



信金中央金庫

SCB SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所

ニュース&トピックス No. 2021-80

(2022. 2. 17)

〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7 TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048
URL <https://www.scbri.jp> e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

株式会社 I B J と地域金融機関との連携について

とね かずゆき
刀禰 和之

ポイント

- 結婚相談所ネットワーク事業を軸に婚活事業を複合展開する株式会社 I B J は、地域金融機関との連携を進めており、2022 年 1 月現在、14 行庫と業務提携する。
- 同社の運営する日本結婚相談所連盟は、加盟相談所 3,100 社、お見合い会員（婚活者）7.5 万人超を有し、2021 年には 10,402 組の成婚を支援した。
- 地域金融機関が同社と業務提携する目的は、①取引先中小企業の事業承継支援、②結婚相談所の開業支援、③地域活性化・地域貢献などである。
- 同社と業務提携する地域銀行の多くは、取引先に対する本業支援の一環として同社の婚活支援サービスに期待する。取組みを通じて手数料収入の獲得や開業支援融資の実行も見込まれる。

1. 婚活マーケットの動向

(1) 「婚活」の普及

わが国では、少子化や生涯未婚率の上昇が深刻な社会問題となりつつある。その一方で近年のマッチングアプリやお見合いパーティの普及などから「婚活」が身近になり、充実したサポートが期待される結婚相談所を利用する婚活者が増えている。

また、わが国には、20 歳～59 歳の独身者¹が約 2,500 万人いるため、彼（女）らを潜在需要と捉えるなら、人口減少下にあっても婚活マーケットの成長は続くと考えられる。

(2) 結婚相談所の開業ニーズの高まり

こうしたなか、自社サービスと親和性の高いブライダル事業者や旅行会社、アパレル会社などで結婚相談所事業への参入が相次いでいる。個人 F P なども提案の幅を広げるべく同事業に参入するケースがみられる。

一般に結婚相談所事業への新規参入ハードルは低いものの、ビジネスとして成り立たせる

には一定数のお見合い会員（婚活者）の母数が必要と言われる。そこで新規参入にあたり、株式会社 I B J などの大手企業に加盟する事例が目立つ。

2. 地域金融機関との連携

(1) 株式会社 I B J の概要

東京都新宿区に本社を置く株式会社 I B J は結婚相談所の運営を中心に婚活事業やライフデザイン事業を手掛ける（図表 1）。

（図表 1）同社の概要

会 社 名	株式会社 I B J
設 立	2006 年(2000 年創業)
本社所在地	東京都新宿区
従 業 員 数	1,074 名(連結)
事 業 内 容	婚活事業、ライフデザイン事業

（備考）2021 年 12 月末

同社は直営の結婚相談所事業に加え、加盟（オーナー経営）からなる日本結婚相談所連盟を運営する。同連盟は、3,100 社の加盟相談所

¹ 未婚・死別・離別者数合計（平成 27 年国勢調査）

と、7.5 万人超のお見合い会員を有する。同社グループ全体で 2021 年に 10,402 組の成婚²を支援するなど、わが国最大の婚活支援ネットワークを形成する。なお、同連盟に加盟する事業者の加盟 3 年後継続率は 98%³を超える点も特徴とされる。

前述の潜在市場（2,500 万人）に占める同社のお見合い会員（7.5 万人）のシェアは 0.3%と開拓余地の大きい市場に対し、引き続きシェアの拡大を見込む。その一環として同連盟の加盟相談所数を 1 万社まで増やしたいとしている。

（２）業務提携の数

同社は、2018 年の名古屋銀行との業務提携を皮切りに 2022 年 1 月現在、14 行庫と提携済みである（図表 2）。

（図表 2）提携金融機関（2022 年 1 月）

名古屋銀行、きらやか銀行、仙台銀行、愛媛銀行、長野銀行、池田泉州銀行、富山銀行、北陸銀行、佐賀銀行、三十三銀行、京都銀行、大垣共立銀行、西武信用金庫、島根銀行

（備考）同社公表資料

3. 地域金融機関の狙い

地域金融機関が同社と業務提携する目的は、①取引先中小企業の事業承継支援、②結婚相談所の開業支援、③地域活性化・地域貢献などである。

（１）事業承継支援

取引先中小企業の事業承継支援への活用を期待する。経営者・後継者などの婚活支援を通じて、スムーズな事業承継に繋がるケースも考えられる。近年の個人情報保護やプライバシー問題などを勘案すると、かつては地域金融機関が自発的に手掛けていた「仲人」的な役割について、同社のような専門企業に任せられた方が無難

とみられる。

（２）開業支援

結婚相談所の開業を希望する取引先に同社を紹介することで、本業支援に繋げる狙いがある。コロナ禍で苦戦が続くブライダル事業者への多角化提案や、新規創業希望者に同社を案内。また、地域金融機関からは、結婚相談所の開業資金の融資実行を期待する声も聞かれる。

（３）地域活性化支援

地域の人口減少や少子高齢化、若年層の大都市への流出は深刻である。地域における婚活を支援することで、定住人口の増加や地域経済の発展を目指す。SDGs 推進の一環と位置付け、自ら結婚相談所事業に乗り出す地域金融機関もある。

（４）手数料収入の獲得

地域金融機関は、婚活中の顧客を同社に紹介し成約することで、同社からマッチング手数料を得ることができる。結婚相談所の開業に関心のある事業者を同社に紹介し成約した場合も同様に手数料が支払われる。

4. 今後の展開等

同社に対する引合いなどは、人口減少の著しい地方部だけでなく、大都市部の地域金融機関からも増えている。同社では、地域金融機関の信用力や顧客ネットワークなどに期待しており、今後も積極的に地域金融機関との業務提携を進めていく考えである。

地域金融機関にとっても、取引先中小企業の本業支援や経営支援に関するメニューの一つに同社を活用する考えなので、業務提携の動きは強まると予想される。

以上

² 日本の年間婚姻組数（厚生労働省「人口動態統計月報 概数」2021 年 1 月～8 月婚姻組数 343,111 組を年間換算し独自算出）の 2%に相当

³ 2018 年～2020 年の新規開業社数のうち退会社数の割合で算出