

地域少子化対策重点推進交付金 採 択 事 例 集

結婚に対する取組

- 結婚支援センターの開設・運営 (P.1)
- 相談業務・ボランティアの育成 (P.2)
- マッチング(システムによるもの) (P.3)
- 企業・団体等との連携 (P.4)

等

※ 交流型の行事については、他の2つ以上の取組と有機的に連携することで、高い効果が見込まれるものを対象としており、単独では対象としていない。(飲食費は対象外。アルコール類を提供して実施する行事は一切認めない。)

結婚、妊娠・出産、乳児期を中心とする子育てに温かい社会づくり・機運の醸成

- 男性の家事・育児への参画促進に関する取組 (P.5-7)
- ライフデザイン教育(学生対象) (P.8)
- ライフデザイン教育(成人対象) (P.9)
- 乳幼児とのふれあい体験 (P.10)
- 結婚応援フォーラム (P.11)
- 結婚応援パスポート (P.12)
- 子育て支援パスポート (P.13-14)
- 保育施設等設置のための地域の理解促進 (P.15)
- 育児の孤立化を防ぐための取組、地域で子育てを支援する人材を育成する取組 (P.16-18)
- 少子化対策を推進する県民運動 (P.19)

等

9,529千円（平成25年度補正実績額）
11,357千円（平成26年度補正実績額）
8,587千円（平成27年度補正実績額）
4,344千円（平成28年度補正見込額）
3,566千円（平成29年度当初見込額）
人口 2,904千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成26年度

サポート窓口の拡充とサポート人材の派遣

地域の実情と課題

- ・平成18年のセンター開設以来、成婚組数は累計1,900組にのぼるが、平成25年をピークに会員数が減少傾向にあり、会員数の確保が課題となっている。
- ・また、登録会員は男性6割、女性4割で、男性は40代前半（27.4%）、30代後半（26.0%）が多く、女性は30代前半（31.5%）、30代後半（28.6%）が多くなっており、女性や若い世代の会員の確保も課題。

※登録会員の数値は平成30年2月末現在

事業概要

- ◆センターの相談体制の強化に努めている
- ① 結婚なんでも相談窓口の設置
相談対象を拡大し、婚活当事者だけでなく、家族の悩みにも対応。
- ② イベント出張相談の実施
市町村や団体等のイベントに結婚相談ブースを出展し、結婚支援事業の周知や相談対応を実施。
- ③ 企業訪問アドバイザーの設置
企業・団体に出向き、企業・団体等における結婚支援の必要性を説明し、従業員への結婚支援事業の周知依頼や企業・団体による支援の実施を促進。
- ④ イベントコーディネーターの設置
市町村や団体がより効果的な婚活イベントを実施できるよう、企画・運営のアドバイスや必要に応じて当日の運営・進行の支援を実施。

事業の成果

- ①～④各事業の成果（※平成28年度実績）： ①1年間で604件の相談があり、うち家族からの相談が221件あった。 ② 17イベントに出張し、計109名の相談を受けた。 ③88企業・団体を訪問。 ④イベントの事前セミナーには264名が参加し、42件のイベント相談対応を行った。
- 相談窓口の増加により接触機会が増え、また婚活当事者だけでなく、家族や企業・団体にもリーチしたことで、より結婚を支援する機運が醸成できた。その結果、イベントや勤め先等を通じて53名が新規会員となった。
- 今後も市町村への出張相談窓口を設置するなど、センターの更なる充実・強化を図る。

（※平成28年度実績）



Youtubeで公開しているサポートセンターの紹介動画

センターのHP
ツイッター、フェイスブック、インスタグラムといったSNSでも情報発信を行っている



美容院など身近な地域人材を活用した縁結び・子育て支援

地域の実情と課題

- ・自らの意思で子育て相談窓口に来ることができない親の支援が課題であり、地域と子育て相談窓口をつなぐ仕組みと人材の発掘・育成が急務であった。また、平成28年に開設された「かがわ縁結び支援センター」の取組を周知する必要があった。
- ・香川県ではコンビニエンスストア(約400店舗)よりも、うどん店(約600店舗)よりも、美容院(約2,400店舗)の店舗数が多い(平成28年時点)。
- ・地元の子育て支援NPO団体の代表者が美容院やネイルサロン等で美容師等が顧客から子育てについての相談を受けている様子から、「顧客と美容師」の関係性を子育て支援へ活用できないかと発案し、県で事業化、美容関係者等とともに実行委員会を組織し、事業を実施した。

事業概要

- ◆美容師等に結婚支援・子育て支援に関する講習会を実施し、地域の縁結び・子育てサポーターの役割を担っていただく(美容院等を街の縁結び・子育てステーションに)。
- ◆顧客との間で結婚や子育てに関する話題がのぼった際に、講習会で学んだ結婚支援・子育て支援に関して情報提供を行ってもらうことで、希望する人たちをそれぞれの支援施設等につなげる。

- (事業内容)
- ① 実行委員会を設置し、効果的な実施方法を検討(平成27年度実施)
 - ② 美容院等の利用者に対する実態調査(平成27年度実施)
 - ③ 美容師等に対する講習会(ステップアップ講習会を含む)
 - ④ 認定ステッカーの制作、周知広報
 - ⑤ 講習会受講者と「かがわ縁結び支援センター」のボランティア「縁結びおせっかいさん」との交流会を開催 等

事業の成果

- 縁結び・子育て美容-eki認定店舗数 :251店舗 ※(平成30年2月末時点)
(※子育て美容-ekiの認定店舗数は285店舗(平成29年3月時点))
- 美容師等が相談を受けた際、適切な情報提供をしたり、かがわ縁結び支援センターや子育て支援施設等につなぐことが可能に。
- 地域ぐるみで希望者の結婚や子育てを応援する仕組みが拡大。
- 平成30年度は「美容-eki普及推進員」を配置し、認定店舗へのフォローアップ体制を強化するとともに、「美容-ekiだより(仮称)」を発行し、認定店舗の紹介や事業の周知を図る。



講習会受講者には修了証を交付



受講修了者がいる美容院等には認定ステッカーを交付

マッチングシステムデータの活用と広域的な支援

地域の実情と課題

- ・平成20年度に「えひめ結婚支援センター」(以下「センター」という)開設以来一定の成果を上げてきた。
しかし地域によって活動の温度差が見られること、30代以下若年層の割合の減少が課題となっている。
- ・ボランティア推進員の地域偏差や人材不足もありカップル数が伸び悩んでいることから、地域一体となった婚活環境の改善が必要。

事業概要

- ① **婚活学園(婚活大学)**
コミュニケーションスキル等を向上させるとともに、参加男女のモチベーション向上。
- ② **ボランティア育成**
(1)ガイドブックの作成や勉強会の開催によりスキルアップを図る。
(2)広報用映像を作成して活動の魅力を伝え、人員拡大。
- ③ **企業団体における結婚支援促進**
(1)企業を直接訪問し、婚活支援の周知・啓発。
(2)結婚を希望する社員への情報提供などを行う協賛企業として登録依頼。
- ④ **ネットワーク会議の開催とネットワークの構築(平成29年度)**
県およびセンター、市町、団体等が参加し事業の検討・協議。
従業員100名以上の企業で中核ネットワークを構築し、中小企業も参画するフォーラムなどを通じて取組みの改善・強化を行う。
- ⑤ **マッチングシステムのデータ活用(平成29年度)**
システム機能を活用し、蓄積されたネガティブデータのポジティブ転用等を研究。

事業の成果

- 支援センターの累計成婚数900組超え(平成30年2月28日時点)。
- 婚活学園参加者延べ854名、ボランティアセミナー参加者270名。
- 婚活学園参加後に136名がセンターに新規登録(平成28年度)。
- 企業団体訪問の結果、センターが支援を行った全ての企業で社員への結婚支援意識が向上(平成27年度)。
- 登録者の魅力をより伝えるためシステムに動画再生機能を追加。
- 若年層の登録促進等のためスマートフォンアプリを開発。
- 今後は市町等と連携し、お見合いシステムの利用会場拡充や異業種交流等による新たな出会いの場創出に地域全体で取り組む。

えひめ結婚支援センターHP



婚活学園参加者募集チラシ



企業による結婚支援活性化促進事業【三重県】

1,651千円（平成27年度補正実績額）
9,934千円（平成28年度補正予算額）
人口 1,798千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

多様な主体による結婚支援体制の構築・促進

地域の実情と課題

- 平成26年12月に「みえ出逢いサポートセンター」（以下「センター」という）を開設。
開設6か月間でサポート企業として110企業が登録されたが、その後は約9か月で10企業増に留まっている。
また、企業での取組も従業員への直接的な働きかけでなく、間接的支援となっているため、より主体的な取組の促進が求められている。
- 企業が結婚支援に取り組むメリットについて、より一層のPRが必要。

事業概要

① 参加を求める企業への説明

- パンフレットの作成：
企業等が結婚支援に取り組むメリットやセンターの支援内容等を記載。
- 企業団体向けセミナーの開催：
従業員等の結婚支援の取組実施を働きかける。
- アドバイザーの派遣：
企業主催のセミナーに講師としてアドバイザーを派遣。

② 企業による結婚応援の一斉取組（平成29年度のみ）

いい夫婦の日（11月22日）を含めた一定期間、県内各地で企業の経済活動を通じた結婚の応援につながる一斉取組を実施。

③ 平成30年度以降の企業による継続的な結婚応援の仕組みづくり

従業員への働きかけを積極的に行う企業を「出逢いサポート企業」として登録するとともに、経済活動を通じた結婚を応援する取組を実施する企業を登録し、センターのホームページで紹介することで企業のPRにもなる仕組みを構築。

事業の成果

- 企業への積極的な働きかけにより、センターへの登録企業が増加。
（平成30年2月時点で206社）
- センターが紹介するイベントに4,484人（平成30年2月時点）が参加。
- 一斉取組の実施等により、ホームページのアクセス数が一斉取組期間中に約9,300件にのぼるなど、地域全体で結婚を応援する機運が醸成。
- 多様な業種の企業が、それぞれの経済活動に応じて、継続的に結婚を応援する基盤を構築した。



みえ出逢いサポート
センターHP



企業向け
パンフレット

4,495千円（平成27年度補正実績額）
人口 1,956千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

地域の実情と課題

- ・平成22年国勢調査によると、栃木県内の共働き世帯は164,420世帯で上昇傾向にある。
また、平成25年厚生労働省栃木労働局「栃木県の働く女性の概況」によると、育児休業取得率は女性94.9%であるのに対し、男性は4.7%に留まっていることから、男性の育児参加割合が低いと考えられる。
- ・県民を対象に実施した「男女共同参画社会に関する意識調査」(平成26年度)において、男性が育児休業を取得することについて、「取得した方がよい」と回答した割合が70%以上を占めた。

事業概要

- ① イクメン応援講座(全2回)開催
(1)「夫婦で学ぶ産後ケア～産後クライシスを乗り切ろう」
14組28名が参加し、産後エクササイズ体操や夫婦間ディスカッション等
(2)「パパの働き方革命～ワークライフマネジメント実践講座」
13組25名(1組男性のみ)参加し、子育て世代の働き方意識について学習
- ② 講座参加者への事後アンケート実施※アンケート回収率42.9%(12組が回答)
～受講後6か月後の夫の育児家事への主な参画状況～
(妻)帰宅時間が早くなり、子育てしてくれるようになった。
(夫)育児家事のため在宅勤務を週2日実施している。
- ③ テレビCM、ラジオCMの放送※テレビ34回、ラジオ16回(8月～11月)
講座内での5組の「アクション宣言」や講師・受講者による「イクメン宣言」をCMとして放送

事業の成果

- 参加者アンケートから、講座の内容を実践することによって夫婦間のコミュニケーションが活性化する、男性の育児参加意識が向上した、などの回答が得られた。
 - ・「夫が家事や育児に積極的に参加するようになった」と回答した女性:58.3%
 - ・「男性が育児休暇を取得するメリットを広く周囲に話した」と回答した男性:54.2%
- CMの視聴者からは多くの「よい」感想が得られた(以下主な感想)。
 - ・できることから取り組もうというパパの意気込みが伝わってきて、とても好感が持てた。
 - ・定期的に放送することでイクメンが浸透する。
 - ・パパたちの職場で「イクメン宣言」すると面白い。
 - ・とても身近なCM。



講座の様子



イクメン宣言(CM)

講座チラシ(7/2,16実施)

イクメン・イクジ推進事業【愛知県】

男性の家事・育児参加促進と祖父母世代による子育て支援の推進

13,762千円（平成26年度補正）
10,233千円（平成27年度補正実績額）
9,200千円（平成29年度当初予算）
人口 7,315千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成27年度

地域の実情と課題

- 平成23年「社会生活基本調査結果—生活時間・生活行動—」によると、愛知県の6歳未満の子どもを持つ夫の家事・育児関連に費やす時間は64分/日で、全国平均(67分)と比較し低い。
- 平成27年度に県が実施した「子育て支援等に関するニーズ調査」によると、祖父母にしてほしい子育ての協力は「子どもの話や遊び相手をする」が77.7%と最も高い。
- 男性の家事・育児参加促進と、祖父母世代による子育て支援の推進が求められている。

事業概要

- ① イクメン応援キャラバン隊2016の実施
 - (1)指導者研修
市町村児童館職員等を対象に、「あそびの体験プログラム」の実践的な研修を実施。
 - (2)あそびの体験プログラム「お父さん」を楽しもう！
(公財)愛知公園協会が県内24か所の児童館等で父子が楽しめる「あそびの体験プログラム」(全9種類)を実施。
- ② 「孫育て学校」の開校(県内3か所)
昨今の子育て事情の変化等に関するクイズ形式のセミナーや、祖父母と孫で参加できる身近なものを使用した楽器作りのワークショップを開催。

事業の成果

- 「あそびの体験プログラム」には親子311組(大人311人/子ども405人)が参加。「孫育て学校」には大人98人/子ども66人が参加。(※平成28年度実績)
- 参加者からは、「他のお父さんとの共同作業が楽しかった」、「知らない知識が得られて勉強になるとともに、孫たちも楽しんでいた」等の感想が寄せられた。
- 平成29年度は、地域のイクメン育成のけん引役である「イクメンキュレーター」を養成する事業を実施(「イクメン・イクジ育成推進事業」)。



9種類の「あそびの体験プログラム」
孫育て学校参加者募集チラシ

子育てパパ・グランパ&グランマカアップ事業【岡山県】

5,589千円（平成27年度補正実績額）
人口 1,904千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

縦（祖父母）、横（夫婦）、斜め（地域）の子育て支援環境づくり

地域の実情と課題

- ・平成27年「岡山県子育て家庭環境調査」で「家事育児で夫が行った方が良いと思うこと」を聞いたところ、男性は家事に対する役割への意識が高い一方で、女性は育児の役割を期待しており、役割意識に性別による乖離が見られた。また、三世帯同居・近居をしていない者の6割以上が近居を理想的とする一方、デメリットとして「子育て観の違い」を感じている傾向がある。
- ・男性や祖父母の「子育て力」をアップさせ、性別や世代間の乖離を解消することが必要。

事業概要

① 父親・祖父母向け講座の開催

県内12地区にて、パパ（プレパパ）向け講座、グランパ&グランマ（祖父母）向け講座を全22回開催。

② 三世帯交流広場の開催

県内12地区にて、もちつき体験や料理教室、工作教室などを開催し、地域の祖父母世代・子育て世代交流の場を提供。

③ 「おかやま子育て応援Book」発行（16,000部）

（パパ編）と（グランパ&グランマ編）をそれぞれ作成し、母子健康手帳交付時などに配布。ウェブサイト上でもPDF形式で公開。子どもの成長に合わせた対応方法や育児知識、県内の遊び場情報などを提供。



三世帯交流広場「まちばの寺子屋 夏休み料理教室」の様子

おかやま子育て応援Book（パパ編）



事業の成果

- 応援講座及び三世帯交流広場アンケート（回収率99.5%・219件）では、孫育てに積極的な意見が48%と半数近くとなった。
- パパ向け講座では「父親同士の交流が深まった」との意見もあり。
- 平成29年度は父親向け講座をブラッシュアップし、「岡山県子どもを健やかに生み育てるための環境づくり推進協議会」で記念講演を実施し、70名が参加した。また「男性の家事・育児参画応援事業」を展開し、「パパのためのアウトドア入門」を開催。112組の親子が参加した。（平成29年度当初交付金事業）
- 平成30年度は「男性の家事・育児参画応援事業」をブラッシュアップした「パパ・グランパカアップ事業」（平成29年度補正交付金事業）を実施予定。

学生たち自らがライフデザインを考える機会の提供

地域の実情と課題

- ・滋賀県は県内に13の大学（短大を含む）があり、人口10万人あたりの学生数（短大を除く）は全国3位（平成25年人口推計年報／総務省）。
- ・一方、学生が少子化を身近な問題として据える機会が少なく、当事者意識が希薄である。
- ・学生が少子化を自分事として考えるようになるためには、ライフプランについて考える環境をつくる必要がある。

事業概要

- ① 企画提案募集
（県内の大学・短大生に対し恋愛、結婚、妊娠・出産、仕事と子育てなどをテーマに学生自らが実践する企画を募集）
- ② 事業説明会（少子化の現状に関する公開講座）の開催
- ③ 応募企画のプレゼンテーション・審査会の開催・事業採択
（県内4大学8グループから応募、全グループの事業を採択）
- ④ 採択事業の実施
（県の委託事業として大学生自らが事業を実施）
- ⑤ 成果発表会
（「滋賀でもっと家族になろうよ！」フォーラムと連携して成果発表）

事業の成果

- 本プロジェクト事業に関わった学生数：2,869名
（プロジェクトの参加者、イベント出席者として関わった人数）
- 採択事業（テーマ）の例：
 - ・「～考えよう、未来のこと「子育て」って何？～」
 - ・「男女ともに働きやすい職場環境に関する調査」
 - ・「理系女子の人生設計～恋愛・結婚・仕事～」
 - ・「看護学生が取り組むライフプラン・ミーティング」
 - ・「マザーレイクびわこ 若鮎世代に子育てのこころ育成プロジェクト」
- 平成30年度には、学生によるライフデザイン啓発につながる映像作品を制作予定（平成29年度補正 交付金事業）



「マザーレイクびわこ 若鮎世代に子育てのこころ育成プロジェクト」において、先輩パパママから育児の体験談を聞く様子



本プロジェクト報告書（表紙）

ライフデザイン構築事業【滋賀県近江八幡市】

5,297千円（平成27年度補正実績額）

人口 81千人（平成29年1月1日時点）

事業開始年度 平成28年度

若年男女を対象としたライフデザインの見直し

地域の実情と課題

- ・ 近江八幡市の35歳以上の妊娠届出率は、平成20年度9.8%から平成26年度22.5%と増加しており、晩産化の傾向が進行している。
- ・ 平成26年人口動態統計によると、滋賀県の平均初婚年齢は男性30.5歳、女性29.0歳と年々晩婚化が進んでいる。
- ・ 若年男女は「自分の将来」や「結婚・子育て」について具体的なイメージを抱く機会が少ない。

事業概要

①「ライフデザイン冊子」の作成

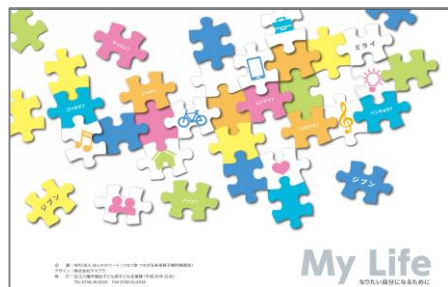
平成27年度に作成した「妊娠・出産冊子」の別冊として、ライフプランニングのヒントになる項目をブラッシュアップし、全12ページで構成。

② ワークショップ講座の実施

上記①等を「研修キット」として提供し、市内企業に講座の斡旋を実施。社会人1～2年目の従業員等若年者を対象に、妊娠・出産の正しい知識やライフプランニングの実践を行う。また、企業等が継続的に啓発できるようカリキュラムを作成。

③ フェイスブックによる情報発信

上記①を基としたライフデザイン等に関する情報発信を行い、より広く啓発を推進。



ライフデザイン冊子
「My Life」



ライフデザイン研修の様子
（広報おうみはちまん
H29.10.1より）

事業の成果

- 市内企業等320件にワークショップ案内を実施し、11事業所2大学、合計 140人の参加者を得ており、目的である若年層へのリーチが実現。
- 講座終了後、「ライフプラン実現に向けてより積極的に行動を起こせた」と56人（回答71人中）が回答。
- フェイスブックでは月平均6.25回（全75回）の発信を行い、平均11.41件のシェア（伝達数）を得た。
- 有識者から「就職する前の学生向け企画、卒業時のキャリア教育として有効」との評価を得た。
- 平成29年度も継続実施し、市民講座の開催や研修ツールの改善を行う。

子育てに温かいまち推進事業【愛媛県内子町】

477千円（平成26年度補正実績額）
531千円（平成27年度補正実績額）
450千円（平成28年度補正実績額）
238千円（平成29年度見込額）
人口 17千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成27年度

「いのち」について考える機会創出と子どもとの関わり方の啓発

地域の実情と課題

- ・人口は減少傾向で、特に年少人口の減少が激しく、2010年に2,190人であった14歳以下人口が、2040年には978人と45%に落ち込むことが予想されている。
- ・生涯未婚率は男性18.77%、女性8.15%（2010年調査）で、今後も増加見込み。
- ・次世代を担う若者たちに「結婚・子育て」を前向きに考える意識を醸成することが、未婚晩婚化、少子化防止に必要。
- ・町内の保護者の内、男女とも70%以上が就労しており、日中の子どもとの触れ合い時間が少ない。



平成28年9月に行われた「いのちの授業」の様子

絵本作家による子育て講演会



事業概要

① 内子町いのちの授業

平成26年度に愛媛県が本交付金を活用して実施した「笑顔の赤ちゃんのふれあい授業」のモデル校として、町内全4校のうち2校がプログラムや実施ノウハウを学習。平成27年度からは町単独で、本交付金を活用して「内子町いのちの授業」として実施。中学三年生70名を対象に、0歳児親子33組の協力を得て、赤ちゃんとのふれあいや子どもを産み育てること、命について等の意見交換を実施。

② 子育て講演会事業

より良い子どもとの関わりについての啓発を行うため、外部講師を招いて講習会を実施。託児サービスも提供して保護者の参加を促進。

事業の成果

- 上記①では、授業を受けた生徒70名のうち、94.8%が「子どもとの良い関わりを実践したい」と回答。また「将来家庭を持ちたい」「ライフプランを描くことができた」という回答もあり、思春期で多感な世代に対して有効なアプローチができたと考えられる。
- 上記②には130名が参加し、80.2%から「子育てへの不安感・負担感が和らいだ」という回答を得た。
- 平成29年度も事業継続し、開催校の状況に合わせた対応や、地域住民に幅広く講演会事業の周知を行い、事業全体の促進を図った。

九州・山口地域が一体となった機運醸成の取組

地域の実情と課題

- ・九州・山口地域は、合計特殊出生率(平成27年)が全国上位10県に6県がランクインし、総じて高い傾向。人口移動においても、九州・山口圏域内に留まる傾向が高い。
- ・平成15年に「九州はひとつ」の理念のもと、官民一体となって九州独自の発展戦略の研究や具体的施策の推進に取り組んでいくため、「九州地域戦略会議」が誕生。畛域を越え、官民一体となった取り組みを実施している。
- ・平成27年に「九州創生アクションプラン(JEWELSプラン)」を策定し、「出産等の希望が叶う社会づくりプロジェクト」の中で「広域婚活支援」についての取組をスタートした。



事業概要

◆九州、沖縄県と山口県の9県が連携し、結婚・子育ての素晴らしさや、結婚・子育てを応援する意識醸成につながる内容の動画を作成。さらにそれをテーマやトピックスごとに再編集したショートバージョンも作成し、活用の幅を広げた。動画制作総費用を9県で負担し、ハイクオリティな動画が完成。

平成28年:3分31秒の動画を作成し、CM用に16秒×5本の動画を再編集

平成29年:1分56秒の動画を作成し、首都圏においてライフデザインイベントや交流会を開催。

※動画についてはYoutubeにチャンネルを開設し、一般に公開中

https://www.youtube.com/channel/UCrM9UKTl_hmsmT07IBALflw/

また、各県のホームページや、合同開催したライフデザインイベント、TVCM、映画館CMなどで放映し(※放映費用は動画作成費用に含まれず、別途予算にて実行)、結婚支援に係る機運の醸成を図った。

事業の成果

- 県単独ではなく、県域を超え、九州・山口地域全体で大きなキャンペーンとなり、民間・団体等とも連携して展開できたことは、広域婚活の推進として大きなインパクトであり、幅広い世帯に広報できた。

[Youtubeの動画視聴回数]

平成28年度作成 約17万回 / 平成29年度作成 約19万回

- 動画は、平成29年度に合同開催したライフデザインイベントのほか、各県開催のイベント、TVCM等で幅広く活用。

平成27年度補正実績額: 動画制作 6,000千円※1 / 放映費用・広報活動等 15,190千円※2
 ※1 動画作成の総額9,000千円(1県1,000千円×9県。
 うち山口県、福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、沖縄県が交付金活用)
 ※2 福岡県6,130千円、熊本県60千円、大分県9,000千円
 平成29年度見込額: 動画制作 360千円※3 / 放映費用・広報活動等 1,620千円※4
 セミナー・交流会 760千円※5
 ※3 動画作成の総額1,080千円(1県120千円×9県。うち長崎県、大分県、沖縄県が交付金活用)
 ※4 大分県 1,620千円
 ※5 開催における総額3,420千円(1県380千円×9県。うち長崎県、沖縄県が交付金活用)

協賛店舗において新婚夫婦等に特典サービスを提供

地域の実情と課題

- ・平成27年の生涯未婚率
男性23.6%（全国16位）女性11.9%（全国33位）
- ・平成28年の平均初婚年齢
男性30.9歳 女性29.1歳
- ・県民アンケート（平成26年3月 少子化対策に関する県民意識調査）によると、20歳～39歳の未婚者のうち78.7%に結婚願望あり。
一方、20歳～39歳男女の多くが「今の社会は結婚しにくい」（44.2%）、その理由は「若者が経済的に不安定」（65.3%）と回答。
- ・これまで県が実施してきたCM、ラジオ、フォーラム等では一過性で終わってしまうため、これらの取組と連携し、持続的かつ目に見える形で、社会全体が結婚を応援する機運の醸成を推進する必要があった。



パスポート（見本）



チラシ



シンボルマーク

事業概要

- ① 全国で初めて、新婚夫婦又は結婚を予定している男女を対象に、協賛店舗に提示することで特典サービスを受けることができる「結婚応援パスポート（通称:コンパス）」を配布。（平成28年10月から開始）
※有効期限：1年（婚姻届提出前からの利用により最長で2年間）
＜特典サービスの例＞
 - ・結婚式のウェディングケーキのプレゼント、新郎新婦の衣装代等の割引
 - ・飲食店で値引きやドリンクサービス、理美容店での料金割引
 - ・住宅ローンの金利優遇、賃貸の仲介手数料の割引
- ② ウェディング業界・関連団体と連携し、利用者である新婚夫婦等に向けた広報、協賛店舗募集活動を実施。
- ③ 専用WEBサイトを構築（業種別・地域別の協賛店舗検索、協賛申込の受付、店舗のPR情報掲載等が可能）。

事業の成果

- パスポートの配布実績
累計 延べ13,351枚（組） ※平成28年10月～平成30年1月末の1年3か月
- 協賛店舗（コンパスショップ）数
1,143店舗（※平成30年3月16日現在）。平成29年度に民間企業と連携したプロモーション事業を展開し、平成28年度末と比べ約700件増加した。
- 結婚を応援する機運の醸成
協賛店舗アンケート（平成28年度）において「本事業により早期結婚の後押しができ、以前より結婚しやすい社会になった」と答えた割合：39%

パスポート協賛店の拡大とパスポート利用の促進

地域の実情と課題

- ・京都府少子化要因実態調査報告書によると、子どもを持つために必要な要件として、子どもがいない既婚女性からは「保育サービスが整うこと」「保育にあまりお金がかからないこと」など保育サービスの充実を望む声が挙がっている。
- ・充実してほしい子育て支援サービスとして、「子育て支援に関する情報提供」が男性36.1%、女性37.5%から望まれている。
- ・平成27年から地図情報とGPS機能を利用して子育て応援パスポート協賛店舗などを検索できるスマートフォンアプリ「まもっぷ」を運用し、平成28年度末時点で約4万2千人に登録されている。
- ・保育サービスの充実と、既存アプリ等を含めた子育て支援情報の積極的支援が少子化対策につながる。

事業概要

- ① **全国共通展開に対応する新パスポート体制の整備**
(1)全国共通マークを入れた新パスポートや協賛店ステッカーを作成
(2)パスポートウェブサイトの改修
- ② **全国共通パスポートの普及・啓発**
(1)啓発のぼりの設置やイベントを開催し、府民に周知
(2)チラシ、参画店舗紹介記事、広告掲載を行い、周知を促進
- ③ **府内企業・店舗への働きかけ**
(1)既存店舗への全国共通展開参画意向確認（約3,000か所）
(2)新規協賛店舗開拓（約2,000店舗）
(3)店舗向けマニュアルと協賛店舗募集案内の作成
- ④ **きょうと子育て応援事業推進委員会の開催・運営**
経済団体、企業・労働関係者、NPO法人等の委員会メンバーに事業報告を行い、今後の課題や改善方法について助言を受ける。



全国共通コソダテマークが入った協賛店舗ステッカー



きょうと子育て応援パスポートアプリ「まもっぷ」

事業の成果

- 新規登録店舗は185店舗で、全国共通展開協賛店はトータルで1,922店舗となった。（平成30年2月末時点）
- パスポートの認知度や利用満足度が向上し、子育て世帯の35.7%がパスポートを利用。利用者アンケートによると、パスポートへの満足度は75.8%と高い数値を示した。
- 情報を提供するスマートフォンアプリ「まもっぷ」の登録者は59,412人（平成30年2月末時点）。
- 平成29年度も継続して企業・店舗へ働きかけや利用者への周知活動を行い、より充実したサービスの拡充を図った。

子育て支援パスポート事業の強化

地域の実情と課題

- ・奄美市の出生数は、平成20年450人→平成24年403人と5年間で11%減少。人口千人あたりの出生率は平成24年時点で8.6であり、全国平均(8.2)は上回るものの、鹿児島県平均(8.8)よりは低い水準が続いている。
- ・「子育てにやさしいまち」としてPRを図るために「子育て支援パスポート事業」を実施しているが、店舗へのメリットを周知できず新規登録増加に限界がある。

事業概要

- ① 店舗に当事者が直接訪問して協賛の依頼を実施 (26店舗)
子育て世代当事者が店舗を訪問し、案内文書配布と登録促進を図る。
- ② 子育てパスポート事業に関するアンケート調査 (1回)
パスポート事業の評価を広く把握する目的で、215件の回答を得た。
- ③ ②のアンケートを踏まえ、子育て世代と商店主による座談会 (2回)
子育て世代のニーズを商店主が直接聞くことで把握する。
- ④ 子育て支援パスポート事業協賛店検索システムの開発
協賛店情報だけでなく、子育て世帯が求める情報を集約掲載するために、公式ホームページ「奄美市のまーじん子育て応援団」開設。
協賛店情報だけでなく、子育て世帯が求める情報を集約して活用を推進。

事業の成果

- 公式ホームページへのアクセス数(PV)
PV目標200件/月のところ 実績2,503PV/4月、694PV/5月、799PV/6月
- 民間イベントサイト運営者へのサイト管理委託により、民間イベント情報を集約・紹介。
情報入力数: 4月2件、5月23件、6月13件
- 座談会という対話の場を設けることで、子育て世代当事者と商店主の距離感を縮め、関係を築くことができた。
- 新しいお店を知ることができて嬉しい、いろいろなお店めぐりを子どもと楽しみたい、協賛内容がもっと充実してほしいなどの声がある。
- 平成29年度も継続することで、協賛店が増えている。
協賛店をめぐるスタンプラリーを実施し、子育て世代と商店主の関係を築いた。



かごしま子育て支援パスポート事業公式サイト「奄美市のまーじん子育て応援団」トップページ



希望者に配布される「子育て支援パスポート(上)」と協賛店が貼るステッカー(下)

保育施設と地域・近隣住民との共生を目指す取組

地域の実情と課題

- ・平成27年4月時点で待機児童数は1,365人（保育施設を対前年比で289施設増設したものの、前年比241人増加）。
保育施設の拡充が引き続き必要とされていた。
- ・近年、子ども施設（保育所（園）や幼稚園、認定こども園など）から出る音や送迎時の問題などで、地域とのトラブルが発生（過去3年間で府内の騒音相談窓口である市町村環境部局のうち半数以上が保育・教育施設に対する苦情を受付け）。

事業概要

①「子ども施設環境配慮手引書」を作成・配布

府内の市町村、子ども施設、建築事務所に対しアンケートやインタビューを行い、子ども施設における苦情・トラブルを分類。
子ども施設に寄せられる「音」等の様々な苦情の対応策や地域コミュニケーションの成功事例をまとめ（「子ども施設との共生に向けてー子ども施設環境配慮手引書ー」）、府内の市町村、子ども施設等（約2,300か所）に配布するとともに、府ホームページに掲載するなど広く公開。

②「子ども施設と地域との共生シンポジウム」を開催

上記手引書の内容を周知するため、子ども施設関係者、市町村担当者、建築事務所関係者、府民を対象にシンポジウムを開催。
（平成29年2月、291名参加）。

事業の成果

- 全国的にも例のない手引書は、マスコミにも多数取り上げられ、府内外の自治体や住民の関心も高く、子ども施設と地域との共生に向けた関係者の理解を促進。
- シンポジウム後の参加者アンケート（回答者数：185名）
 - ・子ども施設と地域との共生が重要だと意識が変わったと回答した参加者：94%
 - ・手引書を活用したいと回答した参加者：97%
- 平成29年度以降は、子ども施設や建築事務所等の関係団体を通じて手引書を啓発しており、平成30年度には、施設関係者や市町村職員を対象にセミナーを開催して活用促進を図る。（府費・一般財源）



「子ども施設と地域との共生シンポジウム」の様子



子ども施設環境配慮手引書

アウトリーチ型子育て支援モデル事業【奈良県】

児童虐待の未然防止と子育て支援人材の発掘・育成

1,692千円（平成26年度補正実績額）
3,138千円（平成27年度補正実績額）
人口 1,369千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成27年度

地域の実情と課題

- ・平成26年度の県こども家庭相談センターにおける児童虐待対応件数は、過去最多の1,567件となり対前年度比12.6%の増加。
虐待の種類別に見ると、心理的虐待が最も多く811件、身体的虐待が379件等。
- ・奈良県は全国と比較し、核家族世帯率や専業主婦率が高く、子育て家庭の「社会的孤立」が起きやすい状況にある。
- ・子育て家庭の不安感や孤立感を低減させ、児童虐待の未然予防を図るため、早期の妊娠期、出産期からの切れ目のないアウトリーチ型の家庭支援を行うことが重要だと考えられる。

事業概要

① アウトリーチ型子育て支援プログラムの効果検証

平成27年度に「子育て応援家庭訪問プログラム」ガイドブックを作成しており、平成28年度は、本ガイドブックに基づいたプログラムをモデル市町村（3市町村）で実施し、その実施事例について専門家がモデル市町村担当者に助言するスーパーバイズを行った。
また、ガイドブックを用いた家庭訪問支援の有効性を、有識者とモデル市町村職員による効果検証検討委員会にて検証し、ガイドブックを改訂した。

② 地域住民向け公開講座の実施（全2回/参加者92名）

子育て家庭の現状や支援の必要性について地域住民の理解と意識の醸成を図るための啓発講座を開催。

③ 地域の社会資源開発のための研修会（2会場/全4回）

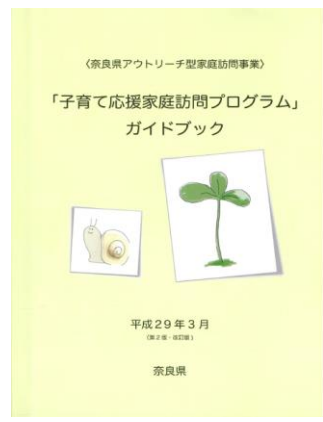
ガイドブックに基づいたテーマからなる講演会を実施し、受講修了者を家庭訪問員として認定。

事業の成果

- 公開講座参加者へのアンケートでは「子育て家庭に対するサポートや支援活動をしたと思うようになった」が87%となった。
- 平成28年度の研修会参加者は116名。トータルで99名の家庭訪問員が誕生し、平成26年度33名から大幅増となった。
- 事業概要①のモデル市町村の関係者からは「訪問の目的が明確になった」「訪問結果を客観的に把握できるようになった」「支援のゴールが明確になった」等の意見が寄せられた。
- 平成29年度は「プログラム普及事業」として県内市町村に配布し、家庭訪問員の増員を図った。



公開講座の告知チラシ



ガイドブック表紙

新婚・子育て世代当事者の市民活動活性化プログラム 開発事業【長崎県壱岐市】

2,268千円（平成27年度補正実績額）
人口 28千人（平成29年度1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

子育て当事者による市民活動への積極的参加を促進

地域の実情と課題

- ・「壱岐市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」によると、小学生以下の児童人口、出生数は減少傾向だが、合計特殊出生率は平成24年に2.14（全国：1.41、長崎県1.63）と高い水準。
- ・平成27年1月「壱岐市地域少子化対策強化アンケート調査」では、困っていることとして「子どもの遊び場が少ない」49.5%、「自分の子育てが正しいか不安」46.6%。
- ・育児の孤立化を軽減するために、市民活動等当事者同士の交流を含む「場」「ネットワーク」作りが重要。

事業概要

- ①「子育て世代語り場」(全5回、参加者計22名+託児20名)
「結婚・妊娠・出産・子育て」に関する市民活動について、運営方法を学ぶ場。託児を設け、子育て世代も参加しやすいように設定。
- ② 市民活動人材養成講座(全5回、参加者計38名)
NPO、市民活動団体スタッフに対し、事業の企画立案、実施、評価、報告等活動に必要なスキル研修を実施。
- ③ 託児者養成事業
(1) 高校生遊びボランティア養成講座(全3回、参加者計10名)
(2) 子育て支援者スキルアップ研修(1回、参加者8名)
- ④「子育てに温かい社会づくり」に資する事業
大人も楽しむアナログゲーム大会・ハロウィン英語イベント・未来を担う子ども育成事業・IKI「島起こしDANCE」プロジェクト・おもちゃ広場 等。

事業の成果

- **人的ネットワークの拡大**
講座やセミナーには市民活動経験者が多く、今後の活動につながるネットワーク作りに発展した。また事業を通じて団体や地域のつながりが生まれた。
- **継続的な市民活動への意欲が増大**
事業実施回数は目標の2倍となり、参加者の市民活動への活動意欲が高まった。子育て当事者がスタッフとして活動すること多いことから、今後は責任の分担など無理のない活動体制づくりが課題。
- 平成29年度以降は、市として事業継続はなく、各団体・サークルにおいて独自に実施(市の委託事業や補助金を活用しての実施団体もあり)。



本事業の協力団体
子育て支援ボランティア
サークル「ちんぐ☆ちんぐ」
(離島経済新聞平成28.06.27より)



「大人も楽しむアナログ
ゲーム大会」告知チラシ

1,962千円（平成28年度当初実績額）
人口 8千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

地域の実情と課題

- ・平成18年の町合併当時から平成28年末までの10年間で、人口が1,583人減少。合計特殊出生率は1.51(平成24年)と減少傾向。平成27年度は人口8,568人のうち、年少人口(0～14歳)が11.9%で、平成22年より1ポイント減。
- ・平成27年開催の町民ワークショップで、子育て中の母親から「ちょっとした手助け」を求める声が多く上がった。同世代の母親同士の交流はあるが、地域の中で多世代とのつながりをもった交流が希薄となっている現状がある。
- ・若い世代が地域に溶け込みやすく子育てしやすい環境を整えるためには、実際に子育てをしている人や子育てに関わっている人の声を取り入れた事業が必要。

事業概要

■ **子育てコーチとは、子育て世代が求める精神的・肉体的負担をサポートする「地域の子育てお助け隊」。**子育て支援に参加意欲のある人を担い手として、地域で子育てを支援する機運を醸成する。

① 子育てコーチ養成講座の実施

子育て経験者・子育て支援に熱意のある人を対象に、(1)子供の成長・発達や保育に関する知識 (2)育児中の父母の不安や悩みを受け止め、適切なアドバイスとコミュニケーションを図るためのスキル (3)家族が協力して子育てに取り組めるようにサポートするスキル、等6日間全37時間の講座を実施。受講修了者を「子育てコーチ」として認定。

②「子育てコーチ会議」による支援体制の提案

①で養成された子育てコーチらによる会議を開催し、民間遊休施設を育児中の親が「息抜きやアドバイスなどを受けられる」交流の場として活用するなど、町の新たな子育て支援施策を決定。

事業の成果

■ 16名(女性)の「子育てコーチ」の誕生

30代～60代、町内出身者8名/町外・道外出身者8名、保護者/子育てサークル主催者/地域スポーツクラブ・少年団活動指導者など、幅広くバランスの良い地域人材を養成できた。

■ 空き家をリノベーションして、子育てコーチ活用拠点施設を開設(平成30年4月4日オープン)。「誰でも気軽にくつろげる空間」をコンセプトに、託児室や遊具室のほか、誰でも集えるカフェや中高生の個別勉強ブース、楽器演奏ができる防音室などの貸出スペースを用意し、幅広い年代が集い、交流する場とする。
施設の管理・運営は、子育てコーチらによる任意団体「にじをつなぐ会」が行う(平成30年4月より)。

※平成29年度事業内容については、地方創生拠点整備交付金を活用して実施



認定証を授与された16人の「枝幸版子育てコーチ」

広報えさし(平成28年9月号)

での参加者募集告知

少子化対策県民運動推進事業【高知県】

官民協働で少子化対策を推進～より効果的なものにするために！～

28,196千円（平成27年度補正実績額）
10,904千円（平成28年度補正見込額）
3,850千円（平成29年度当初見込額）
人口 729千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成28年度

地域の実情と課題

- ・平成26年県民世論調査によると、少子化の要因第1位は「経済的な不安や、出会いの場が少なく、適当な相手にめぐり合わないから(67.3%)」であることから、独身男女の出会いの機会創出が課題であることがわかる。
- ・平成27年県民意識調査によると、理想の子ども数2.45人であるのに対し、予定の子ども数2.09人(理想との差▲0.36人)。理想と予定に乖離がある理由として「第1位 子育てや教育にお金がかかりすぎるから(65.6%)」「第2位 長時間労働の増加などにより自分の生活に余裕がなく、仕事と家庭の両立が難しいから(19.9%)」などが挙げられ、安心して妊娠・出産できる環境づくりと子育て支援の抜本強化が求められている。
- ・平成20年度に少子化対策に取り組む「少子化対策推進県民会議」を設立。

事業概要

- ① 高知家の出会い・結婚・子育て応援団（平成28年3月創設）
「高知家の出会い・結婚・子育て応援団」を県が立ち上げ、出会いや結婚を応援する企業・団体がこれに登録。県からの子育て支援等に関する情報の提供や、子育ての支援、WLBの推進などの取組、地域の独身者向けの交流会の開催等の取組を実施。
- ② 少子化対策推進県民会議（平成20年2月14日設立）
 - ・総会および4部会において、少子化対策の取り組みをPDCAにより進捗管理。
 - ・フォーラムの開催（県民会議と県が共催）
平成28年度：結婚応援／出会い・結婚・子育て応援（好事例企業表彰も実施）。
平成29年度：企業が取り組む子育て支援や若者・子育て世代のワーク・ライフ・バランスの推進。
- ③ 県民意識調査の実施（平成27.28.29年度実施）
少子化対策の取組の効果を評価するため、TVCMや新聞広告、HP等を通じた認知度の調査を実施。
県は、応援団取組紹介冊子や応援団通信の作成・配布、応援団交流会の開催等の取組を実施するとともに、民間団体が持つネットワークを生かした応援団登録の勧誘を実施。

事業の成果

- 平成30年2月末時点で459団体が応援団に登録。平成28年度は好事例企業として延べ19団体を表彰し取組事例を横展開。
- 結婚応援フォーラムの参加者アンケートでは、講演は100%、体験講座は97.3%が参考になったと回答（参加者：216名）。
- 出会い・結婚・子育て応援フォーラムの参加者アンケートでは、93.6%が参考になったと回答（参加者：125名）。
- 出会い・結婚支援の取組について、TVCMや映画館CM放映、WEB広告等により広報していることを知っている方の割合54.2%（平成29年県民意識調査）。



平成28年11月20日に開催された「出会い・結婚・子育て応援」フォーラムの様子

職場の交流応援事業【埼玉県】

5,000千円（平成28年度補正見込額）
人口 7,195千人（平成29年1月1日時点）
事業開始年度 平成29年度

働き方の変容と新たなつながりを生む！セミナーと交流の推進

地域の実情と課題

- ・ 子育て期の男性の就業時間が全国で3番目に長く（平成24年就業構造基本調査）、通勤時間は全国で2番目に長い（平成23年社会生活基本調査）。
- ・ 30代女性就業率は全国42位（平成22年国勢調査）で、夫婦世帯に占める共働き世帯の割合は全国39位（平成27年国勢調査）
- ・ 核家族世帯の割合は全国2位。（平成27年国勢調査）
- ・ 女性の就業希望率は全国4位（平成24年就業構造基本調査）。
- ・ 県内の独身者が求める支援の1位は「出会いの機会の提供」（平成28年度県民意識調査）
- ・ 企業に対して働き方改革、ワークライフバランスの推進に関する啓発が必要。
- ・ ビジネスパーソン等にライフデザインを考える機会・交流の機会が必要。

事業概要

仕事が忙しく自分のことが後回しになっているビジネスパーソンなどを対象に、ワーク・ライフ・バランスやライフデザインなどのセミナーと、参加者の交流の機会をセットにしたイベントに補助。

【補助条件】

- ① 3社以上の企業の社員等を対象とする。
- ② 3回以上の連続した研修、ワークショップ等を実施する。
- ③ 1回当たりの参加者数が24名以上となるよう努める。
- ④ アンケートを実施し参加者の意識変容を把握する。



事業の成果

- 実施イベント数 51回、参加人数 1,964人
- セミナー理解度、行動を変える意欲がある人の割合 80%以上
- 参加者の具体的な行動変容
 - ・ 他社のワークライフバランスの取組を上司に話したら、自社で試行することになった。
 - ・ ワークショップで部下への接し方を反省し、イクボスを目指そうと思った。
 - ・ セミナー参加メンバーで、定期的に交流の機会を持つことにした。等

■ 事業展開、今後の事業計画

①企業へのアプローチ

企業商談会（参加企業650社、来場者約17,000人）にて本事業の紹介ブースを出展、「社員が笑顔の会社は成功する」をテーマに講演会を実施（参加者182人）、結婚・子育てに関するアンケート実施（540人回答）。

②若者へのアプローチ

若い世代が結婚・妊娠・出産、子育て、仕事等をポジティブに捉えライフプランを希望どおりに描けるよう、人生設計を考えられる様々な機会を提供する取組を平成30年度以降も実施予定。

