

Title	公的な婚活支援事業の効果的推進に関する研究-いしかわ結婚支援センターを事例として-
Author(s)	河合, 一樹
Citation	
Issue Date	2019-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	author
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/15810">http://hdl.handle.net/10119/15810</a>
Rights	
Description	Supervisor: 敷田 麻実, 先端科学技術研究科, 修士 (知識科学)

公的な婚活支援事業の効果的推進に関する研究

-いしかわ結婚支援センターを事例として-

Study of the effective promotion of public marriage-hunting  
support businesses:  
ISHIKAWA marriage support center

北陸先端科学技術大学院大学  
先端科学技術研究科

1710057 河合 一樹

KAWAI Kazuki

平成 31 年 3 月

# 修士論文

公的な婚活支援事業の効果的推進に関する研究

-いしかわ結婚支援センターを事例として-

Study of the effective promotion of public marriage-hunting support  
businesses:

ISHIKAWA marriage support center

1710057 河合 一樹 (KAWAI Kazuki)

主指導教員: 敷田 麻実

審査委員主査: 知識 敷田 麻実

審査委員: 知識 敷田 麻実

知識 本田 弘之

知識 伊藤 泰信

知識 白肌 邦生

北陸先端科学技術大学院大学  
先端科学技術研究科 [知識科学]

平成 31 年 2 月

Study of the effective promotion of public marriage-hunting support businesses:

ISHIKAWA marriage support center

KAWAI Kazuki

School of Knowledge Management,

Japan Advanced Institute of Science and Technology

March 2019

Keywords: Marriage hunting, local government, Knowledge,

In Japan, the high number of unmarried people has been a social problem for half a century. In response to this, efforts by ‘marriage support projects’ targeting people who cannot seem to get married in each prefecture and municipality are increasing. However, there are prefectures and municipalities that have ended their marriage support projects for reasons such as the number of marriages not increasing and financial difficulties. Meanwhile, the number of marriages increased year after year in Ishikawa Prefecture after matchmaking businesses opened in 2007, with 610 marriages being recorded in 2015. Therefore, this research, by focusing on matchmaker businesses, aims to clarify the role of matchmakers in marriage and the reason for the increase in the number of marriages.

First, in order to clarify the characteristics of the matchmaker businesses, we conducted a questionnaire survey covering all 42 prefectures implementing marriage support projects. The questionnaire covered 1) basic information such as the number of unmarried people and the number of staff, plus the outline of the organization implementing the marriage support project; 2) evaluations of marital activity support projects; 3) the implementation status of marriage support projects; and 4) the approach to matchmaker businesses and the characteristics of the matchmaker project implementation organization. These factors were analysed while comparing the organization that carried out the matchmaker project and the system matching implementation organization.

The second survey was an interview survey carried out by those in charge of the matchmaker businesses. Its purpose was to clarify the roles of matchmaker business support projects and the nature of the support by companies. Specifically, it asked questions about the overall composition of the support project, the activities of the matchmakers, and the content of the educational support for would-be matchmakers.

The third survey was an interview survey conducted with three active matchmakers. Its purpose was to clarify the process by which matchmakers actually arrange marriages. The interview content was analysed using the KJ method.

Matchmaker organizations are typically relatively small, with few staff and low project costs. They have fewer support project users than organizations that implement system matching projects. However, there are organizations like the Ishikawa Wedding Support Center that have seen great results, such as an increase in the number of marriages. It is not the ‘creation of encounters’ that is emphasized in the implementation of support projects by this matchmaking

business, but rather, they say that ‘we value each marriage and want to increase the number of marriages’.

The results of the survey showed that a matchmaker has three roles: ‘raising awareness of marriage’, ‘acting as a third party who makes objective judgments’ and ‘providing knowledge unique to a matchmaker or network’.

Also, in order for a matchmaker to fulfil its role, it needs to acquire knowledge for information management, freely exchange information among friends, find places where people can interact and regularly hold information exchange meetings.

In this thesis, I analyse the activities of matchmakers and summarize them using four categories: ‘Improving positive consciousness of marriage’, ‘selecting a partner’, ‘occupant mediation’ and ‘constructing a trusting relationship’. I point out the necessity of regular training, information exchanges and exchange meetings before becoming established as a matchmaker, as well as the need to establish an activity base for educational support and a mechanism for activities to be smoothly carried out. These findings will be valuable when a public support organization starts a new marriage support project from now on.

## 目次

第1章 はじめに .....	1
1 目的 .....	1
2 用語の説明 .....	1
3 論文の構造 .....	2
第2章 研究の背景 .....	3
1 未婚化・晩婚化の進行と対策 .....	3
1-1 未婚化・晩婚化の進行 .....	3
1-2 自治体が行う婚活支援事業の実態 .....	4
2 主な婚活支援事業について .....	5
3 結婚・婚活に関する先行研究 .....	7
3-1 未婚化・晩婚化の原因に関する先行研究 .....	7
3-2 結婚意思に影響を与える要因に関する先行研究 .....	8
3-3 仲人の役割に関する先行研究 .....	8
4 背景のまとめ .....	9
第3章 研究方法 .....	11
1 調査方法 .....	11
2 対象組織の選定理由 .....	12
第4章 婚活事業実施組織の分析 .....	13
1 調査結果 .....	13
1-1 婚活支援事業の実施状況 .....	13
1-2 仲人型事業の実施状況 .....	14
1-3 婚活支援事業実施組織が持つ課題 .....	15
2 仲人型事業とシステムマッチングとの比較 .....	16
2-1 基本情報の比較 .....	17
2-2 婚活支援事業で重視する点の比較 .....	18
2-3 課題の比較 .....	20
第5章 いしかわ結婚支援センター事業担当者の調査 .....	22
1 いしかわ結婚支援センターの概要 .....	22
1-1 いしかわ結婚支援センターの設立のきっかけと設立趣旨 .....	22
1-2 いしかわ結婚支援センターの主な取り組み内容 .....	22
1-3 仲人型事業が実施された経緯 .....	22
1-4 いしかわ結婚支援センターの仲人について .....	23
1-5 いしかわ結婚支援センターにおける仲人の位置づけ .....	23

2 仲人の課題/要望とサポート内容 .....	24
第6章 いしかわ結婚支援センターの事例研究 .....	26
1 仲人へのインタビュー調査 .....	26
2 仲人の活動内容 .....	26
3 活動内容に対する仲人の意見 .....	26
4 仲人の持つ知識・ノウハウ .....	27
第7章 考察 .....	30
1 仲人型事業実施組織に関する考察 .....	30
1-1 仲人型事業の実施に関するイメージ .....	30
1-2 仲人型事業とシステムマッチング事業との比較からみる仲人型事業の特徴に関する考察 .....	30
1 仲人の役割 .....	31
2-1 未婚者の結婚に対する意識向上を行う .....	32
2-2 客観的な判断を行う第三者としての存在 .....	32
2-3 仲人特有の知識やネットワークの付与 .....	32
3 現代の仲人の考察 .....	33
第8章 結論 .....	34
1 SRQとMRQへの回答 .....	34
1-1 SRQ1:「仲人型事業の実施組織にどのような特徴があるのか」への回答 .....	34
1-2 SRQ2:「仲人型事業における仲人の活動内容と果たす役割」への回答 .....	34
1-3 SRQ3:「仲人型事業における組織的な仲人の教育と活動サポートは何か」への回答 .....	34
1-4 MRQ:「仲人型事業を通じて婚活支援を行うにはどのような活動の仕組みやサポートが必要か」への回答 .....	34
2 理論的な含意 .....	35
3 実務的な含意 .....	35
4 今後の課題 .....	36
参考・引用文献 .....	37
付録 婚活・結婚支援サービスアンケート .....	38

## 第1章 はじめに

### 1 目的

本研究は、自治体が行う婚活支援事業の効果的推進のために、年々成婚数が増加している「いしかわ結婚支援センター」の「仲人型事業」に着目して、婚活支援事業で仲人が果たす役割や、成婚数増加の要因を明らかにすることを目的とする。また研究内容をより具体的に説明するため、以下のリサーチクエッションを設定して研究を進めた。

**SRQ1:** 仲人型事業の実施組織にはどのような特徴があるのか。

**SRQ2:** 仲人型事業における仲人の活動内容と果たす役割

**SRQ3:** 仲人型事業の実施に向けた効果的な仲人の教育と活動サポートはどのようなものか。

**MRQ:** 仲人型事業を通じて婚活支援を行うにはどのような活動の仕組みやサポートが必要か

### 2 用語の説明

本論文は、以下のように用語を定義した。

**婚活:** 白河ほか(2008)は、婚活とは就職活動を表す「就活」を模した言葉であり、未婚者が積極的に結婚相手を探す活動を指すと定義づけている。この婚活という言葉は、白河ほか(2008)で初めて登場し、一般人に広く使われ始めたのも2008年に同書が出版されてからである(山田ほか, 2013)。そこで本研究では、白河の定義に従って、婚活を「結婚したい異性と出会うための行動」と定義した。

**婚活支援事業:** ロジナ(2011)は、婚活支援事業を、国や自治体が家族という個人の問題に介入し、家族政策として若者に男女の出会いの場を提供する活動だとしている。一方、内閣府(2017)では、未婚者同士のお見合いの場を提供する「マッチング事業」や「婚活パーティ」のほか、セミナーなどの未婚者のコミュニケーションのスキルアップを目的とした事業を、婚活支援事業として紹介している。このように実社会では、未婚者が成婚に至るまでのサポート全般を婚活支援事業として紹介しているため、本研究でも婚活支援事業を、「未婚者が成婚するまでの活動を支援する事業全般」と定義した。



### 3 論文の構造

本論文は全 8 章で構成されている。まず第 1 章と第 2 章では、研究の目的、研究の背景に加え、本研究と類似性のある先行研究について紹介する。研究の背景では、未婚化・晩婚化の進行、その対策として自治体がこれまでに行ってきた婚活支援事業の特徴を紹介する。また、先行研究は、未婚化・晩婚化の要因を分析したものや、本研究で取り扱う仲人に関する研究を紹介する。

第 3 章では、都道府県を対象としたアンケート調査、いしかわ結婚支援センターの事業者と仲人を対象としたインタビュー調査の調査方法と、調査対象の選定理由を説明する。そして第 4 章では、都道府県に対して行ったアンケート調査の結果、第 5 章では、仲人へのインタビュー調査の結果、第 6 章では、仲人型事業担当者へのインタビュー結果を、それぞれまとめる。以上の結果を踏まえ第 7 章で総合考察を行い、第 8 章で、本研究の結論に加え実務的示唆や学術的示唆を述べた。

## 第2章 研究の背景

### 1 未婚化・晩婚化の進行と対策

#### 1-1 未婚化・晩婚化の進行

近年、未婚化・晩婚化といった社会問題が進行している。1947年には第1次ベビーブームによって、過去最高の成婚率12%が記録され、1972年の第2次ベビーブームでは、過去最高の成婚数1,099,984組が記録されていた(図2-1)。しかし1972年以降、成婚数は減少傾向となり、2015年には1972年の成婚数の半数近い635,156組しか婚姻は行われていない(厚生労働省, 2017)。

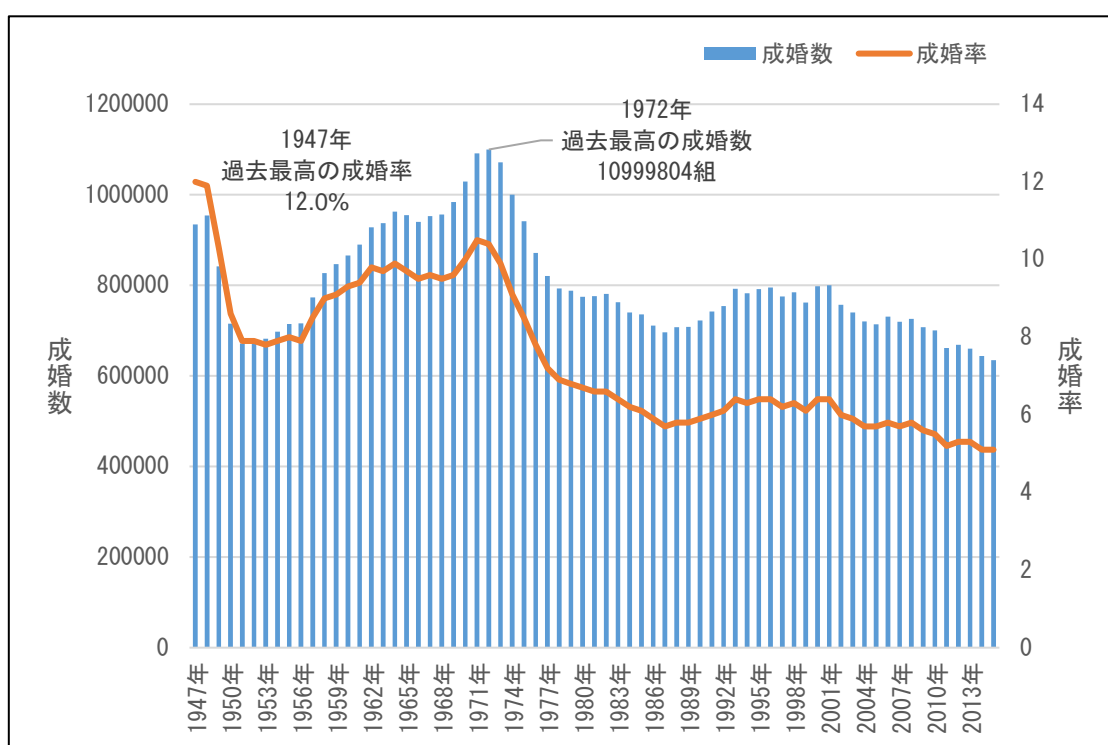


図2-1: 成婚数・成婚率の推移

内閣府 少子化をめぐる現状<sup>1</sup>より筆者作成

図2-2は平均初婚年齢の推移をまとめたグラフである。1950年の平均初婚年齢は男性25.9歳、女性23歳と、両性とも20代のうちに結婚している。しかし2015年には男性31.1歳、女性29.4歳まで初婚年齢が上がっている。このように、1950年以降、初婚年齢は一貫して上昇しており、晩婚化の問題は60年以上にわたって進行している。(厚生労働省, 2015)。

<sup>1</sup> 内閣府 少子化をめぐる現状:

[https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2017/29webhonpen/html/b1\\_s1-1-2.html](https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2017/29webhonpen/html/b1_s1-1-2.html) (accessed 2019.0129)

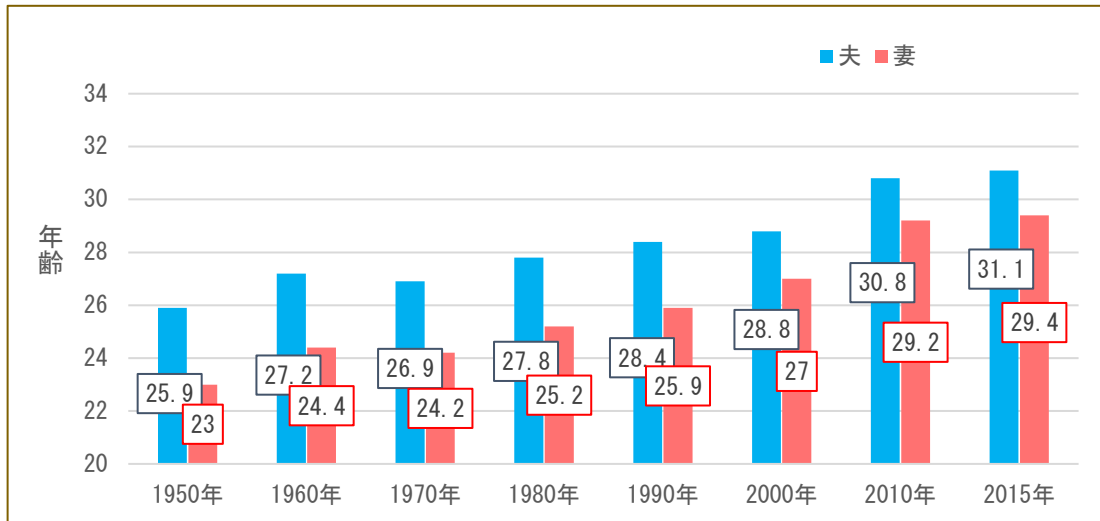


図 2-2：晩婚化の推移

厚生労働省(2016)「人口動態統計特殊報告「婚姻に関する統計」」3ページより筆者作成

未婚化・晩婚化が進行する一方で、内閣府(2014)の結婚・家族形成に関する意識調査報告書では、「いずれ結婚したい」と考える未婚者の割合が20年続けて80%以上を維持していることが判明している。このように、結婚希望者の割合が一定水準を下回っていないにもかかわらず、成婚数が減少しているのが現状である。

## 1-2 自治体が行う婚活支援事業の実態

未婚化・晩婚化の問題に対して、自治体では、未婚者の結婚を支援する「婚活支援事業」を行ってきた。その内容は、マッチングサービス、出会いパーティ、講座の実施などであり、出会いの場の創出に加えて、未婚者のコミュニケーション能力の向上を目的とした講座等、幅広いサポートを行っている。また内閣府(2015)によって、2015年から、少子化問題への対策として、結婚や育児等の支援を行う都道府県や市区町村に「地域少子化対策強化交付金」が支給されることとなった。2018年に、この交付金を受給している都道府県は46県で、ほぼすべての都道府県が育児や結婚に関する支援をこの交付金を活用して行っている<sup>2</sup>。

実際に、内閣府(2011)の「結婚・家族形成に関する意識調査報告書」と内閣府(2017)「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」を比較してみると、婚活支援事業を実施する自治体組織数は現在増加傾向にあり、事業を実施したことがある都道府県は、2011年の31団体から2017年には43県、市

<sup>2</sup> 内閣府 交付決定済自治体一覧:

[https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/koufukin/h30/pdf/tousho/koufu\\_ichiran.pdf](https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/koufukin/h30/pdf/tousho/koufu_ichiran.pdf) (accessed 2019.0122)

区町村は、2011年の552市区町村から2017年の1286市区町村まで増加した。このように、未婚化・晩婚化の進展に対応する形で、各自治体の婚活支援事業も活発化してきている状況にある。

このように婚活支援事業を取り組む自治体は増えているが、成婚数が増加した自治体ばかりではない。内閣府(2017)によれば、過去に婚活事業に取り組んだにも関わらず事業を行わなくなった自治体は、43県の内16県存在し、半数近い組織が事業を継続できていないと述べている。取り組まなくなった理由としては、「財源不足」が4割近くを占めており、「成婚数が増えなかった」、「財政難」などの理由から、婚活支援事業の必要性を感じながらも事業を続けられていない自治体が存在する(内閣府, 2017)。

## 2 主な婚活支援事業について

婚活支援事業の中でも中心的な事業となるのが、未婚者同士を引き合わせるマッチング事業である。このマッチング事業には、大きく分けて2つのタイプが存在している。まず大部分の自治体で取り組まれているのが、婚活支援事業担当者の登録内容をデータベースなどで管理し、未婚者が自らコンピューターなどの検索機能を使ってお見合い相手を見つける「システムマッチング」と呼ばれるものである。そして、もう1つのタイプが、支援組織に所属する仲人が、婚活支援を希望する未婚者と相談の上で、お見合い相手を選んで斡旋する「仲人型事業」というものである。

図2-3はシステムマッチングのお見合い手順をまとめたものである。システムマッチングを利用するには、まず利用者のプロフィール情報をシステムに登録する必要がある。登録されると、未婚者のプロフィール画面が作成され、コンピュータ上やタブレット等で他の未婚者のプロフィール情報を参照して、自由にお見合い相手を選択することが可能になる。この際に登録される主なプロフィールの情報は、年齢や居住地等の属性に加え、職業や収集といった社会的地位、今まで何回お見合いを申し込まれたかといったお見合いの活動記録であり、これらを参照しながらお見合い相手を選択することができる。

一方、図2-4は仲人型事業のお見合いプロセスをまとめたものである。仲人型事業を利用する場合にも、システムマッチングと同じく未婚者のプロフィールをまず登録する必要がある。しかし登録後に、未婚者が自らお見合い相手を選択する必要はなく、担当となった仲人が未婚者の代わりに、希望に合致したお見合い相手を選び、お見合いの実施へと進んでいく。このプロセスにおいて、未婚者は仲人と数回にわたって面談を行うのが一般的で、このため未婚者は登録情報以上の内容を加味してお見合い相手を選ぶことが可能になる。

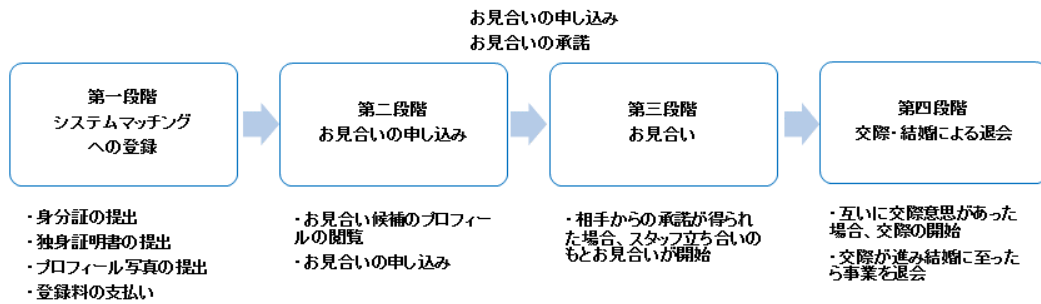


図 2-3：システムマッチングのお見合いプロセス

小林 (2016) 「婚活における結婚の規定要因はなにか —結婚研究の視点から、えひめ結婚支援センターを事例とした量的分析—」 73 ページより筆者作成

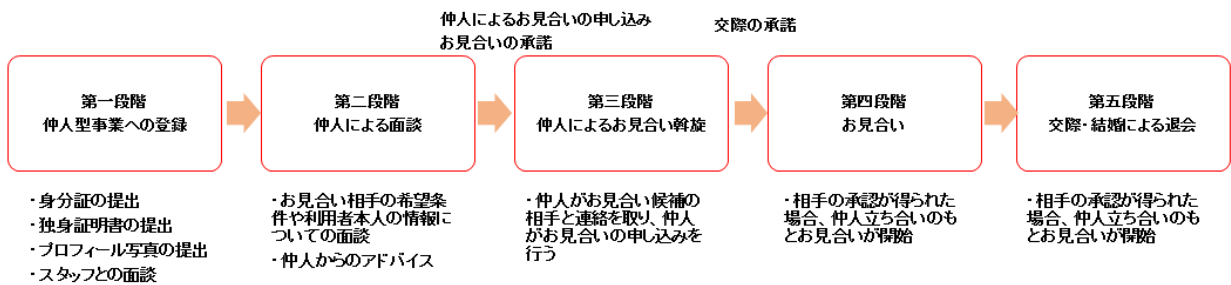


図 2-4：仲人型事業のお見合いプロセス

内閣府 (2011) 「平成 22 年度結婚・家族形成に関する調査報告書」 24 ページより筆者作成

仲人型事業は現在 5 県で実施されており、その中で最も成婚数の多いものが、石川県の「いしかわ結婚支援センター」で行われている「縁結び ist」という仲人型事業である。2005 年に始められてから、2015 年には累計でお見合い数 13000 件、成婚数は 610 組に達している。他の自治体が「成婚数が増えなかった」という理由で事業を中止する中で、石川県の仲人型事業は年々成婚数を増加させている<sup>3</sup>。

<sup>3</sup> 石川県「いしかわエンゼルプラン 2015」の実施状況について：  
<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/kodomoseisaku/angelplan2015/documents/shiryoh28.pdf> (accessed 2019.1.17)

このようにシステムマッチングとは違い、仲人という第三者を婚活支援事業に介入させているという点に、仲人型のマッチング事業の大きな特徴がある。しかしこれまでに、どのようにして仲人が成婚数を伸ばしているのか、仲人はどのような役割を果たしているのか等の分析はなされておらず、事業に仲人を取り入れることの有効性やその仕組みについての言及もほとんどみられない。

### 3 結婚・婚活に関する先行研究

#### 3-1 未婚化・晩婚化の原因に関する先行研究

我が国は、人口減少や少子化などの社会課題を抱えており、その一因だとされる未婚化・晩婚化に関する研究はこれまでに多数行われてきた。例えば、中村(2011)は、未婚化・晩婚化の大きな要因の一つが、結婚の自由化に伴い、結婚に対する価値観が変わってきたことだと述べている。これは、1947年の民法改正により、男性・女性が共に結婚に対して平等の権利を持つようになったことで、結婚は誰しものがするのが当たり前という社会規範が薄れていき、結婚は個人で自由に行うものであるという社会認識が生まれ、その結婚の形態も従来のお見合い結婚から恋愛結婚へと移ってきたという説明である。また山田ほか(2013)は、恋愛結婚が主流になったことで、結婚はしたい人だけが行う嗜好品のようなものになったと述べており、結婚相手に求める条件も年収や容姿といったものへと変化したと分析している。

一方、堤(2009)は、1973年から始まった高度経済成長による女性の賃金の引上げが晩婚化の主要因だと述べており、女性が独身でいても生活に不自由しなくなったことや、独身でいることで生活費以外に、趣味にお金をつかうことができるという理由から、積極的に結婚する人が減少したと分析している。また加藤(2011)は、それまでの未婚化の議論を総括し、未婚化をもたらす要因を、経済面と社会面の両面から考察した。経済面からの考察は、堤(2009)にも通じるものであり、高度経済成長と1980年代以降の経済成長の低迷による階級格差の拡大が、女性の賃金上昇と男性の賃金低下を引き起こし、女性を養えない男性を生み出したことで未婚化の進行に拍車がかかったというものである。一方、社会面からの未婚化の要因の考察は、親族・地域社会・会社などの近しい人達による配偶者を支援する仕組みの弱体化に関するものである。見合い婚が主流だった頃は、未婚者が結婚の適齢期を迎えると、その未婚者と親しい間柄の者が、お見合い相手を紹介してくれるなど、未婚者の結婚を支援する仕組みができていた、ということである。これに関しては、中村(2011)も同様の指摘を行っており、見合い婚が主流の時は、結婚の適齢期になると親戚や職場の同僚等、様々な人から結婚の催促

やお見合い話が持ち掛けられ、結婚に自信がない者も、周りのお世話によって結婚ができていたが、現在はそのような支援がなくなっていると指摘している。

以上のように、これまでの先行研究では、未婚化・晩婚化の要因が、大きく分けて、「結婚観の変化」「経済状況の変化」「地域社会の変化」という3つの側面から考察されてきた。そしてこれらは、1947年の民法改正、1970年代の高度経済成長期の経験、その後の地方都市の衰退などを契機として、段階的に進展してきたと指摘されている。

### 3-2 結婚意思に影響を与える要因に関する先行研究

未婚化・晩婚化の要因は、未婚者の心理面からも様々に研究されている。伊東(1997)は、未婚者の結婚意思に影響を与える心理学的な諸要因を調査し、「知覚された統率力(自分から見た自身の結婚の難易度)」が最も重要だと結論付けている。また小林(2016)は、自分の容姿(ルックス、身体的魅力)に対する意識が、自己の結婚等のキャリアアップに多大な影響を与えていると分析している。他方、国立社会保障(2017)の調査は、結婚に対する願望と結婚への行動の関係性を分析している。この分析からは、結婚希望者の多くは、結婚に向けて活動を行っておらず、未婚者の多くは結婚意思が徐々に低下していつていると分析している。

これらの論文や調査で共通して言及されているのが、結婚への自信の無さが、結婚意思を弱めることにつながり、未婚者の婚活を妨げているというものである。結婚に自信がない者は、自分から結婚の可能性を遠ざけ、結婚意思がますます低下していくという悪循環に陥ってしまっているといえるだろう。

### 3-3 仲人の役割に関する先行研究

湯沢(1994)や中村(2011)は、1947年の民法改正前に主流だった、仲人による「取り決め婚」と、恋愛がそのまま結婚に結びつく「現代型結婚」を比較し、当時の仲人の役割を分析している。この中では、戦前期における仲人の役割は、異性の引き合わせだけでなく、両者の結婚を正式に承認する「立ち合い人」の側面があったと指摘し、結婚における仲人の権利も強かったと述べている。また、阪井(2010)は、「仲人親」に言及し、仲人とお世話される者の関係は、信頼に基づいた「奉仕関係」が基調にあると説明している。戦前期、仲人は自分の子供のように献身的に未婚者のお世話をして、未婚者は「仲人が紹介してくれた相手なら信用できる」とお見合いに臨んでいたようである。一方、坂井(2007)は、仲人婚は

明治時代の「家族主義」に基づいた「国家の要請」であり、仲人は自由婚を取り締まる「補導者」や「監視者」としての役割も持っていたと述べている。

このように、見合い結婚が主流だった頃は、異性の引き合わせや結婚の承認を行う仲人は、結婚する上で非常に重要な存在であった（山田ほか, 2013）。しかし図 2-5 から明らかなように、1965 年以降は恋愛結婚が見合い結婚の割合を上回っており、2015 年には見合い結婚の割合は 5.5%しかない。この結果、現代においては、仲人の存在は希薄化しており、未婚者の結婚を第三者がお世話する仕組みもほとんどみられなくなってしまっている。

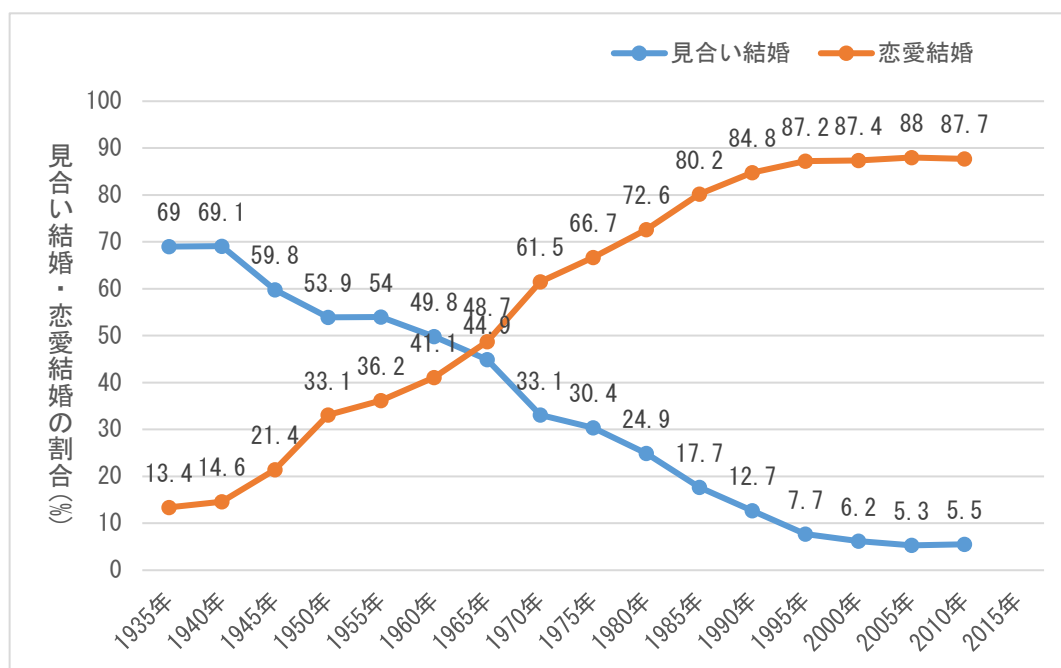


図 2-5: 仲人型事業のお見合いプロセス

国立社会保障 (2015) 「出生動向基本調査 (結婚と出産に関する全国調査)」 38 ページ  
より筆者作成

#### 4 背景のまとめ

我が国では、未婚化・晩婚化の進展に歯止めがからず、人口減少や少子化といった社会課題の一因になっている。このため、近年、国や自治体が婚活支援に向けた事業を活発化しているが、成婚数の増加に、成果を上げられていない組織も多い。今後は、事業実施状況やその評価をもとに、婚活支援事業の更なる改善を図っていく必要があるだろう。

これまでに、公的機関によって婚活支援事業として中心的に行われてきたものが、未婚者同士を引き合わせるマッチング事業というものである。このマッチング事業はその実施プロセスから、システムマッチングと、仲人型事業という 2 つのタイプ



に分類することができるが、これまであまり注目されてこなかった仲人型事業で成婚数の増加に大きな成果をあげている組織が存在している。仲人は、見合い婚が主流であった際には、結婚の引き合わせや承認のために非常に重要な存在であったが、恋愛婚が主流となった現在には、あまりその存在や役割が意識されなくなってしまっている。

先行研究では、未婚化・晩婚化に関わる要因として、結婚観、経済状況、地域社会などの変化に加え、結婚形態の変化や未婚者の結婚意思の低下などの、多様な要因が成婚数に影響を及ぼしていることが明らかとなっている。本研究では、現代の結婚支援事業のうちに存在している仲人が、どのような活動を行うことで、上記の課題に対処することに成功しているかを分析する。このことによって、婚活支援事業の更なる発展に寄与するだけでなく、現代社会の仲人の役割を再考察することにつながると考えている。

## 第3章 研究方法

### 1 調査方法

本論文の研究の方法は、大きく3つに分けることができる。まず1つ目が、仲人型事業実施組織の特徴を明らかにするために行った、婚活支援事業を実施する全42県を対象としたアンケート調査である。こちらの調査では、1)未婚者数やスタッフ数等の基本情報、婚活支援事業を実施している組織の概要、2)婚活支援事業の評価、3)婚活支援事業の実施状況、4)仲人型事業に対する考え方の4つの調査項目を設け、仲人型事業を実施する組織とシステムマッチング実施組織を比較しながら、仲人型事業実施組織の特徴を分析した。なお、アンケート調査は2018年9月中に質問用紙と依頼状を作成し、回答期間も含めて2018年10月1日から11月15日の間に行った。

2つ目の調査が、仲人型事業を実施する組織の運営利用者に対して行ったインタビュー調査である。本調査は、仲人型の婚活支援事業が期待する仲人の役割や、仲人が活動するために行っている運営者からのサポートの内容などを明らかにすることを目的とした。具体的には、支援事業全体の仕組み、仲人の活動内容、仲人になるための教育サポートの内容などを質問した。回答者は3名おり、1人はいしかわ結婚支援センターの職員、あとの2人は石川県結婚支援・ワークライフバランス推進グループの職員とした。いしかわ結婚支援センターの職員には、2018年の5月、10月、11月の計3回インタビューを行い、石川県結婚支援・ワークライフバランス推進グループの職員には石川県庁で11月にインタビューを行っている。なお、インタビューは一人当たり30分から60分かけて行っている。

最後、3つ目の調査が、仲人型事業にボランティアで参加している、仲人3名に対して行ったインタビュー調査である。本調査では、仲人がどのようなプロセスでお見合いを斡旋しているのか明らかにすることを目的とした。図3-1は仲人へのインタビュー調査の詳しい質問項目である。これは、2018年5月にいしかわ結婚支援センターの職員に予備調査を行い、大まかな仲人の活動内容をまとめたあとに、活動のプロセスごとに質問項目を設定することで作成した。回答を得た仲人は3名で、インタビューは1件あたり60分行った。聞き取った内容は、プロセスごとにKJ法により分析を行っている。

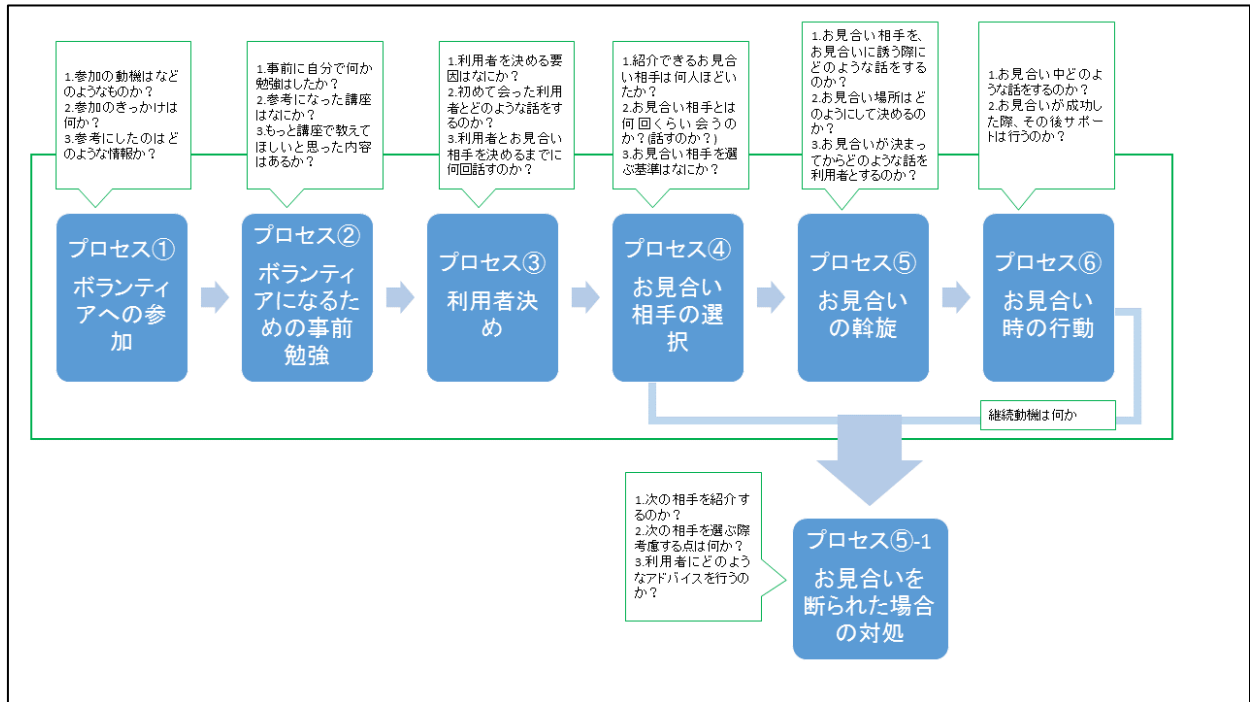


図 3-1: 仲人へのインタビュー調査の質問項目

## 2 対象組織の選定理由

1つ目の調査は、都道府県の単位で公的事業として婚活支援事業を実施している全 42 県を調査対象としている。1つ目の調査では、全国の婚活支援事業実施組織を網羅的に調査することで、仲人型事業実施組織の特徴を明らかにすることを意図している。

2つ目と3つ目の調査では、いしかわ結婚支援センターの仲人型事業の仲人と事業担当者を調査対象とした。その理由は、いしかわ結婚支援センターがこれまでに仲人型事業のみで 610 組の成婚数を記録するなど、全国でも先進的に仲人型の婚活支援事業で成果を上げているためである。このため、本研究の目的としている、仲人の婚活支援事業における役割や、婚活支援事業に仲人を取り入れるための仕組みなどを調査する対象として適していると判断した。

## 第4章 婚活事業実施組織の分析

### 1 調査結果

本章では、筆者が2018年10月から2018年11月までの間に、全国の婚活事業実施組織を対象に実施したアンケート調査の結果をまとめる。対象とした組織は、内閣府(2017)の報告で、都道府県の単位で公的事業として事業を行っている<sup>4</sup>と回答した42組織とした。本調査では、そのうち21組織からの回答を得た(回収率:50%)。

#### 1-1 婚活支援事業の実施状況

まず現在実施されている婚活支援事業の種類に着目する。図4-1は各組織が現在行っている婚活支援事業をまとめたものであり、図中の確固の中の数字は県数を示している<sup>4</sup>。システムマッチング、情報発信、婚活セミナー、イベントの開催などの多様な事業が開催されており、その他に分類されているものも含めると、その種類は10種類以上に及んでいる。

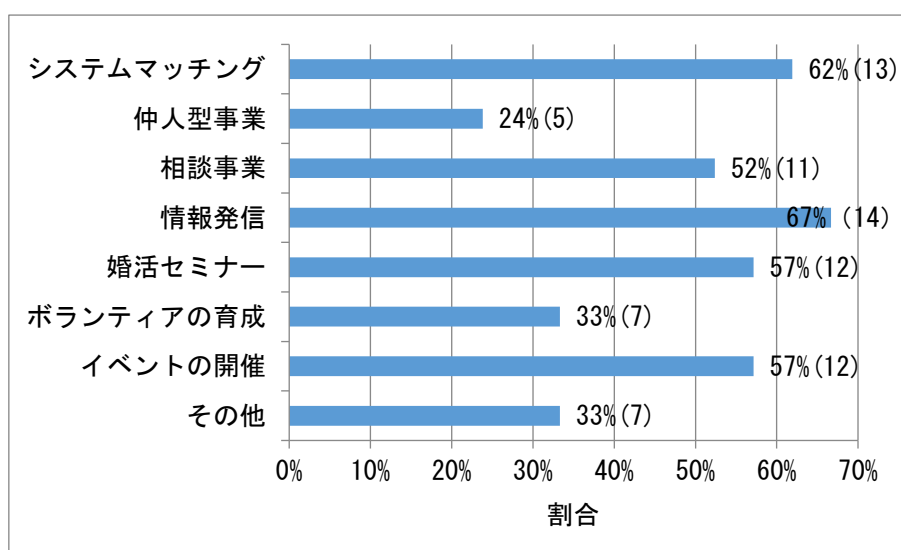


図4-1:婚活支援事業実施状況(複数回答可)

#### 1) マッチング事業の実施状況

実施が確認された事業の中で、マッチング事業に該当する「システムマッチング」は62%で行われており、筆者が着目した「仲人型事業」は24%で実施されていることが確認できた。システムマッチングと仲人型事業を合わせると、86%が、未婚

<sup>4</sup> 実際のアンケートでは、実施しているマッチング型事業について、「マッチング(お見合い相手をシステムが選択)」「マッチング(お見合い相手を利用者が選択)」「マッチング(お見合い相手を仲人が選択)」の3項目で質問していたが、「マッチング(お見合い相手をシステムが選択)」と「マッチング(お見合い相手を利用者が選択)」がどちらもシステムマッチングの内容と同じだったため、2つを統合してシステムマッチングとし、「マッチング(お見合い相手を仲人が選択)」は分かりやすいよう仲人型事業とした。

者の出会いを創出するマッチング事業を行っていた。

## 2) マッチング事業以外の実施状況

相談事業は、未婚者の結婚に関する悩み等、結婚に関する相談全般を受け付ける事業である。また、情報発信は県内の市区町村で行われている婚活支援事業について、ホームページやメールマガジン等で配信される事業である。婚活セミナーでは、未婚者のコミュニケーション能力を向上させる講座やグループワーク等が行われ、未婚者のスキルアップが目的とされている。また、イベントの開催は、出会いパーティや旅行、街コン等が該当していた。このように、未婚者同士の出会いの創出だけでなく、結婚に対する意識の向上や結婚のためのスキル向上を目的とした事業が、多角的に実施されていることが分かる。

さらに図 4-2 は、過去に実施したことがあるが、現在は中止した事業をまとめた結果である。21 組織の内、57%が何らかの事業を現在までに中止していることが分かる。またシステムマッチングや仲人型事業など、未婚者の引き合わせを行う、婚活支援の中心的となる事業を中止した組織も 24%存在していた。

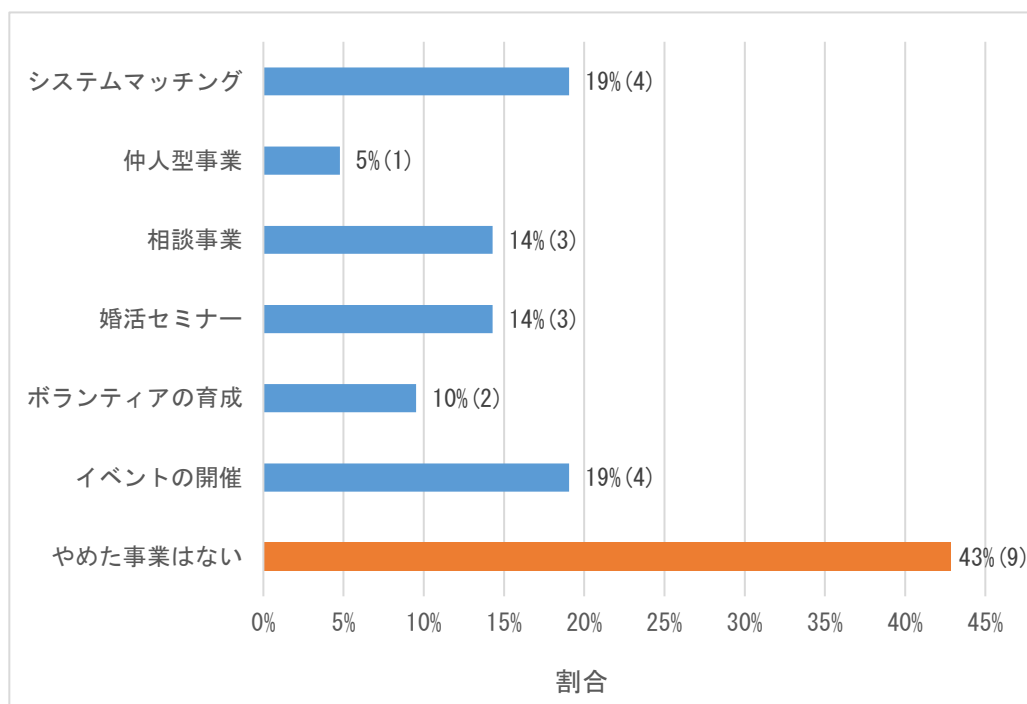


図 4-2: 中止した婚活支援事業（複数回答可）

## 1-2 仲人型事業の実施状況

図 4-3 は、今後の仲人型のマッチング事業の実施意欲をまとめたものである。仲人型事業を現在実施している組織は 24%と少ない状況にあったが（図 4-1）、今後の仲人型事業の実施意欲に関しても、「実施したくない」と回答した組織が

40%と半数近く存在しており、多くの組織がその実施に対して消極的であるということが分かった。

このように、仲人型事業を実施しない理由をまとめたものが図 4-4 である。費用がかかるという理由で、事業を実施していない組織が最も多い。同様のコメントは、その他の自由記述欄にも多くみられており、仲人型事業はお金がかかるというイメージが、多くの組織で認識され、事業実施に対する消極的な姿勢を生み出している。この他の理由として、ボランティアの管理方法が定まっていないことや、仲人となるボランティアが集まらないことを、事業を実施していない理由に挙げている組織も少なからず存在している。事業実施に必要な人材の確保も含めた、仲人型事業の実施に必要な環境の構築が、事業実施のための大きなハードルとなっているといえる。

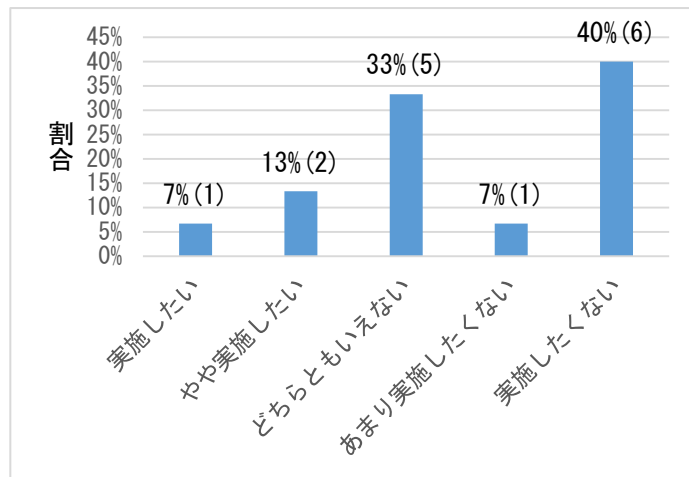


図 4-3: 仲人事業実施意欲

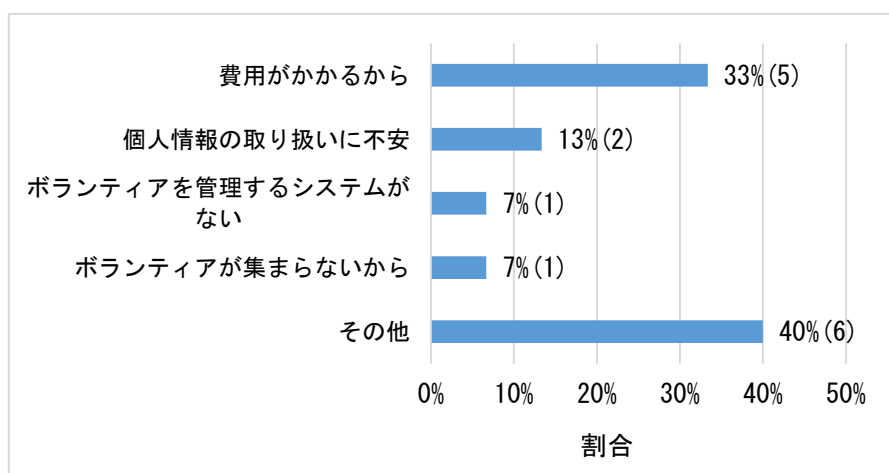


図 4-4: 仲人事業をしない理由

### 1-3 婚活支援事業実施組織が持つ課題

図 4-5 は、婚活支援事業実施上の課題についての自由記述内容を 5 つに分類してまとめたものであり、それぞれの具体的な記述内容は表 4-6 にまとめた。婚活支援事業の実施の課題として最も多く挙げられていたものが、利用者数が少ないという内容の記述であった。具体的な課題としては、未婚者数が少ないためマッチングができないことや、男女比に偏りがあるため、男性側が女性側に出会えないこと、若い世代が会員にならないことなどが挙げられていた。この他に共通して挙げられた課題は、未婚者の結婚や婚活に対する意識向上、セクハラやパワハラへの対応、県内の他の結婚相談所との連携の強化などであった。

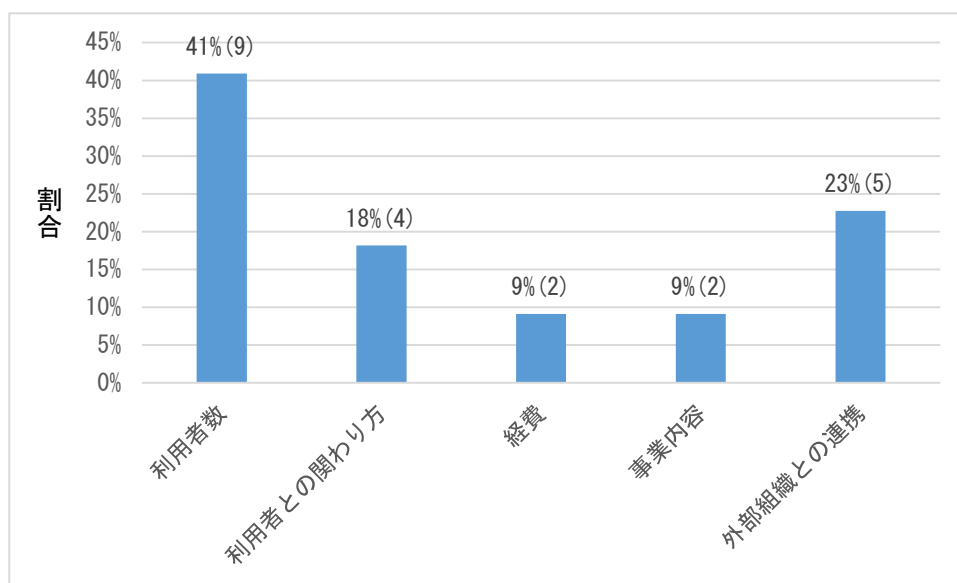


図 4-5: 婚活支援事業実施の課題

表 4-6 婚活支援事業実施の課題の具体例

分類	コメント内容
利用者数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マッチング会員が減少傾向であること</li> <li>・男女比がアンバランスであること</li> <li>・若い世代の会員数を増やすこと</li> </ul>
利用者との関わり方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「結婚」「婚活」への意識付け</li> <li>・「セクハラ・パワハラ」との兼ね合い</li> </ul>
経費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予算と人材の確保</li> </ul>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実施体制の見直し</li> </ul>
外部組織との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の結婚相談所との連携強化</li> </ul>

## 2 仲人型事業とシステムマッチングとの比較

本小節では、本研究で着目している仲人型事業の実施組織の特徴を詳細に検討するため、システムマッチングを実施している組織の回答と、組織体制、事業実施の主目的、事業実施の課題などに関して比較を行った。

## 2-1 基本情報の比較

まず利用者数、スタッフ数等の基本情報に関して、仲人型事業実施組織とシステムマッチング事業実施組織の比較を行った。図 4-7 は、組織の利用者数をまとめたものである。仲人型事業を実施しているすべての組織が、利用者数 6400 人に達していないが、システムマッチング事業を実施している組織のうち、45%は 6400 人を超える利用者がいることが分かる。

一方、図 4-8 は組織に従事するスタッフ数を比較したものである。仲人型事業実施組織の 60%が 10 人未満の人数で運営を行っているのに対し、システムマッチング事業実施組織は 67%が 10 人以上と比較的多くの人数で事業の運営を行っていた。さらに図 4-9 は昨年度の事業費を比較したものである。仲人型事業実施組織の事業費は 80%が 32,000,000 円未満なのに対し、システムマッチングを行っている組織の約 78%は 32,000,000 円を超える事業費で運営を行っている。このように、仲人型事業実施組織は、システムマッチング事業実施組織と比較して、利用者数、スタッフ数、事業費のすべての面で、小規模なものが多いことが分かる。特に、仲人型事業を実施しない理由として最も多く挙げられていた費用は、実際にはシステムマッチング事業と比較して少額であることが判明した。

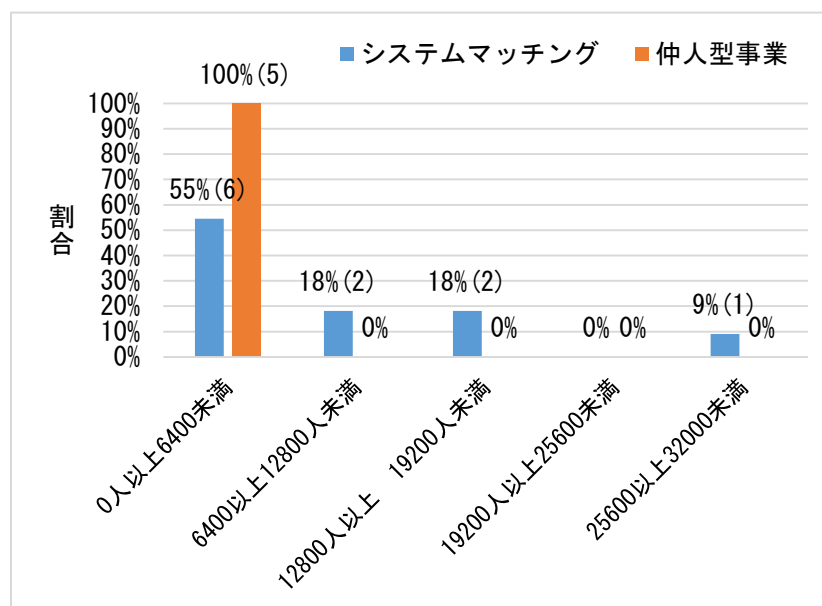


図 4-7: 利用者数の比較



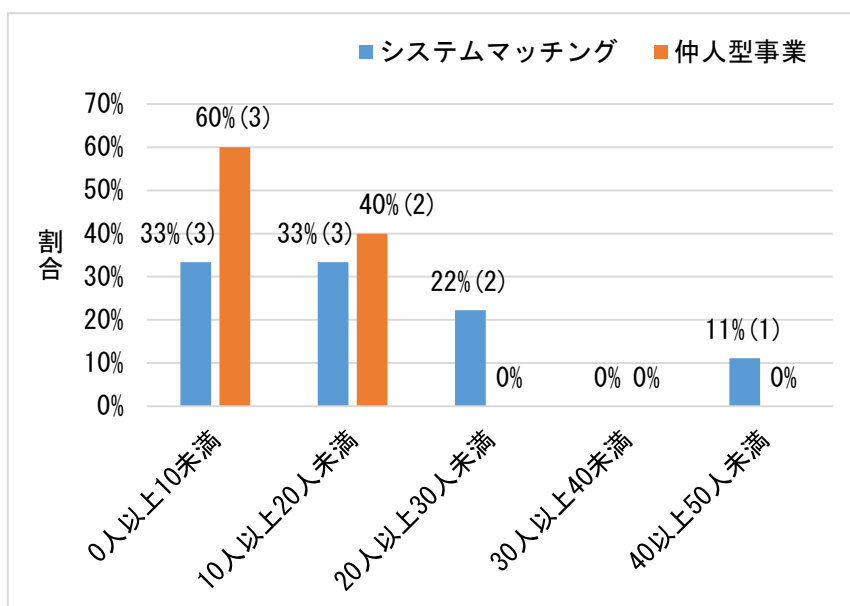


図 4-8: スタッフ数の比較

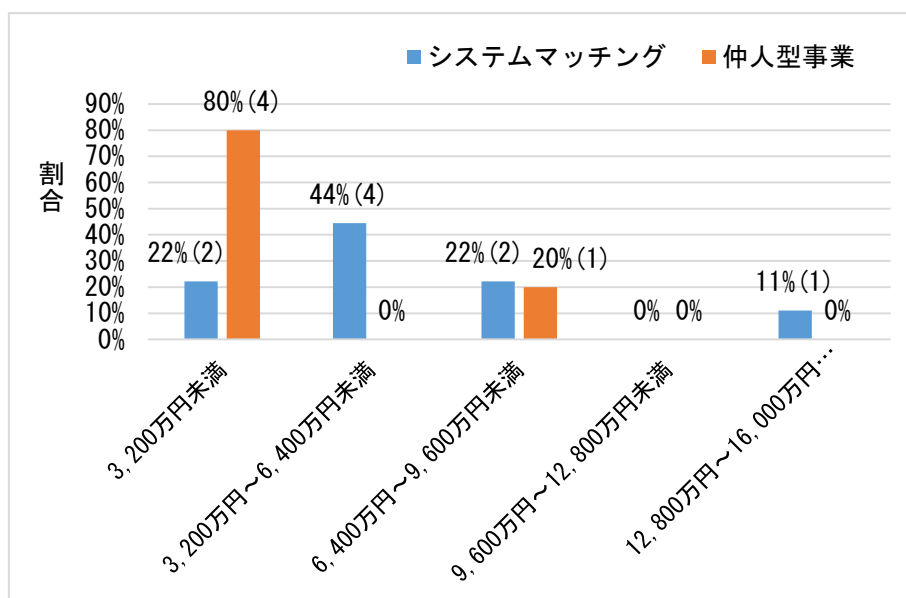


図 4-9 事業費の比較

## 2-2 婚活支援事業で重視する点の比較

次に、婚活支援事業において重視する点や現事業の捉え方などの、事業実施に対する姿勢を比較した。図 4-10 はシステムマッチング実施組織と仲人型事業実施組織の婚活支援事業を実施する上で重視している点の回答結果の比較である。費用は事業に必要なコストを表し、パート・アルバイトはボランティアといった常勤するスタッフ以外の従事者の人数を表している。差がみられたのは成婚数と、

パート・アルバイトの項目であり、成婚数は全ての仲人型事業実施組織が重視していると回答したが、システムマッチングは73%の回答となっている。またパート・アルバイトは、仲人型事業実施組織のみが重視していると回答している。

図4-11は、双方の組織の事業を通じた成婚数の増加に対する自己評価を比較したものである。仲人型事業実施組織のうち60%が成婚数の増加に「高い効果があった」と評価しているが、システムマッチング実施組織は22%しか成婚数の増加に対する効果を実感していない。一方、図4-12は事業実施を通じた出会いの創出に関する自己評価の結果を比較したものであるが、全ての仲人型事業実施組織が「高い効果があった」という評価を下していないのに対して、システムマッチング実施組織の67%が「高い効果があった」と回答している。このように、事業実施の効果に対する自己評価は、仲人型事業実施組織とシステムマッチング実施組織で明確に分かれており、前者は成婚数増加に対する効果を強く実感し、後者は出会いの創出に対する効果を強く実感していた。

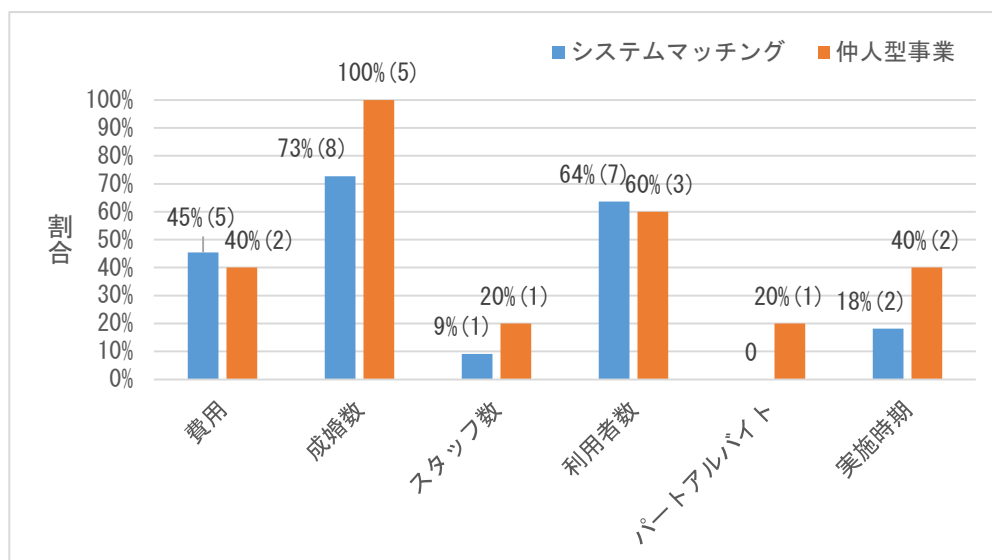


図4-10: 婚活支援事業を実施する上で重視する点の比較

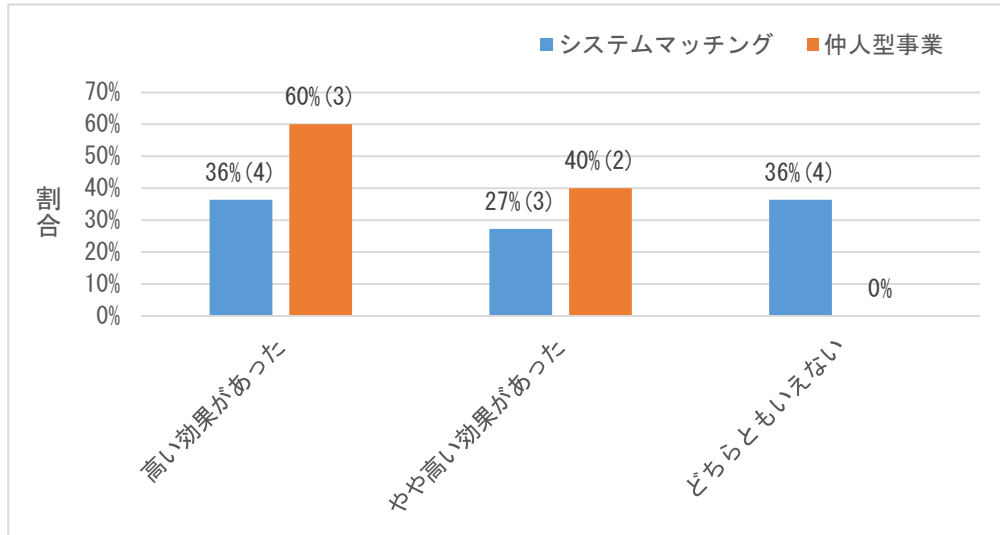


図 4-11: 成婚数評価の比較

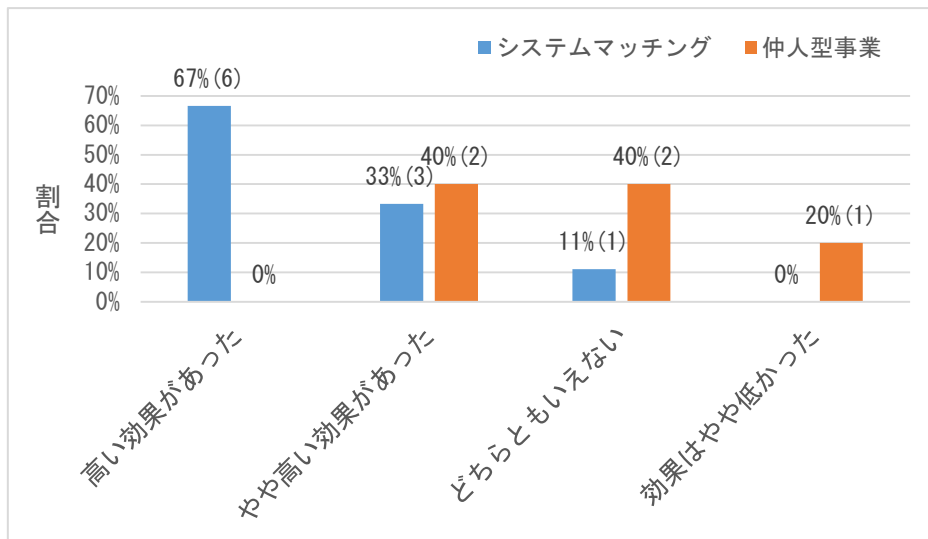


図 4-12: 出会いの数評価の比較

### 2-3 課題の比較

図 4-13 は課題に関する自由記述をまとめたものを、仲人型事業実施組織とシステムマッチング実施組織で分けた結果である。仲人型事業実施組織の課題は全体的にばらついているが、システムマッチング実施組織は利用者数に関する課題に偏向していることが分かる。この結果より、システムマッチングを実施する上で、利用者数の確保は最も重要な課題ということが分かる。

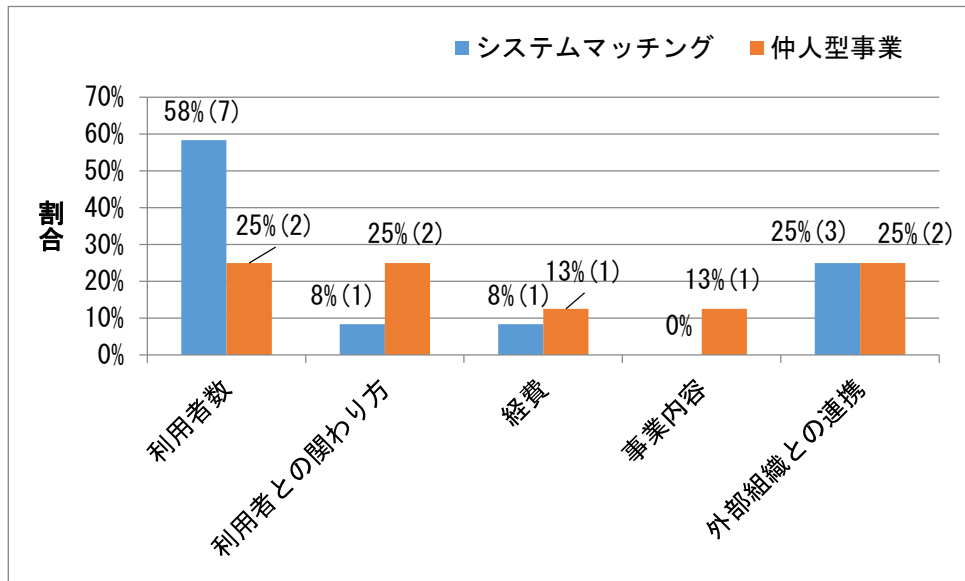


図 4-13: 仲人型事業実施組織とシステムマッチング実施組織の課題の比較

## 第5章 いしかわ結婚支援センター事業担当者の調査

### 1 いしかわ結婚支援センターの概要

本節では、石川県で仲人型事業を実施する組織の運営担当者へのヒアリング調査の結果をもとに、いしかわ結婚支援センターの概要をまとめる。まずいしかわ結婚支援センターの設立経緯や設立の趣旨を説明した後、具体的な取り組み内容を説明し、いしかわ結婚支援センターの仲人の位置づけについて述べる。

#### 1-1 いしかわ結婚支援センターの設立のきっかけと設立趣旨

いしかわ結婚支援センターは石川県からの委託を受けた「いしかわ結婚・子育て支援財団」により2016年に設置された。この「いしかわ結婚・子育て支援財団」は、1996年から現在まで、県の少子化問題に取り組んできた団体である。

いしかわ結婚支援センターの事業目的は、結婚したい若者に異性との出会いの場を提供し、石川県内の出産数・成婚数を向上させることである。2018年度の基本方針として、仲人の取り組み支援や石川県の結婚応援企業への支援、若者の結婚に対する意識を高める等、婚活支援事業を重点的に取り組んでいくことが掲げられている。

#### 1-2 いしかわ結婚支援センターの主な取り組み内容

現在のいしかわ結婚支援センターの主な事業は、「仲人型事業」「相談事業」「県内の結婚に関する情報発信」「婚活セミナー」の4つに分けられる。

相談事業は、「婚カフェいしかわ」という窓口を設置し、結婚に関する様々な相談を受け付けるものである。相談は公式ホームページのお問い合わせフォームか電話で申し込むことができ、専任の相談員による個別の面談を受けられる。情報発信は、ホームページやメルマガ等を通じて、県内の婚活支援に関する情報を発信するものである。婚活支援に関する情報は、公的機関が発信するものだけでなく、企業主催の婚活情報なども含まれている。婚活セミナーは、外部講師を呼び、コミュニケーション能力や結婚への意識啓発を目的として開催するものである。一方的に講義を行うものだけでなく、様々な企画やワークショップを通じて、アクティブにスキルを習得できる機会が多数提供されている。

#### 1-3 仲人型事業が実施された経緯

仲人型事業は、「結婚を希望する未婚者に出会いの場を提供したい」「結婚に対してポジティブになってほしい」という目的から実施に至った事業である。また事業開始以前から、「定年後も社会貢献がしたい」「前職の経験を活かして結婚のお

世話がしたい」など、誰かの結婚をお世話したい、手伝いたいという考えを持つ関係者がいたことから、1人ひとり丁寧に世話しようという仲人型事業の着想に至った。

#### 1-4 いしかわ結婚支援センターの仲人について

在籍する仲人は現在 450 名に及び、全て一般公募により集まったボランティアであり、いしかわ結婚支援センターに登録されている。仲人としてセンターに在籍するためには、いしかわ結婚支援センターのホームページや新聞・広報等で仲人(縁結びist)に応募し、事前講座を受講する必要がある。

#### 1-5 いしかわ結婚支援センターにおける仲人の位置づけ

図 5-1 は仲人と各ステークホルダーとの相関図をまとめたものである。いしかわ結婚支援センターの仲人に求められる役割は、利用者の結婚について考えて、お見合いをサポートすることとされているが、サポートはいしかわ結婚支援センターに登録している利用者にとどまらず、データベースに登録されていない未婚者を引き合わせるなど、いしかわ結婚支援センターの枠を越えて人や情報を繋げている。また仲人の活動内容は、利用者のお見合い斡旋だけでなく、セミナーの手伝いや講演等と、多岐にわたる。この他に、仲人同士でも、お見合い斡旋の知識・ノウハウや、担当する利用者の情報交換なども行われており、仲人をハブとして様々なステークホルダーが繋がりをみせている。

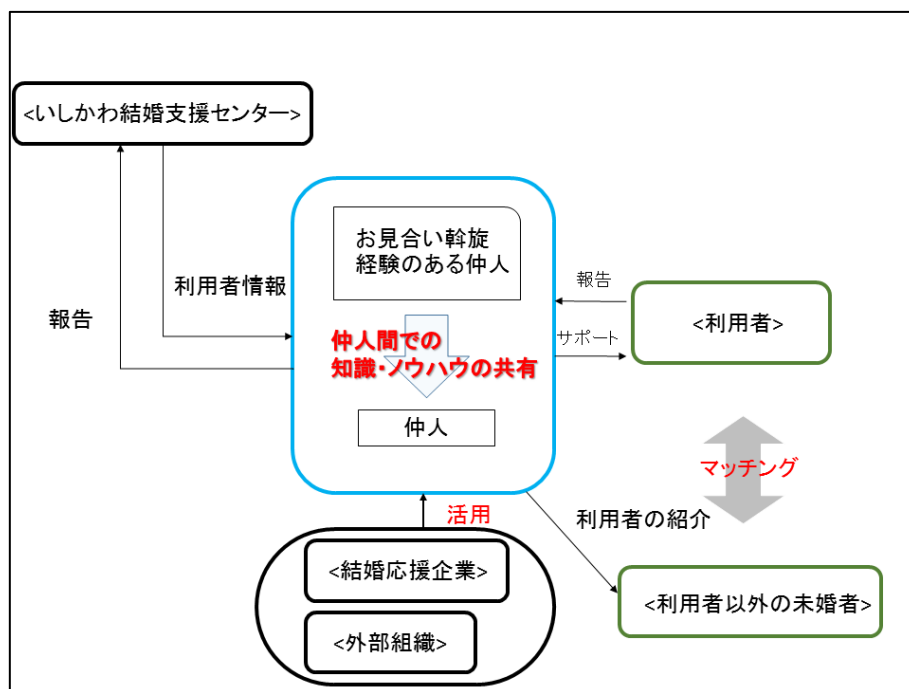


図 5-1: 仲人と各ステークホルダーとの相関図

## 2 仲人の課題/要望とサポート内容

事前講座からお見合い斡旋までの流れと、いしかわ結婚支援センターの仲人へのサポートの内容をまとめたものが、図 5-2 である。仲人のお見合い斡旋までの流れを、「事前講座」「利用者選び」「お見合い相手」の3つに分けて、各フェーズでセンターによって行われるサポート内容と、仲人の課題と要望をそれぞれまとめている。活動する上での仲人側の課題/要望をプロセスごとに確認していく。

### 1) 事前講座

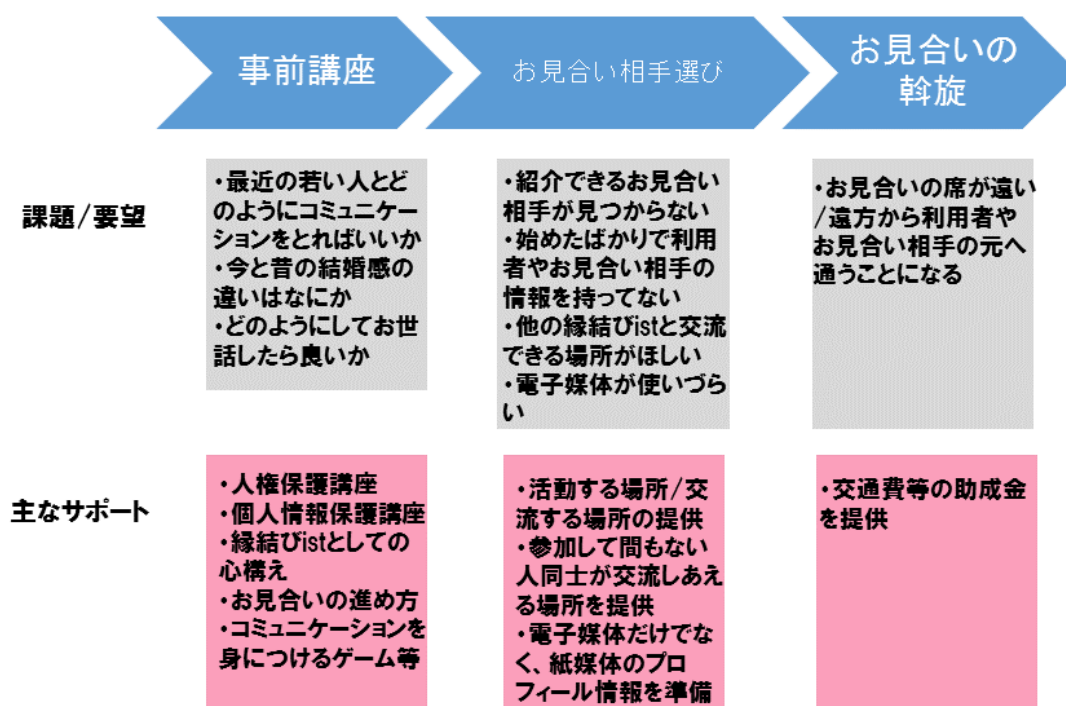
事前講座は、個人情報保護や人権問題に関する講座の他、仲人としての活動内容や婚活支援事業の必要性など、仲人として活動する上で必要な知識を学ぶことである。仲人は定年後に応募する人がほとんどであり、高齢者の割合が高い。そのため若い人とのコミュニケーションの方法や考え方など、ギャップの違いについて知りたいという要望がみられた。その対策として、事前講座だけでなく、コミュニケーションの方法や現代の結婚観についてなど、若い世代とのギャップを埋める教育がなされている。

### 2) お見合い相手選び

お見合い相手選びは、担当する利用者のお見合い相手の情報をセンター内にあるタブレット端末や他の仲人との交流から収集し、利用者の希望条件に合致した者や相性が良いと思われる者を選ぶことである。お見合い相手を選ぶ際には、タブレット端末等の電子媒体が使えないといった課題や、仲人として活動を始めたばかりで、お見合い相手の情報やどうやって選べば良いのか分からないという課題が出てくる。その対応策として、活動拠点や電子媒体・紙媒体の両方でプロフィールを閲覧できる準備をしている。活動拠点は、いしかわ結婚支援センターの縁結びist交流サロンの他に、県内3地区にサテライトが設置されており、仲人はそこを自由に出入りすることができる。仲人はそこで互いの利用者について情報交換や、お見合いの経験などを他の仲人と共有することができる。

### 3) お見合いの斡旋

お見合い斡旋では、利用者とお見合い相手が出会う場所を決め、お見合い相手に立ち会うことになる。お見合い場所は利用者やお見合い相手が集まりやすい場所を基準に決められるため、お見合いする場所が決まったが仲人の家から遠い場合も多く、多大な移動時間や費用等、仲人側の負担が増えるといった課題が出てくる。そこでいしかわ結婚支援センターでは、お見合いのための交通費等の助成金を出している。これにより、広い地域で利用者のお世話や、距離に制限なくお見合い相手の選択が可能となる。



2

図 5-2: サポートの流れと内容に関するまとめ



## 第6章 いしかわ結婚支援センターの事例研究

### 1 仲人へのインタビュー調査

本章では、仲人型事業における仲人の活動内容と果たす役割を明らかにするために、いしかわ結婚支援センターの仲人に対して行ったインタビュー調査を、KJ法によってまとめた結果を示す。KJ法は①収集された意見を内容が類似するもの同士でグループ分けする、②グループ分けしたものを、更に内容的に類似したグループでまとめ、小さいグループから大きいグループに包括する、③最後にグループ化されたものを、関係性を考慮しながら空間に配置する、という手順で情報をまとめていった。

### 2 仲人の活動内容

まず本節では、インタビュー調査によって明らかとなった仲人の活動内容をまとめた結果を示す。仲人がお見合いを斡旋するまでに、「結婚に対するポジティブ意識の向上」「お見合い相手の選択」「お見合いの斡旋」「信頼関係の構築」といった4つの活動がみられた。

#### 1) 結婚に対するポジティブ意識の向上

「結婚に対するポジティブ意識の向上」では、主に結婚に対して自信のない利用者への励ましや、前向きになってもらうためのアドバイスが行われている。

#### 2) 引き合わせるお見合い相手の情報集積

「引き合わせるお見合い相手の情報集積」では、利用者にふさわしいお見合い相手を探すために、お見合い相手のプロフィールや対話を通じた情報の集積が行われている。

#### 3) お見合いの斡旋

お見合いに向けて、利用者が気づいてない癖や当日の服装等、利用者へのアドバイスが行われる。またお見合い相手と仲人が事前に対話を済ましているため、お見合い相手が触れられたくない話題等、お見合いでの禁止事項についても事前に教えられる。

#### 4) 信頼関係の構築

「信頼関係の構築」では、利用者に仲人である自分を信頼してもらうために、お見合い当日までに何度も顔を合わせ、結婚やお見合い相手に関する相談を適宜行うなどの、対話が行われている。

### 3 活動内容に対する仲人の意見

図 6-2 は仲人の意見を KJ 法によりまとめたものである。本節では、KJ 法によりまとめた仲人の意見を、それぞれ活動内容ごとに紹介していく。

#### 1) 結婚に対するポジティブ意識の向上

「結婚に対するポジティブ意識の向上」には、「利用者が結婚に対して前向きになれるよう励ます」や「今の自分を無理に変えるなどアドバイスを行い、今の自分を認めさせる」といった意見があり、利用者との対話を通じて結婚意識を向上させようという思いが仲人にみられた。

#### 2) 引き合わせるお見合い相手の情報集積

「引き合わせるお見合い相手の情報集積」には、「プロフィール上では分からない、性格や愛嬌を見る」や「話してみても暖かさを感じるか」、また「親やギャンブルに依存していないか」といった意見があり、プロフィール上では分からない情報を見ていることが分かった。またその他には、利用者から得られる情報として、「利用者自身も知らなかった異性に対する意外な好み分かる」など、利用者本人も認識していない情報を見つけていた。

#### 3) お見合いの斡旋

「お見合いの斡旋」には、「利用者の気づいていない癖を指摘する」「服にシールや値札をつけたままではないか」「お見合い前に相手が触れられたくない話題を教える」といった利用者が不用意な行動をしないよう注意を促す意見が見られた。また「この服を着なさい」や「こうすれば結婚ができる」等のような直接的なアドバイスはされておらず、あくまで利用者の結婚に向けた行動を支援するような内容となっていた。

#### 4) 信頼関係の構築

「信頼関係の構築」には、「お見合いまで何回も話すことで、利用者の好みや性格などを理解できる」「信頼が得られると、言いにくい希望条件を素直に話してくれる」「お互い何度も会っているので、アドバイスがしやすい」といった意見が見られた。この結果から、利用者信頼関係を構築することにより、お見合い相手を紹介しやすくなる他、利用者の情報を得やすくなる等、信頼関係の構築はこれまでの意見のほぼ全てに関係していることが分かった。また「信頼関係の構築」はお見合いの成功にも関わっており、「自分(仲人)が立ち会うので信用できる」といった強固な信頼関係があったからこそ成立するお見合いがあるという意見がみられた。

## 4 仲人の持つ知識・ノウハウ

図 6-2 より、仲人の持つ知識・ノウハウに関する意見をまとめたところ「仲人になる前に身につけた知識」と「結婚支援センターで仲人として働き始めてから得た

知識」の2つに分けられた。「仲人になる前に身に着けた知識」では、利用者やお見合い相手がどれだけ真剣に婚活に取り組んでいるか、どうすれば利用者や未婚者の人間性を見られるかといった、お見合いの斡旋や前職の経験が元になったものがみられた(表 6-1)。また、同じ地域に住んでいるお見合い候補となりそうな未婚者の情報や、仲人型事業で働けそうな仲人の人材を見つける等、地域のコミュニティに関する情報を仲人が持っていることが分かった。

また「結婚支援センターで仲人として働き始めてから得た知識」は仲人になるために受けた事前講座が主な内容となっており、特に人権保護や個人情報等の法に関する知識や、仲人型事業でのお見合いの斡旋方法、また年代が違う人との考え方の違いやコミュニケーションの方法が、新たに得られた知識として挙げられていた(表 6-1)。

表 6-1: 仲人の持つ知識・ノウハウ

	情報の内容
仲人になる前に身に着けた知識・ノウハウ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者やお見合い相手の結婚に対する本気度が分かる</li> <li>・利用者やお見合い相手の性格や人間性を見ることができる</li> <li>・地域の未婚者に関する情報</li> <li>・地域の人材に関する情報</li> </ul>
仲人になってから身に着けた知識	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人権保護に関する知識</li> <li>・お見合いの斡旋方法</li> <li>・年代が違う人との考え方の違いやコミュニケーションの方法</li> </ul>

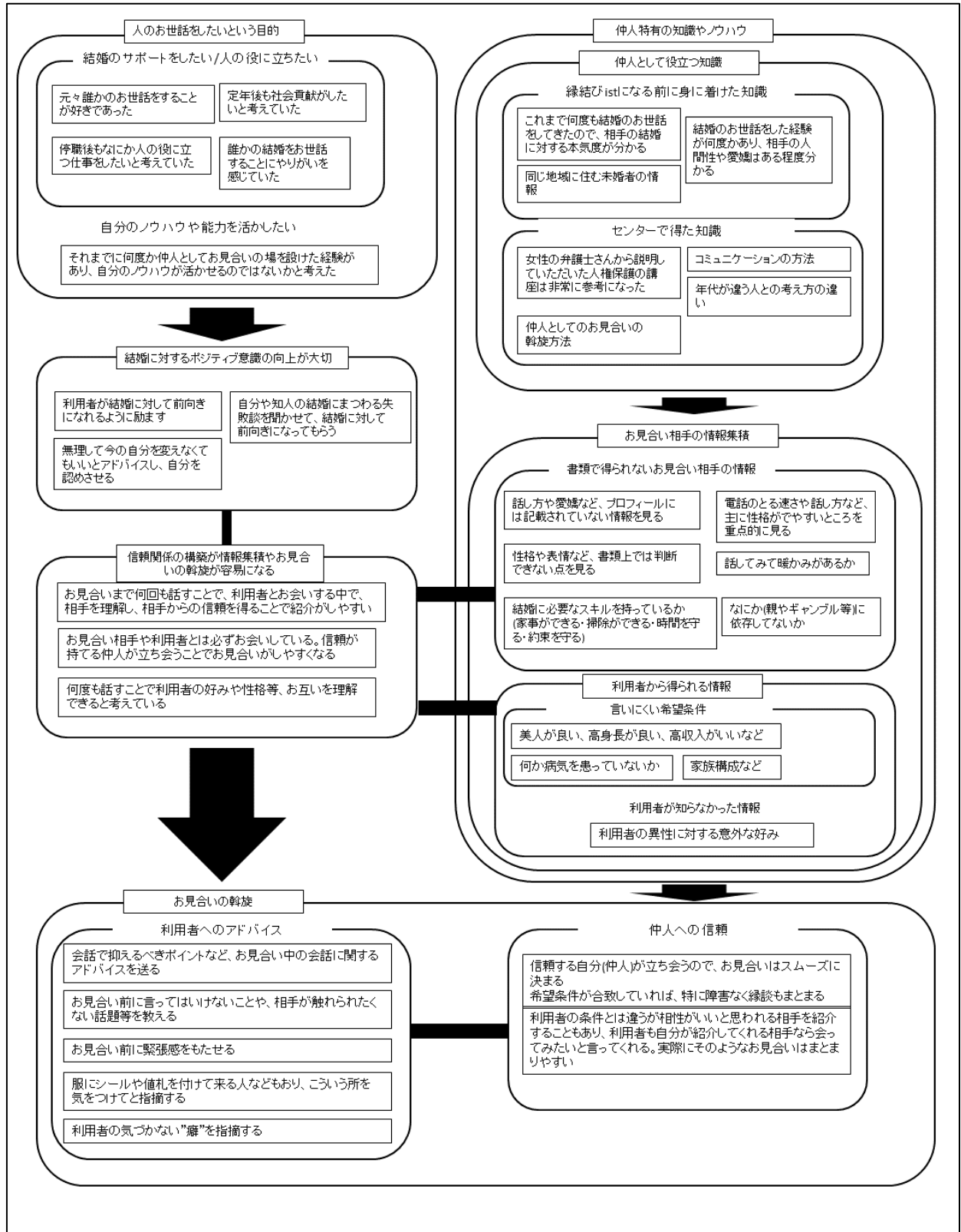


図 6-2:利用者 と 仲人の 関わり に対する KJ 法 結果

## 第7章 考察

本章では、いしかわ結婚支援センターの仲人型事業を対象に、仲人の果たす役割を分析し、仲人を介した結婚支援事業の成果の理由を考察する。

### 1 仲人型事業実施組織に関する考察

#### 1-1 仲人型事業の実施に関するイメージ

結婚支援事業の中心的な業務となるものが、未婚者同士を引き合わせるマッチング事業である。そして、このマッチング事業は、主に利用者が自らデータベースを検索して婚活相手を探し出すシステムマッチングと、支援組織に属する仲人が未婚者同士を引き合わせる仲人型事業に大別することができた。このうち、本研究で着目した仲人型事業を実施している組織は、アンケート調査に回答のあった21県の内6県しか存在していない。また仲人型事業の今後の実施に対しても16県の内6県の40%が「実施したくない」と消極的な姿勢を示している。このような仲人型事業を実施しない理由のうち、40%は事業実施に費用がかかることへの懸念であり、18%はボランティアが集まらない、ボランティアを管理するシステムがないこと等への不安であった。システムマッチング事業と違い、ボランティアの確保や教育等が必要となる仲人型事業には、更なる費用や人材確保という新たな負担が必要だというイメージが持たれており、その導入は進んでいるとはいえない状況にある。

このような現状の中、仲人型事業を2005年から実施している、石川県のいしかわ結婚支援センターは、「結婚を希望する未婚者に出会いの場を提供したい」「結婚に対してポジティブになってほしい」という目的から、仲人型事業の実施に至っていた。事業開始以前から、「定年後も社会貢献がしたい」「誰かのお世話をしたい」というボランティアスタッフも存在しており、事業の実施時の仲人の人材確保にも大きな不安がなかったようである。現在では、450名にも及ぶボランティアスタッフが、仲人として活動に従事している。また、昨年度の事業資金も、年間18,243,000円と他組織に比べて特段高いということはない。このように、多大な資金や人材確保のコストが必要であるというイメージを抱かれている仲人型事業ではあるが、実際には、低コストで事業実施に成功して成果を挙げている組織が存在しているということが確認できた。

#### 1-2 仲人型事業とシステムマッチング事業との比較からみる仲人型事業の特徴に関する考察

表 7-1 は仲人型事業実施組織とシステムマッチング実施組織の基本情報、事業費に対する評価、事業で重視する点、課題をまとめたものである。これらの情報を比較しながら、両者の活動趣旨を考察する。

まず表 7-1 からは、システムマッチング実施組織に比べ仲人型事業実施組織は、スタッフ数、事業費が少なく、仲人型事業を実施しない理由の 1 つである「高い費用が必要」というイメージは確認できないことが分かった。また、利用者数に関しては、システムマッチング事業の方が仲人型事業実施組織より利用者が多い傾向にある。これらの結果からは、仲人型事業実施組織は比較的小規模で運営されており、このためスタッフ数、事業費に関しても多大なコストを必要としていない状況にあることが推察される。

婚活支援事業の実施に際して重視する点としては、システムマッチング実施組織が支援事業の利用者数を重視しているのに対し、仲人型事業実施組織は支援事業を通じた成婚数を重視していた。この傾向は、事業の自己評価として仲人型事業実施組織が成婚数を高く評価しているのに対して、システムマッチング実施組織が出会いの創出に対して高い評価をしていたことからもうかがえる。

このように、システムマッチング実施組織には、成婚数を上げるというよりも、男女に出会いの場を提供してお見合い数を増やし、多くの人に結婚の機会を提供するという事業実施目的が存在している。一方、仲人型事業実施組織は、規模は小さいが、一人ひとりの結婚のお世話を丁寧に行い、確実に成婚数を増加させたいという考えが存在していると思われる。この特徴は事業実施の課題にも表れており、システムマッチング実施組織が利用者数の増加を課題として挙げているのに対し、仲人型事業実施組織は利用者との関わり方を事業の課題としていた。

表 7-1 仲人型事業とシステムマッチング実施組織の比較

		仲人型事業	システムマッチング
基本情報	スタッフ数	低	高
	利用者数	低	高
	事業費	低	高
事業に対する評価	成婚数	高	低
	出会いの数	低	高
	重視点	・成婚数	・一定の利用者数
	課題	・利用者との関わり方	・利用者の不足

## 1 仲人の役割

## 2-1 未婚者の結婚に対する意識向上を行う

いしかわ結婚支援センターに所属する仲人のインタビュー調査からは、仲人は利用者に対し「結婚に前向きになってほしい」「ポジティブになってほしい」という思いから、励ましや自己肯定に繋がるアドバイスをしていたことが分かった。この際に、仲人は、利用者の言いづらい希望条件や利用者当人も気づいていない情報を聞き出して、的確な助言を行っている。これらの役割を仲人が果たすことができていたのは、仲人と利用者間に強固な信頼関係が形成されており、利用者が仲人に素直に意見を述べることができたためだと思われる。

このように、仲人は利用者との対話を通じて、利用者の結婚意識の向上に大きな影響を与えている。この仲人と利用者の対話は、利用者の持つ結婚の悩みに正面から取り組み、利用者の結婚に対する消極的な姿勢を改め、結婚への意欲を高めることに役立っていると思われる。またアドバイスの内容やお見合い相手の選択に際しては、「こうすれば結婚ができる」「この人となら結婚できる」等の直接的な解決策は例示せず、あくまで利用者の結婚に向けた行動を支援する形をとっている。このように、利用者が自らの行動や考え、価値観を改める余地を創出することで、結婚に対する意識を自発的に向上させていると思われる。

## 2-2 客観的な判断を行う第三者としての存在

仲人は、利用者やお見合い相手との対話を通じて、プロフィール上では分からない情報や、利用者本人では認識していない情報を見つけていた。具体的には、仲人はお見合い相手の話し方や、表情等の愛嬌の良さに加え、「ギャンブルや両親に依存してないか」「約束は守れるか」といった人間性に関する情報を対話によって集積し、それらの情報を用いて利用者にもふさわしいお見合い相手を判断している（図 6-2）。特にお見合い相手に求める条件等の、主観的に陥りやすい趣向に対して、客観的な立場から助言を与えており、それが成婚数を上げている要因の1つではないかと思われる。

## 2-3 仲人特有の知識やネットワークの付与

仲人は、結婚支援組織のデータベースには載っていない未婚者と利用者とを引き合わせるなど、システムマッチングでは獲得できない情報や人のつながりを与えていた。また、仲人は結婚支援活動だけでなく、知人をボランティアに誘い、在籍する仲人の数を増加させるなどの、支援組織の強化も自助的に行っていた。このように、仲人の持つ知識やネットワークが付与されることによって、結婚支援組織の体制や機能が増幅されていると思われる。

### 3 現代の仲人の考察

これまでの結果を踏まえて、現代の仲人について考察していく。

まず戦前期の仲人は、両家の引き合わせや結婚できない者にお見合いの場を設けることで結婚のお世話をしてきた。また仲人はお見合いの斡旋だけでなく、両者の結婚を承認する「立ち合い人」としての役割を担っていた。しかしこのような仲人の役割は、恋愛結婚の流行により、仲人の存在と共に影を潜めていく。

現代の公共組織が行う仲人型事業における仲人は、従来の仲人と同様に未婚者を引き合わせるといった役割は担っていたが、「立ち合い人」としての役割や両家の結婚を取りまとめるような存在ではなかった。むしろ、仲人型事業の仲人は、未婚者の結婚に対する「意識向上」、「客観的な判断」、さらには「知識やネットワーク」の支援組織への付与といった新たな機能を発揮している。この結果として、小規模ではあるが、結婚支援事業の成婚数の増加にも多大な影響を与えているのではないかと推察される。



## 第8章 結論

### 1 SRQ と MRQ への回答

#### 1-1 SRQ1:「仲人型事業の実施組織にどのような特徴があるのか」への回答

仲人型事業実施組織は、システムマッチング事業実施組織と比較して、スタッフ数、事業費などのコストを多く必要としていないが、支援事業の利用者数も少なく、比較的小規模の婚活支援事業の実施にとどまっている。しかし、いしかわ婚活支援センターをはじめ、成婚数の増加に大きな成果を挙げている組織は存在している。この仲人型事業実施組織が、支援事業の実施で重視する点には、「出会いの創出」ではなく、「一人ひとりの結婚のお世話を丁寧に行い、確実に成婚数を増加させたい」というもので、この点にシステムマッチング事業実施組織との大きな違いがみられる。

#### 1-2 SRQ2:「仲人型事業における仲人の活動内容と果たす役割」への回答

仲人の活動内容は、「結婚に対するポジティブ意識の向上」「お見合い相手の選択」「お見合いの斡旋」「信頼関係の構築」の4つであることが分かった(図6-2)。また仲人の果たす役割として、未婚者同士を引き合わせるだけでなく、「未婚者の結婚に対する意識向上」「客観的な判断」「仲人特有の知識やネットワークの付与」という3つの特徴が存在した。

#### 1-3 SRQ3:「仲人型事業における組織的な仲人の教育と活動サポートは何か」への回答

仲人には、利用者の人権保護や個人情報取り扱いなどの、第三者として未婚者同士を引き合わせるために必要な知識を習得するための教育が必要となる。またお見合い相手の情報や、利用者との対話の仕方等の仲人特有の知識・ノウハウを仲人間で共有することが、仲人の機能を増進する。このような知識を仲人が身につけるには、婚活支援組織が、仲人同士が自由に交流できる活動拠点に加え、定期的に情報交換会・交流会を実施するなど、仲人間の交流を促進する活動サポートを行っていく事が必要となる。

#### 1-4 MRQ:「仲人型事業を通じて婚活支援を行うにはどのような活動の仕組みやサポートが必要か」への回答

仲人型事業の仲人には「未婚者の結婚に対する意識向上」「客観的な判断を行う第三者」「仲人特有の知識やネットワークの付与」といった3つの役割があり、それらが利用者の成婚数の増加に大きな影響を与えていたと考えられ

る。また仲人がそれらの役割を果たすためには、仲人が情報管理を行うための知識を獲得することや、仲人間で自由に交流して情報交換を行うことが重要であり、仲人が集まれる活動拠点や情報交換会などを定期的で開催する交流促進サポートなどが必要となる。

## 2 理論的な含意

これまでの婚活支援事業に関する研究では、システムマッチングにおける結婚の規定要因について分析されたものがあり、年齢や社会的地位といった要因が利用者の成婚に影響を与えることが分かっていた。本研究では、システムマッチングではなく仲人型事業に着目し、事業者側の視点で仲人型事業における成婚数増加の要因を考察した。その結果、利用者を支援する仲人型事業の仲人には、「未婚者の結婚に対する意識向上」「客観的な判断を行う第三者」「仲人特有の知識やネットワークの付与」の3つの役割があり、それらが成婚数に影響を与えているという知研を獲得することができた。

## 3 実務的な含意

本論文は、様々な公的組織が婚活支援事業に取り組む中、事業効果の限界や財政難等により、事業の必要性を知らながらも継続できない現状を指摘した。また、婚活支援事業で成婚数を増加させている先進事例として仲人型事業を取り上げ、仲人の役割や、成婚数増加の要因を明らかにした。

本論文の調査により、仲人型事業実施組織は、比較的小規模ながらも低コストで事業実施に成功して成果を挙げていることが分かり、仲人型事業には多大なコストや人材が必要といったイメージを払拭したと考える。また仲人型事業はシステムマッチングのような「出会いの数を増やす」ことではなく「小規模ながらも確実に成婚数を上げたい」という目的の事業であり、同じマッチング事業でも異なる事業目的が達成できる可能性を指摘した。今後は、現在主流であるシステムマッチングと併用して仲人型事業を実施することで、出会いの場の創出と成婚数の増加といった異なる目的を相乗的に支援することができる可能性が存在する。

また本論文では、仲人の活動内容を詳細に分析し、「結婚に対するポジティブ意識の向上」「お見合い相手の選択」「お見合いの斡旋」「信頼関係の構築」の4つにまとめるとともに、それらを円滑に行うための教育サポートや活動の仕組みとして、仲人になる前の事前講座や、情報交換会・交流会の定期的な開催や活動拠点を設けることの必要性を指摘した。これらの知見は、今後、公的支援組織が新たに仲人型の婚活支援事業を開始する際に有益な情報となると考えられる。

#### 4 今後の課題

本研究の課題は、主に利用者側の分析が行えていないことである。仲人の役割や、成婚数増加の要因を明らかにすることを目的とし、仲人と事業担当者にインタビューを行っているが、実際に仲人の活動が利用者にどのような影響を与えているのかは不明瞭のままである。特に本研究で述べた仲人の役割の1つである「未婚者の結婚に対する意識向上」については、利用者が実際に仲人と接することで、どれほど結婚や婚活への意識が変化したのか明らかとなっていない。仲人型事業による成婚数増加の要因を更に詳しく分析するために、仲人だけでなく、お世話される側である利用者の調査を行う必要があるだろう。

## 参考・引用文献

- 伊東秀章(1997)「未婚化に影響する心理学的諸要因-計画行動理論を用いて-」,  
『社会心理学研究』,12, pp. 163-171.
- 加藤彰彦(2011)「未婚化を押し進めてきた 2 つの力-経済成長の低下と個人主義のイ  
デオロギー」,『国立社会保障・人口問題研究』,67, pp. 3-39.
- 厚生労働省(2015)「人口動態統計特殊報告 「婚姻に関する統計」」,28p.
- 厚生労働省(2017)「人口動態統計月報年計の概況」,56p.
- 国立社会保障(2015)「出生動向基本調査 結婚と出産に関する全国調査」,452p.
- 小林盾(2016)「婚活における結婚の規定要因はなにか-結婚研究の視点から,  
えひめ結婚支援センターを事例とした研究-」,『理論と方法』,31, pp. 70-83.
- 阪井裕一郎(2007)「戦前期における「仲人結婚」の規範化過程」,  
『日本教育社会学会大会発表要旨集録』,59, pp. 339-340.
- 阪井裕一郎(2010)「戦前期 媒介婚主義」,『人間と社会の探求』,70, pp. 91-111.
- 白河桃子ほか(2008)「「婚活」時代」,『ディスカヴァー・トゥエンティワン』,  
東京,200p.
- 堤静子(2014)「少子化要因としての未婚化・晩婚化: 都道府県コーホートによる分析」,  
『国立社会保障・人口問題研究所』,47, pp. 159-174.
- 内閣府(2011)「結婚・家族形成に関する意識調査報告書(全体版)」,50p.
- 内閣府 交付決定済自治体一覧:  
[https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/koufukin/h30/pdf/tousho/koufu\\_ichiran.pdf](https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/meeting/koufukin/h30/pdf/tousho/koufu_ichiran.pdf) (accessed 2019.01.22)
- 内閣府 少子化をめぐる現状:  
[https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2017/29webhonpen/html/b1\\_s1-1-2.html](https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/whitepaper/measures/w-2017/29webhonpen/html/b1_s1-1-2.html) (accessed 2019.01.29)
- 内閣府(2015)「地方自治体に対する取組結果等調査結果」,40p.
- 内閣府(2017)「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」, p. 176.
- 中村昇(2011)『日本のもと 家族』,講談社,東京,156p.
- 湯沢雍彦(1994)「現代型結婚は成熟するか」,『家族社会学研究』,6, pp. 29-36.
- 山田昌弘ほか(2013)「「婚活」症候群」,『ディスカヴァー・トゥエンティワン』,東京,224p.
- ロジナ ナターリャ(2011)「The Local Government Policy in Support of Spouse Search  
for the Single Inhabitants」,『社会文化論集』,11, pp. 211-236.

## 付録 婚活・結婚支援サービスアンケート

この度は婚活・結婚支援サービスアンケートにご協力いただきまして誠にありがとうございます。本アンケートは、各都道府県で行われている様々な婚活支援サービスのサービス内容別評価や実施内容の実態を調査し、より効果の高い取り組みを検証するための基礎資料を得るために北陸先端科学技術大学院大学の河合一樹が実施しています。

※質問は答えられる範囲で構いません。

※アンケートは自由回答も含めて 14 問あります。

以下の設問では貴組織の取り組みについてお聞きします

問 1. 2017 年における婚活・結婚支援サービス全体の利用者数を教えてください  
( )人

問 2. 2017 年における婚活・結婚支援サービス全体のスタッフ数  
(ボランティアは除く)を教えてください  
( )人

問 3. 婚活・結婚支援サービスを開始した年(西暦)を教えてください  
( )年

問 4. 前年度かかった婚活・結婚支援サービスの事業費の総額を教えてください  
( )円

問 5. 以下の選択肢のうち、現在取り組まれている婚活・結婚支援サービスの種類を全て選択してください

- 結婚支援センターの設置
- マッチング(お見合い相手をシステムが選択)
- マッチング(お見合い相手を利用者が選択)
- マッチング(お見合い相手を仲人が選択)
- 相談事業
- 県内の婚活に関する情報発信
- 婚活セミナー
- 未婚者を支援するボランティアの育成
- 婚活イベントの開催
- その他

問 6～9 では、婚活・結婚支援サービスの実施状況についてお聞きします。

問 6. 過去実施したことがあるが、現在は実施していない婚活・結婚サービスがありましたら全て選択してください

- 結婚支援センターの設置
- マッチング(お見合い相手をシステムが選択)
- マッチング(お見合い相手を利用者が選択)
- マッチング(お見合い相手を仲人が選択)
- 相談事業
- 県内の婚活に関する情報発信
- 婚活セミナー
- 未婚者を支援するボランティアの育成
- 婚活イベントの開催
- やめた事業はない

問 7. サービスの実施に際して、重視しているのはどのような点ですか  
該当するものを選択してください

- サービスの実施にかかる費用
- 成婚数に対する効果
- 必要なスタッフ数
- サービスを利用する人の数
- サービスを実施する時期
- その他

( )

問 8. 婚活・結婚支援サービスを今後も継続したいと考えますか  
該当するものを1つ選択してください

- 今後積極的にサービスを拡大していくつもりだ
- 現在のところサービスを継続していくつもりだ
- どちらともいえない
- あまり継続は考えていない
- 近い将来サービスを廃止するつもりだ

問 9. その他婚活・結婚支援サービスで抱えている課題がありましたら  
お書き下さい。

問 10. 現在取り組んでいる婚活・結婚支援サービス全体の成婚率や成婚数の

増加、交際年数や登録者数の増加などの結果を見て、下記(1)～(5)の評価をお答えください。

(1)成婚件数の増加

- 高い効果があった
- やや高い効果があった
- どちらともいえない
- 効果はやや低かった
- 効果は低かった

(2)未婚者の異性に対するコミュニケーション能力の向上

- 高い効果があった
- やや高い効果があった
- どちらともいえない
- 効果はやや低かった
- 効果は低かった

(3)異性と出会える機会を提供すること

- 提供できた
- やや提供できた
- どちらともいえない
- あまり提供できなかった
- 提供できなかった

(4)未婚者の結婚に対する意識の向上

- 高い効果があった
- やや高い効果があった
- どちらともいえない
- 効果はやや低かった
- 効果は低かった

(5)その他・上記以外の効果( )

- 高い効果があった
- やや高い効果があった
- どちらともいえない
- 効果はやや低かった
- 効果は低かった

問 11. 婚活・結婚支援サービスを公的主体が行うことに対してどのようなお考えをお持ちですか。

問 12～14 では“仲人型マッチング”の評価についてお聞きします。  
※仲人型マッチングとは：コンピューター機械的にお見合い相手を探すのではなく、仲人やお節介さんと呼ばれる第三者が未婚者のお見合い相手を探し、お見合いを斡旋するマッチングを指します

問 12. 現在仲人型マッチングを実施していない組織にお聞きします。  
仲人型マッチングを将来的に実施したいと思いますか？

- 実施したい
- やや実施したい
- どちらともいえない
- あまり実施したくない
- 実施したくない

問 13. 仲人型マッチングを実施していない理由はどのようなものですか  
該当するもの全て選択してください

- 費用がかかるから
- 個人情報の取り扱いに不安があるから
- ボランティアを管理するシステムがないから
- ボランティアが集まらないから
- 効果に期待が持てないから
- その他  
( )

問 14. 仲人型マッチングについてご意見がありましたらご自由にお書き下さい

アンケートにご協力いただき誠にありがとうございました

今後ヒアリング調査等でご協力いただける場合は、下記にご連絡先をお書き下さい。

問 15. お名 前 ( )

問 16. ご住 所  
( )

問 17. 電話番号 ( )