

平成24年行政事業レビューシート (厚生労働省)

事業名	男性の育児休業取得促進事業	担当部局庁	雇用均等・児童家庭局	作成責任者			
事業開始・終了(予定)年度	平成20年度	担当課室	職業家庭両立課	職業家庭両立課長 成田 裕紀			
会計区分	労働保険特別会計雇用勘定	施策名	Ⅱ-3-1 男女労働者の均等な機会と待遇の確保対策、仕事と家庭の両立支援、パートタイム労働者と正社員間の均等・均衡待遇等を推進する				
根拠法令 (具体的な条項も記載)	雇用保険法第62条第1項第5号	関係する計画、通知等	<ul style="list-style-type: none"> ・「新成長戦略(基本方針)」(平成21年12月30日閣議決定) ・子ども・子育てビジョン(平成22年1月29日閣議決定) ・仕事と生活の調和のための行動指針(平成19年12月18日策定) 				
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	育児休業の取得を希望する男性労働者は3割に上るが、実際の取得率は2.63%(H23年度)にとどまっていること等から、育児休業を利用したい、もっと育児に関わりたいという男性の希望をかなえるとともに、夫の家事・育児時間が長いほど、第1子出産後の妻の就業継続割合が高く、また第2子以降の出生割合が高い傾向があるため、女性だけでなく、男性も子育てができ、親子で過ごす時間を持つことのできる環境を作ることにより、出生率の向上と女性の就業率向上を目指す。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	男性労働者の育児参加・育児休業取得促進のための効果的な周知方法について、有識者で構成する「イクメンプロジェクト推進チーム」において検討を行う。男性の育児参加について体験談の紹介及び、仕事と育児の両立に関する企業や自治体の取組についての周知を公式サイトを通じて行う。また、ハンドブック「父親のワーク・ライフ・バランス」の作成、配布などを通して、制度の周知や啓発を行う。 ○実施主体・民間団体等						
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input checked="" type="checkbox"/> 委託・請負 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他						
予算額・執行額 (単位:百万円)		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度要求	
	予算の状況	当初予算	14	30	29	15	20
		補正予算					
		繰越し等					
		計	14	30	29	15	20
		執行額	14	21	25		
	執行率(%)	100.0	70.0	86.2			
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標		単位	21年度	22年度	23年度	目標値(24年度)
	男性の育児休暇取得率前年度比増(H24年度より)	成果実績	-	-	-	-	2.63%以上
		達成度	%	-	-	-	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	21年度	22年度	23年度	24年度活動見込
	イクメンプロジェクトWebへのアクセス件数	活動実績 (当初見込み)	件	-	219,187 (-)	559,901 (241,127)	- (251,441)
単位当たりコスト	45.1(円/アクセス)	算出根拠	平成23年度における単位当たりコスト=X/Y X…事業費 25,252千円 Y…アクセス件数 559,901件				
平成24・25年度予算内訳	費目	24年度当初予算	25年度要求	主な増減理由			
	諸謝金	11	11	ハンドブックの作成等による印刷製本費の増			
	旅費	1	1				
	印刷製本費	0.7	5.5				
	通信運搬費	0.2	0.2				
	広告料	1	1				
	会場借料	0.1	0				
	保険料等	0.3	0.3				
	消費税	0.7	1				
計	15	20					

事業所管部局による点検			
	評価	項目	評価に関する説明
目的・予算の状況	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	男性労働者の3割は育児休業取得を希望しているが、実際の取得率は2.63%にとどまることなどから、広くニーズがある。
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業となっていないか。	働く男性が、育児をより積極的に行うことや、育児休業を取得することができるような社会の気運醸成に当たっては、全国的な取組みが必要であり、育児休業を利用しやすい職場環境の整備に取り組むのは、雇用保険適用事業主であることから、制度を運用している国で実施することが効果的である。
	○	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	平成23年度の執行率が86.2%に留まった理由は、委託業者が効率的な事業執行を提案したためであり、当初予定していたすべての業務を執行した。
資金の流れ、費目・使途	○	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	一般競争入札を行っており、妥当である。
	－	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	単位コストは前年度に比べて削減されており、妥当である。
	○	受益者との負担関係は妥当であるか。	社会気運の醸成を目的としており、費用を負担すべき受益者は存在しない。
	－	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	
	○	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	「イクメン」の言葉がある程度定着した3年目からはイベント経費を削減し、社会気運の醸成を目的とした必要最低限の広報・サイト運営費のみとなっている。
活動実績、成果実績	○	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	H23年度の育児休業取得率は、前年の1.38%を上回り、イクメンプロジェクトの気運醸成の効果があったと思われる。
	○	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	H23年度前年度比増 (男性の育児休業取得率1.38%→2.63%)
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	当初見込みにほぼ見合った実績となっている。
	－	類似の事業があるか。その場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。 ※類似事業名とその所管部局・府省名	
	○	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	H23年度に作成した父親のワークライフバランスハンドブックについては、企業、自治体等様々な団体等から使い勝手がよいと評判であり、送付の依頼が多く寄せられ、十分に活用されている。
点検結果	成果目標や活動実績の数値目標については、平成20年度の事業開始から一貫したものを設定していない。 男性の育児休業取得は、女性の継続就業支援、少子化対策など、幅広い効果が見込めるうえ、育児休業の取得を希望する男性労働者は3割に上るが、取得率は2.63%(H23年度)にとどまっているという状況からも、広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業といえる。		
予算監視・効率化チームの所見			
現状通り	男性の育児休業取得促進事業(イクメン・プロジェクト)は、男性労働者の育児参加・育児休業取得促進のための事業であり、本事業の必要性や執行の観点からの評価も概ね妥当であることから、引き続き効率的な執行に努めるべき。		
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点(概算要求における反映状況等)			
現状通り	-		
補記(過去に事業仕分け・提言型政策仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載)			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成22年行政事業レビュー	811	平成23年行政事業レビュー	724

※平成23年度実績を記入

厚生労働省
25百万円

【事業管理、受託者への指導】



【一般競争入札(総合評価落札方式)】

A. 株式会社 電通
25百万円

[男性の育児休業取得促進事業を実施]

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)(単位:百万円)

A.株式会社電通			E.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
広報費	WEB関連費、広告費、印刷物作成費	21			
人件費	総合プロデューサー、事務局スタッフ	2			
事務局費	事務所維持費	1			
消費税	消費税及び地方消費税	1			
計		4	計		0
B.			F.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
計		0	計		0
C.			G.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
計		0	計		0
D.			H.		
費目	使 途	金 額 (百万円)	費目	使 途	金 額 (百万円)
計		0	計		0

費目・使途
 (「資金の流れ」
 においてブロックごとに最大の
 金額が支出されている者につい
 て記載する。費目と使途の双方
 で実情が分かるように記載)

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	株式会社 電通	男性の育児休業取得推進事業(啓蒙イベントの開催、公式サイト の運営、各種広報資料の作成・配布)	25	1	86.3
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					