



## 2. 自治体の取組事例

### 2-1. 静岡県島田市

#### 事例のポイント

- ◎「子育ては結婚から」という考えで、出会いから子育ての一連の流れを支援する中で、結婚支援事業を推進
- ◎市内結婚支援団体のネットワークを構築
- ◎近隣の5市2町で連携し、共通の行政課題に関連した婚活イベントも実施

#### (1) 島田市の現状

島田市では、少子化対策の一環として結婚支援事業を実施している。2002年度から2011年度までは、市単独事業として企画課が主管となり立食パーティーなどのイベントを実施していた。2015年度からは子育て応援課が主管となり、NPO法人クロスメディアしまだへ事業を委託し、結婚支援団体と連携しながら実施している。

図表96 島田市が実施している結婚支援事業の概要

分類	概要	
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>●少子化対策の一環として、結婚の意欲はあっても出会いの機会が少ない独身男女に対して出会いの場を提供し、結婚のきっかけづくりを行う</li> <li>●出会いから子育てまで長期的に支援することで、地域全体で結婚を応援する気運を高める</li> </ul>	
具体的な事業	『島田市に住もう応援奨励金』(主管：地域づくり課)	●県外から島田市に定住するために転入し、市内で新築住宅を建築又は購入した人を対象に、最大120万円の奨励金を交付
	『結婚新生活支援事業』(主管：子育て応援課)	●結婚し、島田市で新生活を送る新婚世帯に対して、家賃や引越に係る経費の一部を最大30万円補助
	『出逢い力の創造事業(出会いのチカラ塾)』	<ul style="list-style-type: none"> <li>●出会いの機会(婚活)を有意義なものにするため、独身男女(40歳くらいまで。男性は市内在住又は在勤)を対象に実施</li> <li>●2015年度は講座を8月～12月まで毎月連続5回開催。ファッションやヘアメイク・コミュニケーションなど出会うためのスキルアップ講座のほかに、料理や裁縫等の男女の出会いを創出する講座を実施</li> </ul>
	『出逢い力の創造事業(親婚活～親だからできるわが子の婚活交流会～)』	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現代の若者の結婚意識など結婚に関するセミナーを実施しながら、親同士で子どもの情報を持ちより交流会を実施し、親同士の交流をきっかけとして、独身の男女が出会う機会を創出する</li> <li>●45歳までの独身の子を持つ市内在住の親を対象に、2016年度は3回、2015年度、2017年度は2回実施</li> <li>●参加する親は、自分の子どもの承諾を得た上で子どものプロフィールシートを作成し、セミナー終了後、独身の男女の親同士で子どもの話をしながら交流した。</li> <li>●「しまだおせっかい人サロン」(後述)と連携</li> </ul>
	『出逢いの場創造事業』	●市内各地で、婚活イベントを開催
財源	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2015年度：地域活性化・地域住民生活等緊急支援事業</li> <li>●2017年度：市の単独事業</li> <li>●2016年度、2018年度：地域少子化対策重点推進事業</li> </ul>	
成果指標	●「島田市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、婚姻率(人口1,000人あたり)をKPIとして設定(2014年度4.63人、2019年度目標値5.00人)	

(2) 出逢いの場創造事業の具体的な内容や連携

<具体的な内容>

出逢いの場創造事業では、2017年度に4種類の婚活イベントを実施した。地酒婚では、参加者募集開始後すぐに定員に達したことから、イベントの内容を工夫することで集客が見込めると考えている。

図表97 出逢いの場創造事業の具体的な内容

イベント名	概要	会場
地酒婚	●島田の地酒を飲みながら美味しい出会いを創出	大村屋酒造場
お寺婚	●雰囲気の良いお寺を会場に、しっとりとお会いを創出	静居寺
BOOK婚	●ちょっと特別な夜の図書館を舞台に知的な出会いを創出 ●共催：島田市立図書館	島田市立図書館
初もうで婚	●縁結びの願掛けをしながら運命的な出会いを創出	大井神社宮美殿

<地域や民間事業者との連携>

NPO法人クロスメディアしまだ及び結婚支援ボランティア団体「しまだおせっかい人サロン<sup>52</sup>」等と連携して結婚支援事業を実施している。市内で活動している結婚支援ボランティア団体や関係機関との情報交換会を年に1度開催し、取組内容や課題などの意見交換を通じて情報を共有し、ネットワークを維持するよう工夫している。市が中心となって情報交換会を開催する点は、自治体ならではの点といえる。婚活イベント後には、おせっかい人サロンなどへの登録を促し、結婚支援ボランティアがその後も出会いの場を設定するなど継続的な支援をしている。

【地酒婚 チラシ】



また、成婚数については、NPO法人クロスメディアしまだから島田市に報告している。現時点の成婚数は2組のみとなっている。

また、2014年度より5市2町（静岡市、焼津市、藤枝市、牧之原市、島田市、川根本町、吉田町）で連携して、移住者獲得のための「トーキョー女子との婚活バスツアー」や、農業者の結婚機会創出のための静岡市周辺のいちご農家の男性と東京都在住の女性を対象とした農業婚活ツアー等を実施している。

(3) 課題と今後の展望

<課題>

島田市では、少子化対策として結婚支援事業を始めたが、婚活イベントを通じて成婚に至る例が少なく、婚姻率に対する効果がまだ表れていないため、費用対効果の説明が難しい。

また、結婚新生活支援事業では、国の補助の上限18万円(2016年度)を上回る30万円と設定したが、近隣で50万円を補助する自治体があり、島田市への移住を促進することが難しかった。そのほか、公金で結婚支援事業を実施することに関して、必要性に疑問を抱く市民から意見が届くこともあり、理解を得ることが難しいと感じている。

<今後の展望>

民間事業者とのすみわけを念頭に、自治体ならではの事業を実施していく方針である。島田市では全庁的に予算が縮小傾向にあるため、予算が確保できない場合は、団体の交流の場を設ける役割として関わる等、市の関与の仕方を見直すことも検討する予定である。

**多摩・島しょ地域における事業展開のポイント**

- ◎ 出会いから子育てまでを総合的に支援する1つの手法として結婚支援を実施する
- ◎ 自治体が主体となって結婚支援団体間のネットワークを構築することで、地域全体で結婚を応援する風土を醸成する
- ◎ 共通の行政課題に関連した婚活イベントを、広域連携で実施する

52 島田市地域おせっかい人養成講座(若年の結婚から出産、子育てへの関わり方について学び、実際の活動の現場やリアルな声を聴きながら、おせっかい活動の基礎となる団体づくりを目指す講座)を修了したメンバーを中心に、独身男女の出会いの場づくりのお手伝いをしている50~70代中心のグループ「プロフィールシート」を基に面接を行い、マッチングの場を設けている。

## 2-2. 新潟県柏崎市

## 事例のポイント

- ◎ 柏崎商工会議所や農業協同組合（JA）と連携した「かしわざきめぐりあい事業実行委員会」による事業実施
- ◎ 「しあわせ福袋」により成婚報告への動機づけを行い、成婚数を把握

## (1) 柏崎市の現状

柏崎市では、少子化や地域活性化を地域課題として捉えている。また、「柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、若者の出会いの場をつくることを明記し、事業を実施している。KPIとしては、婚姻率と成婚数を設定している。成婚数については、イベント参加者へのアンケートのほか、しあわせ福袋への申請を通じて把握している。

図表98 柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略でのKPI

項目	現状値(2014年度)	目標値(2019年度)
婚姻の割合(25～39歳)	54.9% (2010年国勢調査)	56.0%以上 (2020年国勢調査)
結婚活動応援事業による成婚数	17組	30組以上

## &lt;参考：「しあわせ福袋」による成婚数の把握&gt;

柏崎市内への定住を図ることを目的としたお祝い制度である。かしわざきめぐりあい事業の同一回のイベントに参加し、結婚したカップルを対象に、柏崎商工会議所やJA等からさまざまな特典を贈呈している。成婚者にとってはしあわせ福袋が成婚報告の動機となるため、より正確な成婚数の把握が可能となっている。

## &lt;課題&gt;

柏崎市在住の若者が他自治体に流出したまま戻らないことが課題であり、若者が柏崎市に移住・定住し、柏崎市で出産・子育てしやすい環境整備が必要と認識している。そのため、「柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の最重点目標及び施策体制の1つとして、若者が誇りと愛着を持って暮らせることを念頭に置き、結婚支援事業に取り組むこととしている。

## (2) 結婚活動応援事業の実施内容

## &lt;かしわざきめぐりあい事業実行委員会設立の経緯&gt;

柏崎市では2010年度から結婚活動応援事業を開始している。同時期に、柏崎商工会議所やJAで、未婚の会員を対象に結婚支援事業を実施することになったことから、3者が協働して事業を進めることとなり、かしわざきめぐりあい事業実行委員会を立ち上げ、結婚活動応援事業について連携して実施することとなった。3者が協働することで行政が関わっていることの安心感を市民に示した上で、結婚を望む男女の思いに応えることが可能となる。

## &lt;具体的な事業内容&gt;

「婚活 de クッキング」「新スポーツ&鍋婚活パーティー」「クリスマス婚活パーティー」「バーベキュー婚活パーティー」といったイベントを年に4回開催しており、中でも「婚活 de クッキング」は事業開始当初からイベント後の成婚率の高い人気のイベントである。これらのイベントはどれも募集人数が男女合計で30人程度と小規模であることも特徴である。

これらの事業実施にあたっては、婚活セミナー(イベント事前説明会)として、男性向けにはお悩み相談を、女性向けには婚活メイク術セミナー等を開催している。また、参加者へのアンケートを実施することで、イベントの内容や各種セミナーの見直し・検討を行い、マッチングにつながるような工夫をしている。

図表99 かしわざきめぐりあい事業実行委員会での具体的な事業内容(主な4回)

分類	婚活 de クッキング	新スポーツ&鍋婚活パーティー	クリスマス婚活パーティー	バーベキュー婚活パーティー
概要	グループに分かれて指定のメニューを完成させ、その後グループトークやフリートークを楽しむ	みんな一緒に楽しめる話題のスポーツと、美味しい鍋を囲んだ打ち上げパーティーをセットにしている	自己紹介タイムや、グループトークなど、食事のほかに参加者同士で話ができる時間も多く設けている	大自然を生かしたレクリエーションやバーベキュー&グループトークを楽しむ
開催日時	2018年9月15日	2018年3月17日	2017年12月16・18日	2017年9月16日
参加要件	男性は柏崎市在住又は柏崎通勤圏勤務(25歳以上) 女性は23歳以上 ※女性は居住要件等無し	男性は柏崎市在住又は柏崎通勤圏勤務(25~45歳) 女性は23~45歳※居住要件等無し		男性は柏崎市在住又は柏崎通勤圏勤務(25歳以上) 女性は23歳以上 ※女性は居住要件等無し
募集人数	男女各15人	男女各16人	男女各15人/日	男女各15人
参加費	男性 3,000円 女性 1,000円	男性 5,000円 女性 2,000円	男性 6,000円 女性 2,000円	男性 5,000円 女性 2,000円
参加者数	男性10人 女性9人	男女各10人	男性28人 女性29人	男女各19人
成果(カップル成立数)	4組	5組	10組	10組

<実績・効果>

2018年8月10日時点で過去30回の婚活イベントを開催し、計30組が結婚に至った。

イベントを継続的に実施し、かつ成婚実績があるため、かしわざきめぐりあい事業実行委員会の知名度が県内全体で向上している。それに伴い、市が結婚支援に取り組むことへの市民の理解が促進されるという効果もみられている。

<事業を実施する上での工夫>

イベント開催にあたっては、女性参加者の集客が難しいと感じているため、女性の参加費を男性よりも低く設定し、女性が参加しやすいよう工夫している。

また、以前に参加したイベントで面識ができた人と別のイベントで再会する懸念もあるため、男性参加者の居住要件を柏崎市内に限定せず、柏崎通勤圏勤務と広域にしている。この結果、多様な参加者が集まり、面識がある人と再会しにくくなっている。

(3) 今後の展望

かしわざきめぐりあい事業実行委員会としての実績は積み上がってきており、市民の理解も得られているため、今後も状況に応じて変化させながら市民の幸せのために尽力したい。なお、2019年度以降の委託先については、現在検討中である。

多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎自治体が婚活イベントを継続して実施することで、取組の認知度が向上するだけでなく、市民の理解促進につながる
- ◎成婚数を把握する上で、成婚報告への動機づけを行うことが有効である

## 2-3. 埼玉県横瀬町

## 事例のポイント

- ◎婚活イベントを通じてさまざまな地域資源をPRし、地域活性化につなげている
- ◎毎年度10組程度のカップルが成立し、参加者の評判も良い

## (1) 事例の概要

横瀬町観光・産業振興協会では、地域活性化の一環として地域資源の認知向上のために結婚支援事業を2015年度から実施している。

2015年度に、当時の横瀬町振興課担当から埼玉県の補助金（平成27年度SAITAMA婚活コミッション事業補助金交付事業）の紹介を受けたことをきっかけにイベントを開催した。それ以降3年にわたって、同補助金を活用してイベントを開催している。

ただし、2018年度は補助金制度を利用せず、観光・産業振興協会が独自で運営している。また、西善寺の住職から協力の申し出があったことから、2018年度は西善寺を会場とした「寺コン」の開催に至った。

【札所 de 寺コン チラシ】



図表100 2015年度からのイベントの概要

分類	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
名称	謎解き婚活!! in あしがくぼ笑楽校	婚活大運動会 in あしがくぼ笑楽校	愛と食材を掴みとれ! 婚活BBQ	札所 de 寺コン
目的	「あしがくぼ笑楽校」PR		「道の駅果樹公園 あしがくぼ」PR	「秩父八番札所西善寺」PR
概要	木造校舎を舞台に「青春」をテーマにした謎解きゲームを実施し、ぶどう狩り、給食等のイベントを通じて男女の交流を深める	廃校になった小学校を利用し、運動が苦手な方でも楽しく参加できる運動会を実施	新しくオープンしたバーベキュー場で、こだわりの地元食材をかけた食材争奪のゲームや地酒の利き酒、ご当地クイズ等を通じてパートナー探しを楽しむ	境内の樹齢600年もの巨大な力強さを感じるカエデのもと、座禅体験・写経体験を行い、寺でしか味わえない風情を感じながらマッチングを目指す
開催日時	9月26日	10月16日	9月10日	9月30日
参加要件	25～40歳までの独身の男女 ※居住要件等無し			
募集人数	男女各20人	男女各20人	男女各20人	男女各20人
参加費	男性 3,000円 女性 2,000円	男性 3,000円 女性 2,000円	男性 4,000円 女性 3,000円	男性 2,500円 女性 1,500円
財源	SAITAMA婚活コミッション事業補助金			独自（西善寺より備品等提供あり）
成果(カップル成立数)	11組	12組	11組	6組

## (2) 実施する上での工夫や効果

### <集客方法の工夫>

イベント開催にあたっては、女性の集客に苦労している。そのため、横瀬町社会福祉協議会の婚活イベント応募者のうち、イベント周知希望者への情報提供や、埼玉県福祉部少子政策課が運営している「埼玉県結婚・妊娠・出産・子育て応援公式サイト<sup>53</sup>」を活用した広報も行っている。現在では、「埼玉県結婚・妊娠・出産・子育て応援公式サイト」からの申込者も多くなっている。

また、女性にできるだけ多く申込をしてもらうためにも、女性の参加費を安くしている。なお、実際の参加者は、男性は30代半ばから後半が多く、女性は30代前半から半ばが多くなっている。

### <自治体、地域、民間事業者との連携>

横瀬町に対してはイベントに関する広報協力を依頼し、報告を行っている。

イベントの内容検討や開催にあたって、観光・産業振興協会から町内の民間事業者に適宜情報提供や声かけを行っている。そのため、本イベントに関する町内の認知度は高い。時折地元の農園・店舗等からイベント開催時の提携の打診がある。

横瀬町社会福祉協議会でも、さまざまな結婚支援事業を行っていることから、イベント情報を互いにウェブサイトに掲載したり参加案内等で協力しあっている。

### <参考：横瀬町社会福祉協議会での実施事業>

独自で結婚相談所の運営や、婚活イベントを実施している。婚活イベントは「そば打ち」「ぶどう狩り」「氷柱見学」といった、季節や地域にちなんだ自然体験型のほか、40代以上の世代や再婚希望者など対象者限定型を行っている。

2018年度は女性の集客を期待して「秩父メープル&スイーツ婚活♡あしがくぼの氷柱」を実施した。

### <効果>

2015年度から2017年度にかけては、毎年10組以上のカップルが成立している。なお、2018年度は、参加者が少なく(男性18人、女性12人)、その中で6組がカップルとして成立している。カップル成立数が多い要因としては、毎回異なる角度からイベントを企画しプログラム及び客層に変化を持たせたことや、イベント当日に観光・産業振興協会のスタッフからも声かけをするなど、積極的にサポートしたことなどが挙げられる。

カップル成立の有無にかかわらず、参加者からはどのイベントも好評である。イベントによっては町外はもちろんのこと、町内からの参加者も多くみられた。

また、2015年度にぶどう狩りを実施した農園からは、農園としての認知度向上につながったとの声が寄せられたため、地元の産業振興の側面からも成功していると言える。

## (3) 課題と今後の展望

### <課題>

どのイベントも参加者のカップル成立数が半数以上となっている一方で、カップルが成立しなかった参加者のアフターフォローも必要だと感じている。

また、町内のみならず遠方から参加する人も多いため、お昼時からの開始にする等、イベント開始時間への配慮も必要である。

そのほか、イベントの参加者に対して、横瀬町への再訪を促す仕組みがないことも課題であると感じている。

### <今後の展望>

2019年度以降のイベント開催は未定である。ただし、観光PRにつながる施設等があれば、婚活イベントと組み合わせて認知度向上を目指したいと考えている。また、2018年度に実施した寺コンは、参加者からも好評だったため、継続したいと考えている。

## 多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎観光の側面から結婚支援事業を捉え、地域内外に地域資源をPRするイベントを実施
- ◎地元の農家や寺社仏閣等、地域の資源を活用する場合は、そこでしか体験できない企画を取り入れる

53 <https://www.saitama-support.jp/> (2018年11月29日アクセス)

## 2-4. 埼玉県狭山市

## 事例のポイント

- ◎シビックプライドの醸成や定住促進を目的として実施
- ◎届け出挙式は地元の大学・民間企業、民間の婚活事業者等と連携
- ◎市内製造業に勤務する男性を対象とした婚活イベントを通じて、未婚化と晩婚化の進行防止だけでなく、市内製造業の活性化に寄与

## (1) 狭山市の現状

狭山市では、少子化や若年人口の減少に対して危機感を持っており、若年人口を増やす取組を進めることで、定住・移住の際の候補になるような魅力的なまちづくりを進めている。

「狭山市人口ビジョン まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、基本目標の1つとして、「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」を掲げており、合計特殊出生率を基本指標としている。今後、少子化の加速が見込まれるため、安定的な人口構成を実現するために、結婚、妊娠・出産、子育て等のさまざまな要因に包括的に取り組み、年少人口の減少に歯止めをかける必要があると考えており、そのための施策の方向性として、「婚活事業の推進」を掲げている。具体的には、婚活セミナーの実施と出会いの場の提供を行っている。

また、「婚活事業の推進」の指標として、支援による結婚成立件数を掲げているが、結婚が成立したかどうかを確認することが難しい。特に婚活セミナーのみの参加者は、セミナー受講後の状況が把握できないことを課題と感じている。

なお、狭山市内のイベントをきっかけに結婚しても市外に流出することも考えられる。しかし、国全体の婚姻率や合計特殊出生率の向上に寄与することが重要であり、市外に流出したとしても、定住を考える際に狭山市で出会ったこと等を思い出し、狭山市を定住先として選択する人が増えればよいと考えている。

図表101 狭山市人口ビジョン まち・ひと・しごと創生総合戦略での施策の方向性

分類	概要
具体的な事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●婚活セミナーの実施：結婚力の向上を目的に、異性に対して好印象を与えられるようなマナーなどに関するセミナーを実施</li> <li>●出会いの場の提供：婚活セミナーとともに、結婚希望者を対象とした自治体主催の婚活イベントを開催し、出会いの場を提供</li> </ul>
KPI	●支援による結婚成立件数：24人(2019年までの5年間合計)

## (2) 届け出挙式の概要

届け出挙式は、シティプロモーションの一環として行っている。狭山市のシティプロモーションは、狭山市に居住する人や関わる人たちに、狭山の魅力を伝え知っていただき、狭山市への愛着や関心を深め、「まちをよくしよう」という想いの熱量を上げて、それを市の魅力づくりにつなげ、その魅力を市内外に発信することで、地域の活力を高めていくことに狙いがある。

そのキーワードは「シビックプライド」であり、その醸成に向けた取組の1つとして、狭山市では、以前からブライダルに関する事業を実施したいという考えがあった。ゼクシィ（株式会社リクルートマーケティングパートナーズ）が埼玉県越谷市と届け出挙式を実施したことをきっかけに、狭山市でも、ゼクシィと協働での事業実施に至った。

【届け出挙式 式の様子】



図表102 届け出挙式の概要

分類	概要
目的	●結婚という人生の大きな転換点を、市を挙げて祝福することで、狭山市への愛着を深め、定住促進につなげる
概要	●婚姻届の提出のみで、挙式を行う予定がないカップルを対象に、市内の大学や企業との協働により、市議会議場を会場に、プチ挙式を行う。
実施日時	●2018年2月22日に実施 ●2018年度は、11月22日“いい夫婦の日”に実施 ※当日、婚姻届を提出したカップルを祝福するため、市内結婚式場の協力でフォトブースも設置。
参加要件	●届け出挙式開催の2週間前から2ヶ月前までに、狭山市に婚姻届を提出し、結婚後、狭山市に居住する方
募集人数	●各日1組
参加費	●無料
財源	●市の予算は0円 ●地元の大学・民間企業、民間の婚活事業者(ゼクシィ)等と連携して実施

<事業を実施する上での工夫>

届け出挙式は、全国10自治体（2018年2月現在）で実施されていることから、狭山市らしさを出すために、市の特産である狭山茶を使用した三三九度（そのアテンドも茶娘姿で行った）や狭山市ゆかりの現代詩人 故・吉野弘氏の祝婚歌を入れた結婚証明書を使用するなどした。

<参考：婚姻届を提出した方への記念品の贈呈>

①狭山茶と急須の贈呈

2人で過ごす時間に、狭山茶を味わってもらい、心も体も温まり、末永く幸せが続くことを願い、婚姻届を提出された方に地元特産狭山茶と急須を贈呈。

②狭山市オリジナル「婚姻記念証」の贈呈

新たな人生の門出を祝福するため、狭山市在住で、「まんが日本昔ばなし」の演出・作画・美術を担当した池原昭治氏の童絵に、狭山市ゆかりの詩人、吉野弘氏直筆の詩「祝婚歌」を載せたデザインのオリジナル婚姻記念証を贈呈。

<地域や民間事業者との連携>

届け出挙式を産学官連携で実施していることも他自治体との違いである。当日の企画・運営にあたっては、狭山市とまちづくりの包括連携の協定を締結している西武文理大学サービス経営学部の学生が企画から関わっているほか、事業の趣旨に賛同する市内の事業者が、届け出挙式を実施した夫婦に、記念写真撮影や飲食に関する特典を独自に提供するなど、地域活性化の一助にもなっている。

なお、届け出挙式実施前は、市内の結婚式場からの反発を想定していたが、結婚というハレの日を祝うことの良さを再認識する機会になることから、協力を得ることができた。

届け出挙式における協力先及び協力内容は以下のとおり。

図表103 届け出挙式の協力先・協力内容

協力先	協力内容
ゼクシィ編集部（株式会社リクルートマーケティングパートナーズ）	●募集用ポスター・チラシの手配 ●ブーケやブートニア等の挙式アイテム一式の無料貸与
西武文理大学サービス経営学部（1・2年生19人）	●挙式の演出の企画 ●当日の運営 ●会場装飾
株式会社メモルス	●結婚記念品の紅白バームクーヘンの提供
狭山茶業協会	●三三九度用の器、狭山茶玉露、茶娘衣装の提供
ベルヴィアズグレイス（結婚式場）	●記念撮影用ブースの無料貸与
市内の写真館、レストランなど	●記念写真撮影に関する特典 ●飲食に関する特典

### <効果>

市の広報誌等で届け出挙式の開催を知り来場した市民からは、今後の開催を望む声も聞かれた。また当日の運営に関わった西武文理大学サービス経営学部の学生からも、普段触れ合う機会のない地域の方と関わることができ良い経験になったという声が聞かれた。そのほか、他自治体からも実施について問い合わせが増えていることも、一定の効果といえる。狭山市では、大学や企業などが有する強みを活用することで、事業の質を向上させることができたと捉えている。

また、メディアに向けたパブリシティで、新聞にも掲載された。これは、申込みの増加にはつながらなかったが、市の認知度の向上に加え、市内の事業所から協力の申し出をいただくなど、一定の広報効果があったと考えられる。

このほか、届け出挙式をきっかけに、事業に協力いただいた大学の事業に、事業者が協力するなど、地域での新たな連携が生まれている。

### <課題とその対応策>

届け出挙式の実施希望者を増やすことが最大の課題である。これは、届け出挙式の対象者が限定されていることに起因すると想定される。その対応策として、届け出挙式の実施日を過去の統計から婚姻届の提出が多い日に設定することや、市内の居酒屋やコンビニエンスストアなど対象者の目に触れやすい店舗へのポスター掲示や公式SNSでの発信、メディアや地域のミニコミ誌に向けたパブリシティ活動、婚姻届の用紙を受け取りに来た対象者に対して、市民課と広報課が連携して、届け出挙式を紹介し積極的にアプローチするなど周知方法を工夫している。このほか、当初は婚姻届を提出した日に届け出挙式を実施できるカップルを対象にしていたが、婚姻届の提出日と届け出挙式の実施日が同日でなくても対象にするなど、より多くの方が届け出挙式を実施できるよう制度の見直しを進めている。

### (3) “電車で恋する” さやまコンの概要

西武鉄道では、2016年度より電車内で同窓会を開催する「同窓会電車」のイベントを実施していた。こうした電車内でのイベントを実施する中で、婚活イベントの実施についても可能性を感じた西武鉄道から、狭山市に提案があった。狭山市としても、「狭山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」で出会いの場の提供を掲げていたことから、2017年に西武鉄道と委託契約を締結して実施に至った。

図表104 “電車で恋する” さやまコンの概要

分類	概要
目的	●結婚を希望する人に出会いの機会を提供することで、人口減少の一因となっている未婚化と晩婚化の進行を防ぐとともに、市内製造業の活性化につなげる
概要	●製造業が盛んな狭山市に多く存在する「モノづくりスト」との電車内婚活パーティーを実施
開催日時	●2017年10月1日
参加要件	●狭山市内企業（製造業）に勤務する25～39歳までの独身男性 ●女性は、25～39歳までの独身者（居住要件なし）
募集人数	●男女とも各20人
参加費	●男女ともに1人3,000円
実施体制	●主催：狭山市 ●共催：西武鉄道株式会社「西武線 同窓会列車」
予算	●西武鉄道への委託費と、カップル成立者向けの記念品の代金として計上

<集客方法の工夫>

コンセプトとして、狭山市が誇る「モノづくりリスト」（「モノづくり」に対して真摯に向き合う人々）との婚活を掲げているため、市内の製造業に勤務する25～39歳の男性を対象としたが、対象者を限定した結果、応募者が少なかった。そのため、駅前でチラシを配布したり、参加企業に対し企業内での周知に関して協力を依頼したりといった工夫を実施することで、応募者を増やすことができた。

【“電車で恋する” さやまコン ウェブサイト<sup>54</sup>】



<事業を実施する上での工夫>

このイベントのために、通常の西武鉄道のルートとは異なる経路で電車を運行した。また、狭山市のシティプロモーションのために一旦降車し、狭山茶でのおもてなし、狭山市のPR動画の閲覧等を実施した。

<効果>

39人が参加し、11組のカップルが誕生した。イベント参加者へのアンケート結果から、イベントへの満足度<sup>55</sup>は7割程度と、おおむね好評である。また本イベントがテレビでも取り上げられたことで、狭山市としても西武鉄道としても、全国にPRする良い機会となった。

<課題>

成婚者の把握のため、イベント参加者に対する電子メールを中心とした追跡調査を実施している。しかし任意調査であるため、イベント後の結婚成立件数を把握しきることは難しいと感じている。

<今後の展望>

単なる婚活イベントではなく、シティプロモーションや定住促進も視野に入れたイベントを開催していきたい。また、過去に近隣市と連携したイベントを開催した経緯もあることから、広域連携でイベントを実施したいと考えている。

多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎地元の事業者・大学、民間事業者と連携して実施することで、地域全体の活性化につながる
- ◎婚活イベントを企画する際は、対象者条件をあまり限定せず、その地域に興味がある人も含めることで集客につながる
- ◎地域の魅力の再発見や定住促進等を目的とすると、交通機関等も地域資源と捉えることが可能

54 <https://eventai.io/events/6> (2019年1月7日アクセス)

55 今回のイベントはどうだったかという設問に対して、「大変満足である」と「満足である」と回答した人の合計の割合

## 2-5. 熊本県有明広域行政事務組合 荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター

### 事例のポイント

- ◎ 2市4町の特産物や史跡等のPRも兼ねて、婚活という切り口で地域の魅力を伝えることで、地域活性化、移住・定住者獲得につなげることを目的としている
- ◎ 自治体施策や課題と結婚支援を結びつけて実施している(あらたま方式)
- ◎ 地元企業を巻き込んだ結婚支援を実施している

#### (1) 荒尾・玉名地域 結婚サポートセンターの概要

熊本県有明広域行政事務組合は、荒尾市、玉名市、玉東町、南関町、長洲町、和水町の2市4町で構成されている。これら2市4町では、人口減少が喫緊の課題となっており、少子高齢化や未婚化・晩婚化を解消することが必要であった。そのため、市町村の枠を超え独身の男女の出逢いの場を創出して、交際から成婚への手伝いをするを目的に、2010年6月に荒尾・玉名地域結婚サポートセンター(以下「KOIBANA」という。)を開設した。

図表105 荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター(KOIBANA)の概要

分類	概要
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 結婚支援イベントによる地域活性化</li> <li>● イベントによる成婚をきっかけとした、荒尾・玉名地域への移住・定住者の増加</li> </ul>
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2市4町の特産物や史跡等のPRも兼ねて、婚活という切り口で地域の魅力を伝える</li> <li>● 2市4町の持ち回りで結婚支援イベントを実施</li> </ul>
運営体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2010年から3年間は有明広域行政事務組合からNPOに事業を委託</li> <li>● NPOでの実績の伸び悩みや自治体との考え方の相違等が原因で、2013年から有明広域行政事務組合の直営方式に切り替えた</li> <li>● 2018年現在は、有明広域行政事務組合担当係4人、サポートセンター3人の計7人体制                         <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 婚活イベント実施の際には、KOIBANAから最低1人、最大6人が運営補助を行う</li> <li>➢ 2市4町では婚活担当を1人ずつ設置し、婚活イベントの企画等をサポートしている。(主に企画課やまちづくり課の職員が他業務と掛け持ちで対応)</li> </ul> </li> </ul>
予算・負担金	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2015年より、国の地域少子化対策重点推進交付金を活用</li> <li>● 2市4町は、一律の金額に加えて、人口に応じた割合を負担している</li> </ul>

#### <広域連携による効果>

2市4町が連携して事業を実施することで、参加者を広範囲から集客できる。ほかにも、知り合い同士がイベント会場で遭遇する確率が下がるといった効果や、各自治体の地域資源を共有することでイベント内容に多様性を持たせることができるといった効果がある。これらの効果により、対象者が楽しく参加しやすい環境となっている。

【荒尾・玉名地域結婚サポートセンター(KOIBANA) 紹介冊子】



#### (2) 結婚支援事業の特徴

##### <登録会員及び婚活イベント参加者の特徴>

男性は圏域の2市4町に居住する、若しくは勤務している、小中学校を卒業している者に限定しているが、女性は全国から登録が可能である。圏域外からの登録も多く、移住目的の層も獲得できている。なお、会員は女性の割合が高い。

### <参加者の集客状況及び参加費>

婚活イベントには毎回多くの参加者が集まっており、抽選になることもある。なお、参加費は男女同額としている。

### <企画するイベントの種類>

KOIBANAでは、結婚支援と自治体施策や自治体が抱える課題といった要素を結びつけたイベントを2市4町の各課と連携して企画・実施している。このように自治体施策や課題と結婚支援を結びつけて実施することで、自治体の課題解決にもつながり、結婚支援にもなる。自治体施策や課題と結婚支援を掛け合わせて実施しているイベントの具体例としては、防災型、子育て支援型、移住定住型、地域活性型、観光型、生涯学習型、男女共同参画型の7つが挙げられる。このようなイベントの実施方法は、「あらたま方式」と呼ばれている。

【子育て支援型】



【地域活性型】



【生涯学習型】



### <結婚支援による効果>

カップル成立の割合は7割を超えることも多く成婚実績も12%と高い水準となっている。

通常、自治体が実施する結婚支援では、成婚数まで把握することが難しい。しかし、KOIBANAでは、イベントを通じてカップルになった人には、月に1度、交際状況の電話報告を依頼することで、成婚者数まで把握している。なお、参加者から電話が来ない場合は、KOIBANAから連絡をとることで状況を把握している。

また、成婚者には、お祝い品として2市4町の特産品等を贈呈するとともに、首長が出席するセレモニーも開催している。これによりカップルが成婚を報告する動機を創出している。

### (3) 地域や民間事業者との連携

KOIBANAでは、週末にイベントを開催することも多い。そのため、KOIBANA職員が補助していた役割を、主催者である企業パートナー自身が担うことで、将来的に企業単独でのイベント開催につなげたいと考えている。

当初より、KOIBANAによるイベントの開催時には周知の協力を地元企業に呼びかけており、中には会場としての利用を申し出る企業もいた。以降、KOIBANA企業サポーターとして制度化した。2018年9月時点では、飲食業、農業協同組合、製造業等の企業10社が企業サポーターとして登録している。

企業にとっても、自治体と連携することは新規顧客の取り込み、広報、空いている時間の有効活用による利益の創出につながることから、メリットが多い。

なお、企業との連携にあたっては、熊本県の「よかボス認定」を得た企業のみを企業サポーターの登録対象とすることで、KOIBANAとして企業調査をしなくてよい枠組としている。

### (4) 今後の展望

ひとり親を対象とした婚活イベントを開催した際、「ひとり親としてイベントに参加し成婚に至った人の実際の声を知りたい」という要望があったため、今後KOIBANAのウェブサイトを変更し、イベント参加者の声を届けるようにすることで、参加者を増やすためのPRや、参加しようと思っている人に安心感を与えられるようにする予定である。

## 多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎自治体間で広域に連携しながら結婚支援事業を行うことは、地域資源の共有、集客の面でメリットがある
- ◎企業を表彰する既存制度を活用しながら企業と連携して、地域全体で結婚を応援する気運を醸成する
- ◎自治体の課題や施策と組み合わせた事業として実施することで取り組みやすくなる

## 2-6. 立川市

## 事例のポイント

- ◎交流人口増加を目的に、25～39歳の若年層が市を訪れるための工夫として実施
- ◎「輝く個店振興事業」にて表彰された「たちかわの輝く個店」と連携し、プレミアム婚姻届提出者に特典サービスを提供
- ◎プレミアム婚姻届を提出した人の半数以上は市外在住者

## (1)立川市の現状

立川市では、立川市及び周辺地域の人口減少が、労働力人口や交流人口の減少につながり、地域内消費の減退や地域産業の縮小等を招く恐れがあると認識している。そのため、「たちかわ創生総合戦略」において、人口減少問題の克服に向けた「交流を中心に展開する『たちかわ創生』と4つの戦略」を掲げ、交流人口の増加や、結婚支援事業を通じて次世代を担うひとを育む方向性を明記している。

## (2)立川市プレミアム婚姻届の概要

結婚支援事業の1つとして実施されたのが、立川市プレミアム婚姻届の作成である。本事業は、2015年度にたちかわ創生総合戦略の一環で設置した庁内の若手職員によるワーキンググループにおいて、3グループのうち1つが提案したものである。ワーキンググループでは、転居は結婚や出産のタ



【立川市プレミアム婚姻届】

イミングが多いことから、ライフイベントの節目に立川市に來訪することで、定住のきっかけづくりになるとともに、交流人口の増加が見込めるとして、提案がなされた。本提案が最も評価を集めたため実現することとなり、2015年11月からデザインを検討、2016年5月に販売を開始した。

図表106 立川市プレミアム婚姻届の概要

分類	概要
目的	●25～39歳の若年層が立川市を訪れるためのきっかけを作ることで、交流人口の増加につなげる
主管部署	●企画政策課
販売場所	●立川市役所内コンビニエンスストア、立川市内ホテル(結婚式場)等6店舗
価格	●1,000円※1人で2部まで購入可能

## &lt;事業を実施する上での工夫&gt;

プレミアム婚姻届購入者が自由にアレンジできるように白を基調としたデザインとし、フォトフレームとしても活用できるようにしている。また、立川市への来訪を目的としていることから、市内でのみ入手可能としている。そのため、在庫状況はウェブサイトやSNSでこまめに発信し、購入希望者が事前に確認してから来訪できるようにしている。

## &lt;地域や民間事業者との連携&gt;

婚姻届を購入するために来訪するだけでなく、立川市に提出する来訪者を増やすことで、交流人口の増加が期待できる。そのための工夫として、プレミアム婚姻届提出時に本庁舎内にある記念写真撮影コーナーで撮影した写真を提示すると、市内店舗における特典を受けることのできる仕組みを整備した。特典を受けることができるのは、立川市と立川市商店街振興組合連合会が実施する「輝く個店振興事業」で表彰された「たちかわの輝く個店」で、2018年9月1日現在18店舗である。特典内容としては、ワインのサービスやデザートのパレートのプレゼント等がある。

**<効果>**

自身で記入した婚姻届を手元に残すため、友人や家族へのプレゼントにするためといった目的で購入する人が多く、デザイン性を評価する声が多い。2017年3月には「ふるさと名品 オブ・ザ・イヤー」でコト部門の地方創生大賞を受賞し、全国的な知名度が上昇した。

その影響もあり、現在も在庫に関する問合せが多い。立川市にプレミアム婚姻届を提出したカップルのうち、双方が市外在住者であるカップルの割合も、2016年度は約50%だったが、2017年度には約60%に増加した。目的である交流人口の増加が実現できている。

**<課題>**

現在も順調に販売数が推移しているが、性質上リピーターは少ない。従って、今後はより市外向けのPRを強化すべく、購入者の口コミで広げていく等の方策を検討する必要がある。

**(3) ウエディングシティ立川推進事業の概要**

立川市では、TAMAウエディング推進会と連携したウエディングシティ立川推進事業を実施している。本事業は、多摩地域での結婚式場の認知度向上や、結婚のタイミングでの若年層の流出人口の減少を通じた、より一層活気のあるまちづくりを目的としている。

【結婚アカデミー当日写真<sup>26)</sup>】

図表107 ウエディングシティ立川推進事業における主な事業

事業名	概要
たま夢婚	<ul style="list-style-type: none"> <li>●結婚式の大切さ、素晴らしさを伝えるイベントとして開催</li> <li>●多摩地域在住で、結婚式を挙げたくても挙げられなかった夫婦を対象に、今でも結婚式を挙げたい思いや理由を文章で募集</li> <li>●2018年度は11月24日、TAMAウエディング推進会加盟施設での結婚式をプレゼント。また、共催者であるアルバルク東京の公式戦プライムタイムにて、お祝いセレモニーを開催。9組から応募があり、そのうち1組のみ実施。</li> </ul>
結婚アカデミー 「結婚が大切な理由」	<ul style="list-style-type: none"> <li>●結婚式の魅力等を伝えるための小学校高学年向けイベント</li> <li>●読みきかせとお芝居の要素を入れた「よみしばい」による結婚式を挙げる意味等の紹介と、子どもたちも参加する体験型模擬結婚式によるマナー等の紹介を実施</li> <li>●実施日：2017年3月11日</li> </ul>

**(4) 今後の展望**

プレミアム婚姻届については認知度も向上し、販売も好調であることから、今後も継続する。なお、プレミアム婚姻届の販売について、現在は立川市への来訪も目的の1つと考えていることから、今後も市外で販売することは想定していない。

また、TAMAウエディング推進会等の民間事業者と連携し、多摩地域の結婚支援を活性化したり、自治体同士の連携による事業の実施も今後検討したいと考えている。

**多摩・島しょ地域における事業展開のポイント**

- ◎交流人口を増やすという視点で結婚支援に取り組む
- ◎ウエディング業界やそれ以外の地域の事業者（商工会等）と連携して事業を実施することで、事業の幅が広がるだけでなく、地域の経済効果にもつながる

56 <https://tamawedding.com/> 今までの活動2/結婚アカデミー『結婚式が大切な理由』開催/(2019年1月11日アクセス)

## 2-7. 新潟県長岡市

## 事例のポイント

- ◎新たに誕生した市の複合施設で市民発案の“人生のハレの舞台＝結婚式”を実施
- ◎人前結婚式を実施することで、施設の多様な活用方法をPR
- ◎市内ホテルと連携して実施。現在も希望があれば会場の貸し出しは可能

## (1)長岡市の現状

長岡市では、2012年に「長岡市市民協働条例」を制定し、「協働によるまちづくり」をテーマに、市民と行政が協働できる仕組みや環境整備を進めている。2015年には長岡版総合戦略「長岡リジュベネーション ～長岡若返り戦略～」を策定した。策定にあたっては「若者自身が参加、企画、実現し、魅力を生み出すまちづくり」等の考えを基盤とし、若者自らが魅力を生み出すまちづくりや、情報発信によるひと・モノ・情報の交流拡大等に取り組んでいる。

## (2)アオーレ長岡における人前結婚式の概要

人前結婚式は、アオーレ長岡のオープニング記念イベントの1つとして、ワークショップ等で市民が発案し、市内で活動する市民団体の長を中心とした「イベント検討市民協議会」での検討を経て長岡市長に提案され、実施に至った。

図表108 アオーレ長岡における人前結婚式の概要

分類	内容
目的	●2012年に「ハレの場」として誕生したアオーレ長岡（アリーナや市役所が一体になった複合施設）の施設の理念や多様な活用方法を広く周知する
概要	●アオーレ長岡の中心に位置するナカドマ（屋根付き広場）で、人生の「ハレ舞台」となる「人前結婚式」 <sup>57</sup> を実施
開催日時	●2012年6月3日、6月23日
対象者	●対象となる新郎新婦は市にゆかりのあることを条件として公募 ●6組から応募があり、抽選で決定
実施体制	●主催：長岡市 ●協力：市内ホテル（挙式の進行や乾杯ドリンクの提供等）
予算	●1,785,000円（会場設営他委託料や飲料ケータリング代等）

【アオーレ長岡における人前結婚式の様子<sup>58</sup>】

57 「人前結婚式」では、列席者が結婚を承認する「人前式」という形式が採用されている。

58 長岡グランドホテルウェブサイト

<https://breezbay-group.com/nagaoka-gh/wedding/ceremony/aore.html> (2019年1月15日アクセス)

**<事業を実施する上での工夫>**

オープニングイベントとしての位置付けであったため、スタッフも施設を十分に理解しきれていないオープン前の段階から検討が開始された。そのため、手探り状態からの検討に苦慮した。

実施にあたり、協力を依頼した市内ホテルのブライダル担当や、実際に挙式する新郎新婦と意見交換を行い、新郎新婦、観覧者、運営するスタッフにとっても“思い出”となる式を目指した。

そのための工夫として、当時の市長が立会人として行う婚姻届や証明書の受け渡し、3階デッキからのブーケトスのパフォーマンスなど、非日常が繰り出す可能性を示す内容とした。

**<効果>**

事業の実施にあたり、検討段階から市民の声を大切にすることで、ルールに捉われない意見が出るだけでなく、市民の意見が市政に反映された実績となり、市民が市政に参加するきっかけにつながる効果があると認識している。特に結婚式のようなテーマは、市民にとっても内容が想像しやすく、検討に参加しやすいと考えられる。

また、当日の様子はマスコミにも取り上げられ、アオーレ長岡の多様な活用方法を示すことができた。特に誰もが気軽に立ち寄り活動できる、開かれた空間であるナカドマのPRにつながった。同年には市内ホテル主催で2組目の挙式も行われ、市と施設運営団体は運営面で支援した。

【アオーレ長岡のナカドマで開催された他イベントの様子<sup>59)</sup>】**(4) 課題と今後の展望**

現在も新郎新婦の希望の日程に応じて挙式できるが、実施はほとんどない。理由として、会場となるナカドマでほとんどの週末においてさまざまなイベントが開催されており、日程の確保が難しいことが挙げられる。市としても、「ハレの場」としての施設活用に資するため、今後も市民や民間と連携しながら、事業を実施していきたいと考えている。

**多摩・島しょ地域における事業展開のポイント**

- ◎施設を活用した結婚式は多様な施設活用のPRにつながる
- ◎地域住民による実施検討を経ることで、住民の市政参加につながる
- ◎市内事業所と連携し、継続して実施するための仕組みを構築する

59 長岡市提供

### 3. 民間事業者の取組事例

#### 3-1. 株式会社ツヴァイ

##### 事例のポイント

- ◎全国において自治体の結婚支援事業を支援している
- ◎ライフデザイン講座やワークショップ等のプログラムを男女別・複数日に分けて実施し地域の理解を深めた上で、婚活イベントを実施することで少子化対策及び地域活性化を実現している

##### (1) 事業者の概要

ツヴァイでは「幸せな出会いを創造する」という理念のもと、幸せなカップルを1組でも多く創出することを目標としている。

2008年から、結婚支援事業に取り組む全国の地方自治体に協力し、結婚支援事業の受託や婚活イベントの実施等で出会いを支援している。政府が少子化対策として「結婚、妊娠・出産、子育ての各段階に応じた切れ目のない支援」に重点を置く中で、2014年から「ライフデザイン」の視点も加え、「結婚支援」と「地域活性化」の両面から地方創生に取り組むプロジェクト「ミライカレッジ」を立ち上げた。地方の魅力を発信しながら、結婚を希望する独身者がライフデザインを考える中で、「地方への移住・定住」という選択肢があることに気づいてもらう工夫をし、少子高齢化や人口減少といった自治体が抱える課題の解決に向けて、結婚支援事業への支援を展開している。

都道府県や市町村単位で問い合わせがあり、事業実施に至らないこともあるが、件数は増加傾向である。

##### (2) ミライカレッジの概要

ツヴァイでは、ライフデザイン事業の1つとして、「人と出会う、街と出会う、未来と出会う」を合言葉にミライカレッジのプロジェクトを展開している。

ミライカレッジでは、都市部の女性と地方の男性が出会う交流ツアーを中心に、自分らしい人生を実現させるために未来へのビジョンづくりをサポートするライフデザイン講座、地域への関心を喚起し移住のきっかけを作るために地域の魅力を引き立てる移住促進プログラム、地域の魅力・特色を明確にし地域の魅力発信のコミュニケーションをサポートするローカル価値創造プログラムを複合的に実施している。

図表109 ミライカレッジの概要

分類	概要
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>●都市部から地方へ、人の流れをつくる</li> <li>●具体的には、都市部の女性へは「地域資産」と「地方の暮らし」の学びと体験を提供し、地域との縁を結ぶ。地方の男性に対しては、都市部の女性との交流を通して、自分が暮らす「地域の魅力」の再発見を促し、シビックプライドを持つ地域の担い手に育成する</li> </ul>
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>●交流ツアーだけを開催して、ツアー当日だけ盛り上がりも期待する効果は出ないため、ライフデザイン講座やワークショップなど、一連のプログラムを男女別・複数日にわけて総合的に実施</li> </ul>
対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>●30～40代を中心とした独身者</li> </ul>
これまでに実施したイベント(一部抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ミライカレッジ洞爺湖ツアー(2017年9月23日～24日)</li> <li>●ミライカレッジ和歌山ツアー(2017年12月2日～3日)</li> <li>●ミライカレッジ気仙沼ツアー(2018年9月8日～9日)</li> <li>●ミライカレッジ吉岐ツアー(第1回:2015年11月14日～15日、第2回:2016年11月5日～6日、第3回:2017年11月11日～12日、第4回:2018年11月3日～4日)</li> <li>●ミライカレッジ泉佐野 体験型婚活イベント(2016年、2017年、2018年)</li> </ul>

**<運営する上での工夫>**

ツアー等を通じてその地域に関心を持ってもらうよう留意している。その際、観光が主目的にならないよう、ツアー前に男性には地域の魅力再発見を促し、女性には地域の特色を体感できる場を設けるほか、ツアー参加時も含めた総合的なサポートを行っている。

【ミライカレッジ洞爺湖ツアー  
女性向けキッチンイベント】**<事前セミナー・ワークショップ・PRイベントにおける工夫・効果>**

男性向けセミナー・ワークショップでは、自分たちで地域の魅力を検討し、自信を持って女性にアピールできるようになるためのワークを行う。仮にイベントの中でマッチングに至らなくても、自らの地域に対して自信を持つことにつながっている。一方、女性向けのPRイベントは都市圏で開催し、地域の特産物を使った料理をしたり、実際に移住した人の体験談を聞いたりするなど、現地での暮らしを知るための内容となっている。実際にツアーで現地を訪れた時にギャップが生じないように、ありのままの状態を把握し、女性自身が「地域への移住」を選択することへの意識付けを目的としている。このように男女別に事前の講座を実施することで、自治体担当者が想定する地域の魅力以外にも地域に居住する男性の視点を盛り込むことで女性は地域をより身近に感じることができる。

**<ツアーでの工夫>**

ツアー中に男女共同での農作業など地域の産業に触れる体験をするなどして、都市部の女性が移住後の暮らしをイメージしやすくしている。

また、ツアーでのカップル成立をサポートするため、ツアー初日の夜に交流会を実施する、カップル成立が見込めるペアは翌日の朝のバスの席順を考慮する等の工夫を行っている。

**<地域や自治体との連携>**

自治体から受託した業務として、ツヴァイが企画・集客・運営を行っている。ツアープログラム内容については各自治体の希望や地域資源等に応じて調整している。300万円程の契約が基本パックとなっており、男女向け事前セミナー・交流ツアー・フォローが含まれる。

また、移住した後に就職を希望する方への支援のため、転職しやすい職業(看護師等)の業界団体や商工会議所とも連携することで、集客につなげている。

**<課題>**

ミライカレッジでは、婚活講師がツアーに同行し、出会いから成婚に向けたアフターフォローまで手厚いサポート体制を組んでおり、ツアーのカップル率は約50%である。都市部と地方では遠距離恋愛になることもあり、成婚に至るまで時間を要することも多い。現在、結婚して女性が移住したカップルが6組誕生している。

また、継続してツアーを実施している地域では、本気度の高い男女を集客し続けることが重要であり、事前セミナーやイベントでの啓蒙や情報発信の工夫も検討する必要がある。

**(3) 今後の展望**

各自治体の多様化する要望に応えながら、セミナー・ツアーの開催等を柔軟に組み合わせて対応することで、地方の人口減少の課題解決に更に積極的に取り組んでいく。ミライカレッジでは、地方に関心を持つ都市部の女性を組織化しており、定期的にメールマガジンでイベント開催案内等を行い、交流ツアーへの集客につなげている。今後は、女性が移住先で幸せに暮らすための心構えやアドバイスなどを移住経験者がレクチャーする体制づくりを検討している。

多摩地域は、都心に通える利便性と緑が多い住環境の良さ、子育て環境の良さを兼ね備えていることが大きな地域資源である。もし自治体と連携する場合、集客に効果的な地域資源のPR手法を地域特性に応じて検討し、協力して事業を作り上げていく形が考えられる。

**多摩・島しょ地域における事業展開のポイント**

- ◎地域資源をPRするために、事前にセミナーやワークショップを開催し男女別・複数日に分けて総合的に実施するプログラムを構築することで、定住促進につなげる
- ◎婚活イベントでは、自治体担当のほか、都心からの転入者から話を聞く機会を設けることで、その地域の魅力をより効果的にPRすることができる

## 3-2. 美津濃株式会社(ミズノ)

## 事例のポイント

- ◎2014年から、スポーツを通じた婚活を指定管理者の自主事業として毎年実施
- ◎神戸市が広報に協力し、集客につながっている
- ◎参加者同士でスポーツをすることで相手への理解度が向上するだけでなく、健康増進効果も期待でき、参加者の満足度が高い

## (1) 事業者の概要

スポーツ商品の製造・販売のほか、全国の施設の指定管理者として管理運営も行っている。神戸市では、市から神戸運動総合公園ユニバー記念競技場の指定管理を受託している。

## (2) スポーツで婚活 in ユニバーの概要

スポーツと婚活を結び付けることで地域活性化につながるのではないかと考え、2014年から自主事業として実施している。

図表110 スポーツで婚活 in ユニバーの概要

分類	概要
目的	●参加者にとって婚活における気軽な選択肢を提供できるよう、「スポーツで婚活 in ユニバー」を開催し、相手との巡り会いを届ける
概要	●男女が交流できるイベントとして2014年から開始 ●スポーツと婚活を結び付けたイベントとして、全国的に先駆けて実施
運営体制	●主催：ミズノ(ユニバー記念競技場指定管理業務受託業者) ●共催：公益財団法人 神戸市公園緑化協会
イベント実施体制	●担当者(コーチ職)が他業務と兼務しながら企画検討を実施 ●当日の運営は進行役1人、サポート2人の計3人で実施(2018年度)
実施場所	●ユニバー記念競技場(神戸市須磨区)
参加要件	●20~40歳くらいまでの独身の方
募集人数	●男女各20人
参加費	●2016年：男女とも3,500円 ●2017年：男性3,500円、女性3,200円 ●2018年：男性3,500円、女性2,500円(女性のみトートバック贈呈)

## &lt;集客方法の工夫&gt;

2014年の開始当初から2015年までは男女満遍なく集客できていた。2017年は女性の参加費を下げて募集したが、男性14人・女性6人の参加となったため、2018年は女性の参加費を更に下げただけでなく、トートバッグの特典を進呈することにした。結果として、2018年は男性8人・女性17人と男女のバランスが逆転するに至った。男女のバランスは、参加者のモチベーションに影響するため、慎重に調整する必要があると感じている。

また、男性は30代以降の参加者が多くなっている。実施するスポーツは初心者でも楽しめるものを選んでいますが、年齢の幅が広がると、実施するスポーツへの要望も多様となる。年齢差があまりないグループで複数回実施する等、参加者の申込み状況を考慮し、その都度実施方法を検討しながら進めている。

【チラシ(2018年3月開催)】



### <実施体制の工夫>

当日はミズノ側のスタッフは3人で対応している。進行役のスタッフのみ結婚式場などの司会経験があるが、ほかのスタッフは婚活イベントの実施経験はない。しかし、婚活イベントの実施経験がなくても、これまでのスポーツイベントの実施経験やコーチング技術を応用することにより、少人数で質の高い企画・スケジュール作成等が可能となっている。

### <事業実績・効果>

カップル成立件数は実施年によって異なるが、1～5組程度となっている。その後結婚に至ったかまでは把握していない。成立したカップルが縁のある場所として定期的に運動をしに来ることがあれば、健康増進効果も期待できると考えている。

### (3)自治体との連携

本事業が広まることは、神戸市にとっても神戸総合運動公園のPR効果が期待できる。そのため、イベント告知にあたっては、神戸市がチラシの配付や広報誌への掲載等、広報に関して協力している。市を通じて公共施設に配布されたチラシがきっかけとなり、神戸新聞の取材につながったこともあり、自治体による広報が効果的なイベント告知となっている。

また、自治体でのイベント開催を考えると、運動公園等、地域にある資源を活用して20人程度の小規模なイベントから実施することも可能である。スポーツの種目は、参加者の特徴や地域の状況を踏まえて自由に設定することができるため、工夫の余地がある。

#### <参考：ミズノ本社としての意向>

本社としても、フットサルやテニス、ゴルフを活用したスポーツ婚活や地域商工会と協働したスポーツ婚活等を実施している。ただし、指定管理者としてのイベント開催は、さまざまな制限があり、予約や申請など自治体と調整が必要になるため、収益を上げにくい場合が多い。しかし、自治体との連携により、婚活参加者との接点が増えることや婚活の信頼度が増すことにつながると認識している。そのため、今後も自治体との連携は積極的に検討したい。

### (4)今後の展望

#### <スポーツ×結婚支援>

ミズノとしては若者を対象とした事業が少ないため、若者が個人で参加できるイベントを増やしていきたいと考えている。また、普段スポーツをしない人も気軽に参加できるようなイベントを検討することも重要である。スポーツの要素を取り入れた婚活イベントでは、出会いの場を得るだけでなく、健康増進効果もあるため、参加者にとって、特に普段スポーツをしない人にとっては、メリットが大きいと考えている。

また、イベント開始当初は「女性はメイクが落ちたり、汗を気にしたりするのではないか」という懸念もあった。しかし、当日の様子を見ると、参加者はアクティブに楽しんでいることが多い。一方、イベントに来た時の様子と、着替えてスポーツをする際のアクティブな様子の両方が見られるというメリットも男女ともにある。参加者アンケート等では「通常の婚活イベントよりも良い」という声も聞かれ、スポーツと婚活の親和性は高いものと思われる。

### 多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎結婚支援を前面に出すのではなくスポーツの要素を入れることで参加しやすくなる
- ◎運動公園や総合体育館をはじめとしたスポーツ施設は多摩・島しょ地域にも多く、同様の事業を実施しやすい
- ◎指定管理者の自主事業でも、集客のために自治体が広報協力することが有効である

## 3-3. 株式会社IBJ

## 事例のポイント

- ◎婚活業界全体を盛り上げるため、民間事業者として培ってきたノウハウを自治体の希望に沿うようカスタマイズして提供
- ◎地元の民間企業を含めた現地の活性化に注力

## (1) 事業者の概要

2006年に会社を設立し、日本結婚相談所連盟という日本最大級の結婚相談所ネットワーク等、入会から成婚までフルサポートできるシステム、「婚活支援10年以上の成婚メソッド」、約2,000社3,800人の仲人ネットワークを有していることが特徴である<sup>60</sup>。

婚活パーティーからの結婚相談所への入会を強化することで、顧客循環による高い成婚率と利益率を実現し、2018年は「日本の成婚の1%をIBJが創出」した。

【町おこし婚活支援事業 ウェブサイト<sup>61</sup>】

## (2) 町おこし婚活支援事業の概要

婚活イベントは集客や盛り上がりといった側面では有効だが、一過性であり、地域への定住・来訪につながらないことが課題である。そのため、地域の特性を踏まえた上で、具体的なノウハウ・システムを提供し、自治体自らが婚活支援を実施できるようになることが重要と考えて、町おこし婚活支援事業を実施している。



図表111 町おこし婚活支援事業の概要

分類	概要
目的	●日本全体の未婚化と少子化の改善に寄与していくことを目指す
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域に合わせたオーダーメイドのサポート <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 婚活ボランティアのサポートスキル向上を支援</li> <li>➢ 独身者の自立的な活動を促す「婚活BOOK」の提供</li> <li>➢ 婚活イベントの効果的な企画集客方法を提案</li> </ul> </li> <li>●ITの面からも地方自治体をサポート <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 全国約2,000社の結婚相談所と60,000人の独身男女が利用している、日本で最大規模の「成果のでる婚活サポートシステム」を有償で提供</li> </ul> </li> </ul>
対象	●地方自治体の実施する婚活支援の取組
実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>●これまで20以上の地方自治体の「サポーター育成」や「独身者向けセミナー」等を受託</li> <li>●実施実績 <ul style="list-style-type: none"> <li>【都道府県】長野県、高知県、岐阜県</li> <li>【市町村】千葉県勝浦市、静岡県浜松市、富山県富山市・高岡市、岐阜県美濃市・飛騨高山市、大阪府富田林市、徳島県美馬市</li> </ul> </li> </ul>

## &lt;事業を実施する上での工夫&gt;

町おこし婚活支援事業は、自治体内の活性化を目的としているため、事業実績をIBJの成果にするのではなく、地元自治体のウェブサイトインタビュー記事を掲載する等により、地元の成果としてアピールすることが重要と考えている。

イベントを開催する場合は、バーベキューやハイキング等、過程も楽しめるイベントを実施したほうがよい。

60 有価証券報告書(2017年12月期)

61 <https://www.ibjapan.jp/machiokoshi/> (2018年12月21日アクセス)

**<効果>**

最初は単純なイベントの開催から始まった自治体が、婚活サポーターの育成、複数自治体が連携したイベントの開催等に事業を拡大することができた。

**(3)自治体との連携****<民業圧迫の可能性>**

町おこし婚活支援事業を開始した頃は、自治体が行う結婚支援は民業圧迫になるのではないかという指摘が自治体に寄せられたこともあったと聞くが、実際には民業圧迫にはなっていない。なぜなら、自治体が結婚支援を行うことは、民間事業者にとって、潜在顧客の掘り起こしにつながるからである。

既に民間の婚活事業者を活用して婚活を行っている人は、地元の結婚相談所のほか、自治体の結婚支援を活用している人も多い。そのため、民間事業者としては、民間のサービスも自治体のサービスも利用していない人（潜在顧客）を掘り起こしたいと考えている。しかし、民間のサービスも自治体のサービスも利用していない人は、民間のサービスは費用が高く、その費用に見合うだけの効果が得られるかわからず不安を抱えていることが多い。そこで、自治体が結婚支援を実施することで、安価で、行政が実施しているという安心感もあるため、潜在顧客の掘り起こしにつながると考えられる。

また、IBJでは、結婚相談所だけではなく、地元の商店街等を含めた民間事業者にノウハウを提供することで、地域の特性を踏まえた事業を実施するだけでなく、地域全体の活性化にも寄与している。

**<福祉の観点からみた結婚支援>**

現在IBJでは、福祉の観点から考えた結婚支援は実施していないが、今後は、以下のように、課題や対象を絞ったサービスを検討したいと考えている。

- シニア向けの結婚支援
- 国際結婚の支援
- 福祉の仕事に携わる方同士の婚活の場づくり

**<自治体への期待>**

自治体が結婚支援を実施する際の強みは、倒産等の可能性がある民間事業者よりも、事業を継続できる点である。IBJから提供するノウハウを活用し、自治体としてどのように継続的な事業展開をするか検討することが重要である。

**<自治体と協働することによる効果>**

自治体が主導して結婚支援を実施すると、価値観の押し付け等と批判される可能性も考えられる。しかし前述のとおり、自治体は継続して事業を実施できる強みがあるうえ、現時点で民間事業者が対象としていない層、又は民間事業者を利用していない層の掘り起こしが可能である。そのため、自治体が主体となりつつも、民間事業者と協働で実施することで、専門的知見を得ながら継続的な事業運営が期待できる。

**(4)今後の展望**

利用者を含め、一般の人からみた婚活に対する心理的な障壁は取り除かれつつあり、急速に婚活市場は拡大しており、今後、特に東京都ではさらに拡大する見込みである。婚活に取り組みたいと思ったときに、安心して気軽に始められるのが、自治体が行う結婚支援である。そのため、今後も自治体との協働を進めていく方向である。協働にあたっては、自治体は一時的にシステムを利用するのではなく、継続的に、情報を更新しながら結婚支援を行うことが重要である。

**多摩・島しょ地域における事業展開のポイント**

- ◎地方から見れば「東京都」であり、都心に通える利便性と緑が多い住環境の良さを兼ね備えているため、その特徴を生かす事業内容とする
- ◎一過性の事業ではなく、継続的な事業実施が効果的である

## 3-4. 株式会社タカラッシュ

## 事例のポイント

- ◎地域活性化を目的として、自治体と連携して宝探しイベントを実施
- ◎自治体の課題解決につながるイベント内容となるよう、地域の魅力を再発見するイベントを考案

## (1) 事業者の概要

「宝を探し出す喜びを、全ての人に！」をコンセプトに、2003年に設立。リアル宝探し「タカラッシュ！」の運営や地域を活性化するためのイベントの企画・運営等を行っている。

リアル宝探しイベントの企画・運営においては、函館市等と開催した「GLAYと宝探し～函館に眠る伝説と呪われたTERU～」等、全国で自治体と連携したイベントを多数実施している。自治体と連携する場合は、地域活性化を目的としていることが多く、地域課題をインタビューした上で、その地域に合った具体的なイベント内容を考案している。

## (2) 小江戸川越なぞとき縁結びの概要

川越市では、以前から縁結びに関するイベントの実施を検討していた。町田市で実施した「リアル宝探しトレジャーマップ 幻の桜を探せ！」という地域活性化イベントの情報を発信したところ、川越市からタカラッシュに問い合わせがあり、無料で大人向けのイベントを開催したいと考えていたタカラッシュとともに新しい事業を試験的に実施することになった。

【小江戸川越なぞとき縁結び ウェブサイト<sup>62)</sup>】



図表112 小江戸川越なぞとき縁結びの概要

分類	概要
目的	●川越市は冬の集客が少なく、比較的年配の方の来訪が多いという傾向がみられた。そのため、冬の来訪者(特に若年層)を増やすことを目的に実施
概要	●謎めいた“双六”を手に川越の町を歩きながら2人(以上)で謎を解き、“あがり”を目指す謎解きイベント
開催日時	●2017年12月16日(土)～2018年2月18日(日)
開催場所	●埼玉県川越市内 ●発見報告場所：川越まつり会館、旧山崎家別邸
対象者	●2人(以上)(家族、カップル、友達問わず)
参加費	●無料
実施体制	●主催：小江戸川越観光推進協議会 ●後援：川越市 ●企画・制作：株式会社タカラッシュ ●協力：(公社)小江戸川越観光協会、西武鉄道株式会社、東武鉄道株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、縁結び川越応援隊(川越一番街商業協働組合、鐘突堂通り商店街、大正浪漫夢通り商店街振興組合、中央通り「昭和の街」を楽しく賑やかなまちにする会)

62 <http://blacklabel.takarush.jp/promo/kawagoe/> (2018年12月27日アクセス)

【小江戸川越なぞとき縁結び  
イベントの流れ<sup>62)</sup>】

### <本事業のメリット>

イベントを通じて、川越市内への集客が可能になるだけでなく周遊を促すことができ、経済効果も見込むことができる。

### <事業を実施する上での工夫>

イベント期間中、営業中の店舗の協力が不可欠なことから、地域を巻き込むための工夫を行った。各店舗では、通常営業に加えて本イベントへの対応が必要となるため、イベントの趣旨や協力方法を1店舗ずつ丁寧に説明することで、協力が得られた。

また、川越市としては是非訪れてほしい店舗・場所をスポットとして指定するだけでなく、それらを中心にヒント提供店をどこにするとよいかをタカラッシュ側でも事前に調べた上で、依頼する店舗数も含めてタカラッシュから川越市に提案した。ほかにも、通常の観光は駅と氷川神社の往復になりがちであるため、できるだけ周遊できるようスポットを検討した。

### <効果>

謎解きスポットを効果的に設定することで、通常の観光よりも長く市内に滞在する人が多く、結果的に、来訪者が地域の良さを感じることができた。また、スポットに設定されていなくても、スポットの周辺全体として活気が出て、地域の経済効果にもつながった。

家族等、縁結びというイベント趣旨以外の目的で参加した方も多かったが、イベントへの満足度は高かった。

参加者の満足度が高かったことから、川越市からも高く評価された。2018年度は有料でのイベントの開催を検討している。

また、本イベント以外でも、「婚活パーティー」という趣旨だと参加しにくい層が、婚活以外の趣旨であれば参加しやすい、という効果がある。そのため、リアル宝探しのような、初心者でも一緒に取り組むことができ、会話が生まれる内容は、婚活イベントとして効果的である。

## (3)自治体との連携

### <自治体と協働する上での工夫>

今まで成功したイベントは、謎解きイベントの中でも地域の人との関わりがあったものが多い。地域の人に関わることで、謎解きで出会った地域の商店の人の良さ等、その地域に住む人の魅力が伝わるよう、地域を巻き込んだイベントができると、地域活性化につながると考えている。また、最終的には、タカラッシュが連携しなくても、自治体が独自で宝探しイベント等を開催できるようになるとよい。ただし、スタンプラリーのような滞在時間の短いイベントでは、地域の人と関わることによる魅力発見や経済効果につながりにくいため、イベント内容は熟考する必要がある。

### <自治体と協働で実施する宝探しイベントの展望>

自治体と協働する際には、前年度と同じ内容のイベントを希望されることが多い。しかし、今までと異なる、新しい切り口でのイベントを実施することで、新たな地域の魅力の発見につながると考えられるため、前年度と異なる内容についても検討したい。また、宝探しイベントは、地域活性化や婚活と親和性が高いため、自治体からの声かけがあれば協力したい。

## 多摩・島しょ地域における事業展開のポイント

- ◎少し「婚活」から離れた切り口でイベントを実施することで、新たな地域の魅力発見や婚活希望者の開拓につながる
- ◎地域の商店街などを巻き込んだイベントを行うことで、地域全体の活性化につながる