

【視察日及び視察先】2024 年 5 月 22 日（水） 東京都立川市

【視察項目】プレミアム婚姻届について

【概要】

若者世代（25～39 歳）の転出超過傾向を食い止めるため、同年齢層の職員によるワーキンググループよりアイデアを募り、交流人口の増加、市外在住者へのイメージアップを図る目的で取り組んだ。

婚姻届を提出したあとも手元に残したい、との意見から着想し、デザインや特典を検討し、予算化。2016 年に日本で初めてのプレミアム婚姻届の事業がスタートした。

1 部 1,000 円で販売。複写式で届書を提出後も手元に残すことができ、メッセージや記念日を記入する欄もあり、表紙には写真を飾ることができる。

市役所 1 階に特設コーナーがあり、プレミアム婚姻届を持った写真を撮ることができる。その写真を活用し、市内の協力店（40 店舗）で特典を利用できる。

購入、届出、特典利用で合計 3 回、立川市に足を運ぶ機会を構築している。

事業開始後はマスコミでも大きく取り上げられ、多くの他市で同様のサービスを展開してきたが、8 年が経ち継続して行っているところが減ってきた。

立川市が継続できている理由の一つとして、高いデザイン性がある。デザイン料に予算をかけたことで、長く親しまれる要因になったと考える。他市の多くは地元のキャラクターや風景などを使ったものが多く、その点でも差別化できている。

当初は発行予定数を大幅に上回り、開始 2 年は増刷して対応した。現在は減少傾向にある中で、昨年は民間と協力して PR に力を入れた結果、減少割合が食い止められたことから、PR の重要性を感じた。

特典利用についても、地元企業との相乗効果も狙える点で活性化に貢献できている。立川市にしかない魅力を届けたい。

立川市は、取組の方向性として結婚＝子ども、とは考えず、それぞれの政策を分けて考えており、いまの人たちの感覚に近い発想で取組を進めている。

【所感（意見・課題・本市への反映など）】

本市への反映について、今後の多様性社会を見据えて、幅広い利用方法を視野に入れての検討が必要と考える。

特典利用については、山口県が行っているハピちょるパスポートがあるが、地元企業と協力して市独自で行うことを検討すべき。

交流人口の増加、本市のPRやイメージアップに相当の効果がある事業と考える。

【主な質疑】

【問】販売価格は。

【答】デザイン料や製作費で、ほぼ利益はない。今後は値上げも検討している。デザインにしっかりと予算をかけたことで、長く続く事業になっている面もある。

【問】利用者の内訳は。

【答】8年の合計で、全体の婚姻届数のおおむね3割程度がプレミアム婚姻届を利用している。

【問】市外からの利用者は。

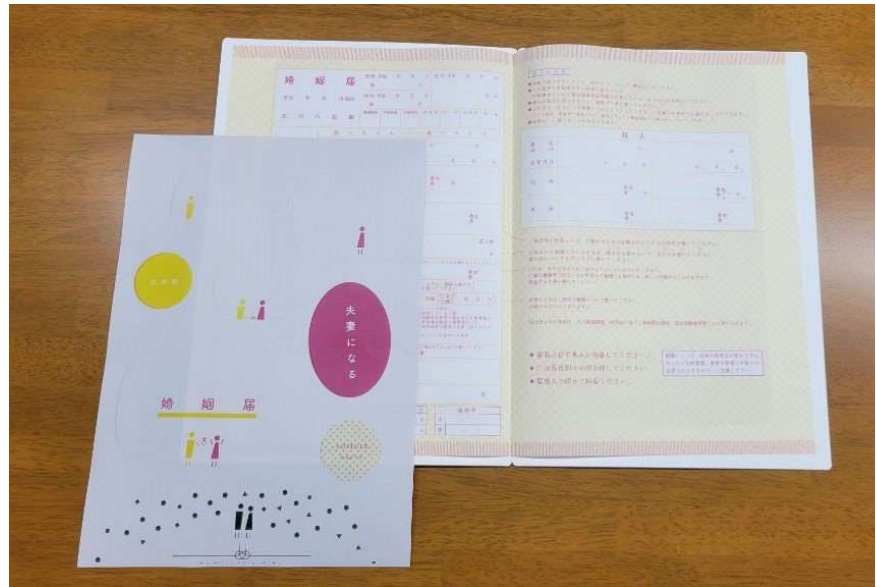
【答】プレミアム婚姻届を利用した届出のうち、約半数が市外在住者。

【問】特典の利用方法は。

【答】市役所1階に特設コーナーがあり、プレミアム婚姻届を持った写真を撮影し、市内の協力店（40店舗）でその写真を見せることで、婚姻届を提出後1年以内に、各店舗で1組1回の利用ができる。

【問】今後の課題は。

【答】8年を経て販売店や利用者数が減少してきた。10周年を目指してデザインや在り方について再検討している。昨年のPR活動で販売数の減少を食い止めることができたので、今後のPRについても検討していく。



プレミアム婚姻届



立川市役所 1 階の記念撮影用の特設コーナー