

## 令和4年度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)

事業メニュー	優良事例の横展開支援事業			
区分	結婚に対する取組			
関連事業メニュー	2.1.1 結婚支援の取組を行う結婚支援センター等の開設・運営、同センター等におけるマッチングシステムの構築等により、各地域における結婚支援の基盤を整備するための取組(ただし、施設整備に係る部分は除く。)			
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5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	4,249,344			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>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3年には戦後最低の約1,343千人(R3.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和2年に8,102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"> <li>・「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</li> <li>・県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりに取り組む</li> </ul> <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3年度に1,300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2年の県内婚姻率は3.7(前年度比-0.3)、平均初婚年齢は夫30.1歳、妻28.8歳(前年度比夫-0.3、妻-0.3)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>			
個別	<p>(個別事業の内容) ※(注)3</p> <p>&lt;個別事業における現状と課題&gt;</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くいることが課題である。</p> <p>&lt;課題への対応&gt;</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い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> <p>&lt;取組内容&gt;</p> <p>市町と連携した20代が利用しやすい「愛結び」利用窓口の設置</p> <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%近くに上っており、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4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とともに、窓口県単設置又は未設置市町計5市町のうち、新たに、1市町との連携を目指し、県下全域で20代が利用しやすい窓口運営を目指す。</p> <p>○窓口運営(例):平日夕方や土日祝日に、商業施設やスポーツ施設等の敷地や隣接地で開設など</p>			

事業の内容

また、令和3年度に試行的に利用窓口で開催した「会員登録会」が好評であったことから、令和4年度は定期的に開催するなど、利用窓口の活用にも工夫を図る。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。  
 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、市町にも会員登録会の開催を働きかけ、県一体となった結婚支援を目指す。

※事務所借上げ等のセンター運営に係る従前経費は、本交付金申請外で別途計上(全額県費)。

また、市町での窓口開設に係る市町スタッフやセンタースタッフ派遣旅費、会場費、閲覧端末等は市町が負担。

東予、南予事務所人件費は利用者負担金等で負担。

市町との新規連携事務、会員登録会における登録作業関係事務のため、県事務所3か所各1台ずつパソコンリース料を計上。

20代が利用しやすい窓口の運営にあたって開設場所・時間に柔軟に対応するため、また、会員登録会において、会員登録にとどまらず、お相手探しも可能とするなどの工夫を図るため、県事務所3か所及びサテライトオフィスひめringに各1台ずつ、会員貸出用閲覧端末リース料を計上。

【次年度以降に向けた事業の方向性】

令和4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。

【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】

みやぎ結婚支援センター臨時登録会

【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

	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	合計特殊出生率	%	2.07(2040年)	1.45(R2年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.45(R2年)	
	婚姻件数	件	4,903(R2年)	
	婚姻率	%	4.0(R元年)	
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
	(アウトプット)			
	市町と連携した愛結び利用窓口の設置	市町村	17	16市町
	結婚支援拠点(サテライト)の利用者数	人	2500	令和2年度:1,777人
	会員登録会の開催数	回	10	—
	(アウトカム)			
	お見合い「愛結び」閲覧数の増加(R2年度比)	%	10%増	令和2年度:5%減(R元年度比)
	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	%	70	令和3年度1月末:63.3%
	(参考)			
	会員登録者数	人		令和2年度延べ13,011人
	引き合わせ成立数	組		令和2年度:856組
カップル成立組数	組		令和2年度:802組	
成婚数	組		令和2年度:96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。			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

## 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：	4,249,344	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	4,249,344	4,249,344	0
2					
3					
4					
5					
計			4,249,344	4,249,344	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	4,249,344	0	0	0	0	4,249,344
交付対象事業費	4,249,344	0	0	0	0	4,249,344

令和3年度地域少子化対策重点推進交付金(令和3年度補正予算)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)

事業メニュー	重点課題事業		
区分	AI活用を始めとするマッチングシステムの高度化等の取組		
関連事業メニュー	1.3.2 オンライン婚活等の実施		
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5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	24,751,496 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>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3年には戦後最低の約1,343千人(R3.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和2年に8,102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11「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> <p>「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、結婚を希望する单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</p> <p>県民総ぐるみで結婚しやすい環境づくりに取り組む</p> <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3年度に1,300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2年の県内婚姻率は3.7(前年度比-0.3)、平均初婚年齢は夫30.1歳、妻28.8歳(前年度比夫-0.3、妻-0.3)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单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>		
(個別事業の内容) ※(注)3	<p>&lt;個別事業における現状と課題&gt;</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、さらに効果をあげるためには、オンライン婚活に対応できるボランティア推進員や応援企業の育成やオンラインでの会員フォローの工夫が課題となっている。</p> <p>&lt;課題への対応&gt;</p> <p>オンライン婚活に対応可能なボランティア推進員の育成、応援企業へのノウハウの提供を行うほか、オンライン婚活の企画の工夫、会員向けオンラインセミナーを開催し、オンライン婚活の効果向上を目指す。</p> <p>また、令和3年度のデジタルマーケティングの成果分析を踏まえ、<u>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</u>により20代会員や県外会員数のさらなる増加、オンライン婚活の開催促進を図り、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>		

＜取組内容＞

### 1 オンライン婚活イベントの開催

令和3年度から、グループメール機能とWeb会議機能を活用する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30.2%に対し、オンライン婚活イベントのカップル成立率は48.4%に達した。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4年度においては、企画内容に工夫を図りながら、居住地にとらわれず、気軽に参加できるオンライン婚活イベントを積極的に開催していく。

また、現在、オンライン婚活イベントの企画・主催のほとんどがえひめ結婚支援センターまたは市町であり、応援企業が開催することは少ない状況である。令和4年度においては、応援企業と協議をしながら、応援企業が開催しやすいオンライン婚活イベントの基盤づくりを行う。

※応援企業…出会いを求める独身男女のために、婚活イベントを主催していただく企業・店舗・施設・団体等

#### 【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、実際の意思を確認していく。

○オンライン婚活イベントの開催：年40回程度を目標とする。

### 2 オンライン異業種交流モデル事業の実施

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うとともに、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。令和3年度からは、オンラインで異業種交流会を開催しているほか、地元金融機関からの協力も得て、地域産業の後継候補者にもアプローチを図っている。

令和4年度においては、引き続き、異業種交流ネットワークが主体となったオンライン異業種交流イベントに加え、異業種交流ネットワーク以外の単体の企業・団体同士がコラボレーションし、若手社員等が参画して企画するイベントも開催することで、若手社員等の横の繋がりを構築し、出会いの機会の増加を図る。

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。

なお、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とともに、参加者はえひめ結婚支援センターへの登録を必須とし、イベントと他の結婚支援の取り組みを有機的に組み合わせることで、若者の出会い促進を図る。

○ネットワーク：県内企業による中核ネットワークを軸に、地域実行委員会等を展開。

### 3 お見合い事業「愛結び」のオンライン化の取組み

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いる。

自宅閲覧機能の開始により、会員の活動が活発化しているほか、「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と、好評の声をいただいております。引き続き、オンラインでの運用をメインに展開することとする。

しかし、オンラインのお引合せであっても、ボランティア推進員（愛結びサポーター）が必ず立ち会い、その後のフォローも行うが、オンラインの対応が可能なボランティア推進員は20名程度にとどまっている（R3.12月末在籍のボランティア推進員268名）ほか、自宅閲覧を開始したこと、会員は窓口に来る必要がなくなり、ボランティア推進員やセンター職員は会員と一度も対面することなく、オンライン上でフォローすることとなるケースもあり、これまでの対面型のフォローとの違いに苦慮しているボランティア推進員が多いなどの課題もある。こうしたことから、令和4年度は、オンラインに対応できるボランティア推進員を育成するため、オンライン婚活研修用冊子やオンラインでのフォローの好事例集を作成し、さらなるオンライン婚活の活発化、より良いフォローの実現を目指す。

※事務所借上げ等のセンター運営に係る従前経費は、本交付金申請外で別途計上。（全額県費）

従来の対面型愛結びに係る人件費、窓口運営に係る経費については、えひめ結婚支援強化事業に計上のほか、委託事業先及び市町が負担。

新型コロナウイルス対応地方創生臨時交付金の申請はなし

《新・結婚支援システム運用開始：令和3年3月》

### 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

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。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。

また、これまで新規会員の獲得に力を入れてきたが、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、定期的に様々な企画を実施するオンラインサロンを展開する。

#### （企画例）

- ・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
- ・プライダルセミナー（結婚に伴うイベントや手続きを紹介）
- ・親向けセミナー

○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。

※事務所借上げ等のサテライト会場運営に係る経費：本交付金申請外で別途計上（全額県費）

従来の愛結び窓口対応人件費、従来のボランティア研修費：えひめ結婚支援強化事業費に含む。

**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**

オンライン婚活の普及を目的として、主に県内外の20代をターゲットにSNS等でWeb広告を配信する。  
 令和3年度から本格的にデジタルマーケティングを開始したが、令和3年4～12月の新規会員登録数は、令和2年同時期よりも増加したほか、20代会員・県外会員数も着実に増加しており、オンライン婚活の主なターゲットの新規会員登録やターゲット層のオンライン婚活の参加に一定の成果をあげている。  
 令和4年度については、令和3年度のデジタルマーケティングの効果検証を踏まえ、より効果的な媒体の選定やクリエイティブの作成を行うほか、令和3年度に蓄積したデータを活用してリターゲティングを行うなど、広報手法を改良したうえで、さらなる新規会員の獲得を図るほか、オンライン婚活イベントを個別具体的に周知し、さらなる参加促進を図る。  
 また、オンライン婚活に不安を持っている方、オンライン婚活への参加に一歩踏み出せない方を後押しできるよう、オンライン婚活の参加者やオンライン婚活で成婚した方のインタビュー等を広告に活用する。

○オンライン広告

使用媒体：Yahoo!、Google、Facebook、Instagram、Twitter、YouTube など  
 広告手法：リスティング広告、ディスプレイ広告、動画広告 など

**6 結婚・新生活支援事業活用促進検討協議会の開催**

県内市町が連携した総合的な結婚支援などへの取組みや、結婚新生活支援事業の活用促進に向け、令和3年度に立ち上げた(公財)愛媛県宅地建物取引業協会、(公財)全日本不動産協会愛媛県支部、情報出版社をオブザーバーに加えた協議会で、事業の実施体制の構築やスキームの実施方法の確立を図る。

【次年度以降に向けた事業の方向性】

令和5年度以降も、オンライン婚活を主軸に展開し、デジタルマーケティングで蓄積される「愛媛」や「結婚」に興味を持ちながらも会員登録に至らなかった潜在層に向け、結婚支援センターと市町が連携した地域案内ツアーへの参加を呼びかけ、えひめ結婚支援センター活用への再度の働きかけを行うなど、県内市町と連携した支援事業を展開し、成婚数の増加と将来の転入候補者の増加を目指す。

【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】

佐賀県唐津市「オンライン唐津」、岐阜県高山市「移住婚」等

【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

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 ※(注)4	KPI項目	単位	目標値	現状値
	合同特殊出生率	%	2.07(2040年)	1.45(R2年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.45(R2年)	
	婚姻件数	件	4,903(R2年)	
	婚姻率	%	4.0(R元年)	
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
	(アウトプット)			
	えひめ結婚支援センターへの20代会員の新規登録者数	人	500	R3.12月末478人
	えひめ結婚支援センターへの県外会員の新規登録者数	人	100	R3.12月末146人
	オンライン出会いイベント開催回数	回	40	R3.12月末32回
	オンラインイベントを開催した企業の数	社	5	R3.12月末1社
	オンライン異業種交流会開催回数	回	12	R3.12月末7回
	オンライン異業種交流会参加企業数	社	10	—
	オンライン婚活に対応可能なボランティアの人数	人	50	R3.12月末20人
	オンラインサロン開催回数	回	36	—
	(アウトカム)			
	オンライン出会いイベント参加人数	人	480	R3.12月末354人
	オンライン出会いイベントを友人等に進めたいと思った参加者の割合	%	70	令和3年度集計中
	オンラインイベントをまた開催したいと考える企業の割合	社	60	令和3年度集計中
	オンライン異業種交流活動を友人知人にも紹介したいと考える参加者の割合	%	70	令和3年度集計中
	オンラインサロン参加後、婚活に対し自信がついた人の割合	%	70	—
	イベントでのカップル(交際成立)数の増加(R3年度比)	%	1%増	令和2年度40%減
(参考)				
会員登録者数	人		令和2年度延べ13,011人	
引き合わせ成立数	組		令和2年度：856組	
カップル成立組数	組		令和2年度：802組	
成婚数	組		令和2年度：96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。			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

## 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:	24,751,496	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 1 オンライン婚活イベントの開催 2,545,224円 (見積書①参照)	2,545,224	2,545,224	
2	委託料	2 オンライン異業種交流モデル事業の実施 1,541,562円 (見積書①参照)	1,541,562	1,541,562	
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 7,598,096円 (見積書①参照)	7,598,096	7,004,096	594,000
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 9,238,614円 (見積書①参照)	9,238,614	4,420,614	4,818,000
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 9,240,000円 (見積書②参照)	9,240,000	9,240,000	
11					
12					
13					
14					
15					
計			30,163,496	24,751,496	5,412,000

(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	30,163,496	0	0	0	0	30,163,496
交付対象事業費	24,751,496	0	0	0	0	24,751,496

## 令和3年度地域少子化対策重点推進交付金(令和3年度補正予算)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)

事業メニュー	優良事例の横展開支援事業		
区分	機運醸成の取組		
関連事業メニュー	2.2.2 出産直後の男性の休暇取得や男性の家事・育児への参画を促進する機運を醸成するための取組		
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5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	2,468,642 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>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3年には戦後最低の約1,343千人(R3.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和2年に8,102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"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul> <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>		
(個別事業の内容) ※(注)3	<p>&lt;個別事業における現状と課題&gt;</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、具体的行動に移せないなどの課題がある。</p> <p>&lt;課題への対応&gt;</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、男性の具体的行動に繋がる意識啓発を行う。</p> <p>&lt;愛顔の子育て応援アプリ&amp;PCサイト「きらきらナビ」:平成27年12月24日運用開始&gt;</p>		



<取組内容>

1 広報発信

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、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。

令和4年度については、子育て世帯により興味をもってもらい、男性の育児参画を促進できるよう、父親と子のお出かけのポイントやおすすすめの施設情報、おうち時間の工夫など、父親が知りたいと思われる情報を付け加えた投稿とするなど、投稿内容と画像に工夫を図り、さらに投稿を追加する。

《きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」:平成30年運用開始》

2 きらきらナビの男性向けコンテンツの充実【411,180円】(下記積算(税抜)合計×1.1)(業者見積額)

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が、令和4年度については、父親がすぐに具体的な行動に移せるよう、専門家にも協力を得ながら、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。

頻度:年3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

※サーバー費等、きらきらナビ運用に係る従前経費は、本交付金申請外で別途計上(全額県負担)。

3 男性が主役となる親子参加型イベント(1,399,662円)税込

①父子クラブの立ち上げ

- ・子どもの年齢別のクラブを立ち上げ、段階別に子どもとのふれあい方を提案する。
- ・同じメンバーで活動することで、交流の機会を増やし、父親同士での仲間意識をもってもらおう。

【父子クラブ 4~6歳児】

○対象 4~6歳児と父親 10組(20名)

○実施 6月~2月(年8回)

○会場 えひめこどもの城

○内容 ・親子遊びが中心。自然遊び、リトミック、スポーツ、よみかかせなど。

・児童厚生員にも加わってもらい、アドバイスをもらう。気軽に相談できることを体験してもらい、以後何かあったとき、迷わず専門家に相談することへの心理的抵抗感をなくしておく。

○担当 児童厚生員2名 アルバイト1名

○講師 リトミック指導者 など

【父子クラブ 小学生】

○対象 小学生と父親 10組(20名)

○実施 5月GW明け~2月(年8回)毎月2時間程度

○会場 えひめこどもの城、県内の野外施設等

○内容 スポーツ、野外活動、創作活動、園外活動など。

○担当 児童厚生員 2名 アルバイト 1名

○講師 必要に応じて。また、博物館、動物園など園外へも活動の場を広げる。

②Thanks Mom !Day Camp

・母親のリフレッシュをはかる。お父さんと子どもから、お母さんへ「ありがとう」の気持ちを形にして贈る。(1)のクラブは近隣に住む人が主になるため、県下全体から参加してもらえるように、イベントを実施。

○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)

○内容 母親はカイロプラクティック体験(母子分離が難しい乳幼児が一緒の場合は、同室内に託児スペースを設けて参加しやすくする)、父親と子どもは、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、自然ふれあい体験をする。

○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

③親子で初めてシリーズ(仮)

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)

実施: 年数回(3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、園外活動など初めて(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

・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Thanks Mom !Day Campとは被らないよう実施。

④【ノウハウ集の作成】  
 対象: 県内小学生全児童  
 実施: 年2回(夏休み前、冬休み前)程度配布  
 仕様: 仕上がりサイズ A4の1/3 観音開き 表面フルカラー・裏面モノクロ

- ・これまでの実施内容から、休日に父子でできるように道具、実施方法、注意事項などまとめたものを配布する。
- ・今まで本事業で実施したアンケート結果や男性の子育て参加、育休制度、児童館についてなど、男性が子育てに積極的に参加するにあたって利用してほしい情報を掲載する。
- ・遠隔地などイベントへの参加が難しい人たちに、家族で実施してもらえるように、情報を提供する。

⑤【ホームページでの広報】

- ・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。
- ・ノウハウ集の掲載

〈期待される効果〉

- ・男性同士の情報交換と交流促進
- ・男性の子育てに対する心理的抵抗感の解消
- ・母親のリフレッシュと悩みや不安等の解消
- ・きらきらナビの認知度向上

【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】

男性の育児参画普及啓発事業(三重県)

【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

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 ※(注)4	KPI項目	単位	目標値	現状値
	合同特殊出生率	%	2.07(2040年)	1.45(R2年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.45(R2年)	
	婚姻件数	件	4,903(R2年)	
	婚姻率	%	4.0(R元年)	
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
	(アウトプット)			
	男性の育児術記事掲載	回	3	R2:3回
	(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	件	200	R2:33人
	アプリ新規インストール数	件	2000	R2:1,875件
	Instagram記事掲載	回	12	R3:4~R3.12:10回
	男性の育児術記事リーチ数	回	600	-
	Instagram記事リーチ数(1投稿あたり)	回	300	R3平均:193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	80	集計中
	(アウトカム)			
	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	%	70	R2:26%
アプリの男性利用者割合	%	12	R2:11%	
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	%	70	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。			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

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:	2,468,642	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（周知啓発） 1 広報発信 657,800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（統括） 250,000円（1式） 記事作成 96,000円（@8,000円×12回） ・旅費 事業全体打ち合わせ旅費 12,000円（1式） 取材旅費 240,000円（@20,000円×12回） 2 きらきらナビ男性向けコンテンツの充実 411,180円（下記積算（税抜）合計×1.1） ・人件費 記事作成（ライティング） 45,000円（@15,000円×3回） ページ制作（アプリ、Web） 90,000円（@30,000円×3回） サイト改修（アプリ、Web） 100,000円（1式） ・報償費 謝金（取材先） 60,000円（@20,000円×3人） ・旅費 取材旅費 30,000円（@10,000円×3回） ・役務費 アプリ内アンケートの実施 10,000円（1式） ・事務費 38,800円（通信・運搬費、印刷・消耗品費等）	1,068,980	1,068,980	0
2	委託料	3 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274,920円 （企画・調節・進行管理 @6990円×14日） （運営 @6990円×14日） （企画・調整補助 @900円×4H×22日） 講師謝金150,000円（@10,000円×15人） 講師旅費 84,000円（@5,600円×15人） 資材費58,000円 食材費62,500円 （@500円×20組 @1,500円×15組 @2,000円×15組） 消耗品費60,000円 野外活動費 25,000円 ノウハウ集制作製本費 200,000円 イベント保険料 22,000円（@50円×440人） 通信・運搬費一式 180,000円 振込手数料等一式 6,000円 HP制作費 150,000円	1,399,662	1,399,662	
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
計			2,468,642	2,468,642	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	2,468,642	0	0	0	0	2,468,642
交付対象事業費	2,468,642	0	0	0	0	2,468,642

令和3年度地域少子化対策重点推進交付金(令和3年度補正予算)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)

事業メニュー	優良事例の横展開支援事業		
区分	機運醸成の取組		
関連事業メニュー	2.2.6 その他、各地域において、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・機運の醸成に向けた、当事者及びその他の社会のあらゆる構成員の意識や行動の改革をもたらそうとする取組		
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5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	1,576,410		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>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3年には戦後最低の約1,343千人(R3.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和2年に8,102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"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・子ども連れで気軽に外出できる環境づくり</li> </ul> <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>		
(個別事業の内容) ※(注)3	<p>&lt;個別事業における現状と課題&gt;</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、<u>利用者は、県内約10万世帯(H27国勢調査)の妊婦及び子育て世帯のうち、約21,000人(R3.12末)にとどまっている。また、子育て応援パスポート対象世帯を拡大したが(中学生以下→18歳未満)、新たに利用が可能となった世帯への周知が課題となっている。</u></p> <p>&lt;課題への対応&gt;</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るとともに、「えひめのびのび子育て応援隊」のポスターやチラシを設置した店舗において、<u>利用者数の大幅な増加が見られたことから、登録店舗にも広報の協力を仰ぎ、一層の認知度向上及び利用促進、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。</u></p>		

## &lt;取組内容&gt;

1「えひめのびのび子育て応援隊」の拡大・充実【386,100円】(下記積算(税抜)合計×1.1)(業者見積額)

「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、認知度向上や利用者数の増加に繋がるよう、登録店舗に設置していただく広報グッズ(名刺サイズチラシ、卓上POP等)を作成し配布する。

○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

## &lt;参考: のびのび子育て応援隊登録店舗等実施内容&gt;

○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

○子育て応援パスポートによる割引・特典

○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、無料でのお託児や育児相談、絵本読み聞かせを実施

## (委託料)

・人件費

プロモーター(サイト改修等含む) 121,000円(11,000円×11日×1人)

広報グッズ企画統括 80,000円(8,000円×10日×1人)

・需用費

広報グッズ作成(デザイン料含む) 78,000円(1式)

・役務費

広報グッズ発送 72,000円(120円×パスポート登録店舗600店)

2「えひめのびのび子育て応援隊」等の発信【1,190,310円】(下記積算(税抜)合計×1.1)(業者見積額)

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。

きらきらナビ公式Instagram「きらきらえがお」には、「#えひめのびの子育て応援隊」「#きらきらナビ」というハッシュタグをつけて、子育て世帯のお出かけの様子、応援隊登録施設の様子を発信し、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ほか、県内の子育て支援施設等の公式アカウントをフォローする等して、県内の子育て支援情報の共有を図り、地域一体となった子育て支援の実現を目指す。

これまでは、1回の投稿につき1店舗のみ情報掲載をし、散発的に投稿を行っていたが、住んでいる地域の情報を知りたいが見つけづらい、利用したいサービスについて様々な情報を得て検討したい、といった利用者の声も踏まえ、投稿ごとに利用者のニーズを踏まえたテーマを設定して、テーマに沿った複数店舗の紹介を行うなど(「〇〇地域のグルメ」「〇〇地域の習い事」「〇〇サービスがあるお店」など)、投稿内容に企画性をもたせ、利用者が一目で情報を見つけられるよう、投稿画像にも工夫を図った投稿を行う。

<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>

## (委託料)

・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)

・需用費

消耗品費 74,100円(1式)

## 【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。

## 【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

## 【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

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 ※(注)4	KPI項目	単位	目標値	現状値
		合同特殊出生率	%	2.07(2040年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.45(R2年)	
	婚姻件数	件	4,903(R2年)	
	婚姻率	%	4.0(R元年)	
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
	プロモーターによる働きかけ(新規登録)	件	50	R2:全店舗調査2,144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	R2:全店舗調査2,144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	4	R2:全店舗調査2,144件
	新規登録店舗数	件	50	R2:40件
	パスポートサービス新規実施店舗数	件	80	R2:26件
	プレミアムサービス新規実施店舗	件	4	R2:1件
	応援隊新規利用者	人	2,000	R2:1,875人
	Instagram投稿数	件	72	R3.4~12月:56件
	Instagram記事リーチ数(1投稿あたり)	回	170	R3平均168回
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。			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

(注)

1「対象経費支出予定額」には、本交付金の対象外経費を除いた対象経費支出予定額(補助率を乗じる前の額)を記入すること。また、金額の根拠となる資料(見積書等)を添付すること。

2「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」には、これまでの自治体における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と、それらを踏まえた、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を記載すること。

3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的内容を記載すること。また、事業内容を検討する上で参考とした既存事業があれば、都道府県名又は市町村名、事業名を記載すること。

※個別事業を次年度以降も自立的に発展させるため、事業内容の末尾に必ず次年度以降に向けた事業の方向性を記載すること。

4「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」については、自治体の少子化対策全体のKPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体は少なくとも令和4年度終了時点で、各自治体において効果検証を実施すること。

5「参考指標」には、各自治体の合計特殊出生率、婚姻件数、婚姻率を記載すること。

6「個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標」には、自治体における少子化対策の全体像の中での本個別事業の位置付けを踏まえ、KPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体において効果検証を実施すること。

※過去に関連する事業を実施している場合は、過去に設定したKPIを踏まえたKPIを設定すること。

※結婚支援センター事業を実施する場合は、参考として直近年度の「会員登録数」「引き合わせ成立者数」「カップル成立組数」「成婚数」を記載すること。

7「他自治体との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を他の都道府県や市町村と連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記載すること。

8「民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を民間事業者との連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記入すること。

## 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:	1,576,410	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 <b>1 「えひめのびのび子育て応援隊」の拡大・充実</b> <b>386,100円（下記積算（税抜）合計×1.1）</b> ・人件費 プロモーター（サイト改修等含む） 121,000円（11,000円×11日×1人） 広報グッズ企画統括 80,000円（8,000円×10日×1人） ・需用費 広報グッズ作成（デザイン料含む）78,000円（1式） ・役務費 広報グッズ発送 72,000円（120円×パスポート登録店舗600店） <b>2 「えひめのびのび子育て応援隊」等の発信</b> <b>1,190,310円（下記積算（税抜）合計×1.1）</b> ・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） ・需用費 消耗品費 74,100円（1式）	1,576,410	1,576,410	0
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
計			1,576,410	1,576,410	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	1,576,410	0	0	0	0	1,576,410
交付対象事業費	1,576,410	0	0	0	0	1,576,410

## 令和3年度地域少子化対策重点推進交付金(令和3年度補正予算)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**)

事業メニュー	重点課題事業			
区分	子育てに温かい職場環境をつくるための取組			
関連事業メニュー	1.6.1 男性の育休取得と家事・育児参画促進の取組			
個別事業名	男性の家事参画推進事業	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5年3月31日	事業開始年度 令和2 年度
対象経費支出予定額 ※(注)1	2,965,060 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>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3年には戦後最低の約1,343千人(R3.1.1住民基本台帳)、出生数についても、令和2年に8,102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"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・男性が積極的に家事に参加しやすい環境づくりに取り組む</li> </ul> <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、男性が積極的に家事に参加しやすい環境づくりとして、これまで、家事を楽しみ、積極的に取り組む男性(カジダン)の育成やネットワーク化、若者視点の職場改革に取り組んでおり、男性の家事育児参画の機運醸成や視野拡大に取り組んできたところ。</p> <p>本個別事業においては、男性の家事・育児への参画の必要性等を啓発するとともに、若者目線で仕事と家庭を両立できる職場改革に取り組むことで、男性が積極的に家庭に参画できる環境づくりを行うものであり、少子化対策に資する取組みである。</p>			
(個別事業の内容) ※(注)3	<p>&lt;個別事業における現状と課題&gt;</p> <p>○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男性の8割が家事を、7割が育児をそれぞれ行っていないなど、家庭での責任が女性に偏っており、特に本県では男性の家事・育児時間が全国平均を下回る35位であるなど、男性の取組みが進んでいない現状がある。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症拡大によるテレワークの急速な推進や外出自粛等に伴い、家庭での家事・育児が増加しており、家庭での責任が女性に集中している状況が一層顕在化している。</p> <p>○将来人口推計で2015年～2045年の子どもの数(0～14歳人口)の減少率が全国9位と子どもの減少率が非常に高い現状があり、出生率の向上はもとより、子どもを産み育てるために男女ともに働きやすく、働きがいのある職場環境整備が求められている。</p> <p>○内閣府男女共同参画白書(令和3年度版)によると、女性の家事時間は家族類型により大きく異なるが、男性の場合は家族類型により異なる傾向があり、家事時間は単身世帯では男女差がほぼないが、夫婦2人の世帯では女性が男性の2倍以上になるなど、家事負担が女性に集中している状況にある。</p> <p>こうした中、令和2年度から、家事を楽しみ、積極的に取り組む男性(カジダン)の育成やネットワーク化、若者視点の職場改革に取り組んでおり、令和3年度の講座参加者の7割以上から家事に前向きになったとの回答が得られ、ネットワーク参加者も700を超えている。また、大学生を対象とした講座アンケートによると「今後、家事参画や仕事と家庭の両立をしたい」と考える割合が7割を超える等、大学生から男女ともに育児休業や有給休暇が取得しやすい職場環境づくりへの意見があるなどの効果が出ている。一方で新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛やテレワークの普及等に伴い、家族の在宅時間が長くなることで家事・育児が増える中、家庭での責任が女性に集中している状況が一層顕在化しており、家庭内でのコミュニケーションを促進し、家事の見える化や役割分担の見直し等を図り、男性の家事参画を積極的に推進することが必要となっている。</p> <p>&lt;課題への対応&gt;</p> <p>このため、令和4年度は、本事業の総括としてカジダンの輪の更なる拡大を図るとともに、カジダンへの理解を深めるためカジダンフェスティバルを開催するほか、ネットワークの強化や、家庭内でのコミュニケーションを促進することで、家事の見える化や役割分担の見直し等を図る。</p> <p>また、引き続き家事実践スキルを学ぶ講座等によりカジダンの育成を図るとともに、若者の視点からカジダンが活躍できる職場改革に取り組む、男性への動機づけと、職場環境づくりの両面から、男性の家事等の実践を促すことにより効果的な展開を行う。</p>			



<取組内容>

①男性の家事参画プロジェクト事業

男性の育児休業取得等を促進し、男女が共に家庭責任を担うためには、男性が家事・育児力を高め、自分事として取り組むとともに、職場の風土を改善することも重要である。

家事を楽しみ、積極的に取り組む男性(カジダン)を育成するとともに、カジダンの必要性について理解を広めるため、実践講座やネットワークの拡大に取り組むほか、当事業の総括としてカジダンフェスティバルを開催することで、男性の家事参画を促進する。

【対当事者への取組】

(1)カジダン実践講座の開催

男性が積極的に家事に参画し、子育てに温かい機運の醸成を図るため、カジダンの必要性等の理解を深め、家事実践のノウハウ等を学ぶ講座を開催する。

- ・内容 2時間/回×2回×2地方(東予・南予) ※カジダンの必要性和夫婦のコミュニケーション、料理を通じたカジダン育成等
- ・参加者 30名/回

(2)カジダンリーダーの選任

家事実践への意欲が高く、自らの取組等を発信できる人材(5名程度)をリーダーとして選任し、メルマガ等での情報発信や市町等が実施する講座講師といった地域における取組を通じて、家事実践を促進し、カジダン拡大を図る。

(3)カジダンフェスティバル

当事業の総括として、男性の家事参画の理解を深めるため講演会や大学生による男性の家事参画環境づくり事業の成果発表等の場として、カジダンフェスティバルを開催する。

- ・参加者 50名
- ・内容 講演会、パネルディスカッション、パネル展示(若者から見たカジダン)、カジダンハンドブック、ロールモデル集の配布等

【対企業等への取組】

(4)カジダンネットワークの拡大

カジダンに賛同する個人、企業等がメールを軸につながる「カジダンネットワーク」を運営し、参加者の意欲向上や仲間づくり、企業の理解促進等を図るほか、新たに情報発信の場として交流会を開催し、カジダンへの理解とネットワークの更なる拡大を進める。

○カジダンネットワーク

参加者 カジダンに賛同する個人(男女問わず)・企業を公募(3年間で1000人・団体を目標)

活動内容 メルマガ発行、イベント告知、参加者交流(ノウハウや活動状況の共有、悩み相談など)

※上記(1)～(4)の事業を総合的に実施し、最終的にカジダンネットワーク(1000人・団体)を構築し、カジダンの普及啓発を図る。

②男性の家事参画環境づくり事業

カジダンに象徴される働きながらのワークライフバランスを実現するには、個人の意識改革はもとより、適切な就業規則の整備や、育児休業などの制度を利用しやすい職場風土づくりに向けた労働者・雇用者双方の取組みが必要である。さらに、「ワークライフバランス」は、若者の就職先選定の主要な着目点となっている。

このため、大学のキャリア形成等の授業を活用して、ワークライフバランスに関する講座を開催するとともに、今後就職や結婚に直面する大学生と企業の人事担当者が参加するワークショップを通して、カジダンをキーワードに、共働きを可能にする就業規則や職場環境について意見をとりまとめる。その成果を県内企業に普及することにより、大学生は、仕事と家庭の両立への自信を育み、また、若者に支持される職場環境に対する理解促進を図る。

○参加者 大学生 講座:30名×2回×2大学

企業の人事担当者 講座:5社程度×2回×2大学

○内容 1・2回目 講演「仕事と家庭の両立の必要性」「就業規則を活かす職場風土」等とあわせてグループワークを実施  
意見をとりまとめ、えひめ女性活躍推進協議会及びカジダンフェスティバル等の場で発表

【次年度以降に向けた事業の方向性】

本事業の最終年度となる令和4年度は、令和3年度の成果を踏まえ、更なるカジダンネットワークの拡大とともに、講座など啓発機会の充実等を行うことで、さらなる機運の醸成を図る。

【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】

- ・愛知県 男性の家事参画促進事業
- ・長野県 大学生のライフプラン形成支援事業

【事業実施にあたっての留意点】

本事業の実施にあたっては、実施要領記載の留意事項を踏まえて実施することとする。

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 ※(注)4	KPI項目	単位	目標値	現状値
		合同特殊出生率	%	2.07(2040年)
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績	
	合計特殊出生率	%	1.45(R2年)	
	婚姻件数	件	4,903(R2年)	
	婚姻率	%	4.0(R元年)	

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
	(アウトプット)			
	カジダン実践講座の受講者	人/回	30	平均31.3 (R3年度)
	男性の家事参画推進環境づくり事業参加者	人/回	30	平均92.3 (R3年度)
	カジダンフェスティバル参加者	人	50	—
	(アウトカム)			
	家事参画に積極的になった参加者の割合	%	60	平均78.3 (R3年度)
	家事参画や仕事と家庭の両立をしたいと考える参加者の割合	%	60	平均76.3 (R3年度)
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、特にカジダンに賛同する企業にはネットワークの加入や、企業での働き方の見直しなど直接的に事業に関わってもらう。また、ひめボス宣言事業所にも講座等の参加案内を行う。 ※「ひめボス」・・・愛媛県版イクボスで、愛媛の活性化を願い、愛媛で働く人を応援する上司(経営者・管理職)のこと			
委託契約の有無 ※優良事例の横展開支援事業又は重点課題事業を実施する場合のみ記載	有			
上記「事業内容」について、「地方創生推進交付金」の申請の有無	無			

(注)

1「対象経費支出予定額」には、本交付金の対象外経費を除いた対象経費支出予定額(補助率を乗じる前の額)を記入すること。また、金額の根拠となる資料(見積書等)を添付すること。

2「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」には、これまでの自治体における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と、それらを踏まえた、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を記載すること。

3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的内容を記載すること。また、事業内容を検討する上で参考とした既存事業があれば、都道府県名又は市町村名、事業名を記載すること。

※個別事業を次年度以降も自立的に発展させるため、事業内容の末尾に必ず次年度以降に向けた事業の方向性を記載すること。

4「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」については、自治体の少子化対策全体のKPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体は少なくとも令和4年度終了時点で、各自治体において効果検証を実施すること。

5「参考指標」には、各自治体の合計特殊出生率、婚姻件数、婚姻率を記載すること。

6「個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標」には、自治体における少子化対策の全体像の中での本個別事業の位置付けを踏まえ、KPI及び定量的成果目標を達成予定時期を含め記載すること。また、各自治体において効果検証を実施すること。

※過去に関連する事業を実施している場合は、過去に設定したKPIを踏まえたKPIを設定すること。

※結婚支援センター事業を実施する場合は、参考として直近年度の「会員登録数」「引き合わせ成立者数」「カップル成立組数」「成婚数」を記載すること。

7「他自治体との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を他の都道府県や市町村と連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記載すること。

8「民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法」には、本個別事業を民間事業者との連携のもと実施する場合、その考え方及び具体的方法を記入すること。

## 積算内訳書

1. 地方自治体名	愛媛県		
2. 個別事業名	男性の家事参画推進事業		
	対象経費支出予定額:	2,965,060	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		①男性の家事参画プロジェクト事業(小計 2,404,220円)			
2	委託料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・報償費 244,000円 (講座講師@6千円×8時間、フェスティバル講師@100千円、リーダー@6,000×16時間・回(フェスティバル、メルマガ原稿作成等))</li> <li>・人件費 1,080,000円 (企画調整等スタッフ 12千円×90日)</li> <li>・旅費 217,600円 (5,600円×20回(講座、打合せを含む)、フェスティバル講師@72千円、フェスティバル出演者@5,600円×6人)</li> <li>・需用費 258,000円 (チラシ93千円、パネル45千円、消耗品費一式120千円(コピー、文具等))</li> <li>・役務費 140,600円 (電話@5千円×12、郵送料84円×900+@250円×20)</li> <li>・使用料 180,000円 (パソコン使用料@5千円×12月・サーバー使用料(メルマガ)@10千円×12月)</li> </ul>	2,332,220	2,332,220	
3	旅費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職員旅費 28,000円 @5,600円×5回</li> <li>※旅費については、職員が講座で事業概要を説明し、参加者からの意見聴取するもの</li> </ul>	28,000	28,000	
4	需用費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消耗品費 18,000円</li> </ul>	18,000	18,000	
5	役務費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話料 6,000円</li> <li>・郵送料 6,000円</li> </ul>	12,000	12,000	
6	使用料及び賃借料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車両利用料(燃料費相当) 14,000円</li> <li>※使用料については、職員が講座で事業概要を説明し、参加者からの意見聴取するもの</li> </ul>	14,000	14,000	
7					
8		②男性の家事参画環境づくり事業(小計 560,840円)			
9	委託料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・報償費 96,000円 (講師・ファシリテーター 6千円×16時間)</li> <li>・人件費 180,000円 (企画調整等スタッフ 12千円×15日)</li> <li>・旅費 78,400円 (5,600円×14回(打合せを含む))</li> <li>・需用費 30,000円 (消耗品一式30千円(コピー、文具等))</li> <li>・役務費 30,000円 (電話料 5千円×6月)</li> <li>・使用料 30,000円 (パソコン使用料 5千円×6月)</li> </ul>	488,840	488,840	
10	旅費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職員旅費 28,000円 @5,600円×5回</li> <li>※旅費については、職員が講座で事業概要を説明し、参加者からの意見聴取するもの</li> </ul>	28,000	28,000	
11	需用費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消耗品費 18,000円</li> </ul>	18,000	18,000	
12	役務費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話料 6,000円</li> <li>・郵送料 6,000円</li> </ul>	12,000	12,000	
13	使用料及び賃借料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・車両利用料(燃料費相当) 14,000円</li> <li>※使用料については、職員が講座で事業概要を説明し、参加者からの意見聴取するもの</li> </ul>	14,000	14,000	
14					
15					
計			2,965,060	2,965,060	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	56,000	36,000	24,000
交付対象事業費	0	0	0	56,000	36,000	24,000
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	2,821,060	28,000	0	0	0	2,965,060
交付対象事業費	2,821,060	28,000	0	0	0	2,965,060