

これまでの取組と今後の方向性について

1 事業名称

「こどもまんなか地域づくり」推進及びプロモーション業務委託

2 事業の経緯

本事業は、「子育て世代への松戸市プロモーション推進業務委託」として、子育て世代の流入及び定住促進を目的としたプロモーションを平成 28 年度から実施している。

近年の状況としては、本市の子育て支援及び子育て環境の特徴を市内外の子育て世帯へ知ってもらうためパンフレットを作成し、市内のカフェや商業施設、近隣市の大型書店で配布をしている。また、市内住民に向けて本市の取組についての理解推進や利用促進、満足度向上を図るために子育て支援施設・事業の紹介動画を制作し、庁内の電子モニターや YouTube、SNS 広告で周知を図っている。

イベントにおいては、「こどもまんなか社会」の趣旨を踏まえ、「自分らしさ」や「思い」を表現するためのコンテンツやステージイベントを実施してきたところである。

3 パンフレットについて

パンフレット「こどものいる暮らし¹」は本市の子育て支援及び子育て環境の魅力を市内外の子育て世帯へ知ってもらうために制作したものである。市内在住の子育て家庭へのインタビューやおしゃれなお店の紹介等を掲載することで、本市の子育て環境がイメージしやすいものとなっている。パンフレットの制作から 3 年経過しているため、本市の子育て支援施策を最新の情報に更新し、新たな子育て家庭へのインタビューを掲載すること。

4 イベントの方向性

本事業の事業目的にも記載したとおり、「こどもまんなか社会」の実現のためには、こども・若者の社会参画と意見反映を進めていくことが求められており、こどもや若者にとって、自らの意見が十分に聴かれ、自らによって社会に何らかの影響を与える、変化をもたらす経験は、自己肯定感や自己有用感、社会の一員としての主体性を高めることにつながるものである。

しかしながら、こども家庭庁のアンケートにおいて、子ども自身が「自分の意見や気持ちを聞いてもらえる」と感じている割合は小中学生で 50%程度であり、より一層安心して意見を述べることができる機会をつくっていかなければならない。本事業の取り組みが地域社会全体に広まることで、家庭や学校などにおいても、こどもや若者

の意見を聴く取り組みが進み、その意義や重要性について社会全体に浸透することが期待される。

以上のことから、子どもたちがアイデアを出し合いながら子どもたちの成長につながるようなイベントについて実施例を参考に企画すること。

実施例

例1) こどものまち

ドイツのミュンヘン市で行われる「ミニミュンヘン」がモデルの「大人口出し禁止」のまちづくりイベントである。子どもたちが「どんなまちにしたいのか」「どんな仕事が必要なのか」を考え、まちのルールや必要なお店のアイデアを出し合い、実際のまちとして具現化し、社会の仕組みを学ぶもの。

例2) こども商店街

子どもたちが自分で考えたお店で働くことの楽しさ難しさを体験する。「どんなものを売ったら繁盛するか」「どんなサービスをするか」を考え、起業や就職体験を通じて、お金の大切さや経済の仕組みを学ぶもの。

¹ 「こどものいる暮らし」については、本市ホームページに掲載

<https://www.city.matsudo.chiba.jp/kosodate/matsudodekosodate/pr/kosodatePR.files/kodomonoirukurashi.pdf>