

(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 千葉県松戸市  
 本事業の担当部局名 総合政策部 政策推進課

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	重点メニュー						
関連事業メニュー	1.2.2 若い世代の描くライフデザイン支援						
個別事業名	まつどライフデザイン事業					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7年度	
総事業費(A)(円)	3,740,000		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	3,740,000
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	3,740,000						
費用内訳 (円)	区分	諸謝金	賃金	報償費	旅費	需用費	役員費
	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	3,740,000	0	0	0		3,740,000
	対象経費支出予定額	3,740,000	0	0	0		3,740,000
	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          松戸市は、平成30年から令和6年までの間に、出生数、婚姻数、婚姻率全てにおいて減少傾向にある。背景として、未婚化の進展が大きな要因であり、若年層が「結婚に向けて何をしたらいいかわからない」「出産・子育てがしにくい社会」だと感じていることが課題だと考えられる。          そこで、松戸市の強みである「都心に近く、結婚して子どもを産み・育てながら就業しやすいまち」や、20代の転入超過といった高いポテンシャルを生かし、若い世代に積極的に働きかける各種施策を講じることで、婚姻数・出生数の増加につなげる必要がある。</p> <p>&lt;本個別事業の位置付け&gt;          当市の強みである「20代の転入超過」といった若い世代の流入・転入が多いポテンシャルを生かし、未婚化の進展の背景にあると思われる「出産・子育てに関する不安感」や「共働きや子育てのビジョンが描けていない」若い世代に対して、ライフデザインの手法を用いて積極的に働きかけるアウトリーチ型施策。          特に大学生等から社会人の若い世代に対して、地域のロールモデルによるセミナーや、一日子育て家庭体験等のリアルな体験の機会を提供し、当市における「働く・暮らす・結婚・子育て」のビジョン形成を促す事業。</p>						

	番号	項目	内容
個別事業の内容	1	ライフデザインセミナーの開催	市内大学に通う大学生等や社会人の概ね10代から30代の若い世代を対象に実施する自分らしく生きるためのライフデザインのイメージ作り支援。 具体的には、地域のロールモデルによるゲストトークおよびワークショップの参加型セミナーを開催。共働き子育て等の実体験に触れ、率直な疑問をゲストスピーカーに聞くことで、自分自身の将来像の解像度を上げ、人生設計(ライフキャリア)を考えるきっかけとなる機会を提供し、「働く・結婚・子育て等」のライフイベントに係る基本的な知識や自治体の支援制度等の情報をしてもらおうことで、結婚や出産に関する若い世代の前向きな気持ちを後押しする。 さらに副次的効果として、若者の多様な生き方を叶えるウェルビーイングの向上と、「当市で暮らし続けたい」という若者のシビックプライドの醸成を図る。  セミナー開催(2回) ・参加予定者数 30人×2回
	2	子育て家庭体験プログラム(家族留学)	市内大学に通う大学生等や社会人の概ね10代から30代の若い世代を対象に実施する自分らしく生きるためのライフデザイン・プランニングの並走型支援。 具体的には、若い世代の希望者(参加者)が、子育て家庭の1日に同行し、「公園や子育て支援施設に出かけて一緒に遊ぶ」、「お買い物に行ったり、一緒にお昼を食べる」、「自宅で家事をこなす子どもと過ごす」などの子育て家庭のリアルな日常生活の体験および子育て家庭との率直な対話を提供。そこから「働く・結婚・子育て」などの多面から、自分自身の将来設計(ライフデザイン)を深化させまた自治体の支援制度等の情報をしてもらおうことで、結婚や出産に関する若い世代の前向きな気持ちを後押しする。 さらに副次的効果として、若者の多様な生き方を叶えるウェルビーイングの向上と、「当市で暮らし続けたい」という若者のシビックプライドの醸成を図る。  一日子育て家庭体験プログラム(家族留学) ・実施回数 20回程度
<p>&lt;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)&gt;  子育て体験プログラム、ライフデザインセミナー共に参加者満足度は高かったが、参加者の確保が課題であった。  SNS等の媒体を通じて、参加者を募ったが、プログラムの性質上、成約に至るハードルは高かったように思えた。  一方で、市内大学と連携することで、ライフデザインセミナーを授業に組み込み、授業を受けた学生のうち、意欲の高い学生を子育て体験プログラムに誘導するというスキームを確立することができ、参加者の人数と質の確保ができた。  次年度は、2~3大学と連携することで、本事業の効果の最大化を図っていきたい。</p>			

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)
	婚姻率		%	5.5% (R11年)	4.5% (令和6年)
	合計特殊出生率		%	1.78% (R11年)	1.02% (R6年)
	出生数		人	5,000人 (R11年)	2,911人 (R6年)
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			1.02% (令和6年)	
	婚姻件数		件	2,155件 (R6年)	
	婚姻率			4.5% (R6年)	
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	事業参加者の人数	人	60 (令和8年)	50 (令和7年)
	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。)	%	85 (令和8年)	---
	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。)	%	85 (令和8年)	---
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。)	%	85 (令和8年)	---	
④					
⑤					
⑥					
⑦					
⑧					