

若者の結婚希望を叶える 出会いの機会づくりと 結婚支援施策の充実

山陰両県若手交流・連携プロジェクト



島根県

田辺 理奈 / 健康福祉部感染症対策室
蔵本 有希 / 商工労働部雇用政策課
日下 穂南 / 松江県土整備事務所在地第一課



鳥取県

矢倉 京 / 政策戦略本部とっとり未来創造タスクフォース
小林 春佳 / 福祉保健部ささえあい福祉局孤独・孤立対策課
水崎 直樹 / 福祉保健部健康医療局医療・保険課

はじめに

～ターゲットと提案の方向性～

INDEX

- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出会いの機会

ターゲットと提案の方向性



ターゲット
20代の若者



提案施策①
機運醸成

- ・ Instagramの活用
- ・ LINEの活用



提案施策②
気軽に参加できる
出会いの機会

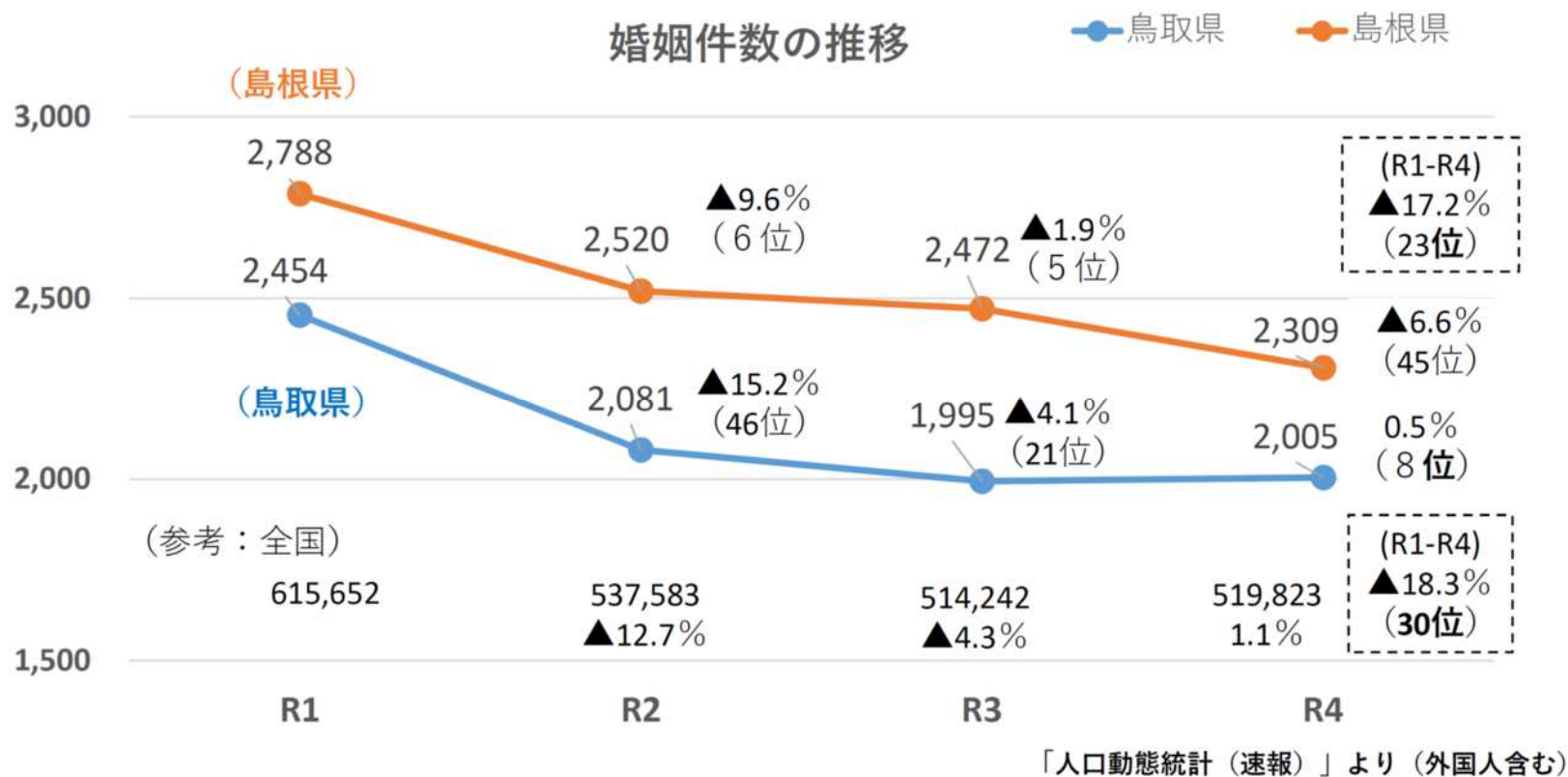
- ・ 仮面同窓会事業

02 現状・課題分析

INDEX

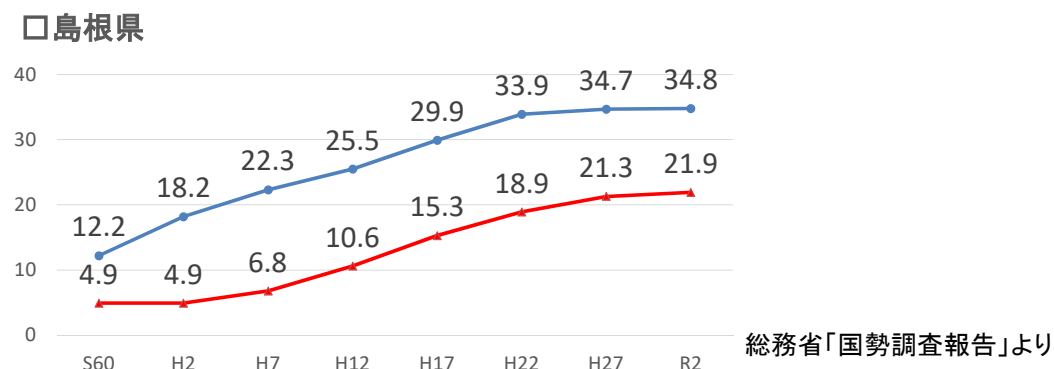
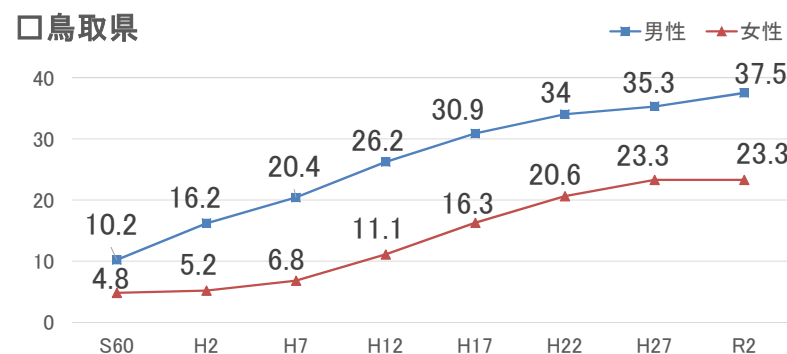
- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出会いの機会

山陰両県の婚姻件数

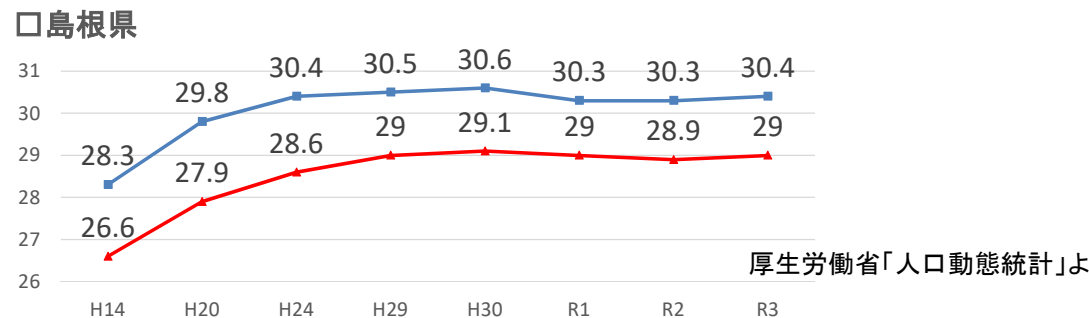
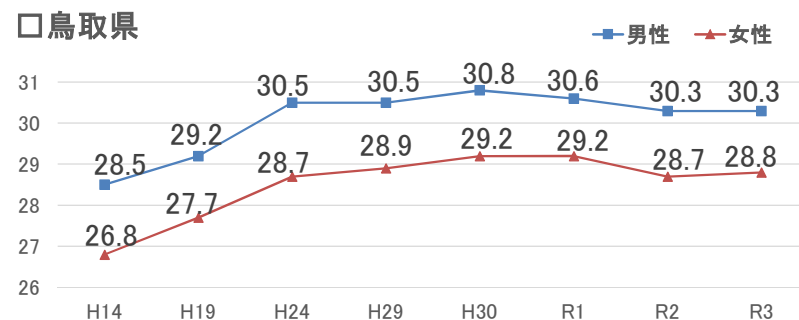


全国的な動きと同様に、山陰両県ともに減少傾向

山陰両県の結婚事情（未婚率・平均初婚年齢）

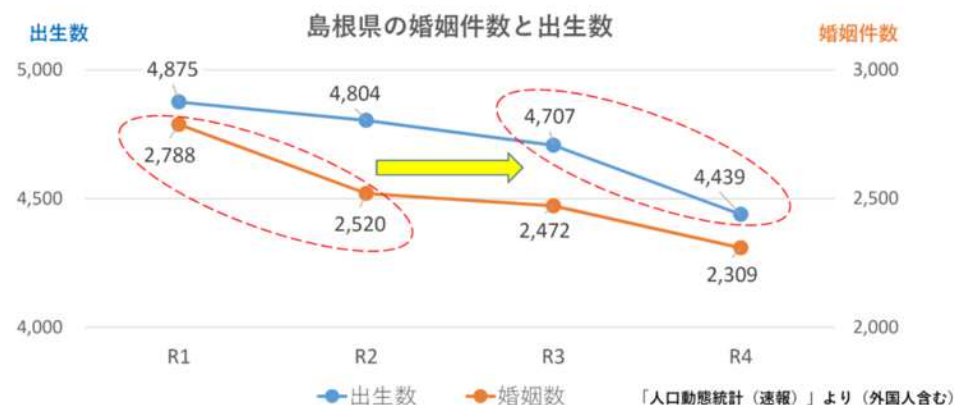
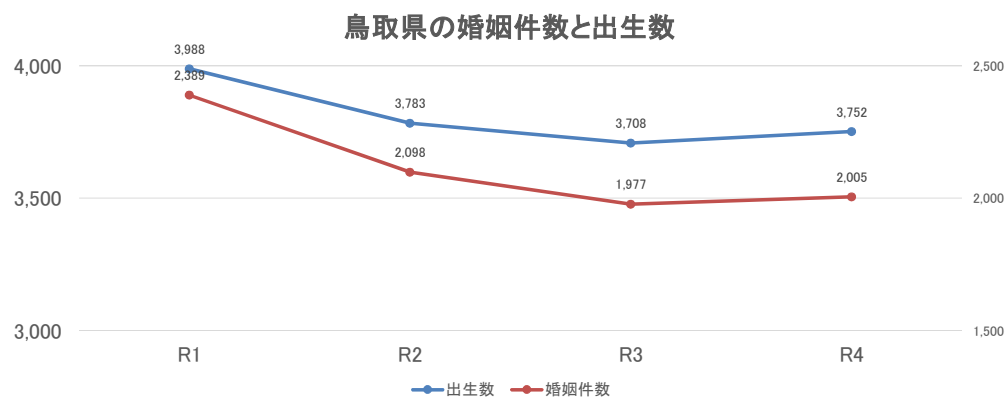


30代後半の未婚率は両県ともに**男性3割、女性2割**を上回る



平均初婚年齢は、両県ともに**約2歳上昇**しており晩婚化の傾向

山陰両県の出生数及び婚姻件数との相関



日本の婚外子の比率は2%台とされており、
日本では婚姻件数と出生数には強い相関関係がある

現状の結婚支援施策①

○鳥取県

とっとり出会いサポートセンターでの支援

- ・マッチングシステム
- ・えんトリー・ナコード



○島根県

しまね縁結びサポートセンターでの支援

- ・しまねコンピューターマッチング(しまコ)
- ・はっぴいこーでいーねーたー(はぴこ)



○山陰連携

- ・えんトリー×しまコ マッチングシステムの連携
- ・合同婚活イベントの開催



現状の結婚支援施策②

【成婚数】

○えんトリー：218組（令和5年7月時点）

○縁サポ：496組（令和5年3月末時点）

○山陰連携：10組（令和5年3月末時点）

山陰両県のセンターでは結婚を望む全世代に向けた支援を展開



日付	内容
6月2日(金)	令和5年度山陰両県若手職員交流・連携プロジェクトキックオフミーティング
6月13日(火)	両県事業担当課による勉強会・政策形成研修
6月28日(水)	えんトリへのヒアリング(鳥取県メンバー)
7月7日(金)	しまね縁結びサポートセンターへのヒアリング(島根県メンバー)
7月13日(木)	令和5年度しまね結婚支援施策推進会議への参加(島根県メンバー)
7月14日(金)	米子市へのヒアリング(鳥取県メンバー)
8月6日(日)	婚活イベントの視察(鳥取県メンバー)
8月7日(月)	飯南町へのヒアリング(島根県メンバー)
8月10日(木)	出雲市へのヒアリング(島根県メンバー)
随時	メンバーの知人等へのヒアリング

両県ともなぜ婚姻件数減少？若者は結婚したくない？

鳥取県調査：令和4年度鳥取県少子化対策等アンケート調査結果

- ・独身者の**81.4%**が「結婚したい」と回答
- ・結婚していない理由として多いものは、
 - 「**適当な相手に巡り合わない**」**55.9%** 「自分に経済力がない」29.4%
 - 「自由になる時間がなくなる」26.5% 「異性と上手く付き合えない」25.5%

島根県調査：令和3年度島根県内の独身者を対象とした結婚に関するアンケート調査

- ・独身者の**52.6%**が「結婚したい」（**20代に絞ると74.8%**）
- ・結婚していない理由として多いものは、
 - 「**相手がない**」**42.5%** 「経済的に余裕がない」29.3% 「独身の自由さ、気楽さを失いたくない」27.8%

結婚したい人は多いが、

「相手に巡り合わない・いない」

結婚や恋愛に対してネガティブなイメージを持っている

結婚したいのになぜ結婚施策を活用しないのか？

鳥取県：婚活イベント参加者へのヒアリング

- ・ **婚活への参加に抵抗感がある**
- ・ イベントへの参加はハードルが高いが、参加してみるとラフな会で印象が変わった

島根県調査：令和3年度島根県内の独身者を対象とした結婚に関するアンケート調査

- ・ 独身者の**88.5%**が「**婚活をしていない**」（**20代に絞ると90.6%**）
- ・ 独身者の**81%**が「**しまコを知らない**」、65.3%が「**縁結びサポートセンターを知らない**」
- ・ 婚活経験者の**42.4%**が「**はぴこを知らない**」（婚活未経験者に絞ると85.1%）
- ・ 登録者のうち最も多い年代は、はぴこは男性30～39歳/女性40～44歳、しまコは男性35歳～39歳/女性30～34歳

婚活をしていない理由は

サービス・イベントの認知度が低い（そもそも知らない）

知っているが「婚活」そのものに抵抗感があってしない

支援している側のご意見



鳥取県：とっとり出会いサポートセンターへのヒアリング

- ・ 一番多い登録者層は30代、現在は40代男性も多い（20代は少ない）
- ・ 20代の会員獲得に向けて周知強化・イベント実施等の対策を実施
- ・ 婚活をしていることについて、周りの目を気にされる方はいる



島根県調査：縁結びサポートセンターへのヒアリング

- ・ 20代の会員獲得に向けて広報に力を入れたいと思っている
（特に20～30代の女性登録者数の増加を狙いたい）
- ・ 結婚後もはぴこ、しまコで出会ったことを隠す方もいる
- ・ 家族にもバレたくないため家にチラシ等を送ってほしくないという人もいる

○20代の会員獲得が課題と認識

○「婚活」そのものに抵抗感がある層の存在を認識

課題整理

なぜ婚姻数減少？

- 相手に巡り合わない・いない
- 結婚や恋愛に対してネガティブなイメージを持っている

なぜ婚活をしない？

- 認知度が低い（特に20代）
（そもそも知らなかった）
- 知っているが「婚活」そのものに抵抗感があってしない

提案施策のポイント？

- 20代に「響く」情報発信や、20代が参加しやすい「婚活」が必要では？

➤➤➤ ターゲット及び提案の方向性を決定

ターゲットと提案の方向性



ターゲット
20代の若者



提案施策①
機運醸成

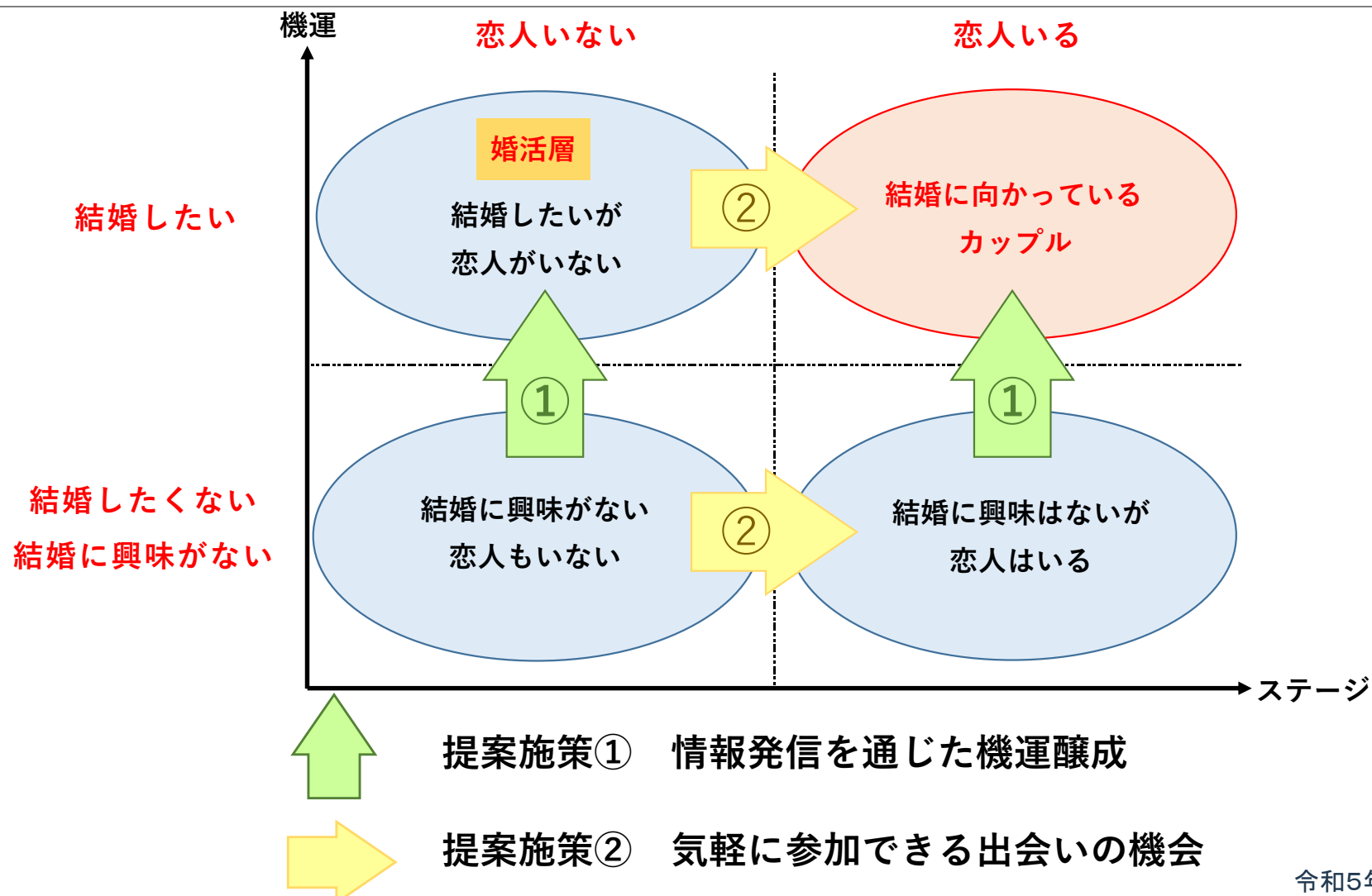
- ・ Instagramの活用
- ・ LINEの活用



提案施策②
気軽に参加できる
出会いの機会

- ・ 仮面同窓会事業

ターゲット及び提案施策の位置関係



提案施策①機運醸成 ～SNS（Instagram・LINE）の活用～

INDEX

- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出会いの機会

現状・課題

現状・課題

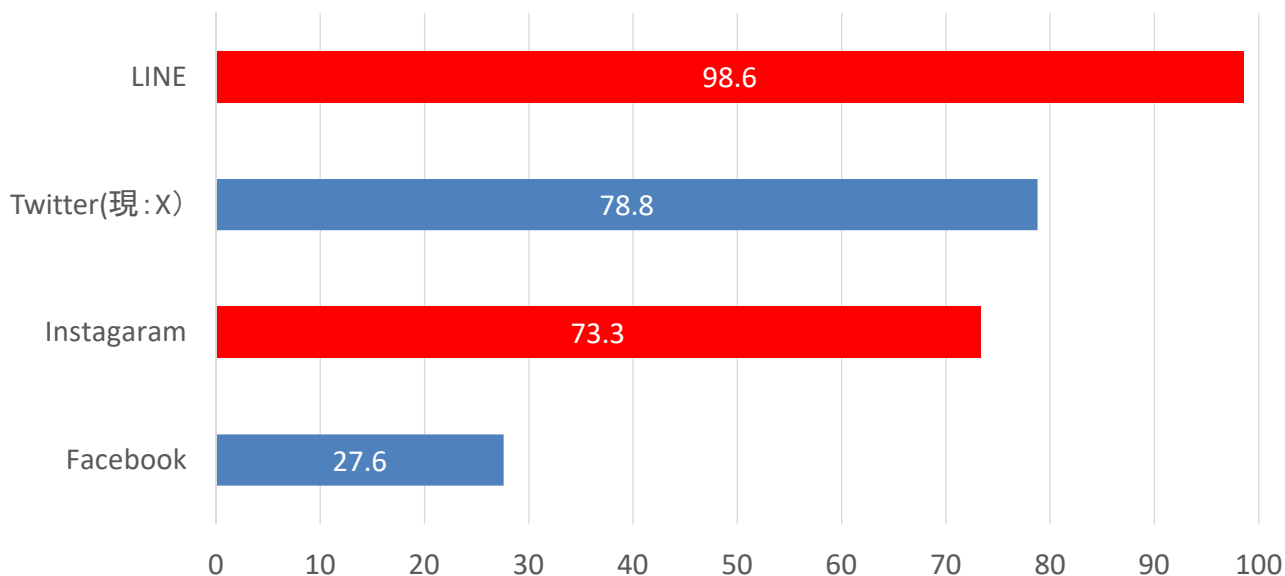
両県の結婚支援センターにおける、共通の課題は「**認知度が低い**」
(両県センター、米子市、出雲市、飯南町へのヒアリング結果より)

なぜInstagram・LINEなのか

- ・Instagramの**視覚的訴求**の高さ
- ・LINEの**利用率**の圧倒的な高さ

実際にメンバーも全員利用しています！

主なソーシャルメディアの利用率(20代)



総務省情報通信政策研究所「令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

SNSによる機運醸成の全体像

ステップアップで着実に機運醸成を図る

結婚に
興味
がない

結婚
したい

結婚
へ！

【Step1】 Instagram: 情報発信力の強化

(情報を届けられる若者の確保と、届ける情報の質の向上)

■ Step1-1

情報発信力を強化！

まずは投稿を充実させよう

■ Step1-2

参加型「#山陰デートスポット」キャンペーン

■ Step1-3

欲しい情報がそこに！LIVEで気軽に自分磨き

【Step2】 LINE: 婚活ビギナーのサポート

■ Step2-1

自分を知ろう！AI自己分析

■ Step2-2

AIを活用した気軽な相談体制

提案施策①機運醸成

～SNS（Instagram・LINE）の活用～

01 Instagram編

INDEX

- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出会いの機会

03 | 提案施策①機運醸成

Instagramの特徴

- ・ 文字を読まずとも短時間で必要な情報を**視覚的に**取捨選択できる
⇒ **短時間で情報収集できるため、検索ツールとしても活用**



自分が関心の持
つ内容か、視覚
的に判断できる

個人の投稿が多
いため、リアルな
意見を得ることが
できる

双方のコミュニ
ケーションが取れ
る



03 | 提案施策①機運醸成

【Step1-1】 情報発信力を強化！ 投稿内容の改善と投稿頻度を増やす

目を引く写真を利用しながら投稿頻度を増やし、思わず見てみたくなるようなアカウントへ！

Before



島根縁結びサポートセンター Instagram

成婚実績が掲載されており、フォローをためらう

文字情報が多く、Instagramの利点を生かせていない

After



とっとりdiary Instagram

20代の声から
こんな投稿はどうでしょう？

○デートでおすすめ
・飲食店情報
・観光情報
・ファッション情報

○婚活したくなる
・マンガ連載

03 | 提案施策①機運醸成

【Step1-2】フォロワー増加へ！ 参加型「#山陰デートスポット」キャンペーン

- ・婚活をしていなくても楽しめるアカウントに
- ・各結婚支援センターだけでなく県民を巻き込んだ機運醸成

キャンペーン概要

- ① おすすめデートスポットを県民から募集
フォロー＆「#山陰デートスポット」のタグ付け投稿で
キャンペーンに参加
- ② 「いいね！」機能による県民投票
- ③ いいね数の多い上位投稿に豪華景品をプレゼント



【Step1-3】婚活への第一歩！ LIVE配信で気軽に自分磨き

- ・ 対面を中心に行ってきたセミナーを配信
- ・ 婚活していることを知られずに自分磨き
- ・ 質問もできるので疑問も即解決



対象事業例

- ・ おしゃれセミナー
- ・ メイクアップセミナー
- ・ 婚活セミナー

＼鳥取県×マッチングアプリ会社／

恋活・婚活応援セミナー

あなたにぴったりの
出会い方を見つけませんか？

参加
無料

男性限定

おしゃれ苦手さんのための
婚活おしゃれセミナー

おしゃれはあなたの味方！
女性が好感を抱く「服装」を知らないがゆえに、損をしている男性たち。
→ズバリ！おしゃれ知識0で大丈夫「モテ服装」をお伝えします。

出会いが100倍楽しくなる「モテ会話」！
あなたは自分の魅力を知っていますか？自分の素敵ポイントを知れば婚活会話はもっと
楽しくなる！女性がもう一度会いたいと思うあなたに大変身する「モテ会話」をお伝えします。

でも自分に似合う服を見つける事は苦手で構わない！
もう大丈夫、一人で悩まなくてもいい方法があります(^ ^)/おしゃれをするのが楽しくなるかも？

講座
内容

提案施策①機運醸成

～SNS（Instagram・LINE）の活用～

02 LINE編

INDEX

- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出会いの機会

【Step2-1】 自分を知ろう！ AI自己分析

婚活を始めてみたものの

- ・自分にはどのような人が合うのか分からない
- ・自分の魅力をアピールできない、自分に自信がない

大人気恋愛カウンセラー
羽林 由鶴 先生も
自己分析を推奨！



自己分析ツールの導入

- ・自分の長所・短所、性格、価値観がわかる
- ・自分にどのような相手が合うか、相手に望むことは何かがわかる
- ・自分の将来のビジョンを再認識できる
- ・婚活を進める上での参考情報として活用できる



【Step2-2】 AIを活用した気軽な相談体制

婚活で困ったときには

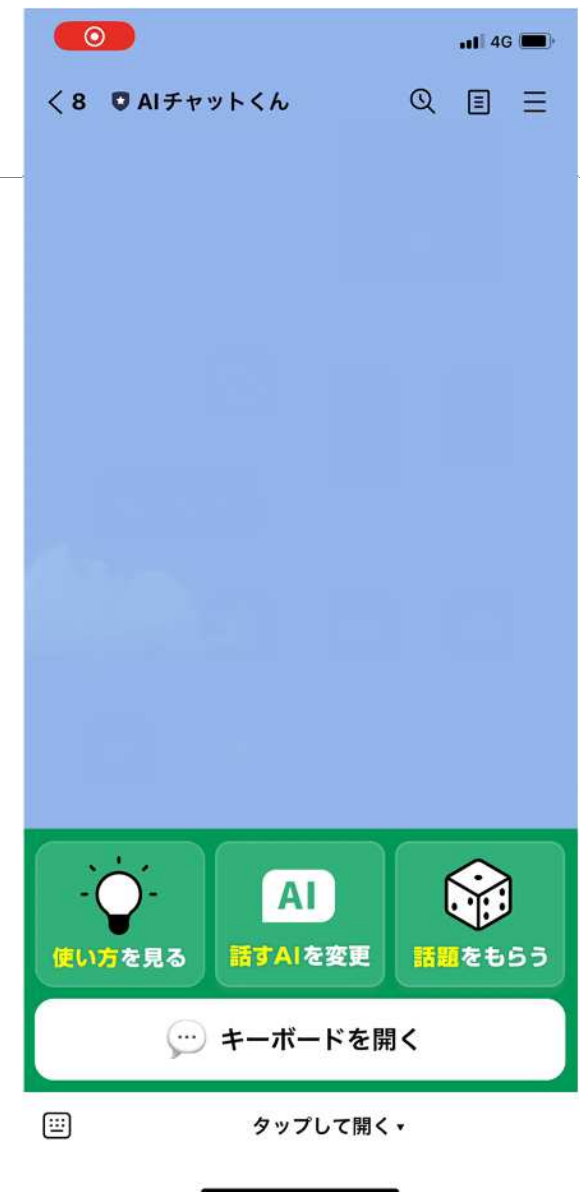
- ・各結婚支援センターへの登録をして、来所の上相談
- ・友人に相談
- ・インターネットで検索



ChatGPTなど生成AI技術の導入

- ・24時間365日の利用が可能
- ・人目を気にせずに利用が可能
- ・インターネットの情報を素早く集約してくれる

※県の方針等を踏まえ、お答えするものではない



SNS活用まとめ

01 メリット

- ・Instagramについては今あるアカウントを無料で活用できる
- ・10代のユーザーも多く、結婚について早くから意識するきっかけができる
- ・LINEについては多くのユーザーを抱えている
- ・影響力のあるアカウントになると、イベント周知も効果が出る



単なる情報発信ツールだけではなく、
機運醸成にも大いに利用できるツールである

02 デメリット

- ・Instagramについてはフォローすることによって婚活していることがわかる
- ・職員だけで運営は難しい可能性がある



解決策

- ・投稿内容を充実させることで、投稿がおすすめ欄へ表示されることを狙う
- ・SNS広告の実施と合わせてアカウントの運営委託を行う

※この場合、費用がかかることがネック

提案施策②

気軽に参加できる出合いの機会

～仮面同窓会事業～

INDEX

- 01 はじめに ～ターゲットと提案の方向性～
- 02 現状・課題分析
- 03 提案施策① 機運醸成
- 04 提案施策② 気軽に参加できる出合いの機会

両県婚活イベントの開催状況

両県の婚活イベントの開催状況をサポートセンターのホームページ等で調査
(調査対象：令和5年4月1日～令和5年9月30日実施のイベント)

島根県

【開催イベント数】	136
【内容別の内訳】	
・ 出会いを目的としたもの	108
・ セミナー・個別相談	3
・ しまコ登録会	25

東部：市町村、民間企業が主にイベントを主催

西部：しまね縁結びサポートセンターがイベントを主催

全県：県が年に数回イベントを主催

鳥取県

【開催イベント数】	22
【内容別の内訳】	
・ 出会いを目的としたもの	21
・ 個別相談会	1

とっとり出会いサポートセンター、市町村及び
民間企業が主催

両県婚活イベントの課題

両県サポートセンター、事業主管課、米子市、出雲市、飯南町へのヒアリング



>>> 婚活イベントに人が集まらない（特に20代・女性）

参加者が集まらない原因

両県サポートセンター、米子市、出雲市、飯南町へのヒアリング

01 「婚活」への抵抗感

「婚活していることを知られたくない」

「婚活イベントで知り合いに会いたくない」

02 「婚活イベント」の対象年齢の幅広さ

「対象年齢が20歳以上だと参加者の年齢層のイメージがしにくくて不安」

「年代が近い人と知り合いたいが、幅広い年代が参加するため難しい」

原因の検証「現状のイベントは婚活感があり対象年齢が幅広いのか？」

出会い目的の婚活イベント開催状況(R5.4.1～R5.9.30)

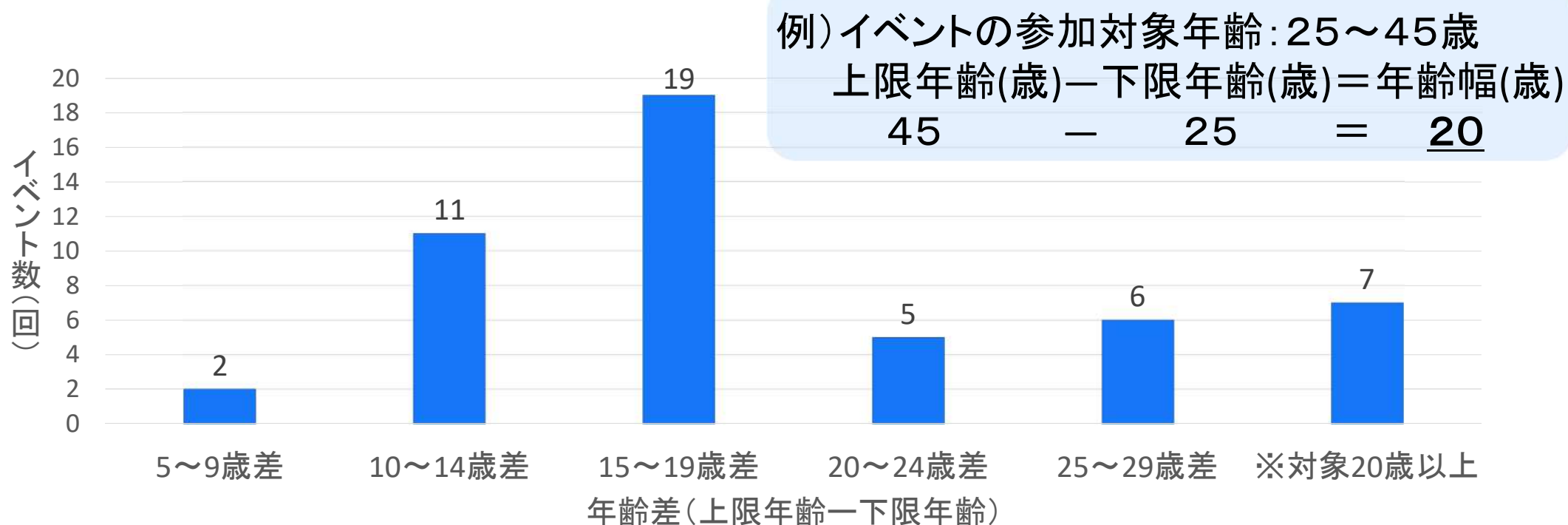
	イベント数	20代が参加できる (対象年齢の下限が29歳以下)	20歳が参加できる (対象年齢の下限が20歳)
島根県	108	36	9
鳥取県	21	14	7
合計	129	50	16

うちイベント名に婚活感のあるワードが含まれているイベントの数 48
「婚活」「出会い」「恋活」「縁結び」「カップリング」等

20代(特に20歳から)が参加できるイベントが少なく、婚活感がある

原因の検証「現状のイベントは婚活感があり対象年齢が幅広いのか？」

20代が参加できる50イベントの対象年齢幅の比較



イベントの対象年齢が幅広い

01 「婚活」への抵抗感

山陰両県サポートセンター登録者（婚活層）の声

「「婚活イベント」の参加に抵抗感がある」

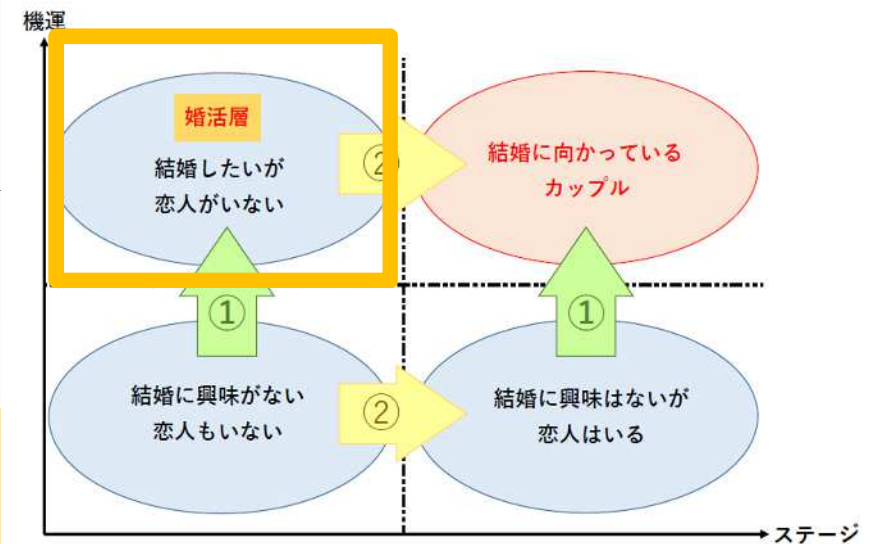
「家族に婚活していることを知られたくないため、
家にチラシを送付しないでほしい」

「結婚後もセンターで出会ったことを知られたくない」

婚活層でも“婚活”に抵抗感を抱いている人がいる



“結婚はまだ早い”層は「婚活」に対しより強い抵抗感を感じる

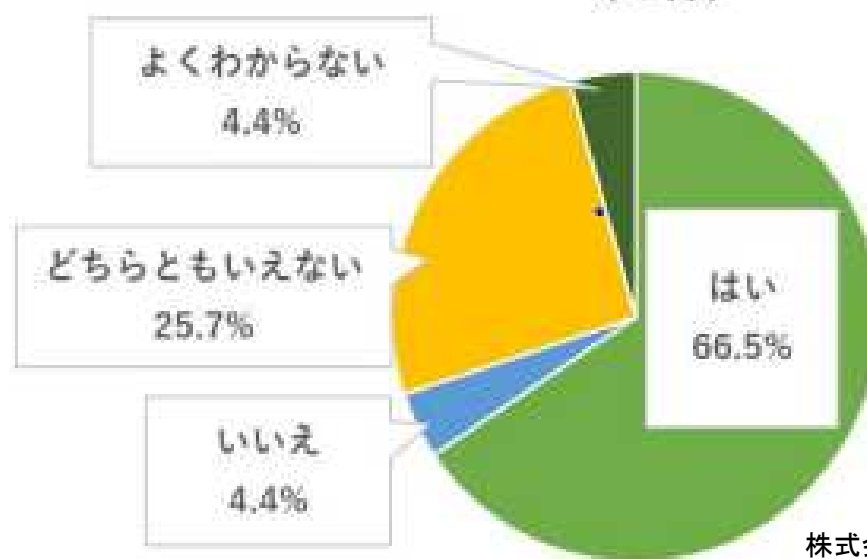


01「婚活」への抵抗感

若者の理想の出会い方

あなたは、「自然な出会い」がよいと考えますか？

(全体)

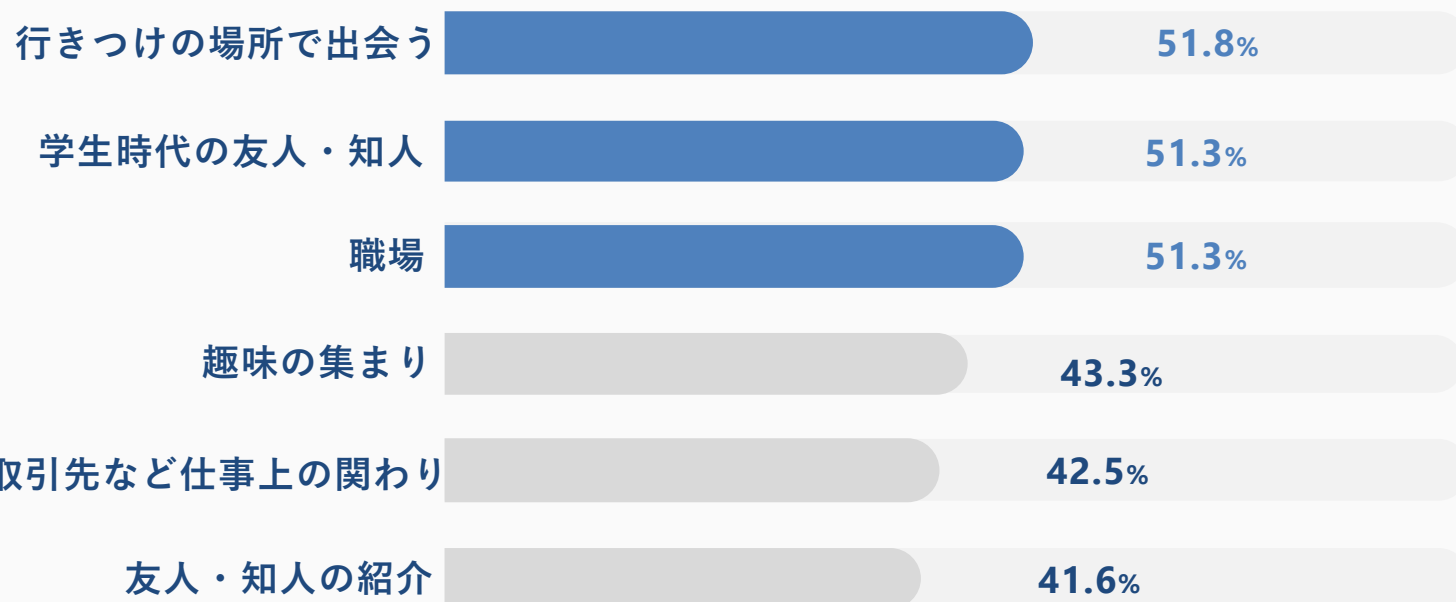


株式会社オーネット(2020年)「自然な出会いに関する意識調査」より

>>> 20代～30代男女の「自然な出会い」支持率は66.5%

01 「婚活」への抵抗感

「自然な出会い」に当てはまるものは？



株式会社オーネット（2020年）「自然な出会いに関する意識調査」より

実際に結婚した方の出会いの場でも

夫婦が知り合ったきっかけは？

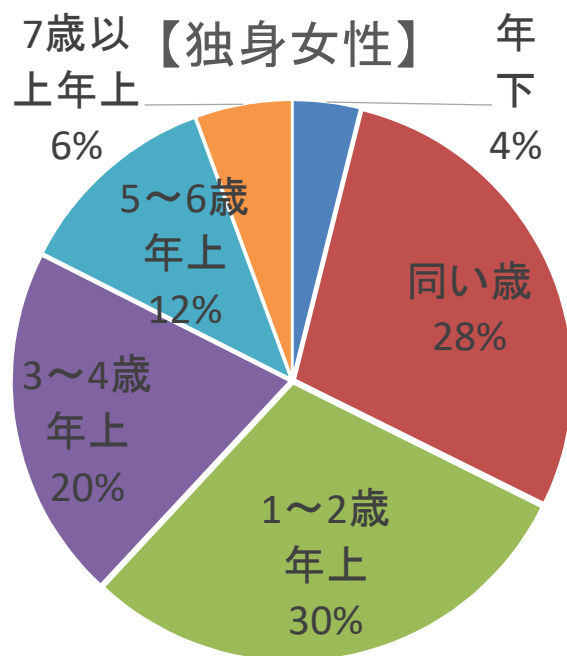
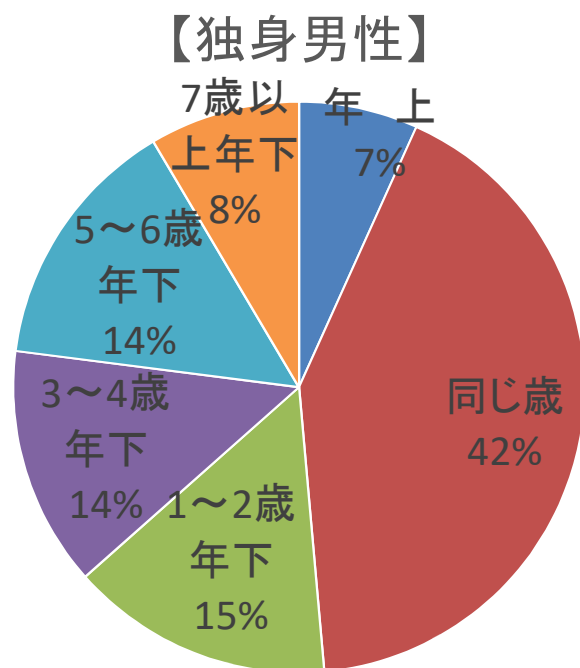
職場や仕事の関係で	31.6%
友人や兄弟姉妹を通じて	29.8%
学校で	12.8%

国立社会保障・人口問題研究所令和3（2021）年
「第16回出生動向基本調査（結婚と出産に関する全国調査）」より抜粋

>>>「婚活」「出会いの場」ではない「自然な出会い」を求めている

02 「婚活イベント」の対象年齢の幅広さ

未婚者の結婚相手との希望の年齢差は？



0~2歳差を希望

独身男性 57%

独身女性 58%

国立社会保障・人口問題研究所 平成27(2015)年「第15回出生動向基本調査(結婚と出産に関する全国調査)」より抜粋

>>> 自分と同年代の相手を結婚相手として求めている

参加者を集めるための対策

両県サポートセンター、米子市、出雲市、飯南町へのヒアリング

① 「婚活」への抵抗感

>>> イベントに「婚活」や「出会い」といった色を出さない

② 「婚活イベント」の対象年齢の幅広さ

>>> 対象年齢を20代に限定する

「仮面同窓会事業」

「仮面同窓会事業」とは？

山陰での地縁を「同窓」とし
「同窓会」という仮面（名目）のもとで
山陰地方の20代が集まり

将来的に結婚につながる出会いの機会を創出する事業

※実際に仮面をつけるわけではありません

表向き

同窓会という開催形態
により自然に集える・
出会える

真の事業目的

周りの目を気にせず
参加できる出会いの
場の創出



県主催イベント「山陰20代の同窓会」

目的

山陰両県の20代を対象に
自然な出会いの場を創出する

内容

山陰両県主催で20代限定のイベントを開催
毎年山陰両県それぞれで開催し、
開催場所は毎年各市を巡る

対象

年齢が20代※で次のいずれかに該当

- ・山陰地方に在住している
- ・山陰地方に勤務している
- ・近い将来、山陰地方に移住の意志
や予定あり
(未婚既婚は問わない)

ステップアップ

独身者に、
異性との二次会やその後のデートで
利用できる「お食事券」を配布

⇒⇒イベントでの出会いから次のステップへ

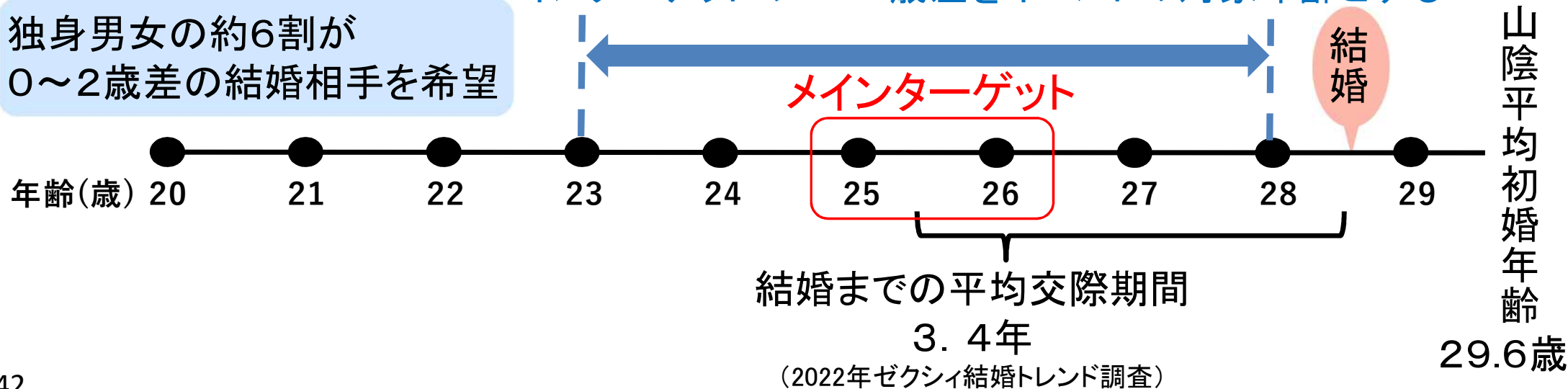
※イベントの対象年齢について

さらに年齢幅を狭める >>> 参加のしやすさと出会いの効果増大を期待

設定の一例 「平均初婚年齢(歳)－1(歳)での結婚を目指す場合」

独身男女の約6割が
0～2歳差の結婚相手を希望

メインターゲットの0～2歳差をイベントの対象年齢とする



県主催イベント「山陰20代の同窓会」開催例

- 開催場所 鳥取県鳥取市 ホテルニューオータニ鳥取
島根県松江市 松江エクセルホテル東急
- 開催時期 春の大型連休、お盆の時期、年末年始のいずれか（帰省者も集まりやすい時期）
- 対象年齢 23歳～28歳 ※一例
- 人数 200人(男女各100人)
- 参加費 2000円
- 時間 開始時間17時(20時終了予定)
- 内容
 - ・ 県のPR×参加者の学びの場「ジビエ料理で獣被害を理解」「漫画・アニメグッズ配布」
 - ・ 「山陰のいいところ・もっとこうだったらいいのに」アンケート→面白い・画期的なものを発表
 - ・ 食事 鳥取県:蟹、梨、鳥取和牛、大山地鶏など
島根県:しじみ、島根和牛、仁多米、出雲そば、ぶどうなど
 - ・ チーム対抗戦 謎解きゲーム
 - ・ 200人でギネス記録に挑戦「200人で一斉に蟹食べてみた」「200人でそば踏んでみた」
 - ・ 二次会(利用期限は1か月)として利用できるお食事券配布(配布対象:独身)
→異性同士の組み合わせで利用できるもの(男女比 1:1)

県主催イベント「山陰20代の同窓会」

20代が一堂に会する場 のため 県から若者への情報発信の場 にもなる

➤➤ 県の情報発信と合わせて、結婚への機運醸成にもつなげていく



【独身者対象】
えんトリーもしくは
島根縁結びサポートセンターの
アカウントフォローを交換条件に
お食事券を配布



- ・しまね登録 (UIターン情報発信)
- ・今回提案アカウント



- ・トリピー
- ・しまねっこ
- ・いいけんしまね



- ・えんトリー (とっとり出会いサポーターセンター)
- ・しまね縁結びサポートセンター

県主催イベント「山陰20代の同窓会」開催例 予算見込

<収入>

内容	金額(円)	備考
参加費徴収	400,000	@2,000円*200人

<支出>

内容	金額(円)	備考
会場使用料	550,000	ホテルニューオータニ鳥取 鶴の間 @110,000円*5時間
食事代	1,000,000	@5,000円*200人
お食事券代	140,000	@1,000円*140人
合計	1,690,000	

(支出ー収入)

「山陰20代の同窓会」と「既存の婚活イベント」との比較

参加しやすさ



「婚活」「出会い」といった色が出ていない



「婚活」への抵抗感がある

年代



対象年齢を「20代」に限定



対象年齢が幅広い

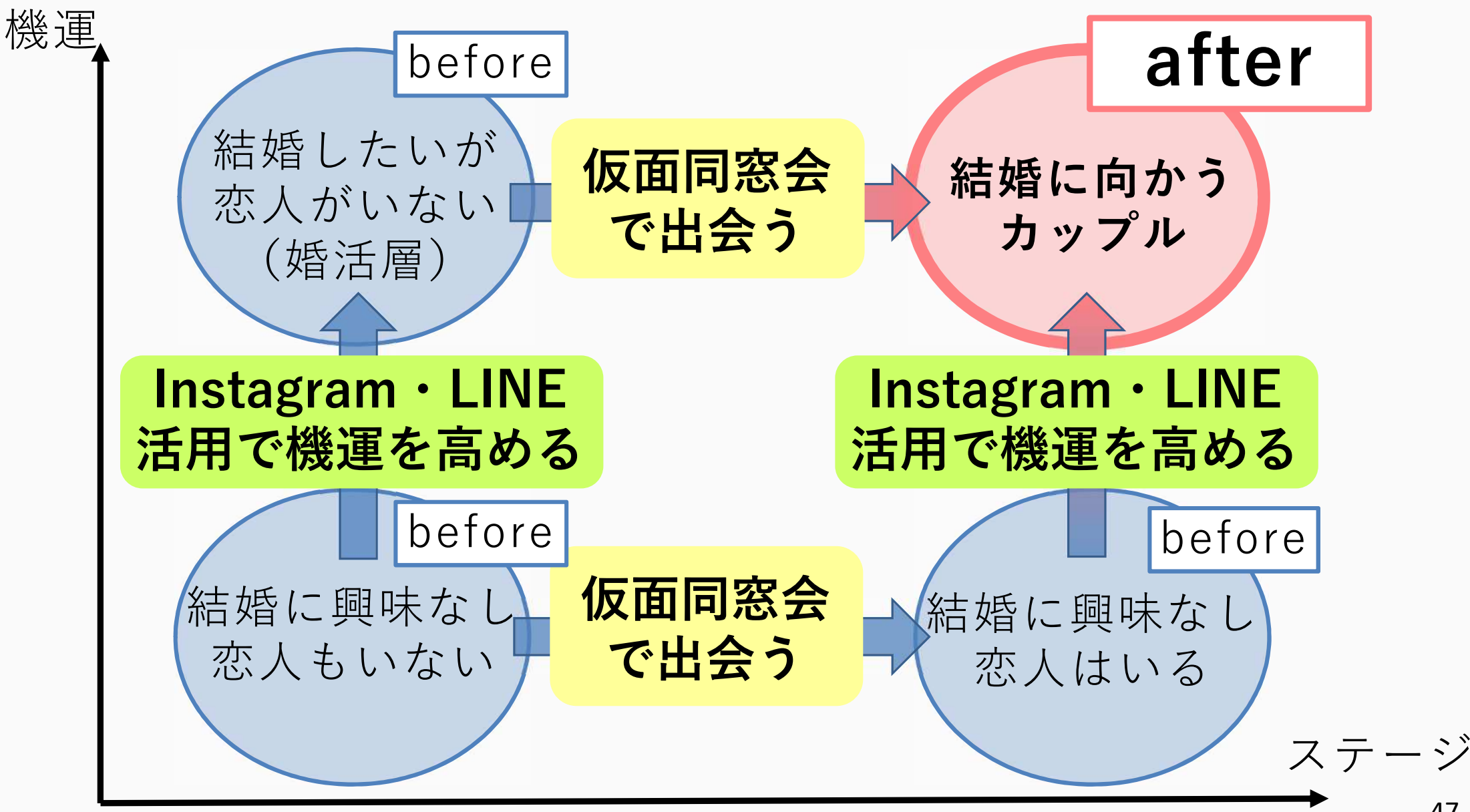
「お付き合い」
「成婚」
という事業効果



「結婚」を目的としているわけではない
「同年代と自然に出会える場の創出」が目的



結婚を目的とした参加者が集まるため「お付き合い」「成婚」という効果につながりやすい





令和 5 年度山陰両県若手プロジェクト

『若者の結婚希望を叶える出会いの機会づくりと結婚支援施策の充実』