

(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 (都道府県分) 個票

自治体名 高知県 (都道府県: 高知県)
本事業の担当部局名 子ども・福祉政策部子育て支援課

| | | | |
|--|---|----------------------------|----------------|
| 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 | 重点メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 3.2.3 男性の育休取得と家事・育児参画促進 | | |
| 個別事業名 | 高知県男性の家事・育児参画促進事業 | 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 平成26 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 16,009,035 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>(地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け)</p> <p><地域における実情と課題> 本県の合計特殊出生率は、平成29年は前年を0.09ポイント上回る1.56であったが、その後下降に転じ、令和3年においては1.45と前年より0.02ポイント上昇。出生数は過去最少となった前年から8人増の4,090人と横ばいの状況だったが、婚姻件数については、対前年△108組の2,332組で戦後最少となった。これまでの取り組みにより本県の合計特殊出生率は平成21年の1.29を底に回復基調にあるが、目標としている令和32(2050)年の合計特殊出生率2.27の達成に向けて出生率を高めていく必要がある。</p> <p><本個別事業の位置付け> 本県においては、少子化対策を県の5つの基本政策に横断的に関わる政策の1つとして位置づけ、「第2期高知県まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下「総合戦略」)においては、「『結婚』『妊娠・出産』『子育て』の希望をかなえる、女性の活躍の場を拡大する」ことを基本目標の一つとし、「Ⅰライフステージの各段階に応じた少子化対策」「Ⅱ官民協働による少子化対策を県民運動として展開」「Ⅲ女性の活躍の場の拡大」を基本的方向として構成して取り組んでいるところである。 本個別事業は、「Ⅰライフステージの各段階に応じた少子化対策」「Ⅱ官民協働による少子化対策を県民運動として展開」するための施策として実施するものである。</p> <p>(本個別事業における現状と課題) 本県においては、育児をしている女性の就業率が80.5%と全国3位となっており(平成29年就業構造基本調査)、少子化対策として働きながら子育てしやすい職場環境づくりを進めていくことが最も重要な課題であると考えている。 令和4年度に実施した県民意識調査によると、理想とする子どもの数(2.20人)と予定する子どもの数(1.85人)に乖離が生じている。その理由として、経済的負担や心身の負担への不安が上げられる一方、行政の支援としては「ワークライフバランスの推進」を求める方が最も多くなっており、その背景に仕事と育児の両立の困難さがあると考えられる。 加えて、同県民意識調査において、「高知県が安心して『結婚』『妊娠・出産』『子育て』できるような社会になっていると考える人の割合」について、ライフステージの各段階別で分析すると、「子育て中の方」の27.4%に対し、「子どもがいない方」は19.9%と、7.5ポイント低く、様々な子育て支援サービスを知らないことなどが漠然とした不安感につながっていると推測される。 よって、仕事と育児の両立ができる環境づくりの推進や、若い世代に対して「安心できる子育て環境」を実感してもらう取り組みの強化が課題である。</p> <p>(課題への対応) 仕事と育児の両立ができる環境づくりのために、男性の家事・育児参画が必要不可欠である。企業による雇用環境整備を通じて、当事者のみならず、上司や同僚の理解を促進するため、階層別の育児休業に関する研修や広く県民に向けた機運醸成のフォーラムを開催する。なお、研修については、法改正により企業の義務となった雇用環境整備の取組のひとつである「育児休業に関する研修」として実施することで、対象者が少ない、ノウハウがない等の理由で研修開催を負担に感じる企業にも参加いただけるものとする。 また、若い世代に対する取組については、令和4年度に実施したSNS広告によるPRを引き続き展開し、より費用対効果の高い手法で認知度向上と機運醸成に取り組む。 なお、以上の取組は高知県少子化対策推進県民会議や、県内の応援団・育児宣言企業との連携・協力により、官民協働による県民運動として推進していく。</p> | | |

| | 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|------------------|----|---------------------|--|---------|-------|
| | 1 | 育児研修パッケージの実施 | <p>全従業員・若手従業員(プレママ・プレパパ)・育休取得者を対象とした育児休業に関する研修をパッケージ化して実施。令和4年4月から企業の義務となった、育児休業を取得しやすい雇用環境整備の取組を支援するとともに、男性の家事・育児参画に対する理解を促す。また、実施する研修のうち、従業員が2つ以上の研修を受講した企業は、新聞広告等により企業名等をPRし、県民に向けた機運醸成を図る。</p> <p>①全従業員向け研修(年2回 各参加者数20人) 育児カードゲームを用いて、仕事と育児の両立を疑似体験することで、家事・育児参画の重要性や従業員の相互理解により「育児休業を取得しやすい」職場風土の醸成を図る。 ②若手従業員(プレママ・プレパパ)向け研修(年1回 各参加者数200人) 企業版両親学級の開催により、育児の当事者となる前の若手従業員やプレママ・プレパパ向けに、育児とキャリアの両立について、客観的データをもとに解説し、意識啓発を図る。 なお、本研修については、会場開催とあわせてオンライン配信を実施する。 ③育休取得者向け研修(年2回 各参加者数40人) 育休ブチMBA®の開催により、復職後に直面する両立の壁についてディスカッションを行い、経営学の視点からマネジメント思考を身につけることで、仕事と家庭の両立への不安解消を図る。</p> <p><広報について> ○参加募集案内 手法:チラシ(A4・両面・カラー)4種類 作成部数:4,800部 配布先:応援団(1,200団体) 内訳:パッケージ参加企業募集、①~③それぞれの参加案内(パッケージ参加でない)</p> | ○ | ○ |
| | 2 | フォーラムの開催 | <p>有識者による講演や企業の取組内容について発表を行い、県民に向けて、男性の育児休業取得促進等、働きながら子育てしやすい環境づくりについての機運醸成を図る。 なお、高知県少子化対策推進県民会議との共催で開催するものとし、開催案内や実施内容をホームページや広報誌、SNS(Twitter、Facebook)などを活用し広く周知するなど、受益者を増やす工夫を行う。</p> <p>○フォーラムの実施内容(予定) ・主催者:県及び県民会議による共催 ・テーマ:働きながら子育てしやすい環境づくり ・対象者:高知県内で就職を希望する方(U・Iターンを含む大学生や社会人)、 「高知家の出会い・結婚・子育て応援団」登録企業・団体 など ・参加者数(定員):220人程度 ・プログラム 講演…ライフデザインの視点で考える企業選択のポイント 取組発表…各企業における雇用環境整備の取組内容を発表 等 ※当日は会場開催とあわせてオンライン配信を実施する。</p> <p>○参加募集案内 手法:チラシ(A4・両面・カラー) 作成部数:10,000部 配布先:応援団(1,200団体)、市町村、高知県少子化対策推進県民会議構成団体 等 (約2,000団体へ5部ずつ配布)</p> <p>○TVCM(開催案内) ターゲット:県民、県内企業(代表者、人事担当者、従業員等)、応援団 放映期間:フォーラム開催までの1か月間 媒体:高知放送、テレビ高知、さんさんテレビ 投下本数:27本 ※広報媒体の選定理由:幅広い年代の県民へ広く周知を行い、企業へフォーラム参加のインセンティブを与えるため、県内の民放3局すべてでTVCMを放映する。</p> | | ○ |
| 個別事業の内容 ※(注)3 | 3 | 企業等における育児取得促進等の取組支援 | <p>①「応援団」への登録促進及び「育休宣言」企業の拡大 県職員に加えて企業等への訪問相談員を配置して((一社)高知県法人会連合会への配置を想定)、県内の企業・団体を訪問して登録勧誘を行う。 法人会との連携勧誘を行うとともに、経済団体・業界団体の協力を得て、総会・役員会での勧誘や会報誌等を通じた広報により、「個別勧誘」に加えて「団体勧誘」に取り組むことで業界ぐるみの県民運動に輪を広げる。 応援団登録が高知県ワークライフバランス推進企業認証制度の要件のひとつとなっており、認証を受けることで入札参加資格審査で加点を受けられる建設業については、引き続き積極的な登録勧誘を行う。また、「こうちSDGs推進企業登録制度」における【ワークライフバランス】(取組必須項目)について、育休宣言の実施を取組目標に設定することができる。認証企業としてすでにSDGsに取り組む企業や、県主催のSDGs関連のセミナーに参加した企業等に対して、関係課と連携しながら登録勧誘を行う。 (「応援団」の普及啓発及び各企業等内での「育休取得促進」を図るため、「応援団」登録企業には応援団グッズ(卓上のぼり旗等)を、「宣言」企業には額入りの宣言書を提供し、社内で目に付きやすいところに飾っていただくことで、来訪者及び社内での機運醸成等を図る。)</p> <p>②応援団通信等の配布 応援団通信を年4回発行し、子育て支援やワークライフバランスの推進に関して情報提供を行う。また、企業での「育休等取得促進」や「時間単位年次有給休暇制度の導入支援」に繋げるため、制度導入企業の取組事例や取組の進め方、解決のポイントや工夫等の情報などを掲載し、内容を充実させる。</p> | | ○ |

| | | | | |
|--|-------------------|--|---|---|
| 4 | 動画等を活用した 広報の展開 | <p>①SNS動画広告によるデジタルプロモーション 令和4年度に実施した広報デジタルプロモーションにおいて制作した動画を活用し、年間を通じたSNSによる動画広告を実施する。令和4年度の実績により、若い世代の視聴回数が多かったSNS(Instagram、Twitter)に絞って広告を実施することで、より効果的に結婚や子育て当事者となる前の世代に向けて、男性の家事・育児参画等の子育てに対する機運醸成や、支援施策の認知度向上を図る。</p> <p>②事業実施内容の広報 育休研修パッケージ等について、メインターゲットである県内企業だけでなく、広く県民に向けて事業内容をPRし、男性の家事・育児参画や育児休業の取得に対する機運を醸成する。また、事業内容とあわせて参加企業のPRを行うことで、研修やフォーラム参加へのインセンティブを与え、関心の薄い企業に対してもアプローチを行う。</p> <p>○新聞広告の実施(全15段) 内容:育休研修パッケージ事業の開催報告とともに、パッケージ参加企業のPRを行う 掲載媒体:高知新聞 ターゲット:県民、県内企業(代表者、人事担当者、従業員等)、応援団 ※広報媒体の選定理由:広告の掲載を予定している「高知新聞」は、発行部数151,302部(令和3年1月現在)、県内占有率(シェア)88.36%(令和3年1月現在)であり、高い広報効果が期待できる。また、掲載した新聞広告(紙面)は、応援団や「宣言」企業への勧誘等の際に資料としても活用できる。これらのことから、新聞広告を活用して広報を行う。</p> <p>○パンフレットの作成 内容:フォーラムの開催概要をまとめたパンフレットを作成し、周知を行う 手法:パンフレットの作成 掲載媒体:県ホームページ、応援団メルマガ等 ターゲット:県民、県内企業(代表者、人事担当者、従業員等)、応援団</p> <p>③子育て応援キャラクターによるプロモーション 本県では、高知県子育て応援キャラクター「るんだ」を作成し、広報物やHP等に掲載して活用している。また、着ぐるみも作成し、子育て支援サークル等の団体が子育てイベントを開催する際に貸し出しを行っている。 今後、さらなる「るんだ」の積極的な活用により男性の育児休業取得促進や子育て支援施策の認知度の向上を図るため、フォーラムや県民会議構成団体等が行う子育て支援イベントで着ぐるみを活用するとともに、啓発グッズ等の作成・配布により県や民間団体が協働して少子化対策に取り組んでいることの認知度を高めていく。 【啓発グッズ(予定)】 ○うちわ(3,000本) フォーラムや研修、子育て世帯が集まるイベント等で配布し、県の取組のPRに活用する。</p> | ○ | ○ |
| 【次年度以降に向けた事業の方向性】 令和5年度以降も、県民会議や市町村、県内企業等と連携して、官民協働の取り組みを進めるとともに、県の施策の進捗状況をPDCAサイクルにより管理し、「働きながら子育てしやすい職場環境づくり」に向けた取組を推進していく。 | | | | |
| 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 | | | | |

| | KPI項目 | 単位 | 目標値 | 現状値 |
|--------------------------------------|--|--|------------------------|----------------------------------|
| 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 | 合計特殊出生率(R6) | | 1.7 | 1.45 (R3) |
| | 安心して「結婚」「妊娠・出産」「子育て」できる社会になっていると考える人の割合 | % | 50 | 22.0 (R4) |
| | 理想的な子どもの数、現実的に持ちたい子どもの数(R6) | | 理想と現実の数を上昇、理想と現実数の差を縮小 | 理想の数2.20人 (R4) 現実の数1.85人 (R4) |
| | 平均初婚年齢(夫・妻)(R6) | | 年齢低下 | 夫：30.8歳(R3) 妻：29.6歳(R3) |
| | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | 1.45 (R3) | |
| | 婚姻件数 | 件 | 2,332 (R3) | |
| | 婚姻率 | | 3.4 (R3) | |
| 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 |
| | <アウトプット> | | | |
| | 「応援団」登録数(新規) | 団体 | 100 | 76 (R4.12末) |
| | 「育児休暇・育児休業取得促進宣言」の宣言企業数(新規) | 団体 | 100 | 44 (R4.12末) |
| | 育児研修パッケージ参加者数 | 人 | 320 | - |
| | フォーラム参加者数 | 人 | 220 | 76 (R4) |
| | SNS広告(広告への反応) | 数 | 17500 | - |
| | | | | |
| | <アウトカム> | | | |
| | 【育児研修パッケージ】意識変容・行動変容が見られる参加者の割合(満足度) | % | 80 | - |
| 【フォーラム】意識変容・行動変容が見られる参加者の割合(満足度) | % | 90 | 98 (R3) | |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・県民会議の構成団体である市長会、町村会の参加を得て、県民会議の中で少子化対策の取組の検討やPDCAの進捗管理を行う。 ・「応援団」及び「育児宣言」企業として、県と連携して企業等への働きかけや市役所・町村役場内での子育て支援等を推進していただく。 ・安心して結婚・妊娠・出産・子育てできるような社会の実現に向けて、市町村勉強会において、県と一緒に具体的な取組を検討する。 ・それぞれの市町村職員のみならず、各市町村内の企業や団体等に対するの同事業の周知及び広報PRへ協力いただく。 <p>※結婚新生活支援事業(都道府県主導型市町村連携コース)における連携について</p> <ul style="list-style-type: none"> ○個別事業2:育児研修パッケージの実施 ○個別事業3:フォーラムの開催 <p>連携自治体に住所がある応援団や地域企業に対して、研修やフォーラムへの参加について積極的に働きかける。また、各自治体についても応援団の構成員であることから、市町村職員についてもそれぞれに参加を促し、官民協働で働きながら子育てしやすい環境づくりを進めていく。</p> | | | |
| | 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・「応援団」に登録いただき、県と連携して職場内での子育て支援等を推進していただく。 ・県民会議の構成団体である民間団体の参加を得て、県民会議の中で少子化対策の取組の検討やPDCAの進捗管理を行う。 ・それぞれの社員等のみならず、取引先や関係企業等に対するの同事業の周知及び広報PRへ協力いただく。 | | |