

(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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・子育て支援課

| | | | |
|---|--|------------------------|---------------|
| 事業メニュー | 地域結婚支援重点推進事業 | | |
| 区分 | 重点メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 1.2.3 オンラインによる結婚相談・伴走型支援 | | |
| 個別事業名 | えひめオンライン結婚支援事業 | 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 令和3 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 22,326,062 | | 円 |
| 自治体における少子化対策の全体像及びその中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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画H27~R1、後期計画R2~R6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進しているところ。</p> <p>この中で、結婚支援については、「結婚を希望(のぞ)む人が結婚でき、子どもを持ちたい人が安心して産み育てることができる愛媛づくり」を推進するため、次世代育成支援等に取り組んでおり、基本目標の第1に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる「えひめ」を掲げて、次代の親づくり、若者の自立と就労支援、良きパートナーとの出会いの支援等の各施策を展開し、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「えひめ結婚支援センター」(H20年度開設)を核として、企業・団体、市町、ボランティア等と連携、協力し、結婚を希望する独身者に出会いイベントやお見合い事業を通じて多くの出会いの機会を提供する ・県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりに取り組む <p>等の具体的な事業を実施することとしている。</p> <p>これまで、県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりとして、えひめ結婚支援センターにおいて、出会いイベントの開催やお見合い事業の実施を基軸に、企業等との連携強化やシステム活用検討に取り組んできたほか、特に、近年においては、地域全体で若者の成長と結婚の希望をかなえられる体制を構築するため、市町及び企業等と連携のもと、企業等のネットワーク化や新しい形の結婚支援拠点整備等による異業種交流支援に重点を置き、未婚率の上昇が著しい若手社会人の交流機会の拡充を図るとともに、市町及び企業等が主体となった結婚支援を推進しており、センターを通じた成婚数は、令和4年度に1,400組(自主申告分)を突破するなど、一定の成果を得ているが、令和3年の県内婚姻率は3.5(前年度比-0.2)、平均初婚年齢は夫30.1歳、妻29.0歳(前年度比夫±0、妻+0.2)と依然として未婚化・晩婚化が課題であることから、これまでの成果を最大限に活用し、引き続き、地域総ぐるみでの支援に取り組んで行く必要がある。</p> <p>本個別事業は、令和2年度に構築したオンライン婚活に対応するシステムを活用し、オンライン婚活を主軸に結婚を希望する独身者に出会いの場を提供するとともに、デジタルマーケティングの手法を活用し、20代会員及び県外会員の増加を図り、県内婚姻数の増加や晩婚傾向の改善等につなげ、少子化対策の推進に努めるものである。</p> <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>県の出生数減少の要因について、本県の人口動態の視点から、社会増減との関係を統計的に分析したところ、出生数に影響を与える20代女性の減少(転出超過数)と婚姻数との間に相関係数0.8を超える強い相関がみられたことから、県内外を問わず20代への働きかけを強化し、県内婚姻件数の増加を図る必要があると考えられるため、居住エリアに捉われないオンライン婚活を主軸に展開しているが、オンライン婚活での出会いから、成婚に繋がりにくいことやイベントを主催する応援企業にオンライン婚活のノウハウが浸透していないことが課題となっている。</p> <p>(課題への対応)</p> <p>成立カップルへのフォローの強化や応援企業へのノウハウの提供を行うほか、オンライン婚活や会員向けオンラインセミナーの企画の工夫により、オンライン婚活の効果向上を目指す。</p> <p>また、過去2年のデジタルマーケティングの成果分析を踏まえ、広報手法をブラッシュアップしたデジタルマーケティングにより20代会員や県外会員数のさらなる増加、オンライン婚活の参加促進を図り、晩婚傾向の解消や将来の愛媛県への転入候補者の獲得に繋げる。</p> | | |

| 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|----|---------------|---|---------|-------|
| 1 | オンラインイベントの開催 | <p>令和3年度から、オンライン婚活イベントを本格的に開始したところ、対面型イベントのカップル成立率は30.4%に対し、オンライン婚活イベントのカップル成立率は60.3%に達している(R4.11月末)。また、県外会員が増加しており、県外からの参加もあるほか、今後も利用したいとの感想が寄せられるなど、好評であるため、令和5年度においても、引き続きオンライン婚活イベントに取り組む。</p> <p>令和5年度においては、対面イベントが徐々に再開され、対面の支援のニーズも一定数あることを考慮し、オンライン婚活イベントを希望する人、対面イベントを希望する人、双方が出会えるよう、オンライン参加も対面参加も可能とするなど、柔軟な参加ができるよう、オンラインイベントの企画を工夫し、幅広い出会いを提供する。</p> <p>なお、イベントの前後にスキルアップセミナーやボランティアのフォローを有機的に組み合わせ、会員がより良い活動ができるようサポートする。コロナの感染拡大の状況や会員の居住地、活動のスタイルに関わらず、充実したサポートを行うため、スキルアップセミナー・ボランティアのフォロー共に、オンラインと対面の両方で開催する。</p> <p>また、オンライン婚活イベントの開催促進にあたり、応援企業への説明や協議を行ってきたが、応援企業にオンラインイベントのノウハウが普及しておらず、開催に不安の声が聞かれており、企業が企画するオンラインイベントが少ない状況である。令和5年度は、センター職員が応援企業に個別に働きかけ、共同でオンラインイベントを企画、運営を行い、企業にノウハウを提供する。</p> <p>【オンライン婚活イベントの流れ】 ①各自がスマートフォンやタブレットから会員登録のうえ、参加申込。 ②参加者がスマートフォンやタブレットでグループメール機能を利用して参加者同士で自己紹介等を行う。 ③一定人数でスマートフォンやタブレット上でイベント実施。(Zoom等のWeb会議機能を利用し、会場に集まることなく自宅等で交流) ④オンライン上でマッチング ⑤カップル成立の場合、ボランティア推進員のフォローのもと、交際の意思を確認していく。(オンライン上でフォローメッセージのやり取りを行うほか、対面・オンライン両方で受けられるカップル相談会(番号3「お見合い事業「愛結び」のオンライン化の取組み」に詳細記載)等と組み合わせ、交際の継続・成婚に向けて支援を行う)</p> <p>○オンラインイベント等開催予定回数:40回(番号2異業種交流会含む) ○オンラインイベント等参加予定人数:480人(番号2異業種交流会含む) ○ボランティアのフォローを受けた人数(各種相談会・フォローメッセージのやり取り):390人 ○セミナー参加者:390人</p> | ○ | ○ |
| 2 | オンライン異業種交流の開催 | <p>本県では、地域全体で若者の成長と結婚の希望を叶えられるよう、H29年度から地元企業等に働きかけ、異業種交流ネットワーク(県内企業における中核ネットワークを軸に、地域実行委員会等を展開)を構築し、経営者等が結婚支援の優良事例及び課題への対応状況の検討や若手従業員等の結婚観、仕事に対する意識等の共有を行ってきた。併せて、継続的な異業種交流活動を実施し、若い世代が市町や業種の垣根を越えて出会い、継続的に交流できる機会の充実に取り組んでおり、参加した若者の7割以上が引き続きの参加を希望するなど、一定の評価を得ている。</p> <p>令和5年度については、異業種交流ネットワークの垣根を越えて、より多くの企業に参加を働きかけ、企業・団体同士のコラボレーションイベントを活性化させ、さらなる出会いの機会の増加を図る。</p> <p>また、若手社会人に婚活のハードルを下げ、まずは若手社会人同士の交流の場として気軽に参加してもらえるよう、企画内容、広報内容に工夫を図る。異業種交流活動参加後、イベントや1対1の愛結びへの参加も促す。</p> <p>センターは事務局として、オンライン婚活機能の活用サポートや企業同士のマッチングや調整を行うほか、各企画の実施にあたっては、スタッフ等によるフォローを行う。</p> <p>なお、参加者はえひめ結婚支援センターへの登録を必須とし、異業種交流会参加後の継続的な出会いイベント、愛結びへの参加を促進する。</p> <p>また、異業種交流会には対面、オンラインに関わらずボランティアが立会い、参加者のサポートを行うほか、番号1「オンラインイベントの開催」、番号3「お見合い事業「愛結び」のオンライン化の取組み」に記載の各種相談会への参加を案内し、異業種交流会参加者に対してもイベント後のボランティアのフォローを強化し、若者の出会い促進を図る。</p> <p>○異業種交流会開催回数、参加人数、ボランティアのフォローを受けた人数、セミナー参加者数は番号1に記載のとおり</p> | ○ | ○ |

| | | | | |
|------------------|---|---|---|---|
| 個別事業の内容 ※(注)3 | 3 | <p>本県の実施するお見合い事業「愛結び」は、令和2年度に会員登録からマッチングまでを一貫してオンライン上で実施できるよう、システムを刷新し(新型コロナウイルス対応地方創生臨時交付活用)、令和3年度には、お相手情報の自宅閲覧機能も運用開始するなど、オンライン化の取組みを進めてきた。</p> <p>オンライン化の取組みにより、会員の活動が活発化し、カップル成立率は対面型のお見合いよりも高くなっているほか、「お見合いは格式が高いイメージから抵抗感を感じる」といった声が聞かれていた若い世代も、オンラインでのお見合いの方が気軽に利用しやすいなど、好評の声をいただいているため、引き続き、オンラインでのお見合いを展開するが、オンラインで出会った後、実際に対面するタイミングや対面後の交流の仕方など、オンラインでの出会い特有の悩みを抱えるカップルも多く、カップル成立から成婚になかなか繋がらないという課題がある。</p> <p>よって、令和5年度は、オンラインお見合いでのカップル成立後、オンライン・対面の両方でサポートできる取組みを実施し、カップルを成婚に繋げる取組みを強化する。</p> <p>現在、カップル成立後のフォローは、原則、ボランティア推進員とのスマートフォン上(オンライン上)での定例的なメッセージのやり取りのみであるため、令和5年度はオンラインと対面の両方でカップル相談会を開催し、対面とオンライン両方で対応可能な相談体制を整備することにより、交際継続の後押しをする。オンラインお見合いと本相談会を組み合わせ、対面とオンライン双方のフォローを強化することによって、成婚に向けた交際の継続に繋げる。</p> <p>また、ボランティア推進員に対しては、令和4年度にオンライン婚活のマニュアル作成やシステムの操作研修を行うなど、オンラインに対応可能な人材の育成に努め、システム操作のノウハウは浸透してきたところである。令和5年度は、オンライン婚活に立ち会うことを目標とするだけでなく、オンライン婚活でのカップル率、成婚数向上のため、オンラインでのフォローの質の向上も目標とし、有識者によるフォロー研修の開催などを行う。オンラインに対応可能な人材育成、オンラインでのフォローの質の向上を図ることにより、オンラインでも対面でのサポートと変わらないサポート体制を常に提供できるようにする。</p> <p>なお、事業実施にあたっては、県内市町と愛結び窓口の設置、会員募集に連携して取組みほか、オンライン婚活のノウハウの共有し、県下一体となって、オンライン・対面双方の結婚支援の実現を目指す。</p> <p>《新・結婚支援システム運用開始:令和3年3月》</p> | ○ | ○ |
| | 4 | <p>H30年1月に松山市駅地下街に開設したサテライト会場「Joint Terrace ひめring」を拠点に、県内各事務所とも連携し、オンライン婚活時のシステム操作や支援方法の研修を行う(番号3「お見合い事業「愛結び」のオンライン化の取組み」記載)。研修等はオンライン受講も可能とし、サテライト会場から配信を行う。なお、上記記載のカップル相談会も本サテライト会場を拠点とする。</p> <p>また、令和4年度から、活動がうまくいかない会員への支援やカップルになった会員同士を成婚に繋げる支援を強化するため、本サテライト会場を拠点に、定期的な様々な企画を実施するオンラインサロンを展開しており、受講者へのアンケートを行ったところ、「婚活に自信がついた人の割合」が高くなっており、会員の活動に良い効果をもたらしていると考えられる。</p> <p>よって、令和5年度も引き続き、本サテライト会場を拠点にオンラインサロンを実施し、出会いイベント、1対1のお見合い「愛結び」、異業種交流会と連携して取り組む。特別講師によるセミナーの開催など、企画内容を拡充して実施することに加え、上記個別事業1、2のイベント等と組み合わせ、会員にオンラインサロンとイベント等双方への参加を促すほか、オンラインサロンの一部をセンターWebサイトやYouTubeチャンネルに公開し、上記個別事業1、2のイベント等に参加した会員が柔軟にセミナーを視聴し、活動の悩みの解消やスキルアップを図ることができるようにする。</p> <p>(企画例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロのカウンセラー相談会(カップルカウンセリングなど) ・女性会、男性会 ・ブライダルセミナー(結婚に伴うイベントや手続きを紹介) ・親向けセミナー <p>○オンライン研修・セミナー等については、従来の愛結び窓口開設日以外で実施。 ○自宅等でオンライン配信を閲覧できない参加者も一定数いることやシステム操作研修においては、事務所配備の端末を使用する必要があることから、県内各事務所も各地域の会場として活用、サテライト会場からの配信等を行うなど、県下全域での結婚支援のオンライン化に努める。 ○オンラインサロン参加予定人数:500名</p> | ○ | ○ |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|----------------|------------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | えひめオンライン結婚支援事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 22,326,062 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|--|------------|------------|---|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | 委託料 | 1 オンラインイベントの開催（経費積算は別添見積書のとおり） | 2,603,436 | 2,603,436 | 0 |
| 2 | 委託料 | 2 オンライン異業種交流の実施（経費積算は別添見積書のとおり） | 1,570,998 | 1,570,998 | 0 |
| 3 | 委託料 | 3 お見合い事業「愛結び」のオンライン化の取組み（経費積算は別添見積書のとおり） | 4,348,740 | 4,348,740 | 0 |
| 4 | 委託料 | 4 サテライト会場等を活用した結婚支援オンライン化への取組み（経費積算は別添見積書のとおり） | 4,562,888 | 4,562,888 | 0 |
| 5 | 委託料 | 5 デジタルマーケティングによるオンライン婚活の普及（経費積算は別添見積書のとおり） | 9,240,000 | 9,240,000 | 0 |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 22,326,062 | 22,326,062 | 0 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|------------|----------|-------|-----|-----|------------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 22,326,062 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22,326,062 |
| 交付対象事業費 | 22,326,062 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22,326,062 |

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・子育て支援課

| | | | |
|--|--|------------------------|----------------|
| 事業メニュー | 地域結婚支援重点推進事業 | | |
| 区分 | 一般メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 1_1_6 その他、各地域において結婚を希望する者の希望の実現を支援するための取組 | | |
| 個別事業名 | えひめ結婚支援強化事業 | 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20 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 7,761,578 | | 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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画H27~R1、後期計画R2~R6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進しているところ。</p> <p>この中で、結婚支援については、「結婚を希望(のぞ)む人が結婚でき、子どもを持ちたい人が安心して産み育てることができる愛媛づくり」を推進するため、次世代育成支援等に取り組んでおり、基本目標の第1に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、若者の自立と就労支援、良きパートナーとの出会いの支援等の各施策を展開し、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「えひめ結婚支援センター」(H20年度開設)を核として、企業・団体、市町、ボランティア等と連携、協力し、結婚を希望する独身者に出会いイベントやお見合い事業を通じて多くの出会いの機会を提供する ・県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりに取り組む <p>等の具体的な事業を実施することとしている。</p> <p>これまで、県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりとして、えひめ結婚支援センターにおいて、出会いイベントの開催やお見合い事業の実施を基軸に、企業等との連携強化やシステム活用検討に取り組んできたほか、特に、近年においては、地域全体で若者の成長と結婚の希望をかなえられる体制を構築するため、市町及び企業等と連携のもと、企業等のネットワーク化や新しい形の結婚支援拠点整備等による異業種交流支援に重点を置き、未婚率の上昇が著しい若手社会人の交流機会の拡充を図るとともに、市町及び企業等が主体となった結婚支援を推進しており、センターを通じた成婚数は、令和4年度に1,400組(自主申告分)を突破するなど、一定の成果を得ているが、令和3年の県内婚姻率は3.5(前年度比-0.2)、平均初婚年齢は夫30.1歳、妻29.0歳(前年度比夫±0、妻+0.2)と依然として未婚化・晩婚化が課題であることから、これまでの成果を最大限に活用し、引き続き、地域総ぐるみでの支援に取り組んで行く必要がある。</p> <p>本個別事業は、これまでの成果を最大限に活用し、県、市町、企業等が連携のもと、結婚支援の質の向上及び利用者ニーズに沿った事業展開に取り組み、量・質ともに充実した結婚支援体制の確立、ひいては県民総ぐるみで“結婚の希望を叶えられる愛媛”の実現を加速化するものである。</p> | | |
| | <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>えひめ結婚支援センターを核に、県、市町、企業等が連携して結婚支援に取り組み、成果を上げてきたが、会員は30代~40代が7割を占めているため、結婚を希望する20代へのサポートを強化して晩婚傾向の改善を図る必要があるとともに、オンライン婚活にシフトするなかでも、従来どおりの対面型の結婚支援のニーズは依然として高い。また、会員登録を行っても実際の活動に踏み出せない会員も多いため、これが課題である。</p> | | |
| | <p>(課題への対応)</p> <p>市町と連携し、20代が利用しやすい窓口の設置に努めるとともに、会員登録の促進にとどまらず、登録後、実際の活動に参加しやすくなるようなフォローを行い、結婚を希望する人が希望する年齢での結婚を支援する。</p> | | |

| 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|--|---------------------|--|---------|-------|
| 1 | 市町と連携した「愛結び」利用窓口の運営 | <p>現在、本県の実施するお見合い事業「愛結び」は、お相手の閲覧等のための専用の利用窓口を設置しており、県内各地での利用を可能とするため、近年、各市町での窓口開設促進に取り組み、現在、県内16市町で「愛結びコーナー」を開設(うち、県単設置2、市町関与14)している。</p> <p>しかしその多くが、専用スペースを持たず、年数回～月数回程度、公民館や公共施設の会議室等を会場に、センター職員が出張して行っており、稼働率(利用者数/予約可能数)は10%～60%程度である。</p> <p>一方、平成30年に松山市駅地下街へ新たに開設したサテライトセンターでは、「愛結び」の稼働率が90%近くになっており、若手社会人には、仕事や買物の行き帰り等に気軽に立ち寄ることのできる身近な場所に設置された利用窓口へのニーズが高いことが窺える。</p> <p>令和5年度についても、従来から行っているビッグデータの活用とボランティアのフォローを組み合わせた愛媛方式の対面型の結婚支援を一層推進していくため、県及び各市町が設置する窓口について、若い世代が利用しやすい曜日や時間帯、場所での運営ができるよう、各市町と意見交換を行い、窓口運営の工夫を図る。</p> <p>令和4年度は、県単設置の窓口にて、「会員登録会」を実施し、新規会員登録の促進を図った。令和5年度は、市町と連携し、市町設置窓口でも会員登録会を開催し、さらなる会員増加を目指す。会員登録会では、新規会員登録を促進するとともに、セミナーやボランティア相談会などを組合せるほか、イベントの案内・申込までその場でフォローするなど、登録会参加者が会員登録後、すぐに活動に踏み出せるような流れを構築する。</p> <p>なお、各市町での窓口開設にあたっては、センターによって企画・調整を行い、これまでの開設実績が数回程度で、経験値が充分でない市町に対しては、引き続き、市町職員への開設のサポートや実務のノウハウの提供を行い、開設を手助けするほか、令和5年度は、センターに登録しているボランティアと市町が独自で確保しているボランティアの育成・研修を連携して行い、県下全域で温かい支援の実現を目指す。</p> <p>○会員登録会参加予定人数 150人 ○ボランティア研修会参加予定人数 250人</p> | ○ | ○ |
| 2 | 性格診断の活用に向けた検討 | <p>えひめ結婚支援センターでは、これまで、会員の行動履歴やボランティア推進員との交際フォロー記録などのビッグデータをマッチングシステムに蓄積しており、専門家を交えた検討会を開催、データ分析等を行い、平成26年度には、システムにビッグデータからおすすめのお相手を提案する「ビッグデータからのおすすめ機能」を追加するなど、ビッグデータの有効活用に努めている。</p> <p>しかし、会員が「ビッグデータからのおすすめ機能」をより効果的に活用するには、お見合いの申込、マッチングの回数を重ねて、行動履歴を蓄積する必要があり、会員登録直後は精度の高いお相手提案ができないことが課題である。よって、早期のマッチングを実現させるためには、会員登録直後からより効率的なお相手探しができる手法を検討する必要がある。</p> <p>そこで、新潟県等が先行して導入している、お相手探しの際の性格診断の活用に着目し、令和5年度は、これまでの検討会に人間環境大学総合心理学部も交えて、ビッグデータのみならず、マッチングにおける性格診断の活用に向けたデータの分析や検討会を行い、それらの結果をもとに、愛媛県の特徴に沿った形で性格診断を活用を目指す。</p> <p>検討会(案) ○専門家:国立情報学研究所 宇野 毅明氏 ニッセイ基礎研究所 天野 馨南子氏 人間環境大学総合心理学部</p> | ○ | ○ |
| 3 | 会員登録の見直し | <p>えひめ結婚支援センターでは、複数人で交流するイベントと1対1のお見合い「愛結び」を行っているが、両者を比較すると、愛結びの方がマッチング率が高く、成婚にも繋がりがやすくなっている。(R4.11月末時点マッチング率:イベント30.7%、愛結び45.1%)</p> <p>会員のマッチングや成婚の割合を高めるには、マッチング率が高い愛結びの利用を促進することが効果的であると考えられるが、センターのオンライン広告から会員登録フォームをクリックした者のうち、会員登録が完了するのは約25%にとどまっているほか、愛結び登録を完了するのは1割に満たない状況である。(R4年11月末時点)</p> <p>上記の要因として、会員登録、愛結び利用登録の煩雑さが考えられるため、会員登録手順を見直し、愛結び利用のハードルを下げ、利用を促進することで、会員のマッチングや成婚の希望を叶える後押しをする。</p> <p>さらに、個別事業番号2の「性格診断の活用に向けた検討」において提案された、会員登録時のプロフィールの登録内容等を反映し、会員登録直後から効率的なお相手探しができるよう改良を行う。</p> | ○ | ○ |
| <p>【次年度以降に向けた事業の方向性】</p> <p>令和6年度以降については、オンライン婚活の実施状況や利用者ニーズを検証しながら、窓口の開設や運営を進めるとともに、県、市町、企業等が連携のもと、オール愛媛で結婚を希望する若者等の希望をかなえられるよう、行政支援や持続可能な取組み等について検証し、成婚数増加や人口の自然増を目指す。</p> | | | | |
| <p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p> <p>新潟県「『あなたの婚活』応援プロジェクト」ほか</p> | | | | |

個別事業の内容
※(注)3

| 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 | KPI項目 | 単位 | 目標値 | 現状値 |
|--------------------------------------|---|----|------------|---------------------|
| | 出生数 | 人 | 8,500(R8年) | 8,011 (R3年) |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | 3.5 (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 |
| | 会員登録会の開催市町数(窓口県単独設置市町含む) | 市町 | 6 | 令和4年度:3 |
| | 愛結び会員新規登録数 | 人 | 600 | R4.12月末488人 |
| | お見合い「愛結び」閲覧数の増加(R3年度比) | % | 10%増 | 令和3年度:122%増(令和2年度比) |
| | マッチングシステムについて、期待する人の割合(満足度) | % | 70 | — |
| | 会員登録会募集定員に対する参加予定割合 | % | 100 | 集計中 |
| | ボランティア研修会定員に対する参加予定割合 | % | 100 | 集計中 |
| | | | | |
| | (参考) | | | |
| | 会員登録者数 | 人 | | R3年度末延べ14,268人 |
| | 引き合わせ成立数 | 組 | | R3年度:867組 |
| | カップル成立組数 | 組 | | R3年度:698組 |
| | 成婚数 | 組 | | R3年度:80組 |
| 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 | 県内各市町と、県が設置するえひめ結婚支援センターとが連携・協力して、結婚支援システムを活用したイベント開催、愛結びの利用会場等の設置、ボランティア推進員の募集等、総合的な結婚支援ネットワークへの参画促進について、地域の実情を踏まえて実施可能な事業を展開。 | | | |
| 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 | 民間事業者は、従業員の結婚観や支援ニーズが一人ひとり異なることに配慮しつつ、企業等の自主的な判断により、異業種交流ネットワークへの参画やえひめ結婚支援センターの応援企業登録など、従業員の視野拡大や新たな人脈づくりにつながる取組みを実施する。 | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|-------------|-----------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | えひめ結婚支援強化事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 7,761,578 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|--|-----------|-----------|---|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | 委託料 | 1 市町と連携した若者が利用しやすい「愛結び」利用窓口の運営（経費積算は別添見積書のとおり） | 3,541,956 | 3,541,956 | |
| 2 | 委託料 | 2 性格診断の活用に向けた検討（経費積算は別添見積書のとおり） | 143,880 | 143,880 | |
| 3 | 委託料 | 3 会員登録の見直し（経費積算は別添見積書のとおり） | 4,075,742 | 4,075,742 | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 7,761,578 | 7,761,578 | 0 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|-----------|----------|-------|-----|-----|-----------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 7,761,578 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7,761,578 |
| 交付対象事業費 | 7,761,578 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7,761,578 |

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・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 | 一般メニュー | | | |
| 関連事業メニュー | 3.1.1 男性の家事・育児参画促進、配偶者の出産直後の男性の休暇取得促進 | | | |
| 個別事業名 | 男性の育児参画促進事業 | 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 令和元 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 2,519,083 | | | 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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画H27～R1、後期計画R2～R6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進しているところ。</p> <p>プランにおいて、妊娠・出産、子育て等については、基本目標の第1目標に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”、第3目標に「家庭・地域の愛情」で育む“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、地域で子どもを育む環境づくり等の各施策を展開しており、核家族化や少子化の進行、ライフデザインの選択肢の多様化等により、身近な相談先や家事・育児の夫婦間協力、早期のライフプランニングの機会が必要となっていることから、愛顔の子育て応援アプリ「きらきらナビ」の構築・運用や男性の家事・育児参画促進のほか、若年者向けライフデザイン支援等に取り組んできたところ。</p> <p>この中で、男性の家事・子育て参加の促進を図る取組として</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家事・育児への積極的にかかわりと、その効果などについて、男性を対象とした意識啓発活動等 ・県の広報誌やホームページ、各種講座の開催により、男女共同参画に関する情報発信や意識向上 ・男性が積極的に育児に参加しやすい環境づくりに取り組む <p>等の具体的な事業を実施することとしている。</p> <p>このうち、男性が積極的に育児に参加しやすい環境づくりとして、これまで、企業協力のもと、企業社員及び経営者に対する周知啓発や企業内の子育て世帯男性による当事者組織、管理職や経営者による支援者組織等の設立支援を実施したほか(H28～29)、H30年度からは対象を全ての男性に拡大し、愛顔の子育て応援アプリ「きらきらナビ」を活用して、子育てを楽しむ男性をテーマとしたフォトコンテストの実施等により、男性の家事育児参画の機運醸成や裾野拡大に取り組んでいる。</p> <p>本個別事業は、きらきらナビの活用に加え、きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」を活用した広報発信、男性が主役となる親子参加型イベントの開催に取り組み、周知啓発と実践活動の両面から効果的に男性の家事育児参画を推進するものである。</p> | | | |
| | <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>核家族化や共働き家庭の増加等、社会構造の変化を背景に、男女が協力し、家事育児等を担っていくことの必要性がこれまで以上に高まっている。</p> <p>国においては、社会制度の見直しや意識啓発等が行われているほか、県においても、男性の家事・育児時間が長いほど第2子以降の出生割合が高いという調査結果に着目し、H30年度からきらきらナビを活用した情報発信、R2年度から男性が主役となる親子参加型イベントの実施等により、男性の家事育児参画の機運醸成や裾野拡大に取り組んでいるが、子どもとの時間の確保や触れ合い方の不安等により、具体的な行動に移せないなどの課題がある。</p> | | | |
| | <p>(課題への対応)</p> <p>きらきらナビやきらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」を活用において、男性の育児のアイデアやコツをチェックリストの作成などにより具体的に紹介するほか、男性が主役となる親子参加型イベントをさらに工夫して開催することにより、男性の具体的な行動に繋がる意識啓発を行う。</p> <p>≪愛顔の子育て応援アプリ&Webサイト「きらきらナビ」:平成27年12月24日運用開始≫</p> | | | |

| | 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|--|----|----------------------|--|---------|-------|
| 個別事業の内容 ※(注)3 | 1 | きらきらナビ男性向けコンテンツの充実 | <p>これまで、きらきらナビにおいて、県内男性等の子育てエピソードや失敗談を紹介してきたほか、令和4年度は、父親がすぐに育児に関して具体的な行動に移せるよう、父親のニーズや社会情勢を踏まえた子育てのライフハック等を具体的に紹介するコンテンツ「パパの子育て虎の巻」を追加した。</p> <p>令和5年度においては、「パパの子育て虎の巻」に記事を追加することに加え、<u>子どものお出かけ、食事、お風呂など、様々な場面の準備物やTo doのチェックシートを作成のうえ、きらきらナビに掲載し、男性がより具体的に行動できるよう工夫を図る。</u></p> <p>パパの子育て虎の巻記事：年2回程度 記事テーマ例：県内父親の1日のルーティーン パパと子どものお掃除術 ママと子どもに振る舞う料理</p> | ○ | ○ |
| | 2 | 広報発信 | <p>Instagramが子育て世代が情報を得る手段の1つになっていることから、令和3年度から、きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」において、父親と子のお出かけの様子等を投稿し、子育て世帯にターゲットを絞った広報発信を行っている。</p> <p>令和5年度については、<u>個別事業番号1と連動させ、「パパの子育て虎の巻」で紹介する育児術を実践する男性の様子やチェックシートの解説を投稿し、さらに男性の育児参加を促す。</u></p> <p>《きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」：平成30年運用開始》</p> | ○ | ○ |
| | 3 | 男性が主役となる親子参加型イベントの実施 | <p>【父子クラブ 年中年長クラス】 対象：年中年長と父親10組(20名)×2期⇒20組(40名)</p> <p>【父子クラブ 小学生クラス】 対象：小学生と父親 10組(20名)×2期⇒20組(40名)</p> <p>実施：前期6月～9月 毎月1回合計4回 / 後期10月～1月 毎月1回合計4回 ※より多くの方に参加いただけるよう前期と後期に分けて実施。</p> <p>内容：親子遊びが中心。スポーツ、野外活動、創作活動など。基本父子のみで参加。内容によっては母親も参加可能とする。 担当：児童厚生員2名 アルバイト1名 講師：昆虫教室など</p> <p>【サンクス・ママ・デイキャンプ】 対象：小学生以上の子どもを含む家族 5組(20名程度) 実施：年数回(3回程度) 事前募集 内容：午前中、母親はボランティアルームでカイロプラクティック体験、父親と子どもは、森のとりに移動し協力して昼食をつくる。家族そろって昼食の後、父親は後片付けとコーヒーを飲みながら男だけのトークタイム、母親と子どもは、別プログラムをする。 担当：児童厚生員 3名 アルバイト 2名 講師：カイロプラクター</p> <p>【親子で初めてシリーズ】 対象：父親と小学生以上の子どもを含む家族 5組(20名程度、内容による) 実施：年数回(5回程度) 事前募集 内容：父子クラブの内容の拡大イベント。デイキャンプ・料理イベント(3回実施)、アクティビティイベントなど初めて(普段できない)であろう活動の提供。家族での参加。 担当：児童厚生員 3名 アルバイト 2名 講師：内容に沿った講師</p> <ul style="list-style-type: none"> ・単発での家族参加型のイベント。ただし父親が参加しやすい活躍しやすい内容とする。 ・父親だけの参加がしにくい、家族全員で楽しみたいなど、の方向け。 ・時期はサンクスママとは被らないようおこなう。 <p>【「やってみよう！ 父子でチャレンジ」ホームページ追加と更新】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本事業の目的とイベントへ興味を持ってもらうため、ホームページへの掲載。 ・過去のイベントの内容紹介、今後の募集イベント案内。 ・コンテンツの追加。(親子で楽しめる遊びのレシピを紹介するページ) | ○ | ○ |
| 【次年度以降に向けた事業の方向性】 本事業の実績等を踏まえ、引き続きアプリ「きらきらナビ」を活用した男性の家事・育児参画に取り組み、更なる機運醸成及びアプリの活用促進を図る。 | | | | | |
| 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 いしかわパパ子育て応援キャンペーン(石川県) | | | | | |

| 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 | KPI項目 | 単位 | 目標値 | 現状値 |
|--------------------------------------|---|----|------------|----------------|
| | 出生数 | 人 | 8,500(R8年) | 8,011 (R3年) |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | 3.5 (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 |
| | 男性の育児術記事掲載 | 回 | 2 | R4:3回(予定) |
| | (アプリ・サイト閲覧者のうち)男性の家事育児参画への賛同者(満足度) | 件 | 200 | R3:152件 |
| | アプリ新規インストール数 | 件 | 7000 | R3:6,978件 |
| | Instagram記事掲載 | 回 | 6 | R4.4~R4.12:8回 |
| | 男性の育児術記事リーチ数(年間) | 回 | 600 | R4.10~12月:309回 |
| | Instagram記事リーチ数(1投稿あたり) | 回 | 400 | R3平均:395回 |
| | 男性が主役となる親子参加型イベントへの参加者数 | 人 | 120 | 集計中 |
| | 男性が主役となる親子参加型イベントへの募集定員に対する参加予定割合 | % | 100 | |
| | コンテンツにより家事・育児に参画するようになったと回答した方の割合(満足度) | % | 70 | R3:47.4% |
| | アプリの男性利用者割合 | % | 20 | R3:13.5% |
| | イベントにより家事・育児に参画するようになったと回答した方の割合 | % | 75 | 集計中 |
| 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 | 市町は、本取組みの住民への周知広報のほか、市町における子育て支援情報のアプリへの記事掲載(執筆、情報提供等)について協力。 | | | |
| 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 | 民間事業者は、本取組みの自社・団体内や取引先等への広報のほか、自社・団体で実施する子育て支援イベントやセミナー等のアプリへの記事掲載(執筆、情報提供等)について協力。 | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|-------------|-----------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | 男性の育児参画促進事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 2,519,083 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|---|-----------|-----------|--------|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | 委託料 | 事業全体の実施に係る委託契約（経費積算は別添見積書のとおり） 1 きらきらナビ男性向けコンテンツの充実 1,055,863円（下記積算（税抜）合計×1.1） ・人件費 事業全体企画・調整・進行管理等 220,000円 （@44,000円×5日） 記事作成（ライティング）33,000円 （@16,500円×2回） ページ制作（アプリ・Web）66,000円 （@33,000円×2回） 育児チェックシート作成（サイト改修） 457,875円（1式） ・報償費 謝金（取材先）40,000円（@20,000円×2人） ・旅費 取材旅費 44,000円（@22,000円×2回） 打合せ旅費 88,000円（@44,000円×2回） ・役務費 アプリ内アンケートの実施 11,000円（1式） 2 広報発信 246,290円（下記積算（税抜）合計×1.1） ・人件費 記事作成 52,800円（@8,800円×6回） ・旅費 取材旅費 132,000円（@22,000円×6回） ・事務費 通信・運搬費、印刷・消耗品費等 39,100円（1式） | 1,302,153 | 1,302,153 | 0 |
| 2 | 委託料 | 男性が主役となる親子参加型イベント （下記積算（税抜）合計×1.1） スタッフ賃金等 344,400円 （企画・調整・進行管理 @6990円×20日） （運営 @6990円×20日） （企画・調整補助 @900円×4H×18日） 講師謝金168,000円（@12,000円×14人） 講師旅費 56,000円（@5,600円×10人） 資材費170,000円 食材費30,000円（@1000円×30組） 消耗品費89,900円 イベント保険料 48,000円 （@50円×360人、@250円×120人） HP制作費 230,000円 | 1,249,930 | 1,216,930 | 33,000 |
| 3 | | | | | |
| 計 | | | 2,552,083 | 2,519,083 | 33,000 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|-----------|----------|-------|-----|-----|-----------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 2,552,083 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2,552,083 |
| 交付対象事業費 | 2,519,083 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2,519,083 |

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・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 | 一般メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 3_1_2 子育て支援パスポート | | |
| 個別事業名 | 「えひめのびのび子育て応援隊」利用促進・向上事業 | 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 | 1,609,740 | | 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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画H27~R1、後期計画R2~R6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進しているところ。</p> <p>プランにおいて、妊娠・出産、子育て等については、基本目標の第1目標に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”、第3目標に「家庭・地域の愛情」で育む“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、地域で子どもを育む環境づくり等の各施策を展開しており、核家族化や少子化の進行、ライフデザインの選択肢の多様化等により、身近な相談先や家事・育児の夫婦間協力、早期のライフプランニングの機会が必要となっていることから、愛顔の子育て応援アプリ「きらきらナビ」の構築・運用や男性の家事・育児参画促進のほか、若年者向けライフデザイン支援等に取り組んできたところ。</p> <p>また、地域における子育て家庭への支援体制の充実を図る取組みとして、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育てを援助してほしい人と援助したい人をつなぐファミリー・サポート・センターの設置・運営支援 ・地域での高齢者の経験をいたした子育て支援活動など、学校・家庭・地域の力を活用した子育て支援体制のサポート ・子ども連れで気軽に外出できる環境づくり <p>等の具体的な事業を実施することとしており、このうち、子ども連れで気軽に外出できる環境づくりとして、これまで、子育てにやさしい設備や割引サービス等を提供する「えひめのびのび子育て応援隊」(子育て応援パスポート)の登録店舗拡大やサービスの充実など、民間活力を活用した取組みを推進し、支援の輪を着実に広げている。</p> <p>引き続き、これまでの成果を活用し、個々の取組の強化やそれぞれを有機的に連携させた取り組みを実施し、課題の解消及び地域一体となった支援の定着・向上を図る。</p> <p>本個別事業は、「えひめのびのび子育て応援隊」の登録店舗拡大を図るとともに、利用者となる子育て世帯へ発信し、利用促進及び地域一体となった子育て支援の機運醸成を図り、子育てに温かいえひめの実現を推進するものである。</p> | | |
| | <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>少子化や核家族化の進行、地域のつながりの希薄化など、子育てを取り巻く環境が変化する中で、社会全体で子育てを支えていくことが重要となっている。</p> <p>このため、県では、子育てに優しい設備や割引サービス等を提供する「えひめのびのび子育て応援隊」(子育て応援パスポート)の登録店舗拡大やサービスの充実など、民間活力を活用した取組みを推進しているが、利用者は、県内約10万世帯(R2国勢調査)の妊婦及び子育て世帯のうち、約29,000人(R4.12末)にとどまっている。また、登録店舗数の伸び悩みが課題となっている。</p> | | |
| | <p>(課題への対応)</p> <p>えひめのびのび子育て応援隊」の更なる拡充や子育て世帯の情報入手ツールとなっているInstagramを活用した情報発信の強化を図り、一層の認知度向上及び利用促進を図るとともに、登録店舗の募集等を工夫し、店舗の登録を促進、さらには地域一体となった子育て支援の機運醸成を促し、子育てに温かいえひめの実現を推進する。</p> | | |

| 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 | |
|---|-----------------------|---|---------|-------------|-------------|
| 1 | 「えひめのびのび子育て応援隊」の拡大・充実 | <p>「えひめのびのび子育て応援隊」の登録拡大及び提供サービス等の内容充実を図るため、プロモーターを設置し、県内企業や小売店等に対する働きかけを行うほか、令和5年度は県公式SNS(LINE、Twitter、Facebook)等で登録店舗の募集を図る。</p> <p>また、愛顔の子育て応援アプリ&Webサイト「きらきらナビ」に掲載している登録店舗情報の更新の遅れが課題となっており、利用者から「掲載店舗に行くけど閉店している」「パスポートが使えなかった」などの声が聞かれている。利用者には正確な情報を発信するため、登録店舗が登録内容の変更等をスムーズに行えるよう、きらきらナビサイトの改修を行い、登録店舗、利用者双方の利便性を向上することで、登録店舗拡大、利用者の増加を図る。</p> <p>○プロモーター想定：当応援隊の情報管理委託先コンソーシアム</p> <p>《参考：のびのび子育て応援隊登録店舗等実施内容》</p> <p>○フレンドリーメニュー ミルクのお湯やキッズメニュー提供、キッズスペースやおむつ交換コーナーなどの子育てにやさしい設備の設置 など</p> <p>○子育て応援パスポートによる割引・特典</p> <p>○プレミアムサービス(プレミアム店) 上記設備設置・サービスに加え、無料での託児や育児相談、絵本読み聞かせを実施</p> <p>○県公式SNS活用 年1回程度</p> | ○ | ○ | |
| 2 | 「えひめのびのび子育て応援隊」等の発信 | <p>えひめのびのび子育て応援隊の取組みやその他子育て支援情報について、愛顔の子育て応援アプリ「きらきらナビ」及びきらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」を活用して情報発信し、利用を促すほか、令和5年度は、きらきらナビお知らせ機能と県公式SNS(LINE、Twitter、Facebook)も活用する。</p> <p>きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」では、これまで、店舗のカテゴリーやエリアで括って、情報発信をしてきたが、令和5年度は加えて、応援隊のプレミアム店をピックアップし、店舗にインタビューやアンケートを行ったうえで、投稿を行う。サービスが充実しているプレミアム店の紹介を行うことで、より子育て世帯に寄り添った情報発信ができると考えられる。投稿には、「#えひめのびのび子育て応援隊」「#きらきらナビ」というハッシュタグをつけて、多くの人に情報が届くようにする。子育て世帯がこのハッシュタグを使って自らのSNSに投稿することもできるため、更なる情報発信の強化や機運醸成が図られることが期待できる。</p> <p>また、これまで応援隊登録店舗情報が更新されても周知が不十分であり、利用者が気づかないことが多かったため、店舗の新規登録、変更をきらきらナビのお知らせ機能で情報発信するほか、多くの人の目にとまる県公式SNSで応援隊の取組みを紹介することで、利用者の拡大、応援隊の活性化を図る。</p> <p>《愛顔の子育て応援アプリ&PCサイト「きらきらナビ」：平成27年12月24日運用開始》 《きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」：平成30年運用開始》</p> <p>○きらきらナビお知らせ投稿 月1回程度 ○県公式SNS活用 年1回程度</p> | ○ | ○ | |
| 3 | | | | | |
| <p>【次年度以降に向けた事業の方向性】 協力店舗や子育て世帯等の意見を踏まえ、内容の拡充を図る。</p> <p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 香川県 縁結び・子育て美容-eki事業</p> | | | | | |
| 個別事業の内容 ※(注)3 | KPI項目 | | 単位 | 目標値 | 現状値 |
| | 出生数 | | 人 | 8,500 (R8年) | 8,011 (R3年) |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | | 3.5 (R3) | |

| | KPI項目 | 単位 | 目標値 | 現状値 | |
|-----------------------------------|--|----|-------|--------------|--|
| 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 | プロモーターによる働きかけ(新規登録) | 件 | 50 | R3:23件 | |
| | プロモーターによる働きかけ(パスポートサービス実施) | 件 | 80 | R3:23件 | |
| | プロモーターによる働きかけ(プレミアムサービス実施) | 件 | 5 | R3:26件 | |
| | 新規登録店舗数 | 件 | 50 | R3:23件 | |
| | パスポートサービス新規実施店舗数 | 件 | 80 | R3:19件 | |
| | プレミアムサービス新規実施店舗 | 件 | 5 | R3:5件 | |
| | 応援隊新規利用者 | 人 | 7,000 | R3:6,978件 | |
| | Instagram投稿数 | 件 | 50 | R4.4~12月:41件 | |
| | Instagram記事リーチ数(1投稿あたり) | 回 | 250 | R3平均218回 | |
| | 応援隊の情報から子どもとお出かけしたいと思う店舗・施設が見つかった人の割合(満足度) | % | 60 | — | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 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 | 市町は、事業周知のための広報や関係機関等への働きかけ等について協力。 | | | | |
| 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 | 民間事業者は、新規登録等のほか、取引先等に向けた広報について協力。 | | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|--------------------------|-----------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | 「えひめのびのび子育て応援隊」利用促進・向上事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 1,609,740 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | 交付対象事業費 | |
|----|------|---|-----------|-----------|----------|
| | | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 |
| 1 | 委託料 | 事業全体の実施に係る委託契約（経費積算は別添見積書のとおり） 1 「えひめのびのび子育て応援隊」の拡大・充実 408,100円（下記積算（税抜）合計×1.1） ・人件費 プロモーター 121,000円 （@11,000円×11日×1人） サイト改修 200,000円（1式） ・旅費 打合せ旅費 30,000円（@10,000円×3回） ・役務費 SNS広報用バナー作成 20,000円（1回） 2 「えひめのびのび子育て応援隊」等の発信 1,201,640円（下記積算（税抜）合計×1.1） ・人件費 企画・情報掲載 768,000円 （@8,000円×8日×1人×12か月） ・旅費 取材旅費 240,000円 （@10,000円×2日×1人×12か月） ・役務費 SNS広報用バナー作成 20,000円（1回） ・事務費 通信・運搬費、印刷・消耗品費等 64,400円（1式） | 1,609,740 | 1,609,740 | 0 |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 1,609,740 | 1,609,740 | 0 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|-----------|----------|-------|-----|-----|-----------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 1,609,740 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,609,740 |
| 交付対象事業費 | 1,609,740 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,609,740 |

(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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・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 | 男性の家事参画促進、育休取得支援事業 | 新規/継続 (一般財源での実施も含む) | 新規 | | | |
| 実施期間 | 交付決定日 | ～ | 令和6年3月31日 | 事業開始年度 | 年度 | |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 10,127,700 | | | | 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 | (地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け) | | | | | |
| | <p><地域における実情と課題></p> <p>愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p>県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画:平成27～令和元年度、後期計画:令和2～令和6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進している。</p> <p>同プランに関し、妊娠・出産、子育て等については、基本目標の第1目標に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる「えひめ」、第3目標に「家庭・地域の愛情」で育む「えひめ」を掲げて、次代の親づくり、地域で子どもを育む環境づくり等の各施策を展開しており、核家族化や少子化の進行、ライフデザインの選択肢の多様化等により、身近な相談先や家事・育児の夫婦間協力、早期のライフプランニングの機会が必要となっていることから、愛媛の子育て応援アプリ「きらきらナビ」の構築・運用や男性の家事・育児参画促進のほか、若年者向けライフデザイン支援等に取り組んでいる。</p> | | | | | |
| | <p><本個別事業の位置付け></p> <p>本県の男性の家事・育児への参画状況は、6歳未満の子どもを持つ共働き世帯の女性の家事・育児関連の時間が7時間25分であるのに比べ、男性は1時間29分(令和3年 社会生活基本調査)となっており、女性の社会参画を鈍化させるとともに、第2子以降の出生率低下につながるなど、若年女性を中心とした若者の県外への転出超過や少子化が進む要因になっていると考えられる。</p> <p>改正された育児・介護休業法の施行(令和4年4月)など、家庭における男性の家事・育児等への参画に向けた機運が更に高まっている中、本県では「えひめ人口減少対策重点戦略」において、「変革と成長への支援」として「男女の家事・育児のシェアの推進」を掲げており、その達成に向けて、男性の育児休暇取得や男性の家事参画を推進していく。</p> <p>本個別事業は、上記の取組みの一環として、男女が協働して家事・育児などに取り組む家事シェアを推進することで、男女ともに暮らしやすい愛媛県を実現し、女性活躍の未来を拓くとともに本県における少子化の抑止と人口増加に繋げていくものである。</p> | | | | | |
| | (本個別事業における現状と課題) | | | | | |
| (課題への対応) | | | | | | |
| <p>県内企業と連携し、社員や一般県民等を対象に、他企業の先進的取組みや家事分担、育児スキル向上等をテーマとした勉強会、ワークショップ等を開催するとともに、男性の育休者、企業等を対象に、SNSによる情報提供を始め育休男性同士の交流会、家事実践のセミナー等を実施し、仕事と家庭の両立等に向けた民間の取組みを支援する。</p> | | | | | | |
| 番号 | 項目 | 内容 | | | ステップアップ | KPI設定 |
| 1 | 企業社員等を対象とした勉強会等の開催 (対企業、対当事者) | <p>経営者や職場・上司の理解促進、企業風土の改善を目的に、県内企業と連携し、他企業の育児休業制度の活用に関する先進的・具体的な取組みや、家事分担、育児スキル等をテーマとして企業の管理職・人事部門社員、若手社員(一般県民等の参加も可とする)を対象とする勉強会や参集型ワークショップを開催し、育休を有効に活用した社員の事例や即実践できる家事・育児スキル、家事・育児の分担の意義等について啓発を行う。実施にあたっては、男性社員の育児休暇取得率が低い企業への取組みに重点を置く。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勉強会の開催 30社 ・参集型ワークショップの開催 4回 | | | | ○ |

| | | | | | |
|--------------------------------------|--|-------------------|---|-------------|-------------|
| 個別事業の内容 ※(注)3 | 2 | 交流会等の開催 (対当事者) | <p>特設サイトを開設してSNS(インスタグラム等)を活用し、交流会等の開催や家事等のワンポイント知識に関する情報発信を行う。また、育休中男性同士の交流会や家事・育児等の実践スキル向上のためのセミナー等を開催し、家事参加の体験談や育休時に役立つ家事知識の共有等を行うことにより、育休中の男性同士のつながり創出を図る。</p> <p>各市町においては、本事業の参加案内等を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人、企業等向け交流会、家事・育児セミナー開催 6回 ・特設サイトによる情報発信(SNS) <p>新規登録100名(社)/年及びカジダンネットワーク(※)からの移行登録</p> <p>※男性の家事参画推進事業(R2～R4)で、「家事を楽しみ、積極的に取り組む男性」を「カジダン」と呼称し、カジダンの取組みに賛同する個人、企業等とメールを介したネットワークを構築</p> | | ○ |
| | <p>【次年度以降に向けた事業の方向性】</p> <p>令和5年度の成果を踏まえ、SNSサイトの登録者の増加のほか、勉強会や交流イベントの内容充実、家事分担に関する意識啓発等に取り組むことで、男女の家事シェアの推進に向けた更なる機運醸成を図る。</p> | | | | |
| | <p>【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】</p> <p>愛媛県男性の家事参画推進事業(令和2年度～令和4年度)</p> | | | | |
| 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 | KPI項目 | | 単位 | 目標値 | 現状値 |
| | 出生数 | | 人 | 8,500 (R8年) | 8,011 (R3年) |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | % | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | % | 3.5 (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> | | | | |
| | 企業内勉強会の参加人数(参加予定割合:募集定員の70%) | | 人/回 | 20 | — |
| | 参集型ワークショップの参加人数(参加予定割合:募集定員の70%) | | 人/回 | 10 | — |
| | 交流会等の参加人数(参加予定割合:募集定員の70%) | | 人/回 | 15 | — |
| | | | | | — |
| | <アウトカム> | | | | |
| | 男女の家事・育児のシェアに積極的となった参加者の割合 | | % | 70 | — |
| 社員の家事・育児参画の促進に積極的となった企業の割合 | | % | 70 | — | |
| | | | | — | |
| 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 | 市町は、管内で本事業の実施について広報するとともに、所管関係機関等に対する勉強会等の開催周知や職員への受講案内等に係る協力を提供する。 | | | | |
| 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 | 企業には、自社の社員に対する勉強会等への参加呼びかけや会場提供等について協力をいただくほか、本事業の情報発信を行うSNSサイトへ登録してもらうなど、直接的に事業へ関わっていただく。 | | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|--------------------|------------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | 男性の家事参画促進、育休取得支援事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 10,127,700 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|--|------------|------------|---|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | | 男性の家事参画促進、育休取得支援事業 | | | |
| 2 | 委託料 | ○9,207,000円 ・人件費2,294,835円 (給料2,852,377円×按分率(A)、通勤手当93,100円×按分率(A)、共済費465,245円×按分率(A)) ・報償費960,000円(勉強会講師謝金@6千円×4時間×30社、ワークショップ講師謝金6千円×4時間×4回、交流会講師謝金6千円×4時間×6回) ・旅費236,000円(勉強会講師旅費5,900円×30社、ワークショップ講師旅費5,900円×4回、交流会講師旅費5,900円×6回) ・需用費790,798円(消耗品費、印刷製本費) ・役務費766,148円(郵送料750,000円、電話料16,148円) ・委託費2,980,000円(特設サイト開設料1,000千円、サイト運営及び保守管理380千円、ロゴ製作委託600千円、会場設営委託1,000千円) ・使用料及び賃借料342,219円(会場使用料100千円、パソコン使用料40,370円、インターネット使用料201,849円) ・一般管理費(上記経費の10%) ○消費税920,700円 | 10,127,700 | 10,127,700 | |
| 3 | | 按分率(A)=9,207千円/13,684千円 | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 10,127,700 | 10,127,700 | 0 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|------------|----------|-------|-----|-----|------------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 10,127,700 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10,127,700 |
| 交付対象事業費 | 10,127,700 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10,127,700 |

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・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 | 一般メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 3.1.4 ライフデザインセミナーの実施 | | |
| 個別事業名 | 男性育休者等相談支援事業 | 新規/継続 (一般財源での実施も含む) | 新規 |
| 実施期間 | 交付決定日 ~ | 令和6年3月31日 | 事業開始年度 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 4,924,700 | | 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 | (地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け) | | |
| | <p><地域における実情と課題></p> <p>愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p>県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画:平成27~令和元年度、後期計画:令和2~令和6年度)を策定し、結婚・妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進している。</p> <p>同プランに関し、妊娠・出産、子育て等については、基本目標の第1目標に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”、第3目標に「家庭・地域の愛情」で育む“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、地域で子どもを育む環境づくり等の各施策を展開しており、核家族化や少子化の進行、ライフデザインの選択肢の多様化等により、身近な相談先や家事・育児の夫婦間協力、早期のライフプランニングの機会が必要となっていることから、愛媛の子育て応援アプリ「きらきらナビ」の構築・運用や男性の家事・育児参画促進のほか、若年者向けライフデザイン支援等に取り組んでいる。</p> | | |
| | <p><本個別事業の位置付け></p> <p>本県の男性の家事・育児への参画状況は、6歳未満の子どもを持つ共働き世帯の女性の家事・育児関連の時間が7時間25分であるのに比べ、男性は1時間29分(令和3年 社会生活基本調査)となっており、女性の社会参画を鈍化させるとともに、第2子以降の出生率低下につながるなど、若年女性を中心とした若者の県外への転出超過や少子化が進む要因になっていると考えられる。</p> <p>改正された育児・介護休業法の施行(令和4年4月)など、家庭における男性の家事・育児等への参画に向けた機運が更に高まっている中、本県では「えひめ人口減少対策重点戦略」において、「結婚・出産しやすい環境づくり」を掲げており、若年層が愛媛県での就職、結婚、出産を前向きに捉えることで県外への転出超過や少子化の抑制に繋げていくため、個別事業においてライフデザインに関する取組みを推進していく。</p> <p>本個別事業は、上記の取組みの一環として、早い段階から自身のライフデザインについて考え人生のビジョンを描くための学びの機会を提供することで、男女ともに暮らしやすい社会を実現し、女性活躍の未来を拓くとともに本県における少子化の抑止と人口増加に繋げていくものである。</p> | | |
| | (本個別事業における現状と課題) | | |
| (課題への対応) | | | |
| <p>男性育休者の育児等に関する悩みや、若年層のライフデザインに関する相談にオンラインで対応するとともに、各種の情報を発信する支援窓口を設置するほか、支援アドバイザー(キャリアコンサルタント等)が企業や学校等へ出向き、ライフデザイン等をテーマにセミナーを開催する。</p> | | | |

| 個別事業の内容 ※(注)3 | 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|--|--------------------------|---|--|-------------|-------------|
| | 1 | オンライン相談支援 | 若年層のライフデザインや育休中の男性の育児等に関する悩みに関する相談に対して、支援アドバイザーが助言等を行うほか、相談支援員の対応事例を整理して情報提供する支援窓口を運営する。併せて、ライフデザインの例示、育休中の過ごし事例の紹介や育休制度に関する最新情報の発信等を行う。 ・オンライン相談10件/月 | | |
| | 2 | 学校等における出前授業の開催 | 支援アドバイザーを講師として、企業の若手社員、学生等を対象にライフデザインをテーマとした出前授業を開催し、若年層が将来的なライフイベントを具体的に描くことに繋がるよう結婚や子育て、仕事と家庭の両立の実現等に関する総合的な知識習得、情報提供等を行う。 出前授業実施にあたっては、支援アドバイザーの講義だけではなく参加者自身のライフデザインを実際に作成してもらうなど、実践形式の内容も取り入れていく。 また、オンライン相談支援の情報発信において、出前授業での取組み内容を発信し、ライフデザイン策定の意義等について県内に広く周知する。 ・実施数 20か所(高校12か所(対面開催3か所及び同時配信9か所)、大学3か所、企業や地域団体5か所) | | ○ |
| | 3 | | | | |
| 【次年度以降に向けた事業の方向性】 令和5年度の成果を踏まえ、特設サイトによる情報提供や出前授業の内容充実を図ることで、男性育休者への寄り添い支援や若年層へのライフデザイン啓発を引き続き進めていく。 | | | | | |
| 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 愛媛県男性の家事参画推進事業(令和2年度～令和4年度) | | | | | |
| 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 | KPI項目 | | 単位 | 目標値 | 現状値 |
| | 出生数 | | 人 | 8,500 (R8年) | 8,011 (R3年) |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | | 3.5 (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> | | | | |
| | 企業、学校等における出前授業の参加人数 | | 人/回 | 30 | — |
| | 出前授業の募集定員に対する参加者の割合 | | % | 70 | — |
| | <アウトカム> | | | | |
| | ライフデザインの作成に積極的となった参加者の割合 | | % | 60 | |
| | 出前授業の内容に対する参加者の満足度 | | % | 60 | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 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 | | 市町は、管内で本事業の実施についての広報を行うとともに、地域内の企業や団体等に対する出前授業の開催周知等に関し協力を提供する。 | | | |
| 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 | | 企業には出前授業への参加者呼びかけや会場提供等について協力をいただくなど、直接的に事業へ関わっていただく。 | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|--------------|-----------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | 男性育休者等相談支援事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 4,924,700 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|---|-----------|-----------|---|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | | ライフデザイン相談支援事業 | | | |
| 2 | 委託料 | ○4,477,000円 ・人件費1,115,887円 (給料2,852,377円×按分率㉔、通勤手当93,100円×按分率㉔、共済費465,245円×按分率㉔) ・報償費808,000円 (アドバイザー謝金@10千円×1時間×4回×11か月、高校出前授業謝金@6千円×2時間×3回、大学出前授業謝金6千円×4時間×3回、企業向け出前授業謝金13千円×4時間×5回) ・旅費395,400円 (高校出前授業旅費@5,900円×3回、大学出前授業旅費@5,900円×3回、企業向け出前授業旅費72千円×5回) ・需用費490,080円(消耗品費、印刷製本費) ・役務費77,852円(郵送用70千円、電話料7,852円) ・委託費1,015,000円(相談フォーム開設料150千円、窓口対応165千円、動画制作費700千円) ・使用料及び賃借料167,781円 (会場借上げ料50千円、インターネット使用料98,151円、パソコン使用料19,630円) ・一般管理費(上記経費の10%) ○消費税447,700円 | 4,924,700 | 4,924,700 | |
| 3 | | 按分率㉔=4,477千円/13,684千円 | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 4,924,700 | 4,924,700 | 0 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|-----------|----------|-------|-----|-----|-----------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 4,924,700 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,924,700 |
| 交付対象事業費 | 4,924,700 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,924,700 |

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・子育て支援課

| | | | |
|--|---|------------------------|----------------|
| 事業メニュー | 地域結婚支援重点推進事業 | | |
| 区分 | 一般メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 1_1_1 結婚支援センターの開設・運営、マッチングシステムの構築 | | |
| 個別事業名 | えひめ結婚支援センター運営事業 | 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20 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 7,590,000 | | 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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。</p> <p><本個別事業の位置付け> 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画H27~R1、後期計画R2~R6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進しているところ。</p> <p>この中で、結婚支援については、「結婚を希望(のぞ)む人が結婚でき、子どもを持ちたい人が安心して産み育てることができる愛媛づくり」を推進するため、次世代育成支援等に取り組んでおり、基本目標の第1に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、若者の自立と就労支援、良きパートナーとの出会いの支援等の各施策を展開し、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「えひめ結婚支援センター」(H20年度開設)を核として、企業・団体、市町、ボランティア等と連携、協力し、結婚を希望する独身者に出会いイベントやお見合い事業を通じて多くの出会いの機会を提供する ・県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりに取り組む <p>等の具体的な事業を実施することとしている。</p> <p>これまで、県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりとして、えひめ結婚支援センターにおいて、出会いイベントの開催やお見合い事業の実施を基軸に、企業等との連携強化やシステム活用検討に取り組んできたほか、特に、近年においては、地域全体で若者の成長と結婚の希望をかなえられる体制を構築するため、市町及び企業等と連携のもと、企業等のネットワーク化や新しい形の結婚支援拠点整備等による異業種交流支援に重点を置き、未婚率の上昇が著しい若手社会人の交流機会の拡充を図るとともに、市町及び企業等が主体となった結婚支援を推進しており、センターを通じた成婚数は、令和4年度に1,400組(自主申告分)を突破するなど、一定の成果を得ているが、令和3年の県内婚率は3.5(前年度比-0.2)、平均初婚年齢は夫30.1歳、妻29.0歳(前年度比夫±0、妻+0.2)と依然として未婚化・晩婚化が課題であることから、これまでの成果を最大限に活用し、引き続き、地域総ぐるみでの支援に取り組んで行く必要がある。</p> <p>本個別事業は、えひめ結婚支援センターを運営し、結婚を希望する独身者に出会いの場を提供し、未婚化、晩婚化の解消を目指すものである。</p> | | |
| | <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>えひめ結婚支援センターを核に、県、市町、企業等が連携して結婚支援に取り組み、成果を上げてきたが、依然として県内の未婚化・晩婚化が課題であるほか、第16回出生動向基本調査では、「適当な相手にめぐり会えない」という理由で独身に留まっている未婚者が多かった。</p> | | |
| | <p>(課題への対応)</p> <p>えひめ結婚支援センターで出会いイベント、お見合い事業を実施し、結婚を希望する独身者に出会いの場を提供するとともに、センター職員、ボランティア推進員のスキルアップを行い、量・質ともに充実した結婚支援の実現を目指す。</p> | | |

| | 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|--------------------------------------|--|----------------|---|------------|-------------------|
| 個別事業の内容 | 1 | えひめ結婚支援センターの運営 | <p>結婚を希望する独身者に出会いの場を提供し、未婚化、晩婚化の解消を図るため、えひめ結婚支援センターの運営として以下の取組みを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内3箇所に事務所を設置、週5日開所し、対面での相談業務 ・出会いイベントの開催 ・マッチングシステムによる引合せ ・定期的なボランティア個別相談会の実施(毎月、年12回) ・センター職員、ボランティア推進員のスキル向上のための研修会、研究会の開催(年20回程度) ・会員数の増加及び認知度向上のための周知広報(チラシ・HP・講師派遣等) | | ○ |
| | ※(注)3 【次年度以降に向けた事業の方向性】 令和6年度以降については、利用ニーズを検証しながら、市町・企業と連携のもと、センターの運営を進めるとともに、市町・企業に結婚支援のノウハウを提供し、将来的にセンターや市町、企業が主体的に“結婚の希望を叶えられる愛媛”の実現に向けた取組みができる体制作りを目指す。 | | | | |
| | 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 | | | | |
| 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 | KPI項目 | | 単位 | 目標値 | 現状値 |
| | 出生数 | | 人 | 8,500(R8年) | 8,011(R3年) |
| | | | | | |
| | | | | | |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.40(R3) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 4,571(R3) | |
| | 婚姻率 | | | 3.5(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 |
| | 結婚支援拠点(サテライト)の利用者数 | | 人 | 2500 | 令和3年度:1,655人 |
| | 結婚支援拠点(サテライトセンター)を利用してよかったと感じた利用者割合(満足度) | | % | 70 | 令和3年度:64% |
| | 愛結びお引合せ成立率 | | % | 25 | R4.12月末23.1%(単年度) |
| | 愛結びカップル成立率 | | % | 47 | R4.12月末41.7%(単年度) |
| | (参考) | | | | |
| | 会員登録者数 | | 人 | | R3年度末延べ14,268人 |
| | 引き合わせ成立数 | | 組 | | R3年度:867組 |
| | カップル成立組数 | | 組 | | R3年度:698組 |
| 成婚数 | | 組 | | R3年度:80組 | |
| 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 | <p>県内各市町と、県が設置するえひめ結婚支援センターとが連携・協力して、結婚支援システムを活用したイベント開催、愛結びの利用会場等の設置、ボランティア推進員の募集等、総合的な結婚支援ネットワークへの参画促進について、地域の実情を踏まえて実施可能な事業を展開。</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 | <p>民間事業者は、従業員の結婚観や支援ニーズが一人ひとり異なることに配慮しつつ、企業等の自主的な判断により、異業種交流ネットワークへの参画やえひめ結婚支援センターの応援企業登録など、従業員の視野拡大や新たな人脈づくりにつながる取組みを実施する。</p> | | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|-----------------|-----------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | えひめ結婚支援センター運営事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 7,590,000 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | | |
|----|------|-------------------------------|-------------|-------------|---------|
| | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 | |
| 1 | 委託料 | ①えひめ結婚支援センターの運営 | 17,024,016 | 16,826,016 | 198,000 |
| 2 | | (センター運営費用-センター収入額) 7,590,000円 | | | |
| 3 | | (自治体の支出額) 37,871,656円 | | | |
| 4 | | 内訳別紙のとおり | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | 収入(入会登録料、センター支援金等) | ▲ 9,236,016 | ▲ 9,236,016 | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 7,788,000 | 7,590,000 | 198,000 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|------------|----------|-------|-----|-----|------------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 17,024,016 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17,024,016 |
| 交付対象事業費 | 16,826,016 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16,826,016 |

(別紙)

結婚支援センターの運営費内訳

自治体名: 愛媛県

Summary table with 2 columns: Item and Amount. Items include: ①センターにおける運営費に係る支出額 (16,826,016), ②入会金等の収入額 (9,236,016), ③支出-収入 (7,590,000).

(内訳)

Main detailed breakdown table with columns: 経費内訳, 経費区分, 令和5年度予算額, 事業費計上額, 対象外, 備考. It lists various expenses like 通信運搬費, 賃借料, 人件費, etc.

④申請自治体の支出額 37,871,656

(③>④の場合の経費内訳)

Table showing the breakdown of expenses for the case where ③ > ④, with columns for 経費内訳, 経費区分, 令和5年度予算額, 事業費計上額, 対象外, 備考.

※様式2-2(積算内訳書)への転記用

Transfer table for calculation breakdown with columns: 積算金, 賃金, 報償費, 旅費, 需用費, 役務費, 計. It shows the flow of costs between different categories.

(令和5年度当初) 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 愛媛県 (都道府県: 愛媛県)

本事業の担当部局名 保健福祉部生きがい推進局男女参画・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 | 一般メニュー | | |
| 関連事業メニュー | 3.1.1 男性の家事・育児参画促進、配偶者の出産直後の男性の休暇取得促進 | | |
| 個別事業名 | 家事シェア推進キャンペーン事業 | 新規/継続 (一般財源での実施も含む) | 新規 |
| 実施期間 | 交付決定日 ~ | 令和6年3月31日 | 事業開始年度 年度 |
| 対象経費支出予定額 ※(注)1 | 242,000 | | 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> 愛媛県の人口は昭和60年の153万人をピークに年々減少し、令和4年には戦後最低の約1,342千人(R4.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和3年に8,011人と戦後最低を更新し続けており、極めて厳しい状況である。 県では、平成27年度に、次世代育成行動計画や少子化対策推進に関する基本計画等の性格を合わせ持った「第2期 えひめ・未来・子育てプラン」(前期計画:平成27~令和元年度、後期計画:令和2~令和6年度)を策定し、結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を総合的に推進している。</p> <p>同プランに関し、妊娠・出産、子育て等については、基本目標の第1目標に「家庭を持つことや子育てに夢」が感じられる“えひめ”、第3目標に「家庭・地域の愛情」で育む“えひめ”を掲げて、次代の親づくり、地域で子どもを育む環境づくり等の各施策を展開しており、核家族化や少子化の進行、ライフデザインの選択肢の多様化等により、身近な相談先や家事・育児の夫婦間協力、早期のライフプランニングの機会が必要となっていることから、愛顔の子育て応援アプリ「きらきらナビ」の構築・運用や男性の家事・育児参画促進のほか、若年者向けライフデザイン支援等に取り組んでいる。</p> <p><本個別事業の位置付け> 本県の男性の家事・育児への参画状況は、6歳未満の子どもを持つ共働き世帯の女性の家事・育児関連の時間が7時間25分であるのに比べ、男性は1時間29分(令和3年 社会生活基本調査)となっており、女性の社会参画を鈍化させるとともに、第2子以降の出生率低下につながるなど、若年女性を中心とした若者の県外への転出超過や少子化が進む要因になっていると考えられる。 改正された育児・介護休業法の施行(令和4年4月)など、家庭における男性の家事・育児等への参画に向けた機運が更に高まっている中、本県では「えひめ人口減少対策重点戦略」において、「変革と成長への支援」として「男女の家事・育児のシェアの推進」を掲げており、その達成に向けて、男性の育児休暇取得や男性の家事参画を推進していく。</p> <p>本個別事業は、上記の取組みの一環として、男女が協働して家事・育児などに取り組む家事シェアを推進することで、男女ともに暮らしやすい愛媛県を実現し、女性活躍の未来を拓くとともに本県における少子化の抑止と人口増加に繋げていくものである。</p> <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>(課題への対応) 男女の家事シェアを推進するためには、これまで家事参画等に関心が低かった層にも、家事分担の見直しやパートナー同士が協働して家事に取り組むことの意義に目を向けてもらう必要があることから、県民から家事等の「見える化」の内容を公募するキャンペーンを実施することで、各家庭等において家事分担の見直しを行い、家事等の「見える化」に取り組んでもらうきっかけ作りとする。</p> | | |

| | 番号 | 項目 | 内容 | ステップアップ | KPI設定 |
|---|----|------------------------|--|---------|-------|
| 個別事業の内容 ※(注)3 | 1 | 家事シェア推進キャンペーンの実施(対当事者) | <p>料理、洗濯、掃除などの家事の具体的内容を詳細にリスト化するとともに、各家事を現状では誰が担っているか、家事の分担を今後どう見直していくのか等を記載したチェックシート、及び家事シェアへの意気込みを記載した申込用紙により応募してもらう。応募方法はメール又は郵送とする。</p> <p>なお、県内の家庭における男性の家事時間の把握及び今後の啓発の参考とするため、応募用紙には家庭における男性の家事時間を回答してもらう項目を記載する。</p> <p>県は応募内容を確認したうえで当選者を決定し、賞品(家事グッズ)を送付する。</p> <p>また、他の模範となる応募内容については、上記1の事業での紹介や特設サイトへの掲載等を通じ広く共有する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・応募期間:(1回目)令和5年6月～8月 (2回目)令和5年11月～1月 ・抽選及び発送:(1回目)令和5年9月～10月 (2回目)令和6年2月～3月 ・家事グッズ内訳 料理道具の詰め合わせ、掃除グッズ、洗剤セット等 ・事業費(対象経費) 需用費(消耗品費)24千円 役務費(賞品郵送料)206千円 役務費(電話料)12千円 ・需用費(賞品購入費)660千円は対象外経費 | | ○ |
| | 2 | | | | |
| | 3 | | | | |
| 【次年度以降に向けた事業の方向性】 | | | | | |
| <p>本県では、家庭における夫の家事時間が妻と比較してまだまだ少ないことから、本事業の成果を家庭における家事分担の話し合いを促進し、男性の家庭における家事時間の増加を主眼に置いた意識啓発等に取り組むことで、男女の家事シェアの推進に向けた更なる機運醸成を図る。</p> | | | | | |
| 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 | | | | | |
| 愛媛県男性の家事参画推進事業(令和2年度～令和4年度) | | | | | |

| 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 | KPI項目 | | 単位 | 目標値 | 現状値 |
|--------------------------------------|---|-----|----|------------|-------------|
| | | 出生数 | | 人 | 8,500 (R8年) |
| 参考指標 ※(注)5 | 項目 | | 単位 | 直近の実績 | |
| | 合計特殊出生率 | | | 1.40 (R3) | |
| | 婚姻件数 | | 件 | 4,571 (R3) | |
| | 婚姻率 | | | 3.5 (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〉 | | | | |
| | 家事シェア推進キャンペーンへの応募件数 | | 件 | 500 | — |
| | キャンペーン応募時の男性の家事時間調査項目への回答数 | | 件 | 300 | — |
| | 〈アウトカム〉 | | | | |
| | 家事分担の見直しを継続して行うと回答した応募者の割合 | | % | 100 | — |
| キャンペーン応募家庭における男性の家事時間 | | 時間 | 2 | — | |
| 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 | 市町は、管内の住民、所管団体等に対し家事シェア推進キャンペーンへの応募を広く呼び掛ける。 | | | | |
| 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 | 企業には、社員への家事シェア推進キャンペーンへの応募案内を行ってもらうなど直接的に事業へ関わっていただく。 | | | | |

積算内訳書

| | | | |
|-----------|-----------------|---------|---|
| 1. 地方自治体名 | 愛媛県 | | |
| 2. 個別事業名 | 家事シェア推進キャンペーン事業 | | |
| | 対象経費支出予定額: | 242,000 | 円 |

3. 本個別事業に要する費用及びその内訳

| No | 経費区分 | 経費区分毎の内訳 | 総事業費 | 交付対象事業費 | |
|----|------|------------------------------------|---------|---------|----------|
| | | | | 交付対象事業費 | 交付対象外事業費 |
| 1 | 需用費 | 消耗品費24千円 | 24,000 | 24,000 | |
| 2 | 需用費 | キャンペーン賞品(家事グッズ) @3,300×200件 | 660,000 | 0 | 660,000 |
| 3 | 役務費 | 家事グッズ郵送料@1,030円×200件 電話料1千円×12月 | 218,000 | 218,000 | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 計 | | | 902,000 | 242,000 | 660,000 |

(経費区分ごとの合計)

| 区分 | 諸謝金 | 賃金 | 報償費 | 旅費 | 需用費 | 役務費 |
|---------|-----|----------|-------|-----|---------|---------|
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 684,000 | 218,000 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 24,000 | 218,000 |
| 区分 | 委託料 | 使用料及び賃借料 | 備品購入費 | 負担金 | 補助金 | 計 |
| 総事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 902,000 |
| 交付対象事業費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 242,000 |