

(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・気運醸成事業						
区分	一般メニュー						
関連事業メニュー	3.1.1 その他、結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業						
個別事業名	不妊治療等広報委託業務					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)	2,156,210		寄付金その他の収入予定額(B)(円)	0		差引額(A-B)(円)	2,156,210
対象経費支出予定額(円) ※補助率を乗じる前の額	2,156,210						
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	2,156,210	0	0	0		2,156,210
	対象経費支出予定額	2,156,210	0	0	0		2,156,210
	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> 子どもを持ちたいと望む方が適切な時期に不妊治療にのぞみ、安心・安全な妊娠・出産をむかえられることを目指し、プレコンセプションケアの必要性・重要性を普及していくとともに、不妊治療と仕事の両立に関しても社会全体での正しい理解を促進するための普及啓発を行う。</p>						

個別事業の内容	番号	項目	内容
	1	不妊治療等広報委託業務	<ul style="list-style-type: none"> ・主に10代～30代の男女をターゲットとし、「プレコンセプションケア」という概念を知り、それに関する知識を適切に身につけることができることを目指し、啓発を行う。 【内容】 ・InstagramやX等のSNS及びYoutube内広告での配信 ・プレコンセプションケアに関する啓発資料の作成 ・大学生等への啓発 【期間】 契約締結日～令和9年3月末まで 【事業効果】 こどもを持ちたいと望む方が適切な時期に不妊治療に臨むことができるよう、まずは、若い世代がこれまでに馴染みの少ないプレコンセプションケアの必要性や重要性について理解することが必要である。また、安心して妊娠・出産・子育てができる温かい社会づくりに向けては、不妊治療と仕事との両立が困難で離職してしまうことなどがなくなる社会であることが必要であるが、まだまだ、不妊治療に関する理解が深まっておらず、民間企業での不妊治療を目的とした休暇制度が整っていない企業もある。本事業では、当事者となる若い世代へのコンセプションケアについての周知・啓発すること合わせて、不妊治療に関する社会全体での理解促進を進めることで、企業の取り組みを促すことや、身近な人、周りの人からも応援される、妊娠・出産に温かい社会づくりをトータルで推進する。
2	プレマnet改修委託業務	<ul style="list-style-type: none"> ・プレコンセプションケアの相談について、webで相談ができるフォームを、当課が運営するHP「プレマnet」上に設け、相談の利便性の向上を図る。 【内容】 ・相談フォームの作成に関すること ・プレマnet上に相談フォームを作成し、相談対応者のメールアドレスへ相談内容を送信できる仕組みを構築する。 ・プレマnetのヘッダーの修正に関すること ・プレマnetのヘッダーに、相談フォームに推移する項目を追加する。 【事業効果】 ・現在は電話相談窓口を設けているが、プレコンセプションケアの対象の10代～30代の若い世代では電話をすることにハードルが高く、相談件数が少ない状況である。web相談フォームを設けることで、気軽に悩みを相談できる場所となり、将来の妊娠や出産に関わる悩みの解決につながることを期待される。 	

<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)>

- ・10代～30代の若い世代は、「プレコンセプションケア」という言葉を知らない人が多く、昨年度はまずは言葉を知ってもらうところを目的に啓発等を実施した。
- ・今年度は、昨年度同様にSNS等の様々な媒体で広く啓発を図るとともに、実際に大学生等に直接アプローチすることを加え、直接的なアプローチも行っていく。
- ・また、現在はプレコンセプションケアの相談窓口として電話相談を設けているが、対象となる若い世代は電話相談のハードルが高く相談につながらないため、web相談フォームを設けることで、相談への利便性の向上も図る。

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現実を持ちたい子どもの人数	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	SNS等広告掲出回数	回	645,000回 (R8年度)	—
	②	LP閲覧件数	件	42,000件 (R8年度)	3,863件 (R8.1月時点)
	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	妊娠11週以内での妊娠届出率	%	全国水準を維持	94.3% (R5年度)
⑤	プレコンセプションケアの認知度	%	80 (R12年度)	—	
⑥					
⑦					
⑧					