

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 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		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		大学生・社会人向けライフプラン支援事業(若年社会人向けライフデザイン啓発リーフレット作成、セミナー開催)				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8年3月31日	事業開始年度	令和4年度	
総事業費(A)(円)		4,997,300		寄付金その他の収入予定額(B)(円)		0	差引額(A-B)(円)	4,997,300
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額		4,997,300						
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	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	備品購入費	負担金	補助金	計	
	総事業費	4,997,300	0	0	0	0	4,997,300	
	対象経費支出予定額	4,997,300	0	0	0	0	4,997,300	
	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		<自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 秋田県は、若年層の県外流出による社会減と、婚姻件数と出生数の減少による自然減により人口減少に歯止めがかからない状況である。 県人口の自然減抑制のため、若年層に向けたライフプランを学び考える機会の充実や地域全体で結婚・子育てをする機運の醸成のほか、あきた結婚支援センターを本県の結婚支援の中心に位置づけ、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充実を図る。 <本個別事業の位置付け> 県政運営指針「新秋田元気創造プラン(2022～2025年度)」において、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。					
番号	項目	内容						
1	社会人向け意識醸成について	【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】 ・県内企業等にこれから就職する新規採用職員 ・県内企業等に勤める若年の社会人 ・社会人になる前の大学生						

個別事業の内容	2	若年社会人向け意識醸成リーフレットの作成 【リーフレット内容(想定)】 ・多様な働き方やキャリアアップ等を踏まえたキャリア形成 ・結婚や出産の希望をかなえるために必要な知識 ・男性の家事・育児参加や夫婦のワーク・ライフ・バランス実現 ・いわゆる「人生の3大支出」等を踏まえた金融リテラシー ・多様なライフプランのあり方と当事者へのインタビュー ・ライフプランを考えるためのワークシート ・その他ライフプランを考えるために必要な知識 ※いずれも多様なライフプランのあり方に留意 【発信方法】 ①リーフレットの配布・配架(10,000部) ・商工会議所の合同入社式や大学生向けライフデザイン講座等の場を活用して、県から直接配布・説明 ・包括連携企業(保険会社等)の営業時やあきた結婚支援センターの企業訪問時に担当から配布・説明 ・少子化対策について協力関係にある金融機関において、資金計画を考えている顧客に配布・説明
	3	若年社会人向けライフデザインセミナーの実施 所要時間:3時間程度 実施回数:3回 対象者:概ね20～25歳の若年社会人 各回30名程度 構成:ライフデザインに関する講義 ライフプランを考えるワークショップなど 周知:商工団体やあきた結婚支援センターの企業訪問担当と連携したチラシの配布
	＜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)＞ 令和4年度に作成したリーフレットの内容は結婚に対する意識醸成が主だったが、ライフデザイン支援に関する認知の向上を受け、プレコンセプションケアや資金計画などの情報を加えるほか、多様なロールモデルの提示など内容を充実させる。 また、作成したリーフレットも作成しつつ、若年社会人を対象としたライフデザインセミナーを開催し、将来の選択に係る知識を学び、ライフプランを前向きに捉える気運を醸成する。	

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)
	合計特殊出生率			1.44 (R7年)	1.10 (R5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			1.10 (R5年)	
	婚姻件数		件	2,302 (R5年)	
	婚姻率			2.5 (R5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	リーフレットを配布・説明できた人数	人	7,000 (R7)	――
	②	セミナー参加者のうち、ライフプランに前向きになれた方の割合	%	70	――
	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。)	%	70	――
	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	あきた結婚支援センター入会者のうち、本ライフデザイン支援事業がきっかけで入会した人数	人	20 (R7)	――
	⑤				
	⑥				
	⑦				
⑧					