

# 婚姻による新規就農を促進するための取り組み

～北海道の農村地域における結婚対策事業～

猫 本 健 司\*・斉 藤 桃\*\*

Approaches to increase the number of new entry farmers by searching marriage partner for successor of farms in Hokkaido.

Kenji NEKOMOTO\* and Momo SAITO\*\*

(Accepted 16 July 2015)

## I 本研究の背景と目的

### 1. 研究の背景

現在、日本の未婚率が増加している中、政府は2009年度補正予算で「婚活」支援を初めて予算化した。「安心子ども基金」による「地域子育て創生事業」502億円の中に「結婚意欲を持った若者の出会いの場の提供や結婚相談員の配置」が含まれた<sup>[6]</sup>。このような政策が進められる一方で、農村地域では若い女性の流出や嫁不足問題がますます深刻化している。30歳以上の年齢層における農業男性の未婚者比率は他産業（製造業、卸売・小売業飲食店、サービス業）に比べ、30歳以上に年代で最多となっている<sup>[3]</sup>（表1）。このような農村男性の独身者増加に伴い、担い手不足や高齢化が進み、農村地域では限界集落が増えている。このような農村の結婚難を阻止し、新規就農者を増やすために、農村地域の自治体や農業協同組合を中心に結婚講座や外国人花嫁の導入な

ど、婚姻による新規就農を促進するための取り組みが行われている<sup>[4]</sup>。婚姻により担い手となる方の多くは、新規就農者に定義されておらず、その実数も公表されていない。しかしながら、新規就農の一番多いケースは婚姻による就農であると考えられ、各地域が農業青年の結婚対策事業に力を入れている。

前述した婚姻による新規就農を促進する取り組みとして、小栗ら<sup>[5]</sup>は岐阜県の農村を対象に、松本<sup>[2]</sup>は比較的小規模ながら高い効果をあげているA町を事例とし、農村の結婚対策事業に関する調査を行っている。しかし、このような報告例は少なく、農村の結婚対策事業に関する実態が明らかであるとは言えない。

### 2. 研究の目的

本研究では、北海道の10市町村を対象に、新規就農を促進する取り組みの一つである結婚対策事業の現状に関して、事業を運営している自治体や農業協同組合などに聞き取り調査を行い、これらの状況を把握・整理することにより、農村の結婚対策事業の現状と課題を検討することを目的とした。

なお、本研究で検討する結婚対策事業は、未婚農業青年ならびに農業や田舎暮らしに憧れを持つ未婚女性を対象とした事業である。本研究では同事業を婚活主体とカップリング主体の2種類に大別した。婚活が主体となる事業は、年齢制限を設け、結婚を考えている参加者を少人数募集し、お見合い形式で行われる。カップリングが主体となる事業では出会いを求める参加者を15名～20名程度募集する。こ

表1 男性の産業者別未婚者比率

年齢	全産業	農業	製造業	卸売・小売業 飲食店	サービス業
20-24	90.5	89.1	91.8	92.5	92.9
25-29	65.1	64.5	67.7	65.3	69.7
30-34	35.2	39.9	37.9	34.2	38.0
35-39	20.5	27.7	23.2	19.7	20.7
40-44	14.2	19.1	16.2	13.3	13.9
45-49	9.2	11.0	10.0	8.3	9.4

内藤孝至（2004）<sup>[3]</sup>より引用

\* 酪農学園大学農食環境学群循環農学類実践農学研究室

Laboratory of Practical Agriculture, Department of Sustainable Agriculture, College of Agriculture, Food and Environment Sciences, Rakuno Gakuen University, Ebetsu, Hokkaido, 069-8501, Japan

\*\* 2013年度酪農学園大学農食環境学群循環農学類実践農学研究室卒業生

Laboratory of Practical Agriculture, Department of Sustainable Agriculture, College of Agriculture, Food and Environment Sciences, Rakuno Gakuen University, Ebetsu, Hokkaido, 069-8501, Japan

れは交流会形式であるため比較的気軽に参加できる。本研究ではこれら2つの事業形式についての実態調査を行った。

## II 本研究の調査対象と方法

### 1. 調査対象地域

調査対象地域は北海道の後志管内(2町)、空知管内(1市)、石狩管内(1村)、十勝管内(1市4町)、根室管内(1町)の合計10市町村とした。調査対象者は結婚対策事業を運営している自治体や農業協同組合とした。

### 2. 調査項目と方法

結婚対策事業を行う各団体を訪問して聞き取り調査を実施した。調査項目は、結婚対策事業の概要としては、事業形式・事業の宣伝方法・事前研修・参加費・事業予算、事業参加者の概要としては、参加男性の業種・参加男女の年齢・参加男性の出身地、事業の成果と課題としては、事業の成果・事業の課題などとした。

## III 結婚対策事業の概要

### 1. 結婚対策事業の形式

10市町村中8市町村において少人数のお見合い形式である婚活主体の事業が実施されていた。一方、カップリング形式の事業は2市町村で実施され、1市町村では両形式の事業が行われていた。全体としてはカップリング形式が少なく、本気で結婚したい人が集う婚活主体の事業が多い結果となった(図1)。

### 2. 事業の宣伝方法

事業の宣伝には費用のかかる雑誌掲載が多く利用されており、掲載料は5万~20万円程度であった。

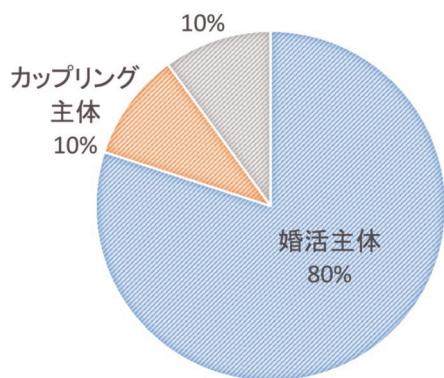


図1 結婚対策事業の形式 (10市町村)

しかし、参加女性のほとんどは無償である新聞掲載記事やホームページの広告から情報を得ていた。また、十勝管内では地方ラジオによる宣伝も行っていた(図2)。

### 3. 参加者の事前研修

事業の成果を高めるために、キャリア教育コーディネーターやマリッジ・カウンセリングのコンサル指導者の方を招き、参加男性に対して女性と接する時のマナーなどの事前研修が行われていた。研修の主な内容は、身だしなみ、女性との接し方・話し方、メールの仕方、結婚に関する考え方などである。事前研修は10市町村中6市町村で行われていて、研修への参加を必須としている団体もあった。これにより参加男性は女性に対してある程度の知識を持って事業に臨むことができる。

### 4. 参加費

男性の参加費は、10市町村中4市町村では5,000円以下、5,000円以上は6市町村であった。女性の参加費は無料が1市町村、1,000円が3市町村、2,000円が1市町村、3,000円が5市町村であった。参加費は男性の方が女性より高かった。女性の交通費に関しては基本的に自己負担だが、本州からの参加者には旅費を補助している市町村もあった。

### 5. 事業予算

事業費には市町村と農業協同組合が共同で出費する場合、市町村が単独で出費する場合、参加男女の会費のみでまかなう場合の3パターンがあった。市町村と農業協同組合が共同で出費していたのは10市町村中5市町村であり、平均予算は1,400[千円]であった。4市町村では自治体が単独で出費していて、事業予算の平均は630[千円]であった。残りの

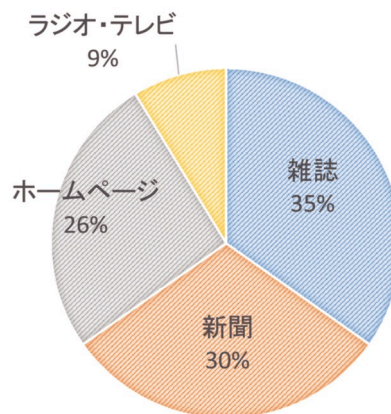


図2 結婚対策事業の宣伝方法 (10市町村)

1 町村は参加男女の会費でまかなっており、徴収した会費の総額は 110 [千円] であった。

#### IV 事業参加者の概要

##### 1. 参加男性の業種

後志、空知、石狩管内の参加男性は耕種農家であり、十勝、根室管内の参加男性は畜産農家であったが、一部の参加者は耕種も兼業していた。

##### 2. 参加男女の年代別割合

10 市町村の調査対象事業における男性参加者の年代別総人数（2008～2012 年、同一人物が複数回参加した場合も含む）は、20 代、30 代、40 代の順にそれぞれ 302 人（47%）、277 人（44%）、57 人（9%）であった。女性参加者の年代別総人数（同）は同様にそれぞれ 176 人（55%）、122 人（38%）、23 人（7%）となった。男女ともに 20 代の参加者が一番多く、次に 30 代の参加者が多い結果であったが、その中でも結婚を意識しはじめる 25 歳～35 歳の男女が大半を占めていた（図 3～4）。

##### 3. 参加女性の出身地

道央圏である後志・空知・石狩管内と道東の十勝・根室管内に分けて集計した。

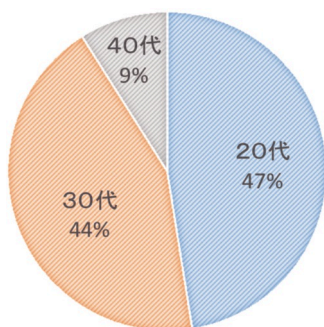


図3 男性参加者の年代別割合

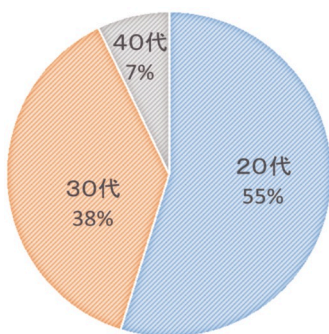


図4 女性参加者の年代別割合

##### (1) 後志、空知、石狩管内で行われる事業

道央圏である後志、空知、石狩管内の事業における女性参加者の出身地別総人数は、札幌圏（札幌市、江別市、千歳市、恵庭市、北広島市、石狩市、当別町、新篠津村の 8 市町村）が 158 人で全体の 77% を占め、次いで札幌圏以外の道央圏出身者が 40 人（19%）であった。その理由としては、事業後もお互いが頻繁に会えるように事業者側が配慮し、札幌を含む道央圏を中心に事業の宣伝を行っているためである。逆に、道央圏以外や本州からの参加者は非常に少なく、本州出身者も少なかった（図 5）。

##### (2) 十勝、根室管内で行われる事業

道東の十勝、根室管内の事業における女性参加者の出身地別総人数は、道東が 343 人で全体の 82% を占め、次いで本州が 51 人（同 12%）、札幌圏と道央圏をあわせて 23 人（同 5%）であった。

十勝管内で行われる事業では、同管内や近隣市町村からの参加女性が大半を占めた。根室管内では、関東・関西方面の女性を対象とした事業宣伝を積極的に行っていたため、本州出身の参加者が多い傾向であった。なお、主な宣伝範囲は道東近辺のため、道央圏や道北からの参加女性は少なかった（図 6）。

#### V 事業の成果と課題

##### 1. 結婚対策事業の成果

事業開催にあたり成果として求められるのは成婚率である。これは地域によってばらつきや偏りがあるが、平均すると参加者の約 1 割がカップルとなり、そのうちの 7～8 割が結婚に至っていた。人と人との出会いなので、この数値が低い高いかの判断は難しいのだが、少なくとも事業の成果が高いとは言えない。また、ある 1 市町村では事業開始から 5 年

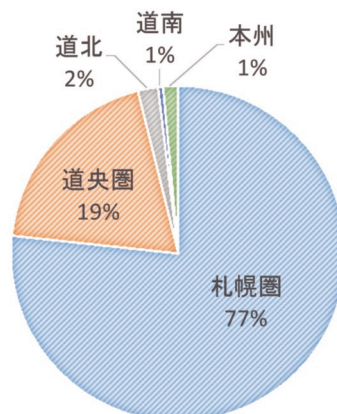


図5 道央圏（後志、空知、石狩管内）の事業における参加女性の出身地割合



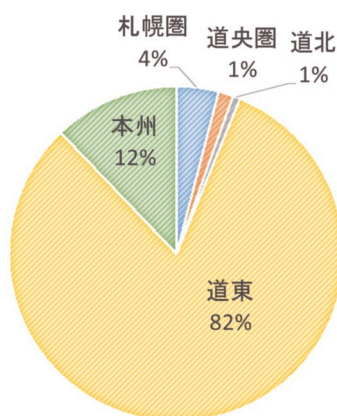


図6 道東（十勝，根室管内）の事業における参加女性の出身地割合

ほど経つが未だに1組もカップル成立となっておらず，事業者側の努力が反映されていないというのが現状であった。

## 2. 事業の課題

「男性が消極的である」，「女性と会話ができない」，「女性の人数が集まらない」，「事業回数の割には成果が低い」，この4つが10市町村の共通の課題であった。その他には「事業日程が近隣市町村と重なってしまう」，「酪農ヘルパーがとれない」，「事業後の経過が分からない」などの課題が挙げられた（図7）。

## VI 考察と今後の展望

### 1. 結婚対策事業の現状と改善策

10市町村の結婚対策事業の調査結果から，事業回数の割には成果が上がらず，事業後の課題も多いことが分かった。また，農家＝結婚難というイメージが払拭できず，このままでは未婚農家が増加する可能性が高い。そこで，本調査で明らかになった事業

の課題を参加男性側と事業者側の2種類に大別し，改善策を考えた。

### 2. 参加男性側の改善策

参加男性側の主な課題は「男性が消極的である」，「女性と会話ができない」の2つである。また，聞き取り調査の中で事業者側は，参加男性について，普段女性と接する機会が少なく，話をするにしても母親や農業協同組合の女性職員ぐらいであり，基本的に恥ずかしがり屋が多いとの指摘があった。女性と接する機会が少ない環境での生活であるため，コミュニケーション不足や言葉のキャッチボールが苦手であり，これが「消極的」，「会話ができない」といった課題に結びついていると考えられる。これらの課題を改善するためにはまず1つ目として女性に慣れ，きっかけをつくるということである（図8）。参加男性のために行われる事前研修で学んだことを活かし，積極的に女性と会話することで出会いのきっかけをつくることできる。また，その時にカップルになれないとしても，研修で学んだことや経験は自分で次の女性にアプローチする際に生かされる。

2つ目は自分自身をアピールすることである。これは自分自身の言葉で農業に対する思いや地域の良さ説明することでその人の人柄や良さが伝わり，参加女性に印象づけることができる。

### 3. 事業者側の改善策

事業者側の改善策として，まず1つ目には宣伝方法の見直しが挙げられる（図9）。調査結果では，新聞やホームページから情報を得る参加者が多かった。このため，例えばホームページには参加男性の顔写真やプロフィールを掲載するなどの工夫をする

### 事業の課題

- ・男性が消極的
- ・女性と会話ができない
- ・女性の人数が集まらない
- ・事業回数の割には成果が上がらない

他には、、、

- ・事業日程が他の市町村と重なってしまう
- ・酪農ヘルパーがとれない
- ・事業後の経過がわからない
- ・交流会と勘違いされる
- ・宣伝方法は効果的なのか





図7 聞き取りにより挙げられた事業の課題

### ① 女性に慣れる

事前研修で学んだことを生かし，積極的に会話することで出会いのきっかけが生まれる！  
自分で次の女性にアプローチできるきっかけとなる

### ② 自分自身をアピールする



- ・自己紹介
- ・農業に対する思いや良さ
- ・地域の良さ

自分自身の言葉で説明することでその人の人柄や良さが伝わり，印象が残る！

図8 参加男性側の改善策

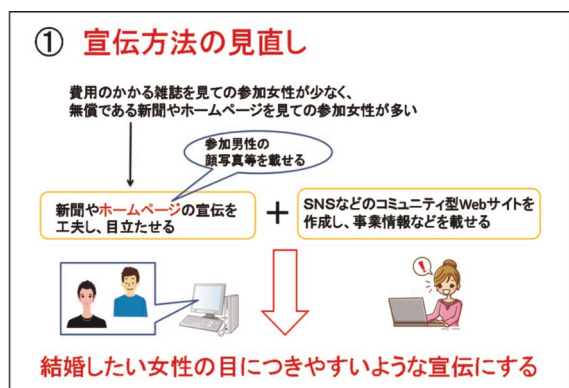


図 9 事業者側の改善策①



図 12 結婚対策事業の効果（イメージ）

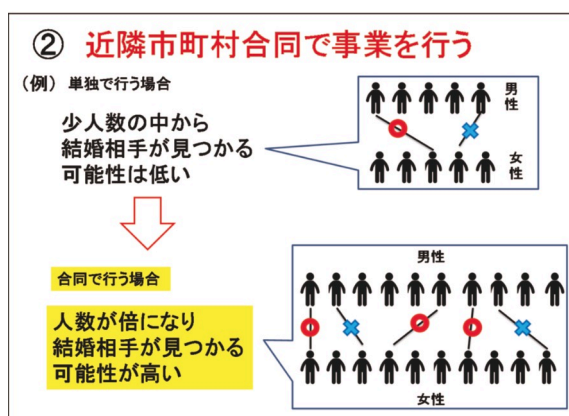


図 10 事業者側の改善策②

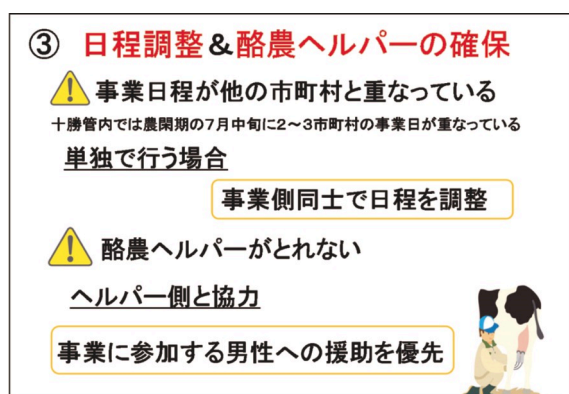


図 11 事業者側の改善策③

と効果的である。また、SNSなどのコミュニティ型Webサイトを作成して情報を公開すれば、結婚したい女性の目につきやすい宣伝効果が得られる。

2つ目としては近隣市町村合同で事業を行うことが挙げられる(図10)。単独で行う場合、少人数の中から結婚相手を見つけなければならず、生涯のパートナーと出会う機会は限られるが、合同開催すれ

ば参加人数とともに選択肢が増え、結婚相手が見つかる可能性は高くなると考えられる。

3つ目としては日程調整と酪農ヘルパーの確保が挙げられる(図11)。例として十勝管内では7月中旬の農閑期に2～3市町村が同日に事業を開催していた。そこで、事業を単独で計画する際にはあらかじめ事業側同士で日程が重複しないよう調整し、近隣市町村で参加女性の取り合いを防ぐことが望まれる。また、酪農ヘルパーの予約ができず事業に参加できなかった男性もあり非常にもったいない。このような機会を無駄にしないよう事業者側はヘルパー組合と協力し、事業に参加する男性の援助を優先することが重要である。以上の改善案から結婚対策事業の成果が上がることを期待したい。

#### 4. 結婚対策事業の効果

結婚対策事業における最大の効果は子供の増加によって地域の施設が充実し、商業効果や税収の増加などによって町が活性化するということである。図12に示すように事業の成果が町の活性化サイクルを生み出すと言っても過言ではない。農村を維持するためにも婚活事業などの婚姻による新規就農を促進するための取り組みは今後も重要となる。

#### 【参考文献】

- [1] 北海道農業担い手育成センター (2013): <http://www.adhokkaido.or.jp/ninaite/>
- [2] 松本貴文 (2013): 主体から見た農村における結婚問題の構造: 尚絅大学研究紀要。人文・社会科学編。第45号, 35～49。
- [3] 内藤考至 (2004): 農村の結婚と結婚難: 九州大学出版会。1～282。
- [4] 西川明子 (2005): 少子化・高齢化とその対策

―農村地域における高齢化と新規就農者―。国立国会図書館踏査及び立法考査局。総合調査報告書。233～241。

- [5] 小栗克之・加藤初美・杉山道雄（1991）：農家の後継者・花嫁不足問題―岐阜県の農村を中心としたアンケート調査結果による分析―岐阜

大学農学部研究報告第56号。119～132。

- [6] 坂本洋子・澤 善博・千葉悦子（2010）：若者の定住対策と結婚支援―「結婚しにくい条件」乗り越える社会支援を。県内各地で婚活が支援の機運づくり。地域活力を高める若者の婚活が支援を―。月刊地域づくり。第251号。