



マッチングアプリ業界のガバナンスと安全対策の現在地

一般社団法人 恋愛・結婚マッチングアプリ協会
インタビュー：一般財団法人日本 ITU 協会

1. はじめに

マッチングアプリは日本社会において、出会いの補助線ではなく結婚に至る主要導線の1つへと変化してきている。40歳未満既婚者の約4人に1人がアプリ経由で結婚しているという統計もあり、オンラインの出会いは特別な選択ではなく日常の選択肢となりつつある。利用の広がりには利便性を高める一方で、安全確保や信頼性の担保という新たな責務を業界にもたらしめている。本稿は、国内のマッチングアプリ業界が整備してきたガバナンスの骨格と安全対策の具体像を整理し、今後の課題と展望を提示するものである。

2. 協会の概要・設立背景

マッチングアプリ協会は、2015年に一般社団法人として設立され、2026年時点で11年目を迎える団体である。設立の背景には、日本社会における未婚率の上昇や出生率の低下という構造的課題が存在した。結婚を望む人々が安心して出会える場を広げ、健全な出会いの環境を整えることが当初からの大きな目的であった。

設立当初は「一般社団法人結婚・婚活応援プロジェクト」の名称で、結婚相談所やブライダル業界を中心とした多様な事業者が参加する組織として発足した。当時、国では少子化対策として2014年に交付金制度が創設され、「婚活・街コン推進議員連盟(当時)」が発足するなど、結婚支援が政策的テーマとして浮上していた。政府(当時は内閣府)、議連、民間団体が三位一体で取り組む枠組みが整備されたことも、団体設立を後押しした。

一方、コロナ禍により、対面型の結婚相談所は大きな打撃を受けた。業界団体としては「一般社団法人 日本結婚相手紹介サービス協議会(JMIC)」に統合が進む一方で、マッチングアプリの利用者はむしろ増加し、オンラインの特性が強みとして評価されるようになった。当時、アプリ事業者を横断的に束ねる業界団体は存在せず、急速に拡大する市場に対して、公的な窓口や安全基準の必要性が高まっていた。

こうした状況を踏まえ、2017年には結婚・婚活応援プロジェクト内部にネット系事業者による「MSPJネット分科会」が設置され、これが現在の一般社団法人恋愛・結婚マッチングアプリ協会の前身となった。その後の利用者数拡大や社会的役割の変化を受け、2022年には理事構成が結婚相談所主体からマッチングアプリ運営企業主体へと大きく転換され、その後2025年には団体の名称変更等も行われ、現在の協会体制が整えられた。

現在の加盟企業は14社であり、そのうち正会員は第三者認証制度であるIMS認証(インターネット型結婚相手紹介サービス業認証制度=通称IMS認証)を取得している事業者である。IMS認証は法令順守、本人確認の厳格化、不正防止、利用者の個人情報保護など、多様な基準を満たした企業のみが取得できる制度である。もともとは結婚相談所向けの認証マークを運営していた団体がオンライン版として整備したもので、2023年以降、インターネット型の結婚相手紹介サービスのテレビ・ラジオCMの放送が可能になったが、その放送条件としてもIMS認証の取得が必須の

- 2015年5月、日本の未婚率の上昇や出生率の低下が進んでいる現状を改善するため、結婚を希望される方同士の安心できる出会いの場を広げ、結婚へと導く仲人役として「一般社団法人 結婚・婚活応援プロジェクト」を設立(初代表理事:増田寛也氏)。
- 婚活・街コン推進議員連盟(当時)(会長:三原じゅん子議員、事務局長:大岡敏孝議員(当時))での講演や結婚・婚活メディアカンファレンス(複数回)などを実施。
- 恋活婚活マッチングアプリをはじめとするネット婚活について、インターネット婚活サービス分科会を設置し、業界自主基準である「MSPJ7つの約束」を策定。



増田寛也代表理事(当時)講演(2015年11月「結婚・婚活メディアカンファレンス」)



加藤博徳 一般総務理事(当時)挨拶(2016年2月「結婚・婚活応援シンポジウム」)



婚活・ブライダル業界議員連盟会長三原じゅん子議員ご挨拶(2021年12月「結婚・婚活メディアカンファレンス」)

■ 図1. 設立経緯

基準として扱われた。また、自治体との連携においても、この認証が安全性判断の1つの基準として機能している。IMS認証の取得企業は現在9社であり、いずれも協会の正会員である。累計会員数が2000万人規模、1000万人規模の主要サービスも含まれており、国内の主要マッチングアプリの多くが協会に加盟する体制が整っている。

協会への入会基準は協会ホームページ^[1]でも公開されており、IMS認証の取得を必須とする正会員のほか、認証未取得企業の準会員、関連事業者の賛助会員といった区分が設けられている。いずれも「出会い系規制法に基づくインターネット異性紹介事業の届出」、一定期間の運営実績、セキュリティ許認可の取得、利用規約における利用資格の明示などの安全要件が求められる。



図2. 入会基準・会員種別

日本では、プラットフォームに対して高い安全性と責任を求める文化的背景があり、海外の“自己責任型”とは対照的である。そのため、各社がIMS認証の基準を超える取組みを自主的に導入し、高い安全性を確保している点も特徴である。

3. 出会いの構造変化がもたらす主要な課題

マッチングアプリに関する社会的課題は、少子化・未婚化の進行、そして出会いの多様化という大きな文脈の上に

位置付けられる。協会として現状、特に重要と考える論点は3つである。第1に不正被害の増加、第2にIMS認証（第三者認証）の取得率・認知率の不足、第3に利用者リテラシーの強化である。

図3の課題①にも見られるとおり、SNS型投資ロマンス詐欺は近年増加傾向にある。典型的な流れは、最初の接触にマッチングアプリが用いられ、その後、アプリ内の監視や本人確認を回避する目的で、やり取りを外部SNSへ移すというものだ。一次接触を阻止しきれない局面が存在することは否定できず、協会としてもこの構図に対して継続的な対策の強化が必要だと認識している。既に各社は、多層的な抑止策を講じているが、犯行手口が巧妙化する中では、啓発と運用の両輪を進化させ続けることが不可欠である。

次に、IMS認証の取得率・認知率である。IMS認証は一定の安全基準を満たした事業者が付与される第三者認証であり、安全なサービスを見分ける指標の1つとして機能する。しかし、テレビ業界や自治体などのステークホルダーに比べ、現状では一般利用者の認知度が十分ではない。原因としては、マークの分かりづらさ、各社の広報不足、認証の内容が利用者の体験に直結して伝わりづらいことなどが挙げられる。認証取得事業者数が現時点で9社と限定的で、一定のハードルの高さを示しているが、他方、利用者側の「選ぶ目」を育てることも、被害予防と市場の健全化の上で決定的に重要である。協会は、未取得の運営会社に対して取得促進を働きかけるとともに、自治体・メディア連携を通じて認証の意味を伝える啓発を広げている。

第3に、利用者リテラシーの強化である。マッチングアプリはオンライン上で完結するサービスではなく、実際に会うというオフラインの行為へ移行する。ゆえに、事業者が完全に監視・制御できない局面が必然的に生まれる。だからこそ、利用者が「外部SNSへの安易な誘導に応じない」「金銭・投資の話題が出たら距離を置く」「身元証明の提示方法に

利用者の拡大や、社会課題への貢献期待が高まる一方で、マッチングアプリを取り巻く現状について、下記の通り主に3つの課題があると認識しています。



図3. マッチングアプリ業界を取り巻く課題



注意する」といった基本的なリスク回避行動を身に付けることが不可欠である。協会は、関係省庁・自治体・警察・メディア等と連携し、ガイドブック配布やセミナー^[2, 3]などで実践的な啓発を継続している。

4. 少子化・未婚化時代における 出会い支援と社会インフラ化

マッチングアプリの社会的役割は急速に拡大している。こども家庭庁の調査でも示されるように、40歳未満の既婚者の約4人に1人がアプリを通じた出会いから結婚に至っており、職場・学校・友人紹介などの従来経路を上回る「結婚に至る導線」として機能している。かつて“出会い系”と捉えられた文脈とは異なり、今日のマッチングアプリは結婚相手に出会うインフラとして、地域・行政との連携を含めた公共的な役割を担い始めたと言える。

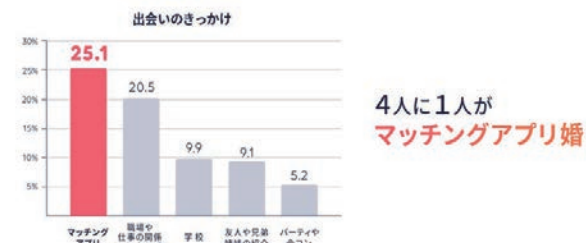
データを見ると、結婚した夫婦が持つ子供の数自体は1980年代から大幅に減っていない一方で、未婚率の上昇が

顕著である。つまり、出生数減少の大きな要因の1つは、結婚に至るまでの出会いの機会不足や意思決定の遅延にあると解釈できる。実際に、独身の若年層に結婚しない理由を尋ねると、最上位は「適当な相手にまだ出会っていない」であることが多い。この問題に対し、規模と多様性を備えたマッチングアプリの出会いの場は、婚姻機会を増やす現実的手段として有効である。もちろん、出会いの増加が直ちに婚姻・出生に直結するわけではないが、結婚の入口の拡大は不可欠であり、これが協会・事業者の社会的責務にもつながっている。

この文脈で、自治体との連携が全国で広がっている。一般的な取組みとしては、先に挙げたIMS認証の意味や初回対面の注意事項などを講座（セミナー）として提供するケースが多い。また、一部自治体では、アプリ利用料金の補助を通じて参加のハードルを下げ、事業者側もクーポン提供でこれを後押ししている。ガイドブックの配布、相談窓口の周知といった啓発インフラも整備が進む。

さらに、踏み込んだ事例として、マッチングアプリの運営会社が香川県と「出会い・恋愛・結婚応援に関する連携協定」を締結し、少子化対策の対象世代である若い世代が主体的に出会いや結婚の在り方を議論するコミュニティをサポートした。彼らの提言を起点に、知事から「かがわ恋愛総量最大化まちづくり宣言」が発表され、県全体で恋愛・結婚の機運を醸成するフェーズに入った。北海道では広域特性により「道内でも会いにくい」課題に対し、市区町村レベルの検索や位置情報の活用といったプロダクト側の調整が行われた。また、若者が集まる地域に根ざしたイベントである北海道マラソンと連携し、プロによるゴール

既婚者（直近5年間で結婚）の出会いのきっかけは、職場（20.5%）や学校（9.9%）を抑え、マッチングアプリが首位（25.1%）に



2024年7月 こども家庭庁による調査より抜粋

調査手法：Web調査 調査エリア：全国 調査対象者：15-39歳の既婚の男女一般生活者 サンプル数：2000ss
調査期間：2024年7月8日～7月22日

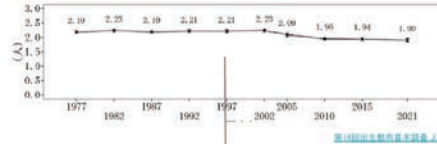
■ 図4. マッチングアプリの社会浸透

■ 「1夫婦あたりの子供の数」の変化は小さい

1982年：2.23に対し、2021年：1.90へ低下

完結出生子ども数

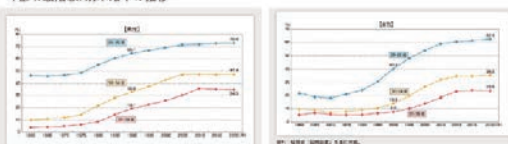
（夫婦一組あたりの平均出生子ども数に相当）



■ 未婚率の上昇は顕著

30代前半の未婚率は1980年代に比べ、男性は2倍以上、女性は3倍以上上昇

年齢（5歳階級）別未婚率の推移



資料：総務省「国勢調査」より

■ 図5. マッチングアプリと少子化・人口減少

婚姻率の低下は、少子化を左右する複数要因の中でも影響の大きい構造要因の一つ



■ 図6. 事例紹介：福井県

地点での写真撮影とアプリのプロフィール写真に使える形での無償提供など、自然な接点づくりも実施された。福井県では、県と複数事業者が共通コピーとキービジュアルを用いた広告・アプリ内施策を同時展開し、「福井県×タプル恋愛応援プロジェクト」として地域ぐるみの恋愛機運醸成に踏み込んだ。これらの事例に共通するのは、自治体が「婚活」を過度に前面化せず、日常風景の中へ違和感なく溶け込む導線を設計している点である。結果として、若い世代の心理的ハードルを下げ、参加の第一歩を後押ししている。

世代の広がりも見逃せない。若年層の利用は引き続き伸びる一方、40代・50代を主対象とするサービスも増えている。若い時期にアプリに親しんだ世代が、そのままのライフスタイルで年齢層を越えて利用を続けていること、そして少子化が進む中で将来的に深刻化が見込まれる孤独・孤立の対策の観点から、パートナー探しが福祉的な意味合いも帯び始めていることが背景にある。協会としては、従来の「少子化対策」に加え、「孤独・孤立の予防」というテーマに対しても、官民連携や啓発、データ整備を通じて提言を重ねていく必要性を認識している。

5. トラスト&セーフティの構造

マッチングアプリの安全確保は、不正会員対策と個人情報を含むセキュリティ対策の2点を中心テーマとなる。本章では社会的影響の大きい前者に焦点を当てる。昨今増加が指摘されるSNS型投資ロマンス詐欺は、アプリ上で関係性を作った後、監視と本人確認の網を避けるために外部SNSへ誘導し、偽装投資サイト等で高額被害を生じさせる手口が典型である。アプリが「初期接触の起点」として悪用される現実があり、業界は最重要課題として対処を強化

している。

5.1 第三者による審査：IMS認証

IMS認証は、一定の基準・運用が実際に機能しているかを第三者である特定非営利活動法人 結婚相手紹介サービス業認証機構^[4]が継続的に審査する制度である。協会の正会員は取得が前提で、認証は定期的に更新され、基準を継続して満たした場合のみ取得が維持される。利用者の視点では、IMS認証の有無は安全なサービスを“日常的に選ぶ”ための目印になる。例えば、

- 運用事業者への信頼性：特定商取引法・消費者契約法・個人情報保護法などの法令順守
- 不正会員の防止策：公的証明書に基づく厳格な本人確認（対応事業者ではマイナンバーカードICチップ連携によりアプリ内で電子的本人確認を完結）
- やり取りの安全性：24時間監視・通報導線・外部SNS誘導の禁止と検知が標準化
- プロフィールの信頼度：独身・年取等の公的証明の導入で重要属性の虚偽を抑制

といった明確な基準により運用・審査されている。

なお、IMS認証を取得していない準会員については、協会への入会時に誓約書の提出が求められ、事務局による審査が行われる運用となっている。

また、一部の事業者では、IMS基準を超える高度な対策を行っており、スマートフォンにマイナンバーカードをかざすことで、独身証明マークが付与されるサービスもある。なお、独身証明マークはおおむね半年の有効性を持ち、更新時に実態が再確認されるため、資格表示の鮮度も保たれる。そのほか、不正会員の多くが利用する海外IPアド



レスの遮断、初回対面の安全行動を自然に促すクイズ型の啓発UIなどを実施する事業者もある。これらは不正の“入口”を狭める対策と利用者の判断支援を同時に強化するものであり、トラスト&セーフティの実効性を底上げしている。

- ・「インターネット型結婚相手紹介サービス業認証制度」について
「インターネット型結婚相手紹介サービス業認証制度」は、健全な婚活サービスの普及と、消費者の安心・安全なサービス利用の促進を目的として、「特定非営利活動法人 結婚相手紹介サービス業認証機構」が運営する制度です。関係機関により「結婚相手探し」または「結婚を前提とした交際相手探し」に関するサービスであることを明示、適正な契約・関係法を遵守、本人確認の徹底と適切な後援の品質確保のための24時間365日監視体制の実施等といった認証基準に基づき審査が行われ、適正に運営する事業者には、認証マークの付与がなされます。

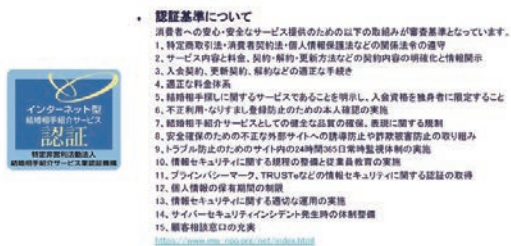


図7. IMS認証について

5.2 協会の取組み：自主基準ガイドラインの策定・運用

●「7つの約束」

利用者が安心安全に利用できるサービス環境を目指して2018年に制定され、その後随時見直しを行い、これまでに複数回の一部改訂を行っている。次の7つの規定で、日々の運用に必要な要件を体系化したものだ。

- 1 より強固な本人確認の徹底
- 2 独身確認
- 3 ルール違反の監視・強制退会ルールの運用
- 4 健全な品質基準（UI/UX）
- 5 利用者への啓発・注意喚起
- 6 利用者の個人情報の保護
- 7 継続的なサービスの改善

●自主広告表現ガイドライン

2023年11月に策定され、テレビ／ラジオ等の表現に誤認や過度な期待を生まないよう、制作時の実務規範を定めたものだ。入口（広告）と現場運用（7つの約束）の両面を押さえることで、初期接触からの逸脱を抑え、被害予防の精度を高める構造である。

●ナレッジの共有

安心安全のナレッジを共有するワーキンググループを作り、会員各社の安全担当が定期的に知見を持ち寄り、不正会員の動向や検知・抑止の手法、啓発の方法を横展開し対策している。

6. 社会的信頼の獲得と官民協働による啓発の広がり

協会は、IMS認証の意義と、安全な使い方を社会に広く

伝えるため、官民と連携した啓発を進めている。自治体・支援現場に対し、こども家庭庁主催のセミナー等を通じて、SNS誘導リスクや対面時の留意点を解説。東京都のイベント等では、一般利用者へ認証の選び方や安全活用のポイントを直接周知し、リテラシーの向上を図った。

中央省庁との連携も広がる。こども家庭庁のワーキンググループでは、「IMS認証の認知不足」という課題を提起し、官民連携での周知強化を提案。デジタル庁とは、マイナンバーカードのICチップを利用した本人確認の普及に向け連携協定を締結した。また、警察庁からの共同啓発依頼に基づき、会員各社はロマンス詐欺防止のため、利用者向け注意喚起の啓発活動を実施した。現在は、東京都の「結婚応援TOKYOミーティング」への参加や、IMS認証の認知向上と安全知識の普及を官民共同事業として継続的に進めるなど、社会基盤としての信頼獲得につながる行政連携が拡大している。



図8. 警察庁と共同でロマンス詐欺の防止を啓発

7. おわりに

こうした官民の連携と多面的な啓発活動により、マッチングアプリが社会インフラとして一定の信頼を得られるようになってきている。今後も継続的な認知向上と利用者保護の強化が求められている。

参考文献

- [1] 一般社団法人恋愛・結婚マッチングアプリ協会
<https://matchingapps.or.jp/>
- [2, 3] セミナーへの講師派遣事例
https://prtnews.jp/main/html/rd/p/000000120_000044116.html
<https://tapple.me/news/1018701184799604736>
- [4] 特定非営利活動法人 結婚相手紹介サービス業認証機構
<https://www.ims-npo.org/index.html>

※本記事は、遠隔で行ったインタビューをもとに、日本ITU協会が記事にしたものです。