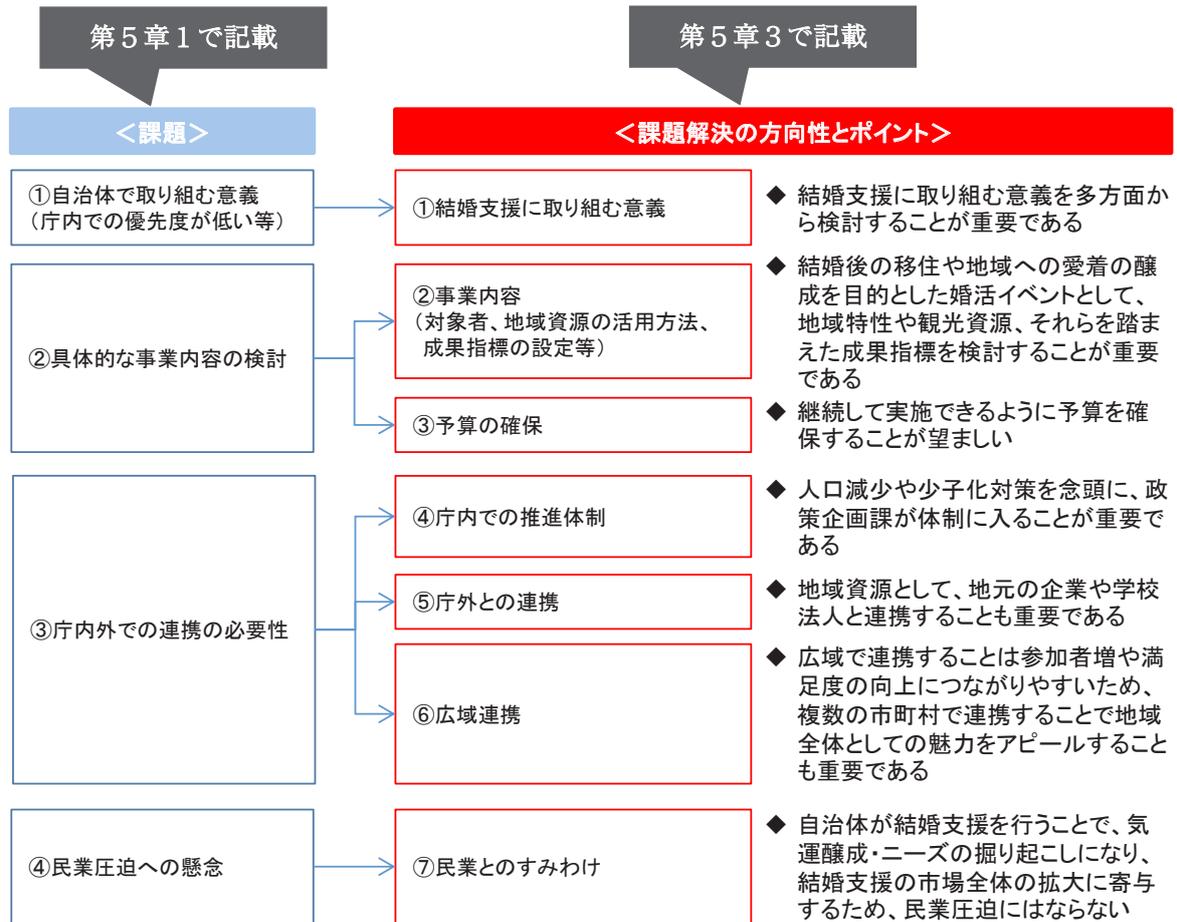


## 第5章 多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援に対する提言

これまで実施してきた多摩・島しょ地域の自治体及び住民に対するアンケート結果や事例調査等から、多摩・島しょ地域の自治体が結婚支援を実施し、持続可能な地域を維持していくにあたり、さまざまな課題が挙げられた。また、それらの課題を解決するために、多摩・島しょ地域自治体が有する地域資源と、それらを活用した取組の方向性と具体策が明らかとなった。そのため本章では、自治体が抱える課題を整理した上で、有する地域資源と取組の方向性及び具体策を示す。

図表131 本調査研究における提言の概要



### 自治体職員が考える地域資源

- 本調査研究のワークショップにおける考察
  - 「人」に関わる部分(地域に根差した企業や大学、地域のネットワーク等)
  - 「モノ」に関わる部分(地域に所在している公園や施設等)
- 自治体職員が来街者にPRしたいこと
  - 緑あふれる自然環境、自然との共生 など

### 住民が考える地域資源

- 多摩地域の強み(東京都であるのに自然豊かな地域、総合的に生活しやすい等)
- 多摩地域の弱み(買い物の利便性や勤務地までの交通利便性等)
- 各自治体のスポット(認知度が低いスポットも多い)

第5章2で記載

## 1. 自治体が抱える課題

### 1-1. 自治体が抱える課題の概要

本調査研究の結果から、多摩・島しょ地域自治体には、主に4点の課題があることが分かった。

図表132 多摩・島しょ地域自治体が抱える課題

＜多摩・島しょ地域自治体が抱える課題＞
①自治体で取り組む意義
②具体的な事業内容の検討
③庁内外での連携の必要性
④民業圧迫への懸念

### 1-2. 自治体が抱える課題の詳細

#### ①自治体で取り組む意義

##### ①-1. 他の施策との優先度について

結婚支援に自治体に取り組むことについて、「積極的に取り組むべき」又は「ある程度は取り組むべき」と回答している人が多いことから、住民ニーズは高いものと考えられる。

しかし、自治体アンケートの結果において、「他の施策分野に比べて、取組の優先度が低い」という回答が多く挙げられたことから、結婚支援は庁内での優先度が低いことがうかがえる。その他、「効果検証が難しい」「職員の知識・理解やノウハウが不足している」「支援が必要な対象者の積極的な参加が得られない」等が上位に挙げられており、これらの課題を払しょくしていくことが取組の優先度向上にもつながると考えられる。

##### ①-2. 結婚の希望が叶うことを通じて、結婚を希望する多くの人を応援するための取組

厚生労働省の意識調査によると、公的な結婚支援の取組に対して、「積極的に取り組むべき」又は「ある程度は取り組むべき」と回答している人が多いものの、「公的な結婚支援に取り組む必要はない」と考えている人も15%程度存在する<sup>1</sup>。そのため、自治体として取り組む際には、婚姻率の上昇や少子化対策だけでなく、産業・商工分野の活性化など多様な地域課題の解決につなげる等、自治体に取り組む意義を明確に示し、かつその内容を庁内で共有することが必要である。

その際、現代の多様なライフスタイルを踏まえ、価値観の押し付けにならないよう留意したり、地域資源を活用したイベントに結婚支援の要素を加えたりするといった配慮や工夫を行うことが、結婚を希望する人をより多く応援するために重要となる。

なお、見方を変えれば、自治体が結婚支援に取り組むことで、従来のサービスで捉え切れていなかった多様なニーズをくみ取ることができるとも考えられる。

## ②具体的な事業内容の検討

多摩・島しょ地域において、結婚支援を実施している自治体は全体の半分以下であり、具体的な事業の検討に至っていない自治体が多くみられる。自治体アンケートでも、「計画や指針がない」(16団体)だけでなく、「具体的な取組方法がわからない」(13団体)や「効果検証が難しい」(21団体)といった課題もみられた。

有識者からは、多摩・島しょ地域を含めた東京都全体でみると、他の道府県より国の助成金制度を活用していないという指摘もあった。助成金制度の活用も含めて、まずは先進事例などの情報を収集し、具体的な事業内容の検討を行う必要があると考えられる。

## ③庁内外での連携の必要性

自治体アンケートにおいて、他自治体と連携しているのは、多摩・島しょ地域のうち3自治体のみであった。そのため、各自治体において、結婚支援を他自治体と連携して取り組むことによるメリットを検討・認識する必要があると考えられる。庁内の状況としては、実施上の課題として所管部署が決まらないとの回答が多く、各自治体の実情を踏まえ、庁内連携の体制を検討することが先決である。

また、民間事業者との連携に関しては、「気運醸成グッズの作成(オリジナル婚姻届やウェルカムボード作成等)」や「イベントの開催(出会い創出を目的とするもの)」等で連携している自治体が見られ、特定の事業においては連携が進んでいることがうかがえる。

## ④民業圧迫への懸念

自治体アンケートにおいて、「民業を圧迫する懸念がある」と考える自治体は、多摩・島しょ地域の中で9団体だった。実際、結婚支援を実施している民間事業者は東京都内に数多く、自治体として民業圧迫の可能性は留意すべきである。しかし、有識者や民間事業者インタビューの結果、自治体が結婚支援を実施することで、新たなニーズが掘り起こされるといった効果があることが明らかになった。従って自治体は、各自治体の実情に応じ、民間と連携しながら、行政独自の視点を生かして結婚支援に取り組むことが重要である。

## 2. 自治体が有する地域資源の可能性

自治体が有する地域資源として、自治体職員が考える地域資源と住民が考える地域資源について下表に示す。

図表133 自治体が有する地域資源の可能性

自治体職員が考える地域資源
<ul style="list-style-type: none"> <li>・本調査研究のワークショップにおける考察</li> <li>・「人」に関わる部分(地域に根差した企業や大学、地域のネットワーク等)</li> <li>・「モノ」に関わる部分(地域に所在している公園や施設等)</li> <li>・自治体職員が来街者にPRしたいこと</li> <li>・緑あふれる自然環境、自然との共生 など</li> </ul>
住民が考える地域資源
<ul style="list-style-type: none"> <li>・多摩地域の強み(東京都であるのに自然豊かな地域、総合的に生活しやすい等)</li> <li>・多摩地域の弱み(買い物の利便性や勤務地までの交通利便性等)</li> <li>・各自治体のスポット(認知度が低いスポットも多い)</li> </ul>

### 2-1. 自治体職員が考える地域資源

#### 2-1-1. 本調査研究のワークショップにおける考察

第4章で整理したとおり、多摩・島しょ地域には、独自の地域資源が多数存在していることが確認できた。中には、所属自治体職員としては当然の内容でも、他地域からみると特徴的・珍しい場合もあり、所属自治体という目線以外で地域資源を見直すことも重要である。

また、地域資源というと特産品を思い浮かべることが多いが、以下のような部分も地域固有の地域資源と考えることができる。

- 地元に根差した企業や大学、地域のネットワーク等といった「人」に関わる部分
- 地域に所在している公園や施設等、「モノ」に関わる部分

#### 2-1-2. 自治体職員が来街者にPRしたいこと

多摩地域の26市が、現在、行政としてPRしたい「生活文化」は、「緑あふれる自然環境、自然との共生」が一番多くなっている。この生活文化の良さは、例えば日常生活の利便性と自然が両立している点を全国に向けてPRし移住者を増やす等、結婚支援においても活用できると考えられる。

図表134 来街者にPRしたい、良さを高めて広げたい「生活文化」(複数回答)<sup>67</sup>

◎問 6-3「現在の「生活文化」のうち、貴市において、来街者にPRしたい、良さを高めて広げたいと思われるものは何ですか。」 n=26		
・緑あふれる自然環境、自然との共生(まちなか緑化を含む)	9件	34.6%
・自主的な防災活動	5	19.2
・自主的な防災活動	4	15.4
・文化財等や伝統行事、遺跡など	5	19.2
・食文化(かてうどん、みかん等)や農作物	3	11.5
・徹底したごみの分別	3	11.5
・都心からのアクセスの良さ、買い物の利便性	2	7.7

\*赤字の部分は、問 6-2 の選択肢と重なるもの

67 東京都市長会「多摩地域における誇るべき文化とは—生活文化の更なる発展・深化を目指して—」(2016年2月)

## 2-2. 住民が考える地域資源

### 2-2-1. 多摩地域の強み・弱み

#### (1) 多摩地域の強み

「東京都であるのに自然豊かな地域」が多摩地域在住者・地域外在住者が考える最大の強みとなっている。また、「総合的に生活しやすい」「買い物に便利である」は、多摩地域在住者では割合が高くなっているが、地域外在住者では低くなっていることから、この部分の乖離を埋める必要があると考えられる。一方、「観光スポットが多い」は地域外在住者で割合が高く、多摩地域在住者で割合が低くなっていることから、多摩地域在住者は身近すぎて観光スポットと捉えていない魅力的な場所が数多く存在していると考えられる。

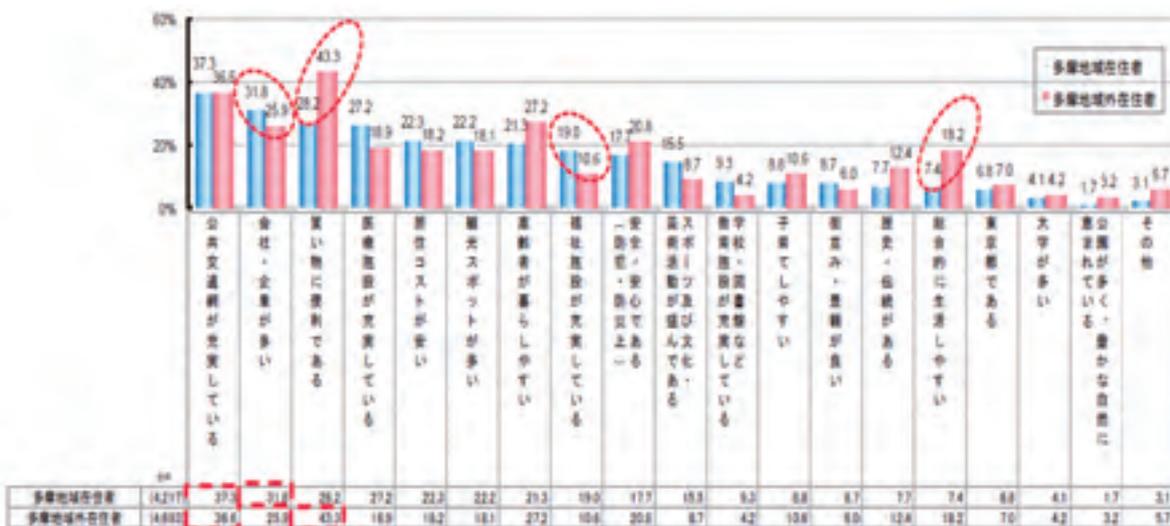
図表135 多摩地域在住者と地域外在住者が考える多摩地域の「強み」の比較<sup>68</sup>



#### (2) 多摩地域の弱み

多摩地域在住者は、日常生活に不便を感じていないが、百貨店等での特別な買い物、勤務先までの交通利便性及び多摩地域内の雇用の少なさ等を弱みと考えていることが分かる。

図表136 多摩地域在住者と地域外在住者が考える多摩地域の「弱み」の比較<sup>68</sup>



68 東京都市長会「多摩地域におけるシティプロモーションについて—市民に愛される、活性化したまちを目指して—」(2014年2月)

2-2-2. 各自治体のスポット

多摩地域の各自治体のスポットの認知度を聞いたところ、「多摩川」「高尾山」「よみうりランド」が多摩地域在住者及び地域外在住者でいずれも高くなっている。

多摩地域在住者でのスポットへの訪問率は、地域外在住者に比べ多くのスポットで高い傾向にあるが、それでも認知度が高いとは言えないスポットも多く、多摩地域在住者であっても、多摩地域内のことを十分に認知しきれていないと考えられる。

図表137 多摩地域在住者と地域外在住者のスポット認知度の比較<sup>68</sup>

多摩地域在住者	行ったことがある			行ったことがないが 名前を知っている			知らない		
	認知度	訪問率	認知度	訪問率	認知度	訪問率	認知度	訪問率	
多摩川	84.2	14.0	80.8	70.2	48.3	2.8	68.3	2.8	
高尾山	79.4	20.2	74.9	73.3	43.5	3.3	66.7	3.3	
よみうりランド	83.2	34.8	77.8	69.7	47.6	4.4	64.5	4.4	
多摩動物公園	74.3	22.4	66.7	65.3	36.4	6.3	64.3	6.3	
サンシャインロード	43.2	12.4	4.5	36.2	38.6	9.5	36.5	9.5	
多摩センター	71.8	42.5	5.8	36.2	38.3	33.7	36.2	33.7	
多摩センター	39.5	38.8	5.9	36.2	39.9	13.2	36.2	13.2	
高尾山	69.8	31.1	6.7	36.2	48.8	14.8	36.2	14.8	
多摩動物公園	78.2	68.6	7.6	43.5	72.1	14.3	43.5	14.3	
三軒の森のファミリーセンター	24.4	58.5	7.2	30.8	34.2	47.4	30.8	47.4	
多摩川	78.2	60.1	7.9	32.5	44.0	24.5	32.5	24.5	
多摩川	33.7	40.9	7.8	48.4	37.5	46.3	48.4	46.3	
多摩川	38.4	47.7	13.8	47.9	37.5	46.3	47.9	46.3	
多摩川	33.4	33.4	13.8	48.2	37.5	46.3	48.2	46.3	
多摩川	35.7	38.0	16.0	48.0	37.5	46.3	48.0	46.3	
多摩川	34.3	29.9	16.7	44.3	37.5	46.3	44.3	46.3	
多摩川	38.8	29.8	18.7	46.3	37.5	46.3	46.3	46.3	
多摩川	41.5	31.5	18.6	31.4	37.5	46.3	31.4	46.3	
多摩川	44.3	32.2	20.5	29.5	37.5	46.3	29.5	46.3	
多摩川	38.6	41.7	27.7	29.5	37.5	46.3	29.5	46.3	
多摩川	48.8	18.8	31.2	48.8	37.5	46.3	48.8	46.3	
多摩川	37.8	30.1	32.1	47.9	37.5	46.3	47.9	46.3	
多摩川	45.2	32.2	32.8	47.9	37.5	46.3	47.9	46.3	
多摩川	32.1	34.1	32.6	44.4	37.5	46.3	44.4	46.3	
多摩川	29.6	29.8	27.8	42.5	37.5	46.3	42.5	46.3	
多摩川	38.8	32.6	40.5	48.8	37.5	46.3	48.8	46.3	
多摩川	34.3	28.6	41.1	52.5	37.5	46.3	52.5	46.3	
多摩川	34.3	28.6	41.7	54.3	37.5	46.3	54.3	46.3	
多摩川	25.7	27.5	46.7	53.3	37.5	46.3	53.3	46.3	
多摩川	27.8	20.5	47.6	48.4	37.5	46.3	48.4	46.3	
多摩川	17.0	28.1	37.8	42.1	37.5	46.3	42.1	46.3	
多摩川	18.8	22.7	38.5	41.5	37.5	46.3	41.5	46.3	
多摩川	18.8	22.0	38.8	38.9	37.5	46.3	38.9	46.3	
多摩川	14.8	20.7	31.8	38.2	37.5	46.3	38.2	46.3	
多摩川	4.0	29.2	46.3	32.9	37.5	46.3	32.9	46.3	
多摩川	3.0	23.2	38.6	31.2	37.5	46.3	31.2	46.3	
多摩川	3.8	24.8	46.7	30.5	37.5	46.3	30.5	46.3	
多摩川	17.8	14.8	72.2	27.8	37.5	46.3	27.8	46.3	
多摩川	4.4	21.6	31.6	36.9	37.5	46.3	36.9	46.3	
多摩川	3.7	15.4	40.4	19.4	37.5	46.3	19.4	46.3	
多摩川	3.8	19.3	40.8	19.1	37.5	46.3	19.1	46.3	
多摩川	3.0	11.1	42.2	12.8	37.5	46.3	12.8	46.3	

### 3. 自治体における取組の方向性と具体策（施策・事業、効果・検証方法等）

前述の「自治体が抱える課題」4点を踏まえ、それらを解決する方向性を7点示す。

図表138 課題を解決する方向性のイメージ

＜課題解決の方向性とポイント＞	
①結婚支援に取り組む意義	◆ 結婚支援に取り組む意義を多方面から検討することが重要である
②事業内容 (対象者、地域資源の活用方法、 成果指標の設定等)	◆ 結婚後の移住や地域への愛着の醸成を目的とした婚活イベントとして、地域特性や観光資源、それらを踏まえた成果指標を検討することが重要である
③予算の確保	◆ 継続して実施できるように予算を確保することが望ましい
④庁内での推進体制	◆ 人口減少や少子化対策を念頭に、政策企画課が体制に入ることが重要である
⑤庁外との連携	◆ 地域資源として、地元の企業や学校法人と連携することも重要である
⑥広域連携	◆ 広域で連携することは参加者増や満足度の向上につながりやすいため、複数の市町村で連携することで地域全体としての魅力をアピールすることも重要である
⑦民業とのすみわけ	◆ 自治体が結婚支援を行うことで、気運醸成・ニーズの掘り起こしになり、結婚支援の市場全体の拡大に寄与するため、民業圧迫にはならない

#### 3-1. 結婚支援に取り組む意義

##### ＜課題解決の方向性とポイント①＞

結婚支援に取り組む意義 ◆ 結婚支援に取り組む意義を多方面から検討することが重要である

結婚支援に取り組む意義としては、以下のような点が挙げられる。

- 結婚支援は、住民を幸せにするための重要な一手法であり、地域全体の活性化につながる
- 地方では「VS 東京」の視点で人口獲得施策を進めているので、多摩・島しょ地域としてもこれまで以上に人口減少への危機感を持ち、社会減防止という視点も含めた人口獲得施策を検討することが必要である
- 20年後の成人人口(納税者)を確保する
- リスクマネジメントとして、30年後の社会保障費を抑制する
- 結婚支援は、多様なテーマを所管する、行政のプロの『知恵のかたまり』で実施可能である

こうした意義を念頭に置いて、本調査研究において示した実務上のヒントを活用し、課題を1つずつ解決し多方面から検討していくことで、取組が進むと考えられる。そのため、前述の意義について以下の3点を中心に整理する。

- ① 結婚は個人の自由であり、強制されるものではなく、特定の価値観を押し付けたり、プレッシャーを与えたりすることがあってはならない点に注意を払う必要がある
- ② 婚姻率向上を目的の1つに据えることで、少子化対策への効果が期待される
- ③ 地域活性化への効果としては、地元企業との連携、地域資源のPR、シビックプライドの醸成、施設の利活用、移住・定住施策の促進等さまざまな切り口で支援することができる

### 3-1-1. 結婚支援を実施する上での留意点

自治体が結婚支援を実施するにあたって留意・配慮すべき点としては、以下が挙げられる。

- 結婚は個人の自由であり、強制されるものではない
- 特定の価値観(結婚すべき等)を押し付けたり、プレッシャーを与えたりしてはいけない

そのため、結婚は事実婚等法律によらないものも含めることも、ライフスタイルが多様化した現代において必要な視点である。制度として婚姻届を出すことにこだわらず、一緒に生活したい人があればそれを支援し、孤立を防ぐということに重点を置いて考えるべきである。

#### <有識者 山田 昌弘氏からのコメント>

中高年の離死別者は、子どもが遺産相続等を懸念して結婚に反対しているために入籍せず事実婚としている人もいる。結婚をしていなくても、事実婚として同居していれば、高齢になった際、見守り活動は、そうでない場合に比べて軽減される。

さらに、自治体による結婚支援は、多様な価値観を持つ多くの人々の希望を叶えることを目指すものであり、さまざまな背景を有する参加者が出会い、結婚に至るだけでなく、参加したことで何かしらの気づきを提供する場とすることが肝要である。そのため、以下のような工夫をすることも考えられる。

- 親子の幸せを実現するための、シングル親子参加型のイベント等も企画・開催する
- あらゆる年齢の人の希望を叶えるという視点で、年齢制限を設けない事業を実施する
- 地縁者を確保する方法として、自治体内在住の条件を設定せず、幅広い地域からの参加者を受け入れる
  - ⇒広域連携としての実施が可能になり、集客効果も見込める
- 将来のライフプラン・セミナーも併せて実施する
  - ⇒多摩・島しょ地域に居住するメリットを提示するとともに、未婚・既婚にかかわらず、20年後に親の介護が始まったときにリスクマネジメントができているかを考える機会を提供することで、結婚を希望しない人にとっても将来設計のための有意義な機会となる。

#### <有識者 山田 昌弘氏からのコメント>

自治体を実施する結婚支援は、民間事業者のサービスを利用することに躊躇するような障害者等も対象とすべきである。障害者等の社会的弱者への結婚支援は、自治体ならではであり、自治体として他のサービスと併せて支援することも可能である。

<有識者 渥美 由喜氏からのコメント>

炎上には、反論するロジックを周到に用意しておくべき。また、視点を変えて論点を広げることも有効である。

結婚支援はリスクヘッジの観点から重要であり、将来のリスクは1人で抱えるべきではなく、さまざまな人が見守り、リスクに気づくべき。また養子縁組や法律婚にとられない家族形態もリスクヘッジとして有効である。

### 3-1-2. 少子化対策への効果

第1章及びワークショップ等での有識者からの情報提供にもあったとおり、未婚率が上昇し少子化が進行していても、有配偶者出生率は大きく変化していないため、婚姻率を向上させる結婚支援は、少子化対策としての効果が期待できる。

そのため、少子化対策として結婚支援を実施する場合、婚姻率の上昇を目的の1つに据えることが有効である。婚姻率向上を含めた結婚支援の評価設定については、3-2-3. で後述する。

### 3-1-3. 地域活性化への効果

地域活性化という観点では、その地域の実情に合わせた結婚支援に取り組む意義を検討し設定する必要がある。例えば、都内でも23区に近い多摩地域の自治体では、若年層が流入しているが、西多摩地域等では若年層が少ないため若年層の流入を促したいと考えているように、23区に近い自治体と、西多摩地域・島しょ部では住民の特性が異なる。

<有識者 山田 昌弘氏からのコメント>

多摩地域は人工的に作られた場所で、急速に高齢化が進んでいるところや人口が流入しているところ、公営団地に福祉支援が必要な層が多いところ等、市町村内部でも格差がある。そのため、地域の実情に応じた結婚支援が求められる。

公営住宅やニュータウンでは、中高年未婚者も多いと考えられる一方、島しょ地域は人口減少対策としての結婚支援として、「島でのんびり暮らす」という選択肢も提示することが可能である。

<有識者 渥美 由喜氏からのコメント>

地方では「VS 東京」の視点で人口獲得施策が進められている。東京の自治体は、こうした社会減への認識が少ない傾向にある。そのため、多摩・島しょ地域においてもこれまで以上に人口減少への危機感を持ち、自然減だけでなく社会減防止という視点も含めた人口獲得施策を検討することが必要となる。なお、この検討にあたっては、ワークショップにおいて挙げられたような多摩・島しょ地域にあるさまざまな地域資源を整理し、その地域資源を用いて「多摩・島しょ地域に居住するメリット」を全国に向けアピールしていくべきである。その際、例えば「VS 23区」の視点から、23区ではなく多摩・島しょ地域を選ぶ動機になるような情報を発信していくことも有効である。

## 3-1-4. その他の観点

上記の3点のほかにも、中長期的な視点で考えると、30年後の社会保障費の抑制といった観点も重要である。

**<有識者 山田 昌弘氏からのコメント>**

中高年未婚者（離・死別者含む）のうち、低所得者は経済的な問題のみならず、親が高齢化し、亡くなった後に経済的困難に陥り孤立していくため、社会保障の対象となる可能性が高い。そうした人が増えることは将来的な可能性の話ではなく、既に増加していることは明らかであり、これは必然であると言える。中高年の方たちに対する結婚支援を進めることで経済的困難や孤立を避けるために非常に有効である。

結婚支援を若年者のみを対象として行うのではなく、人口対策として捉え、社会保障・社会福祉の観点から考える際に有効である。

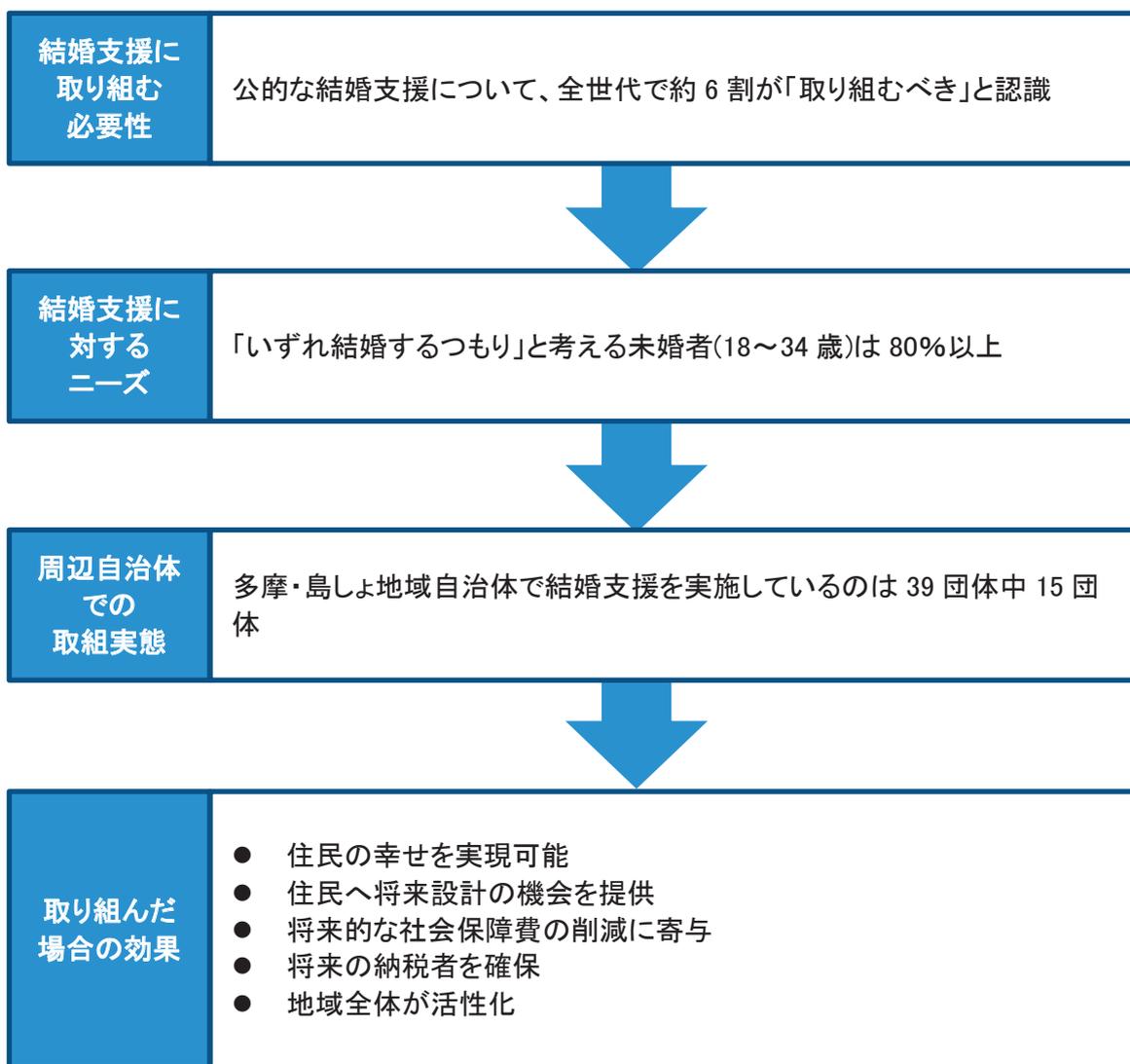
東京都内の自治体では子どもを産んで人口を増やすための結婚支援ではなく、結婚支援以上に中高年の独身者（離・死別者を含む）への支援、対策を強調するほうが望ましい。23区外では今は親と同居しているために大きな問題とはなっていないが、今後20～30年で大きな課題となると予測する。

### 3-1-5. 自治体としての課題解決の進め方

自治体アンケートの結果から、自治体が結婚支援に取り組むにあたって最も課題と感じていることは、「他の施策分野に比べて、取組の優先度が低い」「人口減少や未婚率の上昇が喫緊の行政課題となっていない」点であることが明らかになった。

そこで、自治体として結婚支援に取り組むためには、取り組む必要性・ニーズ・周辺自治体での動向等を踏まえて、庁内で検討を進める必要がある。庁内で検討する際には、以下の観点を共有することで、結婚支援について感じている課題を解決することができると考えられる。

図表139 結婚支援を進めるために庁内で共有する観点



### 3-2. 事業内容(対象者、地域資源の活用方法等)

#### <課題解決の方向性とポイント②>

事業内容  
(対象者、地域資源の活用方法、成果指標の設定等)

◆結婚後の移住や地域への愛着の醸成を目的とした婚活イベントとして、地域特性や観光資源、それらを踏まえた成果指標を検討することが重要である

#### 3-2-1. 事業の目的

結婚支援は、少子化対策を担う重要な施策であるが、インタビューを通して、さまざまな目的を持たせることができることが分かった。そのため、結婚支援に複数の目的を設定することで、総合戦略におけるKPI等において、取組の結果を多角的に把握する一助となる。

例えば、以下のような目的が挙げられる。

- 地元企業との連携による地域活性化
- 地域(住民・資源)と触れ合う機会の創出
- シビックプライドの醸成
- 観光資源のPR
- 公共施設の利活用
- 移住・定住施策の促進
- 長期的にみた社会保障費の削減

#### 3-2-2. 事業内容

ここでは、「出会いに至るまで」「出会い(交際)」「結婚」という3つのステージについての事業を提言する。ただし、どのステージにおいても、地域資源を活用することが重要となるため、3つのステージすべてにおいて地域資源を活用した事例についてまず整理している。次に、「出会いに至るまで」「結婚」の2つのステージにおける事業について後述する。なお、「出会い(交際)」のステージの事業としては、地域資源を活用した事業に包含されるものが多いことから、地域資源を活用した事例に含むものとする。

#### (1) 地域資源を活用した事業

##### <地域資源別の事例>

結婚支援の内容は目的に応じて十分吟味する必要がある。一般的な例としては「婚活イベント」の実施がある。結婚後に移住してもらうことや地域への愛着を醸成することを目的とした場合、その地域を「知ってもらう」ことが重要であるため、地域特性や観光資源を踏まえたイベント内容が多く、その地域ならではのイベントが多い。

実際に、ワークショップにおいても、自然、地域産業・特産品、地縁づくり、施設活用、システム・制度といった分類で地域資源を考えることで、既存の地域資源に結婚支援の要素を追加したイベントを考えやすくなったという声が多く聞かれた。

イベントでは写真うつりの良い料理を作ったり、スポーツやバーベキューを楽しんだりといった若者を集客できる内容が予想されるため、ターゲットの設定と魅力的な企画設計が重要である。都道府県や市町村によってはメイクアップ講座やコミュニケーション講座を実施する等、出会いの場への積極的な参加を後押しするイベントも主流になりつつある。

前述の取組事例のように、話題性や集客力のある地域資源でなくても創意工夫により、十分集客が見込めるイベントを開催することが可能である。

図表140 結婚支援において活用できる地域資源(例) (図表 20の再掲)

分類	概要	
自然	●公園	●川、山、海
地域産業・特産品	●地域の特産品	●地域独自の産業
地縁づくり	●地域でのつながり	●大学、地元事業者
施設活用	●公共施設(図書館等) ●結婚式場 ●庁舎 ●鉄道	●運動場 ●バーベキュー会場 ●廃校 ●寺社仏閣
システム・制度	●プレミアム婚姻届 ●届け出挙式	●自治体独自の支援制度 ●マッチングシステム

### 地域資源を活用した事例

#### <自然>

- 荒尾・玉名地域結婚サポートセンター →  P.108

薬草を摘んで、ペットボトルや段ボールを活用してピザを焼くイベントを、「防災」に関連して開催。

- 婚活BBQ(横瀬町) →  P.102

当時オープンしたばかりの「道の駅果樹公園あしがくぼ」を活用したイベントを、婚活と組み合わせて実施。

- 氷柱イベントバレンタイン婚活♥あしがくぼの氷柱(横瀬町)

冬は氷点下10度前後まで下がる気候を生かし、地域住民が地域活性化のために、作り上げている氷柱や、地元産の紅茶など特産物を広めながら、独身男女が出会いの機会を得られるよう開催。

#### <地域産業・特産品>

- 農業婚活ツアー(島田市) →  P.98

静岡市周辺のいちご農家の男性と東京都に住む女性の農業婚活ツアーを5市2町で連携して開催。

- 届け出挙式(狭山市) →  P.104

三三九度に狭山茶を使用したほか、地元の店舗から特典の提供があった。

- 狭山市 →  P.104

市役所で婚姻届を提出した新夫婦に、「狭山茶と急須」の記念品を贈呈。

- 荒尾・玉名地域結婚サポートセンター →  P.108

成婚者には成婚祝い品として地元の特産品等を贈呈。

- 荒尾・玉名地域結婚サポートセンター

農業協同組合(JA青壮年部)とストロベリー婚やみかん婚等を実施。

- 秩父メープル&スイーツ婚活♥あしがくぼの氷柱(横瀬町)

秩父の森に数多く生育する特産品であるカエデの樹液を用いたワークショップを通じて地域の魅力や持続可能な森林のPRにつながることを期待して企画。メープルのほかに、地元産紅茶や加工した菓子等の特産物をスイーツとして提供。

## 地域資源を活用した事例

## &lt;地縁づくり&gt;

- **出会いの場創造事業(島田市)** →  P.98  
市内の施設等を会場に設定し、市に縁のある方を講師にする等、市の魅力を発信。中でも「地酒婚」では酒造場を会場とし、酒蔵見学や利き酒を体験しながらコミュニケーションを図ることで、新たな出会いの場を創出。
- **“電車で恋する” さやまコン(狭山市)** →  P.104  
結婚後も市内に住み続ける人を増やすために、狭山市内の製造業に勤務する25～39歳の独身男性を対象として実施。
- **届け出挙式(狭山市)** →  P.104  
市内にある大学が、挙式の演出の企画、会場装飾、当日の運営を実施。
- **KOIBANA企業サポーター(荒尾・玉名地域結婚サポートセンター)** →  P.108  
職員が補助していた役割を地元企業が担うことで、将来的に企業単独でのイベント開催も視野に入れている。当初から、あらたまによるイベント開催の周知協力を地元企業に呼びかけており、中には会場の利用を許可した企業もいた。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。

## &lt;施設活用&gt;

- **スポーツで婚活 in ユニバー(ミズノ)** →  P.116  
指定管理の競技場で婚活イベントを開催。
- **札所 de 寺コン(横瀬町)** →  P.102  
住職から観光PRへの協力申し出があり、婚活イベントを寺で開催。
- **謎解き婚活、婚活大運動会(横瀬町)** →  P.102  
廃校舎を活用した施設のPRを兼ねて、婚活イベントを実施。
- **BOOK婚(島田市)** →  P.98  
所管課から図書館に実施を依頼。実施するにあたり、当日は飲食禁止、使用エリアや時間を制限した上で、閉館後の2時間程度のイベントを実施。
- **縁結び婚(島田市)** →  P.98  
縁結びパワースポットとして知られる神社で婚活イベントを開催。
- **たま夢婚(公開結婚式)(立川市)** →  P.110  
立川市内の施設で結婚式を挙げた後、アリーナ立川立飛で開催しているアルバルク東京公式戦の試合前に行われるプライムタイムショーでお祝いセレモニーを実施。(共催：アルバルク東京)
- **届け出挙式(狭山市)** →  P.104  
挙式は議場、お披露目セレモニーは市役所1階エントランスホールで実施。
- **“学校で恋する” さやまコン(狭山市)**  
廃校舎を利用した婚活イベントを実施。
- **アオーレ長岡での人前結婚式(長岡市)** →  P.112  
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）を活用した人前結婚式を実施。
- **三十路人式(長岡市)**  
30歳となる同世代で集まり、同窓会をアオーレ長岡で2018年10月27日に実施。参加対象は長岡市に縁のある30歳(1988年4月2日～1989年4月1日生まれ)であることのみで、居住要件はない。
- **クリスマス婚活ディナーパーティー(かしわざきめぐりあい事業実行委員会)**  
結婚式場にも使用されるホテルのホールを利用し、ホテルの支配人と協力してイベントを実施。ホテルの支配人は商工会議所から実行委員会に入会しているため、イベントごとに連携。

### 地域資源を活用した事例

#### <システム・制度>

##### ●プレミアム婚姻届(立川市)

→  P.110

1枚目が提出用婚姻届、2枚目が記録用婚姻届で複写式になっており、筆跡を残すことができる、市オリジナルの婚姻届(1部1,000円)。

##### ●届け出挙式(狭山市)

→  P.104

市に婚姻届を提出し、市に居住するカップル(1組)を対象に、市役所内で挙式を実施。

##### ●オリジナルの婚姻記念証(狭山市)

→  P.104

表面には、童絵作家・池原昭治氏が描き下ろした童絵と、市ゆかりの詩人・吉野弘氏の詩「祝婚歌」を配置し、裏面には提出された婚姻届が複写される。

##### ●新婚新生活支援補助金(島田市)

→  P.98

新婚世帯の新居の取得・賃貸・引越し費用の補助を実施。1世帯あたりの上限支給額は30万円。

##### ●お見合いのセッティング(荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター)

会員は、センター又は出張サポートセンターにてタブレットを閲覧し、希望の相手を探すことができる。

### <価格設定>

自治体が主体となって実施する場合は、男女で同じ価格でよい。ただし、女性の集客が難しい場合は、男性よりも女性の価格を下げたり、トートバッグ等を進呈したりしている事例もみられた。

#### 価格設定の事例

- “電車で恋する” さやまコン(狭山市) →  P.104  
 実費負担(電車賃、セミナー代、お弁当代、お茶代)が男女ともに均等であるため、参加費は男女とも3,000円で設定。
- クリスマスクルーズ party in 長洲町(荒尾・玉名地域結婚サポートセンター)  
 2016年度まで参加費は男女で差を設けていたが、現在は男女同額としている(男女とも2,500円※女性はランチ付)。
- 婚活ツアー&セミナー(厚木市)  
 2016年度から、市内各団体と連携し、厚木市の魅力を存分に生かした、さまざまな内容のツアーを実施。2018年度は、デイキャンプ体験ツアー、料理教室&ガラス制作体験、古民家見学&ブライダル体験等を実施。対象は結婚を希望する30~45歳の独身男女各20人。2017年度実績では、男性より女性の応募が多く、男女とも3,000円と設定。
- 謎解き婚活(横瀬町) →  P.102  
 女性が集まりにくいという課題があるため、女性の価格を下げている。(男性3,000円、女性2,000円)
- 縁結び婚(島田市) →  P.98  
 女性が集まりにくいという課題があるため、女性の価格を下げている。(男性4,000円、女性3,000円)
- 婚活 de クッキング(柏崎市) →  P.100  
 女性が集まりにくいという課題があるため、女性の価格を下げている。(男性3,000円、女性1,000円)
- スポーツで婚活 in ユニバー(ミズノ) →  P.116  
 女性が集まりにくいという課題があるため、女性の価格を下げている。さらに2018年度は女性の価格を下げた上でトートバッグを進呈。(男性3,500円、女性2,500円)

(2) 「出会いに至るまで」を支援する事業

事例調査から、出会いの場に参加する前段階として、身だしなみやコミュニケーションに関する講座、その地域への理解を深める講座等の実施が、その後のイベントの成功の一因だということが明らかになった。こうした「出会いに至るまで」を支援する事業も、重要な結婚支援の1つとして考えることができる。

「出会いに至るまで」を支援している事例

●ミライカレッジ(ツヴァイ)

→  P.114

未来デザインワークショップ(ミライカレッジ仙北)では、地元での男性参加者向け先行ワークショップとして、仙北市での結婚・移住・定住のイメージを整理し、首都圏独身女性へのPRコンテンツを制作。

●出会いのチカラスキルアップセミナー(島田市)

→  P.98

婚活に成功する身だしなみ講座(縁結び婚)では、全体集合の30分前に女性のみ招集し、大井神社の境内にある宮美殿にて美容師によるヘアメイク等の身支度を実施(男性はヘアセットのみ)。

●かしわざきめぐりあい事業(柏崎市)

→  P.100

イベント事前説明会を開催し、男性参加者は必須参加としている。内容としては、当日の参加者が集まって親交を深めたり、婚活のプロに相談したりすることができるものとしている。出会いを生かすセミナー講演も、男性向けと女性向けに分けて開催。

●KOIBANA学校(荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター)

魅力を磨きながら相手探しもできる‘出逢いと学び’の学校。年間全8回の授業で、「お見合い」「デート」「ファミリー」などの体験や、カラーコーディネート、ファッション、ライフプランニング、コミュニケーションなど内・外見のスキルアップを図る。

●“電車で恋する” さやまコン(狭山市)

→  P.104

婚活パーティーの前に、結婚とはどういうものか、恋愛との違いについて専門家が講演。自分らしい結婚や家庭生活の実現に対する意識の醸成を目的として実施。

●結婚アカデミー(立川市)

女性のための結婚学として、ウエディングのプロが美しさの秘訣を理論的に解説。

(3)結婚に関連する事業

以下のような事業を実施している自治体もある。

- 挙式の支援
- 婚姻届を提出したカップルへの地域特産品の提供や、地元のお店で使用できる割引サービス
- お見合い制度によるマッチング
- 広域の地域で行うウェブサイトでのマッチングサービスの提供

結婚に関連する事例

●プレミアム婚姻届(立川市) →  P.110

1枚目が提出用婚姻届、2枚目が記録用婚姻届で複写式になっており、筆跡を残すことができる、市オリジナルの婚姻届(1部1,000円)。立川市役所にプレミアム婚姻届を提出し、市役所の記念写真撮影コーナーでプレミアム婚姻届と一緒に写真撮影をしたカップルを対象に、「たちかわの輝く個店」アワードで受賞された店舗から特典を提供。

●たま夢婚(公開結婚式)(立川市) →  P.110

立川市内の施設で結婚式を挙げた後、アリーナ立川立飛で開催しているアルバルク東京公式戦の試合前に行われるプライムタイムショーでお祝いセレモニーを実施。(共催：アルバルク東京)

●届け出挙式(狭山市) →  P.104

市に婚姻届を提出し、市に居住するカップル(1組)を対象に、市役所内で挙式を実施。

●オリジナルの婚姻記念証(狭山市) →  P.104

表面には、童絵作家・池原昭治氏が描き下した童絵に、市ゆかりの詩人・吉野弘氏の詩「祝婚歌」を配置し、裏面には提出された婚姻届が複写される。

●しあわせ福袋(柏崎市) →  P.100

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、柏崎商工会議所から結婚お祝い金(1万円)、柏崎農業協同組合からふれあい商品券(1万円)と米(30kg)を贈呈。その他、協賛企業からの特典もある。「結婚お祝い金」については本制度申込時に柏崎市民であることが条件。本事業は市の少子化対策の一環として実施しているため)

●新婚新生活支援補助金(島田市) →  P.98

新婚世帯の新居の取得・賃貸・引越し費用の補助を実施。1世帯あたり上限30万円を支給。

●お見合いのセッティング(荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター)

会員は、センター又は出張サポートセンターにてタブレットを閲覧し希望の相手を探すことができる。

●荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター

成婚者には成婚祝い品として地元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。

●ITの面から自治体をサポート(IBJ) →  P.118

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「成果の出る婚活サポートシステム」を提供。

### 3-2-3. 事業の成果

結婚支援は、少子化対策や地域活性化として期待される事業である一方、短期間で成果が出る事業ではないためKPIの設定が課題となる。評価指標を成婚数やカップル成立数、婚姻率とすることもあるが、すぐに成果が出る内容ではなく、また、結婚支援による成果かどうかを効果検証することが難しいことも考えられる。

イベントの成果としては、以下のような数値も十分指標になり得る。

- 参加者の満足度や楽しめたかどうか
- 参加者の地域への認知度
- 市民の市に対する肯定感

特に、地域資源を活用したイベント等を実施することで、市民にとっても新たな地域資源の掘り起こしにつながるため、市民の市に対する肯定感は下がることがなく、必ず向上するものと考えられる。また、数値では測ることができないが、「前向きになった」「自信がついた」等、事業に参加したことでの個々人の変化も重要である。

それ以外にも、地域活性化の観点から考えると、市外からの流入人口に焦点を当てることも、結婚支援の成果といえる。

これから結婚支援を始めるにあたっては、事業の目的を交えつつ中長期的な視点で、これらの指標を複合的に組み合わせて、取組を進めることが重要である。

#### 成果指標を設定している事例

- 立川市：プレミアム婚姻届を提出した人のうち市外在住者の割合
- 荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター：イベントの満足度
- 島田市：〈まち・ひと・しごと創生総合戦略〉  
婚姻率(人口1,000人あたり)5.00人(2019年度)
- 柏崎市：〈まち・ひと・しごと創生総合戦略〉  
婚姻の割合(25～39歳)56.0%以上(2020年国勢調査)  
結婚活動応援事業による成婚数30組以上(2019年度)
- 狭山市：〈まち・ひと・しごと創生総合戦略〉  
支援による結婚成立件数 目標値(2019年)24人(5年間)

#### <有識者 渥美 由喜氏からのコメント>

成婚率をKPIにするのではなく、結果として結婚・成婚につなげる観点で事業を実施している自治体の事例が多い。

成婚率・成婚数を指標とすると、成功している事例でも年間20組程度であり、1年あたり10人の出生増のためにかかる予算としてどうなのかという議論につながる恐れがある。

そのため、成婚率だけをKPIにするのではなく、地域の認知度向上、市民の市に対する肯定感の向上、参加者の満足度といった指標を複数設定することが有効である。

## 3-3. 予算の確保

## &lt;課題解決の方向性とポイント③&gt;

## 予算の確保

◆継続して実施できるように予算を確保することが望ましい

効果検証が難しい結婚支援では、予算の獲得が大きな課題である。実際インタビューでも、多摩・島しょ地域自治体アンケートでも、予算は100万円程度である事例が多くみられた。

取組を始めるにあたっては、前述のように多角的な視点から成果指標を設定し達成することで、継続的な予算の確保につなげることが可能となる。結婚支援は、単発的な事業やイベントのみでは効果が出にくいいため、継続して実施することで、住民からの信頼度やイベント等の事業の認知度が向上し、結果として結婚の後押しになることが期待できる。また、同じシステムを継続して利用できる環境を提供することで、自治体としてのマッチングシステム利用者数増加につながることも考えられる。一過性の事業・システムではなく、継続して住民に提供することは、自治体としての役割でもあるため、自治体を実施する上で、継続性を確保することは重要である。

また内閣府では「地域少子化対策重点推進(強化)交付金」や「結婚新生活支援事業費補助金」といった一定の条件のもと助成金(一部負担)の制度を設けている。交付金事業については対象となる事業の条件が厳しい面もあり、事業内容が画一的になるという懸念もあるが、予算が厳しい場合はこういった交付金や補助金の活用も検討することが考えられる。

## &lt;交付金や補助金を活用した事例&gt;

●荒尾・玉名地域 結婚サポートセンター →  P.108

設立当初はまち・ひと・しごと創生法をもとに長期ビジョンがあり、雇用創出の基金による事業を行っていた。事業に含まれるふるさと雇用再生特別基金事業と緊急雇用事業の資金が支給されていたため、国の予算で婚活事業を実施していた。

2015年度から国の地域少子化対策重点推進交付金を活用して事業を実施。2市4町は、均等に負担する額に加え、人口に応じて負担。

KOIBANA学校の開催とKOIBANA企業サポーター運営は国の補助金を活用。

●島田市 →  P.98

2015年度は市の単独事業、2016年度は地域少子化対策重点推進事業の交付金を使用、2017年度は市の単独事業として実施。2018年度は国の交付金を使用して実施。

●横瀬町 →  P.102

2015年度に、当時の横瀬町振興課担当から埼玉県補助金(平成27年度SAITAMA婚活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。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。ただし、2018年度は埼玉県の補助金の対象外であったが、西善寺の住職から協力の申し出があったことから開催に至った。

## &lt;交付金や補助金を活用しない事例&gt;

●狭山市 →  P.104

届け出挙式は市の予算を使わず、民間企業や大学との連携によって実施。

●柏崎市 →  P.100

かしわざきめぐりあい事業は、柏崎市と商工会、JAでそれぞれの予算を合算し、結婚支援事業を実施。

●ミズノ →  P.116

スポーツで婚活 in ユニバーは、施設利用料と人件費が必要となるが、参加費で十分確保できる。

### 3-4. 庁内での推進体制

#### <課題解決の方向性とポイント④>

##### 庁内での推進体制

◆人口減少や少子化対策を念頭に、政策企画課が体制に入ることが重要である

結婚支援に取り組む組織は都道府県や市町村によってさまざまである。

庁内における所管課は政策企画課、子育て支援課、広報課といったように目的に応じて事業を行う部局に違いがみられた。

庁内の連携先としては、事業の内容によっても異なるが、婚姻届の提出先である市民課、地域の企業との連携窓口である産業振興課といった部局がみられた。そのほか、組織横断的なネットワークを構築して各課から1～2人が参画する委員会形式をとり、男女共同参画、少子化対策、企画担当が参画することもある。

人口減少や少子化対策を念頭においた場合、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との親和性が高くなるため、政策企画課が担当若しくは体制に入り連携して進めることが肝要である。

##### 所管課の例

- 届け出挙式(狭山市)：広報課
- “電車で恋する”さやまコン、“学校で恋する”さやまコン(狭山市)：政策企画課
- プレミアム婚姻届(立川市)：企画政策課(提出先は市民課)
- 島田市：子育て応援課
- 柏崎市：子育て支援課

##### 庁内連携について

###### ●狭山市

結婚支援の取組について庁内連携は取っていないが、必ず情報共有している。

###### ●立川市

企画政策課が広報課と連携することで、TAMAウエディング推進会のイベントの周知や当日の運営支援を行うなど、行政として事業を行っていることのPRもできている。

###### ●島田市

子育て応援課、移住定住の促進の担当部署である地域づくり課、その他4課（健康づくり課、建築住宅課、保育支援課、社会教育課）が結婚・出産・子育てに関連した事業を行っている。現状では十分に庁内連携が取れていない。

## 3-5. 庁外との連携

## &lt;課題解決の方向性とポイント⑤&gt;

## 庁外との連携

◆地域資源として、地元の企業や学校法人と連携することも重要である

事業を推進するにあたって、委託するか庁内資源のみで実施するかは予算や地域内の当該団体・企業の有無によると考えられる。

結婚支援の性質に鑑みた場合、個人情報保護の観点も踏まえ、企業への委託はセキュリティ対策の実情を確認し、慎重に行うことが望ましい。地域内に適した委託先が見つからない場合は社会福祉協議会、商工会議所、観光協会など行政に近い団体が受け皿となることも考えられる。いずれも既存事業があるため、調整は容易ではないが各団体の目的と合致するものであれば委託先として検討の選択肢に入れることは可能である。地域によっては高齢化の課題を抱える認可地縁団体や福祉分野で活躍しているNPO法人が担っている地域もあった。

また、地域資源の1つである学校法人と連携し、学生たちが参画することも考えられる。

委託する場合は民間事業者の持っているノウハウが活用されることを期待できるが、広報に関しては民間事業者のみで周知を図るよりも、自治体が協力して広報を行うほうが効果的であるため適宜サポートが必要である。

## 庁外連携の例

●届け出挙式(狭山市) →  P.104

市内にある大学が、挙式の演出の企画、会場装飾、当日の運営において協力。また、結婚情報サービス企業が募集用ポスター・チラシの手配、ブーケ等の挙式アイテム一式を貸与。茶業協会からお茶や衣装・道具の提供、市内の写真店や飲食店から特別なサービスの提供があった。

●“電車で恋する” さやまコン(狭山市) →  P.104

鉄道会社からイベントを提案されて実現。鉄道会社とは委託契約を結んだ。鉄道会社はイベント会社と委託契約を結び、事業を実施した。

## ●“学校で恋する” さやまコン(狭山市)

コンペで結婚支援事業者が受託。

●かしわざきめぐりあい事業(柏崎市) →  P.100

まず商工会議所とJAの2者間で、会員の未婚者を対象に結婚支援を実施する話が出た。その同時期に、市にて少子化対策を目的に結婚支援の実施を検討していたため、3者が協働して事業を進めることになった。

●縁むすび婚(島田市) →  P.98

NPO法人が受託して、官民一体で事業を展開している。イベントではボランティア団体も協力している。

●ウエディングシティ立川推進事業(立川市) →  P.110

市が結婚支援事業を始める前から地元のウエディング推進会が結婚アカデミーを開催しており、また市創生総合戦略の結婚支援事業の内容に合致していたということもあって、推進会と連携して事業を進めることになった。

## 3-6. 広域連携

## &lt;課題解決の方向性とポイント⑥&gt;

## 広域連携

◆広域で連携することは参加者増や満足度の向上につながりやすいため、複数の市町村で連携することで地域全体としての魅力をアピールすることも重要である

結婚支援でイベントを行う場合、毎回参加者が同じになるといった恐れがある。また、1つの地域で開催されると、人数が集まらないケースや顔見知りに出会うのではないかとという参加者の抵抗感もあるため、広域連携は近隣の地域と連携し広く参加者を集められるメリットがある。広域連携でイベントを行う場合は、持ち回りで実施することで、連携している地域全体の魅力をアピールすることも可能となるほか、連携している自治体内でより自分が所属している自治体の魅力をアピールしようと検討するため、地域全体として相乗効果が生まれると考えられる。

またマッチングアプリなどのシステムの導入では参加者が一定数いなければ成り立たないため、事業内容によっても広域連携を検討することが肝要である。

## 広域連携の例

## ●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

熊本県荒尾市、玉名市、玉東町、南関町、長洲町、和水町の2市4町が連携。1970年に広域の圏域を作り、1994年に有明広域行政事務組合を設立。当初は消防、清掃、斎場、介護保険、衛生のハード面から広域連携をしていたが、人口減少が喫緊の課題となり、市町村の枠を超え、出会いの場を創出し、交際から成婚へのサポートをしようとセンターを開設。

## ●島田市

静岡市、焼津市、藤枝市、牧之原市、川根本町、吉田町で連合を設立し、活動している。「トーキョー女子との婚活バスツアー」「静岡市周辺のいちご農家の男性と東京都に住む女性の農業婚活ツアー」等を企画。

## ●SAITAMA出会いサポートセンター

行政・企業・民間団体が連携して、それぞれの強みを生かした広域的、総合的な結婚支援を行い、結婚を希望する方が主体的に活動しやすい環境づくりを進める。運営主体は、埼玉県、市町村、企業等により構成する「SAITAMA 出会いサポーター運営協議会」。運営協議会会員は、熊谷市、秩父市、飯能市、本庄市、春日部市、深谷市、戸田市、桶川市、坂戸市、日高市等(2018年6月現在)。

## ●鳥取県「えんトリー」、島根県「しまコ」

鳥取県と島根県は、結婚を希望する方の県境を越えた広域的な出会いを支援するため、島根県のコンピューターマッチングシステム新規導入に併せ、それぞれの県のサポートセンターが運用するシステムの連携を開始。都道府県を越えたシステム連携は、今回の山陰連携が全国初の取組。

### 3-7. 民業とのすみわけ

<課題解決の方向性とポイント⑦>

民業とのすみわけ

◆自治体が結婚支援を行うことで、気運醸成・ニーズの掘り起こしになり、結婚支援の市場全体の拡大に寄与するため、民業圧迫にはならない

インタビューした民間事業者はいずれも民業圧迫にはならないという回答であった。

図表141 民間事業者とのすみわけ

分類	概要
民業圧迫にならない理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>●公的機関が民間事業者と連携して事業を実施することで気運が醸成されニーズが掘り起こされ、結婚支援の市場自体が拡大する</li> <li>●行政が参加することで、結婚支援自体のイメージがクリーンになる</li> </ul>
行政独自の視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域に定着することを前提としている</li> <li>●民間事業者の事業のターゲットとならない層（低所得者等、結婚に向けて何らかの支援を必要とする層）を対象とした事業を行い、就労支援・コミュニケーション支援・社会復帰支援等に、身だしなみ講座等の要素を加えて実施することが可能</li> <li>●自治体の他施策（貧困対策、ひとり親家族向け等）とつなげることも可能</li> <li>●結婚支援に関わる組織どうしを結びつけることが可能</li> </ul>

## おわりに

本調査研究では、結婚支援に関する文献調査、多摩・島しょ地域の自治体アンケート及び住民アンケート、民間事業者インタビュー、有識者インタビュー及び先進事例調査を実施した。これらの各種調査結果をもとに、結婚支援の現状・取組や多摩・島しょ地域における課題やニーズを把握した上で、多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援について検討を行った。その結果得られた方向性について、以下のとおり総括する。

### 1. 結婚支援事業に取り組む意義

自治体が結婚支援に取り組む際の大前提として、結婚は個人の自由であり、強制されるものではなく、特定の価値観を押し付けたり、プレッシャーを与えたりすることがあってはならないことに注意を払う必要がある。

その上で結婚支援に取り組む意義としては、本調査研究のタイトルにもあるとおり「少子化対策」及び「地域活性化」への効果が期待できることにある。少子化対策については、有識者の渥美氏が指摘しているとおり、「未婚率の上昇」が主因として考えられているため、婚姻率向上を目的の1つとして据えることで、関連施策とそれによる効果が期待される。

また、地域活性化については、地元企業との連携、地域資源のPR、シビックプライドの醸成、施設の利活用、移住・定住施策の促進等さまざまな切り口で支援することができる。さらに、未婚による単身世帯の増加等のリスクを考えると、結婚支援は将来的に社会保障費の削減や税収の確保にもつながる。

事業の目的と効果については、庁内の関連計画や意見を広く収集し、各自治体の現状や方向性を踏まえ多面的に検討する必要がある。

### 2. 具体的な事業内容

自治体の行う結婚支援としては「婚活イベント」に地域性を加味したものが多く見られた。本調査研究では収集した事業内容を地域資源の種類別に「自然」「地域産業・特産品」「地縁づくり」「施設活用」「システム・制度」に分類し整理した。いずれのイベントも地域の資源や特色を活用した内容となっているため、婚活イベントを企画する際には地域の資源を洗い出した上で目的に応じて参考にすることでより良い内容にすることが可能となる。工夫や話題性、流行をイベントに加えることで出会いの場としての魅力を創出できることが婚活イベントの特徴とも言えるため、地域内に主要な観光資源がない場合でも、庁内や地元の関係者内で広く意見を募り企画・運営することが重要である。

また、婚活イベントに参加するにあたって、身だしなみ、メイクアップやコミュニケーションに関する講座を実施することが成果に結びつく要因にもなるため、イベント前にこうした講座を実施する自治体もみられる。移住・定住やシビックプライド醸成を目的とした事業の場合は、オリジナル婚姻届、届け出挙式、結婚に伴う移住・定住費用等の補助金の支給（地域少子化対策重点推進交付金 結婚新生活支援事業）等を実施している自治体もみられた。

さらに、結婚支援を実施する際には、広域で連携し、複数の自治体の実施主体となることも重要である。広域連携を行うことは、参加者を広い地域から集めることが可能になるほか、持ち回りで複数の自治体で実施することで、連携している地域全体の魅力をアピールすることも可能となる。また自治体としても、連携している自治体内で自分が所属している自治体の魅力をよりアピールしようと検討するため、地域全体として相乗効果が期待できる。

### 3. 民業圧迫への懸念

自治体アンケートにおいて、「民業を圧迫する懸念がある」と考える自治体は、多摩・島しょ地域で9自治体と懸念する声が一定数みられた。しかし、インタビュー等を通して実際には民業圧迫の懸念はないことが分かった。民間事業者と自治体とでは支援する対象者や目的、ニーズが異なることから、大手民間事業者としても、自治体が実施する結婚支援には結婚支援そのもののイメージの向上と機運の醸成、潜在的な婚活ニーズの掘り起こし等を期待しており、民業圧迫にはならないと認識している。

しかし、実際には結婚支援を実施する民間事業者は東京都内に数多く存在することから、事業の実施にあたっては、民間事業者との連携も視野に入れつつ地域内の事業者の意向も確認し、場合によっては相談しながら検討することも重要である。