

(令和8年度予算分) 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 長崎県大村市  
 本事業の担当部局名 こども未来部こども政策課

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	県との連携による結婚応援事業	新規／継続 (一般財源での実施も含む)	継続
実施期間	令和8年4月1日	～	令和9年3月31
		事業開始年度	平成30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	<p>&lt;自治体における少子化対策の全体像&gt;※全事業共通                  これまで同様に、本市の合計特殊出生率の上昇のため「結婚支援」と「子育て支援」を推進している。本校付近活用事業については、昨年度に引き続き、事業メニュー「ライフデザイン・結婚支援重点推進事業」において個票①及び個票②の取り組みを行っている。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt;                  大村市では「大村市まち・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、「1.結婚・出産・子育ての希望をかなえるまちづくり」の中に「(1)結婚・出産支援、(2)子育て支援の充実」などを掲げている。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、長崎県婚活サポート官民連携協議会への参加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>		
個別事業の内容	番号	項目	内容
	1	県の婚活支援事業(3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(3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参加者へのサポートを取り入れたイベントを開催する。 <市の役割> イベントの開催 市内外の男女を対象としたイベントを開催する。 (内容) ・お見合いシステム会員を中心に実施【連動①】 ・スタッフとして縁結び隊が参加【連動②】 ・県の婚活支援3本柱を紹介する時間を設け、3本柱の相互乗り入れによる参加者の増加を図る【連動③】 ・若年層が参加しやすいように、同年代に絞る等イベントの開催を工夫する。また、マッチングアプリ等オンラインでのやりとりが主な若年層に向けて、対面でのイベントの楽しさを知ってもらうことも兼ねて、市内の魅力ある施設で体験型のイベントを企画する。 ・イベントの事前セミナー及び本番開催時に、地域コーディネーター及び縁結び隊等のスタッフがイベント参加者に向けた相談やアドバイスを行う。 (対象) ・市内外の独身男女(開催回数及び参加人数) 3回×40人(男女各20人)=120人 (周知方法) ・本市在住の方への積極的なPRのために市報や庁内モニターの表示、SNSを活用した告知等を行う。 ・保育士や自衛隊等、職場で男女の比率に偏りが大きいところに対し、出会いの場の創出のために広報周知を工夫する。 ・若年層が参加しやすいイベント内容やイベント名になるように見直し、SNSなどの媒体を通じた広報強化、日程工夫を行う。
	2		
	3		

個別事業の内容

<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)>  
 大村市ではこれまで連携の役割の中で市主催婚活イベント「OMUKON」に取り組んできており、平成30年度から開始した婚活イベントのカップル成立組数が累計81組(R8.1月時点)とな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。

- ・結婚・子育て支援の各分野に見られる先進的な動きの県全域への拡大・加速化
- ・若年層の結婚・子育てに対する関心・積極性の低さ
- ・若年層の意識醸成によるさらなる会員数の増加とマッチング率の向上
- ・婚活支援の先の結婚支援、子育て支援を含めた県・市町の連携体制の強化
- ・婚活イベントへの若年層(20代～30代前半)の参加低調

<それに対する取組>

- ・各種広報媒体の活用による、大村市及び県の婚活支援事業の認知度向上を図る。例えば、本市在住の方への積極的なPRのために市報や庁内モニターの表示等を行う。また、保育士や自衛隊等、職場で男女の比率に偏りが大きいところに対し、出会いの場の創出のために広報周知を工夫する。
- ・県の婚活サポートセンターと連携し、婚活セミナー、イベントを実施する。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。また、イベント参加者に向けた、婚活に関する相談・アドバイスを行い、マッチング率の向上を図る。
- ・若年層が参加しやすいイベント内容やイベント名になるように見直し、SNSなどの媒体を通じた広報強化、日程工夫を行う。

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)
	婚活イベントをきっかけとする婚姻件数	件	3(R8年度)	0(R6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		1.67(R5年)	
	婚姻件数	件	394(R5年)	
	婚姻率		4.1(R5年)	

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	婚活イベントの参加者数	人	120(R8年度)	51(R7年度)
	②	募集定員数に対する参加者数の割合	%	95(R8年度)	87(R7年度)
	③				
	④				
	⑤				
		(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。)	%	85(R8年度)	82(R7年度)
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。)	%	85(R8年度)	72(R7年度)	
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。)	%	85(R8年度)	72(R7年度)	
④					
⑤					
⑥					
⑦					
⑧					