

【事務事業シート】

1	当初、2月補正	事 項	ひめボス宣言事業所魅力化支援事業費						予算主管課	子育て支援課
	事業概要	要 因	県内企業・事業所が、「男女を問わず選択される魅力的な企業」へと変革・成長し、全ての労働者にとって子どもを産み育てやすい環境となるよう、県として事業所の取組みを強力に後押しすることで、人口減少要因の一つである若年女性の転出超過を解消する。						始期	2023
									終期	2025
	K P I	要 因分析	愛媛県の女性の平均勤続年数							
			KPI種別	上がると良い指標	R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度	
			R 4 年 度		目標値	11.1 年	目標値	11.4 年	目標値	11.7 年
			実績値	9.3 年	実績値	10.2 年	実績値	10.3 年	実績値	年
			ストック /フロー	ストック	達成率	91.9 %	達成率	90.4 %	達成率	%
			コ ス ト		最終現 予算額	63,427 千円	最終現 予算額	77,346 千円	最終現 予算額	千円
	6 年 度	見直し方向性	維持		決算額	62,042 千円	決算額	70,752 千円	決算額	千円
					決算額	62,042 千円	決算額	70,752 千円	決算額	千円
	6 年 度	要 因分析	総括		要因 令和5年度よりリニューアルしたひめボス宣言事業所認証制度における、令和6年度末の基本認証企業数は726社、より高いレベルで実績を上げた上位認証（スーパープレミアム）企業数は13社となり、性別に関わらず誰もが働きやすく働きがいを持って就業継続できる企業が県内に広がりつつあり、KPIとしている女性の平均勤続年数は伸びているものの、目標達成には至っていない。これは、根強く残る性別役割分担意識による女性への家事・育児負担の偏り等が影響し、結婚・出産や子育てを理由として退職や非正規雇用に転換する女性が依然として一定数存在していることが大きな要因であると考える。					
					見直し方向性 引き続き、職員やひめボス推進アドバイザーの企業訪問によるひめボス認証事業所の拡大を図るとともに、令和7年度からは、セミナー等を拡充して認証事業所の取組みを加速化させることとしているほか、えひめひめボスナビの活用やジョブカフェ愛ワーク、大学キャリアセンターとの連携、大学祭でのPRなどにより、若者層への認証事業所の取組み情報を積極的に発信していくことで、更なる制度の浸透を図ることとしている。					

2

当初、2月補正

事項	ひめボス宣言事業所魅力化支援事業費								予算主管課		子育て支援課	
事業概要	県内企業・事業所が、「男女を問わず」選択される魅力的な企業」へと変革・成長し、全ての労働者にとって子どもを産み育てやすい環境となるよう、県として事業所の取組みを強力に後押しすることで、人口減少要因の一つである若年女性の転出超過を解消する。								始期	2023		
									終期	2025		
KPI	育児休業取得率(男性)											
	KPI種別	上がると良い指標		R 5 年 度		R 6 年 度		R 7 年 度		R 8 年 度		
	R 4 年 度		目標値	40 %		目標値	60 %		目標値	80 %		
	実績値	14.3 %		実績値	28.5 %		実績値	49.6 %		実績値	%	
	ストック フロー	ストック		達成率	71.3 %		達成率	82.7 %		達成率	%	
	コスト		最終現況 予算額	63,427 千円		最終現況 予算額	77,346 千円		最終現況 予算額	千円		
決算額			62,042 千円		決算額	70,752 千円		決算額	千円			

6年度

要因分析	要因 令和5年度よりリニューアルしたひめボス宣言事業所認証制度における、令和6年度末の基本認証企業数は726社、より高いレベルで実績上げた上位認証（スーパープレミアム）企業数は13社となり、奨励金や上位認証の要件に男性育休取得促進を取り入れ、県内企業においても、男性育休への機運が高まりつつあるものの、育休取得職員に係る代替職員の配置が難しい企業もあることや、家事・育児は女性か担うものという性別役割分担意識が未だ全世代に根強く残っていることから、目標達成には至っていないと考える。												
	総括												
見直し方向性	維持	引き続き、職員やひめボス推進アドバイザーの企業訪問によるひめボス認証事業所の拡大を図るとともに、令和7年度からは、セミナー等を拡充して認証事業所の取組みを加速化させることとしているほか、えひめひめボスナビの活用やジョブカフェ愛ワーク、大学キャリアセンターとの連携、大学祭でのPRなどにより、若者層への認証事業所の取組み情報を積極的に発信していくことで、更なる制度の浸透を図ることとしている。											

