

## 平成23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その1)

施策体系コード	1-1-3		事業名	さっぽろ市民子育て支援宣言事業
担当	子ども未来局子育て支援部子育て支援課 原田 Tel211-2988			
全 体 計 画				
事業内容	1人でも多くの市民や企業が「自発的に」子育て中の親子を支援する意識を持ち、札幌市を子育て家庭にやさしいまちにするための取り組みを行う。具体的には、宣言という形で自分ができる子育て支援行動の実践について意思表示することにより、子育て支援の意識を高め、それぞれの行動に結びつけていく。		＜年度別の事業内容＞	
			19年度中に実施予定。 22年度に宣言者数1万人を目標として事業に取り組む。	
事業内容・量・場所・規模・件数等	平成19年度事業内容(決算)		平成20年度事業内容(決算)	
	既往予算より、広報用のチラシ(25,000枚)、ポスター(500枚)を作成。		一般市民からキャッチコピーを募集し、札幌市子育て支援推進ネットワーク協議会でキャッチコピーを選定した。 20年度は、このキャッチコピーやロゴマークを大きく取り入れたチラシ(100,000枚)、ポスター(1,000枚)、啓発品(クリアフォルダー5,000枚)を新たに作成し広報した。 11月に開催した札幌市子育て支援推進フォーラムにて19年度からの取り組み経過を報告した。	
	平成21年度事業内容(決算)		平成22年度事業内容(決算)	
	21年度は、チラシ、ポスターを作成したほか、啓発品(ネクストラップ)を新たに作成し、子育て支援部職員や各区健康子ども課など、子育て支援に携わる職員が着用することで、市民に幅広く広報を行った。 11月に開催した札幌市子育て支援推進のつどいにて19年度からの取り組み経過を報告した。		事業の浸透を図るため、ポスター・チラシ・啓発品などを活用してPRをし、より多くの市民が、子育て支援への意識を高められるよう取り組みを進めるとともに、第2回ネットワーク協議会において、宣言ができる対象年齢を小学5年生以上に拡大することに決定した。 企業参加イベント「こそだてフェスティバル」に参加し、新しい分野の人たちへアピールすることができた。 各種発行物に支援宣言ロゴマークを活用し、多くの人の目に留まるようにした。	

## 平成23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その2)

施策体系コード	1-1-3			事業名	さっぽろ市民子育て支援宣言事業		
達成目標の状況							
項目	18年度末 (現状)	19年度末 (実績)	20年度末 (実績)	21年度末 (実績)	22年度末 (実績)	22年度末 (目標)	
宣言者数(累計)	—	個人 1,032人 団体 40 企業 3	個人 5,665人 団体 168 企業 18	個人 10,475人 団体 181 企業 23	個人 14,797人 団体 191 企業 29	1万人	
市民・企業等との協働の状況(市民・企業等の参加、支援、協力の状況)							
<p>■市民との連携、市民参加 市民が自分でできる行動等を意識し実践することで、子育て支援について市民参加の意欲の拡大につながっている。</p> <p>■企業等との連携・協働 [資金協力] (該当なし) [人材協力] (該当なし) [情報協力] (該当なし) [その他の協力] 企業・団体等に働きかけ、趣旨の浸透に努めている。</p> <p>■市民・企業等が参加しやすい環境づくり コールセンターを活用することにより、市民が宣言しやすい環境づくりに努めている。</p>							
評価(成果)			課題				
<p>子育て家庭に対する意識の向上を目的に、平成19年度に事業が開始され、平成20年度には市民からキャッチコピーを募集するとともに、ロゴマークを作成するなどしてPR活動をすすめてきた。平成21年度には個人宣言の目標値である1万人を達成し、平成22年度までに、宣言を行った企業及び団体に所属する個人数も合わせると、合計31,209人が宣言を行った。</p> <p>「札幌は子どもを生き育てやすい環境である」という人の割合が、平成22年度は平成18年度より11.3ポイント上昇しており、宣言という形で自分ができる子育て支援行動を意思表示することで、市民の意識の高まりにもつながっていると思われる。</p>			<p>4年間の取り組みの中で、着実に宣言者数を伸ばしているが、札幌市の人口から考えると、市民全体の中での認知度はまだ低い。また、企業の宣言数の伸びは低く、ワークライフバランスの観点からも企業へ子育て支援宣言事業の理解をさらに進めていく必要がある。</p> <p>22年度は予算措置がされていない中で、ロゴマークの活用など効果的なPR方法を検討してきたが、子育て支援に対する市民の意識向上を図るためには、今後も継続的に事業を進めていく必要がある。また、趣旨の浸透を図るためポスター・チラシの作成やキャンペーン活動などのPRが必要である。</p>				
今後の事業の予定・方向							
<p>効果的なPR方法について検討するとともに、平成21年度に個人の宣言者数が目標の1万人を突破しており、次のステップとして、宣言した内容を自発的な実践につなげていくための方策を検討する必要がある。</p> <p>企業、学校、関係機関・団体のイベントなどに積極的に出向いたり、チラシやポスターなどを活用し、市民の目に届くPR活動を継続して行っていく。</p>							

## 平成23年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その3) (単位:千円)

施策体系コード		1-1-3			事業名	さっぽろ市民子育て支援宣言事業				
事業費の推移										
項目		19年度	20年度	21年度	22年度	計				
計画	事業費	—	—	—	—	—				
	財源内訳									
	国・道支出金									
	市の債									
予算	事業費	0	230	218	0	448				
	財源内訳									
	国・道支出金	0	0	0	0	0				
	市の債	0	0	0	0	0				
実績	事業費	51	362	383	0	796				
	財源内訳									
	国・道支出金	0	0	0	0	0				
	市の債	0	0	0	0	0				
事業費の進捗率		(H19実績+H20実績+H21実績+H22実績) / (計画事業費)					—			
計画との差異(予算・実績・事業内容・規模・時期等)										
《全体》										
[19年度] 既往予算により、広報用チラシ等を作成した。										
[20年度] 広報用チラシ、ポスター、啓発品を作成した。										
[21年度] 広報用チラシ、ポスター、啓発品を作成した。										
[22年度] 予算措置されていないためポスターや啓発品等は作成せず、前年度の在庫で対応した。										