

(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 高知県

本事業の担当部署名 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・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	男性育児休業取得促進事業	新規/継続 (一般財源での 実施も含む)	継続				
実施期間	令和8年4月1日	～	令和9年3月31日	事業開始年度	令和6年度		
総事業費(A)(円)	9,206,440	寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0	差引額(A-B)(円)	9,206,440		
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	9,206,440						
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	777,040	66,400
	対象経費支出予定額	0	0	0	0	777,040	66,400
	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	8,363,000	0	0	0	9,206,440	
	対象経費支出予定額	8,363,000	0	0	0	9,206,440	
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><自治体における少子化対策の全体像>※全事業共通 本県においては、少子化対策を「高知県元気な未来創造戦略(以下、「創造戦略」という。)の中に位置づけ、「若者の定着・増加」と「婚姻数の増加」による「出生数の増加」により、若年人口の減少傾向に、4、5年後までに歯止めをかけ、おおむね10年後には令和4年度の水準まで回復させることを目指す。</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「高知県元気な未来創造戦略」に位置づけ、本事業については、3つの政策のうち、「子どもを生み、育てたい希望をかなえる」、3つの条件整備のうち「固定的な性別役割分担の解消」内に位置づけ、男性の家事育児参画や男性育休の取得促進に向けた取組の実施、男性育休や子育てに関する情報発信により気運の醸成を図る。</p>						
番号	項目	内容					
1	男性育休取得促進事業(集合型研修及び企業版両親学級の開催)	<p>男性育休に関する県内企業向けの研修(集合型及び企業版両親学級)を実施するとともに、若者や子育て世帯を主要ターゲットに、県内全域における「共働き・子育て」の気運を醸成するための事業を実施する。</p> <p><企業向け研修及び気運醸成> ①集合型研修(年2回 各回参加者数30人) 若手から管理職までを対象に、ワークショップを含むオフライン型の研修を実施し、「共働き・子育て」への理解を深める。 なお、研修の様子は、ユーチューブ等によってリアルタイム及びアーカイブ配信する。 ②企業版両親学級(15社 総受講者数:90名) 育児の当事者や、プレママ・プレパパの従業員とその家族、同僚や上司等を対象とした研修を開催し、職場のメンバーがお互い様風土を築き、誰もが育児休業を取れるように後押しをする職場環境を作り上げる。</p> <p><広報媒体(現段階の想定)> ①広報の目的 ○「①集合型研修」及び「②企業版両親学級」の参加募集 チラシ配布 SNS広告(現時点では媒体未定) ○研修参加企業の認知度向上のための広報 新聞掲載ほか、SNS、タウン誌掲載等(契約事業者の提案による) ②当該広報媒体の選定理由 ・チラシ配布:商工会議所等の持つ、県内傘下企業向けの独自の情報誌への挟み込み等を行うことで効果的に事業所へ情報提供するため。 ・SNS広告:事業所宛の広報のみならず、研修の募集広告が従業員の目に留まることで参加のきっかけとなるよう、広範囲にアクションするため。 ・新聞掲載:発行部数138,236部、県内占有率(シェア) 89.49%(令和5年4月現在)で、県民への広報効果が期待できるため。</p>					

個別事業の内容	企業等での育休取得促進等の取組支援	「高知家の出会い・結婚・子育て応援団(以下、「応援団」という。)」及び「育休宣言」企業の活動強化 ①応援団企業との連携 「応援団」企業・団体及び育休宣言をしている県内の企業に対し、県から「共働き・子育て」の取組に対する情報提供や啓発に関する協力依頼を行い、官民協働による少子化対策の連携を図る。なお、まだ応援団に登録していない県内の企業・団体については、「男性育休取得促進事業」の研修に申し込みをいただく際に、「応援団」に登録していただくよう促す。さらに、「応援団」企業や団体に対する育休取得の状況や取組内容についての調査を実施するなど、「応援団」としての活動状況の把握を行う。 ②「応援団」企業・団体等による啓発 「応援団」企業・団体には、「応援団」であることを周囲に周知できる応援団グッズ等を配布する。また、育休の宣言企業(育児休業等の取得の促進に努める旨を宣言している企業・団体等)には、額入りの宣言書を提供のうえ、社内で目に付きやすいところに飾っていただき、来訪者及び社内での子育てしやすい職場としての風土醸成等を図る。 ③応援団通信(メールマガジン)の発行 応援団通信を年5回程度配信し、子育て支援やワークライフバランスの推進等に関して、「応援団」企業・団体に対する情報提供を行う。
	2	

<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)>
 <課題の分析>
 ・ただ「研修を受けるだけ」という形式的な研修に対しては勤務時間内に研修のために人手を出すことが難しいと感じる企業もある。
 ・「男性育休」というテーマに対し、現時点での必要性や動機がないため研修参加に結びつきづらい傾向にある。
 ・参加が中部地域に偏っており、東部、西部からの参加がほとんどない。集合型研修については現地開催と併せてオンラインでも実施しているが、オンラインでの参加も東部、西部からの参加はほとんどない。
 <それに対する取組>
 ・これまで年1度の新聞広告及び特設サイトへの掲載のみであった研修に対するインセンティブを、別の媒体と組み合わせる等することで研修参加に対する意欲を高める。
 ・現在、対象となる従業員がいない企業に対しても男性育休の取得促進の必要性を感じるきっかけとなるよう多様な講師を選定し、仕事と家庭の両立や育児支援等、企業のニーズに応じたテーマでの研修を実施する。
 ・集合型研修:中部地域以外の開催も視野に入れ、ニーズ調査のうえ、開催地域の選択肢を拡大する。
 ・企業版両親学級:市町村との連携や「こうち男性育休推進企業」(R7~)への受講を促すことで、県内全域の企業の参加を図る。

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		%	1.64 (R9)	1.25 (R6)
	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 (R9)	26.1 (R7)
	①理想的なこどもの人数②現実に持たたい子どもの人数		人	双数値の上昇・ 双数値差の縮小 (R8)	①2.14 (R7) ②1.77 (R7)
	平均初婚年齢(夫・妻)		歳	年齢低下 (R8)	夫30.6歳 (R6) 妻29.5歳 (R6)

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		1.25 (R6)	
	婚姻件数	件	2,071 (R6)	
	婚姻率		3.2 (R6)	

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	集合型研修への参加企業	社	50 (R8年度)	50 (R7年度)
	②	集合型研修への参加人数	人	60 (R8年度)	60 (R7年度)
	③	企業版両親学級への参加企業	社	15 (R8年度)	10 (R6年度)
	④	企業版両親学級への参加人数	人	90 (R8年度)	90 (R6年度)
	⑤	応援団メールマガジン発行	回	5 (R8年度)	5 (R8.1)
		(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	【集合型研修】意識が変化したと答えた参加者の割合	%	80 (R8年度)	93 (R6年度)
⑤	【企業版両親学級】意識が変化したと答えた参加者の割合	%	90 (R8年度)	90 (R6年度)	
⑥					
⑦					
⑧					