

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 秋田県

本事業の担当部局名 人口戦略部男女共同参画推進課

事業メニュー	結婚_妊娠_出産_子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業							
区分	重点メニュー							
関連事業メニュー	3.2.3 育児休業取得と家事・育児分担の促進							
個別事業名	「あきたとも家事」推進事業					新規/継続 (一般財源での 実施も含む)	新規	
実施期間	令和8年4月1日	～	令和9年3月31日	事業開始年度	令和8年度			
総事業費(A)(円)	9,583,072	寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0	差引額(A-B)(円)	9,583,072			
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	8,571,072							
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	10,000	9,400	30,000	0	
	対象経費支出予定額	0	0	10,000	9,400	30,000	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	負担金	補助金		計	
	総事業費	9,533,672	0	0	0		9,583,072	
	対象経費支出予定額	8,521,672	0	0	0		8,571,072	
	対象外経費支出予定額	1,012,000	0	0	0		1,012,000	
	○	※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><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・子育てを応援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。</p> <p><本個別事業の位置付け> 秋田県は、女性の有業率が高い一方で、依然として家事・育児時間は女性に偏りがちであり、多様な働き方やライフスタイルにおいて、性別に関わらず全ての労働者が、職業生活と家庭生活の両立ができる取組が不可欠である。本事業は、令和6年12月の「あきたとも家事」宣言に基づき、官民一体で「とも家事」を推進し、企業における男性の育休取得を促進する環境づくりにより、本県少子化対策の根幹である、仕事と家庭の両立支援を目指すものである。</p>						

番号	項目	内容
1	「あきたとも家事」ネーミングコンテスト	「とも家事」の取組の理解促進や加速化を目的とし、とも家事をテーマとした川柳や「名前のついていない家事」に名前をつけるネーミング作品のコンテストを実施。受賞作品は、普及啓発イベントやSNS等で紹介する。 <企業向け> 企業における「とも家事」の取組に関連した川柳コンテスト。1企業あたり1作品の募集とし、受賞企業には社内の職場づくり向上のための「取組促進費」(賞金)を贈呈する。取組促進費の活用状況についてアンケートを実施。 ※取組促進費活用例: 男性育休取得者の同僚への奨励金、社内研修費用等 <県民向け> 家庭生活に「とも家事」を取り入れるきっかけづくりとして、「名前のついていない家事」に名前をつけるネーミングコンテスト。
2	「あきたとも家事」取組推進企業情報発信	好事例紹介による県内企業への波及を目的とし、「とも家事」の取組を積極的に行っている県内企業を訪問し、その取組に関するインタビューや経営者・従業員等との意見交換を実施する。インタビューは、県内タレントとして、県民にとって親しみやすい内容の動画を作成し、その動画は企業、タレント、県のSNS等で発信する。また、企業との意見交換から生まれた、取組を促進するためのアイデアや啓発グッズ等について、普及啓発イベント内で発表する。
3	「あきたとも家事」普及啓発イベント	「あきたとも家事」の全県域での普及拡大を図るため、県内企業及び県民向けに、楽しみながら「とも家事」の理解を深めるイベントを実施する。また、継続的な意識付けが重要であることから、「とも家事を知ってもらう」、「とも家事の理解を深める」をテーマとして、計2回開催する。 <1回目>「とも家事を知ってもらう」 家事育児をテーマとした講演、講師・企業のトークセッション、企業ブース等 <2回目>「とも家事の理解を深める」 主に企業向けとした講演、企業訪問報告、パネルディスカッション、コンテスト受賞作品紹介等
<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)>		

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)
	婚姻件数		件	2,360 (R11年)	2,247 (R6年)
	あきた結婚支援センター会員の成婚報告数		組	48 (R11年度)	30 (R6年度)
	あきた結婚支援センターの新規入会者数		人	600 (R11年度)	298 (R6年度)
	結婚を希望している未婚者のうち、婚活している人の割合		%	12.0 (R11年度)	8.0 (R7.10月)
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			1.04 (R6年)	
	婚姻件数		件	2,247 (R6年)	
	婚姻率			2.5 (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	作品応募数	件	500 (R8年度)	—
	②	イベント参加者数(延べ)	人	600 (R8年度)	—
	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	企画を通じて「気づきがあった」と答えたコンテスト応募企業の割合	%	80 (R8年度)	—
⑤	とも家事への理解度(イベント参加者)	%	80 (R8年度)	—	
⑥	県内民間事業所における男性育休取得率	%	60 (R8年度)	33.5 (R7.3.31時点)	
⑦					
⑧					