

事業レビューシート(EBPM調書)

事業名	多子世帯応援クーポン事業		課・担当	少子政策課 企画・子育てムーブメント担当	担当者(内線)	
EBPMによる検証(ロジックモデル)						
① 将来像 (目指す姿)	本県における出生数は昭和48年以降、平成2年頃まで減少を続け、いったん増加したものの平成12年から減少傾向にあり、少子化に歯止めがかかっていない。 県と市町村が連携して子育てに係る経済的負担を軽減し、社会全体で子育てを応援する気運醸成を図り、県民が理想どおりの子ども数を持つことができる社会を目指す。		③ 課題 (将来像と現状との差についての分析)	理想を3人(多子)としている夫婦では、理想通りの子ども数を持たない理由として「子育てや教育にお金がかかりすぎる」を挙げる割合(69.8%)が最も高い。 【出典: 国立社会保障・人口問題研究所第15回出生動向基本調査(2015)】 ①夫婦が実際に産む平均出生子ども数を上げるためには、第3子以降の出生数を増やす必要があるが、第3子以降の出生数は減少傾向にあり、さらなる経済的支援が必要である。 H29年7,944人→ R2年7,390人【出典: 厚生労働省R2人口動態統計】 ②既婚・子供ありの女性では、「妊娠・出産・子育てがしやすい雰囲気があるか」に対して「男性にも女性にも当てはまらないと思う」「わからない」の合計割合は50.9%と高く、社会全体で子育てを応援する気運醸成が必要である。【出典: 内閣府 少子化社会対策に関する意識調査(2019)】 このことから、子育てや教育にお金がかかるという多子世帯の経済的負担を軽減し、社会全体で子育てを応援する気運がないと、3人目や4人目をもちたいと考える夫婦が理想どおりの子ども数を持つことができない。		
② 現状	夫婦に尋ねた理想の子ども数の平均値は2.32人であるが、夫婦が実際に持つつもりの子どもの数は2.01人であり、さらに夫婦の完結出生児数(結婚持続期間15~19年夫婦の平均出生子ども数)は1.94人である。【出典: 国立社会保障・人口問題研究所第15回出生動向基本調査(2015)】					
④ 投入 (インプット=予算)		⑤ 事業概要 (アクティビティ)		⑥ 事業実績 (アウトプット)		
R4予算額	442,912千円	①第3子以降が生まれた多子世帯に子育てサービス等に利用できるクーポン(5万円分)を配付することで、多子世帯における経済的負担の軽減を図る。	【活動指標】 ①配付世帯数/配付実績額 ②市町村事業補助数/補助実績額 【活動実績】 ①(R3) 6,475世帯/323,750千円(R4.3末時点) (R2) 6,377世帯/ 318,850千円 (R1) 16,143世帯/ 540,350千円 (H30) 9,030世帯/ 180,600千円 (H29) 2,833世帯/ 56,660千円 ②(R3) 27市町村 / 42,157千円 (R2) 23市町村 / 27,904千円 (R1) 19市町 / 24,253千円 (H30) 17市町 / 17,235千円 (H29) 13市町 / 7,742千円		【成果指標】 埼玉県第3子以降の出生割合(目標15.0%以上) 【成果実績】 R2 15.6% ←R1 15.4%,H30 15.1%,H29 15.0% 【出典: 厚生労働省R2人口動態統計】	
うち一財	442,912千円		②市町村事業の補助 市町村が実施する第3子以降に対する給付事業に対し助成(1人5万円を上限、補助率1/2)することにより、さらなる多子世帯における経済的負担の軽減を図る。	R3配付額 (R3生)5万円 R2配付額 (R2生)5万円 R1配付額 (H29生)1万円、(H30生)3万円、(R1生)5万円 H30配付額 (H29生、H30生)2万円 H29配付額 (H29生)2万円 ・令和元年度より5万円分を一括配付することとなった。		
R3予算額	445,583千円	うち一財		445,583千円		
⑧ 事業実績(アウトプット)が成果(アウトカム)に結び付くことを示すロジック及び根拠						
【定量的視点】 ①利用者の声は、経済的負担が軽減した(87.4%)、とても満足している・満足している(82.0%)、クーポンをもらうことで、社会から応援されていると感じた(70.8%)となっている。【出典: 県R3年9月利用者アンケート】 ②任意事業を実施する市町村の増加(H29: 13市町/7,742千円→R3: 27市町村/42,157千円)により、多子世帯の経済的負担軽減及び社会全体で多子世帯を応援する気運醸成に寄与している。 ③毎年度利用者・事業者アンケートを実施しており、それらの結果を施策(希望する協賛店舗など)に反映させるとともに、委託内容の見直し・精査を行ってきた。委託費用はH29 9,700万円→H30 1億1,600万円→R1 8,500万円→R2 6,000万円→R3 6,200万円と推移している。R2→R3に増えた要因としては、換金事務の削減を実現したが、登録事業者の大幅な増加(R2.3末時点409店→R3.1末1,211店)に伴い、振込手数料等の実費が増加したことによる。 ①から③より、本事業が多子世帯における経済負担を軽減し、社会全体で多子世帯を応援する気運醸成を図るという目的は達成している。						
【定性的視点】 ①登録事業者数を拡大することにより(H29: 75店→R3: 1,353店)、登録事業者にポスター・ステッカーを掲示しただけ、事業の認知度向上や気運醸成に繋がっている。 ②市町村事業補助数が増加傾向にあり、さらに、県のクーポン配付事業を含めた市町村事業の広報・周知を行っており気運醸成に繋がっている。 ③毎年実施している利用者・事業者アンケート結果及び令和2年度に実施した「有識者7名による本事業の検証及び今後のあり方についての意見」を反映し、継続的な見直しを実施することにより、効果的・効率的な事業の運用に寄与している。						

事業手法に係る自己検証			
	検証項目	評価	評価に関する説明
県費投入の必要性	事業目的が730万県民や社会ニーズを的確に反映しているか。	○	理想どおりの子ども数を持ってない理由として「経済的負担」を挙げる割合が一番多く、ニーズに合致していると考ええる。
	市町村、民間等に委ねることができない事業か。	○	事業開始時に、市町村と協議を行い、クーポン配付は県の財政負担及び主体で実施し、市町村は、地域の実情に応じた補助事業を実施し、それに対して県が1/2補助するという、県と市町村の役割分担が明確になっている。
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	埼玉県5か年計画、埼玉県子育て応援行動計画に位置付けられ、子育て支援施策のうちでも優先度の高い事業である。
事業の効率性	一般競争入札、指名競争入札、プロポーザル方式による契約のうち、一者応札となったものではないか。競争性のない随意契約となったものはないか。	×	クーポンの利用期間は2か年に渡り、令和3年出生の約7,500世帯のクーポンに係る業務も令和4年に継続して行われる。委託先の事業者が異なるとコールセンターの問合せ先が出生年により異なり、利用者や事業者に混乱を与えるおそれがある。また、新たな事業者を契約先とする場合、システム構築やマニュアル作成などの業務が発生し、契約からクーポン発行まで期間を要することが見込まれるため随意契約としている。
	受益者負担は適切に設定されているか。	○	電子申請又は郵送における、申請に係る費用は受益者負担となっている。
	用途が事業目的達成にあたり必要なものに限定されているか。	○	現金ではなくクーポン(用途を限定・使用期限を設定)にすることで、貯金に回さず、登録事業者での消費を促し、令和3年生れの直接利用割合は83.4%と県内の経済効果に寄与していると考ええる。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。	○	不用率は大きくない。
	既存事業との重複はないか。国、県、市町村で同様な事業を実施し二重行政となっていないか。	○	既存事業及び国、県、市町村で同様な事業の実施はない。
	コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	○	毎年度利用者・事業者アンケートを実施しており、それらの結果を施策(希望する協賛店舗など)に反映させるとともに、委託内容の見直し・精査を行ってきた。委託費用はH29 9,700万円→H30 1億1,600万円→R1 8,500万円→R2 6,000万円→R3 6,200万円と推移している。R2→R3に増えた要因としては、換金事務の削減を実現したが、登録事業者の大幅な増加(R2.3末時点409店→R3.1末1,211店)に伴い、振込手数料等の実費が増加したことによる。
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	多子世帯の経済的負担軽減を図り、社会全体で多子世帯を応援する気運醸成を図るという目的に合致している。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	○	電子マネーが想定されるが、現状のシステム改修費用及び初期導入費用、また登録事業者に設備導入の負担を求めることになる。また、登録事業者の60.2%が現状のクーポン形式を希望している。【出典：県R3年9月利用者アンケート】
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	見込みと実績に大きな乖離は見られない。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	毎年実施している利用者・事業者アンケート結果及び令和2年度に実施した「有識者7名による本事業の検証及び今後のあり方についての意見」を反映し、継続的な見直しを実施することにより、成果実績の向上に寄与していると考ええる。

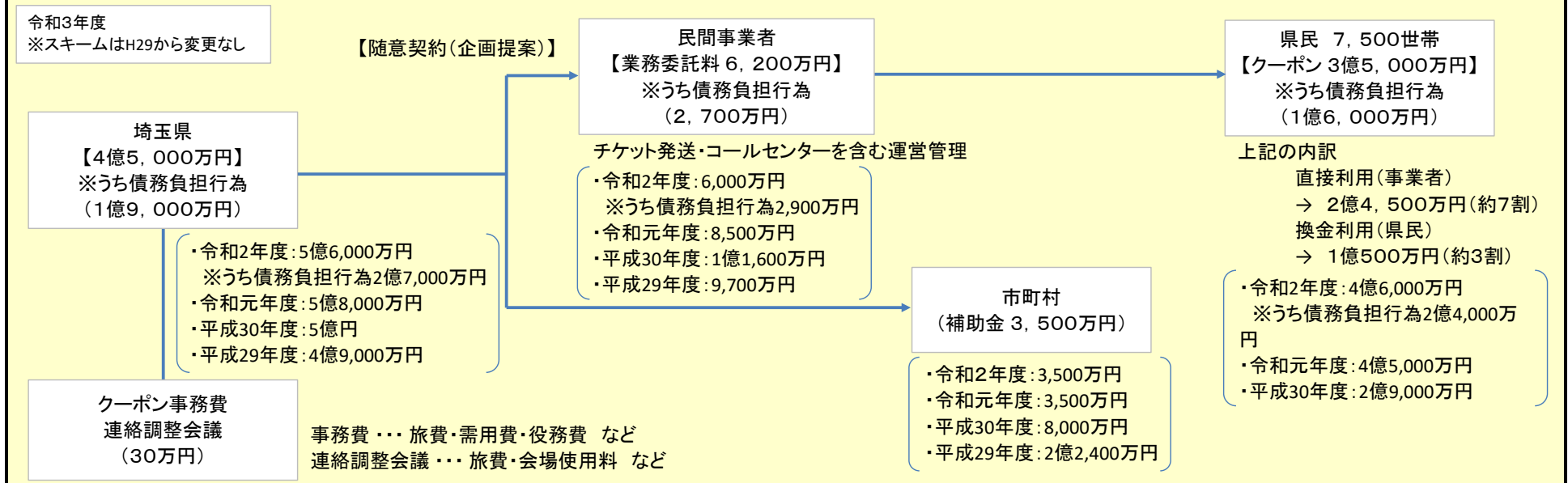
総合評価 **A**

関連事業	関連する事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右欄に記載)		
	部局・課名	事業名	役割分担の内容

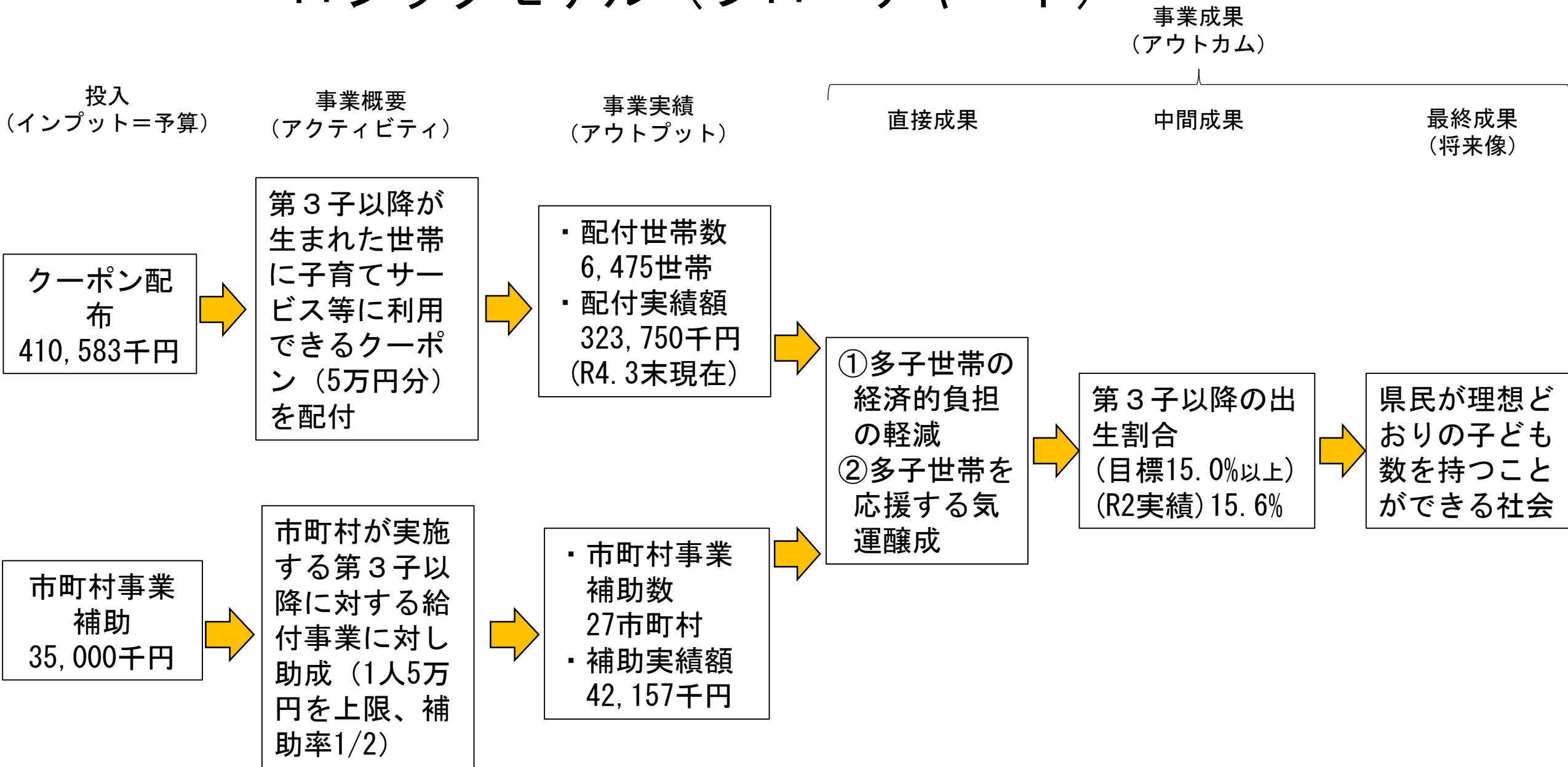
事業レビューシート(EBPM調書)

予算執行状況		当初予算額		補正予算額		最終現計予算額		執行額 (決算額)	執行率
		事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)		
令和3年度	1 多子世帯応援クーポン事業	445,237	445,237			445,237	445,237	415,247	93.2%
	2 連絡調整会議運営事業費	346	346			346	346		
令和2年度	1 多子世帯応援クーポン事業	561,010	561,010			561,010	561,010	544,189	96.9%
	2 連絡調整会議運営事業費	538	538			538	538		
令和元年度	1 多子世帯応援クーポン事業	574,814	574,814	▲ 831	▲ 831	573,983	573,983	391,528	68.0%
	2 連絡調整会議運営事業費	1,009	1,009	▲ 500	▲ 500	509	509		
平成30年度	1 多子世帯応援クーポン事業	495,955	495,955	▲ 48,117	▲ 48,117	447,838	447,838	251,490	50.0%
	2 連絡調整会議運営事業費	1,009	1,009	▲ 39	▲ 39	970	970		
	3 事業効果検証調査費	6,000	3,000			6,000	3,000		
平成29年度	1 多子世帯応援クーポン事業	491,178	491,178	▲ 233,610	▲ 233,610	257,568	257,568	109,150	22.1%
	2 連絡調整会議運営事業費	1,939	1,939	▲ 566	▲ 566	1,373	1,373		

資金の流れ(資金が県からどのような経由で流れ、受取先が何を行っているか。)※スキーム図と具体的な交付先(H29からR3まで)を明記



ロジックモデル（フローチャート）



事業名：多子世帯応援クーポン事業

事業費：442,912 千円 所管課：福祉部少子政策課

事業概要

多子世帯の育児に係る負担を軽減するため、子育てサービス等に利用できる 5 万円分のチケット（2 年間有効）を配付する。併せて、市町村が実施する多子世帯を対象とした事業に対して補助を行う。

（1）多子世帯応援クーポン事業 442,642 千円

（2）連絡調整会議運営事業費 270 千円

事務局の説明

< E B P M の観点からの課題 >

多子世帯へのクーポン配付や市町村事業への補助（アウトプット）が、第 3 子以降の出生割合（アウトカム）に結び付くというエビデンスがなく、ロジックが成立していない。

クーポン 3 億 5,000 万円に対して、運営委託料 6,200 万円を投じており、効率的な事業手法となっていない。

担当部局の説明

< 事務局の提示する課題についての説明 >

理想の子供の数を 3 人としている夫婦に、理想どおりの子供数を持たない理由を調査したところ、第 1 位が「子育てや教育にお金がかかりすぎる」という理由であったことから、多子世帯の経済的負担の軽減と社会全体で子育てをする気運醸成が必要であると考えている。

利用者アンケートによると、87.4%の利用者が、本事業により経済的負担が軽減したと回答している。また、多子世帯を対象とした任意事業を実施する市町村数について、本事業が開始された平成 29 年度から増加している（平成 29 年度：13 市町→令和 3 年度 27 市町村）。

アンケート結果を踏まえ、事務局の運営に係る委託内容等についても精査・見直しを行ってきており、令和 2 年度には「有識者 7 名による本事業の検証及び今後のあり方についての意見」をいただき、事業に反映することで、効果的効率的な事業の運営に寄与している。

議事の概要

< A 委員 >

委員：社会全体で多子世帯を応援する気運の醸成という政策目標に対し、その成果をどのように測っているか。

担当部局：気運醸成の効果はなかなか測りようがなく、測れていない。子供を産もうとする世帯や未婚の方に対しての広報は難しいため、まずは子育てを行っている世帯に対して広報し、子育てについて応援されているということを広めていきたいと考えている。

委員：印刷代がかかる上、デジタルの方が利用者の利便性が高いにもかかわらず、クーポンはなぜ紙なのか。

担当部局：事業開始当初は、クーポンを使える県内の店舗を開拓することで、少しでも県内経済に貢献できればという考えからクーポンにした。また、現金ではなくクーポンにすることで子育てに関することに用途を限定できるという考えもあった。

< B 委員 >

委員： クーポンを配付した世帯に対して、理想の子供の数が何人か確認しているのか。

担当部局： 子供が 3 人以上生まれた世帯に配付しており、その世帯の理想の子供数については確認していない。

委員： それだと、理想の子供数を持った後にクーポンを配付しているだけであり、事業効果はどこにあるのか。

担当部局： 経済的負担を減らし、子供を持ちたいという誘因を創りたいということと、多子世帯への応援及び気運醸成の 2 つを目的としている。5 万円のクーポンが第 3 子を持つ強い誘因になるとは思わないが、行政として多子世帯を応援する姿勢を見せることは必要と考えている。

< C 委員 >

委員： 第 1 子・2 子ではなく、多子世帯を特段に応援する理由がどこにあるのか、5 万円のクーポン給付が、経済的支援として本当に求められていることなのか検討すべき。

担当部局： 今後エビデンスやデータを精査して、原点に立ち戻って政策効果を検証し直したい。

委員の評価及び意見

< A 委員 > B (廃止又は再構築すべき)

第 3 子を持つ世帯の属性、年齢、世帯属性、所得層の分析があつて然るべき。「社会全体で多子世帯を応援する気運醸成を図るという目的」が定量的に測れていない。紙ベースのクーポンは子育て世帯の「利便性」ではなく、デジタル対応できない事業者の都合に合わせていないか。

< B 委員 > B (廃止又は再構築すべき)

多子世帯を希望する夫婦が子供をさらに希望するインセンティブや、既に多子世帯の夫婦がさらに子供を増やすというインセンティブに関するエビデンスがない。また、すでに理想の子供を授かっている多子世帯にクーポンを配付しても「理想どおりの子供数をもつことができる社会」という成果には結びつかず、政策手段として有効であるか疑問。非多子世帯で子供を希望する夫婦への支援に注力すべき。

< C 委員 > B (廃止又は再構築すべき)

委託料 6,200 万円について、現金給付でなくクーポンとすることのメリットがコストに見合っているとは考えにくい。多子世帯支援を図るとしても、本事業の手法が真に望ましいのか、代替的な方法と比較検討すべき。

有識者会議を踏まえた評価

【B（廃止又は再構築すべき）】

課題について、「平均出生子ども数を上げるためには、第3子以降の出生数を増やす必要がある」とあるが、第1子・第2子でも平均出生数は上がるため、課題の認識に誤りがある

多子世帯へのクーポン配付や市町村事業への補助（アウトプット）が、第3子以降の出生割合（アウトカム）に結び付くというエビデンスがなく、ロジックが成立していない

クーポン3億5,000万円に対して運営委託料6,200万円を投じており、効率的な事業手法となっていない

有識者の意見から考えられる方向性

将来像の実現に当たっての課題を整理した上で、ターゲットと効果を明確にし、事業の再構築を検討する。

【令和5年度当初予算】

予算額

【令和5年度】				【令和4年度】	
	旧事業(R5で終了)	新規事業	合計		旧事業
事業費	324,490千円	452,878千円	777,368千円	事業費	442,912千円
うち一財	324,490千円	452,878千円	777,368千円	うち一財	442,912千円

評価・意見を踏まえた対応等

【評価・意見を踏まえた対応】

婚活中・子育て中・学生/新卒社員との少子化対策にかかる意見交換の中で、「平均出生子ども数を上げるためには、第3子以降の出生数を増やす必要がある」という課題の認識を整理した。

新規事業のスキームを形成するため、少子化対策協議会での議論や、市町村アンケートを実施。

【令和5年度当初予算への反映状況】

少子化対策にかかる意見交換において、「第3子からではなく第1子から支援すべき」との意見があったことから、多子世帯応援クーポン事業は令和5年度までで廃止(対象は令和4年度末までに出生した世帯)とし、新規事業「子育てファミリー応援事業」を立ち上げた。本事業は、市町村が実施する第1子以降への給付または支援事業に対し、県が上乘せでギフトを配付するもの。

少子化対策協議会や市町村アンケートにおいて、「県が一括して取りまとめたほうがスケールメリットがある、市町村の負担増となる内容は難しい」との意見があったことから、ギフトの配付方法は県が委託業者と一括して契約し商品を手配・確保、それを市町村経由等で配付することとした。