

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県	(都道府県:)
本事業の担当部局名	こども未来課	

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	ながさきで家族になろう事業	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 1 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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。		
	(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 結婚支援事業については、引続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外独身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。		
	<本個別事業の位置付け> 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、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、出会いの場の提供を始めとする婚活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)) 少子化対策としての結婚支援事業を進める上では、引き続き以下のような課題の解決に向け取組む必要がある。 ・県内各市町における婚活支援の取組に対する温度差を埋めるための連携強化 ・企業等の地域の応援者による具体的な取組の促進 ・コロナ禍にあって活動が停滞しているWizCon NAGASAKI等の企業間交流の活性化 ・マッチングシステムの登録者の活動活性化や引合せの成功率を高めるための支援の強化 ・若い世代の結婚・子育てに対するイメージアップ ・お見合いシステムの新規登録者の伸び悩み このため、令和6年度においては、県・市町・民間団体が連携して行う婚活支援において、以下の取組を行っていく。 ・長崎県婚活サポート官民連携協議会を中心とする、構成団体相互の情報共有と具体的な取組の検討 ・県担当職員が直接市町を訪問して行う意見交換及びWEB会議を活用した地域ごとの担当者会議等による連携強化 ・市町コーディネーターと結婚支援4事業の連携強化による地域主体の取組企画の促進 ・広報を兼ねた大規模イベントの開催 ・未開拓の県外独身者へのアプローチ ・産業や職種の課題とニーズに応じたきめ細かな結婚支援の実施 ・県と市町で連携して開催する婚活イベント・セミナー(曜日や時間の多様化による新規参加者の開拓) ・会員に対するアウトリーチ型支援と恋愛カウンセラーによる婚活相談の取組強化(市町窓口等での相談対応等)		

	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	1-1 自治体間連携推進の取組	(1)自治体間連携の推進にかかる実務 ・市町窓口の運営に対する支援(事業の市町別実績報告、業界団体との連絡調整と団体等を経由した企業情報の市町への提供、事業実施ノウハウ提供、タブレット貸出等) ・結婚支援の4本柱の運営にかかる市町との協働、情報連携 ・企業・市町との共同企画の実現や連携した広報の実施 ・市町事業(窓口・相談会、イベント・セミナー、結婚新生活支援事業等)の周知 (2)長崎県婚活サポート官民連携協議会の開催 ・県・市町及び団体が連携し、婚活支援をはじめとする少子化対策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。 ○構成団体:長崎県、県内21市町、民間7団体、長崎県婚活サポートセンター ○開催回数(予定):年2回 ※オンライン開催もあり ○協議テーマ(予定): - 結婚新生活支援事業の拡大及び県の婚活支援の効果的な連携策の検討 - 当年度の取組について(実施方法の検討、進捗状況の共有など) - 効果的な情報発信について(効果的な情報発信方法、共同での県外への情報発信など) - 次年度以降の取組について(今後の展開、目標共有、さらなる連携の検討など) (3)県と市町の意見交換 ・県と個別市町との具体的な連携事業にかかる連絡調整のため、県が各市町を訪問し、意見交換を実施。 ○実施時期・回数 5月、7月、9月、11月、2月(5回) ○意見交換内容(予定) - 結婚支援、子育て支援に関する地域のキーパーソンに関する情報共有 - 結婚支援、子育て支援に関する地域団体等との連携事業の検討 - 市町窓口等での相談会の実施調整、相談会からの婚活支援4事業への動線検討 - 複数市町にまたがる広域連携事業にかかる連絡調整、次年度事業の提案・検討 (4)地域コーディネーター等の配置 ・県が雇用する地域コーディネーター及び市町による人材発掘のもと県が委嘱する市町コーディネーターの連携により、隣接市町による合同イベントの開催や、婚活を応援する美容院や小売店舗の開拓、センターPR用POPやセンター紹介映像等を用いた地域住民に対するマッチングシステム等の婚活支援事業の周知等を実施。 ○地域コーディネーター:県下CDの統括役として婚活サポートセンターに1名配置 <u>県から婚活サポートセンターへ配置を変更、他の結婚支援の取組みとの連携強化を図ることで、市町コーディネーターによる地域主体の取組企画を促進</u> (人件費、旅費等を計上) ○市町コーディネーター:市町を通じ、地域で活動する方へボランティアとして委嘱(活動謝金、情報交換会出席旅費、広報資料作成費用等を計上)	○	○
	2	1-2 企業(産業・職種)間交流促進の取組	(1)市町と連携した企業間交流の促進 ・センター主催による企業間交流イベントの企画・実施、企業間グループマッチング(WizconNAGASAKI)の運用における県市町連携の拡大、企業・団体に対する周知広報等を実施。 ○企業(産業・職種)間交流イベント・セミナー:20名×13回=260名 ※イベント参加者に婚活サポートセンターの紹介を行い、会員増につなげる【運動①】 ※イベント内では他の参加者との積極的な会話を促す工夫を行うことで参加者のコミュニケーションスキルの向上を図る【運動②】 ○企業間グループマッチング(WizconNAGASAKI)の実施 ※システムの運営・保守費用は個票②に計上 (2)企業コーディネーターの配置 ・市町と連携し、主に業種別組合、経済団体等へと働き掛けを行い、各地域における個別業種の後継者確保協議体発足の促進や産業や職種の課題に応じた主体的な取組を支援 ○企業コーディネーター:県に1名配置(人件費、旅費等を計上)	○	○
	3	1-3 県市町連携婚活イベント・セミナー等の取組	(1)お見合いシステム・縁結び隊会員向け婚活セミナー ○実施回数:10名×10回=100名 (2)親世代向け婚活セミナー ○実施回数:10名×5回=50名 (3)会員等向け婚活イベント ○実施回数:10名×9回=90名 ※主にお見合いシステム、縁結び隊の登録会員を対象として開催することで、会員のマッチング機会を拡大【運動①】 ※参加者は事前にセミナー動画を視聴するものとし、イベント時のアンケートにより確認【運動②】 (4)大規模婚活イベント ○実施回数:50名×5回=250名 <u>イベントの拡大し、予算規模を大きくすることで、1人当たりのコスト削減を図るとともに、より趣向を凝らした企画の実施が可能になり、普段婚活サポートセンターにイベントに参加していない層の取込みや他の媒体によるPR効果の拡大、報道番組等への売り込みによる露出拡大を図る。</u> ※参加者のお見合いシステム等への登録促進【運動①】 ※市町コーディネーター等による参加者への相談支援(アドバイスや後押しによるマッチング率の向上)【運動②】 ※参加者は事前にセミナー動画を視聴するものとし、イベント時のアンケートにより確認【運動③】	○	○

4	1-4 マッチングシステムの 会員支援強化と 会員数増加キャン ペーン	(1) マッチングシステム会員の支援強化 ・未活動会員やなかなかマッチング・交際に至らない会員の把握・働きかけを実施し、恋愛カウンセラー及び熟練婚活サポーターによる婚活相談につなげることで、お引合せの成功につながる支援を強化。令和6年度からは、市町窓口・イベント会場での出張相談も実施する。 ○恋愛カウンセラー等相談：月4回×3枠×12月＝144回 月2回×3枠×12月＝216回 ※市町窓口の実施にあたっては、恋愛カウンセラー等は県センターが派遣し、会場手配や参加者の募集は市町が実施する。 ○あいたか「婚活スキル塾」(WEB動画)作成 3～5分程度×4本 なかなかマッチング・交際に至らない会員のスキルアップのため、入会時、引合せ前、引合せ後、真剣交際開始時の各段階の会員の活動データ分析を活用したTipsや有効な行動パターン等の紹介動画を作成 (2) マッチングシステムの完全オンライン化に伴う県外独身者の登録促進 ・令和5年度のシステム改修により、お見合いシステムの登録から引合せまですべてオンライン上で実施できるようになったことから、県外独身者(主に長崎県出身者)に向けたPRを行うことで新規会員の確保を図る。 ○お見合いシステムの県外向けPR ・WEB版タウン誌掲載 ・TVerCM ・長崎駅改札口デジタル広告 ※市町においては、移住相談会等の既存の取組の機会を活用し、婚活サポートセンターの周知やセンターのキャンペーンや盆・正月等の帰省者が多い時期に併せた市町窓口等での相談を実施する。 【広報媒体選定理由】 県外独身者の登録促進については、長崎県との関係が深い本県出身者、20～30代の県内独身者の男女構成から、特に20～30代の女性をメインターゲットとして想定。長崎県からの転出者が最も多い福岡県において、メインターゲット層の読者を抱えるタウン誌への特集掲載やCMが飛ばせないなど県内への広報で効果を挙げているTVCMと同様の特徴があり、登録情報によるターゲティングが可能なTVerCMでの知名度向上やキャンペーン展開を図る。また、帰省者へ向けて新幹線改札口への広告掲載を行う。 ○福岡ー長崎等婚活バスツアー 実施回数30名×5回 県内登録者と県外登録者との直接会う機会の確保、県外登録者に成婚後の長崎県での生活を意識してもらうため、福岡ー長崎等婚活バスツアーを実施。移動時間をスキルアップセミナーや1対1トーク等に活用するなど工夫を行うことで、通常のイベントと比較してより密なコミュニケーションが可能。 ※市町コーディネーター等による参加者への相談支援(アドバイスや後押しによるマッチング率の向上)【運動①】 ※効果的なコミュニケーションが図られるよう、参加者に車中でスキルアップセミナーを行う。【運動②】 (4) 婚活サポートセンターの結婚支援内容の周知及び会員登録キャンペーンの実施 ・instagramの活用やターゲティング広告などを活用し、若い世代へ向けの情報発信を強化 ・様々なメディアによるキャンペーンを展開し、特に若い世代で結婚を望む方の登録を促進 ・また、令和5年度のシステム改修による利便性の向上や引合せ回数増等の実績のPRを行い、退会者の再登録の促進を図る。 ○テレビCM、ミニ番組の放送 ・A局： CM250本、ローカルワイド企画(3分×4回) ・B局： CM80本、TVerCM1回、ローカルワイド企画(5分×4回、60秒×8回) ○新聞広告、タウン誌掲載 ・新聞：両面広告＋抜き刷りチラシ8万部 ・若者向けタウン誌：見開き2P特集6回 ○Webターゲティング広告 ・全世代向け(yahoo、google等)、若者向け(インスタ、Youtube等) 約2か月×2回 ○Instagramによる発信強化 ・Instagramer等の専門人材への運営委託 ○各市町において、広報誌掲載、ビラ配架等による周知強化(各市町予算) 【広報媒体選定理由】 ・TVCMや新聞広告等既存メディアに加え、若者への訴求を意識して、Instagramでの定期的・戦略的な発信やターゲティングが可能であり、CMが飛ばせないTVerCMにより若い世代への周知を図る。	○	○	
		【次年度以降に向けた事業の方向性】			
・引き続き、県・市町・民間団体の連携を強化しながら、若者を中心とする県民の認知度向上と、積極的かつ効果的に利用してもらえる支援の在り方を常に考えながら、取組内容をブラッシュアップしていく。					
・県外独身者の登録促進について、実績等を確認しながらより効果的な情報発信について検討していく。					
【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体会数(累計)		団体		
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組		
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			1.57 (R4)	
	婚姻件数		件	4,410 (R4)	
	婚姻率			3.4 (R4)	

	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)			
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	1	①市町との意見交換回数	回	105	集計中
	1	②地域コーディネーターによる働きかけ	回	105	集計中
	2	③企業コーディネーターによる働きかけ	回	200	集計中
	2	④企業間交流イベント 参加目標人数	人	30	31
	3	⑤会員・親世代向け婚活セミナー 参加目標人数	人	150	42 (R5. 12) 更新
	3	⑥会員等向け婚活イベント 参加目標人数	人	90	187 (R5. 12) 更新
	3	⑦大規模婚活イベント 参加目標人数	人	250	—
	4	⑧恋愛カウンセラー等相談者数	人	144	70 (R5. 11)
	4	⑨お見合いシステムの会員数	人	2500	1, 774 (R5. 12)
		(アウトカム)			
	1	①R6予算における結婚支援実施市町数	%	21	集計中
	1	②地域団体等との連携による取組数(イベント、登録会等)	%	10	1 (R5. 12)
	2	③企業・団体等との連携による取組数(婚活イベント、社員交	%	10	9 (R5. 12)
	2	④アウトプット④の参加者の満足度	%	80	集計中
	3	⑤アウトプット⑤の参加者の満足度	%	80	集計中
	3	⑥アウトプット⑥の参加者の満足度	%	80	集計中
	3	⑦アウトプット⑦の参加者の満足度	%	80	—
	4	⑧アウトプット⑧の参加者の満足度	%	100	95. 7 (R5)
	4	⑨お見合いシステム引合せ率(引合せが成立した会員数/参	%	50	55. 1 (R4)
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、県内市町は以下の役割を担う。 ・県内全21市町におけるお見合いシステムの窓口運用 ・企業等に対する結婚・子育て応援宣言の実施及びWizCon NAGASAKIへの参加の働きかけ ・県事業と連携したイベント開催、サポーター掘り起こし・養成、会員登録促進など結婚支援事業の展開 ・婚活サポートセンターとの共同企画の実施				
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	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、民間事業者は以下の役割を担う。 ・結婚・子育て応援宣言の登録 ・WizCon NAGASAKIにおけるウィズコン企業としての登録、ウィズサポの設置、従業員への周知、交流プランの登録 ・婚活サポートセンター協力企業・応援企業の登録、婚活サポートセンターとの共同企画の実施 ・その他結婚・子育てを応援する自主的な取組				

(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。

(令和6年度当初) 地域少子化対策重点推進交付金 実施計画書 (都道府県分) 個票

自治体名 長崎県 (都道府県: 長崎県)
本事業の担当部局名 福祉保健部こども政策局こども政策課

事業メニュー		地域結婚支援重点推進事業			
区分		一般メニュー			
関連事業メニュー		1_1_1 結婚支援センターの開設・運営、マッチングシステムの構築			
個別事業名		長崎県婚活サポートセンター「あいたか」運営事業		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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。			
		(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 結婚支援事業については、引き続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外独身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取り組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引き続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。			
		＜本個別事業の位置付け＞ 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、県の婚活支援における中核施設である長崎県婚活サポートセンター「あいたか」を運営するものである。			
		(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))			
	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	2-1 長崎県婚活サポートセンターの運営	(1)婚活サポートセンターの運営 ・長崎県の結婚支援を担う中核施設として、「長崎県婚活サポートセンター」を運営する。 ・活動が低調な登録会員に対する効果的な連絡手段として、令和5年度は新たにSMSの活用を開始した。 ○運営にかかる事務経費:人件費、需用費(消耗品、郵送費用等)、光熱水費、通信費、設備費 ○出会い・応援イベントの開催		○

個別事業の内容 ※(注)3	2	2-2 マッチングシステム等の運営・保守	(1)マッチングシステム等の運営・保守 ・ビッグデータマッチング「お見合いシステム」の運営により、登録者に1対1でのお引合せの機会を提供する。 ○システム保守管理・サーバー・ドメイン利用、HP管理運用 一式 ○管理パソコンシステム利用 4台 ○タブレットリース 50台(市町窓口分含む) ・企業間グループマッチングシステム(WizconNAGASAKI)の運営により、企業(産業・職種)間交流の機会を提供し、減少している職縁に代わる出会いの機会を提供する。 ○システム管理費 12月 ○サーバー・ドメイン利用 一式 ○管理用PCリース 1台 (2)事業PR・広報 ・「お見合いシステム」の広報のため、チラシ・ポスターを作成・配布する。 ○チラシ: 20,000枚(市町配布用100枚×21市町=2,100枚、こども未来課配布用5,000枚、自治体施設等配布用4,000枚、応援・協力企業配布用7,000枚、サポーター配布用200枚、その他センター設置用1,700枚) ○ポスター:300枚(市町配布用40枚、こども未来課配布用20枚、自治体施設等配布用120枚、応援・協力企業配布用90枚、その他センター設置用30枚) 【広報媒体選定理由】 ・県内の公共施設及び企業・団体において日常的に県民の目に触れる箇所で掲示・配布することで、婚活支援事業の認知度向上と登録者拡大につなげるため。		○
	3	3-3 婚活サポーター活動経費	(1)縁結び隊によるお引合せ活動 ・県が認定する婚活支援ボランティア「縁結び隊」が、結婚を望む登録者からプロフィールを預かり、お見合いの相手を探すほか、お引合せに同席し、婚活をサポートする。 ○実施回数:年間250回 (2)婚活サポーター交流会 婚活サポーター(お見合いシステムサポーター、縁結び隊)同士が、事例の共有や、活動を行う上での悩みを相談するため、交流会を開催する。 ○実施回数:年間6回 ○参加人数:6回×10名=60名		○
	【次年度以降に向けた事業の方向性】 婚活サポートセンターの認知度向上、会員の利便性向上、婚活サポーターの支援の質の向上を図り、特に若い世代の登録を促進しつつ、結婚を望む独身者が1人でも多く希望をかなえられるよう、支援の質を高めていく。 【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	680 (R5.12)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	98 (R4)

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			1.57 (R4)	
	婚姻件数		件	4,410 (R4)	
	婚姻率			3.4 (R4)	

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	お見合いシステム会員数	人	2500	1,774 (R5.12)
	2				
	3				
	(アウトカム)				
	1	⑨お見合いシステム引合せ率(引合せが成立した会員数/登録者数)	%	50	55.1 (R4)
	2				
3					

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及び地域コーディネーター連絡会議において検討された役割分担に基づき、県内市町は以下の役割を担う。 ・県内全21市町におけるお見合いシステムの窓口運用 ・企業等に対する結婚・子育て応援宣言の実施及びWizCon NAGASAKIへの参加の働きかけ ・県事業と連携したイベント開催、サポーター掘り起こし・養成、会員登録促進など結婚支援事業の展開 ・婚活サポートセンターとの共同企画の実施
--------------------------------	---

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	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、民間事業者は以下の役割を担う。 ・結婚・子育て応援宣言の登録 ・WizCon NAGASAKIにおけるウィズコン企業としての登録、ウィズサポの設置、従業員への周知、交流プランの登録 ・婚活サポートセンター協力企業・応援企業の登録、婚活サポートセンターとの共同企画の実施 ・その他結婚・子育てを応援する自主的な取組
---------------------------------	--

(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策」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。

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県	(都道府県:)
本事業の担当部局名	長崎県こども未来課	

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	1.2.3 地域の結婚支援ボランティア・事業者等を活用した伴走型結婚支援				
個別事業名	長崎県婚活サポーター養成プログラム実践事業		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 5 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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。				
	(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 結婚支援事業については、引続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外独身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。				
	＜本個別事業の位置付け＞ 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、長崎県婚活サポートセンター「あいたか」の登録者に対し支援を行う婚活サポーターの資質の向上を図り、ひいては県全体の婚活支援の質の底上げを図るものである。				
	(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)) 令和5年度は、策定したプログラムをもとに年間研修計画を作成し、サポーター養成及びスキルアップ講座の実践を行った。受講するサポーター本人や、支援を受けた会員の意見を反映し、プログラムをブラッシュアップしていくとともに、お見合いシステムの改修により増加する引合せに対応するため、サポーターの確保に向けた取組を強化している。				
個別事業	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	3-1 プログラムの統括	(1)研修の企画・運営 ・長崎県婚活サポーター養成プログラムに基づき、当年度における各研修及び情報交換会の企画・運営を行う。 (2)フォローアップ ・研修を受講したサポーターや、サポートを受けた会員に対してアンケートを行い、研修実施方法の見直しや養成プログラムの改訂を行う。	○	○
	2	3-2 サポーター養成講座	・婚活サポーターに興味のある方への説明会と、婚活サポーターになるための基礎的な研修を兼ねた講座を開催する。 ○実施回数:2地区(長崎、佐世保)×2回=4回 ○受講人数:4回×20名=80名 ※市町・企業等から複数人の参加者を集めて依頼があれば臨時的講習会を実施	○	○

業
の
内
容
※(注)3

3

3-3
スキルアップ講座

(1) 研修の企画・運営
・婚活サポーターのスキルアップを目的に講座を開催する。
○実施回数:2回
○受講人数:2回×30名=60名
(2) フォローアップ
・研修を受講したサポーターや、サポートを受けた会員に対してアンケートを行い、研修実施方法の見直しや養成プログラムの改訂を行う。

○

○

4

3-4
情報交換会

・婚活サポーターの情報交換及びネットワーク化の促進のため、情報交換会を開催する。
○実施回数:1回
○受講人数:1回×40名=40名

○

【次年度以降に向けた事業の方向性】
受講するサポーター本人や、支援を受けた会員の意見を反映してプログラムをブラッシュアップしつつ、必要十分かつ運営側にとって負担の少ない方法を模索しながら、婚活サポーターの養成を継続していく。

【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	680 (R5. 12)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	98 (R4)
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. 57 (R4)	
	婚姻件数		件	4, 410 (R4)	
	婚姻率			3. 4 (R4)	
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	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)			
	2	婚活サポーターの登録数	人	40	81 (R4)
	3	スキルアップ講座の受講人数	人	60	33 (R4)
	4	情報交換会の参加人数	人	40	22 (R4)
		(アウトカム)			
	2、3	結婚支援に対する理解、関心が深まったと回答したサポーターの割合(満足度)	%	90	63. 6 (R4)
	4	サポーターの支援を受けた者の満足度	%	80	集計中
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					
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					

(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。

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県	(都道府県:)
本事業の担当部局名	長崎県こども未来課	

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	1.2.5 若い世代向けの総合的なライフデザインセミナー			
個別事業名	若い世代向けのライフデザインセミナー事業	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 4 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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国4位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。			
	(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 結婚支援事業については、引き続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外独身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取り組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引き続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間+1時間」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。 ＜本個別事業の位置付け＞ 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、若い世代が、結婚、妊娠・出産、子育てについて自らが望むライフプランを実現できるよう支援するものである。			
	(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)) 長崎県においては、県と市町の連携を深めながら各種婚活支援施策を県民向けサービスとして展開しているが、若い世代が自ら望む結婚を叶えるためには、学生や新社会人といったより若い年代においてライフデザインを考えるきっかけづくりが必要であるが、ライフデザイン講座のみでの若者を集めることは難しいため、学校や企業を通じた情報発信や他の取組との連携が必要。			

個別事業の内容	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	4-1 学生向け企画	(1) 学生の企画・参加による学生向け就職情報誌への記事掲載 ・子育て世帯との交流や仕事と家事育児の両立など、学生が将来のライフデザインを考えることを促す記事を、学生が自分事と捉えられるよう、学生自らが企画・参加して作成してもらい、県内学生に広く配布される学生向け就職情報誌に掲載する。 ・企画・制作に学生が携わることで、必要な知識を習得し、自ら考え、同世代との議論を交わす中でライフデザインに対する深い理解と周囲への発信が期待できるほか、同世代の学生に伝えたいことを記事にすることで、同世代の学生にとって有用かつ興味を引く内容となることが期待され、より広い範囲の学生に効果的にライフデザインの重要性について啓発することができる。 ※記事作成に参加する学生にはライフデザイン講座を受講してもらい、ライフデザインについての基礎知識を持ったうえで企画を考えてもらう。 (2) 実施内容の共有・周知 ○学生向け就職情報誌掲載：1回（リーチ先：県内高校生全員、大学内配架） ・掲載した記事については、抜き刷りチラシを作成し、市町等を通じて市中にも配布する。 抜き刷りチラシ配布：20,000部（21市町×500部、県有施設10か所×100枚、県内大学10箇所×500部、庁内配架＋セミナー等開催時配布用3,500部） ○ライフデザイン教材（ガイドブック）の作成・配布 ・将来希望する結婚や出産・子育てを叶えるために必要な知識や人生設計を考えるきっかけとなるような情報をまとめた「ライフデザイン・ガイドブック」を作成し、上記就職情報誌への記事掲載に併せて県内の高校1年生全員に配布することでより深くライフデザインを考える契機とする。また、県・市町で開催する大学生向けのセミナー・ライフデザインワークショップの教材として活用する。 ○作成部数20,000部（配布先：県内の高校1年生15,000部、県内各地域における大学生向けセミナーでの活用5,000部） 【広報媒体選定理由】 ・掲載する就職情報誌は県内高校生全員に対して配布されるほか、大学の就職支援コーナーへの配架も行われるなど、ターゲットとなる学生への効果的なリーチが期待できる。 ・加えて、該当記事部分の抜き刷り配布により、学生の家族等を始めとするより広い範囲の住民や県内企業にも情報を届けることができ、若者のライフデザインを応援する社会全体の機運情勢にもつなげることができる。	○	○
	2	4-2 新社会人・大学生向け企画	(1) 若手社員及び大学生向けライフデザインワークショップ ・企業の若手社員にあっては、結婚・出産、子育てを希望しながら、日々の忙しさの中で後回しになりがちな自身の人生設計について改めて考える機会を提供し、希望の実現のために必要な時期に必要な行動を取れるよう後押しする。 ・学生においては、若手社員との意見交換により働くことの実感を得ることで自らのライフデザインについて具体性をもって考える機会とする。 ・県産業労働部局と連携し、県内企業の若手社員と県内学生の交流の場としてライフデザインワークショップを開催することで、県内企業及び大学双方からの集客を図る。 ○受講人数：40人×2回=80人 (2) 地域への拡散 ・機運醸成を目的とするメディアタイアップの取組と連携し、雑誌掲載や番組企画での放映を通じてより広い範囲への視聴の拡大を企図する。	○	○
	※(注)3				
【次年度以降に向けた事業の方向性】					
若い世代が希望する結婚や出産・子育てを叶えるため、ライフデザインを考える機会をどの時期にどのような形で提供することがより効果的か、取組の実施と検討を重ねながら継続していく。					
【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	680 (R5. 12)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	98 (R4)
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. 57 (R4)	
	婚姻件数		件	4, 410 (R4)	
	婚姻率			3. 4 (R4)	
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	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	学生向け企画の参画人数	人	40	13
	1	ライフデザインガイドブックの活用数	部	20000	集計中
	2	ライフデザインワークショップの参加人数	人	80	-
	2				
		(アウトカム)			
	1	学生向け企画参加者のうちライフプランについて考えるきっかけとなった割合(満足度)	%	90	13
	2	セミナー等参加者のうちライフプランについて考えるきっかけとなった割合(満足度)	%	80	-
	3				

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	学生や若い世代の取組にかかる企画及び参加者を募る際、官民サポート連携協議会等を通じて市町担当課に協力を要請する。
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	学生や若い世代の取組にかかる企画及び参加者を募る際、官民サポート連携協議会等を通じて企業・団体に協力を要請する。

(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策」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。

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 長崎県 (都道府県:)
本事業の担当部局名 長崎県こども未来課

事業メニュー		結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり・機運醸成事業			
区分		重点メニュー			
関連事業メニュー		3.2.6 ICT活用・官民連携等による結婚支援等の更なる推進のための調査研究			
個別事業名		少子化問題基礎調査事業		新規／継続 (一般財源での実施も含む)	新規
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	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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚・妊娠・出産・子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。			
		(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 結婚支援事業については、引続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外独身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。			
		＜本個別事業の位置付け＞ 本事業は、少子化に関する県民の意識と関連施策へのニーズを把握し、今後の長崎県の少子化対策関係施策の方向性を決定するための基礎資料を作成する重要な事業である。			
		(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))			
	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	5-1 アンケート調査・分析業務	○長崎県内の20歳から54歳の県民1,000人に対する「長崎県の少子化に関する県民アンケート調査」の結果を以下の方法で分析する。 ・平成21年、平成25年及び令和元年に本県が実施した過去の調査との経年比較 ・「第16 回出生動向基本調査(結婚と出産に関する全国調査)」(令和3年6月社人研調査、令和5年8月公表)及び「令和2年度少子化社会に関する国際意識調査(令和2年10月～令和3年1月内閣府調査、令和3年3月公表)」との傾向比較 ・男女別、年齢別、地域別等の分析 ・著しい特徴や傾向を把握し、質問間の因果関係等を明らかにする分析を行う。 ○報告書の作成にあたり、分析結果を図表やグラフを用いて視覚的にわかりやすい資料にまとめる。		○

個別事業の内容 ※(注)3	2				
	3				
	【次年度以降に向けた事業の方向性】 調査・分析結果を基に重点的に取組むべき施策の方向性等の検討を行い、少子化を克服するための施策の実施に繋げる。 【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	680 (R5. 12)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	98 (R4)
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. 57 (R4)	
	婚姻件数		件	4, 410 (R4)	
	婚姻率			3. 4 (R4)	
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	有識者会議の開催数	回	3 (R6)	—
	2	調査結果の共有団体数	団体	34 (R6)	—
	3		人		
	4				
	(アウトカム)				
	1		%		
	2		%		
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	調査結果については、婚活サポート官民連携協議会等を通じて市町への情報提供を行い、各市町の施策検討に資料として活用。				
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	調査結果については、婚活サポート官民連携協議会等を通じて周知を図り、官民連携した取組に検討に活用する。				

(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。

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県	(都道府県: 長崎県)
本事業の担当部局名	福祉保健部こども政策局こども未来課	

事業メニュー	結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり機運醸成事業			
区分	重点メニュー			
関連事業メニュー	3.2.1 自治体間連携を伴う機運醸成の取組			
個別事業名	ながさきハッピー子育て「ながハピ！」の推進	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 令和 5 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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。			
	(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 結婚支援事業については、引き続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外单身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引き続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。			
	＜本個別事業の位置付け＞ 「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-①結婚、妊娠・出産、子育てに関する意識醸成と社会全体の機運醸成」を掲げている。 本個別事業はその一環として、子育て家庭の孤立化を防止するための相談・情報発信を行うとともに、多様な主体を巻き込んだ子育て応援の機運醸成(参画者の増加)を図るものである。			
	(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)) ・子育てに関する地域資源(既存の子育て支援団体等)の把握が不十分であったため、令和6年度は、市町との連携により、子育てに関する地域資源を把握し、マップ化する。 県内各地域における企業・団体の巻き込みを一層促進するため、令和6年度は、市町と企業・団体等とが連携した子育て支援の事例を広く発信することにより、横展開を図る。 ・物価高騰の影響が懸念されるため、令和6年度は協賛店舗への働きかけによるサービス維持・向上と、制度の認知度向上による店舗数拡大を図る。 ・こどもまんなか社会の実現に向け、令和6年度は新たに、こどもの意見を取り入れたメディア環境改善に取り組む。 ・共家事・共育て促進については、イベントによる限定的な啓発から、冊子・動画による幅広い啓発・定着へと見直し、取組を強化する。			

個別事業の内容 ※(注)3	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	6-1 ポータルサイト・LINEを活用した相談窓口・情報配信	・ポータルサイト(相談チャットボット、プッシュ配信等)により、子育てで家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備する。(運営費委託料、職員旅費) ・<u>子育てに関する地域資源(既存の子育て支援団体等)の把握が不十分であったため、令和6年度は、市町との連携により、子育てに関する地域資源を把握し、マップ化する。</u> ○連携先: 県内全市町(長崎市、南島原市ほか) ○連携内容: 市町による県LINE・ポータルサイトを活用した制度・健診・講座等の情報発信 ○システム運用開始時期: 令和5年度末	○	○
	2	6-2 地域における企業・団体等との連携促進及び機運醸成	(1)各主体との連携による、妊娠・出産、子育てを応援するイベントや取組の実施 ・<u>県内各地域における企業・団体の巻き込みを一層促進するため、令和6年度は、市町と企業・団体等とが連携した子育て支援の事例を広く発信することにより、横展開を図る。</u> (機運醸成担当者による若者・企業等への働きかけ、コラボした取組(連携講座・イベント・共同PR等、内容は連携先との協議により決定)の実施目標10件。委託料) 【イベント】10回(スタッフ賃金、消耗品等。うち講師派遣5回)×約30人 ※ただし上記は予算の内容であり、実際の連携内容については取組の主体である企業・団体等との協議により決定。(例:企業と県との連携講座・イベントの実施、企業と県とのコラボグッズ制作、民間主催コンクールへの県協賛等) ※連携講座・イベントについて(想定) 対象者: 連携企業の社員、連携団体の構成員 実施回数: 5回 参加者数: 30人×5回=150人 ○連携先: 県内全市町(長崎市、南島原市ほか) ○連携内容: 企業・団体等情報の県への提供、県・企業・団体等と連携した子育て支援の実施 (2)連携事例等のテレビ・SNSでの発信による社会全体での子育て応援機運の醸成 (啓発物作成・配布(反射材・リーフレット・ポスター等)、テレビCM250本・タイアップコーナーA局4回+B局5回。委託料) 【広報媒体選定理由】 ・テレビ局: 県内4局のうち、子育て関係の独自企画をもつ2局を選定(タワローカル枠・CM) ・動画を発信しやすいYoutube、幅広い年齢層が利用しているTwitterを選定 【啓発物配布先】・反射材: 街頭啓発、イベント等で5,000個配布 ・リーフレット: 市町、業界団体、県窓口等に15,000部配布 ・ポスター: 市町、業界団体、県窓口等に5,000部配布 ○連携先: 県内全市町(長崎市、南島原市ほか) ○連携内容: 県作成動画の市町ウェブサイト・SNS等での拡散、イベント等での啓発物配布	○	○
	3	6-3 企業・店舗等の主体的な子育て応援の取組の促進	(1)「ながさき子育て応援の店事業」の推進 (協賛店舗の開拓・利用促進活動への補助金) ・<u>物価高騰の影響が懸念されるため、令和6年度は協賛店舗への働きかけによるサービス維持・向上と、制度の認知度向上による店舗数拡大を図る。</u> ○連携先: 県内全市町(南島原市ほか) ○連携内容: 応援の店制度の周知広報(乳幼児健診等でのチラシ配布等) 【補助事業の理由】 同会議は、県内の子育て支援団体等のネットワークの核となっている唯一の団体であることから、県内各地において市町民会議や子育て支援団体とのネットワークを活かしながら協賛店舗を拡大していく観点、及び利用者(子育て家庭)の声を反映した事業運営を行う観点から、県が同会議との協働事業として応援の店事業を推進する必要性が高いと考え、補助を行っている。 (2)フリーマガジン「ココロン」への広告出稿 (長崎県青少年育成県民会議が発行するフリーマガジンへの広告料 3回) ・<u>企業の取組を一層促進するため、令和6年度は企業による主体的な子育て応援の取組事例を発信する。</u> ○連携先: 県内全市町(長崎市、南島原市ほか) ○連携内容: フリーマガジンへの寄稿、幼稚園・保育所・認定こども園・地域子育て支援拠点・市町窓口等を通じたフリーマガジンの配布 【配布先】 県内幼稚園・保育所・認定こども園、地域子育て支援拠点、小児科・小児歯科、市町窓口等で毎号70,000部配布 【広報媒体選定理由】 長崎県青少年育成県民会議と県が協働して作成・発行している冊子であるため。	○	○

4	6-4 こどもの意見を取り入れたメディア環境の改善	(1)メディア安全指導員の養成・派遣 (学校等でインターネット・電子メディアの安全な使い方について講義を行う指導員の養成及び講師派遣にかかる、長崎県青少年育成県民会議への委託料) ・メディア安全指導員養成講座 対象者:メディア安全指導員(講師)として派遣要請に応じられる方 実施回数:10回 参加者数:10人×5回(長崎)+5人×5回(佐世保)=75人 ・メディア安全指導員スキルアップ研修 対象者:メディア安全指導員として養成された方 実施回数:2回 参加者数:30人×2回=60人 ・こどもメディアサミット 対象者:県内小中学生、保護者、教職員、メディア安全指導員 等 実施回数:2回 参加者数:45人×2回=90人 (2)こどもまんなかメディアリテラシー向上事業 (小中学校での学校メディア宣言実施支援及びこどもメディアサミット実施にかかる、長崎県青少年育成県民会議への委託料) ・こどもまんなか社会の実現に向け、令和6年度は新たに、こどもの意見を取り入れたメディア環境改善に取り組む。 ○連携先:県内全市町(長崎市、南島原市ほか) ○連携内容:メディア安全指導員の派遣窓口の運営(指導員のあっせん) 小中学校への学校メディア宣言実施に向けた働きかけ、こどもメディアサミットの周知広報、サミット結果の学校での活用 【結婚、妊娠・出産、子育てに優しい社会づくり・機運醸成】への寄与について】 地域・企業等と連携した啓発・講習、こどもたちの自発的な取組の発信や、こどもの意見を取り入れた家庭内のルールづくり推進などにより、こどもたちが自律的にインターネット・電子メディアの安全・安心な使い方を身につけ、ひいてはそれが子育て世帯の親たちの心配解消・見守り負担の軽減につながる。	○	○	
	5 6-5 共家事・子育ての促進	(1)男性育休取得促進セミナー(対企業) ＜目的＞ 県内企業の意識改革促進 ＜回数＞ 年1回 ＜場所＞ 県内1箇所 ＜対象＞ 県内企業の経営者・管理職・人事労務担当者 ＜内容＞ 男性育休先進企業の講演 ＜参加数＞ 40社(目標) ※長崎労働局と連携して周知・広報を実施することで、テーマに関心の低い企業にも広く声をかけることができ、より多くの県内企業の参加を図る。 ※県内企業で育休取得などに先進的に取り組んでいる企業などを想定 (2)共家事・子育て啓発冊子・動画作成 ＜目的＞ 男女が共に家事や子育てを担うことによる女性活躍推進及び男女共同参画実現のため、子育て世帯向けに冊子及び動画を作成 ＜対象＞ 子育て(予定)家庭の父親 ＜内容＞ ①男性の家事・子育て冊子 部数:10,000部(市町9,000、産婦人科等1,000) 内容:男性の家事(共家事)・子育て(子育て)に対する意識啓発(掲載案)家事リスト、妊娠・出産・子育てにかかる女性の体調変化や子どもの成長過程、男性の関わり方 等 ②冊子活用動画 冊子活用方法や男性育休経験者インタビューを発信。両親学級や面接時等での活用を想定。県HPやYouTubeに掲載予定。 ○連携先:県内全市町(長崎市、西海市ほか) ○連携内容:結婚・子育て応援宣言やココロねっこ運動などの取組で築いた企業・経済団体等とのつながりを活用し、経営者等への意識変容の働きかけを行うとともに、全県下を対象とした企業向けの男性の家事・育児参画促進の取組や情報発信を行うことで、市町が行う両親学級等の個人向けの取組への参加促進を図る。	○	○	
【次年度以降に向けた事業の方向性】 令和7年度以降も、県・市町連携した機運醸成を推進する。 ポータルサイトについては、利用者の一層の拡大と利便性の向上を図る。 子育て応援の機運醸成については、地域とのネットワークを活かしながら地域と行政との連携事例を増やし、さらなる情報発信を図る。 企業等の主体的な取組促進については、引き続き子育て応援の店及びフリーマガジン等による企業参画を募る。 共家事・子育ての促進については、企業・県民向けへの啓発を継続的に実施する。					
【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
		ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)	団体	860 (R7)	680 (R5. 12)
		婚活支援事業による成婚数(年度)	組	150 (R7)	98 (R4)

[illegible]

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県	(都道府県: 長崎県)
本事業の担当部局名	こども未来課	

事業メニュー	結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり・機運醸成事業				
区分	重点メニュー				
関連事業メニュー	3.2.1 自治体間連携を伴う機運醸成の取組				
個別事業名	若者世代向けプレコンセプションケアに関するトークセミナー		新規／継続 (一般財源での実施も含む)	新規	
実施期間	交付決定日 ～ 令和7年3月31日		事業開始年度	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 本県の少子化対策については、「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取組を推進しており、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結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでおり、結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、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)の実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図ることで、年間の成婚組数も令和4年度実績で98組となるなど、取組の成果が顕れてきている。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成やポータルサイト・LINE等による相談窓口の強化、PUSH型情報配信を実施することで、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備している。 しかしながら本県の令和4年の合計特殊出生率は1.57で全国5位(出典:人口動態調査)ではあるものの近年下降傾向にあるばかりか、県民の希望出生率2.08とは大きく乖離しており、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。				
	(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 結婚支援事業については、引続き県婚活サポートセンターを中心に、市町との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)の実施するとともに、新たにお見合いシステムの完全オンライン化を契機とした、県外单身者(主に県外出身者)への取組や民間団体等と連携した産業や職種の課題・ニーズに応じたきめ細かな支援に取組む。 地域少子化重点推進交付金を活用した子育て支援については、引続きポータルサイト・LINE等による相談・情報発信の体制の充実や社会や地域全体でこどもを育てる意識・機運の醸成を図るとともに、令和5年度に策定した、概ね10年後のありたい姿とその実現に向けた施策の方向性を示す「新しい長崎県づくり」のビジョンにおいて、掲げている「こども時間の充実」、「こども場所の充実」の取組や子育ての中で多くの親が悩むネット・メディア等との付き合い方についての啓発等を実施する。				
	＜本個別事業の位置付け＞ 本事業は、九州地方知事会と経済界代表で構成する九州地域戦略会議の次世代育成プロジェクトチームにおける「不妊・不育対策」の一環として位置づけられた施策であり、若いうちから正しい知識を持ち、自分のライフプランに適した健康管理を行うことで、将来の健康を増進し、妊娠・出産を望む人は適切な準備ができるよう機運を醸成することを目的として実施するものである。				
	(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))				
個別事業の内容 ※(注)3	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	若者世代向けプレコンセプションケアに関するトークセミナーの開催	対象:九州・山口在住の18歳～20代を中心とした男女 内容:プレコンセプションケアの専門家(医師)と九州に所縁ある若者代表(著名人)によるトークセッション 定員:480名(+webでのオンライン配信を予定) その他:セミナー終了後には概要をHPへ掲載し、対象世代への広報を実施することで、参加者以外にもプレコンセプションケアを考えるきっかけを提供		○
	2	HPの更新	プレコンセプションケアに関するトークセミナー参加者へのアンケート結果及びセミナー概要等の掲載を行い、より効果的かつ幅広くプレコンセプションケアを考えるきっかけを提供		○
3					

【次年度以降に向けた事業の方向性】 セミナー参加者からのアンケート結果をもとに、セミナーの内容や開催形態等について検証し、より効果的な啓発の取組について検討する。 【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
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)
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			1.57 (R4)
	婚姻件数		件	4,410 (R4)
	婚姻率			3.4 (R4)
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
	事業内容番号	項目		
		(アウトプット)		
	1	セミナー参加者数	人	350
	2	更新後のHP閲覧数	件	300
	3			
		(アウトカム)		
	1	プレコンセプションケアを考えるきっかけとなった参加者の割合	%	80
	2	セミナー参加者の満足度	%	80
	3			
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	○他自治体との連携の考え方 九州・山口の各県及び経済界代表で構成される九州地域戦略会議は、「九州はひとつ」の理念の下、地方創生や人口減少克服を目指し、「第二期九州創生アクションプラン」として6つのテーマごとに各県知事や経済界代表をリーダーとするプロジェクトチームを編成(令和2～6年度計画)し、具体的取組の企画立案を行っている。 そのうちのひとつとして、若者が結婚や子育てに希望を持ち、安心して子どもを産み育てられるような環境づくりなどに社会全体で取り組むことを基本方針とする「次世代育成PT」を立ち上げた。出生数の減少という共通の課題を抱える九州・山口各県がそれぞれの強みを打ち出し、広域で取り組むことは大きな意義があると考えことから、九州・山口共同で事業を実施することとした。次世代育成PTにおいては、「出会い」「結婚」「妊娠」「出産」「子育て」というライフステージに応じ、5つの基本施策を立て、目標達成に向けて様々な取組を実施していくこととしている。 これまでに各県の担当課同士の協議の場を設定し、各県の実情・課題を共有し令和6年度の取組を検討した結果、各県ともに「取り組みを始めてはいるが、まだまだ認知度の低いプレコンセプションケア」について、効果的な啓発を模索していたため、九州全域で協力して広範囲を対象としたトークセミナーを開催し、その際のアンケート等から多くの人の意見を集め、今後の効果的な施策の参考にしていくこととした。また、本セミナーのテーマであるプレコンセプションケアは成育医療等基本方針にも記されているとおり、国においても啓発等の取組が推奨されており、今後益々九州各県でも取り組みを検討する必要がある。 ○当事業における自治体間の協働(費用・役割分担) ・令和6年度の本事業については、各県335千円を負担する。 ・事業を進めるに当たっては、リーダー県である佐賀県が委託契約を行うが、仕様書の作成に当たっては、当県をはじめ各県と十分な調整を踏まえ作成することとなっている。また、委託業者選定の企画コンペは各県から審査員を募り、適切な業者を選定する。 ・業者との窓口は佐賀県が行うが、チラシ、ポスター等広報物のデザインや当日のシナリオなどの決定にも参画し、協力しながら決定する。 ・セミナー当日は当県担当者も参加して運営協力を行う予定であるとともに、当県の現在の取組を紹介し、参加者へ広く取組状況の周知を図る。			
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	特になし			

(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策」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。