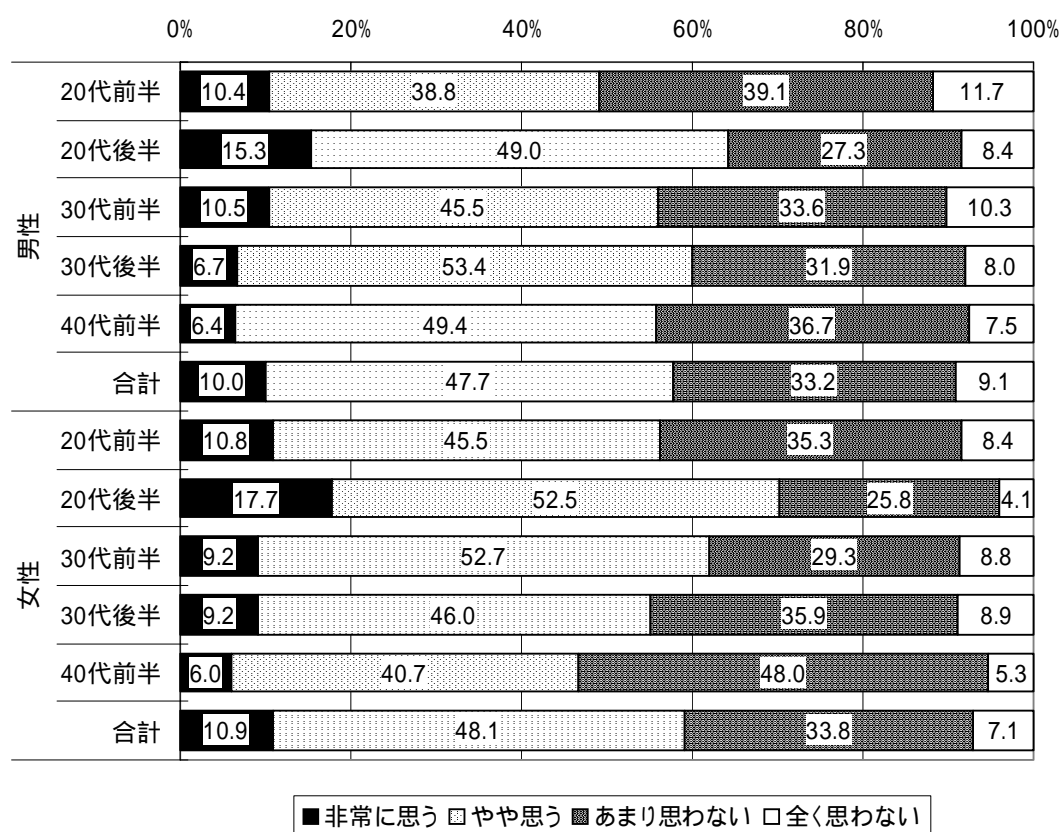


結婚している友人を幸せそうだと思うか

「結婚している周りの友人をみると、幸せそうだと思う」について、「非常にそう思う」「そう思う」を合わせると、男性では 57.7%、女性では 60.0%となっており、全体の約 6 割をしめる。

年齢層では、特に 20 歳代前半において「非常にそう思う」とする割合が大きくなっている。また、女性においては、年齢層が高くなるに従って、「非常にそう思う」「そう思う」とする割合が小さくなる傾向が顕著にみられる。

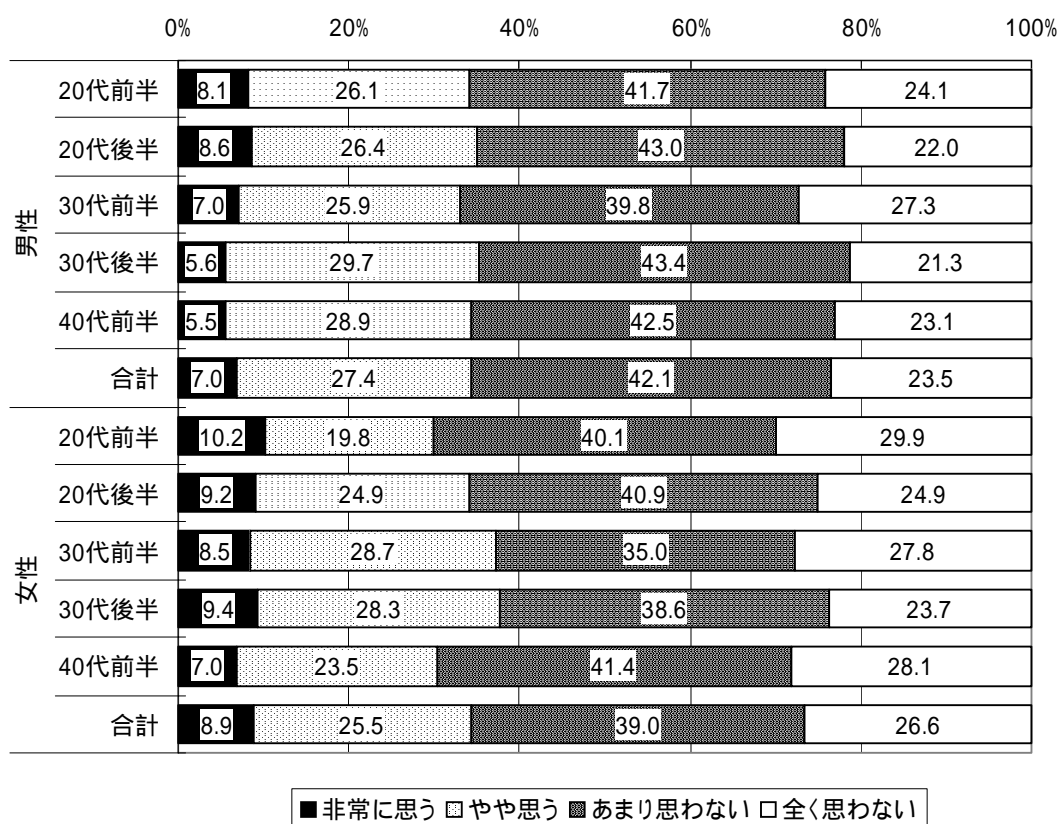
図表 -36 結婚している周りの友人をみると、幸せそうだと思う



子どもとふれあう機会が多いか

家族や親せきや友人などの子どもとふれあう機会が多いと思う」について、「非常にそう思う」「そう思う」を合わせると、男女とも 34.4%となっており、日常子供とふれあう機会はまだ多くないことがわかる。性別年齢層別にもあまり違いはみられない。

図表 -37 家族や親せきや友人などの子どもとふれあう機会が多いと思う



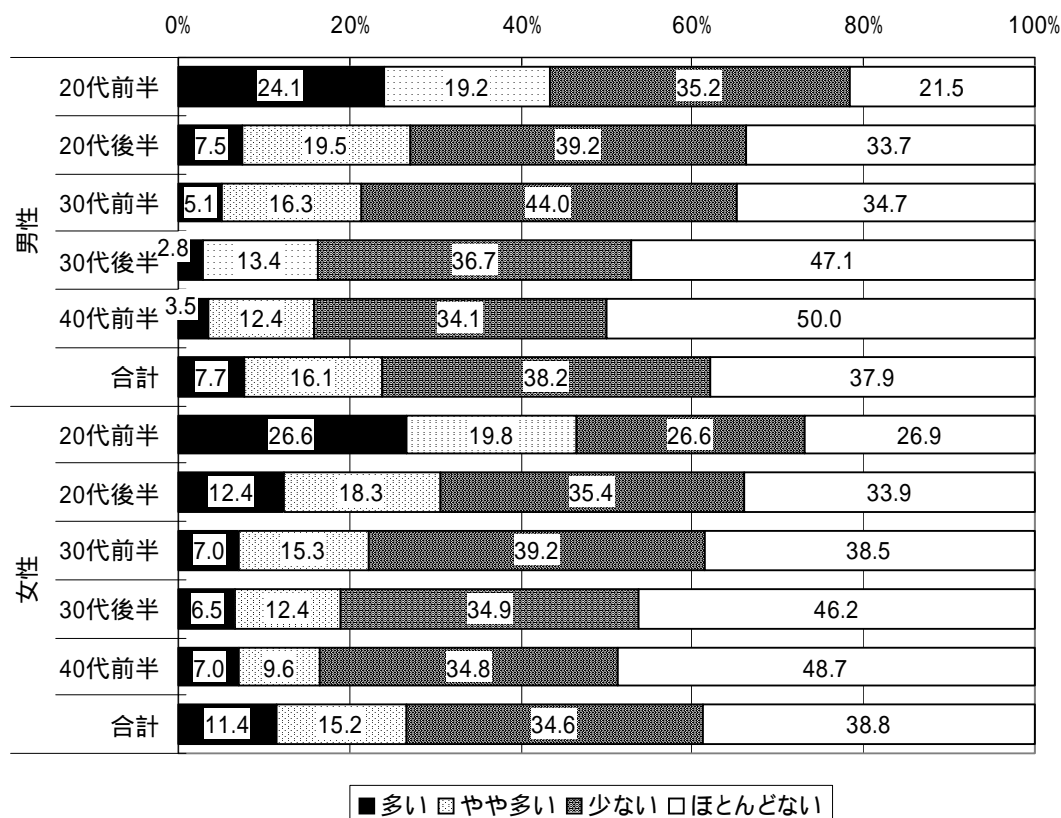
4. 「出会い」を取り巻く社会環境

(1) 職場内の独身異性の有無について

性別による違いはほとんどみられない。全体では、職場内に独身の異性がいる割合は「多い」と「やや多い」をあわせても2割強に過ぎず、職場内での出会いの機会は多くない。

また、年齢層による違いが大きく、年齢層が高いほど「ほとんどいない」の割合が大きくなる。特に、30歳代後半以降は半数近くが「ほとんどいない」となっている。

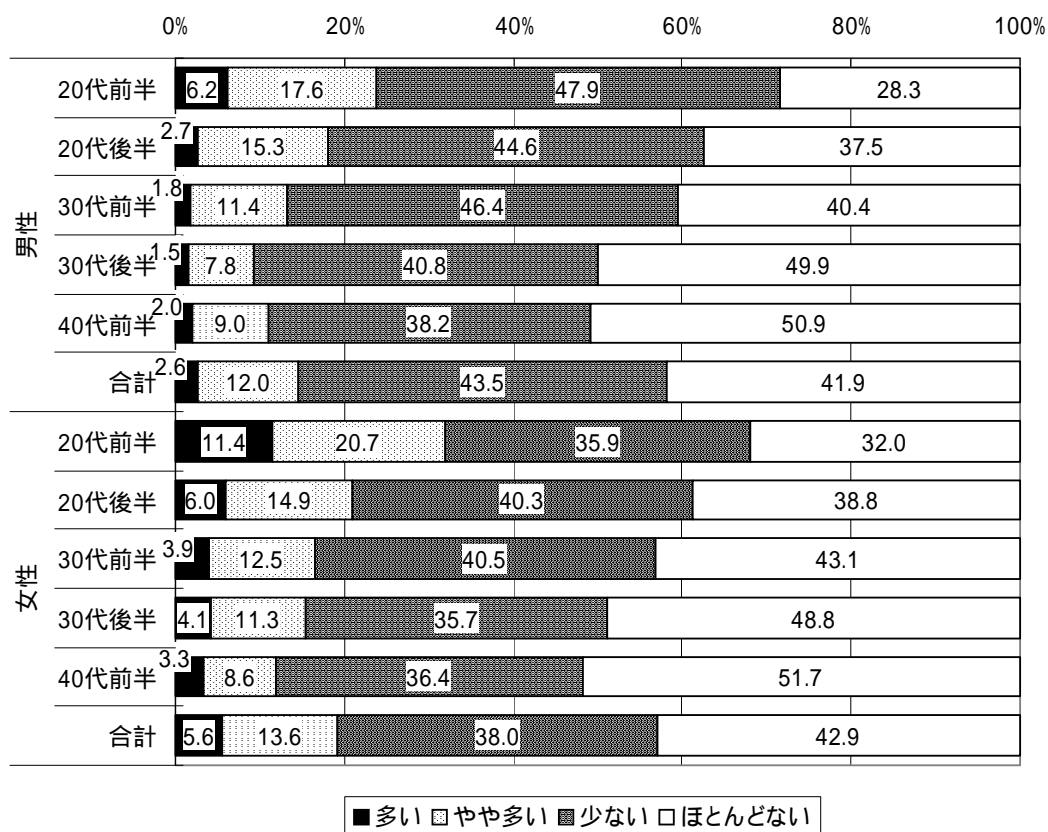
図表 -38 独身の異性の人数



(2) 職場内の独身の異性と親しくなるきっかけについて

職場内の独身の異性と親しくなるきっかけについても、独身異性の人数の状況とほぼ同じ傾向がみられる。年齢層による違いが大きく、年齢層が高いほど「ほとんどいない」の割合が大きくなる。特に、30歳代後半以降は半数近くが「ほとんどいない」となっている。

図表 -39 独身の親しくなるきっかけ

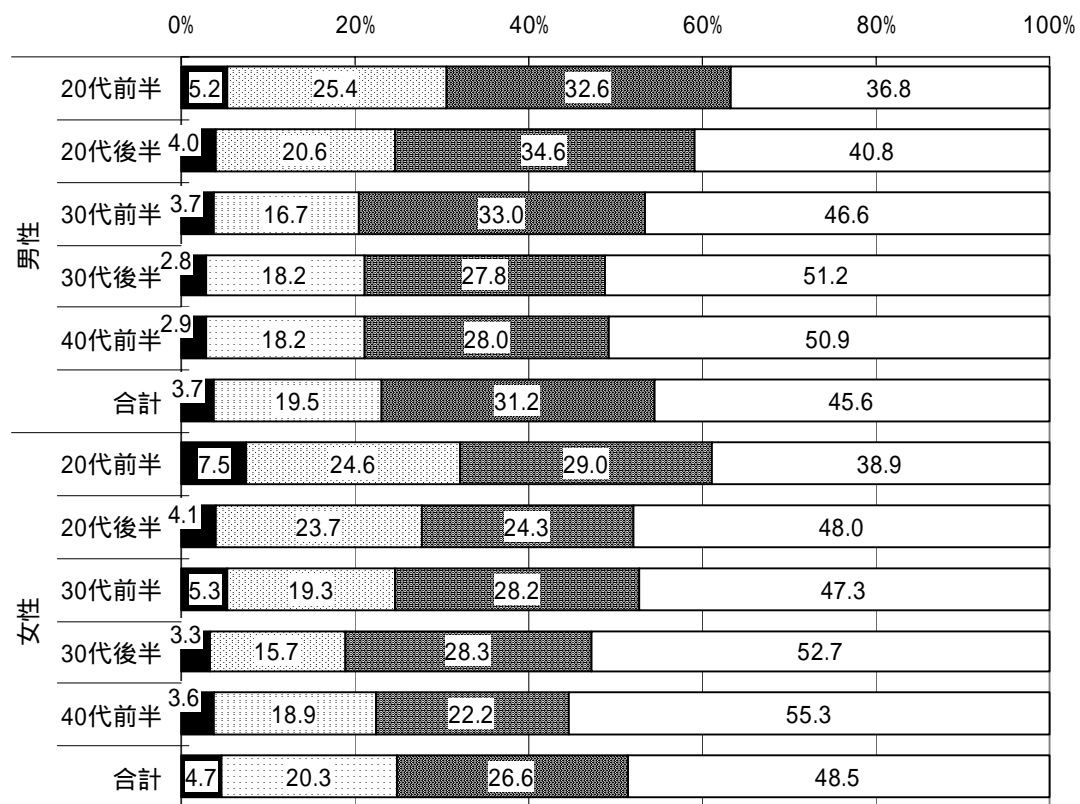


(3) 職場（社内）以外での出会いの機会について

職場（社内）以外での出会いの機会についても、社内での独身異性との出会いの機会と同様に、「多くある」「ある程度ある」をあわせて約2割程度に過ぎない。

また、年齢層が高くなるにしたがい、「ほとんどない」とする割合が大きくなり、特に30歳代後半以降は過半数が「ほとんどない」となっている。

図表 -40 職場（社内）以外での出会いの機会



■多くある □ある程度ある ■少ない □ほとんどない

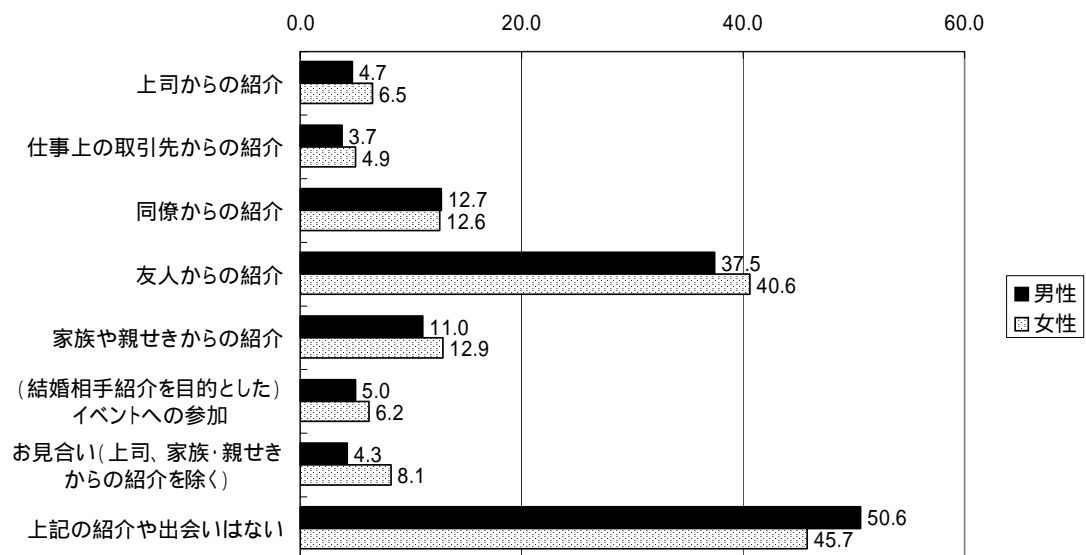
(4) 異性の紹介経験について

全体として、本設問で取り上げたような「異性の紹介や出会いはない」が男女ともに多い。また、各年齢層において、いずれも4～5割と最も大きくなっている。先の職場関係での出会いとあわせて、異性との紹介や出会いの機会は非常に少ないことが分かる。

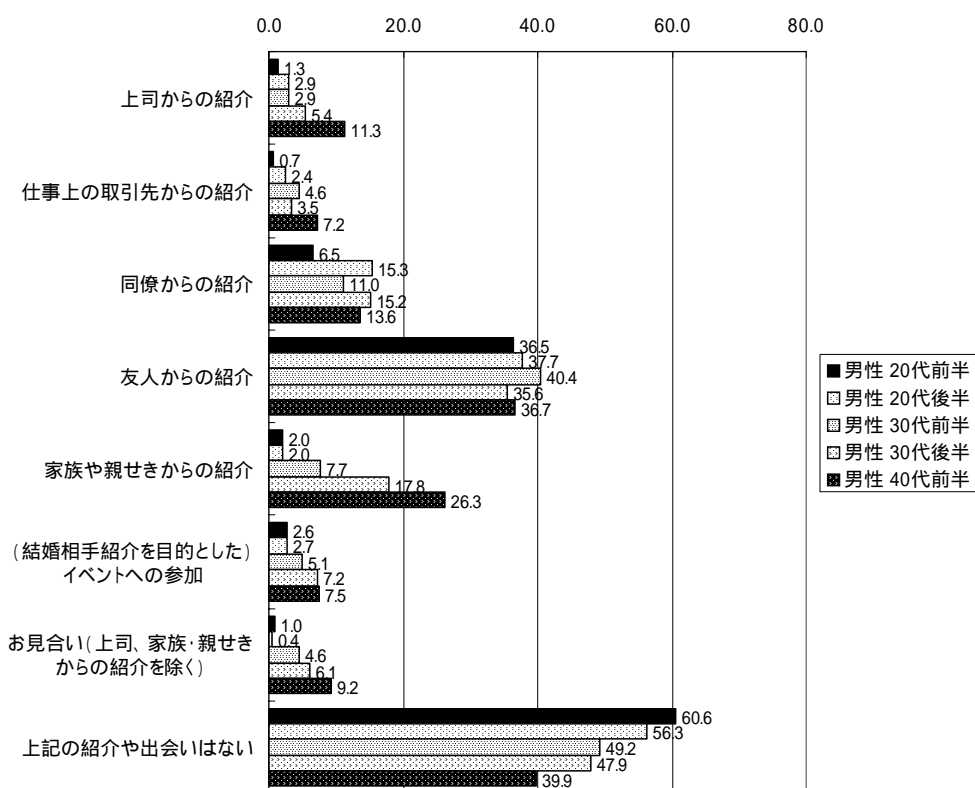
異性の紹介や出会いの経験については、男女とも「友人からの紹介」が最も多く30%代後半となっている。

その他、年齢層が高くなるに従い、「家族や親せきからの紹介」の割合が高まる傾向がみられる。また、「同僚からの紹介」が男女とも1割を超えている。

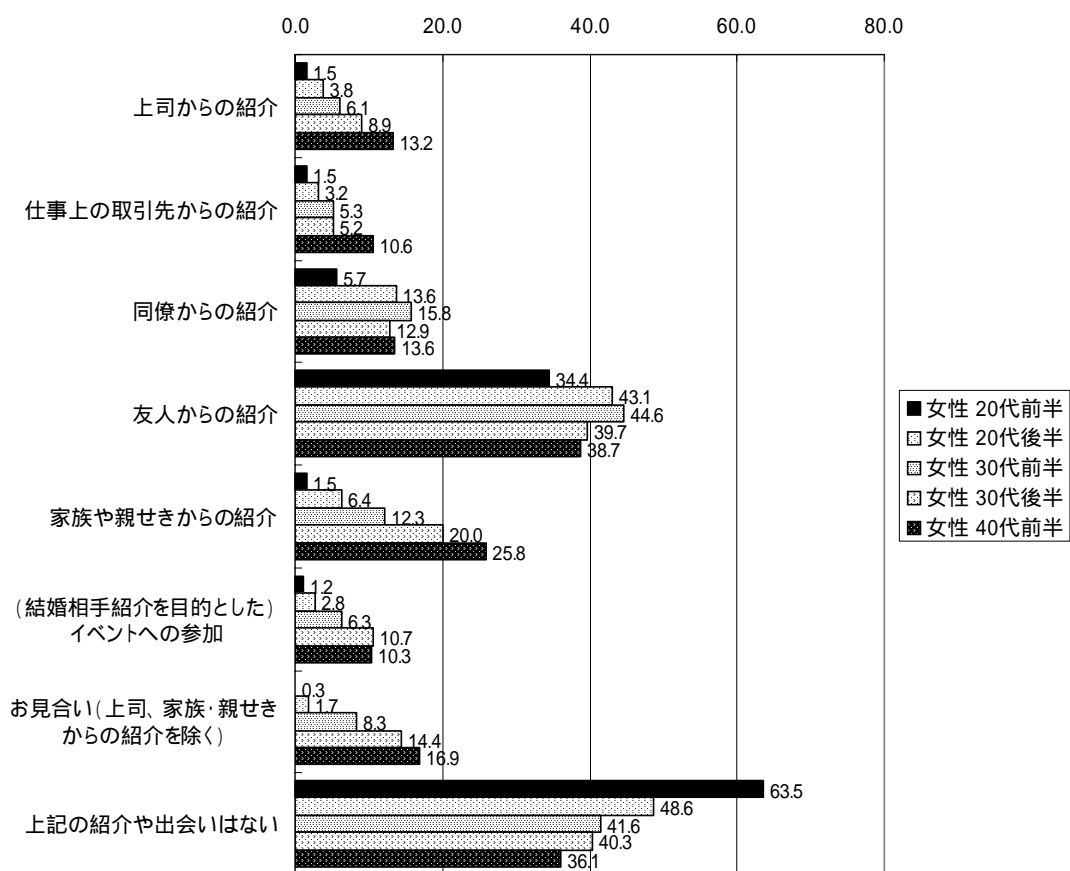
図表 -41 異性の紹介や出会いの経験（男女別）



図表 -42 異性の紹介や出会いの経験（男性：年齢別）



図表 -43 異性の紹介や出会いの経験（女性：年齢別）



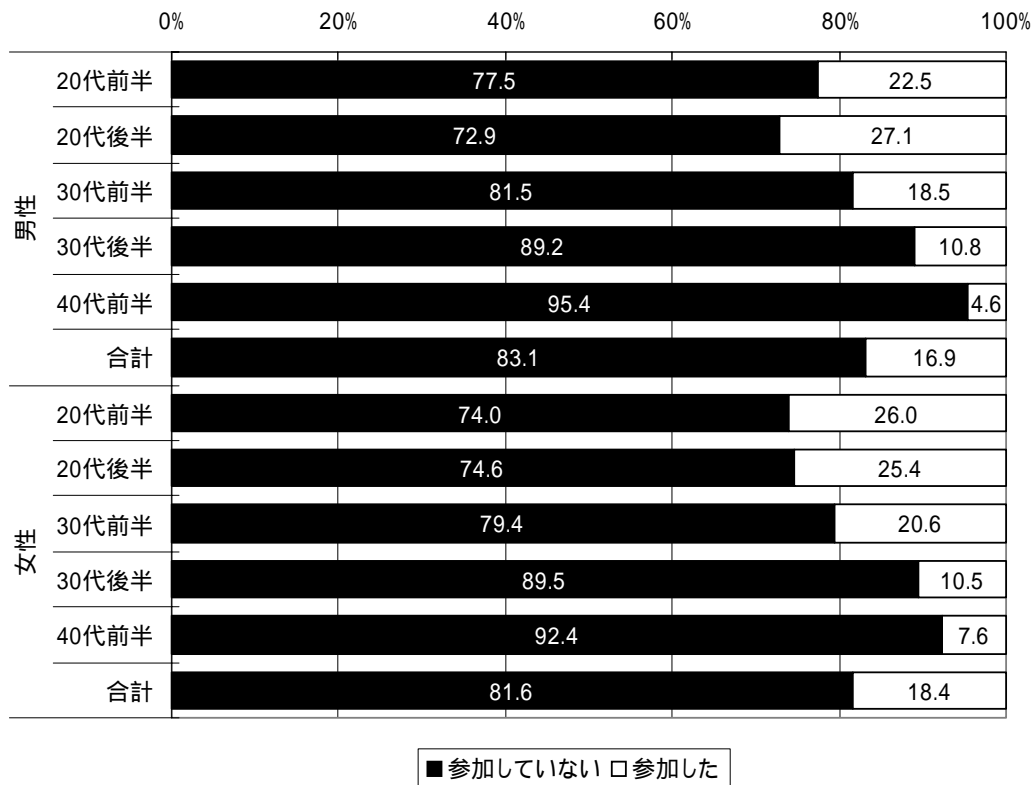
(5) 合コンの参加・企画について

過去1年間の合コンの参加経験

男女とも「参加していない」が8割を超えている。

年齢層が低いほど「参加した」割合は高いが、それでも、20歳代で「参加した」のは25%程度である。

図表 -44 過去1年間の合コン参加経験

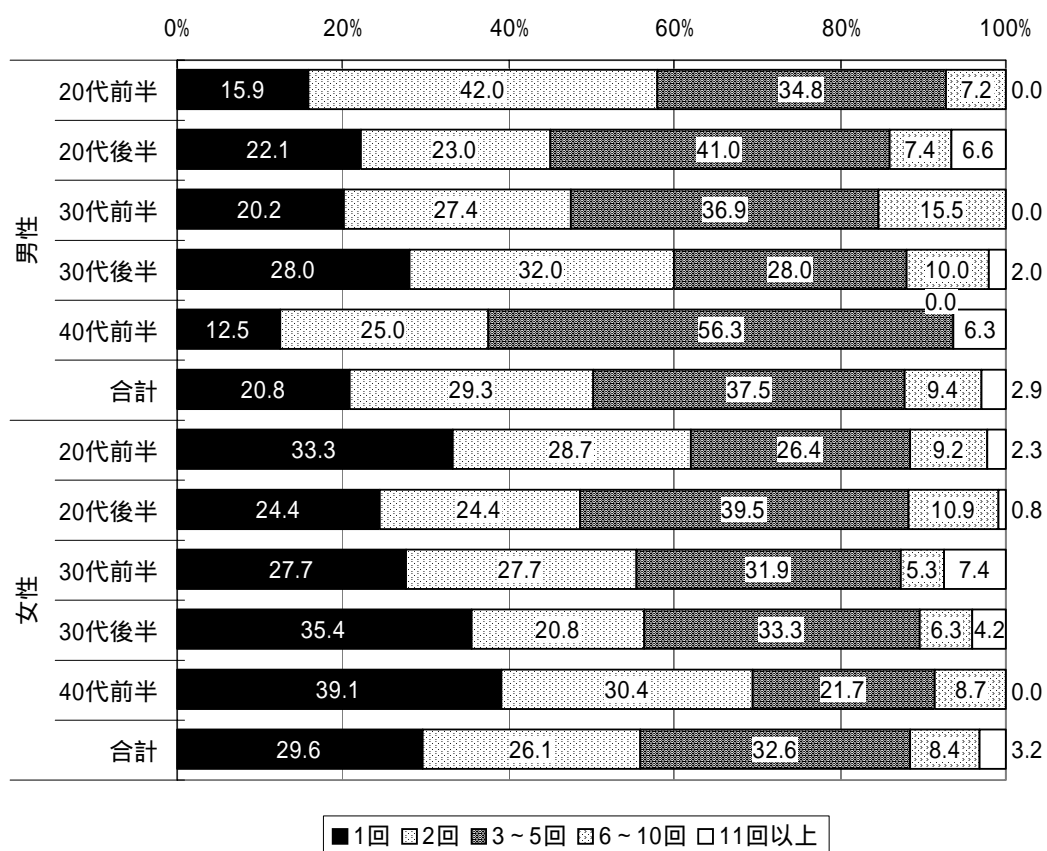


過去1年間の合コンの参加回数

過去1年間に合コンに参加した回答者には、合コンの参加回数を尋ねている。男女ともに、2回以下で約50%を占める。

男性は、40歳代前半の参加経験自体は少ないが、参加者だけをみると参加回数は多い。女性は年齢が上昇するにしたがい、参加回数は減少する傾向にある。

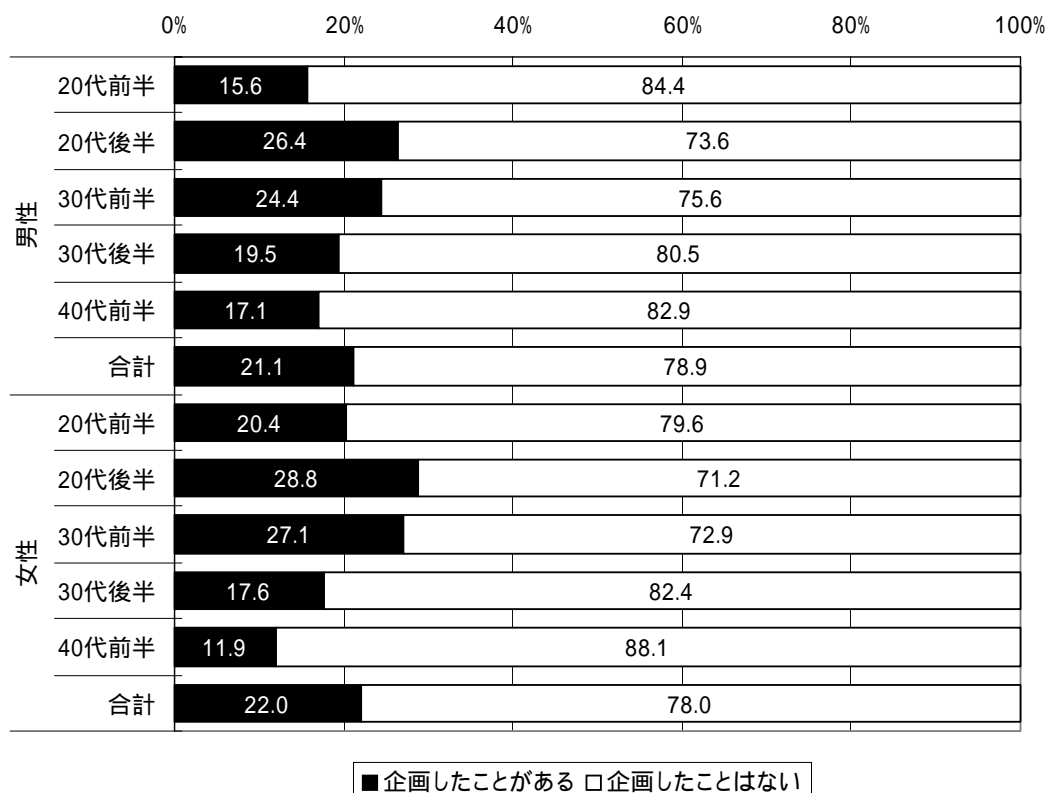
図表 -45 過去1年間の合コン参加回数



合コンの企画経験

合コンの企画経験は男女とも2割強となっている。年齢層別には20歳代後半、30歳代前半で大きくなっている。

図表 -46 合コン企画経験



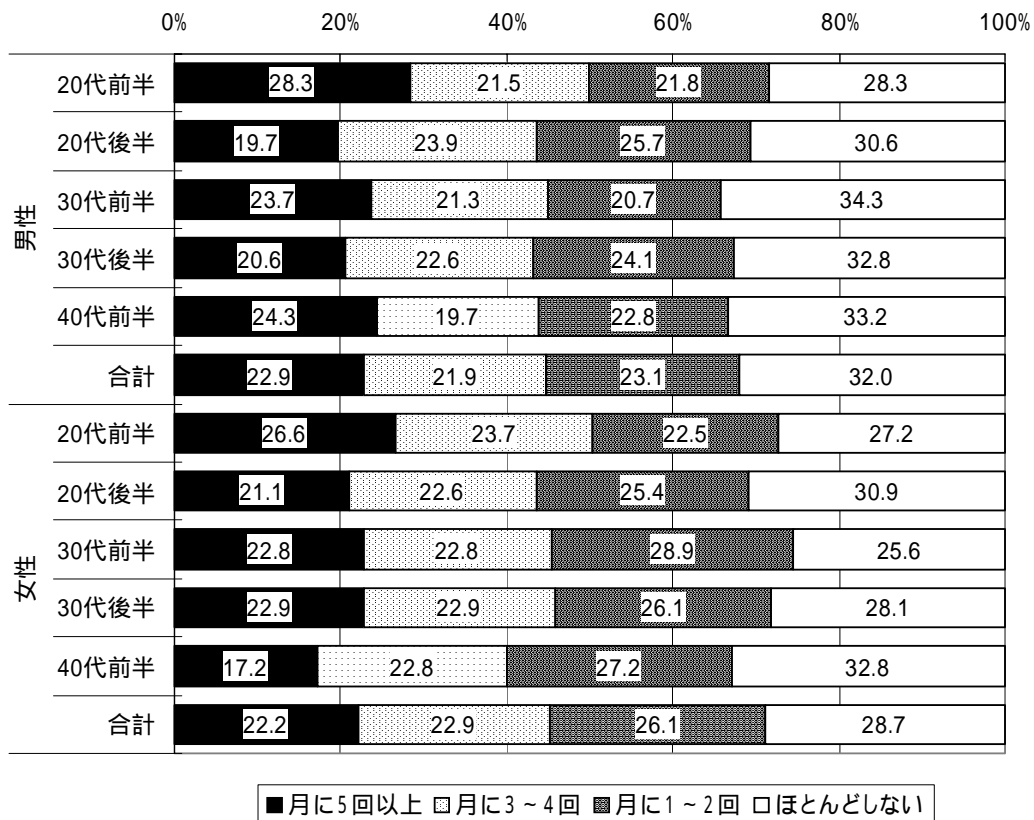
(6) ライフスタイル(活動状況)について

習い事、趣味、娯楽のための活動

活動状況

男女とも20%強が「月に5回以上」、また、20%強が「月に3～4回」としており、年齢層による違いはほとんどみられない。

図表 -47 習い事、趣味、娯楽のための活動

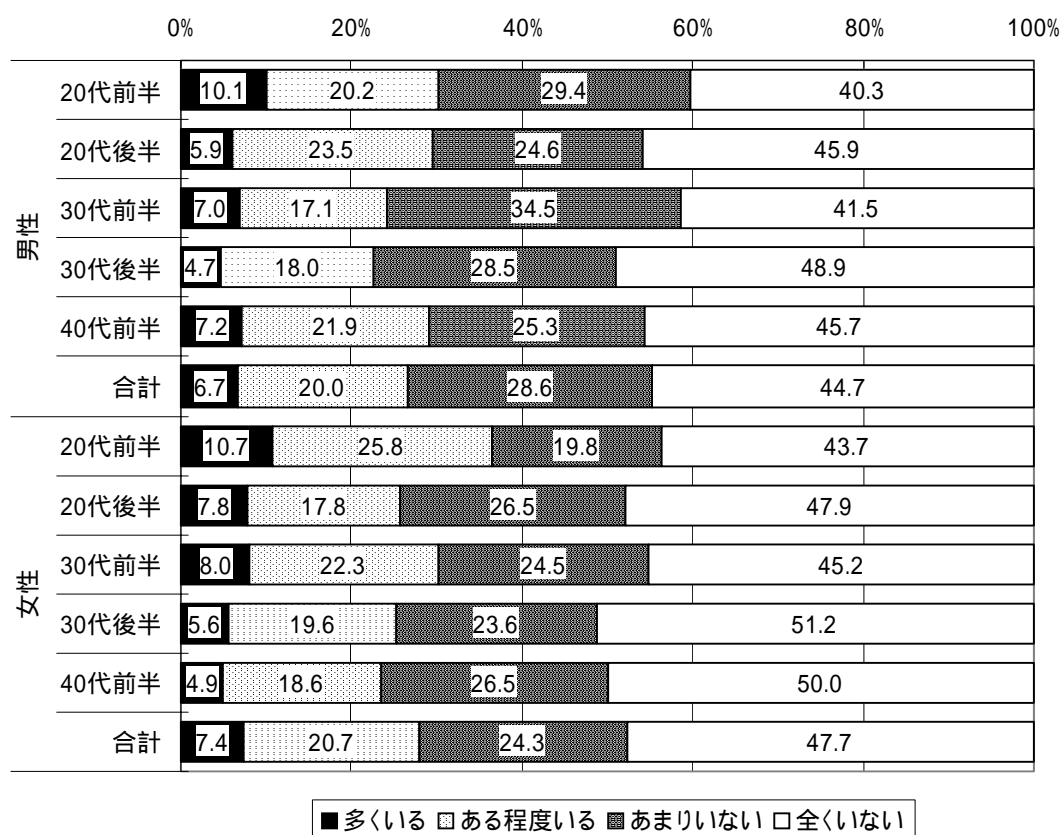


活動先の独身異性

「多くいる」「多少いる」を合わせると、男性 26.7%、女性 28.1%と性別による違いはほとんどない。一方で、「まったくいない」は男性 44.7%、女性 47.7%となっており、独身の異性との出会いは少ないと考えられる。

年齢層別には大きな違いはみられないが、年齢層が高いと異性のいる割合が小さくなる傾向がややみられる。

図表 -48 習い事、趣味、娯楽のための活動先の独身異性

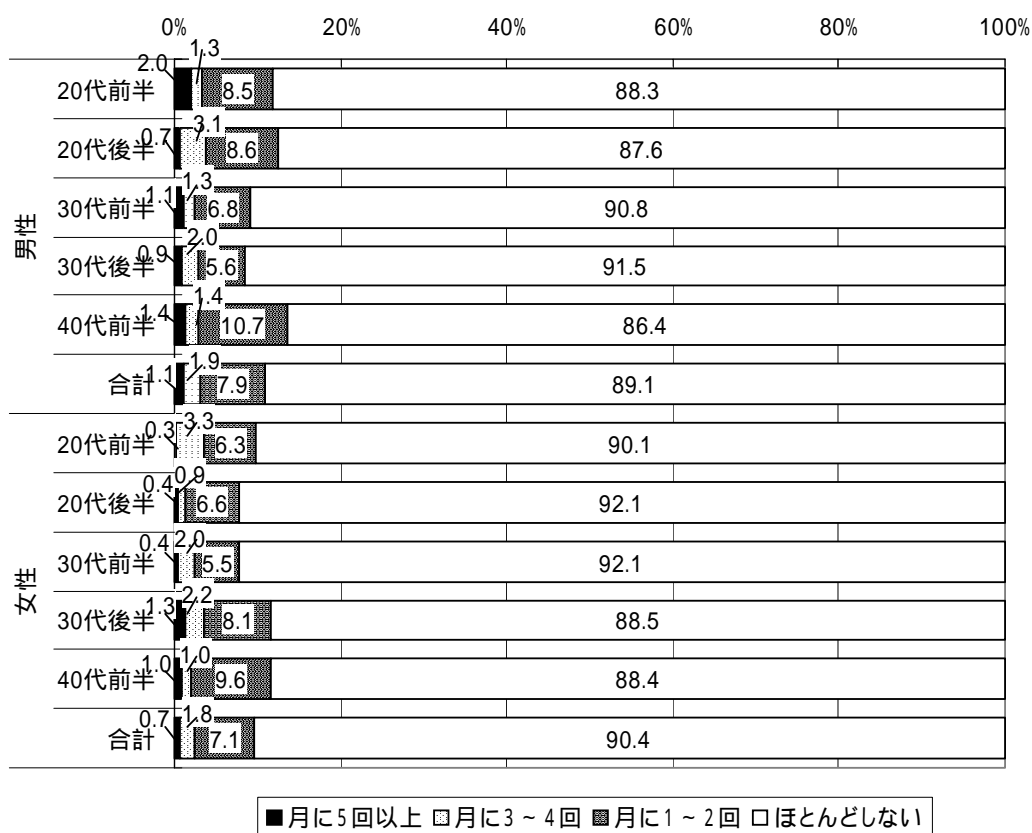


ボランティアなどの社会的活動

活動状況

男女とも90%程度が「ほとんどしない」としており、年齢層による違いはほとんどみられない。

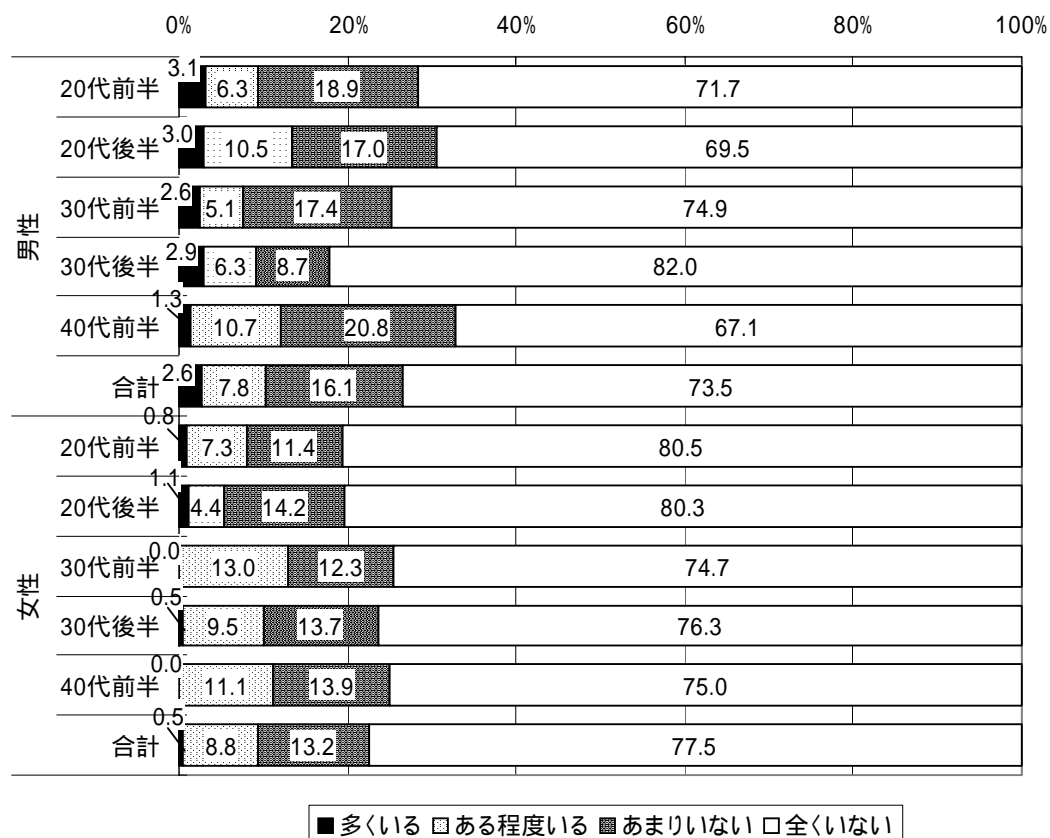
図表 -49 ボランティアなどの社会的活動



活動先の独身異性

「まったくいない」とする割合が男性 73.5%、女性 77.5%となっており、独身の異性との出会いはかなり少ないと考えられる。年齢層別には大きな違いはみられない。

図表 -50 ボランティアなどの社会的活動先の独身異性



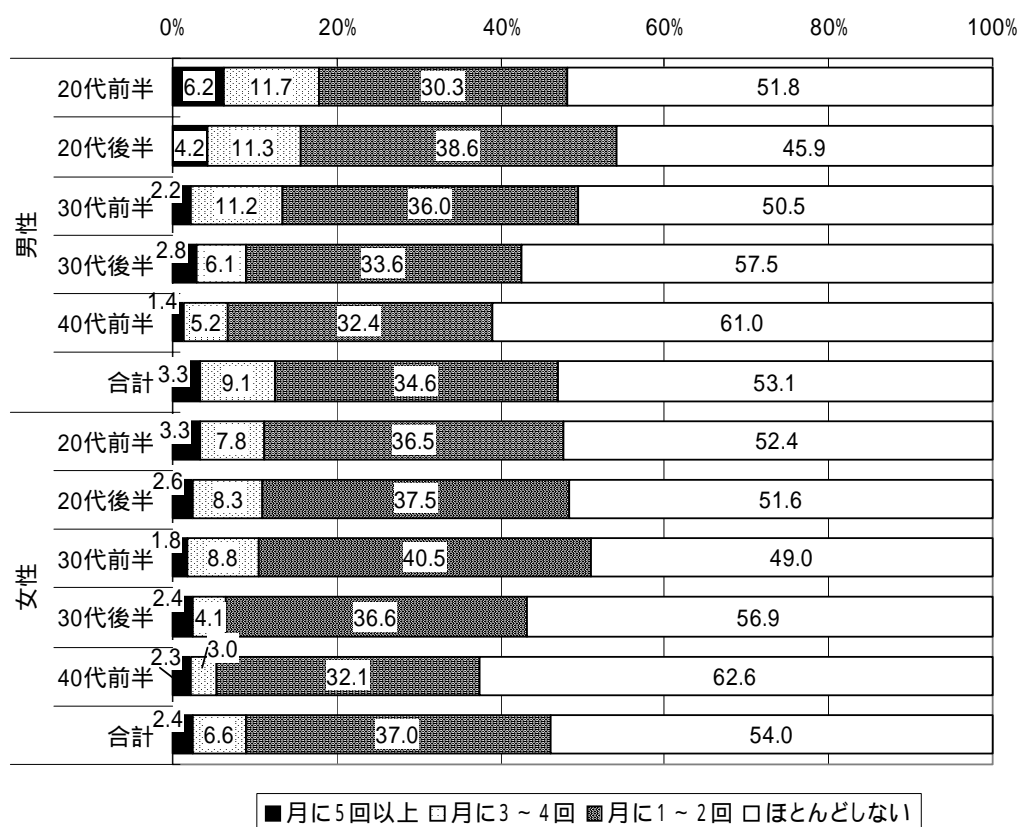
職場の同僚・上司との（仕事以外での）つきあい

活動状況

「ほとんどしない」が男性 53.1%、女性 54.0%と過半数を占めており、次いで、「月に1～2回」が男女それぞれで、34.6%、37.0%となっており、男女間の違いはほとんどみられない。

年齢層別には、男女とも年齢層が高いほど「ほとんどしない」の割合が大きくなる。

図表 -51 職場の同僚・上司との（仕事以外での）つきあい

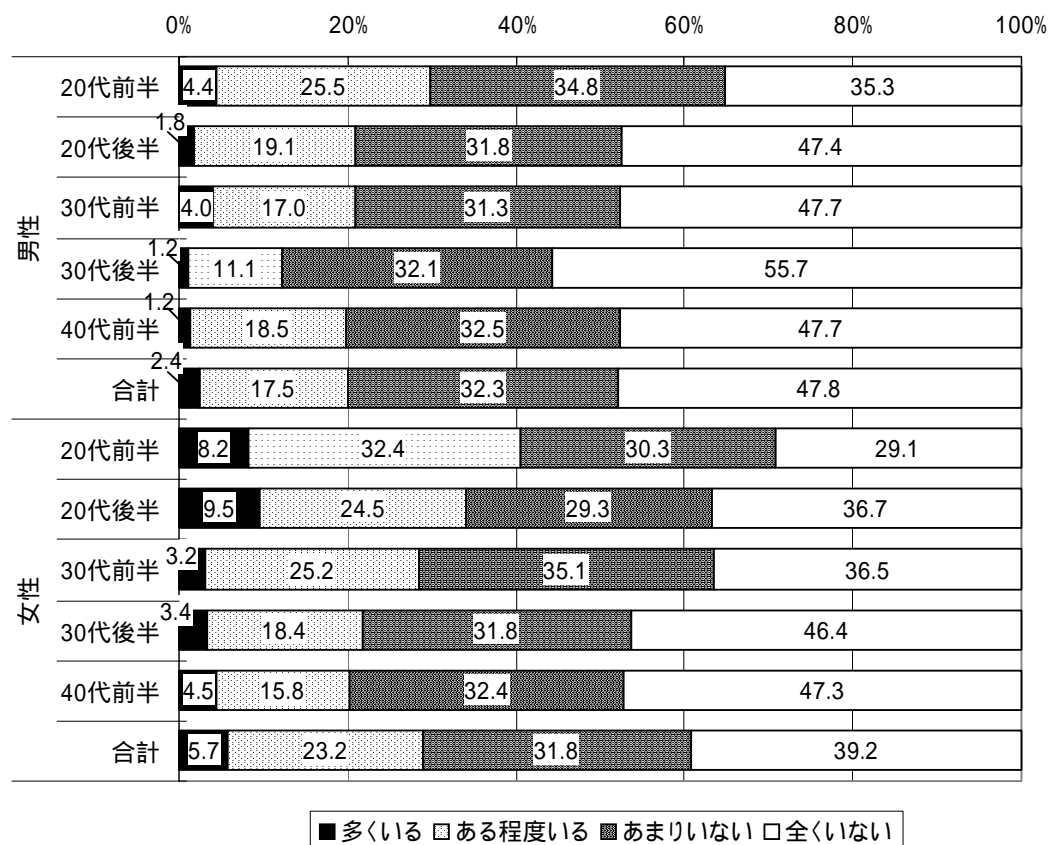


活動先の独身異性

「多くいる」「多少いる」を合わせると、男性 19.9%、女性 28.9%となっており、女性の方が異性がいる割合が高くなっている。一方で、「まったくいない」は男性 47.8%、女性 39.2%となっており、男女とも多いが、男性の方がより独身の異性との出会いは少ないと考えられる。

年齢層別には年齢層が高いほど異性がいる割合が低下しており、女性にその傾向が顕著である。

図表 -52 職場の同僚・上司との（仕事以外での）つきあいにおける独身異性



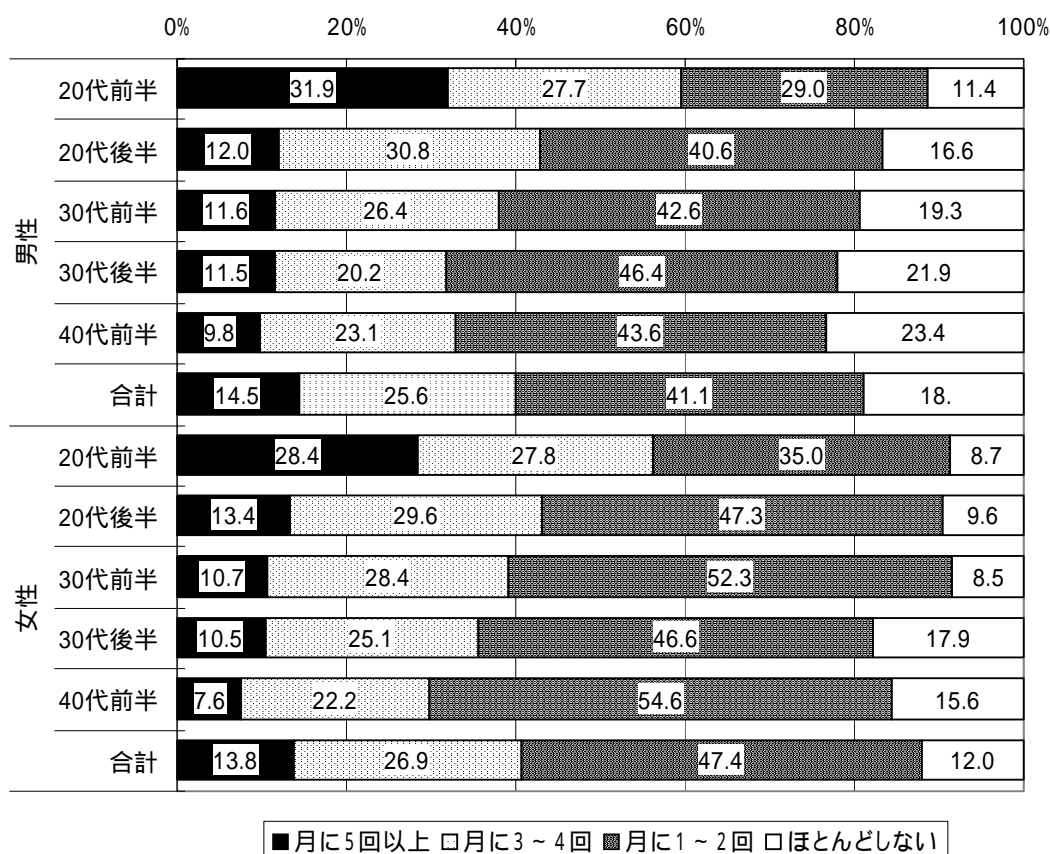
友人とのつきあい

活動状況

「月に1～2回」が男性41.1%、女性47.4%でともに最も多く、次いで「月に3～4回が」が男性25.6%、女性26.9%で多くなっている。

男女間の違いは顕著ではなく、ともに年齢層が高いほど活動量が減少する傾向がみられる。

図表 -53 友人とのつきあい

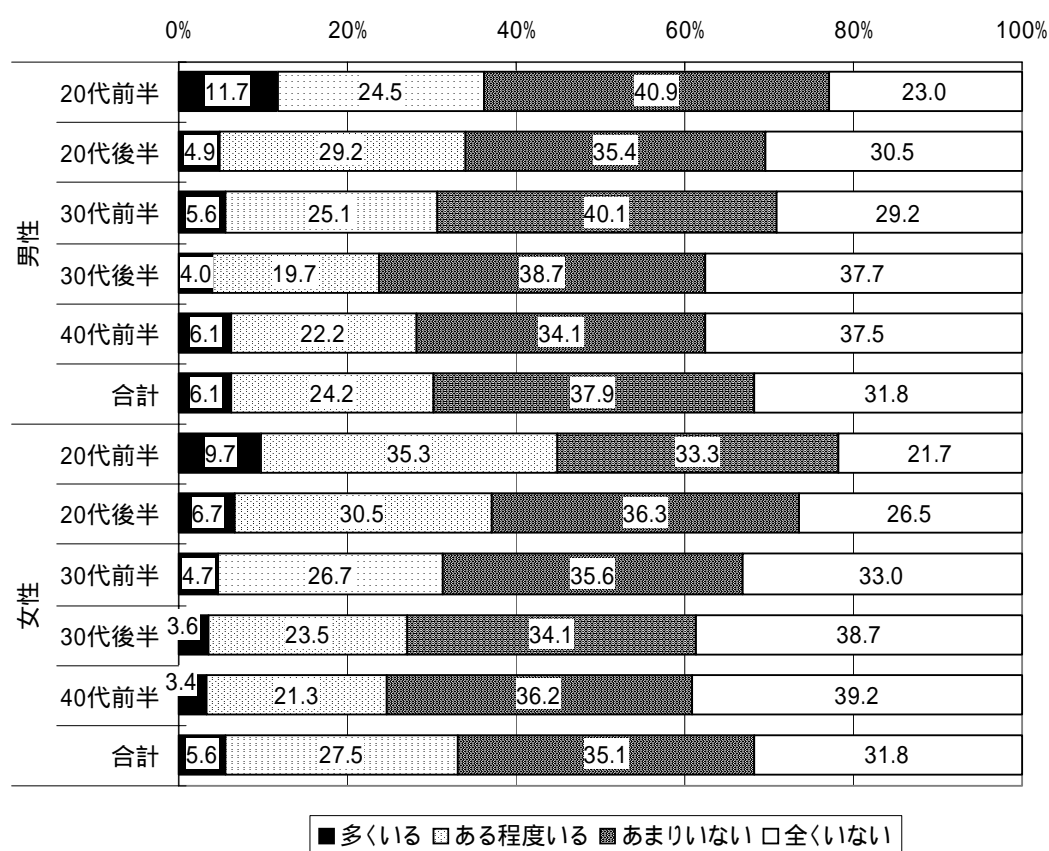


活動先の独身異性

「多くいる」「多少いる」を合わせると、男性 30.3%、女性 33.1%となっており、男女の差はほとんどみられない。一方で、「ほとんどいない」「まったくいない」は男性ではそれぞれ、37.9%、31.8%、女性ではそれぞれ 35.1%、31.8%となっており、異性との出会いの機会は多くない。

年齢層別には年齢層が高いほど異性がいる割合が低下している。

図表 -54 友人とのつきあいにおける活動先の独身異性



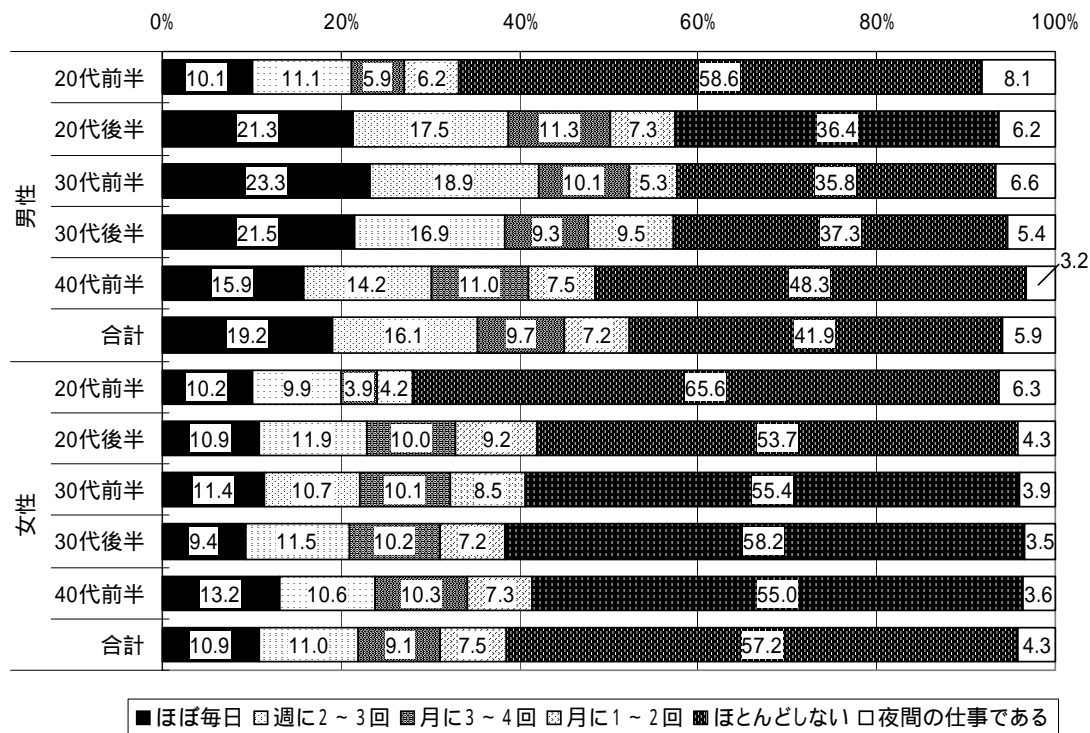
(7) 働き方について

午後8時以降の残業の頻度

「ほとんどしない」が男性41.9%、女性57.2%と男女とも最も多くなっている。一方で、「ほぼ毎日」とする割合も、男性では19.2%、女性では10.9%となっている。全体としては男性の方が残業の頻度が高い。

男性においては、特に20歳代後半から30歳代後半にかけて、「ほぼ毎日」とする割合が20%を超えるなど、残業の頻度は高い。

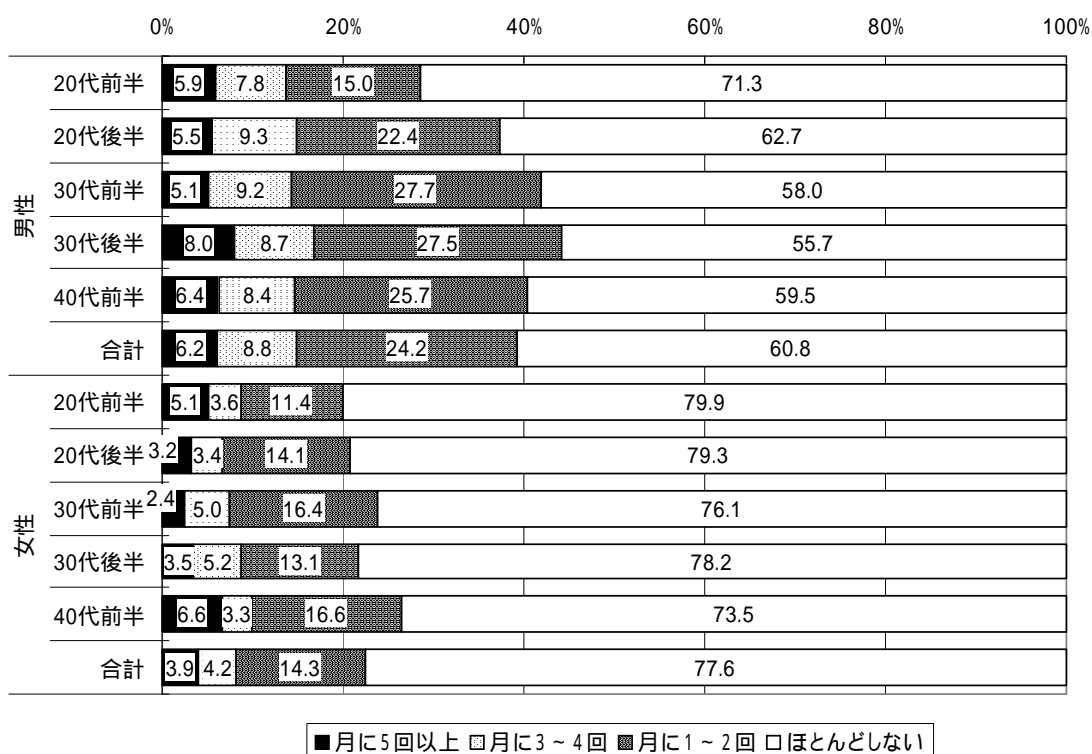
図表 -55 午後8時以降の残業の頻度



勤務日でない日の出勤の頻度

「ほとんどしない」が男性 60.8%、女性 77.6%と男女とも最も多い。
 一方で、男性では「月に1～2回」とする割合が年齢によらず 25～30%程度みられる。

図表 -56 勤務日でない日の出勤の頻度



5. 求める条件のミスマッチ

(1) 結婚相手に求める条件について

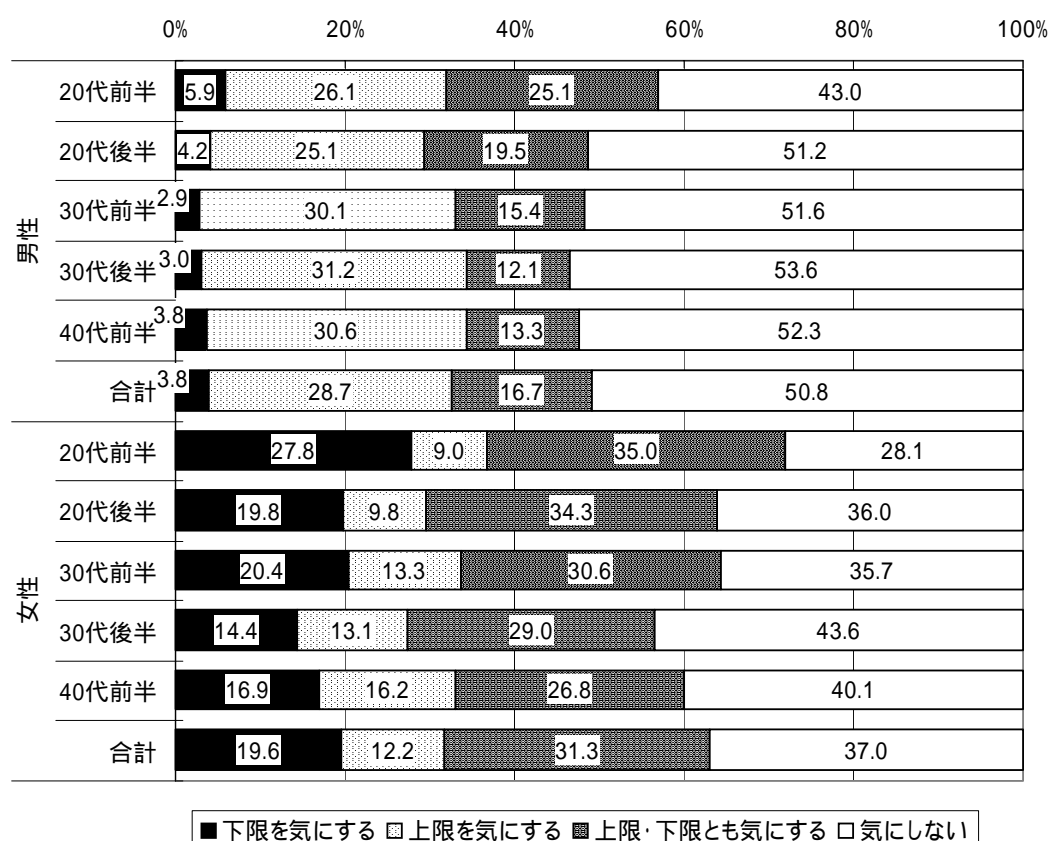
相手の年齢

相手の年齢の条件を気にする傾向は女性の方が男性よりも強い。年齢を気にしないのは男性では約半数、女性では約4割である。

男性は、28.7%が「上限を気にする」としており16.7%が「上限・下限とも気にする」としている。

一方で女性は、19.6%が「下限を気にしている」、12.2%が「上限を気にしている」、31.3%が「上限・下限とも気にする」としている。

図表 -57 相手の年齢



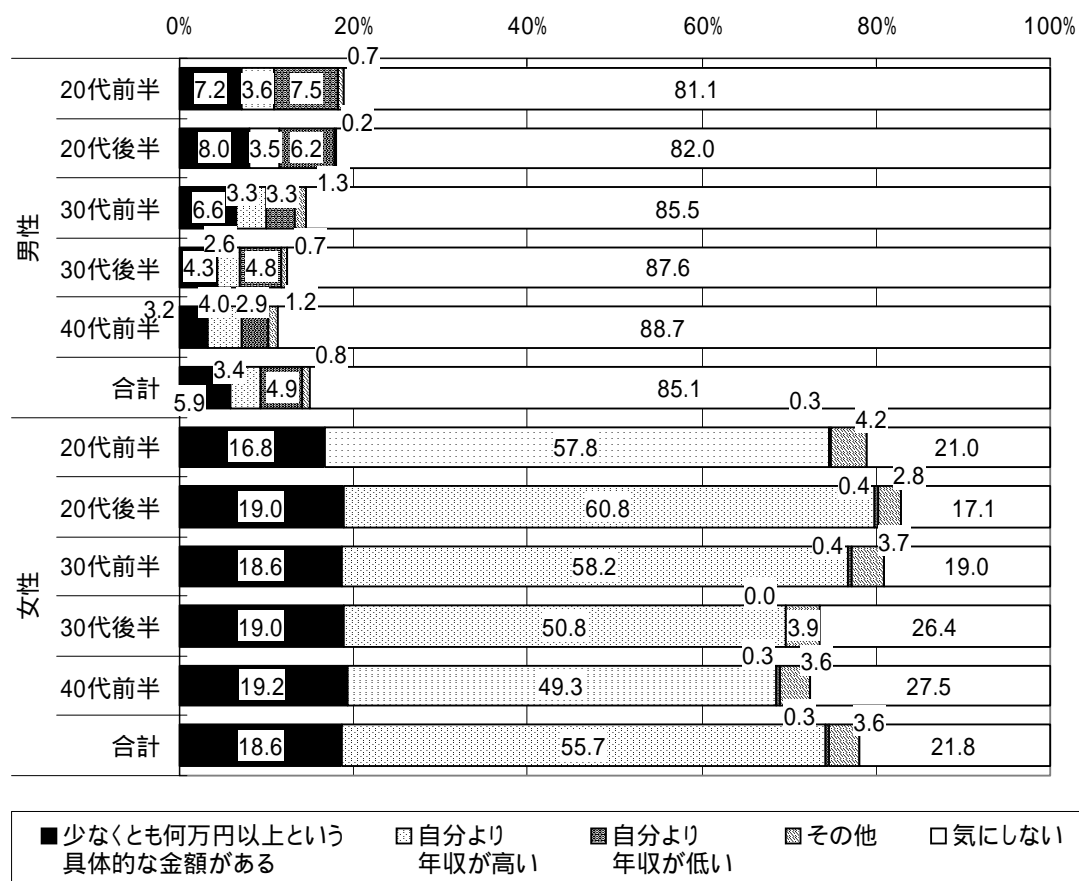
相手の年収

相手の年収については男女間でかなりの考え方の差がある。男性では、85.1%が「気にしない」としているのに対して、女性では、「気にしない」のは21.8%にすぎない。

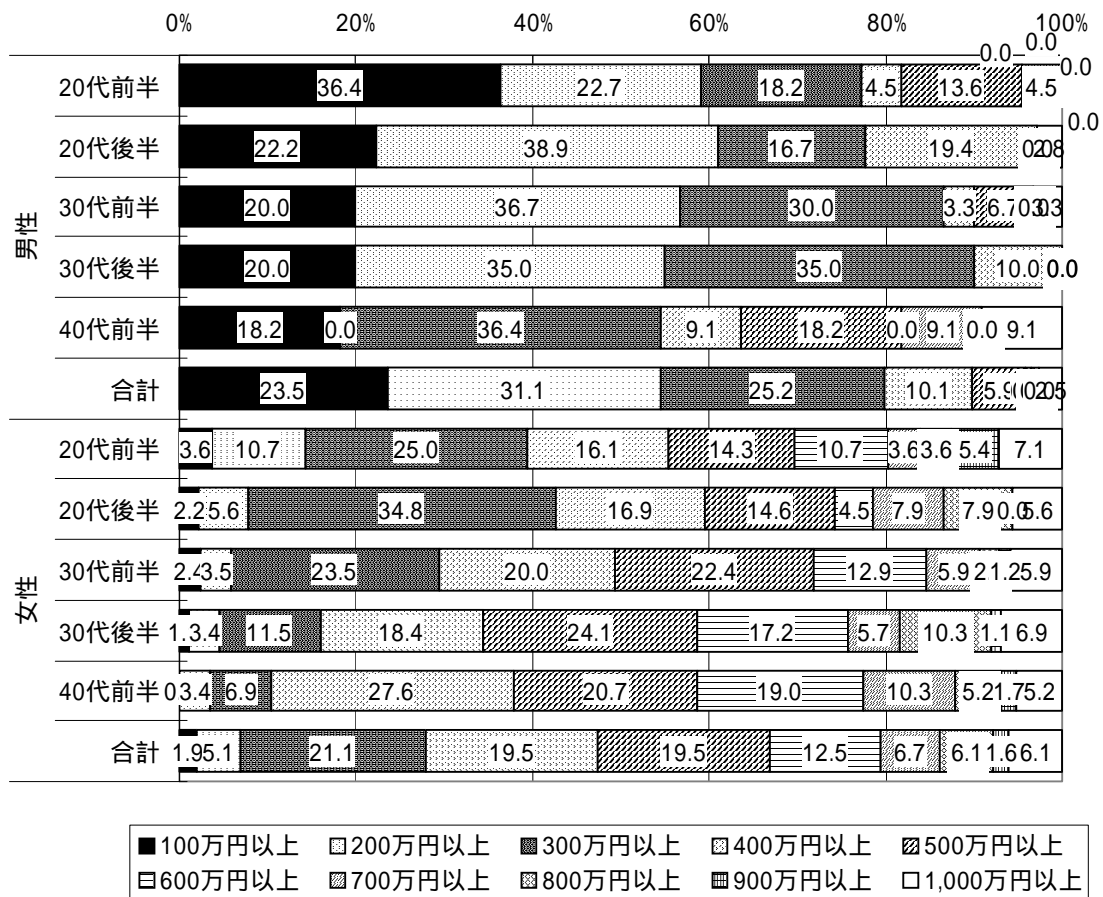
女性では、「自分より年収が高い」が55.7%と最も多く、これに「少なくとも何万円以上という具体的な金額がある」が18.6%で次いでいる。

具体的な年収下限を見ると、女性では、「100万円以上」から「700万円以上」あたりまで、かなりばらつきがみられる。30歳代後半以降は「500万円以上」のカテゴリと回答する割合が大きくなっている。一方で男性は、「100万円以上」と「200万円以上」で過半数を占める。

図表 -58 相手の年収



図表 -59 相手に求める年収の下限

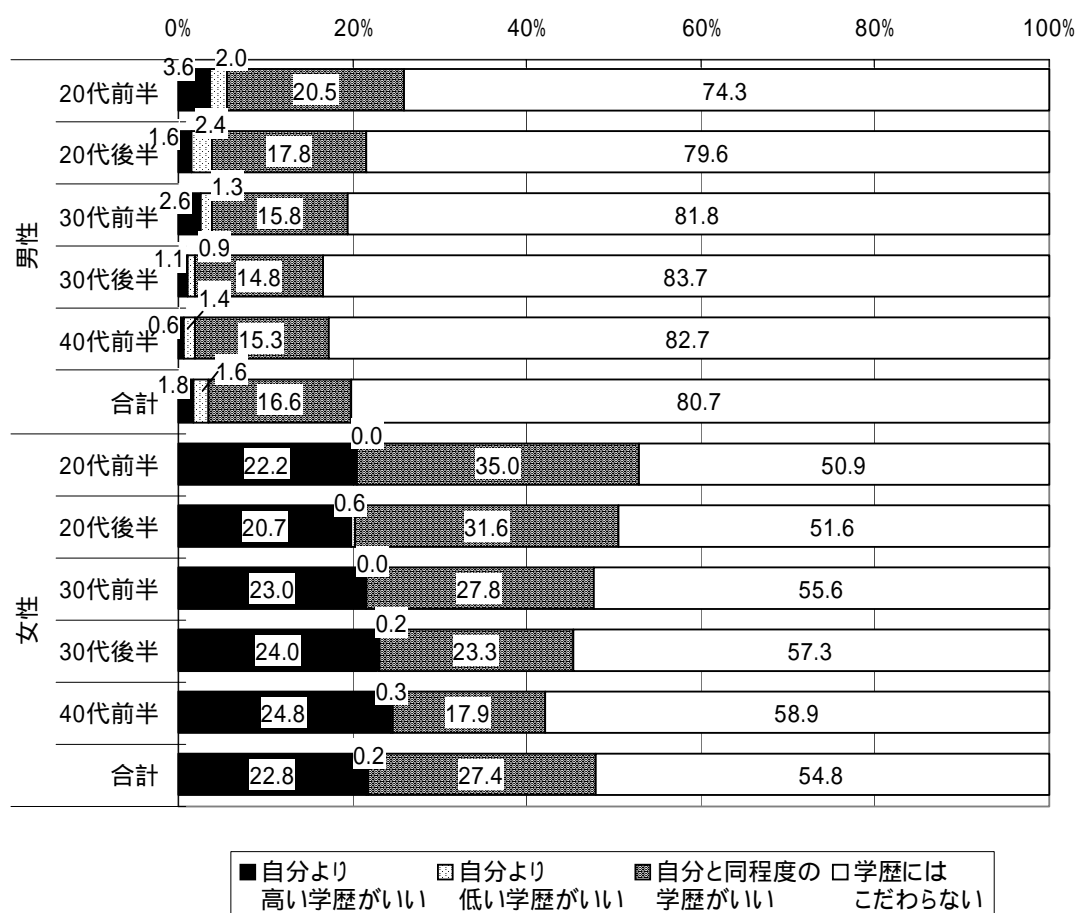


相手の学歴

相手の学歴については、男性では8割以上が「学歴にはこだわらない」としている一方で、女性では「学歴にはこだわらない」のは、約半数強である。

男性で相手に求める学歴としては、「自分と同程度の学歴がいい」がほとんどを占めており、女性では、「自分より高い学歴がいい」と「自分と同程度の学歴がいい」がそれぞれ半数ずつとなっている。

図表 -60 相手の学歴



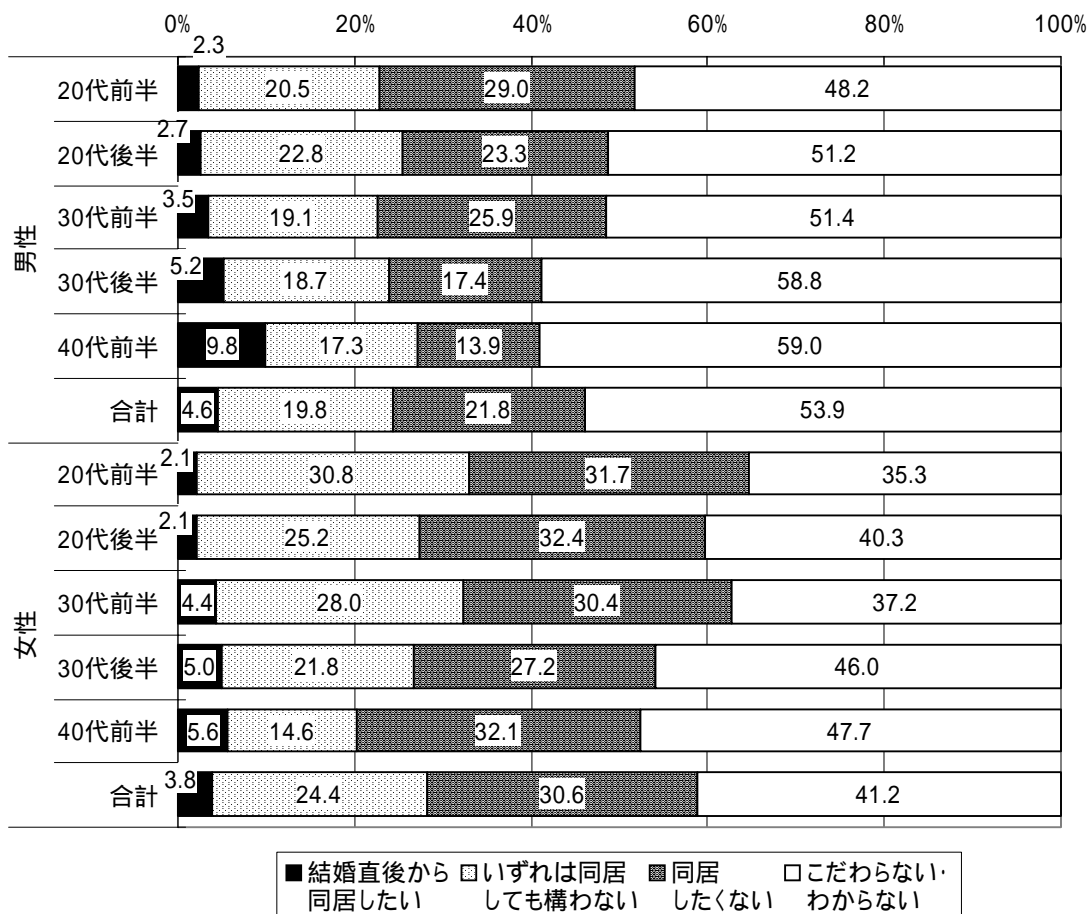
(2) 親との同居について

自分の親との同居

男性は半数強が、女性では約4割強が「こだわらない・わからない」としており最も多い。その他、男性では「いずれは同居しても構わない」「同居したくない」がそれぞれ約2割となっている。

一方で、女性では「同居したくない」が約3割と「いずれは同居しても構わない」よりもやや多くなっている。

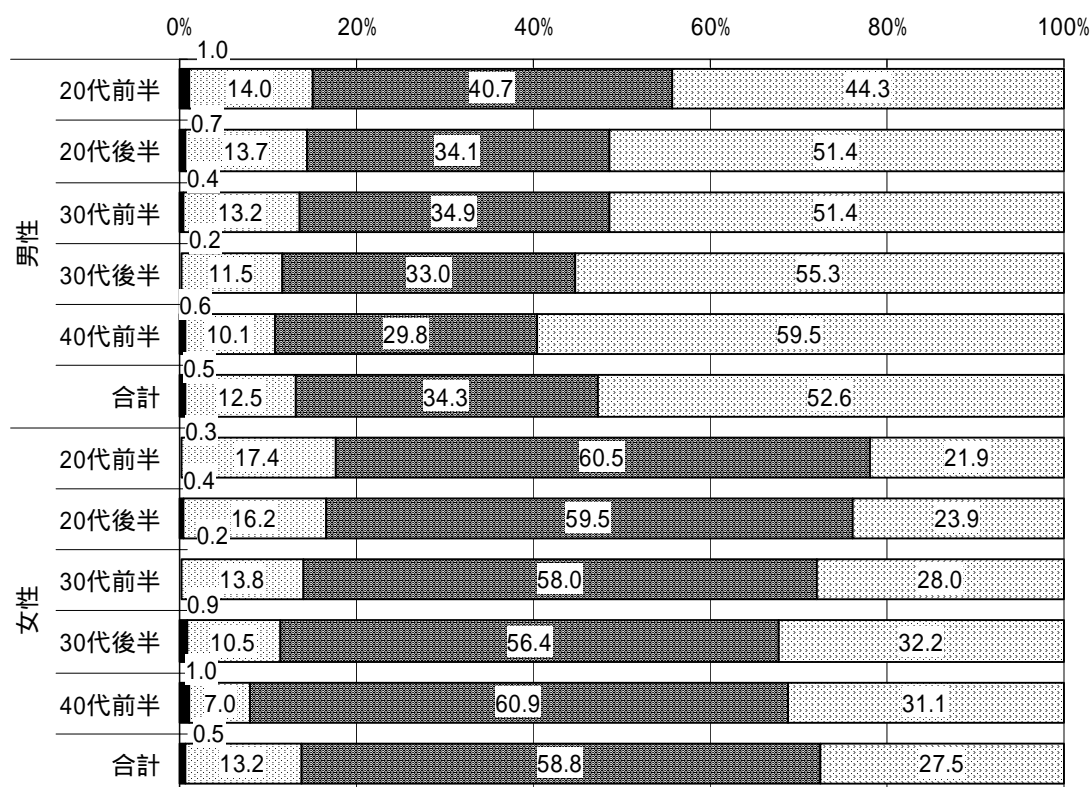
図表 -61 自分の親との同居



相手の親との同居

男性では、過半数が「こだわらない・わからない」としており最も多く、次いで、「同居したくない」が約34%と次いでいる。一方、女性では「同居したくない」が6割近くを占め最も多く、次いで、「こだわらない・わからない」が27.5%となっている。

図表 -62 相手の親との同居



■結婚直後から同居したい □いずれは同居しても構わない ■同居したくない □こだわらない・わからない

結婚を巡る未婚者の特徴

本章の概要

- 本章では、「結婚を巡る未婚者の実態」をもとに、更なる分析を交え、前章で述べた実態の要因や背景を明らかにすべく、いくつかの分析軸を設定してクロス集計を試み、分析をしている。
- 具体的に設定した分析軸としては、a)から c)の3つである。a) 異性との出会いに係る分析軸や、b) 結婚への距離に係る分析軸において、未婚者を取り巻く環境に関する分析を行い、c) 結婚の意向に係る分析軸において、未婚者の意識に関する分析を行っている。

結婚・交際に係る現状の分析

- 『結婚の意向』と未婚者を取り巻く環境は強い因果関係にあるものと思われる。特に交際相手がいるかどうか、あるいは周囲に話をする異性がいるかどうか等の環境は、結婚の意向を高める要因となっているものと推察される。
- 『同棲経験』については、結婚に最も近いと思われる「婚約者がいる未婚者」で多く、結婚に最も遠いと思われる「話をする異性がない未婚者」で少ない。
- 婚約者や交際相手がいる未婚者は、『よく話をする独身の異性』が多い。また、結婚の意向が高いほど、話をする独身異性を欲しがっている。

結婚への意識に係る分析

- 結婚への意向が低い未婚者の『独身でいる理由』としては「今は趣味や娯楽を楽しみたいから」、「家の居心地がいいから」などが多く、結婚した場合としない場合とで状況を想定比較し、しない場合の方にメリットを多く見いだしている姿がうかがわれる。
- 結婚への意向が高い未婚者の『独身でいる理由』としては、「適当な相手にまだめぐり会わないから」とする割合が際だって高い。本調査研究における問題意識である、「結婚したい意向はあるが、適当な相手に巡り会えない未婚者」は未婚者全体の大きな割合を示していることがわかる。その対策は広範囲に効果があるものと推察できる。

- 結婚の意向が高ければ高いほど、『結婚することの利点』を感じている割合が高くなる。その相関は極めて高く、結婚することのメリットを見いだしているか否かが、結婚の意向を形成する際に、大きな影響を及ぼしているものと思われる。
- 『結婚観』については結婚の意向が強いほど、保守的な結婚観を持つ傾向がある。結婚の意向が低いグループは、従来の比較的保守的な価値観は持ち合わせていない一方で、結婚は自然に出会って恋愛を経てすべきものという考え方を持ち合わせている傾向がうかがえる。
- 『両親や友人など』身近な人物が、幸せな結婚をしているモデルケースが存在する場合、それらをうらやましく思い、結婚の意向が強まるものと思われる。

「出会い」を取り巻く社会環境に係る分析

- 結婚の意向が高いほど『職場内の独身異性』の人数は多い傾向がある。職場内の独身異性の多寡は、少なからず結婚の意向を醸成する際に影響を与えている可能性がある。
- 『残業や休日出勤』の状況は、男性では、婚約者や交際相手がいる場合において、午後8時以降の残業の頻度、勤務日でない日の出勤の頻度、のいずれも最も多くこなしている。交際相手がいなくても、一般的に異性とのデートや合コンをする時間帯に仕事をしているケースが相対的に多い。
- 結婚の意向が高い未婚者は、『友人からの紹介』や、『合コンの参加や自らの企画』によって、異性との出会いを求めようとしていることがうかがえる。

属性別にみた相手に求める条件

- 『結婚相手に求める年齢』は、男性では過半数が気にしない一方で、女性は、年齢が上がるにしたがって「気にしない」とする割合が徐々に高くなる。
- 『結婚相手に求める年収』は、特に女性においては、結婚後の生活などのために「いくら以上」という具体的な金額を求めるよりは、むしろ、自分より年収が高ければよいとする傾向がみられる。
- 『結婚相手に求める学歴』は、男性では、学歴が高くなるほど「自分と同程度の学歴がいい」とする割合が大きくなる。その傾向は女性も同様だが、女性の場合は、『短大・高専』や『専修学校』などで、自分より高い学歴がいいとする割合が相対的に大きくなっている。
- 結婚後の『自分の親との同居の意向』は、現在親と同居している場合に、結婚後も自分の親と同居したい意向が強い傾向がある。『相手の親との同居の意向』は、男女間で差違はあるものの、現在の同居状況による違いはほとんど見あたらない。

1. 分析の方法

(1) 分析の視点

ここでは、前章で記載した結婚を巡る未婚者の実態の要因などについて、主に異性との出会いの機会の有無など自らが置かれた状況や環境によるものなのか、あるいは、結婚を強く求める自らの意向や意識によるものなのかを検討してみる。具体的な方法としては、いくつかの分析軸を設定してクロス集計を試みる。

そのほか、年収や学歴など、未婚者の属性と相手に求める条件が関連しているのではないかとの問題意識もあがっているため、いくつかの主な属性別に相手に求める条件などをクロス集計し、結婚に係る求める条件のミスマッチの現状などについて分析するものとする。

(2) 分析軸の設定

a) 異性との出会いに係る分析軸

本調査においては、結婚を巡る環境や考え方について、特に異性との出会いを取り巻く環境を分析対象としていることから、独身の理由が「適切な相手にまだめぐり合わないから」とした回答に着目して、未婚者アンケート調査の回答者を、以下の3グループに分けることにする。

a) 異性との出会いに係る分析軸

現在、婚約者、特定の交際相手がいる者（婚約者・交際相手あり）
現在独身である理由として、「適切な相手にまだめぐり合わないから」に回答している者（適切な相手にめぐり合わない）
現在独身である理由として、「適切な相手にまだめぐり合わないから」に回答していない者（その他の理由で独身）

は、現在、交際している異性（婚約者、特定の交際相手）がいない者としている。

上記の分析軸を用いた目的としては、一つには と の比較分析、すなわち、現在、交際している異性があるかどうかで、異性との出会いの環境や結婚観に違いがあるかどうかを検証することである。もう一つは、「適切な相手にまだめぐり合わないから」を独身の理由とする未婚者には、何らかの特徴があるかを検証することがある。

b) 結婚への距離に係る分析軸

一概に「未婚者」と言っても、それは婚約者がいる未婚者であったり、異性とは全く接する機会のない未婚者まで様々である。ここでは未婚者の中でも、「結婚にたどり着くまでの距離」が短い順に「 婚約している 特定の交際相手がいる 良く話をする異性がいる 話をする異性もいない」と分類し、分析することとする。

b) 結婚への距離に係る分析軸

婚約者がいる
婚約者ではないが、特定の交際相手がいる
特定の交際相手はいないが、よく話をする独身の異性はいる
特定の交際相手はいないし、よく話をする異性もいない

は、現在、交際している異性（婚約者、特定の交際相手）がいない者としている。

上記の分析軸を用いた目的は、一つには、a)異性との出会いに係る分析軸の補完である。特定の交際相手がいる場合といない場合の違いに加えて、特定の交際相手がいる場合には、婚約者がいる場合とそうでない場合、特定の交際相手がいなかった場合は、周囲によく話をする異性がいる場合とそうでない場合に何らかの特徴があるのかを検証することにある。もう一つは、一般的に結婚に至るまでの過程を段階的に分類し、その各段階にいる未婚者の出会いの環境や結婚観にどのような違いがあるのかという問題意識の検証である。

c) 結婚の意向に係る分析軸

上記の a) 及び b) は、未婚者を取り巻く環境の違いによる分析である。3つ目の分析軸としては、結婚を希望するのか、そもそも結婚を希望しないのかで分類し、その意向を形成させる要因や価値観、その意向から生み出される環境の違いについて分析をするための分析軸を設定する。具体的には「 ぜひ結婚したい できれば結婚したい 結婚してもしなくてもよい 結婚はしたくない」と分類し、分析することとする。

c) 結婚の意向に係る分析軸

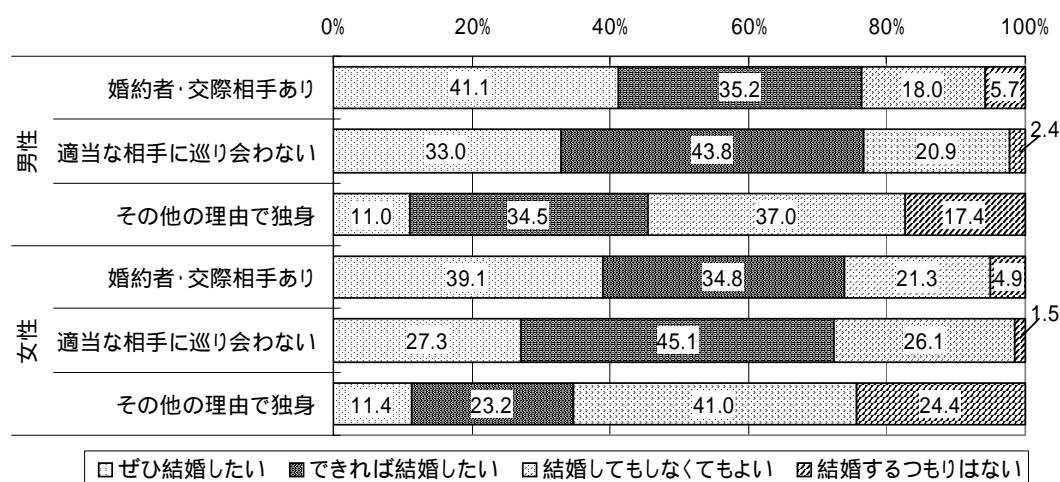
ぜひ結婚したい
できれば結婚したい
結婚してもしなくてもよい
結婚はしたくない

2 . 結婚・交際に係る現状の分析

(1) 結婚への意向について

a)異性との出会いに係る分析軸で結婚の意向をみたところ、『婚約者・交際相手あり』では、「是非結婚したい」が男女とも40%前後と最も多くなっており、次いで「できれば結婚したい」が多くなっている。一方で『適当な相手に巡り合わない』では、「できれば結婚したい」が男女とも40%超で最も多く、次いで「是非結婚したい」が多くなっている。『婚約者・交際相手あり』とは理由の順位が逆転している点で異なるが、違いは大きくない。いずれにしても、これらのグループにおける結婚への意向は高いといえる。これに対して、『その他の理由で独身』では、男女とも「結婚してもしなくてもよい」とする割合が最も大きい。また、「結婚するつもりはない」についても、男性では17.4%、女性では24.4%を占めており、特に女性では2番目に大きい割合となっている。『その他の理由で独身』に該当するものは、結婚への意向が非常に小さい。

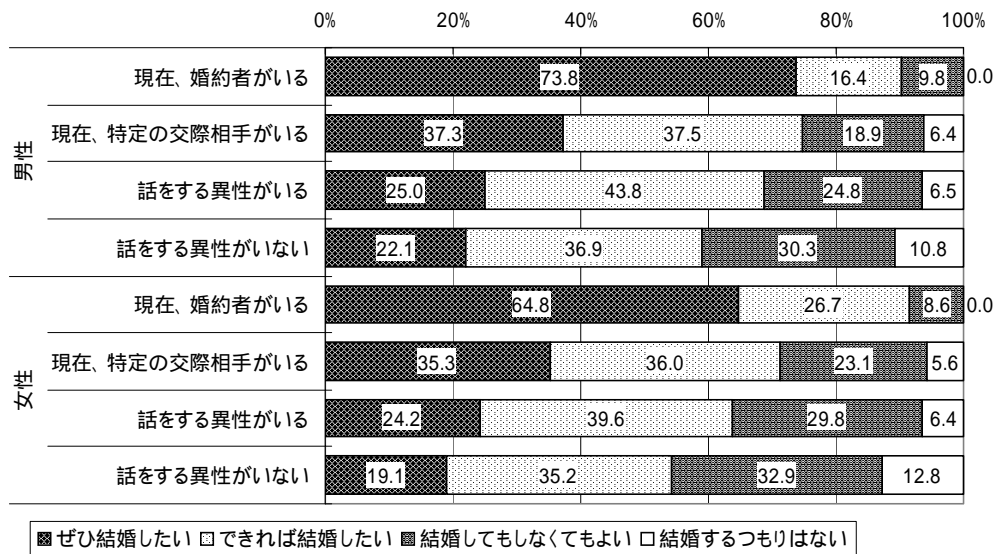
図表 -1 a) 異性との出会い×結婚の意向



次に、b)結婚への距離に係る分析軸で結婚の意向をみると、『現在、婚約者がいる』では、結婚したいとする割合は男女ともに90%を超えている。これは婚約者がいる未婚者は、結婚を決意した男女であることを踏まえれば当然のことであるが、その他のグループをみると『現在、特定の交際相手がいる』、『話をする異性がいる』、『話をする異性がない』の順に、結婚への距離が遠くなるほど、結婚したい意向を持つ割合は小さくなっている。

交際相手がいるかどうか、あるいは周囲に話をする異性がいるかどうかなどの環境は、自らの結婚意向を形成する際に影響を与えているものと推測される。

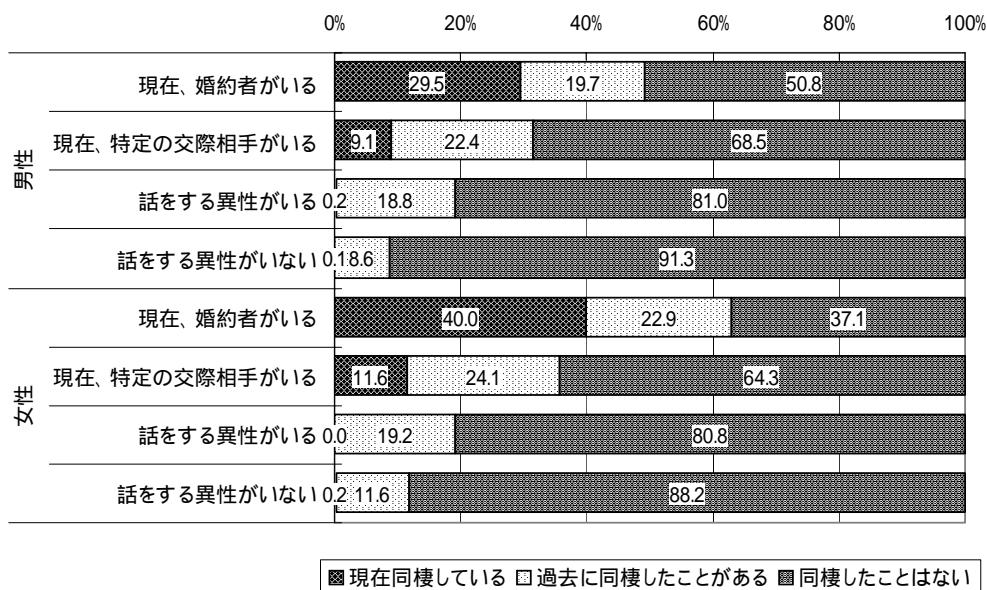
図表 -2 b)結婚への距離×結婚の意向



(2) 同棲の経験

b)結婚への距離に係る分析軸で同棲の経験をみると、結婚への距離が最も近いと思われる『現在、婚約者がいる』では、現在の同棲経験及び過去の同棲経験を合わせると、男性では49.2%、女性では62.9%となっている。これに対して、結婚への距離が最も遠いと思われる『話をする異性がない』では、男性では18.7%、女性では11.8%となっている。結婚への距離が遠くなればなるほど、同棲を経験した割合は少なくなっている傾向がみられる。

図表 -3 b)結婚への距離×同棲の経験

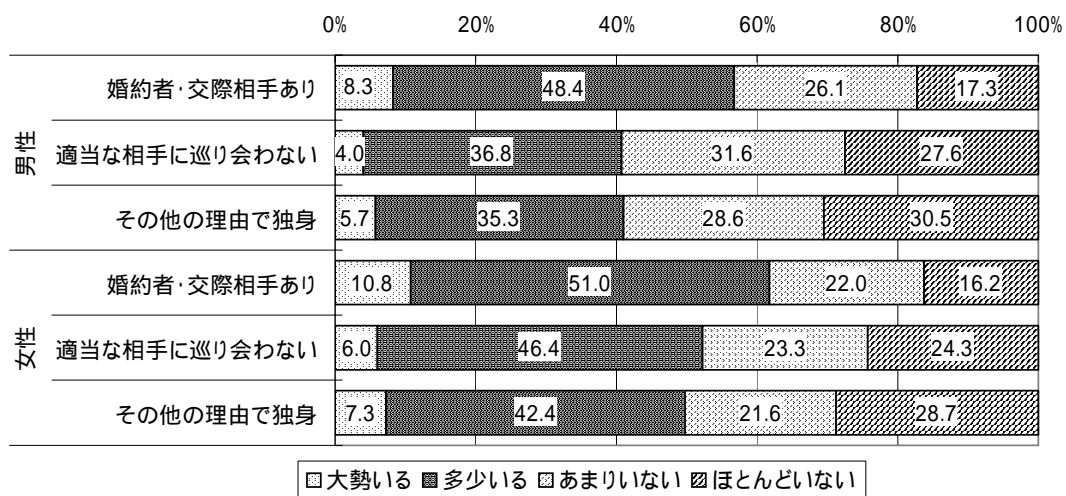


(3) よく話をする独身の異性について

よく話をする独身異性の有無

a)異性との出会いに係る分析軸で、よく話をする独身の異性がどの程度いるかをみたところ、男女とも、『婚約者・交際相手あり』では、「大勢いる」「多少いる」を合わせた割合が他のグループより大きくなっている。反対に、「ほとんどいない」とする割合が他のグループよりも小さい。『婚約者・交際相手あり』では、他のグループよりも相対的によく話をする独身の異性が多いことがわかる。

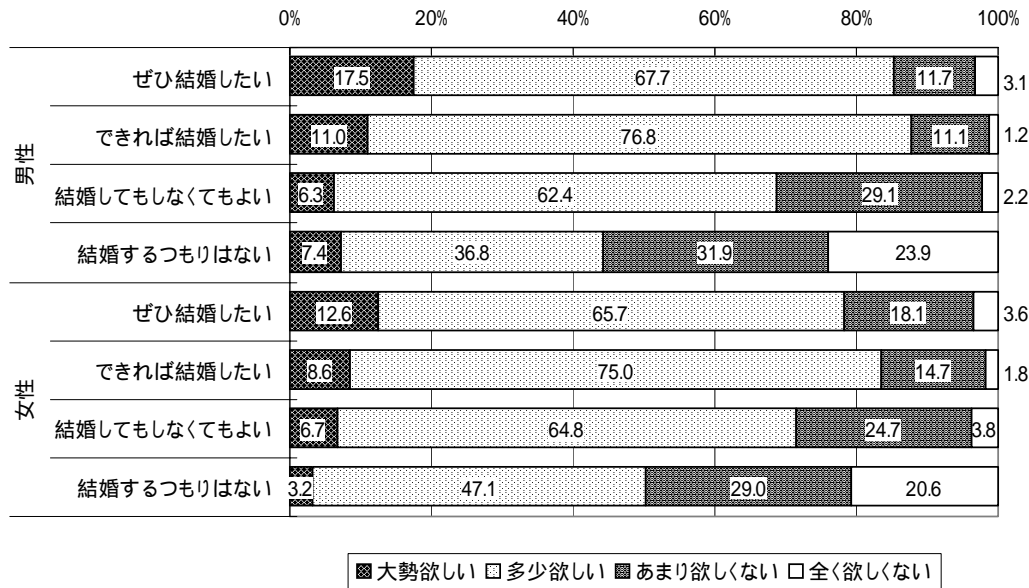
図表 -4 a)異性との出会い×よく話をする独身の異性



よく話をする独身異性の意向

c)結婚の意向に係る分析軸で、よく話をする独身異性が欲しいか否かをみると、結婚への意向が高いほど、男女ともによく話をする独身の異性を欲しいとする傾向が強くなっている。反対に『結婚しなくても良い』『結婚するつもりはない』とするものについては、「あまり欲しくない」「全く欲しくない」とする割合が大きくなっている。結婚の意向とよく話をする独身異性の意向は一定の相関関係にあることが見受けられる。

図表 -5 c)結婚の意向×よく話をする独身の異性



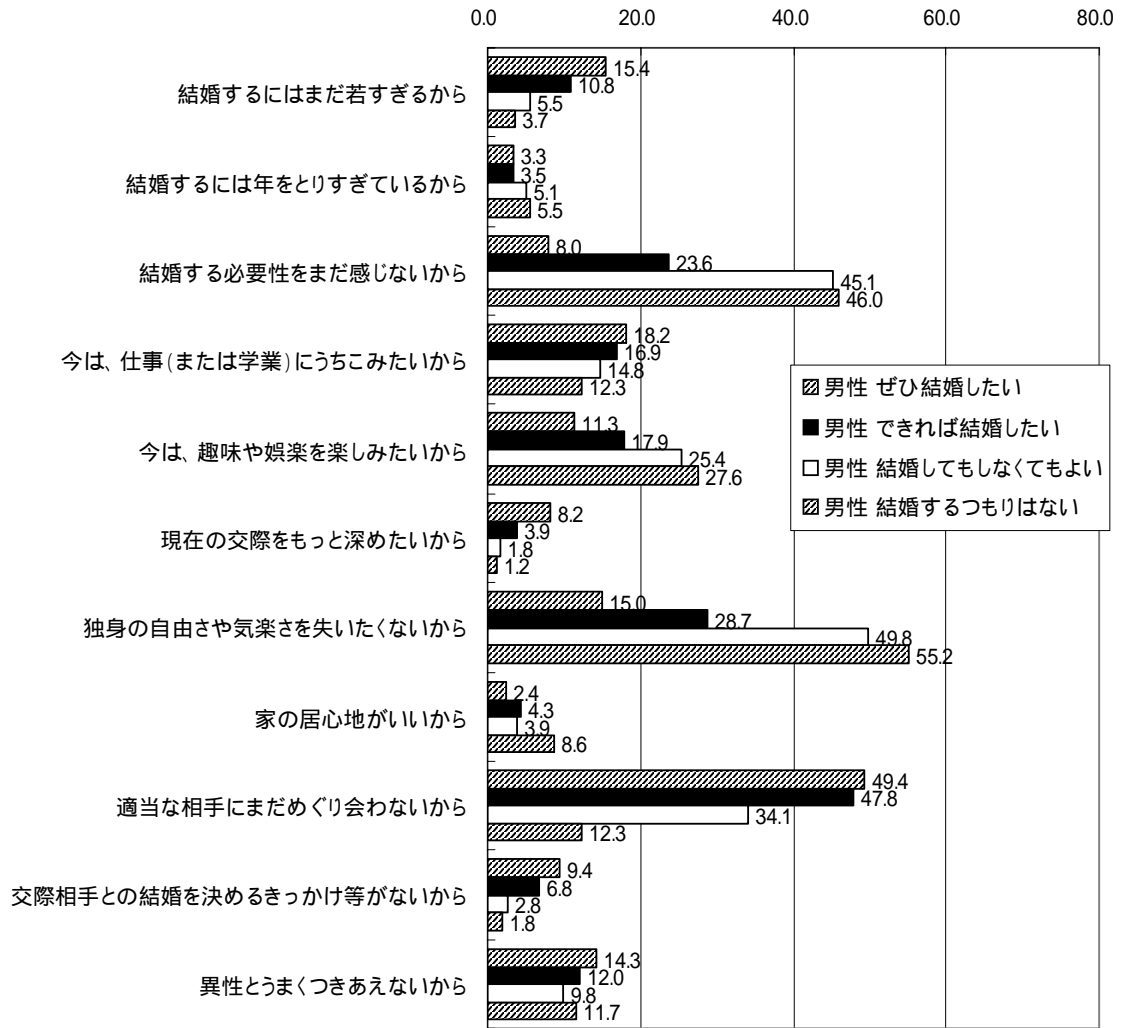
3 . 結婚への意識に係る分析

(1) 独身でいる理由について

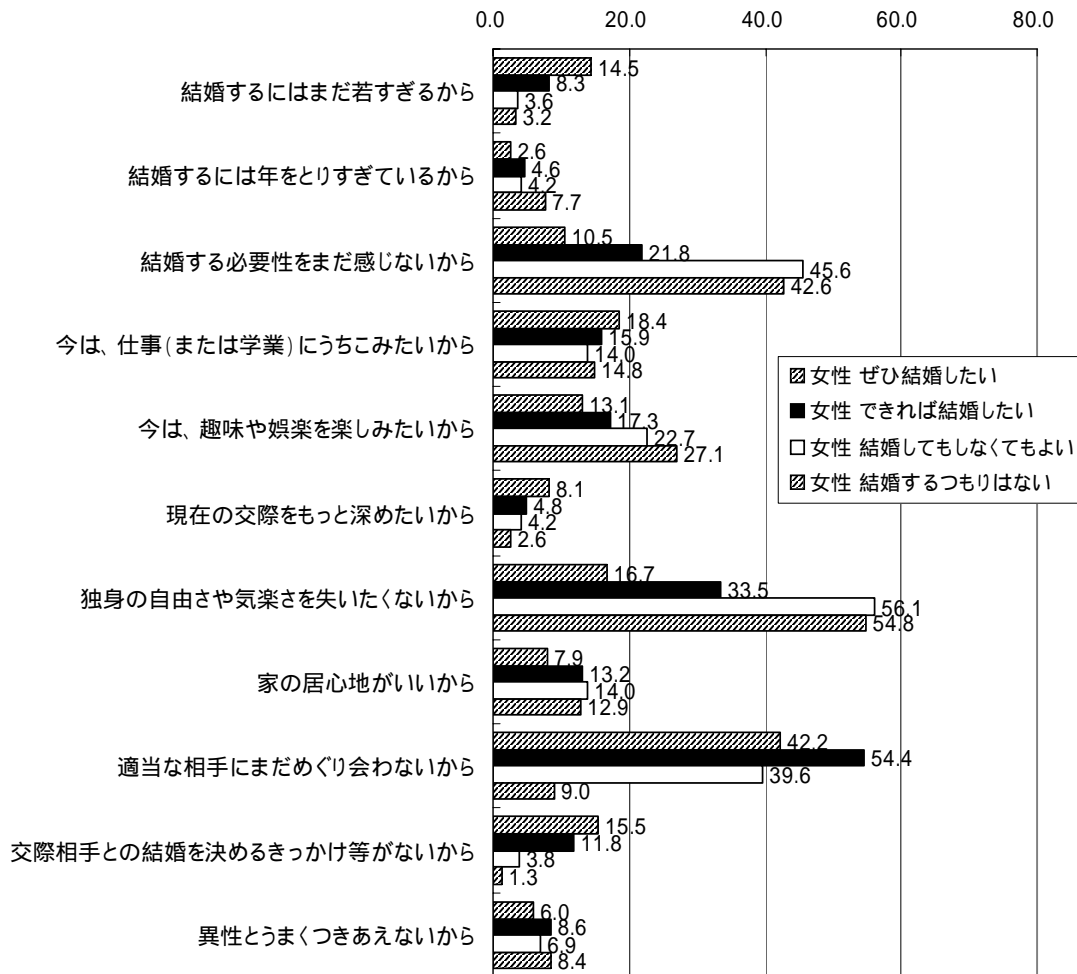
c)結婚の意向に係る分析軸で、現在独身でいる理由をみると、『結婚するつもりはない』、『結婚してもなくてもよい』では、男女ともに「独身の自由さや気楽さを失いたくないから」、「まだ結婚する必要性を感じないから」とする割合が相対的に高い。一方で、結婚への意向が低いほど割合が高くなる理由としては、「今は趣味や娯楽を楽しみたいから」、「家の居心地がいいから」などが男女ともに挙げられる。この結果からは、結婚への意向が低い独身者については、結婚した場合としない場合とで比較し、しない場合の方にそのメリットを多く見いだしている姿がうかがわれる。

一方、『ぜひ結婚したい』、『できれば結婚したい』では、男女ともに「適当な相手にまだめぐり合わないから」とする割合が、際だって高い。本調査研究における問題意識である、「結婚したい意向はあるが、適当な相手に巡り会えない未婚者」は未婚者全体の大きな割合を示していることがわかる。その対策は広範囲に効果があるものと推察できる。さらに、結婚への意向が高いほど割合が高くなる理由としては、「結婚するにはまだ若すぎるから」、「今は仕事(または学業)にうちこみたいから」などの時期的な理由を挙げる場合と、「現在の交際をもっと深めたいから」、「交際相手との結婚を決めるきっかけ等がないから」など現在の交際相手との関係に関する理由を挙げる場合に分けられる。

図表 -6 c)結婚の意向×独身でいる理由(男性)



図表 -7 c) 結婚の意向×独身でいる理由（女性）

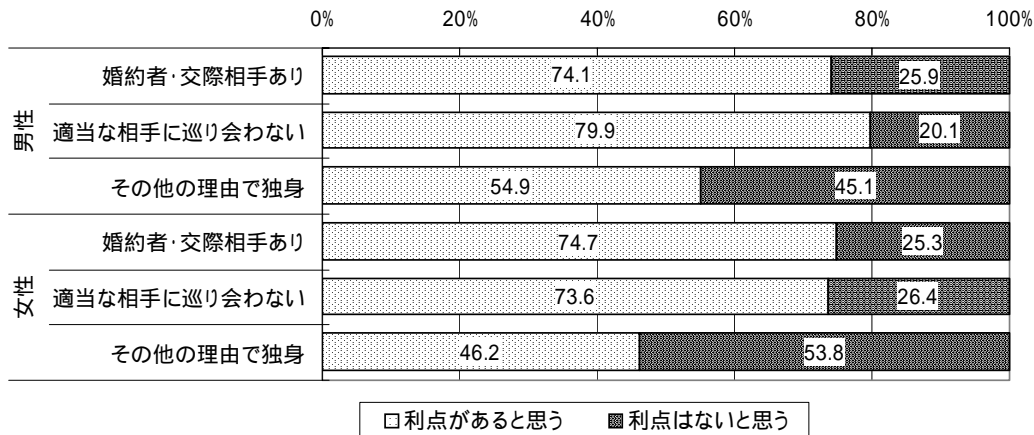


(2) 結婚の利点について

結婚することの利点の有無

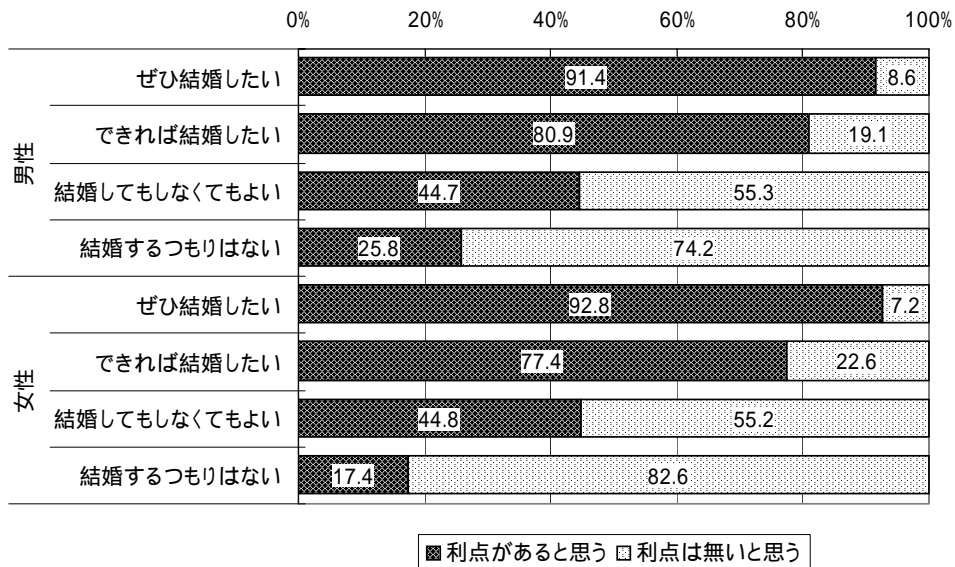
a)異性との出会いに係る分析軸で、結婚することに利点を感じるかをみると、利点があるかどうかについては、『その他の理由で独身』では、「利点がないと思う」が男性では45.1%、女性では53.8%に達しており、他のグループでの割合よりもかなり大きくなっている。

図表 -8 a) 異性との出会い×結婚することの利点の有無



c)結婚の意向に係る分析軸で、結婚することに利点を感じるかをみると、結婚の意向が高ければ高いほど、結婚することに利点を感じている割合が高くなる。その相関は極めて高く、結婚することにメリットを見いだしているか否かが、結婚の意向を形成する際に大きな影響を及ぼしているものと思われる。

図表 -9 c) 結婚の意向×結婚することの利点の有無



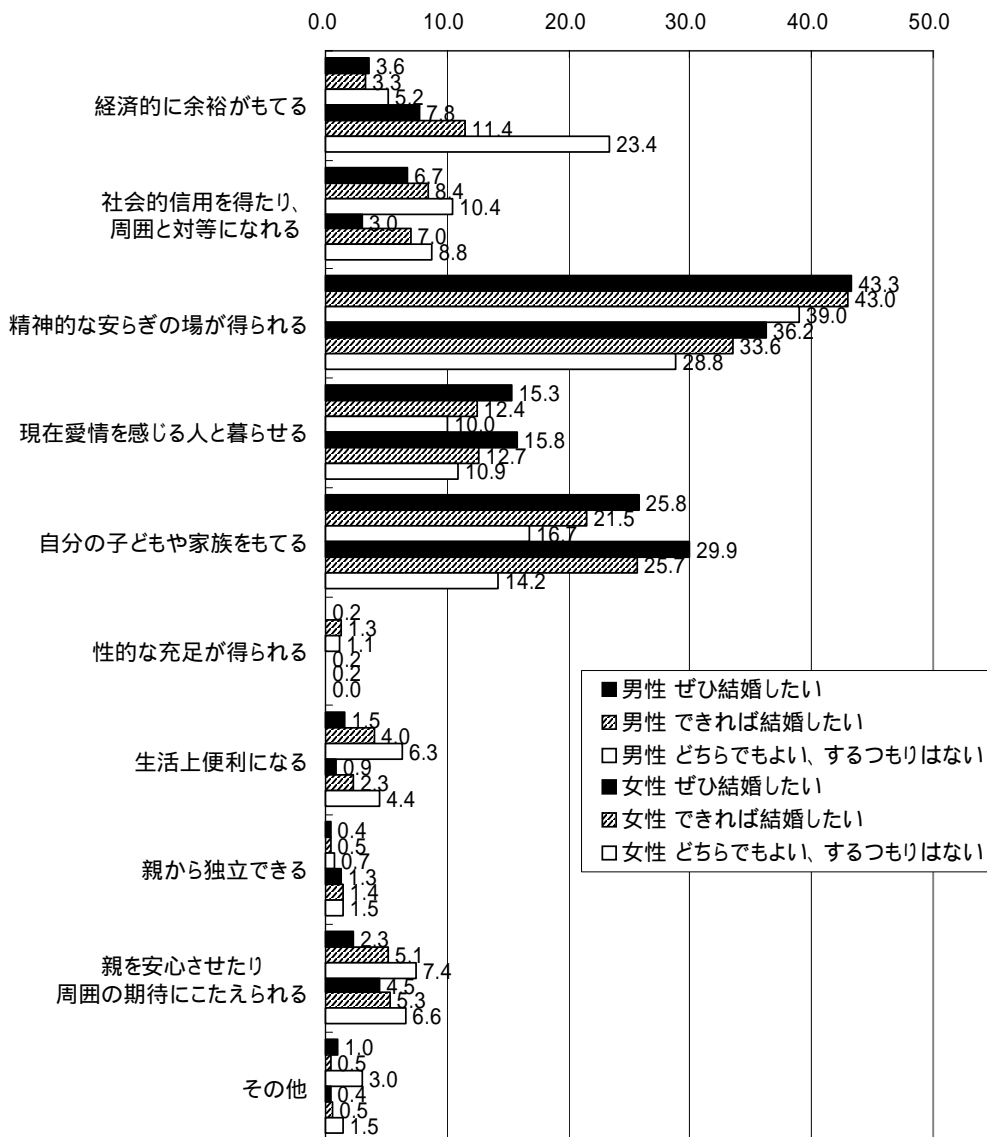
結婚することの最大の利点

次に、結婚に利点があるとする回答者に対して、c)結婚の意向に係る分析軸で、どのような利点があると考えているかをみる。最大の利点について、グループ別に違いが大きいものをみると、男女ともに「精神的な安らぎの場が得られる」とする割合が高く、特にその傾向は男性で顕著である。また、結婚への意向が高いほど割合が大きい利点としては「自分の子どもや家族を持てる」、「現在愛情を感じる人と一緒に暮ら

せる」などが目立つ。

一方で、結婚への意向が低い未婚者があげている結婚の利点としては、特に女性において「経済的な余裕がもてる」、「社会的信用を得たり、周囲と対等になれる」、「親を安心させたり周囲の期待に応えられる」などが挙げられる。これらの結婚のメリットは結婚への積極的な意向には結びつかないことが考えられる。世間や親の目といった周囲の評価や考え方は、現在では結婚への意向に結びついておらず、専ら自らの精神的な安らぎや愛情、子供を持つことへのメリットを感じるほど結婚の意向は高まる傾向にあると考えられる。

図表 -10 c)結婚の意向 × ×最大の利点



注)「結婚するつもりはない」とするグループについては、利点を感じるとする割合が小さく十分なサンプルが得られなかったため、「結婚してもしなくてもよい」とするグループに統合した。

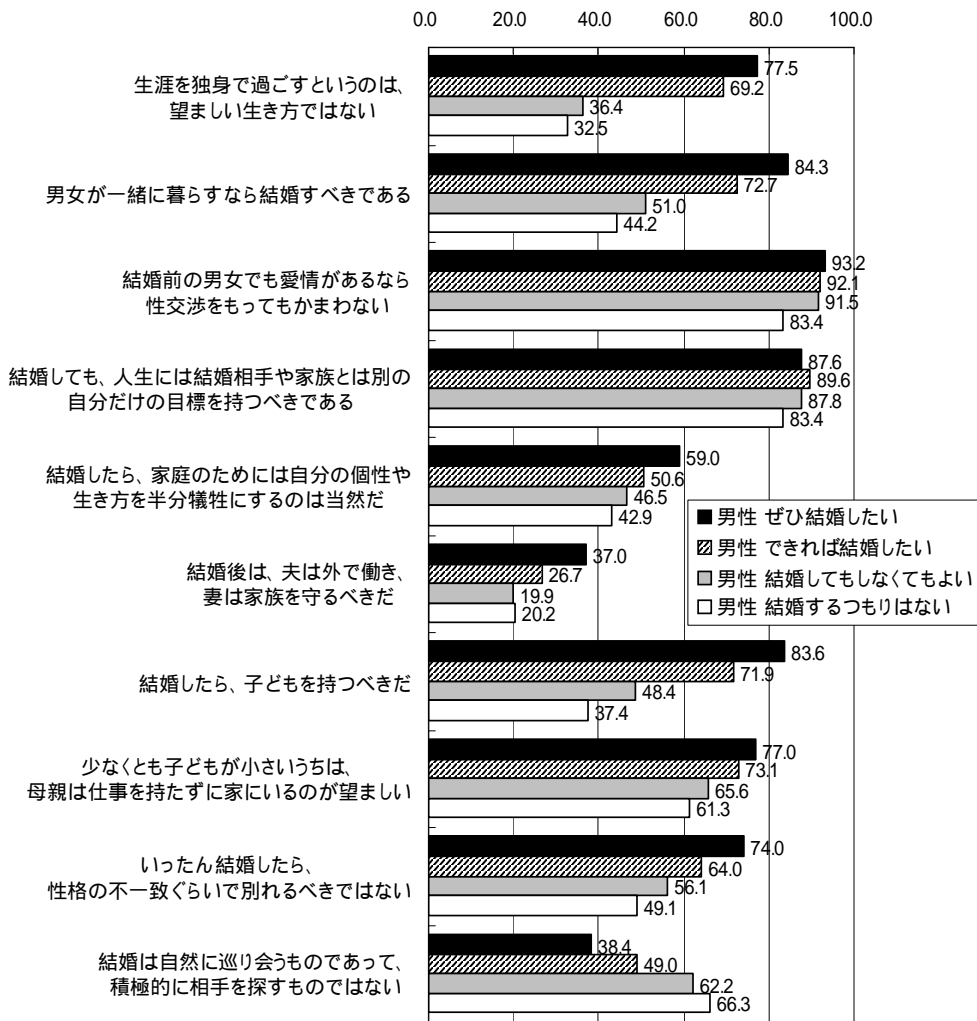
(3) 結婚観について

○結婚の意向に係る分析軸で、結婚観をみると、男女ともに、「結婚前の男女でも愛情があるなら性交渉をもってもかまわない」、「結婚しても、人生には結婚相手や家族とは別の自分だけの目標を持つべきである」などについては約9割が『賛成』としており、これらは結婚の意向に関わらず高い割合を示している。

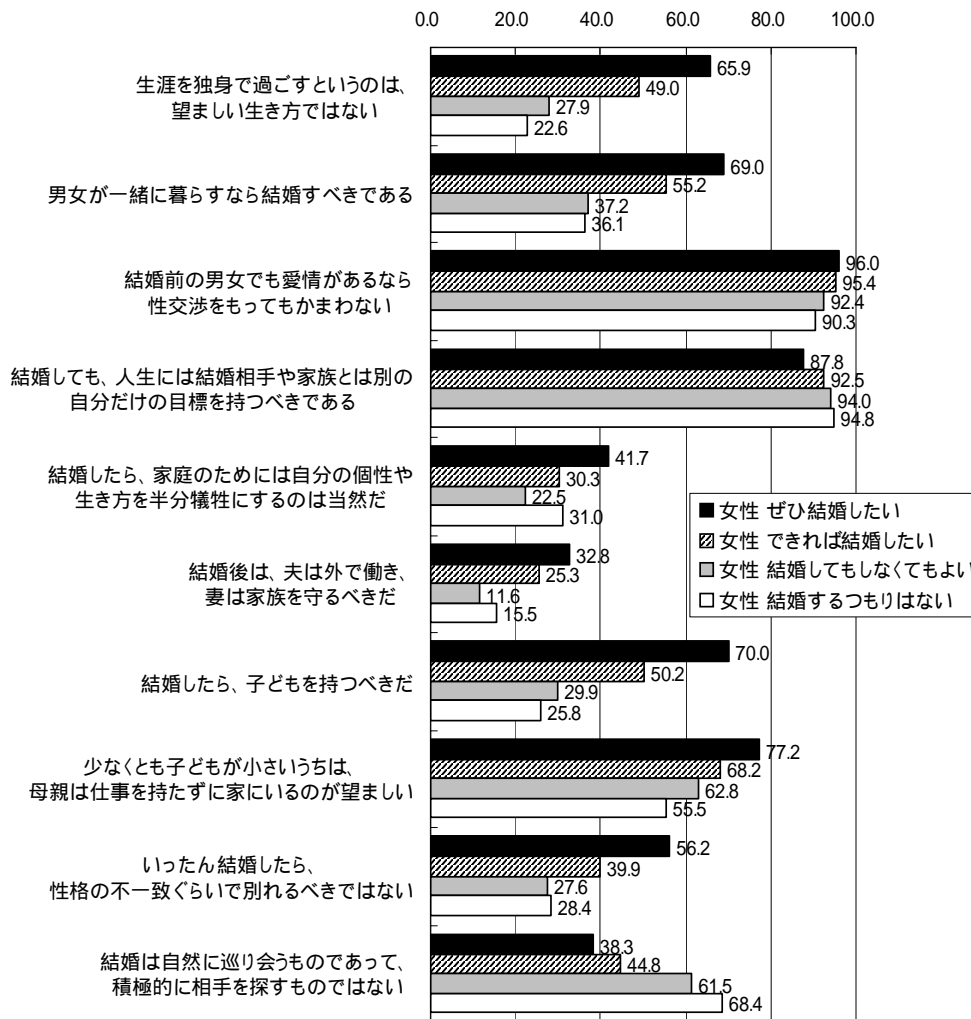
一方で、特に結婚の意向が高い程『賛成』とする割合が大きいものは「生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない」、「男女と一緒に暮らすなら結婚すべきである」、「結婚したら、家庭のためには自分の個性や生き方を半分犠牲にするのは当然だ」、「結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ」、「結婚したら、子どもを持つべきだ」、「少なくとも子どもが小さいうちは、母親は仕事を持たずに家にいるのが望ましい」、「いったん結婚したら、性格の不一致ぐらいで別れるべきではない」などがある。結婚の意向が強いほど、保守的な結婚観を持つ傾向がうかがえる。

また、結婚の意向が低いほど『賛成』とする割合が大きいものとして、「結婚は自然に巡り会うものであって、積極的に相手を探すものではない」がある。結婚の意向が低いグループは、従来の比較的保守的な価値観は持ち合わせていない一方で、結婚は、「自然に出会い、恋愛を経てからすべきも」のという考え方を持ち合わせている傾向がうかがえる。

図表 -11 c)結婚の意向×結婚観(男性)(賛成とする割合)



図表 -12 c)結婚の意向×結婚観(女性)(賛成とする割合)

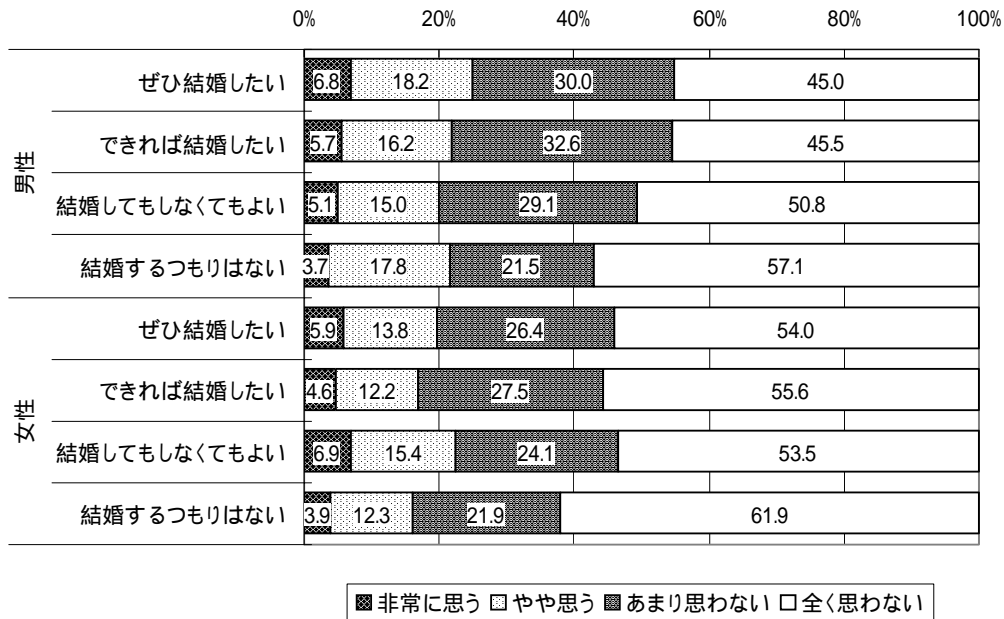


(4) 両親や友人について

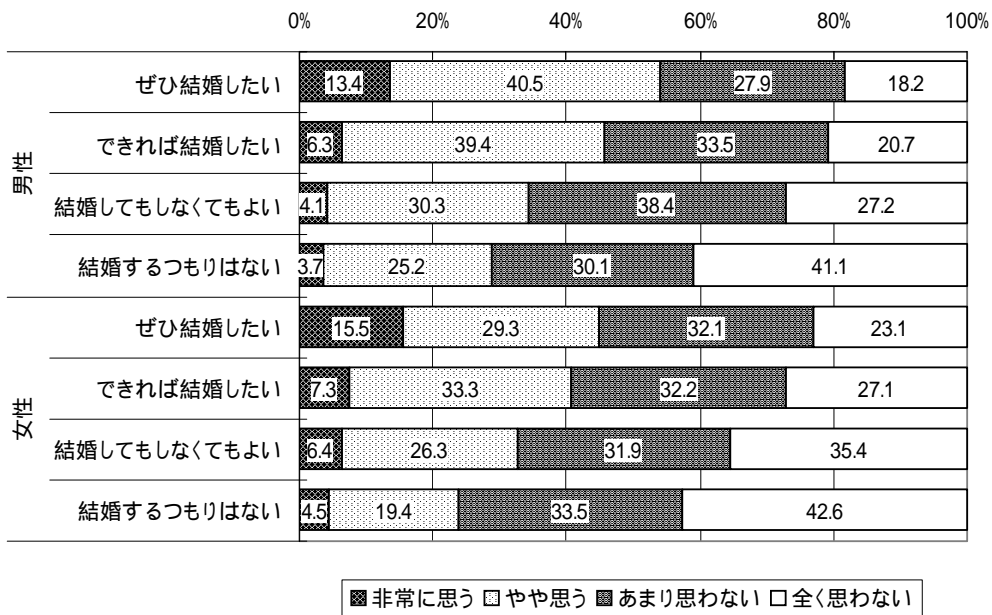
c)結婚の意向に係る分析軸で、両親や友人などの状況をみると、男女ともに、「両親のような夫婦関係をうらやましいと思う」、「結婚している友人をみるとうらやましく思う」などを強く感じているほど結婚の意向は強くなっており、その相関関係は著しく大きい。また、「家族や友人などの子供とふれあう機会が多いと思う」も、その傾向は若干劣るものの、同様である。「子どものころ父親は家事をしていた方だと思う」については、『結婚するつもりはない』とする未婚者で、「全く思わない」が5割を超えている。

両親や友人など身近な人物が、幸せな結婚をしているモデルケースが存在する場合、それらをうらやましく思い、結婚の意向が強まる因果関係が存在するものと思われる。

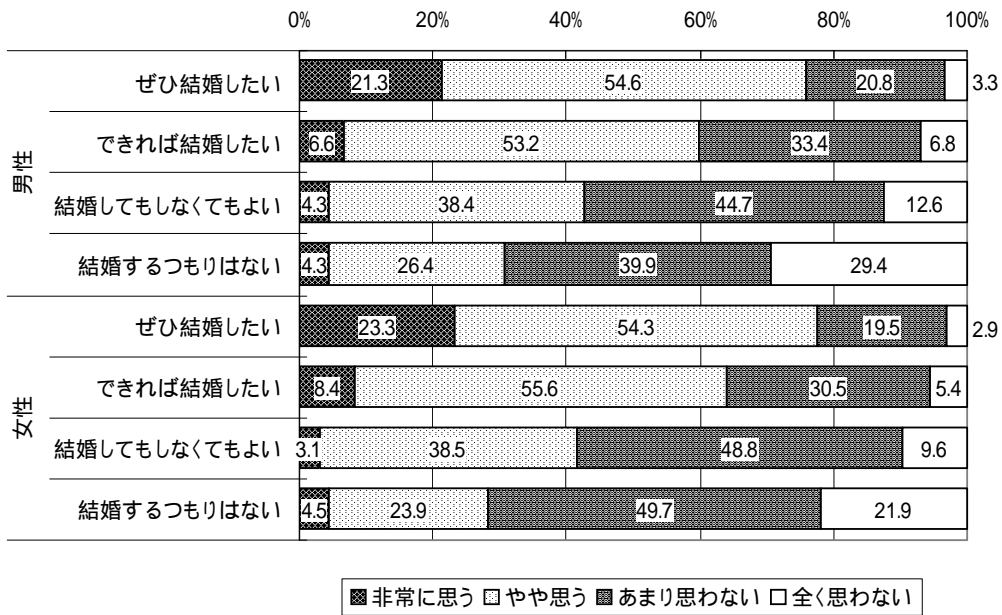
図表 -13 c)結婚の意向×子どもころ父親は家事をしていた方だと思う



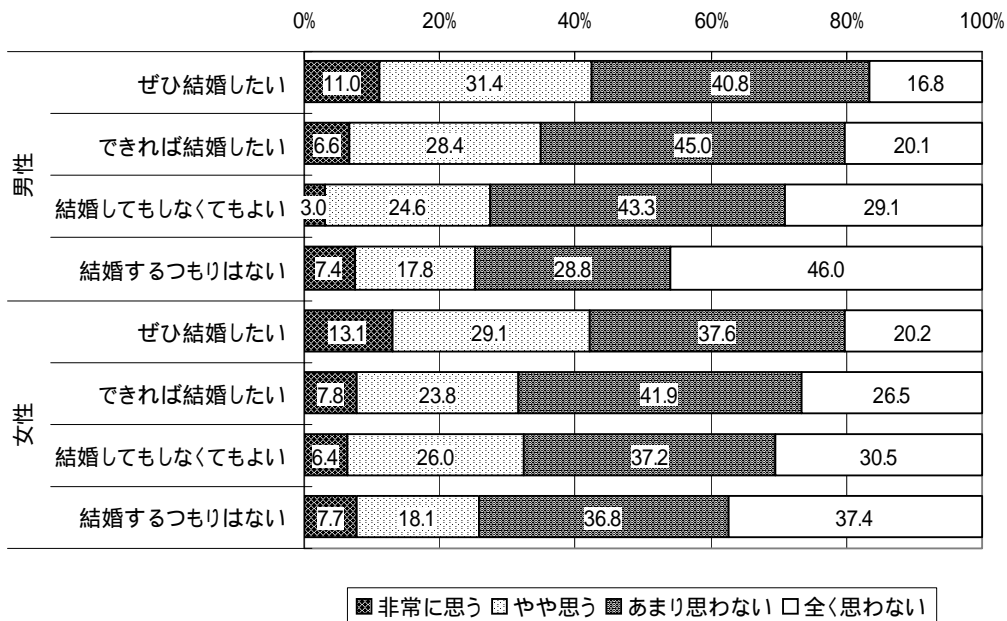
図表 -14 c)結婚の意向×両親のような夫婦関係をうらやましいと思う



図表 -15 c)結婚の意向×結婚している友人をみるとうらやましく思う



図表 -16 c)結婚の意向×家族や友人等の子供とふれあう機会が多いと思う



4. 「出会い」を取り巻く社会環境に係る分析

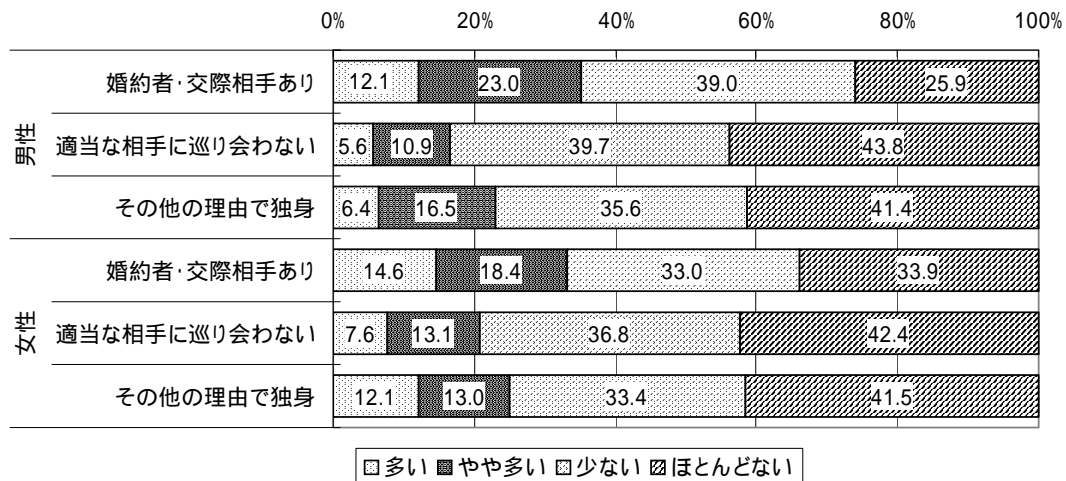
(1) 異性との出会いの機会について

職場内の独身の異性の人数

a) 異性との出会いに係る分析軸で、職場内の独身の異性の人数をみると、『婚約者・交際相手あり』では、「多い」あるいは「やや多い」とする割合が他のグループよりも多いことがわかる。逆に「ほとんどない」とする割合が小さくなっている。しかし、『婚約者・交際相手あり』においても、「多い」、「やや多い」を合わせても、35%程度にとどまっており、職場内での独身の異性の人数は多い状況にはない。

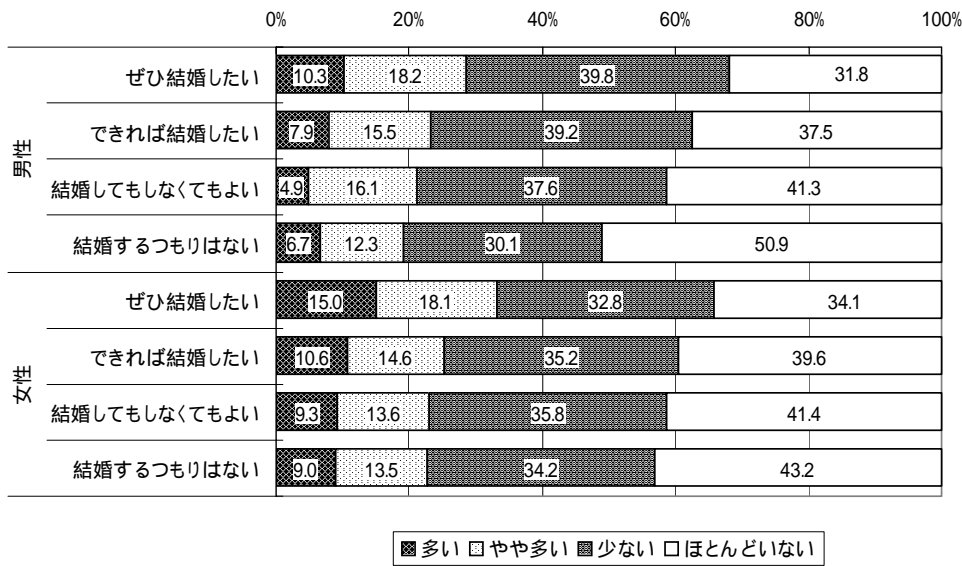
『適当な相手に巡り会わない』においては『その他の理由で独身』よりも、わずかながら、職場内での独身の異性の人数は少ないことがわかる。

図表 -17 a) 異性との出会い×職場内の独身異性の人数



また、c) 結婚の意向に係る分析軸で、職場内の独身の異性の人数をみると、顕著とは言えないが、結婚の意向が高いほど職場内の独身異性の人数は多い傾向がある。職場内の独身異性の多寡は、少なからず結婚の意向を醸成する際に影響を与えている可能性がある。

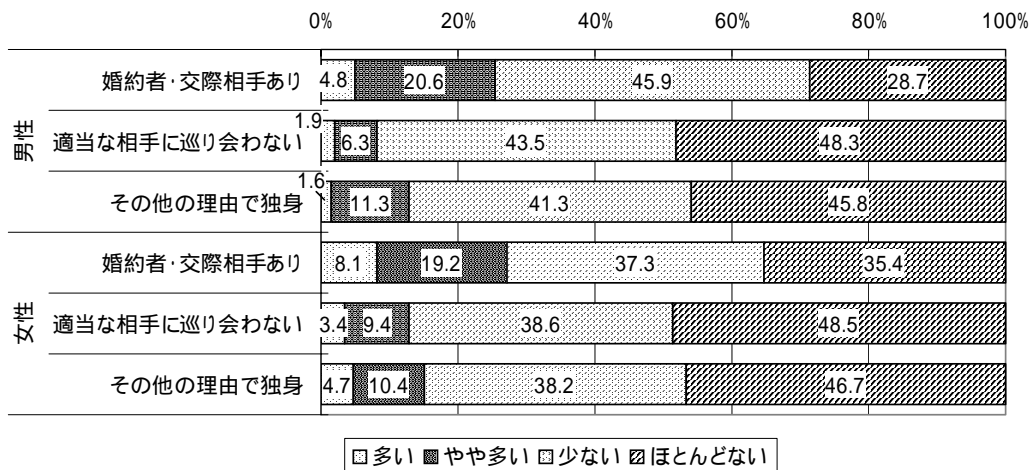
図表 -18 c)結婚の意向×職場内の独身異性の人数



職場内で独身の異性と親しくなるきっかけ

次に、a)異性との出会いに係る分析軸で、職場内で独身の異性と親しくなるきっかけをみると、先に見た独身の異性の数の結果と同じく、『婚約者・交際相手あり』において、その他のグループよりも相対的に「多い」「やや多い」とする割合が多いが、それでも、両者を併せても男性では約 25.4%、女性では 27.3%にとどまっており、職場での異性との出会いの機会は多くはない。

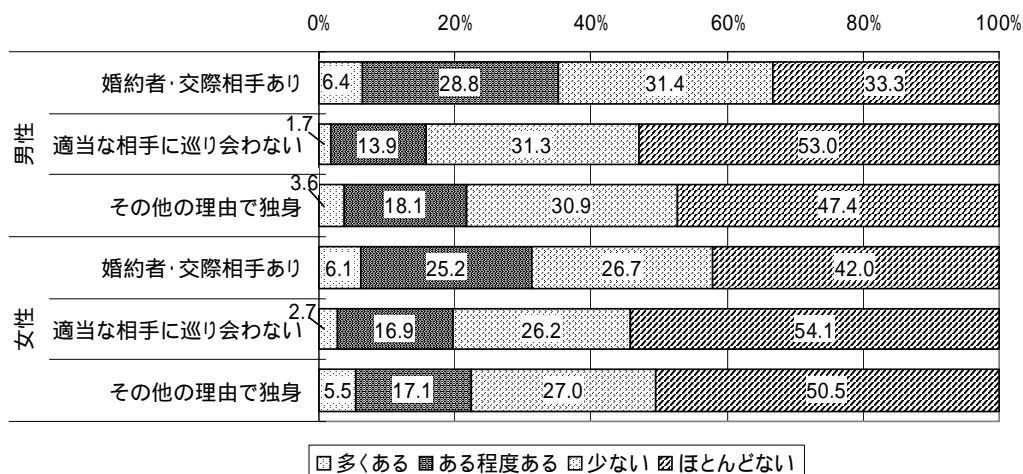
図表 -19 a)異性との出会い×職場内で独身の異性と親しくなるきっかけ



職場以外で独身の異性と出会うきっかけ

次に、a)異性との出会いに係る分析軸で、職場以外での独身の異性と出会うきっかけをみると、先に見た職場での異性との出会いの結果と同様に、『婚約者・交際相手あり』では、「多くある」「やや多くある」の割合が大きく、逆に「ほとんどない」の割合が小さくなっている。

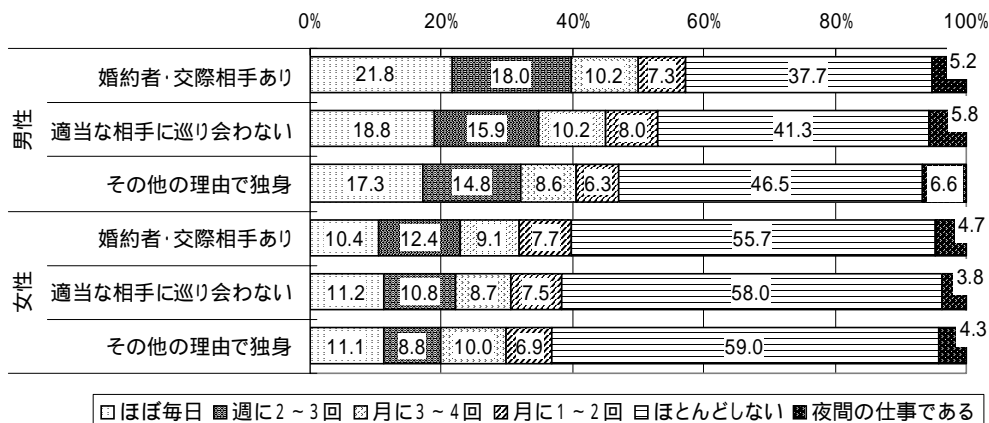
図表 -20 独身の理由×職場以外で独身の異性と出会うきっかけ



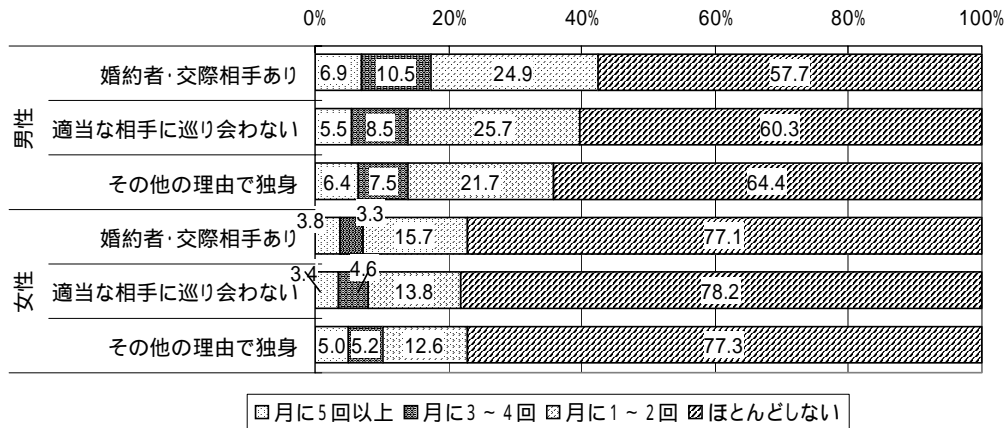
(2) 残業や休日出勤について

a)異性との出会いに係る分析軸で、残業や休日出勤の状況をみると、男性では『婚約者・交際相手あり』において、午後8時以降の残業の頻度、勤務日でない日の出勤の頻度、のいずれも最も多くこなしている。交際相手がいる場合、一般的に異性とのデートや合コンをする時間帯に仕事をしているケースが相対的に多いことは非常に興味深い。女性ではグループによる違いはほとんどない。

図表 -21 a)異性との出会い×午後8時以降の残業の頻度(休日出勤を除く)



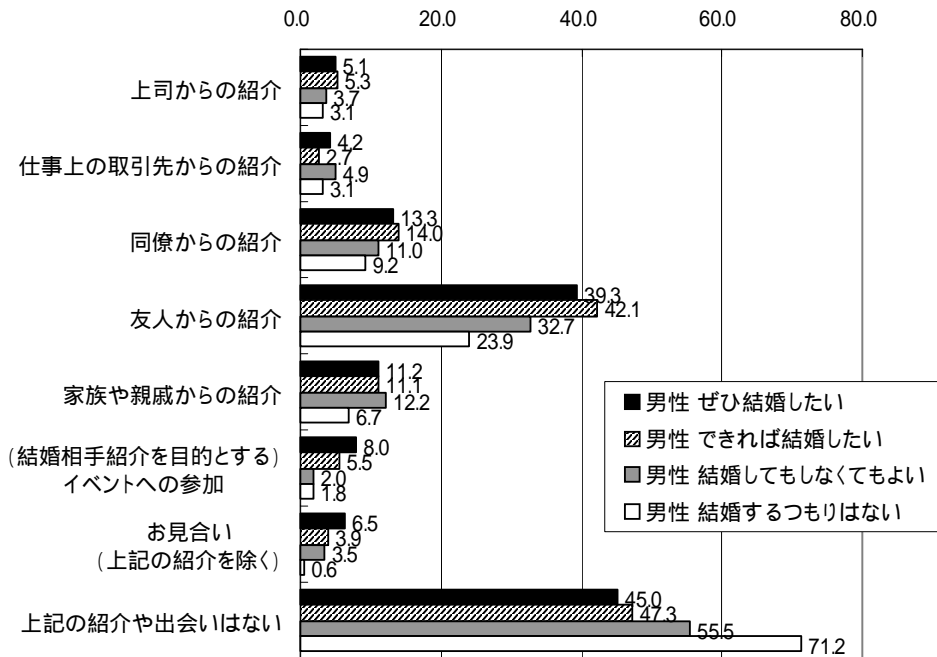
図表 -22 a) 異性との出会い×勤務日でない日の出勤の頻度



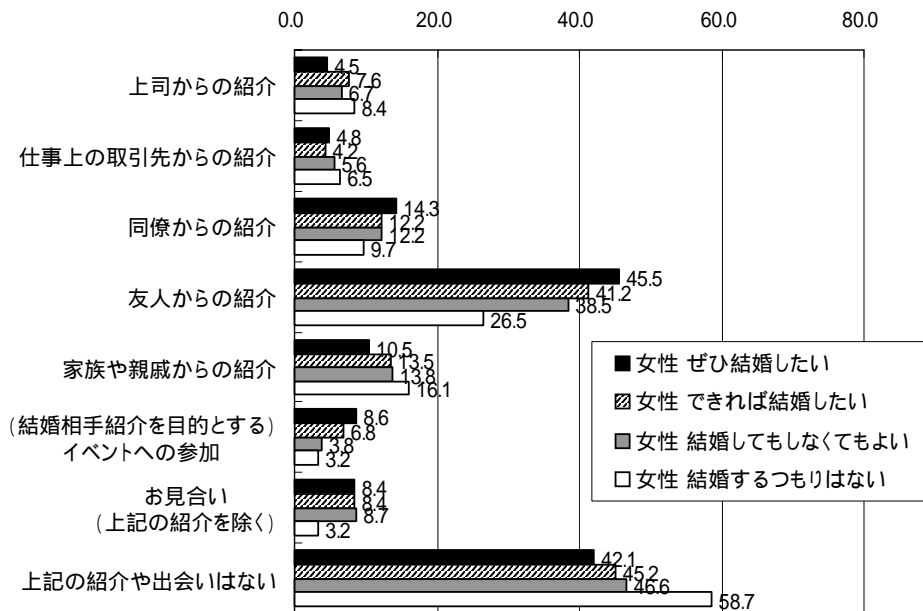
(3) 異性の紹介経験について

c) 結婚の意向に係る分析軸で、過去の異性の紹介経験などをみると、男女ともに「友人からの紹介」が最も割合が大きく、しかも結婚の意向が高いほど、その割合は高くなっている。一方で、過去に「異性の紹介はない」とする回答は、結婚の意向が低いほど、その割合が大きくなっている。

図表 -23 c) 結婚の意向×異性の紹介経験 (男性)



図表 -24 c)結婚の意向×異性の紹介経験（女性）



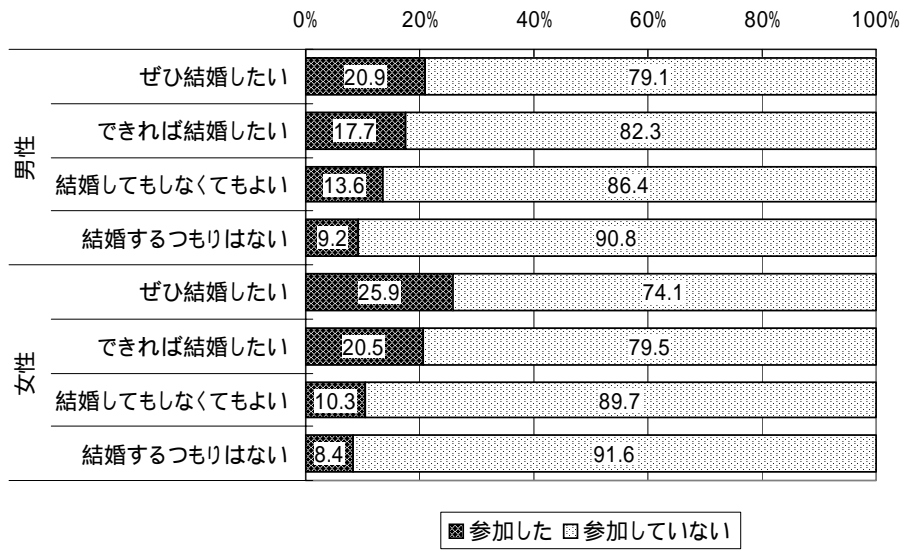
(4) 合コンの参加・企画について

c)結婚の意向に係る分析軸で、合コンの参加経験（過去1年間）と合コンの企画経験をみると、合コンの参加経験は男女ともに結婚の意向が高いほど「参加した」という割合は大きくなっている。

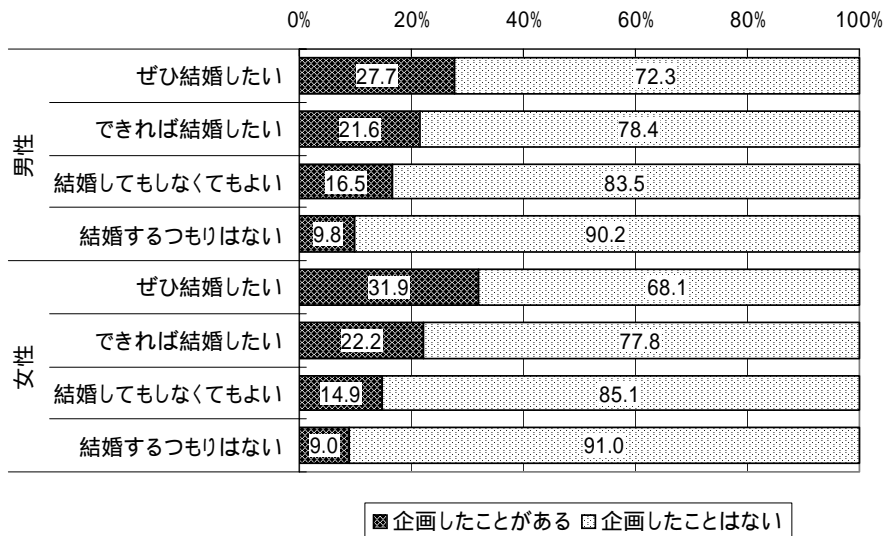
また、合コンの企画経験も同様に、男女ともに結婚の意向が高いほど「企画した」という割合は大きくなっている。

先の(3)異性の紹介経験と合わせて考察すると、結婚の意向が高い未婚者は、過去に割合が多かったと思われる上司や家族・親戚からの紹介に結婚相手の紹介を求めることは少なくなっており、その一方で、友人からの紹介や合コンの参加や自らの企画によって、異性との出会いを求めようとしていることがうかがえる。その一方で、結婚の意向が低い未婚者は、相対的にみて、紹介の経験なども少なく、合コンへの参加にも積極的ではない。

図表 -25 c)結婚の意向×過去一年の合コンの参加



図表 -26 c)結婚の意向×合コンの企画経験



5 . 属性別にみた相手に求める条件

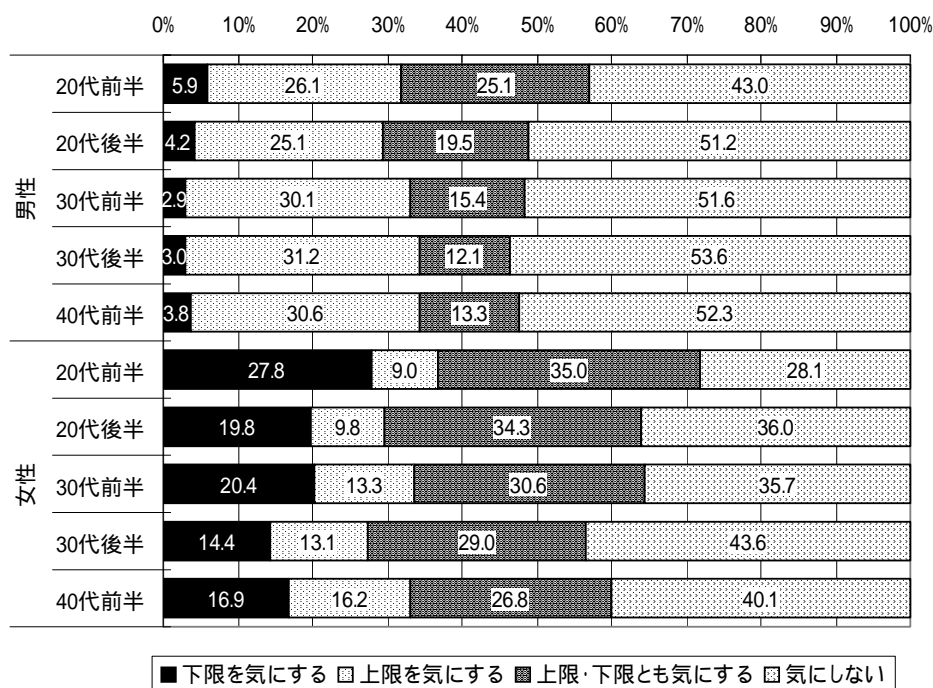
(1) 結婚相手に求める年齢

結婚相手に求める年齢について男女間で比較すると、男性ではほぼ過半数は「気にしない」としており、一方で、女性は、年齢が上がるにしたがって「気にしない」とする割合が徐々に高くなる傾向が見られる。一方で、年齢を気にする場合には、男性は相手の年齢上限を気にする傾向が強く、女性は下限を気にする傾向が強い。

さらに、年齢階層別に相手に求める年齢をみると、男性で「下限を気にする」の回答は、どの年齢階層でもほとんど見られない。20代前半で「上限・下限とも気にする」が25.1%と相対的に高い割合を示すこと以外は大きな特徴は見られない。

一方女性では、年齢階層が低いほど「下限を気にする」、「上限・下限とも気にする」回答の割合が大きくなっている。

図表 -27 自分の年齢×相手に求める年齢



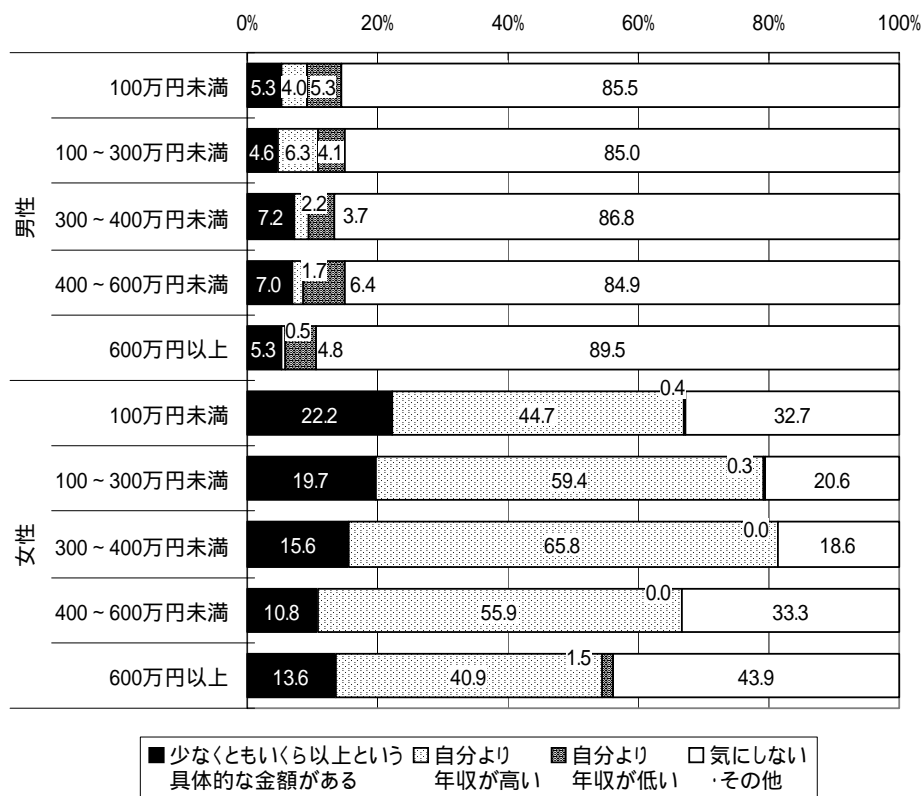
(2) 結婚相手に求める年収

年収別に、結婚相手に求める年収をみたところ、男性ではその属性による違いはほとんど見あたらない。そのほとんどが結婚相手の年収は気にしていない。

一方で、女性では、年収が低いほど「少なくともいくら以上という具体的な金額がある」とする割合が大きくなっている。いずれの年齢階層においても「自分より年収が低い」とする回答はほとんど見られない。

特に女性においては、結婚後の生活などのために「いくら以上」という具体的な金額を求めるよりは、むしろ、自分より年収が高ければよいとする傾向がみられる。

図表 -28 自分の年収×結婚相手に求める年収



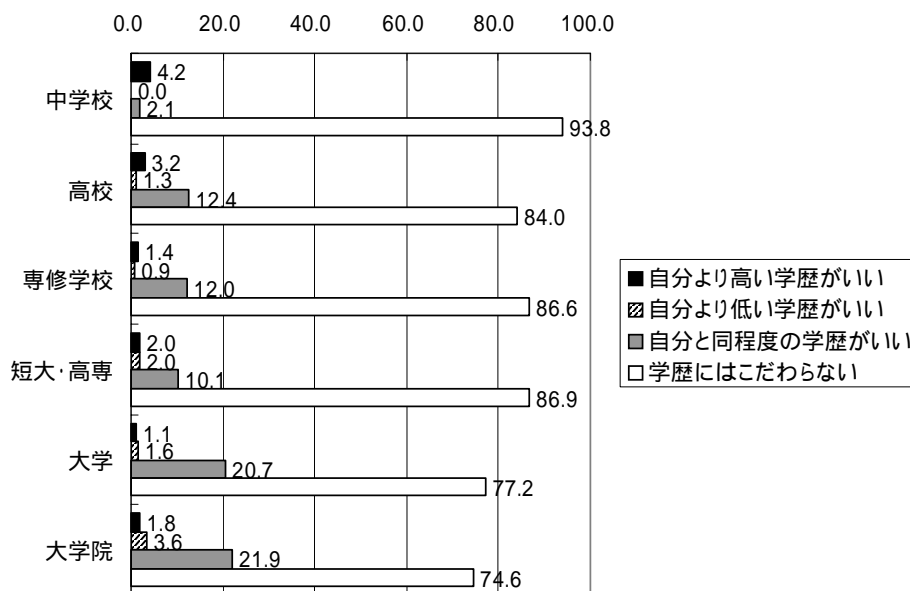
(3) 結婚相手に求める学歴

学歴別に、結婚相手に求める学歴を見たところ、男性では、学歴が高くなるほど「自分と同程度の学歴がいい」とする割合が大きくなり、反対に、「学歴にはこだわらない」とする割合は小さくなる。

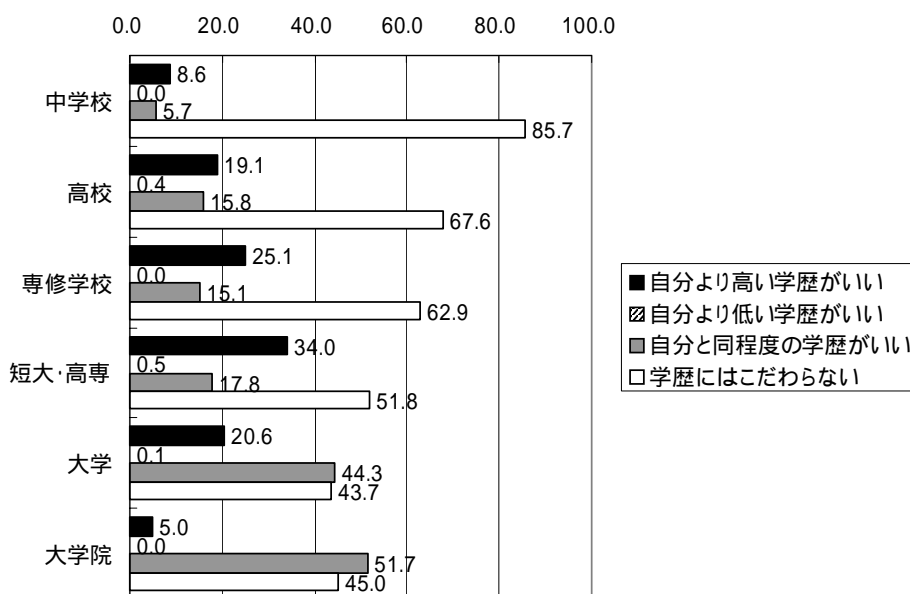
女性も同様に、学歴が高くなるほど「自分と同程度の学歴がいい」とする割合が大

きくなり、反対に、「学歴にはこだわらない」とする割合は小さくなる。ただし、女性の場合は、『短大・高専』や『専修学校』などで、自分より高い学歴がいいとする割合が相対的に大きくなっている。

図表 -29 自分の学歴（男性）×結婚相手に求める学歴



図表 -30 自分の学歴（女性）×結婚相手に求める学歴

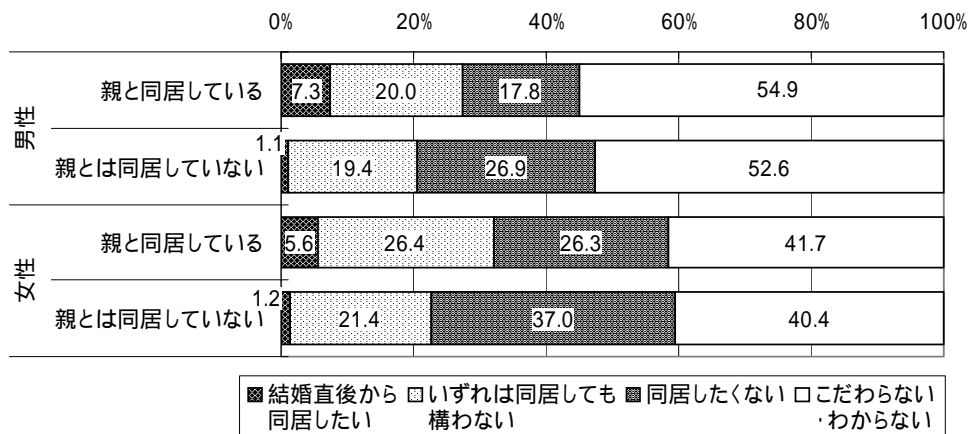


(4) 親との同居の意向

自分の親との同居

親との同居状況別に、結婚後の自分の親との同居の意向をみると、現在の同居の状況にかかわらず、男性では過半数が、女性では4割強が「こだわらない・わからない」としており、最も多くなっている。一方で、こだわりがある未婚者の状況を見ると、現在『親と同居している』グループにおいて、結婚後も自分の親と同居したい意向が強いことがわかる。

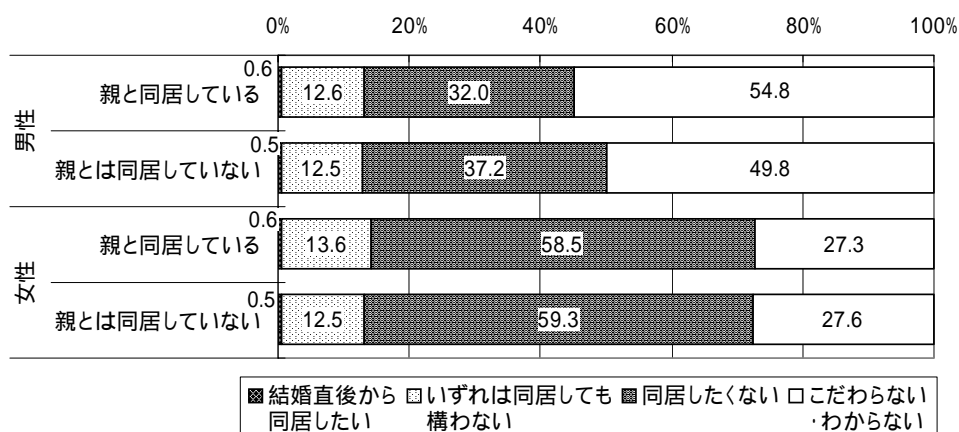
図表 -31 自分が親と同居している×自分の親との同居



結婚相手の親との同居

親との同居状況別に、結婚後、相手の親との同居の意向をみると、男女間で違いはあるものの、現在の同居状況による違いはほとんど見あたらない。

図表 -32 自分が親と同居している×結婚相手の親との同居



未婚者のライフサポート関連サービスへのニーズ

本章の概要

- 本章では、未婚者アンケート調査結果をもとに、未婚者のライフサポート関連サービスニーズについて、特に結婚を巡る異性との交際や恋愛などを中心に、その悩みや望むアドバイス、外部の専門家への相談ニーズをとりまとめている。また、結婚情報サービスについても、未婚者全般のニーズや利用意向、サービスのイメージなどについても、その実態を明らかにしている。

異性との交際の悩みや相談相手

- 異性との交際で悩みや困っていることについて、男女とも約4割は「特に悩みや困っていることはない」としている。
- 具体的な悩みとしては、男女とも「周囲に異性がない」が最も多く、続いて「周囲に異性はいるが、親しくなるきっかけがない」、「異性の気持ちがよく分からない」、「自分の意思を相手にどう伝えてよいか分からない」となっている。
- 『交際や恋愛の悩みに関する気軽な相談相手の有無』は、女性の方が相談相手がいる割合が大きい。男性では年齢が上昇するほど、相談相手がいなくなる傾向がみられる。『気軽な相談相手』は、男女とも「友人」が9割以上を占める。
- 『交際や恋愛に関して、望む情報やアドバイスの種類』は、「異性の気持ちを知る方法」「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」「異性からみた自分の評価を高める方法(自分の価値や魅力)」「自分の意思の伝え方」「異性と出会うためのきっかけ作りの方法」などで、男女ともに割合が大きい。

外部の専門家への相談ニーズ

- 『外部の専門家への相談のニーズ(有料)』としては、男女とも6割程度がニーズは無いが、男女間の違いとして、男性においては「異性との出会い」、「異性や交際相手とのコミュニケーション」など恋愛の悩みに関するニーズが高く、一方女性は、「貯蓄や保険」、「親の老後・介護・健康」など、生活全般の悩みを専門家に相談してみたいというニーズが高い。

結婚情報サービスへのニーズ

- 『結婚情報サービスなどの利用経験』は、男女とも「いずれも利用したことがない」が8割程度となっている。
- 利用経験が相対的に多いサービスとしては、「大手結婚情報サービスが提供するデータマッチングサービス」が男性で7.9%、女性で5.5%、「出会い系サイトが提供するサービス」が男性で9.6%、女性で7.8%、「交際相手との出会いを目的とするパーティーやイベント」が男性で4.2%、女性で6.6%、となっている。
- 結婚情報サービスなどの今後の利用意向をみると、男女とも7割以上が「いずれも利用したくはない」としているが、様々なサービスのいずれに対しても、若干の利用意向が示されている。その利用意向は男性の方が高い傾向がある。

結婚情報サービスのイメージ等

- 『民間企業が行う結婚情報サービスのイメージ』については、そもそも「イメージがない」、「わからない」とする割合が全般的に大きい。未婚者全般に結婚情報サービスが浸透していないことを示すものと思われる。
- ポジティブなイメージとして「個人情報もしっかり管理・保護されている」、「担当者は誠実に対応してくれる」、「会員数・加入者は十分にいる」などが挙げられる。
- 一方、ネガティブなイメージとして、「サービス料金は割高である」、「自分で結婚相手を見つけられない人が利用している」などが挙げられる。また、料金体系や具体的なサービス内容など、基本的なサービス内容の理解がなされていないこともうかがえる。
- 『今後どのような点が充実すれば利用を考えてもよいか』については、「料金体系が透明になること」が男女とも30%を超えて最も多い。「サービス内容に見合った価格であること」「個人情報が厳格に保護されること」が続いている。

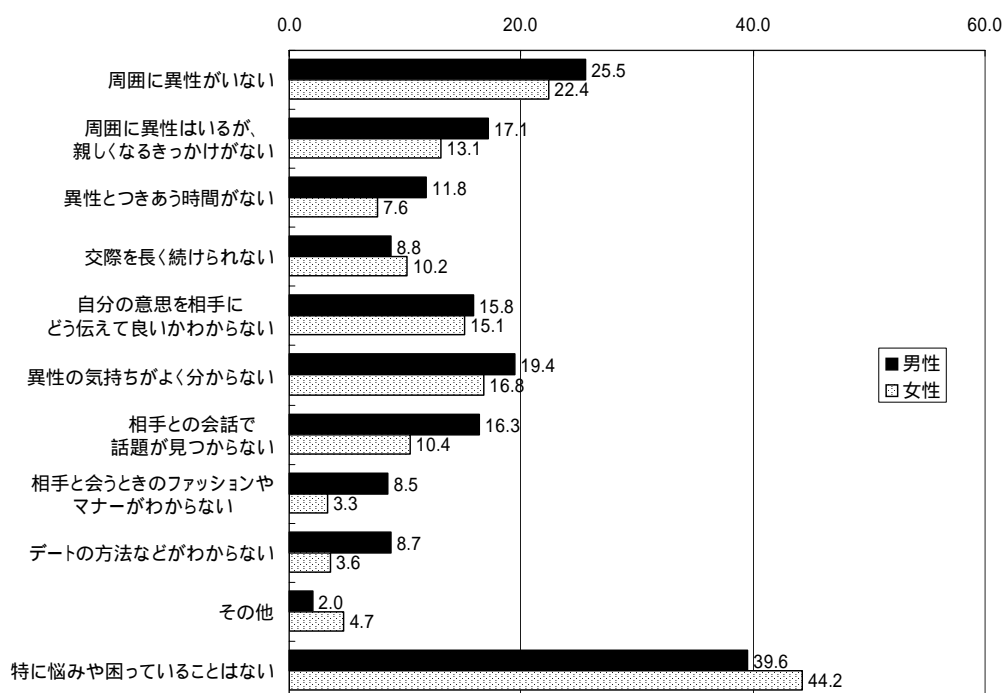
1. 異性との交際の悩みや相談相手

(1) 異性との交際での悩みについて

異性との交際で悩みや困っていることについて、男女とも約4割は「特に悩みや困っていることはない」としている。異性との交際において、男女とも「周囲に異性がない」という悩みが最も多く、男性で25.5%、女性で22.4%となっている。続いて、「周囲に異性はいるが、親しくなるきっかけがない」が男性で17.1%、女性で13.1%、「異性の気持ちがよく分からない」が男性で19.4%、女性で16.8%、「自分の意思を相手にどう伝えてよいか分からない」が男性で15.8%、女性で15.1%となっている。

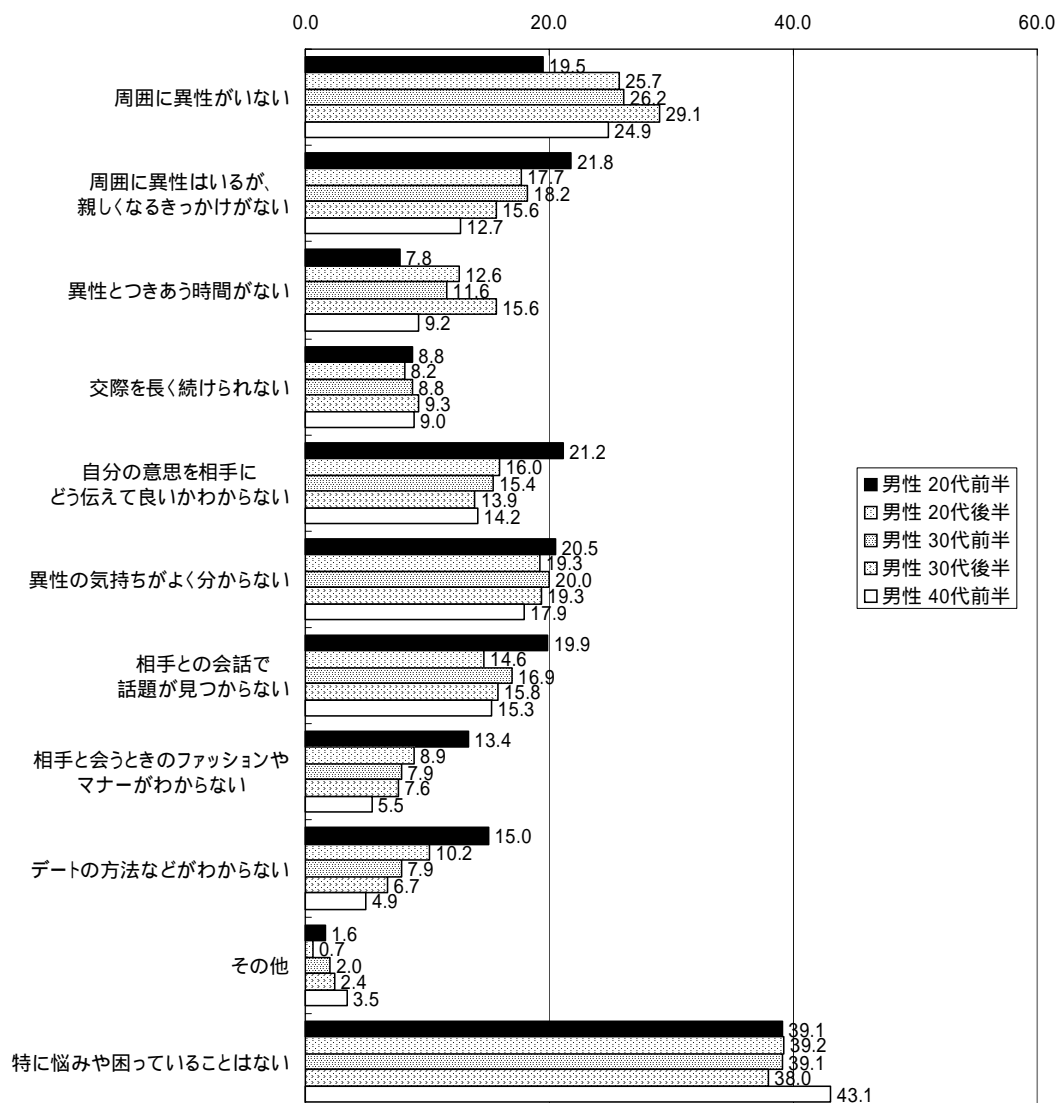
男女間で違いが現れている悩みとしては、「相手との会話で話題が見つからない」「相手と会うときのファッションやマナーがわからない」「デートの方法がわからない」については、男性の方が女性よりも悩んでいる割合が高くなっている。

図表 -1 異性との交際での悩み（男女別）



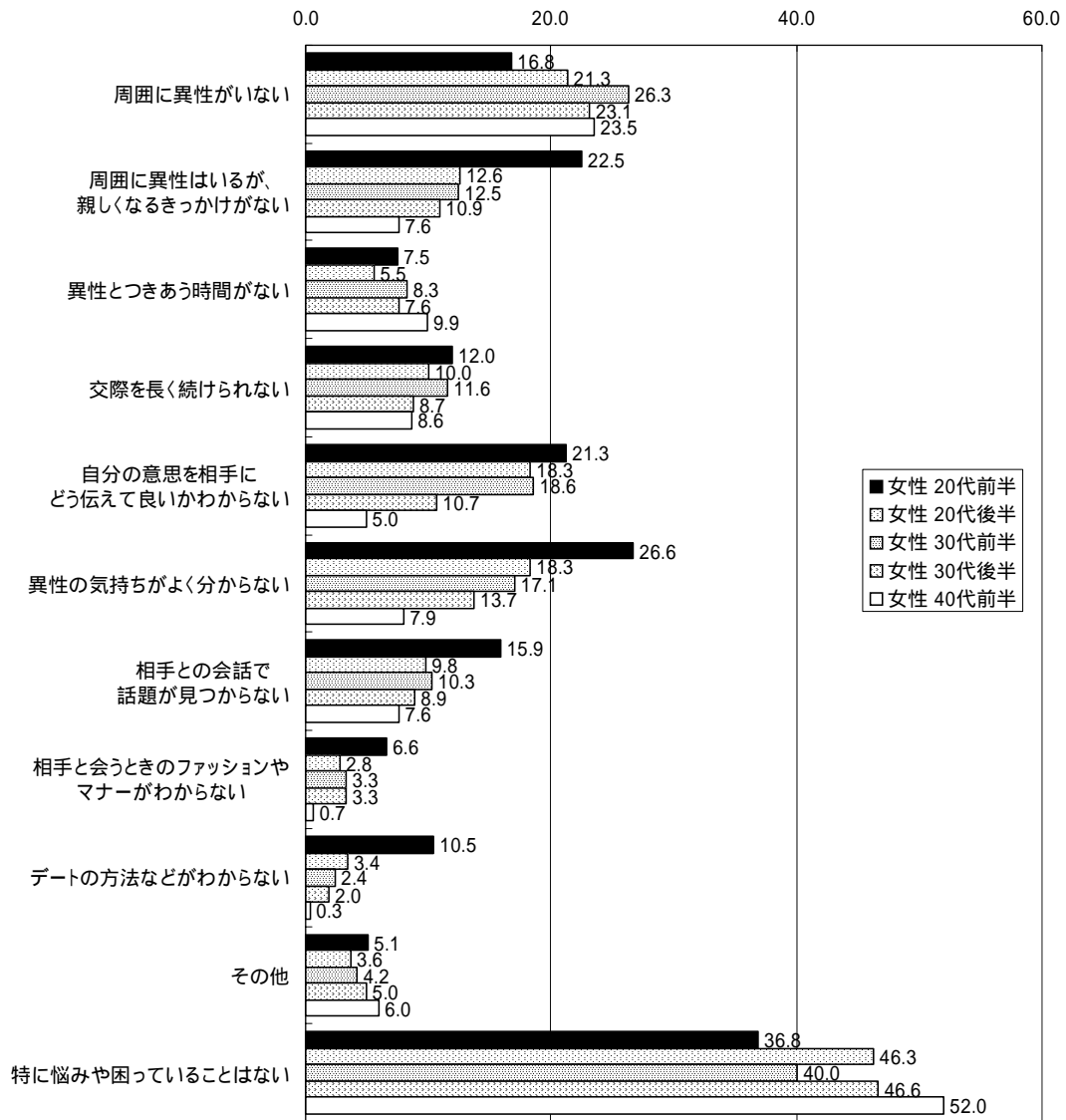
異性との交際について、男性の悩みを年齢階層別にみると、年齢が低下するに連れて「周囲に異性はいるが親しくなるきっかけがない」、「相手と会うときのファッションやマナーがわからない」、「デートの方法などがわからない」などで悩む割合が大きくなっている。一方、「周囲に異性がない」、「異性とつきあう時間がない」などは年齢が上昇するにつれ悩む割合が大きくなっているが、40代になるとその割合は小さくなる。20代の未婚者では異性とのつきあい方などのノウハウ、30代になると出会いの場や時間捻出などで悩む傾向がうかがえる。

図表 -2 異性との交際での悩み（男性：年齢別）



異性との交際について、女性の悩みを年齢階層別にみると、多くの悩みにおいて、20代前半が悩んでいる割合が大きいことが目立つ。一方、30代、40代では「周囲に異性がない」ことで悩む割合が大きい。全体的に年齢が上昇するほど、異性との交際で悩んでいる割合は小さくなっている。

図表 -3 異性との交際での悩み（女性：年齢別）



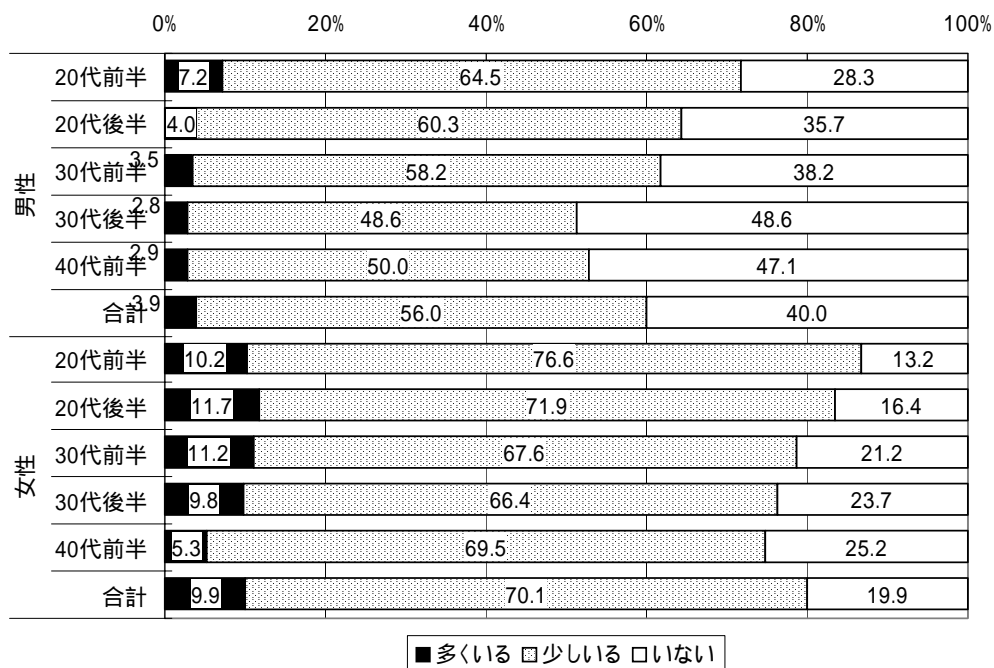
(2) 異性との交際や恋愛の悩みの気軽な相談について

相談相手の有無

異性との交際や恋愛の悩みに関する気軽な相談相手の有無では、全体的に女性の方が、「多くいる」、「少しいる」の割合が大きい。

年齢階層による違いは、男性では年齢が上昇するほど、相談相手が「いない」とする割合が顕著に大きくなる。女性でも年齢層が高いほど、相談相手が「いない」とする割合は大きくなるが、男性ほど顕著ではない。

図表 -4 相談相手の有無

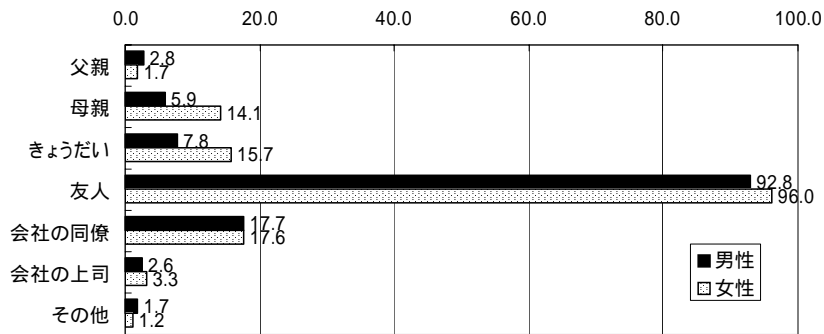


気軽な相談相手

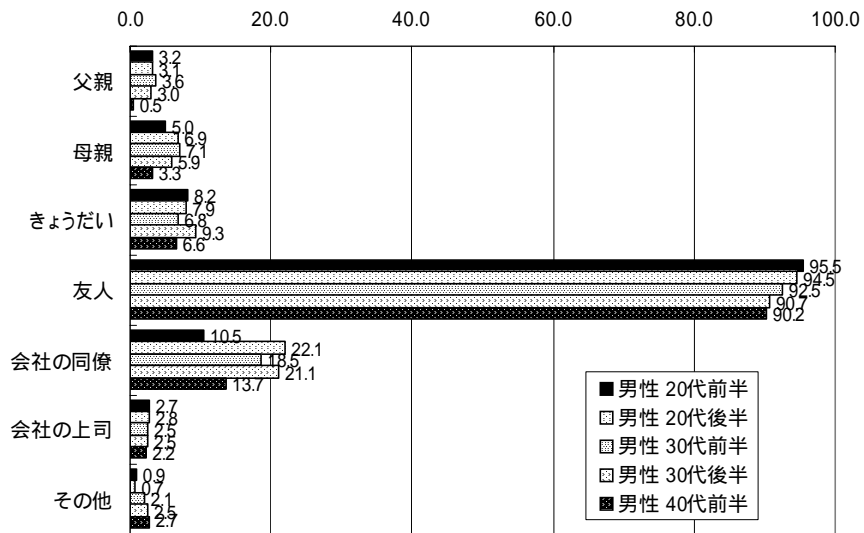
気軽な相談相手は、男女とも「友人」が9割以上を占める。続いて、「会社の同僚」が男女ともに2割弱となっている。女性では、「母親」「きょうだい」とする回答が男性よりも高くなっている。

年齢階層別にみると、男性には大きな違いは見受けられないが、女性の場合、20代では母親が、30代では会社の同僚などが相談相手となっている割合が大きい。

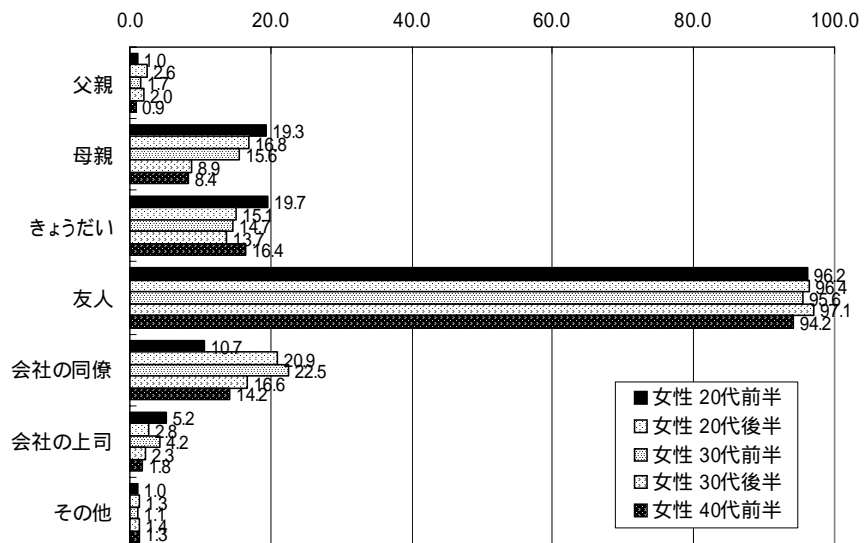
図表 -5 気軽な相談相手（男女別）



図表 -6 気軽な相談相手（男性：年齢別）



図表 -7 気軽な相談相手（女性：年齢別）



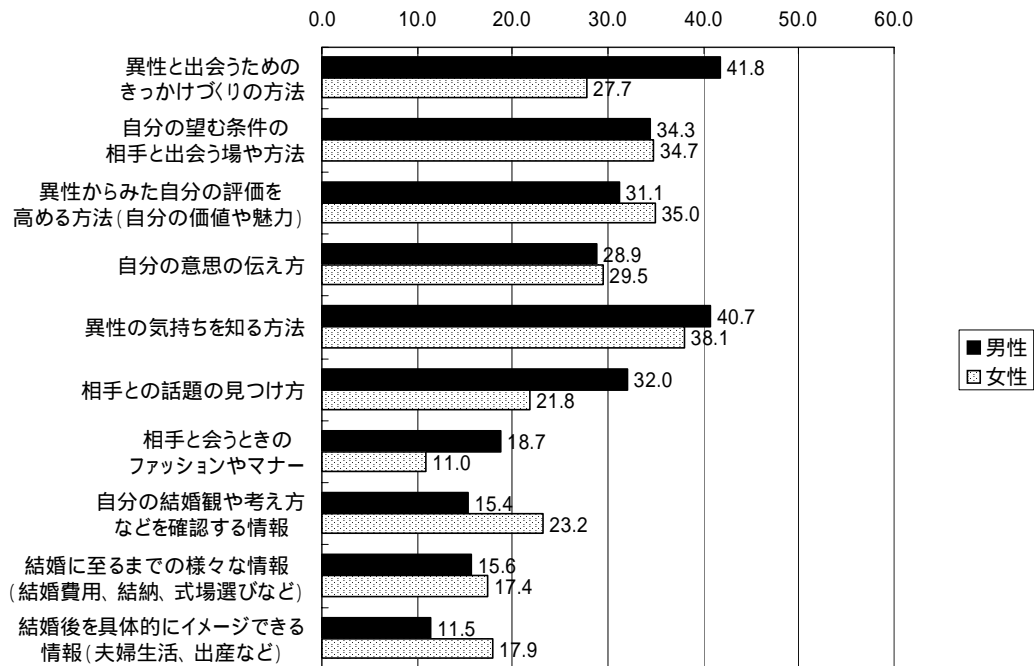
(3) 異性との交際や恋愛のアドバイスについて

望んでいるアドバイス

異性との交際や恋愛に関して、望む情報やアドバイスの種類については、「異性と出会うためのきっかけ作りの方法」で男性の回答割合が大きい他は、男女観の違いはほとんどみられない。

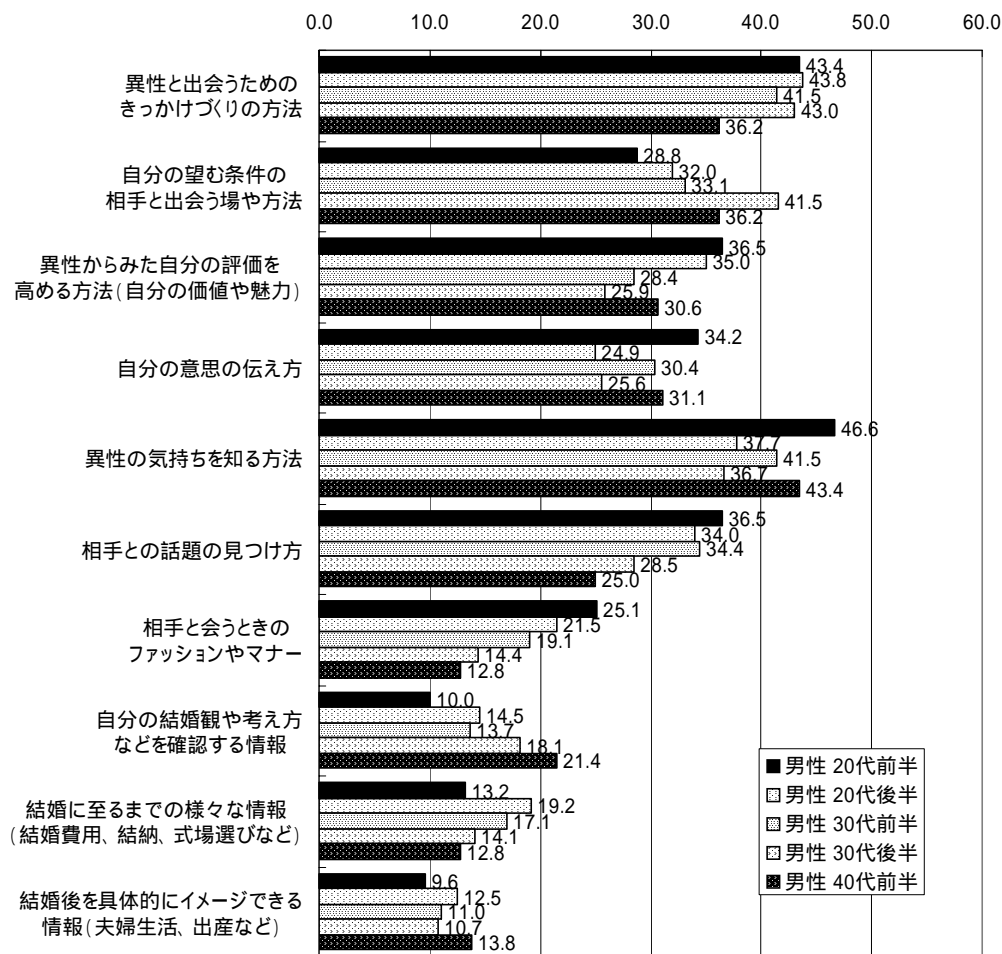
多い回答としては、「異性の気持ちを知る方法」「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」「異性からみた自分の評価を高める方法(自分の価値や魅力)」「自分の意思の伝え方」「異性と出会うためのきっかけ作りの方法」となっている。その他、男性では「相手との話題の見つけ方」が女性よりも大きくなっている。

図表 -8 異性との交際や恋愛についてのアドバイス(男女別)



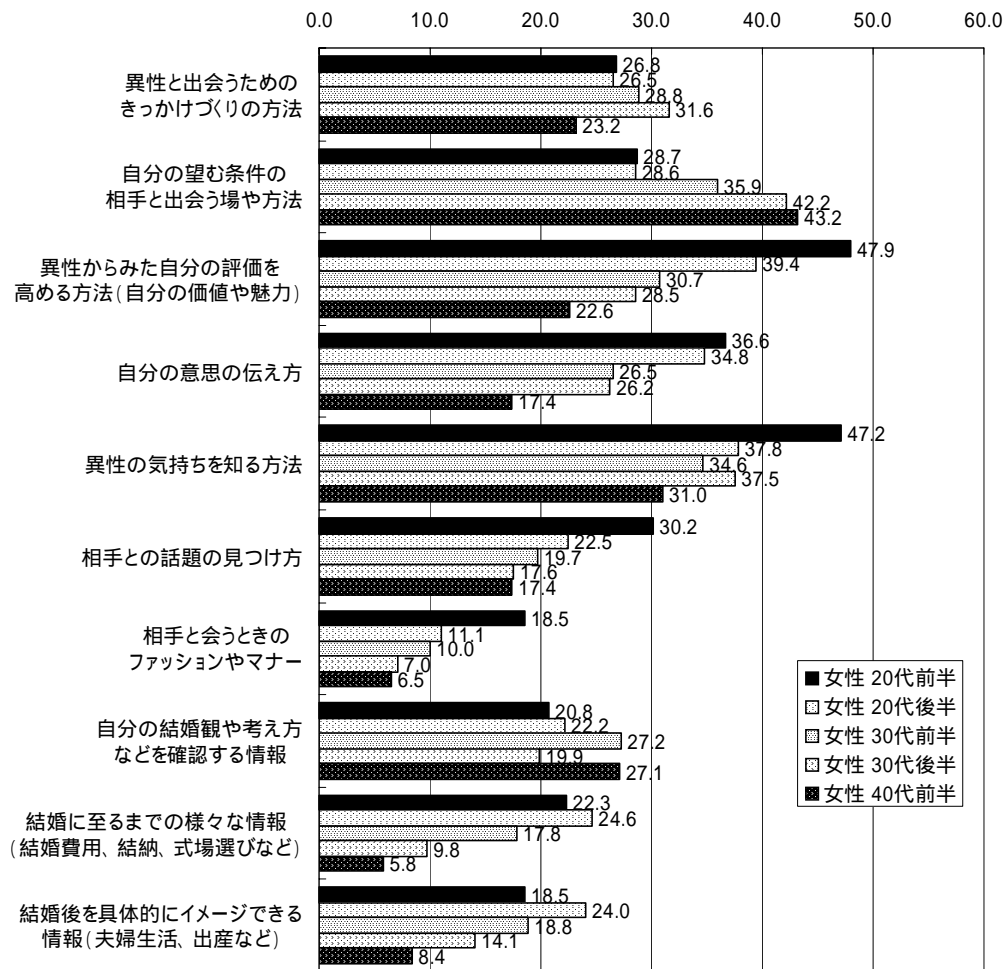
異性との交際や恋愛に関して、男性が望んでいるアドバイスの種類について年齢階層別にみると、年齢が上昇するほど「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」などで高い割合を示している。一方年齢が低い層では、つきあい方や自分の評価を高める方法などのノウハウに関するアドバイスを求めていることがわかる。

図表 -9 異性との交際や恋愛についてのアドバイス（男性：年齢別）



異性との交際や恋愛に関して、女性が望んでいるアドバイスの種類について年齢階層別にみると、年齢が上昇するほど「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」などで高い割合を示している。一方年齢が低い層、特に20代前半の層では、多くの項目においてアドバイスなどを欲していることがうかがえる。

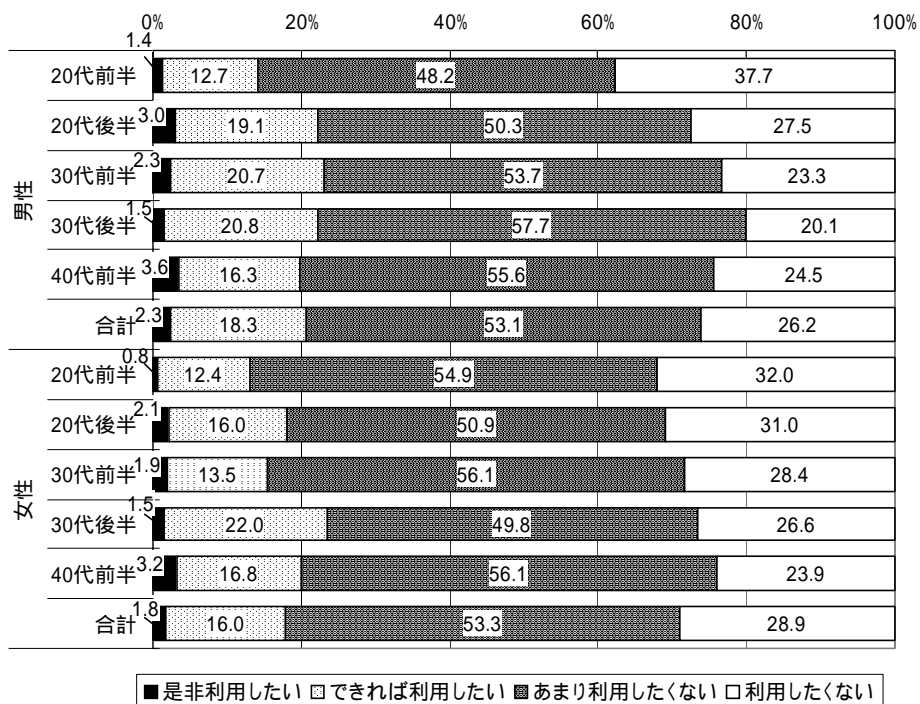
図表 -10 異性との交際や恋愛についてのアドバイス（女性：年齢別）



有料のサービスへの意向

異性との交際や恋愛について、有料のサービスへの利用意向については、「是非利用したい」「できれば利用したい」とする割合はほぼ2割程度となっている。女性で30代後半の層の利用意向が若干高いが、年齢による顕著な違いは見あたらない。

図表 -11 有料のサービスへの意向



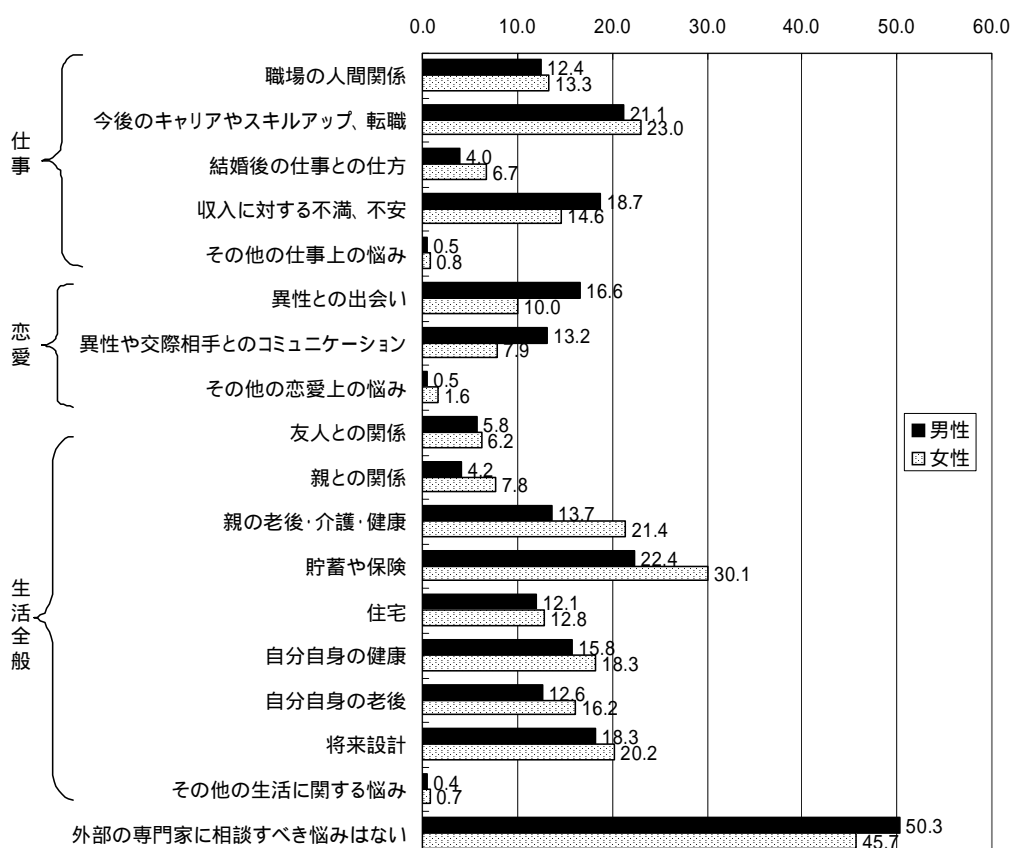
2. 外部の専門家への相談ニーズ

外部の専門家への相談のニーズ（有料）としては、男女とも「悩みはない」とする割合が6割程度と最も多くなっている。

悩みについては男女とも概ね同じ傾向であり、多く挙げられたものとしては、「貯蓄や保険」「親の老後・介護・健康」「自分自身の健康」「自分自身の老後」「将来設計」など、生活全般、特に将来の健康や生活に関する悩みが中心になっている。そのほか、仕事関係では、「今後のキャリアやスキルアップ、転職」が多くなっている。

男性においては「異性との出会い」、「異性や交際相手とのコミュニケーション」など恋愛の悩みについて専門家に相談してみたいというニーズが高く、一方女性は、「貯蓄や保険」、「親の老後・介護・健康」など、生活全般の悩みを専門家に相談してみたいというニーズが高い。

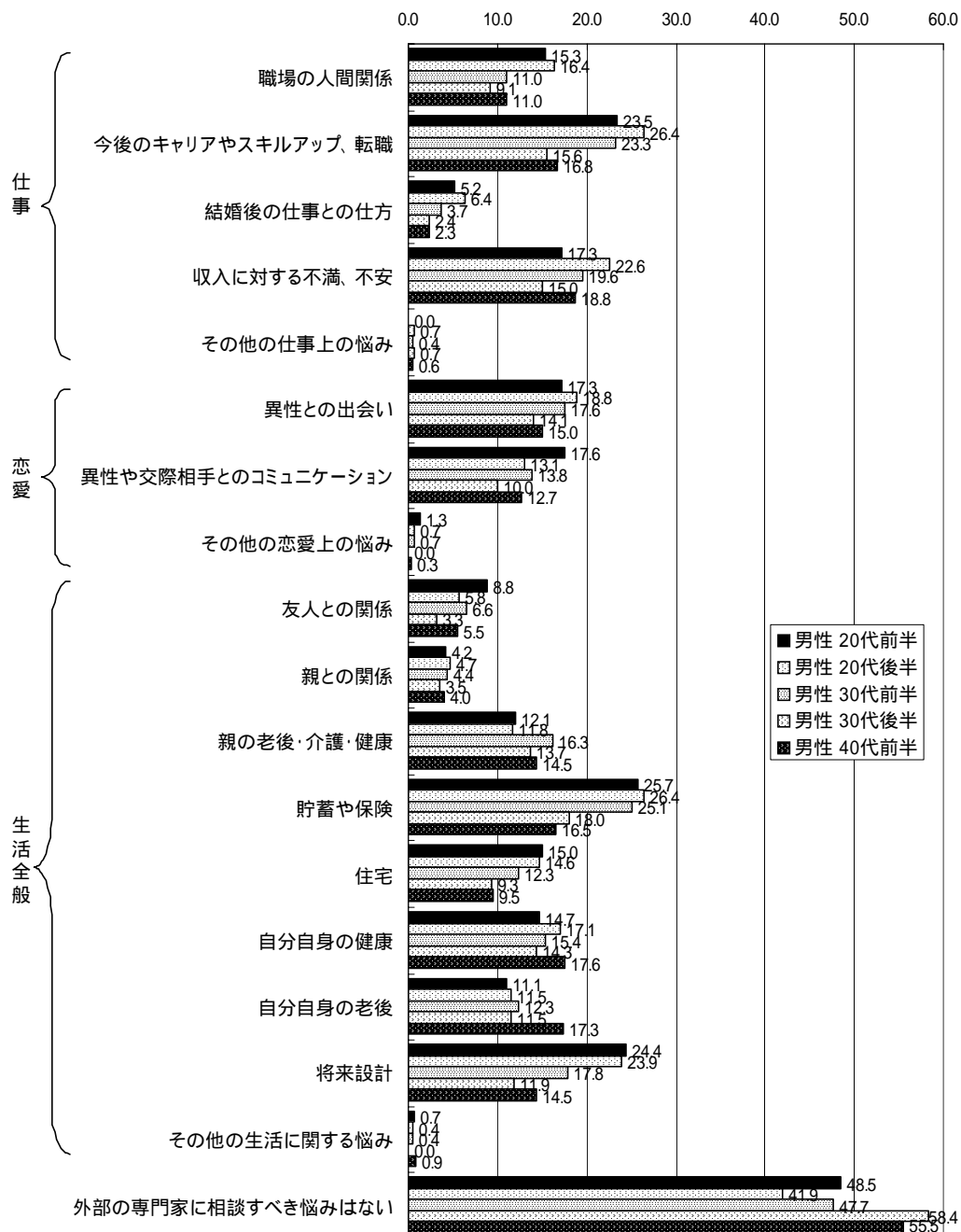
図表 -12 専門家への相談ニーズ（男女別）



男性の、外部の専門家への相談のニーズ（有料）を年齢別にみると、多くの項目で20代のニーズが高いことが目立つ。若年層において、例え有料でも、外部の専門家に悩みを相談してみたいというニーズが芽生えつつあることがうかがえる。

恋愛に関する相談ニーズは、年齢階層別に大きな違いは見あたらないが、「異性との出会い」に係るニーズが、他の悩みに比べて割合が大きい。

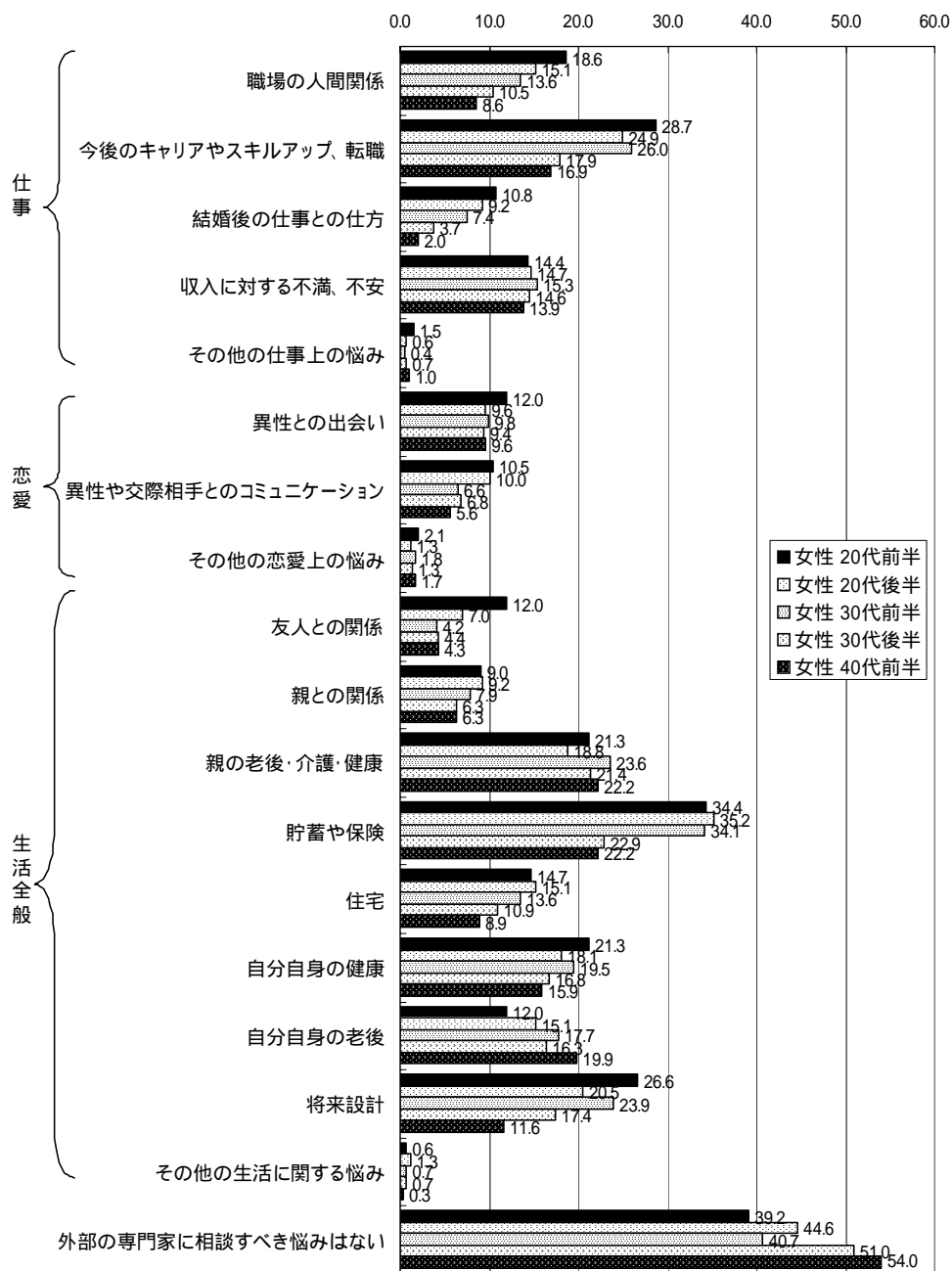
図表 -13 専門家への相談ニーズ（男性：年齢別）



女性の、外部の専門家への相談のニーズ(有料)を年齢別にみると、男性と同様に、多くの項目で若年層の割合が高く、例え有料でも、外部の専門家に悩みを相談してみたいというニーズが芽生えつつあることがうかがえる。

恋愛に関する悩みは、年齢階層による大きな違いは見あたらないが、他の相談ニーズと比較して、その割合は小さい。

図表 -14 専門家への相談ニーズ(女性：年齢別)



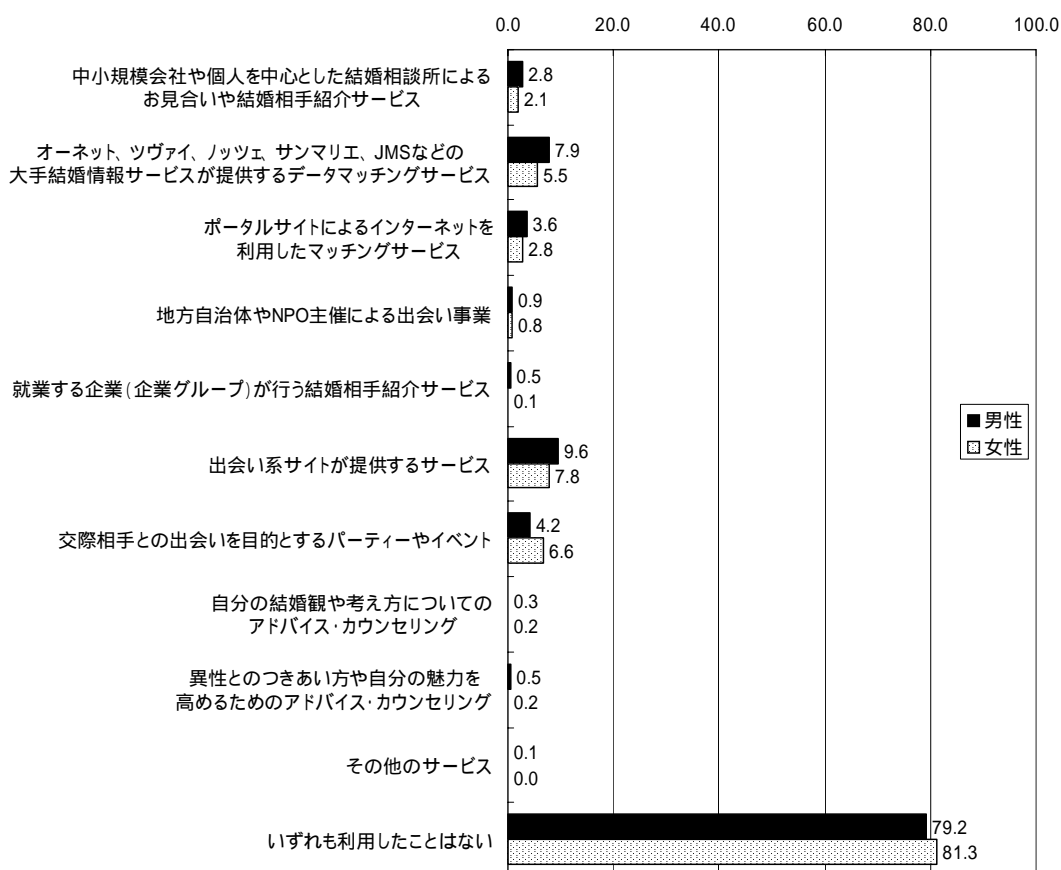
3 . 結婚情報サービスへのニーズ

(1) 利用経験

結婚情報サービスなどの利用経験は、男女とも「いずれも利用したことがない」が8割程度となっている。

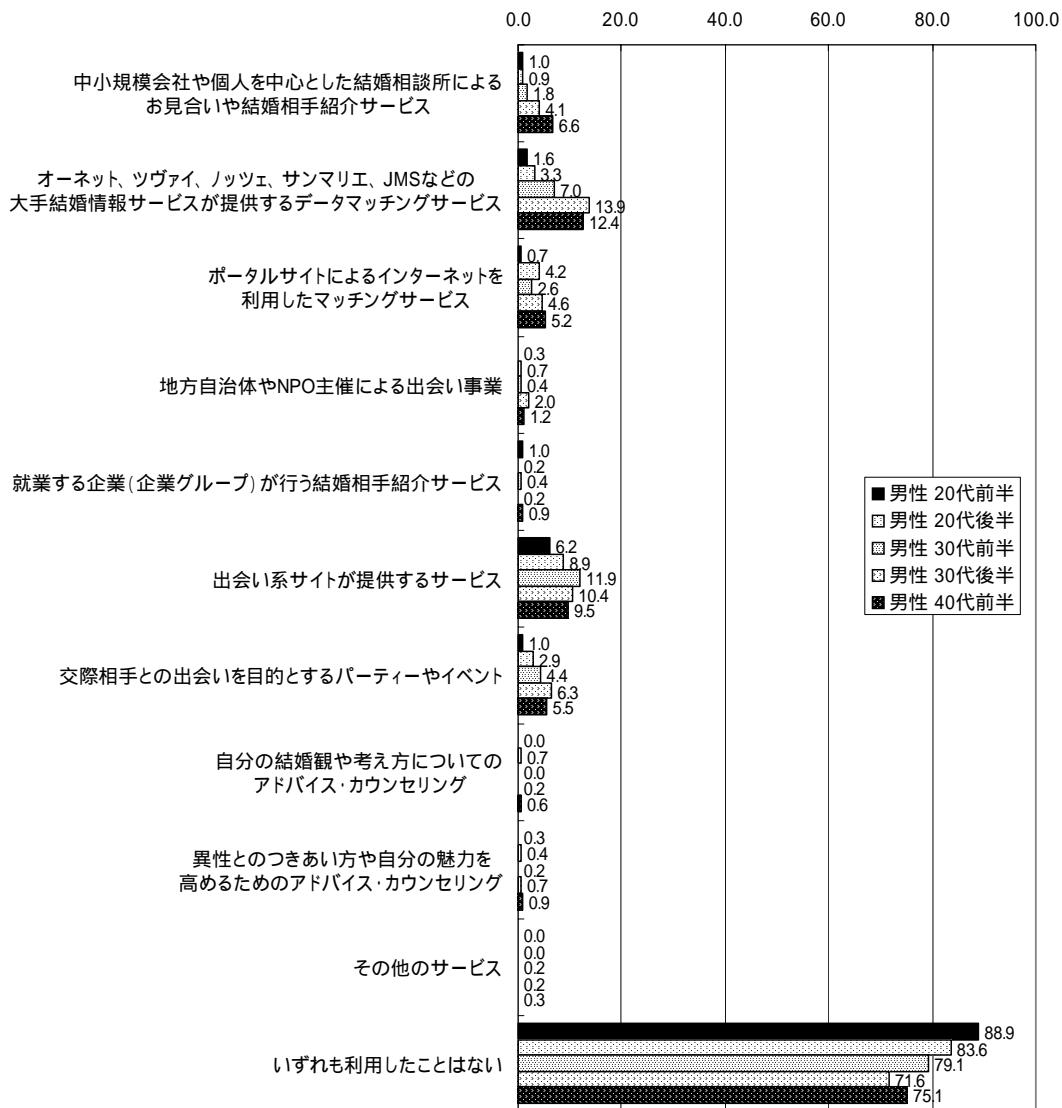
利用経験が相対的に多いサービスとしては、「オーネット、ツヴァイ、ノツツエ、サンマリエ、JMS などの大手結婚情報サービスが提供するデータマッチングサービス」が男性で 7.9%、女性で 5.5%、「出会い系サイトが提供するサービス」が男性で 9.6%、女性で 7.8%、「交際相手との出会いを目的とするパーティーやイベント」が男性で 4.2%、女性で 6.6%、となっている。

図表 -15 利用経験（男女別）



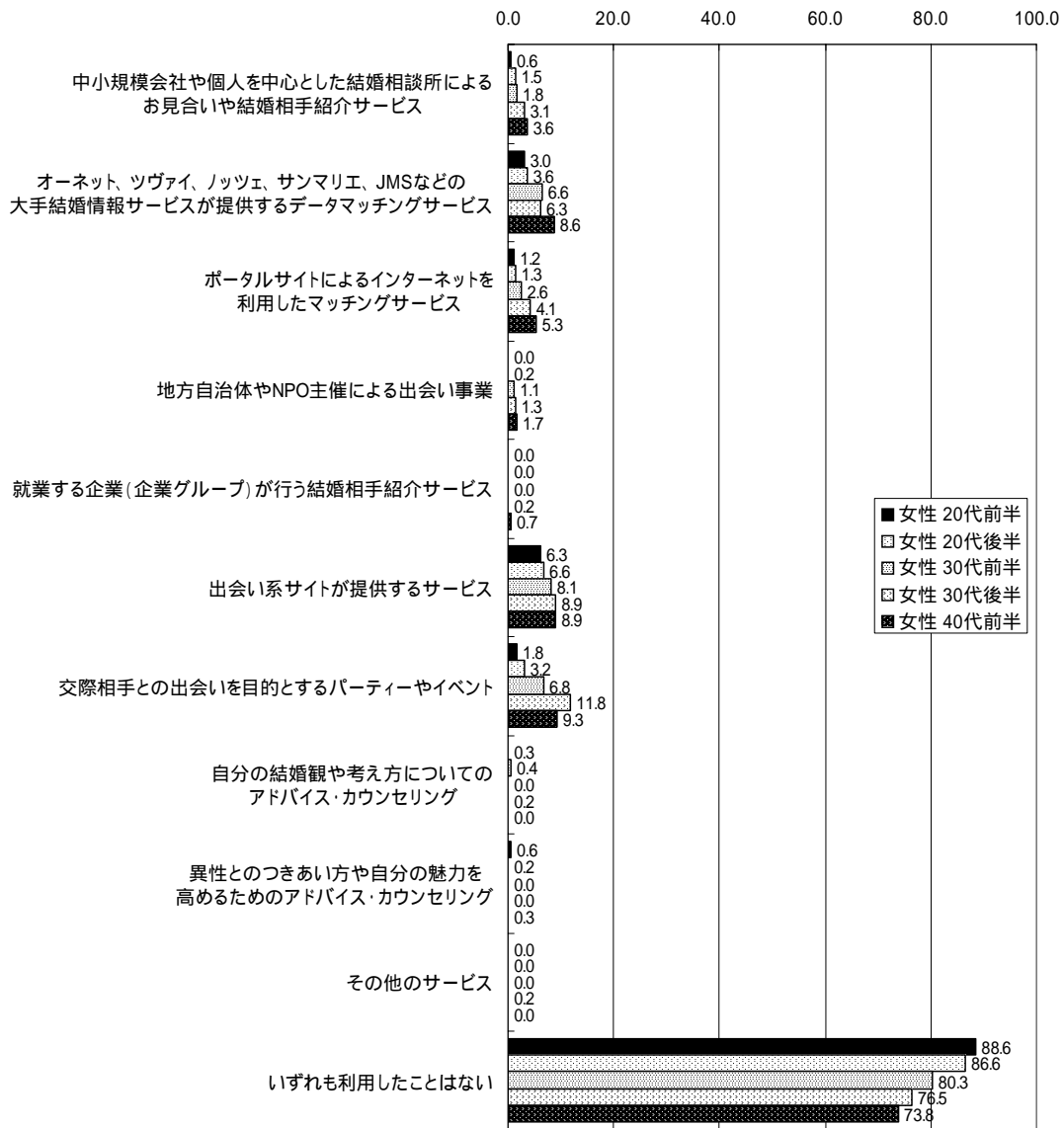
男性の結婚情報サービスなどの利用経験を年齢階層別にみると、様々なサービスにおいて、年齢層が高いほど「利用経験がある」とする割合は大きくなる。

図表 -16 利用経験（男性：年齢別）



女性の結婚情報サービスなどの利用経験を年齢階層別にみると、男性と同様に、様々なサービスにおいて、年齢層が高いほど「利用経験がある」とする割合は大きくなる。

図表 -17 利用経験（女性：年齢別）

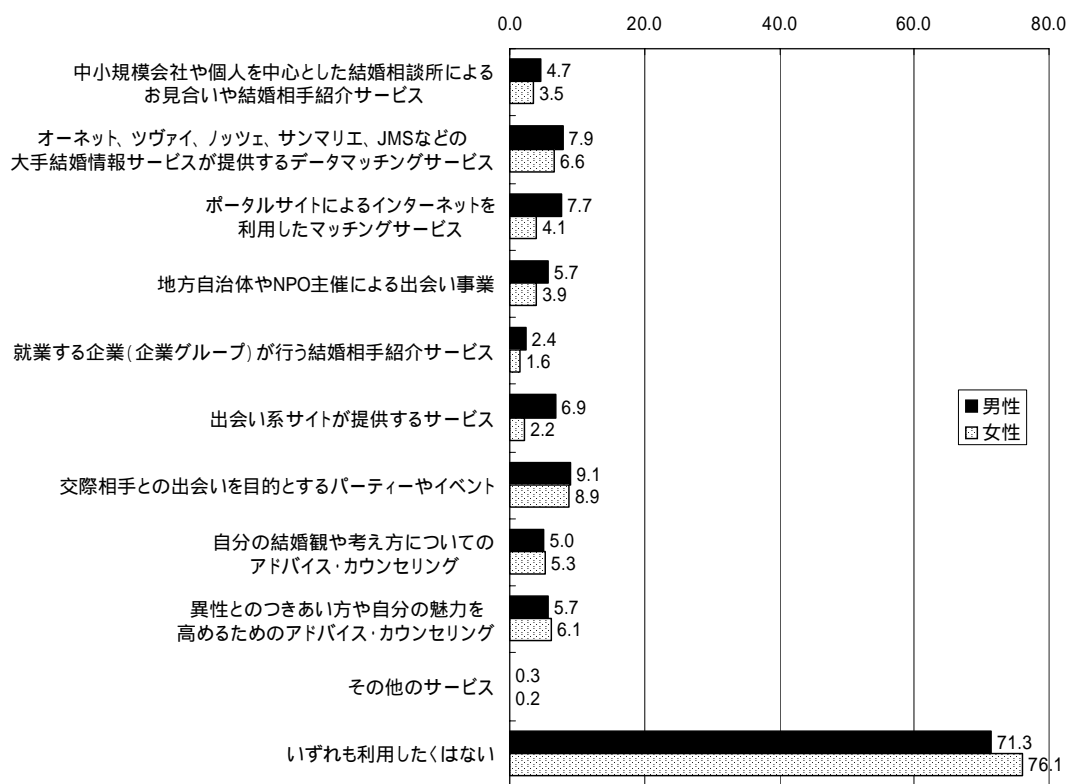


(2) 利用意向

結婚情報サービスなどの今後の利用意向をみると、男女とも7割以上が「いずれも利用したくない」としている。

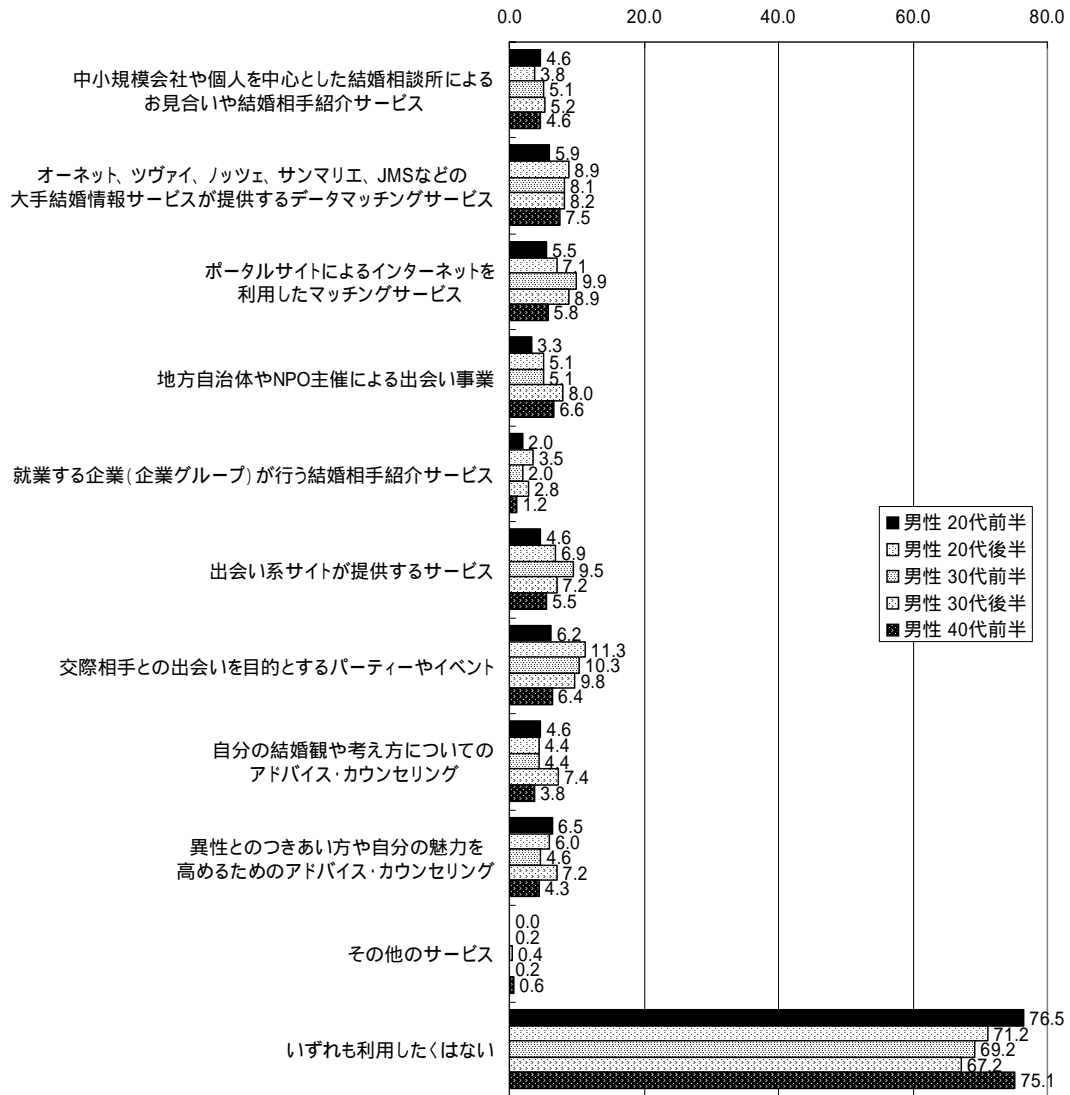
様々なサービスのいずれに対しても、若干の利用意向が示されており、特定のサービスに集中していない結果となっている。男女間で比較すると、その利用意向は男性の方が高い傾向がある。

図表 -18 利用意向（男女別）



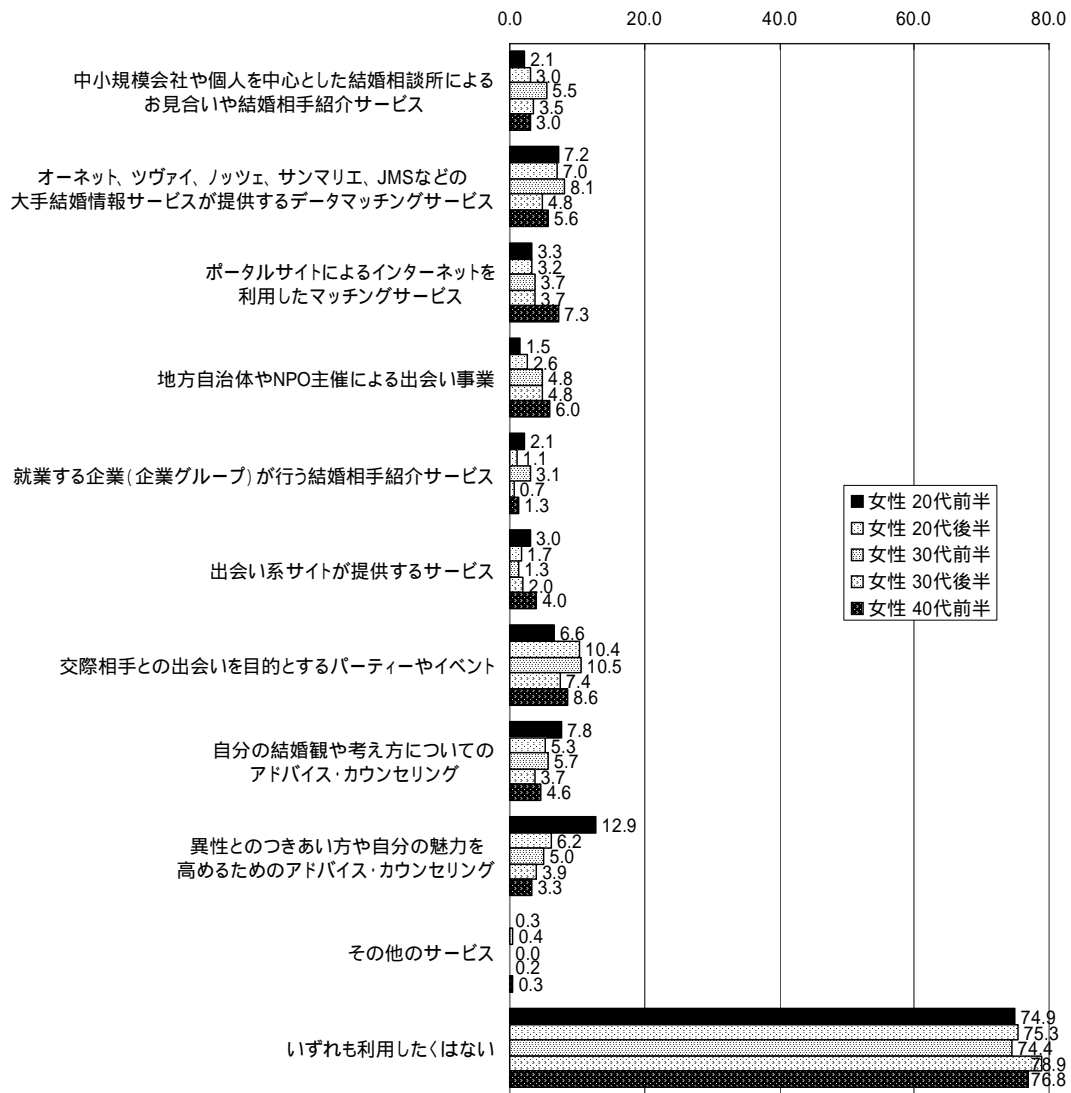
男性の結婚情報サービスなどの今後の利用意向を年齢別にみると、様々なサービスにおいて30代の利用意向が相対的に高いが、その傾向は顕著ではない。

図表 -19 利用意向（男性：年齢別）



女性の結婚情報サービスなどの今後の利用意向を年齢別にみると、年齢階層が低いほど、様々なサービスにおいて利用意向は相対的に高いが、その傾向は顕著ではない。

図表 -20 利用意向（女性：年齢別）



4 . 結婚情報サービスのイメージ等

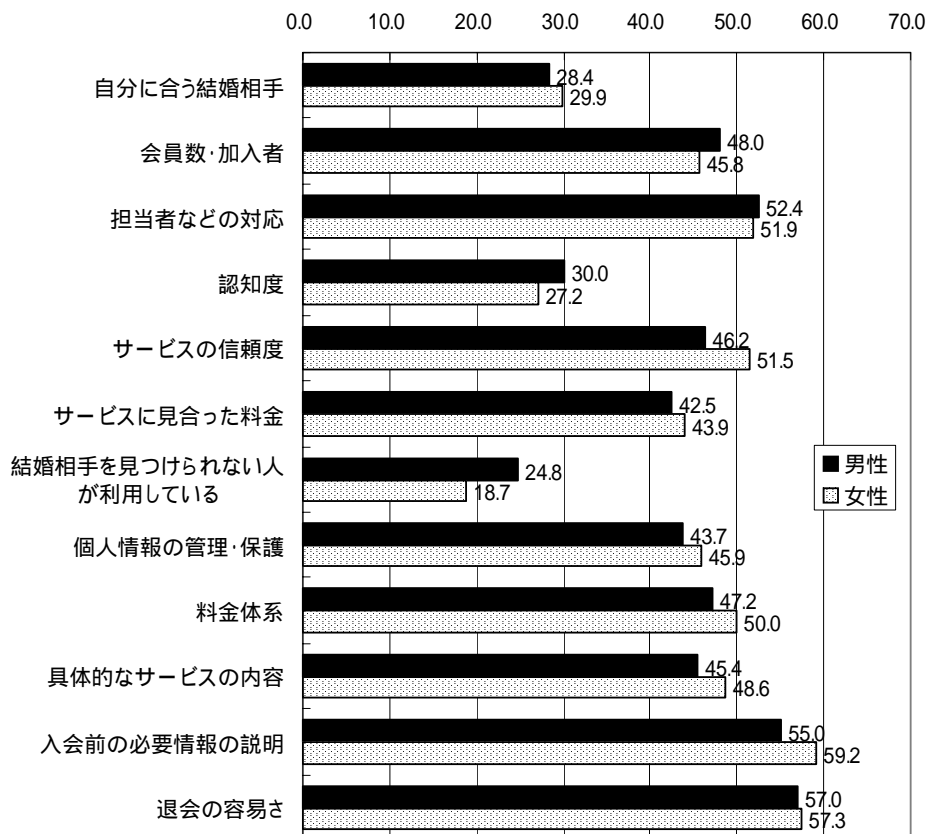
(1) 民間企業が行う結婚情報サービスのイメージ

イメージが「わからない」とする割合

民間企業が行う結婚情報サービスのイメージを尋ねたところ、そもそも「イメージがない」、「わからない」とする割合が全般的に大きい。

「担当者の対応」、「入会前の必要情報の説明」、「退会の容易さ」などは、実際に利用意向を持つ未婚者にしかイメージが持てないであろうと推察されるが、「サービスの信頼度」、「会員数・加入者」、「具体的なサービスの内容」などの割合の大きさは、未婚者全般に結婚情報サービスが浸透していないことを示すものと思われる。

図表 -21 サービスのイメージが「わからない」とする割合

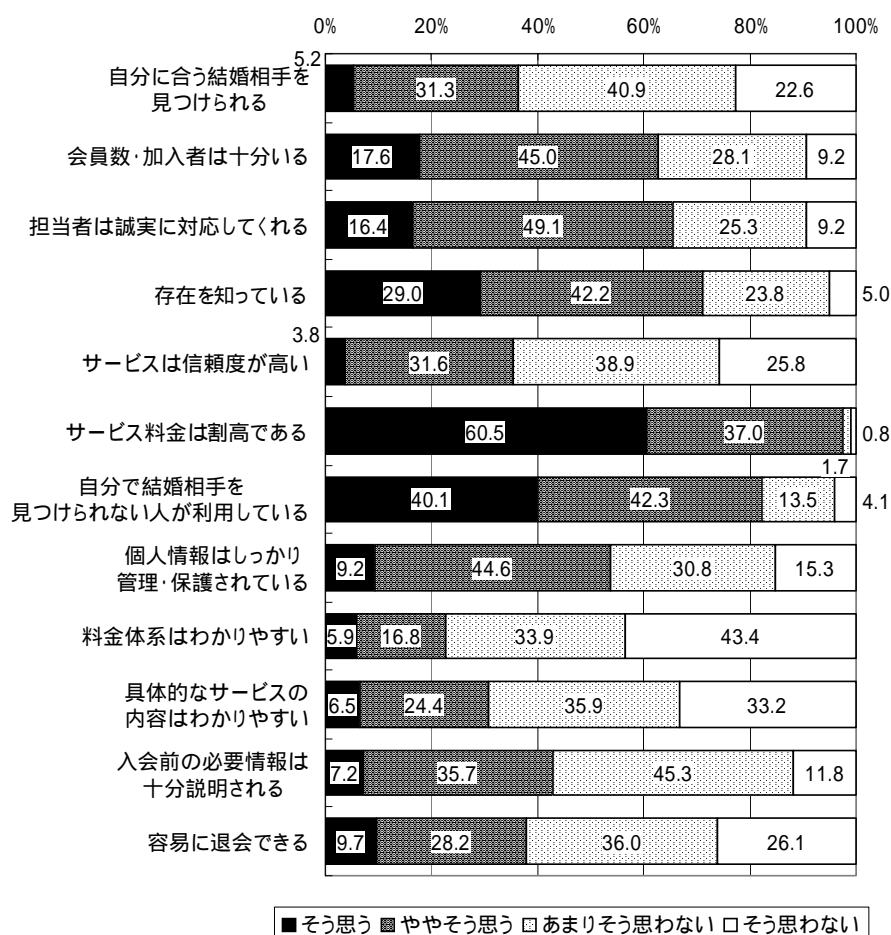


民間企業が行う結婚情報サービスのイメージ

「イメージがない」、「わからない」とする回答を除いて、民間企業が行う結婚情報サービスのイメージをみると、ポジティブなイメージとして「個人情報もしっかり管理・保護されている」、「担当者は誠実に対応してくれる」、「会員数・加入者は十分にいる」などが挙げられる。

一方で、「サービス料金は割高である」、「自分で結婚相手を見つけられない人が利用している」などのネガティブなイメージも非常に強い。また、料金体系や具体的なサービス内容など、基本的なサービス内容の理解がなされていないこともうかがえる。

図表 -22 民間企業が行う結婚情報サービスのイメージ

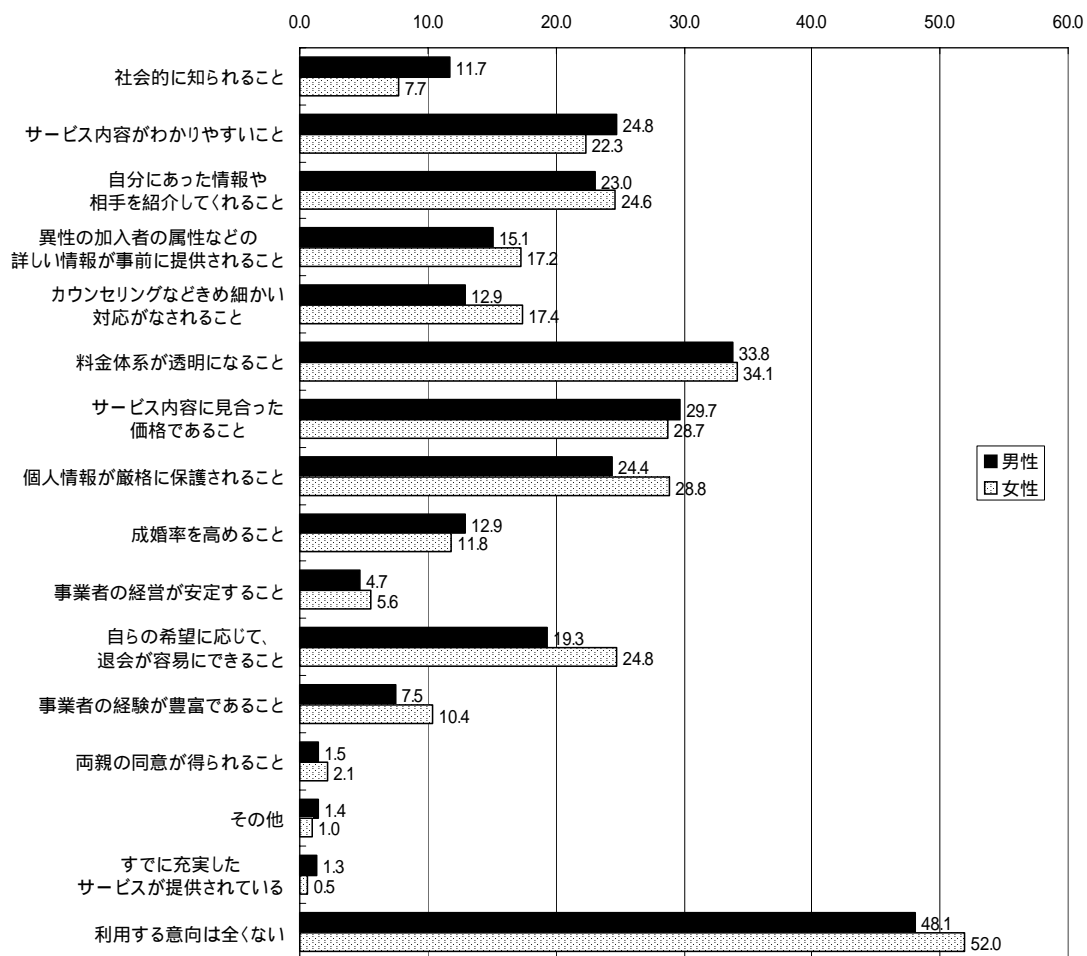


(2) 充実して欲しい点

結婚情報サービスや結婚相談所について、今後どのような点が充実すれば利用を考えてもよいか尋ねたところ、男女とも「利用する意向は全くない」が約5割程度と最も割合が大きい。しかし、前述の利用経験や利用意向などでは、ほとんどの未婚者で利用経験、利用意向ともに大多数を示していたことを考慮すれば、約半数の未婚者が何らかの点が充実すれば、サービスの利用を考えていることになり、その潜在的な市場規模は非常に大きいと思われる。

充実すれば利用を考えても良いとする点については、「料金体系が透明になること」が男女とも30%を超えて最も多い。そのほか、「サービス内容に見合った価格であること」「個人情報に厳格に保護されること」が続いている。さらに、「サービス内容がわかりやすいこと」「自分にあった情報や相手を紹介してくれること」でも回答の割合が高くなっている。男女間の回答の違いは小さいが、女性で「個人情報に厳格に保護されること」の割合が大きくなっているのが特徴である。

図表 -23 充実して欲しい点（男女別）



結婚情報サービス産業の在り方と利用者の実態

本章の概要

- 本章では、結婚サービス産業の在り方と利用者の実態を明らかにすべく、結婚情報サービス協議会加盟者の会員に対して会員アンケート調査結果をとりまとめている。
- アンケート回答者数は、男性が612、女性が397、合計で1,009となっている。男女ともに30代前半が最も多く、20代後半から30代までで全体の8割を超える。
- 分析をする際には、一般の未婚者を対象としたアンケート結果と比較し、結婚情報サービス会員の特徴を浮き上がらせるよう努めている。

結婚情報サービス会員の実態と意識

- 会員の『就業状況』は、男女ともに「正社員・職員」の割合が非常に大きい。その『職種』は、男女ともに「専門・技術」の割合が大きい。
- 会員の『年収』は、一般の未婚者より高い傾向がある。『学歴』も、女性では会員の方が高い傾向にある。
- 会員の『結婚観』は、「生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない」、「男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである」、「結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ」などの考え方に対して、肯定的な意見を持つ割合が大きい。会員は保守的な結婚観を持つ傾向がうかがえる。
- 会員の『両親や友人の状況』は、「両親のような夫婦関係をうらやましいと思う」、「結婚している友人をみるとうらやましく思う」などで、一般の未婚者よりも割合が非常に大きくなっている。
- 会員の『結婚相手に求める条件』は、「年齢」、「年収」、「学歴」などにおいて、一般の未婚者よりも、非常に高い水準を設定している傾向がうかがえる。

結婚情報サービス会員の「出会い」を取り巻く社会環境

- 『職場内の独身異性の有無』は、男女会員ともに「ほとんどいない」が最も多く、『職場（社内）以外での出会いの機会』でも同様である。一般の未婚者と比較すると、男女ともに出会いの機会がないとする割合が著しく大きい。

結婚情報サービス会員の交際の悩みや相談相手

- 『異性との交際での悩み』は、男女会員ともに、「異性の気持ちがよくわからない」、「周囲に異性がない」などで困っている割合が高い。一般の未婚者と比較すると、あらゆる悩みにおいて悩んでいる割合が大きい。
- 『交際や恋愛の悩みに関する気軽な相談相手』は、男性会員は「いない」とする割合が半数を超えており、一般の未婚者と比較してもその割合は非常に大きい。

結婚情報サービスの利用とニーズ

- 『入会の際の抵抗感』は、男女会員ともに、「入会しても結婚できるかわからない」、「入会金が高い」が6割を超えている。特に女性の方が入会の際に抵抗感を抱く傾向がある。
- 『入会後の感想』は、男女会員ともに約半数が「期待通り」と感じている
- 『受けたアドバイスやカウンセリング』は、男女会員ともに「異性と出会うためのきっかけづくり」、「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」が2割を超える。『今後受けてみたいアドバイス』は、「異性の気持ちを知る方法」や「自分の評価を高める方法」など恋愛に関するノウハウや、「結婚に至るまでの様々な情報」や「結婚後をイメージできる情報」など、交際後の結婚に至るまでのアドバイスを求める傾向が強い。

結婚情報サービスの適正化・信頼性確保に向けて

- 『結婚情報サービスに対するイメージ』は、男女会員ともに多くの項目で、ポジティブなイメージを持っている割合が大きい。特に「個人情報もしっかり管理・保護されている」は男女ともに9割を超える。一方で、料金の割高感は強く、約9割が高いと感じている。個別ニーズに応じた多様なサービスを求める声も強い。
- 入会にあたって『事前に受けたサービスの説明』は、その多くについて会員は説明を受けており、おおよそ理解しているものと思われる。
- 『結婚情報サービス協議会の認知度』は、男女会員ともに「知らない」が最も多く、男性は65.4%、女性は75.1%であった。
- 『利用者が適正なサービスであるかを判断する仕組み』は、「中立的な第三者機関が評価する仕組み」などが望まれている。

1. アンケート実施概要

(1) 調査の方法

調査期間：3月4日（金）～3月13日（日）

調査対象：結婚情報サービス協議会加盟社における会員

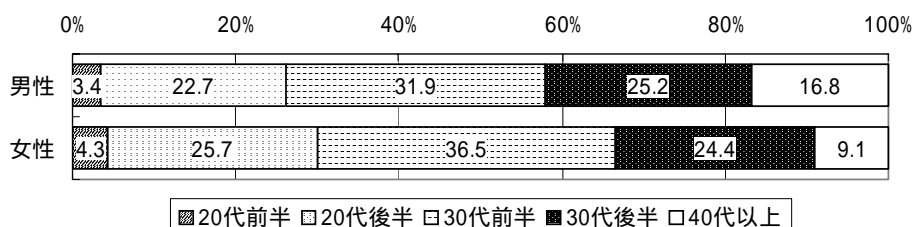
調査方法：結婚情報サービス協議会加盟社の協力を得て、結婚情報サービスに入会している会員に任意でWEBアンケートに回答してもらった。

回収結果：男性が612、女性が397、合計で1,009の回答が得られた。年齢階層別では、男女ともに30代前半が最も多く、20代後半から30代までで8割を超えている。

図表 -1 回収結果（性別・年齢階層別）

	20代前半 (20～24歳)	20代後半 (25～29歳)	30代前半 (20～34歳)	30代後半 (35～39歳)	40代以上 (40歳～)	合計
男性	21	139	195	154	103	612
女性	17	102	145	97	36	397
合計	38	241	340	251	139	1,009

図表 -2 年齢階層別の回収比率

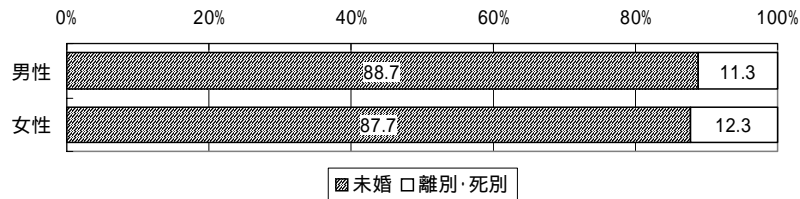


(2) 回答者の属性

婚姻経験

男性の88.7%、女性の87.7%が「未婚」である。それ以外は、婚姻の経験者であるが、「離別・死別」している。

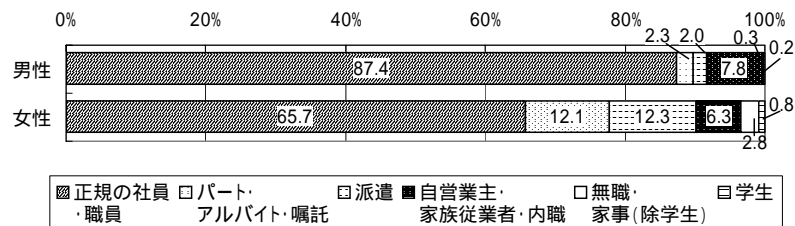
図表 -3 婚姻経験



就業状況

男女ともに「正規の社員・職員」が大多数である。男性で87.4%、女性で65.7%となっている。

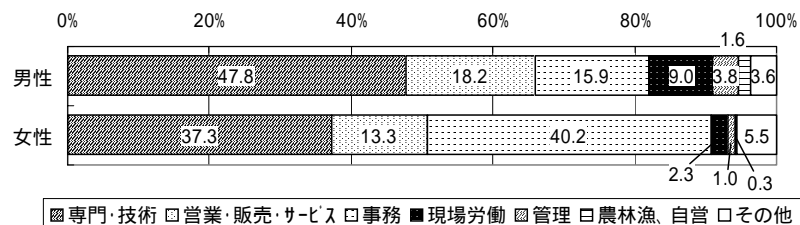
図表 -4 就業状態



職種

男性は「専門職・技術職」が47.8%、「営業・販売・サービス職」が18.2%、「事務職」が15.9%となっている。女性は「事務職」が40.2%、「専門職・技術職」が37.3%となっている。

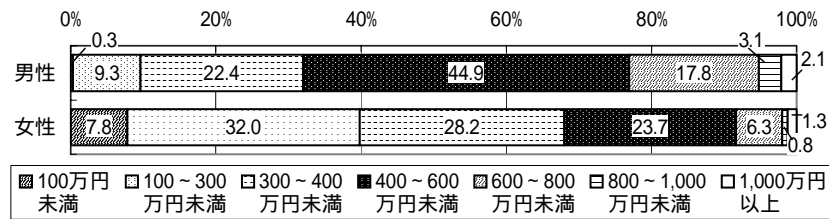
図表 -5 職種



年収

男性は「400～600万円未満」が44.9%と最も多い。2割強の男性は、600万円以上の年収となっている。女性は「100～300万円未満」が32.0%、「300～400万円未満」が28.2%、「400～600万円未満」が23.7%と、100万円から600万円程度に均等に散らばっている

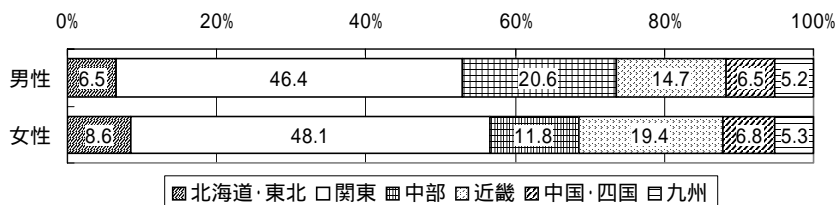
図表 -6 年収



居住地

男女ともに「関東」が最も多く大半を占めている。男性は46.4%、女性は48.1%となっている。大都市圏のある「関東」「中部」「近畿」で全体の約8割を占める。

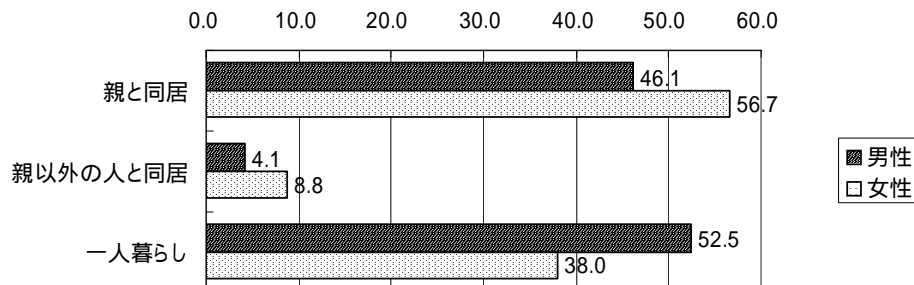
図表 -7 居住地



家族との同居

男性は「一人暮らし」が52.5%と最も多く、「親と同居」が46.1%となっている。女性は「親と同居」が56.7%と最も多く、「一人暮らし」が38.0%となっている。

図表 -8 家族との同居



2 . 結婚情報サービス会員の実態と意識

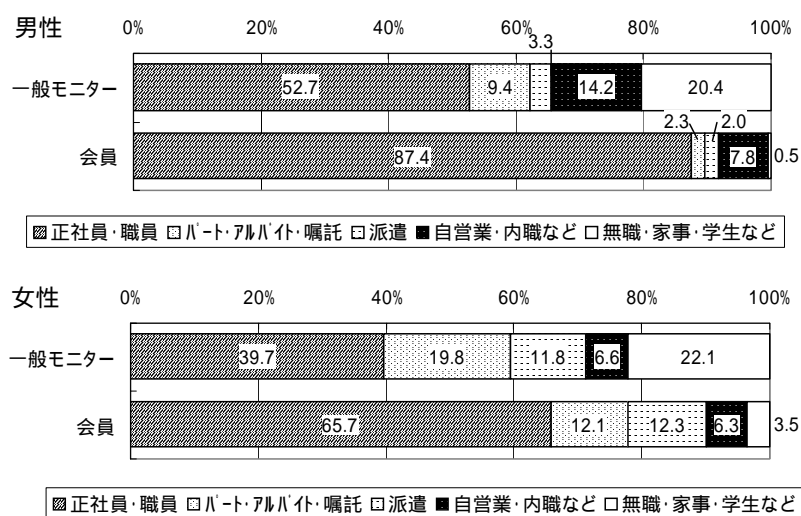
本節以降では、結婚情報サービス会員の特徴を把握するために、未婚者全般の実態（未婚者アンケート調査結果）と結婚情報サービス会員の実態（会員アンケート調査結果）を比較しながら検討を進めるものとする。¹

（1）会員の特徵

就業状況

就業状況を見ると、男女ともに、結婚情報サービスの会員は「正社員・職員」の割合が非常に大きい。反対に、「無職・家事」や「学生」である割合は非常に小さくなり、特に男性ではほとんどいない状況である。

図表 -9 就業状況

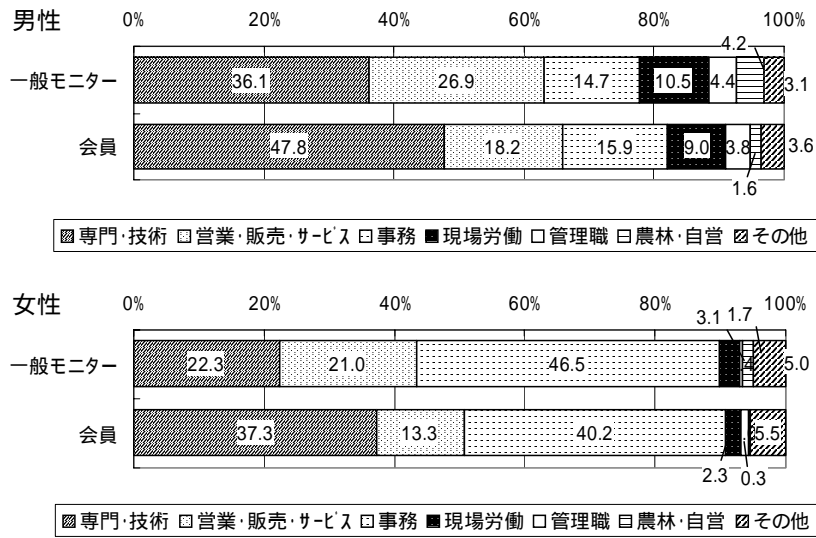


職種（就業者のみ）

就業している場合、その職種については、男女ともに、「専門・技術」の割合が非常に大きくなる。一方で「営業・販売・サービス」の割合は小さくなっており、仕事上、人と接する機会が少ない職種が多くなる様子が見えてくる。

¹ 正確な比較を行うために、未婚者アンケート調査の対象となっている一般の未婚者（一般モニター）から、「現在、婚約者がいる」、「現在、交際相手がいる」とした回答者を除いて比較している。

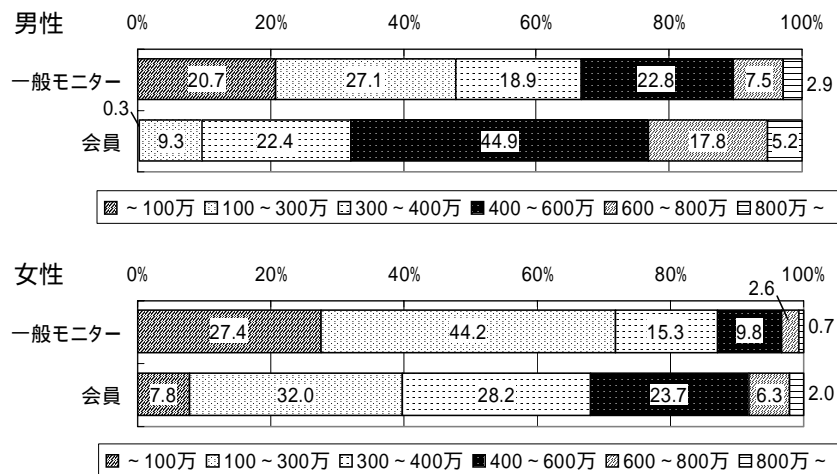
図表 -10 職種（就業者のみ）



年収

年収をみると、結婚情報サービスの会員は、一般の未婚者に比べて、年収も高い傾向がある。この傾向は、当然就業状況とも関連するが、男性で「100万円未満」は、一般の未婚者では約2割存在するのに対し、会員はほとんどいない。女性も一般の未婚者と比較すると、会員の年収は非常に高い傾向にある。

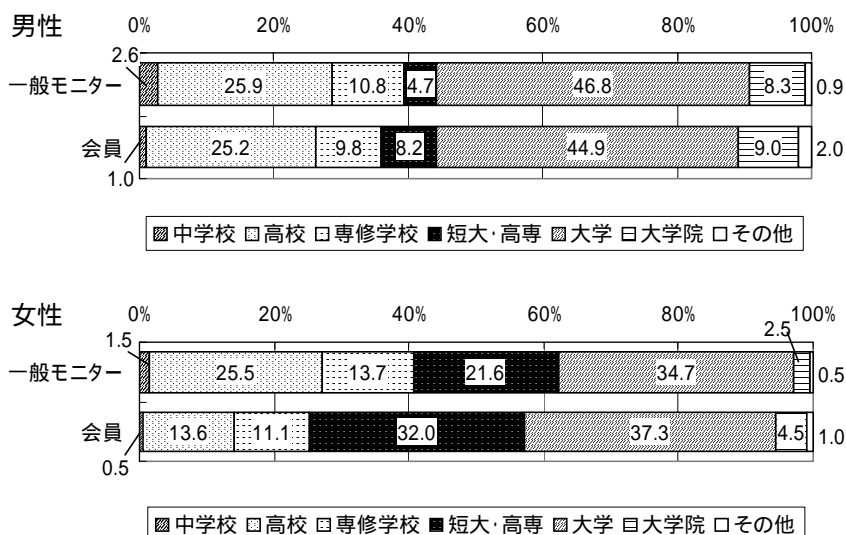
図表 -11 年収



学歴

学歴をみると、男性では、一般の未婚者と会員の間にはほとんど相違はない。一方、女性では、会員は学歴が高い傾向にあり、特に「短大・高専」、「大学」、「大学院」の割合が大きくなっている。

図表 -12 学歴



(2) 会員の結婚観

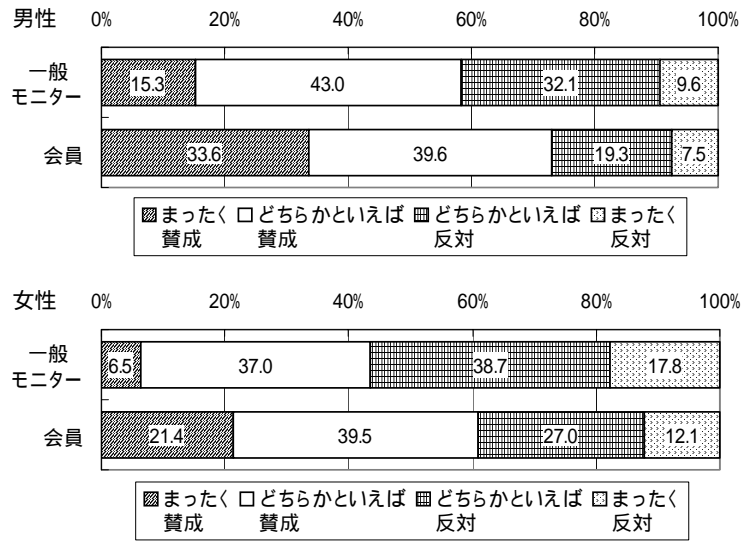
結婚情報サービス会員の結婚観をみると、「生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない」とする考え方に対して「まったく賛成」「どちらかといえば賛成」を足し合わせると、男性で73.2%、女性で60.9%となっており、この考え方には肯定する層が多いことがわかる。

「男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである」とする考え方に対して「まったく賛成」「どちらかといえば賛成」を足し合わせると、男性で87.2%、女性で76.8%となっており、特に男性はほとんどがこの考え方を肯定していることがわかる。

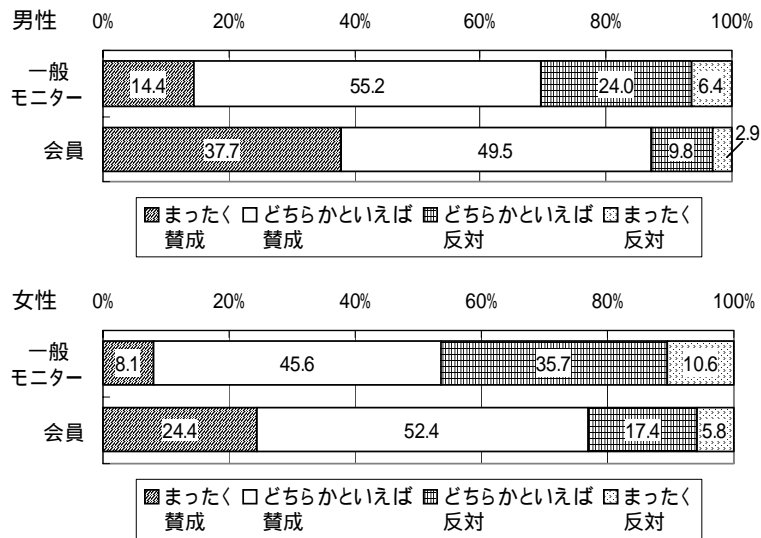
「結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ」とする考え方に対して「まったく賛成」「どちらかといえば賛成」を足し合わせると、男性で39.3%、女性で36.2%となっており、この考え方を否定する層が多いことがわかる。

これらを一般の未婚者と比較してみると、いずれもがこれらの考え方に対しては肯定的な意見を持つ割合が大きくなっている。結婚情報サービス会員は全般的に、保守的な結婚観を持つ傾向がうかがえる。

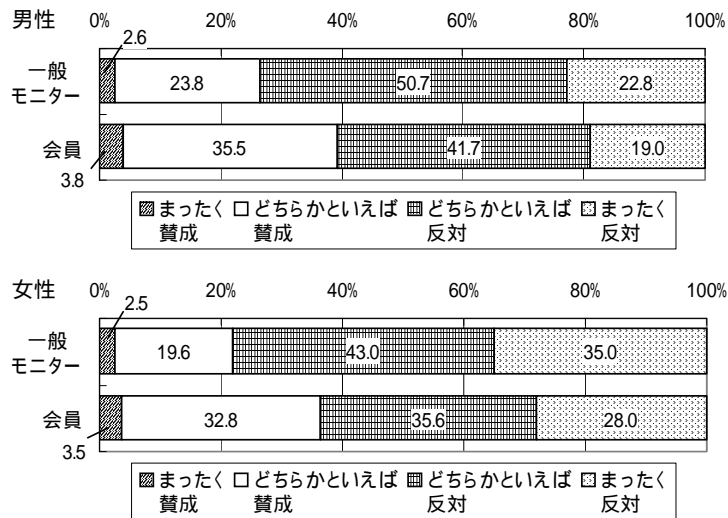
図表 -13 生涯を独身で過ごすという生き方は望ましくない



図表 -14 男女が一緒に暮らすなら結婚すべき



図表 -15 結婚後は、夫は働き、妻は家庭を守るべき



(3) 会員の両親や友人について

結婚情報サービス会員の両親や友人の状況を見ると、「子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だと思う」について、「非常に思う」と「やや思う」を足し合わせると、男性では 21.2%、女性では 18.7%となっており、全体の 8 割前後は、父親は家事をしていなかったと考えている。

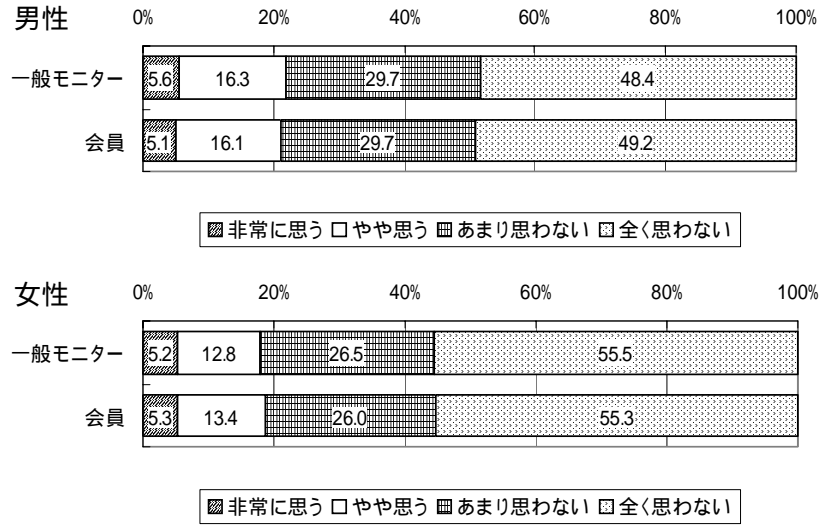
「ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う」について、「非常に思う」と「やや思う」を足し合わせると、男性では 52.5%、女性では 48.9%となっており、全体の半分程度が両親の夫婦関係をうらやましく思っている

「結婚している周りの友人をみると、幸せそうだと思う」について、「非常に思う」と「やや思う」を足し合わせると、男性では 83.3%、女性では 77.8%となっており、全体の 8 割前後は、結婚している友人を幸せそうだと思っていることがわかる。

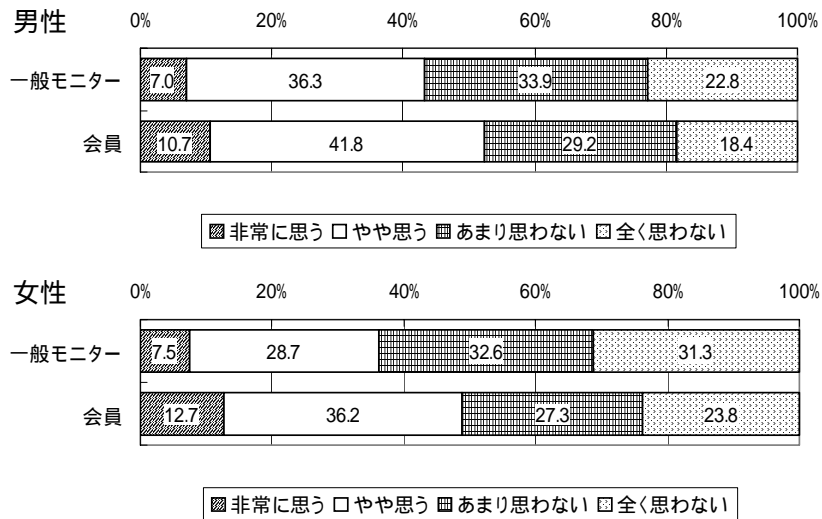
「家族や親せきや友人などの子どもとふれあう機会が多いと思う」について、「非常に思う」と「やや思う」を足し合わせると、男性では 36.1%、女性では 36.9%となっており、全体として子どもとふれあう機会はあまり多くない様子がうかがえる。

これらを一般の未婚者と比較してみると、結婚情報サービス会員は、「両親のような夫婦関係をうらやましいと思う」、「結婚している友人をみるとうらやましく思う」などで強く感じている割合が非常に大きくなっている。

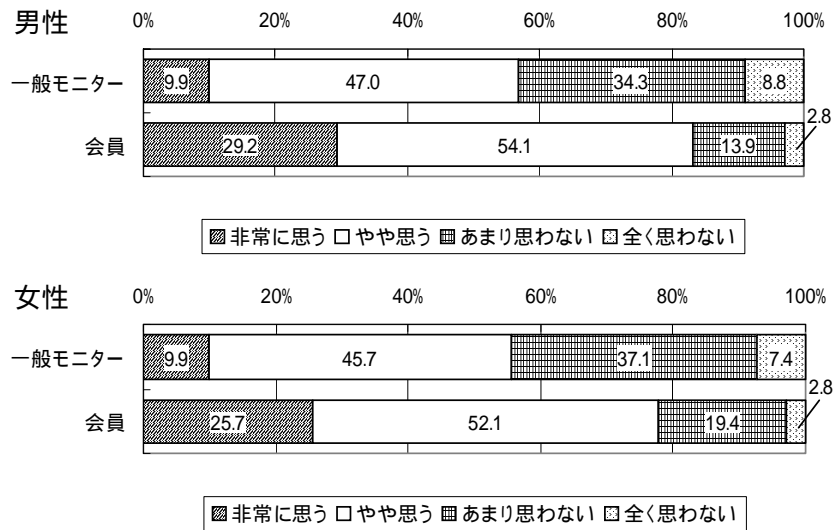
図表 -16 子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だと思う



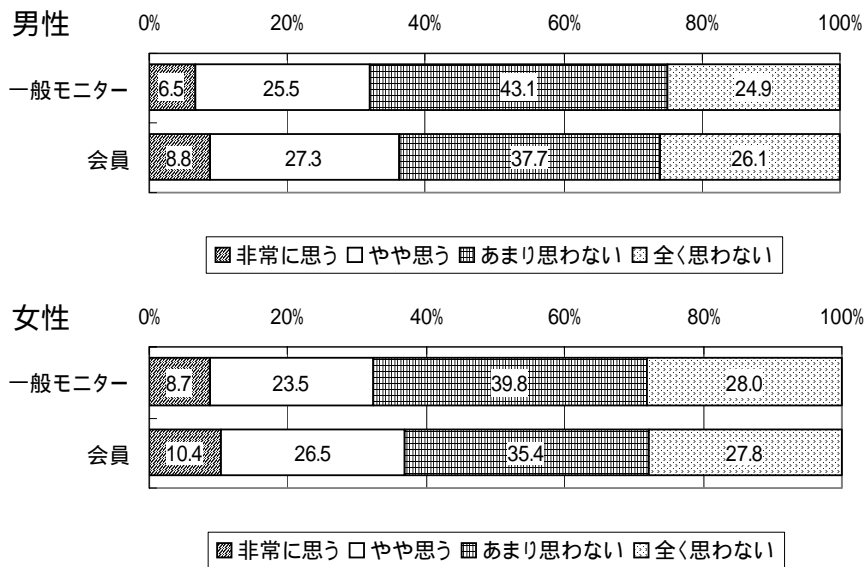
図表 -17 ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う



図表 -18 結婚している周りの友人をみると、幸せそうだと思う



図表 -19 家族や親せきや友人などの子どもとふれあう機会が多いと思う

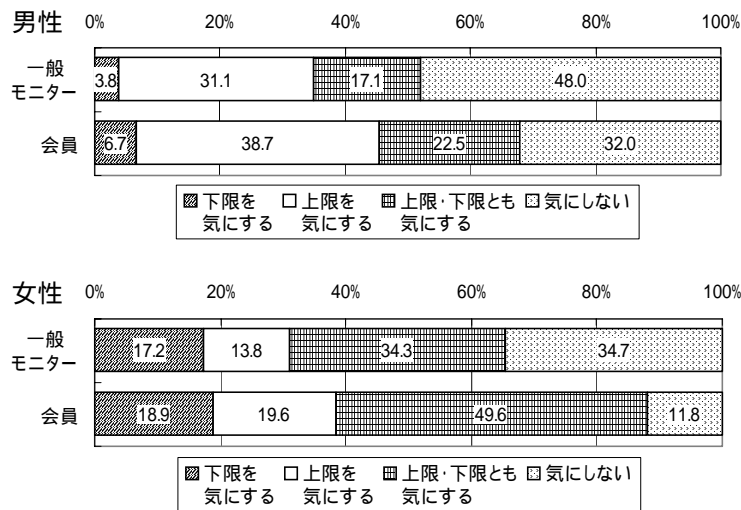


(4) 結婚相手に求める条件について

相手に求める年齢

結婚情報サービス会員が相手に求める年齢をみると、男性は「上限を気にする」が最も多く、38.7%となっている。女性は「上限・下限共に気にする」が最も多く、49.6%となっている。これらを一般の未婚者と比較すると、男女ともに結婚相手に求める年齢については条件を厳しく設定していることがわかる。

図表 -20 相手の年齢

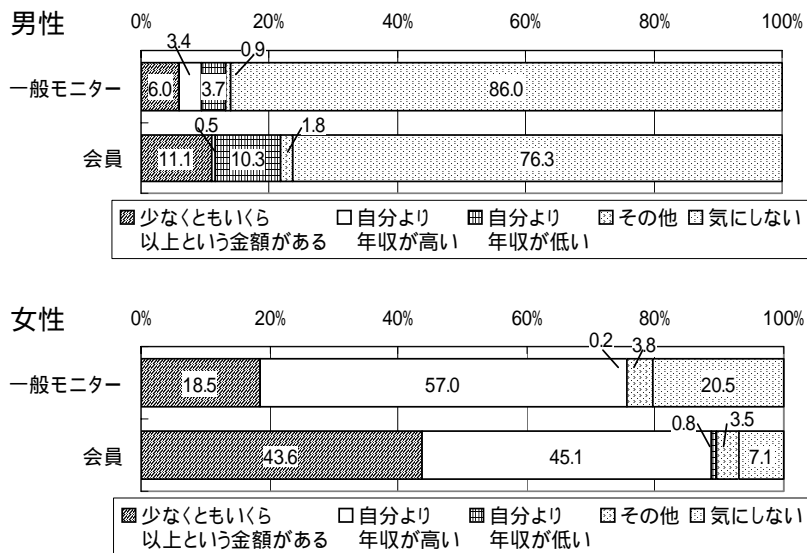


相手に求める年収

結婚情報サービス会員が相手に求める年収をみると、男性 76.3%が「気にしない」のに対し、女性は9割弱がその下限を設定してる事がわかる。

これらを一般の未婚者と比較すると、特に女性では、相手に求める年収の下限を設定している割合が非常に大きくなる。

図表 -21 相手の年収

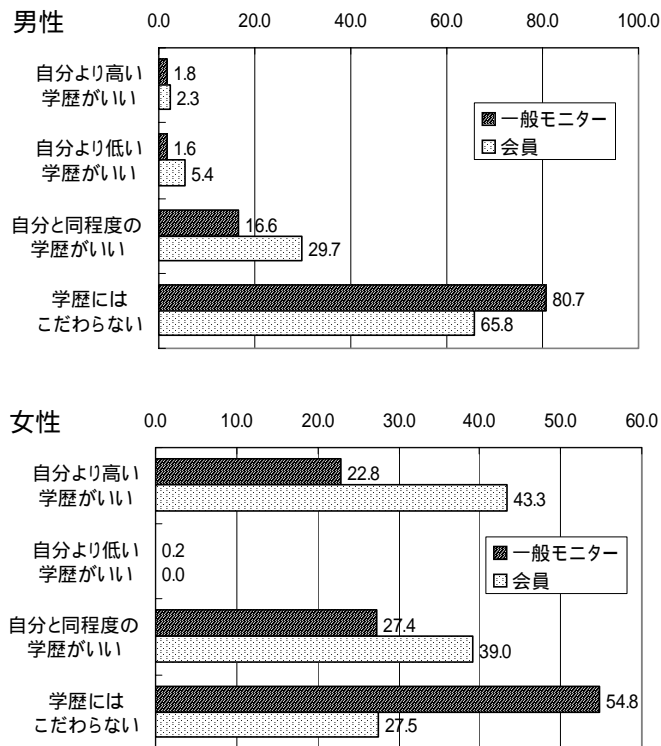


相手に求める学歴

結婚情報サービス会員が相手に求める学歴をみると、男性は「学歴にはこだわらない」が65.8%と非常に多いのに対し、女性は「自分より高い学歴がいい」が43.3%、「自分と同程度の学歴がいい」が39.0%となっている。

これらを一般の未婚者と比較すると、特に女性では、自分と同等か、自分より高い学歴を望んでいる割合が非常に大きくなっている。

図表 -22 相手の学歴



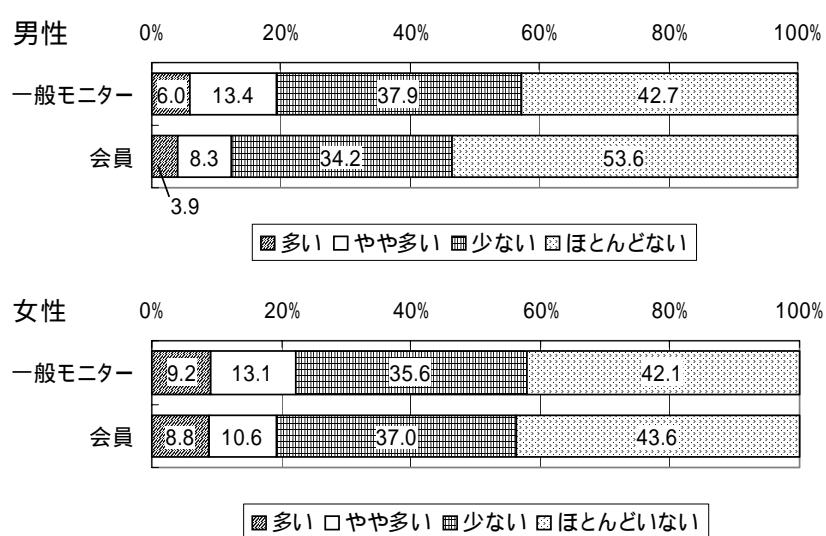
総じて、結婚相手に求める条件として、結婚情報サービス会員は、一般の未婚者よりも非常に高い水準を設定している傾向がうかがえる。

3 . 結婚情報サービス会員の「出会い」を取り巻く社会環境

(1) 職場内の独身異性の有無について

職場内の独身異性の有無をみると、男女会員ともに「ほとんどいない」が最も多く、男性では53.6%、女性では43.6%となっている。一般の未婚者と比較すると、特に男性において「ほとんどいない」とする割合が大きくなっている。

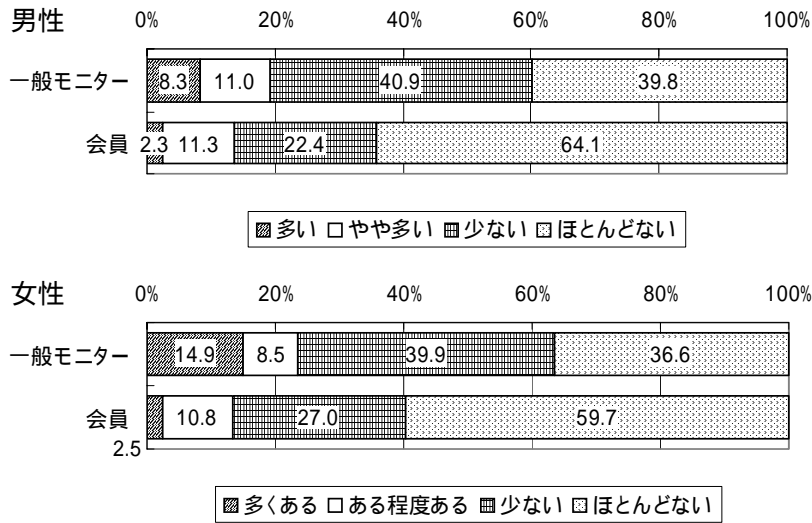
図表 -23 職場内の独身異性



(2) 職場（社内）以外での出会いの機会について

職場（社内）以外での出会いの機会をみると、男女会員ともに「ほとんどない」が最も多く、男性では64.1%、女性では59.7%となっている。一般の未婚者と比較すると、男女ともに「ほとんどない」とする割合が著しく大きい。

図表 -24 職場（社内）以外での出会いの機会

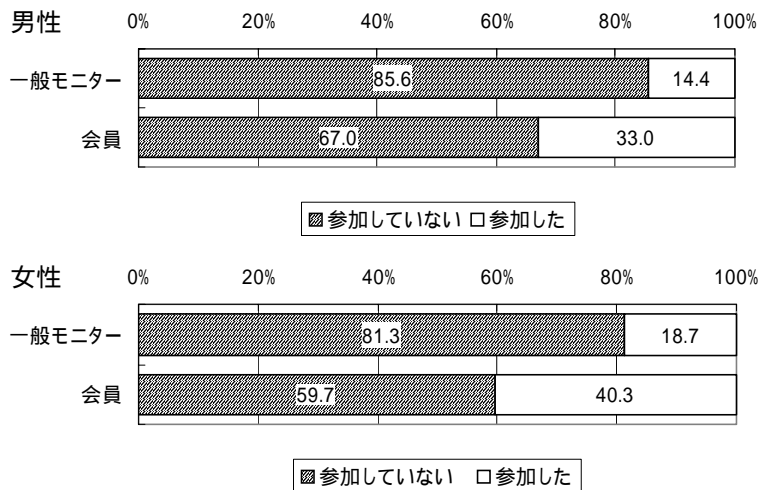


(3) 合コンの参加について

過去1年間の合コンの参加経験

会員の過去1年間の合コンの参加経験は、男性は33.0%、女性は40.3%が「参加した」と回答している。一般の未婚者と比較すると、「参加した」とする割合は倍以上である。

図表 -25 過去1年間の合コン参加経験



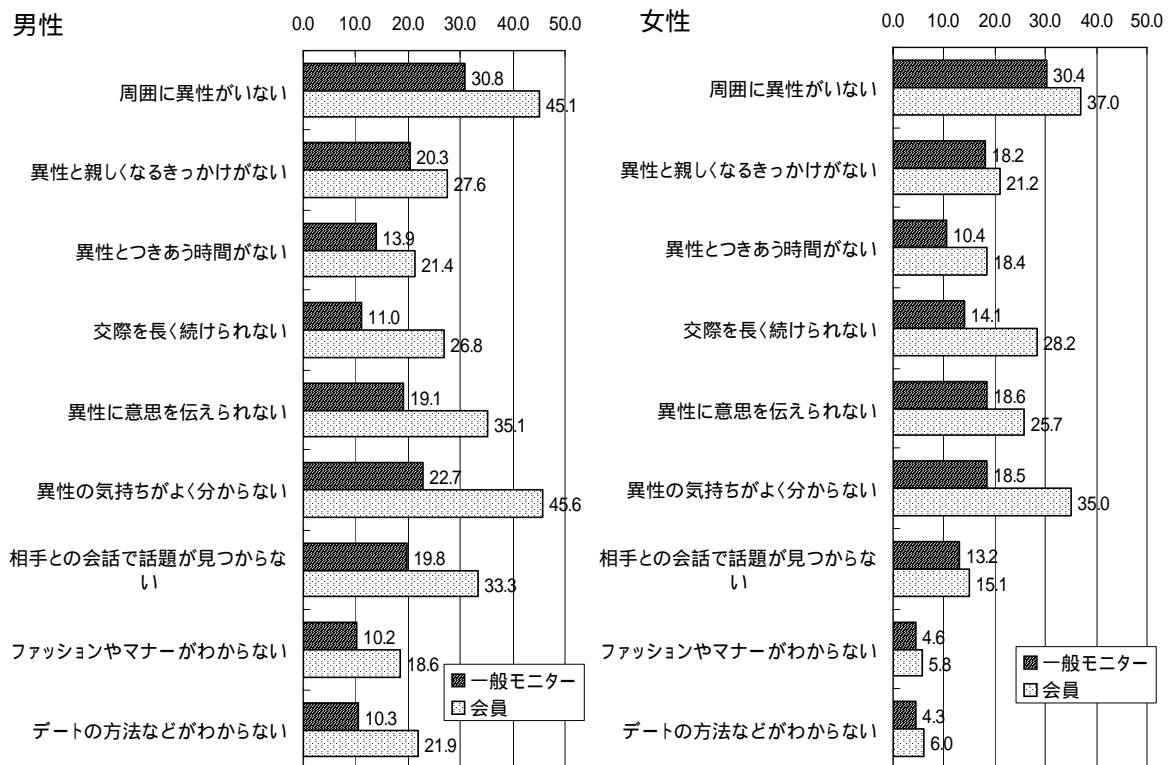
4 . 結婚情報サービス会員の交際の悩みや相談相手

(1) 異性との交際での悩みについて

交際での悩みをみると、男女会員ともに、「異性の気持ちがよくわからない」、「周囲に異性がない」などで困っている割合が高い。

一般の未婚者と比較すると、男女ともに、全ての項目において悩んでいる割合が大きいことは注目に値する。特に男性においては、「異性に意思を伝えられない」や「異性の気持ちがわからない」など、異性との出会いやマッチング以外で悩んでいる割合が大きくなっている。

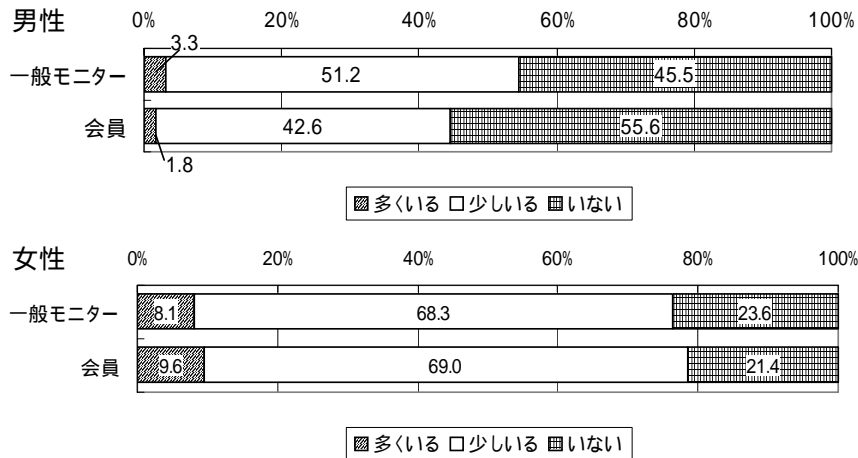
図表 -26 異性との交際での悩み



(2) 異性との交際や恋愛の悩みの気軽な相談について

異性との交際や恋愛の悩みに関する気軽な相談相手の有無では、男性会員は「いない」が半数を超えている。女性会員は「少しいる」が69.0%となっている。一般の未婚者と比較すると、男性において「いない」とする割合が大きい。

図表 -27 相談相手の有無



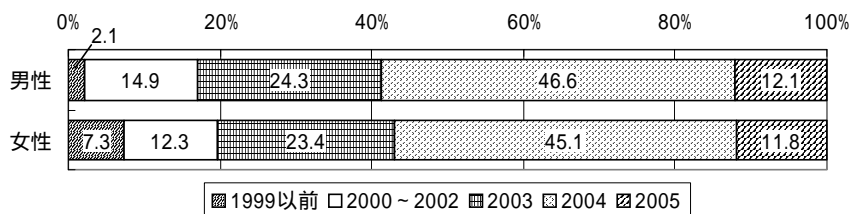
5. 結婚情報サービスの利用とニーズ

(1) 入会について

入会時期

男女会員ともに「2004年」が最も多い。男性で46.6%、女性で45.1%となっている。2003年以降の入会が、男女ともに約8割となっている。

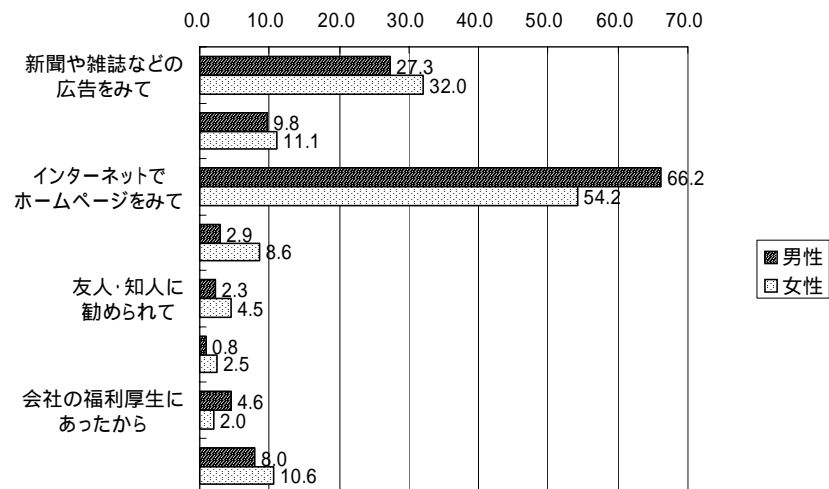
図表 -28 入会時期



入会のきっかけ

男女会員ともに、「インターネットでホームページをみて」が最も多い。男性で66.2%、女性が54.2%となっている。「新聞や雑誌などの広告をみて」がこれに続き、男性で27.3%、女性が32.0%となっている。

図表 -29 入会のきっかけ

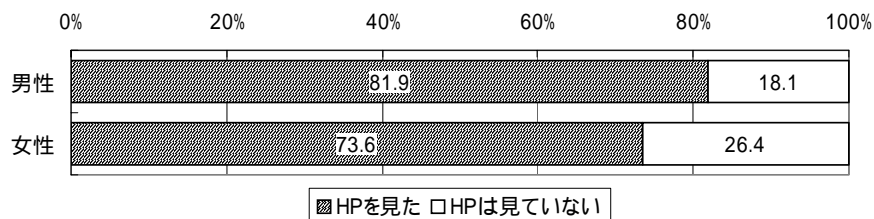


ホームページについて

ホームページの閲覧

男女会員ともに多くがホームページを閲覧しており、男性は81.9%、女性は73.6%となっている。

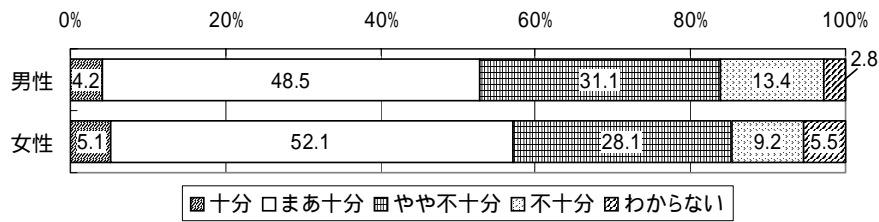
図表 -30 ホームページ閲覧



ホームページの情報量

閲覧したホームページの情報量については、男女会員ともに半数以上が満足している。その一方で不十分と感じる会員も男性で43.5%、女性で37.3%存在する。

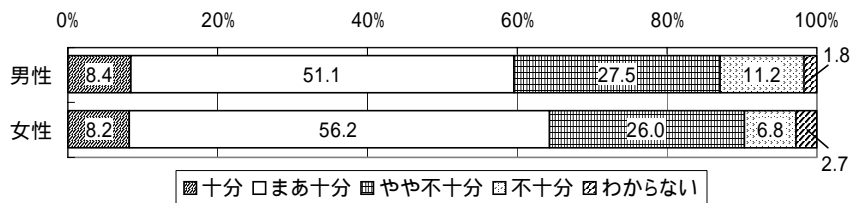
図表 -31 ホームページの情報量



ホームページのわかりやすさ

ホームページのわかりやすさについては、男性では 59.5%、女性では 64.4%が「わかりやすい」と感じている。

図表 -32 ホームページのわかりやすさ

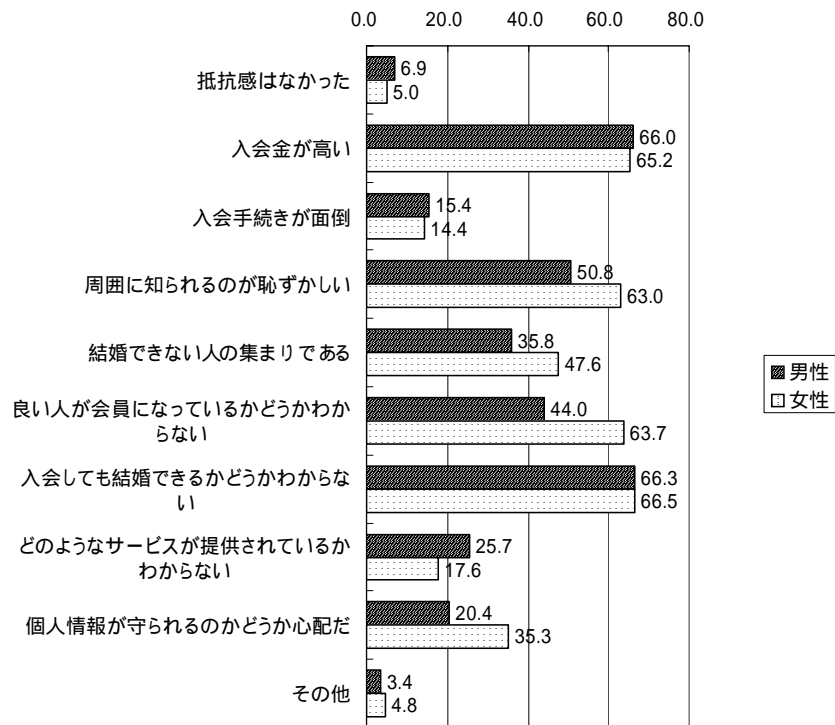


入会の際の抵抗感

入会の際の抵抗感は、男女会員ともに、「入会しても結婚できるかわからない」、「入会金が高い」が 6 割を超えており、相対的に高い割合を示している。

特に女性の方が入会の際に抵抗感を抱く傾向があり、「良い人が会員になっているかどうかかわからない」、「周囲に知られるのが恥ずかしい」などでも 6 割を超えている。

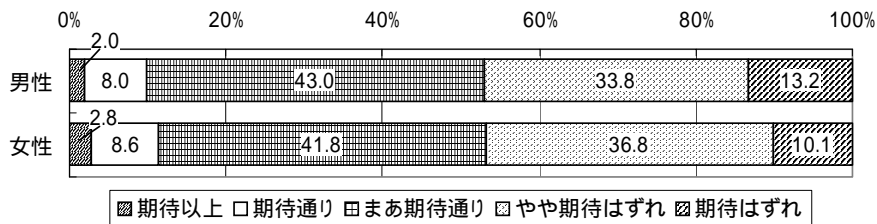
図表 -33 入会の際の抵抗感



入会後の感想

入会後の感想としては、男女会員ともに約半数が「期待通り」と感じている一方、半数弱は「期待はずれ」と感じている。入会後の感想については、男女間の違いは見あたらない。

図表 -34 入会後の感想



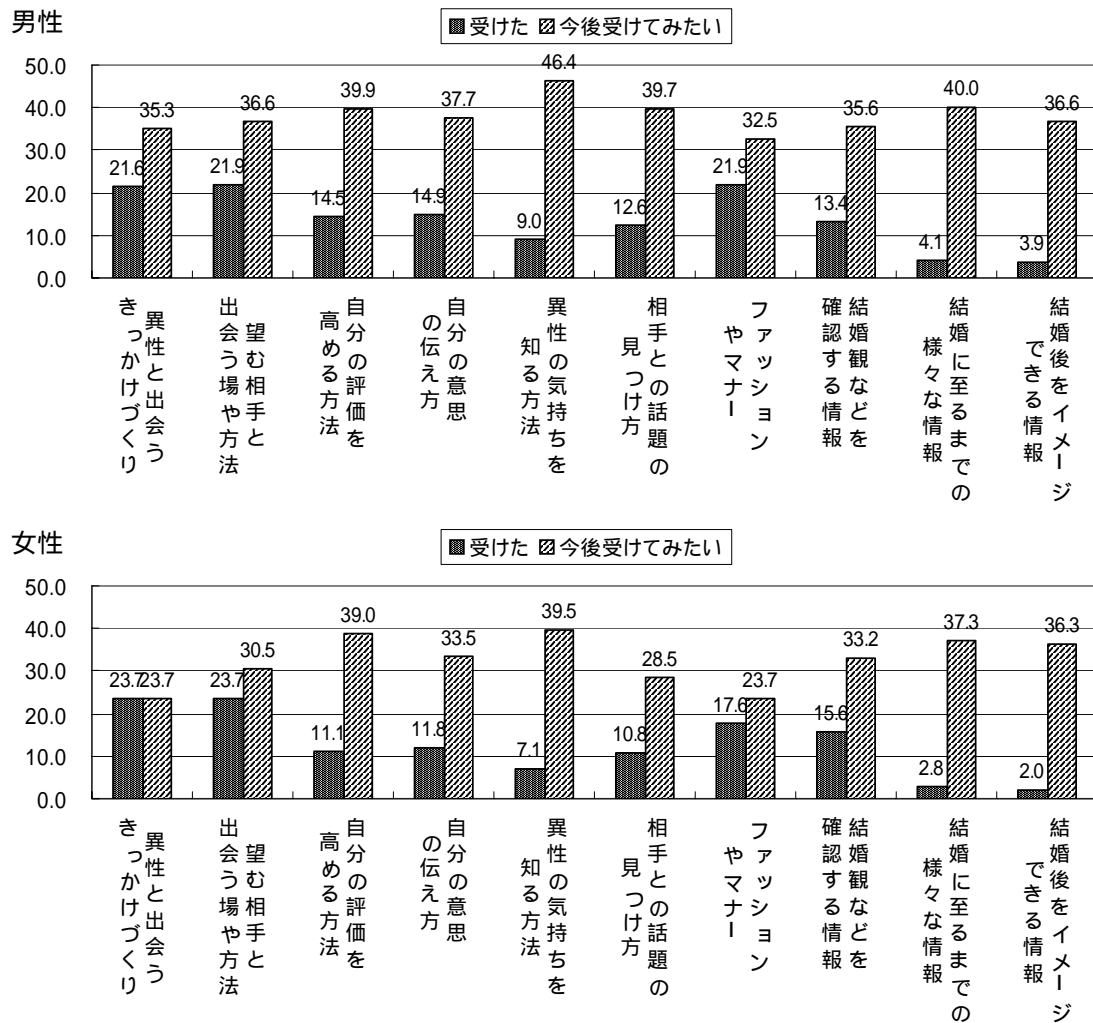
(2) アドバイスやカウンセリングについて

受けたアドバイスやカウンセリング

受けたアドバイスやカウンセリングについてみると、男女会員ともに「異性と出会うためのきっかけづくり」、「自分の望む条件の相手と出会う場や方法」が2割を超えている。男性は「相手と会うときのファッションやマナー」でも2割を超えている。

今後受けてみたいアドバイスについては、いずれも高い割合を示すが、特に「異性の気持ちを知る方法」や「自分の評価を高める方法」など恋愛に関するノウハウのニーズが高く、さらに「結婚に至るまでの様々な情報」や「結婚後イメージできる情報」など、交際後の結婚に至るまでのアドバイスを求める傾向も強い。

図表 -35 アドバイスやカウンセリング

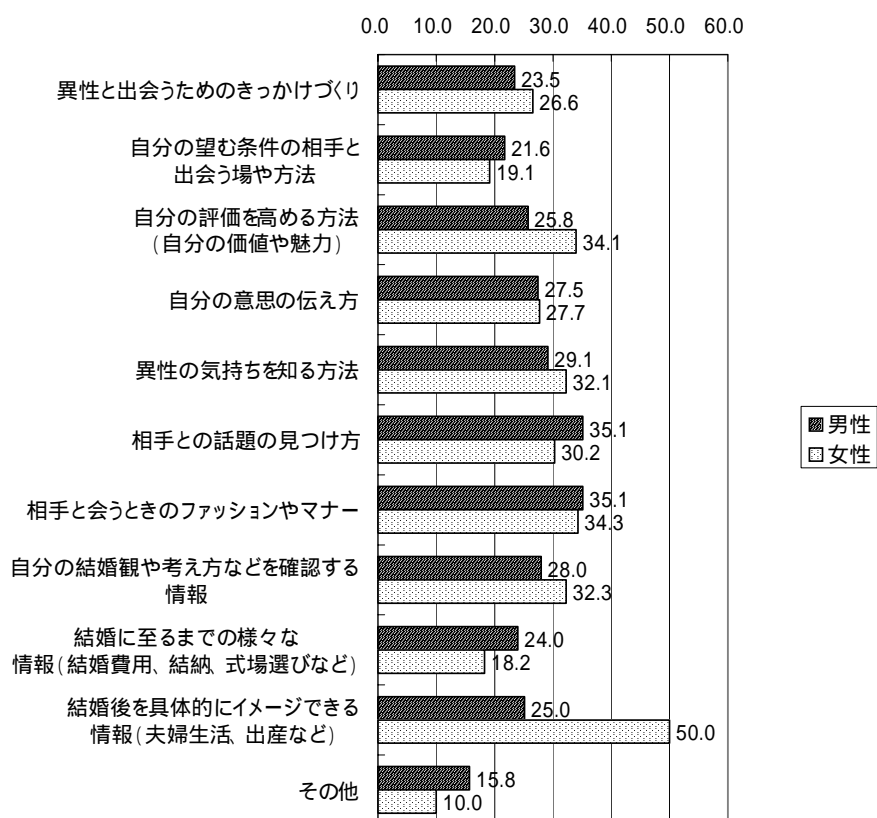


役に立ったアドバイスやカウンセリング

それぞれのアドバイスやカウンセリングについて、実際に受けた会員に対して、役に立ったアドバイスを尋ねたところ、特に女性会員では「結婚後を具体的にイメージできる情報」が役だったとする割合が5割となっている。

その他のアドバイスやカウンセリングは、おおむね2～3割程度の会員が役立ったと回答している。

図表 -36 役に立ったアドバイスやカウンセリング



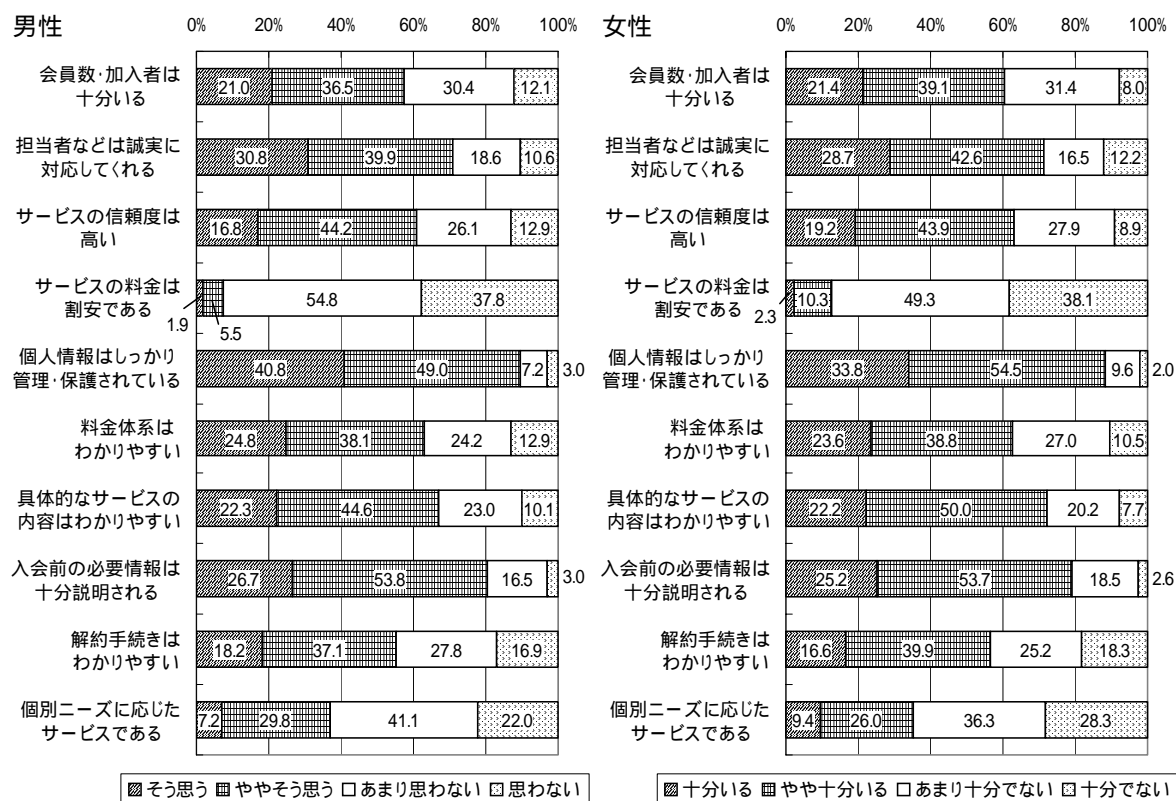
6 . 結婚情報サービスの適正化・信頼性確保に向けて

(1) 結婚情報サービスのイメージ

結婚情報サービスに対するイメージについて、結婚情報サービスの会員に尋ねている。男女ともに多くの項目で、ポジティブなイメージを持っている割合が高くなっている。特に「個人情報もしっかり管理・保護されている」は男女ともに9割を超えている。

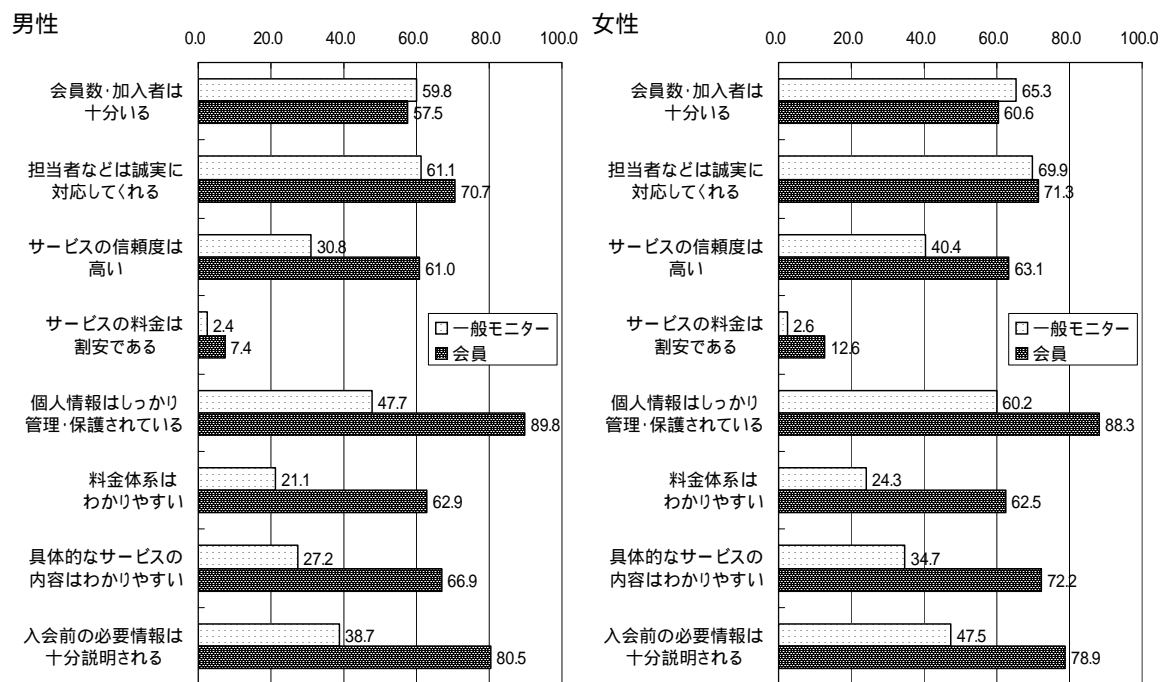
一方で、料金の割高感は強く、約9割が「高い、やや高い」と回答している。また、個別ニーズに応じた多様なサービスを求める声も強い傾向がある。

図表 -37 結婚情報サービスに対するイメージ



一般の未婚者とイメージを比較すると、ほぼ全ての項目において、会員の方がサービスに対するイメージが良い。特に、個人情報管理、入会前の必要情報説明等は、会員になってみて、ほとんどがポジティブなイメージを持つことになる。唯一、会員の方が割合が大きいネガティブイメージは、会員数や加入者が少ないというイメージであった。

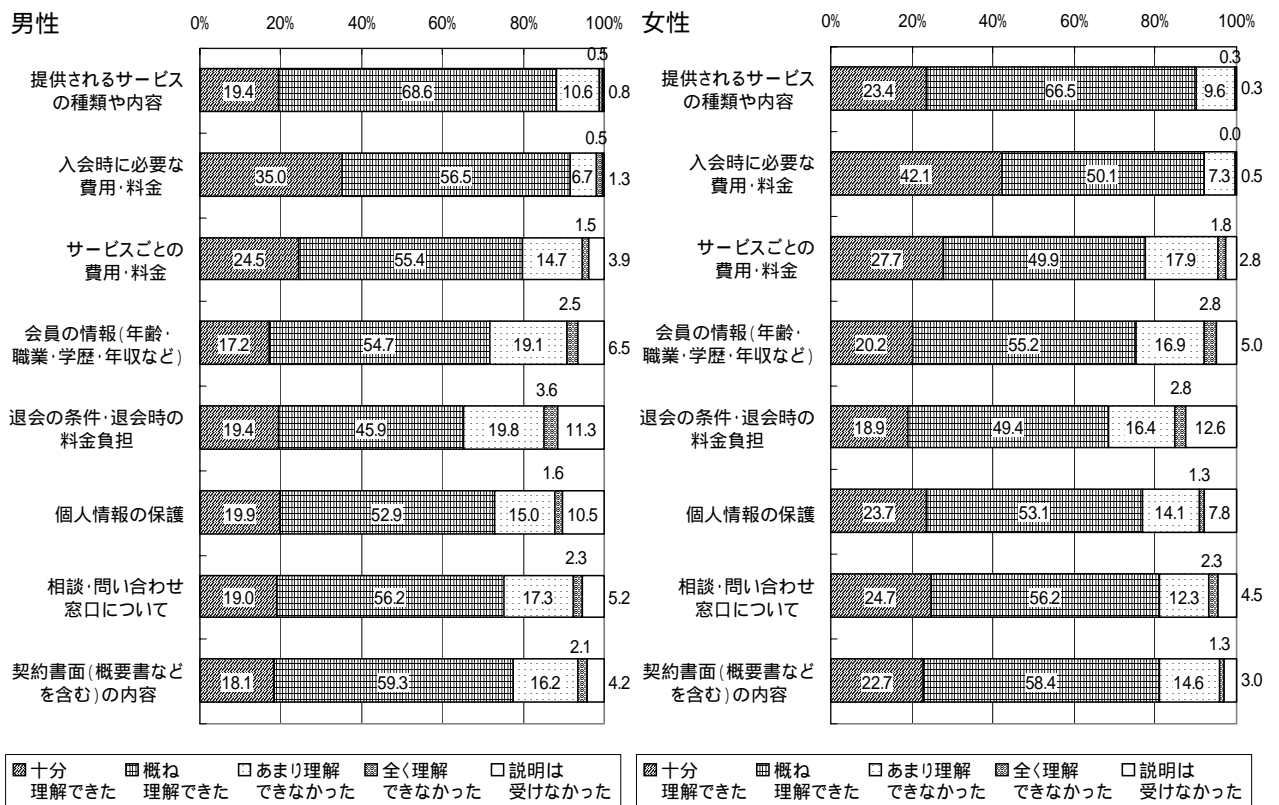
図表 -38 結婚情報サービスに対するイメージ（一般の未婚者との比較）



(2) 入会の際のサービスやシステムの説明と理解

入会にあたって事前に受けたシステムやサービスの説明は十分理解できるものであったかどうかについて、会員に尋ねたところ、ほとんどの項目で説明はなされており、その多くについて、会員は理解している傾向がある。

図表 -39 入会の際のサービスやシステムの説明と理解

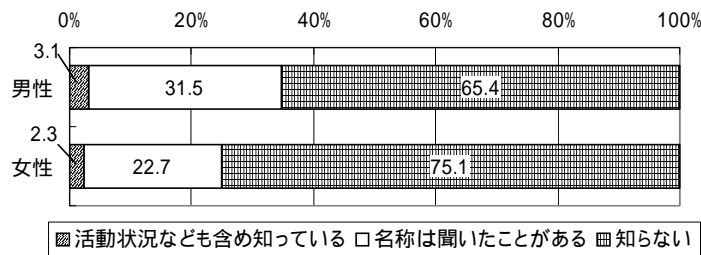


(3) 適正化と信頼性確保に向けて

結婚情報サービス協議会の認知度

結婚情報サービス協議会の認知度は、男女ともに「知らない」が最も多く、男性は65.4%、女性は75.1%であった。

図表 -40 結婚情報サービス協議会の認知度

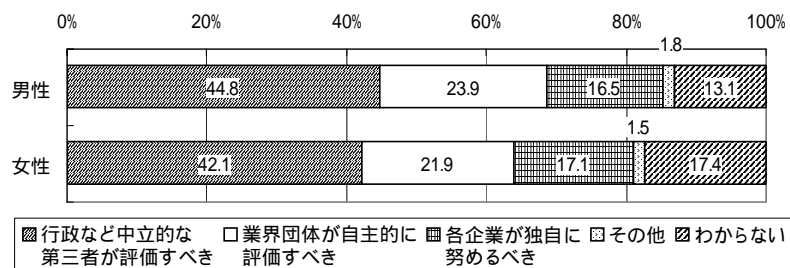


利用者が適正なサービスであるかを判断する仕組み

利用者が適正なサービスであるかを判断する仕組みについては、男女ともに「行政など中立的な第三者が評価する仕組みを導入するべきである」が最も多く、男性で44.8%、女性で42.1%となっている。

サービス内容などの情報開示や個人情報保護の適正化については、中立的な第三者機関によるものが望まれている様子が見えてくる。

図表 -41 利用者が適正なサービスであるかを判断する仕組み



補論 海外における結婚情報サービスの実態

補論の概要

- ・ 海外（ここでは主に米国）には、我が国の結婚情報サービスにあたるサービスがあるのか、また、消費者保護に資するような、各社のサービスの質を評価する仕組みがあるのか否かについて情報を収集し、調査をした結果をとりまとめている。

我が国と同様のサービスの有無

- ・ 我が国の結婚情報サービスに類似するものとして、米国の Dating / Matchmaking services 業があるが、必ずしも結婚を前提とするものばかりではない。
- ・ 同業界の一部に、我が国の結婚情報サービス業に類似するサービス（結婚ないし長期間の交際に向けて機会と手段を提供するサービス）があることが確認できた。
- ・ Dating / Matchmaking services 業は、米国のマーケットデータ・エンタープライゼズ社のレポート(2004.4)では、a .The Matchmakers Market、b .Traditional (off-line) Dating Services、c . Online Dating Services、d . The Personal Ads Market の4つの業態に分類されている。

市場規模

- ・ マーケットデータ・エンタープライゼズ社によれば、2004年の Dating / Matchmaking services 業の市場規模は、前年の9億9100万ドルから9.0%成長して、10億8千万ドル（約1千億円）に達すると推計される。
- ・ 今後も平均年率8.8%で成長し、2008年には14億6千万ドルに達するものと予想されている。

第三者がサービスの質を評価する制度の有無

- ・ 業界標準として広く用いられている「認証制度」のような仕組みは見当たらない。
- ・ より個別的と思われるが、マッチメーカーの養成機関が発行する“Matchmaking Certificate”を掲載するwebサイトが確認できた。
- ・ サービスの評価、あるいはランキングサイトとして、eDatingReviews、Dateseekerなどがある。評価対象はデータマッチング型とインターネット型のサービスである。

1 . 海外調査実施概要

海外（ここでは主に米国）には、我が国の結婚情報サービスに当たるサービスがあるのか、また、消費者保護に資するような第三者が各社のサービスの質を評価する認証制度等の仕組みがあるのか否かについて、米国の調査会社を通じて既存文献および web サイトより情報を収集し、分析を行った。

- 調査の方法 -

調査方法：アメリカの調査会社 Rapid Access International, Inc.を通じて、既存文献および web サイトより情報を収集し、分析した。

調査項目： 我が国と同様のサービスの有無（結婚を前提とした紹介サービス）
第三者によるサービスの質を評価する制度の有無（認証制度、ランキング等）

調査時点：2005 年 3 月

2 . 海外調査結果

(1) 我が国と同様のサービスの有無

我が国と同様のサービスの有無

【要旨】・米国の Dating services / Matchmaking services 業は、必ずしも結婚を前提とするものばかりではない。
・ただし、同業界の一部に、我が国の結婚情報サービス業に類似するサービス（結婚ないし長期間の交際に向けて、機会と手段(マッチング機能)を提供するサービス）があることが確認できた。

- 米国の Dating / Matchmaking services 業

米国には、Dating services ないし Matchmaking services の名で呼ばれるサービス業がある（以下、Dating / Matchmaking services 業とする）。米国の Dating / Matchmaking services 業は、マーケットデータ・エンタープライゼズ社によると、大きく分けて以下の4つに分類される。

これからも分かるように、米国の Dating / Matchmaking services 業は、我が国の結婚情報サービス業と異なり、必ずしも結婚を前提としたサービスとは限らず、一時的なデートのための相手探しも含んだものとなっている。

米国の Dating / Matchmaking services 業の分類

a . The Matchmakers Market (マッチメーカーと呼ばれる専門職の個人営業的なお相手紹介業)
b . Traditional (Off-line) Dating Services (インターネットベースの Online Dating Services に対して、バーチャルではなく実在の事務所を構えて、サービスを提供するお相手紹介業。チェーンなしフランチャイズ形式のところが多い。)
c . Online Dating Services (インターネットベースのお相手紹介業。いわゆる「出会い系」も含む。)
d . The Personal Ads Market (個人広告、ボイスメール等)

(資料) marketdata enterprises, Inc. (2004.3) “ The U.S. Dating Services Market ”
ただし括弧内の説明は UFJ 総研による。

- 我が国のサービスに類似するもの

だが、本調査の結果、Dating / Matchmaking services 業界の一部に、「結婚ないし長期間の交際」(marriage or long-term commitment) に向けて、機会と手段(マッチング機能) を提供するような、我が国に類似したサービスがあることが確認できた¹。

このサービスについて、業態により、我が国の結婚情報サービス業の3 類型(仲人・結婚相談型、データマッチング型、インターネット型) を当てはめて分類すると、以下のようなイ) ~ ロ) の3 タイプに分けることができる。

米国における類似サービスの我が国の類型への対応と企業例

米国の Dating / Matchmaking services のうち我が国に類似するサービス	我が国の結婚情報サービス業
イ) 結婚仲介コンサルティング型 (Go-between marriage consultation type) - Valenti International	i) 仲人・結婚相談型 - 日本仲人連盟や日本ブライダル連盟の会員
ロ) データマッチング型 (Data matching type) - Hopeful Romantic - eHarmony - Web Tickle (Happy Marriage™) - Perfect Match	ロ) データマッチング型 - オーネット(株) オーエムエムジー) - ツヴァイ (株) ツヴァイ) - JMS ((有) JP ワークス) - サンマリエ (株) サンマークライフ クリエーション)
ハ) インターネット型 (Internet type) - True.com ²	ハ) インターネット型 - ブライダルネット - エキサイト恋愛結婚

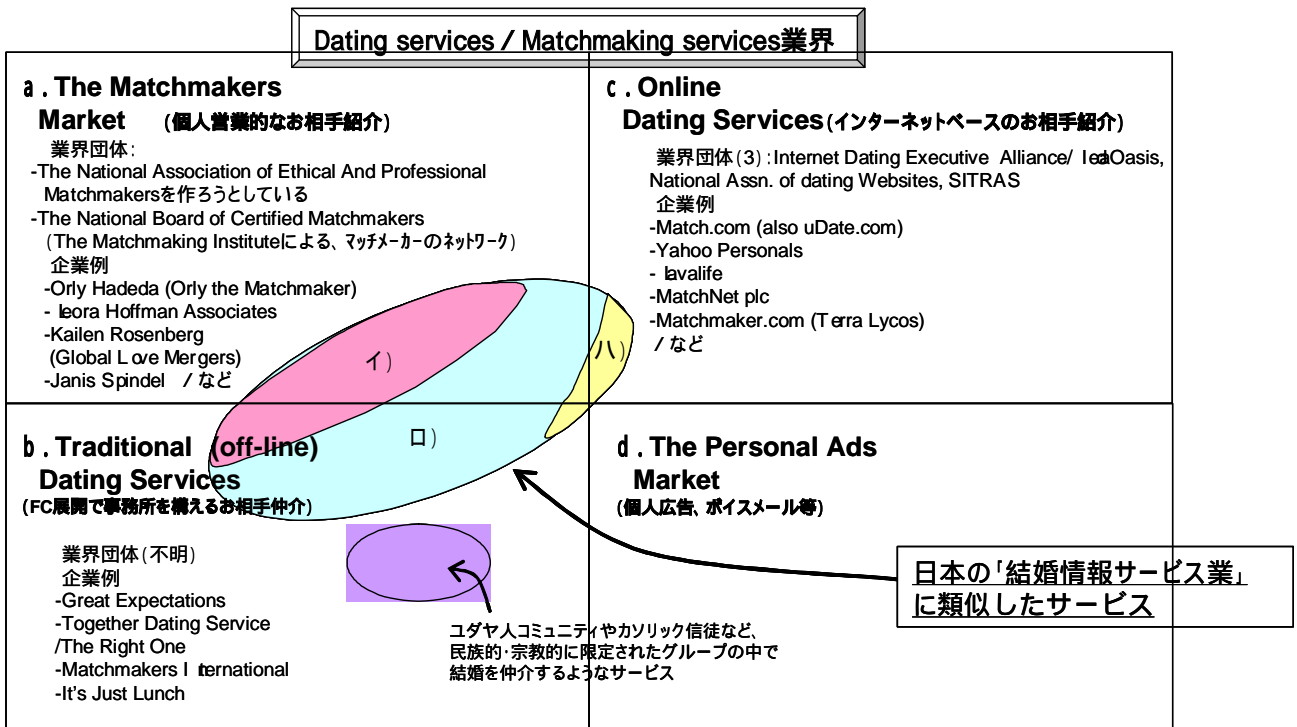
¹ 「結婚ないし長期間の交際」に向けて、機会と手段(マッチング機能) を提供するようなサービスであるかどうかの判断は、当該サービスの web サイトにおける記述から判断した。(一部のサービスについては電話での確認も行った。)

² インターネット型については、2005 年 3 月時点では該当する企業を見つけられなかったが、その後、True.com の web サイトのトップページが更新され、その内容からここに分類されると判断した。

- 米国の業界のなかでの位置づけ

我が国に類似した「結婚や長期間の交際」を志向するサービスは、米国の Dating / Matchmaking services 業界のなかでは、概ね先述の a ~ c の分野にまたがるかたちで存在している。また、このほかに特殊なものとして、たとえばユダヤ人コミュニティやカソリック信徒など、民族的・宗教的に限定されたグループのなかで結婚を仲介するサービスがある。これを業界マッピングに当てはめてみたものが下図である。

我が国の結婚情報サービス業に類似したサービスの位置付け



(注) イ)結婚仲介コンサルティング型、ロ)データマッチング型、ハ)インターネット型
 (資料) Rapid Access International, Inc.による既存文献・web サイト調査の結果、marketdata enterprises,Inc.(2004.3),”The U.S. Dating Services Market”をもとにUFJ 総研にて作成

我が国の結婚情報サービスとの類似点・相違点

【要旨】・類似点：「結婚ないし長期間の交際」を志向していること
 ・相違点：利用者に独身証明を求めていること

我が国の結婚情報サービスに類似した米国におけるサービスについて、その類似点、相違点を挙げると以下のとおりである。

まず類似点は、一時的なデート相手探しではなく、「結婚ないし長期間の交際」に向けて、機会と手段（マッチング機能）を提供するサービスであることである。

一方、相違点は、少なくとも本調査でレビューした、米国の Dating / Matchmaking services の代表的な企業および我が国に類似したサービスを行う企業においては、利用者に独身であるかどうかの質問はしても、独身であることの証明までは求めていないという点である。調査したなかでは、唯一、True.com というインターネット型のサービス（業界マップでは c . Online Dating Services に該当）が、会員について公的な結婚届をチェックし、もし結婚歴に偽りがあれば詐欺罪で起訴する可能性があることを web サイトのトップページで警告しているが、ここまで厳しいチェックを行うサービスを他には見つけることはできなかった。

我が国の結婚情報サービス業とは異なり、利用者が独身であることの確認を求めない理由について、Rapid Access International 社の調査員は、そもそも米国には我が国のような戸籍制度がないこと、州や都市が発行する結婚証明書（Marriage Certificate）はあるが、「結婚を証明すること」と「独身を証明すること」の間には米国では強い違いがあること、米国は訴訟社会であり、独身証明はきわめて深刻な法的問題になりうるおそれがあること、を挙げている。

True.com のオンラインサービスにおける利用者への注意

True.com のオンラインサービスにおける利用者への注意

公的な結婚届をチェックし、偽りがあれば詐欺罪で起訴することを警告している。

< トップページ >

- Married People Will Be Prosecuted

Because we care, we screen members against public records to check marital status.

WARNING: Married people need not apply

If you are married and posing as single, be aware that you could be guilty of fraud and subject to civil and criminal penalties under U.S. federal and state law. For each offense, Title 18, Section 1343 of the U.S. Code authorizes fines of up to \$250,000 and jail sentences of up to five years. TRUE reserves the right to report violators to law enforcement authorities and seek prosecution or civil redress to the fullest extent of the law. If you are married, please close your browser.

< SAFER DATING のページ >

True.com screens members against public records to check marital status.

If you are married and posing as single, be aware that you could be guilty of fraud and subject to civil and criminal penalties under U.S. federal and state law. For each offense, Title 18, Section 1343 of the U.S. Code authorizes fines of up to \$250,000 and jail sentences of up to five years. TRUE reserves the right to report violators to law enforcement authorities and seek prosecution or civil redress to the fullest extent of the law.

（出所）<http://www.true.com/default.htm>、<http://www.true.com/security.htm>

（最終閲覧日 2005.6.15）

事例紹介

以下では、我が国の結婚情報サービス業に類似する米国のサービスについて、いくつか具体的な企業事例を挙げ、webサイトの記述より概要を紹介する。

- 事例 1 . Valenti International (カリフォルニア) [イ]結婚仲介コンサルティング型]
- 2 . Hopeful Romantic (ウィスコンシン) [ロ]データマッチング型]
- 3 . eHarmony (カリフォルニア) [ロ]データマッチング型]
- 4 . Perfect Match.com (ワシントン) [ロ]データマッチング型]
- 5 . True.com (テキサス) [ハ]インターネット型]

【事例 1】Valenti International

(カリフォルニア州サンタフェ) [イ]結婚仲介コンサルティング型]

- サービスの概要 -

- ・ スタッフが対面式でインタビューを行ってプロフィールを作成し、それをもとにマッチメーカーがマッチングを行い、その人に合った相手を紹介する。

- 特徴 -

- ・ 一人一人に合わせた相手を紹介しており、Dating services とは異なると主張。
- ・ 訓練された心理学専門スタッフがプロフィール作成を支援。

- サービスの流れ -

- 1.コンタクト、事前審査
- 2.心理学専門スタッフによる診断
- 3.各人にあったお相手の紹介
- 4.フォローアップ

- 利用者の特徴 -

- ・ 忙しいエグゼクティブ、専門職、起業家 / 22 歳 ~ 80 歳代 / 高学歴 / 未婚者・離死別者 / 年収 10 万ドル超 / 等

Valenti International Matchmaking in the European Tradition

Since 1990 Valenti International has helped today's most successful men and women find a partner to share their life with.

Irene Valenti says, "I established Valenti International to give educated, cultured successful men and women, with a strong desire for a relationship an opportunity to meet potential romantic companions. I believe the more you have to offer, the harder it is to find that special relationship."

Valenti International is the only company of its kind who consistently attracts and produces results for a select worldwide clientele of quality individuals in their quest for a suitable and compatible life partner.

© Valenti International 11/03/04

(出所) Valenti International の web サイトより (最終閲覧日 : 2005.3.13)
(<http://www.valentiinternational.com/history.php>)

【事例2】 Hopeful Romantic (ワシントン州マディソン) [ロ] データマッチング型]

- サービスの概要 -

- ・ 101 の質問への回答と写真を送ると、オーナー (Ms Langdon) が回答内容を見てマッチングを行い、その人に合った相手を紹介。
- ・ スタッフによる対面式のインタビューはない。

- サービスの流れ -

- ・ 101 の質問項目への回答と写真を送ると、相手が紹介される。
- ・ コンピュータは使わず、オーナーがその人に合った相手を紹介。

- 利用者の要件 -

- ・ 結婚相手の紹介に関心があること / 21 歳以上 / 独身 (離死別含む) / 全ての質問に回答 / 仕事内容 (勤め先) ・ 社会保障番号 ・ 生年月日を記述すること

- 費用 -

- ・ 9千ドルで終身会員。



結婚に関心がある人を対象としていることを但し書きしている

(出所) Hopeful Romantic の web サイトより (最終閲覧日 : 2005.3.13)

(<http://www.sew-beautiful.us/hopefulromantic>)

【事例 3】eHarmony（カリフォルニア州パサデナ） [ロ] データマッチング型]

- サービスの概要 -

- ・ 質問への回答をもとに、その人に合った相手を紹介。

- 特徴 -

- ・ 心理学者の Neil Clark Warren 博士が設立した科学的なマッチングを行う会社であることを P R。TV コマーシャルによる認知度が高い。
- ・ 無料の診断テストがある（自分自身をよく知ることが、よい関係の構築にもマッチングにもつながるとの考えによる）。

- P Rしている点 -

- ・ 科学的なマッチング / 詳しく専門的なコミュニケーションについてのガイダンス / 他のオンラインサービスよりも多い何千組もの成婚実績

- 費用 -

- ・ 1 年コース \$249.95 / 1 ヶ月コース \$49.9

eHarmony®

Married through eHarmony?
Please tell us how about!

WHY EHARMONY WORKS TAKE OUR TOUR LOGIN

when you're ready to
find the love of your life.

See why eHarmony.com is the fastest growing relationship site on the web. Take the eHarmony Personality Profile and get instant, objective feedback on yourself and how you relate to others. The eHarmony Personality Profile begins the exciting journey toward finding your true love.

GO FREE Personality Profile

Login to complete questionnaire or access account
USERNAME: PASSWORD:
[Forgot your password?](#)

Todd and Dawn
Married: Sept. 19, 2004
See more eHarmony couples »

Home | About | Advice | Press | Bookstore | Privacy | Affiliates | Tell a friend | Gift Subscriptions | FAQ | Contact Us

© 2005 2004 EHARMONY.COM, INC. Terms and Conditions of Service eHarmony Compatibility Matching System™ Protected by U.S. Pat. No. 6,735,552

TRUSTe VeriSign Secure Site click to verify

(出所) eHarmony.com の web サイトより (最終閲覧日 : 2005.3.13)

(<http://www.eharmony.com/singles/servlet/home>)

【事例 4】 Perfect Match.com (ワシントン州ボセル) [ロ] データマッチング型

- サービスの概要 -

- ・ 質問への回答をもとに、その人に合った相手を紹介。

- 特徴 -

- ・ シュワルツ博士が開発した手法による科学的なマッチング。
- ・ 無料の診断テスト。
- ・ 質問への回答をもとに、その人に合った相手を紹介しているため、Online dating services と違い、1日に10人もの人数を紹介することはできないと主張。

- 費用 -

- ・ 1年コースから1ヶ月コースまで。
 - 1年コース...最低12人を紹介(料金は人数により異なる)
 - 6ヶ月コース...最低8人を紹介(同上)



(出所) Perfect Match の web サイトより (最終閲覧日: 2005.3.13)

(<http://www.perfectmatch.com>)

【事例 5】 True.com (テキサス州アーヴィング) [ハ] インターネット型

- サービスの概要 -

- ・ インターネットベースのサービス。自分で条件を設定して相手を検索する。

サービスの流れ

- ・ web サイトからアクセス。サービスを受けるには会員登録を行う。プロフィールの記入、診断テスト、会員規約・倫理規約への同意、写真掲載が完了すると自動的に会員登録される。web サイトへの完全なアクセス、他の会員へのコミュニケーションは有料となる。
- ・ web サイトからアクセスし、パスワードを入力。検索画面に条件を入力して相手

を検索。プロフィール、写真、ビデオ等の情報を見て、気に入った相手がいれば、メールやチャットルーム等のサービスを用いコンタクトをとる。

特徴

- ・ 既婚者は対象としないこと、会員について公的な結婚届をチェックし、もし結婚歴に偽りがあれば詐欺罪で起訴する可能性があることを web サイトのトップページで警告。
- ・ 安全を最優先するとし、全会員について、インターネット犯罪の前科がないかスクリーニングを実施。
- ・ 99 要素からなる無料の診断テスト（心理学雑誌で推奨されている方法とのこと）。
- ・ さまざまな検索メニュー：クイックサーチ（性・年齢・地域・写真）、アドバンスドサーチ（上記＋身長・体重・瞳の色・宗教ほか）、名前（ハンドルネーム）検索、など。

費用

- ・ 1 カ月 49.99 ドル / 3 カ月 79.99 ドル / 6 ヶ月 129.99 ドル

(出所) True.com の web サイトより (最終閲覧日：2005.6.15)

(<http://www.true.com/default.htm>)

サービスの評価、ランキング

- Dating services / Matchmaking services についてのランキングとしては、eDatingReviews、Dateseeker などがある。
- 評価対象となっているサービスは、データマッチング型とインターネット型であり、結婚仲介コンサル型を対象としたものは見あたらなかった。

- 評価、ランキングサイトの事例 -

a . eDatingReviews

- ユーザーが、サービスの質や使い勝手をコメント(賛成意見、反対意見を併記)
- たとえば、eHarmony についての評価は下記のように示される。

eHarmony についての評価



(資料) eDatingReviews の web サイト (最終閲覧日 : 2005.3.13)
(<http://www.edatingreviews.com/>)

b . Dateseeker

- ユーザーがサービスの質や使い勝手を採点した表を掲載し、各サービスを比較できるようにしている。
- 各サービスについて評価する署名入りのコメント記事も掲載している。

サービスの比較表と、Yahoo Personals についての評価詳細

The image shows a comparison table of dating services on the left and a detailed review of Yahoo Personals on the right. The table lists various services with columns for '総合評価 (0点)', '使いやすさ', '会員規模', '自動データマッチング', '機能 (チャット, インスタントメッセージ)', '音声付き紹介ビデオ', '診断の質', and '初期費用'. Callouts highlight '会員規模', '自動データマッチングの有無', and '初期費用'. An arrow points from a site name in the table to a comment on the review page.

総合評価 (0点) | 使いやすさ | 会員規模 | 自動データマッチング | 機能 (チャット, インスタントメッセージ) | 音声付き紹介ビデオ | 診断の質 | 初期費用

会員規模 | 自動データマッチングの有無 | 初期費用

サイト名をクリックすると、署名入りのコメントが表示される。

(資料) Daseeker の web サイト (最終閲覧日: 2005.3.13)
<http://www.dateseeker.net/dating-sites.html>

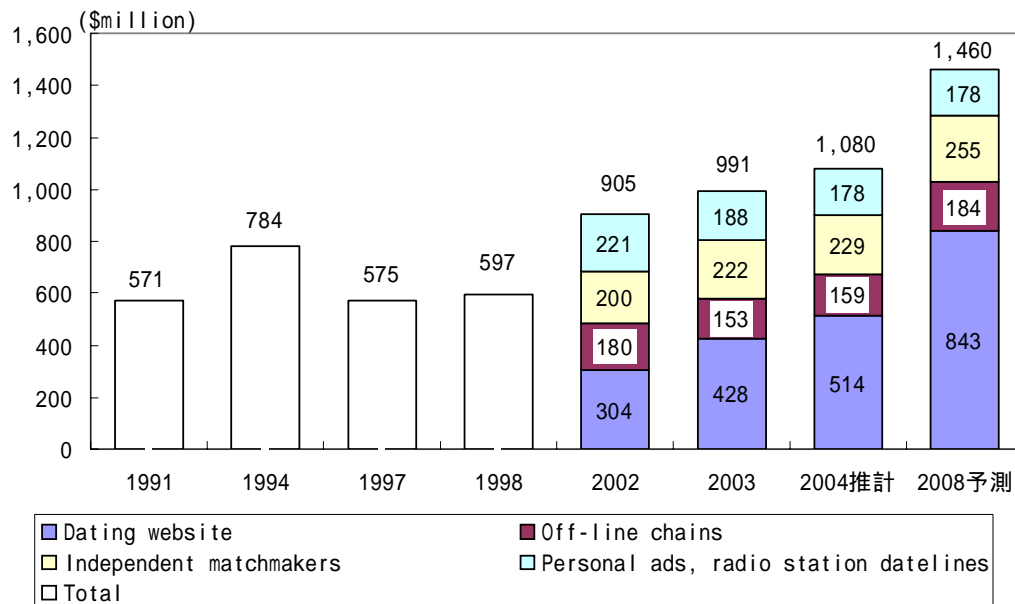
【参考】 米国の Dating services / Matchmaking services 業界について

- Dating services と Matchmaking services は必ずしも明確に区別されているわけではなく、同じものを指して使われることも多い。もともとは Matchmaking services と言っていたものが、近年では Dating services という呼び方のほうが一般化したのではないかと思われる。なお、調査を担当した米国人によれば、両者はほぼ同義だが、ニュアンス的に Dating services のほうが「軽いデート」も含むイメージがより強く、「結婚を前提とする」ことを強調する我が国のサービスには、Matchmaking services のほうが近い感じがするとのことであった。
- Dating / Matchmaking services 業は、米国のマーケットデータ・エンタープライゼズ社のレポート(2004.4)では、a .The Matchmakers Market、b .Traditional (off-line) Dating Services、c . Online Dating Services、d . The Personal Ads Market の4つの業態に分類されている。
- 以下では、同レポートをもとに、Dating / Matchmaking services 業の市場の状況と4業態の概要を示す。
- 市場規模 - (1991年～2004年、2008年までの予測)
- マーケットデータ・エンタープライゼズ社によれば、2004年の Dating / Matchmaking services 業の市場規模は、前年の9億9100万ドルから9.0%成長して、10億8千万ドル(約1千億円)に達すると推計される。

さらに、今後も平均年率 8.8%で成長し、2008 年には 14 億 6 千万ドルに達するものと予想されている。

- ・ 業態別にみると、2001 年 11 月以降、Online dating services が急成長しており、一方、Personal ads の収益は減少する傾向にある。

Dating / Matchmaking services 業の市場規模



(注) 業態の呼称が異なるが、Independent matchmakers が a、Off-line chains が b、Dating website が c、Personal ads, radio station datelines が d にあたる。

(資料) Marketdata Enterprises estimates

- ・ また、InfoUSA のレポートでは、Dating / Matchmaking services 業の数について次のように推計しているという。
 - ・ Dating services ...約 950 社の掲載がイエローページのデータベースにあるが、大半は載せていないと見られるため、実際の数はそれ以上。
 - ・ 個人営業のマッチメーカー ...少なくとも 1,300
 - ・ Off-line dating services ...220 事業所程度 (チェーン / FC)
 - ・ Dating website ...インターネット上に数千(米国の会社と限らない)
 - ・ 独身向け雑誌 ...同程度
 - ・ radio station ...約 600

業態別の状況

a . The Matchmakers Market

: マッチメーカーと呼ばれる専門職の個人営業的なお相手紹介業

- 動向

- ・ 非常に裕福な男性層を対象にすることで、今後も生き残る業態と考えられている。
- 業界団体の有無
 - ・ The National Association of Ethical And Professional Matchmakers を作るうと

しているところ。

- The National Board of Certified Matchmakers
(The Matchmaking Institute によるマッチメーカーのネットワーク)

- 企業例

Orly Hadedra (Orly the Matchmaker) / Leora Hoffman Associates /
Kailen Rosenberg (Global Love Mergers) / Janis Spindel / など

b . Traditional(off-line) Dating Services

:インターネットベースの Online Dating Services に対して、バーチャルではなく、
実在の事務所を構えて、サービスを提供するお相手紹介業。チェーンないしフラン
チャイズ形式のところが多い。

- 動向

- 業界のイメージを傷つけるいかがわしい販売手法が、まだ一部で用いられている。
- Online Dating services や競合相手からマイナスの影響を受けて苦しんでいる状
態。最大手が運営する事業所の数は減少ないし横ばいの傾向にある。
- ただし、スピード・デートのようなニッチ市場は成長していくと思われる。

- 業界団体の有無 (不明)

- 企業例 (最大手4社)

Great Expectations / Together Dating Service / The Right One / It's Just Lunch

c . Online Dating Services

:インターネットベースのお相手紹介業

- 動向

- 急成長しているが、市場の成熟に伴い成長は鈍化していくと予想される。
- 3 団体 : Internet Dating Executive Alliance/IdeaOasis / National Assn. of
dating Websites / SITRAS

- 企業例

Match.com (also uDate.com) / Yahoo Personals / Lavalife / MatchNet plc /
Matchmaker.com (Terra Lycos) / など

d . The Personal Ads Market

個人広告、ボイスメール、独身向け雑誌など

- 動向

- 収益、数とも縮小傾向にあり、衰退しつつある。

(資料) marketdata enterprises, Inc. (2004.3), "The U.S. Dating Services Market"

(参考) アンケート調査画面

未婚者アンケート調査 調査画面

アンケートにご協力お願いします。

次へ

1. あなた自身のことについてお答えください。

F 1. 婚姻の有無 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 既婚
- 2. 未婚
- 3. 離別・死別

次へ

既婚の場合は調査対象外

F 2. きょうだいの有無(あてはまるものすべてを選んでください)
「5」を選ぶ場合、「5」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 兄がいる
- 2. 姉がいる
- 3. 弟がいる
- 4. 妹がいる
- 5. 一人っ子

次へ

就業状況等

F 3-1. 就業状態 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 正規の社員・職員
- 2. パート・アルバイト(フリーター)・嘱託
- 3. 派遣
- 4. 自営業主・家族従業員・内職
- 5. 無職・家事(学生を除く)
- 6. 学生
- 7. その他(具体的に)

次へ

F 3-2. 職種 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 主として農林漁業
- 2. 農林漁業以外の自営業
- 3. 専門職・技術職
- 4. 管理職
- 5. 事務職
- 6. 営業・販売・サービス職
- 7. 工場などの現場労働
- 8. その他(具体的に)

F 3-3. 従業員規模 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 1~29人
- 2. 30~99人
- 3. 100~499人
- 4. 500~999人
- 5. 1,000人以上
- 6. 宮公庁
- 7. わからない

次へ

F 3-4. 年収 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 100万円未満
- 2. 100～300万円未満
- 3. 300～400万円未満
- 4. 400～600万円未満
- 5. 600～800万円未満
- 6. 800～1,000万円未満
- 7. 1,000万円以上

F 3-5. 最終学歴 (学生の方は在学中の学校) (いずれか1つを選んでください)

- 1. 中学校
- 2. 男女共学の高校
- 3. 男女別学の高校
- 4. 専修学校
- 5. 短大・高専
- 6. 女子大学
- 7. 共学の大学
- 8. 大学院
- 9. その他(具体的に)

F 4. 居住地・就業地等

F 4-1. お住まいの居住都道府県をいずれか1つを選んでください。

--ここから選んでください--

F 4-2. 居住地域 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 東京23区
- 2. 政令指定都市
- 3. その他の市
- 4. 町・村

F 4-3. 就業地域 (就学地域) (いずれか1つを選んでください)

- 1. 東京23区
- 2. 政令指定都市
- 3. その他の市
- 4. 町・村

F 4-4. 家族との同居 (あてはまるものをすべて選んでください)
「3」を選ぶ場合、「3」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 親と同居している
- 2. 親以外の人と同居している
- 3. 一人暮らしである

Ⅱ. 結婚や恋愛について、あなたのお考えをお答えください

Q1. 結婚や交際について、あなたの状況や意向について伺います。

(1) 結婚の意向 (いずれか1つを選んでください)

- 1. ぜひ結婚したい
- 2. できれば結婚したい
- 3. 結婚してなくてもよい
- 4. 結婚するつもりはない

(2) 同棲の経験 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 現在同様している
- 2. 過去に同棲したことがある
- 3. 同棲したことはない

(3) 交際している相手 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 現在、婚約者がいる
- 2. 現在、特定の交際相手がいる
- 3. 過去に特定の交際相手があったが、現在いない
- 4. 現在も過去も特定の交際相手はいない

次へ

(4) 交際している年月をご記入ください。

年 ヶ月

(5) 交際継続の意向

- 1. 現在の交際を続けたい
- 2. 現在の交際をやめたい

次へ

(7) 新たな交際の意向 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 結婚したいので交際相手が欲しい
- 2. 結婚したい人であれば交際したい
- 3. 特定の交際相手は欲しいが、結婚は考えていない
- 4. 今は、交際相手は欲しくない
- 5. 交際相手は欲しくない
- 6. 今の交際を続けたい

(8) 特定の交際相手ではないが、よく話をする独身の男性 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 大勢いる
- 2. 多少いる
- 3. あまりいない
- 4. ほとんどいない

(9) 特定の交際相手ではないが、よく話をする独身の男性への意向 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 大勢欲しい
- 2. 多少欲しい
- 3. あまり欲しくない
- 4. 全く欲しくない

次へ

Q2. あなたが現在独身でいる理由は、次のなかから選ぶとすればどれですか。最もあてはまると思われる理由を3つまで選んでください。

- 1. 結婚する気はまだ若すぎるから
- 2. 結婚する気は年をとりにすぎているから
- 3. 結婚する必要性をまだ感じないから
- 4. 今は、仕事(または学業)にうちこみたいから
- 5. 今は、趣味や娯楽を楽しみたいから
- 6. 現在の交際をもっと深めたいから
- 7. 独身の自由さや気楽さを失いたくないから
- 8. 家の居心地が悪いから
- 9. 適当な相手にまだめぐり合わないから
- 10. 現在の交際相手との結婚を決めるタイミング、まっかけがないから
- 11. 異性とうまくつきあえないから
- 12. 結婚後の経済状況に不安があるから
- 13. 交際相手が結婚を望んでくれないから
- 14. 交際相手に事情があるから(具体的に)
- 15. 結婚資金が足りないから
- 16. 結婚生活のための住居のめどがたたないから
- 17. 親や周囲が結婚を同意しない(だろう)から
- 18. 結婚後の生活全般に不安があるから
- 19. 現在の交際相手ともうすぐ結婚する予定
- 20. その他(具体的に)

次へ

Q3. あなたの職場内（社内）での、独身の異性との出会いやきっかけについて伺います。
なお、仕事の取引先等での出会いは含めません。

(1)独身の異性の人数（いずれか1つを選んでください）

- 1. 多い
- 2. やや多い
- 3. 少ない
- 4. ほとんどない

(2)独身の異性と親しくなるきっかけ（いずれか1つを選んでください）

- 1. 多い
- 2. やや多い
- 3. 少ない
- 4. ほとんどない

次へ

Q4. あなたは、職場（社内）以外で仕事上、独身の異性と出会う機会がありますか。
（いずれか1つを選んでください）

- 1. 多くある
- 2. ある程度ある
- 3. 少ない
- 4. ほとんどない

次へ

Q5. あなたは、結婚相手としての異性の紹介や出会いについて、これまでに以下のような経験がありますが、
あてはまるものすべてを選んでください。「8」を選ぶ場合は、「8」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 上司からの紹介
- 2. 仕事上の取引先からの紹介
- 3. 同僚からの紹介
- 4. 友人からの紹介
- 5. 家族や親せきからの紹介
- 6. <結婚相手紹介を目的とする>イベントへの参加
- 7. お見合い<上司、家族・親せきからの紹介を除く>
- 8. 上記の紹介や出会いもない

次へ

Q6. あなたは過去1年間に、合コンに参加しましたか。参加した場合、何回程度参加しましたか。また、これまで、合コンを企画したことがありますか。

(1)過去1年間の合コンの参加 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 参加していない
- 2. 参加した

次へ

(2)これまでの合コンの企画経験 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 企画したことがある
- 2. 企画したことない

次へ

Q7. あなたは、異性との交際で悩みや困っていることがありますか。あてはまるものをすべて選んでください。「11」を選ぶ場合は、「11」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 周囲に異性がいない
- 2. 周囲に異性いるが、接しにくさやきっかけがない
- 3. 異性につきあふ特徴がない
- 4. 交際を長く続けられない
- 5. 自分の意思を相手にどう伝えて良いかわからない
- 6. 異性の気持ちはよく分からない
- 7. 相手との会話で話題が見つからない
- 8. 相手と会うときのファッションやマナーがわからない
- 9. デートの方法などがわからない
- 10. その他(具体的に)
- 11. 特に悩みや困っていることない

次へ

Q8. あなたは、異性との交際や恋愛の悩みを気軽に相談したり、アドバイスをもらえる人がいますか。いる場合には、どのような人に相談していますか。

(1)気軽に相談相手の有無 (いずれか1つを選んでください)

- 1. 多くいる
- 2. 少しいる
- 3. いない

次へ

(2)気軽な相談相手(あてはまるものをすべて選んでください)

- 1. 父親
- 2. 母親
- 3. きょうだい
- 4. 友人
- 5. 会社の同僚
- 6. 会社の上司
- 7. その他(具体的に)

次へ

Q 9. あなたは、異性との交際や恋愛について、情報を求めたり、アドバイスを受けられるとすればどれを望みますか。(あてはまるものをすべて選んでください)
「12」を選ぶ場合は、「12」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 異性と出会うためのきっかけづくりの方法
- 2. 自分の望む条件との相手と出会う場や方法
- 3. 異性からみた自分の評価を高める方法(自分の価値や魅力)
- 4. 自分の意思の伝え方
- 5. 異性の気持ちを知る方法
- 6. 相手との話題の見つけ方
- 7. 相手と会うときのファッションやマナー
- 8. 自分の結婚観や考え方などを確認する情報
- 9. 結婚に至るまでの様々な情報(結婚費用、結婚、式場選びなど)
- 10. 結婚後を具体的にイメージできる情報(夫婦生活、出産など)
- 11. その他(具体的に)
- 12. 物に望むことほない

次へ

Q 9-1. 上記で回答した情報などについて、プライバシーが十分に保護され親身になって相談に乗ってくれる有料のサービスがあれば、利用したいとお考えですか。最もあてはまるものを1つ選んでください。

- 1. 是非利用したい
- 2. できれば利用したい
- 3. あまり利用したくない
- 4. 利用したくない

次へ

Q10. あなたは、結婚相手に年齢や年収、学歴などを重視しますか。

(1)相手の年齢

- 1. 下際を気にする
- 2. 上際を気にする
- 3. 上際・下際とも気にする
- 4. 気にしない

次へ

何歳以上、何歳以下がよいですか

できれば 歳以上 歳以下

次へ

(2)相手の年収（いずれか1つを選んでください）

- 1. 少なくとも何万円以上という具体的な金額がある
- 2. 自分より年収が高い
- 3. 自分より年収が低い
- 4. その他(具体的に)
- 5. 気にしない

次へ

(2)で「1. 少なくとも何万円以上という具体的な金額がある」を選んだ方へ。その金額を1つお選びください。

- 1. 100万円以上
- 2. 200万円以上
- 3. 300万円以上
- 4. 400万円以上
- 5. 500万円以上
- 6. 600万円以上
- 7. 700万円以上
- 8. 800万円以上
- 9. 900万円以上
- 10. 1000万円以上

次へ

(3)相手の学歴（あてはまるものをすべて選んでください）
「4」を選んだ場合、「4」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 自分より高い学歴がい
- 2. 自分より低い学歴がい
- 3. 自分と同程度の学歴がい
- 4. 学歴はこだわらない

(4)自分の親との同居（いずれか1つを選んでください）

- 1. 結婚直後から同居したい
- 2. いずれは同居しても構わない
- 3. 同居したくない
- 4. こだわらない/わからない

(5)結婚相手の親との同居（いずれか1つを選んでください）

- 1. 結婚直後から同居したい
- 2. いずれは同居しても構わない
- 3. 同居したくない
- 4. こだわらない/わからない

次へ

Q11. 今のあなたにとって、結婚することには何か利点があると思いますか。

(1)結婚することの利点の有無（いずれか1つを選んでください）

- 1. 利点があると思う
- 2. 利点はないと思う

次へ

(2) (1)で「1. 利点があると思う」を選んだ方へ。最大の利点を1つ選んでください。

- 1. 経済的に余裕がもてる
- 2. 社会的信用を得たり、周囲と対等になれる
- 3. 精神的な安らぎの場が得られる
- 4. 現在愛情を感じる人と暮らせる
- 5. 自分の子どもや家族をもてる
- 6. 性的な充足が得られる
- 7. 生活上便利になる
- 8. 親から独立できる
- 9. 親を安心させたり周囲の期待にこたえられる
- 10. その他(具体的に)

(3) (1)で「1. 利点があると思う」を選んだ方へ。第二の利点を1つ選んでください。
(2)で選んだ選択肢と同じ選択肢を選ばないように注意してください。

- 1. 経済的に余裕がもてる
- 2. 社会的信用を得たり、周囲と対等になれる
- 3. 精神的な安らぎの場が得られる
- 4. 現在愛情を感じる人と暮らせる
- 5. 自分の子どもや家族をもてる
- 6. 性的な充足が得られる
- 7. 生活上便利になる
- 8. 親から独立できる
- 9. 親を安心させたり周囲の期待にこたえられる
- 10. その他(具体的に)

Q12. 次のような考え方に対して、あなたはどのようにお考えでしょうか。
それぞれについて、あてはまるものを1つ選んでください。

	1. まったく賛成	2. どちらかといえば賛成	3. どちらかといえば反対	4. まったく反対
①生涯を独身で過ごすというの、望ましい生き方ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
②男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③結婚前の男女でも愛情があるなら性交渉をもってもかまわない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④結婚しても、人生には結婚相手や家族とは別の自分だけの目標を持つべきである	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑤結婚したら、家庭のためには自分の個性や生き方を半分犠牲にするのは当然だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑥結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑦結婚したら、子どもを持つべきだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑧少なくとも子どもが小さいうちは、母親は仕事を持たずに家にいるのが望ましい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑨入ったん結婚したら、性格の不一致ぐらいで別れるべきではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑩結婚は自然に巡り会うものであって、積極的に相手を探すものではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

Q13-1. あなたのライフスタイル（活動状況）について伺います。
それぞれについて、あてはまるものを1つ選んでください。

	1. 月に5回以上	2. 月に3～4回	3. 月に1～2回	4. ほとんどしない
①留守事、趣味、娯楽のための活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
②ボランティアなどの社会的活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③職場の同僚・上司との（仕事以外での）つきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④友人とのつきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q13-2. Q13-1の活動先には独身の異性がいますか。
それぞれについて、あてはまるものを1つ選んでください。

	1. 多くいる	2. ある程度いる	3. あまりいない	4. 全くいない	5. わからない
①留守事、趣味、娯楽のための活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
②ボランティアなどの社会的活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③職場の同僚・上司との（仕事以外での）つきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④友人とのつきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

Q14. あなたの働き方について、伺います。

(1)午後8時以降の残業の頻度(休日出勤を除く)(あてはまるものを1つ選んでください)

- 1. ほぼ毎日
- 2. 週に2~3回
- 3. 月に3~4回
- 4. 月に1~2回
- 5. ほとんどしない
- 6. 夜勤の仕事である

(2)勤務日でない日の出勤の頻度(あてはまるものを1つ選んでください)

- 1. 月に5回以上
- 2. 月に3~4回
- 3. 月に1~2回
- 4. ほとんどしない

次へ

Q15. あなたのご両親や友人などについて伺います。

	1. 非常に 思う	2. やや 思う	3. あまり思わ ない	4. 全く思わ ない
①子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だ と思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
②ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③結婚している同僚の友人をみると、幸せそう だと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④家族や親せきや友人などの子どもとふれあ う機会が多いと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

Q16. 現在、仮に、以下のような点で悩んだり困難な目に遭ったときに、外部の専門家（有料）に相談してみたいと思いませんか。あてはまるものをすべて選んでください。「18」を選ぶ場合は、「18」以外の選択肢を選ばないでください。

<仕事>

- 1. 職場の人間関係
- 2. 今後のキャリアやスキルアップ、転職
- 3. 結婚後の仕事の仕方
- 4. 収入に対する不満、不安
- 5. その他の仕事上の悩み(具体的に)

<恋愛>

- 6. 異性との出会い
- 7. 異性や交際相手とのコミュニケーション
- 8. その他の恋愛上の悩み(具体的に)

<生活全般>

- 9. 友人との関係
- 10. 親との関係
- 11. 親の老後・介護・健康
- 12. 貯金や保険
- 13. 住宅
- 14. 自分自身の健康
- 15. 自分自身の老後
- 16. 将来設計
- 17. その他の生活に関する悩み(具体的に)
- 18. 特に相談しない

Ⅲ. 結婚情報サービスや結婚相談所について

Q17. 結婚情報サービス企業や結婚相談所についての利用・関心について伺います。

(1) 利用したことがあるサービス(あてはまるものをすべて選んでください)
「11. いずれも利用したことはない」を選んだ方は他の選択肢を選ばないでください。

- 1. 中小規模会社や個人を中心とした結婚相談所によるお見合いや結婚相手紹介サービス
- 2. オーネット、ソヴァイ、マッチェ、サンマリエ、JMSなどの大手結婚情報サービスが提供するデータマッチングサービス(※例に挙げる5社は、各公表資料による会員数が多い順)
- 3. ポータルサイトによるインターネットを利用したマッチングサービス
- 4. 地方自治体やNPO主催による出会い事業
- 5. 就業する企業(企業グループ)が行う結婚相手紹介サービス
- 6. 出会い系サイトが提供するサービス
- 7. 交際相手との出会いを目的とするパーティーやイベント
- 8. 自分の結婚観や考え方についてのアドバイス・カウンセリング
- 9. 異性とのつきあい方や自分の魅力を高めるためのアドバイス・カウンセリング
- 10. その他のサービス(具体的に)
- 11. いずれも利用したことはない

(2)利用してみたいサービス(あてはまるものをすべて選んでください)

「11. いずれも利用したくない」を選んだ方は他の選択肢を選ばないでください。

- 1. 中小規模会社や個人を中心とした結婚相談所によるお見合いや結婚相手紹介サービス
- 2. オーネット、ツヴァイ、マッチェ、サンマリエ、JMSなどの大手結婚情報サービスが提供するデータマッチングサービス(※例に挙げる5社は、各社公表資料による会員数が多い順)
- 3. ポータルサイトによるインターネットを利用したマッチングサービス
- 4. 地方自治体やNPO主催による出会い事業
- 5. 就業する企業(企業グループ)が行う結婚相手紹介サービス
- 6. 出会い系サイトが提供するサービス
- 7. 交際相手との出会いを目的とするパーティーやイベント
- 8. 自分の結婚観や考え方についてのアドバイス・カウンセリング
- 9. 異性とのつきあひ方や自分の魅力を高めるためのアドバイス・カウンセリング
- 10. その他のサービス(具体的に)
- 11. いずれも利用したくない

次へ

Q18. 民間企業が行う結婚情報サービスに対するイメージについて伺います。
以下のそれぞれ各項目について、あなたのイメージに近いものを1つ選んでください。

(1)自分に合う結婚相手

- 1. 見つけられると思う
- 2. やや見つけられると思う
- 3. あまり見つけられないと思う
- 4. 見つけられないと思う
- 5. わからない

(2)会員数・加入者

- 1. 十分いる
- 2. やや十分いる
- 3. あまり十分ではない
- 4. 十分でない
- 5. わからない

(3)担当者などの対応

- 1. 誠実に対応してくれる
- 2. やや誠実に対応してくれる
- 3. あまり誠実に対応してくれない
- 4. 誠実に対応してくれない
- 5. わからない

(4)認知度

- 1. 存在を知っている
- 2. やや存在を知っている
- 3. あまり存在を知らない
- 4. 存在を知らない
- 5. わからない

(5) サービスの信頼度

- 1. 信頼度が高い
- 2. やや信頼度が高い
- 3. やや信頼度が低い
- 4. 信頼度が低い
- 5. わからない

(6) サービスに見合った料金

- 1. 割高である
- 2. やや割高である
- 3. やや割安である
- 4. 割安である
- 5. わからない

(7) 自分で結婚相手を見つけられない人が利用している

- 1. そう思う
- 2. ややそう思う
- 3. あまりそう思わない
- 4. そう思わない
- 5. わからない

(8) 個人情報の管理・保護

- 1. しっかり管理されている
- 2. ややしっかり管理されている
- 3. やや管理不十分である
- 4. 管理不十分である
- 5. わからない

(9) 料金体系

- 1. わかりやすい
- 2. ややわかりやすい
- 3. ややわかりにくい
- 4. わかりにくい
- 5. わからない

(10) 具体的なサービスの内容

- 1. わかりやすい
- 2. ややわかりやすい
- 3. ややわかりにくい
- 4. わかりにくい
- 5. わからない

(11) 入会前の必要情報の説明

- 1. 十分に説明される
- 2. やや十分に説明されている
- 3. あまり説明がされていない
- 4. 説明がされない
- 5. わからない

(12) 退会の容易さ

- 1. 容易に退会できる
- 2. 比較的容易に退会できる
- 3. 比較的退会は困難である
- 4. 退会は困難である
- 5. わからない

次へ

Q19. 結婚情報サービスや結婚相談所について、今後、どのような点が充実すれば、利用を考えてもよいと思いますか。あてはまるものをすべて選んでください。
「16」を選ぶ場合は、「16」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 社会的に知られること
- 2. サービス内容がわかりやすいこと
- 3. 自分にあった情報や相手を紹介してくれること
- 4. 異性の加入者の属性などの詳しい情報が事前に提供されること
- 5. カウンセリングなどときの細かい対応がなされること
- 6. 料金体系が透明になること
- 7. サービス内容に見合った価格であること
- 8. 個人情報が高格に保護されること
- 9. 成婚率を高めること
- 10. 事業者の経営が安定すること
- 11. 自らの希望に応じて、退会が容易にできること
- 12. 事業者の経験が豊富であること
- 13. 両親の同意が得られること
- 14. その他(具体的に)
- 15. すでに充実したサービスが提供されている
- 16. 利用する意向は全くない

次へ

「送信ボタン」を押すと、アンケートが完了します

送信

会員アンケート調査 調査画面

結婚情報サービス会員向け調査

当アンケートは結婚情報サービスの会員様に結婚に対する意識、及び皆様が入会されている結婚情報サービスについてのお考えを伺うものです。
アンケートは回答して頂く方のお名前がわからない方法で行い、回答は統計的に処理しますので皆様にご迷惑をおかけすることはありません。ご多忙とは存じますが、何卒ご協力頂きますようお願い申し上げます。
なお、このアンケート調査は、経済産業省委託調査「平成16年度サービス利用者対策調査研究（少子化時代の結婚関連産業の在り方に関する調査研究）」のなかで、(株)UFJ総合研究所が実施するものです。

当アンケートには一部、必ずご回答頂きたい質問があります。
その質問で、未回答がある場合は「♥エラー」が表示されますので、ご確認ください。
また、回答によって次にお聞きする質問が変わる場合もあります。ご了承ください。

それでは以下の「スタート」ボタンを押してアンケートページへ進み、ご回答ください。

スタート

I. あなた自身のことについてお答えください。

■F1.
婚姻の有無(いずれか1つを選んでください)

- 1. 未婚
- 2. 離別・死別

次へ

■F2.
年齢をご記入ください。

※半角数字でご記入ください。

歳

■F3.1.
性別(いずれか1つを選んでください)

- 1. 男
- 2. 女

■F3.2.
きょうだいの有無(あてはまるものすべてを選んでください)

※「5」を選んだら「5」以外の選択肢は選ばないでください。

- 1. 兄がいる
- 2. 姉がいる
- 3. 弟がいる
- 4. 妹がいる
- 5. 一人っ子

就業状況等

■F4.1.
就業状態(いずれか1つを選んでください)

- 1. 正規の社員・職員
- 2. パート・アルバイト(フリーター)・嘱託
- 3. 派遣
- 4. 自営業主・家族従業者・内職
- 5. 無職・家事(学生を除く)
- 6. 学生
- 7. その他(具体的に)

就業状況等

■F4.2.
職種(いずれか1つを選んでください)

- 1. 主として農林漁業
- 2. 農林漁業以外の自営業
- 3. 専門職・技術職
- 4. 管理職
- 5. 事務職
- 6. 営業・販売・サービス職
- 7. 工場などの現場労働
- 8. その他(具体的に)

■F4.3.
従業員規模(いずれか1つを選んでください)

- 1. 1～29人
- 2. 30～99人
- 3. 100～499人
- 4. 500～999人
- 5. 1,000人以上
- 6. 官公庁
- 7. わからない

次へ

■F4.4.
年収(いずれか1つを選んでください)

- 1. 100万円未満
- 2. 100～300万円未満
- 3. 300～400万円未満
- 4. 400～600万円未満
- 5. 600～800万円未満
- 6. 800～1,000万円未満
- 7. 1,000万円以上

■F4.5.
最終学歴(学生の方は在学中の学校)(いずれか1つを選んでください)

- 1. 中学校
- 2. 男女共学の高校
- 3. 男女別学の高校
- 4. 専修学校
- 5. 短大・高専
- 6. 女子大学
- 7. 共学の大学
- 8. 大学院
- 9. その他(具体的に)

居住地・就業地等

■F5_1.
お住まいの居住都道府県(いずれか1つを選んでください)

▼▼

■F5_2.
居住地域(いずれか1つを選んでください)

- 1. 東京23区
- 2. 政令指定都市
- 3. その他の市
- 4. 町・村

■F5_3.
就業地域(学生の方は就学地域)(いずれか1つを選んでください)

- 1. 東京23区
- 2. 政令指定都市
- 3. その他の市
- 4. 町・村

■F5_4.
家族との同居(あてはまるものすべてを選んでください)

***「3」を選んだら「3」以外の選択肢は選ばないでください。**

- 1. 親と同居している
- 2. 親以外の人と同居している
- 3. 一人暮らしである

次へ

Ⅱ. 入会している結婚情報サービスについて

■Q1.
結婚情報サービスについて、現在利用しているもの(過去に利用していたもの)(あてはまるもの1つを選んでください)

※複数利用されている場合には、主に利用しているもの(利用していたもの)(あてはまるもの1つを選んでください)

- 1. オーネット
- 2. ツヴァイ
- 3. サンマリエ
- 4. JMS
- 5. その他(具体的に)

以降Q2～Q8は、Q1で選択した結婚情報サービスについてお答え下さい。

前問Q1でお答えの「あなたが現在利用している結婚情報サービス」:

■Q2.
入会時期をご記入下さい。

※半角数字をご記入ください。

西暦 年 月

■Q3.
入会のきっかけ(あてはまるものすべてを選んでください)

- 1. 新聞や雑誌などの広告をみて
- 2. パンフレットなどをみて
- 3. インターネットでホームページをみて
- 4. 親・親せきなどに勧められて
- 5. 友人・知人に勧められて
- 6. 友人・知人が加入していたから
- 7. 会社の福利厚生にあったから
- 8. その他(具体的に)

■Q4.

入会前に、入会を希望する会社のホームページはご覧になりましたか。(あてはまるもの1つを選んでください)

- 1. ホームページをみた
- 2. ホームページはみていない

次へ

■Q4.1.

あなたが知りたいと思っていた情報の量(あてはまるもの1つを選んでください)

- 1. 十分
- 2. まあ十分
- 3. やや不十分
- 4. 不十分
- 5. わからない

■Q4.2.

わかりやすさ(あてはまるもの1つを選んでください)

- 1. 十分
- 2. まあ十分
- 3. やや不十分
- 4. 不十分
- 5. わからない

次へ

■Q5.

入会するにあたっては抵抗がありましたか。入会当時の抵抗感についてお答えください。(あてはまるものすべてを選んでください)

- 1. 抵抗感はなかった
- 2. 入会金が高い
- 3. 入会手続きが面倒
- 4. 周囲に知られるのが恥ずかしい
- 5. 結婚できない人の集まりというイメージがある
- 6. 良い人が会員になっているかどうかわからない
- 7. 入会しても結婚できるかどうかわからない
- 8. どのようなサービスが提供されているかわからない
- 9. 個人情報を守られるのかどうか心配だ
- 10. その他(具体的に)

■Q6.

あなたが入会した結婚情報サービスは期待通りでしたか。(あてはまるもの1つを選んでください)

- 1. 期待以上だった
- 2. 期待通りだった
- 3. まあ期待通りだった
- 4. やや期待はずれだった
- 5. 全く期待はずれだった

■Q6.1.

期待以上、期待はずれだった理由をご記入下さい。

■07

あなたが現在入会している結婚情報サービスにおいて、以下のアドバイスやカウンセリングを受けましたか。また、その中で、役に立ったと思うものはどれですか。また、今後受けてみたいものはありますか。(それぞれあてはまるものすべてを選んでください)

※「12」を選んだら「12」以外の選択肢は選ばないでください。

	受けた	役に立った	今後受けてみたい
(1)異性と出会うためのきっかけづくりの方法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2)自分の望む条件の相手と出会う場や方法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3)異性からみた自分の評価を高める方法(自分の価値や魅力)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4)自分の意思の伝え方	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5)異性の気持ちを知る方法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6)相手との話題の見つけ方	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7)相手と会うときのファッションやマナー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8)自分の結婚観や考え方を確認する情報	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9)結婚に至るまでの様々な情報(結婚費用、結納、式場選びなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10)結婚後を具体的にイメージできる情報(夫婦生活、出産など)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11)その他(具体的に <input type="text"/>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12)ない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

次へ

■08

入会にあたって事前に受けたシステムやサービスの説明は十分理解できるものでしたか。(それぞれあてはまるもの1つを選んでください)

	十分理解できた	概ね理解できた	あまり理解できなかった	全く理解できなかった	説明は受けなかった
(1)提供されるサービスの種類や内容	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2)入会金・入会時に必要な費用・料金	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3)サービスごとの料金	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4)会員の情報(会員数、年齢層、職業、学歴、年収)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5)退会の条件・退会時の料金負担	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(6)個人情報の保護	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(7)相談、問い合わせ窓口に関する説明	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(8)契約書面(概要書などを含む)の内容	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

■Q9.

結婚情報サービス全般に対する現在あなたが抱えているイメージについて伺います。
各項目について、近いものを1つ選んでください。

①)会員数・加入者	十分いる <input type="radio"/>	やや十分いる <input type="radio"/>	あまり十分ではない <input type="radio"/>	十分でない <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
②)担当者などの対応	誠実に対応してくれる <input type="radio"/>	やや誠実に対応してくれる <input type="radio"/>	あまり誠実に対応してくれない <input type="radio"/>	誠実に対応してくれない <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
③)サービスの信頼度	信頼度が高い <input type="radio"/>	やや信頼度が高い <input type="radio"/>	やや信頼度が低い <input type="radio"/>	信頼度が低い <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
④)サービスに見合った料金	割高である <input type="radio"/>	やや割高である <input type="radio"/>	やや割安である <input type="radio"/>	割安である <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑤)個人情報の管理・保護	しっかり管理されている <input type="radio"/>	ややしっかり管理されている <input type="radio"/>	やや管理はずさんである <input type="radio"/>	管理はずさんである <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑥)料金体系	わかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりにくい <input type="radio"/>	わかりにくい <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑦)具体的なサービスの内容	わかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりにくい <input type="radio"/>	わかりにくい <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑧)入会前の必要情報の説明	十分に説明される <input type="radio"/>	やや十分に説明されている <input type="radio"/>	あまり説明がされていない <input type="radio"/>	説明がされない <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑨)解約手続きのわかりやすさ	わかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりやすい <input type="radio"/>	ややわかりにくい <input type="radio"/>	わかりにくい <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>
⑩)会員ニーズに応じたサービス	個別ニーズに応じてくれる <input type="radio"/>	比較的個別ニーズに応じてくれる <input type="radio"/>	比較的一律のサービスである <input type="radio"/>	一律のサービスである <input type="radio"/>	わからない <input type="radio"/>

■Q10.

結婚情報サービスに係る業界団体として「結婚情報サービス協議会(MISC)」があることをご存じですか。
(いずれか1つを選んでください)

- 1. 活動状況なども含めて、知っている
- 2. 名称は聞いたことがある
- 3. 知らない

■Q11.

結婚情報サービスに係るサービス内容などの情報開示や個人情報保護が適正に行われているかを、利用者が判断できる仕組みとして、どのようなものが望ましいと思いますか。(いずれか1つを選んでください)

- 1. 行政など中立的な第三者が評価する仕組みを導入すべきである
- 2. これまで通り業界団体が自主的に評価する仕組みを導入すべきである
- 3. 各企業が独自に、情報開示や個人情報保護に努めるべきである
- 4. その他(具体的に)
- 5. わからない

Ⅲ. 結婚や恋愛について、あなたのお考えをお答えください

■Q12

結婚や交際について、あなたの状況や意向について伺います。

(1)交際相手の有無(いずれか一つを選んでください)

- 1. 過去に特定の交際相手があったが、現在はいいい
- 2. 現在も過去も特定の交際相手(いいい)

(2)交際相手がいいい期間をご記入ください。

※半角数字でご記入ください。

期間: 年 ヶ月

(3)特定の交際相手ではないが、よく話をする独身の異性(いずれか一つを選んでください)

- 1. 大熱い
- 2. 多少い
- 3. あまりい
- 4. ほとんどい

(4)特定の交際相手ではないが、よく話をする独身の異性への意向(いずれか一つを選んでください)

- 1. 大熱い
- 2. 多少い
- 3. あまりい
- 4. 全くい

■Q13

あなたの職場内(社内)／学校内での、独身の異性との出会いやきっかけについて伺います。なお、仕事の取引先等での出会いは含めません。

(1)独身の異性の人数(いずれか1つを選んでください)

- 1. 多い
- 2. やや多い
- 3. 少ない
- 4. ほとんどいない

(2)独身の異性と親しくなるきっかけ(いずれか1つを選んでください)

- 1. 多い
- 2. やや多い
- 3. 少ない
- 4. ほとんどない

次へ

■Q14.

あなたは、職場(社内)以外で仕事上、独身の異性と出会う機会がありますか。(いずれか1つを選んでください)

※学生の方は、学校以外での独身の異性と出会う機会についてお答え下さい。

- 1. 多くある
- 2. ある程度ある
- 3. 少ない
- 4. (ほとんどない)

■Q15.

あなたは結婚情報サービス会社以外で、結婚相手としての異性の紹介や出会いについて、これまでに以下のような経験がありますか。(あてはまるものすべてを選んでください)

※「0」を選ぶ場合は、「0」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 上司からの紹介
- 2. 仕事上の取引先からの紹介
- 3. 同僚からの紹介
- 4. 友人からの紹介
- 5. 家族や親せきからの紹介
- 6. (結婚相手紹介を目的とする)イベントへの参加
- 7. お見合い(上司、家族・親せきからの紹介を除く)
- 8. 上記の紹介や出会いはない

次へ

■Q16

あなたは過去1年間に、結婚情報サービス会社が行うイベントやパーティー以外の合コンに参加しましたか、参加した場合、何回程度参加しましたか。また、これまで、合コンを企画したことがありますか。

(1)過去1年間の合コンの参加(いずれか1つを選んでください)

- 1. 参加していません
- 2. 参加した

※上記Q16で「2. 参加した」とお答えの方にお問われます。

■Q16.1.

過去1年間の合コンの参加回数をご記入ください。

※半角数字でご記入ください。

回程度

■Q16.2.

(2)これまでの合コンの企画経験(いずれか1つを選んでください)

- 1. 企画したことがある
- 2. 企画したことはない

■Q17.

あなたは、異性との交際で悩みや困っていることがありますか。(あてはまるものすべてを選んでください)

※「11」を選ぶ場合は、「11」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 周りに異性がいない
- 2. 周りに異性はいるが、親しくなるきっかけがない
- 3. 異性とつきあう時間が少ない
- 4. 交際を長く続けられない
- 5. 自分の意思を相手にどう伝えて良いかわからない
- 6. 異性の気持ちがよく分からない
- 7. 相手との会話で話題が見つからない
- 8. 相手と会うときのファッションやマナーがわからない
- 9. デートの方法などがわからない
- 10. その他(具体的に)
- 11. 特に悩みや困っていることはない

■Q18.

あなたは、結婚情報サービス会社のアドバイザーやカウンセラー以外に、異性との交際や恋愛の悩みを気軽に相談したり、アドバイスをもらえる人がいますか。いる場合には、どのような人に相談していますか。

(1)気軽に相談相手の有無(いずれか1つを選んでください)

- 1. 多い
- 2. 少し
- 3. いない

■Q18.

②気軽な相談相手(あてはまるものすべてを選んでください)

- 1. 父親
- 2. 母親
- 3. きょうだい
- 4. 友人
- 5. 会社の同僚
- 6. 会社の上司
- 7. その他(具体的に)

次へ

■Q19.

あなたは、結婚相手の年齢や年収、学歴などを重視しますか。

(1)相手の年齢(いずれか1つを選んでください)

- 1. 下限を気にする
- 2. 上限を気にする
- 3. 上限・下限とも気にする
- 4. 気にしない

次へ

Q19で「1..」を選択した場合

■Q19_1N1.

結婚相手の年齢についてご記入ください。

※ 実年齢を半角数字でご記入ください。

できれば 歳以上

次へ

Q19で「2..」を選択した場合

■Q19_1N2.
結婚相手の年齢についてご記入ください。

※実年齢を半角数字でご記入ください。

できれば 歳以下

Q19で「3..」を選択した場合

■Q19_1N3.
結婚相手の年齢についてご記入ください。

※実年齢を半角数字でご記入ください。

できれば 歳以上 歳以下

■Q19.
②相手の年収(いずれか1つを選んでください)

- 1. 少なくとも何万円以上という具体的な金額がある
- 2. 自分より年収が高い
- 3. 自分より年収が低い
- 4. その他(具体的に)
- 5. 気にしгүй

※「1. 少なくとも何万円以上という具体的な金額がある」を選んだ方へ

■Q19.2.1.
その金額を1つお選びください。

- 1. 100万円以上
- 2. 200万円以上
- 3. 300万円以上
- 4. 400万円以上
- 5. 500万円以上
- 6. 600万円以上
- 7. 700万円以上
- 8. 800万円以上
- 9. 900万円以上
- 10. 1000万円以上

次へ

■Q19.
③相手の学歴(あてはまるものすべてを選んでください)

※「4」を選んだ場合、「4」以外の選択肢を選ばないでください。

- 1. 自分より高い学歴がしい
- 2. 自分より低い学歴がしい
- 3. 自分と同程度の学歴がしい
- 4. 学歴にはこだわらない

(4)自分の親との同居(いずれか1つを選んでください)

- 1. 結婚直後から同居したい
- 2. いずれは同居しても構わない
- 3. 同居したくない
- 4. こだわらない・わからない

(5)結婚相手の親との同居(いずれか1つを選んでください)

- 1. 結婚直後から同居したい
- 2. いずれは同居しても構わない
- 3. 同居したくない
- 4. こだわらない・わからない

次へ

■Q20

次のような考え方に対して、あなたはどのようにお考えでしょうか。(それぞれあてはまるものを1つを選んでください)

	まったく賛成	どちらかといえば賛成	どちらかといえば反対	まったく反対
(1)生涯を独身で過ごすというのは、望ましい生き方ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2)男女が一緒に暮らすなら結婚すべきである	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3)結婚しても、人生には結婚相手や家族とは別の自分だけの目標を持つべきである	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4)結婚後は、夫は外で働き、妻は家族を守るべきだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5)少なくとも子どもが小さいうちは、母親は仕事を持たずに家にいるのが望ましい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(6)いったん結婚したら、性格の不一致くらいで別れるべきではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

次へ

■Q21-1.

あなたのライフスタイル(活動状況)について伺います。(それぞれにあてはまるものを1つ選んでください)

	月に 5回以上	月に 3~4回	月に 1~2回	ほとんどし ない
(1)習い事、趣味、娯楽のための活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2)ボランティアなどの社会的活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3)職場の同僚・上司との(仕事以外での)つきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4)友人とのつきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

■Q21-2.

Q21-1の活動先には独身の異性もいますか。(それぞれあてはまるものを1つ選んでください)

	多くいる	ある程度 いる	あまり いない	全くいない	わからない
(1)習い事、趣味、娯楽のための活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2)ボランティアなどの社会的活動	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3)職場の同僚・上司との(仕事以外での)つきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4)友人とのつきあい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[次へ](#)

■Q22.
あなたの働き方について伺います。

(1)午後8時以降の残業の頻度(休日出勤を除く)(あてはまるものを1つ選んでください)

- 1. ほほ毎日
- 2. 週に2~3回
- 3. 月に3~4回
- 4. 月に1~2回
- 5. ほとんどしない
- 6. 夜間の仕事である

(2)勤務日でない日の出勤の頻度(あてはまるものを1つ選んでください)

- 1. 月に5回以上
- 2. 月に3~4回
- 3. 月に1~2回
- 4. ほとんどしない

[次へ](#)

■Q23.
あなたのご両親や友人などについて伺います。(それぞれあてはまるものを1つ選んでください)

	非常に思う	やや思う	あまり思わない	全く思わない
(1)子どもの頃、お父様は、家事をしていた方だと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2)ご両親のような夫婦関係をうらやましく思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3)結婚している周りの友人をみると、幸せそうだと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4)家族や親せきや友人などの子どもとふれあう機会が多いと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

以上でアンケートは終了です。ありがとうございました。
以下の「回答完了」ボタンを一度だけ押してください。

[回答完了](#)

事業者アンケート調査 調査票

経済産業省委託調査

結婚相談・結婚情報サービスに関する調査

- アンケート調査票 -

ご回答にあたってのお願い

- ・ ご記入は、黒または青のボールペン、万年筆、濃いめの鉛筆等をご使用ください。
- ・ 本調査の記載事項については、統計的に処理します。また、秘密を厳守し、他の目的に使用することはいたしませんので、ありのままをご記入ください。
- ・ 企業以外の団体または個人事業者の方は、大変恐縮ですが、文中の「貴社」を「貴団体、貴事業所」などに読み替えてお答えください。

調査票にご記入いただきましたら、

6月20日(月)までに、同封の返信用封筒(切手不要)にてご投函ください。

ご回答にあたって不明の点につきましては、下記までご連絡ください。

(調査実施機関)

(株)UFJ 総合研究所 経済・社会政策部 (担当: 豊島、横山、平田、谷川)

TEL : 03-3572-9033

FAX : 03-5568-4658

E-mail : kekkon@ufji.co.jp

(お問い合わせ受付時間: 月~金曜日 10:00~17:00)

はじめに、貴社の会員の構成などについておうかがいします。

問1 貴社の会員数を男女別に数字をご記入ください（本調査における『会員』とは「紹介の対象となる人」であり、月会費や有効期間内の費用を支払っている人などを指します。なお、インターネットを利用したサービスにおける「登録者」なども含みます）。

また、貴社の会員数を3年前と比較して、該当する番号1つに をつけてください。

会員の性別	現在の会員数	3年前との増減傾向(1つに)
男性会員	名	1. 増加 2. 横ばい 3. 減少 4. わからない
女性会員	名	1. 増加 2. 横ばい 3. 減少 4. わからない
合計	名	1. 増加 2. 横ばい 3. 減少 4. わからない

問2 貴社の現在の会員の年齢別構成比を、合計が100%となるように、数字でご記入ください。

会員の性別	20代前半	20代後半	30代前半	30代後半	40歳以上	合計
男性会員	%	%	%	%	%	100%
女性会員	%	%	%	%	%	100%

問3 貴社の会員の平均的な会員期間（月数）を、成婚に至った場合と至らない場合にわけて、男女別に数字でご記入ください。

会員の性別	平均的な会員期間()	
	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
男性会員	ヶ月間	ヶ月間
女性会員	ヶ月間	ヶ月間

厳密に把握できない場合は、ご記入担当者様の主観または推測で結構です。

貴社のサービスに係る料金などについておうかがいします。

問4 （問3における平均的な会員期間を参考に）貴社の最も標準的な料金（総額）を、成婚に至った場合と至らない場合にわけて、男女別に数字でご記入ください。

会員の性別	標準的な料金	
	成婚に至った場合	成婚に至らない場合
男性会員	万円	万円
女性会員	万円	万円

問5 入会金や会費について、それぞれ該当する番号1つに をつけてください。また、入会金や会費がある場合は、貴社のサービスの標準的な金額をご記入ください。

料金の種類	料金の有無（1つに ）	金額（数字を記載）	
		男性	女性
入会金 （登録料）	1．あり 2．なし	円	円
会費	1．あり（月額制） 2．あり（年額制） 3．あり（入会時一括） 4．なし	円 円 円	円 円 円
お見合い料	1．あり 2．なし	円	円
成婚料（成功報酬）	1．あり 2．なし	円	円
カウンセリング料	1．あり 2．なし	円	円
イベント参加料	1．あり 2．なし	円	円
その他オプション	1．あり（具体的に ） 2．なし	円	円

入会や退会についておうかがいします。

問6 貴社のサービスに入会するための制約や資格を設けていますか。該当する番号全てに をつけてください。

1．特にない	3．職業	5．結婚歴
2．年収	4．年齢	6．その他（具体的に ）

問7 入会時に貴社の書式以外に提出が必要な書類がありますか。該当する番号全てに をつけてください。

1．特にない	6．本人写真
2．独身証明書（結婚情報サービス・結婚相談業者提出用証明申請書）	7．会社等の在籍証明書
3．本人確認書類（運転免許証・パスポート等）	8．卒業証明書
4．履歴書	9．資格証明など
5．所得証明（源泉徴収票等）	10．その他（具体的に ）

問8 平成16年1月1日以降（特定商取引法の特定継続的役務の対象となってから）会員が中途解約、退会するケースは増えていますか。該当する番号1つに をつけてください。

1．かなり増えている	3．変化はない	5．かなり減っている
2．やや増えている	4．やや減っている	

問9 途中解約、退会の場合の規定についてお答え下さい。それぞれ該当する番号1つをつけてください。

(1) 途中解約・退会時の規定	1. 規定を定めている 2. 規定はないが、入会希望者に説明している 3. 規定はなく、入会希望者に説明していない
(2) 中途解約・退会時の料金の扱い	1. 入会月数に応じて戻す 2. その他の方法で戻す((3)へ) 3. 戻さない
(3) (2)で「2. その他の方法で戻す」と回答した場合の具体例	

貴社の業態や紹介方法などについておうかがいします。

問10 貴社の提供するサービスの内容について、貴社の主な業態()はどれに該当しますか。最も近いと思われる番号1つをつけてください。

1. 仲人・結婚相談型サービス	3. インターネット型サービス
2. データマッチング型サービス	4. その他(具体的に)

選択肢における業態の分類について

仲人・結婚相談型サービス：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等。
 データマッチング型サービス：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等。
 インターネット型サービス：インターネット上において、会員が自主的な活動により、希望する相手と交際することを支援するサービス等

問11 貴社の売上高全体に占める、結婚相談、結婚情報サービスにかかる事業(いわゆるマッチングサービス)の売上高の比率を数字でご記入ください。(貴社の事業が結婚相談、結婚情報サービスのみであれば100%とご記入下さい。)

約	%
---	---

問11-1 上記で、「100%」未満の数値を記入した方におうかがいします。その他の事業の具体的な内容と、それぞれ貴社の売上高に占める割合を数字でご記入下さい(比率の高い事業順に3つまで)。

具体的事業の内容			
売上高の比率	%	%	%

問 15 貴社では同業者間での協力を行っていますか。該当する番号 1つに をつけてください。また、行っている場合、どのようなことで協力し合っていますか。該当する番号全てに をつけてください。

<p>(1)同業者間での協力</p> <p>1. 協力し合っている</p> <p>2. 協力し合っていない</p>	<p>(2)どのようなことに関する協力ですか。</p> <p>1. 会員リストの共有</p> <p>2. 互いの会員それぞれの個別紹介</p> <p>3. 共同の広報誌発行、広告宣伝活動</p> <p>4. 合同パーティーの開催</p> <p>5. 合同セミナーの開催</p> <p>6. その他（具体的に)</p>
---	---

問 16 会員募集などの販売促進活動をどのように行っていますか。該当する番号全てに をつけてください。

<p>1. 特に行っていない (問 17 に進んでください)</p> <p>2. 新聞広告</p> <p>3. 雑誌広告</p> <p>4. ダイレクトメール</p> <p>5. テレビ広告</p>	<p>6. ラジオ広告</p> <p>7. 車内広告</p> <p>8. 駅貼り</p> <p>9. 電話帳広告</p> <p>10. 看板・屋外広告</p> <p>11. 折り込みチラシ</p>	<p>12. インターネットによる広告 (バナー広告などを含む)</p> <p>13. Eメールによる広告</p> <p>14. その他 (具体的に)</p>
--	--	--

問 16 - 1 上記の中で最も販売促進費が多い番号を選んで下さい。

問 16 - 2 . 上記の販売活動の総費用は、(結婚相談・結婚情報サービスにかかる事業の) 売上高のどのぐらいの割合を占めますか。比率を数字でご記入ください。

約	%
---	---

問 17 契約前に、加入希望者に開示している情報はどのようなものがありますか。該当する番号全てに をつけてください。

<p>1. 会員規模(人数)</p> <p>2. 会員の男女比</p> <p>3. 会員の年齢構成</p> <p>4. 会員の学歴構成</p> <p>5. 会員の年収分布</p> <p>6. 会員の顔写真</p>	<p>7. 紹介予定数(目安)</p> <p>8. その都度かかる費用</p> <p>9. 解約、退会の仕方</p> <p>10. 個人情報保護について</p> <p>11. その他(具体的に)</p> <p>12. あてはまるものはない</p>
--	--

問 21 業界のサービスが適正に行われているかを、利用者が判断できる仕組みとして、どのようなものが望ましいと思いますか。最も望ましいと思う番号 1 つに をつけてください。

- | |
|------------------------------|
| 1 . 行政など中立的な第三者が評価する仕組み |
| 2 . 業界団体などが自主的に評価する仕組み |
| 3 . 各企業が独自に情報開示や個人情報保護に努めること |
| 4 . その他 (具 体 的 に) |
| 5 . いずれの仕組みも必要はない |
| 6 . わからない |

最後に、貴社における事業実態や内容などについておうかがいします。

F1 . 経営形態 (1 つに)	1 . 株式会社 2 . 有限会社	3 . 個人 4 . その他 (具体的に)
F2 . 店舗数	店	F3 . 従業員数 人
F4 . 年商	億 万円	F5 . 事業年数 年
F6 . ホームページ (1 つに)	1 . 開設している 2 . 開設していない	
F7 . 加入団体・組織 (該当する全てに) 選択肢順不同	1 . 結婚情報サービス協議会 10 . 日本仲人協会 2 . 日本仲人連盟 11 . 全国仲人連合会 3 . 日本ブライダル連盟 12 . 近畿結婚相談協同組合 4 . 全国ブライダル連盟 13 . 日本良縁協会 5 . 日本仲人業協会 14 . 全国良縁連盟 6 . 日本ブライダル協同組合 15 . 日本結婚サイト協会 7 . 全国結婚相談協会 16 . その他 8 . 日本結婚相談協会 (具体的に) 9 . 日本仲人協議会 17 . 加盟していない	

ご回答内容の確認や質問をさせて頂くことがございますので、差し支えなければ、ご回答者の方のお名前やご連絡先等をご記入ください。

貴社名:	所属・役職:
お名前:	
ご住所: 〒 -	

～ ご協力有り難うございました ～

ご記入頂きましたアンケートは、同封の返信用封筒にて6月20日(月)までに、ご投函下さいますようお願いいたします。なお、切手は不要です。

