

(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 長野県須坂市
本事業の担当部局名 総務部政策推進課

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		1.2.3 結婚支援事業者との官民連携型結婚支援						
個別事業名		須坂市結婚支援事業(結婚支援事業者と連携した交流イベント等)				新規／継続 (一般財源での実施も含む)	新規	
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	令和7年度
総事業費(A)(円)		3,487,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)		0	差引額(A-B)(円)	3,487,000
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額		3,487,000						
費用内訳(円)	区分	諸謝金	賃金	報償費	旅費	需用費	役務費	
	総事業費	0	0	0	0	0	0	0
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	0	0	0
	対象外経費支出予定額	0	0	0	0	0	0	0
	区分	委託料	使用料及び賃借料	備品購入費	負担金	補助金	計	
	総事業費	3,487,000	0	0	0	0	3,487,000	
	対象経費支出予定額	3,487,000	0	0	0	0	3,487,000	
	対象外経費支出予定額	0	0	0	0	0	0	
	○	※上記対象経費支出予定額に本交付金の対象外となる経費は含まれていない。						
	自治体における少子化対策の全体像及びその位置付け		<自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 第6次須坂市総合計画において、重点的に取り組む総合戦略の4つの柱のひとつに「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」を掲げ、若い世代の結婚希望者が結婚しやすいまちを目指している。 未婚化・晩婚化や若者世代の市外転出等により、人口減少が続く中、地域を維持(人口を確保)していくためには、交流イベント等の出会いの場づくりや相談体制の充実、若者が希望をもってライフデザインを描けるよう支援するほか、経済的な理由で結婚や希望する子どもの数を諦めることがないよう経済的支援を一層充実していく必要がある。 <本個別事業の位置付け> 未婚化・晩婚化が進む中、結婚を希望している若者も数多くいるが、なかなか結婚まで結びつかないという現状がある。そこで本事業を第6次須坂市総合計画の中の基本目標「市民とともにつくる持続可能なまち」(施策:移住定住の促進及び若者の結婚支援)に位置づけ、結婚を希望する若者に対して出会いの場を提供し、結婚までのサポートをすることにより、参加者の結婚の希望をかなえ、本市の婚姻数の増加を図る。					
個別事業の内容	番号	項目	内容					
	1	交流イベントの開催	結婚を希望している若者の希望を叶えられるよう、出会いの場を提供するため、結婚支援事業者への委託により次のとおり交流イベントを開催する。なお、結婚支援事業者の持つノウハウを活かし、より効果的に事業を実施すること及び結婚を希望する若者を幅広く集めるために委託して実施するが、市も企画・運営に携わるものとし、官民連携で実施する。 交流イベントの開催にあたって、参加者に対して県マッチングシステムへの登録案内、個別相談の案内を行う。 ○交流イベントの企画・運営(年3回) ・参加予定者数(定員):最低定員20名(男女各10名以上×3回) ・内容:須坂市の資源を生かしたイベントを結婚支援事業者と須坂市で連携して企画。(例:市内ワイナリーでのワイン仕込み体験、市内飲食店での交流イベント等) ・対象:須坂市内に在住・在勤または、須坂市への移住に興味を持つおおむね20～30代の独身男女。(定員に満たない場合は近隣市町村在住者でも可とする。)交流イベント終了後のアンケートへの回答を必須条件とする。 ・参加費は参加者の飲食費・体験料等の実費分のみを徴収する予定。 ・県外からの参加者には、須坂市を知ってもらい、魅力が伝わるようなノベルティをお渡しする予定。 ○参加者へのフォローアップ ・イベント参加者向けにスキルアップを目的としたサポート動画を配信する。 ・サポート動画は男女別に作成し、より多くの参加者が気軽にフォローアップを受けれるよう10分程度のものにする。 ○広報について 市と結婚支援事業者で役割を分担し、幅広く参加者を集める。 ・須坂市:須坂市在住・在勤者向け周知広報(市ホームページ・市広報誌・市公式SNS(エックス、ライン等)への掲載、市内企業へのメールマガジン配信等) ・結婚支援事業者:結婚支援事業者へ登録している方へDM配信やLPの作成、専用参加者募集サイトの作成等を行い、県内外問わず幅広く参加者を集める。					

2	結婚に繋げるマッチング者個別相談の実施	交流イベントを開催すると多くのカップル(マッチング)が成立するが、交際や成婚まで結びつかないという課題がある。 そこで、交流イベントでのマッチング者を対象とした、豊富な結婚相談の実績を有する専門カウンセラーによる個別相談を行い、結婚までのサポートをきめ細かに行うことで、結婚への後押しをする。 オンラインでの相談(1回30分程度)を想定。
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)>		

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)
	結婚支援事業を通じた成婚数の累計(2021～2025の累計)		件	15 (2025年度末時点)	8 (2023年度末時点)
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			1.34 (R5年)	
	婚姻件数		件	202 (R5年)	
	婚姻率			4.07 (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	交流イベント参加者数	人	70 (R7年度)	70 (R5年度実績)
	②	募集定員に対する参加者数の割合	%	100 (R7年度)	97.2 (令和5年度実績)
	③	フォローアップ動画の視聴回数	回	70 (R7年度)	－
	④	マッチング者の個別相談回数	回	30 (R7年度)	－
	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。)	%	70 (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。)	%	70 (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。)	%	70 (R7年度)	－
	④	交流イベントでのマッチング成立数	組	18 (R7年度)	16 (R5年度実績)
	⑤	フォローアップ動画視聴後、婚活に対し自信がついた参加者の割合	%	70 (R7年度)	－
	⑥				
	⑦				
	⑧				