

地域婚活と地域活性化の諸問題に関する研究

実施担当研究員：中挟 知延子（研究員、国際地域学部国際地域学科教授）

古田 富彦（客員研究員）

小浪 博英（客員研究員）

対象：「ぐんま赤い糸プロジェクト（あいぷろ）」事業および「街コン」

研究期間：平成 25 年 4 月～平成 26 年 3 月

1.研究の背景と目的

現在、我が国ではジェンダー規範・男女結婚観にギャップがあり、適当な相手にめぐり合わない、結婚後の生活資金が足りない、自由や気楽さを失いたくないなどの理由で未婚化・晩婚化が進行している。特に地域では少子高齢化と過疎化が進行している。結婚する、しないという自由度は高まっているが、我が国として大きな社会問題であることは確かである。

独身男女の出会いの場を提供するのは、もっぱら営利目的の民間事業者または「おせっかい役の仲人」だと思われていたが、そのような仲人が減っているのが現状である。そのため、地方自治体が直接、婚活支援を手掛けるケースが多数見出されるようになった。それは自治体の持つ信用力を活用して少しでも多くの独身男女の出会いと結婚の機会を創出することにより長期的には地域活力を高め、少子高齢化に歯止めをかけ、過疎化防止に繋がると考えられるからである。一方、「街コン」は「出会い」「グルメ」「店舗繁盛」「地域活性化」を狙いとし、近年全国各地で盛んに開催されている。

平成 23 年度に開始し、最終年度を迎える本研究は「ぐんま赤い糸プロジェクト（あいぷろ）」事業¹⁾に係わる自治体や協賛団体が実施している婚活支援と「街コン」の実態を調査し、関連する諸問題と地域活性化への方策について研究する。

2.研究内容

(1) 未婚化・晩婚化・少子化を巡る現状²⁾

1980 年の日本では、男女とも 30 代前半までに多くが結婚しており、生涯未婚率は男性 2.60%、女性 4.45%であった。しかし、急速な晩婚化・未婚化に伴い、2010 年では男性 20.14%、女性 10.61%に達している。こうした晩婚化・未婚化の進行は、少子化の、そして人口減少社会の大きな要因となっている。18～39 歳の未婚者の 9 割弱が結婚願望を抱いているが、異性の交際相手がいない割合は、男性で 6 割、女性で約 5 割に上っている。しかも、その半数弱が「交際を望んでいない」と冷めている。結婚相手の候補となりうる交際相手がいる若者は限定的である。夫婦の子供数（平均 1.96 人）だけでなく、結婚以前の男女の出会いまで、大きな変化が表れ始めている。背景には、結婚の社会規範の薄まり、恋愛結婚の増加、自分で「理想の相手」を見つけることの難しさ、若年雇用の不安定さや、結婚や出産に対する価値観が変わったことなど、さまざまな理由があると思われる。政府は平成 25 年 3 月 25 日に有識者による「少子化危機突破タスクフォース」を発足し、具体策を検討した結果を 6 月 7 日に少子化社会対策会議において決定した。また、自民党の議員連盟「婚活・街コン推進議連」の設立総会が平成 25 年 11 月 26 日に国会内で開かれた。会長の小池百合子議員は総会で「少子化対策と地域活性化という 2 つの国家的課題をいっぺんに片付けてしまう」と強調している。以上の状況から平成 26 年度から各地の婚活・街コン事業への国策としての支援が検討されている。

(2) 「ぐんま赤い糸プロジェクト（あいぷろ）」事業について¹⁾

「あいぷろ」は依然進行する未婚化・晩婚化を受け、群馬県少子化対策・青少年課が独身男性の多い職場、独身女性の多い職場があることに着目し、従業員の出会いの確保について本事業に賛同する企業・団体のネットワーク化を図り、結婚を考えながらも出会いの機会が減少している独身男女の交流を促進しようとするものである。具体的には、独身者の出会いの場への参加案内を行う群馬県内の企業、団体、自治体等を「会員団体」として、また、会員団体向けの様々な「出会いの場」を企画・運営する県内のホテル、レストラン、旅行代理店等を「協賛団体」として募集し、協賛団体が企画したイベント情報を会員団体の独身者等へ案内することで、出会いの場を

提供することとしている。また、会員団体に属していない独身者を個人での登録者として受け付ける「社会福祉協議会」等とも連携している。

① 「あいぷろ」の仕組み

イベント実施までの仕組みと流れは、図1のとおりである。以下の組織で構成されている。

「協賛団体」・・・イベントを企画・運営する群馬県内の団体

「会員団体」・・・群馬県内の企業・内部組織などで、その構成員はイベントに参加

「個人登録」・・・社会福祉協議会等と連携し、会員団体に属していない独身者を個人での登録者として受付

イベントの実施は群馬県に登録した「協賛団体」で行い、イベントへの参加は「会員団体」として登録した企業・団体の構成員と「個人登録」を行った社会福祉協議会等結婚相談登録者である。イベントの情報は、「あいぷろ」のウェブサイトや携帯サイトに随時掲載（会員団体へは掲載情報をメール配信）され、時には新聞広告、ちらし、ファックス、電話などが主催者から発信される。参加と申込については、独身者はパソコンや携帯サイトでイベント情報をチェックして個人で協賛団体に直接申し込むことになっている。

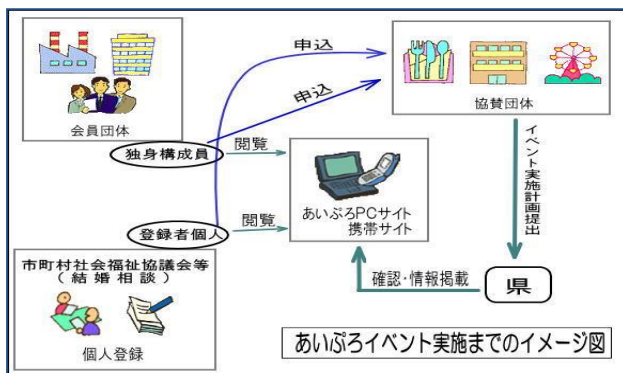


図1 「あいぷろ」の仕組みと流れ

② 「あいぷろ」の現状

第1回イベントの行われた平成20年3月2日のカップリングパーティーから、平成25年10月31日まで309回のイベントが実施されたが、参加者数は延べ7,480名（男性3,858名、女性3,622名）、イベントで成立したカップルは753組で全体の約20%に相当する。実際の成婚数は報告があったもののみで16組である。「あいぷろ」はカップル成立までの事業であり、その後結婚するかどうかは各自の判断と責任としている。結婚したカップルには主催者に報告するように依頼しているが、義務付けてはいない。現在までの成婚率は明白ではないが、長期的には地域活性化、少子高齢化防止につながるものと期待され継続されている。以下、「あいぷろ」事業についてのいくつかの実績データを示す。

i) 事業実施状況

表1に平成25年10月31日時点までの総括した数値を示す。ただし、平成23年度は東日本大震災のため平成23年3月14日から5月末までイベント開催を一時休止している。「番外編」は地域団体との連携によるもので「会員団体」や「個人登録」以外の参加者も含まれている。イベントの形式と開催地域は以下のとおりである。

《イベント形式》

パーティー形式（約6割）、バーベキュー、料理教室、バスツアー、農業体験、乗馬体験、ボーリング、ゴルフ等

《イベント開催地域》

前橋、高崎（両市で約6割弱）、渋川、沼田、安中、太田、桐生、伊勢崎、みどり、片品、みなかみ、昭和、下仁田、南牧、上野、板倉等

表1 年度別事業実施状況

(H25. 10. 31 現在)

各年度	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25. 10. 31	備考
会員団体数	87	166	269	285	298	333	366	
協賛団体数	4	10	27	42	43	48	55	
イベント数	1	23	39	75	※52	63	56	
累計	1	24	63	138	190	253	309	
成婚組数	-	1	2	5	4	4	0	
累計	-	1	3	8	12	16	16	
参加人数	延べ 7,480名 (男性3,858名、女性3,622名)							注1
カップル成立数	753組 (イベント当日のカップリング結果累計)							
独身会員数	男性23,163人、女性14,251人							

群馬県少子化対策・青少年課『ぐんま赤い糸プロジェクト実施状況』(平成25年10月31日)より引用

注1: 外編での参加人数及びカップル成立数については、平成25年4月以前については、データなし。

ii) 県下諸機関との連携

以下に群馬県下のいくつかの機関との連携状況を示す。

- ・ 社会福祉協議会等との連携 (個人登録受付)
連携団体数: 9 か所 (桐生・沼田・館林・藤岡・富岡・下仁田・南牧・高崎の各社協と板倉町)
個人登録者数: 541 名 (男性 275 名、女性 266 名) ※10 月末現在
- ・ ぐんま縁結びネットワークとの連携 (会員団体として登録)
※10 月末現在登録者数: 408 名 (男性 255 名、女性 153 名)
- ・ 他団体、民間団体との連携
番外編イベント: 地域団体 (農業、製麺業組合の青年部など) との連携 (主に地域団体男性の交流事業・配偶者対策として開催)
協賛イベント: JR 主催の婚活列車日帰りイベント (平成 24 年 7 月 7 日) 参加者募集協力 (会員団体への周知)
HP リンクによる PR 協力 「街コン」: 前コン (前橋市)、高コン (高崎市)、ISE コン (伊勢崎市)、伊香保コンパ (渋川市)

(3) 「あいぷろ」現地調査

イベントの現地調査については、事前に主催者の承諾を得てから取材を行った。平成 23 年度は、前橋市川原町、利根郡片品村、高崎市椿町、邑楽郡板倉町 (2 回)、甘楽郡下仁田町および太田市西矢島町の 7 イベントを調査した。平成 24 年度は、甘楽郡下仁多田町、甘楽郡南牧村、高崎市島野町、太田市新田金井町、多野郡上野村、邑楽郡千代田町、邑楽郡板倉町 (写真 1、2) および桐生市織姫町の 8 イベント、およびコミュニケーション力やホスピタリティーを指導する高崎市下乃城町での婚活セミナーを調査した。本年度は、H25.8.18 高崎市飯塚町で実施された「婚活イベント「ぐんぐんまりっじ」at ヴィラ・デ・マリアージュ」(ぐんまを元気にする会主催)を調査した。男性 27 名、女性 31 名が参加し、7 カップル(男性 26%、女性 23%)が成立した。主催者がイベントに新しい創意工夫をし、会員が一致協力して熱心に取り組み、イベントを成功裡に収めていることに感銘を受けた。なお、本カップルの結婚式にはウェディングドレスを進呈するとのことであった。

いずれも基本的なイベントの流れは、①受付、②プロフィールカード記入、③1対1トーク (約 2 分間)、④立食パーティーまたは体験 (バーベキュー、こんにやく作り、パン作り、バター作り、ゲームなど)、⑤フリートーク、⑥カップリング、⑦カップル発表もしくは⑥相互に意中の男女が連絡先を交換、⑦なし、である。何れも主催団体、協賛団体の担当者やボランティアが周到な企画とともにイベントを一丸となって盛り上げようとする活躍の様子が印象深い。「あいぷろ」はカップル成立までの事業であり、その後の結婚まではカップル各自の自己責任としている。主催者に結婚の報告をするように依頼はしているが、義務付けてはいないので正確な成婚率を把握することが難しい。長期的には少しでも成婚率が上がれば、地域活性化、少子高齢化防止に役立つ活動として位置づけることができる。



写真1 縁結び、みんな揃って神頼み



写真2 野外パーティーの様子（邑楽郡板倉町）

(4) 「街コン」について

「街コン」とは、街を盛り上げる合コンの意味である。一般的な合コンと異なり、参加者は少ない場合でも100名以上、規模の大きいものでは3,000名にもなる。「街コン」は情報サイトで開催募集情報が発信され、申込、参加費支払すべてネットで行われている。同性2名以上1組で申込み、所定の日時・場所で受付、リストバンドなどの参加証を受取り、開催地区の定められた複数の飲食店を廻る。各店舗でリストバンドなどの参加証を呈示することで、制限時間内（3～4時間）であれば定額で飲食が可能という内容で開催されるものが多い。発祥は2004年8月に開催された栃木県宇都宮市の「宮コン」でこれまで48回も開催され参加者は1回に3,000人を集めるほどになっている。こういった取り組みが話題となり各種メディア等でも取り上げられ、今や全国各地で開催されるまでになった。現在、全国組織として（社）日本街コン協会と街コンジャパン（リンクバル社）がある。「出会いの場創出」「飲食店等の販促」「地域活性化」が融合した大型合コンイベントとして全国的に盛況で、今後も更なる拡大が予想される。「復興の力」になるとして、東日本大震災の被災地でも活発に実施されている。イベント当たりの参加費合計約150～1,000万円、参加のための交通・宿泊費、店舗繁盛、地元商店売り上げ増加、観光収入などの経済効果と地域活性化が期待される。気の合った男女はお互いに連絡先を交換しているが、カップル成立の報告義務はなく、各自の判断と責任としている。そのため結婚へ至る成婚率のデータはないが、全国的に膨大な数の参加者であり、出会いの機会の絶対数が多いので今後の成り行きが期待される。

本年度は5月18日(土)19:00～23:00開催された第44回宮コン(写真3)および宮コン実行委員会会長 佐々木 均 氏に取材を行った。

参加者は19:00指定された店舗集合、19:30～23:00移動自由

参加人数：合計1,500名（男性750名、女性750名）、男性も女性も2人1組で参加

参加費：男性7,000円、女性3,500円（早割2,500円）

主催団体：宮コン実行委員会 参加店舗：約60店舗

- 1) 「街コン」のルーツである宮コンは、平成16(2004)年8月に宇都宮で産声を上げた。第1回は参加人数170名、参加店舗4店舗であったが、現在では参加人数約3,000名、参加店舗約60店舗に発展した。チェーン店は永続性に疑問があるので除外。年4回定期および番外編を開催し、年間2万人の参加があり、経済効果は年間約3億円余である。
- 2) 「街コン」は現代の村祭り、出会い難民の救済所。独身チェックなどはしていないが、宮コン参加者は市内、県内、県外からそれぞれ1/3位。成婚率は低いかもしれないが、参加者数が多いので今までに成婚数は50組以上。結婚祝い金などの特典は与えていない。
- 3) 「街コン」業者の参入が容易であるため、粗悪イベントなどの問題が出ている。安全・安心な質の良い「街コン」とするために約25団体が集まり、2012年9月25日に宮コン実行委が中心となって「(社)日本街コン協会」を設立。11月21日に第1回「街コンサミット2012」を宇都宮市で開催。「街コンの日」(11月21日)と「街コン4ヶ条」(「街を知る者が主催している」

「街と連携が取れている」「街に賑わいをもたらす規模である」「街の幸せを目指している」を制定。

- 4) 宮コンスタッフは実行委員会事務局に常勤2名、ボランティア10名～20名。2012・13年度の2年間は県からの補助金、それ以降の事務所維持のための資金的当てはない。
- 5) 質の良い「街コン」は永続性があり、地域活性化、少子化防止対策のみならず日本経済を救うものである。国策としての支援と大々的なキャンペーンが望まれる。
- 6) 参加者は男女とも出会う相手により籤運同様悲喜交々、一時的な出会い、またはあわよくば良い出会いを期待して共に飲食を楽しむことで店はどこも活気に溢れていた。

3.考察

出会いを目的としては、(A)お見合い、(B) 婚活に力点を置いたカップリングパーティー、(C) 合コン、(D) 友人の紹介、といったものがあるが、図2に示すような位置づけになると考えられる⁴⁾。「あいぶろ」イベントは(B)、「街コン」は(C)に位置づけられる³⁾。従って、「街コン」は婚活としては非効率的ではあるが、全国的に参加者数(平成25年「街コンジャパン」で225万9千人強⁴⁾)が多く出会いの機会も多いので多くの成婚数が期待され、少子化対策に有効なイベントと考えられる。

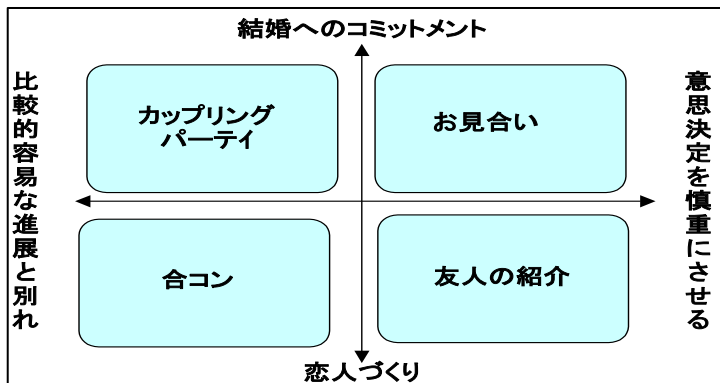


図2 出会いの位置づけ



写真3 宮コンの受付風景

「あいぶろ」イベントは、群馬県が社会福祉協議会等と連携して関与し、主催者が自治体、その傘下の商工会議所や農協青年部、その他協賛団体であることから公共性が高く信頼があり、納得できる安心さが背後にある。参加費が数千円程度と少ない費用であるため、安心して応募できる。カップル成立までの事業であり、その後の結婚までは各自の判断と責任としている。主催者に結婚の報告をするように依頼はしているが、義務付けてはいないので正確な成婚率を把握することが難しい。長期的には成婚率アップにより多くのプラス効果があるが、成立したカップルが結婚に至るまでに相談できる適切なアドバイザーが必要と思われる。そのためには主催者はボランティアの結婚アドバイザーを認定し、当該カップルから承諾を得てから当該アドバイザーに託し、成婚率を高めることを提案したい。また、結婚の報告を義務付けるとともにイベントを通じて結婚したカップルには主催者が結婚祝い金や記念品贈呈など何らかの特典を与えることも提案したい。さらに結婚して定住人口増加につながるよう、より細やかな工夫が求められる。

出会いは第一印象、相性(性格、価値観など)、お互いの条件(職業、学歴、年収、趣味など)を互いに確かめ合うことであるが、男女ともにホスピタリティー、コミュニケーション力の不足が甚だしい。イベント前に「自分を変える勇気を持ちませんか?—男性限定の婚活特別セミナー」(株)岩田教育・経営研究所)や「婚活必勝講座」(板倉町)を受講させてから婚活イベントに参加させることは注目に値する。地方自治体、地域の商工会青年部、農協青年部、協賛団体およびボランティアが一丸となって協力し、一生懸命に創意工夫をして取り組んでいる婚活支援イベント活動は地域の絆を育み、地域を活性化している。

「街コン」はいわゆるその街・地域が一体化して開催する大規模合コンイベントであり、地域活性化対策と少子化対策双方の起爆剤になる方策で全国的に広まりつつある。「街コン」のKey Wordsは「参加者」「主催者」「参加店」「地域」がすべて“Win Win”であること。男性2人、女

性2人が経験上ベストな応募方式であること。問題点は、インターネットによる公募、申込、クレジットカードによる参加費事前納入のため、偽コン詐欺が簡単であること、参加者が独身であるかどうか確認できないこと、梯子酒を伴う合コンであり、悪質なナンパ師に騙されるおそれがあること、「主催者」「参加店」が商業第一主義に走るおそれがあること、トラブル・事故、男女間の責任問題などがすべて参加者の自己責任となっていることなどが挙げられる。主催者は開催にあたって規則やトラブル防止策を一層整備するとともに全国的には安心安全な出会いを担保する認証制度を徹底する必要がある。「街コン」は一過性の現象で終わるのか、それとも文化的イベントとして定着していくのか。それは主催者側の戦略に依存する⁵⁾。すなわち、「出会いの場」の提供の仕方、「開催頻度」と「独自性」を考慮した「限定感・希少性」の深化（陳腐化の回避）、「地域内新規および地域外参加者の獲得」による「規模の拡大」（みんなが行くなら私も行くという大量動員の誘発）に依存するものと考えられる。

4.まとめ

- (1) 営利目的の民間事業者による婚活事業に比べて「あいぷろ」事業に係る地域婚活は数千円程度の少ない費用でイベントに参加できる。ただし、カップル成立までの事業である。成立したカップルをフォローアップして結婚に至るまでに主催者は、ボランティアの結婚アドバイザーを認定し、当該カップルから承諾を得てから当該アドバイザーに託し、成婚率を高めることを提案したい。
- (2) プロフィールカードには番号、氏名、年齢、住所、職業、趣味、セールスポイントのみならず学歴、勤務先、年収などの情報もお互いに交換させる。カップリングを成功させるには主催者の熱意、創意工夫、参加者への気遣いが非常に大切である。イベント前に主催者が講演会やセミナーを開催し、参加者に結婚、エチケット、マナー、会話の仕方、カップル成立後のつきあい方などについて受講させることは有意義である。
- (3) 婚活支援、カップル成立から結婚、定住、地域活性化に繋がるまでにタイムスパンがあり、婚活支援の効果を定量的に把握するには相当な年数が必要である。婚活支援事業は、地方自治体、地域の商工会青年部、農協青年部、協賛団体およびボランティアが一丸となって協力し、熱心に創意工夫して活動することによって地域の絆を育み、地域を活性化している。
- (4) 市街地まるごと会場にした飲み会、大型合コンいわゆる「街コン」は、「参加者」「主催者」「参加店」「地域」がすべて“Win Win”であるべきでトラブル発生は致命傷になりかねない。主催者は開催にあたって規則やトラブル防止策を一層整備するとともに全国的には安心安全な出会いを担保する認証制度を徹底する必要がある。
- (5) 「街コン」は婚活としては非効率的ではあるが、全国的に参加者数が多く出会いの機会も多いので多くの成婚数が期待され、少子化対策に有効なイベントである。また、主催者側の戦略により文化的イベントとして定着するものと考えられる。
- (6) 信頼性のある「地域婚活」事業および質の良い「街コン」事業は、地域活性化と少子化防止対策のみならず日本経済を救うものである。国策としての支援と大々的なキャンペーンが望まれる。

5.今後の課題

「婚活イベントと地域活性化に関するシンポジウムまたはフォーラム」の開催

参考文献

- 1) 「ぐんま赤い糸プロジェクト（あいぷろ）」ホームページ
- 2) 平成25年版 厚生労働白書
- 3) 街コン掲載記事、URL(<http://machicon.jp/index.php>) (2012)
- 4) 街コンデータ/街コンまとめ、URL(<http://machicom-maticome.com>) (2013)
- 5) 富永朋信「全国各地で大ブームの「街コン」は“リアル版 Facebook”か」2011年12月、街コンメディア掲載情報、<http://machicon.jp/media>(2013)