

結婚支援を糸口とした
少子化対策及び地域活性化に関する
調査研究報告書



2019年3月

公益財団法人 東京市町村自治調査会

結婚支援を糸口とした
少子化対策及び地域活性化に関する
調査研究報告書

2019年3月
公益財団法人東京市町村自治調査会

目 次

はじめに	1
第1章 調査研究の概要	2
1. 調査研究全体の目的	2
1-1. 自治体による結婚支援の現状	2
1-2. 本調査研究の目的	2
1-3. 本報告書の利活用について	3
2. 調査研究の実施方法	4
2-1. 本調査研究のコンセプト	4
2-2. 調査研究の実施概要・フロー	5
第2章 結婚支援に関する取組の現状	8
1. 概論	8
1-1. 結婚を取り巻く環境	8
1-2. 自治体における結婚支援の背景・現状	15
1-3. 結婚に対する取組の整理	19
2. 結婚支援に関する関係機関等の取組	21
2-1. 国の取組	21
2-2. 都道府県の取組	29
2-3. 市区町村の取組	35
2-4. 民間事業者の取組	36
3. 多摩・島しょ地域における結婚支援を取り巻く現状	42
3-1. 自治体アンケート及び住民アンケートの総括	42
3-2. 多摩・島しょ地域の自治体における取組の現状	43
3-3. 多摩・島しょ地域の住民の現状	75
第3章 多摩・島しょ地域の参考となる自治体及び民間事業者の取組事例	97
1. 事例の全体概要	97
2. 自治体の取組事例	98
2-1. 静岡県島田市	98
2-2. 新潟県柏崎市	100
2-3. 埼玉県横瀬町	102
2-4. 埼玉県狭山市	104
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	108
2-6. 立川市	110
2-7. 新潟県長岡市	112

3. 民間事業者の取組事例	114
3-1. 株式会社ツヴァイ	114
3-2. 美津濃株式会社（ミズノ）	116
3-3. 株式会社IBJ	118
3-4. 株式会社タカラッシュユ	120
第4章 ワークショップの実施結果	122
1. ワークショップの設計	122
2. ワークショップの内容	124
2-1. 有識者による情報提供	124
2-2. ワークショップ第1部：結婚支援を取り巻く課題と必要性を考えよう	126
2-3. ワークショップ第2部前半：身近な地域資源を活用したイベントを考えよう	128
2-4. ワークショップ第2部後半：そのイベントに結婚支援のエッセンスを加えてみよう	130
2-5. ワークショップへの講評	132
2-6. 当日のアンケート結果	134
3. ワークショップの考察	141
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	142
1. 自治体が抱える課題	143
1-1. 自治体が抱える課題の概要	143
1-2. 自治体が抱える課題の詳細	143
2. 自治体が有する地域資源の可能性	145
2-1. 自治体職員が考える地域資源	145
2-2. 住民が考える地域資源	146
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）	148
3-1. 結婚支援に取り組む意義	148
3-2. 事業内容（対象者、地域資源の活用方法等）	153
3-3. 予算の確保	161
3-4. 庁内での推進体制	162
3-5. 庁外との連携	163
3-6. 広域連携	164
3-7. 民業とのすみわけ	165
おわりに	166

結婚支援を糸口とした少子化対策及び地域活性化に関する調査研究 報告書概要版

第1章 調査研究の概要

<調査研究の背景・目的>

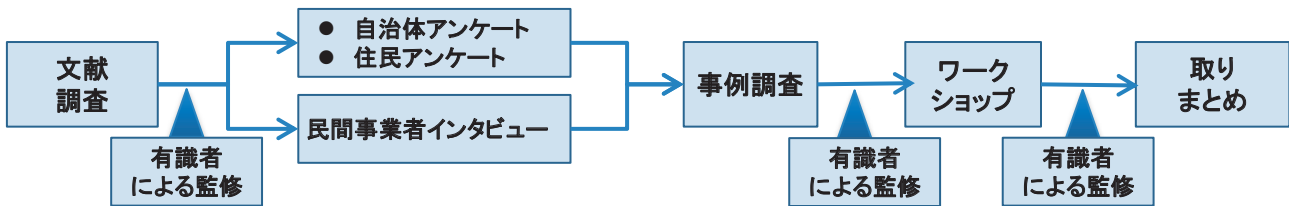
- 日本全体として少子化は喫緊の課題となっており、婚活イベントの開催や新婚世帯への各種費用助成等、結婚支援に取り組む自治体は増加傾向にあるが、実際に事業として実施している自治体は、全国でも半数程度にとどまっている
- 結婚支援の実施は、地域資源を活用することで地域の魅力の認知を高め、持続的発展が可能な都市にするためのさまざまな方策のうちの1つと考えられる
- 地域活性化のための1つの方策として結婚支援を検討することで、地域活性化や少子化対策等の推進に寄与することを目指す

<調査研究の概要>

	調査研究項目	
1.結婚を取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 少子高齢化の現状 ◆ 地域活性化への取組の現状 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 現代におけるライフスタイルの多様性について ◆ 生涯未婚率の推移・背景
2.結婚支援の背景・現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 自治体が発行する結婚支援 ◆ 国や都道府県での取組 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 民間事業者の取組や自治体との連携可能性・意向
3.多摩・島しょ地域の現状	◆ 多摩・島しょ地域における結婚支援に関する取組の現状・課題	
4.多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援に関するあり方	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 取組の方向性 ◆ 具体的な取組・事業 	◆ 結婚支援を糸口に、地域活性化や少子化対策にどうつなげるか

<調査研究の具体的な手法>

有識者による監修(中央大学教授・山田昌弘氏、内閣府地域働き方改革支援チーム委員・渥美由喜氏)及び有識者インタビュー、文献調査、多摩・島しょ地域の自治体アンケート・住民アンケート、民間事業者インタビュー、事例調査、ワークショップを実施し、これらの結果を踏まえて取りまとめを行った。



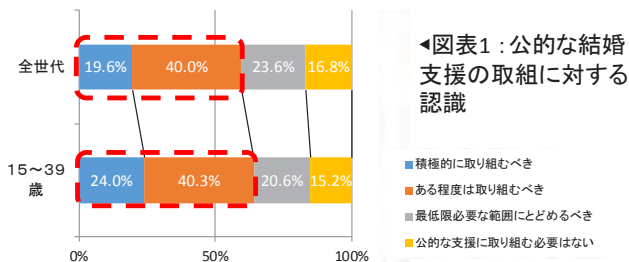
第2章 結婚支援に関する取組の現状:概論

<結婚支援を取り巻く環境>

- ◆ 合計特殊出生率は全国平均1.45(2015年)だが、東京都は1.24と全国で最も低い
- ◆ 未婚化・晩婚化が進んでおり、50歳時点の未婚割合は男女ともに上昇している
- ◆ 「いずれ結婚するつもり」と考える未婚者の割合は8割以上と高いが、適当な相手にめぐりあわないことが独身の理由
- ◆ 男性は就労形態によって配偶者がいる割合が異なり、正社員以外の不安定な就労形態は結婚しにくさにつながっている
- ◆ 出産・子育てをめぐる意識として、出産後も就業を継続する女性が増加しているが、子育て世代の男性は依然長時間労働で、先進国中最低水準の家事・育児時間になっている

<公的な結婚支援について>

- ◆ 自治体での結婚に対する取組の実施状況としては、婚活イベントが年々増加傾向にある
- ◆ 自治体における婚活イベントは、開催回数6回、参加者総数102人、カップル成立数13.6組、成婚数0.9組(2016年度平均)
- ◆ 全国自治体アンケートによると、取組を推進するために必要不可欠なのは、財源、住民の関心、地域・地元企業等の協力



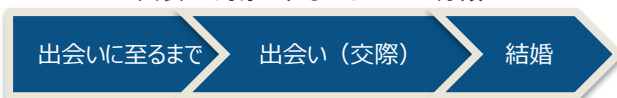
- ◆ 公的な結婚支援について全世代で6割が「積極的に取り組むべき」又は「ある程度は取り組むべき」と回答している(図表1)
- ◆ 特に、15~39歳の若い世代では、公的な結婚支援に「積極的に取り組むべき」と回答した割合が高くなっている(図表1)
- ◆ 公的な結婚支援のうち、最も必要・重要と思うものは「出会いの機会・場の提供」や「結婚資金や住居に関する支援(貸付制度など)」

<国や東京都の取組>

- ◆ 国では希望出生率1.8の実現に向けて「ニッポン一億総活躍プラン」を策定し、定量的な評価指標を設定している
- ◆ 東京都では、結婚を希望しながらも、一步を踏み出せないでいる都民の後押しをするため、結婚に向けた気運の醸成に取り組んでおり、情報提供やきっかけづくりを中心にさまざまな取組(イベントの開催、ウェブサイト立ち上げ等)を実施

<結婚支援の対象とするステージの整理>

▼図表2：対象とするステージの分類



- ◆ 結婚支援を実施するにあたって、メインターゲットとする対象者を検討する必要がある
- ◆ 結婚を含めた将来を検討するために、定住促進の観点も重要

<結婚支援において活用可能な地域資源の整理>

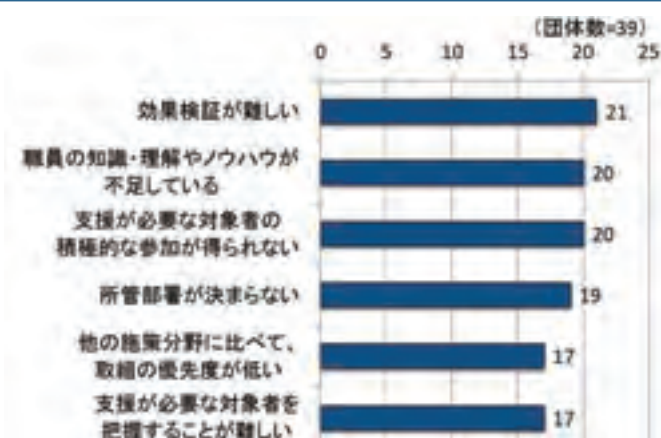
- ◆ 自然(公園等)
- ◆ 地域産業・特産品(地域の特産品、独自産業等)
- ◆ 地縁づくり(地域でのつながり、大学等)
- ◆ 施設活用(公共施設、結婚式場、庁舎等)
- ◆ システム・制度(プレミアム婚姻届、独自の支援制度等)

- ◆ 地域への交流人口増加等を目的として、地域資源の魅力伝える視点を追加して結婚支援を実施することもある
- ◆ 本調査での地域資源の分類は、左記のとおり

第2章 結婚支援に関する取組の現状：多摩・島しょ地域における結婚支援を取り巻く現状

<自治体アンケート>

調査方法：電子ファイル(MS Excel)調査票の電子メール送付・回収
 調査対象：多摩・島しょ地域のすべての市町村39団体
 調査期間：2018年8月6日～8月22日
 回収数：39団体(回収率100%)



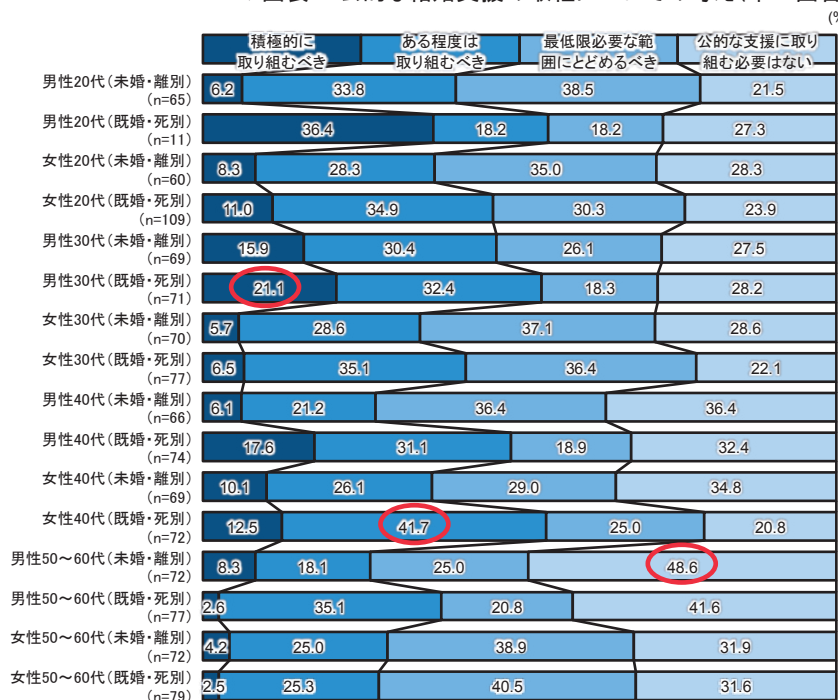
▼図表3：結婚支援を実施するための課題等(複数回答)
 ※上位6項目のみ抜粋

- ◆ 結婚支援を実施している団体は全体の約4割
- ◆ 結婚支援を実施するための課題としては、「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」が上位に挙げられる(図表3)
- ◆ 他自治体と連携しているのは3団体
- ◆ 公的な結婚支援については、約4割が「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

<住民アンケート>

調査方法：インターネット・モニター調査
 調査設計：多摩・島しょ地域に在住している20～69歳の男女
 調査期間：2018年8月24日～8月27日
 回収数：1,113サンプル

▼図表4：公的な結婚支援の取組についての考え(単一回答)／性年代・未既婚別



- ◆ 「いずれ結婚するつもり」と回答した未婚者又は離別者の割合は、男性20代(80.0%)及び女性20代(76.7%)で高くなっている
- ◆ 自治体を実施する事業への参加・利用状況としては、経済的支援の割合が高い(特に30～40代男性(既婚・死別))
- ◆ 公的な結婚支援について、「積極的に取り組むべき」は男性30代(既婚・死別)、「ある程度は取り組むべき」は女性40代(既婚・死別)が高い一方、「公的な支援に取り組む必要はない」は男性50～60代(未婚・離別)で高くなっている(図表4)

第3章 多摩・島しょ地域の参考となる自治体及び民間事業者の取組事例

多摩・島しょ地域における取組や全国における先進事例から、今後の結婚支援のあり方を検討する際の参考情報・ヒントを見出すために、事例調査を行った。

また、自治体による結婚支援の民業圧迫の可能性、近年の婚活者のニーズや動向、今後の自治体との連携の可能性等を明らかにするために、民間事業者へのインタビューを行った。

分類	実施主体	ポイント	主な事例
自治体の事例	静岡県島田市	「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、市内の結婚支援団体のネットワークを構築しながら、結婚支援事業を推進	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 出逢い力の創造事業 ◆ 出逢いの場創造事業 ◆ 結婚新生活支援補助金
	新潟県柏崎市	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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ かしわざきめぐりあい事業 ◆ しあわせ福袋
	埼玉県横瀬町	婚活イベントを通じてさまざまな地域資源をPRし、地域活性化を実現	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 謎解き婚活 ◆ 婚活大運動会 ◆ 婚活BBQ ◆ 寺コン
	埼玉県狭山市	シビックプライドの醸成や定住促進を目的として実施	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 届け出挙式 ◆ “電車で恋する”さやまコン
	荒尾・玉名地域結婚サポートセンター	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に実施	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 各種婚活イベント
	立川市	交流人口増加を目的に、25歳～39歳の若年層が市を訪れるための工夫として実施	<ul style="list-style-type: none"> ◆ プレミアム婚姻届 ◆ ウエディングシティ立川推進事業
	新潟県長岡市	市民発案で市の複合施設における結婚式を実施し、結婚式を実施することで、施設の多様な活用方法をPR	<ul style="list-style-type: none"> ◆ アオーレ長岡における人前結婚式
民間事業者の事例	株式会社ツヴァイ	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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ミライカレッジ ◆ 全国における自治体の結婚支援事業支援
	美津濃株式会社(ミズノ)	スポーツを通じた婚活を実施し、相手への理解度向上や健康増進効果も期待でき、参加者の満足度が高い状態を維持	<ul style="list-style-type: none"> ◆ スポーツで婚活 in ユニバー
	株式会社IBJ	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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 町おこし婚活支援事業
	株式会社タカラッシュ	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宝探しイベントを自治体と連携し実施	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 小江戸川越なぞとき縁結び

第4章 ワークショップの実施結果

実施目的: 各調査結果を踏まえ整理した方向性をもとに、多摩・島しょ地域の自治体職員による結婚支援に関する地域資源や取組方策に関する討議を行い、取組のあり方を検討する。

実施方法: ワークショップ形式(1グループ4名×2グループ)

対象者: 多摩・島しょ地域の自治体職員

抽出方法: 東京都市町村企画研究会を通じて、多摩・島しょ地域39自治体の企画担当課への通知・参加者選定依頼を行った。

開催日程: 2018年11月1日(水)9:00～16:30

実施概要: 有識者による情報提供(自治体が結婚支援に取り組む意義や自治体の結婚支援に関する最新動向)のほか、テーマを設定し、グループワークを行った。

<テーマ>

第1部: 結婚支援を取り巻く課題と必要性を考えよう

第2部前半: 身近な地域資源を活用したイベントを考えよう

第2部後半: そのイベントに結婚支援のエッセンスを加えてみよう

<ワークショップから見た結婚支援の検討のポイント>

- ◆ 地域資源を活用したイベントについて、多摩・島しょ地域の地域資源の認知度を向上させ、「また訪れたい」という気持ちにつなげることを主目的としつつ、結婚支援の要素を盛り込んで検討することで、多摩・島しょ地域ならではの結婚支援になると考えられる
- ◆ 結婚支援を念頭に検討するのではなく、地域資源から検討をはじめすることで、結婚支援につながるという点が重要である

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

＜自治体ならではの結婚支援とは＞

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といった得るものを提供する場とすることが肝要である。



＜自治体における取組の方向性＞

＜課題＞	＜課題解決の方向性とポイント＞
①自治体で取り組む意義 (庁内での優先度が低い等)	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具体的な事業内容の検討	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
③庁内外での連携の必要性	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
④民業圧迫への懸念	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

おわりに

各種調査の結果をもとに、結婚支援の取組・現状や多摩・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、以下のとおり総括する。

＜結婚支援事業に取り組む意義＞

- ◆ 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
- ◆ 少子化対策への効果としては、婚姻率向上を目的の1つに据えることで、関連施策とそれによる効果が期待される
- ◆ 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

＜具体的な事業内容＞

- ◆ 自治体が行う結婚支援としては、「婚活イベント」に地域性として、地域資源のほか、工夫や話題性、流行を加えることで、より良い内容にすることが可能となる
- ◆ 婚活イベントに参加するにあたって、身だしなみ等に関する講座を受けることが成果に結びつく要因にもなるため、こうした講座を開催することも重要である
- ◆ 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

＜民業圧迫への懸念＞

- ◆ 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、自治体を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気運の醸成、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
- ◆ 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

はじめに

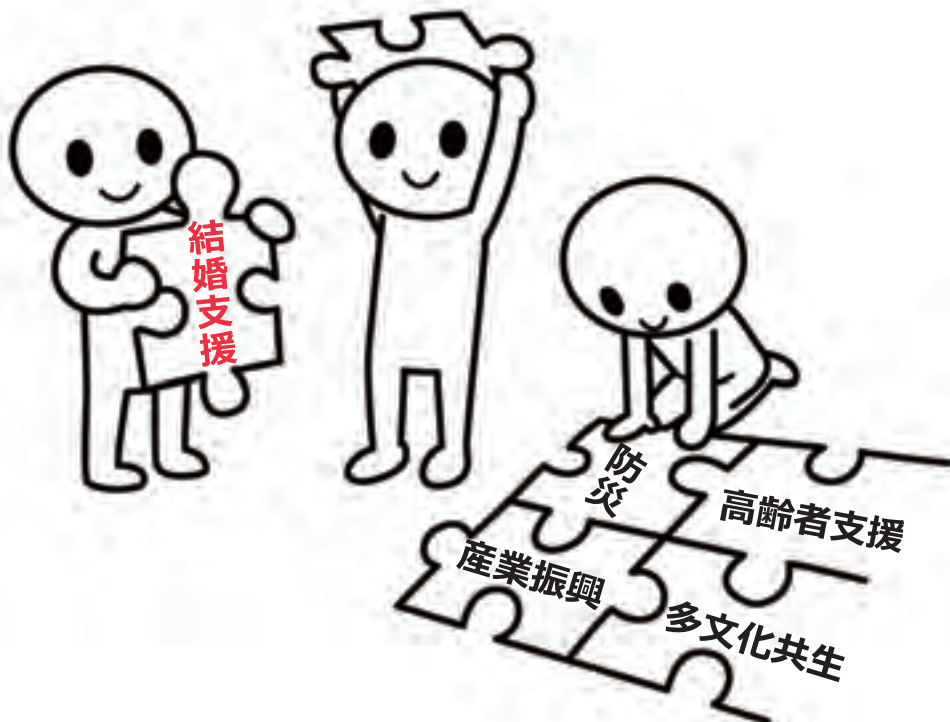
近年、ライフスタイルは多様化している。結婚する、しないというのは個人の意思によるものであり、その形態もさまざまである。このような中、婚活イベントの開催や新婚世帯への各種費用助成等、結婚支援に取り組む自治体が増えている。

その背景としては、喫緊の課題となっている少子化に歯止めをかけたい、シティプロモーションの一環として地域活性化につなげたいという自治体の意向がうかがえる。多様なライフスタイルが存在する現代において、自治体が結婚支援を行うことには賛否両論あるが、少子化対策は国を挙げての取組である。また、東京都政策企画局「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020年に向けた実行プラン～」(2016年12月)では、東京都においては転入者数が転出者数を上回る状態が続くものの、2025年頃から減少に転じることや、単独世帯の割合が上昇し、夫婦と子どもから成る世帯の割合は低下すること等が述べられており、今後の少子高齢化の加速が予想されている。

しかし、独身者に対して結婚を促したり結婚しない理由を問うたりすることはハラスメントと受け止められ、古い価値観の押し付けになる可能性や、民間に比べマーケティングや運営に関するノウハウ不足、他の施策に比べ短期間で明確な成果が出にくい事業でもあるため取り組みにくい、既存事業者に対する民業圧迫の可能性といった課題も挙げられる。そのため、自治体を実施する結婚支援は、「出会い、結婚する2人」だけを支援するものではなく、魅力ある地域づくりにもつながり得るものとするのが不可欠である。

結婚したいと考えている層に対する支援を拡充することは、各自治体で注力している子育て世代の定住促進につながる可能性や、地域と一体となって婚活イベント等を実施することで地域活性化のきっかけとなる可能性も考えられる。

そこで、本調査研究では、多摩・島しょ地域の各自治体の結婚支援に関する事業計画策定時等の検討に資するとともに、地域活性化や結婚支援を糸口とした少子化対策等の推進を目指し実施する。



第1章 調査研究の概要

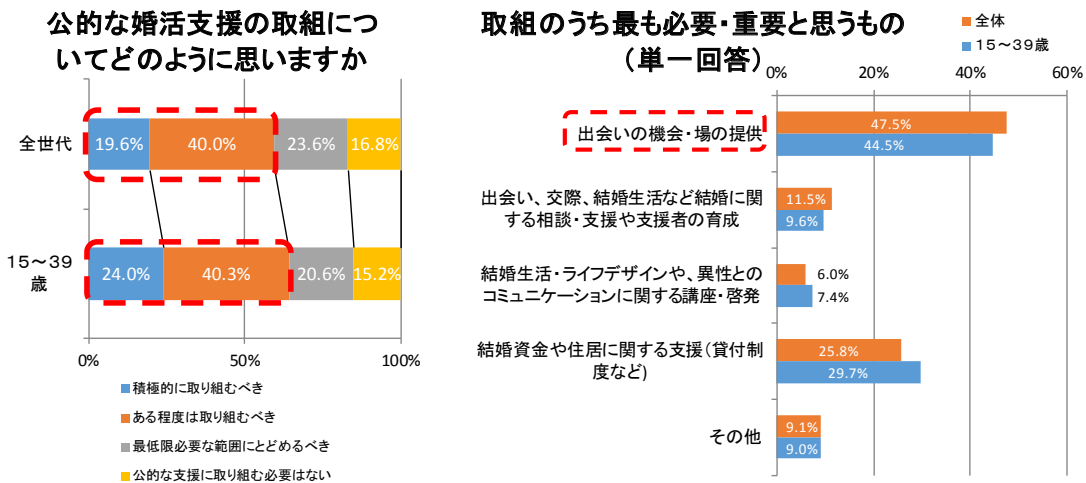
第1章では、本調査研究全体の背景・目的や、本報告書の利活用方法のほか、調査研究の実施方法・フローなどを整理している。

1. 調査研究全体の目的

1-1. 自治体による結婚支援の現状

厚生労働省の意識調査によると、自治体による結婚支援については、約6割が結婚について何らかのレベル(積極的に取り組むべき、ある程度は取り組むべきの2つ)で公的な支援に取り組むべきと回答し、最も必要・重要な取組として「出会いの機会・場の提供」を挙げており¹、住民ニーズは明らかである。

図表1 公的な結婚支援の取組に対する認識と期待²



※ともに厚生労働省「人口減少社会に関する意識調査」(2015年)による

実際に、内閣府委託事業「地域少子化対策強化事業の調査研究・効果検証と取組事例調査報告書」(2017年2月)によると、アンケートに回答した1,286の市町村のうち、54.4%が自治体による出会いの機会の創出・支援等を行っている。

1-2. 本調査研究の目的

自治体による結婚支援は、前述のとおり、住民からのニーズがあるものの、実際に事業として実施している自治体は、全国でも半数程度にとどまっている。しかし、自治体は、住民一人ひとりが将来のライフプラン、キャリアデザインを描くための情報提供をする必要があり、その一環として結婚支援の実施が不可欠である³。

1 厚生労働省「人口減少社会に関する意識調査」(2015年3月)

2 少子化克服戦略会議(第2回 2018年2月8日)少子化関係資料
http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/kokufuku/k_2/pdf/ref1.pdf (2018年11月16日アクセス)

3 内閣府子ども・子育て本部「地域における結婚・妊娠・出産・育児の切れ目ない支援事業の調査研究・効果検証と先進事例調査報告書」(2015年12月)

結婚支援の実施は、多摩・島しょ地域の地域資源を活用し、地域の魅力への認知を高めることで、持続的発展が可能な都市にするためのさまざまな方策のうちの1つとして考えられる。また、多摩・島しょ地域においては、地域ごとに課題やその喫緊度が異なるため、自治体は個人の考え方や価値観を尊重しつつ、地域の特性を生かした結婚支援を実施していくことが求められている。

そこで、本調査研究では、地域活性化のための1つの方策として結婚支援を検討することで、地域活性化や少子化対策等の推進に寄与することを目指すものとする。

1-3. 本報告書の利活用について

本調査研究では、多摩・島しょ地域の自治体及び住民の実態を分析(第2章)した上で、民間事業者や先進事例の取組状況を紹介するとともに、多摩・島しょ地域で同種事業を展開する際のポイントを整理している(第3章)。また、自治体において、結婚支援を実際に検討する際の進め方の参考として、多摩・島しょ地域の自治体職員を対象としたワークショップを実施している(第4章)。これらの調査結果を参考に、結婚支援に取り組む際の地域資源の考え方や留意点等について、整理している(第5章)。

本調査研究によって、現在既に結婚支援に取り組んでいる自治体が、さらに効果的な結婚支援を実施することを後押しするとともに、現時点では結婚支援の優先度が低い自治体においても、地域資源の認知度向上等、別の目的で実施している事業に結婚支援の要素を取り入れることで、結果として結婚支援に取り組むためのヒントを提供することを想定している。

多摩・島しょ地域のすべての自治体において、今後の地域活性化や少子化対策を見据えた結婚支援の検討、実施を推進する一助として、本報告書を活用していただくことを想定している。

2. 調査研究の実施方法

2-1. 本調査研究のコンセプト

本調査研究では、次のコンセプトに基づき、下表の項目について、検討を実施した。

- 結婚支援の対象となるステージを、「出会いに至るまで」「出会い（交際）」及び「結婚」に細分化する
- 地域活性化の観点から、結婚支援において活用できる地域資源に注目する

図表2 本調査研究の項目

	調査研究項目	調査研究の方法	調査の方向性
1 結婚を取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none"> ●少子高齢化の現状 ●地域活性化への取組の現状 ●現代におけるライフスタイルの多様性について ●生涯未婚率⁴の推移・背景等 	<ul style="list-style-type: none"> ●文献調査 ●有識者インタビュー 	<ul style="list-style-type: none"> ●国等の統計データ、各種調査結果等を踏まえ、各項目の現状を整理
2 結婚支援の背景・現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●自治体を実施する結婚支援 ●国や都道府県での取組 ●民間事業者の取組や自治体との連携可能性・意向 等 	<ul style="list-style-type: none"> ●民間事業者インタビュー ●自治体アンケート ●事例調査 ●有識者インタビュー 	<ul style="list-style-type: none"> ●各種支援事業について、発注者・受注者それぞれの立場における期待と成果、意向等を把握 ●多摩・島しょ地域及び全国の先進事例から概要・課題・成果等を把握
3 多摩・島しょ地域の現状	<ul style="list-style-type: none"> ●多摩・島しょ地域における結婚支援に関する取組の現状・課題 	<ul style="list-style-type: none"> ●自治体アンケート ●住民アンケート ●事例調査 	<ul style="list-style-type: none"> ●多摩・島しょ地域の自治体における現状や課題を把握
4 多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援に関するあり方	<ul style="list-style-type: none"> ●対策の方向性 ●具体的な取組・事業 ●結婚支援を糸口に、地域活性化や少子化対策にどうつなげるか等 	<ul style="list-style-type: none"> ●上記の各種調査結果を踏まえ、ワークショップにより検証 ●有識者インタビュー 	<ul style="list-style-type: none"> ●多摩・島しょ地域の特性を踏まえた具体的な結婚支援の方向性を抽出

4 50歳になった時点で一度も結婚をしたことがない人の割合を指す。

2-2. 調査研究の実施概要・フロー

本調査研究の実施概要・フローは下表のとおり。

図表3 本調査研究の概略

調査方法	調査概要
①文献調査	国、都道府県及び市町村の取組をベースとしながら、民間事業者の事例等も文献を探索し把握した。
②多摩・島しょ地域自治体アンケート	多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援に関する取組状況や課題を把握し、結婚支援の推進、民間事業者との連携、今後の取組のヒントとなる基礎資料を収集した。アンケートの実施にあたっては、結婚支援を取り巻く現状や課題、民間事業者や有識者からの意見を添付し、参考資料として提供した。
③多摩・島しょ地域住民アンケート	多摩・島しょ地域に在住している住民の、結婚支援への興味や参加意向等を把握し、結婚支援のヒントとなる基礎資料を収集した。
④民間事業者インタビュー	自治体による結婚支援の民業圧迫の可能性、近年の婚活におけるニーズや動向、今後の自治体との連携の可能性等を明らかにするために、民間事業者へのインタビューを実施した。
⑤有識者インタビュー	調査設計、設問内容、提言の各段階において、都度、かつより深く意見聴取を行うため、インタビューを複数回実施し、有識者の監修とした。
⑥ワークショップ	各調査結果を踏まえ整理した方向性をもとに、多摩・島しょ地域の自治体職員が結婚支援について地域資源や取組方策に関する討議を行い、取組のあり方を検討した。
⑦事例調査	多摩・島しょ地域における取組や、全国における先進事例から、今後の結婚支援事業のあり方を検討する際の参考情報・ヒントを見出すために、事例調査を行った。

<アンケート>

調査対象	主な調査項目	調査実施時期・実施方法	回収状況
多摩・島しょ地域の自治体 (39団体)	<ul style="list-style-type: none"> ●結婚支援の実施状況、効果、課題 ●民間事業者との連携状況、効果、課題 ●他自治体との連携 ●公的な結婚支援の取組についての考え ●今後の取組意向 	2018年8月6日～8月22日 電子ファイル (MS Excel) 調査票の電子メール送付・回収	39団体 (回収率100%)
多摩・島しょ地域の住民	<ul style="list-style-type: none"> ●基本属性 (未既婚、子どもの有無、居住地域・年数等) ●結婚に対する考え ●結婚支援への関心度、利用状況、今後の利用意向 ●公的な結婚支援の取組についての考え 	2018年8月24日～8月27日 インターネット・モニター調査	1,113人

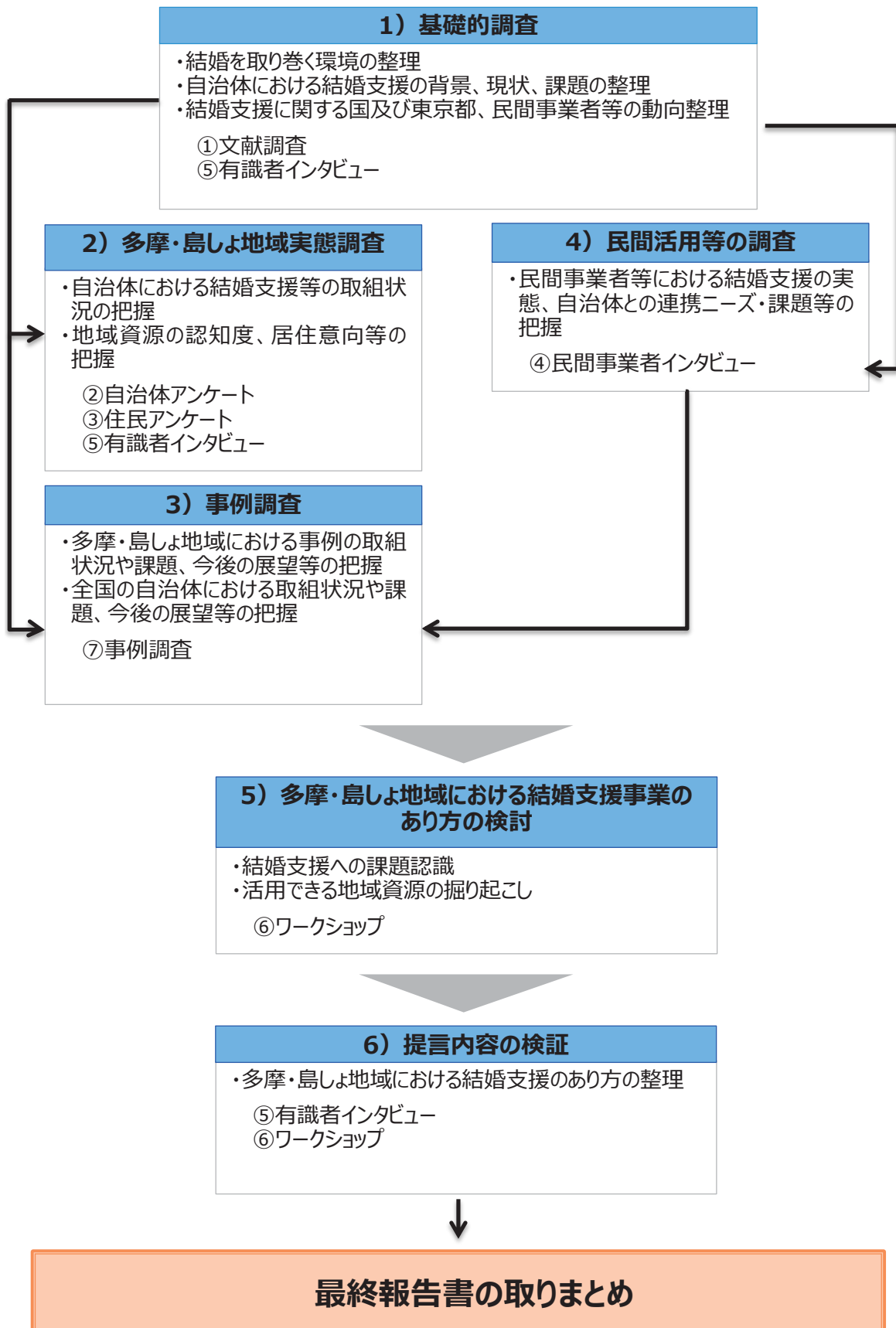
<インタビュー>

分類	実施先	実施日
民間事業者	株式会社IBJ	2018年7月17日
	美津濃株式会社(ミズノ)	2018年7月18日
	株式会社ツヴァイ	2018年10月12日
	株式会社タカラッシュ	2018年11月5日
自治体における事例	埼玉県狭山市	2018年8月24日
	埼玉県横瀬町観光・産業振興協会	2018年9月4日
	荒尾・玉名地域結婚サポートセンター	2018年9月7日
	立川市	2018年9月21日
	静岡県島田市	2018年10月9日
	新潟県長岡市	2018年11月8日
	新潟県柏崎市	2018年11月9日
有識者	中央大学文学部教授 山田昌弘氏	2018年6月21日
		2018年10月3日
		2018年12月13日
	内閣府地域働き方改革支援チーム委員 (兼務 東レ経営研究所) 渥美由喜氏	2018年7月2日
		2018年9月27日
		2018年12月14日

<ワークショップ>

調査対象	検討テーマ	調査実施時期・実施場所	参加者数
多摩・島しょ地域の自治体職員	<ul style="list-style-type: none"> ●結婚支援を取り巻く課題と必要性 ●身近な地域資源を活用したイベントの検討及び結婚支援のエッセンスを追加したイベントの検討 	2018年11月1日 東京自治会館内	7人

図表4 本調査研究のフロー



第2章 結婚支援に関する取組の現状

第2章では、結婚を取り巻く環境や自治体における結婚支援の現状、本調査研究での結婚支援の考え方、結婚支援に関する国や都道府県等の取組を整理している。また、多摩・島しょ地域の現状として、自治体アンケートや住民アンケートの結果についても紹介している。

1. 概論

1-1. 結婚を取り巻く環境

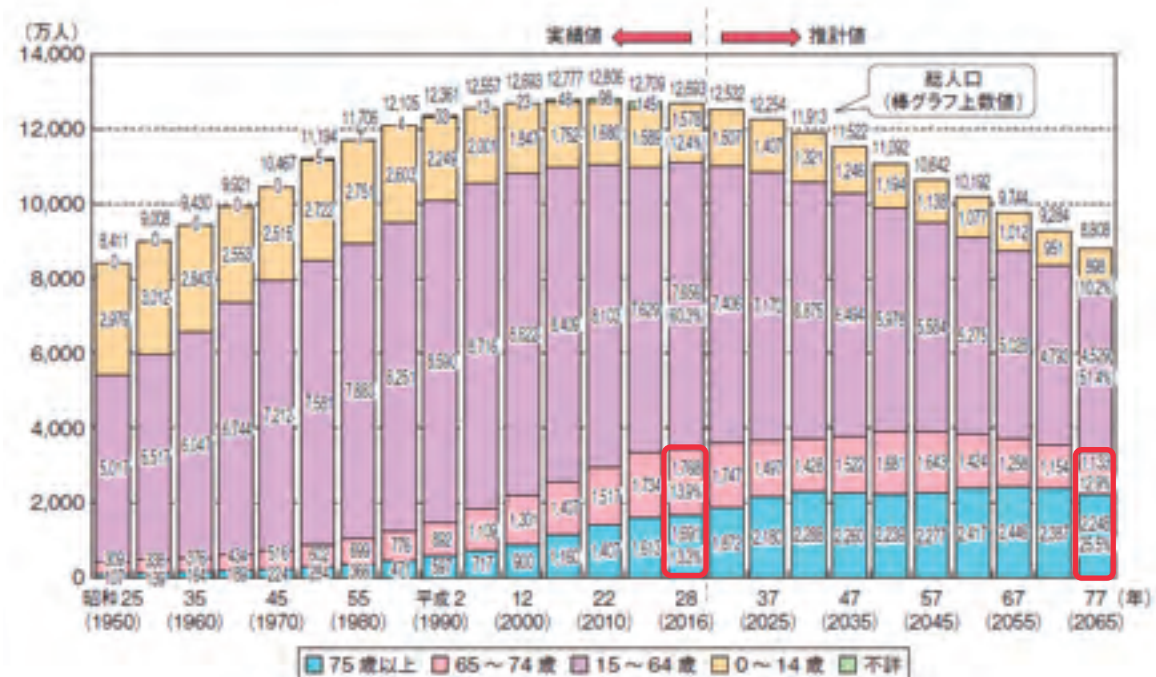
1-1-1. 少子高齢化の現状

(1) 出生数、出生率の推移

<人口構成⁵>

日本全体の人口は、1億2,693万人（2016年）となっている。総人口は今後減少の一途をたどり、2055年には9,744万人、2065年には8,808万人まで減少すると推計されている。一方、高齢化率⁶は、2016年には27.2%であるが、2065年には38.4%になると推計されている。

図表5 総人口及び人口構造の推移と見通し⁷



5 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」。図表12赤枠は筆者追記。

6 65歳以上の高齢者人口(老年人口)が総人口に占める割合を指す。

7 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」（2015年までは総務省「国勢調査」、2016年は総務省「人口推計」（平成28年10月1日現在確定値）、2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果を基に内閣府にて作成）。赤枠は筆者追記。

<合計特殊出生率⁸>

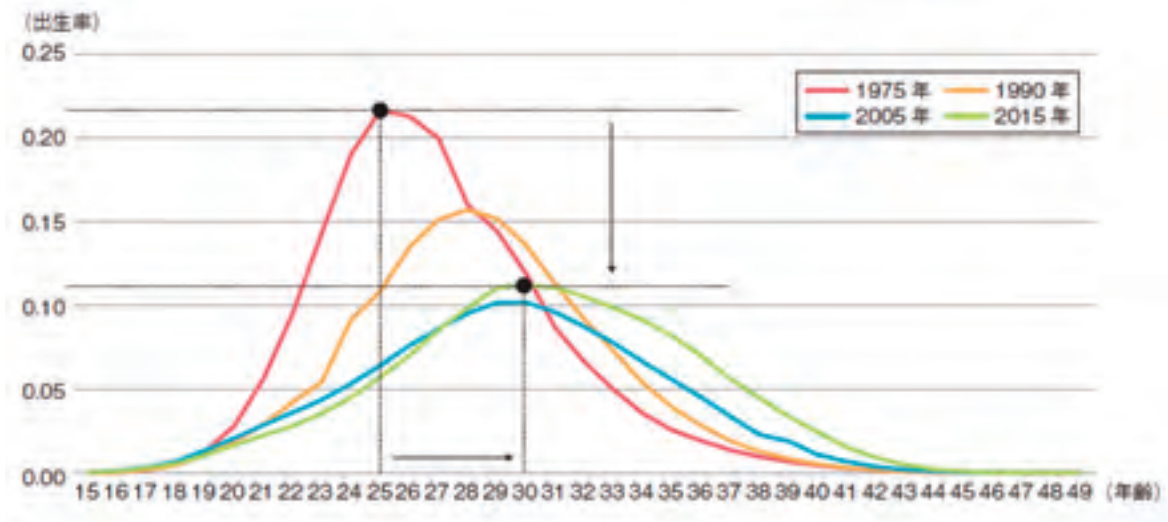
合計特殊出生率は、第1次ベビーブーム期（1947～1949年）には4.3を超えていたが、1950年以降急激に低下し、2005年には過去最低となる1.26まで落ち込んだ⁹。その後は、微増傾向が続いており、2015年は1.45と前年より0.03ポイント上回っている⁹。

都道府県別では、2015年の全国平均1.45を下回るのは12都道府県であり、東京都は合計特殊出生率が最も低い1.24となっている⁹。

<年齢別出生率⁵>

女性の年齢別出生率をみると、そのピークの年齢と当該年齢の出生率は、1975年は25歳で0.22だったが、2015年は30歳で0.11であり、ピークの年齢は高く、出生率は低下している。

図表6 女性の年齢別出生率の推移¹⁰



また、都道府県別にみると、東京都では、15～34歳の出生率が全国水準より低いのに対し、35～49歳では高くなっている。

(2) 婚姻・出産の状況

<婚姻件数¹¹、婚姻率¹²の推移⁹>

婚姻件数は2011年以降、年間60万組台で推移している。2015年は63万5,156組と、2014年に引き続き過去最低となっている。また、婚姻率も5.1（2015年）と2014年に続き、過去最低となり、1970年代前半と比べると半分の水準となっている。

8 15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもので、1人の女性がその年齢別出生率で一生の間に生むとしたときの子どもの数に相当する。

9 厚生労働省「人口動態統計」

10 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」(国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集2017」を基に内閣府作成)

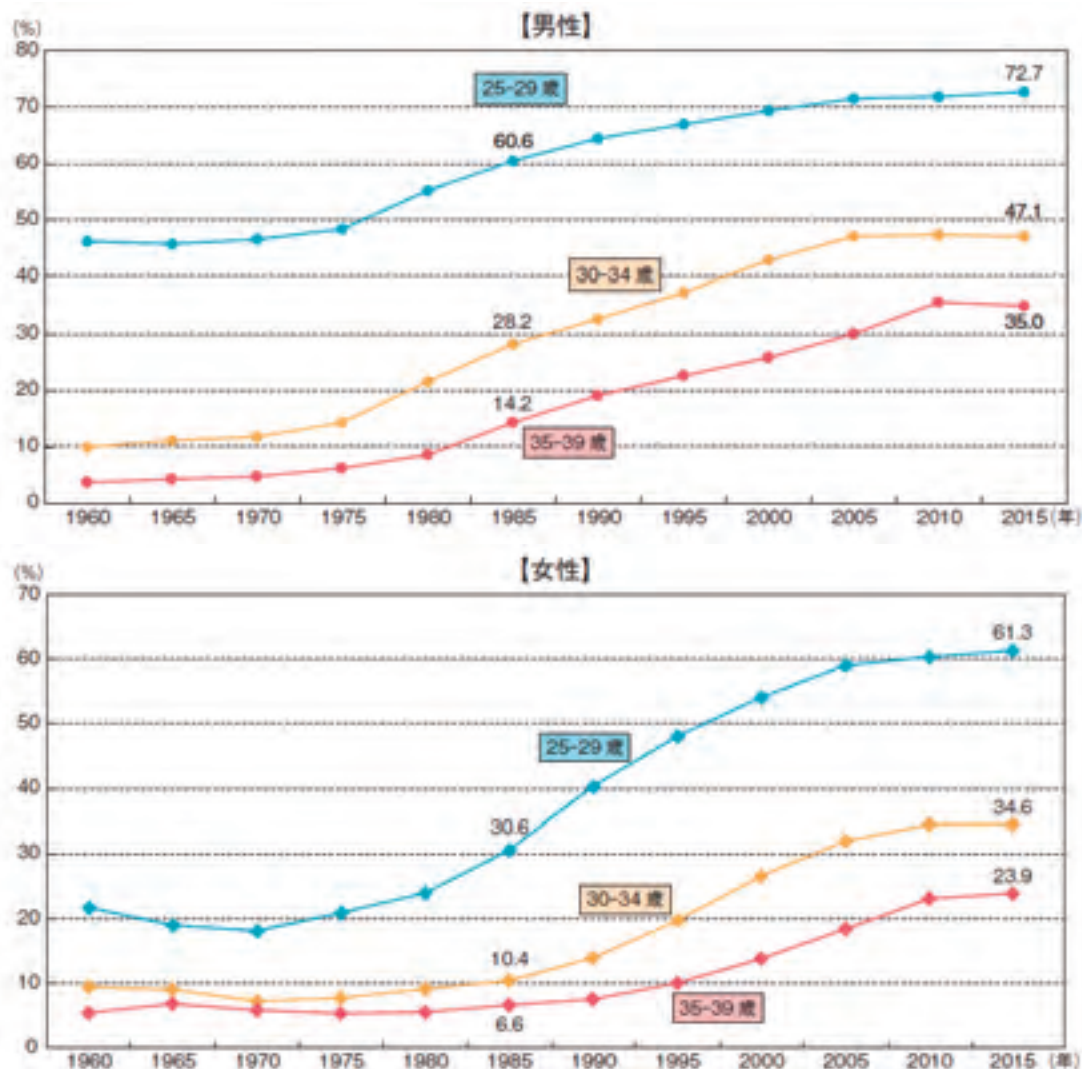
11 1年間の内に婚姻届を提出し、法的に婚姻が成立したカップル(夫婦)の数を指す。

12 人口1,000人に対する婚姻件数の割合を指す。

<未婚化の進行⁵⁾>

未婚率を年齢（5歳階級）別にみると、2015年は30～34歳では、男性はおよそ2人に1人（47.1%）、女性はおよそ3人に1人（34.6%）が未婚となっている。

図表7 年齢（5歳階級）別の未婚率の推移¹³⁾



また、50歳時の未婚割合¹⁴⁾については、2010年は男性20.1%、女性10.6%だったが、2015年には男性23.4%、女性14.1%に上昇している。2010年国勢調査の結果に基づいて出された推計^{15) 16)}によると、これまでの未婚化、晩婚化の流れが変わらなければ、今後も50歳時の未婚割合の上昇が続くと予測されている。

なお、東京都は、全国平均と比較して未婚率が高いため、未婚率の高さが出生率を押し下げていることが指摘されている²⁾。

13 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」(総務省「国勢調査」を基に内閣府作成)

14 45～49歳の未婚率と50～54歳の未婚率の平均。50歳時の未婚割合は、生涯未婚率とも呼ばれる。

15 出生率の低下要因は、我が国では婚外出生が依然少ないため、結婚行動の変化(未婚化)と夫婦の出産行動の変化(有配偶出生率の低下)にはほぼ分解され、前者の引き下げ効果は、後者の効果に比べてはるかに大きいとの指摘がある(岩澤・金子・佐藤(2016)を参照)。

16 具体的には、1950年代後半から1970年代前半にかけての合計特殊出生率に相当する数値2.01から2012年の1.38までの変化量は、約90%が初婚行動の変化、約10%が夫婦の出生行動の変化で説明できるとされている(2012年の数値の考え方を含め、岩澤(2015)、岩澤・金子・佐藤(2016)を参照)

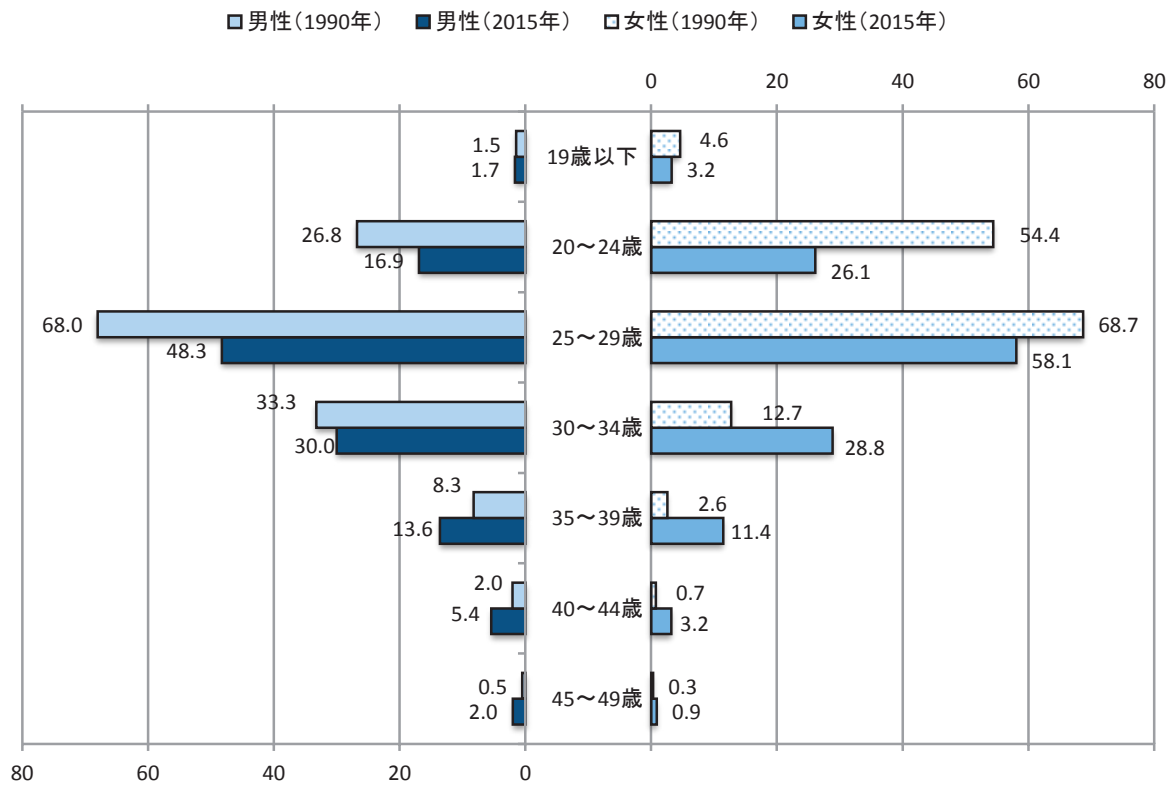
<晩婚化、晩産化の進行⁵>

平均初婚年齢は、長期的にみると男性・女性とも上昇を続け、晩婚化が進行している。2015年では男性31.1歳、女性29.4歳となっており、30年前よりも男性2.9歳、女性3.9歳上昇している。

また出生時の母親の平均年齢は、2015年では、第1子が30.7歳、第2子が32.5歳、第3子が33.5歳と第1子の出生時の母親の年齢だけでなく、第2子以降の出生時の母親の年齢も上昇傾向が続いている。

年齢（5歳階級）別初婚率¹⁷をみると、女性は30～39歳で値が上昇しており、男性に比べてその上昇幅が大きくなっている。

図表8 年齢別初婚率の比較¹⁸



17 未婚人口1,000人に対する初婚件数の割合を年齢別にみたものを指す。

18 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」(国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集2017」を基に内閣府が作成)より作成。

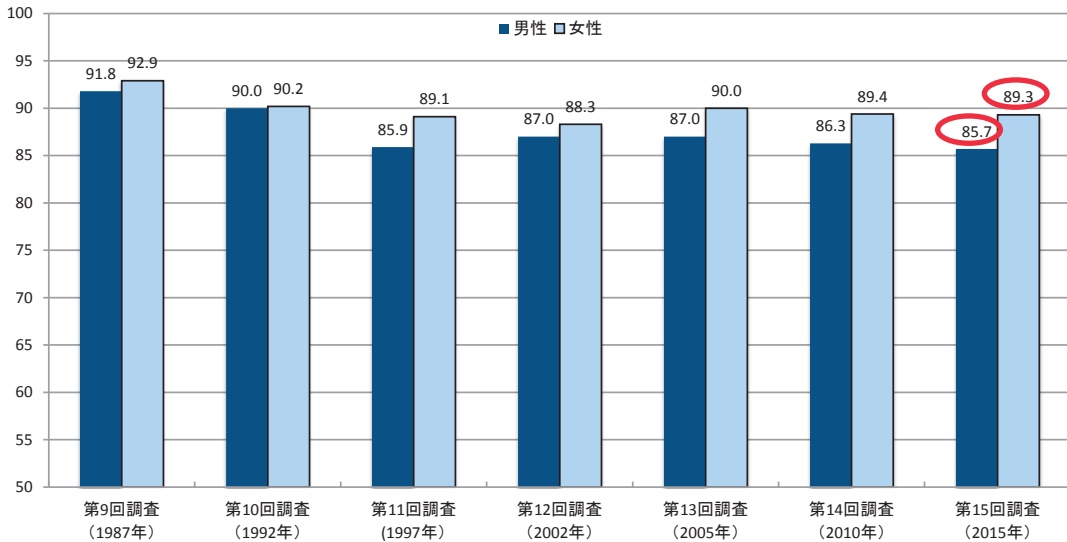
1-1-2. 現代におけるライフスタイルの多様性

(1) 結婚をめぐる意識

<結婚に対する意識¹⁹>

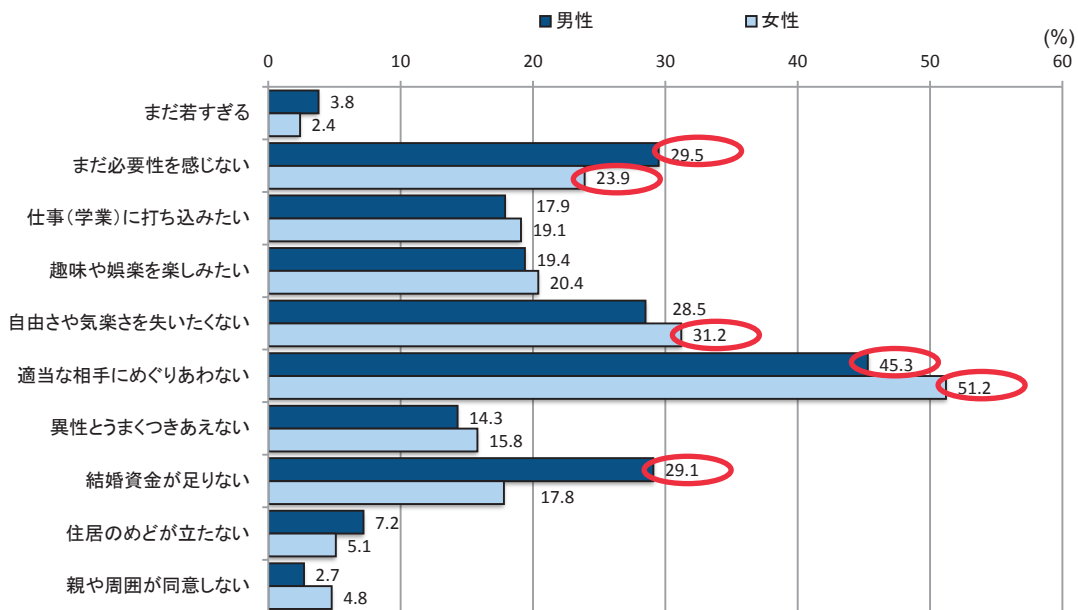
「いずれ結婚するつもり」と考える未婚者（18～34歳）の割合は、2015年調査時点では男性85.7%、女性89.3%であり、ここ30年で若干の低下はあるものの、男女ともに依然として高い水準を維持している。

図表9 「いずれ結婚するつもり」と回答した割合の推移¹⁹



また、未婚者が独身でいる理由は、男女ともに「適切な相手にめぐりあわない」（男性45.3%、女性51.2%）が最も多く、次いで男性では「まだ必要性を感じない」(29.5%)、「結婚資金が足りない」(29.1%)、女性では「自由さや気楽さを失いたくない」(31.2%)、「まだ必要性を感じない」(23.9%)となっている。

図表10 独身でいる理由¹⁹

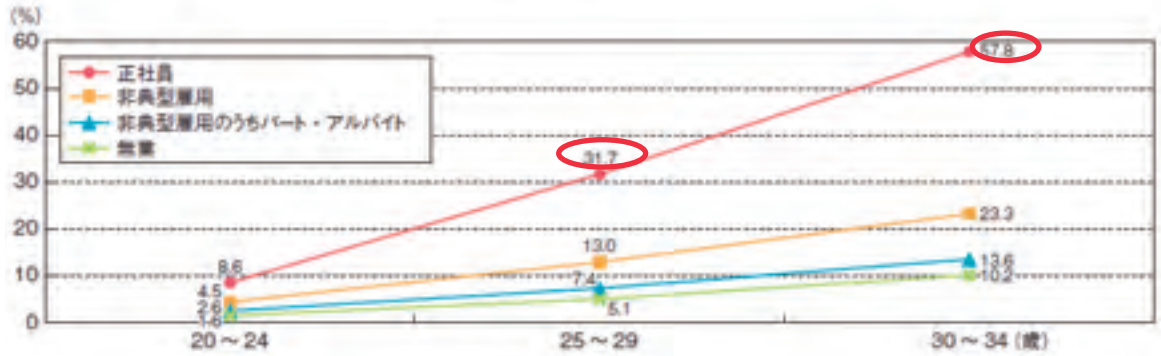


19 内閣府「平成29年版少子化社会対策白書」(国立社会保障・人口問題研究所「出生動向基本調査(独身者調査)」(2015年)を基に内閣府が作成)より作成。赤枠は筆者追記。

<男性の就労形態の違い²⁰>

男性の就労形態別有配偶率をみると、「正社員」では25～29歳で31.7%、30～34歳で57.8%である。しかし、「非典型雇用²¹」ではどの年齢区分においても「正社員」のおよそ半分以下となっており、不安定な就労形態は結婚しにくさにつながっていると言える。

図表11 男性の就労形態の違いによる有配偶率の比較²⁰



(2) 出産・子育てをめぐる意識

<女性の出産後の就業継続>

女性の出産前後の就業状況をみると、配偶者のいる女性で、第1子の出産前に就業していた女性のうち、出産後に就業を継続した女性の割合は、今まで4割前後で推移してきたが、2010～2014年に出産した女性では53.1%と大幅に上昇している⁵。東京都でも小学生までの子どもを養育する両親世帯では、共働き世帯の割合は61.5%となっている²²。

また、育児休業を利用して就業を継続した女性の割合も、2010～2014年に出産した女性では39.2%となっている⁵。

<子育て世代の男性の長時間労働⁵>

週60時間以上の長時間労働をしている男性は、どの年齢層においても、2005年以降ほぼ減少傾向にある。しかし、子育て期にある30代、40代の男性については、2016年時点でそれぞれ15%程度が週60時間以上の就業時間となっており、減少はしているものの、他の年齢層よりも長時間働く傾向が依然強いことが分かる。

20 労働政策研究・研修機構「若年者の就業状況・キャリア・職業能力開発の現状②—平成24年版「就業構造基本調査」より—」(2014年)。赤枠は筆者追記。

21 労働政策研究・研修機構「若年者の就業状況・キャリア・職業能力開発の現状②—平成24年版「就業構造基本調査」より—」に基づき、非典型雇用は、パート、アルバイト、労働者派遣事業所の派遣社員、契約社員・嘱託など、正社員以外の呼称で働いている被雇用者と定義している。

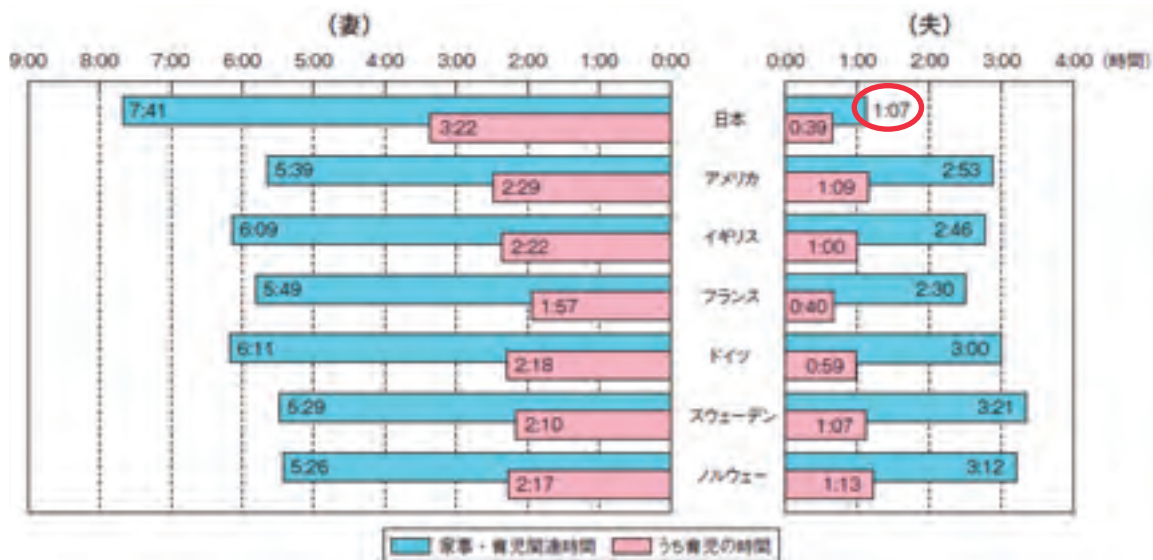
22 東京都福祉保健局、平成29年度「東京の子供と家庭」報告書、http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kiban/chosa_tokei/zenbun/heisei29/index.html (2018年12月6日アクセス)

<男性の家事・育児時間⁵>

夫の休日の家事・育児時間と第2子以降の出生状況を見ると、正の関係性がみられる。

また、男性が子育てや家事に費やす時間をみると、6歳未満の子どもを持つ夫の家事・育児関連時間は1日あたり67分となっている。これは次に少ないフランスの約4割であり、先進国7ヶ国中最低の水準にとどまっている。

図表12 6歳未満の子どもを持つ夫婦の家事・育児関連時間(1日あたり・国際比較)⁵



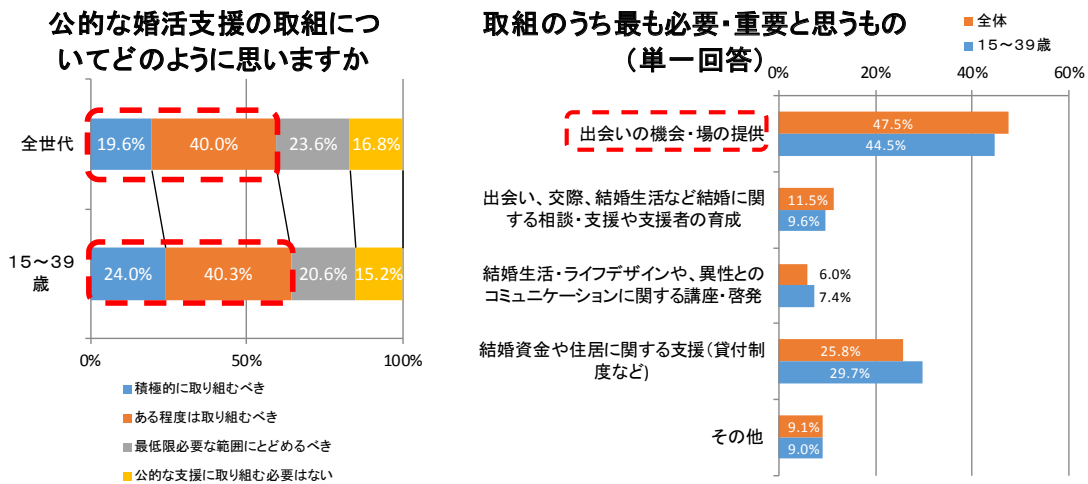
1-2. 自治体における結婚支援の背景・現状

1-2-1. 公的な結婚支援の取組に対する期待

公的な結婚支援について、全世代で約6割の人が「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。特に、15～39歳の若い世代では、公的な結婚支援に「積極的に取り組むべき」と回答した割合が高くなっている。

また、公的な結婚支援の取組のうち、最も必要・重要と思うものは「出会いの機会・場の提供」が最も多く、次いで「結婚資金や住居に関する支援(貸付制度など)」となっている。

図表13 公的な結婚支援の取組に対する認識と期待(再掲)²



※ともに厚生労働省「人口減少社会に関する意識調査」(2015年)による

1-2-2. 自治体における結婚に対する取組について

(1)現状²³

全国の自治体では、少子化対策として、地域の「社会減(流出超過)」や「社会増」に対する取組を行っている割合が、全体の76.2%となっている。

市区町村における結婚に対する取組の実施状況をみると、「婚活イベント」は増加傾向にある。2016年度は「婚活イベント」(51.4%)、「独身者向け婚活セミナー・講演会等の開催」(25.0%)、「情報発信(結婚支援センターのポータルサイト等)」(20.6%)が多く実施されている。

図表14 市区町村における結婚に対する取組の実施状況(2013年度から2016年度)²³

【市区町村 (n=1091)】	結婚支援センターの設置・運営	相談業務(結婚支援センター以外の相談窓口)	マッチング(システムによるもの)	マッチング(システム以外によるものすべて)	婚活イベント	独身者向け婚活セミナー・講演会等の開催	独身者の親向け婚活セミナー	情報発信(結婚支援センターのポータルサイト等)	企業・団体等に対する支援	企業・団体等との連携(希望者に対する情報提供等)	企業・団体等における結婚支援の取組状況調査	ボランティアの育成(地域のおせっかいさん等)	講演会・セミナー等の講師の育成	その他の結婚支援事業	該当なし
平成28年度	11.6	16.4	6.9	13.7	51.4	25.0	7.2	20.6	16.5	13.7	1.4	15.0	1.0	9.5	32.4
平成25～27年度	11.1	16.6	5.5	14.5	43.2	22.1	6.5	16.9	12.6	11.2	1.9	12.4	2.2	5.9	39.6

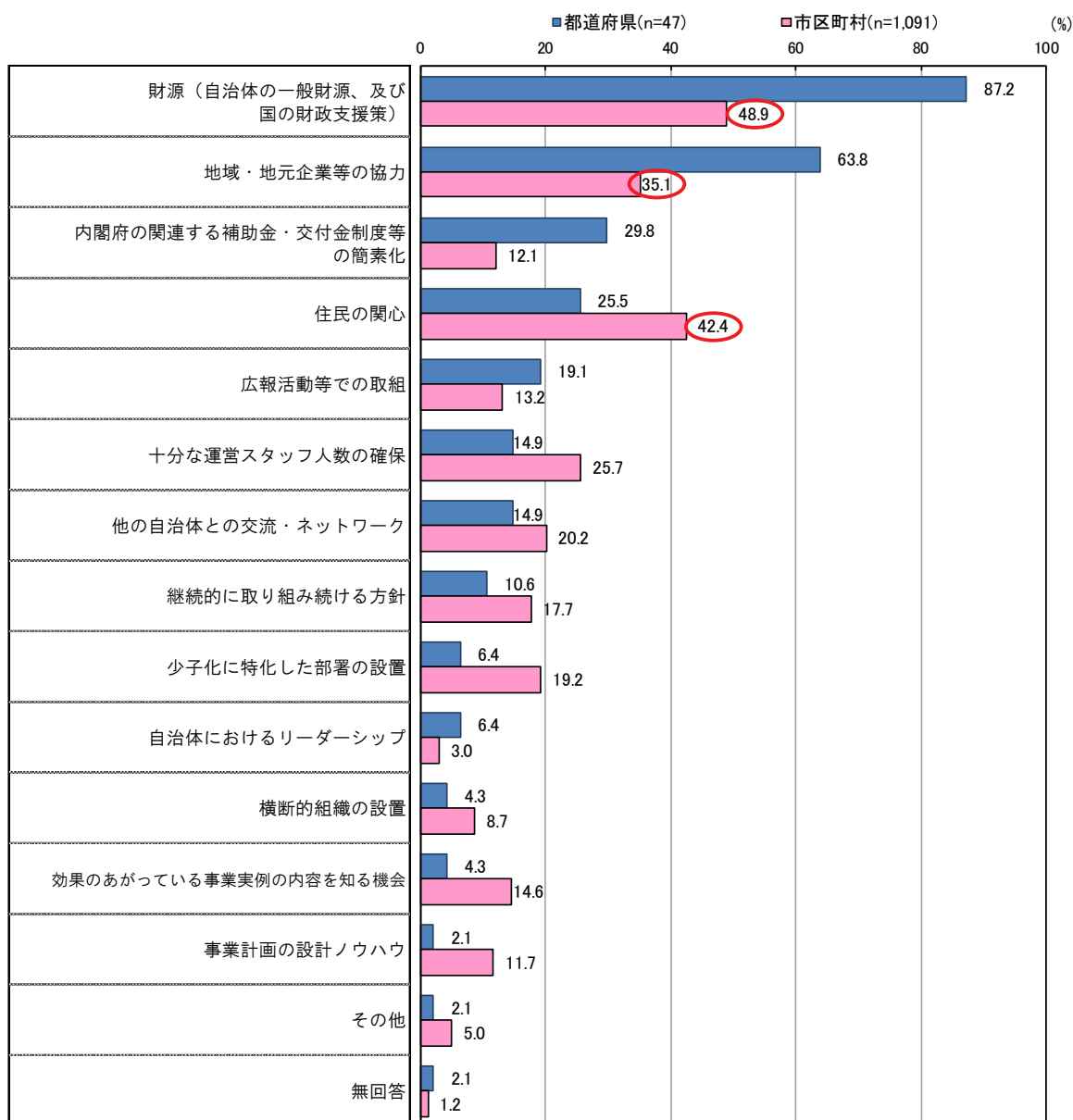
23 平成29年度内閣府委託事業「地域少子化対策強化事業の効果検証・分析と事例調査 報告書」(2018年3月) 赤枠は筆者追記。

第2章 結婚支援に関する取組の現状

婚活イベントを2016年度に実施した自治体における平均値は、開催回数6.0回、参加者総数102人、カップル成立数13.6組、成婚数0.9組となっている。

また、市区町村の結婚に対する取組を推進するにあたって必要不可欠なものは、「財源(自治体の一般財源、及び国の財政支援策)」(48.9%)、「住民の関心」(42.4%)、「地域・地元企業等の協力」(35.1%)が多く挙げられている。

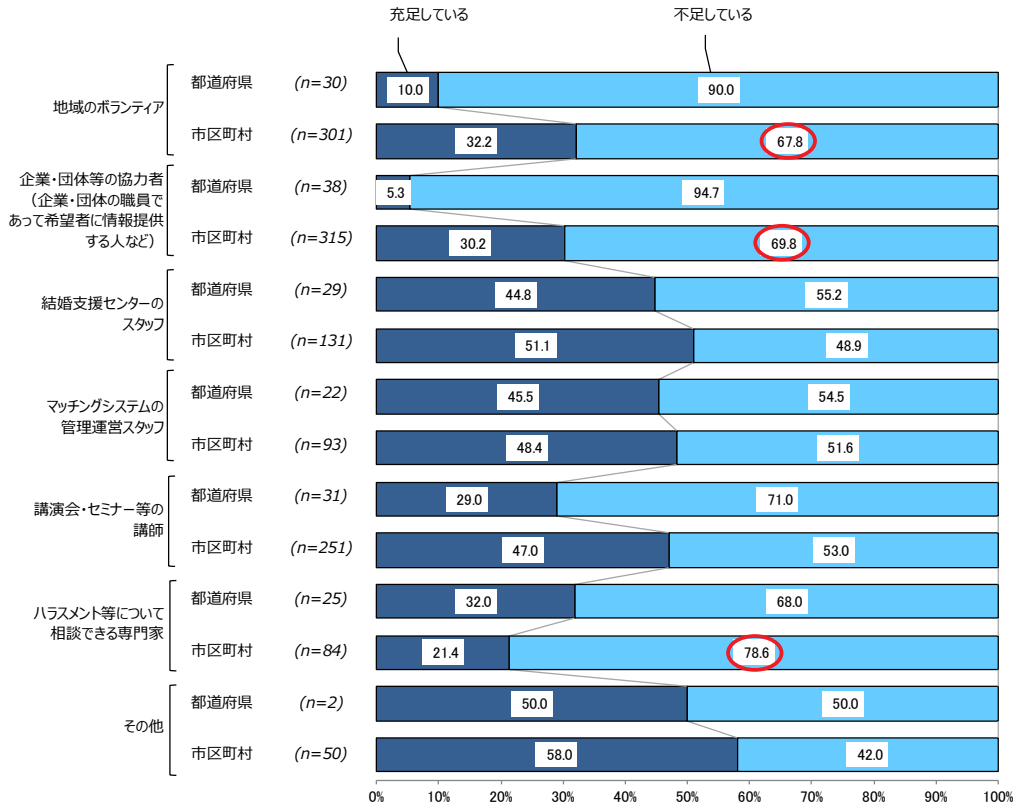
図表15 結婚に対する取組を推進するにあたり必要不可欠なもの²³



(2) 課題²³

市区町村が結婚に関する取組を進める上で不足している人材については、「ハラスメント等について相談できる専門家」(78.6%)、「企業・団体等の協力者(企業・団体の職員であって希望者に情報提供する人など)」(69.8%)、「地域のボランティア」(67.8%)が多く挙げられている。

図表16 結婚に関する取組を進める上で不足している人材²³



また、2016年度までに結婚に対する取組を一度も実施しなかった市区町村は、理由として、「取り組むための組織体制が不十分であったため」(52.8%)、「ほかに優先度の高い事業があったため」(50.7%)、「財源がなかったため」「住民のニーズ・要望が高くないため」(ともに33.3%)、「人的資源が不足しているため」(33.0%)を多く挙げている。

図表17 結婚に対する取組を実施しなかった理由
(2016年度まで一度も取り組んだことがない自治体)²³

	財源がなかったため	取り組むための組織体制が不十分であったため	人的資源が不足しているため	事業実施に必要な情報が不足していたため	効果的な事業計画が設計できなかったため	効果が見込めなかった(得られなかった)ため	取り組むための準備期間が不足していたため	ほかに優先度の高い事業があったため	住民のニーズ・要望が高くないため	その他	無回答
都道府県 (n=0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
市区町村 (n=288)	33.3	52.8	33.0	19.8	19.1	19.4	10.4	50.7	33.3	10.1	1.4

一方、過去に取り組んだことはあるが2016年度に実施しなかった市区町村では、理由として「効果が見込めなかった(得られなかった)ため」(20.0%)も比較的多く挙げている。

図表18 結婚に対する取組を実施しなかった理由
(過去に取り組んだことはあるが、2016年度には実施しなかった自治体)²³

		財源がなかったため	取り組むための組織体制が不十分であったため	人的資源が不足しているため	事業実施に必要な情報が不足していたため	効果的な事業計画が設計できなかったため	効果が見込めなかった(得られなかった)ため	取り組むための準備期間が不足していたため	ほかに優先度の高い事業があったため	住民のニーズ・要望が高くないため	その他	無回答
都道府県	(n=0)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
市区町村	(n=60)	16.7	30.0	18.3	8.3	10.0	20.0	3.3	35.0	16.7	15.0	25.0

(3) 効果²⁴

有識者からは「市区町村が行ってきた結婚・出産・子育て支援(狭義の少子化対策)は、出生率回復、転出者の抑制、地域人口の増加に寄与している」と指摘されている。また、結婚・出産・子育て支援に関わる施策を総合的に実施することで、「住民の一部ではなく、幅広い若者・子育て世代に対する支援になり、結果として子どもが多く生まれ、若い世代の地元定着も進む」とも指摘されている。

24 全国市長会「市政」2015年8月号(なお本論文は、執筆者である中央大学 松田茂樹教授が座長となっている内閣府少子化克服戦略会議 第3回にて、参考資料としても配布されている)

1-3. 結婚に対する取組の整理

結婚支援を実施するにあたって、本調査研究では対象とするステージと活用可能な地域資源の2つの側面から検討する。

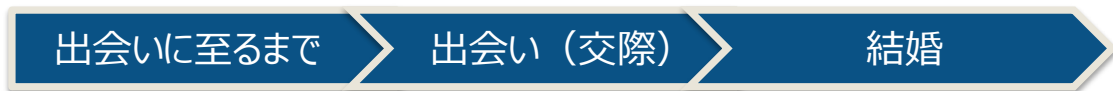
1-3-1. 結婚支援の対象とするステージの整理

結婚支援を実施するにあたっては、こういった対象者をメインターゲットに想定するかを検討する必要がある。

これから結婚したいと考えている人を対象とした場合、出会いの場を提供し、交際につなげることが中心となる。しかし、その前段階として、「結婚とはどういうものか」「どういうライフプランを考えるとよいか」といった出会いに至るまでのプロセスも、その後の結婚を含めた将来を検討する上では重要である。また、実際に結婚する際に支援を行うことも、行政としては定住促進の観点から重要になると考えられる。

なお、本調査研究では、本人を対象とした結婚支援のみを深掘りすることとし、親による代理婚活は対象とはしない。

図表19 結婚支援の対象とするステージの分類



1-3-2. 結婚支援において活用可能な地域資源の整理

結婚支援を検討する際には、地域への交流人口²⁵増加等を目的として、地域資源の魅力を伝える視点を追加して実施することも多い。

各自治体は活用できる地域資源を多岐にわたり有していると想定されることから、本調査研究では、地域資源を以下の5つに分類して、分析している。

- 自然
- 地域産業・特産品
- 地縁づくり
- 施設活用
- システム・制度

それぞれの分類の地域資源の例は、以下のとおり。

図表20 結婚支援において活用できる地域資源(例)

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

25 その地域に訪れる(交流する)人を指す。

1-3-3. 結婚支援の考え方

結婚支援は、その事業単独で実施しようとする、結婚を希望しない人等からの反発も考えられる。また、前述のとおり、公的な結婚支援に対しては、「最低限必要な範囲にとどめるべき」「公的な支援に取り組む必要はない」といった意見もあることから、自治体として、結婚支援を前面に出して事業を実施することが難しい場合も考えられる。

本調査研究では、結婚支援を自治体施策における少子化対策として前面に出すよりも、地域活性化や少子化対策を主目的とした場合に取り得る方法のうちの1つであり、結婚支援だけでなく、他施策と併せて包括的・多角的に実施していくことが有効であるという認識のもと、取り組むべき方策について整理している(下表参照)。

図表21 結婚支援の考え方のイメージ



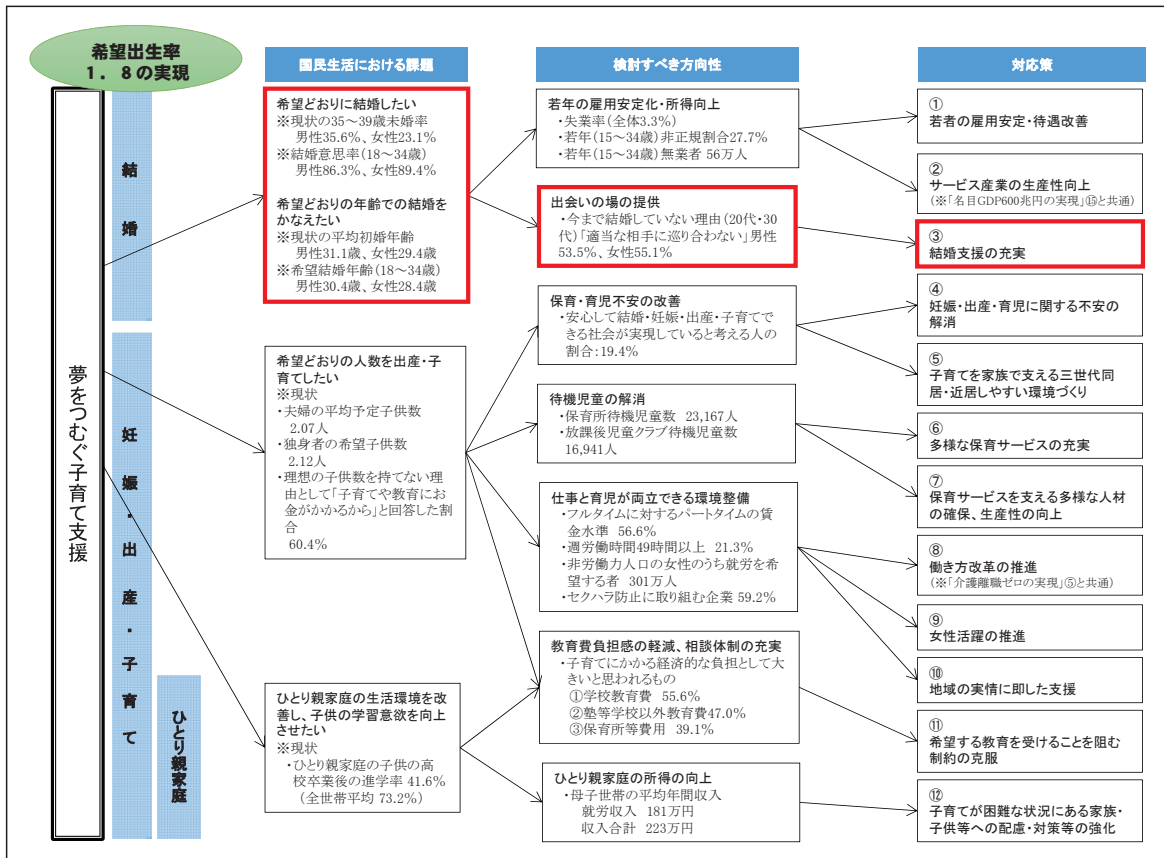
2. 結婚支援に関する関係機関等の取組

2-1. 国の取組

2-1-1. ニッポン一億総活躍プランの策定

少子高齢化に正面から立ち向かい、希望出生率²⁶1.8²⁷の実現に向けて、若者の雇用安定・待遇改善、多様な保育サービスの充実、働き方改革の推進、希望する教育を受けることを阻む制約の克服等の対応策を掲げた「ニッポン一億総活躍プラン」が2016年6月に策定された。

図表22 ニッポン一億総活躍プラン(「希望出生率1.8」の実現に向けた樹形図)²⁸



26 結婚や子どもの数に関する希望等が叶うとした場合に想定される人口1,000人あたりの出生率を指す。現実には、仕事や家庭の事情等で子どもが産めなかった、あるいは第2子以降をあきらめたという人がいるため、実際の出生率は、希望出生率より低くなっている。

27 希望出生率1.8は、結婚、子どもの数に関する希望がかなうとした場合に想定される出生率である。

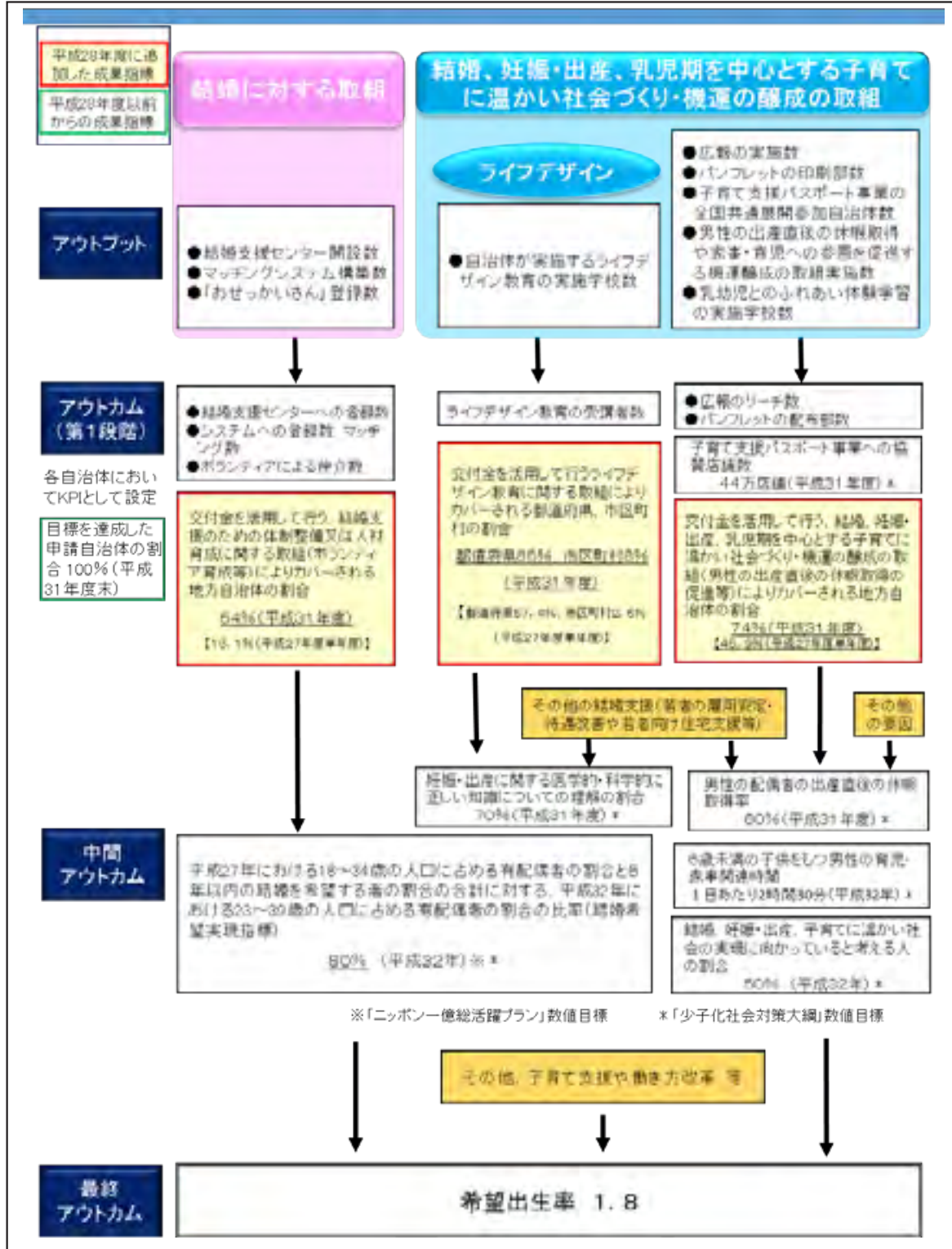
28 首相官邸「ニッポン一億総活躍プラン」概要(一部抜粋)、<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/ichiokusoukatsuyaku/>(2018年12月20日アクセス)。赤枠は筆者追記。

また「結婚の希望を叶える環境整備に向けた企業・団体等の取組に関する検討会」で取りまとめられた提言において、結婚の希望を叶える環境整備として、働き方改革が重要であるが、それ以外にも以下の点が示された。

- ① 仕事と結婚・子育ての両立支援や多様な交流の機会の提供、ライフプランについて考える機会の提供、結婚につながる活動に対する支援などの企業・団体等における自主的な取組例
- ② 子育て支援の推進、自治体と連携した自主的な取組に対する支援などの国・自治体の支援のあり方
- ③ 「結婚は必ずしたほうが良い」「結婚して一人前」といった特定の価値観や生き方を押し付けたり推奨したりしないといった留意点

また、希望出生率1.8を実現するための、アウトプット²⁹・アウトカム³⁰についても、2016年6月の行政評価レビューを受けて整理されている。国としても、結婚から妊娠・出産、子育てまでの切れ目のない支援を前提として、各指標を設定している。

図表23 国における定量的な成果指標^{23 31}



29 事業実施に直接関連する指標を指す(行政活動の結果そのもの)。

30 成果に関する指標を指す(行政活動によるアウトプットの結果、住民にもたらされる成果)。

31 黒枠で記載された指標は、2016年度に実施した自治体において、設定されていることが多い指標である。

2-1-2. まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定

各自治体が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、国の基本的な考え方に基づき、地方への移住・定着を促進するために「安心して結婚・出産・子育てができるよう、切れ目ない支援を実現する」ことを目標として掲げているものが多くみられる。ただし、すべての自治体が具体的に「結婚支援」に関する事業を掲載しているわけではない。

全国的には、以下のような事業が多くみられる。地域少子化対策重点推進交付金の事業内容及びKPI³²等の設定に関する詳細は下表のとおり。なお、地域少子化対策重点推進交付金の詳細は、P.26参照。

- 出会いの場・機会の創出(婚活事業の実施)
- 関連情報の提供
- 新婚生活応援家賃助成事業

図表24 地域少子化対策重点推進交付金の事業及びKPIの設定内容³³

自治体名	事業名・事業内容	KPI等の設定
八王子市	結婚支援（結婚や妊娠・出産・子育てについての知識の普及や情報提供の充実）（若者をターゲットにした情報発信やイベントなど、結婚に対する取組の支援）	—
昭島市	まちコンの開催（独身男女の出会いのきっかけづくりと併せて、商店街の活性化のため、まちコンを開催）	—
小平市	出会いの創出による交流をつくる（市内の企業などに働きかけを行い、若い世代に出会いの場の創出へ参加していただき、市内における交流人口の増加や定住のきっかけづくりを行う）	出会いの創出による交流数 2014年 0件 →2019年 150件
東村山市	結婚を希望する若い世代への支援（結婚を望む方に対して新たな出会いの場を創出するとともに、より多くの若者が主体となって活動することにより、ふるさと意識の醸成に結びつく取組を支援）	婚姻率(人口千対) 2014年 4.0 →2019年 4.5
東大和市	未婚者の出会いの機会創出事業（民間事業者との連携等を通じて、未婚者の出会いの機会を創出し、有配偶者の増加を図る）	未婚者の出会いの機会創出事業の実施回数 5回／5年間
武蔵村山市	婚活への支援（婚活イベント等を行う団体等に支援を行うことにより、市民の「出会い・結婚」を支援する）	市が支援を行う婚活イベントへの参加者数 90人
稲城市	婚活事業（稲城市の観光振興を図る上で、市外からの誘客を見込める事業として、市内の観光資源を生かした婚活事業を実施）	婚活事業によるカップル数 2019年度末 20組／年
羽村市	婚活応援事業の支援（地域活性化の担い手となる若手の事業者や大学生等と連携し、観光イベント等と合わせ、出会いの演出をはじめ、結婚生活の喜びを共有し、楽しい結婚生活をイメージする婚活応援事業などの支援を行う）	—

32 KPIはkey performance indicatorの略で、重要業績評価指標を指す。

33 各自治体「まち・ひと・しごと創生総合戦略」より結婚支援に関連する事業を一部抜粋。

自治体名	事業名・事業内容	KPI等の設定
檜原村	素敵な出逢い事業（一般社団法人檜原村観光協会を通じて、村が独自に村内の独身者に出逢いの場を提供する）	事業を通じた婚姻数 2019年 2組/年
奥多摩町	ふれ愛サポートセンターの充実（ふれ愛サポートセンター事業、婚活イベント事業、おせっかい支援員事業）	—
茨城県 神栖市	出逢いやふれあいの場の創出（少子化対策の専門組織を設置し、婚活イベントの実施や（仮称）結婚サポーター制度の創設などにより若者の出逢いの場を提供）	婚活イベントの年間参加者数 2014年 0人 →2019年 240人
岐阜県 中津川市	結婚相談事業、ハッピーマリッジサイト運営事業、婚活セミナー・婚活パーティー事業、地域の結婚活動支援事業	支援活動によるカップル誕生組数 20組（4組×5年）
広島県 呉市	結婚支援の推進（結婚支援（結婚出前講座、若者交流セミナー、出逢いサポーター研修等））	結婚支援参加者のカップル成立数 2015年～2019年63組
宮城県 栗原市	新婚生活応援家賃助成事業（40歳以下の新婚夫婦が、市内の民間賃貸住宅に入居した場合、家賃の一部を助成）	新婚定住世帯数
栃木県 足利市	あしかが婚活応援事業（市民団体等が開催する婚活事業の事業名称等に「あしかが婚活応援事業」の名義を使用することで、参加希望者が安心して参加できるよう、民間婚活事業を支援）	あしかが婚活応援事業参加者数 2014年 47人 →2019年 200人

2-1-3. 交付金や補助金による支援

(1) 地域少子化対策重点推進交付金による支援

<交付金の概要>

地域少子化対策重点推進交付金は2016年度補正予算で措置され、都道府県や市町村が行う結婚支援について以下の内容を支援している。

- 先駆的な取組(マッチングシステム、フォーラム開催等)
- 優良事例の横展開

さらに、「ニッポン一億総活躍プラン」の推進のため、以下の取組も交付金の対象としている。

- 地域における総合的な結婚支援や自治体間連携を伴う結婚に対する取組
- 都道府県や市町村と連携した企業・団体・学校等の自主的な参加による取組等(ワーク・ライフ・バランス等の推進に資する多様な交流の機会の提供等)

なお、交付金での事業内容及びKPI設定例については、図表24のとおり。

<交付金のKPI設定例>

内閣府では、2017年6月に、地域少子化対策重点推進交付金の取組例に対して、アウトプットとアウトカム、2種類のKPI設定例を示している。

図表25 地域少子化対策重点推進交付金のKPI設定例²³

取組例		KPIの例 (◎: 必須項目)		取組例		KPIの例 (◎: 必須項目)	
マッチングシステム	アウトプット	◎設置後、〇ヵ月以内の会員登録数		広告	アウトプット	◎リーチ数	
	アウトカム	◎登録会員数に対する引き合わせ成立者数の割合			アウトカム	◎認知率 ○広告の閲覧によるアクション(参加者のうち、広告がきっかけで応募した人の割合)	
ボランティアの発掘、育成	アウトプット	◎ボランティアの登録数		ホームページ、アプリ	アウトプット	◎アクセス数	
	アウトカム	◎研修後の意識変容、行動変容が見られる参加者の割合 ◎ボランティアの支援を受けた者の満足度			アウトカム	◎ダウンロード数 ○イベントや会員登録等の申込み数 ○閲覧者からの問合せ数 ○1セッション当たりの平均閲覧時間 ○平均閲覧ページ数	
講演会・研修会	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率		子育て応援バスポート事業	アウトプット	◎働きかけ(協力依頼)を行った店舗数	
	アウトカム	◎家事・育児に積極的になった参加者の割合 ◎講義等を友人等に薦めたいと思った参加者の割合 ○事業実施前後の家事・育児時間			アウトカム	◎協賛店舗数 ○バスポート利用者の満足度 ○利用率	
ライフデザイン	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率		婚活イベント※	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率	
	アウトカム	◎妊娠・出産等に関する医学的・科学的に正しい知識を得られた参加者の割合 ◎講義等を友人等に薦めたいと思った参加者の割合 ◎ライフデザインを考えるきっかけとなった参加者の割合 ◎ライフデザインの大切さを考えさせられた参加者の割合 ○受講後の意識変容が見られる参加者の割合			アウトカム	◎次も参加したいと思った参加者の割合 ◎婚活イベントの参加を友人等に薦めたいと思った参加者の割合	
乳幼児との触れ合い体験	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率		※婚活イベントとの連携事業の例	結婚支援センター等への登録・相談	アウトプット	◎会員登録数
	アウトカム	◎子育てに対する理解が高まった、または、乳幼児に関心を持つようになった参加者の割合 ○育児に関する不安、孤立感等の緩和につながったと感じた参加親子の割合 ○他の参加者との交流が図られた参加親子の割合			アウトカム	◎センターへの相談の結果、結婚に対する活動に前向きになった者の割合	
				ボランティアによるフォーラム	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率	
				アウトカム	◎実践の場として活動し、育成されたボランティアの人数		
				スキルアップ研修	アウトプット	◎参加目標人数とその達成率	
				アウトカム	◎婚活への意欲が高まった参加者の割合 ○セミナーを友人等に薦めたいと思った参加者の割合		

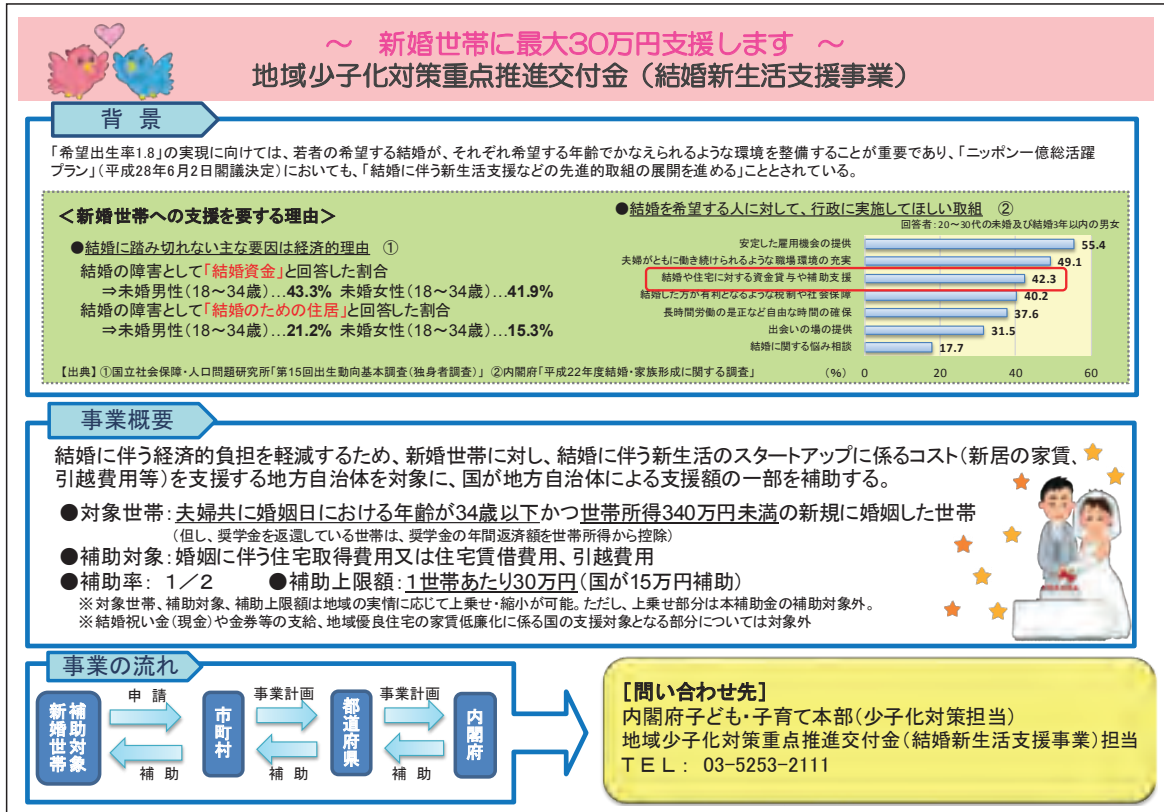
※このほか、主催者になり得る者の参加も得て(大学コンソーシアムなど)実施する講座等は、「プログラム等を自ら主催する講座にも取り入れたいと思った者の割合」なども設定例として考えられる。

(2) 結婚新生活支援事業費補助金による支援

結婚新生活支援事業費補助金は、2015年度補正予算で措置された、結婚に伴う新生活のスタートアップに係るコストを支援する都道府県や市町村を支援するものである。

2017年度以降は、地域少子化対策重点推進交付金における1つのメニューとなっている。

図表26 2018年度結婚新生活支援事業 概要³⁴



2-1-4. 全国的な機運の醸成

(1) 「結婚応援のための全国フォーラム」の開催

2016年4月に、結婚支援の更なる充実に向け、情報共有や機運の醸成を図るため、「結婚応援のための全国フォーラム」を内閣府・東京都主催、日本商工会議所後援で開催した。

図表27 「結婚応援のための全国フォーラム」の概要

分類	概要
目的	●結婚支援についての情報共有や機運醸成を図る
実施日	●2016年4月19日
参加者	●全国の都道府県や市町村の担当者 ●地域で結婚支援の活動を行う商工会議所等の企業 ●学識経験者 等
内容	●未婚化の社会的な背景についての基調講演 ●先進的な都道府県や市町村・商工会議所の結婚支援の取組事例の紹介 ●有識者・実践者による効果的な結婚支援を行うためのパネルディスカッション

34 http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/hojokin/h30/pdf/30_gaiyou.pdf (2018年11月16日アクセス)

また、このフォーラムをきっかけとして、各地で結婚支援の機運醸成を図ることを目的として、都道府県や市町村においても同様のフォーラムを開催している（2017年3月末時点で27件）。

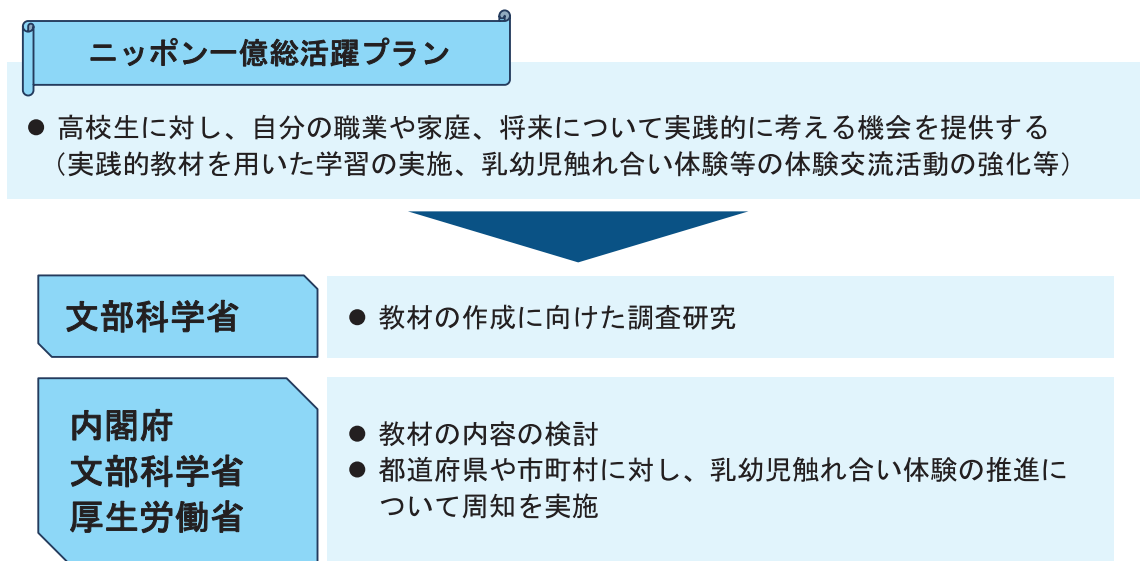
(2) ライフデザイン構築のための支援

結婚、妊娠・出産、子育て、仕事を含めた将来のライフデザインを希望どおり描けるようにするためには、その前提となる知識・情報を適切な時期に知ることが重要である。情報提供の一環として、以下の内容をウェブサイトに掲載している。

- 都道府県や市町村の結婚・妊娠・出産・育児支援の取組の事例集作成
- 妊娠・出産に関する医学的・科学的に信頼できる情報の関連リンク集の作成等

また、前述の「ニッポン一億総活躍プラン」の内容を受けて、ライフイベントを踏まえた将来の生活イメージについても高校生が総合的に考えられるよう、内閣府、文部科学省及び厚生労働省が連携して、取組を進めている。

図表28 ライフデザイン構築のための支援の全体像



(3) 「家族の日」「家族の週間」等を通じた理解促進

2007年度より、11月の第3日曜日を「家族の日」、その前後各1週間を「家族の週間」と定めた。この期間を中心に都道府県や市町村、関係府省や関係団体と連携して、さまざまな啓発活動を展開し、家族や地域の大切さ等について理解の促進を図っている。

2-2. 都道府県の取組

2-2-1. 東京都の取組

東京都では、結婚を希望しながらも、一歩を踏み出せないでいる都民の後押しをするため、結婚に向けた気運醸成に取り組んでおり、情報提供やきっかけづくりを中心にさまざまな取組を行っている。

2017年3月に、都として初となる結婚応援イベントを開催し、これまで主に以下のような事業を実施している。

- 結婚応援イベント「TOKYO 縁結日 2017」(2017年3月4日)
- 結婚に向けた気運醸成のための動画(2018年2月)
- 小池知事と語る東京フォーラム～結婚について知事と語ろう！～(2018年2月20日)

【TOKYO 縁結日 2017】



【結婚に向けた気運醸成のための動画】



また、東京都では、結婚支援を担当する生活文化局だけでなく、庁内で連携し、さまざまな部局の事業に結婚支援の要素を追加することで、多様な出会いの機会を生み出す取組を進めている。

<産業労働局との連携>

産業労働局では、婚活等を目的として船舶等で島しょ地域を巡るツアーの造成や販売を支援するとともに、ウェブサイトや冊子を活用した情報発信などを実施している。

図表29 東京の島で“縁結び”をテーマとしたウェブサイト³⁵



東京の島のPR冊子



35 <https://www.ozmall.co.jp/especial/travel/14082/> (2018年12月6日アクセス)

<交通局との連携>

交通局では、2018年3月17日に結婚応援イベント「赤い糸電車」を実施した。このイベントは、東京さくらトラム(都電荒川線)への親しみを醸成するとともに、新たな出会いの場を設け、交流を促進することを目的としている。

特設サイト内に、電車内での振る舞いをテーマにした設問(全5問)に答え、同じ回答を選んだ相手の数の大小によってマッチング度を診断できるページを構築した。設問にすべて答えた参加者の中から、抽選で男女各10人(2018年2月19日時点で、男女とも20歳~45歳で独身の社会人)を、電車内での振る舞いの好みが合う相手に出会える少人数制パーティーに招待した。

図表30 特設サイト³⁶



<建設局との連携>

(公財)東京都公園協会は、東京都が所有する防災船を、平常時には隅田川を中心に、浅草・お台場等、東京の観光・デートスポットを周遊する水上バス「東京水辺ライン」として運航している。この水上バスを活用した婚活イベントを実施する民間事業者を募集し、2017年12月23日に、応募事業者によりイベントが実施された。

【水上バス】



【イベント当日の様子】



36 <http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2018/02/19/09.html> (2018年12月6日アクセス)

＜環境局との連携＞

環境局では、奥多摩町と連携して、自然公園を活用した婚活イベント「自然公園 de 婚活～海沢ふれあい農園の美味しい秋～」を2018年11月25日に実施した。対象は東京都在住又は在勤で20歳から50歳までの独身の方で、抽選で選ばれた男女計39人が参加した。婚活のプロによるサポートのもと、自然公園内の散策や町営農園でのピザ作り・ゆず収穫体験、地元特産品の試食を通じて、自然の恵みを満喫しながらコミュニケーションを深めた。

また、奥多摩町が同町への定住を前提として2018年12月23日に実施した「第4回お見合いパーティー」に協力し、司会者の派遣、自然公園のパネル展示などを行った。

図表31 「自然公園 de 婚活 ～海沢ふれあい農園の美味しい秋～」のチラシ³⁷



さらに、東京都では都内で開催されるさまざまな結婚関連イベントの紹介や情報提供を行うために、2018年11月22日にポータルサイトを開設した³⁸。

図表32 ポータルサイトのトップページ³⁸



37 <http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2018/10/04/07.html> (2018年12月13日アクセス)

38 <http://www.metro.tokyo.jp/tosei/hodohappyo/press/2018/11/22/28.html> (2018年11月26日アクセス)

ポータルサイトのトップページは、結婚を望む都民一人ひとりに、自分らしい“ふたり”の物語を考えてもらいたいとの思いを込めて、『TOKYO ふたり STORY』としている。また、結婚支援事業を効果的に展開していくためにロゴマークも作成している。なお、サイトには、主に以下の内容が掲載されている。

図表33 “TOKYOふたりSTORY” のロゴマーク³⁸



図表34 ポータルサイトの主なコンテンツの概要³⁸

分類	概要
イベントカレンダー	結婚を希望する独身の方を対象に、都や区市町村、他県、公益法人や一般社団法人などが都内で開催する婚活イベントやセミナー等を紹介
東京人生デザイン	さまざまなライフイベントを選択しながら、自分なりのライフプランのイメージを作成することができるコンテンツを掲載
ふたリストートガイド	これから婚活を始める方に役立つコラムを掲載（自分を生かすファッションなど）
最近の出会いの場事情	民間の婚活サービスの種類やそれぞれの特徴など、最近の出会いの場を解説
行政による支援施策	ライフ・ワーク・バランスの推進や若者の就職支援、子育て世帯に対する住宅支援など、結婚しやすい環境整備に資する幅広い行政の取組を紹介

2-2-2. 他の道府県の取組

都道府県での結婚に対する取組³⁹の実施状況（2017年度）は、「情報発信」(97.9%)、「企業・団体等との連携（希望者に対する情報提供等）」(89.4%) が特に多い。また、2013年度～2015年度と比べて、「企業・団体等との連携(希望者に対する情報提供等)」「ボランティアの育成（地域のおせっかいさん等）」「結婚支援センターの設置・運営」に取り組む道府県が増加している²³。他の道府県での特徴的な取組は下表のとおり。

図表35 他の道府県における結婚支援の取組（一部抜粋）

分類	実施道府県	取組概要
結婚支援センターの設置・運営	茨城県	いばらき出会いサポートセンター相談支援体制強化事業 ●結婚なんでも相談窓口の設置 ●マッチングシステムの活用（2006年以降の成婚カップルが2,000組突破）
	山形県	やまがた出会いサポートセンター ●本人直接検索型システムによる1対1のお見合い支援サービス事業
	青森県	あおもり出会いサポートセンター ●2011年に設置し、会員成婚数が8年で200人超
相談業務・ボランティアの育成	香川県	縁結び・子育て美容-eki事業 ●美容院等の身近な地域人材を活用した縁結び・子育て支援 ●かがわ縁結び支援センターのボランティア「縁結びおせっかいさん」との交流
マッチング（システムによるもの）	愛媛県	愛顔（えがお）の婚活サポート事業 ●ビッグデータを活用したマッチングシステム ●県内自治体とのネットワーク会議の開催
	埼玉県	SAITAMA出会いサポートセンター ●AIを活用した相性の良い相手を判断する仕組み（パートナーエージェントが開発）
	鳥取県・島根県	マッチングシステムの運用での連携 ●結婚支援システムの他県との連携※全国初
結婚応援サポート事業	群馬県	ぐんま結婚応援パスポート（通称：コンパス） ●協賛店舗において新婚夫婦等に特典サービスを提供※全国初 ●ウェディング業界・関係団体と連携した協賛店舗募集活動
	石川県	石川しあわせ婚応援パスポート（通称：婚パス） ●結婚を予定しているカップルや新婚夫婦を対象に、県内の式場や住宅会社で割引特典を実施

39 出典元の調査では、「結婚支援の取組を行う結婚支援センター等の開設・運営、同センター等におけるマッチングシステムの構築・高度化により各地域における結婚支援の基盤を整備するための取組」、「各地域において結婚支援を行うボランティア（マリッジサポーター）の育成、組織化、交流体制の構築等により、各地域で結婚を希望する者が適時適切に相談できるような体制の整備や、新たなマッチングを実現するための取組」、「その他、各地域において結婚を希望する者の希望の実現を支援するための取組」を指す。

分類	実施道府県	取組概要
結婚応援セミナー開催	富山県	独身の子どもを持つ親を対象とした結婚応援セミナー ●親としてできる結婚支援をアドバイス
企業・団体等との連携（希望者に対する情報提供等）	三重県	企業による結婚支援活性化促進事業 ●みえ出逢いサポートセンターを開設 ●企業による継続的な結婚応援の仕組みづくり
	佐賀県	婚センサスBOOK ●企業が社員の結婚を応援する際の注意点や対応例をまとめたマニュアルを独自作成※自治体で初
地元企業の巻き込み	岐阜県	●「岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進企業」（仕事と家庭の両立支援について独自の取組を行う企業）として認定された企業同士で、独身社員の交流イベントを企業が自発的に実施
	山形県	●企業の独身社員の交流イベント等コーディネート、開催支援

2-3. 市区町村の取組

2-3-1. 多摩・島しょ地域の自治体の取組

各自治体が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「安心して結婚・出産・子育てができるよう、切れ目ない支援を実現する」ことを目標として掲げている自治体も多い。多摩・島しょ地域の自治体が、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で言及している結婚支援の具体的な内容は、図表24を参照されたい。

2-3-2. 他の道府県の市区町村の取組

多摩・島しょ地域以外の全国の市区町村でも、各地の地域資源を活用したイベントのほか、地元企業・大学と連携した取組等、さまざまな取組が行われている。

図表36 他の道府県の市区町村の取組(一部抜粋)

分類	自治体名	取組概要
地域資源を活用したイベント	静岡県島田市	●「島田をもっと好きになって島田に住み続けてもらう」ために、独身の男女が楽しく出会える場所を提供し、島田の魅力に気づいてもらえるよう結婚支援を開催
	京都府京都市	●地元の散策や地元産食材を使った料理等の婚活イベントを実施
	愛知県清須市	●観光名所等(キリンビール名古屋工場、稲沢グラウンドボウル、清州城周辺)を会場にした婚活イベントを実施
	広島県三次市	●魚釣り体験やバーベキューを通して交流を深める婚活イベントを実施
ボランティアを活用した縁結び	富山県南砺市	●婚活応援団「なんとおせっ会」等の独身男女を仲介するボランティア「縁結びist」と連携
地元企業との連携	宮城県気仙沼市	●親や市内企業を対象とした婚活セミナーの実施
	北海道清水町	●結婚相談所を運営する帯広信用金庫と連携
複数自治体での連携	熊本県荒尾市・玉名市・玉東町・南関町・長洲町・和水町	●2市4町が連携して、荒尾・玉名地域 結婚サポートセンターとしてイベント等を実施
	埼玉県久喜市、幸手市、白岡市、宮代町、杉戸町、茨城県五霞町	●地域における少子化対策の一助とすることを目的に、広域連携による結婚支援に関する協定を締結し、結婚支援事業の企画及び運営、情報交換等を実施
施設を活用したイベント	栃木県鹿沼市	●「運命の出会い クリスマス」と題した婚活イベントを市内レストランで開催
	福岡県福智町他	●平成筑豊鉄道と沿線の郵便局と連携した婚活イベント「ポスコン」を実施
婚活セミナー	長野県長野市	●マリッジマッチング応援事業(婚活セミナー)の実施
	栃木県宇都宮市	●親のための婚活応援セミナーを開催

分類	自治体名	取組概要
自治体の補助・助成	宮城県栗原市	●新婚生活応援家賃助成事業として、40歳以下の新婚夫婦が、市内の民間賃貸住宅に入居した場合、家賃の一部を助成
	千葉県佐倉市	●結婚新生活支援事業として、婚姻に伴う引越しに係る経費や婚姻を機に新たに住宅を取得する際に要する費用の一部を補助
	静岡県島田市	●新婚世帯の新居の取得・賃貸・引越し費用の補助を実施
	岡山県美咲町	●未婚で結婚を希望する男女を主な対象とする、共同生活が可能な集合住宅やシェアハウス等の建設を推進し、共同生活を送ることで結婚後の生活を具体的にイメージできる機会を提供
自治体の制度その他	栃木県栃木市	●ご当地婚姻届の作成
	新潟県長岡市	●30歳の同窓会として「長岡三十路人式(みそじんしき)」を開催し、その後に30歳限定の出会いの場として「三十路コン」も併せて実施(主催は長岡三十路人式実行委員会、共催は長岡市及びながおか・若者・しごと機構 ⁴⁰)
	京都府京都市	●「京都style 婚活WEB」を通じた京都の魅力や結婚に関する情報の発信
	北海道清水町	●ふるさと納税の返礼品等に「清水町男子図鑑」を採用する「コイノヨカン(恋の予感)プロジェクト」の始動

2-4. 民間事業者の取組

結婚支援については、全国で数多くの民間事業者が、それぞれ独自にマッチングシステムを構築したり、イベントやセミナー等を開催したりしている。

2-4-1. NPO法人全国地域結婚支援センター

1980年より財団法人日本青年館結婚相談所長を長年務めた板本洋子氏の提案で、結婚や家族観の変化をとらえ、多様な生き方、結婚の形、男女の対等な関係、家族の状況など、さまざまなテーマでの事業の実施と支援を行うことを目的として設立された。

毎年1回、内閣府後援事業として「全国結婚支援セミナー」を開催し、地域や若者が抱える結婚に対する課題を考えるきっかけを提供している。2018年度は9月23日・24日に、第8回セミナーとして、「地域をつなぐ ご縁をつなぐえひめのおせったい」をテーマに愛媛県で開催した。お遍路さんを思いやり、お茶や食べ物等をふるまう四国の風習「おせったい」をキーワードに婚活サポートに求められる姿を検討し、市町・企業・婚活ボランティアの結婚支援活動に関する事例発表等を行った。なお、2019年度は東京都で開催予定である。

40 2015年12月1日に、市内29機関(3大学1高専15専門学校、金融機関、産業界、行政)によって設立された組織。人口減少社会への対応のため策定された総合戦略「長岡リジュベネーション」は、将来を担う若者を地方創生の主役に据えており、この戦略の推進役として、主に若者のアイデアの実現や出会い・交流の促進、長岡で学ぶ・働く魅力の創出といった事業に取り組んでいる。

2-4-2. JUNOALL

(1) 団体の概要

JUNOALLは、日本の課題である少子化問題に貢献したいという思いからAPAMANグループが設立したものである。また、2014年に開催された「地方創生全国協議会 第一回全国大会」において、最も注目された、過去1,900組以上の婚姻実績を有し、内閣府の表彰を受けた「いばらき出会いサポートセンター」の取組を学び、ITによる独自のノウハウを加え、2015年8月に最初のサポートセンターを静岡市に開所した。その後、北九州市・福岡市・福岡県宗像市・函館市・埼玉県秩父市・東京都千代田区にもセンターを開所した。今後は、全47都道府県100ヶ所以上のセンターを開所し、年間1万人以上の成婚を目標としている。

図表37 JUNOALLの事業概要

分類	概要
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●データマッチング 望む相手の条件や結婚観をJUNOALL独自のマッチングシステムに入力すると、データベースの中から条件に合致する方だけが抽出され、自分自身で相手を検索できる。会ってみたい方がいればセンターの職員が段取りを整える。 ●マリッジサポーター いわゆる「仲人さん」によるサポート。人生観や結婚観等を丁寧にインタビューし、登録会員の中から希望に近い方を選びプロフィールを紹介する。 ●婚活パーティー 季節やテーマごとに、また、共通の趣味やレジャーを通じた独身者のパーティーを開催。このパーティーで気になった方に後日改めてマッチングを申し込むことができる。
実績	<ul style="list-style-type: none"> ●会員数：2,477人 ●交際成立数：559組 ●成婚数：79組 ※いずれも2016年4月からの累積値(2018年12月9日現在)

(2) 事業の特徴

社会貢献を旨とした完全非営利での活動であるため、利用者へは無料あるいは低廉な料金にてサービスを提供している。また、国・自治体の人口減・少子化対策を補完するための機能として、行政と連携した活動を積極的に推進している。一切の営利を排除した社会貢献であることを明確に打ち出しているため、政府・自治体等の公的機関が協力しやすく、協同・賛助を得る機会が多い。公的機関の協力を得ることが、利用者の安心を担保することにもつながっている。また、民間レベルから企業横断的に少子化対策への貢献団体を立ち上げた例は全国的にも珍しく、公的機関以外にも商工会議所等から支援を得ている。

図表38 北九州出会いサポートセンターでのスキーム例⁴¹



(3)自治体との連携・協働事例⁴²

JUNOALLは北九州市と連携して、婚活イベント「藍島ふれあいツアー」を実施した。

図表39 婚活イベント「藍島ふれあいツアー」の概要

分類	概要
目的	●知る人ぞ知る地元観光資源「猫の島」をPRする
概要	●島に多く棲む猫と遊びながら名所を散策し、とれたての魚介類でバーベキューパーティーをして親交を深める
実施体制	●北九州市の活性化をめざす旅行会社「ポケカル九州」と北九州市産業経済局が協力
実施日	●2018年5月19日(土)
開催場所	●福岡県北九州市小倉北区藍島
参加者	●JUNOALLに登録する20～50代の男女計30人
成果	●交際成立2組。新聞記事反響による入会40人

2-4-3. 五味五感企画

五味五感企画では、人間の感覚「五味」と「五感」を使いながら楽しもうと企画をする会社で、2012年に設立し、八ヶ岳を中心に活動している。代表を務める五味愛美氏は、2011年に婚活 de 八ヶ岳推進委員会を設立し、体験型婚活イベントコンサルタントとして『幸せ創生』を作り上げることを目的としている。

五味愛美氏によると、体験型の婚活イベントは人となりが出やすく、これから人生をともに歩いていくパートナーと出会う場面として、自分のこともパートナーのことも理解が深まる場であり、自己認容力が高まる傾向もみられる。また、地域のポテンシャルを活用することで、地域への愛着も増し、生活する地域として自信を持つことにもつながる。

(1)婚活 de 八ヶ岳推進委員会の概要

婚活イベントを通して、山梨県と八ヶ岳の魅力発信をし、ファンを増やすことをコンセプトに設立した。八ヶ岳を中心に、アウトドアアクティビティや体験と婚活を組み合わせたイベントを年間約30回開催している。

41 <http://junoall.org/to-administrative-agencies-press-organizations-2> (2018年12月21日アクセス)

42 毎日新聞2018年5月20日朝刊

体験型婚活イベントとして、登山、スノーシュー(西洋式かんじき)、リバートレッキング、田植え、フクロウウォッチング、ダム見学等の地域資源を活用したイベントを自治体と協働で多数実施している。

これらの体験型のイベントは、参加者にとっても地域にとってもそれぞれ利点がある。詳細は次表のとおり。

図表40 体験型婚活イベントの利点

分類	概要
参加者にとっての利点	<ul style="list-style-type: none"> ●趣味(価値観)が似ている人と出会うためマッチング率が高い ●相手も自分も人となりが出やすい ●緊張がほぐれやすい ●ふとした一面を垣間見ることができる ●新しい価値観に触れることができる ●趣味の幅が広がることで自信が持てる
地域にとっての利点	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の魅力を紹介できる ●魅力を知ることによってその土地を好きになる ●移住定住につながる ●移住につながらなくても思い出の地になる ●地域に観光業以外のネットワークができる

(2) 具体的な事例の概要

婚活 de 八ヶ岳推進委員会が実施する婚活イベントのうち、ここでは2つの事例について紹介する。

図表41 ワイン de 婚活 in 韮崎⁴³

分類	概要
目的	●ぶどうの産地である韮崎市穂坂町に新しく誕生したマルス穂坂ワイナリーの認知向上
概要	●マルス穂坂ワイナリーでワインを学んで味わうワイン好きのための婚活イベント ●2018山梨ヌーボーペアリング体験やソムリエ直伝の美味しい飲み方やワイン造りの知識が学べる
実施体制	●主催：山梨県韮崎市(総合政策課人口対策担当) ●協力：婚活 de 八ヶ岳推進委員会
開催日時	●2018年11月3日(土) 10:00～19:00 ※2018年山梨ヌーボー解禁日に開催
開催場所	●マルス穂坂ワイナリー
参加費	●男女ともに7,500円(お土産付き)
対象者条件	●30～45歳の独身男女
募集人数	●男女各12人 ※申込多数の場合は抽選
成果	●マッチング成立件数7組

【ワイン de 婚活 in 韮崎の実施風景⁴³】



43 <https://konkatsu8.com/blog/report/20181103-2> (2018年12月21日アクセス)

図表42 ハケ岳スタイル de 婚活 in 富士見町 初体験大歓迎スノーシュー⁴⁴

分類	概要
目的	●ハケ岳圏域の魅力を発信するとともに、定住人口の確保と活性化を図る
概要	●ハケ岳南西麓の北杜市・富士見町・原村の3自治体が主催する婚活イベント。スノーシューを履いて雪山で遊んだり、レストランで食事をしたりして交流を深める。好評を博しており、2019年で3年目を迎える
実施体制	●主催：ハケ岳定住自立圏 ⁴⁵ 構成市町村 ●企画運営協力：婚活 de ハケ岳推進委員会
開催日時	●2019年1月26日(土) 10:00～18:30
開催場所	●長野県富士見パノラマリゾート
参加費	●8,000円(費用に含まれるもの：プログラム体験代、昼食代、お茶お菓子代、婚活体験代、保険料、消費税)
対象者条件	●25～39歳の独身男女
募集人数	●24人(男性12人、女性12人)
成果	●前回2018年1月のイベントでのマッチング成立件数6組

【ハケ岳スタイル de 婚活 in 富士見町 初体験大歓迎スノーシューの実施風景⁴⁴】

44 <https://konkatsu8.com/blog/konkatsu-event/20190126> (2018年12月21日アクセス)

45 少子化による人口減少と高齢化社会を迎えている中で、ハケ岳定住自立圏域が将来にわたって安心して暮らすことのできる地域として、圏域の市町村が相互に連携と協力をを行い、圏域全体の生活機能の強化等に取り組むことにより、ハケ岳圏域の定住人口の確保と活性化を図る。＜定住自立圏の構成市町村＞山梨県北杜市(中心市)、長野県富士見町、長野県原村(構成町村)

3. 多摩・島しょ地域における結婚支援を取り巻く現状

3-1. 自治体アンケート及び住民アンケートの総括

多摩・島しょ地域における結婚支援の現状を把握するために、多摩・島しょ地域の自治体及び多摩・島しょ地域に居住している住民を対象に、それぞれアンケートを実施した。

アンケートから明らかになった、多摩・島しょ地域の自治体及び住民の現状は以下のとおり。

<自治体アンケート>

- 多摩・島しょ地域の自治体のうち、24団体が結婚支援を「実施していない」と回答し、15団体が「実施している」と回答している。「実施している」と回答した自治体の具体的な回答内容は以下のとおり。
 - 事業全体の効果や目的について
 - ◇ 定住人口が増加する
 - ◇ 地域の魅力を伝える
 - ◇ 婚姻率が上昇する
 - 実施している事業について
 - ◇ イベントの開催(出会い創出を目的とするもの)
 - ◇ 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)
- 多摩・島しょ地域の自治体が結婚支援を実施するにあたって課題と感じていることとして、以下の内容が挙げられた。
 - 課題と感じていること
 - ◇ 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
 - 最も課題と感じていること
 - ◇ 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
 - ◇ 効果検証が難しい
- 多摩・島しょ地域の自治体は、今後の結婚支援の実施について、「現在実施しておらず、今後も実施するかどうかわからない」団体が多く、現在実施している団体の多くは「当面は現状を維持する」意向である。

<住民アンケート>

- 「いずれ結婚するつもり」と考える独身者は、男性20代、女性20代、男性40代の割合が高くなっている。
 - 現在独身でいる理由は、以下のとおり。
 - ◇ 適当な相手にまだめぐり合わないから(女性30代・40代)
 - ◇ 結婚資金が足りないから(男性20代・30代)
 - ◇ 今は、仕事(または学業)にうちこみたいから(男性20代)
- 住民が利用したことのある自治体の結婚支援として、以下の内容が挙げられた。
 - 結婚祝い金(一時金)の支給
 - 結婚したカップルへの一定期間の経済的支援・住宅支援
 - ライフデザイン教育
 - 結婚や手続きに関する情報提供
- 公的な結婚支援の取組についての考えについて、「積極的に取り組むべき」は男性30代(既婚・死別)、「ある程度は取り組むべき」は女性40代(既婚・死別)、「最低限必要な範囲にとどめるべき」は女性50~60代(既婚・死別)、「公的な支援に取り組む必要はない」は男性50~60代(未婚・離別)でそれぞれ割合が高くなっている。

3-2. 多摩・島しょ地域の自治体における取組の現状

ここでは、多摩・島しょ地域の自治体を対象にしたアンケートの結果から、多摩・島しょ地域自治体の取組について現状を記載する。

3-2-1 調査概要

図表43 多摩・島しょ地域自治体アンケート概要

調査目的	多摩・島しょ地域の自治体における結婚支援に関する取組状況や課題を把握し、多摩・島しょ地域における結婚支援の推進、民間事業者との連携、今後の取組のヒントとなる基礎資料を収集する。
調査方法	電子ファイル(MS Excel) 調査票の電子メール送付・回収
調査対象・設計	多摩・島しょ地域のすべての自治体39団体
調査期間	2018年8月6日～2018年8月22日
調査実施機関	株式会社インテージリサーチ

3-2-2 結果概要

(1) 回収結果

調査対象とした39団体すべてから回答を得た(回収率100%)。

なお、多摩地域は、行政実務を遂行していく上で、便宜上5つのエリア区分が設けられているため、本調査の分析においても、同じエリア区分を用いた。

図表44 多摩地域のエリア区分⁴⁶



次ページ以降では、上記エリア区分の多摩地域と島しょ地域の計6区分として、回答結果を分析している。

46 多摩の振興プラン(2017年9月) <http://www.soumu.metro.tokyo.jp/05gyousei/06sinkoutamaplan2.html> (2019年1月9日アクセス)

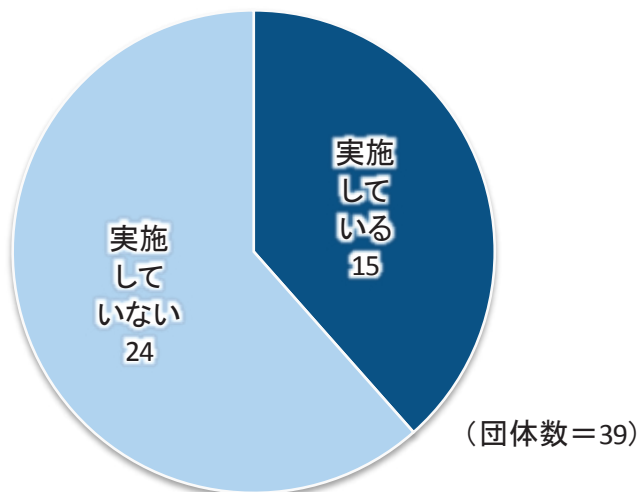
(2) 回答結果

● 結婚支援の実施状況

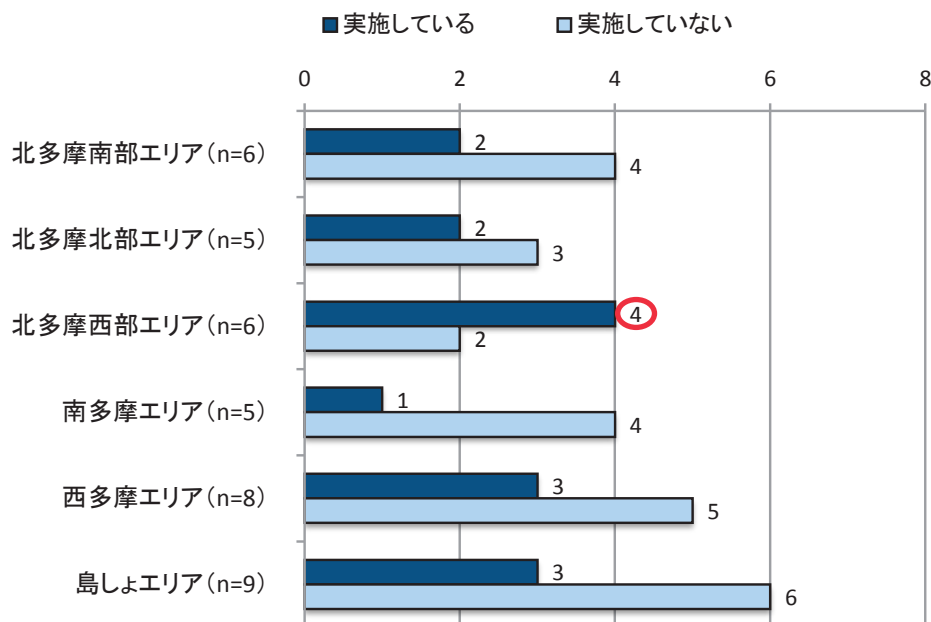
24団体が結婚支援を「実施していない」と回答し、15団体が「実施している」と回答している。

エリア別では、北多摩西部エリアで6団体中4団体が「実施している」と回答している。

図表45 結婚支援の実施状況(単一回答)



図表46 結婚支援の実施状況(単一回答)／エリア別



● 実施されている事業の具体的な事業内容

実施されている事業の具体的な事業内容は以下のとおり。なお、ここでは結婚支援を実施していると回答した自治体の事例のみを掲載している。

図表47 実施されている事業の具体的な事業内容(自由回答)

立川市：プレミアム婚姻届の作成	
所管部署	●総合政策部企画政策課
事業実施年度	●2016年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年3月頃に1,000部作成
実施場所	●市内販売所(ホテル・結婚式場・ブライダル店舗・市役所内コンビニ等 計6ヶ所)
予算額	●3,332,000円(2018年度当初予算)
事業目的・内容・テーマ・工夫	<ul style="list-style-type: none"> ●交流人口の増加と市外在住者に対する立川市のイメージアップを目的とする。 ●「たちかわ創生総合戦略」策定の過程において、若手職員の政策提言から生まれた事業。 ●地元企業、地元デザイナーとタッグを組んで制作。 ●1部1,000円で販売。カップル1組につき2部まで購入可能。 ●インターネットでの販売を要望する声もあったが来街者を増やすため、市内6ヶ所のみで販売。 ●立川市役所本庁舎にプレミアム婚姻届を提出した際、撮影コーナーで撮影した写真を、市内の店舗(たちかわの輝く個店受賞店舗)で提示すると特典が受けられるシステムを構築したことで、まちの活性化にもつながる。
成果(指標)	●販売数：1,700部(2016年度)、2,224部(2017年度)
課題	●若い世代(特に市外在住者等)へのプロモーションが難しい。
立川市：ウエディングシティ立川推進事業の実施	
所管部署	●総合政策部企画政策課
事業実施年度	●2016年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1～2回(不定期)
実施場所	●事業によって異なる
予算額	●17,000,000円(2016年度当初予算) ※決算額：16,968,800円※TAMAウエディング推進会へ助成金支出
連携先・委託先	●TAMAウエディング推進会
事業目的・内容・テーマ・工夫	●結婚式を挙げることでできるホテルや式場が数多くある立川市の強みを生かし、ブライダル産業を戦略的に活性化させ、エリア外への流出に歯止めをかけ、市内において結婚式を挙げるカップルを増やすとともに、ブライダルをキーワードにこれまで接点等がなかった市内の多様な産業同士をつなげ、新たなにぎわいの創出や地域経済の活性化を目指す。
成果(指標)	<ul style="list-style-type: none"> ●ウエディングアイテムの開発(Tama Wedding Box) ●「たま夢婚」公開結婚式プレゼント ●「結婚アカデミー」開催
課題	●財政的支援が必要である。

三鷹市：オリジナルデザインの婚姻届受理証明書の発行

所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2018年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年6月頃に100部作成
実施場所	●市民部市民課
予算額	●392,040円(2018年度当初予算)
連携先・委託先	●株式会社まちづくり三鷹(三鷹のキャラクター「Poki」(三鷹PR大使)使用申請先)
事業目的・内容・テーマ・工夫	●婚姻当事者2人の門出を祝福するとともに、三鷹市に婚姻届を提出したことや2人の決意をいつまでも心に留めていただくことを目的としている。
対象者条件	●2013年以降に市に婚姻届を提出した方
成果(指標)	●2018年9月25日から発行を開始しているため、7月末時点での発行はなし。
課題	●氏名を戸籍上の文字で作成するため、正楷書体(筆)による字の作成に時間を要する。

青梅市：青梅市結婚支援事業補助金の交付

所管部署	●企画部秘書広報課
事業実施年度	●2018年度において実施
実施時期・回数	●予算の範囲内で申請に応じ随時実施
実施場所	●市内
予算額	●600,000円(2018年度当初予算)
事業目的・内容・テーマ・工夫	●結婚を希望する未婚男女を対象として団体等が実施する結婚支援事業に対して、事業にかかる経費の一部を補助。
対象者条件	●市内に主たる事業所を置く法人又は5人以上の構成員によって組織された団体等
成果(指標)	●2018年6月19日より施行。7月末現在、2団体から相談あり。
課題	●事業についての周知が難しい。

昭島市・福生市：昭島福生 地域が潤う縁結び事業の実施	
所管部署	●昭島福生恋のツバサ協議会（幹事：昭島市市民部産業活性課、連携：福生市生活環境部シティセールス推進課）
事業実施年度	●2018年度において実施
実施時期・回数	●2018年5回（11月から12月）（いずれも予定）
実施場所	●昭島市、福生市の飲食店及び観光地
予算額	●5,000,000円（2018年度当初予算）
活用した補助金	●多摩・島しょ広域連携活動助成金（東京都市長会）
委託先	●株式会社リクルートライフスタイル
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●出会いをテーマとした商業振興及び観光振興を実施し、交流人口の増加及び定住化を図る。内容としては、域内飲食店を活用した、出会いの場を創出するマッチングイベント、域内の観光地を巡る出会いを目的としたバスツアーを実施する。 ●マッチングイベントの参加費は、男性4,900円、女性2,900円。
対象者条件	●申込み日現在、未婚であること
成果（指標）	●イベント参加者延べ200人
課題	●マッチングイベントについては、飲食店で見知らぬ異性同士の食事をセッティングする事業となるため、イベント自体の質が参加者に委ねられる部分が多く、参加者の不参加や途中退席等により、イベント自体が成立しない可能性がある。

小金井市：オリジナル婚姻届&婚姻手続き早わかりBOOKの作成	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2018年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年4月頃に2,000部作成
実施場所	●市民課窓口、夜間受付窓口
予算額	●0円
連携先・委託先	●株式会社ホープ
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●市制施行60周年を記念し作成した。婚姻という新たな家族としての門出と新生活の始まりについて、小金井市からの祝福の気持ちを伝え、婚姻する若い世代の定住化促進の一助とする目的。併せて、婚姻届の書き方、婚姻に関するQ&Aや市の魅力を掲載した「婚姻手続き早わかりBOOK」も配布している。 ●委託業者の広告収入で経費を賄うことにより、市の予算額は0円である。
成果(指標)	●2018年4月から配布を始め、7月末時点で約1,000部を配布。
課題	●目的に小金井市への定住化があるが、オリジナル婚姻届の利用と定住化が必ずしも一致しているわけではない。
小金井市：戸籍届出ウェルカムボードの設置	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2018年度から継続して実施
実施時期・回数	●2018年6月に設置
実施場所	●市民課窓口、夜間受付窓口
予算額	●83,000円(2018年度当初予算)
連携先・委託先	●株式会社美津野商事、株式会社チヂキ(材料購入先)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●市制施行60周年を記念し、職員が作成したもので、ボードの中央に婚姻や出生の届書を貼って並んで写真を撮ることができる。人生の節目を小金井市らしくお祝いできればと願い、市の花である桜をあしらったデザインで作成した。
対象者条件	●出生届や婚姻届を提出した方
成果(指標)	●婚姻届を提出される方が主な利用者だが、概ね好評で喜んで利用していただいている。
課題	●60周年のみの予算のため今後の維持費等がない。作成した職員以外でデザインの更新等が難しい。

小平市：出会いの創出事業「ラララこだいら」の実施	
所管部署	●企画政策部政策課
事業実施年度	●2016年度において実施
実施時期・回数	●2016年度5回(8月、9月、10月、11月、12月)
実施場所	●小平市民文化会館
予算額	●1,350,000円(2016年度当初予算) ※決算額：633,960円
連携先・委託先	●特定非営利活動法人 irori
事業目的・内容・テーマ・工夫	●小平市人口ビジョン等策定のために行った市民アンケートでは、結婚をしない理由の1つとして「出会い」の機会が少ないという傾向が見受けられた。この状況を解決するため、出会いの創出事業として、ペアダンスを中心とした出会いのイベントを実施した。
対象者条件	●市内在住・在勤・在学で、18～40歳までの未婚の男女。 ●第4回以降は、より幅広い方の参加を可能とするため在住等の要件を外した。
成果(指標)	●全5回の合計参加者数は84人。「小平市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中で、「出会いの創出による交流数」について、2019年度末までの到達目標として、150件(延べ参加人数150人)と掲げている。 ※現在「こだいらの魅力を発見する相席ツアー」と合わせた累計は128件。
課題	●男女の数を比較すると、男性が多い状況となった。
小平市：出会いの創出事業 喫茶と商店街で新しい出会い「こだいらの魅力を発見する相席ツアー」の実施	
所管部署	●企画政策部政策課
事業実施年度	●2018年度において実施
実施時期・回数	●2018年度1回(10月)
実施場所	●小平市学園坂商店街
予算額	●小平市から協会への事業費補助10万円の範囲内で実施
連携先・委託先	●こだいら観光まちづくり協会
事業目的・内容・テーマ・工夫	●「小平市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会」において、「出会いを前面に出さず、地域資源を活用した企画が望ましい」「市の直接実施ではなく、市内団体に任せるのも良いのでは」などの意見が寄せられたことから、観光まちづくり協会への補助事業として行った。 ●参加者は、商店街の各店舗等でコーヒーやお茶を飲みながら散歩を楽しんだ。また、数人ずつで体験できるワークショップの開催や、空き店舗が飲食できる場所として開放されるなど、参加者相互の交流が図られた。
対象者条件	●18～39歳までの未婚の男女
成果(指標)	●参加者数は44人。「小平市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中で、「出会いの創出による交流数」について、2019年度末までの到達目標として、150件(延べ参加人数150人)と掲げている ※現在「ラララこだいら」と合わせた累計は128件。

小平市：オリジナル婚姻届及び婚姻・子育て手続き早わかりBOOKの作成	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2018年度から継続して実施
実施時期・回数	●2018年6月頃に4,000部作成
実施場所	●市民部市民課
予算額	●0円
連携先・委託先	●民間企業(広告代理店)
事業目的・内容・テーマ・工夫	●サッカーJリーグのFC東京のマスコットキャラクターの「東京ドロンパ」と小平市のマスコットキャラクター「ぶるべー」がデザインされたオリジナル婚姻届と合わせ、届書の書き方、婚姻手続きに関するQ&Aのほか、子育て支援のプチ情報を掲載している冊子を無料で配布している。 ●委託業者の広告収入で経費を賄うことにより、市の予算額は0円である。
成果(指標)	●小平市の婚姻届が全国で提出されている。 ●2018年6月から1,400部配布(推定)
課題	●FC東京ファンへのPRが難しい。
小平市：婚姻届等の記念撮影用ウェルカムボードの設置	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2016年度から継続して実施
実施時期・回数	●2016年11月に設置
実施場所	●市役所入口付近
予算額	●0円(年度当初予算) ※決算額：49,958円
事業目的・内容・テーマ・工夫	●婚姻届等の記念となる届出を提出した際に、記念撮影をすることができるウェルカムボードを作成した。
対象者条件	●婚姻届等を市に提出した届出人等
成果(指標)	●開庁時は市役所フロア内に設置、閉庁時は通用口に設置することで、多くの方に利用いただいている。

国分寺市：オリジナルデザインの婚姻届・婚姻届受理証明書の作成	
所管部署	●市民生活部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●2017年度に5年間分(婚姻届1,000部、受理証明書1,500部)を作成
実施場所	●市民課
予算額	●4,497,000円(2017年度予算) ※決算額：4,352,400円 ※デザイン料込み
活用した補助金	●多摩の魅力発信事業補助金(東京都)
連携先・委託先	●民間企業(プロポーザルにて選定)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●記念に残る結婚を行政として支援することを目的としている。市の魅力発信ツールとして活用し、地域活性化、人口流入につなげる。 ●オリジナルデザインの婚姻届(複写式)、受理証明書のほか、受理証明書専用台紙も作成。 ●受理証明書は1部1,400円、受理証明書専用台紙は1部1,600円。
対象者条件	●オリジナルデザイン受理証明書：当市に婚姻の届出をした方 ※専用台紙はどなたでも
成果(指標)	●オリジナルデザインの婚姻届受理証明書の交付件数(2018年4月1日～2018年7月31日)：37件
課題	●市外在住者へのPRが難しい。
国分寺市：記念撮影用パネル及び記念スタンプの設置	
所管部署	●市民生活部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●2017年度3月に設置
実施場所	●市民課(市民ホール)に設置
予算額	●製作費は上記オリジナルデザインの婚姻届・婚姻届受理証明書の作成の委託料に含む。
活用した補助金	●多摩の魅力発信事業補助金(東京都)
連携先・委託先	●民間企業(プロポーザルにて選定)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●記念に残る結婚を行政として支援することを目的としている。市の魅力発信ツールとして活用し、地域活性化、人口流入につなげる。 ●記念撮影用パネル(可動式)、記念スタンプを設置。
対象者条件	●どなたでも
成果(指標)	●開庁時間外に婚姻届をご提出される方の多くが記念撮影用パネルを利用して撮影をされている。
課題	●設置場所の市民ホールが狭隘で撮影専用のスペースの確保までできていないため、来庁者で混み合っている場合には、撮影しにくい状況となっている。

福生市：オリジナル婚姻届付き婚姻手続早分かりブックの作成	
所管部署	●市民部総合窓口課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回1,000部作成
実施場所	●市民部総合窓口課窓口
予算額	●0円
連携先・委託先	●株式会社ホープ
事業目的・内容・ テーマ・工夫	<p>●「福生で始める暮らし」をテーマとして福生市の魅力をイメージするデザインのオリジナル婚姻届とあわせ、届書の書き方、婚姻手続に関するQ&Aのほか、まちの魅力や子育て支援のプチ情報を掲載し、定住化促進の一助ともするもの。</p> <p>●婚姻届を提出予定の方に、窓口において無料で手渡ししている。</p> <p>●委託業者の広告収入で経費を賄うことにより、市の予算額は0円である。</p>
成果(指標)	●配布数。配布開始の2017年7月から2018年6月までの1年間で600部配布した。2018年7月から2019年6月までは600部配布を目標としている。
課題	●婚姻届は提出されると手元に残らない。現在は部数に余裕があるので2部渡しているが、複写式など、手元に残しやすい形態になるとより望ましい。

東大和市：オリジナル婚姻届及び婚姻・子育て応援BOOKの作成	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年6月頃に1,000部作成
実施場所	●市民部市民課
予算額	●0円
連携先・委託先	●民間企業(広告代理店)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●PPP ⁴⁷ による民間企業との連携により、オリジナル婚姻届及び「婚姻・子育て応援BOOK」(以下「冊子」という。)を作成した。婚姻に関わる事業者の広告を掲載することにより、オリジナル婚姻届及び冊子を無料で作成し、経費を削減した。また、冊子の中で、東大和市の施策である「子育てしやすいまちづくり」をPRし、定住促進を図った。 ●冊子は婚姻届を事前に取りに来庁した方へ無料で配布している。
成果(指標)	●東大和市へ提出された婚姻届が341件(2016年度)から360件(2017年度)に増加した。
東大和市：婚姻届等記念撮影コーナー等の作成及び設置	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●2017年5月に設置
実施場所	●市役所庁舎1階入口ホール
予算額	●176,796円(2017年度決算額)
活用した補助金	●東京都市町村総合交付金(地域特選事業枠)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●婚姻届等の記念となる届出を提出した際に、記念撮影をすることができるバックスクリーン、及び撮影時に使用できる小道具(ハートマーク等のボード)を作成した。記念撮影によって一生の記念となるような思い出にし、市に愛着を持つ契機とすることで、定住促進を図った。
対象者条件	●婚姻届等を市に提出した届出人等
成果(指標)	●東大和市へ提出された婚姻届が341件(2016年度)から360件(2017年度)に増加した。

47 公民連携|官民連携(PPP)とは、Public Private Partnershipの略で、公民が連携して公共サービスを提供するスキームのこと。

東大和市：結婚支援イベントの実施

東大和市：結婚支援イベントの実施	
所管部署	●企画財政部企画課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回
実施場所	●市内レストラン
予算額	●185,120円(2018年度決算額)
連携先・委託先	●商工会(後援) ●民間事業者(委託)
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●「東大和市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、結婚を希望する若い世代に異性との出会いの機会を創出し、結婚支援を行うことで人口減少の抑制を図ることを目的としている。 ●開催場所は市内レストランとし、イベントではご当地クイズの実施や市内店舗のプレゼントを準備するなど、地域産業の活性化にも寄与できるように工夫している。 ●2017年度はセミナーと交流イベントを実施したが、2018年度は交流イベントのみ実施した。
対象者条件	●市内在住又は在勤の20～40歳くらいまでの就業している未婚男性 ●20～40歳くらいまでの未婚女性 ●申込状況により一部条件を緩和した。
成果(指標)	●2017年度：参加者25人、カップル成立数4組 ●2018年度：参加者20人、カップル成立数2組
課題	●全国的には、経費をかけてイベント広報をしている自治体もあるが、東大和市ではイベント告知に経費を割くことは難しい。SNSを活用し工夫しているが、参加者を集めることに苦慮している。

清瀬市：婚活イベントの実施	
所管部署	●企画部企画課
事業実施年度	●2013年度から継続して実施
実施時期・回数	●年2回(8月、3月)
実施場所	●公共施設、市内飲食店
予算額	●0円(参加者からの費用にて実施)
連携先・委託先	●市民活動センター、市内飲食店 ※市・市民活動センターの役割：市報・活動ニュースで参加者募集 周知・内容検討 ※市内飲食店の役割：料理提供・音楽演奏・司会
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●結婚支援のほか、市の魅力PRを併せて行いながら、定住化促進や地域活性化を目的としている。
対象者条件	●真剣に結婚を希望している30～50歳までの未婚の男女
成果(指標)	●「清瀬市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、各回でのカップル成立数を指標としている。結婚に至った件数が1組あり。
課題	●女性参加率が低い。 ●市内飲食店リニューアルのため、現在事業を見合わせ中。
清瀬市：オリジナル婚姻届の作成	
所管部署	●市民生活部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年4月頃に1,200部作成
実施場所	●市民課窓口(出張所2ヶ所を含む)
予算額	●0円
連携先・委託先	●株式会社ホープとの協働
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●婚姻届の提出を契機に清瀬市へ定住する人が増えることを、目的としている。 ●オリジナルの婚姻届を綴じ込んだ「婚姻手続き早わかりBOOK」は無料で配布しており、婚姻届の書き方や、市の子育て事業など、清瀬市で新たな生活を始める2人に役立つ情報を紹介している。 ●作成事業者の広告収入で経費を賄うことで、市の予算額は0円となっている。
成果(指標)	●2017年5月1日より配付を始め、年度内に計412部を配付。
課題	●本事業の目的は「定住化促進」であるが、市内への住所異動と婚姻届の提出時期が異なることが多く、事業の成果を測るべき数値を得ることができない。

清瀬市：記念写真撮影代行サービスの実施	
所管部署	●市民生活部市民課
事業実施年度	●2014年度から継続して実施
実施時期・回数	●2015年3月20日から運用
実施場所	●市役所1階ロビー
予算額	●0円
事業目的・内容・テーマ・工夫	●手続きに訪れた際に記念撮影ができる「ウェルカムボード」を1階ロビーに設置。市内に咲く花々が描かれたパネルを背景に、利用者が持参したカメラによる記念撮影を職員が行う。婚姻届や出生届とともに記念撮影をすることで、人生の中でも思い出に残る結婚や誕生をお祝いする。
対象者条件	●婚姻届や出生届を提出した方
成果(指標)	●2017年度の利用状況は、婚姻67件(婚姻届全体の28.5%)、出生9件(出生届全体の1.8%)。特に七夕や「いい夫婦の日」がある7月、11月の利用が多い。

武蔵村山市：オリジナル婚姻届の作成	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2018年度から継続して実施
実施時期・回数	●年1回、毎年4月頃に1,000部作成
実施場所	●市役所市民課窓口、出張所市民課窓口
予算額	●0円
連携先・委託先	●株式会社ホープ
事業目的・内容・テーマ・工夫	●婚姻届の提出を契機とした武蔵村山市への定住化を進めることを目的としている。 ●武蔵村山市の子育て事業等を紹介する冊子(婚姻手続き早わかりBOOK)とともに無料配布。 ●委託業者の広告収入で経費を賄うことにより、市の予算額は0円である。
成果(指標)	●2018年度に1,000部の配布を予定

稲城市：いな恋パーティー(婚活パーティー)の実施	
所管部署	●市民部経済観光課
事業実施年度	●2013年度から継続して実施
実施時期・回数	●年3回(7月、11月、2月)※2018年度予定
実施場所	●市内飲食店
予算額	●30,000円(10,000円×3回 2018年度当初予算)
連携先・委託先	●主催者は市内飲食店となり、市は主催者に対して補助金を交付している。
事業目的・内容・テーマ・工夫	●出会いの場を創出し、婚姻に向けた一助となるとともに、パーティー内で稲城市の魅力をもPRすることで、最終的に市内への定住促進を目的としている。
対象者条件	●未婚であることを必須条件とし、実施回ごとに対象となる年齢層(20～50歳代)を変えている。
成果(指標)	●成立カップル数 2015年度：14組、2016年度：12組、2017年度：19組 ※「稲城市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において2019年度末までに年20組のカップル成立を目標としている。
課題	●市内飲食店(主に主催者店舗)を会場として実施するため、大人数の収容は難しく、1回ごとの参加者数が限られてしまう。
稲城市：記念撮影用ボード(愛称：ハッピーペアボード)の設置	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施時期・回数	●2017年12月に設置
実施場所	●市役所1階ロビー
予算額	●468,000円(2017年度予算) ※決算額：467,208円
活用した補助金	●多摩の魅力発信支援補助金(東京都)
連携先・委託先	●井上ジェット氏(デザイン作成委託) ●株式会社ヤマテ(バックボード作成委託)
事業目的・内容・テーマ・工夫	●稲城市へ婚姻届出をされた2人をお祝いするため、市役所庁舎内に記念撮影コーナーを設けた。2人の思い出作りをお手伝いするとともに、市のPRと市への愛着を深める機会を提供する。
対象者条件	●主に稲城市に婚姻届を提出した2人(それ以外の方も利用可能)
成果(指標)	●婚姻届を提出した方には大変好評であり、それ以外の方にも喜んでご利用いただいている。
稲城市：オリジナルデザインの婚姻届特別受理証明書の発行	
所管部署	●市民部市民課
事業実施年度	●2017年度から継続して実施
実施場所	●市民部市民課
実施時期・回数	●300部作成
予算額	●122,000円(2017年度予算) ※決算額：121,413円
連携先・委託先	●井上ジェット氏(デザイン委託)
事業目的・内容・テーマ・工夫	●2017年度以前も賞状デザインの婚姻届を発行していたが、2017年度からは賞状デザインの婚姻届に加え、稲城市オフィシャルキャラクター「稲城なしのすけ」等の絵柄入りオリジナルデザイン婚姻届を作成し、証明書を発行。市のPRとともに、市への愛着を深める機会を提供する。
対象者条件	●稲城市に婚姻届を提出した夫婦
成果(指標)	●2016年度までの賞状デザインの婚姻届は年平均35枚程度の発行であったが、2017年度は賞状デザインの婚姻届が19枚、オリジナルデザインの婚姻届が36枚、合計55枚の発行となった。

奥多摩町：奥多摩町出会いの場ふれ愛サポートセンターの設置	
所管部署	●福祉保健課
事業実施年度	●2013年度から継続して実施
実施時期・回数	●年2、3回、センター主催のイベントを実施
実施場所	●町内
予算額	●1,500,000円(2018年度当初予算) ※2017年度決算額：1,002,425円
事業目的・内容・テーマ・工夫	●交流の場：「ともだち」や「なかま」を見つけるために行うイベント ●ふれあいの場：結婚を前提とした「パートナー」を見つけるために行うイベント
対象者条件	●20～50歳までの、結婚後に奥多摩町に定住する意思のある未婚の男女
成果(指標)	●2013年度の事業開始から5年間で、本事業により交際を開始した3組がご成婚された。
課題	●毎年のイベント企画や更なるご成婚者の増加に向けたマッチング事業への展開が難しい。

神津島村：結婚活動促進事業の実施	
所管部署	●企画財政課
事業実施年度	●2015年度から継続して実施
実施時期・回数	●年平均2～3回(6月都内(島外)、9月島内)(2017年度実績)
実施場所	●島外開催：東京都内(島外)及び山梨県で実施 ●島内開催：神津島村で実施
予算額	●2,700,000円(2018年度当初予算)
活用した補助金	●離島活性化交付金(国土交通省)(2015年度から2017年度)
委託先	●NPO法人 神津島盛り上げ隊
事業目的・内容・テーマ・工夫	●神津島の住民基本台帳人口は2000年1月1日現在2,291人から2017年1月1日現在1,878人と顕著に減少しており、17年間の減少率は18.0%となっている。これは中学校、高校を卒業した生徒は就職や進学のため大多数が島外に転出するという事情に起因する。その後は若干帰島するが、女性の多くは島外で結婚するため、島内の結婚適齢期の女性が極端に少なくなるという状況になっている。このため島内未婚男性が増え出生数の低下につながっている。これを解消し地域の活性化を図るため、結婚活動促進事業を実施し島での生活を希望する結婚適齢期の女性を誘致する。
対象者条件	●20～45歳までの島民で5年以上定住見込みがある未婚男性 ●20～45歳までの島外在住の未婚女性
成果(指標)	●カップル成立数10組 うち成婚組数1組 ●島外からの定住者1人

御蔵島村：御蔵島村結婚祝い金の支給	
所管部署	●総務課
事業実施年度	●2016年度から継続して実施
実施時期・回数	●予算の範囲内で申請に応じ随時実施
実施場所	●御蔵島村役場
予算額	●50,000円(2017年度当初予算) ※決算額：0円
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●婚姻を奨励するとともに定住を促進し、村の活性化に寄与する。 ●結婚祝い金として、1万円を支給。
対象者条件	●婚姻届を提出した夫婦のうち、以下の条件を満たす者 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 夫又は妻が御蔵島村の住民基本台帳に記載されている。 ➢ 過去に御蔵島村から結婚祝い金の支給を受けていない。 ➢ 村税や保険料に滞納がない。 ➢ 婚姻後も引き続き5年以上御蔵島村内に定住する。

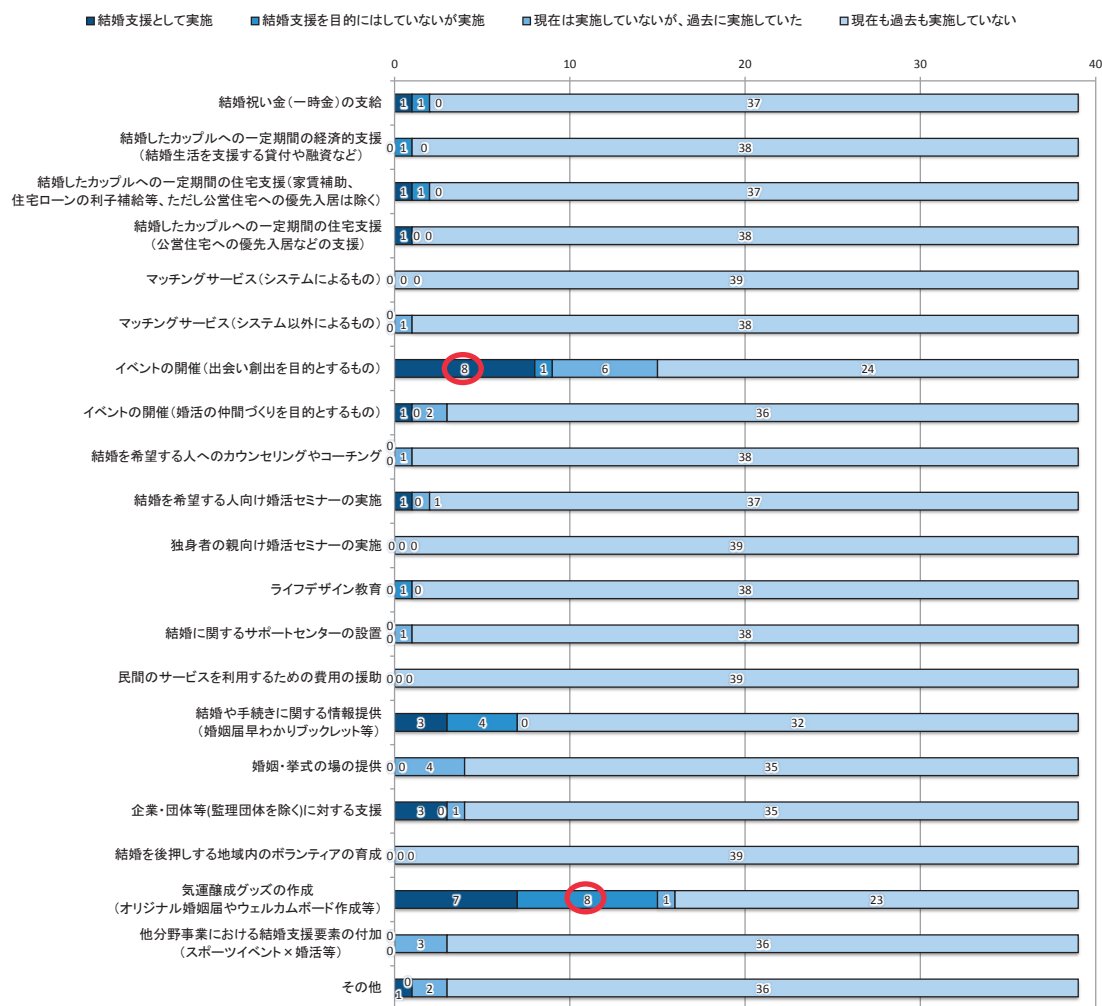
八丈町：島婚IN八丈島（八丈島ふれあい交流事業）の実施	
所管部署	●産業観光課
事業実施年度	●2012年から継続して実施
実施時期・回数	●年1回 これまでの累計6回
実施場所	●八丈町役場や島内観光名所等
予算額	●1,200,000円(2018年度当初予算)
活用した補助金	●八丈島ふれあい交流事業補助金
連携先・委託先	●八丈町商工会
事業目的・内容・ テーマ・工夫	●島の魅力を伝えるためのイベントを実施。 ●通常は航空機の往復だけで60,000円程度かかるが、島外から参加する女性は、航空券代、宿泊費、食事代を含めた参加費（25,000円）で参加できる。なお、島内からの参加の場合、女性は5,000円、島内男性は20,000円である。 ●参加者の負担を少なくするために、八丈島ふれあい交流事業補助金を活用。
対象者条件	●20～45歳までの島民で、今後5年以内に島外へ転出予定のない未婚男性 ●20～40歳までの島内及び島外在住の未婚女性
成果(指標)	●2017年度末までのカップル成立数 52組

●結婚支援につながると想定される具体的な事業の実施状況

いずれの事業も「現在も過去も実施していない」と答えた団体が過半数を超えている。

「結婚支援として実施」した事業として最も多いのは、「イベントの開催（出会い創出を目的とするもの）」(8団体) となっている。また、「結婚支援を目的にはしていないが実施」した事業として最も多いのは「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）」(8団体) となっている。

図表48 結婚支援につながると想定される具体的な事業の実施状況(単一回答)

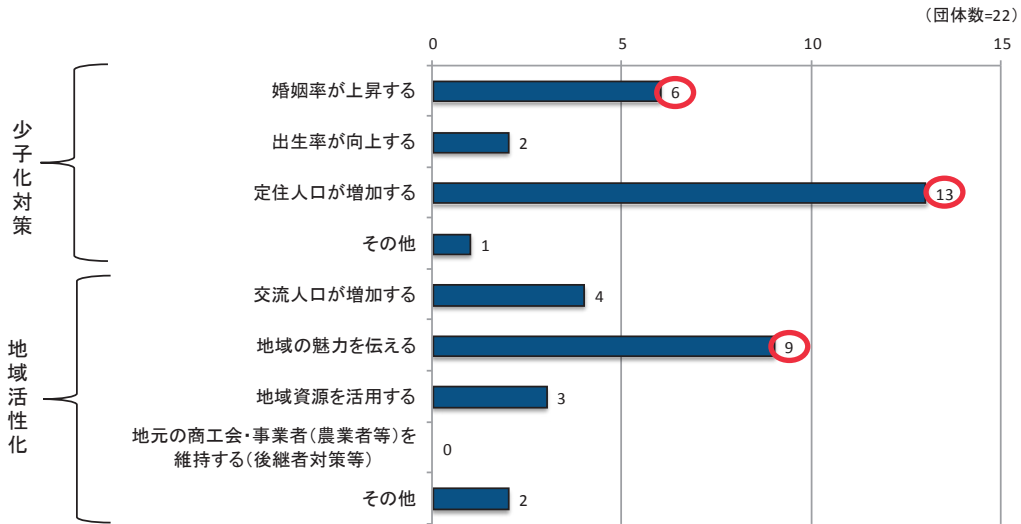


●実施している結婚支援の効果や目的

「実施している」と回答した事業全体の効果や目的については、「定住人口が増加する」(13団体)が最も多く、次いで「地域の魅力を伝える」(9団体)、「婚姻率が上昇する」(6団体)となっている。

エリア別では、島しょエリアで5団体中5団体、北多摩西部エリアで5団体中4団体が「定住人口が増加する」と回答している。

図表49 実施している結婚支援の効果や目的(複数回答)



図表50 実施している結婚支援の効果や目的(複数回答)／エリア別

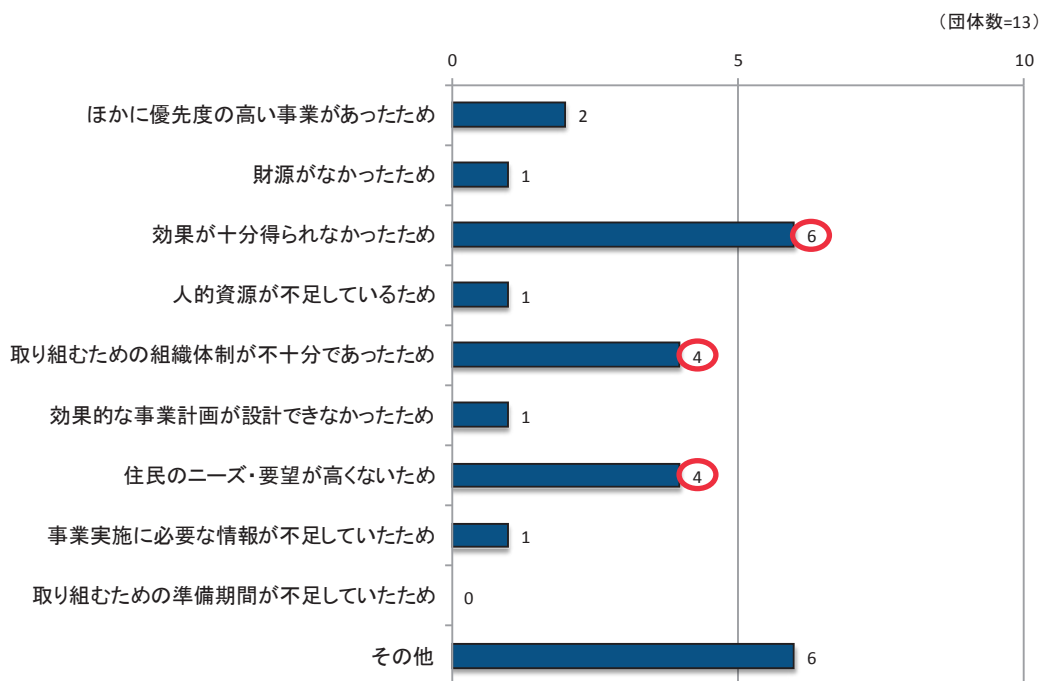
	少子化対策				地域活性化				
	婚姻率が 上昇する	出生率が 向上する	定住人口 が増加する	その他	交流人口 が増加する	地域の魅 力を伝える	地域資源を 活用する	地元の商 工会・事業 者(農業者 等)を維持 する(後継 者対策等)	その他
北多摩南部エリア(n=3)	0	0	0	0	1	2	1	0	1
北多摩北部エリア(n=3)	1	0	2	0	0	2	1	0	0
北多摩西部エリア(n=5)	1	1	4	0	1	2	1	0	0
南多摩エリア(n=1)	1	0	0	0	0	1	0	0	0
西多摩エリア(n=5)	1	1	2	1	1	2	0	0	1
島しょエリア(n=5)	2	0	5	0	1	0	0	0	0

※ ベース：いずれかの事業において、「結婚支援として実施」「結婚支援を目的にはしていないが実施」と回答

●過去に実施していた結婚支援を取りやめた理由

「効果が十分得られなかったため」(6団体)が最も多く、次いで「取り組むための組織体制が不十分であったため」「住民のニーズ・要望が高くないため」(それぞれ4団体)となっている。

図表51 過去に実施していた結婚支援を取りやめた理由(複数回答)



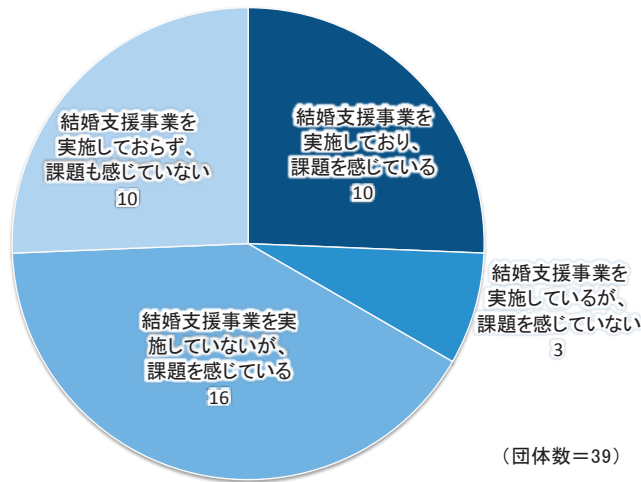
※ ベース：いずれかの事業において、「現在は実施していないが過去に実施していた」と回答

●結婚支援を実施するにあたって課題と感じていることの有無

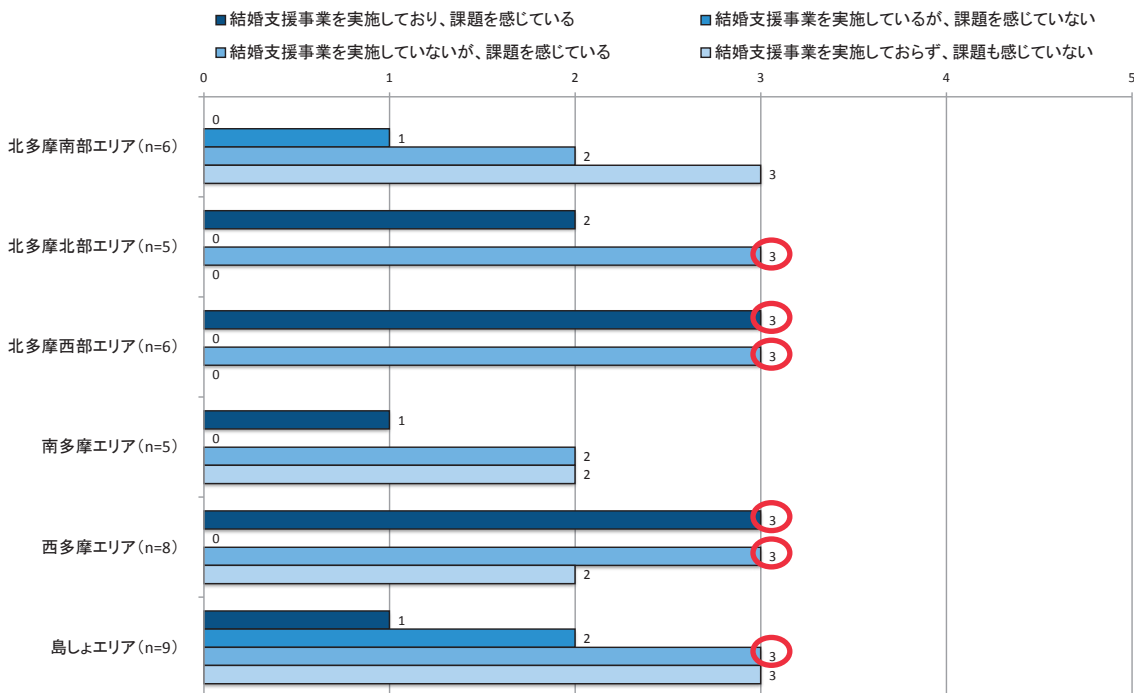
「結婚支援事業を実施していないが、課題を感じている」(16団体)が最も多く、次いで「結婚支援事業を実施しており、課題を感じている」「結婚支援事業を実施しておらず、課題も感じていない」(それぞれ10団体)となっている。

エリア別では、北多摩西部エリアで6団体中3団体、西多摩エリアで8団体中3団体が「結婚支援事業を実施しており、課題を感じている」と回答している。また、北多摩北部エリアで5団体中3団体、北多摩西部エリアで6団体中3団体、西多摩エリアで8団体中3団体、島しょエリアで9団体中3団体が「結婚支援事業を実施していないが、課題を感じている」と回答している。

図表52 結婚支援を実施するにあたって課題と感じていることの有無(単一回答)



図表53 結婚支援を実施するにあたって課題と感じていることの有無(単一回答)／エリア別

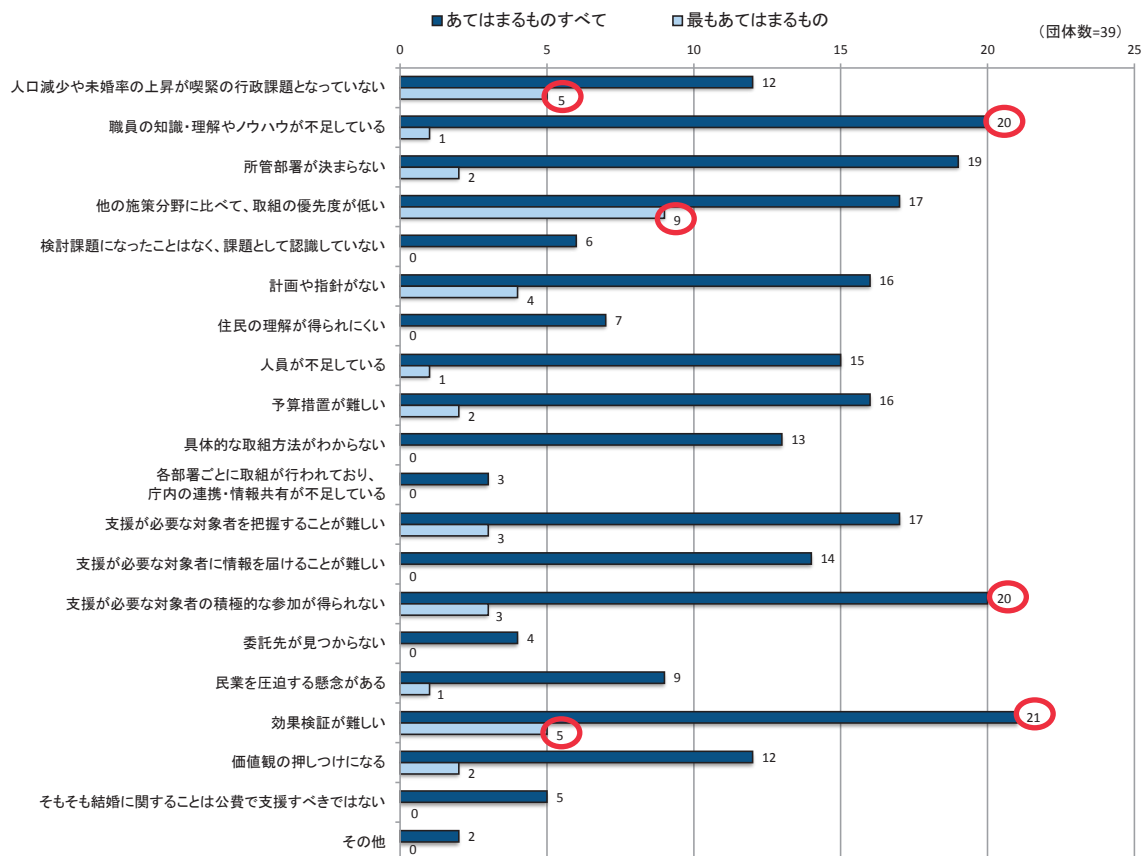


●結婚支援を実施するための課題等

あてはまるものとして、最も多いのは「効果検証が難しい」(21団体)、次いで「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」(それぞれ20団体)となっている。

最もあてはまるものとしては、「他の施策分野に比べて、取組の優先度が低い」(9団体)が最も多く、次いで、「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」「効果検証が難しい」(それぞれ5団体)となっている。

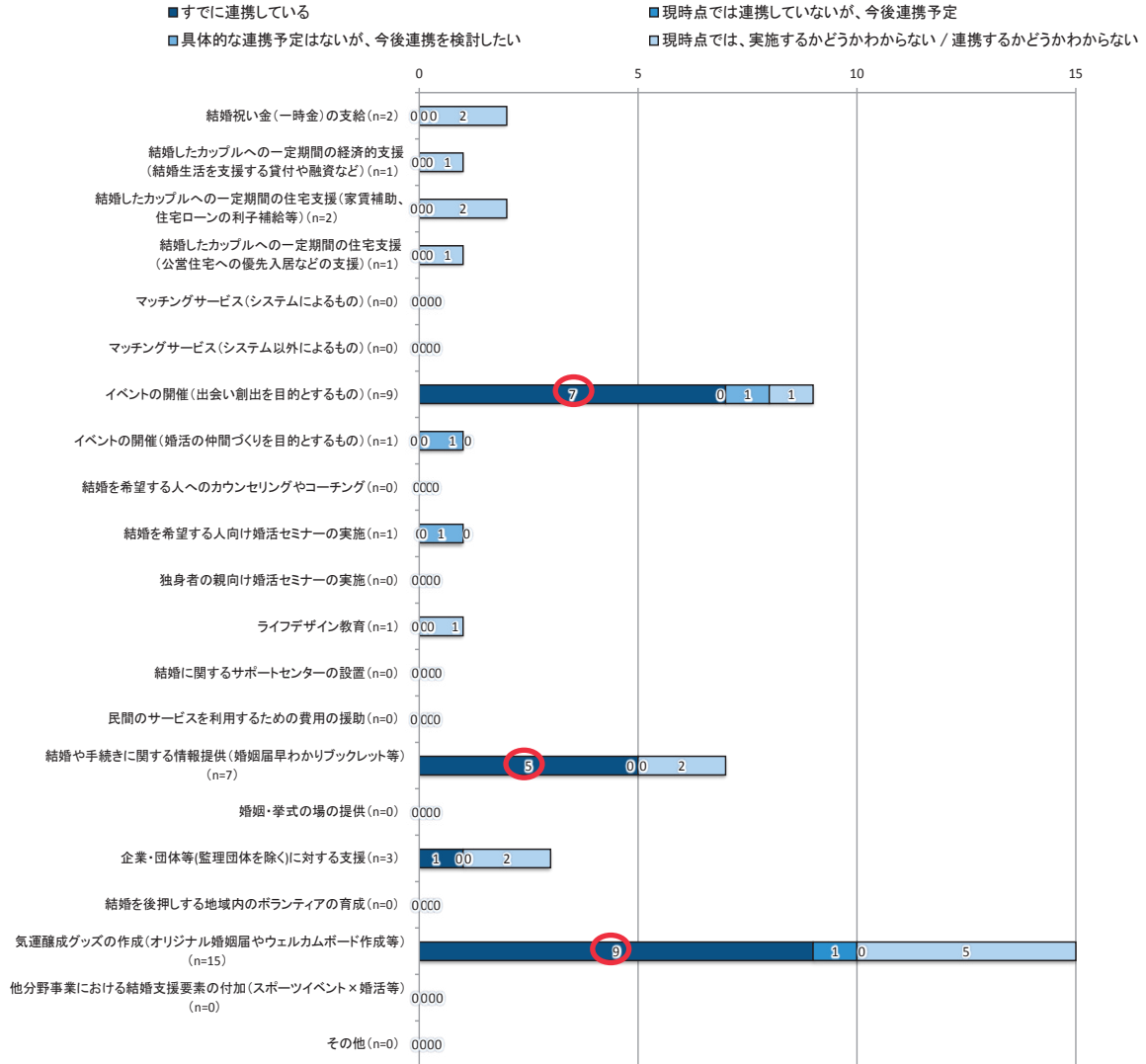
図表54 結婚支援を実施するための課題等(複数回答)



●民間事業者と連携している取組

「すでに連携している」取組として最も多いのは、「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）」(9団体)となっており、次いで「イベントの開催（出会い創出を目的とするもの）」(7団体)、「結婚や手続きに関する情報提供（婚姻届早わかりブックレット等）」(5団体)となっている。

図表55 民間事業者と連携している取組(単一回答)



※ ベース：それぞれの事業において、「結婚支援として実施」「結婚支援を目的にはしていないが実施」と回答

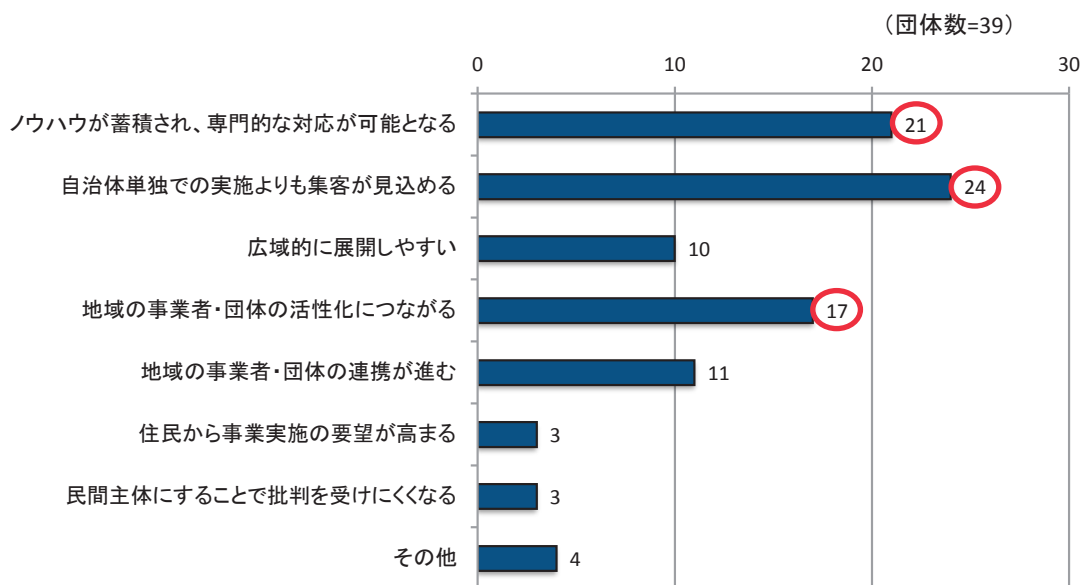
●民間事業者との連携による効果又は期待する効果

「自治体単独での実施よりも集客が見込める」(24団体)が最も多く、次いで「ノウハウが蓄積され、専門的な対応が可能となる」(21団体)、「地域の事業者・団体の活性化につながる」(17団体)となっている。

その他としては、「事業費の軽減」等が挙げられた。

エリア別では、北多摩西部エリアで6団体中5団体、西多摩エリアで8団体中5団体、島しょエリアで9団体中5団体が「ノウハウが蓄積され、専門的な対応が可能となる」と回答している。また、北多摩西部エリアで6団体中5団体、西多摩エリアで8団体中5団体が「自治体単独での実施よりも集客が見込める」と回答している。

図表56 民間事業者との連携による効果又は期待する効果(複数回答)



図表57 民間事業者との連携による効果又は期待する効果(複数回答)／エリア別

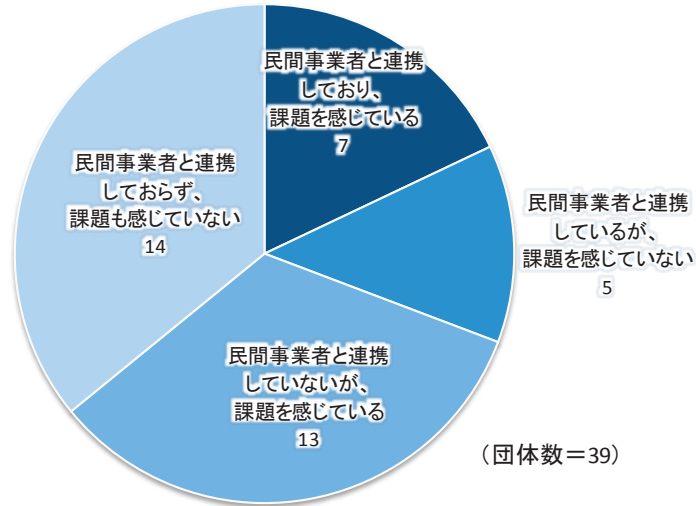
	ノウハウが蓄積され、専門的な対応が可能となる	自治体単独での実施よりも集客が見込める	広域的に展開しやすい	地域の事業者・団体の活性化につながる	地域の事業者・団体の連携が進む	住民から事業実施の要望が高まる	民間主体にすることで批判を受けにくくなる	その他
北多摩南部エリア(n=6)	3	4	2	2	2	1	0	1
北多摩北部エリア(n=5)	3	4	0	4	1	0	0	1
北多摩西部エリア(n=6)	5	5	3	2	2	1	0	0
南多摩エリア(n=5)	0	2	0	3	2	1	1	0
西多摩エリア(n=8)	5	5	3	4	3	0	1	1
島しょエリア(n=9)	5	4	2	2	1	0	1	1

●民間事業者との連携による課題又は想定される課題

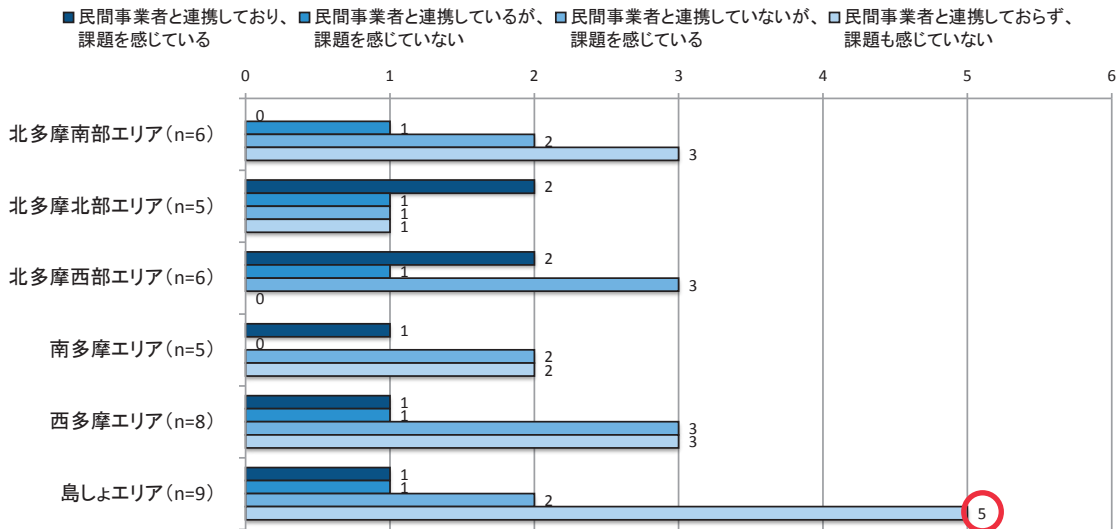
「民間事業者と連携しておらず、課題も感じていない」(14団体)が最も多く、次いで「民間事業者と連携していないが、課題を感じている」(13団体)となっている。

エリア別では、島しょエリアで9団体中5団体が「民間事業者と連携しておらず、課題も感じていない」と回答している。

図表58 民間事業者との連携による課題又は想定される課題(単一回答)



図表59 民間事業者との連携による課題又は想定される課題(単一回答)／エリア別

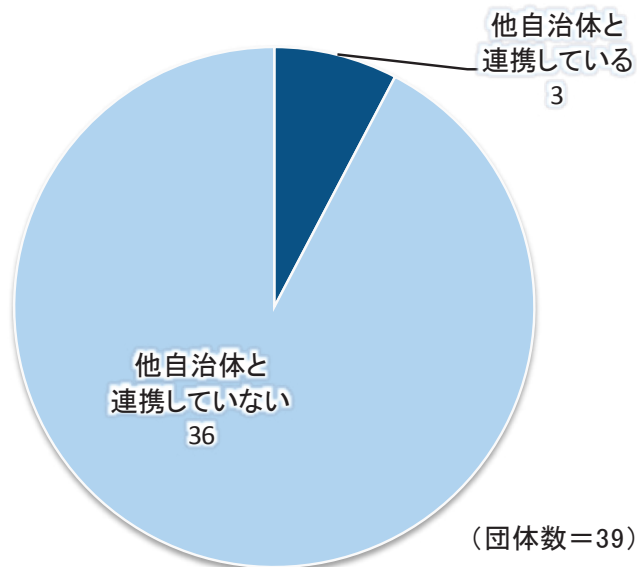


●他自治体との連携状況

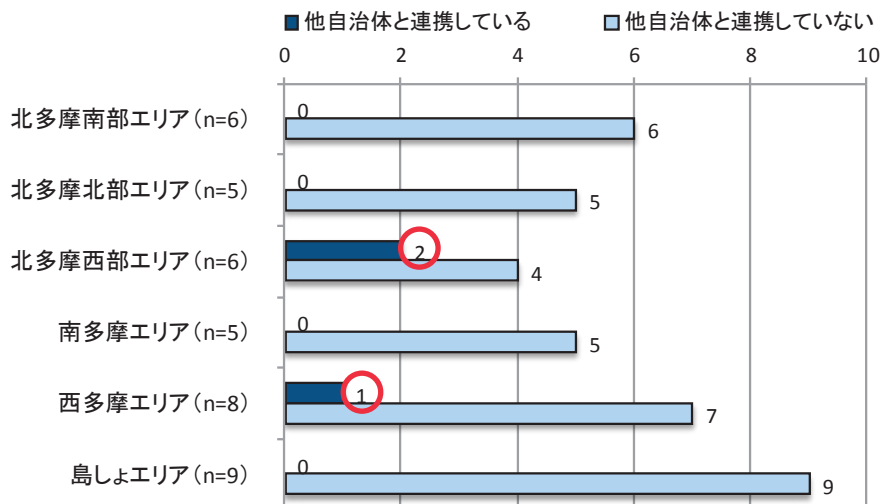
「他自治体と連携していない」が36団体となっており、「他自治体と連携している」のはわずか3団体となっている。

エリア別では、北多摩西部エリアで6団体中2団体、西多摩エリアで8団体中1団体が「他自治体と連携している」と回答している。

図表60 他自治体との連携状況(単一回答)



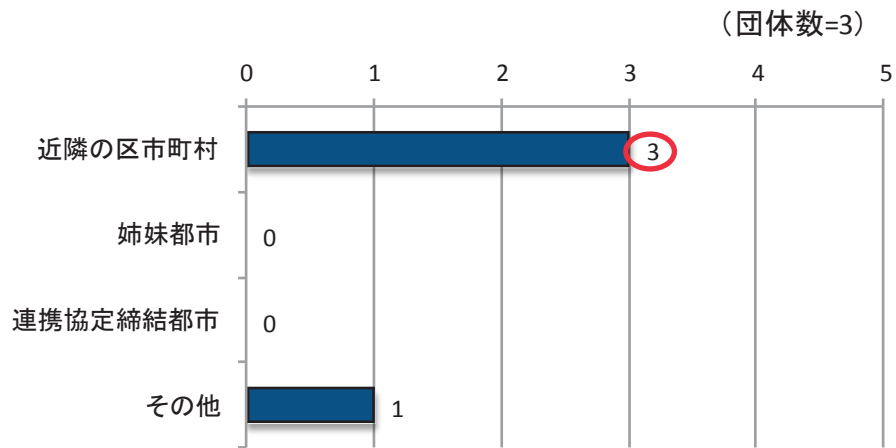
図表61 他自治体との連携状況(単一回答)／エリア別



●連携している自治体

連携している自治体は「近隣の区市町村」と答えたのが3団体となっている。
 その他として「東京都」という回答が挙げられた。

図表62 連携している自治体(複数回答)



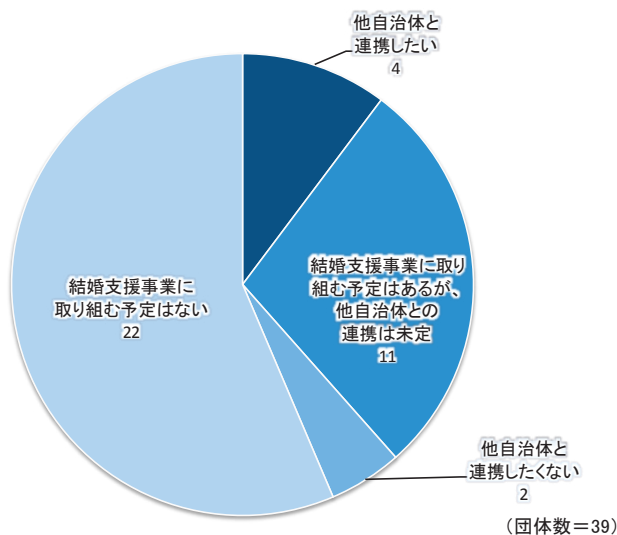
※ ベース：「他自治体と連携している」と回答

●今後の他自治体との連携意向

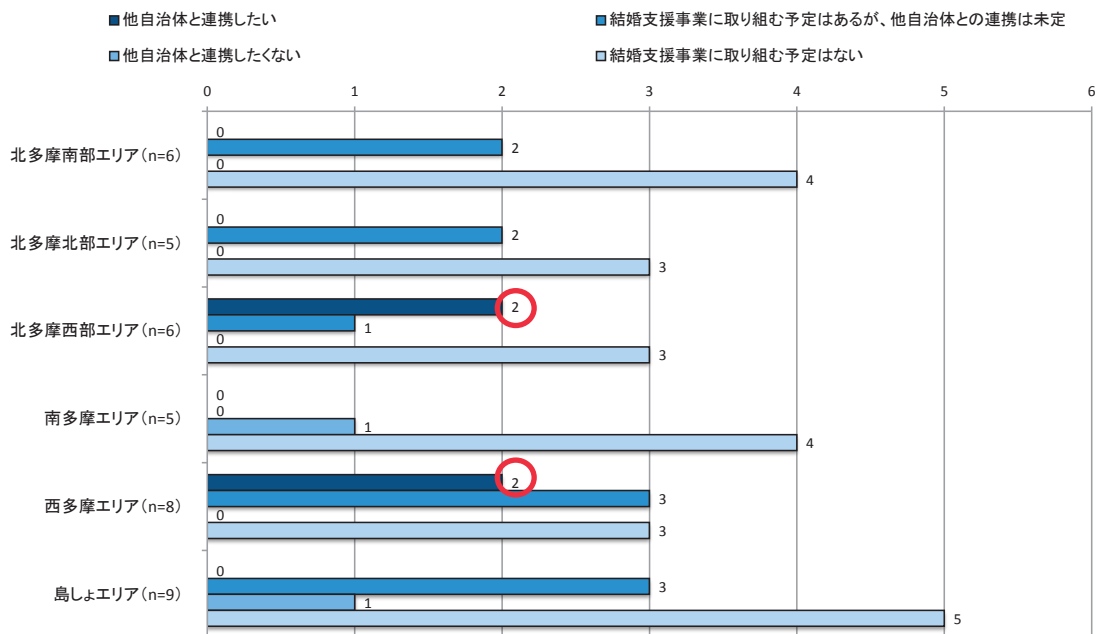
「結婚支援に取り組む予定はない」(22団体)が最も多く、次いで「結婚支援に取り組む予定はあるが、他自治体との連携は未定」(11団体)となっている。

エリア別では、北多摩西部エリアで6団体中2団体、西多摩エリアで8団体中2団体が「他自治体と連携したい」と回答している。

図表63 今後の他自治体との連携意向(単一回答)



図表64 今後の他自治体との連携意向(単一回答)／エリア別

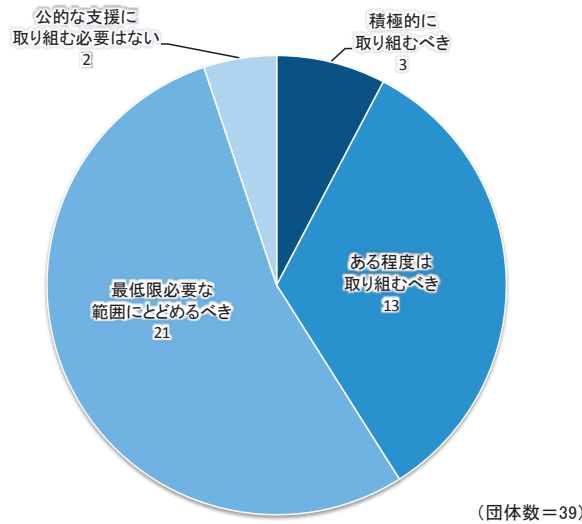


●公的な結婚支援の取組についての考え

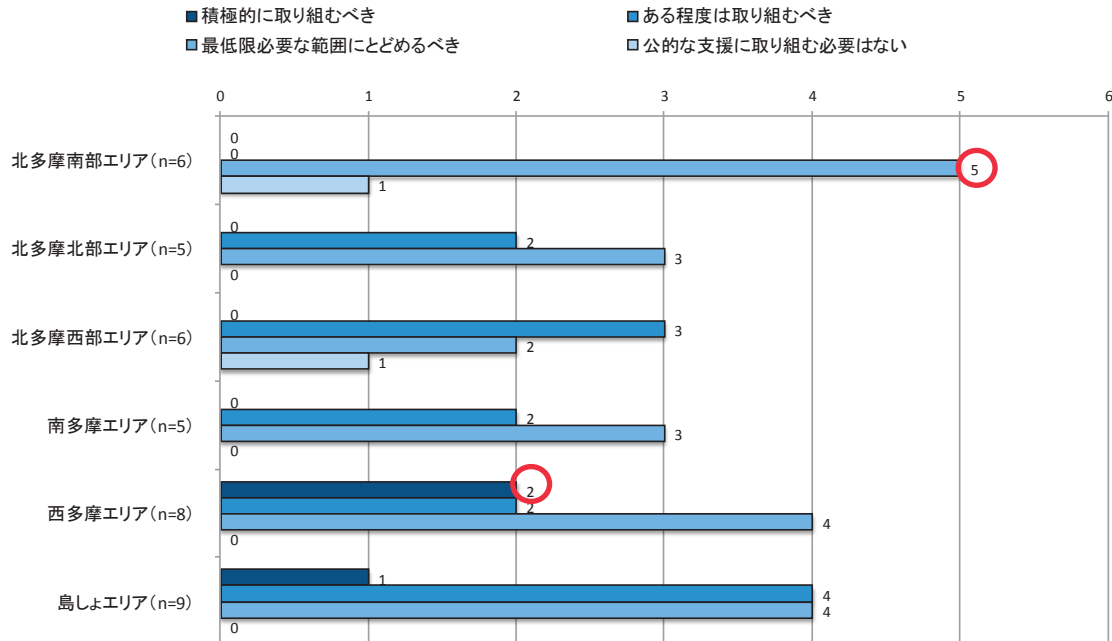
「最低限必要な範囲にとどめるべき」(21団体)が最も多く、次いで「ある程度は取り組むべき」(13団体)となっている。

エリア別では、西多摩エリアで8団体中2団体が「積極的に取り組むべき」と回答している一方、北多摩南部エリアで6団体中5団体が「最低限必要な範囲にとどめるべき」と回答している。

図表65 公的な結婚支援の取組についての考え(単一回答)



図表66 公的な結婚支援の取組についての考え(単一回答)／エリア別

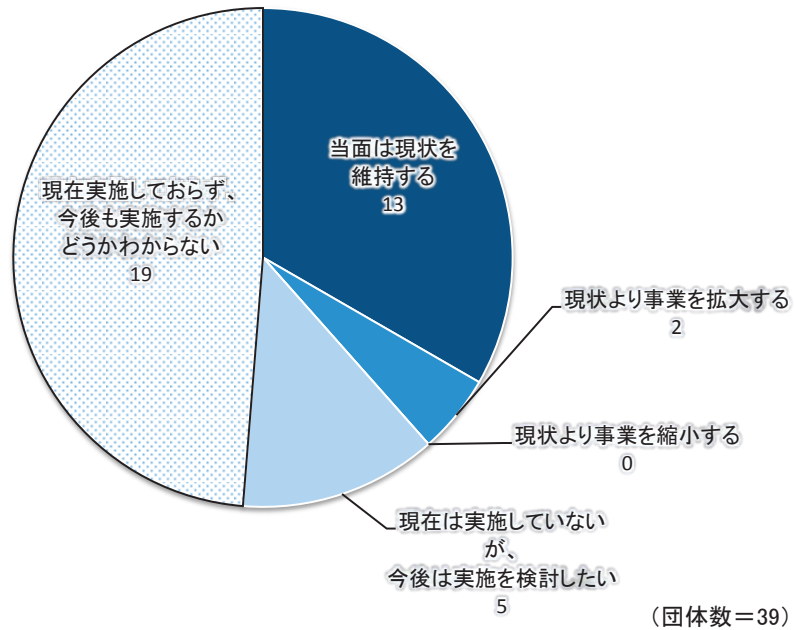


●今後の結婚支援の実施意向

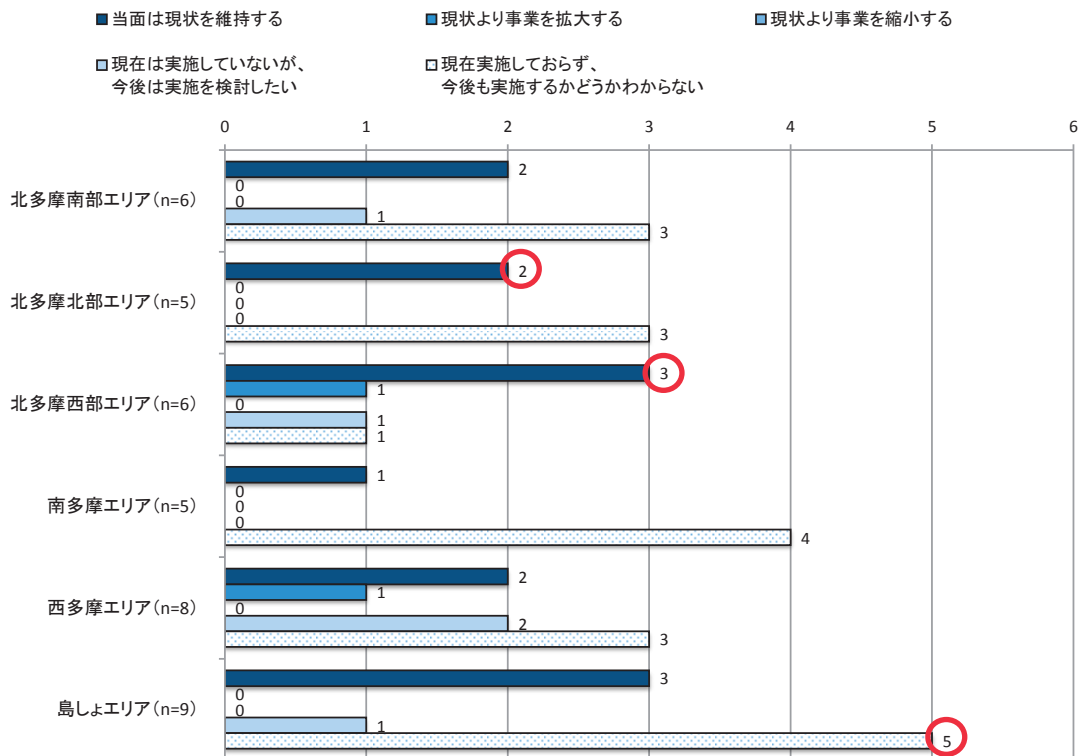
「現在実施しておらず、今後も実施するかどうかわからない」(19団体)が最も多く、次いで「当面は現状を維持する」(13団体)となっている。

エリア別では、北多摩西部エリアでは6団体中3団体、北多摩北部エリアでは5団体中2団体が「当面は現状を維持する」と回答している一方、島しょエリアで9団体中5団体が「現在実施しておらず、今後も実施するかどうかわからない」と回答している。

図表67 今後の結婚支援の実施意向(単一回答)



図表68 今後の結婚支援の実施意向(単一回答)／エリア別

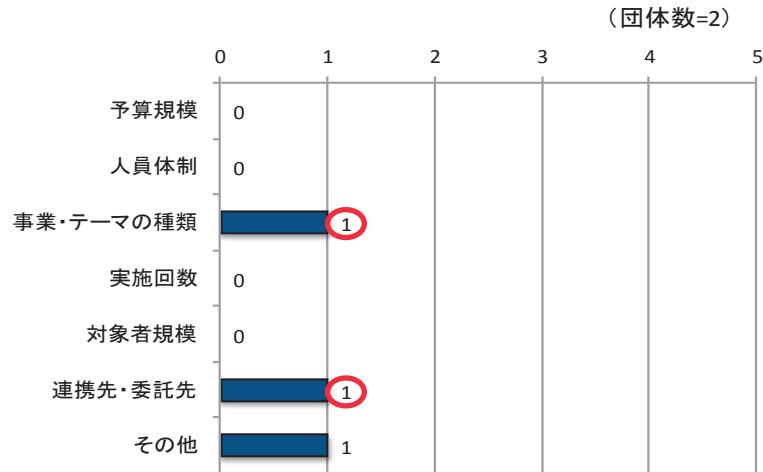


●今後、結婚支援を拡大する内容

「事業・テーマの種類」「連携先・委託先」と答えたのがそれぞれ1団体となっている。

その他として「平成28年2月に策定した地方創生総合戦略に基づき、まちコンを開催予定」という回答が挙げられた。

図表69 今後、結婚支援を拡大する内容(複数回答)



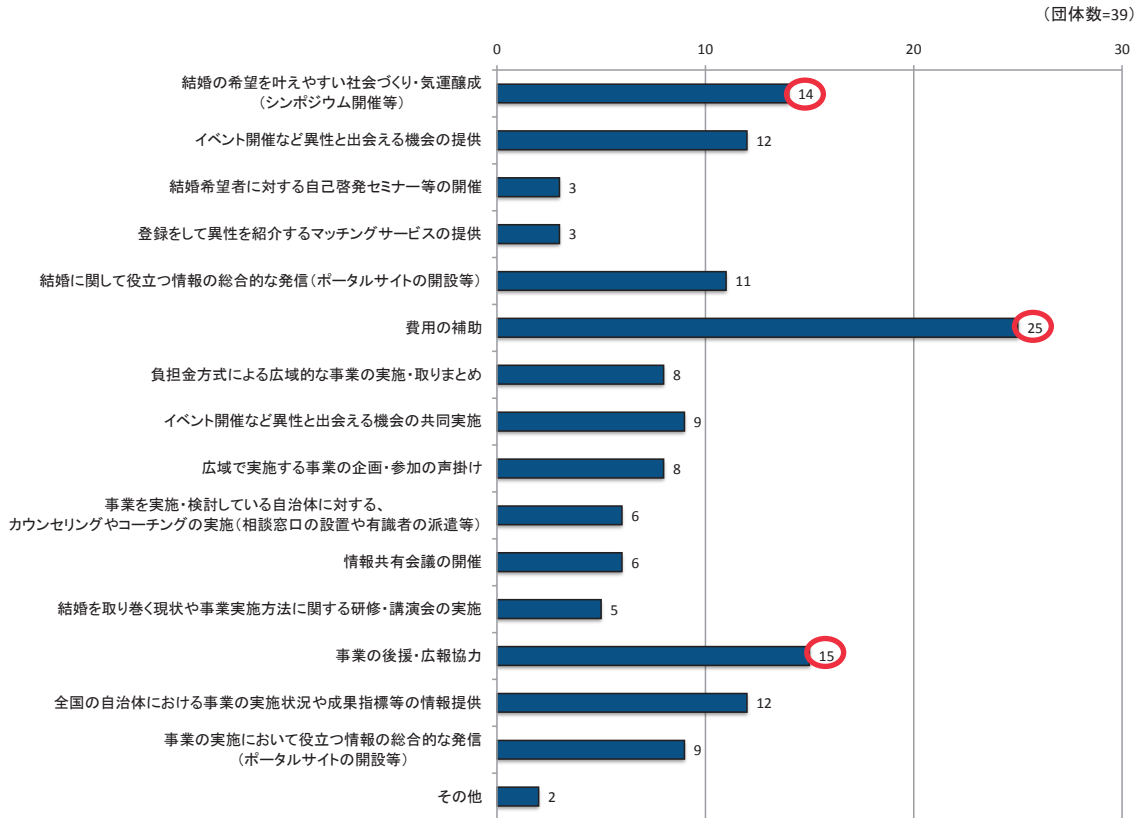
※ ベース：今後の結婚支援の継続意向で、「現状より事業を拡大する」と回答

●東京都に期待する支援

「費用の補助」(25団体)が最も多く、次いで「事業の後援・広報協力」(15団体)、「結婚の希望を叶えやすい社会づくり・気運醸成(シンポジウム開催等)」(14団体)となっている。

その他として「結婚支援に取り組む予定がないため、都に期待する支援等は現時点ではない」「現時点では実施の検討をしていない。」「特に期待する支援はない」という回答が挙げられた。

図表70 東京都に期待する支援(複数回答)



●結婚支援に関する意見

結婚支援に関する意見としては、「平成29年に東京都が実施した「縁結びの日」のイベントをまた開催してほしい」が挙げられた。

3-3. 多摩・島しょ地域の住民の現状

ここでは、多摩・島しょ地域に在住している住民を対象にしたアンケートの結果から、多摩・島しょ地域の住民の意向等を記載する。

3-3-1. 調査概要

図表71 多摩・島しょ地域住民アンケート概要

調査目的	多摩・島しょ地域に在住している住民に対して、結婚支援への興味や参加意向等を把握し、多摩・島しょ地域における結婚支援のヒントとなる基礎資料を収集する。
調査方法	インターネット・モニター調査
調査設計	多摩・島しょ地域の自治体に在住している20～69歳 男女
調査期間	2018年8月24日～2018年8月27日
調査実施機関	株式会社インテージリサーチ

3-3-2. 結果概要

※ サンプル数(「n=」と表記)が30未満のデータにも表示しているが、サンプル数が小さいデータに関しては参考値となるため、留意が必要である。

(1)回収結果

<未既婚の定義>

本調査では、人口構成比に準じた回収ではなく、未婚者、既婚者それぞれの認識・考えを把握するために、以下のとおり回収した。なお、各区分で回収数が不足する場合は性別間で調整し、補填している。

図表72 回収数

n=		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～69歳	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
TOTAL	1113	76	169	140	147	140	141	149	151
既婚	559	8	107	71	75	74	72	76	76
未婚	554	68	62	69	72	66	69	73	75

ただし、ここでの未婚・既婚の定義は以下のとおりであり、一般的な定義としては異なる。

既婚：すでに結婚している。

未婚：現在交際している人がいる、現在交際している人はいない(かつてはいた)、現在交際している人はいない(交際経験がない)。

本調査の回収時の設計とモニター属性での未既婚の定義の比較は、下表のとおりである。通常、既婚には離・死別を含んでいるが、今回は、モニター属性を用いて、「既婚・死別」と「未婚・離別」として分析している。なお、モニター属性で「未婚」となっており、本調査で「すでに結婚している」と回答している場合、モニター属性を「既婚」に修正した上で、分析を行っている。

本調査の分析にあたっては、モニター属性と同様の分類を用い、モニター属性が「既婚又は死別」を「既婚・死別」、「未婚又は離別」を「未婚・離別」と表記している。

図表73 本調査の回収時の設計とモニター属性における未既婚の定義

分類	本調査の回収時の設計	モニター属性
既婚	すでに結婚している ※離・死別は考慮していない	既婚又は死別
未婚	現在交際している人がいる 現在交際している人はいない(かつてはいた) 現在交際している人はいない(交際経験がない) ※いずれも離・死別は考慮していない	未婚又は離別

<人口構成比との比較>

多摩・島しょ地域の性年代・未既婚別の人口構成比は以下のとおりである。

図表74 多摩・島しょ地域の人口構成比⁴⁸／性年代・未既婚・エリア別

	20～29歳(20代)				30～39歳(30代)				40～49歳(40代)				50～69歳(50～60代)			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚
北多摩南部エリア	2.2%	0.3%	2.0%	0.4%	1.3%	1.6%	1.0%	1.9%	1.0%	2.2%	0.7%	2.4%	0.9%	3.5%	0.6%	3.5%
北多摩北部エリア	1.3%	0.2%	1.2%	0.3%	0.7%	1.0%	0.5%	1.2%	0.7%	1.5%	0.4%	1.7%	0.6%	2.7%	0.3%	2.7%
北多摩西部エリア	1.1%	0.2%	1.1%	0.3%	0.7%	0.9%	0.5%	1.0%	0.6%	1.3%	0.4%	1.4%	0.5%	2.3%	0.3%	2.4%
南多摩エリア	2.7%	0.3%	2.3%	0.5%	1.5%	1.9%	1.0%	2.2%	1.3%	3.0%	0.7%	3.3%	1.0%	5.4%	0.5%	5.7%
西多摩エリア	0.7%	0.1%	0.5%	0.1%	0.4%	0.4%	0.2%	0.5%	0.4%	0.7%	0.2%	0.8%	0.3%	1.6%	0.1%	1.6%
島しょエリア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%

一方、本調査では、人口構成比に準じた回収ではなく、図表75のとおり回収している。

図表75 本調査の回収数／性年代・未既婚・エリア別

	20～29歳(20代)				30～39歳(30代)				40～49歳(40代)				50～69歳(50～60代)			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚
北多摩南部エリア	16	2	30	24	25	13	17	17	13	21	20	19	18	12	27	24
北多摩北部エリア	10	2	7	14	12	12	8	18	12	12	14	12	14	12	12	19
北多摩西部エリア	11	4	7	26	9	12	15	12	10	16	13	12	9	15	7	13
南多摩エリア	20	2	12	34	17	27	21	21	25	23	17	23	22	31	20	20
西多摩エリア	8	1	4	11	6	6	9	7	4	1	5	6	7	7	5	3
島しょエリア	0	0	0	0	0	1	0	2	2	1	0	0	2	0	1	0

図表76 本調査の回収数の構成比／性年代・未既婚・エリア別

	20～29歳(20代)				30～39歳(30代)				40～49歳(40代)				50～69歳(50～60代)			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚
北多摩南部エリア	5.4%	0.7%	10.1%	8.1%	8.4%	4.4%	5.7%	5.7%	4.4%	7%	6.7%	6.4%	6%	4%	9.1%	8.1%
北多摩北部エリア	5.3%	1.1%	3.7%	7.4%	6.3%	6.3%	4.2%	9.5%	6.3%	6.3%	7.4%	6.3%	7.4%	6.3%	6.3%	10%
北多摩西部エリア	5.8%	2.1%	3.7%	13.6%	4.7%	6.3%	7.9%	6.3%	5.2%	8.4%	6.8%	6.3%	4.7%	7.9%	3.7%	6.8%
南多摩エリア	6%	0.6%	3.6%	10.1%	5.1%	8.1%	6.3%	6.3%	7.5%	6.9%	5.1%	6.9%	6.6%	9.3%	6%	6%
西多摩エリア	8.9%	1.1%	4.4%	12.2%	6.7%	6.7%	10%	7.8%	4.4%	1.1%	5.6%	6.7%	7.8%	7.8%	5.6%	3.3%
島しょエリア	0%	0%	0%	0%	0%	11.1%	0%	22.2%	22.2%	11.1%	0%	0%	22.2%	0%	11.1%	0%

多摩・島しょ地域の人口構成比と本調査の構成比を比較し、ウェイトバック⁴⁹を行った⁵⁰。ウェイト値を算出したところ、ウェイト値が大きいののは、20代女性既婚(北多摩西部エリア)のみである。本調査では、未既婚を分けてそれぞれの傾向等を分析するため、ウェイトバックは行わず、回収数での分析を行うこととする。

図表77 ウェイト値／性年代・未既婚・エリア別

	20～29歳(20代)				30～39歳(30代)				40～49歳(40代)				50～69歳(50～60代)			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚
北多摩南部エリア	0.65	0.69	1.32	5.62	1.76	0.72	1.55	0.82	1.16	0.84	2.60	0.71	1.83	0.31	4.27	0.62
北多摩北部エリア	0.71	1.00	0.51	4.72	1.52	1.05	1.40	1.33	1.65	0.69	3.08	0.63	2.24	0.40	3.20	0.62
北多摩西部エリア	0.87	2.06	0.59	9.24	1.15	1.22	2.86	1.03	1.50	1.09	3.30	0.74	1.56	0.57	2.25	0.49
南多摩エリア	0.66	0.57	0.47	6.47	1.04	1.30	1.95	0.84	1.72	0.68	2.06	0.62	2.05	0.51	3.57	0.32
西多摩エリア	1.08	0.87	0.67	6.69	1.29	1.22	3.33	1.19	0.94	0.12	2.45	0.66	1.89	0.40	3.55	0.16
島しょエリア	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.61	0.00	4.74	7.47	2.00	0.00	0.00	4.25	0.00	6.55	0.00

48 平成27年国勢調査人口等基本集計(総務省統計局) 第8-3表

49 今回の調査で回収した回答を、母集団の人口構成比に合わせて集計する方法。ここでは、母集団として国勢調査の多摩・島しょ地域の人口構成比を用いる。

50 本調査で回収が0人だった区分については、国勢調査の区分の人数を差し引いた形で、国勢調査の構成比を算出し、ウェイト値を算出した。

(2) 回答結果

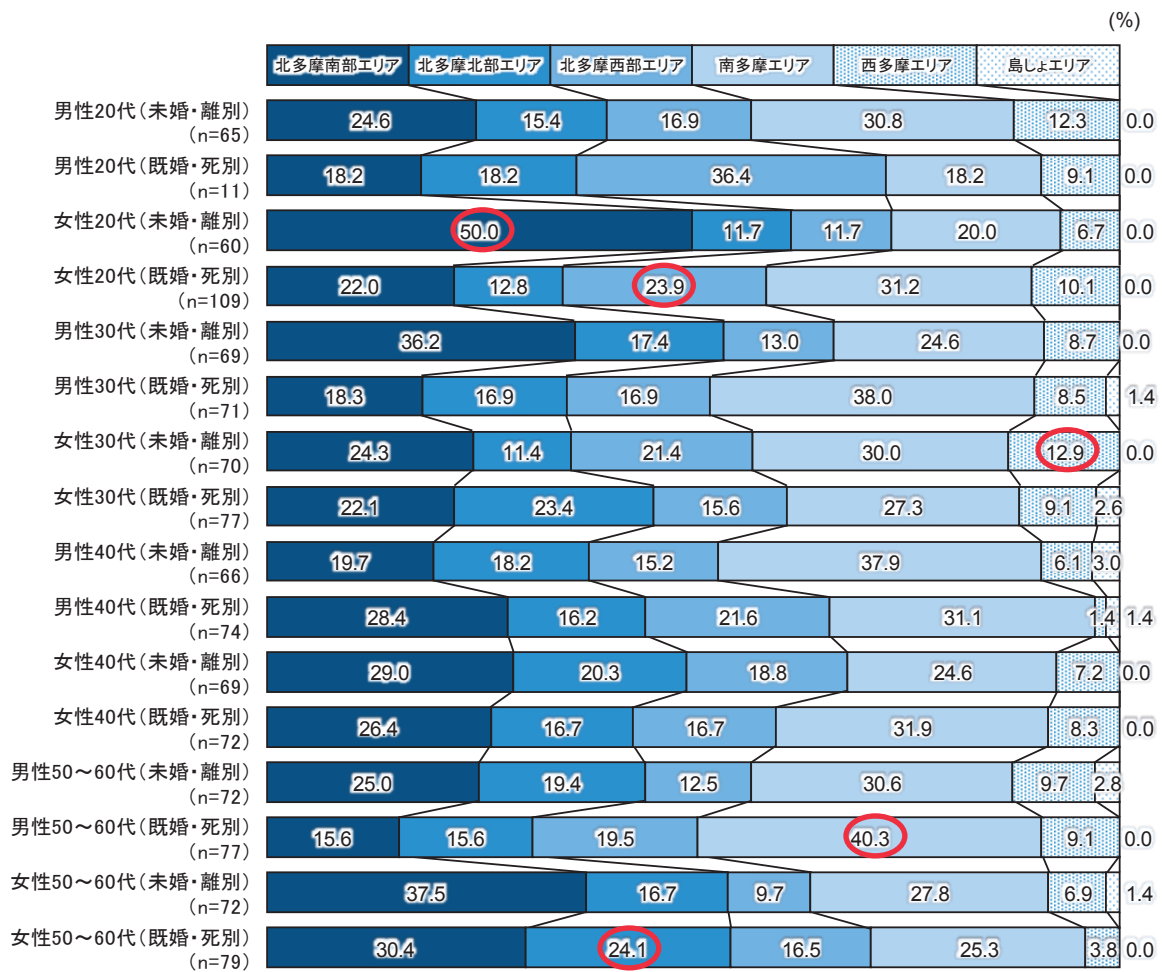
<属性項目>

● 居住地域

北多摩南部エリアは女性20代(未婚・離別)が50.0%、北多摩北部エリアでは女性50~60代(既婚・死別)が24.1%、北多摩西部エリアでは女性20代(既婚・死別)が23.9%、南多摩エリアでは男性50~60代(既婚・死別)が40.3%、西多摩エリアでは女性30代(未婚・離別)が12.9%と高くなっている。

なお、エリア分類は、自治体アンケートと同様とする。

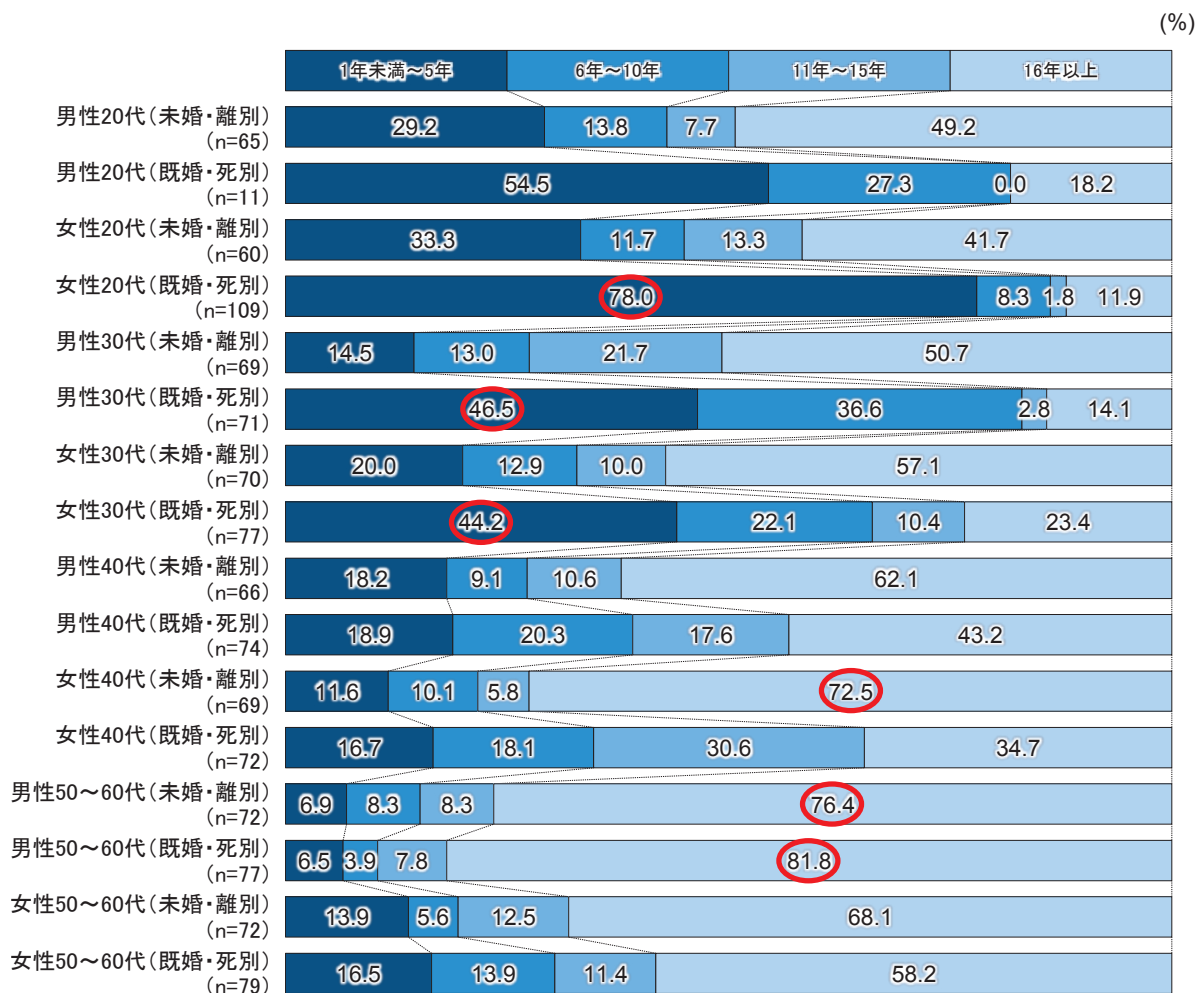
図表78 居住地域(単一回答)／性年代・未既婚別



●居住年数

「1年未満～5年」については、女性20代(既婚・死別)で78.0%、男性30代(既婚・死別)で46.5%、女性30代(既婚・死別)で44.2%と高くなっている。一方、「16年以上」については、男性50～60代(既婚・死別)で8割以上、男性50～60代(未婚・離別)、女性40代(未婚・離別)で7割以上となっている。

図表79 居住年数(単一回答)／性年代・未既婚別

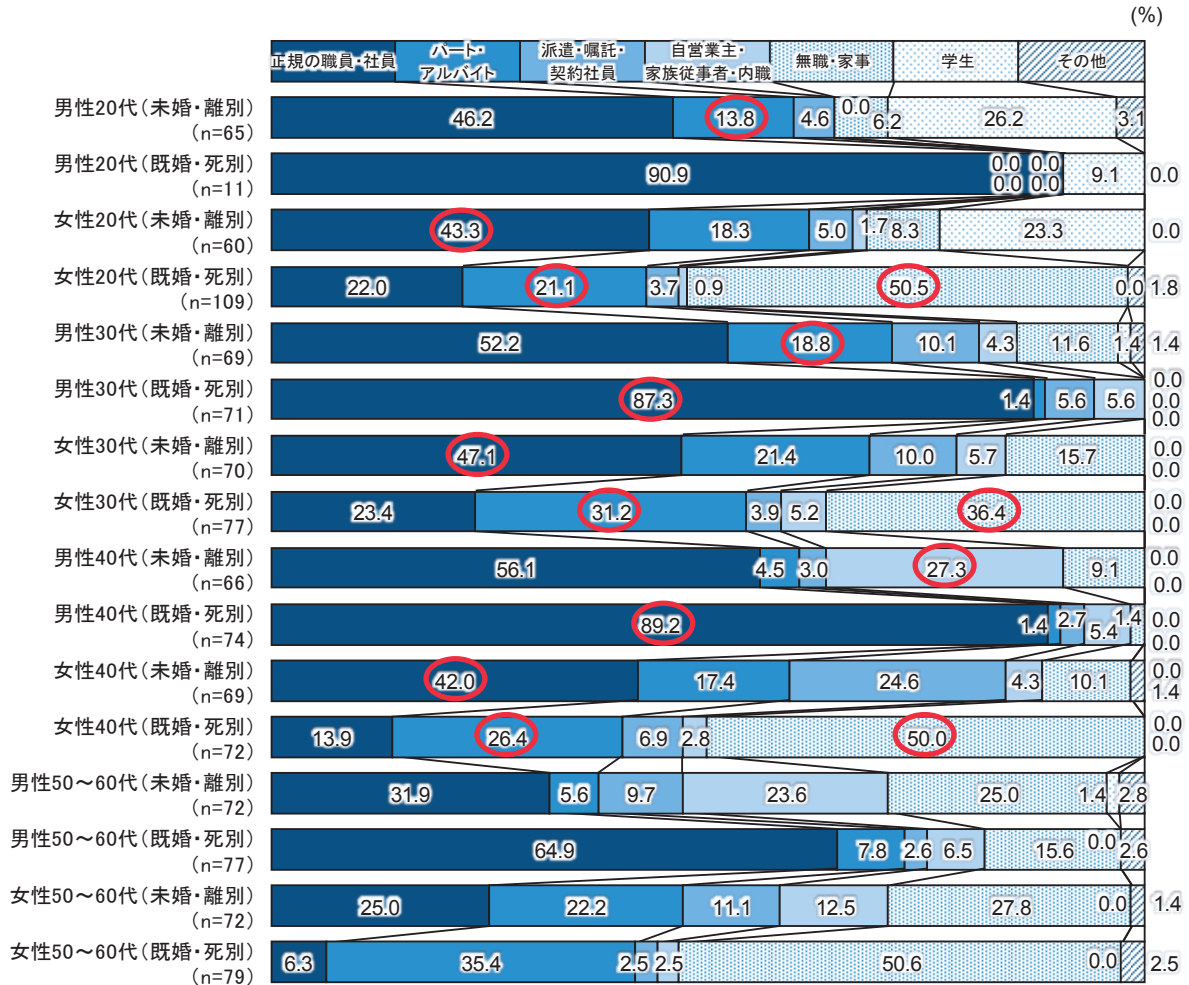


●現在の勤務状況

男性については、30～40代(既婚・死別)では8割以上が「正規の職員・社員」となっているが、20～30代(未婚・離別)では「パート・アルバイト」の割合が1割以上、40代(未婚・離別)では「自営業主・家族従事者・内職」の割合が27.3%となっている。

一方、女性については、20～40代(未婚・離別)では約4割が「正規の職員・社員」となっているが、20～40代(既婚・死別)では「無職・家事」や「パート・アルバイト」の割合がほかと比べて高くなっている。

図表80 現在の勤務状況(単一回答)／性年代・未既婚別

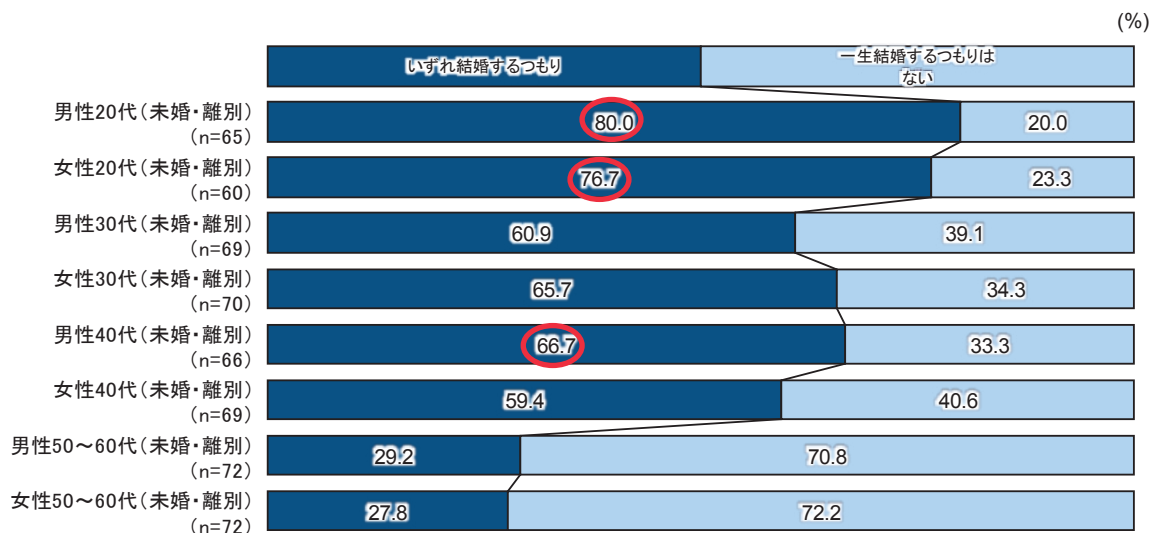


<結婚について>

●結婚に対する考え

「いずれ結婚するつもり」は、男性20代(未婚・離別)が80.0%と高く、次いで女性20代(未婚・離別)が76.7%、男性40代(未婚・離別)が66.7%となっている。

図表81 結婚に対する考え(単一回答)／性年代別



※ ベース：「現在交際している人がいる」、「現在交際している人はいない(かつてはいた)」、「現在交際している人はいない(交際経験がない)」のいずれかと回答した、モニター属性が未婚又は離別の人。

●現在独身でいる最大の理由

「適当な相手にまだめぐり会わないから」が女性40代(未婚・離別)が48.8%、女性30代(未婚・離別)が43.5%と高くなっている。また、「結婚資金が足りないから」は、男性20代(未婚・離別)が17.3%、男性30代(未婚・離別)が14.3%、「今は、仕事(または学業)にうちこみたいから」は男性20代(未婚・離別)が13.5%となっている。

図表82 現在独身でいる最大の理由(複数回答)／性年代別

	n=	結婚するにはまだ若すぎるから	結婚する必要性をまだ感じないから	今は、仕事(または学業)にうちこみたいから	今は、趣味や娯楽を楽しみたいから	独身の自由さや気楽さを失いたくないから	適当な相手にまだめぐり会わないから	(%)
男性20代(未婚・離別)	52	11.5	9.6	13.5	3.8	5.8	23.1	
女性20代(未婚・離別)	46	8.7	13.0	6.5	0.0	0.0	34.8	
男性30代(未婚・離別)	42	2.4	4.8	7.1	7.1	4.8	21.4	
女性30代(未婚・離別)	46	0.0	4.3	4.3	4.3	10.9	43.5	
男性40代(未婚・離別)	44	0.0	9.1	0.0	0.0	4.5	40.9	
女性40代(未婚・離別)	41	0.0	2.4	2.4	2.4	2.4	48.8	
男性50～60代(未婚・離別)	21	0.0	4.8	0.0	9.5	4.8	42.9	
女性50～60代(未婚・離別)	20	0.0	5.0	0.0	0.0	15.0	25.0	

	n=	異性とうまくつき合えないから	結婚資金が足りないから	結婚生活のための住居のめどがたえないから	親や周囲が結婚に同意しない(だろう)から	その他	すでに結婚が決まっている	答えたくない・この中にはない	(%)
男性20代(未婚・離別)	52	11.5	17.3	0.0	0.0	0.0	1.9	1.9	
女性20代(未婚・離別)	46	2.2	8.7	2.2	0.0	2.2	8.7	13.0	
男性30代(未婚・離別)	42	11.9	14.3	7.1	2.4	4.8	4.8	7.1	
女性30代(未婚・離別)	46	6.5	2.2	0.0	0.0	8.7	4.3	10.9	
男性40代(未婚・離別)	44	9.1	6.8	2.3	6.8	2.3	4.5	13.6	
女性40代(未婚・離別)	41	2.4	2.4	2.4	2.4	12.2	2.4	17.1	
男性50～60代(未婚・離別)	21	0.0	0.0	4.8	0.0	9.5	4.8	19.0	
女性50～60代(未婚・離別)	20	0.0	0.0	0.0	5.0	15.0	5.0	30.0	

※ ベース：「いずれ結婚するつもり」と回答

●結婚に向けた活動内容

すべての性年代において「上記のような行動をしたり、サービスを利用・実施したりしていない」が最も高い割合となっている。

「合コンに参加」は、男性30代(既婚・死別)が22.5%、女性30代(既婚・死別)が21.3%、「お見合い」は、男性50～60代(既婚・死別)が11.8%、「誘われれば、出会いの機会になりそうな場にはできる限り参加する」は女性30代(既婚・死別)が20.0%、女性20代(既婚・死別)が15.0%となっている。

図表83 結婚に向けた活動内容(複数回答)／性年代別

	n=	結婚相談所	恋活サイト・アプリ	婚活パーティ・イベントに参加	婚活サイト・アプリ	知人に紹介を依頼	合コンに参加	趣味や習い事の中で相手を探す	(%)
男性20代(既婚・死別)	8	12.5	25.0	25.0	12.5	12.5	12.5	0.0	
女性20代(既婚・死別)	107	0.9	5.6	4.7	2.8	8.4	10.3	3.7	
男性30代(既婚・死別)	71	5.6	7.0	7.0	5.6	11.3	22.5	7.0	
女性30代(既婚・死別)	75	5.3	4.0	6.7	4.0	13.3	21.3	6.7	
男性40代(既婚・死別)	74	13.5	6.8	4.1	4.1	14.9	18.9	2.7	
女性40代(既婚・死別)	72	4.2	0.0	1.4	0.0	16.7	20.8	4.2	
男性50～60代(既婚・死別)	76	5.3	0.0	2.6	0.0	10.5	10.5	3.9	
女性50～60代(既婚・死別)	76	1.3	0.0	0.0	0.0	3.9	2.6	1.3	

	n=	お見合い	「恋人募集中！」と周囲に宣言する	誘われれば、出会いの機会になりそうな場にはできる限り参加する	趣味を絡めた出会い交流会に出席する	FacebookなどのSNSで興味のあるコミュニティに参加	その他	上記のような行動をしたり、サービスを利用・実施したりしていない	(%)
男性20代(既婚・死別)	8	0.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	62.5	
女性20代(既婚・死別)	107	0.9	4.7	15.0	1.9	5.6	0.0	69.2	
男性30代(既婚・死別)	71	2.8	1.4	8.5	5.6	5.6	0.0	60.6	
女性30代(既婚・死別)	75	1.3	5.3	20.0	1.3	5.3	0.0	61.3	
男性40代(既婚・死別)	74	6.8	5.4	9.5	1.4	2.7	0.0	59.5	
女性40代(既婚・死別)	72	4.2	2.8	13.9	0.0	0.0	0.0	72.2	
男性50～60代(既婚・死別)	76	11.8	3.9	6.6	1.3	0.0	1.3	67.1	
女性50～60代(既婚・死別)	76	2.6	1.3	5.3	2.6	0.0	0.0	88.2	

※ ベース：「すでに結婚している」と回答したモニター属性が既婚又は死別の人

<結婚支援全般について>

●婚活サービス⁵¹について

「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」を合算した割合では、「『婚活サービス』で見つけた恋人とは、趣味や関心事が合いそう」で女性40代（既婚・死別）が55.6%と最も高い。また「今後、『婚活サービス』を利用する人は周りで増えていきそう」は女性30代（既婚・死別）が66.2%、「『婚活サービス』を利用すると、概ね恋人を見つけることができると思う」は女性20代（既婚・死別）が51.4%と高くなっている。さらに「『婚活サービス』では、自分が希望する条件に合う人に会えると思う」は女性40代（既婚・死別）が56.9%が最も高く、「『婚活サービス』を利用するのは、まだ自分には早い」は女性20代（未婚・離別）が55.0%、男性20代（未婚・離別）が49.2%、「『婚活サービス』を利用しなくても、結婚できると思う」は女性30代（既婚・死別）が81.8%と高くなっている。

図表84 婚活サービスについて(それぞれ単一回答)／性年代・未既婚別

	「婚活サービス」で見つけた恋人とは、趣味や関心事が合いそう	今後、「婚活サービス」を利用する人は周りで増えていきそう	「婚活サービス」を利用すると、概ね恋人を見つけることができると思う	「婚活サービス」では、自分が希望する条件に合う人に会えると思う	「婚活サービス」を利用するのは、まだ自分には早い	「婚活サービス」を利用しなくても、結婚できると思う
n=	1113	1113	1113	1113	543	1113
男性20代(未婚・離別)	46.2	49.2	30.8	40.0	49.2	50.8
男性20代(既婚・死別)	63.6	72.7	54.5	54.5	-	63.6
女性20代(未婚・離別)	38.3	58.3	41.7	40.0	55.0	71.7
女性20代(既婚・死別)	43.1	71.6	51.4	52.3	-	82.6
男性30代(未婚・離別)	37.7	47.8	29.0	34.8	39.1	47.8
男性30代(既婚・死別)	50.7	52.1	42.3	42.3	-	69.0
女性30代(未婚・離別)	41.4	57.1	37.1	35.7	20.0	37.1
女性30代(既婚・死別)	50.6	66.2	42.9	51.9	-	81.8
男性40代(未婚・離別)	37.9	36.4	30.3	39.4	30.3	45.5
男性40代(既婚・死別)	50.0	59.5	47.3	43.2	-	71.6
女性40代(未婚・離別)	37.7	47.8	31.9	31.9	23.2	40.6
女性40代(既婚・死別)	55.6	61.1	43.1	56.9	-	66.7
男性50～60代(未婚・離別)	19.4	26.4	25.0	22.2	18.1	27.8
男性50～60代(既婚・死別)	42.9	46.8	36.4	39.0	-	72.7
女性50～60代(未婚・離別)	22.2	19.4	19.4	23.6	23.6	45.8
女性50～60代(既婚・死別)	41.8	58.2	32.9	49.4	-	73.4

※ それぞれの項目について、「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」を合算

※ 「『婚活サービス』を利用するのは、まだ自分には早い」のみ、「現在交際している人がいる」、「現在交際している人はいない(かつてはいた)」、「現在交際している人はいない(交際経験がない)」のいずれかと回答した人。

51 本調査では、「結婚相談所、婚活サイト・アプリ、恋活サイト・アプリ、婚活パーティ・イベントなど」と定義している。

●結婚支援の利用状況

「結婚祝い金(一時金)の支給」「結婚したカップルへの一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)」「結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)」「結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)」について男性30代(既婚・死別)、男性40代(既婚・死別)の利用割合が高くなっている。

また、男性30代(既婚・死別)では「ライフデザイン教育」「結婚や手続きに関する情報提供(婚姻届早わかりブックレット等)」がともに8.5%となっている。

民間事業者の結婚支援への参加状況は、自治体とほぼ同様である。

図表85 自治体が実施する結婚支援の利用状況(それぞれ単一回答)／性年代・未既婚別

	n=	結婚祝い金(一時金)の支給	結婚したカップルへの一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)	マッチングサービス(システムによるもの)	マッチングサービス(システム以外によるもの)	イベント(出会い創出を目的とするもの)	イベント(婚活の仲間づくりを目的とするもの)	結婚を希望する人へのカウンセリングやコーチング	(%)
男性20代(未婚・離別)	65	3.1	1.5	1.5	1.5	4.6	1.5	3.1	4.6	3.1	
男性20代(既婚・死別)	11	27.3	18.2	18.2	27.3	18.2	18.2	9.1	18.2	9.1	
女性20代(未婚・離別)	60	5.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	1.7	0.0	0.0	
女性20代(既婚・死別)	109	7.3	6.4	2.8	0.9	1.8	2.8	0.9	1.8	0.9	
男性30代(未婚・離別)	69	4.3	1.4	1.4	1.4	2.9	1.4	4.3	2.9	2.9	
男性30代(既婚・死別)	71	14.1	8.5	5.6	8.5	4.2	5.6	5.6	7.0	5.6	
女性30代(未婚・離別)	70	2.9	1.4	1.4	1.4	5.7	1.4	4.3	2.9	1.4	
女性30代(既婚・死別)	77	3.9	1.3	2.6	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
男性40代(未婚・離別)	66	1.5	0.0	0.0	1.5	1.5	3.0	3.0	4.5	1.5	
男性40代(既婚・死別)	74	14.9	9.5	9.5	8.1	6.8	6.8	5.4	6.8	5.4	
女性40代(未婚・離別)	69	1.4	1.4	0.0	0.0	4.3	0.0	2.9	1.4	0.0	
女性40代(既婚・死別)	72	4.2	4.2	4.2	4.2	1.4	1.4	2.8	0.0	0.0	
男性50~60代(未婚・離別)	72	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
男性50~60代(既婚・死別)	77	3.9	1.3	3.9	1.3	1.3	1.3	0.0	0.0	1.3	
女性50~60代(未婚・離別)	72	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	
女性50~60代(既婚・死別)	79	2.5	1.3	2.5	1.3	0.0	0.0	1.3	1.3	1.3	

	n=	結婚を希望する人向け婚活セミナー	独身者の親向け婚活セミナー	ライフデザイン教育	結婚に関するサポートセンター	民間のサービスを利用するための費用の補助	結婚や手続きに関する情報提供(婚姻届早わかりブックレット等)	婚姻・挙式の場の提供	気運醸成グッズ(オリジナル婚姻届やウェルカムボード作成等)	他分野事業における結婚支援要素の付加(スポーツイベント×婚活等)	(%)
男性20代(未婚・離別)	65	1.5	1.5	3.1	1.5	1.5	0.0	0.0	3.1	1.5	
男性20代(既婚・死別)	11	9.1	27.3	27.3	9.1	18.2	18.2	9.1	9.1	27.3	
女性20代(未婚・離別)	60	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性20代(既婚・死別)	109	0.9	0.9	0.9	2.8	0.9	3.7	2.8	1.8	0.9	
男性30代(未婚・離別)	69	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	
男性30代(既婚・死別)	71	5.6	1.4	8.5	5.6	4.2	8.5	7.0	4.2	4.2	
女性30代(未婚・離別)	70	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	
女性30代(既婚・死別)	77	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	1.3	3.9	0.0	
男性40代(未婚・離別)	66	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
男性40代(既婚・死別)	74	5.4	2.7	6.8	2.7	4.1	4.1	5.4	5.4	4.1	
女性40代(未婚・離別)	69	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	
女性40代(既婚・死別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	0.0	0.0	
男性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
男性50~60代(既婚・死別)	77	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	
女性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性50~60代(既婚・死別)	79	1.3	0.0	2.5	0.0	1.3	0.0	1.3	0.0	1.3	

※ ベース：自治体の事業について、「興味・関心があり、参加・利用したことがある」と回答した割合

図表86 民間事業者が実施する結婚支援の利用状況(それぞれ単一回答)／性年代・未既婚別

性年代・未既婚別	n=	結婚祝い金(一時金)の支給	結婚したカップルへの一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)	マッチングサービス(システムによるもの)	マッチングサービス(システム以外によるもの)	イベント(出会い創出を目的とするもの)	イベント(婚活の仲間づくりを目的とするもの)	結婚を希望する人へのカウンセリングやコーチング	(%)
		男性20代(未婚・離別)	65	3.1	1.5	1.5	1.5	6.2	3.1	6.2	0.0
男性20代(既婚・死別)	11	18.2	27.3	9.1	18.2	9.1	18.2	18.2	9.1	18.2	
女性20代(未婚・離別)	60	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	1.7	0.0	1.7	
女性20代(既婚・死別)	109	10.1	1.8	0.9	1.8	2.8	2.8	3.7	2.8	1.8	
男性30代(未婚・離別)	69	1.4	1.4	1.4	1.4	5.8	2.9	5.8	4.3	2.9	
男性30代(既婚・死別)	71	8.5	7.0	7.0	5.6	4.2	4.2	9.9	8.5	5.6	
女性30代(未婚・離別)	70	2.9	1.4	0.0	0.0	10.0	5.7	8.6	4.3	0.0	
女性30代(既婚・死別)	77	5.2	1.3	1.3	1.3	1.3	3.9	3.9	1.3	0.0	
男性40代(未婚・離別)	66	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	1.5	3.0	3.0	3.0	
男性40代(既婚・死別)	74	16.2	8.1	8.1	8.1	10.8	5.4	12.2	9.5	6.8	
女性40代(未婚・離別)	69	1.4	1.4	0.0	0.0	8.7	1.4	8.7	2.9	1.4	
女性40代(既婚・死別)	72	9.7	4.2	4.2	4.2	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	
男性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	
男性50~60代(既婚・死別)	77	6.5	0.0	1.3	1.3	1.3	0.0	2.6	1.3	1.3	
女性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性50~60代(既婚・死別)	79	6.3	1.3	2.5	1.3	0.0	0.0	1.3	1.3	1.3	

性年代・未既婚別	n=	結婚を希望する人向け婚活セミナー	独身者の親向け婚活セミナー	ライフデザイン教育	結婚に関するサポートセンター	民間のサービスを利用するための費用の補助	結婚や手続きに関する情報提供(婚姻届早わかりブックレット等)	婚姻・挙式の場の提供	気運醸成グッズ(オリジナル婚姻届やウェルカムボード作成等)	他分野事業における結婚支援要素の付加(スポーツイベント×婚活等)	(%)
		男性20代(未婚・離別)	65	1.5	1.5	0.0	3.1	3.1	4.6	3.1	0.0
男性20代(既婚・死別)	11	9.1	18.2	18.2	9.1	18.2	9.1	27.3	9.1	18.2	
女性20代(未婚・離別)	60	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性20代(既婚・死別)	109	1.8	1.8	0.9	0.9	1.8	4.6	6.4	2.8	0.0	
男性30代(未婚・離別)	69	4.3	1.4	1.4	4.3	1.4	2.9	1.4	1.4	2.9	
男性30代(既婚・死別)	71	7.0	2.8	7.0	8.5	4.2	5.6	14.1	4.2	4.2	
女性30代(未婚・離別)	70	1.4	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	1.4	1.4	
女性30代(既婚・死別)	77	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	10.4	9.1	7.8	2.6	
男性40代(未婚・離別)	66	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	
男性40代(既婚・死別)	74	6.8	4.1	6.8	4.1	4.1	4.1	9.5	5.4	4.1	
女性40代(未婚・離別)	69	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	1.4	
女性40代(既婚・死別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	6.9	1.4	0.0	
男性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
男性50~60代(既婚・死別)	77	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	1.3	5.2	0.0	0.0	
女性50~60代(未婚・離別)	72	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
女性50~60代(既婚・死別)	79	0.0	0.0	2.5	0.0	1.3	0.0	5.1	0.0	1.3	

※ ベース：民間事業者の事業について、「興味・関心があり、参加・利用したことがある」と回答した割合

●婚活サービスへの今後の利用意向

婚活サービスに興味・関心がある人に今後の利用意向を聴取したところ、自治体実施のサービスでは、「結婚祝い金(一時金)の支給」が男性40代(既婚・死別)で89.5%、「結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)」が男性30代(未婚・離別)で81.3%、「結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)」が男性20代(未婚・離別)で83.3%、「結婚したカップルへ一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)」が男性30代(未婚・離別)で80.0%であった。

民間事業者実施のサービスについては、自治体実施のサービスと同様の傾向である。

図表87 自治体が実施する婚活サービスの今後の利用意向
(それぞれ単一回答)／性年代・未既婚別

	結婚祝い金(一時金)の支給	結婚したカップルへの一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)	マッチングサービス(システムによるもの)	マッチングサービス(システム以外によるもの)	イベント(出会い創出を目的とするもの)	イベント(婚活の仲間づくりを目的とするもの)	結婚を希望する人へのカウンセリングやコーチング
n=	393	347	384	378	185	179	242	233	163
男性20代(未婚・離別)	80.6	66.7	77.4	83.3	70.8	76.2	66.7	77.3	72.2
男性20代(既婚・死別)	100.0	85.7	75.0	77.8	83.3	83.3	100.0	100.0	75.0
女性20代(未婚・離別)	76.7	76.7	66.7	75.9	47.4	47.1	47.6	57.9	36.8
女性20代(既婚・死別)	73.3	68.1	78.6	70.4	34.5	33.3	51.1	55.8	48.1
男性30代(未婚・離別)	75.8	80.0	81.3	78.1	64.0	65.4	68.0	72.7	76.2
男性30代(既婚・死別)	65.1	64.9	63.4	70.7	69.2	72.0	79.3	74.1	64.0
女性30代(未婚・離別)	77.4	81.3	70.0	71.4	78.3	77.3	79.2	72.7	62.5
女性30代(既婚・死別)	81.5	75.5	79.3	83.0	52.0	47.8	55.6	54.5	43.8
男性40代(未婚・離別)	70.0	65.0	56.5	56.0	60.0	54.5	54.5	58.3	55.6
男性40代(既婚・死別)	89.5	70.7	73.3	68.3	51.6	57.1	64.5	57.6	59.3
女性40代(未婚・離別)	82.8	65.5	75.0	79.3	60.9	59.1	80.0	73.9	54.5
女性40代(既婚・死別)	80.0	60.5	69.8	75.7	59.1	58.3	55.6	60.0	52.4
男性50～60代(未婚・離別)	50.0	52.9	42.1	47.4	42.9	46.7	43.8	40.0	30.8
男性50～60代(既婚・死別)	80.0	57.6	56.4	63.2	33.3	38.1	44.8	60.7	42.9
女性50～60代(未婚・離別)	61.5	69.2	66.7	66.7	45.5	45.5	64.7	50.0	60.0
女性50～60代(既婚・死別)	66.7	56.7	52.9	55.6	31.6	28.6	50.0	50.0	31.3

	結婚を希望する人向け婚活セミナー	独身者の親向け婚活セミナー	ライフデザイン教育	結婚に関するサポートセンター	民間のサービスを利用するための費用の補助	結婚や手続きに関する情報提供(婚姻届早わかりブックレット等)	婚姻・葬式の場の提供	気運醸成グッズ(オリジナル婚約指輪やウェルカムボード作成等)	他分野事業における結婚支援要素の付加(スポーツイベント×婚活等)
n=	157	107	188	160	260	249	261	189	187
男性20代(未婚・離別)	70.6	72.7	82.4	70.6	78.9	87.5	82.6	92.9	77.8
男性20代(既婚・死別)	80.0	75.0	75.0	75.0	100.0	100.0	60.0	80.0	100.0
女性20代(未婚・離別)	50.0	42.9	64.3	64.3	73.9	78.3	80.0	70.6	70.0
女性20代(既婚・死別)	50.0	47.4	59.4	44.0	67.6	65.9	55.8	61.5	64.5
男性30代(未婚・離別)	77.8	64.3	73.3	81.3	77.3	78.9	66.7	83.3	77.8
男性30代(既婚・死別)	63.6	52.6	75.0	71.4	73.1	65.4	65.5	62.5	70.4
女性30代(未婚・離別)	92.9	54.5	71.4	68.8	76.0	85.0	85.7	83.3	82.4
女性30代(既婚・死別)	50.0	50.0	52.4	50.0	68.8	69.2	73.2	64.7	70.0
男性40代(未婚・離別)	58.8	46.2	43.8	69.2	64.7	62.5	70.6	60.0	44.4
男性40代(既婚・死別)	66.7	61.1	62.5	68.2	73.1	66.7	48.6	50.0	61.9
女性40代(未婚・離別)	70.6	87.5	61.9	57.9	84.0	88.9	90.5	76.9	94.1
女性40代(既婚・死別)	50.0	62.5	69.6	57.9	75.0	73.3	80.0	85.7	81.0
男性50～60代(未婚・離別)	41.7	33.3	45.5	41.7	52.9	38.5	41.7	37.5	41.7
男性50～60代(既婚・死別)	47.4	68.8	70.0	55.6	76.9	61.9	70.6	45.0	61.1
女性50～60代(未婚・離別)	50.0	71.4	64.3	63.6	73.3	72.7	75.0	77.8	44.4
女性50～60代(既婚・死別)	53.3	37.5	56.3	50.0	55.0	52.4	40.7	46.2	35.7

※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「興味・関心があり参加したことがある」「興味・関心があるが参加したことはない」と回答

図表88 民間事業者が実施する婚活サービスの今後の利用意向
(それぞれ単一回答)／性年代・未既婚別

	結婚祝い金(一時金)の支給	結婚したカップルへの一定期間の経済的支援(結婚生活を支援する貸付や融資など)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(家賃補助、住宅ローンの利子補給等、ただし公営住宅への優先入居は除く)	結婚したカップルへの一定期間の住宅支援(公営住宅への優先入居などの支援)	マッチングサービス(システムによるもの)	マッチングサービス(システム以外によるもの)	イベント(出会い創出を目的とするもの)	イベント(婚活の仲間づくりを目的とするもの)	結婚を希望する人へのカウンセリングやコーチング
n=	385	327	379	368	191	188	252	225	165
男性20代(未婚・離別)	74.2	75.9	76.7	82.8	86.4	77.3	79.2	75.0	83.3
男性20代(既婚・死別)	100.0	62.5	62.5	62.5	80.0	100.0	100.0	83.3	60.0
女性20代(未婚・離別)	77.8	67.9	65.6	75.0	44.4	43.8	47.8	55.6	31.6
女性20代(既婚・死別)	74.4	70.0	77.1	72.1	36.7	46.4	64.4	61.5	56.0
男性30代(未婚・離別)	77.4	72.4	83.9	80.6	69.2	72.0	73.1	75.0	76.2
男性30代(既婚・死別)	63.6	67.6	65.0	69.8	72.0	69.2	71.0	75.0	63.6
女性30代(未婚・離別)	78.6	75.0	76.7	69.0	76.0	70.8	75.0	69.6	65.2
女性30代(既婚・死別)	79.2	76.1	83.6	82.4	54.5	50.0	50.0	50.0	41.2
男性40代(未婚・離別)	73.7	61.9	60.0	54.2	56.5	50.0	52.2	54.5	57.9
男性40代(既婚・死別)	82.5	74.4	75.0	63.4	50.0	57.7	58.8	60.0	59.3
女性40代(未婚・離別)	78.6	76.0	77.8	82.8	52.0	61.9	79.2	73.9	54.5
女性40代(既婚・死別)	78.4	61.1	73.8	73.7	55.6	64.0	65.4	68.2	60.0
男性50～60代(未婚・離別)	37.5	47.1	44.4	47.4	37.5	43.8	43.8	37.5	30.8
男性50～60代(既婚・死別)	75.9	54.5	63.9	56.8	36.4	47.6	53.8	53.8	44.4
女性50～60代(未婚・離別)	72.7	75.0	71.4	66.7	54.5	54.5	68.8	50.0	60.0
女性50～60代(既婚・死別)	69.4	48.3	58.8	56.8	31.3	28.6	55.6	55.0	37.5

	結婚を希望する人向け婚活セミナー	独身者の親向け婚活セミナー	ライフデザイン教育	結婚に関するサポートセンター	民間のサービスを利用するための費用の補助	結婚や手続きに関する情報提供(婚姻届早わかりブックレット等)	婚約・挙式の場の提供	気運醸成グッズ(オリジナル婚姻届やウェルカムボード作成等)	他分野事業における結婚支援要素の付加(スポーツイベント×婚活等)
n=	156	110	193	161	264	245	288	198	197
男性20代(未婚・離別)	68.8	81.8	82.4	80.0	75.0	82.6	81.8	81.3	84.2
男性20代(既婚・死別)	100.0	75.0	100.0	100.0	83.3	83.3	66.7	100.0	83.3
女性20代(未婚・離別)	45.5	33.3	53.8	75.0	71.4	73.9	79.2	62.5	72.7
女性20代(既婚・死別)	57.1	55.6	65.6	50.0	75.0	62.2	66.7	73.2	71.4
男性30代(未婚・離別)	76.2	66.7	80.0	76.5	73.9	89.5	73.3	83.3	88.2
男性30代(既婚・死別)	59.1	66.7	70.4	56.5	80.8	69.6	64.7	72.7	72.0
女性30代(未婚・離別)	81.3	70.0	75.0	88.9	76.9	81.0	86.4	88.2	76.5
女性30代(既婚・死別)	53.8	57.1	57.1	47.6	66.7	73.7	71.7	68.6	71.4
男性40代(未婚・離別)	50.0	43.8	40.0	64.3	72.2	71.4	72.2	53.3	47.4
男性40代(既婚・死別)	69.6	58.8	72.0	73.7	78.6	63.6	64.7	56.0	64.0
女性40代(未婚・離別)	68.8	85.7	61.9	62.5	87.0	87.5	78.3	78.6	94.7
女性40代(既婚・死別)	50.0	66.7	72.7	66.7	75.0	76.7	84.4	82.6	90.0
男性50～60代(未婚・離別)	41.7	33.3	50.0	41.7	47.1	38.5	41.7	37.5	38.5
男性50～60代(既婚・死別)	56.3	61.1	70.0	52.6	65.4	60.0	65.8	50.0	63.2
女性50～60代(未婚・離別)	50.0	71.4	58.3	63.6	66.7	72.7	75.0	77.8	40.0
女性50～60代(既婚・死別)	53.3	50.0	64.3	37.5	55.0	57.1	56.0	41.7	35.7

※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「興味・関心があり参加したことがある」「興味・関心があるが参加したことはない」と回答

第2章 結婚支援に関する取組の現状

● 婚活サービスに関心はあるが参加したことはない理由

「どんな人が参加しているかわからないから」が女性20代(未婚・離別)が52.6%、女性30代(既婚・死別)で52.3%、女性40代(未婚・離別)が51.5%となっている。また、「自然な流れで出会いたいから」が女性20代(既婚・死別)で50.0%、「面倒だから」が男性20代(未婚・離別)で43.8%となっている。

図表89 婚活サービスに関心はあるが参加したことはない理由(複数回答)／性年代・未既婚別

	n=	自然な流れで出会いたいから	面倒だから	そこまでする必要を感じないから	ガツガツしていると思われたくないから	今まで機会がなかったから	初対面の人と上手く話せないから	容姿や性格などの自分の魅力に十分な自信がないから	肩書、収入、学歴など自分の条件が高いわけではないから	恥ずかしいから	断られるのが怖いから	(%)
男性20代(未婚・離別)	32	37.5	43.8	28.1	9.4	25.0	9.4	25.0	21.9	31.3	12.5	
男性20代(既婚・死別)	6	33.3	66.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	
女性20代(未婚・離別)	38	42.1	31.6	31.6	23.7	5.3	10.5	10.5	13.2	18.4	7.9	
女性20代(既婚・死別)	70	50.0	30.0	25.7	8.6	12.9	8.6	2.9	2.9	5.7	0.0	
男性30代(未婚・離別)	33	33.3	21.2	24.2	12.1	6.1	21.2	18.2	39.4	15.2	12.1	
男性30代(既婚・死別)	36	33.3	27.8	13.9	11.1	16.7	2.8	0.0	0.0	22.2	5.6	
女性30代(未婚・離別)	33	39.4	36.4	30.3	12.1	18.2	27.3	21.2	12.1	30.3	27.3	
女性30代(既婚・死別)	44	40.9	34.1	31.8	22.7	27.3	20.5	13.6	27.3	13.6	15.9	
男性40代(未婚・離別)	27	48.1	37.0	18.5	11.1	11.1	29.6	11.1	33.3	7.4	3.7	
男性40代(既婚・死別)	34	35.3	11.8	29.4	2.9	11.8	5.9	5.9	8.8	5.9	5.9	
女性40代(未婚・離別)	33	48.5	18.2	21.2	15.2	21.2	12.1	18.2	24.2	15.2	27.3	
女性40代(既婚・死別)	39	38.5	12.8	28.2	7.7	23.1	12.8	5.1	15.4	7.7	10.3	
男性50～60代(未婚・離別)	20	35.0	40.0	15.0	5.0	15.0	5.0	10.0	10.0	15.0	10.0	
男性50～60代(既婚・死別)	34	29.4	23.5	32.4	5.9	20.6	2.9	0.0	2.9	2.9	5.9	
女性50～60代(未婚・離別)	23	13.0	34.8	21.7	13.0	17.4	8.7	13.0	21.7	8.7	13.0	
女性50～60代(既婚・死別)	41	46.3	14.6	19.5	0.0	7.3	2.4	9.8	2.4	14.6	4.9	

	n=	どんな人が参加しているかわからないから	自分が希望する条件に合う相手が見つかると思えないから	実際相手がいるから	何をすればよいかわからないから	婚活サービス事業者に対する不安があるから	個人情報の扱いに不安があるから	参加料金が高いから	日程が合わないから	その他	答えたくない	(%)
男性20代(未婚・離別)	32	21.9	12.5	12.5	25.0	9.4	18.8	21.9	6.3	3.1	6.3	
男性20代(既婚・死別)	6	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0	16.7	
女性20代(未婚・離別)	38	52.6	18.4	31.6	10.5	2.6	13.2	26.3	10.5	5.3	7.9	
女性20代(既婚・死別)	70	28.6	7.1	27.1	4.3	1.4	5.7	11.4	0.0	1.4	5.7	
男性30代(未婚・離別)	33	15.2	15.2	9.1	21.2	18.2	12.1	39.4	9.1	9.1	9.1	
男性30代(既婚・死別)	36	8.3	8.3	11.1	0.0	0.0	5.6	11.1	11.1	5.6	5.6	
女性30代(未婚・離別)	33	45.5	15.2	12.1	33.3	12.1	30.3	39.4	9.1	3.0	6.1	
女性30代(既婚・死別)	44	52.3	15.9	29.5	13.6	15.9	11.4	38.6	6.8	4.5	0.0	
男性40代(未婚・離別)	27	22.2	3.7	11.1	14.8	14.8	11.1	22.2	7.4	3.7	0.0	
男性40代(既婚・死別)	34	17.6	11.8	11.8	11.8	11.8	8.8	23.5	2.9	2.9	17.6	
女性40代(未婚・離別)	33	51.5	12.1	30.3	21.2	27.3	30.3	39.4	6.1	6.1	3.0	
女性40代(既婚・死別)	39	20.5	12.8	23.1	17.9	12.8	20.5	30.8	7.7	5.1	7.7	
男性50～60代(未婚・離別)	20	45.0	15.0	25.0	15.0	20.0	25.0	40.0	15.0	10.0	0.0	
男性50～60代(既婚・死別)	34	8.8	2.9	5.9	5.9	2.9	0.0	23.5	8.8	2.9	8.8	
女性50～60代(未婚・離別)	23	34.8	26.1	8.7	21.7	13.0	21.7	43.5	17.4	8.7	0.0	
女性50～60代(既婚・死別)	41	26.8	2.4	12.2	9.8	12.2	19.5	24.4	2.4	2.4	12.2	

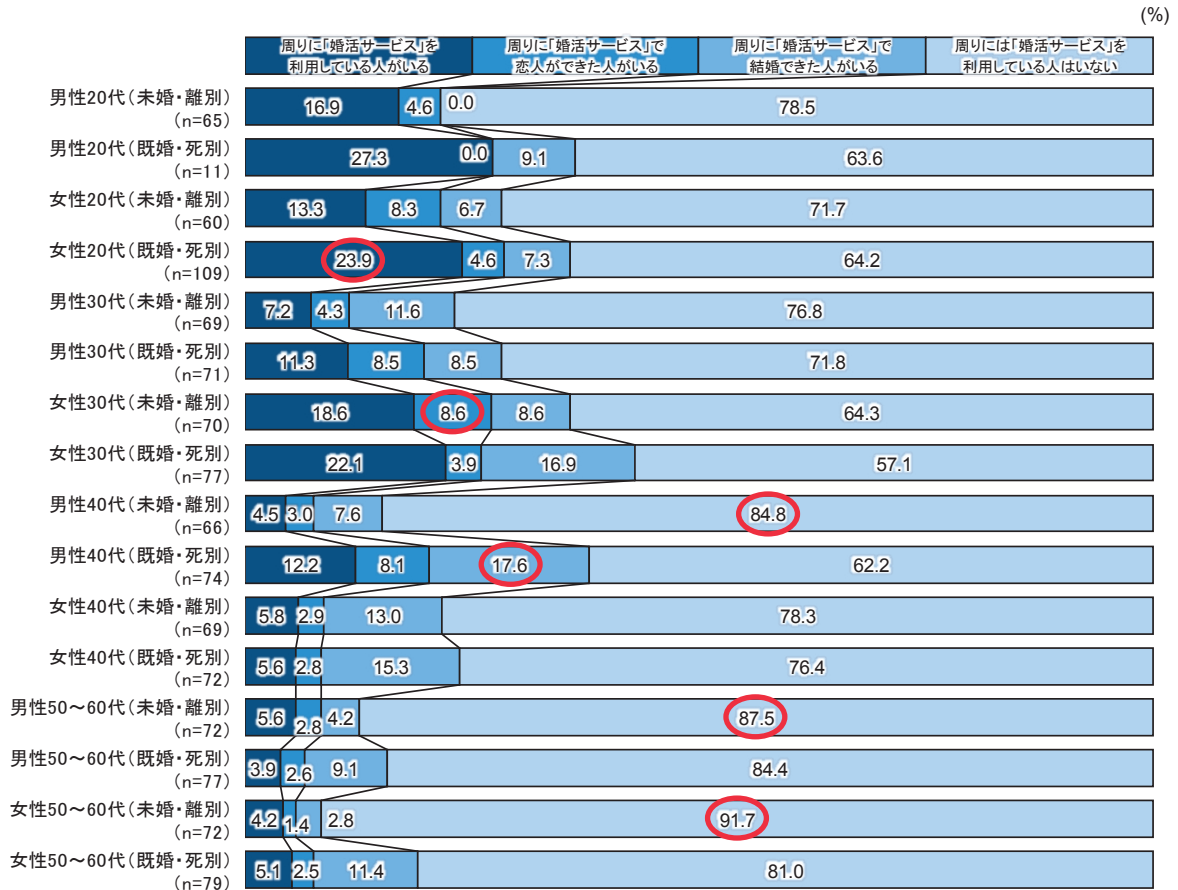
※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「興味・関心があるが参加したことはない」と回答

● 周囲での婚活サービスの利用状況

「周りには『婚活サービス』を利用している人はいない」は、女性50～60代（未婚・離別）が91.7%、男性50～60代（未婚・離別）が87.5%、男性40代（未婚・離別）が84.8%となっている。

そのほか、項目別にみると、「周りに『婚活サービス』を利用している人がいる」は女性20代（既婚・死別）が23.9%、「周りに『婚活サービス』で恋人ができた人がいる」は女性30代（未婚・離別）で8.6%、「周りに『婚活サービス』で結婚できた人がいる」は男性40代（既婚・死別）で17.6%となっている。

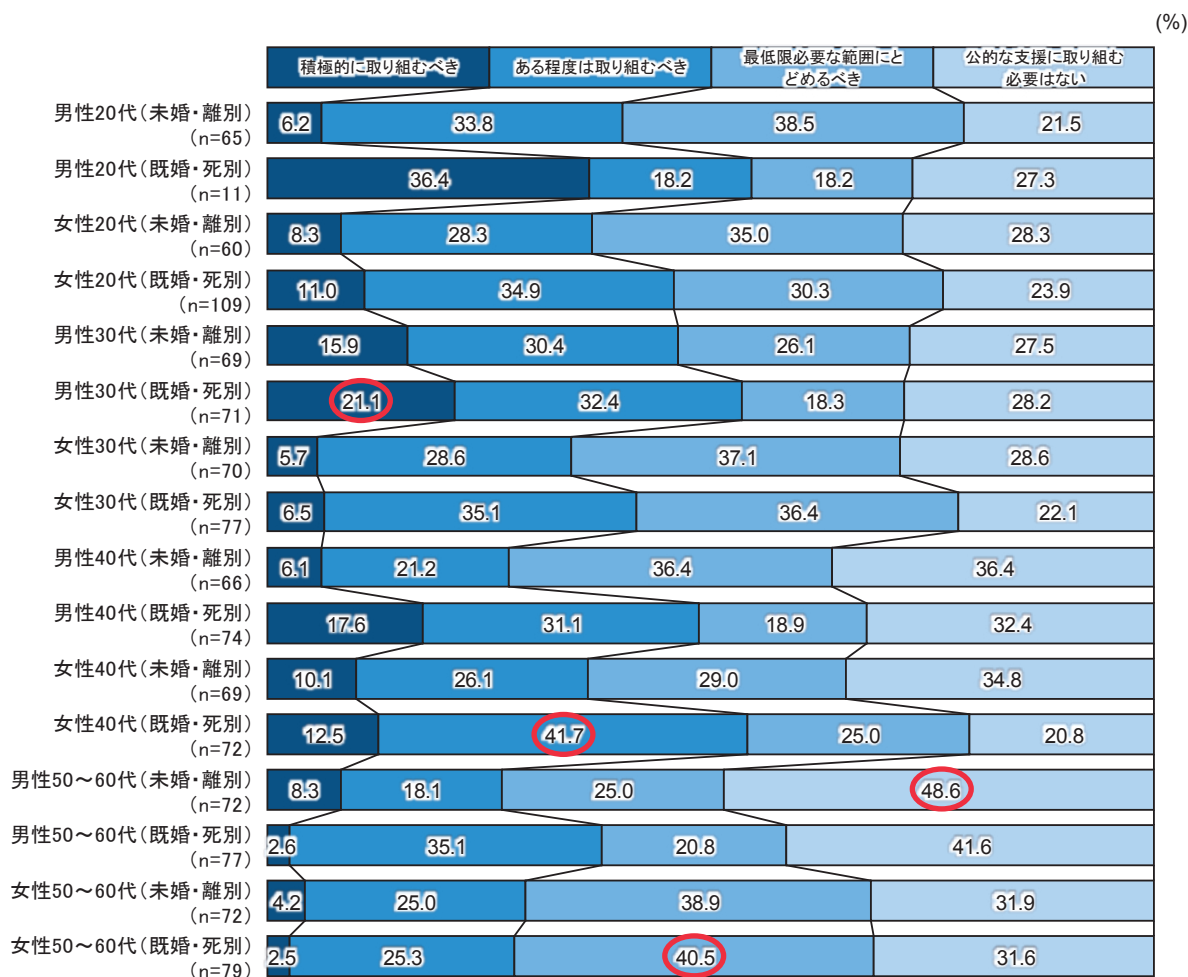
図表90 周囲での婚活サービスの利用状況(単一回答)／性年代・未既婚別



● 公的な結婚支援の取組についての考え

「積極的に取り組むべき」は男性30代（既婚・死別）が21.1%、「ある程度は取り組むべき」は女性40代（既婚・死別）が41.7%、「最低限必要な範囲にとどめるべき」が女性50～60代（既婚・死別）が40.5%、「公的な支援に取り組む必要はない」は男性50～60代（未婚・離別）が48.6%とそれぞれ高くなっている。

図表91 公的な結婚支援の取組についての考え(単一回答)／性年代・未既婚別



● 公的な結婚支援に取り組むべき理由

「婚姻率が上昇する」は女性20代(既婚・死別)が78.0%、「出生率が向上する」は男性30代(未婚・離別)が75.0%と高くなっている。

図表92 公的な結婚支援に取り組むべき理由(複数回答)／性年代・未既婚別

	n=	婚姻率が上昇する	出生率が向上する	定住人口(その地域に住んでいる人)が増加する	【少子化対策】その他	交流人口(その地域を訪れる人)が増加する	地域の魅力を伝える	地域資源を活用する	地元の商工会・事業者(農業者等)を維持する(後継者対策等)	【地域活性化】その他	(%)
男性20代(未婚・離別)	26	76.9	50.0	19.2	3.8	15.4	7.7	15.4	0.0	3.8	
男性20代(既婚・死別)	6	66.7	83.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	
女性20代(未婚・離別)	22	50.0	59.1	27.3	4.5	22.7	9.1	0.0	4.5	4.5	
女性20代(既婚・死別)	50	78.0	52.0	10.0	0.0	18.0	12.0	10.0	6.0	0.0	
男性30代(未婚・離別)	32	59.4	75.0	34.4	0.0	15.6	6.3	3.1	6.3	0.0	
男性30代(既婚・死別)	38	71.1	65.8	18.4	0.0	10.5	7.9	0.0	0.0	0.0	
女性30代(未婚・離別)	24	62.5	37.5	25.0	0.0	20.8	4.2	8.3	16.7	0.0	
女性30代(既婚・死別)	32	65.6	56.3	12.5	0.0	21.9	15.6	12.5	3.1	0.0	
男性40代(未婚・離別)	18	61.1	33.3	33.3	0.0	38.9	11.1	0.0	11.1	0.0	
男性40代(既婚・死別)	36	47.2	63.9	25.0	0.0	19.4	8.3	8.3	5.6	0.0	
女性40代(未婚・離別)	25	72.0	56.0	12.0	0.0	16.0	20.0	8.0	0.0	0.0	
女性40代(既婚・死別)	39	64.1	53.8	20.5	0.0	12.8	5.1	7.7	5.1	0.0	
男性50～60代(未婚・離別)	19	68.4	47.4	31.6	0.0	21.1	5.3	10.5	5.3	0.0	
男性50～60代(既婚・死別)	29	48.3	62.1	24.1	3.4	17.2	17.2	3.4	3.4	3.4	
女性50～60代(未婚・離別)	21	42.9	33.3	47.6	4.8	14.3	4.8	4.8	23.8	4.8	
女性50～60代(既婚・死別)	22	59.1	54.5	22.7	0.0	31.8	22.7	0.0	4.5	0.0	

※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「積極的に取り組むべき」「ある程度は取り組むべき」と回答

● 婚活サービス利用者として賛成する理由

「選択肢は多いほどよいから」は男性30代(未婚・離別)が71.9%、女性40代(既婚・死別)が69.2%、「行政が行うことで信頼できるから」は男性30代(未婚・離別)が46.9%、男性40代(既婚・死別)が44.4%、「民間事業者よりも参加料金が安くすむから」が女性30代(既婚・死別)で50.0%と高くなっている。

図表93 婚活サービス利用者として賛成する理由(複数回答)／性年代・未既婚別

	n=	選択肢は多いほどよいから	民間事業者よりも参加料金が安くすむから	行政が行うことで信頼できるから	住まいに近くて参加しやすいから	サービスを利用することについて親や家族などが賛成しそうだから	サービスを利用することを周りに話しやすいから	自分にあった相手と出会うと思うから	その他
男性20代(未婚・離別)	26	61.5	30.8	57.7	19.2	7.7	19.2	7.7	3.8
男性20代(既婚・死別)	6	50.0	66.7	50.0	50.0	16.7	16.7	33.3	0.0
女性20代(未婚・離別)	22	54.5	40.9	45.5	22.7	0.0	0.0	13.6	0.0
女性20代(既婚・死別)	50	52.0	46.0	40.0	30.0	6.0	4.0	14.0	0.0
男性30代(未婚・離別)	32	71.9	43.8	46.9	37.5	9.4	9.4	34.4	0.0
男性30代(既婚・死別)	38	55.3	28.9	42.1	21.1	5.3	7.9	10.5	2.6
女性30代(未婚・離別)	24	54.2	54.2	33.3	33.3	4.2	0.0	8.3	0.0
女性30代(既婚・死別)	32	59.4	50.0	43.8	40.6	9.4	6.3	6.3	0.0
男性40代(未婚・離別)	18	61.1	44.4	16.7	33.3	5.6	11.1	16.7	0.0
男性40代(既婚・死別)	36	55.6	41.7	44.4	30.6	13.9	11.1	11.1	0.0
女性40代(未婚・離別)	25	52.0	48.0	36.0	44.0	12.0	16.0	24.0	0.0
女性40代(既婚・死別)	39	69.2	46.2	38.5	35.9	15.4	10.3	17.9	0.0
男性50～60代(未婚・離別)	19	63.2	63.2	42.1	31.6	5.3	5.3	21.1	0.0
男性50～60代(既婚・死別)	29	48.3	37.9	31.0	27.6	3.4	0.0	10.3	0.0
女性50～60代(未婚・離別)	21	61.9	38.1	42.9	38.1	0.0	0.0	4.8	4.8
女性50～60代(既婚・死別)	22	72.7	27.3	59.1	13.6	13.6	9.1	9.1	0.0

※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「積極的に取り組むべき」「ある程度は取り組むべき」と回答

● 婚活サービスを実施することに反対する理由

「結婚は個人の問題であり行政が介入すべきではないと思うから」は男性40代(未婚・離別)が54.2%、女性30代(未婚・離別)が52.2%、男性50～60代(既婚・死別)が47.9%と高くなっている。

そのほか、「他に優先すべき施策があるから」は女性20代(既婚・死別)が49.2%、女性30代(既婚・死別)が48.9%、「どんな人が参加しているかわからないから」が女性30代(既婚・死別)で35.6%と高くなっている。

図表94 婚活サービスを実施することに反対する理由(複数回答)／性年代・未既婚別

	n=	結婚は個人の問題であり行政が介入すべきではないと思うから	「婚活サービス」を利用したい人が自費ですべきだと思うから	他に優先すべき施策があるから	行政がやっても成果が出ないと思うから	婚活サービス事業者に対する不安があるから	サービスを利用して知り合った人と家の近所で偶然会うのが不安だから	民間事業者に比べて、ノウハウや知識がないのが不安だから	どんな人が参加しているかわからないから	1つの自治体だけでは参加者が少ないから	民業圧迫になるから	その他
男性20代(未婚・離別)	39	35.9	12.8	38.5	20.5	0.0	2.6	2.6	2.6	10.3	12.8	0.0
男性20代(既婚・死別)	5	20.0	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0
女性20代(未婚・離別)	38	44.7	15.8	47.4	5.3	10.5	7.9	5.3	28.9	10.5	10.5	0.0
女性20代(既婚・死別)	59	37.3	25.4	49.2	11.9	1.7	3.4	1.7	15.3	8.5	13.6	1.7
男性30代(未婚・離別)	37	37.8	16.2	40.5	16.2	8.1	2.7	8.1	18.9	18.9	18.9	5.4
男性30代(既婚・死別)	33	39.4	18.2	30.3	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	30.3	0.0
女性30代(未婚・離別)	46	52.2	23.9	45.7	15.2	17.4	15.2	8.7	21.7	10.9	13.0	8.7
女性30代(既婚・死別)	45	35.6	28.9	48.9	28.9	13.3	6.7	11.1	35.6	6.7	8.9	2.2
男性40代(未婚・離別)	48	54.2	25.0	43.8	27.1	10.4	4.2	10.4	12.5	6.3	14.6	0.0
男性40代(既婚・死別)	38	47.4	28.9	44.7	23.7	5.3	0.0	2.6	7.9	13.2	23.7	5.3
女性40代(未婚・離別)	44	45.5	27.3	43.2	20.5	25.0	11.4	4.5	27.3	6.8	4.5	2.3
女性40代(既婚・死別)	33	45.5	21.2	39.4	9.1	6.1	3.0	12.1	9.1	6.1	15.2	0.0
男性50～60代(未婚・離別)	53	39.6	13.2	32.1	13.2	3.8	3.8	5.7	24.5	9.4	7.5	5.7
男性50～60代(既婚・死別)	48	47.9	22.9	27.1	18.8	6.3	2.1	12.5	12.5	6.3	31.3	0.0
女性50～60代(未婚・離別)	51	37.3	23.5	41.2	9.8	3.9	5.9	3.9	21.6	9.8	15.7	3.9
女性50～60代(既婚・死別)	57	43.9	24.6	35.1	8.8	8.8	5.3	10.5	22.8	7.0	17.5	0.0

※ ベース：いずれかの結婚支援サービスにおいて「最低限必要な範囲にとどめるべき」「公的な支援に取り組む必要はない」と回答

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"> ●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 ●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 	
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"> ●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 ●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
	『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"> ●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 ●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 ●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。 ●「しまだおせっかい人サロン」(後述)と連携
	『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"> ●2015年度：地域活性化・地域住民生活等緊急支援事業 ●2017年度：市の単独事業 ●2016年度、2018年度：地域少子化対策重点推進事業 	
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⁵²」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

<参考：「しあわせ福袋」による成婚数の把握>

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。

<課題>

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

<かしわざきめぐりあい事業実行委員会設立の経緯>

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。

<具体的な事業内容>

「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⁵³」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"> ●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 ●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
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⁵⁴⁾】**<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⁵⁵⁾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"> ● 結婚支援イベントによる地域活性化 ● 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
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● 2市4町の持ち回りで結婚支援イベントを実施
運営体制	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● 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 ● 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"> ➢ 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 ➢ 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)
予算・負担金	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年より、国の地域少子化対策重点推進交付金を活用 ● 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

<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。



<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、自治体を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



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

<事業を実施する上での工夫>

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。

<地域や民間事業者との連携>

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ズル等がある。

<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²⁶⁾】

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"> ●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 ●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 ●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。
結婚アカデミー 「結婚が大切な理由」	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●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 ●実施日：2017年3月11日

(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」 ⁵⁷ 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⁵⁸】



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、非日常が繰り返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⁵⁹⁾】**(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"> ●都市部から地方へ、人の流れをつくる ●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
概要	<ul style="list-style-type: none"> ●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
対象者	<ul style="list-style-type: none"> ●30～40代を中心とした独身者
これまでに実施したイベント (一部抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ●ミライカレッジ洞爺湖ツアー(2017年9月23日～24日) ●ミライカレッジ和歌山ツアー(2017年12月2日～3日) ●ミライカレッジ気仙沼ツアー(2018年9月8日～9日) ●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) ●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)

<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、自治体担当者のほか、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)

<集客方法の工夫>

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⁶⁰。

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⁶¹】

(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"> ●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"> ➢ 婚活ボランティアのサポートスキル向上を支援 ➢ 独身者の自立的な活動を促す「婚活BOOK」の提供 ➢ 婚活イベントの効果的な企画集客方法を提案 ●ITの面からも地方自治体をサポート <ul style="list-style-type: none"> ➢ 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
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"> ●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 ●実施実績 <ul style="list-style-type: none"> 【都道府県】長野県、高知県、岐阜県 【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

<事業を実施する上での工夫>

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⁶²⁾】



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/kawagoenazotoki/> (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⁶²⁾】

<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

第4章 ワークショップの実施結果

本調査研究において、多摩・島しょ地域自治体職員を対象としたワークショップを開催した。ワークショップでは、各調査結果を踏まえ整理した方向性をもとに、多摩・島しょ地域の自治体職員による結婚支援について地域資源や取組方策に関する討議を行い、取組のあり方を検討した。本章では、その設計と、内容及び考察を紹介する。

1. ワークショップの設計

図表113 ワークショップの概要

目的	各調査結果を踏まえ整理した方向性をもとに、多摩・島しょ地域の自治体職員が結婚支援について地域資源や取組方策に関する討議を行い、取組のあり方を検討する。
概要	多摩・島しょ地域の自治体アンケートの調査結果からは、結婚支援に取り組む必要性やその背景にある課題認識に対する意識は高くなく、本ワークショップ参加者も同様であると考えられる。 そのため、具体的な手順の共有や事業立案の前段階である、結婚支援を取り巻く課題や有効性、必要性に対する意識の醸成、見落としがちな地域資源の発見等に主眼を置いたワークショップとする。
内容	有識者による情報提供の後、参加者の所属自治体の具体的な地域資源等を踏まえたグループワーク等を行う。
対象	多摩・島しょ地域自治体職員
参加者数	7人
抽出方法	東京都市町村企画研究会を通じて、多摩・島しょ地域39自治体の企画担当課への通知・参加者選定依頼を行い、参加者を抽出
実施日時	2018年11月1日(木)
実施時間	6.5時間(9:00~16:30(昼休憩11:50~12:50))
実施場所	東京自治会館

図表114 ワークショップのスケジュール詳細

時間	(分)	タイムテーブル
9:00~	5	開会あいさつ 公益財団法人東京市町村自治調査会
	5	ワークショップの進め方について 株式会社インテージリサーチ
	30	本調査研究の進捗状況報告について ⇒多摩・島しょ地域の自治体・住民アンケート結果概要 ⇒先進事例調査結果概要 ⇒民間事業者インタビュー結果概要 株式会社インテージリサーチ
	10	東京都の課題認識と取組の方向性について 東京都生活文化局都民生活部 田中正之氏
9:50~	10	休憩
10:00~	90	有識者による情報提供(休憩5分程度・質疑応答含む) 内閣府地域働き方改革推進会議委員 渥美由喜氏
11:30~	5	ワークショップ第1部：結婚支援を取り巻く課題と必要性を考えよう ⇒結婚支援を取り巻く課題(少子化対策、地域活性化等) ⇒結婚支援の有効性、必要性 等 ●内容・進行等の説明
11:35~	15	●アイスブレイク(グループ内で簡単な自己紹介、所属自治体の紹介等)
11:50~	60	昼休憩
12:50~	40	●有識者による情報提供を踏まえた各グループでの議論 ●グループ内での発表・共有、議論及びグループとしての取りまとめ ⁶³
13:30~	20	●各グループからの発表・全体共有
13:50~	10	休憩
14:00~	5	ワークショップ第2部 前半：身近な地域資源を活用したイベントを考えよう ⇒各自治体における地域資源の掘り起こし 後半：そのイベントに結婚支援のエッセンスを加えてみよう ⇒それら地域資源を活用した結婚支援の方向性 等 ●内容・進行等の説明
14:05~	90	●各グループでの議論 ●グループ内での発表・共有、議論及びグループとしての取りまとめ ⁶³
15:35~	10	休憩
15:45~	30	●各グループからの結婚支援の発表・全体共有
16:15~	5	東京都よりコメント 東京都生活文化局都民生活部 田中正之氏
16:20~	10	有識者による講評 内閣府地域働き方改革推進会議委員 渥美由喜氏
16:30	-	閉会 ワークショップの感想や気づきに関するアンケート 等

63 付箋を用いたKJ法により意見を出し合い、模造紙に整理

2. ワークショップの内容

2-1. 有識者による情報提供

自治体が結婚支援に取り組む意義や自治体の結婚支援に関する最新動向について、本調査研究の監修者でもある渥美由喜氏を講師として、講演を行った。講演の詳細は、以下のとおりである。

【情報提供の様子】



<主旨>

- 結婚支援に取り組む自治体の動向は全国的に見て濃淡がある。地方は、「VS 東京」で、人口獲得施策の取組が加速化しているため、多摩・島しょ地域にも「VS 23区」の視点が必要
- 20年後の成人人口(納税者)確保の観点、30年後の社会保障費抑制の観点から、九州、山陰等、過疎が進む地域の「先進事例」に注目が集まる
- 先進事例の中には、「結婚支援は、住民の幸せ支援の重要な1つ&地域全体の活性化」という考え方で、住民から支持されている取組もある
- 今後は、多摩・島しょ地域での結婚支援の取組をいっそう加速化すべき

<自治体として結婚支援に取り組む意義～リスク・マネジメントとしての観点～>

- 少子化の主因は、未婚率の上昇
- お一人さま介護のリスク、未婚ニートの生活保護リスク
- 東京は若年人口の流入が続く稀有な状況が仇となり、危機感が希薄
- 過疎が進む地域・地方では、人口減少への危機感から、人口政策は大きく先行
- 東京圏は高齢化で、現役世代の負担増が加速化する
- 郷土愛教育や地縁づくりを行うことで、多摩地域ではNターン⁶⁴やOターン⁶⁵を狙える
- 東京都と比較したライフプランを、島根県や福井県でうち出している

<全国的な動向>

- 出会いのイベント・パーティーの展開は炎上しやすい
- 炎上しないためには、弱者支援や住民の生活支援を前面に出す（シングル親子参加型、年齢不問型等）ほか、地域外開放型イベントや将来のライフプラン・セミナーも考えられる
- 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」であり、入り口を下げ（気軽に、婚活）、入り口を広げ（ついでに、婚活）、出口を変える（地域の魅力をアピール）ことで、「ここに住みたい」「ここで子育てをしたい」と思える、その地域のファンを増やすことにつながる

64 自分や家族のより良いライフスタイル、仕事、環境などを求めて数年おきに拠点を変える移住を指す。

65 Uターンしたい気持ちはあるものの、都会での仕事や生活も捨てがたいため、地方と都心の両方のできる仕事を選び、地方と都市を行き来する生活を送る移住を指す。2拠点で生活するため、「二地域居住」、「二拠点居住」、「週末移住」とも呼ばれる。

<先進事例の紹介>

●熊本県 有明広域行政事務組合

- ▶限られた自治体内での婚活への抵抗感をなくすため、6市町による広域連携でさまざまな事業を実施
- ▶婚活と自治体の7大テーマを関連づけ、観光型、地域活性型、男女共同参画型、移住定住型、子育て支援型、生涯学習型、防災型をテーマとしたイベントを実施

●香川県

- ▶縁結び・子育て美容-eki 事業では、美容院など身近な地域人材を活用した縁結び・子育て支援を実施

<質疑応答>

●結婚支援は子育て課や企画課で所管していることが多いように感じるが、地方で取組が成功している自治体は、所管部署をどこに設置していることが多いのか？

⇒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っていることが多い。その中では、男女共同参画、少子化対策、企画部門が多い。

●以前、東京都の補助金を活用して婚活イベントを実施したが、成婚数が少なく、効果が見られず、継続することができなかった。

⇒成婚数を把握したい時は、広域連携により抽出することも有効である。広域であれば、結婚後に多い「域内での移動」も拾うことができる。ただ、効果を成婚数だけに求めるべきではない。例えば先進事例においては、参加者が「参加してよかった」と満足した人が8～9割となっているなど、参加者が楽しめたかどうかも効果の1つである。また、参加した独身者の親から「婚活イベントに参加したことがきっかけで、生きていくことに積極的になった」という声が寄せられたこともある。

●広域連携で実施できるのはマッチングのみか？イベントはどうやって実施するのか？

⇒イベントは持ち回りで実施することで、多摩地域全体としての魅力をアピールできる。また、自治体間でライバル意識が芽生えることも相乗効果になると考えられる。

●「将来介護が必要になったときのリスク・マネジメントとしての結婚」という話の流れにおいて、自分自身が介護をされる側としてのリスクマネジメントは「子どもを産むことへの強制」と捉えられ、炎上することはないのか？

⇒炎上する可能性はあり得るが、きちんと説明すれば対応可能。説明内容としては、「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である。それは家族だけでなく、会社等も含まれる。例えば、会社では、社内結婚をした社員はモチベーションが上がり退職しにくいと言われているが、社内結婚することで健康面でもリスクヘッジになり得る。また、養子縁組や法律婚に囚われない家族形態もリスクヘッジとして有効である。」という流れである。ただ、「結婚は見返りを求めてするものではない」という意見も想定されるため、その場合は「動機がどうであれ、機会の1つになるのであれば良い」という説明が良い。このように、視点を変えて、論点を広げることが、炎上対策として有効である。

2-2. ワークショップ第1部：結婚支援を取り巻く課題と必要性を考えよう

以下の3つの観点から、結婚支援を取り巻く課題や必要性について、グループワークを実施した。

- ① 所属自治体における人口減少や地域活性化に関する課題は？
- ② 自治体における結婚支援は必要か？それはなぜか？
- ③ 結婚支援は地域あるいは日本の少子化対策、地域活性化の一助となり得るか？

【検討風景】



2つのグループにおいて、付箋によって出された意見を整理すると、次のとおりとなった。

図表115 結婚支援を取り巻く課題と必要性(Aグループ)

分類	内容
地域の課題	<ul style="list-style-type: none"> ●人口バランスが崩壊する ●税収が減少する ●大学が多く学生が多いため、若年人口を維持したい ●若者に定住してほしい ●高齢者ばかり増えている ●社会保障費の増大 ●子どもが増えて作った施設がこの先子どもが減ると余る ●待機児童の増加 ●子育て層を呼び込みたい ●他自治体との人口の奪い合い
地域活性化	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の活力が先細りしている ●商店街に活気がない ●地域活動の担い手不足 ●地域との関係性の希薄化 ●税収の低下
結婚支援が必要でない理由	<ul style="list-style-type: none"> ●民間でも実施している ●23区よりは少ないが、地方よりは民間サービスが多い ●費用対効果が低い ●結婚は個人の問題 ●価値観の問題で議論が生じる ●LGBTなど制度上の理由でできない人がいる
結婚支援に取り組む理由・行政が実施する理由	<ul style="list-style-type: none"> ●市民の希望を実現するのは行政の仕事 ●公的機関が実施する安心感がある ●民間サービスを受けられない人もいる ●行政であれば地域を巻き込んで実施できる ●企業や他の自治体等と連携しやすい ●民間と目的が違う ●「結婚は良いものだ」という意識の醸成も行政の仕事 ●効果は薄いですが、広く浅く、長く行っていく ●産業振興等の既存施策は、地域に働く場所がないことが課題 ●人の奪い合いになる ●他自治体との連携による規模の拡大

分類	内容
結婚支援に取り組む理由	<ul style="list-style-type: none"> ●早期結婚は出生数増につながる ●結婚は独居数減につながる ●市民のライフプランの選択を増やすことができる ●ファミリー層が来ないと家が余る ●カップルや子どものいる世帯は地域との関わりが豊富 ●結婚と就業は関係が密接 ●働き手、サービスの担い手が増える ●人が増えれば活性化する(にぎわい) ●福祉的なメリット(介護等) ●参加者の満足度は高い

図表116 結婚支援を取り巻く課題と必要性(Bグループ)

分類	内容
人口問題	<ul style="list-style-type: none"> ●少子化 ●子ども(0~15歳)の流入増は全国トップクラスだが、総数は減少 ●大学卒業後に23区に転居する人が多い ●働き世代の減少 ●高齢化 ●高齢者の1人暮らし ●高齢世代のみ増加 ●税収減でも扶助費増
交流人口減少	<ul style="list-style-type: none"> ●地域のさびれ感 ●商店街の衰退 ●活気減 ●商店街や地域コミュニティが寂しい ●学生が少ない ●中心街に集中 ●働ける場所(企業)が少ない ●商都と言いつつ微減傾向
結婚支援の必要性	<ul style="list-style-type: none"> ●ニーズがある ●中長期的には働く世代に定住してもらうことも必要 ●成婚率にこだわるとすすめにくい ●結婚支援はまちづくりにもつながる ●住みやすさもアピールできる ●結婚後の生活を支援する取組(子育て施策等)にこだわることも結婚支援につながる ●民間との違いを打ち出すことも必要 ●自治体として多くの人の希望を叶える、幸せを与える必要がある ●年齢層を幅広く設定するといろいろな施策につながる
自治体としての結婚支援への考え方	<ul style="list-style-type: none"> ●必要だと思うが実感が薄い ●必要だと思うがインフラ施策にお金がかかるので、あまりお金はかけられない ●今は他の施策が優先になってしまう

2-3. ワークショップ第2部前半：身近な地域資源を活用したイベントを考えよう

結婚支援にとらわれず、地域活性化につながる広い観点から、各自治体における地域資源について、グループワークを実施した。

【検討風景】



2つのグループにおいて、付箋によって出された意見を整理すると、次のとおりとなった。なお、地域資源として所属自治体の内容を挙げるが多かったため、多摩・島しょ地域の一部の地域資源を掲載する形となっている。また、記載は付箋のままとしているため、正式名称ではないものが含まれている。

図表117 身近な地域資源(Aグループ)

分類	内容	
自然	<ul style="list-style-type: none"> ●川・湧水（黒目川、落合川、石神井川の源流等） ●多摩湖 ●川沿いの散歩道（空堀川等） ●丘陵地 	<ul style="list-style-type: none"> ●坂 ●狭山丘陵、トトロの森 ●グリーンロード ●公園が多い ●桜並木
産業	<ul style="list-style-type: none"> ●日野自動車 ●ブリヂストンTODAY ●コカコーラ工場 	<ul style="list-style-type: none"> ●森永乳業多摩工場 ●大きな工場が多い
自然・産業	<ul style="list-style-type: none"> ●用水路 ●玉川上水 ●野火止用水（ほたるの里） ●短冊状地割（小平市） ●農業（果樹、体験農園） ●地場産農産物 ●地場産農産物の給食利用 ●農業体験 ●直売所 	<ul style="list-style-type: none"> ●梨（稲城市、日野市） ●ブルーベリー（府中市） ●柳久保小麦（東久留米市） ●武蔵野うどん ●東京紅茶（東大和市） ●TOYODAビール（日野市） ●梅ワイン（東久留米市）
観光スポット	<ul style="list-style-type: none"> ●多摩動物公園 ●多摩六都科学館 ●プラネタリウム ●高幡不動尊 ●新選組（ゲーム含む） ●平櫛田中美術館 ●旧日立変電所 	<ul style="list-style-type: none"> ●鈴木遺跡 ●旧吉岡住宅（国指定有形文化財） ●旧村野家住宅 ●丸ポスト（小平市） ●小金井カントリー ●ダイヤモンド富士の見える場所（東久留米駅等）
イベント	<ul style="list-style-type: none"> ●七福神めぐり ●スイーツウォーキング ●灯りまつり（小平市） 	<ul style="list-style-type: none"> ●うまかんべえ祭り（東大和市） ●オープンガーデン（小平市） ●新選組まつり（日野市）
スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツが盛ん（ハンドボールやフットサルチーム） 	<ul style="list-style-type: none"> ●FC東京 ●日野レッドドルフィンズ

分類	内容	
ゆるキャラ	●ぶるべーくん(小平市)	●うまべえ(東大和市)
大学	●大学や学校が多い ●職業能力開発総合大学校	●美大がある(多摩美術大学、 武蔵野美術大学)
グルメ	●洋菓子店が多い	●Café de 幸右衛門(東大和 市)
交通	●交通の便がよい(中央線、京 王線、多摩モノレールの駅が 多い)	●新宿から乗り換えなしで40分 弱
その他	●大規模団地	

図表118 身近な地域資源(Bグループ)

分類	内容	
自然	●川(多摩川等) ●玉川上水 ●いちょう並木 ●山	●日本の里山100選に選ばれた 里山 ●昭和記念公園 ●町田リス園 ●アキシマクジラ(昭島市)
特産品	●地下水100%水道水 ●うどん(立川市)	●のらぼう菜(あきる野市) ●はちみつ
食・にぎわい	●飲食店が多い ●田舎のご洒落たカフェ	●商圈人口100万人の中心市街 地町田駅前
施設	●企業(工場)が多い ●南町田グランベリーパーク (東急と共同開発) ●国立極地研究所 ●町田市立国際版画美術館	●武相荘(町田市) ●都内最大級の団地群(UK、 JKK、都営他) ●ドローンを飛ばせる場所(廃 校等)
ロケ地	●アニメの聖地 ●金妻でも使われた高級住宅地	●ロケ地 ●廃校 ●廃校を活用した施設
イベント	●花火	●祭り
スポーツ	●多摩川サイクリングロード ●ラグビー(キャノンイーグル ス)	●FC町田ゼルビア ●フットサル(ASVペスカドー ラ町田)
アウトドア	●タチヒビーチ(立川市)	●バーベキュー
交通	●飛行機 ●鉄道 ●モノレール	●連節バス(町田市) ●交通の利便性がよい
伝統文化	●郷土芸能 ●ふるさと体験	●軍道紙(和紙すき体験)(あきる 野市)
人材	●吹奏楽団 ●職人が多い	●防災組織

2-4. ワークショップ第2部後半：そのイベントに結婚支援のエッセンスを加えてみよう

第2部前半で、掘り起こされた地域資源を活用した結婚支援について、グループワークを実施した。なお、2つのグループにおいて、予算や場所等の制約は考えず、所属自治体単独あるいは複数自治体で行うことができる広域連携のイベント、23区から人を呼び込めるイベントという観点で検討した。付箋によって出された意見を整理すると、次のとおりとなった。

図表119 身近な地域資源を活用した結婚支援の例(Aグループ)

凡例 広：広域連携、VS：「VS 23区」として23区から集客可能

分類	内容
自然 VS	<ul style="list-style-type: none"> ●ゴミ拾い×婚活 ●川遊び×婚活 ●子どもが遊べる(公園、川遊び)イベント(シングルマザー対象) ●お花見×婚活 ●近隣市と一緒に用水路歴歩散策広
自然・スポーツ VS	<ul style="list-style-type: none"> ●グリーンロード×多摩湖サイクリング広
スポーツ VS	<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツ観戦イベント(スポーツ選手にイベントに参加してもらう等、行政と企業が連携) ●スポーツ観戦×婚活
自然・産業 VS	<ul style="list-style-type: none"> ●くだもの狩りイベント ●グルメ+体験農園 ●農業体験×婚活(うどんなどのクッキング等) ●都市農業者(男性)との出会いの場の提供
特産品	<ul style="list-style-type: none"> ●うどんづくり、スイーツづくり ●うどん文化圏の広域連携でうどん打ち体験婚活広 ●ビール列車+α広 ●各地の地酒を楽しむ婚活居酒屋。広域連携で広 ●スイーツ店めぐり婚活 ●特産品食べ歩き婚活
産業 VS	<ul style="list-style-type: none"> ●工場見学体験めぐり広 ●工場従業員を対象としたネットワークづくり(企業連携)広 ●工場×工場職員と従業員のマッチング広
大学	<ul style="list-style-type: none"> ●学生ヘライフプランや結婚のメリットを伝える場の提供広 ●大学生インターンシップでの出会いの場の提供広 ●学生対象の出会いの場広 ●30歳前後での同窓会の実施広
〇〇好き VS	<ul style="list-style-type: none"> ●歴史好きの人 ●動物好きイベント ●プラネタリウムを活用した星空カフェ ●ゲーム、アニメ好きの人 ●聖地巡礼婚活広
その他	<ul style="list-style-type: none"> ●大規模団地で多世代交流をしながら独身の人は相手を探すイベント ●各市の魅力を巡るツアー広

図表120 身近な地域資源を活用した結婚支援の例(Bグループ)

凡例 広：広域連携、VS：「VS 23区」として23区から集客可能

分類	内容
自然 VS	<ul style="list-style-type: none"> ●謎解きしながらハイキング(問題は学生に考えてもらう) ●森林セラピー ●都会の人を呼びこむ ●大学(観光学や自然を学んでいる学生)と連携
スポーツ	<ul style="list-style-type: none"> ●スポーツのルールを教えてもらって、実際に体験する ●フットサル大会(夕食付き) ●ガイド付き観戦ツアー ●サイクリングイベント ●オリンピックをからめる ●パブリックビューイング
特産品 VS	<ul style="list-style-type: none"> ●特産品を使ったワークショップ ●収穫から調理して食べるまでのイベント ●特産品を使ったバーベキュー(料理)で、おいしさを競う広 ●うど収穫イベント
伝統文化	<ul style="list-style-type: none"> ●地元の人たちに直接習う体験※初心者限定 ●地域の人とふれあうことで、移住も狙える
施設	<ul style="list-style-type: none"> ●大人の遠足、社会科見学広 ●防災体験 ●普段できない体験、非日常 ●裏からのぞける施設 ●学生時代のイベント(授業、運動会)を活用
ロケ地	<ul style="list-style-type: none"> ●ロケ地めぐりツアー広 ●ロケ地めぐりなりきりツアー ●ロケ地で「あの名シーン」を再現しよう ●フォトロケーション広
交通	<ul style="list-style-type: none"> ●モノレールで婚活パーティー(沿線の商工会対抗)広

2-5. ワークショップへの講評

ワークショップ第1部及び第2部終了後、東京都と有識者より講評をいただいた。

<東京都からのコメント>

- 身近な地域資源の検討では、さまざまなイベント案がどんどん出てくるので、参加者の所属自治体への愛情を感じた
- 地域資源を活用した結婚支援イベントを実現するにはハードルもあると思うが、いろいろな自治体の魅力を出し合い、自治体間で連携して実現できると面白いと感じた
- 東京都では庁内の連携会議を立ち上げ、各局の施策の中に結婚支援の要素を取り入れてイベント等を実施できないか、工夫を凝らしながら進めている(第2章2-2-1.参照)
 - ▶ 建設局との連携(船舶を活用した婚活事業支援)や、環境局との連携(自然公園を活用したイベント)など、それぞれの局の施策効果を高めるためのツールとして結婚支援を活用することで、企画が実現した
- 東京都では結婚支援ポータルサイトの開設を予定しており(第2章2-2-1参照)、今回のワークショップをきっかけに、各市町村において結婚支援につながるイベント等実施することになった場合は、ポータルサイトに掲載するなどにより、PRと集客で協力したい

【コメントの様子】



<有識者からの講評>

- 東京は若年人口の流入が続いており、若い人たちの流入を考えると東京が一人勝ち状態だと言える。社会政策を考える際には、対象者の人物像を考慮することが大切である。具体的には、どういう人をターゲットにするのか、その人のライフスタイルや行動、価値観等を踏まえて設定する。対象となるターゲット像を想定し、その人にとって魅力的なイベントを検討する
 - ▶ 東京では人の流入が多いが、どのように地縁をつくるかということが課題である
 - ▶ 多摩地域で思い出ができると、家族ができたら多摩地域に住もう、訪れよう、学生時代を思い出して戻ろうと思うのではないか
 - ▶ 交流人口として若者を呼び込む施策としては、「恋人たちの聖地」を作ってはどうか
 - ◇ 1コインで行けるデートプラン(500円、1,000円等)を作ってモノレール等に乗りながら多摩地域を楽しんでもらい、地縁をつくってはどうか
 - ▶ 「恋人たちのがけっぶち」として、井の頭公園の都市伝説に対して、「愛を試そう」といったイベントもよいのではないか
 - ▶ パワースポットや幽霊が出る場所等、ポジティブな面もネガティブな面も、若者には人気である
- 行政の役割はコーディネーターとして、地域で課題を感じている人たちをどのようにつなげて解決していくか、架け橋となって全体最適を考えることである

【講評の様子】



- 同窓会というアイデアは、「冠婚創生⁶⁶」に絡めて、同じ地域出身の人が全員集まる成人式の間を生かすものである。最近では2分の1成人式も流行っているが、30歳前後を対象とした1.5人前成人式があってもよいのではないか
 - お互いの連絡先を聞いて、地元の情報発信をしたり、自治体として場所を提供することで、地元のアピール、もう一度住んでもらうきっかけづくりになるのではないか
- 「VS 23区」の観点で考えると、地方の人が東京には空がないと言うが、多摩地域にはあるというアピールもあるのではないか。また23区は人間関係が希薄だが、多摩地域は適度な地域社会が残っている。23区よりも広い家に住むことができ、地域でのイベントも多い
 - 多摩地域から六本木や渋谷等までの所要時間(ただし乗換時間は含まない)をマップ形式で示すことも有効ではないか
- 若手のプロジェクトチームを作ると、感覚やアイデアが似ているので、やりやすいのではないか
 - 結婚支援は、苦勞している自治体が多いが、そういったネットワークがあると励まし合える。最初は勇気が必要だが、一歩踏み出すことで、「結婚支援がいい」という共感の連鎖を起こす
 - ◇ 共感の連鎖が起きると、地域アピール、定住、移住の機会にもつながるが、ネガティブな面から着手すると、最初の一歩を踏み出すのが難しくなる
 - ◇ 結婚支援は、さまざまな自治体で実施すればするほど、知恵も集まり、他地域への売り込みもできるようになるので、担当者は楽になるのではないか
 - ◇ 共感の連鎖を信じて、大胆に進めてほしい
- 国の助成金制度について活用状況を調べたことがあるが、全都道府県の中で東京都が一番使っていない
- 多摩地域は、地方の良いところを残しつつ適度に都会らしさがあるので、持続可能な地域になるのではないか

66 第4回結婚の希望を叶える環境整備に向けた企業・団体等の取組に関する検討会において、渥美氏が独自に提唱。自治体が目指すべきなのは、若年人口の流出に歯止めをかけた上でIJUターン施策(Iターン：生まれ育った故郷から進学や就職で別の地域に移住すること、Jターン：生まれ育った故郷から進学や就職で都会へ移住した後、故郷の近くにある地方都市に移住すること、Uターン：生まれ育った故郷から進学や就職で移住した後、再び故郷に移住すること)を推進することである。特に過疎地域にとって、冠婚は絶好のタイミングである。冠は、成人式を指し、若年者が地元に戻って一堂に会する好機でもある。また、「カン」という音には、「COM」(カンパニー・企業)、「環」(独身者を中心に行政、企業、団体・大学が手を結ぶ)という意味も込めている。

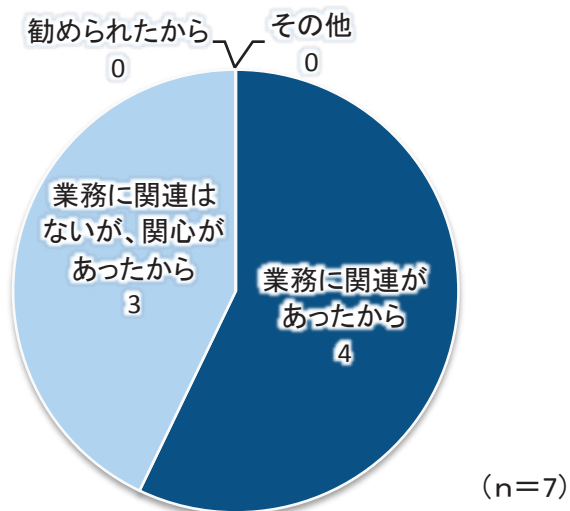
2-6. 当日のアンケート結果

ワークショップ終了後、ワークショップに参加した7自治体の職員を対象に、書面でアンケートを実施した。

●ワークショップに参加した理由

ワークショップに参加した理由としては、「業務に関連があったから」が4人と最も多く、次いで「業務に関連はないが、関心があったから」が3人となっている。

図表121 ワークショップに参加した理由(単一回答)



●公的な結婚支援の取組への考え

公的な結婚支援の取組への考えについて、「積極的に取り組むべき」と「ある程度取り組むべき」の合計は、参加前は2人だったが、参加後は7人全員となった。

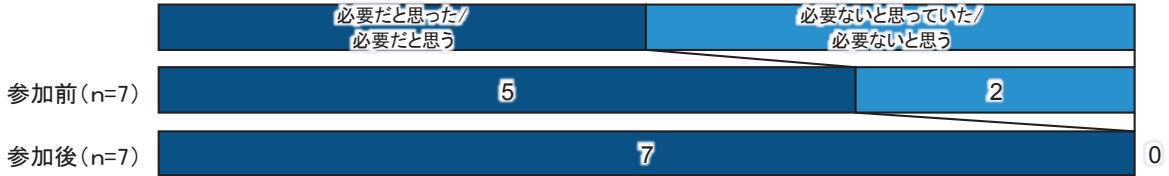
図表122 公的な結婚支援の取組への考え(単一回答)



●広域連携の必要性に対する認識

広域連携の必要性に対する認識としては、参加前は「必要だと思った」が5人だったが、参加後は「必要だと思う」が7人全員となっている。

図表123 広域連携の必要性に対する認識(単一回答)



また、参加前・参加後それぞれの理由としては、参加前は他施策より優先度が低い、単独では集客できない、狭い地域内での実施は限界があるといった理由から広域連携が必要だと思っていたが、参加後は各自治体の魅力や地域資源を伝えられるといった、広域連携がさまざまな効果を有することに気づき、より広域連携の必要性を感じる結果となった。

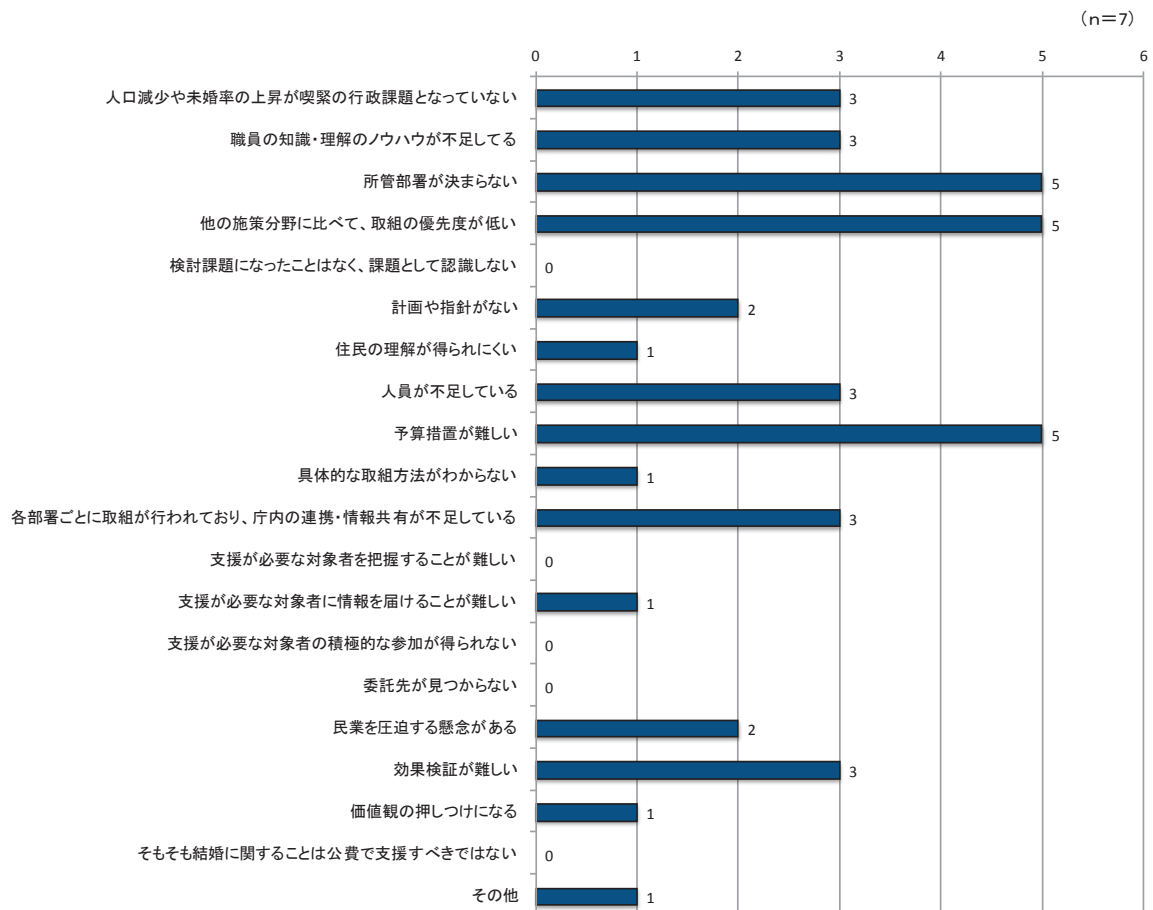
図表124 広域連携の必要性に対する認識の理由(自由回答)

分類	必要だと思っていた	必要ないと思っていた
参加前	<ul style="list-style-type: none"> ●結婚支援は成婚率が成果指標とっていたので、他施策と比較して優先度がどうしても低いと考えていた。 ●限定された狭い地域内での結婚支援の実施に限界がある。 ●結婚や少子化の研究に関わったことがあり、少子化の主因が未婚率の上昇にあることや、経済の問題と密接であることについて認識があった。 ●前から事業で行っている。 ●単独では人が集まらない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●現在の業務で他市との考え方の違いにより、本市の思うところを求めきれてない実感があり、連携でやる難しさを感じている。 ●そもそも広域連携という発想がなかった。
参加後	<ul style="list-style-type: none"> ●結婚支援を1つの切り口として、地域活性化や産業振興など他施策のゴールと結びつけることで、大がかりな変更などをしなくても実現できる可能性が高い。 ●連携参加自治体の向いている方向、考えが同じであるというのが前提だが、市で行うより連携して行ったほうが効果的で盛りあがるように感じた。 ●実施する地域(市)にも、メリットがあると感じた。 ●広域連携によって母数が増え、各市の魅力を活用できる。 ●他の自治体の資源を利用できる。 	—

●結婚支援を実施する上での課題

結婚支援を実施する上での課題としては、「所管部署が決まらない」「他の施策分野に比べて、取組の優先度が低い」「予算措置が難しい」がそれぞれ5人と最も多く、次いで「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」「職員の知識・理解のノウハウが不足してる」「人員が不足している」「各部署ごとに取組が行われており、庁内の連携・情報共有が不足している」「効果検証が難しい」がそれぞれ3人となっている。

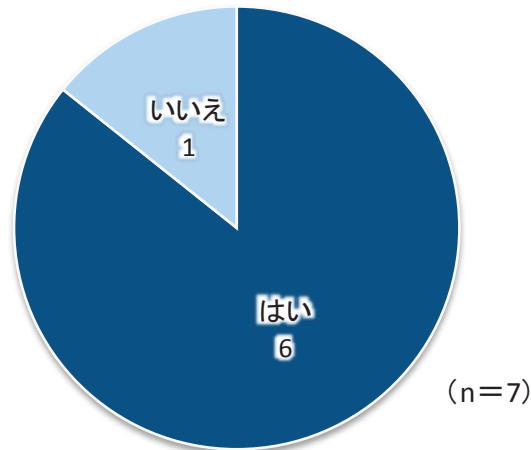
図表125 結婚支援を実施する上での課題(複数回答)



●ワークショップを通じて課題解決策が見つかったか

ワークショップを通じて課題の解決策が、「見つかった」が6人、「見つからなかった」が1人であった。

図表126 ワークショップを通じて課題解決策が見つかったか(単一回答)



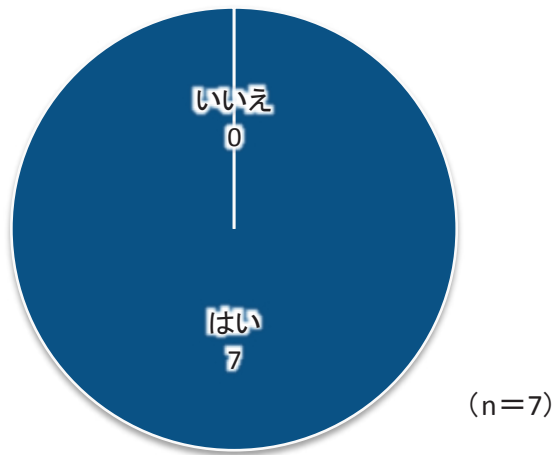
図表127 ワークショップを通じて課題解決策が見つかったかどうかの理由(自由回答)

分類	内容
見つかった	<ul style="list-style-type: none"> ●効果検証を広くとらえるとよいと分かった。 ●行政が行う目的が分かった。 ●既存の事業に追加することで、取り組みやすくなる。 ●多少ではあるが、若者への支援の延長、子育て世帯への支援へのつなぎという位置づけなら納得できる。 ●取り組むための目的は見つけられた。
見つからなかった	<ul style="list-style-type: none"> ●庁内でのコンセンサスの課題がある。

●結婚支援に活用できる地域資源が見つかったか

7人すべてが、ワークショップを通じて結婚支援に活用できる地域資源が、「見つかった」と回答している。

図表128 結婚支援に活用できる地域資源が見つかったか(単一回答)



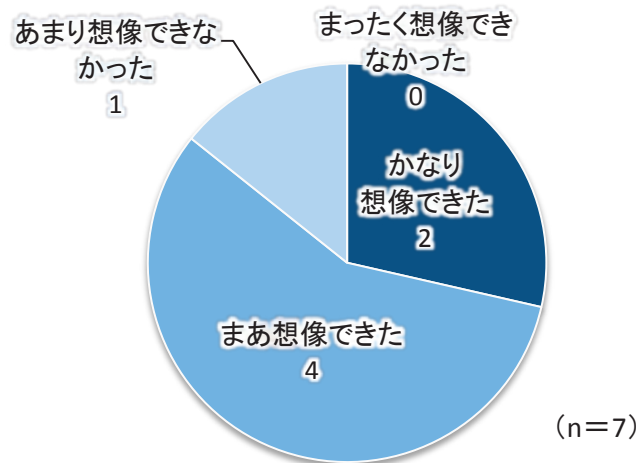
結婚支援に活用できる地域資源が見つかった理由として以下が挙げられた。

- 23区に対抗できるヒト・モノ・コト。例えば、ほどよい地縁、自然、魅力的な人財。
- やり方はもっと工夫してよいと思った。もう少し、民間や市民団体等で実施できるようにしたい。
- どんなことでも、活用できそうだという印象を持った。
- 今あるものでも見方を変えれば資源になる。
- 元々ある地域資源を活用できることが分かった。

●自分が所属している自治体で取り組めるメニューが具体的に想像できたか

自分が所属している自治体で取り組めるメニューが具体的に想像できたかどうかについては、「まあ想像できた」が4人と最も多く、次いで「かなり想像できた」が2人であった。

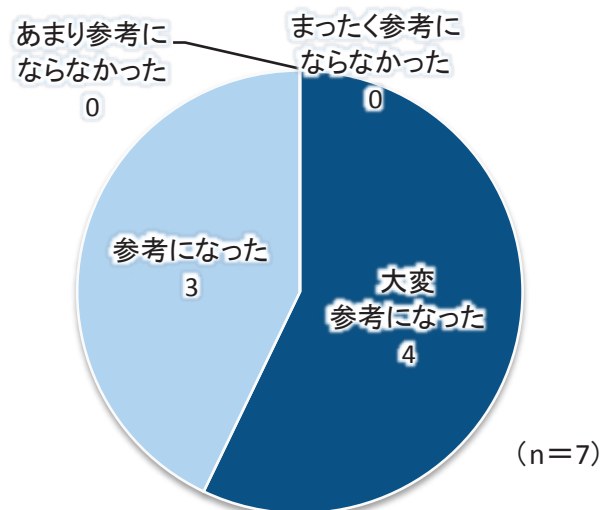
図表129 所属自治体で取り組めるメニューが具体的に想像できたか(単一回答)



●ワークショップへの満足度

ワークショップへの満足度については、「大変参考になった」が4人と最も多く、次いで「参考になった」が3人であった。

図表130 ワークショップへの満足度(単一回答)



●その他要望等

その他の要望、意見として以下が挙げられた。

- 結婚支援に既に取り組まれている自治体で庁内検討組織・PTの様子や立ち上げの経緯などを知りたい。
- 結婚支援に取り組む必要性について、詳しく記載してほしい。
- 広域連携の必要性、有用性を感じた。ハードルは高いが、実現すれば良いと思う。
- 自治体の中で、なかなか取組が進まない分野だからこそ、大変参考になった。

3. ワークショップの考察

結婚支援を取り巻く課題と必要性を検討した際には、自治体として結婚支援に取り組む必要性を感じているものの、他の施策に比べて優先度が低い、結婚は個人の問題なのであまり踏み込めない等といった理由で結婚支援を実施する段階には至っていないという意見が多くみられた。

しかし、その後、身近な地域資源を活用したイベントを検討したことで、多摩地域には、23区とは異なる魅力的な地域資源や、23区から集客可能な地域資源・イベントが数多く存在することを参加者自身が体感できた。また、地域資源を活用したイベントを開催することで、多摩地域の良さをPRし、「また訪れたい」という気持ちにつなげることができる可能性に気づくこともできた。

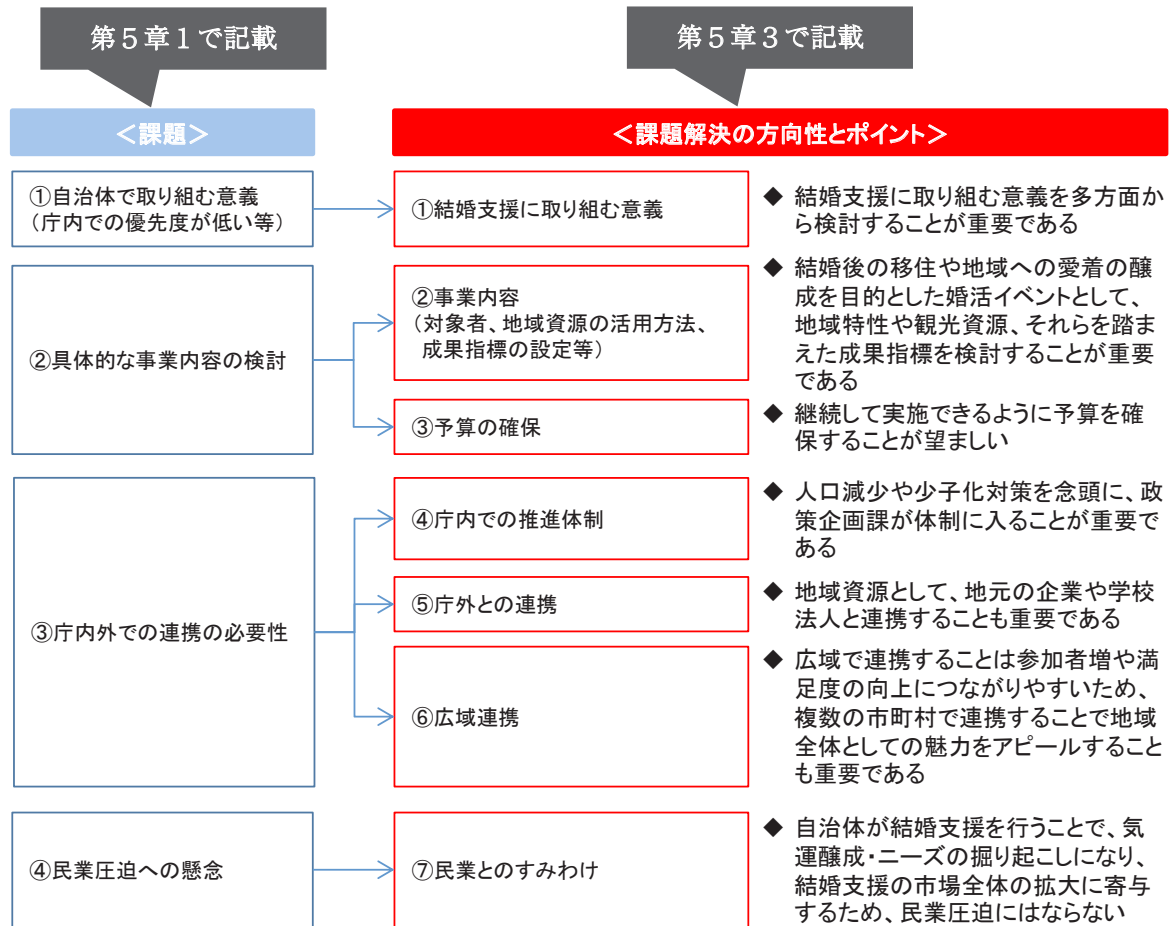
さらに、地域資源を活用したイベントに、結婚支援の要素を盛り込むという視点で考えることで、結婚支援自体の検討も容易になることが分かった。この考え方は東京都も実践しており、イベントの成功につながっていた。

地域資源を活用したイベントについて、多摩地域の地域資源の認知度を向上させ、「また訪れたい」という気持ちにつなげることを主な目的としつつ、結婚支援の要素を盛り込んで検討することで、多摩地域ならではの結婚支援になると考えられる。この「結婚支援を念頭に検討するのではなく、地域資源から検討を始めることで、結婚支援につながる」という点が重要だ。

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¹。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"> ・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
<ul style="list-style-type: none"> ・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)

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)⁶⁷

◎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)

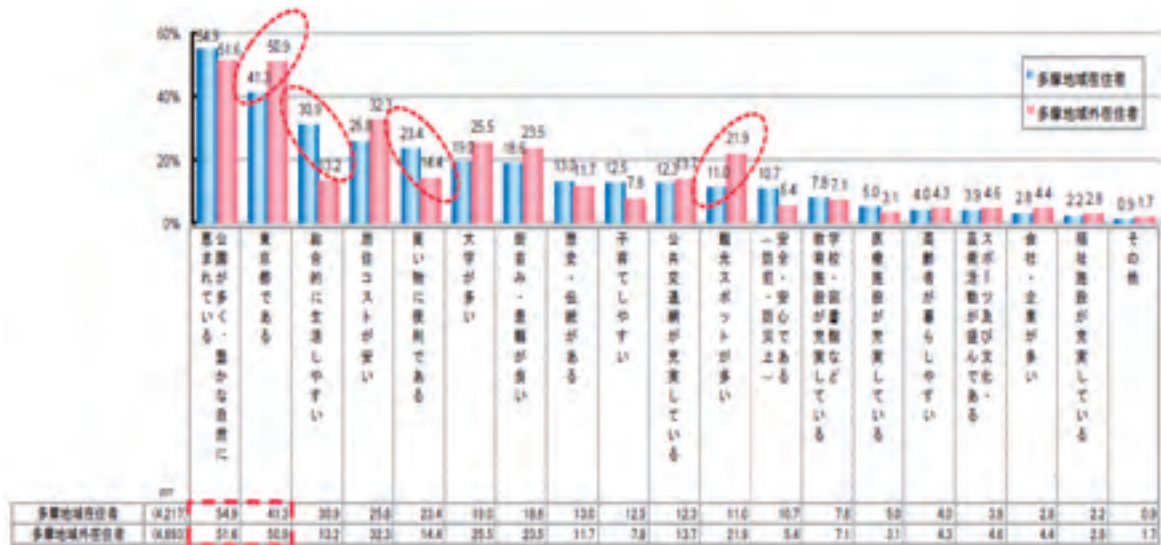
2-2. 住民が考える地域資源

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。

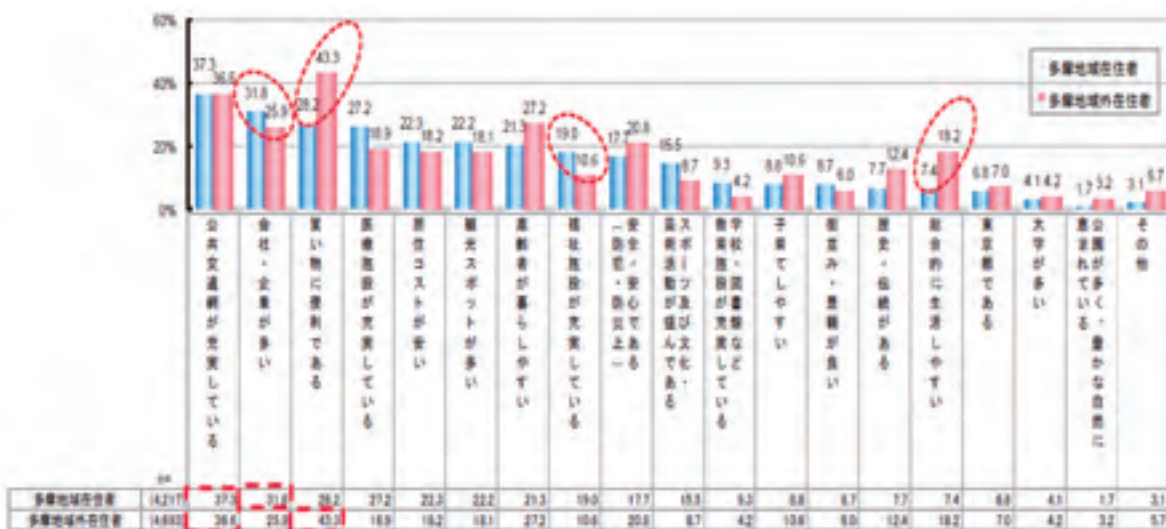
図表135 多摩地域在住者と地域外在住者が考える多摩地域の「強み」の比較⁶⁸



(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⁶⁸



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⁶⁸

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		
	認知率	訪問率	認知率	認知率	訪問率	認知率	認知率	訪問率	認知率
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
多摩川	84.2	14.0	80.0	70.0	48.0	75.0	70.0	48.0	75.0
高尾山	79.4	20.2	74.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
よみうりランド	83.2	34.8	78.0	70.0	50.0	75.0	65.0	45.0	70.0
多摩動物公園	74.3	20.4	68.0	60.0	40.0	65.0	55.0	35.0	60.0
サンシャインロード	40.2	10.4	35.0	30.0	15.0	35.0	25.0	10.0	30.0
多摩センター	71.8	40.5	66.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
東京マーンロード	39.5	10.0	34.0	25.0	10.0	30.0	20.0	8.0	25.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
三軒の森キャンプ場	24.0	6.0	19.0	15.0	5.0	20.0	10.0	3.0	15.0
緑の森キャンプ場	35.4	10.0	30.0	25.0	8.0	30.0	20.0	7.0	25.0
阿久保山公園	70.0	18.1	65.0	55.0	35.0	60.0	50.0	30.0	55.0
JA東京農業	50.0	10.0	45.0	35.0	10.0	40.0	30.0	8.0	35.0
多摩動物公園	78.0	47.0	73.0	63.0	43.0	68.0	58.0	38.0	63.0
高尾山	80.0	31.1	75.0	65.0	45.0	70.0	60.0	40.0	65.0
多摩動物公園	78.2	28.2	73.0						

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。

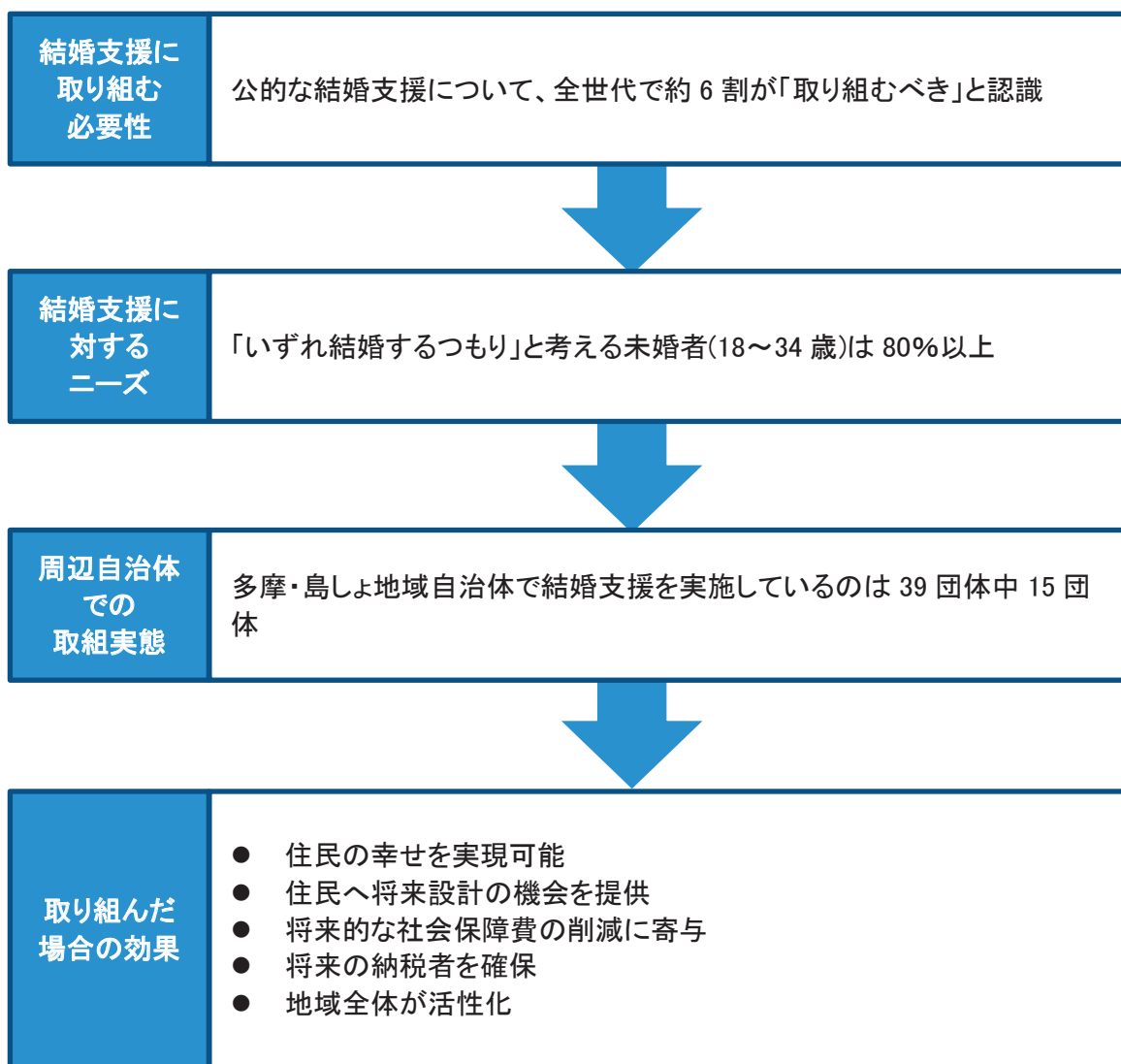
東京都内の自治体では子どもを産んで人口を増やすための結婚支援ではなく、結婚支援以上に中高年の独身者（離・死別者を含む）への支援、対策を強調するほうが望ましい。23区外では今は親と同居しているために大きな問題とはなっていないが、今後20～30年で大きな課題となると予測する。

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

<地縁づくり>

- **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。

<施設活用>

- **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

<課題解決の方向性とポイント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

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。

<交付金や補助金を活用した事例>

●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。

<交付金や補助金を活用しない事例>

●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

<課題解決の方向性とポイント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

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

<課題解決の方向性とポイント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

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"> ●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 ●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
行政独自の視点	<ul style="list-style-type: none"> ●地域に定着することを前提としている ●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 ●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 ●結婚支援に関わる組織どうしを結びつけることが可能

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。

公益財団法人 東京市町村自治調査会

1986（昭和61）年10月に、市町村の自治の振興を図ることを目的に東京都全市町村の総意により設立された行政シンクタンクです。

多摩・島しょ地域の広域的課題や共通課題に関する調査研究・普及啓発のほか、市町村共同事業、広域的市民活動への支援等を行っています。

本書は、公益財団法人東京市町村自治調査会及びコンサルタントによる共同調査方式で作成しました。

公益財団法人 東京市町村自治調査会	株式会社 インテージリサーチ
永尾 昌文 調査部長（東京都派遣）	田守 綾 研究員
鬼頭 敦子 研究員（町田市派遣）	櫻木 祐輔 研究員
白坂 奈往 研究員（調布市派遣）	説田 梨奈 研究員
大神田ひとみ研究員（立川市派遣）	錫木圭一郎 主任研究員

2019年3月発行

結婚支援を糸口とした少子化対策及び 地域活性化に関する調査研究報告書

発行 公益財団法人 東京市町村自治調査会
〒183-0052 東京都府中市新町 2-77-1 東京自治会館内
TEL：042-382-7722 FAX：042-384-6057
URL：http://www.tama-100.or.jp

委託 株式会社 インテージリサーチ
〒203-0053 東京都東久留米市本町 1-4-1
TEL：03-5294-8325 FAX：042-476-1388
URL：http://www.intage-research.co.jp

印刷 プリンティングイン 株式会社
〒180-0012
東京都武蔵野市緑町 1-5-1 東海グリーンパークビル 2F
TEL：0422-54-0051 FAX：0422-56-2951
URL：http://www.pico-net.com/

結婚支援を糸口とした
少子化対策及び地域活性化に関する
調査研究報告書

