令和８年度第１回元気な未来創造戦略推進委員会
欠席委員のコメント一覧

■　**村木委員**

若年人口の減少に対して、これまでさまざまな施策を講じてきたものの、なかなか減少傾向に歯止めがきかないのであれば、従来とは異なる視点からのアプローチも必要ではないか。

福島県の震災復興の事例では、困り事を抱える個人への支援（「点の支援」）だけでなく、住民のやりたいことや地域の課題を聞き、住民主体の活動を後押しする「面の支援」も重要であるとの結論に至った。福祉分野でも、個々の課題解決と、住民主体のまちづくり・地域活動への支援を両輪で進めることが、地域コミュニティの形成につながるとされている。

人口減少対策についても、人口減少という課題への対応に偏るのではなく、住民が「地域で何をしたいか」「どのような暮らしを実現したいか」という思いに寄り添い、その活動を応援する視点を取り入れてはどうか。

例えば、よさこい祭りのように、「参加したい」「その地域にいるからこそ体験できる」と思える地域の魅力や、人が集まり活動できる場を育てることが、若者の定着やUターンのきっかけになっている例もある。住民がやりたいことを実現できる環境そのものが、地域の魅力や人を引きつける力になるのではないか。

そのため、人口対策を検討する際に、住民の関心や希望、地域で実現したいことを把握してみてもいいのではないか。

■　**森委員**

出会い・結婚支援の事業に関しては、出会いや結婚の意欲があるのに出会えない層、いわゆる不本意未婚の層への支援やアプローチがやはり必要。またブライダル総研で独身者のタイプ分析も行ったが、独身者全体というより「将来が不安な層」や「奥手で出会いがない層」などにターゲットを絞った仕掛けやイベントなども効果的と思う。

また、現在は結婚の４人に１人がマッチングアプリというような時代でもあり、出会いの機会はあるが、アプリやイベント等でマッチングしても、その後の関係性を育てたり結婚まで至るまでのハードルが高くなかなか次のステップに進めないという傾向がある。共通の趣味の場の提供や擬似的なサークルのような場作りなどのような、マッチングした後の支援も求められている。

出会い事業にかかるSNS戦略について、他県（岡山県）ではスイーツやお出かけ情報などを載せつつ、隙間に出会いイベントを掲載するようなやり方で、行政っぽくない日常的な活用に近いSNS戦略を取っており、参考にしてみてもおもしろいと思う。