

(令和5年度補正) 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 平群町 (都道府県: 奈良県)
本事業の担当部局名 まち未来推進室

事業メニュー	結婚_妊娠_出産_子育てに温かい社会づくり_機運醸成事業				
区分	一般メニュー				
関連事業メニュー	3.1.5 結婚・子育てを応援する社会的機運の醸成の広報				
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6年4月1日 ~ 令和7年3月31日			事業開始年度	令和 5 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	3,929,640				円
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	(これまでの少子化対策の全体像及びその効果検証から浮かび上がった地域の実情及び課題) ※全事業共通 平群町の人口(国勢調査ベース)は平成12年の20,497人をピークに減少の一途をたどっており、令和2年には18,009人で、65歳以上人口の割合が38.8%と3人に1人以上が高齢者であり、20～39歳の人口割合が国や県と比較しても低い状況になっている。また、本町は20～30代の若者の減少に伴って出生数も減少傾向にあるが、特に第1子の出生数が減少していることから、第一子を出産する可能性が高い若い新婚世帯をいかに獲得するかが喫緊の課題となっている。				
	(当年度の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) ＜当年度の少子化対策の全体像＞ ※全事業共通 R5年度から始まった第6次総合計画においても『住みたい・住み続けたいと思われるまちになるための施策』の一つに子育て支援やシティプロモーション等を位置付けており、若い世代の出産や子育ての応援する施策の実施と当該施策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。				
	＜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や令和5年度に本交付金を活用して制作したPR動画等を地域情報誌やwebメディア等の様々な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、昨年度に引き続き公共交通機関へのポスター掲示やデジタルサイネージへの掲出を行い、奈良県県内及び大阪府東部で「出産や子育て支援に力を入れる町＝平群町」というイメージの形成を図る。				
	(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)) 本町が「結婚や子育てを応援している町」として定着させるためには、単発的な発信ではなく、継続的に発信していくことが必要。昨年度に制作したPR動画やポスター等を活用しつつ、鉄道駅だけでなく、奈良県内を中心に事業を行うバス会社等での発信を行う。				
個別事業の内容 ※(注)3	番号	項目	内容	ステップアップ	KPI設定
	1	公共交通機関への 広告掲出	鉄道駅においてポスター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補助金交付事業」の周知を図る。 <u>また、出産・子育て支援に力を入れる町であることを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。</u> ○鉄道駅への掲出 ・デジタルサイネージ (14日間) ・B1ポスター(5駅、各駅2枚、14日間) <u>○バスへの掲出</u> ・デジタルサイネージ (6ヶ月間) ・B3ポスター (6ヶ月間)	○	○
	2	地域の子育て情報誌(紙媒体)と生活情報誌(Web版)への掲載	平群町の子育て支援制度や子育て世帯座談会、「食」や「生活」など平群を拠点に子どもに関わる活動をされている方へのインタビュー等を発信することで、平群町での子育てや暮らしのリアルを伝える。 ○子育て情報誌(隔月発刊)への掲載 (3回) ○地情報誌(Web版)への掲載 (1回、バナー掲示 1ヶ月)		○
	3	TickTokを活用した シティプロモーション	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、町の公式TikTokアカウントを開設し、映像コンテンツを制作・発信する。 ○平群町PR動画×10本 ○移住促進動画×5本		○
【次年度以降に向けた事業の方向性】 鉄道駅への広告掲示については、継続的に発信していく。 地域の子育て情報誌及び生活情報誌子育て情報誌については、寄せられた意見等を参考に発信情報内容を工夫していくとともに、地域情報誌Web版へのアクセス数等から効果検証を行い、効果の大きかった媒体については継続した情報発信に努める。R5年度に制作した媒体(PR動画やパンフレット)についても併せて発信して行く。 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 特になし。					

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 ※全事業共通	KPI項目		単位	目標値	現状値
	住民基本台帳における0～4歳の人口(自然増減を加味した人数)		人	473 (R7)	475 (R5)
	住民基本台帳における20～39歳の転入者数(10月1日～9月30日)		人	267 (R6)	247 (R5)
参考指標 ※(注)5 ※全事業共通	項目		単位	直近の実績	
	合計特殊出生率			1.15 (2013-2017)	
	婚姻件数		件	32件 (R3奈良県人口動態統計_確定数)	
	婚姻率			1.8 (R3奈良県人口動態統計_確定数)	
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
	事業内容 番号	項目			
		(アウトプット)			
	1	PR動画の再生回数	回	400	-
	2	地域情報誌Web版へのアクセス数	回	300	-
	3	制作したTickTokコンテンツの再生回数	回	500	-
		(アウトカム)			
	1	結婚新生活支援事業に関するアンケートにおける「本事業の認知度」	%	40	0 (R5.12末)
	2	情報誌に寄せられた意見数(各回の平均)	件	20	-
	3				
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	当該事業で制作・発信した情報を町ホームページに掲載し、県のホームページ等へリンクを貼ることでプロモーション効果を高める。				
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	各事業者が持っている発信方法を活用する。 道の駅や小売店、町内施設に設置したシティプロモーションコーナーを活用する。				

(注)

- 1「対象経費支出予定額」には、本交付金の対象外経費を除いた対象経費支出予定額(補助率を乗じる前の額)を記入すること。また、金額の根拠となる資料(見積書等)を添付すること。
- 2「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」には、次の①～③を記載すること。ただし、結婚新生活支援事業において、③は記載不要。
 - ①これまでの少子化対策の全体像及びその効果検証から浮かび上がった地域の実情及び課題
 - ②当年度の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
 - 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)
- 3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的内容を記載すること。

※個別事業を次年度以降も自立的に発展させるため、事業内容の末尾に必ず次年度以降に向けた事業の方向性を記載すること(結婚新生活支援事業においては記載不要)。

※事業内容を検討する上で参考とした既存事業があれば、都道府県名又は市町村名、事業名を記載すること(結婚新生活支援事業においては記載不要)。
- 4「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」については、自治体の少子化対策全体のKPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体は少なくとも令和6年度終了時点で、各自治体において効果検証を実施すること。
- 5「参考指標」には、各自治体の合計特殊出生率、婚姻件数、婚姻率を記載すること。
- 6「個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標」には、自治体における少子化対策の全体像の中での本個別事業の位置付けを踏まえ、KPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体において効果検証を実施すること。

※過去に関連する事業を実施している場合は、過去に設定したKPIを踏まえたKPIを設定すること。

※結婚支援センター事業を実施する場合は、参考として直近年度の「会員登録数」「引き合わせ成立者数」「カップル成立組数」「成婚数」を記載すること。
- 7「他自治体との連携・役割分担の考え方及び具体的方策」には、本個別事業を他の都道府県や市町村と連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記載すること。
- 8「民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を民間事業者との連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記入すること。