

(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

(都道府県分)

個票

自治体名

長崎県

本事業の担当部局名

こども政策局こども未来課

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	ながさきで家族になろう事業	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1年度	
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、若い世代が、結婚、妊娠・出産、子育てについて自らが望むライフプランを実現できるよう支援するものである。		
	番号	項目	内容
1	1-1 自治体間連携推進の取組	(1)自治体間連携の推進にかかる実務 ・市町窓口の運営に対する支援(事業の市町別実績報告、業界団体との連絡調整と団体等を経由した企業情報の市町への提供、事業実施ノウハウ提供、タブレット貸出等) ・結婚支援の運営にかかる市町との協働、情報連携 ・企業・市町との共同企画の実現や連携した広報の実施 ・市町事業(窓口・相談会、イベント・セミナー、結婚新生活支援事業等)の周知 (2)長崎県婚活サポート官民連携協議会の開催 ・県・市町及び団体が連携し、婚活支援をはじめとする少子化対策を一体的に推進するため、構成団体相互の連絡・調整を図る場として開催。 ○構成団体:長崎県、県内21市町、民間7団体、長崎県婚活サポートセンター ○開催回数(予定):年2回+ブロック会議6階程度※オンライン開催もあり ○協議テーマ(予定): - 結婚新生活支援事業の拡大及び県の婚活支援の効果的な連携策の検討 - 当年度の取組について(実施方法の検討、進捗状況の共有など) - 効果的な情報発信について(効果的な情報発信方法、共同での県外への情報発信など) - 次年度以降の取組について(今後の展開、目標共有、さらなる連携の検討など) (3)県と市町の意見交換 ・県と個別市町との具体的な連携事業にかかる連絡調整のため、県が各市町を訪問し、意見交換を実施。 ○実施時期・回数 5月、7月、9月、11月、2月(5回) ○意見交換内容(予定) - 結婚支援、子育て支援に関する地域のキーパーソンに関する情報共有 - 結婚支援、子育て支援に関する地域団体等との連携事業の検討 - 市町窓口等での相談会の実施調整、相談会からの婚活支援への動線検討 - 複数市町にまたがる広域連携事業にかかる連絡調整、次年度事業の提案・検討 (4)地域コーディネーター等の配置 ○地域コーディネーター:県下CDの統括役として婚活サポートセンターに1名配置 - 県から婚活サポートセンターへ配置を変更。他の結婚支援の取組みとの連携強化を図ることで、市町コーディネーターによる地域主体の取組企画を促進 (人件費、旅費等を計上) ○市町コーディネーター:市町を通じ、地域で活動する方へボランティアとして委嘱(活動謝金、情報交換会出席旅費、広報資料作成費用等を計上)	
	1-2 企業(産業・職種)間交流及び民間企業との連携促進の取組	(1)企業コーディネーターの配置 ・市町と連携し、主に業種別組合、経済団体等へと働き掛けを行い、各地域における個別業種の後継者確保協議体発足の促進や産業や職種の課題に応じた主体的な取組や企業内でのライフデザインセミナー等の実施 ○企業コーディネーター:県に1名配置(人件費、旅費等を計上)	

個別事業の内容	2		(2)市町と連携した企業間交流の促進 ・センター主催や民間企業・団体等との共催等による企業間交流イベントの企画・実施、企業・団体に対する周知広報等を実施。 ○企業(産業・職種)間交流イベント・セミナー ※イベント参加者に婚活サポートセンターの紹介を行い、会員増につなげる ※イベント内では他の参加者との積極的な会話を促す工夫を行うことで参加者のコミュニケーションスキルの向上を図る		
	3	1-3 県市町連携婚活イベント・セミナー等の取組	(1)お見合いシステム・縁結び隊会員向け婚活セミナー ○実施回数:10名×10回=100名 (2)親世代向け等セミナー ○実施回数:10名×5回=50名 (3)会員等向け婚活イベント ○実施回数:10名×12回=120名 ※主にお見合いシステム、縁結び隊の登録会員を対象として開催することで、会員のマッチング機会を拡大 (4)大規模婚活イベント ○実施回数:50名×3回=150名 イベントの拡大し、予算規模を大きくすることで、1人当たりのコスト削減を図るとともに、より趣向を凝らした企画の実施が可能になり、普段婚活サポートセンターにイベントに参加していない層の取込みや他の媒体によるPR効果の拡大、報道番組等への売り込みによる露出拡大を図る。 ※参加者のお見合いシステム等への登録促進 ※市町コーディネーター等による参加者への相談支援(アドバイスや後押しによるマッチング率の向上)		
	4	1-4 マッチングシステムの会員支援強化と会員数増加キャンペーン	(1)利便性向上による会員確保及びマッチングシステム会員の支援強化 ・県と市町の連携の中心となっているお見合いシステムの利便性を向上させて会員を確保することで県全体の結婚支援全体の強化を図る。また、未活動会員やなかなかマッチング・交際に至らない会員の把握・働きかけを実施し、恋愛カウンセラー及び熟練婚活サポーターによる婚活相談につなげることで、お引合せの成功につながる支援を強化。 ○お見合いシステム改修・HP改修 ○恋愛カウンセラー等相談:月4回×3枠×12月=144回 月2回×3枠×12月=72回 ※市町窓口の実施にあたっては、恋愛カウンセラー等は県センターが派遣し、会場手配や参加者の募集は市町が実施する。 (2)婚活サポートセンターの結婚支援内容の周知及び会員登録キャンペーンの実施 ・instagramの活用やターゲティング広告などを活用し、若い世代へ向けの情報発信を強化や様々なメディアによるキャンペーンを展開し、特に若い世代で結婚を望む方の登録を促進する。そして、令和5年度のシステム改修による利便性の向上や引合せ回数増等の実績のPRを行い、退会者の再登録の促進、県外独身者(主に長崎県出身者)に向けたPRを行うことで新規会員の確保を図る。 ○テレビCM、ミニ番組の放送 ・A局: CM250本、ローカルワイド企画(3分×4回) ・B局: CM80本、TVerCM1回、ローカルワイド企画(5分×7回、90秒×5回) ・Cラジオ局:生放送レギュラーコーナー12回、フリースポットCM ○婚活イベント情報サイト会員への広告 ○Webターゲティング広告 ・全世代向け(yahoo、google等)、若者向け(インスタ、Youtube等) 約2か月×2回 ○Instagramによる発信強化 ・Instagramer等の専門人材への運営委託・直営広告 ○路面電車広告・デジタルサイネージ広告 ○各市町において、広報誌掲載、ポスター等による周知強化(各市町予算)		
	<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)> 少子化対策としての結婚支援事業を進める上では、引き続き以下のような課題の解決に向け取り組む必要がある。 ・県内各市町における結婚支援の取組に対する温度差を埋めるための連携強化 ・企業等の地域の応援者による具体的な取り組みの促進。 ・マッチングシステムの登録者の活動活性化や引合せの成功率を高めるための支援の強化 ・若い世代の結婚・子育てに対するイメージアップ ・お見合いシステムの新規登録者の伸び悩み このため、令和7年度においては、県・市町・民間団体が連携して行う婚活支援において、以下の取組を行っていく。 ・長崎県婚活サポート官民連携協議会の協議体制の見直し ・県担当職員が直接市町を訪問して行う意見交換及びWEB会議を活用した地域ごとの担当者会議等による連携強化 ・新規広報媒体での広報活動 ・市町コーディネーターとの連携強化による地域主体の取組企画の促進 ・企業コーディネーターを活用した市町と連携した企業間交流の促進 ・大規模イベントの開催				
	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)
		ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)	団体	860 (R7)	740 (R6)
		婚活支援事業による成婚数(年度)	組	150 (R7)	112 (R5)
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		1.49 (R5)	
		婚姻件数	件	4,074 (R5)	
		婚姻率		3.2 (R5)	
		KPI項目	単位	目標値(時点)	現状値(時点)

個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

番号	項目			
	(アウトプット)			
①	市町との意見交換回数	回	105 (R7)	42 (R6)
②	地域コーディネーターによる働きかけ	回	105 (R7)	368 (R5)
③	企業コーディネーターによる働きかけ	回	200 (R7)	108 (R5)
④	企業間交流イベント 参加目標人数	人	30 (R7)	61 (R5)
⑤	会員・親世代向け婚活セミナー 参加目標人数	人	150 (R7)	49 (R5)
	(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。)	%	—	—
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	R7予算における結婚支援実施市町数	市町	21 (R7)	16 (R6)
⑤	地域団体等との連携による取組数(イベント、登録会等)	回	10 (R7)	—
⑥	企業・団体等との連携による取組数(婚活イベント、社員交流会)	回	10 (R7)	2 (R5)
⑦	お見合いシステムの引合せ率(引合せが成立した会員数/会員数)	%	50 (R7)	71 (R5)
⑧				

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県
本事業の担当部局名	こども政策局こども未来課

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_1 結婚支援センターに関する取組			
個別事業名	長崎県婚活サポートセンター「あいたか」運営事業	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27年度
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、県の婚活支援における中核施設である長崎県婚活サポートセンター「あいたか」を運営するものである。			
個別事業の内容	番号	項目	内容	
	1	2-1 長崎県婚活サポートセンターの運営	(1)婚活サポートセンターの運営 ・長崎県の結婚支援を担う中核施設として、「長崎県婚活サポートセンター」を運営する。 ・活動が低調な登録会員に対する効果的な連絡手段として、令和5年度は新たにSMSの活用を開始した。 ○運営にかかる事務経費：人件費、需用費(消耗品、郵送費用等)、光熱水費、通信費、設備費 ○出会い・応援イベントの開催	
	2	2-2 マッチングシステム等の運営・保守	(1)マッチングシステム等の運営・保守 ・ビッグデータマッチング「お見合いシステム」の運営により、登録者に1対1でのお引合せの機会を提供する。 ○システム保守管理・サーバー・ドメイン利用、HP管理運用 一式 ○管理パソコンシステム利用 4台 ○タブレットリース 50台(市町窓口分含む) ・協賛企業の募集を行い、気運の醸成を図る ○チラシ：6,000枚 (2)事業PR・広報 ・「お見合いシステム」の広報のため、チラシ・ポスターを作成・配布する。 ○チラシ：20,000枚(市町配布用100枚×21市町＝2,100枚、こども未来課配布用5,000枚、自治体施設等配布用4,000枚、応援・協力企業配布用7,000枚、サポーター配布用200枚、その他センター設置用1,700枚) ○ポスター：300枚(市町配布用40枚、こども未来課配布用20枚、自治体施設等配布用120枚、応援・協力企業配布用90枚、その他センター設置用30枚) 【広報媒体選定理由】 ・県内の公共施設及び企業・団体において日常的に県民の目に触れる箇所での掲示・配布することで、婚活支援事業の認知度向上と登録者拡大につなげるため。	
	3	3-3 婚活サポーター活動経費	(1)縁結び隊によるお引合せ活動 ・県が認定する婚活支援ボランティア「縁結び隊」が、結婚を望む登録者からプロフィールを預かり、お見合いの相手を探すほか、お引合せに同席し、婚活をサポートする。 ○実施回数：年間150回 (2)婚活サポーター交流会 婚活サポーター(お見合いシステムサポーター、縁結び隊)同士が、事例の共有や、活動を行う上での悩みを相談するため、交流会を開催する。 ○実施回数：年間6回 ○参加人数：6回×10名＝60名	
	<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)> 令和6年度も昨年同様に婚活サポートセンターの運営を行っており、婚活イベント開催やマッチングシステムの運営・保守、事業PR、縁結び隊やシステムサポーター活動における業務を行ってきた。 引き続きより使いやすいシステムの構築や婚活サポートセンターの運営を行っていき、縁結び隊やシステムサポーター同士が意見交換を行う交流会の場を設けていきたい。			
KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)

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	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	740 (R6)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	112 (R5)
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			1.49 (R5)	
	婚姻件数		件	4,074 (R5)	
	婚姻率			3.2 (R5)	
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	お見合いシステム会員数	人	2500 (R7)	1500 (R6.12)
	②				
	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。)	%	50 (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。)	%	50 (R7)	-
	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。)	%	50 (R7)	-
	④	お見合いシステム引合せ率(引合せが成立した会員/会員数)	%	50 (R7)	71 (R5)
	⑤				
	⑥				
	⑦				
	⑧				

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 長崎県
本事業の担当部局名 こども政策局こども未来課

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		1.2.5 地域の結婚支援ボランティア・事業者等を活用した伴走型結婚支援の充実				
個別事業名		長崎県婚活サポーター養成プログラム実践事業		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5年度	
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、長崎県婚活サポートセンター「あいたか」の登録者に対し支援を行う婚活サポーターの資質の向上を図り、ひいては県全体の婚活支援の質の底上げを図るものである。				
個別事業の内容	番号	項目	内容			
	1	3-1 プログラムの統括	(1)研修の企画・運営 ・長崎県婚活サポーター養成プログラムに基づき、当年度における各研修及び情報交換会の企画・運営を行う。 (2)フォローアップ ・研修を受講したサポーターや、サポートを受けた会員に対してアンケートを行い、研修実施方法の見直しや養成プログラムの改訂を行う。			
	2	3-2 サポーター養成講座	・婚活サポーターに興味のある方への説明会と、婚活サポーターになるための基礎的な研修を兼ねた講座を開催する。 ○実施回数: 2地区(長崎、佐世保)×2回=4回 ○受講人数: 4回×20名=80名 ※市町・企業等から複数人の参加者を集めて依頼があれば臨時の講習会を実施			
	3	3-3 スキルアップ講座	(1)研修の企画・運営 ・婚活サポーターのスキルアップを目的に講座を開催する。 ○実施回数: 2回 ○受講人数: 2回×30名=60名 (2)フォローアップ ・研修を受講したサポーターや、サポートを受けた会員に対してアンケートを行い、研修実施方法の見直しや養成プログラムの改訂を行う。			
	4	3-4 情報交換会	・婚活サポーターの情報交換及びネットワーク化の促進のため、情報交換会を開催する。 ○実施回数: 1回 ○受講人数: 1回×40名=40名			
<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)> 令和6年度はお見合いシステムの改修により増加する引合せに対応するためのサポーター確保に向けた取り組みの強化を行ってきた。 引き続きサポーターの養成講座やスキルアップ講座、情報交換会を活用してサポート制度の充実を行っていく。						
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)
		ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860 (R7)	740 (R6)
		婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150 (R7)	112 (R5)
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			1.49 (R5)	
		婚姻件数		件	4,074 (R5)	
		婚姻率			3.2 (R5)	
		KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
		番号	項目			

個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標		(アウトプット)			
	①	婚活サポーターの登録数	人	40 (R7)	50 (R5)
	②	スキルアップ講座の受講人数	人	60 (R7)	55 (R5)
	③	情報交換会の参加人数	人	40 (R7)	55 (R5)
	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。)	%	－	－
	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	結婚支援に対する理解、関心が深まったと回答したサポーターの割合	%	90 (R7)	－
	⑤	サポーターの支援を受けた者の満足度	%	80 (R7)	－
	⑥				
	⑦				
	⑧				

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県
本事業の担当部局名	こども政策局こども未来課

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	1.2.2 若い世代の描くライフデザイン支援		
個別事業名	若い世代向けのライフデザインセミナー事業	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	
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚・妊娠・出産・子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 県では「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-②結婚を希望する独身者に対する婚活支援」を掲げており、本事業は、上記を実現するための重要な事業であり、若い世代が、結婚・妊娠・出産・子育てについて自らが望むライフプランを実現できるよう支援するものである。		
個別事業の内容	番号	項目	内容
	1	4-1 学生向け企画	(1)学生の企画・参加による学生向け就職情報誌への記事掲載 ・子育て世帯との交流や仕事と家事育児の両立など、学生が将来のライフデザインを考えることを促す記事を、学生が自分事と捉えられるよう、学生自らが企画・参加して作成してもらい、県内学生に広く配布される学生向け就職情報誌に掲載する。 ・企画・制作に学生が携わることで、必要な知識を習得し、自ら考え、同世代との議論を交わす中でライフデザインに対する深い理解と周囲への発信が期待できるほか、同世代の学生に伝えたいことを記事にすることで、同世代の学生にとって有用かつ興味を引く内容となることが期待され、より広い範囲の学生に効果的にライフデザインの重要性について啓発することができる。 (2)実施内容の共有・周知 ○学生向け就職情報誌掲載：1回(リーチ先：県内高校生全員、大学内配架) ・掲載した記事については、抜き刷りチラシを作成し、市町等を通じて市中にも配布する。 抜き刷りチラシ配布：20,000部(21市町×500部、県有施設10か所×100枚、県内大学10箇所×500部、庁内配架＋セミナー等開催時配布用3,500部) ○ライフデザイン教材(ガイドブック)の作成・配布 ・将来希望する結婚や出産・子育てを叶えるために必要な知識や人生設計を考えるきっかけとなるような情報をまとめた「ライフデザイン・ガイドブック」を作成し、上記就職情報誌への記事掲載に併せて県内の高校1年生全員に配布することでより深くライフデザインを考える契機とする。また、県・市町で開催する大学生向けのセミナー・ライフデザインワークショップの教材として活用する。 ○作成部数20,000部(配布先：県内の高校1年生15,000部、県内各地域における大学生向けセミナーでの活用5,000部)
	2	4-2 新社会人・大学生向け企画	(1)保険会社と連携した企業でのライフデザインセミナー 保険会社のライフプランナーを講師として派遣し、企業内研修等としてライフデザイン研修(セミナー)を実施。また、企業側の同意や希望によりライフデザインセミナーに併せてプレコンセプションケアについての講話等を行う。 ○実施見込 20社 (2)若年層向けのライフデザインセミナー 幅広い対象にライフデザインを考える機会を提供するため、県主催のライフデザインセミナーを実施 グループワーク等を実施し、多様な背景を持つ参加者の交流を促すことで、 ○受講人数：40人×3回＝80人 (3)ライフデザインの情報発信 ・より分かりやすくライフデザインについて発信するため、HPの改修を行うとともに気運醸成を目的とするメディアタイアップの取組と連携し、雑誌掲載や番組企画での放映による発信を強化する。
<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)> 長崎県においては、県と市町の連携を深めながら各種婚活支援施策を県民向けサービスとして展開しているが、若い世代が自ら望む結婚をかなえるためには、学生や新社会人といったより若い年代においてライフデザインを考えるきっかけづくりが必要であるが、ライフデザイン講座のみでの若者を集めることは難しいため、学校や企業を通じた情報発信を行うとともに、企業内研修や若者の集まる場でのセミナー等様々な働きかけを地道に行っていく必要がある。			

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)
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860(R7)	740(R6)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150(R7)	112(R5)
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			1.49 (R5)	
	婚姻件数		件	4,074 (R5)	
	婚姻率			3.2 (R5)	
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	学生向けきっかうの参加人数	人	40 (R7)	13 (R6)
	②	ライフデザインガイドブックの活用数	部	20000 (R7)	集計中
	③	ライフデザインワークショップの参加人数	人	80 (R7)	13 (R6)
	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。)	%	—	—
	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	学生向け企画参加者のうちライフプランについて考えるきっかけとなった割合(満足度)	%	90(R7)	—
	⑤	セミナー等参加者のうちライフプランについて考えるきっかけとなった割合(満足度)	%	80(R7)	—
	⑥				
	⑦				
	⑧				

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県
本事業の担当部局名	こども政策局こども未来課

事業メニュー		結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業		
区分		重点メニュー		
関連事業メニュー		3.2.1 自治体間連携を伴う結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり・気運醸成		
個別事業名		ながさきハッピー子育て「ながハピ！」の推進	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5年度		
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚・妊娠・出産・子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 「第2期長崎県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標のうち、「基本目標1 地域で活躍する人材を育て、未来を切り拓く」の中に「1-3-(1)-①結婚・妊娠・出産・子育てに関する意識醸成と社会全体の機運醸成」を掲げている。 本個別事業はその一環として、子育て家庭の孤立化を防止するための相談・情報発信を行うとともに、多様な主体を巻き込んだ子育て応援の機運醸成(参画者の増加)を図るものである。		
	番号	項目	内容	
	1	5-1 ポータルサイト・LINE を活用した相談窓口・ 情報配信	(1)ポータルサイト・LINEを活用した相談窓口・情報発信 ・ポータルサイト(相談チャットボット等)により、子育て家庭の孤立化を防ぎ、子育てしやすい環境を整備する。 (運営費委託料、職員旅費) ・ポータルサイトの知名度がまだまだ不十分であるため、令和7年度は、市町との連携により、知名度の向上並びに子育てに関する情報の充実を図る。 ○連携先:県内全市町 ○連携内容:市町による研修会や健診・講座等での情報発信 ○システム運用開始時期:令和5年度末 (2)妊活LINE相談窓口の運営 ・不妊について気軽に相談できるようLINEを活用した相談を実施し、不妊の早期検査・治療につなげることで、出産の希望をかなえる。 ○連携先:県内全市町 ○連携内容:市町によるLINE、電子母子手帳等の媒体を活用した周知に加え、市町の住民課や乳幼児健診、がん検診等を活用し潜在的にサービスを必要とする層への周知を図る。 相談利用者にに対し、必要に応じて市町の相談窓口を紹介し継続支援につなげる。 ○システム運用開始時期:令和3年10月 (内容) －妊活自由LINE相談 年間3回まで/妊活ライブ視聴無料 －登録利用者に対する質問配信(年間1回) －登録利用者に対する情報発信(年間最大4回) －セミナー開催1回分 (3)産後ケア予約アプリの整備・運営 ・一部地域でのみ活用されている産後ケアアプリを改修し従来の予約機能に加えて下記の機能を付加し、県下全域での活用につなげることで、産後の母親が産後ケアを受けやすい環境を整備し、市町・施設間が連携した子育て支援の強化を図る。 －施設予約情報の市町との共有機能 －施設から市町への利用結果の報告機能 等 ・また、アプリ導入のためのQRコード付き産後ケアのチラシを作成し、母子健康手帳交付、新生児訪問等の機会に配布し、利用を促進する。 ○連携先:全市町、産後ケア実施施設 ○連携内容:母子健康手帳配付や両親学級、新生児訪問等母子保健事業の機会に産後ケア事業及びアプリについての周知を図る。 ・産後ケア利用者の情報を施設と市町間でタイムリーに共有し、母子の支援につなげる。 ○システム運用開始:令和7年12月頃	
		5-2 地域における企業・団体等との連携促進及び気運醸成	(1)各主体との連携による、妊娠・出産・子育てを応援するイベントや取組の実施 ・県内各地域における企業・団体の巻き込みを一層促進するため、令和7年度は、市町と企業・団体等とが連携した子育て支援の事例を広く発信することにより、横展開を図る。 (気運醸成担当者による若者・企業等への働きかけ、コラボした取組(連携講座・イベント・共同PR等、内容は連携先との協議により決定)の実施目標10件。委託料) 【イベント】10回(スタッフ賃金、消耗品等。うち講師派遣5回)×約30人 ※ただし上記は予算の内容であり、実際の連携内容については取組の主体である企業・団体等との協議による。	

個別事業の内容

2		り決定。(例:企業と県との連携講座・イベントの実施、 企業と県とのコラボグッズ制作、民間主催コンクールへの県協賛 等) ※連携講座・イベントについて(想定) 対象者:連携企業の社員、連携団体の構成員 実施回数:5回 参加者数:30人×5回=150人 ○連携先:県内全市町 ○連携内容:企業・団体等情報の県への提供、県・企業・団体等と連携した子育て支援の実施 (2)連携事例等のテレビ・SNSでの発信による社会全体での子育て応援気運の醸成 (啓発物作成・配布(反射材・リーフレット・ポスター等)、テレビCM250本・タイアップコーナーA局4回+B局5回。委託料) 【広報媒体選定理由】 ・テレビ局:県内4局のうち、子育て関係の独自企画をもつ2局を選定(タ方ローカル枠・CM) ・幅広い年齢層が利用しているgoogle・yahoo広告を選定 【啓発物配布先】・反射材:街頭啓発、イベント等で10,500個配布 ・リーフレット:市町、業界団体、県窓口等に10,500部配布 ・ポスター:市町、業界団体、県窓口等に3,250部配布 ○連携先:県内全市町 ○連携内容:県作成動画・記事等の市町ウェブサイト・SNS等での拡散、イベント等での啓発物配布 (3)啓発グッズ・チラシ等を作成し、企業・団体等との連携を図ることで広く周知を図り、結婚・子育ての気運を醸成。 ○啓発ステッカー作成 ○ながさき結婚・子育て応援宣言ポスター作成
3	5-3 企業・店舗等の主体的な子育て応援の取組の促進	(1)「ながさき子育て応援の店事業」の推進 (協賛店舗の開拓・利用促進活動への補助金) ・物価高騰の影響が懸念されるため、令和7年度は協賛店舗への働きかけによるサービス維持・向上と、制度の認知度向上による店舗数拡大を図る。 ○連携先:県内全市町(南島原市ほか) ○連携内容:応援の店制度の周知広報(乳幼児健診等でのチラシ配布等) 【補助事業の理由】 県民会議は、県内の子育て支援団体等のネットワークの核となっている唯一の団体であることから、県内各地において市町民会議や子育て支援団体とのネットワークを活かしながら協賛店舗を拡大していく観点、及び利用者(子育て家庭)の声を反映した事業運営を行う観点から、県が同会議との協働事業として応援の店事業を推進する必要性が高いと考え、補助を行っている。 (2)フリーマガジン「ココロン」への広告出稿 (長崎県青少年育成県民会議が発行するフリーマガジンへの広告料 3回) ・企業の取組を一層促進するため、令和7年度は企業による主体的な子育て応援の取組事例を発信する。 ○連携先:県内全市町 ○連携内容:フリーマガジンへの寄稿、幼稚園・保育所・認定こども園・地域子育て支援拠点・市町窓口等を通じたフリーマガジンの配布 【配布先】 県内幼稚園・保育所・認定こども園、地域子育て支援拠点、小児科・小児歯科、市町窓口等で毎号70,000部配布 【広報媒体選定理由】 長崎県青少年育成県民会議と県が協働して作成・発行している冊子であるため。
4	5-4 こどもの意見を取り入れたメディア環境の改善	(1)メディア安全指導員の養成・派遣 (学校等でインターネット・電子メディアの安全な使い方について講義を行う指導員の養成及び講師派遣にかかる、長崎県青少年育成県民会議への委託料) ・メディア安全指導員養成講座 対象者:メディア安全指導員(講師)として派遣要請に応じられる方 実施回数:1回 参加者数:10人×1回(長崎)=10人 ・メディア安全指導員スキルアップ研修 対象者:メディア安全指導員として養成された方 実施回数:2回 参加者数:30人×2回=60人 ・こどもメディアサミット 対象者:県内小中学生、保護者、教職員、メディア安全指導員 等 実施回数:3回 参加者数:30人×3回=90人 (2)こどもまんなかメディアリテラシー向上事業 (小中学校での学校メディア宣言実施支援及びこどもメディアサミット実施にかかる、長崎県青少年育成県民会議への委託料) ・こどもまんなか社会の実現に向け、令和6年度からこどもの意見を取り入れたメディア環境改善に取り組む。
	5-5 共家事・子育ての促進	(1)男性育休取得促進セミナーの実施 ・県内企業の男性育休に対する意識改革促進のため、県内企業の経営者・管理職・人事労務担当者等を対象にセミナーを実施する(年1回)。セミナーの内容については、男性育休先進企業の講演、長崎労働局による制度説明等を実施。 ○連携先:長崎労働局、県内全市町、経済団体等 ○連携内容:結婚・子育て応援宣言やココロねっこ運動などの取組で築いた企業・経済団体等とのつながりを活用し、経営者等への意識変容の働きかけを行うとともに、全県下を対象とし企業向けに男女が共に家事・子育てを担う取組や情報発信を行うことで、市町が行う両親学級等の個人向けの取組への参加促進を図る。 また、長崎労働局と連携して周知・広報を実施することで、テーマに関心の低い企業にも広く声をかけることができ、より多くの県内企業の参加を図る。 (2)共家事・子育て啓発冊子・動画の活用

5	・令和6年度に県で作成した啓発冊子を市町の母子健康手帳交付窓口で引き続き配布するとともに、市町の両親学級や子育て団体による勉強会等で、共家事・子育て促進を目的とした講座等を開催 ○連携先:県内全市町(講座等については6市町程度) ○連携内容:市町の母子健康手帳交付窓口で引き続き冊子を配布するとともに、市町の両親学級等で冊子や動画を活用するほか、意識啓発のための講座等を連携して実施し、主に子育て世帯に向け共家事・子育て促進の意識醸成を図る。 (3)共家事・子育てウィークの実施 ・男女が共に家事や子育てを担うことによる女性活躍推進及び男女共同参画実現のため、「共家事・子育てウィーク」を設定し、協力可能な企業・団体や市町とともに、集中的な期間での周知・啓発を実施 ○連携先:民間企業・団体等、県内全市町 ○連携内容:集中的な期間に、民間企業・市町等で実施可能なイベントの開催や情報発信を呼びかけ、共家事・子育て促進に向けた周知・啓発を県下全域で連携して実施
	<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)> ・ポータルサイトの知名度がまだまだ不十分であるため、令和7年度は、市町との連携により、知名度の向上並びに子育てに関する情報の充実を図る。 ・県内各地域における企業・団体の巻き込みを一層促進するため、令和7年度は、市町と企業・団体等とが連携した子育て支援の事例を広く発信することにより、横展開を図る。 ・物価高騰の影響が懸念されるため、令和7年度は協賛店舗への働きかけによるサービス維持・向上と、制度の認知度向上による店舗数拡大を図る。 ・こどもまんなか社会の実現に向け、令和6年度からこどもの意見を取り入れたメディア環境改善に取り組む。 ・共家事・子育て促進については、イベントによる限定的な啓発から、冊子・動画による幅広い啓発・定着へと見直し、取組を強化する。

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 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値(時点)	現状値(時点)
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860(R7)	740(R6)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150(R7)	112(R5)

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			1.49 (R5)	
	婚姻件数		件	4,074 (R5)	
	婚姻率			3.2 (R5)	

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	ポータルサイトアクセス件数(県単独で実施した場合10,000件)	件	15000(R7)	-
	②	働きかけ回数(県単独で実施した場合:50回)	回	100(R7)	153(R5)
	③	(婚活LINE)相談利用件数	件	170(R7)	168(R5)
	④	(産後ケアアプリ)導入機関数	か所	34(R7)	12(R6)
	⑤	男性育休取得促進セミナーへの参加企業数	社	100(R7)	開催前
		(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。)	%	-	-
	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	ポータルサイトの満足度	%	80(R7)	69.2(R5)
	⑤	連携件数	件	10(R7)	75(R5)
	⑥	(婚活LINE)婚活LINEを利用しての満足度	%	80(R7)	77(R5)
	⑦	(アプリ)産後ケア利用率	%	25(R7)	16.9(R4)
	⑧	参加企業において、男性の育休取得促進の意識が高まったと答えた企業の割合(満足度)	%	80(R7)	開催前

(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 (都道府県分) 個票

自治体名	長崎県
本事業の担当部局名	企画部政策企画課

事業メニュー		結婚・妊娠・出産・子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業			
区分		重点メニュー			
関連事業メニュー		3.2.1 自治体間連携を伴う結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成			
個別事業名		少子化対策をはじめとする人口戦略フォーラムの実施		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
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 本県の少子化対策は、総合戦略に基づき結婚、妊娠・出産、子育てまでの一貫した取り組みを推進しており、結婚・子育てを応援する社会全体の気運情勢と結婚支援事業の一体的な展開に取り組んでいる。 結婚支援事業については、県婚活サポートセンターを中心に、実施体制の整備や婚活支援事業の認知度向上を図る。 また、子育て支援については本県独自のココロねっこ運動による地域全体でこどもを育てる意識・気運の醸成やポータルサイト・LINE等での相談窓口強化やPUSH型配信により子育てしやすい環境を整備。 <本個別事業の位置付け> 地方創生2.0の展開により女性や若者に選ばれる地方の構築を支援する国や次世代に持続可能で夢や希望を描くことができる未来を創るために立ち上げた全国知事会人口戦略対策本部との動きと連動し、少子化対策をはじめとした人口戦略を国民的議論に発展させ、日本の総力を挙げて対策していくための国民運動を起こすため、九州・山口地方を対象とした地方主催による人口戦略フォーラムを長崎県及び開催予定地である長崎市との共催により開催し、結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成を図ることを目的とする。			
個別事業の内容	番号	項目	内容		
	1	少子化対策をはじめとする地方版人口戦略フォーラムの実施	少子化対策をはじめとした重要課題について、少子化の現状、今後の見通しや社会構造の変化等について、県民をはじめ、産学官金労言を中心とした県下全域の関係者が共通認識を持ち、今後の施策の方向性を考える契機とし、少子化対策について多様な主体の参画を促進し、官民が連携して取り組むとともに、長崎県全体の機運の醸成・向上を図ることを目的に、人口戦略会議の取組と連携し、長崎市と共催で人口戦略フォーラムを開催する。 フォーラムにおいては、結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくりの実現のために必要な事項について専門的・多角的な議論を行い、新たな施策の構築や効果的な施策の横展開など、県民全体としての運動を展開していくための意識向上を図る。 《参加対象者》 ・産学官勤労言を中心とした各種関係団体、県民 ・参加者数(想定):600人(会場の収容人数) ※対面及びオンライン配信のハイブリッド方式で実施 《プログラム(案)》 ①開会・主催者挨拶、②政府代表挨拶、③基調講演、④パネeldiscussion、 ⑤若者・女性からの意見発表、⑥九州各県知事によるセッション、 ⑦少子化対策の先進事例の現地視察及び意見交換		
	<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)
	ながさき結婚・子育て応援宣言団体数(累計)		団体	860(R7)	740(R6)
	婚活支援事業による成婚数(年度)		組	150(R7)	112(R5)
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			1.49(R5)	
	婚姻件数		件	4,074(R5)	
	婚姻率			3.2(R5)	
	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	フォーラム開催数	回	1(R7年度)	---

個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標	②	フォーラム参加者数	人	600 (R7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。)	%	-	-
	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	フォーラムを契機として少子化・人口減少にかかる意識が向上した参加者の割合	%	70 (R7年度)	---
	⑤				
	⑥				
	⑦				
	⑧				