

(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 **対馬市** (都道府県: **長崎県**)
 本事業の担当部署名 **しまづくり推進部 地域づくり課**

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	成婚フルサポート事業	新規/継続 (一般財源での実施も含む)	継続
実施期間	令和6年4月1日 ~	令和7年3月31日	事業開始年度 平成 29 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	<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 対馬市の合計特殊出生率は2.15と全国的にも高水準に位置しているが、有配偶出生率も含め更なる上昇を図る必要がある。つまり、「結婚支援」と「子育て支援」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にも結婚支援により一層取り組んで行くことが重要であると言える。 また、結婚支援については、支援者・相談者が少ないことが大きな課題となっており、県との連携を図り、支援者を増やしていくことや若年層の結婚・子育てに関する意識の低下の改善も課題であると言える。</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) <当年度の少子化対策の全体像>※全事業共通 対馬市では、「第2期対馬市まち・ひと・しごと創生総合戦略」における4つの重点課題のうち、重点戦略3において「安心して結婚・出産・子育てが出来る環境を創出する！」を掲げており、出会いの場の創出の拡充から出産・子育てにおいて支援を行っている。対馬市の合計特殊出生率は全国的にも高い水準に位置しているが、更なる合計特殊出生率の向上及び安心して子育てできる環境づくりを構築するため、各関係機関と連携し強化を図っている。 <本個別事業の位置付け> 対馬市では、「第2期対馬市まち・ひと・しごと創生総合戦略」における4つの重点課題のうち、重点戦略3において「安心して結婚・出産・子育てが出来る環境を創出する！」を掲げている。本事業は、上記を実現するための重大な事業であり、県・市町・民間団体と連携を図り結婚を希望する男女に対して出会いの場の提供やセミナー等の実施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>(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)) 対馬市では、平成29年より「つま縁結びプロジェクト」(婚活実行委員会組織)を立ち上げ婚活イベントの実施やアドバイザーによる個別サポート・フォロー活動に取り組み、本プロジェクトを通しての成婚数は30組となるなど、一定の成果を上げてきたが、近年以下のような課題が浮かび上がっている。 ・女性参加者が減少傾向にある。 →SNSを活用した周知及び島外参加者向けの広報活動を実施し、対馬市及び県の婚活支援事業の認知度向上を図る。 →島外参加者が気軽に参加できるオンラインイベントを実施する。 →イベント参加者や婚活に興味がある人を中心にアンケートを実施し、イベント内容などニーズ調査を実施する。 ・婚活イベントにおけるマッチング成立の低下 →若年層の集客が困難な状況にあり、年齢層が幅広くなくなってしまうためマッチングしにくい状況にある。ある程度年齢層を絞ったイベントや若年層に需要のあるイベントを計画し集客を確保する。 →県の婚活サポーターと連携し婚活イベントを実施する。参加者のマッチング成立の増加を図るため、オンライン・対面イベント併用の事前セミナーを行い、イベント参加へ向けた意識付けを行うことで、マッチング成立数の増加を図る。</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(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、県の婚活支援の4本柱に詳しい事業紹介や登録コーナーを設け、また、婚活アドバイザーによる参加者へのサポートを取り入れたイベント(セミナー)を開催する。</p> <p>(1)婚活イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催・参加予定:対面イベント3回(男女各20名×2回、男女各30名×1回) ・市内在住者(主に男性)と市内外在住者を対象としたイベント ・内容:レザークラフトや真珠加工など島の特性を生かした体験やBBQなどの会食を交えたイベントを予定。 <p>※イベント参加者を対象とする事前セミナーの実施【イベント連動①】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内在住者向け:コミュニケーション、身だしなみ講座等 市外在住者向け:市の概要、市での生活(支援制度等) <p>※参加者を市の相談所リストに登録し、継続的にフォロー【イベント連動②】</p> <p>※事前セミナーへ参加できない方や島外参加者向けに、動画共有サービスを活用し、イベント実施前までに視聴できる環境を整備。また、事前にセミナーに参加済みの方も視聴することが出来、意識の向上やマッチング数の増加へと繋げることができる。</p> <p>(2)オンラインイベントの開催(男女各5名×2回)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間内に(1週間)に、オンラインで参加者間のやり取りを行い、マッチングすれば実際に対面できる。 ・参加者はイベント期間中、セミナー動画の視聴や専門アドバイザーとオンラインでの相談可能【連動①】 ・県の4本柱の告知及び開催予定のイベント等の告知を実施【連動②】 ・メイクアップセミナーの開催(1回)(女性15名×1回) ・メイクアップアーティストを招き、女性が興味を持ちやすいセミナーを開催する。 <p>参加者の独身の女性に対しては、婚活イベントや市・県の婚活事業を周知する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・独身の方へ「つま縁結びプロジェクト実行委員会」の活動や他のイベント・相談会等の案内を行う。【連動①】 ・県の婚活事業の周知を行う【連動②】 	○	○		
2	婚活支援者向けセミナーの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・県の婚活支援事業(4本柱等)と連動した婚活支援者向けセミナーの開催 <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、婚活サポーターによる相談者へのサポート技術の向上を目的としたセミナーを開催する。</p> <p><市の役割></p> <ul style="list-style-type: none"> ・婚活支援者向けセミナーの開催 回数…1回、30名程度を想定 内容…結婚相談所相談員や婚活サポーターを対象としたセミナー相談時の対応を中心に一般的なスキルの向上を目指す。 		○		
3	婚活事業の広報について	<ul style="list-style-type: none"> ・婚活事業についての広報 <p>対馬市が行う婚活事業や、長崎県と連携して取り組む各種活動について、チラシや広告媒体を中心に広報・周知を行う。</p> <p><取組内容></p> <p>(1)市(つま縁結びプロジェクト)の婚活事業についての周知</p> <p>(2)県との連携事業についての周知</p> <p>①広報の目的…婚活事業の周知(イベントの参加者増、お見合いシステム会員増加)</p> <p>②ターゲット…若年世代を中心とする市民全体</p> <p>③媒体の選定理由…チラシ・ポスター掲示等により人が集まる施設等での周知活動が効果的と考えられるため。</p> <p>④リーチ数・掲載回数…チラシ配布予定数1,000枚(市役所200部、各行政サービスセンター50部、各公民館20部、交流センター200部、大型商業施設等200部)</p>		○		
<p>【次年度以降に向けた事業の方向性】</p> <p>婚活イベントでカップルのマッチングを行い、専門カウンセラーの個別フォローにより、成婚数の増加につなげる。参加者には、事前セミナーを義務付け、意識の向上やイベント当日のマッチング数増加を図る。また、女性参加者が減少傾向があるため、島外の方でも気軽に参加していただけるオンラインイベントの実施や若年層向けにSNS等を活かした広報活動を行う。</p>						
<p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p> <p>「成婚フルサポート事業」</p>						
<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</p> <p>※全事業共通</p>	KPI項目			単位	目標値	現状値
	・婚活支援事業による成婚数			組	5	4
	・合計特殊出生率			%	2.2	2.15
<p>参考指標 ※(注)5</p> <p>※全事業共通</p>	項目			単位	直近の実績	
	合計特殊出生率				2.15	
	婚姻件数			件	93	
	婚姻率				3.2	

事業内容 番号	KPI項目	単位	目標値	現状値
	項目			
	(アウトプット)			
1	参加目標人数(イベント)	人	160	51
1	参加目標人数達成率(イベント)	%	80	56
1	参加目標人数(メイクアップセミナー)	人	15	8
1	参加目標人数達成率(メイクアップセミナー)	%	60	53
2	参加目標人数(婚活支援者向けセミナー)	人	30	0
2	参加目標人数達成率(セミナー)	%	70	0
3	リーチ数(広報活動)	%	70	60
3	広報紙・放送掲載回数(広報活動)	回	5	3
	(アウトカム)			
1	婚活イベント参加者の満足度	%	90	86
1	メイクアップセミナー参加者の満足度	%	80	70
2	婚活支援者向けセミナー参加者の満足度	%	80	0
3	お見合いシステムの登録者数	人	15	9 (R6.1末時点)
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、市町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、市町の結婚支援事業(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。