

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 秋田県 (都道府県: 秋田県)

本事業の担当部局名 あきた未来創造部 次世代・女性活躍支援課

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	大学生・社会人向けライフプランニング支援事業	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 4 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	1,099,400		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	<p>(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 秋田県は、若年層の県外流出による社会減の進行のほか、独身者の意識変化及びライフスタイルの多様化等による未婚・晩婚・晩産化の進行が影響し、婚姻件数と出生数は、年々減少しており、人口の自然減に歯止めがかからない状況である。</p> <p>このような中、県人口の自然減を抑制するためには、結婚・子育てに希望がもてるよう、小学生から社会人までの各年代でライフプランを学び考える機会を充実させながら、これまで以上に家庭や職場、地域全体で結婚・子育てを応援する気運の醸成を図るとともに、あきた結婚支援センター(以下「センター」という)を本県の結婚支援の中心に位置付けながら、結婚・出産につながる独身者の出会いの機会の創出に向けた取組の拡充を図る必要がある。</p> <p>改正育児・介護休業法により令和4年10月1日から施行されている「産後パパ育休」(出生時育児休業)や「育児休業の分割取得」により、男性がさらに育児休業を取得しやすい環境が整ってきているが、民間の「男性育休白書2023」によると本県の男性の育児力の順位は46位と下位に位置している。</p> <p>秋田県の男性の家事・育児の実践数・家事・育児への関与度、家事育児を行う時間、育児休業の取得日数、男性の家事・育児を行っている幸福度のすべてにおいて全国下位に位置しており、東北6県と比較しても青森県7位、岩手県13位、宮城県14位、山形県20位と東北においても突出して男性の家事・育児に対する意識が低いことが分かる。</p> <p>(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 秋田県では、県政運営指針「新秋田元気創造プラン(2022~2025年度)」において、県民誰もが将来にわたって生き生きと暮らせる地域社会をつくるため、「未来創造・地域社会戦略」を掲げ、次の6つの「目指す姿」に向けて取り組んでいる。 目指す姿(1): 新たな人の流れの創出 目指す姿(2): 結婚・出産・子育ての希望がかなう社会の実現 目指す姿(3): 女性・若者が活躍できる社会の実現 目指す姿(4): 変革する時代に対応した地域社会の構築 目指す姿(5): 脱炭素の実現を目指す地域社会の形成 目指す姿(6): 行政サービスの向上 また、次の4つの施策の方向性に基づき、少子化対策の取組を進めていくこととしている。 方向性(1): 結婚・出産・子育てを前向きに捉える気運の醸成 方向性(2): 出会いと結婚への支援 方向性(3): 安心して出産できる環境づくり 方向性(4): 安心して子育てできる体制の充実</p> <p><本個別事業の位置付け> 目指す姿(2): 結婚・出産・子育ての希望がかなう社会の実現のうち、方向性(1)「結婚・出産・子育てを前向きに捉える気運の醸成」に位置づけられており、その達成に向けた取組として、結婚・出産・子育てに関する情報の発信による若者の結婚や子育てに対する意識の啓発を行うこととしている。本事業はその一環として、「次の親世代」となる大学生や若年の社会人の他、結婚を考える年代の県民に対して、結婚支援に繋がる情報提供を行うものである。</p> <p>(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)) 【大学生向けライフデザイン講座】 R5年度は3大学4キャンパス実施し、学生からも一定の評価を得た。 一方で大学は県外に就職する学生も多いことから、県内に残る層への効果的な普及が必要となる。 【社会人向け意識醸成リーフレット】 本県と包括連携協定を締結した8社から訪問先の新社会人に配布いただき、高い評価を受けている。 新社会人への継続的な配布だけでなく、結婚を意識し始める層への効果的な配布も必要ことから新たな配布先の開拓や情報の発信が必要となる。 【結婚支援情報の周知・広報】 これまで県広報紙増刷ページを活用して結婚支援情報を行っていたが、対象年齢層への効果的なアプローチができていないか効果測定が困難であったため、より対象年齢層が活用しているSNS媒体を用いて情報発信を行う。</p>		

番号	項目	内容	ステップ アップ	KPI 設定
1	大学生向けライフデザイン講座	大学の授業の一環として実施。 秋田大学、秋田公立美術大学の他、専門学校2校で実施。 【実施校】 大学：秋田大学(履修定員：200名)、秋田公立美術大学(履修定員：120名) 専門学校：コアビジネスカレッジ(定員：1学年40名)、秋田情報ビジネス専門学校(定員：1学年40名) 【開催内容】 2部構成とし、講師2人に依頼。 ①妊娠・出産について …妊娠・出産について年齢的なリミットがあること(加齢に伴う妊娠率の低下や、不妊治療における成功率の低下等)を伝える。 ②マネープランについて …将来に向けての資産形成の仕方や、様々な助成制度や支援を周知することにより、若いうちからの結婚も十分に可能であることを伝える。	○	○
2	社会人向け意識醸成リーフレット	【広報の目的】 結婚や出産等のライフイベントに関する各種支援政策について掲載し、若年の社会人が自身の理想のライフプランを考えるうえで参考となる情報を伝える。 【ターゲット】 ①県内企業にこれから就職する新規採用職員 ②県内企業に勤める若年の社会人 ③社会人になる前の大学生 【配布方法】 ①県内の各商工会議所が主催する合同新規採用研修(例年3月開催)に職員を派遣し、リーフレットに関する説明を行ったうえで、出席した新社会人に対して配付する。 ②県と「包括連携協定」を締結している各社(保険会社等)が、若年の社会人を訪問する際に、リーフレットの内容に関する説明を行ったうえで、直接1人1人に配付する。 ③上記、大学生向けライフデザイン講座内でも配布を行う。 「包括連携協定」…幅広い分野の地域の課題に対して、県と民間企業等の資源を有効に活用して、相互に連携し、協力して解決を目指すことを目的として締結する協定。 県が各企業と締結している協定内容の中に「結婚支援」について協力して取り組んでいく旨の記載がある企業に対して、リーフレットの配付を依頼する。 【増刷部数】 5,000部 【配布先】 包括連携協定先8社×500部=4,000部、商工会議所新採研修600部、大学生向けライフデザイン講座：400部	○	○
3	結婚支援情報の周知・広報	公式SNSを開設し、秋田県の結婚支援情報について周知を行うことで結婚支援情報の認知度を向上を図るとともに、結婚新生活支援事業都道府県主導型連携コースの実施要件である、結婚新生活支援事業に関するターゲティング広告を行い、対象年齢層に対して結婚新生活支援事業の認知度を向上を図る。 【ターゲット】 ・秋田県内在住の18歳以上39歳以下の方	○	○
<p>【次年度以降に向けた事業の方向性】 大学生向けライフデザイン講座については、講義後に実施するアンケート調査等を参考にして講義内容を改善し、令和6年度以降、開催に協力してもらえる県内大学を増やしていく。また、社会人向け意識醸成リーフレットや全戸配布広報誌を通じて、秋田の少子化の現状と自身の理想ライフプランについて考えるきっかけとなる情報を継続して伝えていく。 結婚支援情報については継続的に公式SNSで周知を図る。</p> <p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p>				

個別事業の内容
※(注)3

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
	合計特殊出生率		%	1.42 (R6)	1.18 (R4)
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			1.18 (R4)	
	婚姻件数		件	2,447 (R4)	
	婚姻率			2.6 (R4)	
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)			
		(大学生向けライフデザイン講座)			
	1	参加者数	人	400 (R6)	49 (R4)
	1	定員に対する参加者数の割合	%	75 (R6)	40.8 (R4)
		(社会人向け意識醸成リーフレット)			
	2	配布部数	部	5,000 (R6)	16,454 (R4)
		(結婚支援情報の周知・広報)			
	3	リーチ数	人	11,000 (R6)	-
		(アウトカム)			
		(大学生向けライフデザイン講座)			
	1	ライフプランについて考えるきっかけとなった参加者の割合	%	75 (R6)	97.9 (R4)
		(社会人向け意識醸成リーフレット)			
	2	あきた結婚支援センター入会者のうち、県広報による周知がきっかけで入会した人の割合	%	13 (R6)	9.8 (R4)
	(結婚支援情報の周知・広報)				
3	結婚新生活支援事業利用者の婚姻届提出前における認知	%	70 (R6)	46.9 (R4)	
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	結婚新生活支援事業都道府県主導型連携コースを実施する市町村と連携し、SNSによるターゲティング広告の実施及び各市町村にはその情報の周知広報において協力いただく。				
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	県と「包括連携協定」を締結している企業が、若年の社会人を訪問する際に「社会人向け意識醸成リーフレット」について、内容を説明したうえで直接配付してもらう。				

(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法」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。