

(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 熊本県熊本市

本事業の担当部局名 こども局こども育成部こども政策課

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	1.1.1 結婚支援センターに関する取組						
個別事業名	くまもと出会いサポートセンター”Kumarry”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8年4月1日	～	令和9年3月31日	事業開始年度	令和6年度		
総事業費(A)(円)	44,000,000	寄付金その他の収入予定額(B)(円)	10,206,000	差引額(A-B)(円)	33,794,000		
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	44,000,000						
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	44,000,000	0	0	0		44,000,000
	対象経費支出予定額	44,000,000	0	0	0		44,000,000
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</p> <p>「熊本市第8次総合計画」に基づき、こどもの笑顔があふれ、若者をはじめとした多様な人々が希望を抱いて暮らすことができるまちを目指し、結婚、妊娠、出産などの希望を叶えるための取組を進めており、子育て支援の更なる充実を図るとともに、結婚したい人の希望を実現するための出会いの機会創出に取り組んでいく。また、結婚・子育て支援に関する情報を効果的に発信していくとともに、企業等での子育て等支援の取組を評価し、有益な事例の横展開や企業PRを行うことで、社会全体で結婚・子育てを応援していく気運醸成を図っていく。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt;</p> <p>結婚を望むすべての人の希望を実現するため、出会いの機会の創出に大きな役割を果たす「くまもと出会いサポートセンター”Kumarry”」の運営を行うことで、独身者が簡単に安心して理想の相手を探ることができる環境を整備するもの。</p>						

番号	項目	内容
1	くまもと出会いサポートセンター”Kumarry”の運営	結婚支援を包括的に行う「くまもと出会いサポートセンター”Kumarry”」を運営する。 ○AIマッチングシステムによる1対1のお見合い支援 ・システム管理・運用 ・会員登録処理 ・お見合い実施 ・交際成立後のフォロー など ○婚活相談の実施 ・センタースタッフや外部講師による婚活相談会を年6回以上実施 ○企業・団体や個人ボランティアの登録促進 ・くまもと出会い応援団や協賛企業の募集、登録 ・くまもと出会いサポーターの募集、養成講座の実施、登録、フォローアップ研修の実施 ○周知・広報 パンフレット、ポスター、行政ホームページ、専用SNS(Instagram、YouTube)、専用サイト、テレビCM、生活情報誌など
2	婚活イベント・セミナーの開催	結婚を希望する方がその希望を叶えられるよう、出会いの機会を創出するため、次のとおり婚活イベントとスキルアップセミナーを開催する。 イベント・セミナーの開催にあたっては、くまもと出会いサポートセンター事業の周知及びマッチングシステムへの登録を促すとともに、社会全体で結婚の機運醸成を図る。 ○大規模婚活イベント(年1回) ・参加予定者数(定員):200人(男女各100人) ・内容:謎解き、ボードゲーム、スイーツなど ○婚活イベント(年11回予定) ・参加予定者数(定員):220人(男女各20人×11回) ・内容:立食パーティー、ゲーム形式、体験型など ○スキルアップセミナー(年6回予定) ・参加予定者数(定員):90人(15人×6回) ・内容:ファッションコーディネート、メイクアップ、マナーアップ、ライフデザイン、コミュニケーションアップ、魅力の棚おろし、恋愛力アップなど ○周知・広報: チラシ、行政ホームページ、専用SNS(Instagram、YouTube)、専用サイト、生活情報誌など
3	AIマッチングシステム等の保守運用・改修	AIマッチングシステムの運営により、会員に1対1でのお見合いの機会を提供する。また、マッチングシステムの機能改修を行うことで、会員の利便性向上を図る。 ○システム保守管理、サーバ・ドメイン利用、HP管理運用 一式 ○システム・専用サイト改修 一式
<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)> ・事業開始時と比較すると、新規会員獲得数が低下傾向にあるため、会員数獲得のため、広報に特に力を入れていく。 ・マッチング会員の満足度向上のため、スキルアップセミナーや婚活相談会を定期的に開催することで、サービス充実を図っていく。 ・会員アンケートでシステムの使いづらさに対する不満があったため、機能改修を行うことで会員満足度を向上していく。 ・大規模イベントの開催や婚活イベントの回数を増やすことで、より多くの出会いの機会を提供していく。		

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)
	子育てが楽しいと感じる市民の割合		%	85.0 (R9年度)	83.7 (R6年度)
こどもの権利が守られていると感じる市民の割合		%	55.0 (R9年度)	45.2 (R6年度)	
合計特殊出生率			1.50 (R9年度)	1.32 (R5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		1.32 (R5年度)		
	婚姻件数	件	3,170 (R6年度)		
	婚姻率		4.3 (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	マッチング会員登録数	人	2,000 (R8年度)	1,400 (R7年度見込)
	②	婚活イベントの募集定員数に対する参加者数の割合	%	90 (R8年度)	93 (R7年度見込)
	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。)	%	80 (R8年度)	44 (R7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	婚活イベント・セミナー参加者の満足度	%	80 (R8年度)	70 (R7年度見込)	
⑤					
⑥					