

(令和8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 青森県西目屋村
本事業の担当部局名 住民課

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		西目屋村ひろさき広域出愛サポートセンター運営				新規／継続 (一般財源での実施も含む)	継続	
実施期間		R8.4.1		～	R9.3.31		事業開始年度	平成29年度
総事業費(A)(円)		121,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	121,000
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額		121,000						
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	負担金	補助金	計		
	総事業費	0	0	121,000	0	121,000		
	対象経費支出予定額	0	0	121,000	0	121,000		
	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		＜自治体における少子化対策の全体像＞※全事業共通 少子化の進行を制御するため、安心して子どもを産み育てられる環境の充実を図るとともに、結婚を希望する方の出会いの場の創出に取り組みます。 結婚応援の取組みとしては、過年度に引き続き、婚姻者数の増加及び結構に対する意識の高揚を図るため、あおり出会いサポートセンターの運営事業や弘前圏域定住自立圏構想8市町村が連携、1対1のお見合いや結婚イベントなど、多様な出会いの場を創出し、結婚を望む独身者の交際・結婚へのきっかけ作りを実施する。						
		＜本個別事業の位置付け＞ 平成28年に「弘前圏域定住自立圏形成協定」に「婚活支援の促進」の取組を追加し、圏域全体に婚活支援を展開することで、多様な出会いの場の創出、成婚の促進及び定住人口の増加を図ることとしています。 「第2期西目屋村まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、基本計画の一つに「子育てがしやすい村づくり」を掲げ、保育料無料化や子育て成奨励金の支給、医療費の助成等を行い、子育て支援の促進をしています。本事業は子どもを増やすためのきっかけの一つとなる「出会いの場の創出」に位置づけられています。						

個別事業の内容

番号	項目	内容
1	ひろさき広域出愛サポートセンター運営	弘前圏域定住自立圏構成市町村(弘前市、黒石市、平川市、藤崎町、板柳町、大鰐町、田舎館村、西目屋村)が連携し、1対1のお見合い支援を行うサポートセンターを設置しています。 基本的なマッチング方法は、会員が異性のプロフィール帳から会いたい相手を選び、センター事務局である出愛コーディネーター(弘前市会計年度任用職員)が相手にお見合いの申し出があった旨を連絡し、両者の同意が得られた場合にお見合いを実施するものです。特徴として、お見合いの際は冒頭の一定時間、出愛サポーター(住民ボランティア)が同席し二人の会話をサポートします。また、出愛サポーターは、会員と自身の知り合いの非会員とを引き合わせることができるため、より多くの出会いの場を提供することが可能となります。 利用対象:18～59歳までの結婚を希望する独身男女で、 弘前圏域在住または結婚後に弘前圏域に住む意思があること 利用料 :登録料、年会費無料(※お見合い時には、サポーターへ500円の支払いあり) 利用期間:2年間(※更新可能) 【取組内容】 ①お見合い支援の実施 ②会員、連携団体等の獲得に向けた周知 ・各市町村の広報誌、ホームページ、各種SNSを活用した情報発信を実施します。 ・ひろさき広域出愛サポートセンター公式SNS等を活用したターゲティング広告配信を実施します。 ③登録会及び平日夜間登録会の開催 ・センターの定休日である日曜日に、予約不要の会員登録会を開催し利便性の向上を図ります。 ・平日夜間の予約不要会員登録会の開催時間を見直し、土日勤務の方、休日に出かけることにハードルを感じる方が登録しやすい体制を整えます。 ④プロフィールカード相談会の開催 ・プロのカメラマンやヘアメイク、婚活を支援するサポーターのアドバイスを受けながら、プロフィールカードを作成する相談会を実施します。
2		
3		
<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)> ・男性会員に対し女性会員の割合が少ないため、SNS等で女性が目を引くようなレイアウトを意識した情報発信を実施する。 ・アンケート結果からは「PR不足を感じる」といった声があることから、HPの成婚者の声を充実させるほか、SNSの更新頻度を増やしてまいります。		

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)
	出生率		%	5.1 (R8年)	2.5 (R7年)
	婚姻率		%	2.9 (R8年)	2.5 (R7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			1.9 (R7年)	
	婚姻件数		件	3 (R7年)	
	婚姻率			2.5 (R7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	センター新規会員登録者数	人	100 (R8年度)	100 (令和7年度見込み)
	②	ターゲティング広告リーチ数	人	456,000 (令和8年度)	455,718 (令和7年度)
	③	平日夜間登録会参加者数	人	6 (令和8年度)	6 (令和7年度)
	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。)	%	89 (令和8年度)	88.7 (令和7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	引き合わせ成立件数(＝お見合い実施件数)	件	93 (令和8年度)	91 (令和7年度見込み)
	⑤	カップル成立件数(＝お見合い後の連絡先交換件数)	人	7 (令和8年度)	3 (令和7年12月末現在)
	⑥	成婚件数	件	7 (令和8年度)	3 (令和3年12月末現在)
	⑦				
	⑧				