
婚活サポートコンソーシアム 第1回 定例会合 議事録

I 概要

- ・ 報告者：株式会社 I B J 桑原
- ・ 日 時：2015 年 1 月 22 日（木）10:30～12:00
- ・ 場 所：株式会社 I B J 大会議室
- ・ 出席者（五十音順）
 - 青山商事株式会社 安藝様、長谷部様
 - アットホーム株式会社 今城様
 - 株式会社エムティーアイ 日根様、杉原様
 - ギフコ株式会社 南川様
 - 株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 柴田様
 - ディップ株式会社 笠松様、山崎様
 - 藤田観光株式会社 萬田様、藤山様
 - プリモ・ジャパン株式会社 清水様
 - ミサワホーム株式会社 星野様
 - メディアエムジー株式会社（ミサワホーム） 山内様
 - 三起商行株式会社 小川様
 - 日本経済新聞社 杉浦様
 - 株式会社 I B J 石坂、桑原、嶋岡、佐久間、牧野

II 議題内容

1. 日本の少子化の現状と行政の動き（桑原）
2. 民間事業者として行政の意向をサポートする方策（石坂）
3. 参加企業様コメント
4. 共同調査
5. カンファレンスイベント
6. 欧米ブライダル習慣について。（ギフコ株式会社 南川様）

<1、日本の少子化の現状と行政の動き（桑原）>

人口推移

- ・ 今現在ピークを迎えているがこれからどんどん下がっていくであろう。
- ・ 生産年齢人口（15～65 歳）が減っていく、高齢化率が上がる。

人口減少からくる問題

- ・ 人口の急激な減少が進み、2110 年には大正時代より人口が少なくなる。

- ・ 2055 年には生産年齢人口（15～65 歳）の比率は 5 割まで低下する。
- ・ 人口置換水準は 2.07 とされているが、回復スピードが遅い。
- ・ 地方の過疎化が深刻化。国も地方の結婚支援を打ち出してはいるが、なかなか打開策が無い。

労働人口減少への対策

- ・ 内閣府が出している労働人口減少への解決アプローチとしては、若者や女性、高齢者の就業率向上の為の環境作りをあげている。

出生率と出生数の推移

- ・ 2005 年最低出生率 1.26 から 2012 年の出生率 1.41 まで緩やかに回復はしたものの、人口置換水準 2.07 への回復をもっと早くすすめないと、人口減少が加速してしまう。
- ・ 第二次ベビーブームで生まれた人たちが第三次ベビーブームを作れなかったのは、子育てをする環境が今の日本に整っていないからではないか？

少子化対策～歴史～

- ・ 1.57 ショック後、エンゼルプラン～子育て支援、女性の社会進出など様々なテーマで行われてきてはいるものの、人口置換水準までの出生率は現状実行できていない。

少子化対策～少子化危機突破のための緊急対策～

- ・ 現行の子育て支援、働き方改革に、結婚・妊娠・出産支援が追加財源を付け、結婚・妊娠・出産支援に関する情報共有や、先進的な事例等に対する表彰を行う事になった。
- ・ 今は成功事例を作り、それを広げていく事が大切。民間事業者、コンソーシアムも何かしら力になれないだろうか。

<2、民間事業者として行政の意向をサポートする方策（石坂）>

- ・ 国が示している少子化対策をきちんと踏まえた上で、今までになかったようなビジネスチャンスを見つけ、今までなかったがこれから必要不可欠になるものやサービスを作っていく事が大切。
- ・ 婚活およびその周辺領域における社会的課題の解決。これを具現化、具体化することを行っていく。
- ・ 民間事業者だからこそできるスピーディーなアクション、挑戦、提案をしていく。例えば、20代の方の結婚に対して何らかのインセンティブの様なものを付けるのはどうだろう？ 参画企業同士で使えるようなものを作り、消費の活性化を望めないだろうか？
- ・ 最終的に収益を出すことを念頭に置きながら、社会的な課題解決というのを、国の方針を踏まえたうえで、行っていく事がこのコンソーシアムの意義であり、目的である。

<3、参加企業様コメント>

藤田観光株式会社 萬田様

ここ二年くらいで結婚式を挙げる年齢が上がってきている。又、20 代の方の結婚式が伸びていない。20

代の方たちに向けて、価格、サービス、両方満足して頂けるプランを打ち出したい。

プリモ・ジャパン株式会社 清水様

結婚したくて、相手はいるがまだ一歩踏み出せていない人にプロポーズの支援をしていきたい。

株式会社エムティーアイ 日根様

子作りをするにあたっては年齢がかなり重要。少子化対策をするにあたっては婚姻件数を増やすことも大切だが婚姻時の年齢を下げていくことが重要ではないか。20代のうちから結婚や子作りを考える機会を作っていきたい。又結婚も子作りも夫婦で意識を合わせていくことが必要。男性の意識を上げていきたい。

青山商事株式会社 長谷部様

婚活をしている30代の方が婚活をあまりポジティブにとらえていない気がする。もう少しポジティブな発言が出るようになれば、トータルコーディネートの提案や、潜在需要を掘り出せるかと。

ミサワホーム株式会社 星野様

子供が生まれない理由の一つに親になる自信が無いのでは？というのがある。結婚して子供が生まれるとこんなに幸せで楽しいよ。というイメージを早くからイメージしてもらってきかけづくりとして、学生さん、子供のいない若い方に子供と触れ合ってもらって活動をしています。また、地方創生の中で大事なものは職かと。都心に集中している企業が地方に分散し、職を提供し、地方で定住、子育てが出来るようになることが理想。

ディップ株式会社 笠松様

求人メディアを運営する当社としては、結婚前後の「働く」という点に着目しています。まずは「相手と出会う」という面での「職場」という点。次に結婚・出産後の働き方の変化という2点です。

また、非正規、正規という議論はあるが、雇用形態のみではなく、年収レンジが100万~300万のロウアーミドル層が結婚や子育てをどう捉えているのか、「どの様な選択肢や機会を提供できるか」も、少子化への取り組みとして重要な観点で社会的意義があると感じている。

アットホーム株式会社 今城様

20代は賃貸、30~40代は購入が多くなる。最近ではリノベーションも注目されはじめ、結婚後の共働き、子育てなど多様なライフスタイルにあわせて新しい提案をしていきたい。

株式会社テイクアンドグヴ・ニーズ 柴田様

結婚式っていいよね。結婚っていいよね。という風を感じてもらって機会を増やしたい。今は花嫁さまに接する機会が減っているかと思うので、花嫁さまや結婚そのものへの憧れを増やすようなことをコンソーシアムで実現できれば。

<4、共同調査>

- ・毎月1社とIBJが共同調査を行い発表。
- ・具体的調査内容については各社と個別に打合せをしプレスリリースを行っていく。

<5、カンファレンスイベント>

- ・参加企業様とIBJで共同主催のカンファレンスイベントを年内に行うこととする。
- ・具体的内容については決定次第発表とする。

<6、欧米ブライダル習慣について。(ギフコ株式会社 南川様)>

コンソーシアムでなければできなくて、一企業では難しいことは、コンテンツマーケティングかと。コンテンツマーケティングを成功させる上で必要なことはこのコンソーシアム自体のイメージがあかぬけていてよいイメージでなくてはいけないので、下記の様な欧米の文化をうち出すことでコンソーシアムのイメージがアップするのではないかと。

例えば、欧米では以下の様なものが行われている。

- ・婚約披露パーティー
- ・結婚準備リスト
- ・婚前契約

結婚準備リストは欧米では当たり前であるが、これを一企業が独占すると必ず失敗する。

コンソーシアムなど、フェアな状況で行うことに意味がある。こういうものが欲しい、こういう生活をしたという事をOPEN にしていくことを日本で広めていきたい。

最後に、オブザーバー三起商行株式会社 小川様より。

おじいちゃん、おばあちゃんたちがいいものを孫にあげたいという熱意が強い。若年層の結婚、出産を応援したい。3世代戦略をやってきたが、団塊世代の方が子供にエネルギーを注いでいるうちは大丈夫かと思うが、その次のモデルが作れていないので、今後模索できればよいかと。

以上