

(令和5年度補正) 地域少子化対策重点推進交付金 実施計画書 (市町村分) 個票

自治体名 諫早市 (都道府県: 長崎県)
本事業の担当部局名 地域政策部 移住定住推進課

事業メニュー	地域結婚支援重点推進事業			
区分	重点メニュー			
関連事業メニュー	1.2.1 自治体間連携を伴う結婚支援の取組			
個別事業名	結婚活動支援事業	新規／継続 (一般財源での実施も含む)	継続	
実施期間	交付決定日	～	令和7年3月31日	事業開始年度 平成 27 年度
自治体における少子化対策の全体像及びその中での本個別事業の位置付け ※(注)2	(これまでの少子化対策の全体像及びその効果検証から浮かび上がった地域の実情及び課題)※全事業共通 長崎県内においては、令和元年度から、県・市町・民間団体の連携体制のもと、結婚・子育てを応援する社会全体の機運醸成と婚活支援事業の一体的な展開に取り組んできた。諫早市では「諫早市まち・ひと・しごと創生総合戦略」における4つの基本目標のうち、「3. 結婚・出産・子育ての希望をかなえる」の中に「結婚につながる場の創出と新生活支援」を掲げ、取組を進めている。結婚支援については、平成27年度から取り組んできているが、令和4年の婚姻数は458件、婚姻率は3.5であり、令和3年と比較し微減しており、経年的に下降傾向にある。同傾向については、若い世代の恋愛や結婚に対する婚活への興味・関心を十分に引き出せていない点や、結婚を含め将来に対する漠然とした経済的不安を抱えていることも主な原因であると考えられる。			
	(当年度の少子化対策の全体像及びその中での本個別事業の位置付け) ＜当年度の少子化対策の全体像＞※全事業共通 諫早市においては過年度に引き続き、婚姻件数や婚姻率の低下に歯止めをかけるべく、出会いの場の創出を重点的に行う。また、実施後には対象者にアンケート調査を行い、次年度以降により効果的な取組を行えるよう留意する。結婚新生活支援事業を実施し、経済的不安から結婚に踏み出せない層に対して補助を行う。			
	＜本個別事業の位置付け＞ 本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、県・市町・民間団体の連携を深めながら、結婚を希望する独身男女に対して、イベントによる出会いの機会の提供を始めとする結婚支援の取組を強化していくものである。			
	(過年度の本個別事業で浮かび上がった課題の分析及びそれに対する取組(ステップアップ)) 諫早市では県市共通の課題である未婚化・晩婚化に歯止めをかけるため、平成30年度から県の婚活サポートセンターと連携した結婚相談窓口を設置し、令和4年度お見合いシステム新規登録者数は新規登録74件・更新25件であった。また、平成27年度から諫早市婚活実行委員会を設立し、諫早の魅力を活かした出会いのイベント等の開催に取り組んできており、令和4年度は制度やイベントについてテレビCMやSNS、駅や公共施設での周知など、幅広く広報に取り組んだ。その結果、開催したイベントには合計100名が参加し、カップリングが21組となるなど一定の成果を得てきた。全参加者に対する市内在住者の割合は、令和4年度は40%、令和5年度は45%(R5年12月時点)であり、市内参加者が少しずつ増加している状況が見受けられる。 一方で、取組を継続的に実施する中で、以下の課題が浮かび上がっている。 1. コロナ禍においてオンラインイベントを中心に実施してきたが、令和5年度には比較的大規模な対面イベントも実施した。そのアンケート結果では、対面型で交流を求める声が多くあり、さらに会話が盛り上がるゲームや共同での活動などの希望が見られた。 2. 上記の比較的大規模なイベントへ市内外から応募があったことにより、結婚へ向けイベントへ参加する意欲を持つ方が一定数いることは把握できたが、市在住者の県お見合いシステム新規登録者数の伸び悩みなどから、潜在的な結婚を求める層への働きかけが十分に出来ていないことがうかがえる。 上記の課題に対応するため、令和6年度は県実施のセミナーや婚活支援事業の4本柱と連携したイベントを実施する際、参加者のニーズをより把握できるよう、イベントの実施に際し詳細なアンケートを実施し、参加者の意識や希望を把握する。 またイベント実施の際は、県内他自治体の事例等を参考に、男女の交流が活発となるようイベント内容を工夫する。 あわせて市の広報媒体・公式SNSだけでなく、長崎県婚活サポートセンターとも連携し、県SNS等での情報発信を行い、潜在的な結婚を求める層に直接情報が届くよう働きかける。			
番号	項目	内容		ステップアップ KPI 設定

	1	結婚支援窓口（センター）における県事業と連動した事業の展開	本市においては、平成30年度に結婚相談窓口を開設しているが、県が婚活支援の4本柱を実施するにあたり、本市においても窓口機能を強化し、市の取組と連動した県のお見合いシステムの登録促進を行うことにより、県の取組の活用によるマッチング機会の拡大と婚活支援事業の充実を図る。 ＜取組内容＞ ①長崎県婚活サポート官民連携協議会への参加 県・市町及び団体が連携し、婚活支援事業を一体的に推進するため、構成団体相互の連絡・調整を図る場として開催される。 ＜市（町）の役割＞ ・担当職員による企業への働きかけ、連絡調整、問い合わせ対応 ・県お見合いシステムの周知広報と登録受付 ・県事業への企画提案 ・県事業と連動した婚活支援事業の企画、イベント・セミナー等の開催		○
個別事業の内容	2	県の婚活支援事業（4本柱）と連携したイベントの開催	県が実施する婚活支援事業（4本柱や婚活支援セミナー等）と連動し、市においても結婚を求める男女の出会いの機会としてイベントを開催する。 ＜取組内容＞ 県の婚活支援事業（4本柱等）と連動したイベントの開催 県が実施する婚活支援事業（4本柱や婚活支援セミナー等）と連動し、市においても、県の婚活支援の4本柱の詳しい事業紹介や登録コーナーを設けたイベントを実施する。また、イベント広報を通じて、婚活への興味・関心を引き出せるよう働きかける。 ・イベント回数：3回 ・参加予定人数：200人 ・対象者：市内外の結婚を望む男女（お見合いシステム登録者、Wizcon NAGASAKIや縁結び隊利用登録者等） ①リアルイベント 1回 男女20名ずつ40名 ・イベント時打ち解けやすくなるよう、事前に参加者間でオンラインによるメッセージ交換を行い、当日の盛り上がりにつなげる。<u>交流がより活発となるよう、共同作業や体験等イベント内容を工夫する。</u> ・参加者はイベント期間中、県（婚活アドバイザー）が開催するスキルアップセミナーを受講する【連動①】 ・県の4本柱の告知を実施【連動②】 ・県により委嘱された市町コーディネーターと連携した情報発信【連動③】 ②オンラインイベント 1回 男女15名ずつ2枠 60人 ・期間内に、オンラインで参加者間がメッセージのやりとりを行い、マッチングすれば実際に対面できるもの。イベント終了後、<u>カップリングした参加者を対象に継続して数回アンケートを実施し、イベントの効果を測るとともに効果的な内容となるよう見直す。</u> ・参加者はイベント期間中、県（婚活アドバイザー）が開催するスキルアップセミナーを受講する【連動④】 ・県の4本柱の告知を実施【連動⑤】 ・県により委嘱された市町コーディネーターと連携した情報発信【連動⑥】 ③市内外の男女を対象としたイベント 1回 男女50名ずつ 100人 ・参加者同士が対面で交流可能なイベントを実施する。<u>前回実施時のアンケートをもとに、会話の機会や交流が深まる活動を組み込む。</u> ・県の婚活支援4本柱を紹介する時間を設け、4本柱の相互乗り入れによる参加者の増加を図る【連動⑦】 ・県により委嘱された市町コーディネーターと連携した情報発信【連動⑧】 ④婚活への興味・関心を引き出す広報 ・若い世代が恋愛や結婚に消極的であるという時勢に鑑み、単純なイベントの開催の広報ではなく、婚活への興味や関心を引き出すため、異性との交流や共通の体験をすることへの参加意欲を促し、恋愛や結婚を望む者の意識を醸成する広報を実施する。 ・広い範囲への周知の実績のあるテレビCM加え、市報や市公式SNS等だけでなく、<u>県婚活サポートセンターとも連携し、メルマガ・SNS等ターゲット層へ情報がより伝わりやすくなるような働きかけを行う。</u> 広報内容：テレビCM80本、チラシ配布 ＊広報の目的 婚活への興味・関心を引き出す ＊訴求対象者 諫早市近隣の独身者 ＊広報媒体の選定理由 幅広い対象に対して目にする機会を創出するため ＊チラシ配布先 市内公共施設、お見合いシステム応援・協力企業、結婚子育て応援宣言企業 ＜県の役割＞ ・婚活支援の4本柱の実施 ・市町のイベント・セミナーの周知（メディアタイアップ・新聞・ウェブサイト、広報資料等への掲載、応援宣言企業等への情報提供等） ・市町と連携したセミナーの開催 ＜連携により見込まれる効果＞ ・県の4本柱と連携した広報による集客の効率化 ・県事業の活用による市予算の効率化 ・市民による県の4本柱の活用促進	○	○

※(注)3	【次年度以降に向けた事業の方向性】 イベント時のアンケートにより、令和5年度には有用な意見を多く得ることができたため、次年度以降も参加者からの意見を十分に吸い上げられるよう、可能な範囲で当日だけでなく同回答者に継続して回答を得られるよう、複数回アンケートを実施する。本市のアンケート結果だけでなく、県内自治体と情報を共有し、他市の状況を参考としつつ、より効果的な内容となるよう見直しを図る。 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】
-------	---

少子化対策全体の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標 ※(注)4 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値	現状値
	婚活支援イベント回数		回	年間7（令和7年度）	年間2（令和4年度）
	お見合いシステム新規登録件数		件	年間80（令和7年度）	年間74（令和4年度）
参考指標 ※(注)5 ※全事業共通	項目		単位	直近の実績	
	合計特殊出生率			1.52（令和3年）	
	婚姻件数		件	458（令和4年）	
	婚姻率			3.5（令和4年）	
個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標 ※(注)6	KPI項目		単位	目標値	現状値
	事業内容 番号	項目			
		（アウトプット）			
	2	参加目標人数（3イベント合計）	人	200	100（令和4年度）
	2	《広報》CM放送回数等	回	80	—
		（アウトカム）			
	2	参加目標人数達成率（3イベント合計）	%	100	100.4（令和4年度）
	2	友人等に薦めたいと思った人の割合（3イベント合計）	%	100	90（令和4年度）
	2	婚活に前向きになった人の割合（3イベント合計）	%	100	88.4（令和4年度）
	2	《広報》テレビCMがきっかけで参加した人の割合（認知率）	%	70	—
他自治体との連携・役割分担の考え方及び具体的方法 ※(注)7	長崎県婚活サポート官民連携協議会において検討された役割分担に基づき、市においても、企業・団体及び市民に対し、県・他市町窓口及び県内イベント・セミナー及び結婚新生活支援補助金のPRを行う。□ 県により委嘱された、少子化対策に係る市町コーディネーターと連携し、民間団体等を通じ、結婚応援者拡大に向けた働きかけを行うとともに、県・市の婚活支援事業に関する情報提供を行う。□ □				
	民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法 ※(注)8 県により委嘱された少子化対策に係る市町コーディネーターと連携し、民間団体等を通じ、結婚応援者拡大に向けた働きかけを行うとともに、県・市の結婚支援事業に関する情報提供を行う。民間事業者は、従業員に対し県・市の婚活支援事業（窓口、イベント・セミナー、相談会等）に関する情報提供を行う。				

(注)

1「対象経費支出予定額」には、本交付金の対象外経費を除いた対象経費支出予定額（補助率を乗じる前の額）を記入すること。また、金額の根拠となる資料（見積書等）を添付すること。

2「自治体における少子化対策の全体像及びその中での本個別事業の位置付け」には、次の①～③を記載すること。ただし、結婚新生活支援事業において、③は記載不要。

①これまでの少子化対策の全体像及びその効果検証から浮かび上がった地域の実情及び課題

②当年度の少子化対策の全体像及びその中での本個別事業の位置付け

③過年度の本個別事業で浮かび上がった課題の分析及びそれに対する取組（ステップアップ）

3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的内容を記載すること。

※個別事業を次年度以降も自立的に発展させるため、事業内容の末尾に必ず次年度以降に向けた事業の方向性を記載すること（結婚新生活支援事業においては記載不要）。

※事業内容を検討する上で参考とした既存事業があれば、都道府県名又は市町村名、事業名を記載すること（結婚新生活支援事業においては記載不要）。

4「少子化対策全体の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標」については、自治体の少子化対策全体のKPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体は少なくとも令和6年度終了時点で、各自治体において効果検証を実施すること。

5「参考指標」には、各自治体の合計特殊出生率、婚姻件数、婚姻率を記載すること。

6「個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標」には、自治体における少子化対策の全体像の中での本個別事業の位置付けを踏まえ、KPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体において効果検証を実施すること。

※過去に関連する事業を実施している場合は、過去に設定したKPIを踏まえたKPIを設定すること。

※結婚支援センター事業を実施する場合は、参考として直近年度の「会員登録数」「引き合わせ成立者数」「カップル成立組数」「成婚数」を記載すること。

7「他自治体との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を他の都道府県や市町村と連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記載すること。

8「民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を民間事業者との連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記入すること。