

(令和4年度第2次補正) 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	「ながさきで婚活」応援事業	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6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	2,408,000			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	(地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け)			
	<p>&lt;地域における実情と課題&gt;</p> <p>長崎市の令和3年の合計特殊出生率は1.37で、全国の1.30を0.07ポイント上回っているものの近年下降傾向にあり、有配偶率に加え、有配偶出生率についても併せて上昇を図ること、つまり、「結婚支援」と「子育て支援」を車の両輪として推進することが必要である。また、県・市町を挙げて機運の醸成に取り組んでいるものの、結婚・子育ての応援者がいまだ少ないことや、若年層の結婚・子育てに対する意識が十分でないことなども課題となっている。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt;</p> <p>長崎市では「第2期長崎市まち・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、「基本目標2 子どもをみんな育てる 子育てしやすいまちをつくる」を掲げている。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、結婚希望者等の意識啓発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。</p>			
	<p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>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。中でも婚活支援事業については、役割分担を意識した上での「婚活支援の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)の実施体制を整え、特に、お見合いシステムについては連携の効果として登録会員数が2,000人を上回り、年間の成婚組数も令和3年度実績で90組となるなど、取組の成果が顕れてきている。</p> <p>そのような中、長崎市ではこれまで連携の役割の中で、3年度から結婚希望者等の意識啓発や社会として結婚を応援する機運の醸成を目的とした各種セミナーの開催に取り組んできており、セミナー受講者の約6割が結婚に対する意識が高まったと答えるなど一定の成果を得てきた。取組を継続的に実施する中で、以下のような課題が浮かび上がっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若年層の結婚・子育てに対する関心・積極性の低さ</li> <li>・セミナー定員に対する参加率の向上</li> </ul>			
<p>(課題への対応)</p> <p>これらの課題に対応するため、令和5年度においては、以下の取組を行うものとする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県が雇用する地域コーディネーターや市町単位で県が委嘱する市町コーディネーターにより、県・市町の連携体制を一層強化し、婚活サポーターの掘り起こし、婚活支援に協力する企業・団体の拡大、婚活支援に関する情報発信の強化等に取り組む。</li> <li>・セミナーや近年の結婚事情などの情報を届けたい方々にピンポイントで届けるため、県内の高校生・大学生・専門学校生等に配布される情報誌を活用した広報、SNSのユーザー情報に紐づけたSNS広告の更なる活用や、商工会議所サービス、市の広報媒体を活用した発信など、様々な媒体を活用して、結婚希望者本人やその親、企業等への効果的な情報発信を行い、参加率の向上に取り組む。</li> </ul>				

	番号	項目	内容	ステップ アップ	KPI 設定
個別事業の内容 ※(注)3	1	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機能を強化し、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・市の取組と連動した県のお見合いシステムの登録促進</li> <li>・県セミナーと連動した市の婚活支援事業の企画運営</li> <li>・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婚活支援事業の充実を図る。</li> </ul> <p>&lt;市の役割&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・婚活支援員による企業への働きかけ、連絡調整、問い合わせ対応</li> <li>・県お見合いシステムの周知広報と登録受付</li> <li>・県事業への企画提案</li> <li>・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</li> <li>・県と連携した婚活サポーター研修の実施、制度の運用</li> </ul>		○
	2	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>&lt;市の役割&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広報誌・ケーブルテレビ等の広報枠を活用した情報発信</li> </ul>		○
	3	県の婚活支援事業(4本柱等)と連動したセミナーの開催	<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、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の醸成するためのセミナーを開催する。</p> <p>&lt;市の役割&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナーの開催</li> </ul> <p>独身者の結婚に対する意識啓発を行うとともに、独身の子を持つ親の意識醸成を行うため、各種セミナーを実施する。セミナーを通じて県・市町が実施する婚活支援事業(4本柱や婚活支援セミナー等)の周知等を実施する。</p> <p>①マリッジデザインセミナー  <u>(【予定】回数:2回、対象者:長崎市内在住の独身者、人数100人)</u>  <u>内容:出会いから結婚までの道のりなど、特に結婚に特化したライフプランの例などを具体的に示すことで、結婚を現実的かつ具体的に想起させ、意識を啓発するためのセミナー</u></p> <p>②親向けセミナー  <u>(【予定】回数:1回、対象者:長崎市内在住の独身の子を持つ親、人数100人)</u>  <u>内容:結婚事情が親世代から大きく変わってきた中で、独身の子に対して行える効果的なサポートの仕方などについて理解を深めるためのセミナー</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SNS等による情報発信</li> <li>①SNS広告等を活用した広報・周知</li> <li>②商工会議所会員企業に対するメールやチラシの送付</li> </ul>	○	○
<p>【次年度以降に向けた事業の方向性】</p> <p>長崎市は若い世代の減少に伴う出生数の減少に歯止めがかかっていない状況にある中、出生数と婚姻数は相関関係にあることから、婚姻数の増加に向けて引き続き本事業に力を入れていきたいと考えている。</p> <p>特に、20代の結婚希望者が9割以上いることを踏まえて婚姻数の増加を図りたいと考えていることから、結婚希望者本人やその親、企業等に対して結婚に関する意識の啓発を行うことで結婚希望者の結婚に向けた行動を喚起するとともに、長崎県や民間等とも連携しながら出会いの機会の提供などを行い、希望の実現を図りたい。</p>					
<p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p> <p>特になし。</p>					

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	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)	48.3 (令和3年度)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績		
	合計特殊出生率【令和3年】	%	1.37		
	婚姻件数【令和3年】	件	1,481		
	婚姻率(人口千対)【令和3年】	%	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	
	<アウトプット>				
	・【マリッジデザインセミナー】参加者の人数	人	200	-	
	・【マリッジデザインセミナー】定員に対する参加者率	%	85	-	
	・【親向けセミナー】参加者の人数	人	100	(令和3年度 9人)	
	・【親向けセミナー】定員に対する参加者率	%	85	(令和3年度 9%)	
	【広報】				
	・広報紙掲載回数、放送回数等	回	2	(R2年度 3回)	
	【企業等への働きかけ】				
	・企業間交流事業参加企業数(延べ)	社	46	(R3年度末 36社)	
	(市町単独で行った場合 -社)				
	<アウトカム>				
	・【ライフデザインセミナー】結婚に対する意識が高まった参加者の割合(満足度)	%	100	(令和3年度 50.0%)	
	・【マリッジデザインセミナー】結婚に対する意識が高まった参加者の割合(満足度)	%	100	-	
	・【親向けセミナー】結婚に対する意識が高まった参加者の割合(満足度)	%	100	(R3年度 83.3%)	
	【広報】				
	・SNS広告の表示回数	回	99,341	-	
	・SNS広告のクリック数	回	879	-	
	・セミナー参加者のうち、SNS広告がきっかけで応募した人の割合	%	50	-	
	【企業等への働きかけ】				
・グループ交流回数	回	20	(R3年度末 0回)		
(市町単独で行った場合 -回)					
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、②③は記載不要。

①これまでの自治体における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・課題と、それらを踏まえた、自治体における少子化対策の全体像及びその中で本個別事業の位置付け

②本個別事業が継続事業である場合はこれまでの事業実施状況及びその中で見つかった課題(新規事業である場合は不要)

③本個別事業が新規事業である場合は地域における実情と課題への対応、継続事業である場合は本個別事業における現状と課題への対応

3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的な内容を記載すること。

※個別事業を次年度以降も自主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5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。