

(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	3.2.2 地域全体で結婚・子育て、子育てと仕事の両立と多様な働き方を応援する気運醸成						
個別事業名	こうち子育て応援の店の広報及び子育て応援アプリの利用促進事業	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7年度		
総事業費(A)(円)	14,068,000	寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0	差引額(A-B)(円)	14,068,000		
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	7,843,000						
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	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	負担金	補助金	計	
	総事業費	14,068,000	0	0	0	14,068,000	
	対象経費支出予定額	7,843,000	0	0	0	7,843,000	
対象外経費支出予定額	6,225,000	0	0	0	6,225,000		
○	※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 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、育てたい希望をかかなえる」事業に位置づけ、子育て応援の店の認知度向上や子育て応援の店協賛事業者の拡大を目的とした広報の実施及び高知家子育て応援パスポートアプリを活用した子育て応援キャンペーンの実施による子育てを応援する気運の醸成を図る。</p>						
個別事業の内容	番号	項目	内容				
	1	こうち子育て応援の店の広報及び子育て応援キャンペーンの実施	子育て応援の店の協賛事業者数の拡大や子育て応援の店の認知度向上を行うことで、高知県における子連れの店の外出を支援し、企業や地域を含めた県内全域で子育てを応援する気運の醸成するための事業を実施する。 ①おでかけキャンペーンの実施(2回) こうち子育て応援の店、子育て関連施設等の利用促進を目的とした子育て応援キャンペーン(こうち子育て応援の店や子育て関連施設等を利用する際、専用の二次元コードを読み取り、ポイントを貯めることで景品に応募できる。通称おでかけキャンペーン)を令和8年4月1日～令和8年8月31日までの間に1回、令和8年9月1日～令和9年2月28日までの間に1回の計2回実施する。 キャンペーンのポイント獲得のため、子育て世代の外出動機に働きかけるほか、こうち子育て応援の店や子育て関連施設等の活性化、利用促進を図る。 景品については、家事・育児の負担を軽減する子育てに役立つ景品を選定する。 ②子育て家庭向けキャンペーンの実施(3回) 妊娠期からのアプリのダウンロードと利用を促すため、令和8年4月～令和9年2月中旬までに妊娠届を提出した妊婦本人及びその配偶者を対象としたキャンペーンを行う。 その他、子育て家庭を対象としたキャンペーンを実施し、アクティブユーザーの増加につなげる。 ③上記キャンペーンの開催にあたって、キャンペーンを通じた子育て関連施設及び子育て応援の店への周遊をさらに促すため、既存の専用QRコードの視認性向上を目的としたデザインの新規や、県内の子育て家庭に向けた、子育て支援施策一覧をまとめたチラシ(10,000部)の作成等を行う。 ④アプリ内記事の更新(12回以上) 子育て家庭が興味・関心のある記事を作成し、アプリ内のお知らせ機能で配信する。 ⑤Instagramの更新(年48回以上、週1回程度以上の更新) 子育て支援情報を発信するInstagram「るんだぐらむ」において、県内の子育て支援情報や育児に関する情報を更新する。				

<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>
 ・「こうち子育て応援の店」への参画については、周知広報を定期的に行っているが、制度の理解や参画メリットが浸透しておらず登録店舗の拡大に伸び悩んでいる。
 ・アプリユーザーが固定化しており、各種キャンペーン等についても同じユーザーが周遊しているため、新規ユーザーの獲得及び既存ユーザーの満足度を上げ、新たなアクティブユーザーの増加につなげることが必要。
 <それに対する取組>
 ・おでかけキャンペーンと併せたこうち子育て応援の店の登録と景品協賛について、個別で事業者に対し説明、開拓を行う。
 ・新規ユーザーの獲得及び既存ユーザーのアクティブユーザー化のためのキャンペーンを実施し、ユーザーのマナー化を防ぎ、継続的にアプリが利用される環境を目指す。
 ・Instagramやアプリ内情報配信等を常に情報更新し、どの媒体からでも「こうち子育て応援の店」及び「おでかけるんだパス」アプリの利用方法に触れることで、認知度向上を図る。

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現実に持たいたい子どもの人数		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	こうち子育て応援の店協賛店舗数	店舗	1075 (R8年度)	807 (R8.1月末)
	②	高知家子育て応援アプリダウンロード数	件	47,000 (R8年度)	42,592 (R8.1月末)
	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	高知家子育て応援パスポートアプリ満足度	%	75 (R8)	64 (R6)
⑤					
⑥					
⑦					
⑧					