

(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 熊本県宇城広域連合

本事業の担当部局名 総務課企画財政係

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	一般メニュー							
関連事業メニュー	1.1.3 出合いの機会・場の提供に関する取組							
個別事業名	持続可能な婚活支援事業(イベント実施事業)					新規/継続 (一般財源での実施も含む)	継続	
実施期間	令和7年4月1日		～	令和8年3月31日		事業開始年度	令和4年度	
総事業費(A)(円)	605,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	605,000	
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	605,000							
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	
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	0	0	
	対象外経費支出予定額	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	605,000	0	0	0	0	605,000	
	対象経費支出予定額	605,000	0	0	0	0	605,000	
	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 当連合では、少子化対策のひとつとして平成23年度に結婚活動支援センターを設立し、結婚活動支援相談員10名を仲介役としたお見合いや婚活イベントなどの事業を展開している。これまでの登録者の累計は令和6年3月末時点で1,042人、登録会員間のみでの成婚組数は36組実績がある。 しかしながら、イベントやセミナー等を定期的に行っているものの成婚数は伸び悩んでおり、令和6年度の成婚数は未だ0組となっている。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt; 自主開催のイベントではカップル成立率はおよそ3割程度でほとんど5割を超えることはなかった。しかし、令和4年度から委託している民間の業者では、毎回約6割のカップル成立率を誇り結果は歴然である。そこで令和7年度も専門的な知識を有した民間の業者にイベントやセミナーを委託することにより、参加者の満足度を高め、カップル成立率向上を図る。</p>						
個別事業の内容	番号	項目	内容					
	1	結婚希望者向けセミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・男女別セミナー</li> <li>・参加者予定人数男女各20人程度</li> <li>・内容:著名な講師にセミナーを委託し、満足度の高いものにする。また、・服装や髪型、イベントで結果を残すためのポイント等をレクチャーすることにより、カップル成立数上昇につなげる</li> </ul>					
	2	婚活イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・婚活イベントを1回、男女各20人程度で開催する</li> <li>・メディア等でも取り上げられている著名な司会者に委託する</li> <li>・企画、運営を専門的なノウハウのある民間の業者に委託することで参加者の評価も高く、充実した内容にする</li> <li>・イベントには当センターの相談員も参加させ、常に相談・支援を行える体制づくりをする。</li> </ul>					
	3	当センターへの登録促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・婚活イベントを開催する際に参加者は当センターへの登録を必須とし、新規登録者の増加を目指す</li> <li>・当センターを知ってもらうきっかけとして、関係市町の広報誌やSNSを最大限に活用するだけでなく宇土市、宇城市を中心に配布している情報誌である「うきうきびれす」に掲載し、登録者の増加を目指す</li> <li>・イベント、セミナーを開催する際には当センターのことを紹介する時間を設け、参加者にセンターの利用についてのチラシ等を配布し登録・利用促進につなげる。</li> </ul>					
<p>&lt;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)&gt; ・イベントでは、なかなか女性に声かけすることができなかったり、髪型や服装に気を使っていない男性が多数いた。そこで令和7年度は男性向けセミナーの際に声かけのポイントや髪型のアドバイスをもちろん、ファッションコーディネーターを招き実際にコーディネートしてもらうなどの工夫をする。 ・イベントに申し込んだきっかけがSNSで知ったことが一番割合が多かったことから広報紙への掲載だけでなく、SNSの投稿頻度を増やし周知に努める。</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 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	令和8年3月31日までに当センターへの新規登録者数(年間)		人	100 (R7年度)	72 (R5年度)
	令和8年3月31日までに当センターへの来所人数(1日平均)		人	10 (R7年度)	5 (R5年度)
	令和8年3月31日までに婚活支援センターでの支援に対する満足度(満足と回答した割合)		%	80 (R7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			---	
	婚姻件数		件	---	
	婚姻率			---	
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	イベント参加者数(1回)	人	40 (R7年度)	32 (R5年度)
	②	セミナー参加者数(1回)	人	40 (R7年度)	17 (R5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。)	%	100 (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。)	%	100 (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。)	%		
	④	セミナーの内容の満足度(大変よかった、よかったと回答した割合)	%	100 (R7年度)	100 (R5年度)
	⑤	婚活イベント内容の満足度(大変よかった、よかったと回答した割合)	%	100 (R7年度)	100 (R5年度)
⑥					
⑦					
⑧					