

(令和6年度補正分) 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 千葉県大多喜町  
 本事業の担当部局名 企画課地域交通係

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 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	大多喜町結婚支援事業					新規／継続 (一般財源での実施も含む)	新規	
実施期間	令和7年4月1日		～	令和8年3月31日		事業開始年度	令和7年度	
総事業費(A)(円)	99,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	99,000	
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	99,000							
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	99,000	0	
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	99,000	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	備品購入費	負担金	補助金	計	
	総事業費	0	0	0	0	0	99,000	
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	0	99,000	
	対象外経費支出予定額	0	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                      過年度に引き続き、結婚を希望する方に対する支援として出会いの場を創出するイベント及び男女別のセミナーを開催。通年実施しているお見合い事業と併せて、多様な支援を実施することで婚姻件数の増加を図る。                      また、結婚当初に係る経済的不安を軽減することを目的に、結婚新生活支援事業を実施する。                      R7年度からは新たな取り組みとして、子育て世帯及び若い世代を支援する取組をまとめたガイドブックを作成する。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt;                      町で実施している各結婚支援事業の情報を効率的に発信することで、結婚支援事業の利用者数の増加を図る。</p>						
個別事業の内容	番号	項目	内容					
	1	事業全体の周知広報	<p>本町では、結婚希望者のニーズに対応できるよう多様な支援を実施しており、1対1のお見合い、多人数形式の婚活イベント、新婚世帯への新生活支援事業補助金を実施している。                      広報については事業毎にチラシを作成しており必要に応じて配付しているが、事業毎のチラシとなっているため、町で実施している結婚支援事業を総じて掲載した広報物はない。効率的に、また受け取り手にわかりやすいものとするために事業を総括したチラシを作成する。</p> <p>町内企業にアンケートを取った際に、結婚支援は必要と感じているが会社としてどのような対応をしたらよいか分からない(未婚者に対してどの程度アプローチしていいか不安)、町が実施している結婚支援事業には協力したいと答えた企業が多くあった。                      このことから、チラシの配架にご協力いただくことで、会社の未婚者・結婚希望者に間接的にアプローチすることができ、会社側の負担も増えずに広報ができると考える。                      商業施設への掲載については、町内外の方が目にする機会が増えることで、町の結婚支援事業を広く周知することを目的としている。これは、大多喜町外在住の方から町の結婚支援事業について問合せ・イベントの参加をいただくことが増えてきたこともあり、近隣市町と比較すると充実した結婚支援事業となっていることが要因と推測される。                      内外的にも、対外的にも広く広報することで、地域全体で機運醸成を図りたい。</p> <p>・広報回覧                      ・町内企業、近隣自治体等 約100箇所                      ・町お見合い事業登録者 約30名</p>					
2								

4		
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)>

- 女性参加者は都市部を中心に募集をかけており、若い世代からの応募も多く、かつ大多喜町のような田舎への移住も視野に入れている方が多いことが分かった。
- 町内に向けての周知は、町広報誌・SNS・商業施設及び企業へのチラシ配布を行い、なるべく情報が行き届くようにしてきたが町内在住の参加者は男女ともに少なく、特にターゲットとしている男性の集客を上げることが課題となっている。
- イベントに興味を持ってもらえるよう過去のイベントの詳細(どのような方が参加されているか、具体的なイベント内容、過去に参加された方のコメント)を募集の際に紹介する。

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)
	公的結婚支援をきっかけに交際に発展した人数		人	4 (令和7年度)	2 (令和6年度)
	公的結婚支援による成婚者数		組	1 (令和7年度)	0 (令和6年度)
	年間出生数		人	15 (令和7年度)	13 (令和6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			0.89 (令和5年度)	
	婚姻件数		件	13 (令和5年度)	
	婚姻率			1.6 (令和5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のリーチ数(投稿1件あたりに対する平均値)	件	80 (令和7年度)	50 (令和6年度)
	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	お見合い事業登録者数	人	40 (令和7年度)	29 (令和6年度)
	⑤				
⑥					
⑦					
⑧					