

(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

新潟県新発田市

本事業の担当部局名

みらい創造課

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	新発田市・胎内市・聖籠町定住自立圏ライフデザイン・結婚支援事業				新規／継続 (一般財源での 実施も含む)	継続		
実施期間	令和7年4月1日		～	令和8年3月31日		事業開始年度	平成29年度	
総事業費(A)(円)	3,259,080		交付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	3,259,080	
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	3,259,080							
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	475,860	220,000	
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	475,860	220,000	
	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	2,563,220	0	0	0	0	3,259,080	
	対象経費支出予定額	2,563,220	0	0	0	0	3,259,080	
	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	<自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 全国的に少子化が進む中、当市の出生率も年々低下傾向にあり、令和5年の合計特殊出生率は、1.27であった。県平均の1.23をわずかに上回ったものの、婚姻率の低下や非婚化、晩婚化に歯止めがかかっていない。出生数は減少傾向にある一方、核家族世帯の増加に伴い孤立した状態で育児に心身ともに負担が大きくなっている。過年度に引き続き、SNSを活用し子育て世代を中心にタイムリーな情報発信を重点的に行うほか、結婚、出産、子育てのそれぞれのステージに応じた支援を行う。 <本個別事業の位置付け> 新発田市と隣接する胎内市及び聖籠町において婚姻数の低下、出生率の低下という共通の課題を抱えていたことから、平成29年度から定住自立圏連携事業の一つとして広域的な結婚支援事業を実施してきた。3市町で連携して婚活支援事業を実施することにより、対象地域が拡大されて交流人口が増加するスケールメリットに加え、経費を負担し合うことで比較的低予算で圏域内の資源を活用したバラエティに富んだ事業を実施することができる。多様化するニーズに対応し、圏域内の独身男女の未婚化・晩婚化に歯止めをかけることを目指す。						
個別事業の内容	番号	項目	内容					
	1	緩い出会いの場の提供	対象:若手社会人の独身男女、募集人数50人×1回 若い世代がライフデザインについて考える機会を提供することで、理想とする将来の希望を叶える一助とする。募集の際はコミュニケーション術などのスキルアップを前面に出しつつ、加えてライフデザイン講座として自身のライフプランについて考えるワークショップなども行うことで参加者同士が交流できる。学んで出会う緩い出会いの場を提供する。圏域内の企業に積極的に周知し、若手社会人(概ね5年目以内)を対象として、参加を募る。 ワークショップでは、若者が様々なライフイベントに対応できるよう、必要な知識や情報を総合的に習得し、自身のライフプランについて考え、将来設計を描くなどの要素を取り入れることとする。 カップリングを伴わない緩い出会いの場、気軽に参加できる内容とし、自由に連絡先交換を行えるよう、連絡先交換カードを用意する。					
	2	マッチングを伴うイベント	対象:20～40代の独身男女、参加予定人数:3回で合計100人 圏域地域の資源を生かした内容で、カップリングを行う婚活イベントを開催し、出会いの場を提供する。参加者全員(男女別)に、事前セミナーを実施し、コミュニケーション術や身だしなみなどの他、結婚、妊娠、出産にまつわる統計データを提供するなど、ライフデザイン要素を取り入れた意識向上、知識の普及を図る。より効果的な周知を行うために、Instagram広告を活用し、特に女性の集客数増加を図る。					
	3	個別相談(カウンセリング)	専門アドバイザーが、交際や結婚に関する相談について個別にアドバイス、カウンセリングを行う。毎回最大10組×5回=50組 県の「ハートマッチにいがた」臨時窓口と同日同会場で開催し、個別相談利用者へ相互の告知を行うことにより、利用促進を図る。 個別相談は丁寧な相談から利用者の満足度も高く、相談を重ねることで伴走型支援となっている。利用者の成婚報告も続いていることから事業継続の効果が現れてきた。一方で、相談者は年齢層が高く、男性の割合が多い傾向があることから、若年層や女性に向けたPRを強化していく。					
<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)> ・緩い出会いの場の集客において苦戦してきたが、令和6年度は企業を経由した周知が効果的であることが分かった。新潟県ハッピーパートナー企業や不動産関連の団体を経由した周知を強化する。 ・マッチングを伴うイベントにおいてはInstagram広告を使うことで対象者へのリーチをより広く行えることが分かった。令和7年度はInstagram広告の掲出回数を増やして周知する。 ・個別相談の利用者は年齢層が高く、男性の割合が多い傾向があることから、若年層や女性に向けたPRを強化していく。								

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)
	婚姻率			3.0(令和9年)	3.1(令和5年)
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			1.27(令和5年)	
	婚姻件数		件	281(令和5年)	
	婚姻率			3.1(令和5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	緩い出会いの場参加者数	人	50(R7年度)	43(R5年度)
	②	マッチングを伴うイベントの参加者数	人	100(R7年度)	67(R6年度)
	③	個別相談(カウンセリング)参加者数	件	30(R7年度)	25(R5年度)
	④	ハートマッチにいがた臨時窓口利用者数	人	12(R7年度)	26(R5年度)
	⑤	アフターフォロー実施数(延べイベント参加者)	人	150(R7年度)	94(R5年度)
		(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。)	%	98(R7年度)	98(R5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。)	%	---	---
	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	理想とするライフデザインを考えるきっかけとなった割合	%	85(R7年度)	85(R5年度)
	⑤	将来結婚したいと回答した人の割合	%	68(R7年度)	68(R6年度)
	⑥	マッチングイベントにおけるカップル成立割合	%	48(R7)	47.8(R6)
	⑦				
	⑧				