

(令和4年度第2次補正) 地域少子化対策重点推進交付金 実施計画書 (市町村分) 個票

自治体名 宇都宮市 (都道府県: 栃木県)
 本事業の担当部局名 子ども部 子ども政策課

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	子育て環境プロモーション事業	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6年3月31日	事業開始年度	平成27 年度	
対象経費支出予定額 ※(注)1	5,513,200 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>(地域における実情と課題及び本個別事業の位置付け)</p> <p><地域における実情と課題> 本市では、「子育て・教育の未来都市」の実現に向けて、妊娠・出産・子育てへの切れ目ない支援の充実を掲げ、子どもや子育て家庭を支援するための総合的な計画である「第2次 宮っこ 子育て・子育て応援プラン」(令和2年3月策定)に基づき、様々な施策・事業に取り組んでいる。しかし、令和2年の合計特殊出生率が1.40%と、過去と比べて経年的に低下傾向にあり、緊急に少子化対策を講じる必要がある(参考:令和元年度合計特殊出生率1.41%、平成30年1.49%、平成29年1.50%)。</p> <p><本個別事業の位置付け> 「第2次 宮っこ 子育て・子育て応援プラン」の「基本目標Ⅱ 結婚・妊娠・出産や子育ての希望がかなえられる社会の実現、基本施策4 仕事と生活が調和した社会づくりの推進、(3) 結婚の希望をかなえる支援の充実」に位置付け取り組んでいる。</p> <p>(本個別事業における現状と課題)</p> <p>これまで、令和3年度においては、若い世代に本市での結婚や子育てに興味を持ってもらうためのポスター及びチラシを作成し、令和4年度においては、令和3年度に作成したポスター及びチラシを活用した周知活動に加え、動画や市内に気軽に置ける卓上ポップなどの啓発物を新たに作成し、周知PRを強化してきた。</p> <p>このような中、本市の結婚・子育て施策が評価され、民間による「共働き子育てしやすい街ランキング2021」で総合編2位、同ランキング2022では5位に選出されたところであるが、市内の若年者に対するアンケート調査を行ったところ、このような充実した子育て環境についての認知度が下記のとおり低く、動画などを活用した周知啓発が求められることから、広報活動に力を入れ、認知度の向上を図る必要がある。</p> <p>※ 若年者に対するアンケート調査 「本市は、「共働き子育てしやすい街ランキング2021」で総合編2位になるなど、充実した子育て支援に取り組んでいることを知っている？」⇒ 知っている：31.9% 知らない：68.1%</p> <p>(課題への対応)</p> <p>本市の充実した子育て環境についての認知度を高めるため、令和4年度までに作成した動画などの各種成果物を活用し、YouTubeや各種SNSなど若い世代が目にする機会の多いデジタル広告媒体等を活用して発信することで、本市での結婚や子育てに関心がある市民や子育て中の市民に最新の情報を届けるとともに、宇都宮市が安心して結婚・子育てできる環境であることを知ってもらい、「結婚・子育てするなら宇都宮」というイメージの醸成を図ることにより、本市の少子化対策に寄与する。</p>				
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	デジタル広告の実施	ターゲット層である若い世代が頻りに利用するSNSを活用した広告(YouTube広告、Instagram広告、LINE広告、Twitter広告)を新たに実施し、広く周知を図る。広告は、6ヶ月で20万回再生を目標とし、主に市内の若年者に向けて本市の子育て施策や充実した子育て環境をPRする。	○	○
	2	リーフレットの作成	令和4年度に作成した本市の結婚・妊娠・出産・子育て施策を一体的にまとめたリーフレットの内容を最新の情報に更新し、アップデートしたリーフレットを作成、配布する。	○	○
3	効果検証の実施	ターゲット層に対してアンケート調査を行い、本市の子育て施策や子育て環境についての認知度を把握し、本事業によるプロモーションの効果を検証する。			

【次年度以降に向けた事業の方向性】 効果検証の結果を活用し、広告の展開内容について検討を行い、より効果的に実施できるよう手法や期間などの見直しを図る。					
【事業内容を検討する上で参考とした既存事業】 特になし					
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	
	希望出生率	%	1.72以上を目指す(R11)	1.72(H25)	
参考指標 ※(注)5	項目	単位	直近の実績		
	合計特殊出生率	%	1.40(R2)		
	婚姻件数	件	2,456(R2)		
	婚姻率	%	4.73(R2)		
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>				
	①デジタル広告				
	YouTube広告再生回数	回	200,000	0	
	Instagram広告再生回数	回	200,000	0	
	LINE広告再生回数	回	200,000	0	
	Twitter広告再生回数	回	200,000	0	
	②リーフレット作成				
	リーフレット作成数	部	20,000	0	
	<アウトカム>				
	本市の子育て施策の認知度 ※Webアンケート等による調査 ※目標値は、当該個別事業が位置付けられる「第2次 宮っこ 子育て応援プラン」の「基本目標Ⅱ 結婚・妊娠・出産や子育ての希望がかなえられる社会の実現」の基本目標として設定している「子育て支援の充実に対する市民満足度」の値を準用				
	%	34.7(R6)	31.9		
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	・栃木県が運営する「とちぎ結婚支援センター」等と連携・協力してPR活動を行う。				
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	・市内の若年者が利用する商業施設等と連携・協力して、リーフレットの配布を行う。 ・地元メディアなどの企業や市内の学校等と連携し、リーフレットの配布を行う。				

(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本個別事業の位置付け」には、次の①～③を記載すること。ただし、結婚新生活支援事業において、②③は記載不要。
 - ①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・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本個別事業の位置付け
 - ②本個別事業が継続事業である場合はこれまでの事業実施状況及びその中で見つかった課題(新規事業である場合は不要)
 - ③本個別事業が新規事業である場合は地域における実情と課題への対応、継続事業である場合は本個別事業における現状と課題への対応
- 3「個別事業の内容」には、本個別事業の具体的な内容を記載すること。
 - ※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(結婚新生活支援事業においては記載不要)。
 - ※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(結婚新生活支援事業においては記載不要)。
- 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5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	栃木県宇都宮市		
2. 個別事業名	子育て環境プロモーション事業		
	対象経費支出予定額:	5,513,200	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	交付対象外事業費	
1	委託料		5,513,200	5,513,200	
2		① デジタル広告の実施 (小計 4,682千円)			
3		・YouTube広告 20万回再生/6ヶ月	1,344,000	1,344,000	
4		・Instagram広告 20万回再生/6ヶ月	1,296,000	1,296,000	
5		・LINE広告 20万回再生/6ヶ月	576,000	576,000	
6		・Twitter広告 20万回再生/6ヶ月	1,296,000	1,296,000	
7		・静止画広告作成費	10,000	10,000	
8		・動画編集費 広告用リサイズに係る経費	160,000	160,000	
9					
10		② リーフレットの作成 (小計 180千円)			
11		・デザイン費 50千円	50,000	50,000	
12		・印刷費 100千円	100,000	100,000	
13		・運搬、郵送費 30千円	30,000	30,000	
14					
15		③ 効果検証 (小計 150千円)	150,000	150,000	
16					
17		消費税	501,200	501,200	
18					
19					
計			5,513,200	5,513,200	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	5,513,200	0	0	0	0	5,513,200
交付対象事業費	5,513,200	0	0	0	0	5,513,200

(参考)上記のうち、セミナー・イベント等開催時の一人当たりコスト

(単位:円、人)

番号	セミナー・イベント 名称	所要額(X)※	参加予定人数 (a)	KPIで設定した 参加割合(b)	計算に使う人数 (Y = a × b)	一人当たりコスト (X ÷ Y)
1					0	0
2					0	0
3					0	0

※自治体間連携で事業を実施する場合は、総額の所要額を入力すること。