

(令和5年度補正) 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 埼玉県 (都道府県: 埼玉県)
 本事業の担当部局名 福祉部こども政策課

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	3.1.5 結婚・子育てを応援する社会的機運の醸成の広報				
個別事業名	プロスポーツチーム等と連携した「出会いのきっかけづくり」	新規/継続 (一般財源での実施も含む)	新規		
実施期間	令和6年4月1日	～	令和7年3月31日	事業開始年度	年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	6,808,670				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	(これまでの少子化対策の全体像及びその効果検証から浮かび上がった地域の実情及び課題) ※全事業共通 埼玉県では少子化対策や子育て支援策を推進するため、「埼玉県子育て応援行動計画」(令和2年度～令和6年度)を策定し、結婚から妊娠・出産、子育てに加え、経済・雇用、教育など幅広い分野にわたる総合的な取組を実施している。しかし、依然として少子化傾向は続いており、本県の合計特殊出生率は令和4年に1.17と全国平均1.26を下回り、全国44位となっている(厚生労働省「人口動態統計」)。 少子化の主な要因の一つは未婚化・晩婚化とされており、本県においても、埼玉県の50歳時未婚率が令和2年で男性30.2%、女性16.7%と過去に比べて上昇するなど、未婚化が進行している(総務省「国勢調査」)。 また、本県は核家族世帯の割合が高く(埼玉県58.6%、全国54.1%)、全国第3位となっている(総務省令和2年「国勢調査」)。その他、子育て世帯の労働時間が長いことや、転入者が多いことによる地域コミュニティの希薄化なども要因として考えられるところである。				
	(当年度の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) <当年度の少子化対策の全体像> ※全事業共通 「埼玉県子育て応援行動計画」(令和2年度～令和6年度)では、施策の柱として 1 結婚・出産の希望実現 2 親と子の健康・医療の充実 3 「子育て」と「子育て」の支援 4 ワークライフバランス・男女の働き方改革の推進 5 「子どもの貧困」対策の推進、配慮を要する子供への支援 6 児童虐待防止・社会的養育の充実 7 子育てしやすいまちづくりの推進 を掲げている。 本年度も計画に基づき、結婚から妊娠・出産、子育てに加え、経済・雇用、教育など幅広い分野にわたる総合的な取組を行う。				
	<本個別事業の位置付け> 計画の柱「1 結婚・出産の希望実現」の中で、「結婚を望む人への支援」を位置づけている。 本個別事業はその一環として、結婚支援センターとは異なる「プロスポーツ」という切り口で婚活イベントの開催や、チームと連携した結婚支援情報の発信等を行うことにより、結婚を希望しているが中々行動に移せない方々の背中を押し、一歩を踏み出せるような気運醸成を図るものである。				
	(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))				
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	プロスポーツチーム等と連携した様々な結婚支援情報の発信	プロスポーツチーム等と連携し、選手OB等によるSNSでの婚活に関する情報発信や、試合会場等で結婚に関するトークショー等を行うことにより、結婚を希望しているが中々行動に移せない方々の背中を押し、一歩を踏み出せるような気運を醸成する。 【参考】(交付申請外事業)プロスポーツチーム等と連携した婚活イベントの開催 プロスポーツチーム等と連携し、一緒に食事をとりながら試合観戦を楽しむ、あるいは一緒にスポーツなどを行いながら、コミュニケーションをとり、親交を深めるなどの婚活イベントを開催する。 参加者:50人×5回=250人参加を予定。		○
【次年度以降に向けた事業の方向性】 令和6年度に実施した情報発信の成果(SNSでの20代・30代等の広告閲覧数、SAITAMA出会いサポートセンター等の公的な婚活支援の認知度等)に基づき効果検証し、より効果的な実施方法について検討する。 【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 なし					

	KPI項目	単位	目標値	現状値	
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 ※全事業共通	合計特殊出生率の向上		1.59 (令和6年)	1.17	
参考指標 ※(注)5 ※全事業共通	項目	単位	直近の実績		
	合計特殊出生率		1.17 (令和4年)		
	婚姻件数	件	28,823 (令和4年)		
	婚姻率		4 (令和4年)		
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	
	事業内容 番号	項目			
		(アウトプット)			
	1	婚活に関するSNSで発信した情報が閲覧された数	回	1,100,000	-
	2				
	3				
		(アウトカム)			
	1	発信した情報をきっかけに婚活イベントへ参加した者の数	人	250	-
	2				
	3				
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	<市町村の役割> 市町村独自の結婚支援を行っている市町村については、その情報を本事業で発信する。市町村独自の事業を実施していない市町村については、共同で運営しているSAITAMA出会いサポートセンターの情報を県が発信する。				
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	SAITAMA出会いサポートセンター運営協議会に加入している県内の主要な経済団体や金融機関、結婚支援民間事業者等にも本事業を周知し、広報してもらうことで、県民への認知度向上と社会全体で結婚を支援する気運の醸成を図る。				