

(令和4年度第2次補正) 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 箕輪町 (都道府県: 長野県)
 本事業の担当部署名 企画振興課

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	箕輪町結婚新生活スタートアップ補助PR事業	新規/継続 (一般財源での実施も含む)	継続		
実施期間	交付決定日 ~	令和6年3月31日	事業開始年度	令和3 年度	
対象経費支出予定額 ※(注)1	36,300 円				
自治体における少子化対策の全体像及びその中の本個別事業の位置付け ※(注)2	(地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け) <地域における実情と課題> 箕輪町の出生数は平成10年度257人であったが、令和2年度は131人、令和3年度は166人と減少傾向にあり、町にとって少子化が大きな課題となっている。 平成30年の出生率は7.4と、国7.4、県7.0、郡6.8を上回っているが、婚姻数は平成10年に147件であったが令和3年は83件まで減少するとともに、令和3年の婚姻率は3.4と、国4.3に比べて大きく下回っている。さらに、15歳から39歳の女性人口の推移をみると、平成20年4,025人であったが、ここ10年で1,158人減少し、平成30年は2,946人と激減している状況である。 この様な状況から、町では平成28年に総合計画「第5次振興計画」を策定する中で少子化対策を掲げ、出会い・結婚の支援や、育児・子育て支援など、各種施策に取り組んできた。 少子化の主たる要因としては、女性の人口減少、取り分け10代後半から30代の進学や就職などによる転出超過による社会減により、子どもを産む年齢の女性自体が減少していること、著しい婚姻率の減少による影響が大きいと考えられ、女性の暮らしやすさの向上、結婚・出産への意識の醸成、結婚を希望する人への支援が必要となっている。 <本個別事業の位置付け> 箕輪町の総合計画「箕輪町第5次振興計画」では、「①出会い・結婚の支援」、「②妊娠・出産の支援」、「③育児・子育ての支援」、「④地域で支える子育て環境づくり」の4つを柱に、少子化対策を進めることを定めている。 その内、「①出会い・結婚の支援」では、若者が結婚や出産を含め、将来を見据えた生活設計ができるように、啓発、支援活動を行っていくとともに、結婚を希望する人が希望を叶えられる様、相談機能の充実や、出会いの場をつくる取り組みを進めていくこととし、「施策1:ライフデザイン(生涯の生活設計)への支援」と「施策2:出会いの場の創出」を施策として掲げている。 本事業については、上記施策の第1節「出会い・結婚の支援」に位置づけられるものである。				
	(本個別事業における現状と課題) 婚姻届の受取時にチラシを渡すほか、広報誌等でも周知を行っているが、令和3年度に本補助金の交付を受けた6世帯のうち、本補助金を「婚姻届出前に知っていた」と回答した世帯は1世帯のみであった。 例えば、箕輪町への移住を検討するタイミングや、本人又は家族等周囲の人に情報をキャッチしてもらいやすくなるなど、更なる認知度向上に向けた取組が必要となっている。				
	(課題への対応) 幅広く結婚新生活支援事業を広報・周知するためにチラシを作成し、以下の取組を行い認知度向上を目指す。 ・チラシを作成し、引続き町内結婚式場、不動産業者、金融機関、引越業者、リフォーム工務店に配架し周知する。 ・町広報誌、情報発信アプリを活用し、広く一般にも当補助金を周知する。 ・転入世帯へ配布する町紹介資料へチラシを同封する。 ・結婚事業協力店(飲食店や雑貨屋等の対象となる世帯の利用が考えられる店舗)へチラシの配架協力していただく。				
	【次年度以降に向けた事業の方向性】 結婚新生活支援事業について、認知度が高まるよう継続して実施する。 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】				
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	結婚新生活スタートアップ補助PR事業	補助を周知するためチラシを作成する。転入、婚姻届事務担当窓口へ配架するほか、町内結婚式場、不動産業者、金融機関、引越業者、リフォーム工務店に配架する。転入世帯へ配布する町紹介資料へチラシを同封する。また、結婚事業協力店へチラシの配架協力していただく。 町外者に向けては、移住相談会で配布する。 町広報誌、町ホームページに掲載するほか、対象世代の目に留まるよう、町のフェイスブックやインスタグラムを活用し周知を行う。年度当初の周知に加え、後期に再度周知を図る。 チラシ300枚作成: 移住相談会10 転入・戸籍窓口80 公共施設30 結婚式場10 不動産業者50 金融機関50 引越業者30 リフォーム工務店40	○	○
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	KPI項目		単位	目標値	現状値
	合計特殊出生率			1.8 (2025年)	1.7 (2021年)
参考指標 ※(注)5	項目		単位	直近の実績	
	合計特殊出生率			1.7 (2021年)	
	婚姻件数		件	83 (2021年)	
婚姻率			3.4 (2021年)		
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
	結婚新生活スタートアップ事業に関するアンケートにおける「本事業の認知度」		%	40	16
	結婚新生活スタートアップ補助金を利用した者のうち、チラシにより情報を得た割合		%	50	16
	結婚新生活に伴う経済的不安の軽減に役立った者の割合(満足度)		%	80	83
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	結婚支援は、広域的な取組により効果を高めるため、県と市町村の連携により県民的な取組の強化を図っていく。上伊那結婚促進連絡会へチラシの配架協力を依頼する。				
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	町内結婚式場、不動産業者、金融機関、引越業者及び結婚事業協力店へチラシの配架協力を依頼する。				