

(令和7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 埼玉県秩父市  
本事業の担当部局名 総合政策部総合政策課

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	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	結婚希望者の出合いを目的としたイベント・スキルアップセミナー事業					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日		事業開始年度	令和5年度
総事業費(A)(円)	583,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	583,000
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	583,000						
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	3,000
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	0	3,000
	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	負担金	補助金		計
	総事業費	421,000	159,000	0	0		583,000
	対象経費支出予定額	421,000	159,000	0	0		583,000
対象外経費支出予定額	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 過年度に引き続き、婚姻件数や婚姻率、合計特殊出生率の低下に歯止めをかけるべく、男女の出合いの機会を提供することを目的とした婚活イベントの実施や、結婚に対する意識向上を目的としたセミナーの実施を継続し、県の結婚支援センターである恋たまへの登録促進を行う。 また、結婚・妊娠・子育ての相談機会提供・支援プログラムを実施し、結婚を希望する男女への補助金交付を行うことで、結婚に伴う費用に関する経済的な不安を解消する。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt; 男女に対し出合いの機会を提供する事業として婚活イベントを継続、県の結婚支援センターである恋たまへの登録促進を行う。また、結婚を希望する若い世代に対し、婚活の悩みに沿った結婚支援事業者によるセミナーの実施、及びイベント参加後の婚活相談などの機会を設け、伴走型支援を導入する。市が行うイベントでは民間事業者の知見を活用すべく結婚支援事業者をファシリテーターとして呼び、参加者への支援を行っていただく。昨年度から引き続き、公式LINEによる情報発信頻度を増やし、参加者増を目指す。</p>						
個別事業の内容	番号	項目	内容				
	1	婚活支援セミナー	婚活のプロによるセミナーを通じ、婚活における悩み等に対して寄り添い、相談相手としてアドバイス等を行い、モチベーションを上げ成婚へつなげられるよう支援する。セミナーの後に個別相談の機会を設けるなど、市の主催するセミナーを通じ、民間事業者の知見により結婚を希望する若い世代の悩み解消を目指す。また今年度より、単発形式のセミナーではなく、ステップアップ形式のセミナーを開催し、参加回数を重ねるごとに参加者の理解を深めていくことができるよう努める。各回10名、年3回の実施を予定している。				
2	婚活イベント	過年度アンケートより、地元での婚活イベントは参加している姿を知人に見られる可能性があるとの意見を反映し、公共交通機関を使用しないバスを使った婚活イベントを実施する。飲食や共同作業をしながら交流し、最後に引き合わせ(マッチング)を行う。イベントにおいては民間事業者にファシリテーターとして参加して頂き、参加者への声掛けやサポート、およびイベント最後のマッチング前に個別にヒアリングを行い相手選びへの助言をしていただくなど、民間事業者の知見を活用する。 参加者募集においては地域の結婚事業者・恋たまと連携し募集を行う。 また今年度初の取組として、秩父市への移住を検討している方を申込の対象とし、参加規模を広げ、出合いの機会が増えるよう努める。男女各15名で、年1～2回の実施を予定している。					

<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)>  
 ・イベント後アンケートにより、地元での婚活イベントに対し、女性から知人に見られたくないため参加しづらいとの意見(課題)が見られたため、交通機関を使用せず、貸切バスを使用した開催へと変更する。  
 ・イベント後アンケートにより、女性のイベント参加の決定要因として費用が安いことが浮かび上がってきたため、女性の参加費の軽減を行い、女性参加率向上の取り組みを行う。  
 ・過年度イベントにて、最後のマッチングで相手を選ぶ際にとっても悩む、自分の選びたい相手が自分を選んでもくれないとの声があったため、最終マッチング前にファンリテーターを務める民間事業者による悩みヒアリングの個別面談、女性が希望する男性を呼び出してのラスト1対1トークタイムを設けている。昨年度までは女性のための個別面談であったが、今年は男性の個別面談も可能な限り実施し、マッチング率を上げていくことができるよう努める。

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 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
		合計特殊出生率			1.5 (R10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			0.96 (R6年)	
	婚姻件数		件	153 (R6年)	
婚姻率			2.7 (R6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	1回あたりの婚活イベントの参加者数	人	30 (R8)	20 (R7)
	②	婚活イベントでのマッチング率	%	67 (R8)	63.6 (R7)
	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。)	%	90 (R8)	84 (R7)
	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	公式LINE(婚活専用)の発信回数	件	15 (R8)	11 (R7)
⑤					
⑥					
⑦					
⑧					