

事業名：新たな働き方・暮らし方の定着を踏まえた地方創生推進事業費

事業費：42,300 千円

所 管 課：企画財政部地域政策課

### 事業概要

地域振興センターごとに県、市町村、有識者などを構成員とした「未来会議」を設置し、地域課題の検討や地方創生に関する情報交換を行っている。未来会議において、令和3年度に行った調査・分析結果を踏まえて取組テーマを検討し、課題解決のためのモデル事業を官民連携で実施する。

#### <令和4年度実施事業>

- ・地域の防災体制強化事業：民間企業と管内市町・県の連携により、地域住民が日常的に訪れる場所で防災イベントを実施。
- ・ワーケーション促進事業：キャンピングカー等を活用したワーケーション体験プランによる実証実験を実施し、民間主体の事業化を目指す。
- ・ちちぶの広報部事業：高校生と大学生による取材チームを結成し、SNSで情報発信を行うことで、地域への就職等に関心を持つ若者を増やす。

### 事務局の説明

#### <EBPMの観点からの課題>

地域ごとの課題解決のために、県（地域振興センター）が主導して事業化する必要があると考えるに至った課題の分析が不十分である。

今年度既に事業実施を頓挫している地域があることを踏まえると、県が一律にモデル事業を構築して実施することは適切であるとは考えられず、インプットからアウトカムに至るロジックモデルが有効であるとは言えない。

### 担当部局の説明

#### <事務局の提示する課題についての説明>

令和2年に策定した「第2期埼玉県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、地域が抱える課題には市町村が単独で解決できないものも多いため、県と市町村の連携や地域間の連携が求められることが記載されている。そして、県内9箇所の地域振興センターが核となって、市町村間の連携を促す必要があるとされているところであり、本事業はそれを受け実施しているものである。

現状として、少子高齢化、地域経済の低迷、地域活動の担い手不足など、それぞれの地域特有の課題が生じている。また、新型コロナウイルス感染症を契機として、テレワーク等の新しい働き方が定着したことにより、住民の意識、考え方、行動に変化がみられている。

こうした現状を受けて、単独の市町村ではなく、複数の市町村で連携した事業を、地域振興センターがリーダーシップを発揮して実施する必要がある。

### 議事の概要

#### <A委員>

委 員：実証事業を行うのであれば効果測定が重要だが、どのように測っているのか。

担当部局：実施事業の参加者に対して、事業実施後に意識がどのように変化したか、という調査を実施している。

委 員：事業を実施していない地域との比較が重要である。地域の課題検討から解決手法まで全てをコンサルタントに委託しているようだが、提案されたモデル事業の内容については議論したのか。

担当部局： コンサルタントが提案した複数のモデル事業に対し、地域振興センターと各市町村の意見を踏まえて、どの事業を選択するか、事業内容にどう反映させるかを議論している。

委員： アイデアを具体的にどのように事業ベースに落とし込むかは委託してもよいと思うが、アイデアの核となる部分は本来、当事者である県などが考えるべき部分である。

< B委員 >

委員： 各地域特有の課題があると思うが、どのように抽出したのか。また、県と市町村が連携しなければ解決しない課題とはどういったものか。

担当部局： 令和3年度にコンサルタントに委託して抽出してもらった地域課題を踏まえて、未来会議においてそれぞれの市町村が抱えている課題について話を聞いた上で、地域全体で取り組める共通の課題は何かを議論して決定している。

< C委員 >

委員： 未来会議で決めた事業に絞ることが効果的かについて疑義があるが、地域課題解決に向けた市町村のニーズをどのように把握しているか。

担当部局： 未来会議において把握している。事業は県と市町村が議論した上で決まったものであり、市町村の意向を踏まえたものとなっている。

委員： 年に数回しか開催されない未来会議だけで事業内容を煮詰め切ることができるのか。

担当部局： 未来会議以外でも書面でのやり取りをしている。市町村へのアンケートの際には、地域課題の優先順位付けをしてもらうなど、各市町村の優先度も踏まえて議論している。

## 委員の評価及び意見

< A委員 > B（廃止又は再構築すべき）

市町村の事業との重複感がある。また、事業の有効性・実効性にも疑問がある。

事業実施の前後比較や非対象地域を比較対象とした上で、効果検証を実施すべき。また、事業の肝を民間事業者に委ねてしまっている。

ロジックモデルについて、中間成果と最終成果の間に乖離がある。

< B委員 > B（廃止又は再構築すべき）

市町村との連携という手段が目的化しており、そもそも県と市町村が連携する方が効果的であるかといった観点での検討が不十分である。そうした観点から事業を抜本的に見直し、再構築すべきである。また、事業の評価・検証に関して具体性が乏しいので、検討が必要。

地域課題の分析はコンサルタントに委託するのではなく、県と市町村が主体的に行わないと意味がない。

< C委員 > B（廃止又は再構築すべき）

全体スキームについて、会議の回数等やコンサルタントへの依存を踏まえると、地域ニーズの掘り起こしや的確な事業設定ができていない可能性が高い。いったん事業を廃止した上で、「県による広域調整と草の根の地域ニーズの反映を両立しうる連携手法」のあり方、という原点から丁寧に検討する必要がある。

## 有識者会議を踏まえた評価

### 【B（廃止又は再構築すべき）】

県と市町村の連携事業を県が事業化することありきとなっているが、地域ごとの課題解決のために、その手法が最善であると考えに至った課題の整理が不十分である。

地域課題の解決も含め事業の根幹を委託しており、事業が頓挫してしまっている地域があることを踏まえると、本スキームが必ずしも有効であるとは考えられず、現行のような県が一律にモデル事業を構築して実施するスキームについては有効性・実効性があるとは認められない。

## 有識者の意見から考えられる方向性

全体スキームは廃止し、未来会議での議論を通じて把握した個々の地域課題ごとに、最適な連携手法等を検討し、県として実施すべき事業があれば、事業化を行う。なお、R3年度に調査を実施しR5年度に向けて事業化に取り組んでいる案件については、予算要求自体は認め、予算編成の中で事業化の必要性を議論する。

## 【令和5年度当初予算】

### 予算額

#### 【令和5年度】

事業費	27,306千円
うち一財	16,693千円

#### 【令和4年度】

事業費	42,300千円
うち一財	21,150千円

## 評価・意見を踏まえた対応 等

### 【評価・意見を踏まえた対応】

新たな事業構築は行わない。ただし、令和3年度に調査を実施し、令和5年度に向けて事業化に取り組んでいる案件については、個別に判断する。

### 【令和5年度当初予算への反映状況】

令和3年度に調査を実施し、令和5年度に向けて事業化に取り組んでいる案件について、個別に予算編成過程の中で審査を行った結果、3事業について令和5年度に限り実施することとした。

- ・女性の活躍とヘルスリテラシー普及促進事業（東部地域振興センター）
- ・利根版グリーンツーリズム事業（利根地域振興センター）
- ・デジタルによる地域活性化事業（北部地域振興センター）

なお、各地域の課題について共有し、目指すべき将来像の実現に向けて議論を深め、それぞれの主体において課題解決に向けた事業を展開するため、未来会議自体は継続・活性化を図る必要があることから、その運営に要する経費を予算計上した。

事業名：県政広報テレビ放送費、県政広報ラジオ放送費、彩の国だより発行費 事業費：458,505 千円 所管課：県民生活部広報課

### 事業概要

【県政広報テレビ放送費】 118,311 千円

①「いまドキッ！埼玉」（土曜 午前 8:30～9:00 年 47 回放送）：観光・物産といった県の魅力や県政情報などを県民に向けて発信。年数回の知事対談を放送するなど、県民が県政を身近に感じられる番組作りを行うとともに、コロナに関する啓発も実施。

②「新春知事に聞く」（1 月 1 日 午前 9:30～9:45 年 1 回放送）正月の特別番組として、知事が県民に向けて、新年の抱負や県政について語る。

【県政広報ラジオ放送費】 36,787 千円

「朝情報★埼玉」（月～金曜 午前 8:15～8:25 年 236 回放送）：県の施策・事業の進捗状況などの県政情報や県の催し情報などについて発信。

【彩の国だより発行費】 303,447 千円

県政情報等をわかりやすく整理し編集した広報紙「彩の国だより」を毎月発行し、新聞折込等により県民に提供する。

### 事務局の説明

< E B P M の観点からの課題 >

（共通）

社会情勢が変化する中、属性（年齢、性別、職業、家族構成、地域）により、どのようなメディアから情報を入手しているかについてのエビデンスがなく、県が実施する広報戦略の妥当性が判断できない。

（テレビ、ラジオ）

当該媒体でないと届けられない情報及び当該媒体が最も有効な層の分析がなされておらず、それが最適な手法なのかどうかの分析もなされていない。

令和 3 年度県政世論調査において、本テレビ・ラジオ番組を視聴・聴取していると回答した割合は限られており、また、県政情報の入手手段として本テレビ・ラジオ番組を挙げている割合もごく少数であることから、ロジックモデルが有効とのエビデンスがあるとは言えない。

（広報紙）

発行部数が下がり続ける中で今後も有効な媒体であり続けるというエビデンスがない。また、広報紙の配布数が減少傾向にあることの解決策として、紙媒体は維持しつつデジタル媒体を活用することとしているが、それが最適な手法なのかどうかについての分析がなされていない。

### 担当部局の説明

< 事務局の提示する課題についての説明 >

（共通）

令和 3 年度に行った調査研究では、今後の方向性について、既存媒体は認知率の高さやなじみがあるなどのメリットを生かして引き続き重要な

広報媒体として活用する一方、県が運用する SNS などのデジタルメディアとの相互連携を図り情報発信していくことが有効との提言をいただいた。

(テレビ)

身近なメディアであるテレビにおける唯一の広報であり、県政世論調査では 11.8%が本広報番組を視聴している。また、番組制作会社の調査では令和 3 年 11 月の視聴率は 8.4%と、同時時間帯の民放主要各局と比較しても高く、県民から受け入れられている。

主なターゲット層はファミリー層や中高年層を想定しており、番組放送後には動画配信を行っている。デジタル化が課題であり、SNS 媒体での発信等を考えている。

(ラジオ)

本広報番組の聴取率は 1.7%であり、ラジオの世界では非常に大きな数値と言われており、一定程度受け入れられているものと考えている。

(広報紙)

令和 3 年度県政世論調査において、県民の広報紙を読んでいる割合は 65.8%、県政情報の入手手段としている割合も 41.3%と、新聞の発行部数が減少し、デジタル化が進展する中でも、最も効果的で重要なプッシュ型の情報発信手段であると考えている。

主なターゲット層は中高年層やファミリー層であり、若者など紙媒体に馴染まない方向けにホームページや SNS 等でも発信している。

## 議事の概要

< A 委員 >

委員：若者の主要媒体がテレビではなく SNS に代わってきていることや、広報紙も 6 割がそこから情報を得ていない現状を鑑みると、実際のイベント開催時などに県民がどのような媒体を利用して情報を得ているのかを調査したほうがよい。既存媒体の比率が下がっているようであれば、SNS への移行も視野に入れるべき。

担当部局：中身やコンテンツ、ターゲット層を考えながら、既存メディアが主な媒体である層を切り捨てないためにも、既存メディアでの広報も当面は必要と考えている。

委員：広報紙は情報が総花的になる。一方で SNS の強みは属性別に必要な情報をピンポイントで提供できる点である。

担当部局：本県では SNS メディアも持っており、既存メディアでの広報と同時に行っている。

委員：総花的に行うのではなく、SNS に比重を移していく筋道を見せる必要がある。スポンサーは取っているのか。

担当部局：広報紙は広告料を取っているが、テレビやラジオは県が直接時間を買って作っている番組なので、スポンサーを取っていない。

委員：視聴率が高いということはテレビ局、ラジオ局にとっては優良コンテンツであるということなので、テレビ局やラジオ局がスポンサーを探してつけてもいいのではないかと。

担当部局：スポンサーをつけるということになると、番組制作の主体がテレビ局等に移り、スポンサー等への配慮を考えなくてはいけなくなる。

< B 委員 >

委員： 受益者である県民ではなく行政を主体として最終成果を設定していることから、将来像が不明瞭となっている。県民を主語とすると、最終成果はどのようなになるのか。

担当部局： 県民が自分の欲しい情報を色々なメディアから知ることができる、また、欲しい情報がターゲティングされていて、それができるだけプッシュ型で届くような、デジタルを活用した便利で効果的な広報が行われている社会である。

委員： 県民といっても、年齢、職業、性別など属性により必要な情報が異なっていると思うが、それを踏まえた事業となっているのか。

担当部局： 事業ごとに県としてどの層に届けたいというのは事業課との調整の中でターゲティングしたうえで広報を行うが、その層ごとにどのような情報が求めているかについては分かりきっていないというのが実態である。

委員： 県政世論調査によると 65.8%が県広報紙を読んでいるとのことだが、県政世論調査の回答の母集団と埼玉県の詳細構成には隔たりがあり、質問の内容も適切なものと言えないため、根拠とする場合には注意する必要がある。

< C 委員 >

(欠席のため、議事なし)

委員の評価及び意見

< A 委員 > A (継続すべき)

行政のデジタル化が進む中、情報発信の媒体も「原則」デジタルであるべきではないか。「様々な」媒介を使うよりも、有効な媒介を選択するという視点が必要。

テレビとラジオについては、民間事業者とコラボするなどしてスポンサー料をとれないか。

広報紙については、発行部数が減少傾向にあり、有効性に疑問が残る。高齢層が多いとなれば、今後、有効性が落ちることが見込まれる。

< B 委員 > B (廃止又は再構築すべき)

目的に適合した政策手段となっているかが十分に説明されていない。将来像が不明瞭なため、本事業のアウトカムが将来像に結びつくのか否かの判断が難しい。

直接成果から中間成果、中間成果から最終成果への因果関係が成立しておらず、論理的に整合していない。

広報テレビ、広報ラジオ、広報紙とも、一握りの県民しか、それらから県政情報を得ていない。

< C 委員 > A (継続すべき) ※後日、やりとりを見て評価を実施

広報紙もテレビ・ラジオもそれぞれに有用性が認められる現状にあることは間違いないが、彩の国だより発行部数の減少やテレビ離れといった動向や、各種メディアの特性を踏まえつつ、ウェブや SNS の活用に徐々に比重を移していく必要がある。

よりきめ細やかに県民の情報取得手段の実態を把握し、より効果的な情報の伝達に務められたい。

有識者会議を踏まえた評価

【A（継続すべき）】

県民の情報取得手段の実態を把握した上で、既存メディアにとらわれず、デジタル手法を原則とした抜本的な見直しを行う。

【令和5年度当初予算】

予算額

【令和5年度】

（県政広報テレビ放送費）

事業費：118,311 千円

一 財 118,311 千円

（県政広報ラジオ放送費）

事業費：36,787 千円

一 財 36,787 千円

（彩の国だより発行費）

事業費：298,648 千円

一 財 261,225 千円

（効果的な広報実践事業費）

事業費：8,016 千円

一 財 8,016 千円

【令和4年度】

（県政広報テレビ放送費）

事業費：118,311 千円

一 財 118,311 千円

（県政広報ラジオ放送費）

事業費：36,787 千円

一 財 36,787 千円

（彩の国だより発行費）

事業費：303,447 千円

一 財 276,657 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】

引き続き県政世論調査により県民の情報取得手段の実態を把握するとともに、既存媒体は当面維持しつつ、デジタル媒体で情報を取得している県民層が既存媒体で発信している情報に接触できる仕組みを検討。

【令和5年度当初予算への反映状況】

既存媒体での広報の有効性を引き続き検証するとともに、既存媒体での広報のうち「映える」記事や重要な記事をプロのインスタグラマーが県公式 Instagram において投稿する取組を実施し、フォロワー獲得による既存媒体への誘導と SNS での発信に係るノウハウを県職員が習得することを目指す。



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】

	旧事業(R5で終了)	新規事業	合計
事業費	324,490千円	452,878千円	777,368千円
うち一財	324,490千円	452,878千円	777,368千円

### 【令和4年度】

	旧事業
事業費	442,912千円
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。