

## みえの出会い支援等実施計画

## 1 計画の位置づけ

本計画は、「希望がかなうみえ 子どもスマイルプラン」(平成 27～31 年度)(以下「スマイルプラン」という。)のめざすべき社会像「結婚・妊娠・子育てなどの希望がかない、すべての子どもが豊かに育つことのできる三重」の実現に向けて、重点的に取組を進めている「出会いの支援」について、内閣府の地域少子化対策重点推進交付金を活用して実施している総合的な結婚支援等の取組もふまえ、目標の実現に向けた取組内容をまとめたものです。

## 2 期間

平成 30 年度から 31 年度まで

## 3 基本的な考え方

- (1) スマイルプランの「計画推進の原則」をふまえ、結婚や妊娠、出産などについては個人の考え方や価値観が尊重されることが大前提であり、子どもを産む・産まないについては、パートナーと相談しつつ女性の判断が最優先されることに留意し、取組を進めます。
- (2) 県民の希望がかなう環境づくりに向けて、市町、企業、学校など多様な主体との協創をより重視して取組を進めます。

## 4 めざす姿

スマイルプランの重点的な取組「出会いの支援」における「5年後のめざす姿」とします。

(参考) スマイルプランの重点的な取組「出会いの支援」における5年後のめざす姿  
結婚を希望する方に出逢いの場がニーズに応じて提供されるとともに、県及び企業・団体・市町などの多様な主体が、それぞれの立場で結婚支援にかかる取組を推進し、県内各地域で結婚を支援する体制が整っている状況をめざします。

## 5 推進体制

取組の推進にあたっては、子育て、医療、教育等の関係機関・団体、企業、市町等の協力を得ながら進めるとともに、特に市町とは結婚支援・少子化対策担当課長会議を通して連携の強化を図ります。また、取組の進行管理については、多様な主体で構成される三重県少子化対策推進県民会議と連携して行います。

## 6 現状と課題及びそれらに対する主な取組内容

スマイルプランの重点的な取組「出会いの支援」の主な取組内容である「結婚を希望される方への情報提供」、「結婚支援に取り組む市町、団体の支援」および「企業の結婚支援の取組支援」に整理した上で、以下の取組内容を進めていきます。

## (1)結婚を希望する方への情報提供

(スマイルプランの主な取組内容を進化させる視点)

「みえ出逢いサポートセンター」に加えて、企業や団体等を通じて、結婚を希望する方の多様なニーズに応じたきめ細かな情報を提供します。

(参考)【現行のスマイルプランの主な取組内容】

結婚を希望する方に、数多くの出逢いの場が提供されるよう、「みえ出逢いサポートセンター」において、各種の情報ツールを活用しながら、県内各地で開催される出逢いの機会(出逢いイベント等)について積極的に情報提供するとともに、特に若い人を中心に、結婚の意義や良さを認識していただく啓発等を進めます。

### ①課題

- ・ 住民や従業員の未婚の方の約8割が「いずれ結婚するつもり」と回答している(図表1)。
- ・ 三重県の20~30歳代の未婚率は年々上昇しており、男性は57.7%、女性は46.1%となっている(図表2)。
- ・ 現在結婚していない理由は「出会いがない」、「理想の相手に出会えていない」の順に多い(図表3)。
- ・ 参加したい出逢いイベントは、「カフェで軽食やお茶」など気軽なものが多く、アウトドアやスポーツ、ものづくり体験、職場主催の交流イベントなど多岐にわたる(図表4)。
- ・ ホームページや会員向けのメールマガジンを通して出逢いイベントの情報提供を行っている「みえ出逢いサポートセンター」の認知度が1割程度と低い(図表5)一方で、4割程度の方が「ぜひ利用したい(勧めたい)」、「機会があれば利用したい(勧めたい)」と回答している(図表6)。
- ・ 「イクボス」の認知度は低い状況にある(図表7)。
- ・ 妊娠・出産に関する医学的情報の認知度はさほど高くない(図表8)が、住民、従業員、大学生のいずれも約7割が妊娠・出産に関する医学的な情報を知ることにより、将来設計や行動に変化が「あると思う」、「どちらかといえばあると思う」と回答している(図表9)。

### ②取組の方向性

#### 情報提供ルートが多様化

「みえ出逢いサポートセンター」によるホームページやメルマガを通じた情報提供に加え、企業や団体等と連携した情報提供にも取り組む。

#### きめ細かな情報の提供

提供する情報について、いわゆる婚活パーティーだけでなく、自然な交流の機会も充実させるほか、増加する会員を属性やニーズ等で区分したうえで会員ニーズに応じたきめ細かな情報発信に努める。

#### 機運の醸成、ライフデザインにかかる情報提供

結婚に関する機運の醸成を図るとともに、若者が自身のライフデザインを考えるきっかけとなるよう、結婚や妊娠・出産、子育てと仕事との両立等を含め、総合的な情報提供を行う。

## (2)結婚支援に取り組む市町、団体の支援

(スマイルプランの主な取組内容を進化させる視点)

市町や団体が行う結婚支援の取組について、企画の立案やイベント等の実施、広報など、幅広く支援を行います。

(参考)【現行のスマイルプランの主な取組内容】

市町や商工団体、観光団体などによる結婚を支援する取組の活性化を図るため、市町等が行う結婚支援イベントを「みえ出逢いサポートセンター」から情報提供するほか、円滑な事業実施を支援します。

### ①課題

- ・ 結婚後に住みたい地域は「現在の住まいと同じ市町」、「現在の住まいの近隣市町(県内)」の順に多い(図表10)。
- ・ 参加したい出逢いイベントは、「カフェで軽食やお茶」など気軽なものが多く、アウトドアやスポーツ、ものづくり体験、職場主催の交流イベントなど多岐にわたる(図表4)。
- ・ 平成28年度に情報提供を行った出逢いイベントのうち42.7%は参加者が集まらない等の理由で中止となった。

### ②取組の方向性

#### 企画立案の支援

結婚支援の取組の検討や活性化に向けて、結婚に関する住民の意識等のデータやイベント参加者の意見、市町連携会議等により他の自治体の取組事例の情報を提供するとともに、市町に対して内閣府の地域少子化対策重点推進交付金制度の活用に向けた助言等を行う。

#### 取組の支援

市町・団体が実施する出逢いイベント等の開催支援に加え、市町に対しては、内閣府の地域少子化対策重点推進交付金を活用して総合的な結婚支援実施計画を策定する市町の取組について連携を図るとともに、市町ごとの課題に応じた取組の支援を行う。

#### 広報の支援

市町や団体が実施する出逢いイベント等の情報について、「みえ出逢いサポートセンター」や団体等を通して提供するなど、広報の支援を行う。

### (3) 企業の結婚支援等の取組支援

(スマイルプランの主な取組内容を進化させる視点)

出逢いの場の情報提供に加え、従業員に対し具体的な結婚支援に取り組もうとする企業の支援を行います。

(参考)【スマイルプランの主な取組内容】

従業員の結婚支援に取り組もうとする企業に対して、その取組の一助となるよう、取組担当者に対する出逢いの場の情報提供などを行います。

#### ① 課題

- ・ 従業員は職場からの結婚支援について、約7割が「望ましい」、「どちらかといえば望ましい」と回答している(図表11)。
- ・ 結婚により「仕事に対するやりがいを感じるようになった」、「業務効率を重視するようになった」、「精神的な余裕が生まれ、周りにも寛容になった」など、仕事にとってプラスになると回答する従業員が多い(図表12)ことから、こうした情報を、多くの企業に伝える必要がある。
- ・ 5割以上の事業所が従業員の結婚支援をしていく考えがあると回答している(図表13)が、その多くが結婚支援について課題や不安を抱えている(図表14)。
- ・ 事業所が行政による結婚支援施策として有効と考える取組は「事業所間でのイベント開催」などがある(図表15)。
- ・ 「イクボス」の認知度は低い状況にある(図表7)。

#### ② 取組の方向性

企業による従業員に向けた交流や出逢いの支援

「みえ出逢いサポートセンター」による企業を通じた従業員向けの情報提供に加え、企業に対し従業員の幅広い交流機会の創出について働きかけや実施の支援を行う。

企業による従業員の総合的な取組支援

企業に対して、イクボスの推進や男性の育児参画の推進など従業員が結婚や妊娠・出産、子育てと仕事との両立ができるような環境づくりに向けた取組を支援する。

## 7 計画の目標

スマイルプランの重点的取組「出逢いの支援」において設定した重点目標やモニタリング指標のほか、新たな項目を加え、取組を進めていきます。

目標項目	現状値(平成 28 年度)	平成 31 年度
出逢いの場の情報提供数 ※スマイルプラン重点目標	150 件／年間	240 件／年間
結婚支援に取り組む市町数 ※スマイルプラン重点目標	19 市町	22 市町
「みえ出逢いサポートセンター」による企業への取組支援数	2件(平成 29 年度)	4件／年間
「みえ出逢いサポートセンター」の利用者満足度	25.8% (平成 29 年度)	50%
「みえ出逢いサポートセンター」が情報提供した出逢いの場の中止割合	42.7%	20%

### (モニタリング指標)

目標項目	現状値(平成 28 年度)
平均初婚年齢(県) ※スマイルプランモニタリング指標	男性 30.7 歳 女性 28.8 歳 (平成 28 年)
婚姻件数(県) ※スマイルプランモニタリング指標	8,174 件 (平成 28 年)
生涯未婚率(県) ※スマイルプランモニタリング指標	男性 20.41% 女性 10.26% (平成 27 年)
「みえ出逢いサポートセンター」が情報提供する出逢いの場におけるカップル成立率	20.5%
サポートセンターメルマガ会員数	3,320 人 (平成 30 年 1 月末)
みえ出逢い応援団体数	129 企業・団体 (平成 30 年 1 月末)
みえ出逢いサポート企業数	203 企業 (平成 30 年 1 月末)

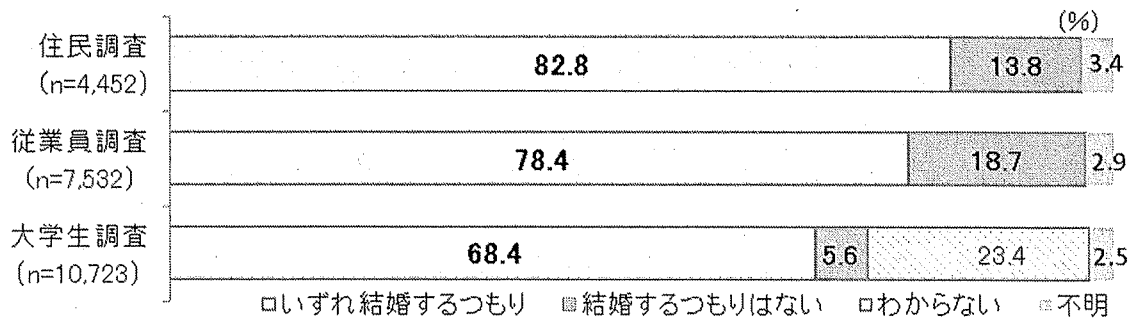
## 8 (参考)みえの出逢い支援等実施計画に関係の深い統計データ

ここでは、国勢調査のほか、県が今年度実施した以下の結婚等に関する意識調査※のうち、みえの出逢い支援等実施計画に関係の深い項目について記載しています。

※県が今年度実施した結婚等に関する意識調査（カッコ内は対象者）

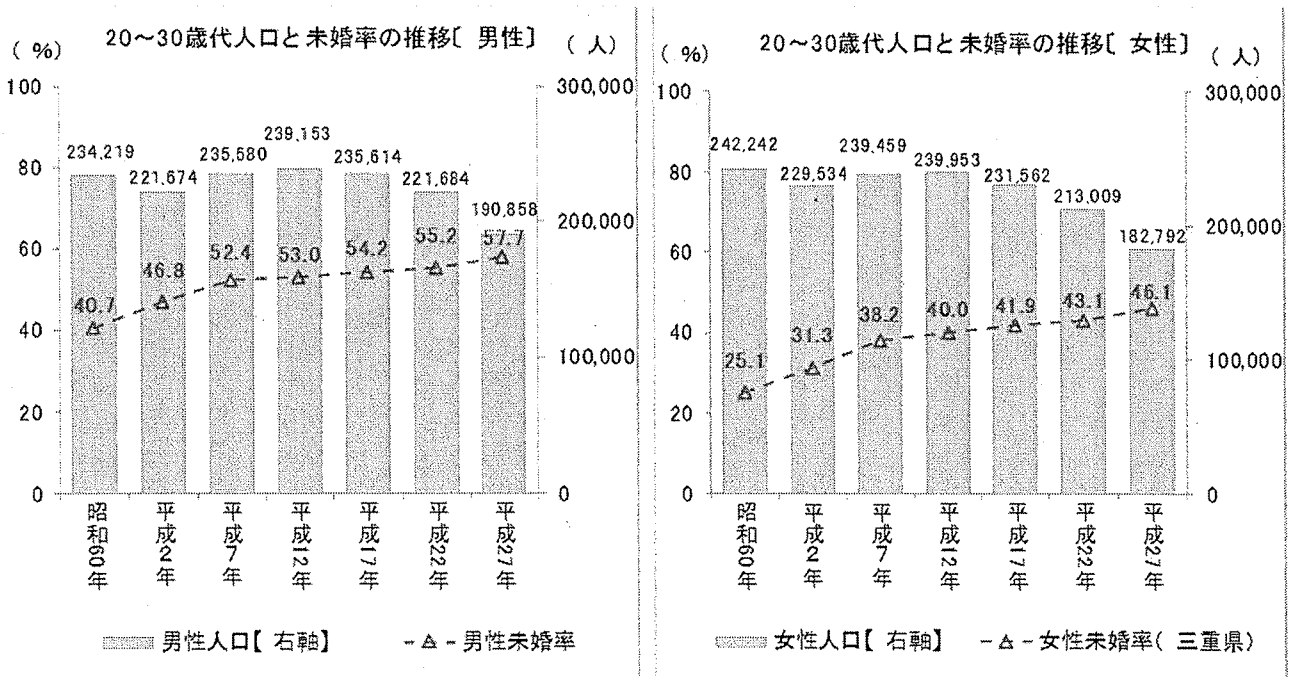
- ・住民調査 「結婚や妊娠・出産、子育てに関する県民意識調査」（18～39歳の住民 30,552人）
- ・従業員調査 「仕事と結婚・妊娠・出産・子育ての両立促進に関する労使意識調査」（労働組合員 30,298人）
- ・事業所調査 「企業や事業所における仕事と結婚・妊娠・出産・子育ての両立促進に関する意識調査」（県内 3,000の企業・事業所）
- ・大学生調査 「結婚・出産・子育て、仕事に関するアンケート」（県内の大学生 16,156人）

図表1 今後の結婚に対する考え



※大学生調査のみ「わからない」の選択肢を設定

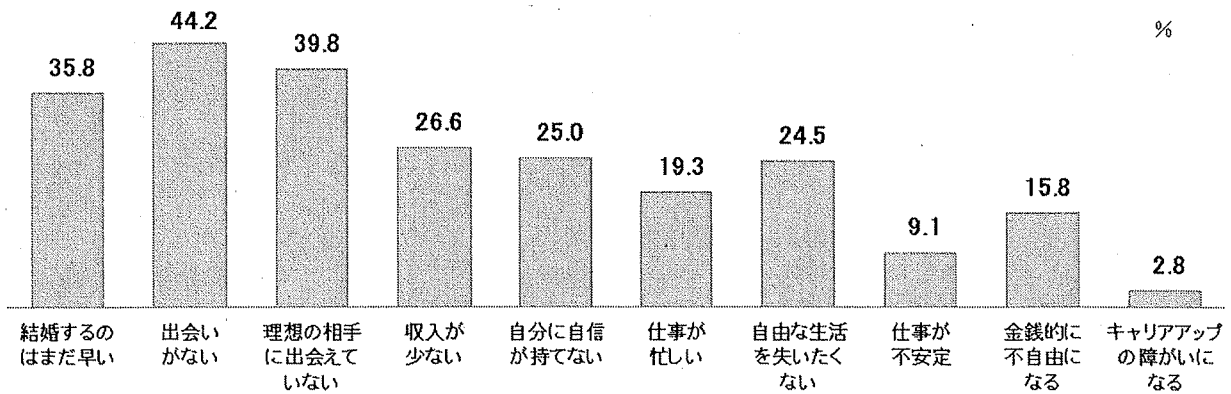
図表2 三重県の20～30歳代人口の未婚率の推移



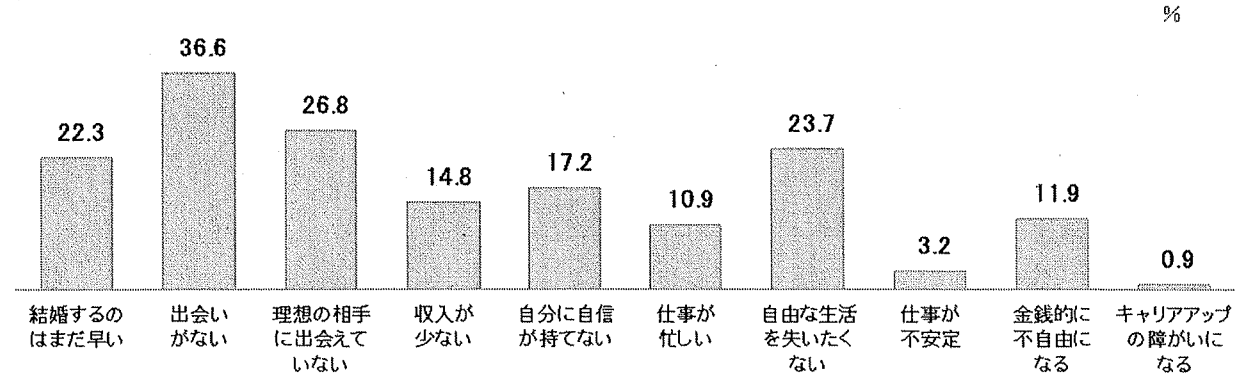
資料出典: 国勢調査

図表3 現在結婚していない理由(複数回答)

(住民調査 n=4,452)

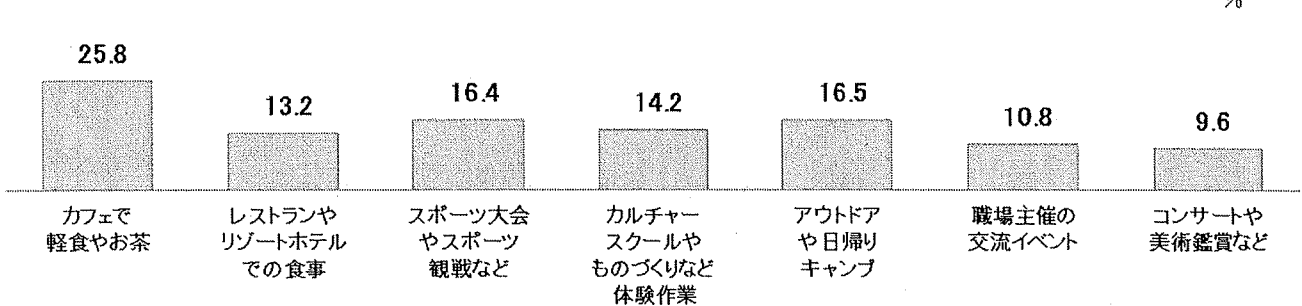


(従業員調査 n=7,532)

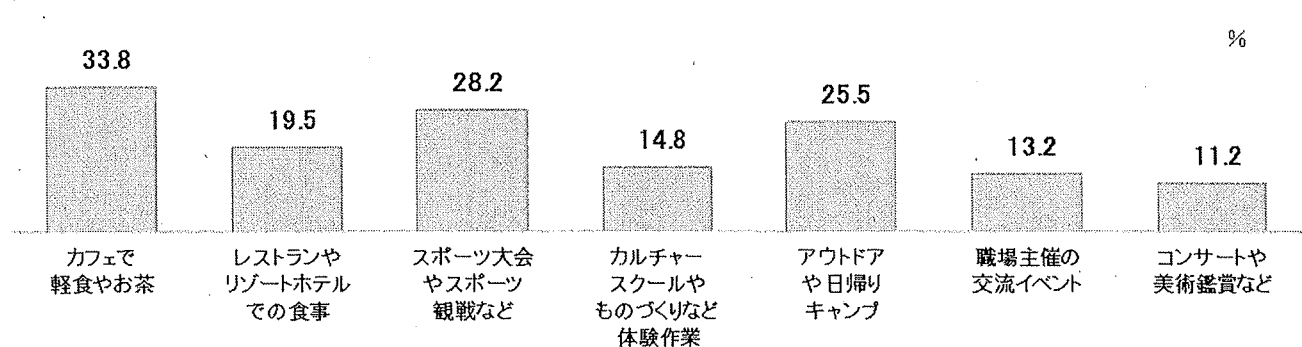


図表4 参加したい出逢いイベント(複数回答)

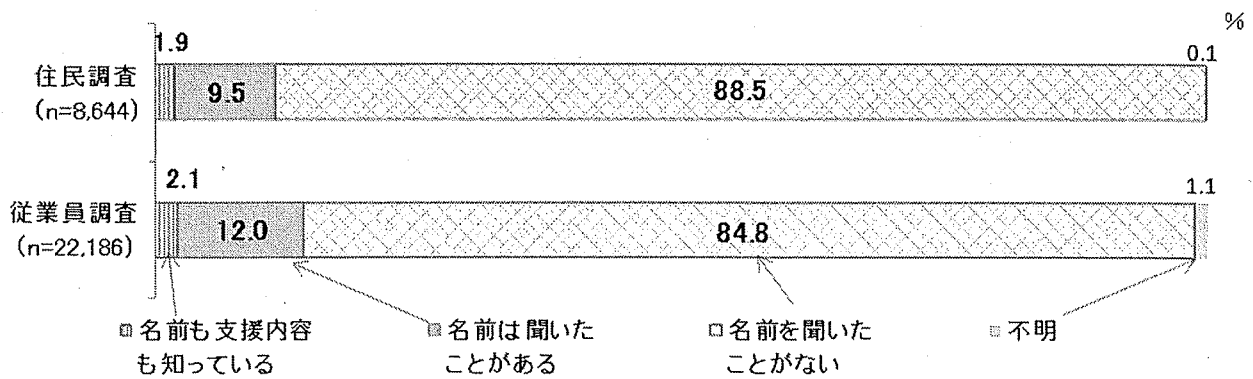
(住民調査 n=3,688)



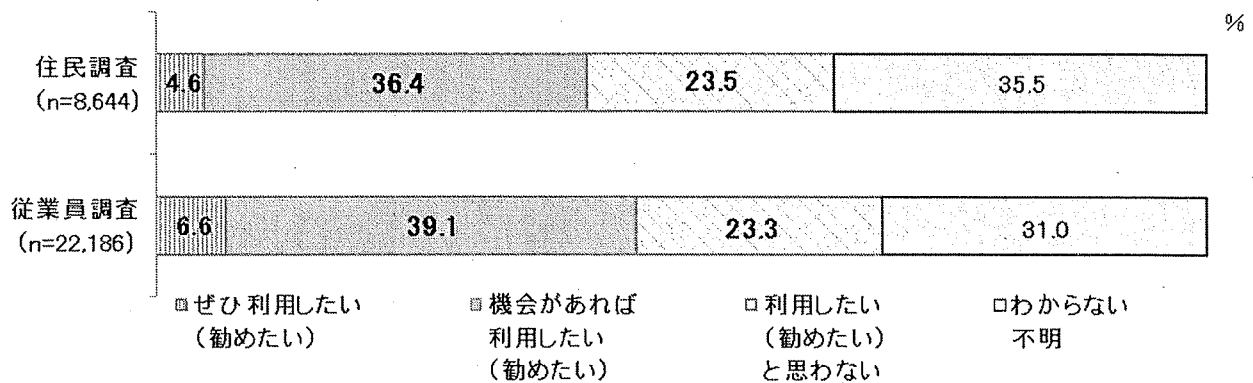
(従業員調査 n=5,903)



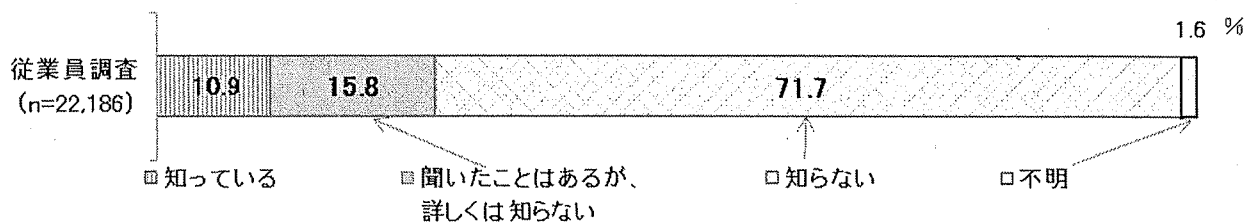
図表5 みえ出逢いサポートセンターの認知度



図表6 みえ出逢いサポートセンターの利用意向

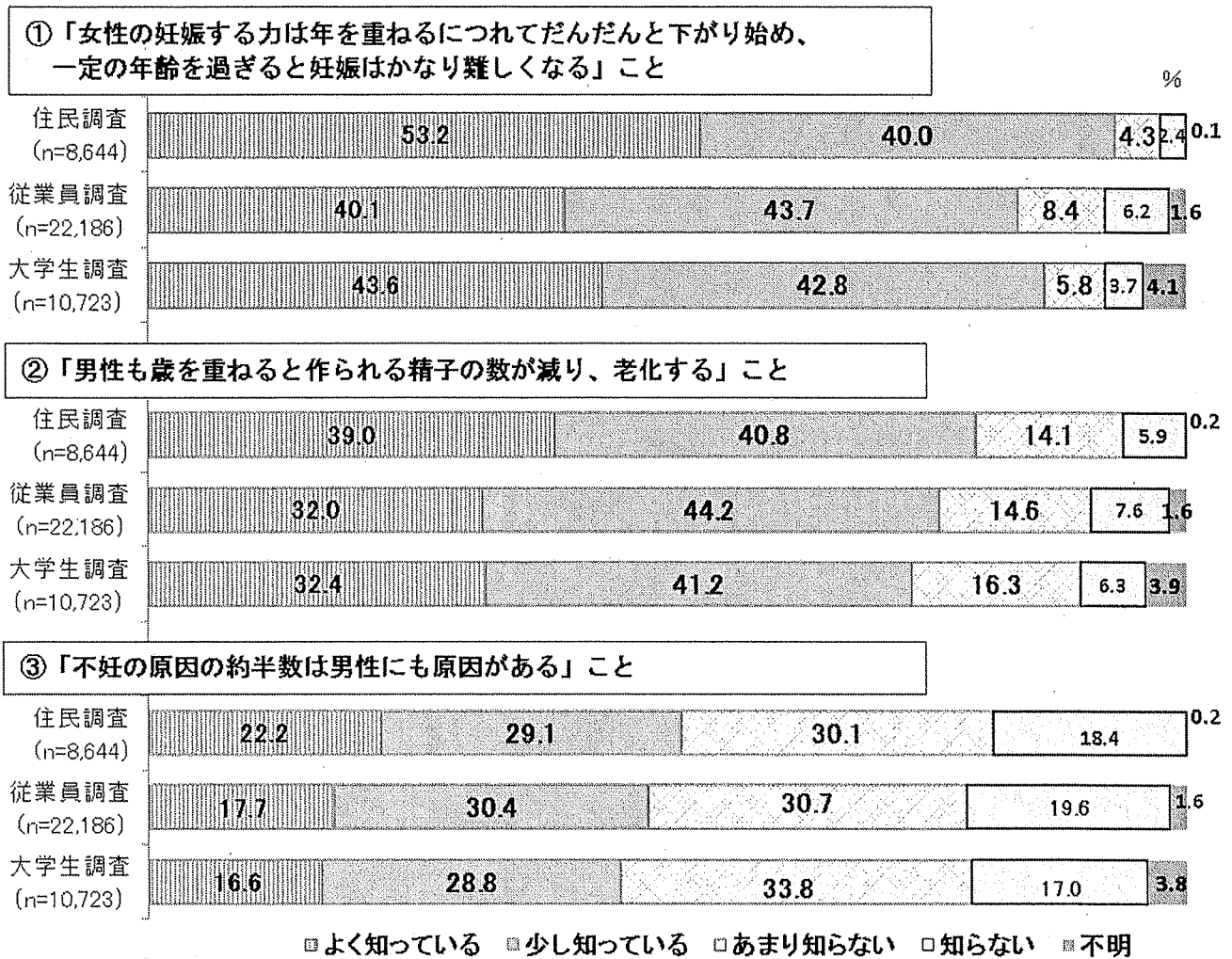


図表7 「イクボス」の認知度

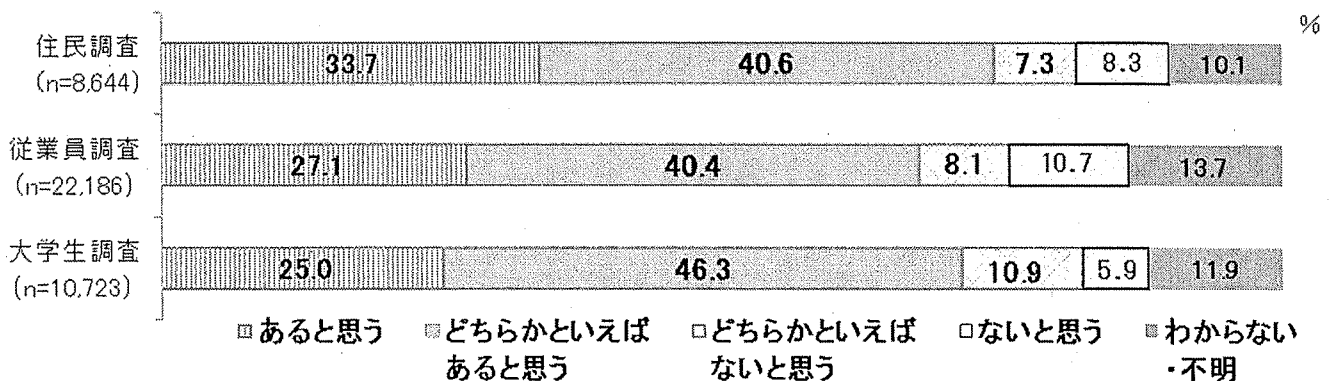




図表8 妊娠・出産に関する医学的情報の認知度

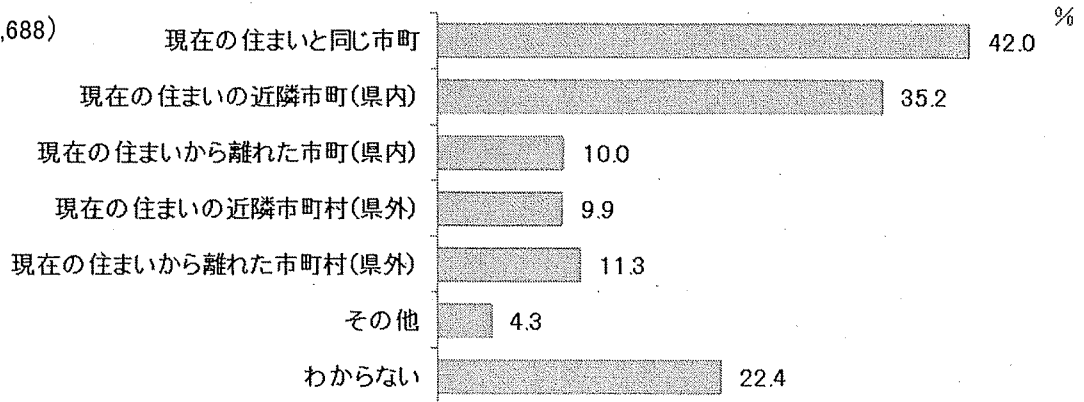


図表9 妊娠・出産に関する医学的情報の認知による将来設計や行動の変化



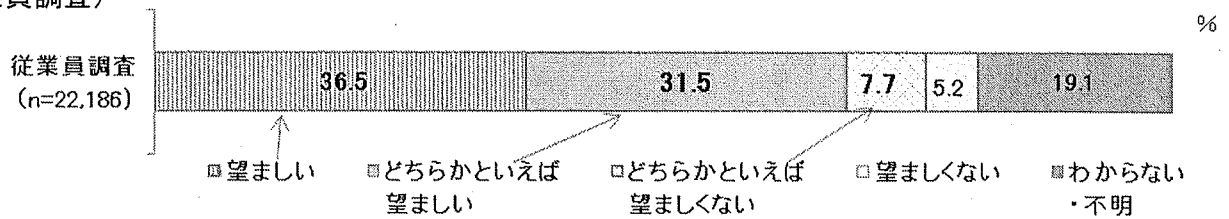
図表 10 結婚後に住みたい地域(複数回答)

(住民調査 n=3,688)



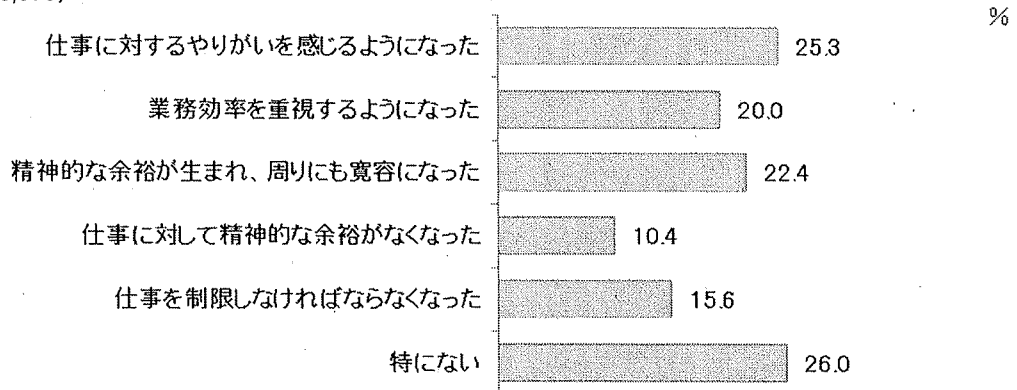
図表 11 職場からの結婚支援

(従業員調査)



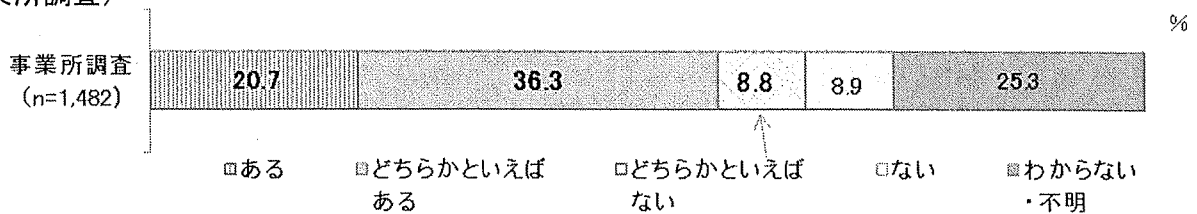
図表 12 結婚したことによる仕事上での変化(複数回答)

(従業員調査 n=13,675)

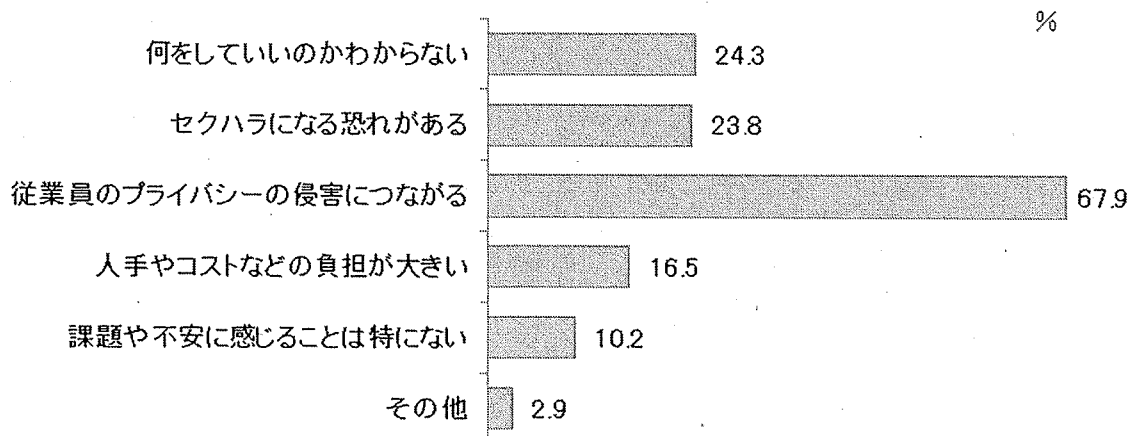


図表 13 結婚を希望する従業員を支援していく考えの有無

(事業所調査)



図表 14 結婚を希望する従業員の結婚支援への課題・不安  
 (事業所調査 n=1,482)



図表 15 有効と考える国や地方自治体の結婚支援・対策(複数回答)  
 (事業所調査 n=1,482)

