別紙様式第1　様式2

個票 ③

（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　（都道府県分）　個票

| | |
|---|---|
| 自治体名 | 青森県 |
| 本事業の担当部局名 | こども家庭部こどもみらい課 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 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 | 出会い・結婚バックアップ事業（マッチングシステム会員登録促進） | | | | | 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7年度 |
| 総事業費（A）（円） | 6,882,000 | | 寄付金その他の収入予定額（B）（円） | 0 | | 差引額（A-B）（円） | 6,882,000 |
| 対象経費支出予定額（円）※補助率を乗じる前の額 | 6,882,000 | | | | | | |

| 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 | 440,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 対象経費支出予定額 | 440,000 | 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 | 6,442,000 | 0 | 0 | 0 | | 6,882,000 |
| | 対象経費支出予定額 | 6,442,000 | 0 | 0 | 0 | | 6,882,000 |
| | 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

過年度に引き続き、婚姻件数や婚姻率の低下に歯止めをかけるべく、結婚支援センターの運営、マッチングシステムや結婚相談所の活用により出会いの機会を創出するほか、ライフプラン講座の開催やライフデザイン形成支援情報誌の制作等により、主に若い世代に対象にライフデザインの形成を支援する。

また、EBPMを意識した事業を推進するため、実施後に事業対象者に丁寧にアンケート調査等を行い、次年度以降により効果的な取組を行えるように留意する。

＜本個別事業の位置付け＞

マッチングシステム利用者増加にむけて、認知度を高めるための広報を実施するほか、マッチングシステムの安全性に対する不安が利用を躊躇する大きな原因となっていることから、安全な利用に向けたセミナーを開催する。

**個別事業の内容**

| 番号 | 項目 | 内容 |
|---|---|---|
| 1 | SNS広報及びリーフレットの作成 | 若い世代のマッチングシステム「AIであう」の認知度を高めるため、20～30代を対象に、web広告（X、Instagram、Googleリスティング広告等）を実施し、集中的なプロモーションを行うほか、結婚支援センターやマッチングシステムについて理解を促進するリーフレットを制作する。 |
| 2 | 安全な利用に向けたセミナーの開催 | マッチングアプリやマッチングシステムを利用した効果的な出会いの方法やマッチングシステムの写真やプロフィールから危険な相手を見分ける方法、連絡をする際や実際に会う場合の注意点等を伝えるセミナーを開催する。<br>講師2名×2回開催 |
| 3 | 市町村との連携 | ・県と連携して取り組む市町村において、マッチングシステム出張相談会や出張面談会を開催する。<br>連携市町村：十和田市、平川市、藤崎町、大鰐町、七戸町、東北町、おいらせ町<br>・県と連携して取り組む市町村において、婚活イベント等対面での出会いの機会を開催する。<br>連携市町村：三沢市、つがる市、横浜町、西目屋村 |

＜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7年度は、SNS広告等を活用し、マッチングシステムのプロモーションやマッチングアプリ等の安全な利用方法の普及を目的とする情報発信を行った。
・今後は、より効果的な方法や媒体を検討し、マッチングシステム会員の登録促進を図っていく。

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 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<br>※全事業共通 | KPI項目 | | 単位 | 目標値(時点) | 現状値(時点) |
| | 婚姻率 | | ‰ | 2.9より増加 (R11年) | 2.9 (R6年) |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.68 (R11年) | 1.14 (R6年) |
| | 出生数 | | 人 | 5,099より増加 (R11年) | 5099 (R6年) |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 参考指標<br>※全事業共通 | 項目 | | 単位 | 直近の実績値(時点) | |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.14 (R6年度) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 3313 (R6年度) | |
| | 婚姻率 | | | 2.9 (R6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 | 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 | SNS広告インプレッション数 | 回 | 1,000,000(R8年度) | 2,093,184(R8.2時点) |
| | ② | 情報発信インプレッション数 | 回 | 1,000,000(R8年度) | 1,899,389(R8.2時点) |
| | 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。) | % | ー ー ー | ー ー ー |
| | 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。) | % | ー ー ー | ー ー ー |
| | 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。) | % | ー ー ー | ー ー ー |
| | ④ | マッチングシステム新規登録者数 | 人 | 300 (R8年度) | 403 (R6年度) |
| | ⑤ | | | | |
| | ⑥ | | | | |
| | ⑦ | | | | |
| | ⑧ | | | | |