

●市民便利帳

- ◆ 「市民便利帳」には、わかりやすく情報が載っているので、全家庭に配布されると良い。(グループ3)

## 2. 児童相談所業務の現状を踏まえた、児童虐待の早期発見と的確な対処のための取組のあり方について

### (1) 主な論点

#### <前半の議論のポイント>

- あなたは、児童相談所の役割や業務とその現状をよくご存知でしたか？
- あなたの身の回りで、児童虐待に関して「気になる状況」はありましたか？  
もし、何か気になる状況があった場合、どのような行動を取られましたか？
- 児童虐待の早期発見と的確な対処をすすめるための課題として何が考えられるでしょうか？

#### <後半の議論のポイント>

- 身近な相談窓口の「区家庭児童相談室」を、市民に、より効果的に利用してもらうには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？
- 常時相談を受ける体制の「子ども安心ホットライン」を、より有効に活用してもらうには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？
- 地域力の強化策としての「オレンジリボン協力員」を、より地域に根ざしたものにするためには、今後どのような取組をしたら良いでしょうか？

### (2) グループ内で出された質問

ワークショップ中に、グループで出された質問の主なものは次のとおりです。担当部局の職員から疑問点について説明を受けました。

- ・どこから虐待なのかわからない。どの段階で通告すればよいのか。
- ・ネグレクトがなぜ増えているのか。
- ・札幌では特にネグレクトが多いということだが、その原因はどういうことがあるのか。
- ・児童相談所の職員が不足していると聞いたが、現状どうなのか。
- ・各区の「家庭児童相談室」の職員の体制はどうなっているのか。どのような方が職員になっているのか。
- ・過去に児童相談所で虐待などの問題があるとされた家庭が転居する際、新しい住所地の行政に情報は伝わるようになっているのか。
- ・他の自治体との情報交換、情報共有を行っているのか。
- ・警察と児童相談所はどのように連携しているのか。
- ・学校と児童相談所の連携はあるのか。
- ・通告を受けた場合は必ず訪問しているのか。訪問をした後、再度訪問することはあるのか。
- ・オレンジリボン協力員のうち、一般の応募はどれくらいだったのか。

### (3) 提案のまとめ

各グループで後半の議論でまとめられた提案の全ては以下のとおりで、関連する内容ごとにまとめました。

#### ●相談しやすい環境づくり

- ◆ 「区家庭児童相談室」→もっとわかりやすい名称にする。(グループ3)
- ◆ 「子ども安心ホットライン」短縮ダイヤルでかけやすくする。相談内容事例を紹介する。メールでも受付する。(グループ3)
- ◆ サークルや地域の施設等、親子が集まる場所で職員が情報収集をする。(グループ3)
- ◆ 出張区家庭児童相談室。地域へ出かけよう。(グループ4)
- ◆ 地域の子育てサロンに相談窓口を設け、子育て経験のある方の話をうかがえる機会を。(グループ5)
- ◆ どんな場合、状況で相談したらいいか、具体的な実際のエピソードなどをまじえ、わかりやすく伝える。(ガイドライン) (グループ6)

#### ●子どもを見守る環境づくり

- ◆ 支援者(児童相談所、学校、幼稚園、保育園、町内会)と当事者がしっかりつながれる場を作ることが第一!! (グループ1)
- ◆ オレンジリボン協力員と町内会の連携を。子供達との交流会を設ける。(グループ2)
- ◆ 町内の子供達に声をかけ、親密な関係をつくり、子供の口から周囲の大人に話しやすいようにする。(グループ2)

#### ●児童虐待や児童虐待に関する取組のPR

- ◆ 地域に情報を伝えるために。①出前出張、区家庭児童相談室を地域の会館や児童会館で実施する。②出前講座を連町を通して町内会に伝える。③PTAの大会などで親の大規模ネットワークで広げる。(グループ1)
- ◆ 広く市民に伝えるために。①ブログを通して関心層の輪を広げる。②twitterでハッシュタグ(#虐待)で発信を呼びかけ。③バナー広告でインターネット上に広げる。④TV、ラジオでのよびかけ。(グループ1)
- ◆ TVを使ってもっとPRしていく。「こういうことが虐待」「子ども安心ホットライン」「オレンジリボン」(グループ3)
- ◆ 「〇〇バンド」をつくり、売上金を児童虐待防止の資金につなげる。(グループ4)
- ◆ 児童相談所の取組のPRを強化。コンビニやスーパーにポスター、ステッカーを貼るなど。(グループ5)
- ◆ 子ども安心ホットラインは地下鉄の吊り広報枠を活用するなど、広く市民に知ってもらう。(広報誌、コンビニ) (グループ6)
- ◆ 区家庭児童相談室の存在(制度・場所)をもっとPRしていく。(グループ6)
- ◆ 親本人だけでなく、周辺の人にも区家庭児童相談室を知ってもらうよう、広報誌、ポスターで継続的にPR。(グループ6)

**●関係機関の連携**

- ◆ 支援者（児童相談所、学校、幼稚園、保育園、町内会）の役割を明確にする。①まず情報共有、②一緒に対策を考える体制。（グループ1）
- ◆ 共通の窓口が必要。→どこにかけても虐待情報が一本化して児童相談所に行っていることを知ってもらう。（グループ1）
- ◆ 保健センターや学校と児童相談所との連携を強める。要注意家庭をマークし、情報を共有する。（グループ2）
- ◆ 「オレンジリボン協力員」をはじめとする地域の人や組織が連携する取組の「モデル地域」をつくる。（グループ3）
- ◆ 地域が運営にかかわるコミュニティスクール（のような場所）と児童相談所が連携。もっと気軽に相談できる地域でのボランティア体制づくり（支援体制ネットワークと啓蒙）（グループ4）
- ◆ 区家庭児童相談室と町内会との連携体制をつくる。（グループ6）

**●未然防止の取組****【子ども向け虐待教育】**

- ◆ 人権や虐待について子供への教育や子供同士の話し合いをさせる。（グループ2）
- ◆ 子どもに自分の身を守ることを教える。「虐待」という言葉を子どもに伝えるのは重たい。→気軽に相談できる環境。（グループ5）

**【大人向け虐待教育】**

- ◆ 親への教育が必要。①親の再教育。②子育て教育、プレママ教室等、子育てを始める時の教育を大事にする。（グループ1）
- ◆ 要注意な親に対して、強制的な教育を実施する。義務化。（グループ2）
- ◆ 母子手帳を活用する。親の子育て相談番号（子ども安心ホットライン）を明記する。健診を受けなかった親を訪問する。（グループ3）
- ◆ マタニティ期間や出産後病院に居る間に学習の機会を。→安心感やゆとりを！（グループ5）

**【避難場所等】**

- ◆ 子ども自身がSOSを出して逃げられる手段、場。（子ども安心ホットラインの電話番号を子供達にも周知、子どもが逃げられる専門の場所をつくる）（グループ4）
- ◆ 子どものショートステイがあれば虐待まで追いつめることを防止できるのでは。NPOに期待。（グループ4）

**【事例分析】**

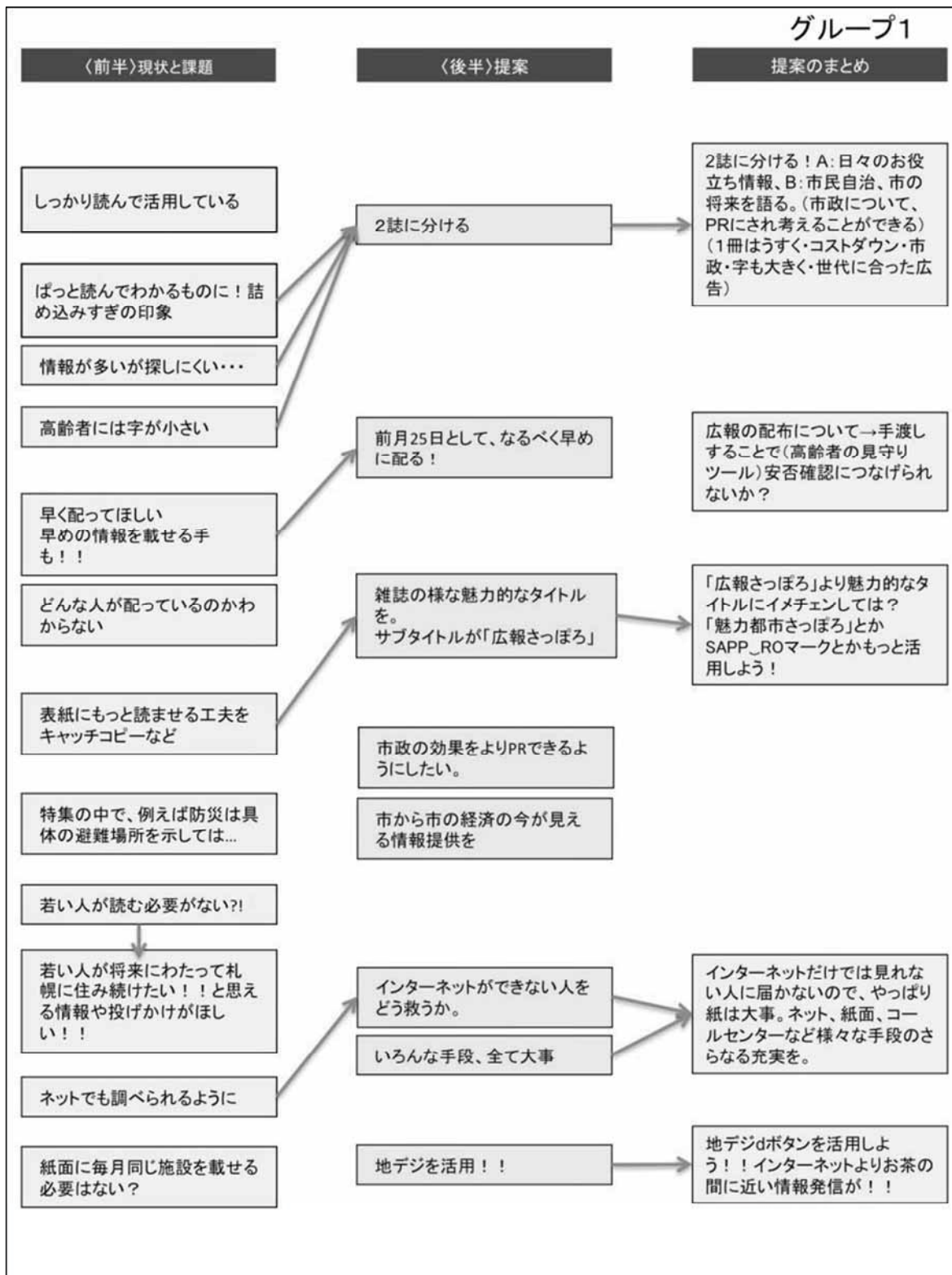
- ◆ 虐待がなぜ起きているのか事例の分析をし、対処方法を明らかにし根をたつ。（グループ2）

## IV. ワークショップのグループ議論の記録

ワークショップ後半の記録の中の「●」は、各グループ内でシール投票をした結果です（投票については、P.10「後半の議論（提案の検討）」をご参照ください。）。

なお、①」は、各自が投票した3票のうち、一番重要だと思う意見に貼り付けたシールです。

### 1. 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について





グループ1(前半)

**テーマ 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について**

～(前半) 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方についての課題～

**あなたは広報さっぽろを読んでいますか？**

よく読んでいる:2人  
たまに読んでいる:4人  
読んでいない:1人

**しっかり読んで活用している**

困ったとき、介護とか植物とか困った事に対応した記事を探す!!

直接配布される  
図版もしっかり読む

最初の頁を頼りに必要に応じてTelもできる

**面白くない**

他のチラシといっしょに見たら捨てちゃう

来たら読むが家族は読んでいない

**特集の中で、例えば防災は具体の避難場所を示しては...**

大地震に備えて避難場所(各区)を明確に、広報にステレオタイプとして示しては?

**配布されないところはありますか?**

配達業者に確認して下さい  
連絡は区役所へ

町内会費なし配布無し

**若い人が読みたいくなるには(20代～30代)**

若い人が読む必要がない?!  
自分に役立つ情報がない

若い人はたぶん読む必要がないから読まない?スマホなどで若い人向けの方法を発信しては?

若い人が将来にわたって札幌に住み続けたい!!と思える情報や投げかけがほしい!!

知りたいこと  
・札幌の将来の姿  
10・20代が将来にわたって札幌に住み、働きたいと思えるための情報

・働く場としての魅力を!!  
・暮らす場としての魅力を!!

**ネットでも調べられるように**

紙面とネットの役割分担は?

**紙面に毎月同じ施設を載せる必要はないか?**

問題点として毎月同じ施設を載せる必要があるのか

基本全戸配布!

**情報を探しやすい整理するには**

情報が多すぎて探しにくい...

生活に必要な情報は十分に載っていると思うが探しにくい

高齢者には字が小さい  
→コールセンターで情報さける

お年寄りは字が細かく読みづらいならコールセンターで情報を聞けるしくみづくりは?

ぱつと読んでわかるものに! 詰め込みすぎの印象

たまに読むが、説明がとどろすぎる字が小さい

頁数増やさずにもっと簡潔に

見出を見て判断、読むというよりは見る

表紙にもっと読ませる工夫をキャッチコピーなど

表紙の「広報さっぽろ」の横に「情報満載」を印字することにより広報を読むきっかけになる

もじは情報の重要度に応じた強調を

来月の行事のポイントを示してあるとよい

**情報が早く届けられるようにするには**

早く配ってほしい  
早めの情報を載せる手も!!

配布方法によって、届けタイミングが遅れてしまっている問題が発生している

自分は障害の都合もあり、なかなか一人で外出できないので、月はじめの10日に配られると、一緒に行く人の都合をつける余裕なく困っている

町内会配布 → 記事が古くなる事も  
⇒日程がわからない

どんな人が配っているのかわからない  
町内会役員との意思疎通がない?

もっと早く配られるといい  
何日先の情報がほしい?  
⇒届いてから最低一週間

表紙でもっとメリハリつけた情報示す

グループ1(後半)

**テーマ 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について**

～(後半) 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方についての提案～

**情報を探しやすい整理するには**

2誌に分ける ① ① ① ① ①

2誌に分ける  
・公共施設情報  
・市民自治のための情報(広告収入強化)

コストも落とせる?  
①冊はうすくなる!  
②字も大きくなる!  
③探しやすい!

A: 公共施設や日々のお役立ち情報  
B: 市民自治: みんなの意見、将来像を語る

助成金や起業の支援等チャレンジ情報も

市政の効果をよりPRできるようにしたい。

市はゴミの一部有料化で減量化に成功したが、効果が不透明燃えるゴミから燃熱利用、都市型農業の利用促進、生ゴミからバイオマスなどの利用促進  
・地域雇用創出(6次産業化)  
・循環型社会への形成へ

ゴミの一部有料化の効果をPRしては?

市から市の経済の今が見える情報提供を

市独自で4半期ごとGDP成長率見直し  
4半期ごと街角景気動向指数の調査「広報と対応」  
市の4半期GDPを示す街角景気調査も示す

**若い人が読みたいくなるには(20代～30代)**

B: 若者にも伝わる市のビジョンが語られると共に、多世代間でお互いの事がわかる情報交換にも広告も若い世代に向けたものも...

雑誌の様な魅力的なタイトルをサブタイトルが「広報さっぽろ」

季節に応じたインパクトある情報を!

興味をもっと持ってもらうために価値観を高める工夫を

もっと伝えたい

まずは表紙から!!

SAPPORO

市のキャッチフレーズは?

・魅力都市さっぽろというキャッチフレーズはある  
・事業ごとにキャッチフレーズがある(雪まつりとか)。  
・マークがある。

SAPPORO

**高齢者への留意点は**

若い人の意見届きにくい

なるべく手渡しする  
=安否確認

いろんな手段、全て大事

広報さっぽろ、インターネット、コールセンター...全て充実を  
コールセンターの活用もつと出来ないのか?  
電話の出来ない人も...

紙は必要!! ① ① ①

インターネットの活用をどう考える?

インターネットできない人をどう教うか  
詳しくはインターネットと言われても...

インターネットできない人に届かない情報があっては困る?

インターネットの活用は当然と思う  
ただしネットでしか見れないのははずい

職員は読んでいるのか?

**情報が早く届けられるようにするには**

前月25日として、なるべく早めに配る!

前月25日目処なるべく手渡し

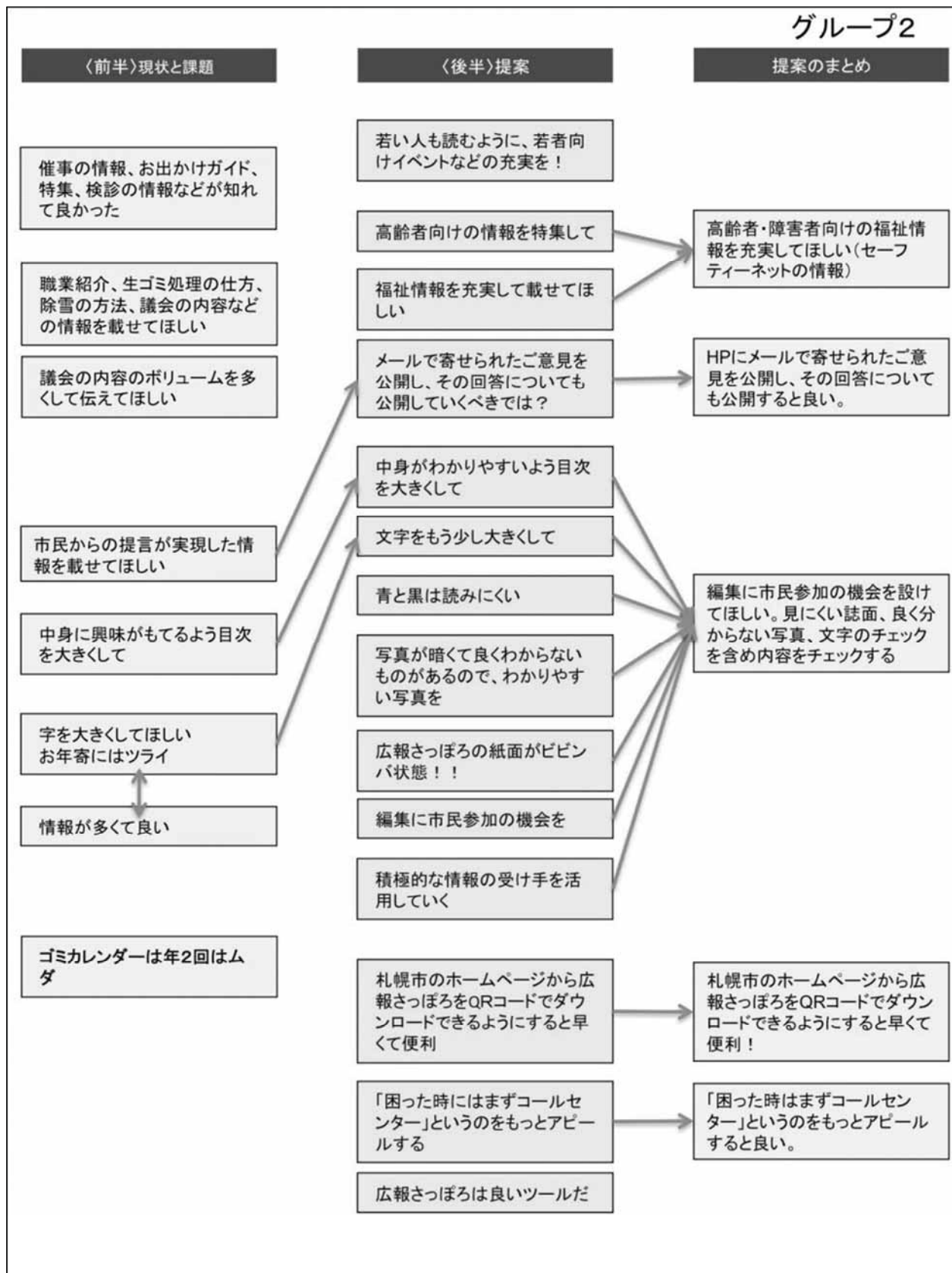
地デジを活用!!

インターネットというより、TVを活用できないか

dボタンで札幌情報見ると良いな...  
天気は見えるが...

HBC:札幌市政情報  
NHK他:除雪情報など  
現在はTV局が欲しい情報を市が提供  
市から載せた時は有料に

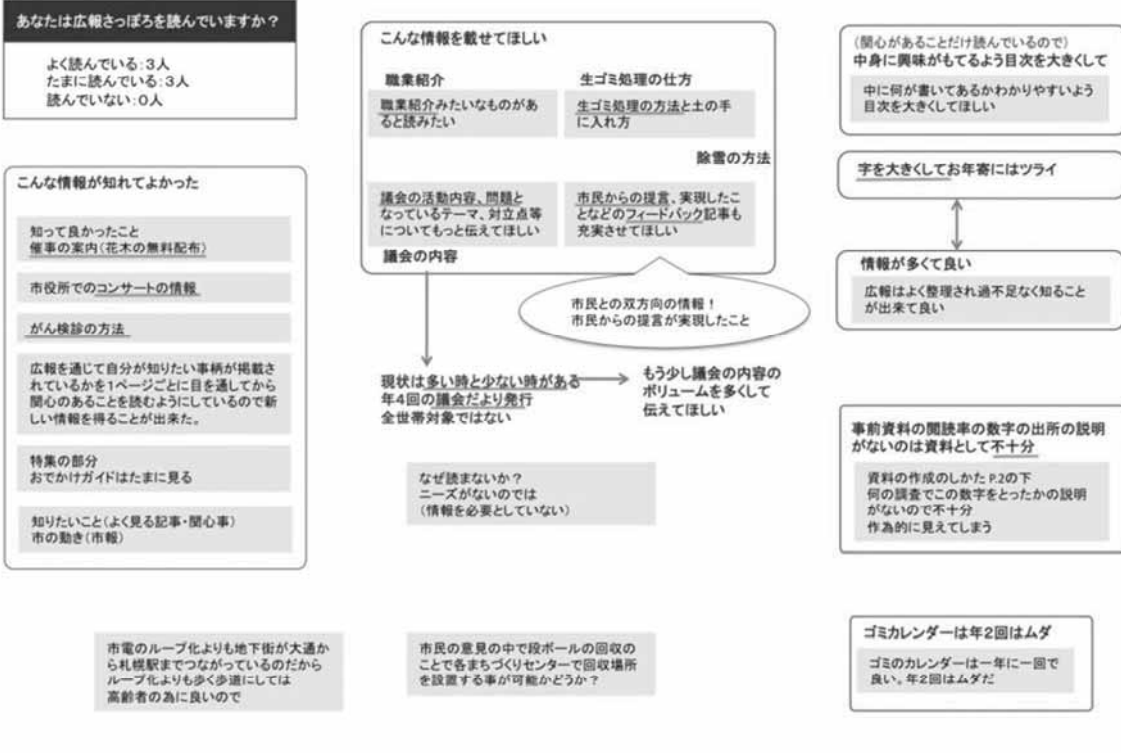
まず、みんながdボタンを押すようになる事から...



グループ2(前半)

テーマ 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について

～(前半) 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方についての課題～



グループ2(前半)

テーマ 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方について

～(前半) 市民ニーズや時代の変化に対応した市民への広報のあり方についての課題～

