

(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	長崎市	(都道府県: 長崎県)
本事業の担当部局名	企画財政部長崎創生推進室	

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	ながさきめぐりあい創出事業	新規/継続 (一般財源での実施も含む)	継続
実施期間	令和6年4月1日 ~	令和7年3月31日	事業開始年度 令和 3 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	22,333,000		円
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	<p>(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</p> <p>長崎市の少子化を取り巻く状況については、長崎市第五次総合計画において、「基本施策F4子どもをみんなで育てる子育てしやすいまちづくりを進めます」及び第2期長崎まち・ひと・しごと創生総合戦略において、「基本目標2子どもをみんなで育てる 子育てしやすいまちをつくる」という目標を掲げ、結婚支援や子育て支援などをはじめとして様々な取組みを進めているが、若い世代を中心とした転出超過に歯止めがかかっておらず、出生数は、年間の目標値3,040人に対して令和4年は2,449人となっており、少子化が加速している状況である。</p> <p>このような状況の背景として、まず、市が実施したアンケートなどから、結婚を希望しているものの、交際や結婚に至っていない状況があり、その要因として、女性の未婚率(特に25～39歳の女性の未婚率)が高く、出生数の減少の要因のひとつと考えられることから、結婚や妊娠・出産の希望を叶えるための取組みを重点的に進めていく必要がある。</p> <p>また、子育て世帯に対するアンケート(令和4年度実施)において、子育てしやすいまちだと思う保護者の割合は約3人に1人の37.1%となっており、子育てしやすいまちと思う目標(令和4年度)の52.5%に対し届いていない状況であることから、家事・育児等の不安を抱えている子育て家庭や、妊産婦等の実態やニーズの把握、その方々に対する寄り添った支援などが必要である。</p> <p>(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)</p> <p><当年度の少子化対策の全体像> ※全事業共通</p> <p>上記に記載のとおり、長崎市では、人口減少や少子化の要因として様々な課題を抱える中、喫緊の課題である人口減少問題を克服するため、特に重要な施策の一つとして「少子化対策」を掲げ、その取組みの実行計画として令和5年度に「少子化対策アクションプラン」を策定し、交際や結婚支援、子育て支援や教育環境の充実など、少子化対策として有効な取組みを検討、実施することとしている。当該計画では、結婚や妊娠・出産を希望するが実現に至っていない状況を課題として捉え、長崎市で、結婚したい、子どもを産みたい、育てたいといった若い世代等の希望が叶えられ、子ども達が笑顔で健やかに育っていける環境づくりが求められているものと考えている。</p> <p>このような希望の実現にあたっては、若い世代等が安心して将来の姿を描けるよう、独身期、結婚期、妊娠・出産期、子育て期といったライフステージに対する有効な取組みの実施や、切れ目のない支援を行っていることを発信するなどして、本市の人口減少や少子化に歯止めをかける。</p> <p><本個別事業の位置付け></p> <p>少子化対策において、独身期への支援は重要な要素であるという認識のもと、結婚を希望する方等に対して、県や民間企業等と連携し、セミナーの実施による意識啓発や出会いの場の創出、相談体制の充実などを図ることで、独身期のライフステージにおける交際や結婚の希望の実現につなげ、ひいては若い世代の転出超過の抑制や、将来的な出生数の増加等につなげていく。</p> <p>(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))</p> <p>過年度においては、県が実施する婚活支援事業(4本柱(お見合いシステム、縁結び隊、WizConNAGASAKI、めぐりあいイベント)や婚活支援セミナー等)と連動し、結婚に対する意識啓発や社会として結婚を応援する機運を醸成するためのセミナーを実施していた。市民へのアンケートにおいて、行政に取り組んでほしい結婚支援として「出会いの場の創出」が上位に挙がっていることや、セミナー参加者からは、「ライフステージを早めに考えるべきだと感じた」などの意見があったことなどから、これまでの取組みに加えて、交際や結婚希望者のニーズを捉えた出会いの場を創出するイベントやそれに連動した個人個人のスキルアップや魅力の向上を目的としたセミナーの実施、相談体制の構築などを実施し、ライフステージごとの支援について若い世代に知ってもらうことで、交際や結婚の希望の実現を図る。</p>		

番号	項目	内容	ステップ アップ	KPI 設定
1	県の婚活支援事業(4本柱等)と連動したイベントやセミナーの開催	<p>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、交際や結婚の希望が叶うよう、次の4つの取組みを有機的に実施する。実施にあたっては公募型プロポーザルにより事業者を決定する。</p> <p>なお、下記の②のイベント開催にあたっては、①のセミナーとの連動や③の相談支援を組み合わせ、県の婚活サポートセンターの事業の登録促進の働きかけを行うなど、相互に高い効果が見込まれるよう有機的に連携し実施する。</p> <p><市の役割> ①結婚等に対する意識啓発を図るセミナー 回数:4回、人数:100人/回 内容:結婚の希望があり現在パートナーもいるが、結婚に踏み出せない方への後押し支援や、交際や結婚の希望はあるものの、実現に至っていない方のモチベーション等の向上のためのセミナーを実施する。</p> <p>②出会いの場を創出するイベント 回数:5回、人数:70人×3回(マッチングイベント)、180人×2回(大規模交流会) 内容:価値観が合う人同士がマッチングしやすいイベントや、気軽に参加できる大規模な交流会など、目的や対象を明確にしたイベントを実施する。</p> <p>③相談体制の構築(セミナー等参加者専用の相談窓口の設置、フォローアップ等) 内容:イベント等の参加者が、交際や結婚に対して悩みや不安を抱えている場合、オンラインやメール等で気軽に相談できる環境を整える。また、イベント等の参加者に対して、参加してどうだったか、次につながるような動きができていないかなど、参加後の状況把握や別イベントへの参加の促しや、必要に応じてアドバイスを行う。</p>	○	○
2	結婚希望者等を増やすための情報発信	<p>価値観の多様化等により若い世代の結婚を希望する割合が減少傾向にある中、そういった価値観の尊重は前提にしながらも、結婚について前向きな若い世代の増加につなげるため、交際・結婚支援の事業の紹介や、結婚前後のライフステージを具体的に思い描けるような情報発信を行う。</p> <p>【ターゲット】 若い世代、交際や結婚を希望する方及びその周りの方等</p> <p>【広報媒体と選定理由】 ・SNS広告…SNSの利用頻度が高い若い世代へ効率的に情報を届ける。(年間通して実施) ・テレビCM…幅広い世代に周知する。(放送回数 3回) ・ポスター…関連施設や企業に配布し、目に留まる事業の周知を図る。 ・パンフレット…多くの方に手に取ってもらいやすい形で発信する。 ・市内の大型ディスプレイやデジタルサイネージ …多くの方の目に留まる広告により、口コミ等で長崎の取組みについて若い世代に伝える。</p> <p>【啓発物配布先】 ポスター:県内市町、県窓口、業界団体等に300部配布 パンフレット:県内市町、県窓口、業界団体等に10,000部配布 市役所関係部署等:6か所×100部、市役所関連施設:67か所×50部、県婚活サポートセンター等:1か所×100部、結婚子育て応援企業:281か所×20部、大学等:6か所×30部 など</p> <p>その他、市の媒体の活用や県と連携し、広報・周知を行う。</p>	○	○
3	婚活支援窓口(センター)における県事業と連動した事業の展開	<p>県が婚活支援の4本柱及び婚活支援セミナー等を実施するにあたり、本市においても窓口を設置し、次の取組みを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業訪問によるWizCon NAGASAKIの取組拡大及びセミナー・イベントへの参加働きかけ ・市の取組と連動した県のお見合いシステムの登録促進 ・県セミナーと連動した市の交際・結婚支援事業の企画運営 ・県と連携した婚活サポーター「縁結び隊」の掘り起こし・養成・スキルアップを行うことにより、県の取組の活用によるマッチング機会の拡大と交際・結婚支援事業の充実を図る。 <p><市の役割> ・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 ・県と連携した婚活サポーター研修の実施、制度の運用</p>		○
4	婚活支援事業の活用促進に向けた情報発信	<p>各種広報媒体を活用し、市と県の婚活支援の取組やライフプラン等に関する情報発信を行うことにより、市や県の婚活支援事業の活用促進を図る。</p> <p><市の役割> ・広報誌・ケーブルテレビ等の広報枠を活用した情報発信</p>		○

個別事業の内容
※(注)3

【次年度以降に向けた事業の方向性】 R6に実施した取組みのについて、効果の検証や参加者等のニーズの把握等に努め、次年度以降の取組みにつなげる。					
【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 特になし。					
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
	子育てしやすいまちと思う割合		%	60.0 (令和6年度)	37.1 (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			1.37	
	婚姻件数		件	1481	
	婚姻率			3.7	
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)				
	1	【セミナー】参加者数	人	400	—
	1	【イベント】参加者数	人	570	—
	2	【情報発信】広告リーチ数	回	686000	—
	3	【企業等への働きかけ】企業間交流事業参加企業数(延べ)	社	45	35 (R4年度末)
	4	【広報】広報紙等掲載回数、放送回数等	回	13	—
	(アウトカム)				
	1	【セミナー・情報発信】結婚等に対する意識が高まった参加者	%	80	—
	1	【イベント・情報発信】結婚等に対する意識が高まった参加者	%	80	—
	2, 4	【広報】セミナー・イベント参加者のうち、SNS広告がきっかけ	%	50	—
	3	【企業等への働きかけ】グループ交流回数	回	20	0 (R4年度末)
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、県においても、企業・団体及び県民に対し、市町窓口及びイベント・セミナーのPR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	県の地域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、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、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。