



業界別マーケティングレポートシリーズ

結婚相談所・婚活サービス業界の 市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し 徹底対策を！！

完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目 次

Chapter1 エグゼクティブサマリー（要約） 1P

Chapter2 業界の市場概況（PEST 分析） 2P

Chapter3 主要プレイヤーと業界構造 6P

Chapter4 経営環境と課題 7P

Chapter5 新たな潮流 8P

Chapter6 AI の活用について 9P

Chapter7 今後の展望と提言 11P

結婚相談所・婚活サービス業界は、結婚を真剣に願う人々の「出会い」を創出し、その縁が実るまで伴走することで、新しい家族の誕生を支援する「幸福のインフラストラクチャー」です。

皆様が提供するサービスは、単なる男女のマッチングではありません。個人の魅力を最大限に引き出し、自信を育み、そして、人生を共にするパートナーとの、かけがえのない物語の始まりをプロデュースする、極めて重要で、人間的な価値を持つ仕事です。

しかし、その希望に満ちた世界の裏側で、皆様の事業環境は今、「**マッチングアプリによる、出会いの『超・民主化』と、価格破壊**」「**『結婚』という価値観そのものの多様化と、顧客ニーズの複雑化**」「**『他人さんの勘』という、属人的な神業への完全依存と後継者不足**」という、事業の存続基盤そのものを揺るがす、避けることのできない構造変化に直面しています。これは、従来の「条件に合う相手を紹介し、お見合いをセッティングする」という、静的な仲介モデルが、もはや通用しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来の婚活者から深く信頼され、選ばれ続ける存在となるためには、単なる「出会いの斡旋所」から脱却し、クライアント一人ひとりの人生観を深く理解し、その人らしい幸せなパートナーシップの実現を、総合的にコーチングする「**ライフパートナーシップ・コンサルタント**」へと、自らの使命を再定義することが絶対条件です。本資料では、その再定義を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

1. 脱・マッチングモデル戦略：卓越した「パーソナルブランディング能力」と「コミュニケーション指導力」を武器に、「成婚料」ではなく「クライアントの人生の幸福度向上への貢献」で評価されるための具体的な価値提供の手法を提示します。

2. デジタルとアナログ（人間的洞察）の融合戦略：AI マッチングやオンラインツールを、人間であるカウンセラーの「共感力」と「深い洞察」を最大化するための「支援ツール」として駆使し、感動的な婚活体験をデザインする方法を解説します。

3. 「成婚後」まで見据えた、LTV（生涯顧客価値）戦略：「結婚したら、さようなら」の関係から、結婚後のライフプランニングまでをサポートし、卒業生からの紹介（リファラル）という、最強のサイクルを創出するための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと現代の結婚観・幸福感に基づき、中小結婚相談所の経営者様が、自らのDNAである「人の幸せを願う心」を武器に、大手資本やマッチングアプリには決して真似のできない、未来の価値を創造していくための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

婚活サービス市場は、晩婚化・非婚化という逆風の中で、むしろその必要性を増しており、安定した成長を続けています。しかし、その内訳は、Tinder や Pairs といった、月額数千円で利用できる「マッチングアプリ」が、出会いのインフラとして完全に定着し、市場の大半を占めています。一方で、「アプリ疲れ」や、「真剣な出会いを求める層」が、より質の高いサポートを求めて、結婚相談所へと回帰する動きも顕在化しており、市場は明確な二極化の様相を呈しています。

【婚活サービス市場の動向と近年の背景】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2023 年度	マッチングアプリの一般化と「婚活疲れ」	マッチングアプリが出会いの主要手段となる一方、「いいね」のやり取りや、メッセージの返信に疲弊する「アプリ疲れ」が社会問題化。効率的で、質の高い出会いを求めるニーズが
2024 年度	AI マッチングの本格導入	AI が、顔の好み、価値観、行動履歴などを分析し、最適な相手をレコメンドする機能が、アプリ・相談所共に本格的に導入される。
2025 年度	「タイプ（タイムパフォーマンス）」重視と、コーチング需要	忙しい現代人は、無駄なデートや、ミスマッチを極端に嫌う。「最短で、最高のパートナーと出会う」ための、プロによる戦略的なコーチングへの需要が高まる。
2026 年度（予測）	「結婚」の多様化と、パートナーシップ支援へ	法律婚だけでなく、事実婚、週末婚、あるいは、友情結婚といった、多様なパートナーシップの形が、社会に受容される。結婚相談所も、「結婚」だけでなく、その人らしい「幸せな関係性」の構築を支援する、より広い役割を担うようになる。

今後の市場は、「何人の候補者を紹介できるか」という量（データベース）の競争は、テクノロジーに代替されます。未来は、「目の前の一人の魅力を、いかに最大限に引き出し、その人の人生に、深く、誠実に関われるか」という、人間であるカウンセラーの、質の競争へと、完全に移行します。

2-2 市場の動向（PEST分析）

結婚相談所の経営を規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
P 政治 (Political)	<p>少子化対策と、自治体による婚活支援：国や自治体は、少子化対策の一環として、婚活イベントや、AI マッチングシステムの導入を支援しています。これは地域の相談所にとって、協業の機会となり得ます。</p> <p>特定商取引法・個人情報保護法：高額なサービス契約と極めて機微な個人情報を扱うため、法令遵守は、事業の絶対的な基盤です。</p>	<p>地域の「公的な婚活支援」との連携：自治体が主催する婚活イベントの運営を受託したり、セミナーの講師として協力したりする。これにより、地域の信頼と、新たな顧客接点を獲得する。</p> <p>徹底した、コンプライアンスと、情報管理：明朗な料金体系と、中途解約のルールを、契約前に、丁寧に説明する。個人情報の、厳格な管理体制を構築し、それを「安心・安全」の証として、アピールする。</p>
E 経済 (Economic)	<p>経済的な不安定さと、結婚への価値観：経済的な見通しが不透明な中で、結婚を経済的な安定を得るための手段と考える層と、経済的には自立し、精神的な繋がりを求める層へと、二極化しています。</p> <p>共働きが、当たり前の時代：パートナー選びにおいて、女性も男性の経済力だけでなく、家事・育児への参加意欲を極めて重要な要素として、見えています。</p>	<p>ターゲット層の、経済観念に合わせた、サービス設計：例えば、「パワーカップルを目指す、ハイクラス層」と「堅実な、共働きカップルを目指す層」では、求められるサポートや料金体系は、全く異なる。</p> <p>「ライフプランニング」の視点の導入：ファイナンシャルプランナーと連携し、結婚後の家計や、キャリアプランに関する相談にも乗れる体制を整える。単なる出会いだけでなく、その先の、現実的な人生設計までをサポートする。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小企業への示唆
S 社会 (Social)	<p>晩婚化・非婚化、そして、生涯未婚率の上昇：結婚がもはや「当たり前」ではない時代。結婚相談所に来る人々は、極めて切実な、しかし、多様な動機と悩みを抱えています。</p> <p>SNS による、自己ブランディングの常識化：人々は、SNS で、自らの魅力を日常的に発信しています。しかし、婚活のプロフィールとなると、途端に、どう表現すれば良いか、分からなくなってしまう。</p> <p>「コミュニケーション能力」への根源的な不安：異性と何を話せば良いか分からない。デートの仕方が分からない。この根源的なコミュニケーションへの不安が、婚活の最大の障壁となっています。</p>	<p>「なぜ、結婚したいのか」という深層心理へのアプローチ：条件のマッチングの前に、クライアント自身が、どのような人生を望み、なぜ、パートナーを必要としているのかを深く掘り下げる。</p> <p>「最高の自分」を演出するパーソナルブランディング支援：プロフィール写真の撮影、自己紹介文の作成、ファッションのコーディネートまで、魅力を最大限に引き出す総合的なプロデュースを行う。</p> <p>「会話」と「デート」の実践的トレーニング：模擬お見合いや、コミュニケーションのロールプレイング、デートプランの相談といった、極めて実践的なトレーニングで、クライアントの自信を育む。</p>
T 技術 (Technological)	<p>マッチングアプリという巨大な競合：月額数千円で、手軽に、無限の出会いの機会を提供する、マッチングアプリは、価格と、利便性において、結婚相談所を、圧倒しています。</p> <p>オンラインお見合い・オンラインデートの一般化：Zoom などを活用した、オンラインでのお見合いが、一般化。時間や、場所の制約なく、出会いの機会を増やすことが可能になりました。</p> <p>AI による相性診断・会話分析：AI が、過去の成婚カップルのデータを分析し、相性の良い相手を推薦したり、二人のメッセージのやり取りを分析し、関係の進展をアドバイスしたりする。</p>	<p>アプリとの、明確な差別化：「アプリでは、出会えない、本気の人だけがいる」「アプリでは、得られない、プロの、徹底的なサポートがある」。この明確な価値を、Web サイトや広告で、力強く打ち出す。</p> <p>オンラインを、最大限に活用する：遠隔地の会員とのカウンセリングやお見合いを、オンラインで効率的に行う。一方で、リアルなデートの重要性も、説き、そのサポートに、力を入れる。</p> <p>AI を、「人間の直感」を補完するツールに：AI による、データマッチングを参考にしつつも、最終的には、カウンセラーの経験と、直感、クライアントとの対話を通じて、最適な相手を見つけ出す。</p>

2-3 専門性・業態別の動向や格差

結婚相談所は、その「誰を、誰と繋ぐか」という専門性によって、全く異なるブランドを形成します。

•**大手連盟加盟型**：IBJやBIUといった、大手連盟に加盟。数万人規模の会員データベースを相互に利用できるのが、最大の強み。

•**専門特化型**：

- ターゲット特化：ハイクラス（医師・弁護士など）、再婚専門、オタク専門、特定の趣味（旅行、登山など）を持つ人専門など。
- サポート特化：20代専門、恋愛経験の少ない人専門、データ分析を駆使した、超・論理的な婚活サポートなど。

•**地域密着型**：地域の独身者の身上や人柄を深く理解した、昔ながらの「仲人さん」モデル。中小相談所の成功の鍵は、大手連盟の、巨大なデータベースを活用しつつも、自らが、最も情熱と、専門性を発揮できる「ニッチな領域」を定め、その分野で地域 No.1 の「駆け込み寺」となることです。

婚活市場は、巨大なオンラインプラットフォームと、全国チェーンの相談所、そして、無数の、個人経営の仲人によって構成されています。

• **トッププレイヤー（マッチングアプリ・大手相談所チェーン）：**

- ビジネスモデル：Pairs などのアプリは、薄利多売のサブスクリプションモデル。オーネットや、ツヴァイといった大手相談所は、高額な初期費用とブランド力で、マスマーケットを獲得。
- 強み：圧倒的な会員数、集客力、ブランド力。

• **ミドルプレイヤー（有力な専門特化型相談所）：**

- ビジネスモデル：特定のターゲット層（例：ハイクラス）に特化し、独自の審査基準と、質の高いサポートで、高い成婚率を誇る。
- 強み：高い専門性と、それによる、口コミでの評判。

• **スモールプレイヤー（大多数の個人経営の相談所）：**

- ビジネスモデル：経営者である仲人自身の、カウンセリング能力と人柄が、全ての資本。
- 強み：会員一人ひとりとの、家族のような、深く、パーソナルな関係性。
- 課題：集客、経営管理、そして、事業のスケールアップが、極めて困難。

業界の動向：これまで、婚活とは無縁だった、地方自治体や、企業の、福利厚生部門、あるいは、ファイナンシャルプランナーまでもが、その顧客基盤を活かして、婚活支援サービスに参入。業界の垣根は、完全に消滅しています。

個人経営の結婚相談所の経営者が抱える課題は、その「人の幸せを創る」という、素晴らしい仕事と、それを支える「事業」としての、あまりに過酷な現実とのギャップにあります。

1. 【課題の本質】利益が出ないのは「成婚」という不確実なゴールへの依存

- 「成功報酬」モデルの限界：売上の、きな部分を占める「成婚料」は、成婚という極めて不確実性の高い結果が出なければ、一円も入ってこない。カウンセラー、膨大な努力と時間が報われないリスクが常に存在します。
- 「月会費」の価格競争：毎月の安定収入である月会費は、オンラインサービスや他の相談所との厳しい価格競争に晒されています。「サポートの質」という、目に見えない価値を価格に反映させることが、極めて困難です。

2. 【課題の本質】会員が集まらないのは、「結婚相談所」という古いイメージ

- 「最後の砦」というネガティブな認識：いまだに、「結婚できない人が、最後の手段として駆け込む場所」というネガティブなイメージが根深く残っています。
- 「何をしてくれる場所なのか」の不明確さ：マッチングアプリと何が違うのか。高額な料金を払ってまで相談所に入る具体的なメリットが、未来の顧客に全く伝わっていません。

3. 【課題の本質】成婚率が上がらないのは、「仲人の勘」という、属人的なアート

- ノウハウの完全なブラックボックス化：優れた仲人の頭の中にある相性を見抜く直感や、会員の背中を押す絶妙な言葉がけ。その全てが、「経験」と「勘」の中にあり、組織として、共有・継承できる「科学」になっていません。
- 「カウンセラー」と「営業」の混同：本来、会員の幸せに深く寄り添うべきカウンセラーが、自らの売上目標（成婚料）のために、無理なカップリングを推し進めてしまう。この利益相反の構造が、サービスの質を低下させる原因となります。

4. 【課題の本質】事業が続かないのは、「カリスマ仲人」への、完全依存

- 「あの先生だから、入会した」という究極の属人性：相談所の評判は、すべては経営者一人のカウンセリング能力と人柄で成り立っています。
- 引き継ぐべき「仕組み」の不在：後継者が引き継ぐのは、物理的なオフィスと目に見えない「のれん」だけです。安定的に、会員を集め、質の高いサポートを組織として継続的に提供できる「経営の仕組み」がなければ、その尊い「縁結びの魂」も、一代限りで消えてしまいます。

この厳しい現実の中から、未来の婚活者に熱狂的に支持される、新しい「パートナーシップ支援」の姿が生まれています。

・「自己変革」をゴールとするパーソナル・コーチング：

- **具体例**：結婚をゴールとしない。「最高のパートナーと出会える、最高の自分になる」ことをゴールとする。ファッション、ヘアメイク、話し方、そして、自己肯定感の向上まで。専門家チームが、クライアントの、人間的な魅力を、根本から、磨き上げる。
- **ポイント**：たとえ、期間中に、成婚しなくても、クライアントは、大きな価値を得ることができる。これにより、成婚という不確実な結果への依存から、脱却します。

・「コミュニティ」としての結婚相談所：

- **具体例**：会員限定の料理教室やワイン会、あるいは、ボランティア活動といった共通の価値観を持つ人々が、自然に交流できる「コミュニティ」を運営する。
- **ポイント**：1対1の緊張した「お見合い」だけでなく、グループでのリラックスした活動の中で、相手の素顔や人柄に触れる、自然な出会いの機会を創造する。

・「婚活」から「妊活・子育て」まで生涯にわたるライフサポート：

- **具体例**：成婚したOB・OGカップルに対し、ファイナンシャルプランナーによるライフプランニング相談や、不妊治療の専門家、あるいは、子育ての先輩との交流会などを提供する。
- **ポイント**：「結婚したら終わり」ではない。その先の人生のあらゆるステージに、寄り添い続けることで生涯にわたる信頼関係を築き、絶大な口コミと紹介を生み出す。

・「データ」と「感性」を融合させたハイブリッド・マッチング：

- **具体例**：AIによる相性診断や価値観分析をあくまで「参考情報」として活用。その上で人間であるカウンセラーが、データだけでは決して分からない、二人の「空気感」や「化学反応」を長年の経験と直感で見抜き、背中を押す。
- **ポイント**：テクノロジーの効率性と人間の非合理的な、しかし、本質的な「心」の動き。その両方を尊重し、融合させる。

Chapter6 AIの活用について (中小企業でも実施可能なマーケティング分野)

これまで「人」の温かみだけで、勝負してきた結婚相談所にとって、AIは、その目に見えない「カウンセリング」の価値を、未来の孤独を抱える婚活者に、「希望の物語」として届ける、最強の広報・カウンセラーとなります。

1. AIによる「婚活者の声なき、心の叫び」に深く寄り添う、コンテンツマーケティング

【課題】

ホームページを見ても、「高い成婚率」といった結果しか書かれておらず、私のこのどうしようもない不安に、寄り添ってくれる場所なのか分からない。

AI活用シナリオ

1. [STEP1] 顧客の「好きなもの」や「パーソナリティ」をAIに伝える：

プロンプト (AIへの命令文) 例

あなたは35歳、恋愛経験がほとんどない、真面目な男性会社員です。結婚したいという気持ちはあるが、自分に自信が持てず、一歩が踏み出せません。その時、深夜、一人でスマホ、検索するであろう、悩みやコンプレックスを、10個リアルな言葉で、挙げてください。

AIの回答 (例)

「35歳 恋愛経験なし やばい」「女性と話す話題 ない」「デート 服装 メンズ 30代」「自分に自信がない 男」「結婚相談所 入会 恥ずかしい」…

【効果】

AIを、企画の「壁打ち相手」として活用する。自社だけでは、思いつかない多様な切り口のパーソナルな撮影コンセプトを瞬時に、無限に生み出す。これにより、提案が、単なる料金説明から「私たちのために、こんなにも、考えてくれた」という感動的な体験へと変わります。

結婚相談所は、もはや単なる「仲介業」ではありません。人の人生に深く寄り添い、その、最も重大な決断をサポートし、未来の、社会の、最小単位である「家族」を創造する、極めて尊い「ライフデザイン業」です。その誇りを胸に、未来を切り拓く中小相談所が実践すべき、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革：「結婚の、斡旋所」から「クライアントの、人生の、幸福を、デザインする、パートナー」へ

○ アクションプラン：

自社のミッションを「最高のパートナーシップの実現を通じて、お客様一人ひとりの人生をより豊かに輝かせる」と再定義する。

入会時のカウンセリングで、希望する相手の条件だけでなく、クライアント自身が「どのような人生を送りたいか」という究極のビジョンを共有する。

2. ビジネスモデルの変革：「成婚料（フロー）」から「自己投資プログラム（ストック）」へ

○ アクションプラン：

婚活を短期的な活動ではなく、人間的魅力を高めるための「自己投資プログラム」と位置づけ、数ヶ月単位でのコーチング契約を事業の柱とする。

成婚した、OB・OG カップル向けの会員制コミュニティを運営。夫婦関係のカウンセリングや、ライフプランニング相談など、長期的なサポートサービスを提供する。

3. サービス空間の革新：「事務的な面談室」から「未来を語る心地よいサロン」へ

○ アクションプラン：

事務所をホテルのラウンジのように居心地の良い洗練された空間へとデザインし直す。

会員が、自由に立ち寄り、カウンセラーと雑談したり、婚活仲間と情報交換したりできる、オープンな「コミュニティスペース」としての機能を強化する。

4. マーケティング戦略の刷新：「看板と紹介」から「哲学と共感を発信するランドメディア」へ

o アクションプラン：

経営者自身が、自らの結婚観や、人生観、そして、仕事への想いをブログや SNS で自分の言葉で発信する。「この人のサポートを受けたい」と思わせる、個人のブランドを確立する。

成婚したカップルの幸せな「物語」を、許可を得て個人が特定されない形で、Web サイトで発信する。最高のマーケティングは、幸せになった先輩たちの本物の笑顔である。

5. パートナーシップ戦略の構築：「相談所完結」から「婚活をトータルで支えるアライアンス」へ

o アクションプラン：

地域の信頼できるフォトスタジオ、美容室、ファッションスタイリスト、そして、ファイナンシャルプランナーと強固なパートナーシップを構築する。

自らがハブとなり、会員の婚活に関わる、あらゆる「自分磨き」のニーズに対し、最高の専門家チームをワンストップで紹介できる「パーソナル・プロデューサー」としての役割を担う。

一組の幸せなカップルが生まれれば、その周りに二つの家族の笑顔が生まれる。そして、その先に、新しい命が、生まれるかもしれない。これほどまでに、未来に希望を繋ぐことができる仕事はありません。本資料が、貴相談所がその誇り高き使命を揺ぎないビジネスとしての成功へと昇華させ、地域社会に、数え切れないほどの幸せな物語を創造し続けるための一助となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025年9月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks



【STEP2】 会員様のプロフィール作成で、自己紹介文を書くのが一番難しい。ありきたりな文章になってしまう。

プロンプト (AI への命令文) 例

以下の会員様 (32 歳、女性、看護師) との、カウンセリングメモを基に、彼女の誠実で、家庭的な人柄が読む相手に温かく伝わるような、魅力的な自己紹介文のドラフトを作成してください。

・メモ: 「趣味は、週末の、パン作り。仕事は、忙しいが、やりがいがある。将来は、穏やかで、笑いの絶えない家庭を築きたい。派手さはないが、誠実な人柄。」

AI の回答 (例)

はじめまして。プロフィールをご覧いただき、ありがとうございます。普段は、看護師として慌ただしい毎日を送っていますが、お休みの日に、キッチンでパン生地をこねている時間が、私にとって一番の癒やしの時間です。特別なことは、何もありませんが、日々の小さな出来事に、感謝し、穏やかに笑って過ごせる。そんな温かい家庭を、これからのパートナーと一緒に、築いていけたら、と願っています。あなたの好きなパンの話も、ぜひ聞かせてくださいね。

【効果】

AI を、会員様の魅力を引き出す「専属コピーライター」として活用する。カウンセラーのヒアリング能力と AI の言語化能力を組み合わせることで、一人ひとりの会員様の人間的な魅力が、最大限に伝わるプロフィールを、効率的に作成することができます。