

(令和4年度第2次補正) 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 高知県 (都道府県: 高知県)

本事業の担当部局名 子ども・福祉政策部 子育て支援課

事業メニュー	地域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結婚支援の取組		
個別事業名	高知県出会い・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	交付決定日 ~	令和6年3月31日	事業開始年度 令和2 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	17,570,431		円
	<p>(地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け)</p> <p><地域における実情と課題> 本県の合計特殊出生率は、平成29年は前年を0.09ポイント上回る1.56であったが、その後下降に転じ、令和3年においては1.45と前年より0.02ポイント上昇。出生数は過去最少となった前年から8人増の4,090人と横ばいの状況だったが、婚姻件数については、対前年△108組の2,332組で戦後最少となった。これまでの取り組みにより本県の合計特殊出生率は平成21年の1.29を底に回復基調にあるが、目標としている令和32(2050)年の合計特殊出生率2.27の達成に向けて出生率を高めていく必要がある。</p> <p>また、令和4年度に実施した県民意識調査によると、「高知県が安心して『結婚』『妊娠・出産』『子育て』できるような社会になっていると考える人の割合」について、ライフステージの各段階別で分析すると、「子育て中の方」の27.4%に対し、「子どもがいない方」は19.9%と、7.5ポイント低く、様々な支援サービスを知らないことなどが漠然とした不安感につながっていると推測されるため、特に、子育て前の若い世代の「不安感の解消」が重要である。</p> <p>さらに、同県民調査では、理想とする子どもの数(2.20人)と予定する子どもの数(1.85人)に乖離があり、その理由として、経済的な問題の次に仕事と家庭の両立の困難さがあるためと考えられ、仕事と育児の両立ができる環境づくりの取組を推進していくことも重要である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 本県においては、少子化対策を県の5つの基本政策に横断的に関わる政策の1つとして位置づけ、「第2期高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下「総合戦略」)において、「『結婚』『妊娠・出産』『子育て』の希望をかなえる、女性の活躍の場を拡大すること」を基本目標の一つとし、「Ⅰライフステージの各段階に応じた少子化対策」「Ⅱ官民協働による少子化対策を県民運動として展開」「Ⅲ女性の活躍の場の拡大」を基本的方向として構成して取り組んでいるところである。</p> <p>総合戦略の基本的方向「Ⅰライフステージの各段階に応じた少子化対策」の具体的施策として、 (1) 出会いの機会の創出 (2) 安心して妊娠・出産・子育てできる環境づくり (3) 安心して子育てできる環境づくり～働きながら子育てしやすい環境づくり～ の取り組みを行っており、本個別事業は上記(1)のための施策の一つとして実施するものである。</p>		

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>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>1 マッチングシステムについて 今年度実施したオンライン入会登録システムリニューアルに併せた20～30代新規登録者入会登録料割引キャンペーン(105人利用(キャンペーン期間R4.12まで))により、12月末の登録会員数は715人となっており、会員登録者の年齢別割合に見ると、20～30代は55%に増加したところである。 一方で、マッチングシステムの認知度が依然として低い(令和4年度県民意識調査結果では、マッチングシステムの認知度は24.7%)ことや、「婚活」は若年層にとってハードルが高く、既存の県の結婚支援を利用しづらいことが課題として挙げられる。 そのため、結婚を希望していても行動を起こせていない独身者に対し、気軽に行動してもらえるよう、登録へのハードルを下げる必要がある。 また、直接の人との関わりや会話の進め方等、婚活に対する会員の活動不安や、悩みの相談機会の創出を図るため、結婚相談所等の講師による相談会も必要である。</p> <p>2 出会いイベントについて 「高知家の出会い・結婚・子育て応援団」が実施する出会いイベントについては、平成30年度は150件を超える開催があったものの、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和元年度:124回、令和2年度:45回、令和3年度:37回と、引き続き極端な減少から回復できていない状況であるが、令和4年度県民意識調査において、「出会いや結婚に関する行政の支援が必要と思うもの」との質問項目に対し、「出会いを目的としたイベントの充実による出会いの場」が11.3%と、出会いの場を求めている声は少なくない。しかし、イベント名に「出会い」「婚活」「結婚」等を意識付けるワードが含まれている場合、独身者のいる企業等においてイベントの周知、集客を図る際に「ハラスメントと捉えられる」といった企業側の懸念も聞かれ、新型コロナウイルス感染症の影響で出会いイベントが減少していることに加え、近年の風潮により企業側も出会いイベントに対し消極的な面が見られる。 一方、同県民調査において、「出会いを直接の目的としない多職種での交流の機会の充実」を求める声は「出会いを目的としたイベントの充実による出会いの場」を上回る19.3%の回答が得られ、婚活に踏み出す手前の段階である交流に関してもニーズが高いことが判明した。 また、企業からの意見交換の場として設けた「出会い支援の強化に関する検討会」においても「友人と参加できるような気軽なイベントが良い(周囲に参加を見守られるのは恥ずかしい)」「婚活の前に人との関わりを増やすことが必要」といった声も聞かれ、企業側も「異業種交流やセミナー」といった要素があると参加を促しやすいとの声も挙がった。</p> <p>3 サポーター制度について 本県では2つのサポーター制度を運用し、出会いや結婚への支援を希望する独身者への出会いの機会の創出を行っている。しかしながら、サポーターが少ない地域もあり、サポーターの養成が課題となっている。 (婚活サポーター) 出会いや結婚への支援を希望する独身者をそれぞれの地域で応援するボランティアである。平成22年度にサポーター制度を創設し、現在は登録者数88人(令和4年12月末)である。 また、養成研修を受講しても、引合せ活動の負担感から登録を躊躇する参加者が約4割いたことから、平成30年11月からお引合せは行わず、主に出会いイベントの情報発信や独身者の希望により婚活サポーターへとつながる窓口となる「婚活サブサポーター」制度を創設し、令和4年12月末現在で登録者は25人となっている。 (マッチングサポーター) マッチングサポーターは、マッチングシステム会員へのフォローや出会いイベントにおけるフォローを行うボランティアである。 平成27年度に、マッチングシステム会員へのフォローを行うボランティアを「マッチングサポーター」、出会いイベントへのフォローを行うボランティアを「イベントサポーター」と、2種類のサポーターとして制度創設していたが、独身者等から「サポーターの違いが分かりにくい」との意見もあり、令和元年度から、2種類のサポーター名称を「マッチングサポーター」と統一した。令和4年12月末現在で90人が登録している。</p>	<p>(課題への対応)</p> <p>1 マッチングシステムの改修及び相談会の開催(上記1への対応) <u>イベントの参加者に対し、「マッチングシステム体験キャンペーン」を実施し、無料でマッチングシステムを利用できる期間を設ける機能を追加する。</u>機能の追加などにより、マッチングシステム入会に対するハードルを下げ、利用を促す。また、認知度の向上のため、キャンペーンの広報を実施する。これにより、イベント参加に対するメリットが生まれるほか、会員登録が増えることによる会員の活動の活性化を図り、お引合せ申込数、お引合せ成立数を増やす。 また、<u>現在実施している出張登録閲覧会に合わせて相談会を開催することで、相談の機会の増と質の向上を図り、会員の活動不安を軽減、新規会員の獲得を目指す。</u></p> <p>2 婚活の前段階である仲間づくりからはじめるハードルの低いイベントの開催及び相談員のスキルアップ(上記2への対応) モデル事業として、<u>こうち出会いサポートセンターを主軸に自治体、企業と連携し、それぞれの得意分野などを中心に、婚活の前段階である仲間づくりを目的とした社会人交流イベントを開催する。</u>また、各イベントにはアイスブレイクとしてゲーム感覚で楽しめるライフプランセミナーを付属させ、参加者が将来のさまざまなライフイベントに柔軟に対応できるような知識や情報を総合的に習得する機会を設ける。また、イベントの実施にあたって、<u>これまでのマッチング成立を前面に出したイベントの構成とは違った視点でのイベントづくりについて学ぶ機会や、アイスブレイクとなるライフプランセミナーの進め方について、センタースタッフのスキルアップが必要となることから、センタースタッフへのスキルアップ研修を併せて実施する。</u></p> <p>3 サブサポーター制度の見直しとスキルアップ研修の実施(上記3への対応) 登録への負担感を軽減するため、サブサポーターにおいては養成講座の受講を条件とせず、<u>必要書類の提出のみで手軽に登録できるようにすることで登録者の増を図る。</u> また、サポーターにはスキルアップ研修を実施し、活動内容や活動に当たって留意すべき事項について基本に立ち返り、再確認していただくと共に、相談者への対応方法などについて学んでいただく。</p>
--	--

	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
個別事業の内容 ※(注)3	1	市町村勉強会の開催	<p>県が取り組む少子化対策について、勉強会を通じて市町村における企業等への働きかけ等の取組を促し、県と市町村とで連携して取り組む体制を構築する。</p> <p>また、市町村と県の取組を共有し、課題認識や他の自治体の取組内容を情報共有する場を設定することにより、各市町村の子育て支援等の取組の充実を促すとともに、自らの取組を見直す機会とする。(市町村勉強会:34人(34市町村)×3回=延べ102人)</p> <p>なお、この市町村勉強会開催に併せて、結婚新生活支援事業の事業拡大及び今後の取組推進に係る連携方策について議論する場を設け、現在活用している市町村の事例共有等を行いながら、横展開を図る。</p>		
	2	「高知で恋しよ!!応援サイト」システム改修及び出張相談会の開催	<p>出会いイベント及び社会人交流イベントの参加者が、期間限定で無料でマッチングシステムを利用できる機能を追加する。実際にマッチングシステムの利用方法を知ってもらうとともに、新規入会に対する心理的ハードルを下げることで新規会員の獲得を目指す。また、既存会員にとっても新規会員登録者が増加することでお相手探しの幅が広がるため、会員活動の活性化に繋がる。</p> <p>なお、システム改修により会員登録数の増及びお引き合わせ数の増が見込まれることから、以下の取り組みについて、市町村と連携して実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お引き合わせ会場の発掘(「高知家の出会い・結婚・子育て応援団」登録数増に向けた掘り起こし) ・出張登録閲覧会に併せた相談会の開催(年4回) ・マッチングシステム入会登録料の助成(交付金対象外) 	○	○
	3	婚活の前段階である仲間づくり「社会人交流イベント」の開催	<p>こうち出会いサポートセンター委託事業内で、コロナ禍において人との出会いや交流の機会が減少している若い世代に対し、興味関心に応じて集い、ライフプランも学べるハードルの低い出会いの機会として、マッチングのない「社会人交流事業」を開催する(年20回開催(体験10回、ライフプラン10回)参加者数計800人)。</p> <p>体験型イベント実施にあたっては、企画・運営を民間事業者に再委託するとともに、こうち出会いサポートセンターに登録しているイベントアドバイザー・ファシリテーターを活用することでイベント参加者同士の円滑な交流や連絡先の交換がしやすい環境づくりを支援する。</p> <p>また、イベントと有機的に連携する取組として、以下2つの取組を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゲーム感覚で学べ、イベント前のアイスブレイクとなるようなライフプランセミナーを実施し、体験型のイベントと併せて若い世代の交流の活性化を図る。 ・イベント参加者には、こうち出会いサポートセンターのマッチングシステム体験キャンペーンを案内するほか、マッチングありの出会いイベントの案内も行い、婚活や結婚に対してのきっかけとしてもらう取組を併せて展開することで結婚への意識醸成を図る。 <p>自治体や企業と積極的に連携し、各地域の特性や企業の商品を活かしたイベント企画をはじめ、準備から当日まで主体的に参画し、参加者の確保や、運営補助にあたる。</p> <p>特に、自治体間連携を行う市町村が実施するイベントについては、こうち出会いサポートセンターでの広報をはじめ、運営実施についても連携し、県が実施する社会人交流イベントの実施自治体としても参画を促す等、多種多様なイベントの創出につなげていく。</p>	○	○
	4	イベント開催及びマッチングシステム体験機能追加に伴う広報	<p>広報媒体:①高知新聞、②Web配信、③ほっとこうち(月間タウン情報誌)、④電車広告、⑤なごみのカフェブック(年1回発刊カフェ情報誌)、⑥出会い支援事業パンフレット、⑦広報グッズ(二つ折りカード及びカード立て)、⑧広報グッズ(ポケットティッシュ)、⑨広報用チラシ、⑩広報用ポスター</p> <p>(1)広報の目的:出会い・結婚支援事業の認知度向上、独身者等への活用促進</p> <p>(2)訴求対象者:独身者及び独身者の親や支援者等</p> <p>(3)当該広報媒体の選定理由</p> <ol style="list-style-type: none"> ①県内シェアが高く、幅広い年代層が購読している。 ②InstagramやTwitterを通じて幅広い世代に配信できる。 ③県下唯一のタウン情報誌であり、20代～50代まで幅広い年代に購読されている。喫茶店等でも設置されており、回読、精読など販売部数以上の影響力がある。 ④当該路面電車は県中心部を運行しており、軌道上の市町村人口は県全体の半数以上を占めていることから、幅広い年代に利用されている。また、中心部への通勤で利用する乗客が多く、訴求対象としたい年代層へのリーチが可能である。 ⑤主な読者層が20代～30代の女性であるとともに、本冊子は喫茶店等で1年間設置されるため、長期間繰り返し回読、精読され、販売部数以上の影響力がある。 <p>(4)広告スペース及び掲載回数</p> <ol style="list-style-type: none"> ①テレビ欄下半五段カラー×1回、②キャンペーン期間中配信、③1/2ページ×1回、④電車扉及び電車内広告、⑤1/3ページ×1回 <p>(5)想定リーチ数</p> <ol style="list-style-type: none"> ①発行部数173,872部、県内占有率(シェア)86.89%(平成29年6月現在) ②広告への反応17,500回(Instagram、Twitterそれぞれ) ③発行部数20,000部 ④乗客数(1ヶ月平均延べ)約52万人、⑤発行部数20,000部 <p>(6)広報物の作成部数と配付先</p> <ol style="list-style-type: none"> ①1,000部 配布先:応援団等企业、市町村、県・センター ⑦15,000部 配布先:応援団等企业、県・センター ⑧10,000部 配布先:応援団等企业、サポーター、県・センター ⑨20,000部 配布先:応援団等企业、コンビニ、市町村、サポーター、県・センター ⑩500部 配布先:コンビニ、市町村、サポーター、県・センター 		○

5	センタースタッフのスキルアップ研修の実施	<p>・センタースタッフへのスキルアップ研修の実施(年4回 延べ15人) ※研修の1人当たり単価@10,000円超となるが、センタースタッフの人材育成に係る費用であり、研修実施後にセンター登録者への支援の質が向上し、効果の広がりが見込まれる。</p>	○	○
6	サポーター(婚活サポーター・サブサポーター・マッチングサポーター)研修の開催	<p>登録への負担感を軽くするため、サブサポーターにおいては養成講座の受講を条件とせず、必要書類の提出のみで手軽に登録できるようにすることで登録者の増を図る。また、新たに、これまでの個人単位でのサブサポーター登録に加え、企業・団体も県の結婚支援について広報できるような取組を行う。</p> <p>広報としては、引き続き、民生委員、自治会役員、JA女性部会員、教職員・県職員OB、市町村職員等に参加の呼び掛けを行うとともに、管内自治体と連携して人材発掘に努める。また出前型、オンライン型での養成研修も実施することで、受講者の利便性の向上とサポーター不在地域での登録を進める。</p> <p>また、養成講座等の実施において、婚活サポーター制度の内容、活動の流れ、相談時の注意事項等を記載したパンフレットを活用し、婚活サポーターが独身者や親御さん等から相談を受けた際に制度の説明資料として用いるとともに、婚活サポーター制度の広報資料として用いる。</p> <p>配布先: 婚活サポーター・サブサポーター1部×240人=240部、県(新規勧誘分)160部 特に、独自の婚活サポーター登録制度や、県婚活サポーターを活用した独自の相談窓口の設置、県の実施する養成講座を活用した婚活サポーターの登録を行っている市町村については、自治体間連携により、積極的に養成講座を実施するとともに、協議会、交流会への参加を促す等県内全域にわたるサポーター活動の活性化を図る。</p> <p>・サポーター養成講座 4回以上開催、参加者10人程度/回 ・サポータースキルアップ研修 2回開催、参加者100人((婚活サポーター25人、マッチングサポーター25人)*2回)</p>	○	○
7	サポーター活動活性化事業	<p>サポーターの活動状況について情報交換等を図るため、サポーター交流会の開催(県内3ヶ所での地区別交流会や全体交流会)や、サポーター通信の発行等を実施する。</p> <p>また、婚活サポーター連絡協議会において、各地区ごとの意見を集約するなど、全県規模での情報交換の場を持つ。協議会には、各地区の組織代表が参画し、①相談事例への対応策などの検討、②相談者情報の交換、③サポーター同士の交流、④出合いイベントの実施、⑤サポーター登録の勧誘活動等の議論を行う。</p> <p>今後も、全県的な課題であるサポーターや相談者を増やす対策、相談者のお引合せ数を高めるための具体的な対策について、より地域に密着した支援の検討を重ねるため、これまでの中部、東部、西部の3団体で構成していた協議会に、新たに婚活サポーター団体を参画させ、全県的な課題や支援の取組についての共有を行う。</p> <p>・地区別交流会 3地区(東部・中部・西部)各1回開催、参加者計50人 ・全体交流会 1回開催、参加者50人(婚活サポーター30人、サブサポーター20人)</p>		○
8	婚活サポーター連絡協議会の設置及び運営	<p>組織的に活動するサポーター団体は県中部地区のみであったが、平成30年に西部・東部地区でも団体を設置した。平成31年2月には、県内3地区の代表による「高知県婚活サポーター連絡協議会」を創設し、各地区団体での活動の情報共有や情報交換を行っている。また、各地区団体においては定期的に交流会(サポーター同士、独身者同士)や出合いイベントを開催するなど婚活サポーターが自ら組織的に活動する形が出来上がってきている。</p> <p>現在、上記3団体以外にも精力的に活動している婚活サポーター団体があるため、より地域の実情に精通しているこれらの団体にも協力を依頼し、婚活サポーターの広域的なつながりを強化する必要がある。</p> <p>・婚活サポーター連絡協議会の運営 2回開催 ※連絡協議会委員: 18人</p>		○
9	独身者相談会	<p>婚活サポーターに登録している相談者(独身者)の中には、なかなか結婚にまでつながらない方もいるため、そうしたことから、主にマッチング会員やイベントユーザーなどの独身者を対象に、日頃の出会いや結婚への不安や悩みについて、婚活サポーター等が話を聞き、アドバイスを行う相談会を開催する。</p> <p>・独身者相談会の開催 6回</p>		○
<p>【次年度以降に向けた事業の方向性】</p> <p>マッチングシステムについては、令和5年度以降も継続して、システム等の利便性向上、認知度向上の対策を講じて運用強化を進め、各会員数やお引合せ(カップリング)数の増を図る。</p> <p>ボランティアについては、令和5年度以降も継続して、研修・交流会を実施し、婚活サポーター・サブサポーターを更に増やす(令和6年婚活サポーター110人、サブサポーター300人目標)とともに、スキルアップに取り組む。また、各地区におけるサポーター団体の自主的な活動を強化し、全県的に情報交換を行うことで、取組の更なる拡充を図る。</p>				
<p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p> <p>ボランティア事業: 島根県「はっぴーこーでいねーたー(はぴこ)事業」</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 ※(注)4	KPI項目		単位	目標値	現状値
	合計特殊出生率(R6)			1.70	1.45 (R3)
	安心して「結婚」「妊娠・出産」「子育て」できる社会になっていると考える人の割合(R6)		%	50	22.0 (R4)
	理想的な子どもの数、現実的に持ちたい子どもの数(R6)			理想と現実の数を上昇、理想と現実数の差を縮小	理想の数2.20人 (R4) 現実の数1.85人 (R4)
	平均初婚年齢(夫・妻)(R6)			年齢低下	夫：30.8歳(R3) 妻：29.6歳(R3)
参考指標 ※(注)5	項目		単位	直近の実績	
	合計特殊出生率			1.45 (R3)	
	婚姻件数		件	2,332 (R3)	
	婚姻率			3.4 (R3)	
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
	取組2関連				
	マッチングシステム改修後、6ヶ月以内の会員登録数		人	150	R4.10~R4.12：135人
	マッチングシステムお引合わせ成立数(R5年度)		組	400	R4.12：255人
	登録会員数に対するお引合わせ成立数の割合(R5年度)		%	45	R4.12：35.6%
	相談を受けた者の満足度		%	70	60.3 (R3)
	フォローアップ後の意識変容・行動変容が見られる参加者の割合		%	85	-
	取組3関連				
	社会人交流イベント参加者数		人	800	-
	社会人交流イベント参加者満足度		%	80	-
	社会人交流イベント参加者のうち連絡先を交換した割合		%	50	-
	取組4関連				
	「高知で恋しよ!!応援サイト」アクセス数		件	180,000	R4.12：137,897
	取組5関連				
	研修参加者数(延べ人数)		人	15	-
	研修後の意識変容・行動変容が見られる参加者の割合		%	80	-
	取組6～9関連				
	婚活サポーター登録者数		人	110	88 (R4.12)
	婚活サブサポーター登録者数		人	170	25 (R4.12)
	婚活サポーターの支援を受けた者の満足度		%	70	62.5 (R3)
	サポータースキルアップ研修(参加者数)		人	100	26 (R4.12)
	サポータースキルアップ研修(研修後の意識変容・行動変容が見られる参加者の割合)		%	100	94 (R4.12)
	婚活サポーター連絡協議会(開催回数)		回	2	1 (R4.12)
	個別相談会において「今後の婚活の参考になった」と回答した参加者の割合		%	100	100 (R4)
	マッチングサポーター登録者数		人	110	90 (R4.12)
	マッチングサポーターの支援を受けた者の満足度		%	70	60.3 (R3)
	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	<p>出会いの機会の創出は、広域的な取組により効果を高めるため、県と市町村の連携により実施する。具体的には、以下の方法とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マッチングシステムの登録や閲覧ができる出張登録閲覧会を開催する。 ・婚活サポーター及びマッチングサポーターが活用できる相談者同士のお引き合わせ会場を発掘する。 ・婚活サポーター及びマッチングサポーターの養成講座について県の取組を広域的に周知する。 ・地域の特色を活かしたイベントを開催し、参加者に対し、マッチングシステムの体験登録キャンペーンを案内する。 <p>【自治体間連携により実施する事業】 高知県：高知県出会い・結婚支援事業 安芸市：安芸市出会いの場創出支援事業 四万十市：出会いサポート事業 仁淀川町：仁淀川町結婚支援事業 四万十町：婚活推進事業</p> <p>【自治体間連携により効果的・効率的になる内容】 ・マッチングシステムのキャンペーン広報、婚活サポーター及びマッチングサポーター養成講座の開催等、県の取組を市町村と共有し、管内での広報や、人材発掘、市町村独自のサポーター制度との連携を密にすることで県全体の結婚支援体制の強化を図る。 ・イベント実施の際は、市町村単独での広報のみならず、こうち出会いサポートセンターを通じ全県に広報することで広域的に出会いの機会を周知する。</p>			
<p>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</p> <p>本事業は、県主導で事業を展開するが、民間事業者においては、高知家の出会い・結婚・子育て応援団として登録していただき、本事業の周知及び広報PRにご協力いただく。 また、地域の独身者に対して、県の出会い・結婚支援事業の周知及び広報PRにもご協力いただく。</p>					