

富山県地域少子化対策重点推進事業実施計画書(平成 28 年度実施)

I 【平成 27 年度補正予算事業】

1 富山県の実情と課題

富山県においては、子育て支援・少子化対策条例に基づき、平成 27 年度を初年度とする「かがやけ とやまっ子 みらいプラン」を策定し、県民全体で子育て支援・少子化対策に取り組んでいるところである。

本県では、女性の有業率、就職率は全国でもトップクラスとなっているが、平成 26 年の合計特殊出生率は、前年から上昇して全国とほぼ同水準の 1.45 となったものの、出生数は、昭和 47 年の 18,975 人をピークに、年々、減少しており、平成 26 年には 7,556 人と過去最少となり、少子化の傾向に歯止めがかかっていない状況である。一方、県民の結婚や子育ての希望がかなった場合の出生率「県民希望出生率」は 1.9 程度となっており、現状とのギャップが生じている。

少子化の要因の一つとして、未婚化・晩婚化の進行があげられるが、本県においても、男女ともに未婚率が進み、生涯未婚率も年々上昇しており、晩婚化・未婚化が進行している。このため、県民の結婚・出産・子育ての希望がかない、安心して子どもを産み育てられる環境を作ることが緊急の課題である。

(1) 結婚支援に係る課題

- ・とやまマリッジサポートセンターにおいて総合的な結婚支援を実施しているが、男性の約半数の女性会員の登録者を増やし、成婚数を増加させる取組みが必要である。
- ・社会動態を見ると、若い世代の他都道府県への転出超過が続いており、特に 20 - 24 歳の女性の転出超過数が大きい。このため、将来、富山で働き子育てしたいと思えるように、小・中・高の各段階が連携しながらふるさと教育を含めたライフプラン教育を実施していく必要がある。

(2) 機運の醸成に係る課題

- ・社会全体で暖かい子育て環境を支援するため、子育て支援パスポート事業の全国展開にあわせて、とやま子育て応援団の利用率向上に向けた取組みが必要である。
- ・子育ての支援体制を充実させるため、マイ保育園事業の登録者や体験コーナーの参加者数を増加させる必要がある。

2 県における少子化対策の全体像及びその中での本事業の位置づけ

本県の「かがやけ とやまっ子 みらいプラン」において、子育て家庭や若い世代の結婚・出産・子育ての希望を実現するため、重点施策を掲げるとともに、目標数値を設け、以下の施策等を推進している。

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 家庭・地域における子育て支援 | 2. 仕事と子育ての両立支援 |
| 3. 子どもの健やかな成長の支援 | 4. 次世代を担う若者への支援 |
| 5. 経済的負担の軽減 | 6. 子育て支援の気運の醸成 |

本事業のうち結婚支援に係るものについては、上記のうち

4. 次世代を担う若者への支援 に位置づけられる。

温かい社会づくり・機運の醸成に係るものについては、

1. 家庭・地域における子育て支援、2. 仕事と子育ての両立支援、3. 子どもの健やかな成長の支援、5. 経済的負担の軽減 6. 子育て支援の機運の醸成 に位置づけられ

る。

3 実施事業

I 結婚に対する取組

とやまマリッジサポートセンター連携事業 14,000 千円

(1) 事業の内容

とやまマリッジサポートセンターによる総合的な結婚支援事業や県内市町村等による結婚支援ネットワークを形成する。

①とやまマリッジサポートセンター事業

ア. 個別マッチング（お見合い）の実施

- ・H26 年度に構築した会員管理システムを利用し、会員へのアンケート結果による改善やこれまでにカップル成立や成婚に結びついたケースの分析等により、より効率的に会員同士のマッチングを図る。
- ・お見合い会員の募集にあたっては、企業向けのセミナーとも連携しながら、結婚希望者の背中を押すような仕組みとして実効性を高める。

イ. 出張登録会の開催

- ・新規会員登録の促進と利便性の向上のため、サポートセンター以外の場所でも会員登録ができるよう、出張登録会を開催（高岡市：ウイング・ウイング高岡において、原則、週3回開催）
- ・企業向けセミナーを実施する等、企業の協力のもと、登録を希望する独身従業員が多数いる場合には、企業での出張登録会を開催する。（実施にあたっては、「元気とやま！応援企業」や「チーフオフィサー」との連携も図る。）
- ・企業向けセミナーでの出張登録会開催の周知や、市町村を通して各市町村にある企業への周知などを行い、従業員への周知・登録へつなげる。
- ・スキルアップセミナーの開催に合わせ出張登録会を開催し、各事業の横のつながりを強化する。

ウ. スキルアップセミナーの開催

- ・個人向けセミナーの実施
結婚を希望する独身男女を対象に、婚活に向けてのスキルアップセミナーを開催する。また、セミナー受講者に対して、スキルアップの実践の場として、出会い応援団が実施する婚活イベントへの参加を促進する。
- ・企業向けセミナー
結婚支援に理解のある企業の人事担当者等を対象に、企業における結婚支援のあり方等に関するセミナーを開催する。

エ. 日曜サテライトオフィスの開設

センターの定休日（日曜日）に会員登録・閲覧ができるサテライトオフィス（富山県民会館）を毎週日曜に開設し（年50回）、利用者の利便性向上に努める。

オ. ハッピーマリッジフォーラム（仮称）の開催

- ・開催時期：平成28年7～8月頃

- ・開催場所：県内の結婚式場
- ・参加者：100～150名（主に女性を対象に募集）
- ・内容
 - 講演等の実施、とやまマリッジサポートセンターの登録相談ブース等の設置、
 - 展示・実演コーナー（県内市町村の結婚支援の取組み紹介等）、結婚支援に対する要望アンケートの実施

②結婚支援ネットワークの構築

「マッチングシステムによる個別マッチングを行うサポートセンター」、「婚活イベント等を行うサポートセンターの出会い応援団」、「結婚相談事業を行う市町村」によるネットワークを構築し、結婚支援に関する総合的な情報交換、支援体制の強化を図る。

（年3回開催予定）

- ・結婚支援、婚活イベントに関する情報交換
- ・外部講師による研修会、出会い応援団による事例発表会の開催

（2）先駆性

結婚支援については、県内市町村からも県全体で広域的な取組みが必要であるとの要望があったため、県、市町村に加え、サポートセンターなどの関係団体とも連携のうえ、結婚支援ネットワーク会議を設立し、広域的な取組を有機的に連携させて効果的に実施する点が先駆的である。

（3）市区町村との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

- ・マリッジサポートセンター事業では、県及び市町村が連携し、市広報等を通じて県民に対し、サポートセンターの事業や会員募集、スキルアップセミナーの開催等のPRを実施
- ・結婚支援ネットワーク会議において、結婚支援に関する総合的な情報交換を実施
また、県内市町村における婚活事業の先例事例やノウハウを共有し、優良事例の横展開を図るとともに、婚活事業を実施していない市町村での取組みを支援

（4）民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

マリッジサポートセンターの出会い応援団（婚活イベントの主催者）が、結婚支援ネットワーク会議の構成員となり事例発表会に参加することにより、出会い応援団（婚活イベントの主催者）のスキルアップを図る。

（5）個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

県が実施主体となって結婚支援事業を実施するため、安心感等から結婚を希望する男女の会員が増加が見込める。また、ハッピーマリッジフォーラム（仮称）を実施し、マリッジサポートセンターにおける女性の会員登録を促進する。

- ・サポートセンター会員登録数 520人（年間）（平成28年度）
- ・サポートセンター事業によるカップル数（年間300組）（平成28年度）
- ・サポートセンターによる成婚数 30組（年間）（平成28年度）
- ・サポートセンター「出会い応援団」数 23団体
- ・ハッピーマリッジフォーラム参加者に伴うマリッジサポートセンターの新規登録者女性20人

とやまの子ども 夢・ふるさと発見事業（中学生版） 2,000千円

（1）事業の内容

副読本「とやまの中学生ライフプラン教育のすすめ」（仮称）を作成し、これを活用することにより、ふるさと教育を基盤としたライフプラン教育を充実させる。

・富山で働く・暮らす等のライフプラン（例えば県内にある企業や、富山県で暮らす良さへの理解を深める）について具体的に考えさせるための中学生向け副読本 10,000冊を作成・印刷し、県内の公立中学校1年生全員に配布する。3年間継続して副読本を活用した授業を行い、生徒一人一人に自分のライフプランを書き込ませる。また、電子データで配布して学校で印刷・製本をすると学校の負担が極めて大きくなることから、紙媒体で配布する。

（2）先駆性

「富山で学ぶ・働く・結婚する・産み育てる・暮らすなど、富山の良さを知る」生徒が増加するように、ふるさと教育を含めたライフプラン教育について、小・中・高の各段階が連携しながら体系的に進めていく。従来の学習指導要領の授業内容に加えて、副読本も活用し、本県小中高におけるライフプラン教育を体系的かつ段階的に進めることに先駆性がある。

特に高校の指導内容を踏まえ、中学生の発達段階に適した副教材「とやまの中学生ライフプラン教育のすすめ」（仮称）を作成・活用することにより、中学校から高校へのライフプラン教育に系統性をもたせる。

（3）市区町村との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

これまでも市町村教育委員会からは、ふるさと教育やライフプラン教育の必要性を指摘されており、県校長会、県教頭会を通して、副読本について説明し、活用の充実を図る。

（4）個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

中学校段階において、富山の良さを理解し、将来のライフプランを主体的に描ける生徒が育成されることにより、将来的に本県の出生率の増加と、富山県の持続的な発展に寄与できることが見込まれる。

- ・結婚について肯定的なイメージをもつ生徒の割合 10%増加（平成28年度）
 - ・将来のライフプランを描くことができた生徒の割合 70%を想定（平成28年度）
- ※ライフプラン教育の実施前後でアンケート調査を行い、意識の変容を比較する。

とやまの高校生ライフプラン教育充実事業 4,807千円

(1) 事業の内容

中学生のライフプラン教育との系統性と連携を図りながら、高校生へのライフプラン教育の普及・充実を図る。

<取組>

富山で生活する良さを学び、自身のライフプランに関する意識を高めることをねらいとして、県独自で作成したライフプラン教育副読本を県内の公立私立全ての高校生に配布し、全ての学校において家庭科等の授業で活用する。特に、子供を生み育てることの大切さを実感する機会として、赤ちゃんとのふれあい体験や保育実習が効果的である。妊娠出産に関する正しい知識を知らせるためには、結婚、出産は個人の選択が前提であり、価値観の押しつけにならないよう十分配慮する必要がある、産婦人科医による特別授業が効果的である。また、ライフプランを考える際にモデルとなるような、生徒に身近な地域人材と意見を交わすことでより一層生徒の理解が深まり、さらに、これらを総合してライフプランに関する課題研究を行うことでより実践的な学習となることが期待できるため、これらの推進のための支援を行う。

担当する家庭科教員等に対しては教員研修会を行い、ライフプラン教育を推進するにあたっての様々な配慮（例えば、妊娠・出産の適齢期や男女ともに不妊のリスクがあること、LGBTへの配慮や男女共同参画の視点の重要性など）について、十分な周知を図る。（これらの視点は副読本に反映させる。）加えて、大学教授等から指導を受けながら、副読本を活用したモデル授業の実施やよりよい授業実践の指導事例について協議を深め、ライフプラン教育の効果的な指導について周知を図る。

①ライフプラン教育副読本の作成・活用

富山で生活する良さを学び、自身のライフプランに関する意識を高めるとともに、ライフプランをキーワードに課題研究の推進を図る。

- ・副読本の作成・活用と課題研究の推進
- ・ライフプランのモデルとなる地域人材によるライフプラン談義の実施

②赤ちゃんとのふれあい体験や保育実習の充実

- ・赤ちゃんふれあい体験の実施
- ・保育実習の充実

③「命の輝き（産婦人科医に聞く）」特別授業の実施

④教員研修会の実施による指導事例の周知

(2) 先駆性

本県ではこれまでも、「高校生の赤ちゃんふれあい体験」等により、子育ての楽しさや大変さ、命の尊さなどを学ぶ機会を支援してきたが、これらを発展させ、高校生に具体的なライフプランを考えさせるためには、富山県の良さを学びながら授業で活用できる副読本が必要であり、その作成に取り組んできた。今回は、その活用を推進するとともに、より具体的なイメージがもてるよう、身近な地域人材を活用したライフプラン談義や、課題研究等による課題解決型学習を支援するとともに、教員研修会を

実施してさらなる普及・充実を図る。

(3) 個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

高校段階において、富山で働き子育てする良さを理解し、具体的なライフプランを主体的に考える生徒が育成されることにより、将来的に本県の出生率の増加と、地域の持続的な発展に寄与できることが見込まれる。

- ・結婚について肯定的なイメージをもつ生徒の割合：10%増加（平成28年度）
- ・将来の人生設計を描くことができた生徒の割合：80%（平成28年度）
※ライフプラン教育の実施前後でアンケート調査を行い、意識の変容を比較する。
- ・効果的なライフプラン教育を理解する教員の割合：100%（平成28年度）
※1年間の授業後に、各校担当教員にアンケート調査を行う。

Ⅱ 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

とやま子育て応援団利用率アップ事業 6,000千円

(1) 事業の内容

国の子育て支援パスポート事業の全国共通展開にあわせ、これまでのPRではアプローチが弱く、利用が少なかった層（祖父母、出生時から保育園・幼稚園に入園するまでの子どもを持つ親等）をターゲットにした新たな利用促進PRを行い、さらに協賛店一覧を掲載したガイドブックを作成し、利用率の向上を図る。

①とやま子育て応援団PRキャンペーンの実施

子育て支援パスポート事業の全国展開にあわせ、利用者層の拡大を目的としたキャンペーンを展開

ア. 祖父母向けカードの作成・配布

幼稚園・保育園児に配布し、メッセージを添えて祖父母に渡してもらう

イ. 医療機関（産婦人科、小児科）や保健センターでのPR

②「子育て応援団ガイドブック 2017」の作成

協賛店の一覧を掲載した小冊子「子育て応援団ガイドブック 2017」を作成し、保育所・幼稚園等を通じて子育て家庭に配布する。

(2) 先駆性

子育てパスポートの全国共通展開にあわせ、祖父母や未就園児の親に対してキャンペーンを行うことで、新たな利用者層を獲得するとともに、全協賛店の優待サービス情報を掲載した小冊子でPRすることによって、協賛店舗の増加につなげる。協賛店舗の増加によるサービスの多様化によって、利用者の満足度も高め、更なる利用増加につながる好循環を生み出すことができる。このように、本個別事業で利用者と協賛店舗に対して同時に働きかけられるという点に先駆性がある。

(3) 市区町村との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

チラシやガイドブックの配布を市町村と連携して行うことにより、県域全体での利用率アップを図る。富山市、砺波市、小矢部市、南砺市において「孫とお出かけ事業」を行っており、本事業と連携して行われることによって、子育て応援団の利用率アップにつながる的同时に、子どもとの外出を通じて祖父母が子育てに参加・協力しやすい環境をつくる。

(4) 民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

民間事業者に対しては、子育て応援団協賛店舗として子育て家庭に優待サービスの提供を依頼し、子育て家庭を広く地域全体で支援する。また、チラシ、ポスター、ガイドブックの設置・配布も依頼。

(5) 個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

とやま子育て応援団制度は、認知度や満足度は約9割と高い水準にある一方で、利用度は5割にとどまっている。特に、平成27年度の利用度は、前年度に対して低下し

ており、現状のままでは今後さらに下がっていく可能性がある。これまでは保育所、幼稚園、小中学校を通じたパンフレットの配布や、親子向けのイベントでのPRが主であり、本来利用できる祖父母や未就園児を持つ親などに対してのアプローチが弱い傾向にあったため、本事業によってそれらの層をターゲットとした新たな利用促進PRを行うことにより、利用者層を拡大し、利用率の向上を図る。

また、新たな利用者の掘りおこし、WEBやガイドブックを活用した協賛店舗のPR強化によって、協賛店舗にとってもさらに魅力ある制度とし、協賛店の増加につなげる。

- ・とやま子育て応援団の利用度

〔現状（H26）53%→（H27）50%〕 → 〔目標（H28）55%〕

- ・とやま子育て応援団協賛店舗数

〔現状（H26）2,326店舗→（H27）2,258店舗〕 → 〔目標（H28）2,400店舗〕

マイ保育園活性化キャンペーン事業 10,000 千円

(1) 事業の内容

マイ保育園事業の更なる活性化を図り、県内全域における子育て支援体制の充実させる。

①イベントの実施

妊娠期及び主に乳幼児を子育て中の親子を対象とした集客性の高いイベントを実施し、来場者にマイ保育園事業を紹介する体験型コーナーを訪れてもらい、登録につなげる。登録者には、特典として会場内で利用できるチケット（イベント会場内で複数実施する親子・子ども向けの学び・遊びコンテンツ（例：運動教室、かるた大会、工作体験、縁日コーナーなど）の利用に必要となる）を複数枚お渡しするなどイベントにおいて登録に向けたインセンティブをできる限り高める工夫を行う。また、県内の各種子育て支援団体によるブース出展もあわせて実施し、子育てに温かい社会づくり・気運の醸成を発信する。

②子育て支援関係者を対象とした研修会の開催

研修会対象者：マイ保育園実施園、子育て支援センター、ボランティア団体など

③「プレママ・プレパパ体験」PRキャラバンの実施

県内複数個所（大型ショッピングモールなど）で、主に妊娠期の母親を対象として、関心の高い情報（出産や子育てのための準備や支援制度など）を提供しつつ、「プレママ・プレパパ体験」のPRを行う。

(2) 先駆性

本県においては、これまでも少子化対策に向けた機運醸成のイベントや、乳幼児期を対象とした子育て支援施策に取り組んできたところであるが、事業間の有効な連携が必ずしも十分でなかったところがある。本事業は、社会全体に対する機運醸成のためのイベントを実施しつつ、マイ保育園事業のPRと同事業への登録者・参加者を増やすことで当該事業の活性化を図っている点で先駆性がある。

(3) 市区町村との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

イベント開催地となる市町村と連携し、市町村からも子育て支援に関するブース出展を依頼するほか、市内の保育所・幼稚園や子育て支援団体からの参加を依頼

(4) 民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

マイ保育園事業の委託先である富山県民間保育連盟のほか、県内の子育て支援団体（保育士会、児童クラブ連合会、母子保健推進員連絡協議会など）からなる実行委員会を組織し、各種催し物の出展を依頼。

(5) 個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

- ・「マイ保育園」新規登録者数 1,500 人（現状の年間新規登録者数の約 1.5 倍）（平成 28 年度）

（現状、第 1 子を出産した家庭の 3 割弱となっている登録者数について、5 割程度まで拡大させ

ることを念頭に、上記のとおり目標を設定)

- ・「マイ保育園」新規登録者のうち、サービス利用実績 750 件（上記新規登録者の半数が、1 回以上実際にマイ保育園のサービスを利用）（平成 28 年度）
（マイ保育園で実施している各種サービス（育児教室、育児相談、一時預かりなど）を実際に利用・体験してもらい、かかりつけの保育園としての実感をより強くもってもらおうことを目指し、上記のとおり目標を設定)
- ・「マイ保育園」稼働率 80%（現状の稼働率 60%、利用実績の無い園を半減）
（平成 28 年度）
（現状、マイ保育園実施園のうち、登録者がおらず利用実績の無い園が全体の約 4 割あるため、新規登録者を掘り起して増やすことで実働していない保育園の数を半減させることを目指し、上記のとおり目標を設定)
- ・「プレママ・プレパパ体験」参加者数 250 人（現状の年間参加者数の約 1.5 倍）
（平成 28 年度）
（現状、「プレママ・プレパパ体験」実施園のうち参加者数実績が 0 となっている園がある状況について、実施園全園で参加実績をあげることを目指し、上記のとおり目標を設定)
- ・地域の子育て支援ネットワーク形成に取り組んだマイ保育園実施施設数 90 施設（マイ保育園実施園の約 50%）（平成 28 年度）
（マイ保育園実施園の職員と、子育て支援センターや子育て関係のボランティア団体などを対象として、地域の子育て支援ネットワーク形成に資する研修会を開催し、マイ保育園が新たに地域の子育て支援関係団体と連携することで更なる認知度の向上を図ることを目指し、上記のとおり目標を設定)
- ・マイ保育園事業との連携による地域の子育て支援ネットワーク形成について、必要と感じる子育て支援関係者の割合 90%以上（平成 28 年度）
（イベントのブース出展団体や研修会参加者などの子育て支援関係者が、マイ保育園事業とその連携による地域ネットワーク形成の必要性を認識し、今後の取組につなげていくことを目指して、上記のとおり目標を設定)

II 【平成28年度予算事業】

1 実施事業

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

TOYAMA ハッピーライフキャンペーン 2016 事業 10,000 千円

(1) 事業の内容

人口減少が今後急速に進行する厳しい現状を幅広く周知し、その打開のため、昨年度に引き続き、若者に結婚、妊娠、出産、子育ての喜びを伝え、さらに、富山のライフステージごとに充実した生活環境を県内外にPRするキャンペーンを実施するもの。

①テレビ番組の制作・放送

県民から募集した結婚、妊娠・出産、子育てにまつわるエピソードや県民へのインタビュー、県の施策を紹介する番組を制作し、県内民放各局及びケーブルテレビで放送する。

・本キャンペーンで制作した番組は、27年度に地域少子化対策強化交付金で制作したポータルサイトを活用してWEBサイト上でも閲覧できるようにする。WEBで情報発信することにより県内はもとより県外の方にも富山の素晴らしい子育て環境をPRし、将来的な社会増につなげる。

②県民参加型イベント「ハッピーライフギャラリー」の実施

番組の放送で県民から結婚、妊娠・出産、子育ての喜びが伝わる写真や川柳を募集し、県内大型商業施設等で巡回展するとともに、WEBサイトで紹介するなど多くの県民が気軽に参加できるイベントを実施する。

・富山での子育て環境や地域性などを盛り込んだ「富山ならではの」の結婚、妊娠・出産、子育ての喜びが伝わる写真や川柳を募集する。どこにでもある写真や川柳ではなく、富山にしかない写真や川柳を集めることにより、ふるさと富山への愛着を育み、人口流出に歯止めをかける。

(2) 市区町村との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

市町村と連携して、番組出演者等の募集呼びかけやキャンペーンのPRを行う。また、新たに構築した、県、市町村、とやまマリッジサポートセンターからなる「結婚支援ネットワーク会議」の場においても、本事業について意見交換を行いながら遂行することで、県域全体で少子化対策の前向きな機運醸成を図る。

(3) 民間事業者との連携・役割分担の考え方及び具体的方法

オール富山の県民運動として展開するため、とやま子育て応援団協賛店（約2,200店舗）、関係団体、商業施設、放送事業者と連携し、キャンペーンPRやイベント開催等を行う。

(4) 個別事業の重要業績評価指標(KPI)及び定量的成果目標

本事業の効果を検証するため、キャンペーンに関するアンケート調査を県民に広く実施し、本個別事業による県民の意識・行動の変化を捉える。

- ・巡回展の来場者目標数 10,000人(巡回展の予定回数10回[土日2日開催×5箇所])
- ・キャンペーン認知率 50%(昨年度のキャンペーンの認知率25%を倍増)
- ・本キャンペーンを通して、何らかの意識変化があったと答えた割合 80%
意識変化例:「結婚や子育てに前向きな気分になった」、「子育てしている家族を応援したくなった」等
(TOYAMA ハッピーライフ・ポジティブキャンペーン(H27実施)では、キャンペーンを通して何らかの意識変化があった割合は約70%)
- ・幸せエピソード、写真、川柳の応募件数
 - ・幸せエピソード 300件
 - ・写真 100件
 - ・川柳 100件