

(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 奈良県平群町
 本事業の担当部局名 総務部まち未来推進課

| | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|---|---|-----|-----------|------------------------|-----------|
| 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 | 一般メニュー | | | | | | |
| 関連事業メニュー | 3_1_1 その他、結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業 | | | | | | |
| 個別事業名 | 平群町結婚・子育て施策等情報発信事業 | | | | | 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5年度 |
| 総事業費(A)(円) | 3,539,690 | 寄付金その他の収入予定額(B)(円) | 0 | | | 差引額(A-B)(円) | 3,539,690 |
| 対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額 | 3,539,690 | | | | | | |
| 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 | 67,650 | 1,822,040 |
| | 対象経費支出予定額 | 0 | 0 | 0 | 0 | 67,650 | 1,822,040 |
| | 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 | 1,650,000 | 0 | 0 | 0 | | 3,539,690 |
| | 対象経費支出予定額 | 1,650,000 | 0 | 0 | 0 | | 3,539,690 |
| | 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><自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 令和5年度から始まった第6次総合計画においても『住みたい・住み続けたいまちになるための施策』の1つに子育て支援やシニアプロモーション等を位置づけており、過年度に引き続き、若い世代の出産や子育ての応援する施策と結婚新生活支援補助金交付事業の積極的な情報発信を図り、20～30代の人口増加と合計特殊出生率の向上を目指す。</p> <p><本個別事業の位置付け> 子育て世帯へのインタビュー記事等を地域情報誌に発信していくとともに、若い世代が活用しているSNS等の広報媒体を活用して発信し、出産・子育て支援等における平群町の魅力を町内外の人に伝える。 また、引き続き公共交通機関へのポスター掲出やデジタルサイネージへの掲出を行い、奈良県内及び大阪府東部で「出産や子育て支援に力を入れているまち＝平群町」というイメージの形成を図り、20～30代の新婚世帯や子育て世帯の転入超過を目指す。</p> | | | | | | |
| 個別事業の内容 | 番号 | 項目 | 内容 | | | | |
| | 1 | 公共交通機関への広告掲出 | 制度PR用ポスター等を制作し、鉄道駅構内にポスターの掲出やデジタルサイネージを活用して、平群町結婚新生活支援について周知を図る。 また、出産・子育て支援に力を入れている町であることをPRするためのポスター等を制作し、バスの車内に掲出することで更なるプロモーションを行う。 ■鉄道駅への掲出 ・B1ポスター掲出(5駅、7日間×2回) ・デジタルサイネージ(1駅、7日間×2回) ・ポスター及びデジタルサイネージ制作 ■バスへの掲出 ・B3ポスター(40台、6カ月) ・デジタルサイネージ(60台、6カ月) ■ポスター印刷 ・鉄道駅(B1×24枚) ・バス(B3×42枚) | | | | |
| | 2 | 地域の子育て情報誌(紙媒体)と生活情報誌への掲載 | 子育て世帯へのインタビューや座談会を通じて、実際に平群町で子育てをしている方が感じている町の魅力やオススメの子育て施策を把握し、発信する。 また、誌面では伝わらない平群町での子育てや暮らしをより一層イメージできるインタビュー動画を制作する。 ■地域情報誌でのプロモーション ・誌面掲載(1ページ×1、見開き×2回) ・取材動画制作(1回) | | | | |
| | TikTokを活用したシ | 若年層の新婚世帯や子育て世帯に町の魅力をPRし、町内での出産や子育て世帯の転入を促進するため、町の | | | | | |

3

ティプロモーション

公式TikTokに映像コンテンツを制作・発信する。

・平群町PR動画 5本

<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)>

- ・地域情報誌について、各回に対するコメント(読者の声)をもとに、より良い誌面作りや内容のブラッシュアップに努めており、子育てに関する町内施設や子育て支援策について知らなかったというコメントも多く、紙面やSNSともに継続的な発信に努める。
- ・若い世代の目を引き付ける動画制作に努め、端的かつより平群町の魅力が伝わるような内容に努める。

| 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) |
|--|---------------------|--|----|-------------------|-------------------|
| | | 住民基本台帳における0～4歳の人口 | | 人 | 472 (R9年度) |
| | 住民基本台帳における20～39歳の人口 | | 人 | 2,493 (R9年度) | 2,766 (R6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 | | 1.22 (H30年～R4年) | |
| | | 婚姻件数 | 件 | 48 (R6年度) | |
| | | 婚姻率 | | 2.7 (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 | 制作したTikTokコンテンツの閲覧数(各回合計) | 回 | 400,000回 (R8年末時点) | 364,572回 (R7年末時点) |
| | 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。) | % | - | - |
| | 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 | 地域の子育て情報誌に寄せられた意見数(各回合計) | 件 | 30 (R8年度時点) | 24 (令和6年度) |
| | ⑤ | | | | |
| | ⑥ | | | | |
| ⑦ | | | | | |
| ⑧ | | | | | |