

## 令和4年度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

長野市

(都道府県: 長野県)

事業メニュー	優良事例の横展開支援事業			
区分	結婚に対する取組			
関連事業メニュー	2.1.3 その他、各地域において結婚を希望する者の希望の実現を支援するための取組			
個別事業名	ご縁ながの出会いの場創出事業	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5年3月31日	事業開始年度	令和3 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	—			円
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>長野市の人口は、平成12年の38.8万人をピークに、令和2年では37.2万人と自然、社会増減ともに減少傾向にある。国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口に準拠すると令和42年には27万人を割り込むとされ、本格的な人口減少局面に突入している。</p> <p>このような状況の中、当市では少子化対策として、「長野市子ども・子育て支援事業計画(令和2年度～令和6年度)」を策定し、「妊娠・出産包括支援事業(ながの版ネウボラ)」の実施など、主に子育て支援に重点を置いた施策を推進してきた。</p> <p>少子化問題は、子育て環境のほか、未婚率の上昇、晩婚化の進行に伴う出産年齢の上昇、男性の家事・育児への未参画など、さまざまな要因が複雑に絡み合っていることから、きめ細かい対策を網羅的に推進することが重要である。このため、当市では平成26年度から「結婚支援事業」に取り組み、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を推進しているところである。</p> <p>平成30年に実施した「結婚などに関する市民意識アンケート」では、独身者のうち結婚に前向きな者が7割を超える一方、実際に交際している者は21.8%と低く、「積極的に婚活をしていない」と答えた者が80.0%であった。これらの結果から、市内の独身者は「結婚に対して前向きであるものの、積極的に結婚に向けた取り組みはしていない」という傾向が浮き彫りとなった。また、独身である理由として、「異性と知り合う機会がない」と「理想の相手にまだめぐり合わない」という回答を合わせると25.8%であった。これらのことから、結婚を希望する者に対して、婚活をするために必要な知識の習得など、結婚に向けた自分磨きの場としての各種セミナーを開催するとともに、結婚機運の醸成を図るため、結婚を希望する若者を応援する市民ボランティア(ふれ愛ながの婚活「夢先案内人」)の養成に取り組み、市内の結婚を希望する者やそれを支援する者に対し必要な情報提供などを実施している。</p> <p>一方、これまで養成した市民ボランティア(ふれ愛ながの婚活「夢先案内人」)の活躍の場や、自分磨きの各種セミナーの参加者等への出会いの場の提供も必要であることから、結婚を希望する者を対象とした自分磨きのセミナーと婚活イベントを合わせて実施するとともに、市民ボランティアの支援により参加者が自信を持って参加できる出会いの場を提供する必要がある。更に、個別にアドバイスやフォローを行うための体制を整備し、ウィズコロナにおいて、人と人との交流に制限がある中、ライフスタイルに合わせた婚活を推進することで、出会いの場創出の拡充を図る必要がある。</p> <p>また、若い世代が結婚や子どもを持つことについての希望をかなえるためには、結婚や子育てを含む自分自身の人生設計について早期に考える機会を持つことが重要であることから、結婚を希望する者だけでなく、学生やまだ結婚を意識していない社会人を対象に、妊娠・出産に関する医学的知識の習得やライフデザインを描くための様々な情報を提供し、結婚や子育てを含む将来のライフデザインについて考える機会を提供する必要がある。</p> <p>令和4年度からは、「第五次長野市総合計画後期基本計画」の分野横断テーマ(長野市まち・ひと・しごと創生総合戦略)である「『ひと』が集い、つながり、育つ、ふるさと“ながの”の実現&lt;少子化対策・子育て支援&gt;」及び施策である「結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援」に結婚支援事業を位置づけている。</p> <p>本個別事業は、これまでの結婚支援の取組みを有機的に結び、交際への後押しとなる婚活イベントを新たにそれらの中心に取り込むことで、若者の結婚の希望を叶える取組みである。</p>			

(個別事業の内容) ※(注)3

<個別事業における現状と課題>

令和3年度から婚活イベントに自信を持って参加できるよう事前のスキルアップセミナーと、気軽に参加できる体験型の婚活イベントをセットで開催している。開催の際は、結婚応援ボランティアがスキルアップセミナーや婚活イベントに同席し、参加者が気軽に相談しながら参加できるよう支援を行っている。また、交際への不安がある独身者には、自分の強み・魅力を理解し表現できるよう自己プロデュースカアップのための複数回連続の自己プロデュースセミナーを開催している。

体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナーの参加者への事後アンケートでは、「結婚に対する活動に前向きになった」という人の割合は9割を超え、参加者がより結婚に対して前向きになっている。一方、男性は定員を超える申込みがあるが、女性の申込者が伸び悩んでいる状況である。

自己プロデュースセミナーでは、セミナー終了後に参加者に対し、体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナー等への参加を促しているが、参加者からは「セミナーやイベントだけでなく、個々のライフスタイルにあった婚活の方法も紹介してほしい」との声が聞かれた。

<課題への対応>

この課題に対応するため、体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナーの広報媒体について、フリーペーパーの広告掲載を止め、既

に実施しているインスタグラム広告に加え、フェイスブック広告を行いSNSを更に有効活用することで、主に女性の幅広い年齢層への情報発信の強化を図る。

自己プロデュースセミナーについては、セミナー参加者へ体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナー等の参加を促すほか、令和4年度から本市が利用団体となる予定の「ながの結婚マッチングシステム」への登録を積極的に促すことで、個々のライフスタイルにあった婚活を後押しする。

<取組内容>

①体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナーの開催

婚活イベントの実施内容に合わせ第一印象の向上、コミュニケーションカアップ等のスキルアップセミナーを婚活イベント直前に実施する。婚活イベントは、気軽に参加でき、参加者間の交流を促進する体験型とし、セミナーと同日に開催する。

結婚応援ボランティアは、スキルアップセミナー時のサポート及び婚活イベント中やイベント後に参加者のフォローを実施する。

【参加対象】 20～40代の独身者

【参集人数】 延べ190人(男女各19人×5回)

幅広く周知するため、チラシの作成及びSNS広告を実施する。

・動画やCMに比べ安価であるチラシを作成し、多数の者が利用する公共施設や企業団体等に配架する。

(配布先:企業・各種団体7,000部、公共施設2,000部、イベント時配布1,000部)

・本セミナー参加対象の年齢層の閲覧が見込めるSNS広告を活用することで、配信エリアや年齢層を限定した情報発信を行う。

※この他、市HP、twitter、市広報誌にも記事を掲載

②自己プロデュースセミナーの開催

交際に不安を感じる独身者を対象に、自分の強み・魅力を理解し表現できるよう3回連続のセミナーを開催し、自己プロデュースカアップを図る。3回目のセミナー終了後(同日)に、学んだ内容を実践する機会を提供するため、卒業パーティーを開催する。

また、セミナー受講者に対し、体験型婚活イベント&スキルアップ事前セミナー等への参加促進や、「ながの結婚マッチングシステム」への登録促進を行う。

【参加対象】 20～40代の独身者

【参集人数】 50人×3回

幅広く周知するため、チラシの作成を行う。

・動画やCMに比べ安価であるチラシを作成し、多数の者が利用する公共施設や企業団体等に配架する。

(配布先:企業・各種団体7,000部、公共施設2,000部、イベント時配布1,000部)

※この他、市HP、twitter、市広報誌にも記事を掲載

【次年度以降に向けた事業の方向性】

令和4年度に実施したご縁ながの出会いの場創出事業の参加者アンケートに基づき、イベント及びセミナー内容等について検証し、より効果的な実施方法について検討する。

【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】

【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

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 ※(注)4	KPI項目	単位	目標値	現状値
		合計特殊出生率（第五次長野市総合計画後期基本計画）	%	1.65(令和8年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.47（令和2年）	
	婚姻件数	件	1517（令和2年）	
	婚姻率	%	4.1（令和2年）	
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
	スキルアップ事前セミナー延べ参加人数	人	190	
	スキルアップ事前セミナー延べ参加人数の達成率	%	100	
	婚活イベント延べ参加人数	人	190	
	婚活イベント延べ参加人数の達成率	%	100	
	婚活イベントでのマッチング成立数	組	20	
	インスタグラム広告及びフェイスブック広告のリーチ数	回	45000	
	婚活に対し自信がたった参加者の割合(スキルアップ事前セミナー)	%	80	
	結婚応援ボランティアのフォローアップを受けた参加者の割合	%	90	
	結婚応援ボランティアの支援を受けた参加者の満足度	%	80	
	自己プロデュースセミナー延べ参加人数	人	150	
	自己プロデュースセミナー延べ参加人数の達成率	%	100	
	婚活に対し自信がたった参加者の割合(自己プロデュースセミナー)	%	80	
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	参加者募集では、ハピネスナビ信州(長野県のながの出会い応援ポータルサイト)に掲載を依頼する。			
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>結婚応援ボランティア「夢先ゴールドパートナー」企業の顧客や社員を対象に、市が行う婚活イベント等を周知するとともに、参加を後押しする。</li> <li>自己プロデュース講座の趣旨に賛同する企業は、スポンサー料を支払い事業を支援し、社員の講座への参加を後押しする。</li> </ul>			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

(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、これまでの自治体における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と、それらを踏まえた、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を記載すること。
- 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。また、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。
  - ※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。
- 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4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。