

口頭発表

【分科会 2】

出生率低下の要因分析と結婚支援策への示唆

—初婚年齢に着目した実証分析—

ベビラゴ

○辰野 桃夏 (TATSUNO Momoka)・藤森 侑奈 (FUJIMORI Yuna)・廣野 菜々美 (HIRONO Nanami)・齊藤 瑞稀 (SAITO Mizuki)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：出生率、初婚年齢、少子化

1. はじめに

わが国における少子高齢化は依然として加速傾向にあり、深刻な社会問題となっている。2023 年の日本の合計特殊出生率は 1.20 であり、「超少子化」とされる 1.5 未満の枠組みに日本は当てはまる。厚生労働省が発表した「人口動態統計月報年計」によると、2024 年の日本の出生数は 68 万 6061 人となり、前年から約 4.1 万人減少し、初めて 70 万人下回る結果となった。こうした現状から脱却するために、国全体として持続的な政策対応が急務となっている。

先行研究では、出生率低下には複数の要因が絡み合っていることが指摘されている。高山ほか (2023) は所得水準の影響を示し、筒井 (2023) は未婚化・晩婚化が出生率低下の本質的要因であると指摘している。また、藤丸 (2025) も初婚年齢や未婚率の上昇が出生率低下の主要因であることを示している。しかしながら、著者らの調べる限り、初婚年齢の上昇が出生率低下に与える因果効果について数量的に検証した研究はない。

そこで、本研究では、都道府県パネルデータを利用した固定効果モデルを推定し、初婚年齢が合計特殊出生率に与える数量的影響を実証的に明らかにする。分析の結果、初婚年齢が出生率低下の大きな要因であることが明らかになった。そのため、全国の結婚を支援する自治体にヒアリング調査を行って、結婚支援策の現状課題を抽出し、その情報をもとに今後の婚活イベントや SNS を活用した広報戦略の政策を提案する。

2. 分析方法

2.1 モデル・分析方法

本分析の目的は、少子化の要因の一つとして注目される初婚年齢の上昇が出生率に与える影響を明らかにすることである。そこで本研究では、被説明変数を出生率、説明変数を平均初婚年齢とする固定効果モデルで分析する(モデル式は下記)。固定効果モデルは、因果効果を推定する代表的なモデルの一つである(田中, 2015)。

$$\text{出生率}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{平均初婚年齢}_{it} + \gamma \text{制御変数}_{it} + \lambda_t + A_i + u_{it}$$

ここで、 i は都道府県、 t は時点、 β と γ はパラメー

タ、 λ_t は時点効果、 A_i は個別効果(都道府県別の固定効果)、 u_{it} は誤差項である。制御変数には、平均未婚率、所得、GDP、人口密度、最低賃金、託児所数が含まれる(定義は表 1)。

2.2 データ

分析に用いるデータは、1980 年から 2020 年までの 5 ヶ年ごとをとった計 9 ヶ年の都道府県パネルデータである(表 1、2)。

表 1 用いる変数の定義

変数名	定義	単位
出生率	合計特殊出生率	—
平均初婚年齢	男女平均初婚年齢	歳
平均未婚率	男女平均未婚率	%
所得	二人以上の世帯の所得	百万円/月
GDP	県内総生産(実質)	百万円
人口密度	総人口に占める人口割合	%
最低賃金	平均最低賃金	万円
託児所数	保育所等数	所

注)筆者作成。データ出所:e-Stat(政府統計の相談窓口)。

表 2 用いる変数の基本統計量

変数	平均値	標準偏差
出生率	1.56	0.20
平均初婚年齢	28.07	1.38
平均未婚率	24.97	2.78
所得	0.43	0.073
GDP	9732423	14050767.19
人口密度	639	1116.02
最低賃金	599.42	154.33
託児所数	497	343.24

注)筆者作成。データ出所:e-Stat(政府統計の相談窓口)。サンプルサイズは 423(47×9 ヶ年)。

2.3 分析結果

分析結果は表 3 のとおりである。平均初婚年齢の係数は -0.092 となり、有意水準 1%で統計的に有意であった ($p < 0.01$)。これは、平均初婚年齢が 1 歳上昇すると出生率が 0.092 低下することを意味している。1980 年から 2020 年にかけて、平均初婚年齢は 26.5 歳から 30.2 歳へと約 3.7 歳上昇している。係数の推定値を使って計算すると、この初婚年齢の上昇は出生率を $0.092 \times 3.7 \approx$

0.34 低下させたと推定される。実際に、同期間の出生率は 1.75 から 1.33 へと 0.42 ポイント低下しているため、その約 81% ($0.34 \div 0.42$) が初婚年齢の上昇によって説明される可能性がある。この結果から、晩婚化が少子化の主要な要因の一つであることが統計的にも裏付けられたといえる。

表 3 出生率と初婚年齢の関係

被説明変数：出生率	
平均初婚年齢	-0.092*** (0.014)
制御変数	あり
都道府県別固定効果	あり
年固定効果	あり
自由度修正済み決定係	0.962
Within R2	0.284
観測数	423

注)筆者作成。* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$ 。括弧内の数値は標準誤差。制御変数として、平均未婚率、所得、GDP、人口密度、最低賃金、託児所数を含めているが、紙面の制約から制御変数の係数の推定値は省略。

3. 政策提言

分析結果より、初婚年齢の上昇が出生率を低下させていることが確認された。初婚年齢が高いほど出産可能な期間も短くなり、出生率低下につながる。また、国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向調査（結婚と出産に関する意識調査）」の調査結果によると、若者が結婚しない理由として、「適当な相手にめぐりあわない」といった回答が最も多く、「異性とうまくつきあえない」という回答も増加している。これらを踏まえ、異性と出会う場の提供やサポートが求められる。

3.1 自治体運営の結婚支援事業

多くの自治体では結婚支援センターを設置し、婚活サービスや結婚支援イベントを提供している。本研究では、複数の自治体へのヒアリング調査を通じて現状の課題を把握した。その結果、多くの自治体が若者の参加促進や新たな出会いの場づくりに課題を感じていることが分かった。次節では、これらの課題を踏まえた新たな支援策を提案する。

3.2 結婚式場での婚活イベント

初婚年齢引き下げに向け、自治体運営の結婚式場を活用した婚活イベントを提案する。結婚式場は特別な空間を体験できる場であり、結婚への関心を高める効果が期待できる。ヒアリング調査では多くの自治体が「女性の参加率の低さ」を課題としていた。式場での開催により女性の参加意欲を引き出し、実際に式場の演出を体験することで、結婚への憧れが高まる可能性がある。また同調査では「結婚を前面に出したイベントを避ける傾向」があることも明らかになった。そこで本提案では「婚活」という言葉を強調せず、友人同士でも気軽に参加できるイベントとする。A市への調査で

は「若い女性が友人と一緒に入会されるケースが増えた」との声もあり、気軽に楽しめる形式が効果的であると考えられる。たとえば、「ナイトウェディング体験パーティー」などの名称や形式にすることで、堅い印象を和らげ、参加のハードルを下げる。さらに本人確認や独身証明書で安全性を確保し、イベント後は結婚支援センターで個別相談や婚活サポートを行う。実施時期は、式場のオフシーズンや平日夜を活用することで、会場費を抑えられる。参加費用は3000円程度とし、自治体運営により低コストでの参加を可能にする。結婚への前向きな意識を育む点が、本提案の特徴である。

3.3 SNSを活用した広報戦略

ヒアリング調査では「若者の認知度の低さ」も課題として挙げられていた。そこでSNSを活用した広報強化を提案する。実際に佐賀県玄海町が結婚支援イベントを実施する際、SNSマーケティング企業と連携し、Instagram広告を活用して集客目標を達成した事例がある。本提案でもInstagramのリールやストーリー機能を活用し、式場の雰囲気やイベントの楽しさを短い動画で発信する。自治体公式アカウントや結婚支援センターが中心となり運営し、「自治体が運営する安心感」と「おしゃれで楽しいイベント」というイメージを広げ、認知度の向上と参加者の拡大が期待できる。

4. まとめ

本研究ではパネルデータを用いた分析により、初婚年齢が出生率を低下させていることを確認し、自治体による結婚式場での婚活イベントとSNSを活用した広報を提案した。結婚式場の活用は女性の参加促進や結婚意識の向上につながり、SNSによる情報発信は若者の認知度向上に効果的である。これらの政策は、初婚年齢の引き下げによる出生率改善の糸口となることが期待される。

参考文献

- (1) 高山憲之、小川浩、吉田浩、有田富美子、金子能宏、小島克久(2023)：結婚・育児の経済コストと出生力 ―少子化の経済学的要因に関する一考察―、国立社会保障・人口問題研究所、pp1-18.
- (2) 筒井淳也(2023)：未婚と少子化、PHP新書
- (3) 藤丸麻紀(2025)：東京都の合計特殊出生率のパネルデータ分析、和洋女子大学紀要、第66集、71-81
- (4) 田中隆一(2015)：計量経済学の第一歩：実証分析のススメ、有斐閣出版
- (5) 国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向調査（結婚と出産に関する意識調査）」、https://www.ipss.go.jp/ps-doukou/j/doukou16/doukou16_gaiyo.asp（最終アクセス2025/10/21）
- (6) 株式会社DIXI(ディクシー)、<https://dixi.co.jp/case/cheers/>、（最終アクセス2025/10/21）

京都人口減少

人口減少グループ

○山本 真也 (Yamamoto Masaya)・網本 順 (Amimoto Jyun)・井上 雅貴 (Inoue Masaki)・澤田 快斗 (Sawada Kaito)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：転出超過、就職、京都の企業

1. はじめに

日本では人口減少が進み、労働力人口の減少が経済成長を抑制する要因となっている。京都府でも2012年から2022年の10年間で約3%の人口減少がみられる(京都府, 2012; 2022)。その背景を探るため、年齢別の転出入数データを分析した。

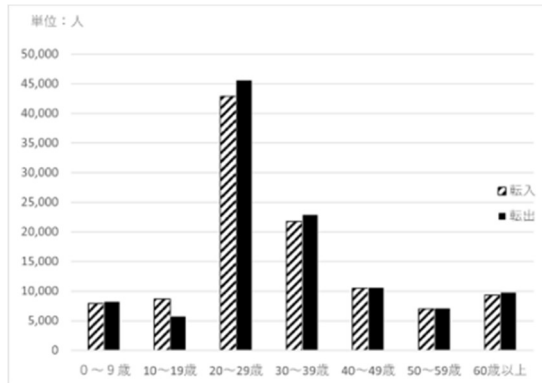


図. 1 京都府の年齢別転出入数

図1は、総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」に基づく2022年の京都府の年齢別転出入数である。多くの年齢層で転入超過となる一方、20代では転出超過が確認できる。学生の街・京都で、なぜ20代の転出が多いのか、その要因を検討する。

2. 人口減少の要因

平成26年度「京都府少子化要因実態調査」によると、20代の転出理由として多かったのは「住宅事情」「結婚」「就職」であり、特に「就職」が最も高い割合を占めていた。男性では20～24歳で53.1%、25～29歳で18.4%、女性では20～24歳で32.1%、25～29歳で9.8%が「就職」を理由に転出していた。主な転出先は大阪府・兵庫県・東京都**であった。さらに、京都府での就職意識を把握するため、2024年7月～12月にかけて京都産業大学の学生44名を対象にGoogleフォームでアンケートを実施した。回答者は男性33人、女性11人で、京都府出身者6人、府外出身者38人であった。「今後就職したい場所」については、大阪府37人、兵庫県25人、東京都22人、京都府17

人と、府外志向が強い傾向が見られた。京都府での就職を希望する理由は「京都が好きだから」「生活に慣れたから」「地元だから」が上位を占めた。一方、京都府以外を希望する理由は「地元で働きたい」「都会で働きたい」「希望する企業が京都府以外にある」「京都の企業をよく知らない」などであった。

3. 既存の政策

第2章では、京都府の人口減少の主な要因が「就職による転出」であることが明らかになった。そこで、府内の就職支援策について調べたところ、「京都ジョブパーク」と「京都市若者就職支援センター(わかせん)」の2つが中心的な役割を果たしていることが分かった。

京都ジョブパークは、府が設置する総合的な就業支援拠点であり、学生や若年層、女性、中高年など幅広い層を対象に、就職相談・職業紹介・セミナー開催などの支援を行っている。また、企業に対しても人材確保や職場環境の改善、魅力発信の支援を行うことで、地域全体の雇用促進に寄与している。一方で、ウェブサイト上の情報が分かりにくく、利用者が自ら積極的に探さないと必要な情報にたどり着けない点が課題とされる。このことが、府内企業の認知不足や若者の定着率の低下につながっていると考えられる。

一方、「わかせん」では大学生や既卒者を対象に、キャリアカウンセラーによる個別相談、履歴書・面接対策、企業訪問や職場体験など、実践的な支援を行っている。特に有給の職場体験は、学生と企業双方のミスマッチ解消に効果的である。しかし、中小企業や地域企業に関する情報が限られており、学生が企業の特徴や魅力を把握しにくいという課題が残る。そのため、府内企業の理解促進と分かりやすい情報発信の強化が、地元定着率向上の鍵となるだろう。

4. 政策提言

そこで私たちは、学生が京都府内企業の特徴を直感的に理解できるよう、「企業情報マップ」の作成を提案する。本マップでは、各企業の製品とそれが使われる最終製品を一目で比較できるように構

成した。また、写真やアイコンを用いて、学生が興味を持ちやすく、視覚的に理解しやすいデザインとした。効果を確認するため、京都産業大学の学生 21 人を対象にアンケートを実施し、詳細版マップと簡易版マップの 2 種類を比較した。その結果、情報マップは学生の企業理解を深める効果があることが示唆された。第 2 章と第 3 章で明らかになったように、京都府の人口減少には就職に伴う転出が影響しており、その背景には府内企業に関する情報不足がある。



図.2 企業情報マップ

そこで、学生が企業を視覚的に理解しやすくすることを目的に、「企業情報マップ」を作成し、その効果を検証した。マップは、府内企業の情報を整理し、主な製品と最終製品を写真やアイコンで示した「詳細版」と、企業名・業種のみを掲載した「簡易版」で構成した。詳細版は視覚的理解を促進し、簡易版は従来型の情報提示を再現する目的で用いた。アンケートでは、偶数月生まれの学生に簡易版、奇数月生まれの学生に詳細版を提示し、それぞれの効果を比較した。提示前の回答では、「京都府内の企業を知っている」71.3%、「府内企業に興味がある」52.4%、「府内企業で働くことを検討している」47.6%であった。提示後、詳細版で「府内企業に興味がある」が 100%に上昇し、ビジュアル情報が関心を高める効果が確認された。一方、「府内企業で働くことを検討している」は詳細版で 41.7%に低下し、就職意欲に直結する情報（労働条件や職場環境など）が不足していたことが示唆された。また、「府内企業を知っている」と回答した割合も低下し、マップによって自分の理解が表面的だったと気づいた結果と考えられる。以上より、視覚的情報提示は学生の関心を高める上で有効であるが、就職意欲を高めるには労働環

境やキャリアパスなど具体的情報の併用が必要である。

5. まとめ

本研究では、京都府の人口減少問題の背景として、特に 20 代の若年層の転出が顕著であり、その主な要因が「就職」による府外流出であることを確認した。アンケート調査では、多くの学生が府内企業に関する情報を十分に持っておらず、情報不足が府外就職の選択に影響していることが明らかとなった。既存の就職支援機関（京都ジョブパーク、わかせん）でも、情報の分かりにくさやアクセスの難しさが課題となっている。そこで、学生が府内企業を直感的に理解できる施策として、企業情報マップを作成した。企業のロゴや主要製品、最終製品までを視覚化することで、学生の興味喚起に寄与することが示された。詳細版マップ提示後は「興味がある」と回答した割合が 52.4%から 100%に上昇した一方で、就職意向には必ずしも直結せず、企業文化やキャリアパスなど追加情報の必要性が示唆された。本研究は、地域の雇用促進に向けた「情報の伝え方」に焦点を当てた点で意義があり、今後は対象学生の拡大や他地域との比較調査を通じて、より効果的な政策提言へと発展させることが期待される。

参考文献

- ① 京都府（2012）：平成 24 年 10 月 1 日現在
京都府の推計人口、統計京都 2012 年 11 月号、p. 4
<https://www.pref.kyoto.jp/tokei/monthly/tokeikyoto/tk2022/tktokushu202211.pdf>
- ② 京都府（2022）：令和 4 年 10 月 1 日現在
京都府の推計人口、統計京都 2022 年 11 月号、p. 2
<https://www.pref.kyoto.jp/tokei/monthly/tokeikyoto/tk2022/tktokushu202211.pdf>
- ③ 総務省統計局 住民基本台帳人口移動報告
参考表 2018 年～（年齢（10 歳階級）、
男女、転入・転出市区町村別結果

「働く・暮らすまち京都」へ

Jelly fish

○速水 千愛 (HAYAMI Chiai)・田中 咲有 (TANAKA Sakia)・山口 奈々 (YAMAGUCHI Nana)・藤野 結衣 (FUJINO Yui)・澤 美桜 (SAWA Mio)・高橋 壱瑳 (TAKAHASHI Issa)

(京都橘大学経済学部経済学科)

キーワード：大学のまち京都、学生のまち京都、土着化

1. はじめに

これまで京都市は「大学のまち・学生のまち京都」を目指してきた。京都府で学ぶ学生のうち、7割以上は京都府外の出身であるという。もし、その学生たちが京都府に定住すると京都府の人口は増加傾向を維持できる。しかし、京都府は少子高齢化の問題を抱え続けている。さて、京都府に所在のある大学で学生生活を過ごした学生らは一体どこに消えてしまったのだろうか。なぜ彼らは、京都府に住み続けたいと思わないのであろうか。本研究はその原因を明らかに、「大学のまち・学生のまち京都」だけではなく、「働く・暮らすまち京都」としての魅力を伝える手段を検討していくものである。

2. 学生定着に向けた取り組みから見えた課題

「大学のまち・学生のまち京都」から学生が卒業後に流出していく問題について、京都府も対策を講じていないわけではない。令和3年時点で京都府の大学に通う学生のうち、京都府内で就職をした学生は18.6%であった。この状況を踏まえて、京都府は府内就職の促進を目的として様々な取り組みを行っている。学生の府内就職を促進する取り組みとして「大学のまち京都・学生のまち京都推進計画 2019-2023」を取り上げたい。この計画は、学生の進路・社会進出の支援する観点から複数の施策を推進している。具体的には、「京都企業と連携した次代の京都を担う人財育成事業」、「京のまち企業訪問」である。

さて、「地域企業と連携した次代の京都の担い手育成事業」で実施したプロジェクト参加者のうち、京都府内企業への就職割合は28.7%であった。この数字は府内大学生の京都府内企業への就職割合を大きく上回っている。このことから、プロジェクトの実施が府内就職の促進に一定の効果をもたらしていることは確かであろう。プロジェクトへの参加は、京都府の企業や働き方を知る機会に直結する。その結果、京都府での就職意欲が高まり就職にも繋がっている。

しかし、2024年度には同事業で、10のプロジェクトが展開された。今年度より企業訪問プログラムと課題解決プロジェクトが統一され、1つの事

業として運営されたが、総参加学生は78名に留まった。「学生のまち」として知られる京都市の特性を鑑みると、本事業への学生の参加規模は限定的であったと評価できる。この結果は、事業の周知方法やプログラム内容の魅力向上といった点において、今後の改善の必要性を示唆している。

3. 大学生から見た「学生のまち京都」のリアル

われわれは、京都府に所在のある大学に通う学生の在学中の実状を探るべく「学生のまち京都」に関する実態調査アンケートを実施した。調査対象は、18歳から22歳までの京都府に所在のある大学に通う学生である。調査方法は、われわれの京都府に所在のある大学に通う知人・友人にアンケート協力を集い、回答を集めるものである。調査手段としては、大学を限定せずに回答を収集するためにGoogle formを用いた。

アンケート結果から、京都府に所在のある大学に通っている学生のうち74%が京都府外の出身者であることが分かった。

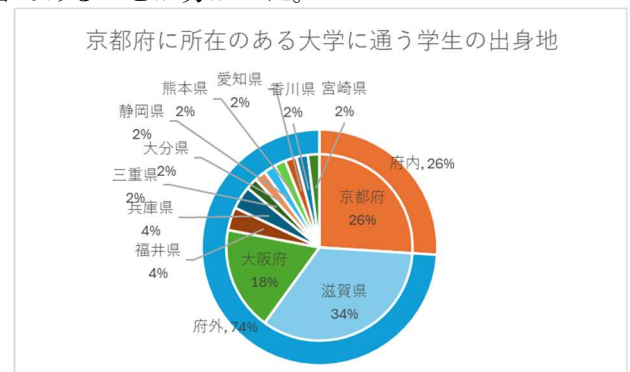


図-1 京都府内に所在のある大学に通う学生の出身地

学生たちが進学する大学を選んだ主な理由として、①通学のしやすさ②通いたい大学があった③学びたい学問があったという回答が多かった。これらの理由から、多くの学生が進学先としてアクセスの良さや、教育内容の充実度を重視していることが分かる。また図-2では、学生生活を送る中で学生たちが感じている京都府の魅力についての回答を示している。この質問では、交通の便の良さや、観光地の多さとの回答が多かった。一方

で、67%の学生は京都府には魅力がないと回答した。

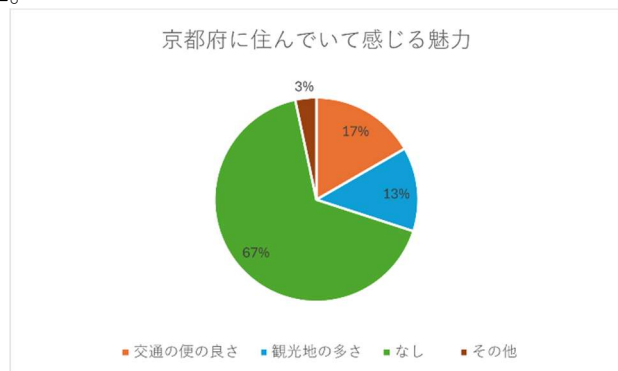


図 - 2 京都府に住んでいて感じる魅力

さらに、大学進学のために京都府に来てから卒業するまでの間に観光をしたと回答した学生は、全体の68%にのぼった。そして「将来、京都府に住みたいと感じる要素が必要か」という問いに対しては、理想の職場の存在が定住において重要な要因であることが明らかになった。

われわれの暮らしと職場は切っても切り離せない関係である。また、図 - 3 から定年退職までの間に京都府で働きたいと考えている学生は全体の40%であったことが分かる。

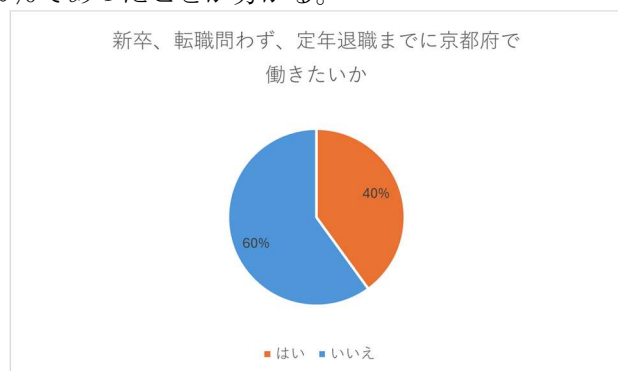


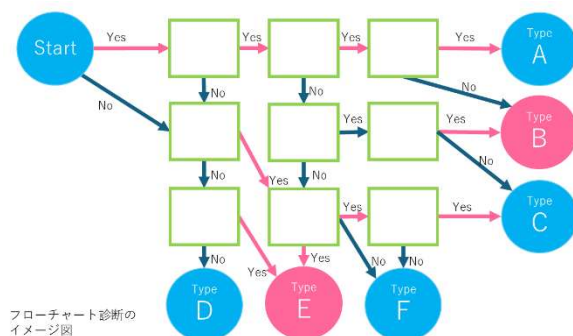
図 - 3 新卒、転職問わず、定年退職までに京都府で働きたいか

その内の大半が、京都府出身者であった。回答理由としては住み慣れている、安心感があるといったことが挙げられている。一方で、京都府外で働きたいと回答した学生は55.6%を占め、その多くが「魅力がない」「特に働きたい職場がない」「地元に戻りたい」という理由を挙げていた。これらから、理想の職場がないのではなく、京都府の企業を知らないことなど、京都府への愛着のなさが示唆された。

4. おわりに

われわれは、府内就職率促進を目的とするプロジェクトには、プロジェクト自体の認知度の低さと、参加している企業の違いについて学生の理解が不十分である点に問題があると考えた。認知度向上の手段として、大学内や公共交通機関での広

告展開と、大学を会場とした対面イベントの開催を提案する。学生にとって日常的に目にする場での発信は、プロジェクトの自然な認識につながる。また、対面イベントにより、学生が企業と気軽に接点を持つ機会を生むことを可能にする。学生の理解を促進させるためには、各企業のPRポイントや求める人物像を反映した「フローチャート診断」の作成を考案する。診断図については、図 - 4 を参照していただきたい。学生が自身の興味・適性に合った企業を効率よく見つけることで、より実りあるものとなる。



夫婦の間、そこに愛はあるのか

- 心理的虐待と夫婦間の認識のずれについて -

京都先端科学大学 経済経営学部 阿部ゼミ B 班

○澤津橋智明 (Sawatsubashi Tomoaki) ・ 村田雄 (Murata Takeru) ・ 青竹宏宜
(Aotake Hirotaka) ・ 小島 涼雅 (Kojima Ryoga) ・ 小谷綾 (Kotani Ryo) ・ 坂根颯太
(Sakana Souta) ・ 田中丞 (Tanaka Tasuku) ・ 小山裕太郎 (Koyama Youtaro) ・ 青木亮
磨 (Aoki Ryouma)

(京都先端科学大学 経済経営学部)

キーワード：心理的虐待、父親の育児参加、子育て不安

1. はじめに

近年、日本の児童虐待相談対応件数は増加の一途を辿っているが、中でも心理的虐待の増加傾向が顕著である。警察庁の統計では、心理的虐待の通告件数は 2012 年 (22,423 件) から令和 5 年 (134,948 件) にかけて約 6 倍に急増しており、これは他の虐待類型 (身体的虐待：約 2 倍、ネグレクト：約 1.5 倍) を大きく上回る。この心理的虐待の増加を牽引しているのが、子どもの面前での夫婦喧嘩や暴力 (面前 DV) である。面前 DV は、2004 年の児童虐待防止法改正により、心理的虐待の一つとして明確に規定された。これは、長らく「夫婦間の問題」とされてきた DV が、子どもに直接的な虐待行為と同等またはそれ以上に深刻な影響を与えるという認識が広まったためだ。面前 DV は現在、心理的虐待の約 6 割を占め、その多くが警察からの通告である。姫野 (2024) によると、DV を目撃した子どもは、PTSD (心的外傷後ストレス障害)、自尊心の低下などの影響を受けることが指摘されている。このような面前 DV や言葉の暴力を含む心理的虐待の背景要因として、「母親のストレスや孤立」があるのではないだろうか。

現代の日本では共働き世帯が専業主婦世帯を大幅に上回っているが、内閣府の調査によれば、「夫は外で働き妻は家庭を守るべき」という考え方に賛成する意見の割合は、年々減少しているものの、2025 年の調査でも 3 割もいた。このことから社会にはいまだに「男性が仕事、女性が家事・育児」という性別役割分業の意識が一定程度残っていることが分かる。その結果、社会では父親の育児参加が進んでいる一方で、家庭では母親が家事・育児の主な担い手となっており、その負担がストレスや面前 DV の要因になっているのではないか。そこで、以下では、男性の育児参加と母親の育児不安に焦点を当てて、夫婦の認識について研究していきたい。

2. 家庭内負担に見る父親の参加状況と意識

2.1 父親の育児参加に対する意識

まず、父親の育児に対する意識面について、厚

生労働省の「イクメンプロジェクト」(2023) による調査では、20~30 代の男性のうち 77.9% が「仕事とプライベートの両立を意識している」と回答し、87.9% が「仕事も育児も積極的に取り組みたい」と回答している。この結果から、若年層を中心に育児参加への意欲が高まっていることがうかがえる。

2.2 大学生のアンケート調査

次に、今後親になるであろう大学生の子育てに関する認識を把握するために、大学生 140 人を対象にアンケートを実施した。その結果、若者世代における育児に対する意識変化が確認された。「育児を行うのは父親、母親のどちらが担うべきか」という質問に対し、「父親と母親両方担うべき」と回答した者が 115 名と全体の約 79% を占めている。一方で、「母親が担うべき」と回答した者が 28 名と全体の 21% も占めており、少なくともこれだけの学生が育児は母親の役割であると考えていることだ。この結果から、現代の若者は「育児は夫婦で平等に担うもの」と捉えている傾向が強いことがわかる。

2.3 育児参加の実態と家庭内負担

では、実際の父親の育児参加の実態はどのようなだろうか。総務省統計局 (2024) による過去 20 年間の推移を見ると、共働きであっても、2006 年時点で夫の家事関連時間は約 59 分であったが、2021 年には約 1 時間 55 分へと約 1 時間近く増加している。しかし、妻の家事関連時間も同期間で約 5 時間 37 分から約 6 時間 33 分へと増加しており、夫婦間の差は 2006 年も 2021 年も約 4 時間 38 分と同じ差が存在しており、未だ夫婦間の格差がある。

この結果から、父親の育児参加は量的には拡大しているが、依然として母親が中心的な負担を背負う構造は変わっておらず、家庭内の役割分担の不均衡は根強く残っていることがわかった。共働き世帯においても妻の家事関連時間が長い傾向が続いており、実質的な分担の平等化にはなお課題が多いといえる。

3. 母親が抱く不安の背景

3.1 母親の育児不安(先行研究)

次に父親の育児参加と母親の育児不安の関連を見ると、住田・中田(2000)の研究によると、母親の育児不安は父親の育児参加の程度やその姿勢と密接に関係しているとされる。この研究では、父親が自分では積極的に育児を行っていると感じていても、母親がそれを評価していない場合、不満や孤立感が高まる傾向がみられた。ただ、父親が母親と育児の苦労や子どもの成長を共有している場合のように夫婦間のコミュニケーションが充実していれば、母親の育児不安は小さいとされている。つまり、母親の育児不安の背景には、父親の参加量不足だけでなく、夫婦間の認識のずれと協働意識の欠如があるといえる。

3.2 子どもを持つ方へのアンケート調査

そこで次に、母親と父親の育児参加の実態と意見を把握するため育児・家事に関するオンラインにてアンケート調査を実施した。回答者は114名であり、内訳は、母親99名、父親15名であった。

まず、母親に対して父親が家事をどの程度で行っているかを尋ねたところ、掃除・洗濯・料理のいずれも「母親がほとんど行っている」または「母親の負担が多い」との回答が約90%を占めた。また、その内実を聞くと、約80%の家庭では父親の家事参加は「ごみ捨て」に限定されていた。

一方で多くの父親がごみ捨て以外の家事をあまり行えていないにも関わらず父親15名のうち12名が、家事負担について「家事の一部を担当している」または「夫婦半分」と回答し、家事分担に「どちらかと言えば満足している」と答えた。

また、母親側からは「自分の時間が取れない」(64%)、「睡眠不足」(57%)、「家事・育児の両立が大変」(44%)などの声が多く寄せられた。また、「自分は時短勤務で家事育児をほぼすべて担っているので、心身ともにしんどい」「母親ならやって当たり前という価値観があり、母親の体調が悪いときにも家事をやらない」「子どもだけでなく夫の面倒までみるとなったらストレスでしかない」などの自由記述もみられた。「父親にやってほしかったこと」項目では、一番多かったものとして「精神的支え」(53%)が挙げられた。

以上の結果から、父親と母親の育児参加に対する認識の差が存在し、父親の育児への関与不足が母親の心理的負担を増大させていること、母親は父親に対し、育児面の支援だけでなく精神的・情緒的なサポートも求めていることが示唆された。

4. 地域支援の現状と課題(ヒアリング調査)

上記の課題に対して、実際に行われている取り組みの現状を知るために、京都市で子育て事業や相談事業を行っているこどもみらい館にヒアリング調査を行った。こどもみらい館とは、乳幼児

とその保護者を対象とする京都市の子育て支援センターであり子育て講座などの活動を展開している。2024年には177回のイベントを開催し、約6,000人が参加した。ただ、夫婦で参加できるイベントはなく、父親のイベントの場合にも、母親が同伴してくることが多いとのことであった。

5. 政策提案

5.1 夫婦で話せる子育てイベント

京都市には、パパママ教室など夫婦で参加できる子育てイベントが存在するが、乳幼児と一緒にものばかりであった。全国的にもあまり家事育児について夫婦での話し合いを重視するイベントが数少なかった。そのため、子供を預けて、夫婦2人で育児や家事などの話を気軽にできるイベントを提案したい。

5.2 育児情報を共有できるアプリの導入

また、「これをこうしてほしい」と面と向かって言えない夫婦のために、そのきっかけになるための、子育て夫婦共有アプリを提案する。日本では既に「ぴよログ」や「パパッと育児」など、夫婦で育児記録を共有できるアプリは普及しているが機能は「記録の共有」が中心であり、本研究が重視する「夫婦間の認識のずれ」を直接解消する機能は不足している。そこで、夫婦間での共有する機能に加えて、より父親が主体的に参加できるよう、育児タスクの可視化することで認識のずれを確認し、お互いに感謝メッセージを送る機能などを実装する。

これにより、母親の精神的負担を軽減し、夫婦間のコミュニケーションを促進することで、心理的虐待の防止にもつながると考えられる。

参考文献

- (1) 警察庁「令和6年におけるストーカー事案、配偶者からの暴力事案等、児童虐待事案等への対応状況について」(最終閲覧日2025年10月20日)。
- (2) 姫野桂(2024)『心理的虐待 ～子どもの心を殺す親たち～』(扶桑社)。
- (3) 令和5年版厚生労働白書「図表1-1-3 共働き等世帯数の年次推移」(最終閲覧日2025年10月20日)。
- (4) 内閣府男女共同参画局(2025)「男女共同参画社会に関する世論調査(2024)」(最終閲覧日2025年10月20日)。
- (5) 厚生労働省イクメンプロジェクト(2024)「若年層における育児休業等取得に対する意識調査」。
- (6) 総務省統計局(2024)「統計today No.190 共働き世帯と家事・育児時間の現状」(最終閲覧日2025年10月20日)。
- (7) 住田正樹・中田周作(2000)「父親の育児態度と母親の育児不安」九州大学院教育学研究紀要2巻、p.19-38。

伝統祭礼の存続が移住定住に与える影響について

- 地域の交流を生み出す伝統祭礼に着目して -

岩松ゼミ かきたま汁チーム

○金野 佑希乃 (KANENO Yukino)・瀬島 美友紀 (SEJIMA Miyuki)・高木 智也
(TAKAGI Tomoya)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード：伝統祭礼、移住定住

1. はじめに

1.1 研究の背景と問題意識

近年の日本社会において、農山村地域における少子高齢化と人口減少は深刻な問題となっており、地域社会の存続が危ぶまれている。地方の人口減少は、伝統祭礼の担い手不足を招き、文化消滅の危機を生んでいる。その解決策として移住定住による人口回復の促進があるが、その取組は必ずしも十分な成果を上げているわけではない。本研究では、伝統文化の維持・継承を実現することを通じて、いかに移住定住を促進できるかを考える。

1.2 先行研究の整理と本研究の位置付け

従来の移住定住政策は、主に経済的な支援や生活環境の整備といった目に見える要因に焦点を当てられてきた傾向がある。しかし、移住者が地域に長期的に定着するためには、これらの物理的な条件だけでなく、地域社会の受け入れの姿勢や人間関係の質といった目に見えない要因も必要ではないかと考える。本研究では、農業や伝統工芸といった日常的な生業とは異なり、年に一度の非日常的な場でありながら地域住民が一丸となる伝統祭礼が、地域の人間関係の質や受け入れの姿勢を端的に示す機会であることに着目する。そこで、伝統祭礼の運営方針を「継承」から「つなぐ」（ここでいう「つなぐ」とは、伝統重視ではなく祭りを続けていくことに重きを置くことをいう）という戦略へと柔軟に転換することが、地域社会の包摂性に与える影響について事例分析を通じて考察する。

1.3 研究目的

本研究の目的は、伝統祭礼の継承戦略が地域社会の包摂性に与える影響を明らかにすることである。特に、祭礼の柔軟な運営が、移住定住を促進する「寛容な雰囲気」がどのように醸成されているかを解明する。以上の問題意識に基づき、過疎地域の伝統祭礼は、柔軟な運営（「つなぐ」戦略）を通じて地域社会の開かれた姿勢と交流の機会を

提供し、移住検討者の心理的不安を段階的に解消する。本研究では、この一連の過程が移住定住を間接的に促進する重要な環境要因として機能するという論証を主要な論点として提示する。

1.4 研究対象と方法

本研究では、過疎化が進みつつも移住者の受け入れに積極的である京都府京丹波町竹野地区を事例とする。葛城神社曳山巡行の継承・保存活動を研究対象とし、運営に携わる保存委員会顧問へのインタビュー調査、および竹野地区への移住定住者複数名に対するヒアリング調査を中心としたフィールドワークを実施した。

2. 調査対象

2.1 葛城神社の曳山巡行について

葛城神社曳山巡行は約 130 年にわたり受け継がれてきた伝統行事であり、京丹波町の無形民俗文化財に指定されている。しかし、近年は顕著な担い手不足により存続が危惧されていたため、地域住民が「葛城神社曳山保存委員会」を設立し、祭礼継続に向けた取り組みを開始した。

2.2 竹野地区について

竹野地区は京都府中部に位置する京丹波町に属する地域である。人口は 742 人と小規模だが、府内でも移住者の受け入れが進んでいる地域として知られる。人口は平成 22 年度の 963 人以降減少傾向にあり、令和 6 年度時点で 742 人となっている。一方で、平成 28 年以降は毎年移住者を受け入れており、9 年間で移住者は 97 名に上る。

3. 研究結果

曳山巡行は令和 6 年度には少子化の影響で乗子の確保が困難となり、本来 6 人乗れるはずの神輿に 2 人しか乗っていないといった危機的な状況に直面し、欠員のままでの巡行が避けられなかった。こうした中、竹野から離れた外孫等の他出子にも神輿に乗る対象を拡大した。これは祭りのために

帰省する他出子の増加に繋がり、地域は賑わいを取り戻した。祭りを実施すれば地域のほぼ全員が参加する他、地域外に出ていた人々が一時的に帰省するきっかけにもなる。祭りは地域住民が集う数少ない場であり、地域の結束を強める役割がある。

移住者K氏によると、住民からの自然な誘いがあったが、実際に参加してみると地域への安心感や親近感が生まれ、次年度以降、主体的に祭りの準備や運営を行うようになった。また、京都府立大学生12人が実際に祭りに参加し、6地区の地域住民、移住者へのヒアリング調査を行ったところ、移住者に関すること以外にも、神輿を途中で台車に乗せて運ぶようにすることで高齢化や人手不足に対応するなど、「つなぐ」スタイルに対して地域全体が積極的な姿勢をとっていた。加えて、竹野に移住する人たちの大半は地域のつながりを魅力に感じている人が多いため、祭りにも積極的に参加する傾向にある。参加した京都府立大学生たちも、大半が地域住民の温かさを感じ、次回への参加に意欲的だった。6地区ごとに直会が行われ、各地区での信頼関係や機運の醸成が行わる。その上で、祭りは曳山を巡行させて葛城神社で結集し、竹野地区の機運を一つにまとめている。

4. 考察

ヒアリング調査の結果、竹野地区の祭りは、地域住民の貴重な交流機会であり、協働作業を通じて信頼関係と地域の結束力を高める欠かせない存在である。この結束力が、地域の魅力である暖かい受け入れの雰囲気や醸成している。さらに、祭りの運営を「つなぐ」スタイルへ柔軟に変化させたことで、参加者層を広げ地域内で活発な交流を生み出し、新規参加者も受け入れた。この伝統の柔軟な変容が、結果的に移住定住に繋がるような魅力と迎え入れる雰囲気や醸成を創出したと結論づけられる。

5. 政策提言

考察により、竹野地区の成功は、伝統を柔軟に変えて祭りを存続させ、地域の結束感と移住定住の機運を生んだ点にある。特に保存委員会がこの柔軟な役割を担った。

この成功を他地域で再現するため、祭りを通じた移住促進策として、各地域の保存委員会に、外部の人が参加しやすい環境を整備することを政策提言とする。①必要に応じて祭りを「つなぐ」スタイルへと変更すること、②移住希望者への交通手段の提供や地域の人との橋渡しの役割を担うこ

と、の2点を提言する。

祭りを観光ではなく「心理的障壁を下げるイベント」と位置づけ、外部からでも参加しやすい環境を整備することで、移住定住の後押しとなる仕組みを確立させる。

6. おわりに

本論文では、伝統祭礼を存続させるための工夫が移住定住の促進に繋がることを仮説とし研究を進めた。人が集まる工夫によって存続してきた祭りが、地域の交流の核となり、それによって醸成される雰囲気や結束感が移住定住に繋がっていることを明らかにした。

政策提言では、移住者増加を目標とし、保存委員会に、祭りを通じて移住希望者と地域を繋ぐための環境整備の実施を提案した。

それぞれの地域で特色を生かした政策が作られることを期待する。

参考文献

(1) 総務省. (2025/03/23) 「「地方への人の流れの創出」に向けた効果的移住定住推進施策 事例集」. (参照日:2025/10/20)

https://www.soumu.go.jp/main_content/000742996.pdf

(2) 内閣府地方創生推進事務局. (2025/07/01). 「令和6年度 関係人口創出・拡大のための対流促進事業（中間支援組織の提案型モデル事業）」. (参照日:2025/10/20)

https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/pdf/r6_06_ehimesaijo.pdf

(3) 森島明日香, 金度源, 大窪健之. (2023). 「祭りの行程への参加と地域愛着・世代間交流との関係性 - 岐阜県飛騨市古川町の古川祭を対象として -」. (参照日:2025/10/20)

https://www.jstage.jst.go.jp/article/journalcpj/58/3/58_632/_pdf/-char/ja

市民参加制度の役割分析と地域共創モデルの構築

龍谷大学政策学部深尾ゼミナール 15 期生

○辰己 南翔 (TATSUMI Minato)・生田 知伽 (IKUTA Tomoka)・石井 朱莉 (ISHII Shuri)・浮田 瑛世 (UKIDA Yosei)・大川 航平 (OKAWA Kohei)・桶谷 美沙希 (OKETANI Misaki)・木村 涼太 (KIMURA Ryota)・幸下 帆花 (KOGA Honoka)・古賀 絢太 (KOGA Junta)・徳永 陽向 (TOKUNAGA Hinata)・内藤 世理 (NAITO Seri)・廣海 七星 (HIROMI Nanase)・三砂 菜美 (MISAGO Nami)・矢野 真優 (YANO Mahiro)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：市民参加、合意形成、共創

1. はじめに

日本の多くの自治体では、市民が市政に参加することが推奨されており、全国的に取り組みがなされている。しかし、表1のように実情として市民参加制度の不備や合意形成の不足により多くのまちづくりが不活性化している。

本研究では、そうした市民参加制度本来の意義や役割を再定義し、現行制度の課題を明らかにするとともに、地域共創のモデルケースを通じて「持続可能な地域づくり」に必要な方策を提案する。

表1 まちづくりの不活性化要因 (深尾ゼミ作成)

地域	市民参加・合意形成の不足	計画・実行体制の不備	経済・財政基盤の脆弱さ	技術・データ活用の課題	立地・都市構造の問題
青森市	○	○	○	-	○
秋田市	○	-	○	-	○
旭川市	○	○	○	-	○
津山市	○	○	○	-	○
鶴岡市	○	○	-	-	-

2. 市民参加と地域づくりとは

2.1 民主主義の基盤から見る市民参加

市民参加は民主主義社会を支える基本的要素であり、市民が公共の意思形成に参加し、自らの意見や価値観を社会に反映させる過程そのものである。行政は、住民が自らの地域に主体的にかかわり「自分の地域を自分でつくる」という意識の醸成を促す必要がある。しかし、そうしたプロセスが希薄化することで地域社会の結束や相互扶助といった民主主義社会の基盤が脆弱化するのである。

2.2 行政の機能限界から見る市民参加

行政は、地域全体の政策の形成と施行を行う一方、地域全体の暮らしや価値観、生活感覚を十分把握することには限界がある。政策決定の過程に市民が関与することができなければ行政の意図が市民側に正しく伝わらない「ニーズのずれ」が生じる。こうした摩擦は、行政と住民の信頼関係を損ない政策の実効性を弱める原因となりうる。

2.3 地域づくりの重要性

こうした実情を踏まえ、行政の限界を認め、市民が地域政策の意思決定に関与する仕組みを整えることは、地域社会を持続的に発展させるために

不可欠である。単なる意見収集にとどまらない実質的な参加制度の再構築と協働的な地域づくりは行政のガバナンスを補完し、民主主義社会の健全な再生を促すものとなりうるのである。

3. 市民参加制度の調査

3.1 研究方法

本研究では、京都府内の全市町村を分析対象とし、総務省統計局が公表する『社会・人口統計体系 (2020 年度版)』に基づき抽出した、各自治体の総人口・可住地面積人口密度・従業員一人当たり商品販売額・標準財政規模 (市町村財政) を昇順に並べ、三等分法により「小規模」「中規模」「大規模」の三群に分類し、地域構造の差異を把握したのち、それぞれの分類ごとに4つの自治体を選定する。この分類を基礎として、各群における住民参加制度の運用傾向や行政課題を比較検証し、地域の持続可能性および参加構造に及ぼす影響を明らかにする。

3.2 市民参加制度の分析

以下の表2は、パブリックコメント (以下 PC とする) の分析結果である。分析に当たって京都市の数値を反映すると、大きく外れ値となることから、京都市を除いた指標を中心に分析する。各自治体の直近3件のPCを抽出し、それぞれの市の回答を一文ずつ解析した。

なお、媒体数は市公式 HP や公式 SNS・広報誌などでの掲出数、クリック数は市公式 HP における当該ページに至るまでの回数のことを指す。

表2 京都府抽出自治体 PC 分析 (深尾ゼミ作成)

	小規模	中規模	大規模	大規模(京除)	全平均	全平均(京除)
曖昧語数	3.7	10	12.83	11.77	7.17	8.49
肯定的文章数	2.91	8.25	13.91	16.11	7.66	9.09
否定的文章数	1.37	2.25	2.33	2.77	1.48	2.13
反映率	0.364	0.402	0.478	0.525	0.469	0.4303
質問数	9.15	22.83	442.1	34.44	188.4	22.14
質問人数	2.11	6.5	261.5	12.22	120.7	6.94
1人当たり質問数	4.44	2.05	3.13	3.63	1.56	3.37
媒体数	1	1.33	2.33	1.88	1.72	1.4
クリック数	6.33	4.66	4.16	4	5.21	4.99
※指標は平均						

表2から、自治体規模により、反映率などに大きな乖離があることが分かった。特に小規模自治体において PC の反映率が低いことが明らかとなった。同様に媒体数やクリック数でも自治体の規

模が小さくなるにつれて PC へのアクセスが難しくなる傾向が示されており、自治体規模によって市民参加制度への取り組み意識の違いが顕著に表れている。これらから、小規模自治体においては市民参加制度の形骸化が進行していると考察する。

4. 地方創生のために必要な組織とは

4.1 地域共創に必要な要素とは

上記までの調査において、現行の市民参加制度が特に「小規模自治体」では形骸化していることを明らかにした。こうした形骸化は、市民と行政の消極的姿勢による機能不全が原因である。そのような中で、市民と行政の間に立ち、両者を媒介する役割を担う、中間組織を新たな公共性の担い手として注目したい。

この論文において、地域主体の挑戦を支え、資源を循環させ、次世代に仕組みを残す、共創のハブ組織を、「地域共創支援団体」と定義する。

4.2 地域共創支援団体へのヒアリング

ここで、地域共創支援団体の一つの事例として、島根県隠岐郡海士町の島前ふるさと魅力化財団を取り上げる。実際に 2025 年 9 月に島根県海士町に訪れ、島前ふるさと魅力化財団の方々や海士町長にヒアリングを行った。

島根県隠岐郡海士町を含む隠岐島前地域では、人口減少や担い手不足といった課題に対し、従来の補助金型の地域活性化ではなく、教育や人の流れを軸とした地域再生の取り組みが進められている。その中心的役割を担っているのが、2011 年に設立された島前ふるさと魅力化財団である。

まず財団の基盤となるのが、教育魅力化事業である。従来、過疎地の学校は生徒数減少によって統廃合の危機にさらされてきたが、財団は教育を地域資源として捉え直し、外部から生徒を呼び込むことで地域の活力を生み出している。

次に、若者世代を対象とした「大人の島留学」プログラムでは、大学生や社会人が一定期間島に滞在し、地元企業や行政と協働するインターンシップを通じて、地域との関係性を築く機会を提供している。この仕組みは、都市部からの一時的な人材流入だけでなく、二拠点居住や移住に繋がるきっかけにもなっており、財団の人材還流戦略の中核を担っている。これまでの 5 年間で、約 500 名の社会人や学生が参画している。

また、図 1 は海士町と隣接自治体である隠岐の島町の人口増減率を示したものである。隠岐の島町の 2010 年から 2020 年の人口減少率が 13.45% であるのに対し、海士町は同期間の減少率はわずか 4.41%にとどまっている。これは、地域共創支援団体による関係人口の増加の影響であると私たちは考える。

こうしたデータからもわかるように市民や行政をつなぐ組織の存在が、持続可能な地域づくりには必要不可欠であり、「地域共創」は新たな市民参

加の形になりうると考察する。

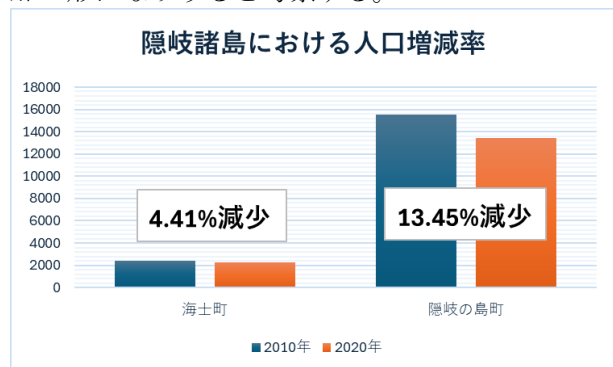


図 1 隠岐諸島における人口増減率 (深尾ゼミ作成)

5. 今後の展望

以上のことから、地域共創支援団体が地域内で市民と行政をつなげる橋渡し役として機能することで、人材の創出や事業化の促進など地域の担い手が生まれ活躍できる環境を整備することが可能となる。また、地域内の行政・企業・住民などの各セクターを連携させる機能を持たせることで、各組織が分散して行ってきた施策を明確化させ、協働を促進させることができるほか、行政による伴走支援の確立などを行うことができるようになる」と考察する。

これらの効果を総合的に考慮すると、地域共創支援団体の存在は、市民と行政の新たな合意形成を促すだけでなく、地域経済の循環拡大にも寄与すると考えられる。その結果、地域内で新たな雇用が創出され、都市部への人口流出の抑制や関係人口を始めとした外部人口との交流が生まれるなど多くの「地域共創」が継続的に行われる。これらは間違いなく持続可能な地域づくりの一要素になるだろう。

このような観点から、地域共創支援団体が新たな市民参加の在り方となることで、「地域の独自性を尊重した地域共創を主軸とする持続可能な地域づくり」が構築されることを期待する。今後は、地域共創支援団体が存在することによる、合意形成の長期的な効果について、さらなる研究が求められる。

参考文献 (WEB 最終閲覧 2025 年 10 月 21 日)

- (1) 牧田義輝.『住民参加の再生』割草書房,(2007). p. 46-47. 76.
- (2) 今川晃.「地方自治の住民の役割」佐藤あつし(監修)・今川晃(編)『市民のための地方自治入門』実務教育出版.(2002). p. 88.
- (3) 中山徹.コンパクトで進み出した大規模開発、なぜ失敗するのか.『住民と自治』2017.4月号.
- (4) 櫛引素夫.コンパクトシティ政策と郊外の空き家問題.青森大学付属総合研究所紀要.2016.vol.17,no.2,26-42.
- (5) 寺迫剛.秋田市におけるコンパクトシティ政策の揺らぎ.自治総研通巻 551 号 2024.9月号,p. 73-106
- (6) 総務省 統計局 e-stat <https://www.e-stat.go.jp/>
- (7) 島前ふるさと魅力化財団 公式 HP <https://www.okidozen.jp/>

届け！少子化対策特化型情報提供

- 若者へのアプローチとは -

川口ゼミ ウェルビーイング応援隊

小笹希恵 (Ozasa Kie)・〇田中里幸 (Tanaka Riko)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：認知度、若者、情報発信

1. 研究のテーマと目的

日本では出生数が当時過去最低となった 89 年の「1.57 ショック」を契機に 90 年代以降本格的な少子化対策が始まった。それから 30 年経過した 2024 年、日本人の出生数は統計開始以降初めて 70 万人の大台を割った。そこで私たちは、政府がこれまで長きにわたって莫大な財源を投じあらゆる対策を講じてきたにもかかわらず、合計特殊出生率の低下に歯止めがかかっていないことに疑問を持ち、その原因と解決策追求のため、研究を行うこととした。

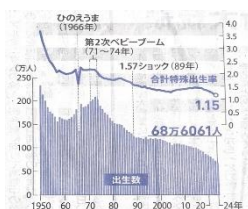


図1 出生数、合計特殊出生率の推移

2. 現状分析と考察

2.1 事前調査

事前調査として 7 月 26 日から 2 日間において大学生を対象に Microsoft Forms を用いたアンケートを実施した。このアンケートでは、子育てに対する不安感や、国・自治体による支援制度（結婚・出産・育児）の認知度について把握することを目的とした内容であり、54 名の回答を得ることができた。

分析した結果、補助金制度や支援を全て知り、完全に理解している人はいなかった。知らない・理解していない理由としては、「調べるのが面倒だから」が 69% で最も多く、中には「出産・育児のことを現実的に考えたことがあまりない」「まだ、自分自身が調べないといけない状態に陥っていない」といった回答もみられた。また、行政による出会い・結婚支援サービスに関して、子ども家庭庁も若者の認知度不足を課題としており、若年層への情報周知が不十分であることがうかがえる（子ども家庭庁 2024）。

これらの調査結果から、補助金制度や支援の存在が明確に認識、理解されておらず、漠然とした経済的・精神的不安（合計 96%）を抱えている人が多いことが明らかとなった。これによって、若年層未婚者への悩みに対処する効果的な広報の必要性が示された。

2.2 出会い、結婚の実態

「いずれ結婚するつもり」と考えている未婚者（18～34 歳）の割合は、男性 81.4%、女性 84.3% であるが、25～34 歳の未婚者が独身でいる理由として「適当な相手に巡り合わない」の割合が最も高い（国立社会保障・人口問題研究所 2021）。また、22 歳を対象に行われた調査によれば、25～29 歳のうちに「結婚したい」、「最初に子供を持ちたい」という割合はそれぞれ男女ともにどの世代よりも最も高いことが示されている（文部科学省 2024）。つまり 20 代後半の男女とも、結婚願望と共に第一子出生願望が高い傾向にあるため、不本意未婚率を抑えるためにも 20 代に焦点を当てた出会いへの情報発信を行うことは重要であると考えられる。

京都府では、「子育て環境日本一」の実現に向けた取り組みが推進されているが、2024 年合計特殊出生率は全国ワースト 4 位という実態である（塩田 2025、堀 2025）。そのため私たちは、現状における京都府の婚活支援の実態を把握するため、今年設立 10 周年を迎えられた「きょうと婚活応援センター」へ出向き、「京都府こども・子育て総合支援室」の方にインタビュー調査を行った。調査によると、「お料理婚」などの自然に距離を縮められる体験型イベントを実施した場合、カップリング率が 5 割超を占め、高い効果があるようだ。また、同センターは 20 代の会員数の少なさを懸念している。

さらに職員の方によれば、有配偶出生率（結婚している女性が出生する子どもの数の割合）は全国平均並みである一方で、有配偶率（結婚している女性の割合）は特に若年層において全国平均と比べ顕著に低いため、婚姻率が京都府における合計特殊出生率の要因を占めているようだ。

以上の調査により、京都府における 20 代への出会いの機会創出のため、センター認知度の向上を図る必要性が十分にあると考えられる。

2.3 メタ認知の重要性

ここまで、出会い・結婚・出産・育児に関する支援における若年層の認知度不足が明らかとなった。ところで、出会いはともかくとしてまだ当事者ではない若者が出産・育児の制度にまで目を向ける必要性は何なのだろうか。それは、若者自身

が今抱えている不安の要素に着目し、自身が置かれている状況を客観視する力すなわちメタ認知能力向上を図るためである。メタ認知能力を身につけるメリットは、問題解決能力が高まることにある。さらに（Benesse 2019）の調査によって、自分の学習を客観視する「メタ認知」が成績上昇にも効果があることが明らかとなった。したがって、若者がいかに自分の未来を良くしていくのかウェルビーイング追求（課題設定）し、そのための道筋を考えること（解決策考案）は、メタ認知による成績上昇と同様の効果を生むことが期待できる。そして国・自治体における様々な制度を未婚者のうちから認知しておくことは、今後メタ認知能力を発揮しながらライフデザインを行う上でのツールとして参考になり得るであろう。

一方では独身でいる理由として「自由さや気楽さを失いたくない」という意見を持つ場合、将来1人で暮らす自分の姿を思い起こし独身のままでいることの孤独感がもたらす精神的・身体的影響をも客観的に考慮した上で人生設計をする必要性があると考えられる。

2.4 適切な情報発信の必要性

近年では、情報過多が叫ばれる時代においてメディアリテラシーの重要性が問われている。そして現代の若者は、「タイパ」「コスパ」を重視して効率的に情報収集しようとする傾向がある。そのため、能動的に情報を取りに行く若者と、興味のない情報には関心も示さず流れてくる情報をただ受動的に受け取る若者とに二極化している傾向がある。（子ども家庭庁 2024）

したがって、不確実な情報に惑わされないよう、行政だからこそできる若者に向けた適切な情報発信が求められると考えられる。

3. 政策提言

以上の現状分析と考察により、メタ認知のツールとして、若者が自ら気軽に信憑性の高い情報をつかむことのできるような発信のあり方を構築することが強く求められると考える。その解決策として以下のような政策提言を行う。

3.1 若者に向けた行政情報アプリ作成

第一に、若者に向けた行政による信頼性の高い情報発信アプリの作成を提案する。アプリの特徴は4点ある。1点目は、行政の支援制度をカテゴリーごとに整理し、わかりやすく掲載する点である。より詳しい内容を知りたい場合は、リンクから行政のホームページにアクセスできるようにする。2点目は、利用者が関心のあるテーマをいくつか選択することで、一人ひとりに合った情報を自動的に提供することができる点だ。3点目は、婚活応援センターのイベント情報や、結婚・出産・育児に関する行政の取り組みや行事について一目で知ることができる点だ。4点目は、若者が自由に意見や質問を投稿できる匿名コーナーを設ける

点である。行政は若者の意見を取り入れやすく、若者は具体的な疑問や不安を払拭できる。

このように、ホームページやSNSではなくアプリを充実させることで、必要な情報を手軽に入手でき、誤った情報による誤解や固定観念を防ぐこともできるようになる。その上、関心のあるテーマを自ら設定することによって、若者が自分を客観視する力すなわちメタ認知向上も図ることができ、若者に向けた京都市独自の情報発信を行うことが可能となる。

3.2 京都市子育て応援パンフレットの活用

第二に、「京都市子育て応援パンフレット」を活用し、未婚者や子育て前の人に向けた出会い・結婚・出産・育児に関する情報発信を行うことを提案する。

現在、京都市では新生児をはじめとした子育て世帯に、出産祝いレターとともに令和6年12月以降、「京都市子育て応援パンフレット」を手渡している。しかし、子育て世代を対象にするだけでなく、制度への理解が不十分な未婚者や子育て前の人には届かない。そこで、パンフレットに「出会い」に関する項目を付け加え且つ行政情報アプリのQRコードを掲載した上で、成人式の案内状に同封すること、また婚姻届を提出する際に改訂版を配布することを提案する。

4. おわりに

本研究で明らかになったことは、総合的な認知度不足であるため、若者に向けた行政による信頼性の高い情報発信が必要であると考えられる。そうすることによって、学校教育含めあらゆる少子化対策の制度の効果を最大限に発揮させることが期待できる。今こそ国民1人ひとりが行政ではどんな取り組みが行われているかに対し関心を持ち、目を向けることで未来への可能性が広がり、おのずと幸福感も高まっていくだろう。

参考文献

- (1) 塩田彩、堀菜葉子 (2025) : 「出生数初の70万人割れ-24年・68万人出生率最低1.15-」、『毎日新聞』、第51337号、2025年6月4日
- (2) 子ども家庭庁 (2024) : 若い世代の描くライフデザインや出会いを考えるワーキンググループ議論のまとめ（中間報告）<https://www.cfa.go.jp>、
- (3) 国立社会保障・人口問題研究所 (2021) : 出生動向基本調査、<https://www.ipss.go.jp/ps-doukou/j/doukou16/JNFS16gaiyo.pdf>
- (4) 文部科学省 (2024) : 21世紀出生児縦断調査、第22回21世紀出生児縦断調査（平成13年出生児）の結果概要
- (5) Benesse (2019) : 「メタ認知」が成績上昇に効果 - 自分の学習を客観視することが大切 -、[20190328_newsletter.pdf](https://www.benesse.co.jp/20190328_newsletter.pdf)
- (6) 京都市 (2024) : 京都市情報館、[京都市：京都市子育て応援パンフレット](#)
（最終閲覧日：すべて2025年10月17日）

循環型社会の実現に向けた地域交流の可能性

- ビニール傘シェアリングによる環境意識と助け合い意識の向上 -

Cyc_Link (サイクリンク)

○疋田 雄誠 (Hikita Yusei)・栗原 乃愛 (Kurihara Noa)

(福知山公立大学地域経営学部地域経営学科)

キーワード：傘シェアリング、アップサイクル、地域交流

1. はじめに

近年、プラスチック廃棄物の増加が懸念され、ビニール袋の有料化や紙ストローの利用促進など、プラスチック削減に向けた取り組みが推進されている。プラスチックごみの問題の深刻化は「使い捨て文化」の象徴とも言われ、循環型社会への転換が急務となっている。使い捨て文化の背景には、廉価製品への注目や「もったいない」意識の低下、大量消費社会の進展があると考えられる。

プラスチック廃棄物の代表的な物としてビニール傘があげられる。日本では年間約 1.2 億本から 1.3 億本の傘が消費され、そのうち 6 割に当たる約 8000 万本がビニール傘と言われている。ビニール傘は、コンビニエンスストアなど、身近な場所で低価格で購入できるため、絵柄のついた長傘と比べ、購入のハードルが低い。しかし、そのほとんどが、短期間で破損・放置され街のあちこちに放置された傘が目立つようになった。筆者らが活動拠点とする市役所や飲食店に忘れ傘について調査した際にも、忘れ傘の大半がビニール傘であった。

これらの現状を踏まえて、筆者らの活動拠点で忘れ物、もしくは捨てられたビニール傘の活用をしていくために地域課題を地元の方を対象に調査した。その中でアーケードのない通りの事業者の方から、「共有傘があると便利」という意見が寄せられた。

そこで私たちは、「3R・アップサイクルを通して、モノを繋ぎ、人を繋ぐ。」をテーマに、「地域の環境意識の向上には、地域社会全体を巻き込みながら、環境問題を生活に根ざした課題として再認識し、人とモノの双方に配慮した取り組みを促すことが重要である。」という仮説を立て、使われなくなった傘を、共有傘として再利用する活動を始めた。この取り組みを通じて、資源の有効活用とごみの削減を図るとともに、地域の人々が助け合いながら環境に優しいまちづくりを進めることを目指している。本稿では、街中で忘れられていたビニール傘を再利用したビニール傘シェアリング活動「まちのひとカサ」の実践を通して、循環型社会の実現に向けた地域交流の可能性について考察する。

2. 先行研究並びに先行事例による考察

傘のシェアリングサービスは、プラスチック製品削減の観点から、企業や商業施設等で広がりを見せている。この章ではビジネスモデルとしての傘シェアリング「アイカサ」と、慈善活動としての傘シェアリングを行う福知山学園の取り組みを比較していく。

2.1 傘シェアリングサービス「アイカサ」

「アイカサ」は日本初の傘シェアリングサービスで、2030 年までに、傘のシェアリングを通して使い捨ての傘がゼロにすることを目標としている。アプリ登録制で貸出・返却を行っており、現在のアプリ登録者は、30 万人を超える。首都圏をはじめ、関西や愛知県などの鉄道沿線を中心に約 950 か所設置されている。料金形態は月額制と従量制の 2 形態がある。河本、矢島、有村 (2023) らによると、アイカサ 1 回のレンタルで、CO2 約 692g の削減に貢献する。

2.2 福知山学園による傘シェアリング

次に、筆者らの活動拠点付近で慈善活動として傘のシェアリングに取り組む福知山学園について述べる。社会福祉法人の福知山学園は、慈善活動であるため、無償で貸出を行う。貸出の申請等もないため、自由に使用できる。一方で、強制的な傘の返却義務がないため、傘を提供することと同様となる。実際に設置当初におかれていた傘はなくなり、おそらく誰かが持ち帰ったのであろうという見解だった。また、返却場所が限られているため、借りた場所に返し戻す必要性がある。

しかし、この取り組みは地域の方からの傘の寄付も受け付けているため、慈善活動として地域の中で助け合いの輪が成立しており我々が目指す助け合い意識の向上に繋がっている。

2.3 考察

両者の特徴を踏まえ、私たちはビニール傘のシェアリングを通して、環境意識と助け合い意識の両立を目指し、両者を掛け合わせた位置づけの仕組みを行うことであると考えた。

3. 実践研究

初めに、忘れ傘の現状調査として福知山公立大学および福知山市役所において調査を行った。両者とも忘れ傘は多数見られ、定期的に処分しているとのことであった。そこで福知山公立大学から使用されなくなった傘を回収し、再利用する取り組みを進めた。その取り組みがビニール傘の再利用による傘シェアリング活動「まちのひとカサ」である。

3.1 傘のシェアリング活動「まちのひとカサ」

「まちのひとカサ」では、捨てられるはずのモノに、新たな価値と役割を与え、地域内でのモノの循環と人の繋がりを実現させることを目的とする。地域内の飲食店や大学、小売店の方々から回収した処分前の忘れ傘に、子どものアートを施し、地域共有のシェア傘として再生した。

福知山学園と同様に、金銭は介さず貸出を行う。また、「アイカサ」のように貸出・返却場所を複数設置することで、同時に返却のハードルを下げている。福知山市の広小路通りの地域の店舗へ協力を依頼し、4店舗に設置した。私たちの特徴としては、忘れ傘の回収から再利用まですべて地域内で完結させ、循環させた点である。また、傘の再利用に向けた製作段階から利用まで幅広い年代の方々を巻き込むことができ、モノを繋ぐだけでなく、傘を介した助け合いや出会いを生み出すきっかけを創出した。また、活動の様子をSNSで発信したことにより、福知山市内で活動する事業者の方や同様の活動を行っていた方と直接繋がりを持つことができた。

3.2 傘アップサイクルワークショップ「わすれカサおえかきレスキュー隊！」

「まちのひとカサ」で使用する傘に独自性と地域性を設けるために行ったものが、ビニール傘の「再利用」と「アップサイクル」を掛け合わせたワークショップ「わすれカサおえかきレスキュー隊！」である。子どもや親子を対象とし、ビニール傘に絵を描く活動を通じて、アップサイクルや3Rの意義を楽しく学べるよう工夫した。ワークショップは5月から7月にかけて約3か月間、合計7回実施し、最終的に約20本のオリジナル傘を制作した。6月に出張型で実施したワークショップ後のアンケート調査では、保護者を含めた参加者計19名から回答を得た。調査では、アップサイクルや3Rを初めて知った方が多くみられ、今回の活動を通じて、身近なものから環境への関心を高める機会になったと考える。子どもたちのイラストには、盗難防止や返却を促すような効果も期待している。

3.3 今後の展望

実際の運用は10月中旬から11月末までの約1か月間を試用期間とし、実際に街中に設置した傘を通して、地域の人々の反応や利用状況を観察していく。その中で、傘の管理方法や設置場所の工夫、安全面への配慮などの見えてくる課題を整理し、次の段階に向けた改良を行いたいと考える。今後は、地域全体を巻き込みながら、環境意識の向上と循環型社会の実現に貢献できるよう活動を継続していきたい。

4. おわりに

本項では、「地域の環境意識の向上には、地域社会全体を巻き込みながら、環境問題を生活に根ざした課題として再認識し、人とモノの双方に配慮した取り組みを促すことが重要である。」という仮説を立て、活動を通してその検証を試みた。忘れ傘の再利用という身近なテーマを切り口に、調査やワークショップを通して、地域住民や子どもたちとの新たな交流が生まれ、環境問題を自分ごととしてとらえるきっかけを提供できた点に意義がある。また、同時に地域コミュニティの形成へとつながることができた。活動そのものが地域の話題となり、子どもから大人までが自然に関心を持つ循環を生み出した点でも、社会的意義は大きい。今後は、今回の活動で生まれた“人と人とのつながり”を基盤とし、傘を媒介にした間接的なコミュニティづくりをさらに広げていきたいと考えている。設置した傘が街の中で人々の交流や会話のきっかけとなり、地域全体の環境意識を高めていくことを目指す。また、活動の継続にあたっては、今後も調査や検証を重ね、地域と共に成長していく持続可能な取り組みへと発展させていきたい。

参考文献

- (1) 日本洋傘振興協会 (JUPA), <https://www.jupa.gr.jp/faq/> (参照 2025-7.6)
- (2) 環境省、プラスチックを取り巻く国内外の「状況」 https://www.env.go.jp/council/03recycle/20210823_s01.pdf (参照 : 2025-9.20)
- (3) 河本真銘、矢島猶雅、有村俊秀 (2023) : 「選択型実験による傘シェアリングサービス利用の要因分析」 (環境科学会誌)、第36巻、第3号、pp.109-121。
- (4) アイカサ, <https://www.i-kasa.com/> (参照 2025-10.10)