

高知県公報

発行
高知県
高知市丸ノ内
一丁目2番20号
発行日
毎週2回
(火曜日・金曜日)

目次	
監査公表	ページ
○包括外部監査の結果に対する措置	1

監査公表

監査公表第8号

地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の38第6項の規定により、高知県知事から包括外部監査の結果に対する措置について通知があったので、同項の規定により、次のとおり公表する。

令和6年10月18日

高知県監査委員
6高行管第22号
令和6年4月11日

高知県監査委員様

高知県知事 濱田 省司

令和4年度包括外部監査の結果に基づく措置について（通知）

令和5年3月31日付け高知県公報号外第15号監査公表第4号で公表された包括外部監査の結果に基づき講じた措置について、地方自治法第252条の38第6項の規定に基づき別紙のとおり通知します。

別紙

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

1

監 査 結 果	措 置 の 内 容
第4 包括外部監査の結果 1 出会い・結婚～出会いの機会の創出 (4) 監査の結果(指摘あり) (イ)業務委託等(指摘) 本事業は、予算額が30,000千円から40,000千円もあり、かつマッチングサイト等は民間企業においても競合他社が多数存在する事業類型である。とりわけ、平成28年当時よりも、スマートフォンから民間企業のマッチングサイトに容易にアクセスできる状況にある。 高知県は、公共事業としての安心感と信頼感の担保、より多くの県民・企業等への効果的なアプローチの実効性、センター窓口の持続性など多面的観点から、他に適当な委託先(又は受託意向のある事業者)が見当たらないとして、高知県法人会連合会に随意契約の方法で業務を委託している。業務委託をする意義についても、出会いのマッチングのみならず、応援団による出会いイベントの支援(多様なイベントの創出)、ボランティアサポーターの人材確保と育成、高知家の出会い・結婚・子育て応援団の登録拡大、異業種交流会の実施など幅広く含んでいるものとする。また、株式会社愛媛電算にインターネットホームページの保守等を委託している都道府県は、令和5年1月末日時点で21県あるとのことである。 しかし、高知県における少子化対策の意義を踏まえると、多額の費用を費やしている一方、令和2年度においては成婚数11組、令和3年度においても成婚数14組に留まっていることは、重く考慮すべきである。 異性の出会い方等も時代によって大きく変化しており、その変化の情勢に機敏に対応しなければ、流動性の無い、変化の乏しい出会い支援事業に留まってしまう。スマートフォンから容易に利用できるマッチングアプリ等を運営している民間企業が多数ある中で、本事業の意義を考える必要がある。そのため、出会い・結婚・子育て応援窓口運営業務等委託先及びインターネットホームページ保守等の委託先については、公募型プロポーザルや一般競争入札等の競争原理が働く中で選定し、公的な安心感を与え、かつ、民間の活力を利用した出会いの機会の活性化など、より少子化対策となる出会い支援事業となるよう事業内容を慎重に検討していく必要がある。	1 出会い・結婚～出会いの機会の創出【子育て支援課】 (イ) 県では、マッチングシステムに加え、応援団企業の開拓、サポーターの養成やスキルアップ、結婚支援の総合相談窓口など、幅広い業務を、地域や法人規模の区別なく豊富な企業ネットワークを持つ高知県法人会連合会に「出会いサポートセンター」として委託しています。引き合わせ時のサポーター立ち会いやアフターフォローといった民間企業には無い対人支援をマッチングシステムに備えており、公的安心感を求める登録者から評価を得ているところです。 また、県民意識調査では、出会いを前面に出さない交流イベントのニーズが増加しており、異性への出会い方を求める方法が変化してきています。このため、令和5年度は新たな事業「社会人交流事業」を開始しました。この事業の実施に当たっては、競争原理を働かせるため、イベントを実施する事業者を公募し、実施しているところです。 マッチングシステムに関しては、民間企業とはターゲットと戦略が異なるため現時点では、他に適当な委託先がない状況ですが、民間の活力を活かした事業として、民間の結婚相談所と連携したマッチングや、会員活動の活性化・マッチング率の向上につながる事業を検討しています。 費用対効果の面を踏まえて民間サービスの利用も検討すべきとの指摘については、競争原理を働かせるなどして、より実効性のある取組となるよう事業を実施していきます。
2 妊娠・出産～安心して妊娠・出産できる環境づくり (1) 不妊に悩む方に対する支援の充実 エ 監査の結果(意見あり) (イ) (意見)不妊専門相談センター相談事業実績(電話・面接相談)のとり、相談件数が減少傾向にある。高知県においては、前記相談事業について、ホームページ、ラジオ、テレビを用いた広報、医療機関や薬局にチラシを置くなどした広報を行い、広く県民に周知していたとのことであった。もともと、相談件数自体は減少傾向にあり、減少した	2 妊娠・出産～安心して妊娠・出産できる環境づくり (1) 不妊に悩む方に対する支援の充実【子育て支援課】 (イ) 不妊専門相談センターにおける相談内容やセンター職員の意見等から分析した相談数の減少理由について広報周知のあり方の検討を実施しました。結果として、国や専門医療機関、NPO等民間相談機関によるSNS等を用いた相談体制が年々拡充する中で、相談者が個々の状況に応じて相談先を選択するようになったことが当センターでの相談件数の減少となってい

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

2

監 査 結 果	措 置 の 内 容												
<u>原因、不妊を抱える夫婦の年代に沿った周知方法を分析し、分析結果に基づき、不妊を抱える夫婦等により利用されるよう、広報活動等を実施すべきである。</u>	ると考えられます。当センターへの相談内容としては、不妊治療のより専門的な治療に関する相談が多い傾向であり、今後も不妊を抱えるご夫婦等に利用していただけるよう、広報活動等を継続実施します。 今後は、県ホームページ、ラジオ、テレビによる定期的な周知広報は継続しつつ、さらに当センターの相談者に多い不妊治療中の方への周知についても、不妊治療実施機関等と連携し、センターの周知カードや案内チラシの配布などにより、さらに多くの不妊を抱えるご夫婦等に利用していただけるような周知広報を行います。												
(3) 周産期医療体制の確保・充実	(3) 周産期医療体制の確保・充実【医療政策課】												
イ 小児救急医療													
(エ)監査の結果(意見あり)	(エ)												
e (意見)小児救急電話相談事業である「こうちこども救急ダイヤル」の相談件数の推移は以下のとおりである。	e 小児救急電話相談事業の認知度については、子どもを養育する父母等の参加が多く期待できる医療センターの出前講座(保育園向け)などの催事等において、令和5年度以降調査・確認を行い、必要に応じて広報の実施方法等の見直しを行うこととしました。												
<table><tr><td colspan="4">こうちこども救急ダイヤル 一日当りの平均相談件数</td></tr><tr><td>H25 年度</td><td>H28 年度</td><td>R1 年度</td><td>R2 年度</td></tr><tr><td>11.6 件</td><td>12.2 件</td><td>11.5 件</td><td>7.2 件</td></tr></table>		こうちこども救急ダイヤル 一日当りの平均相談件数				H25 年度	H28 年度	R1 年度	R2 年度	11.6 件	12.2 件	11.5 件	7.2 件
こうちこども救急ダイヤル 一日当りの平均相談件数													
H25 年度	H28 年度	R1 年度	R2 年度										
11.6 件	12.2 件	11.5 件	7.2 件										
こうちこども救急ダイヤルについて小児保護者等への周知として、高知県ホームページ、「小児救急対応ガイドブック」や市町村広報誌に情報を記載し周知を図っているほか、(令和3年度において、「小児救急対応ガイドブック」は、市町村 3,665 部、子育て支援センター 336 部、病院、診療所等 2,034 部、保育園・幼稚園・託児所 9,952 部、合計 15,987 部を配布している)、相談件数が見込まれるゴールデンウィークや年末年始の直前時期に新聞広告を掲出するなどを行っており、かかる活動自体は評価できる。 本事業については、その性質上、毎年度又は毎月当たりの相談件数の設定が適さない分野といえる。もともと、<u>前記広報活動の結果、どの程度、県民に(特に子どもを養育する父母等)に認知されているのか等は不明であり、アンケート等により定期的に確認し、県民の認識に沿った広報活動を実施すべきである。</u>													
3 安心して子育てできる環境づくり、子育て家庭のリスクに応じた適切な支援	3 安心して子育てできる環境づくり、子育て家庭のリスクに応じた適切な支援												
(1) 子ども・子育て支援事業	(1) 子ども・子育て支援事業【幼保支援課】												
ウ 監査の結果(意見あり)													
(ウ) (意見)病児保育事業、延長保育事業、一時預かり事業などでは、KPIとしてこれら事業の「実施	(ウ) 病児保育事業等の目標値については、市町村がアンケートなどにより住民のニーズを勘案したうえで												

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

3

監 査 結 果	措 置 の 内 容
箇所数」という指標が用いられている。 確かに、実施箇所数が多いことは県民の側からすればこれら事業へのアクセス可能性を高めるものであるため、有用な指標といえる。 しかし、他方で、 <u>実施箇所数のみ拡大したものの県民の利用数が伸びないなどの事態が生じないよう、県民の利用実態の側面に着目した目標管理・効果測定も行われてよいのではないかと</u> 思われる。	実施箇所数を定めており、その積み上げが県子ども・子育て支援事業支援計画の目標値として設定しているものです。このため、県としては別途市町村からの補助金実績報告などにより、利用児童数を把握しているところです。 県としては、今後、そうした利用実態も踏まえ、市町村が住民の利用ニーズに応じて必要なサービスを提供できるよう、より一層市町村の取組を支援していきます。
(2) 地域子育て支援推進事業 エ 監査の結果(意見あり) (カ) (意見) 令和2年度高知県県民意識調査において、高知県の少子化対策の取組についての認知度や関心度は非常に低いことが確認されている。具体的には、高知県が行っている少子化対策の取組についての情報発信に関しては、「知らない」が61.3%と最も高く、「知っている」の24.3%より37ポイント高くなっている。子育て情報についての情報発信を担うべきこうちプレマnetですら、「関心がない」が46.2%、「関心がある」が活用したことがない」が11%であり、これら合計は57.2%にも上る。 先に見たとおり、令和3年度のこうちプレマnetの年間アクセス数は9万3666件にとどまっており、令和4年度は年間アクセス数12万件が到達目標とされている。月間に引き直すと1万PV以下ということになるが、月間1万PV以下の閲覧数というのは、アマチュアブログレベルの数字である。単純に比較できるものではないが、民間のママ向け情報サイトには月間1億PVを超えているものもある中で、こうちプレマnetの年間アクセス数は伸び悩んでいると見ざるを得ない。 <u>少子化対策・子育て支援において、対策事業の内容面の充実はもちろんであるが、事業の存在自体を認知してもらうための対策は不可欠であり、この点の一層の充実が求められる。また、こうちプレマnetでしか得ることができない情報の発信量を増やすなど、地域密着の方向性を強く打ち出すことにより他サイトとの積極的差別化を図っていくことも有益である。</u>	(2) 地域子育て支援推進事業【子育て支援課】 (カ) 令和5年7月に、こうちプレマnetのコンテンツの一つである「こうち子育て応援の店」のHPをリニューアルし、10月から子育て応援アプリ「おでかけのんだパス」を開発し運営しています。 アプリの利用促進のため、10月から「ダウンロードキャンペーン」、11月から子ども一人当たり5,000円のデジタルクーポンが付与される「5,000円もらえるんだキャンペーン」など様々なキャンペーンを実施し、現在約28,000人の子育て家庭(妊娠含む。)の方にダウンロードしていただいています。 アプリからこうちプレマnetにつながることもでき、令和5年度のアクセス数は12月末時点で324,430件と前年度の同時期(107,431件)の3倍以上のアクセス件数となっています。 子育て応援アプリは子育て家庭を応援する「こうち子育て応援の店」や 地域子育て支援センターなど市町村の子育て関係施設からのお知らせを、市町村や子どもの年齢に合わせて配信ができる機能があり、それぞれの家庭の状況に合わせた情報を届けることができるようになりました。 このように県や市町村からの情報発信を強化し、アプリを活用していただくことで、こうちプレマnetの情報につながるよう、今後もアプリの機能を拡充しながら取組を進めていきます。
(4) ファミリー・サポート・センター事業 エ 監査の結果(意見) ファミリー・サポート・センター事業に賛同し、サービスを提供したいと考える提供会員数は、順調に増加しているといえる。 しかしながら、同事業については利用実態からの検証も行われるべきである。すなわち、過去3年のファミリー・サポート・センター活動件数は、令和2年度6,877件⇒令和3年度9,740件⇒令和4年12月末時点5,996件と推移しており、令和4年度は前年の利用件数を下回る見込みが高い。現在同事業につい	(4) ファミリー・サポート・センター事業【子育て支援課】 令和5年10月からスタートした県の子育て応援アプリを活用した子育て家庭へのプッシュ型の情報発信の実施や令和5年度に実施した、依頼会員、提供会員に対するアンケート調査により認知度向上に一番効果があると思われるInstagramでの情報発信を令和6年度の広報事業として実施するなど今後さらに取組を充実していくことで認知度向上を図り、活動の活性化につなげていきます。 また、各センターでは提供会員に対してフォローアップ講習会やスキルアップ講座、会員同士の交流会の実施に

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

4

監 査 結 果	措 置 の 内 容
て各種広報が進められているところではあるが、いまだファミリー・サポート・センターの認知度自体は決して高いとはいえない。また、提供会員の資質向上に向けた手当はなされているものの、利用ニーズはあるものの不安感が先行して利用を控えるという事態が生じないよう、 <u>適切な広報の充実や、提供会員に対する教育機会の一層の充実が求められよう。</u>	より、会員の資質向上に取り組んでおり、安心して預けていただける体制整備につなげています。 さらに、県主催のアドバイザー研修において安全・安心な活動につながる研修会等の実施の重要性を伝えるなど、市町村での教育機会の一層の充実につなげていきます。 また、ファミリー・サポート・センターを利用しているのは会員の一部となっていますが、まだ預ける必要はないがもしものために登録している会員が一定数いることから、不安感から利用を控えている訳ではないものと考えています。 県としてはさらに事業を利用していただきたいことから、効果的な情報発信やアンケート調査による会員の声を事業の利用促進につなげていきます。
(5) 新・放課後子ども総合プラン推進事業 エ 監査の結果(意見) 子どもを持たない(持たない)理由について、子育てや教育に対する金銭的負担が第1位となっていた。この問題を解消するためには、子育てや教育に要する費用を減らす方向性と、子育て世帯の収入を増やす方向性が考えられる。現状の当該事業は、このうち主に後者に資するものといえる。子育てのために仕事を短縮にせざるを得ない結果収入の減少につながるなど、子どもを持つことによって生じ得る経済的負担を回避する上で、当該事業の有用性は相当程度高い。 ここに、前者の視点(子育てや教育に要する費用を減らす方向性)を加味できないであらうか。県民に「子どもを育てながら働くことができる」という実感をより効果的に持たせるため、県は、 <u>放課後子ども総合プラン推進事業の利用を市町村に対して積極的に促し、放課後児童クラブの保護者負担軽減を図っていく必要がある。そして、将来的には、放課後児童クラブ・放課後子ども教室の双方につき、利用料(金)をことさら飲食物代などの実費も含めた全面無償化を実現することが理想であらう。</u>	(5) 新・放課後子ども総合プラン推進事業【生涯学習課】 放課後児童クラブについては、運営費の1/2を保護者負担、残り1/2を国・県・市町村が1/3ずつ負担するとの考え方により制度設計されています。 事業の実施主体である県内のほとんどの市町村において、利用料が徴収されていますが、経済的理由などの一定の要件を満たす世帯に対して利用料の減免が行われています。 利用料の減免については、国の補助事業の対象となっていないため、現在、県において、市町村の費用の1/2を補助する支援を実施しています。 今後は、令和6年度に県単独補助金を統合して創設される「人口減少対策総合交付金」により、地域の実情に応じた市町村の取組への支援が行われることから、放課後児童クラブ及び放課後子ども教室における同交付金の活用を促していきます。 また、令和5年度の全国知事会次世代育成支援対策プロジェクトチームが実施した国への緊急提言において、本県からも意見を提出した「放課後児童クラブの利用料について無償化を含む負担軽減策を講じることが提言されており、引き続き、様々な機会を通じて国に対して無償化を含む負担軽減を要望していきます。
4 働きながら子育てできる環境づくり～ワークライフバランスの推進 (1) ワークライフバランス推進事業 オ 監査の結果(意見あり) (カ) (意見) アドバイザーは企業訪問時にアンケートを取っているが、この中に、「(高知県ワークライフバランス推進企業認証を取得するかどうか)」すぐに考えていない、又は、取得の意向がない理由を教えてください」という質問項目がある。回答選択肢は、①手続きの準備をする余裕がない、②取得によるメリットを感じない、③手続きが煩雑、④その他の4択である。認定を受けるという立場からは	4 働きながら子育てできる環境づくり～ワークライフバランスの推進 (1) ワークライフバランス推進事業【雇用労働政策課】 (カ) 企業認証に当たって、これまでの県広報や経済団体等を経由した制度周知の取組に加え、令和5年度から認証制度の紹介や5部門、4部門認証企業を紹介する新聞広告を計4回掲載しました。また、令和5年度に改訂した認証制度のたびきに、認証取得の効果(認証企業へのアンケート結果)を掲載するなどし、取得によるメリットについてアピールしました。 これらの取組の結果、延べ認証企業数は、令和4

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

5

監 査 結 果	措 置 の 内 容
<u>比較的選択をためらうことが想定される②を選択した企業が一定数見受けられた。県としては、厳しさが適直なこれら意見を受け止め、更なる魅力発信に努めるべきである。</u> (ケ) (意見) また、少子化対策の視点からみて、本事業が少子化対策としてどの程度のプラス効果を生じさせているかは不明である。<u>本事業の効果として直接的に出生数、出生率、既婚率、第一子出産年齢などの実績を把握することは困難であるが、アンケート調査に少子化対策としての効果を確認する項目を加える等して、参加企業に対し、県は本事業を少子化対策としても位置付けており、その効果をも期待していることをアピールすることが必要と考える。</u> (2) 働き方改革推進事業 ウ 事業細目 (ウ) 働き方改革実践支援事業委託料 b 事業細々目) ワークライフバランス実践支援事業 (d) 監査の結果(意見あり) ii (意見) ももとの目標設定数が4社と少ないにも関わらず参加企業が目標数に届いていないため、単純計算で1社あたり200万円を越える事業費となる。企業が自らの業務改善を図るためのコンサルティング費用として問題のある金額ではないが、<u>公費を投じるについてはさらに厳格な目標管理が必要である。参加企業が建設業に偏っている点も原因分析及び対策が必要である。</u> c 事業細々目) 働き方改革トップセミナー開催事業 (d) 監査の結果(意見あり) ii (意見) セミナーは、固定経費が中心となることから、参加人数が目標割れしたとしても費用が減額とはならない。<u>コロナ禍といえども厳格に目標管理を行い目標定員を確保するべきである。</u>	年度末の 632 社から令和6年1月時点で 766 社と大幅に増加しています。引き続き更なる魅力情報発信に取り組みます。 (ケ) 令和5年度改訂した認証制度のてびきに少子化対策関連事業の一環として実施していることを明記したほか、セミナー等の場で、ワークライフバランスの推進は、次世代育成支援とも密接に関連しており、少子化対策にもつながることをアピールすることとしました。 (2) 働き方改革推進事業【雇用労働政策課】 ウ (ウ) b 本事業については、令和5年度から、働き方改革普及促進事業へ移行し、県外企業による伴走支援から、所定の研修を受講した県内在住の社会保険労務士等国家資格保有者による伴走支援を行う体制となりました。このことにより支援体制が拡充され、支援企業が17社となり、コンサルティング費用の低減にもつながりました(事業費1,500万円、1社当たり100万円未満)。また、定員(目標)は20社としており、目標には届かなかったものの、伴走支援を行う前に開催した企業向け研修会には19社が参加するなど、企業の関心は高まっているものと考えています。 参加企業の業種の偏りに関しては、建設業が、時間外労働の上限規制の猶予業種(いわゆる2024年問題)であり、働き方改革への対応が急務であるなどの要因により、結果的に建設業に参加が偏ったものと推測しています。令和5年度の事業では、建設業が7社と業種別では最大であるものの、卸・小売業や認定こども園、学校法人など多種多様な業種の参加につながっています。これは、表彰制度を設けたことや、事業に参加する社会保険労務士等の国家資格保有者からも、関係企業への参加を促すなど、従来に比べ企業の関心がより高まったことが主な要因であると考えています。 c 令和5年度も2回セミナーを開催し、共催する高知県経営者協会などの関係団体の意向も確認しながら、時宜にかなうテーマ、講師を選定したことなどにより、参加者は第1回は151名、第2回は100名の計251名と昨年度の実績を上回ったものの、第2回については目標の150名に達しない結果となりました。 引き続き、時宜にかなうテーマ、講師を選定し、多くの県内企業の参加を促すほか、共催する高知県経営者協会とも連携しながら、より多くの参加が見込ま

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

6

監 査 結 果	措 置 の 内 容
5 官民協働による少子化対策を県民運動として展開 (4) 事業細目 ア 少子化対策県民運動推進事業実施委託料 (エ) 監査の結果(意見あり) b (意見) <u>令和3年度のフォーラムの実施報告書本文にセミナー参加者数(集客人数)が記載されていないのは問題である。参加者リストを見ればわかることではあるが、大きく目標割れしていることもあり、コロナ禍であったとしても、県としては集客にこだわっているという姿勢を受託者に見せるべきではないだろうか。</u> 6 女性の活躍の場の拡大 (2) 事業細目 ア 女性就労支援事業委託料 (エ) 監査の結果(意見、指摘あり) b (意見) 公募型プロポーザルを実施しても複数応募がなければ競争原理が働かない。<u>説明会には複数参加がありながら応募が1者のみである理由の分析が必要であろう。利益が低すぎるとか要求が過度であるなど事業としての魅力が足りないのであれば見直しが必要である。</u> c (指摘) 本事業は3年契約で、各年度の予算額は、約4,500万円という高額事業である。業務内容は必ずしも女性の就労支援のみに留まるものではないが、評価は本事業を通じた女性就職者の数であるべきである。同事業を通じた令和3年度の就職者数は目標200人に対し実績は114人であるから、女性ひとりの就職に約40万円の公費を投じたことになる。単純に比較はできないが民間の求人サイトへの掲載料は無料〜10万円台の場合もあるうえ、本来この費用は求人募集する事業者の側が負担するものであるから、就職あつせんの費用対効果という点では疑問を感じる。令和4年度はYouTube 広告を通じて応援室の知名度向上や新規相談者増加を目指すとのことであるが、既に民間業者やハローワーク等が面談やインターネット等で様々な就職あつせん事業を行っているところでもあり、本事業により女性の活躍の場を増やしたことにはならないであろう。セミナーにおいて実施している<u>アンケートや実際に受けた相談内容から得られる対象者のニーズをも踏まえたうえ</u>	れる日時での開催も検討することとしました。 5 官民協働による少子化対策を県民運動として展開 ア 少子化対策県民運動推進事業実施委託料【子育て支援課】 b 令和5年度から、実績報告書に参加者数の実績を記載するようにしました。 令和3年度も含め、例年、受託者には集客に向けた広報等を依頼しており、令和5年度も同様に実施しています。 令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症となったことに伴い、参加者は回復しつつあります。(R4:76 人→R5:110 人) 6 女性の活躍の場の拡大 ア 女性就労支援事業委託料【人権・男女共同参画課】 b 令和5年度から令和6年度までの本事業の公募型プロポーザルにおいても、説明会への参加は複数あったが、1者のみの応募でした。 分析の結果、現在の仕様書の内容では、事業者から提案いただく範囲が少ないことで事業者としては効率的な事業提案が難しくなっていた可能性があるため、できるだけ提案いただく範囲を拡大し、多くの事業者に参加いただけるよう検討します。 c 女性への就労支援を行う背景として、女性の非正規雇用率は男性に比べて高く、県内の30歳代、40歳代の女性が非正規雇用で働く理由には「家事・育児・介護等と両立しやすいから」が最多(国調査による)となっています。家事・育児等を理由に非正規雇用を選択せざるを得ないことは、女性のキャリア形成を困難にすると考えられます。 このように、社会構造上、就職において不利な状況に陥りやすい女性を公的に支援する必要性があり、民間の一般的な就職あつせんサービスの経費と比較できるものではないと考えますが、より効果的な事業実施ができるよう、令和5年度からは、ハローワークとの連携強化や開室日の拡大により、相談しやすい体制を構築しています。 また、求職者へのキャリアコンサルティングだけではなく、求職者の要望に沿って、求人条件に関する企業との交渉や調整を行ったり、就職後に聞き取りを行うアフターフォローに取り組むなど、きめ細かな就労支援に取り組んでいます。 令和5年度については、新規相談者数、相談件数は増加傾向にあり、2月末時点の就職者数は、136人と、就職者の実績は横ばいの状況ですが、相談者へ

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

7

監 査 結 果	措 置 の 内 容
で、事業内容や規模等を再考する余地がある。	のアンケートでは、応援室の対応について88%が「とても満足」、12%が「満足」となっています。 ※令和3年度就職者数 114 人 ※令和4年度就職者数 133 人
イ 女性登用等促進事業委託料 (エ) 監査の結果(意見あり) b (意見)コロナ禍の影響で令和3年度のセミナーはオンラインに切り替えたとのことであるが目標を大きく割り込んだ。予算は多額とはいえないが、年1回のみのセミナーで、参加者数も多数とはいえない反面、担当部署の人的負担は一定発生することになるため、 <u>目標割れが続くようであれば本事業の存続自体見直しが必要である。</u>	イ 女性登用等促進事業委託料【人権・男女共同参画課】 令和3年度のセミナーは、参加者の目標を20名に設定していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、目標に届きませんでした。 令和4年度は、セミナーのオンデマンド配信を行って、参加しやすい形態をとり、参加企業数は、目標を上回る46社、視聴回数延べ300回となりました。 令和5年度は、女性の活躍推進の必要性を、経営者層に、より効果的に発信するため、「女性活躍推進シンポジウム」を開催(参加者:248人、オンデマンド視聴415回(途中経過))しており、今後も効果的な取り組みを進めることとしています。
第5 指摘及び意見 1 民間事業者が現に提供しているサービスについては、まず新規事業としての立ち上げとその継続ありきではなく、現有の民間サービスの活用可能性について検討すべきである(指摘)	
(1) こうち出会いサポートセンター等による婚活支援事業については、予算額が比較的大きく、かつマッチングサイト等は民間企業においても競合他社が多数存在する事業類型である。平成28年と現在の異性の出会い方等は大きく変わっており、 <u>業務委託をするにしても、プロポーザルや一般競争入札等の競争原理が働く中で、慎重に事業内容を検討していく必要がある。</u>	(1) こうち出会いサポートセンター等による婚活支援事業【子育て支援課】 県では、マッチングシステムに加え、応援団企業の開拓、サポーターの養成やスキルアップ、結婚支援の総合相談窓口など、幅広い業務を、地域や法人規模の区別なく豊富な企業ネットワークを持つ高知県法人会連合会に「出会いサポートセンター」として委託しています。引き合わせ時のサポーター立ち会いやアフターフォローといった民間企業には無い対人支援をマッチングシステムに備えており、公的安心感を求める登録者から評価を得ているところです。 また、県民意識調査では、出会いを前面に出さない交流イベントのニーズが増加しており、異性への出会い方に求める方法が変化してきています。このため、令和5年度は新たな事業「社会人交流事業」を開始しました。この事業の実施に当たっては、競争原理を働かせるため、イベントを実施する事業者を公募し、実施しているところです。 マッチングシステムに関しては、民間企業とはターゲットと戦略が異なるため現時点では、他に適当な委託先がない状況ですが、民間の活力を活かした事業として、

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

8

監 査 結 果	措 置 の 内 容
	民間の結婚相談所と連携したマッチングや、会員活動の活性化・マッチング率の向上につながる事業を検討しています。 費用対効果の面を踏まえて民間サービスの利用も検討すべきとの指摘については、競争原理を働かせるなどして、より実効性のある取組となるよう事業を実施していきます。
(2) 女性就労支援事業においては、民間の人材派遣事業者に委託し、こうち男女共同参画センター「ソーレ」に設置した就労支援窓口「高知家の女性しごと応援室」を運営し、働くことを希望する女性へのきめ細かいワンストップ就労支援や、働きやすい職場づくりにもけた企業へのアドバイスを実施している。社会参加に困難さを感じる女性を支援するという観点からは意義のある事業であるが、最重要目標である女性の就労支援では十分な成果があがっているとはいえない。 <u>就労支援に関しては現に民間業者やハローワーク等が面談やインターネット等で様々な就職あっせん事業を行っているところでもあり、費用対効果の観点からは、事業内容や規模等を再考する必要がある。</u>	(2) 女性就労支援事業【人権・男女共同参画課】 家事・育児等の負担の女性への偏りや、女性の非正規雇用率が男性に比べて高いことなど、社会構造上、不利な状況に陥りやすい女性の就職を支援する福祉的な要素をもつ事業であり、費用対効果の判断は難しいものであると考えます。 令和5年度からは、高知市本町のハローワーク(ジョブセンターはんまち)で、毎週の出張相談だけでなく、合同企業面接会を共同開催で行うなど、関係機関との連携を深め、潜在的な求職者の掘り起こしを図っています。開室日を週4日から5日に増やすとともに、より相談しやすい体制を構築しています。 また、引き続き求職者へのキャリアコンサルティングだけでなく、育児中などで働くことに制約のある求職者の要望に沿って、求人条件に関する企業との交渉や調整を行ったり、実際に就職された方に聞き取りを行うアフターフォローなどに取り組むなど、きめ細かな就労支援に取り組んでいます。 令和5年度については、2月末時点の就職者数は136人であり、就職者の実績は横ばいの状況ですが、新規相談者数、相談件数は増加傾向にあります。 ※令和3年度 就職者数 114 人 ※令和4年度 就職者数 133 人
2 事業の目標設定や効果測定方法を更に工夫すべきである(意見) (1) 病児保育事業、延長保育事業、一時預かり事業などでは、事業評価 KPI に「実施箇所数」という指標が用いられておりこれ自体に問題はない。しかし、他方で、 <u>実施箇所数のみ拡大したものの県民の利用数が伸びないなどの事態が生じないよう、県民の利用実態の側面に着目した目標管理・効果測定も必要である。</u>	(1) 病児保育事業、延長保育事業、一時預かり事業【幼保支援課】 病児保育事業等の目標値については、市町村がアンケートなどにより住民のニーズを勘案したうえで実施箇所数を定めており、その積み上げを県子ども・子育て支援事業支援計画の目標値として設定しているものです。このため、県としては別途市町村からの補助金実績報告などにより、利用児童数を把握しているところです。 県としては、今後、そうした利用実態も踏まえて、市町村が住民の利用ニーズに応じて必要なサービスを提供できるよう、より一層市町村の取組を支援していきます。
(2) また、ファミリー・サポート・センター事業についても、指標とする事業の提供会員数が順調に伸びていることは評価に値するが、もう一步踏み込ん	(2) ファミリー・サポート・センター事業【子育て支援課】 令和5年10月からスタートした県の子育て応援アプリを活用した子育て家庭へのプッシュ型の情報発信の実

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

9

監 査 結 果	措 置 の 内 容
で、会員数に比例して利用者数が伸びているかまでの分析が必要である。また、利用者の意見をきくことにより、広報が足りないのか、内容に改善が必要なのか等の問題点も見えてくるものと思われる。受け皿を広げる段階をクリアしたら次は利用率の向上がポイントである。	施や、令和5年度に実施した依頼会員、提供会員に対するアンケート調査により、認知度向上に一番効果があると思われる Instagram での情報発信を、令和6年度の広報事業として実施するなど今後さらに取組を充実していくことで認知度向上を行い、活動の活性化につなげていきます。 また、各センターでは提供会員に対してフォローアップ講習会やスキルアップ講座、会員同士の交流会の実施により、会員の資質向上に取り組んでおり、安心して預けていただける体制整備につなげています。 さらに、県主催のアドバイザー研修において安全・安心な活動につながる研修会等の実施の重要性を伝えるなど、市町村での教育機会の一層の充実につなげていきます。 また、ファミリー・サポート・センターを利用しているのは会員の一部となっていますが、まだ預ける必要はないがもしものために登録している会員が一定数いることから、不安感から利用を控えている訳ではないものと考えています。 県としてはさらに事業を利用していただきたいことから、効果的な情報発信やアンケート調査による会員の声を事業の利用促進につなげていきます。
(3) 少子化対策県民運動推進事業、女性登用等促進事業等において実施されるセミナー等については、そもそも参加者の目標数が設定されていないか、設定されていたとしても目標を大きく割り込んでいたりするものが目立つ。県として、セミナー等の内容はもちろんのこと、参加者数の実績にもこだわる姿勢を受託者に伝えていく必要がある。	(3) 少子化対策県民運動推進事業【子育て支援課】 令和5年度から、実績報告書に参加者数の実績を記載するようにしました。 令和3年度も含め、例年、受託者には集客に向けた広報等を依頼しており、令和5年度も同様に実施しています。 令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症となったことに伴い、参加者は回復しつつあります。(R4:76 人→R5:110 人) ・女性登用等促進事業【人権・男女共同参画課】 令和3年度のセミナーは、参加者の目標を 20 名に設定していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、目標に届きませんでした。 令和4年度は、セミナーのオンデマンド配信を行って、参加しやすい形態をとり、参加企業数は、目標を上回る 46 社、視聴回数延べ 300 回となりました。 令和5年度は、女性の活躍推進の必要性を、経営者層に、より効果的に発信するため、「女性活躍推進シンポジウム」を開催(参加者:248 人、オンデマンド視聴 415 回(途中経過))しており、今後も効果的な取り組みを進めることとしています。
(4) そもそも少子化・子育て支援対策は、最終的にどの程度出生率の改善に繋がっているかなど直接的な定量的評価が困難なものが多いのは確かである。そうだとすると、利用者や参加者の声を集約する等して適正に事業評価を行い、事業の改善に繋げるべきである。例えばワークライフバランス	(4) ワークライフバランス推進関連事業、働き方改革関連事業【雇用労働政策課】 利用者や参加者の声の集約に関しては、各セミナー開催時やワークライフバランス推進アドバイザーによる企業訪問時のアンケート等で、企業の取組状況やニーズを確認し、事業に反映させています。

令和4年度包括外部監査結果に基づく措置について

10

監 査 結 果	措 置 の 内 容
推進関連事業、働き方改革関連事業、女性就労支援事業など、少子化対策に位置付けながら少子化対策としての効果測定に配慮がされていないように思われる事業がある。困難であっても可能な限り定量的な効果測定を行い、それが困難な事業についても対象者に対し少子化対策としての意見・感想を求めるアンケートを実施する等して効果を測定し、次年度以降の事業改善に繋げることは必要である。少子化・人口減少問題が県民の大きな関心事であることが各種報道等により伝えられるところであり、県としても少子化対策事業として位置付けて実施しながら、事業の対象者にはその意図がまったく伝わっていないという事態は避けなければならない。	既に上記アンケートを行っていることから、別途、アンケートは実施しておりませんが、令和5年度に改訂した認知制度のたびに少子化対策関連事業の一環として実施していることを明記したほか、セミナー等の場で、ワークライフバランスの推進は、次世代育成支援とも密接に関連しており、少子化対策にもつながることをアピールしています。 また、企業からのニーズも踏まえ、令和6年度は、テレワークなど多様な働き方導入に特化した事業や、ワークライフバランス推進アドバイザーによる両立支援等助成金等国の有利な助成金の周知など、少子化対策にも寄与する取組を新たに行うことを検討することとした。 ・女性就労支援事業【人権・男女共同参画課】 女性就労支援事業は、毎年度、事業運営協議会を開催し、学識経験者等の委員からご意見等をいただいて事業評価を行っています。 令和6年度は、市町村との連携強化によるセミナーのサテライト会場設置や、子育て支援センターでの出張相談、フリーペーパー広告の活用などにより、支援内容が対象者に届くよう、より一層の周知に取り組みます。
3 事業の広報手段を更に工夫すべきである(意見) 現代においては、何か情報を得ようとする時にはまずインターネットによる検索が行われる。高知県が実施する妊娠・出産・子育ての各種支援施策についても、対象年齢層はまずインターネットによる検索を行うと思われる。しかし、こうちプレマ net をはじめとする各事業は、それ自体の認知度の低さ、県民の関心のなさが懸念される。「高知版ネウボラ」という理念についても、そもそも一見してこれが何を意味しているのかが理解できず、県民一般に浸透しているとは到底思われない。より直接的でわかりやすいメッセージを発出しなければ、高知県が少子化対策・子育て支援に注力していること自体が県民に伝わらないのではないかと考えられる。インターネットによる発信内容の更なる工夫に加え、SNS や新聞広告など、他の広報手段についても検討すべきではないかと。	3 子育て支援ポータルサイト「こうちプレマ net」をはじめとする各事業【子育て支援課】 高知県における妊娠期から子育て期まで切れ目のない包括的な支援の取組については、各市町村の子育て世代包括支援センターを起点に、それぞれの地域で子育て支援の取組を実施しています。各地域の支援サービスは充実しつつありますが、利用につながっていない事業については周知が弱く、認知度が低いことも要因の一つであると考えています。 インターネットによる検索など支援施策を調べる意識がある方については、こうちプレマ net 等の支援情報につながるのですが、検索しない方にどのような周知をしていくのかが課題だと考えています。 令和5年度に開設しました子育て応援アプリ「おでかけるんだバス」は 28,000 人を超える方にダウンロードいただいております。市町村や子育て関係施設から地域の子育て家庭にプッシュ型の情報発信ができる仕組みとなっていますので、アプリを活用した情報発信を進めていきます。 また、アプリに蓄積されたデータの分析(解析)を行うことで、子育て家庭の潜在的なニーズを捉え必要な情報を必要な子育て家庭に届けるとともに、アプリの機能を拡充させるなど支援サービスの充実につなげていきます。