

## 平成29年度秋田県地域少子化対策重点推進事業計画書

### 【秋田県の出会い・結婚支援事業について】

秋田県の出会い・結婚支援事業は、一般社団法人あきた結婚支援センター（構成団体（県、全市町村、8民間団体）を核として事業を実施しており、センターが行う事業は、会員登録制のマッチング（お見合い）事業を柱に、連携団体（すこやかあきた出会い応援隊（117団体）が企画運営する県内各地で開催される「出会いイベント」の実施（159回、2,997名参加）とメルマガ会員（3,576名）に対するイベント情報提供、「地域の世話焼きさん」である結婚サポーター（274名）による地域における結婚支援の取組、会員団体（314団体）として登録した企業同士の「企業間交流会の開催」等を行っており、官民が連携した様々な事業を実施している。※数値は全て平成28年度末現在

平成29年度に秋田県が地域少子化対策重点推進交付金を活用し実施する2つの事業は、一般社団法人あきた結婚支援センターへの委託事業及び補助事業である。

### 【課題】

センター事業の課題は、①会員登録者数の伸び悩み、②地域における結婚支援（サポーターの取組支援）に係る成婚者の伸び悩みなどがあげられる。そのため県の結婚支援の効果を波及させるためには、様々な主体が共に連携しながら結婚を希望する独身者に効果的に働きかけていくことが重要である。

また、県内市町村の結婚支援の取組状況には温度差があり、婚活イベントの自主的な開催や結婚サポーターとの連携を既に図っている自治体がある一方で、それらを実施出来ずにいる市町村も存在する。地域による温度差は、①地域内での企業・団体等との連携不足と人材不足、②活動のベースとなる情報の不足、③自治体規模が小さい町村の取組の限界、などがあげられる。

これらの課題に取り組むため、既に連携が図られているあきた結婚支援センターの各構成団体（県・全市町村・各民間団体）との定期的な協議の場（県内3地域の各結婚支援センターに広域連絡協議会を設置）を設け、それぞれの地域における結婚支援の活性化について議論するとともに、あきた結婚支援センターの「会員団体」や民間構成団体の傘下企業などの「結婚支援に対する取組状況」を訪問・調査し、センター事業への参加を促しながら取組の活性化を図る。さらに既存の事業とも連携しながら、地域の特色を活かしたより効果的な結婚支援を実践していくための仕組みを構築する必要がある。

また、柱の取組である会員登録制のマッチングについても、登録会員数の伸び悩みについては、センターで3年間婚活を続けたが、成婚に至らなかった会員は、自分が望む相手と出会わなかったり、交際が上手くいかないことなどから行き詰まりを感じ、更新して婚活を続ける気力が無くなってしまっていることや、センターは県内3カ所を設置拠点としているものの、拠点から離れた小規模自治体の独身者にとっては、センターまでの移動に煩わしさがある、などが考えられる。こうした状況を改善するため、マッチング機能を更に強化するとともに会員へのサービスを向上させ、利用者の利便性の向上を図ることにより登録会員数の増加とマッチング回数の上昇を図る。

## 【事業1】

企業と共に取り組む秋田の結婚支援事業

## 【事業実施期間】

平成29年4月～平成30年3月

## 【所要見込額】

9,727千円

## 【事業内容】

### (1) 広域連絡協議会の設置

ア 協議会の目的：地域における結婚支援の活性化を図る事を目的に主に以下の内容について協議する。

ア) 内閣府が行った「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」の提言も参考に企業に対する効果的な支援のあり方等の検討。

イ) 各地域による企業・団体に取り組む効果的な結婚支援について検討。

ウ) 企業調査の結果と検討内容も踏まえた協議会への報告、提言。

イ 事務局設置場所：県内3地域のセンターに設置する。

ウ 開催回数：1地域3回開催（計9回）

エ 構成メンバー：県、各地域の市町村、センター構成団体（傘下企業も含む）、センター会員団体、すこやかあきた出会い応援隊等の支援団体、結婚サポーター等の支援者

オ アドバイザー：秋田労働局雇用・環境均等室職員（ハラスメントに関する助言）

### (2) 個別企業への調査ヒアリング等

ア 対象企業：会員団体等延べ900社

イ 調査ヒアリング（企業訪問）内容

ア) 企業の結婚支援の取組状況と意識調査

イ) 独身従業員の意識の調査

ウ) センターの事業の紹介と事業への誘導

エ) 出張用端末を活用した企業向け情報提供（相談会）の働きかけ

オ) 「結婚支援の取組」の予定の確認

カ) その他

### (3) 意向調査の実施

ア 意向調査の目的：(2)ーイで実施する調査ヒアリング（企業訪問）を円滑に進めるため、企業に対して事前にアンケート調査を実施する。

イ 対象企業：会員団体以外の企業1500社。

ウ 意向調査の内容

ア) センターの認知の確認

- イ) 企業が行っている結婚支援の有無の確認
- ウ) 企業訪問への協力をお願い
- エ) その他
- エ 意識調査結果の取りまとめと分析
- オ 分析結果の県への報告

(4) 企業向け情報提供（相談会）の実施

- ア 企業向け情報交換会の目的：（２）ーイで実施する調査ヒアリング（企業訪問）により、企業の要望に応じて、出張用端末を使った具体的な周知をしながら、センター事業をPRする。
- イ 対象企業：要望のある30社程度
- ウ 情報提供（相談会）の内容
  - ア) 出張用端末（デモ画面）を活用したマッチングシステムの紹介
  - イ) 出張用端末によるセンターHPによる、全体的な事業の紹介
  - ウ) 企業の要望に応じた相談会の開催
  - エ) その他

【主なKPI】

・協議会に参加する市町村の数	25市町村（全市町村）
・訪問企業・団体数	900社
・企業向け結婚相談の実施者数	30社
・新たな結婚支援の取組を行う予定の企業	630社

---

【事業2】

あきた結婚支援センター出張センター開設事業

【事業実施期間】

平成29年4月～平成30年3月

【所要見込額】

5,780千円

【事業内容】

(1) 出張センターの開設

既存システムネットワークとは別のモバイル用VPNを使用したネットワークを構築し、センターでしか対応できなかった入会、検索等を出張センターという形で対応できるようにし、特に小規模自治体や遠隔地域における新規入会及び活動の促進を図る。

## (2) マッチングシステムの機能強化

### ア 新たなお相手紹介の付加機能

ア) 現在のシステムでは、「お互いのプロフィール」と「お互いの理想の条件」が完全合致した場合のみ検索結果として表示されるが、これまでにマッチングシステムに蓄積された全てのデータから会員のマッチング申し込み履歴を分析し、システムからのおすすめという形で完全合致にこだわらずおすすめの相手を自動抽出し、自分の今までの好みや行動パターンでは気がつかなかった自分の好みかもしれない相手を見つけることができる。

イ) 理想のパートナー条件の各項目に対して、重み付け（重要度合い）を設定することで、一つ一つの条件にとらわれずに総合的な観点から相手を検索することができるようにする。

### イ 紹介メール配信機能の新設

新規会員が入会し、「自分の条件に合致」した場合や、既存会員が条件変更等で「初めて自分の条件に合致」した場合に、会員に対してメールを配信してお知らせし、出会いの機会の損失を軽減するとともに、センターの利用を促す。

## 【主なKPI】

- ・ 一般社団法人あきた結婚支援センターへの新規入会者数  
平成29年度目標値 725名  
平成31年度目標値 725名
- ・ 一般社団法人あきた結婚支援センターのマッチング回数  
平成29年度目標値 1,573回  
平成31年度目標値 1,635回
- ・ 出張センター開設市町村数 延べ60市町村