

(令和6年度補正分) 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 長崎県南島原市
本事業の担当部局名 地域振興部地域づくり課

事業メニュー		ライフデザイン・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ライフデザイン・結婚支援重点推進			
個別事業名		出会いの場コーディネート事業		新規／継続 (一般財源での実施も含む)	継続
実施期間		令和7年4月1日	～	令和8年3月31日	事業開始年度 平成24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		<自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 本市の合計特殊出生率の上昇のためには、「子育て支援」と「結婚支援」を少子化対策の両輪として推進しながらも、有配偶率の上昇を図るための結婚支援に一層力を入れることが最も重要である。 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。 <本個別事業の位置付け> 南島原市ではこれまで連携の役割の中、一昨年より「お見合いシステムの土日開設」を行い会員の増加に努めた。また、南島原市社会福祉協議会に委託し、結婚を希望する人へ出会いの場の提供を行う「出会いの場コーディネート事業」に取り組んでおり、カップル数が20組となるなど一定の成果を得てきた。			
個別事業の内容	番号	項目	内容		
	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	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、県が婚活支援セミナー等の各種事業を実施するにあたり、本市においても窓口機能を強化し、 ・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婚活支援事業の企画運営		
	2	婚活支援事業の活用促進に向けた情報発信	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。 <市の役割> ・広報誌・CM、SNS等の広報枠を活用した情報発信		
	3	県の婚活支援事業(4本柱等)と連動したイベント・セミナーの開催	県が実施する婚活支援事業と連動し、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 ・婚活サポーターによる参加者へのサポートを取り入れたイベントを開催 <市の役割>		
<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)> 取組を継続的に実施する中で、婚活情報やイベント等の認知度不足やイベントへの女性参加者の低迷、お見合いシステム土日開設の認知度不足などの課題が浮かび上がった。SNS等を使った情報発信や女性に来てもらうイベントではなく市内の男性が女性が多い場所へ出かけていくイベントを実施する。結婚新生活支援や子育て支援を含めた効果的な情報発信を引き続き行いつつ、県婚活サポートセンター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こととなっている。					

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 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	結婚支援事業による成婚数		組	3 (R7)	0 (R5)
	子育て支援センター利用者数		人	13,000 (R9年度)	12,142 (R3年度)
	放課後児童クラブ登録者数		人	780 (R6年度)	788 (H30年度)
参考指標 ※全事業共通	項目		単位	直近の実績値(時点)	
	合計特殊出生率			1.71 (H30-R4)	
	婚姻件数		件	95 (R4)	
	婚姻率			2.3 (R4)	
個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	番号	項目			
		(アウトプット)			
	①	・情報誌の発行回数	回	3 (R7)	2 (R5)
	②	・情報誌による認知率	%	20 (R7)	11.4 (R5)
	③	・CM放送回数	回	90 (R7)	85 (R5)
	④	・SNS等のimp(表示回数)	回	300000 (R7)	203,652 (R5)
	⑤	・セミナー付きイベント参加人数	人	120 (R7)	97 (R5)
		(アウトカム)			
	①	交付金事業に対する事業対象者(住民等)の満足度(該当事業に限る。)	%	---	---
	②	希望どおりの結婚に向けて後押ししてくれたと感じた人の割合(該当事業に限る。)	%	---	---
	③	結婚、妊娠・出産、子育てに前向きになったと感じた人の割合(該当事業に限る。)	%	---	---
	④	・セミナー、相談会により婚活への意欲が高まった者の割合(満足度)	%	80 (R7)	78.7 (R5)
	⑤	・イベント時の引き合わせ成立者数	組	16 (R7)	20 (R5)
	⑥	・お見合いシステム会員登録者補助金申請数	人	20 (R7)	6 (R5)
	⑦				
	⑧				