

## 令和元年度(2019年度) 事業報告

2019 年は認定 NPO 法人取得に向けての準備を本格的に始めた年でした。

認定 NPO 法人取得要件である 3000 円以上の寄付を 100 人以上から毎年度集める、というミッションがあったことで自分たちの活動で寄付をいただくに値すると感じてもらえるだけの情報を伝えられているか、対外的に見てどう映っているのか等を感じる大きなきっかけになったと思います。

自分が関わる目の前の事業だけでなく、わははネットの活動のコンセプト、目的、一つ一つの事業等を理解しないとうまく伝えられない、ということで改めて自分たちの活動を見つめなおす機会にもなったように思います。

また 2019 年は創業事業である子育て情報誌「おやこ DE わはは」が創刊 20 年を無事迎えられました。様々なデータがありますが、企業が創業して 20 年継続する率は 15%以下とも言われています。その中で活動をここまで継続できたのは想いを共に活動した仲間たちの存在、応援してくれた人たちの存在、そして常に必要な活動(支援)の種を教えてくれる子育て家庭の存在があったからだ感謝しています。

部門	チーム		目標数 (人)	達成数 (人)	達成率 (%)	ページ
総務部		寄付	130	178	137	6
		木育キャラバン	1,700	1,300	76	
子育て 環境改 善部	企画制作チーム	ママ∞フェスタ	8,200	8,200	100	8
		情報誌	25,000	25,000	100	
		LINE@、WEB 閲覧	7,000	7,000	101	
		防災フェスティバル	1,000	1,800	180	
		美容-eki	330	74	21	
	事業推進チーム	らっこ	8,000	54,071	675	10
		ふれあい事業	530	454	85	
		たまご育て事業	800	825	103	
		丸亀 WLB	50	50	100	
		支援員研修	700	480	68	
	働く女性活躍推進事業	80	104	130		
	育休プログラム	50	52	104		
子育 て 支 援 部	坂出ひろば		5,900	5,423	92	12
	高松ひろば		7,600	6,340	83	14
	香西ひろば		6,800	6,326	93	16
	まるっ子ひろば	館運営	14,000	15,309	109	18
		地域子育て支援拠点	10,000	10,606	106	20
		一時預かり事業	450	406	90	22
利用者支援事業		1,200	1,210	100	24	
地域子育て支援コ ーディネーター	利用者支援事業	4,900	5,952	121	26	
合計			103,220	151,160	146%	

## 令和元年度(2019年度)事業報告

### ➤ 総務部

- 1.認定 NPO 取得のための寄付の仕組みの確立
- 2.目的別に会議を設定し、計画的な事業推進
- 3.目標管理制度の運用開始
- 4.研修計画の立案・実施
- 5.わははネットの活動の外部への発信

### ➤ 子育て環境改善部

#### ◆企画制作チーム

- 1.子育て情報誌「おやこDEわはは」(vol.84～vol.89)
- 2.LINE@の有効活用
- 3.ホームページ・バナー、SNS 等有効活用、メディア(ラジオ、高松ケーブル)
- 4.ママ∞フェスタ 2019
- 5.ファミリー防災フェスティバル
- 6.香川県 縁結び・子育て美容-eki

#### ◆事業推進チーム

1. 高松市 高松市子育て支援総合情報発信事業
2. 高松市 乳幼児とのふれあい事業
3. 香川県 「イクケン香川」たまご育て事業
4. 丸亀市 丸亀市ワーク・ライフ・バランス推進のための企業コンサルティング業務
5. 香川県 子育て支援人材養成事業
6. 香川県 働く女性活躍応援事業
7. 香川銀行 育休プログラム(育休中ママ向け研修・交流会)

### ➤ 子育て支援部

- わはは・ひろば坂出
- わはは・ひろば高松
- わはは・ひろば香西
- 指定管理事業「まるっ子ひろば」(さかいで子育て支援センター)
  - ・自主事業
  - ・「まるっ子ひろば」子育てひろば
  - ・「まるっ子ひろば」一時預かり事業
  - ・「まるっ子ひろば」坂出コーディネーター事業
- 地域子育て支援コーディネーター事業

# 総務部

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
総務部	※ 円	2 人	寄付者 130 人 860,000 円	178 人 958,062 円	137% 111.4%	4

### 【年度の行動目標】

主	組織としての体制づくり	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	① 認定 NPO 取得のための、寄付の仕組みの確立	目標以上の寄付者の獲得。内部メンバーについても、わははネットの活動の目的を見直す機会となった。	5 <span style="border: 1px solid black;">4</span> 3 2 1
	② 目的別に会議を設定し、計画的な事業推進	特に子育て環境改善部内においては、週 1 回のチーム別会議を設定することで、情報・課題の共有が以前より進んだと思う。	5 <span style="border: 1px solid black;">4</span> 3 2 1
	③ 目標管理制度の運用開始	個人の目標を立てて、半期ごとにチームリーダーと振り返りをするということを、体感できた。	5 4 <span style="border: 1px solid black;">3</span> 2 1
	④ 研修計画の立案・実施	子育て支援部については、引き続き定期的な研修が実施されている。子育て環境改善部については、外部の研修への参加を進める程度にとどまっている。	5 4 3 <span style="border: 1px solid black;">2</span> 1
	⑤ わははネットの活動の外部への発信	メールニュース、ニュースレターの発行等の仕組みが確立できた。「サロン DE わはは」の取り組みにより、さらに異業種の方とつながったり、様々な活動を知ったり、広めたりする機会を持てた。	5 <span style="border: 1px solid black;">4</span> 3 2 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・寄付の獲得については、初年度として十分な成果をあげられたと思う。
- ・会議の設定により、下位の会議は機能してきており、計画的に事業を進める基盤ができつつあるものと感じている。ただ、理事会、リーダー会議等の全体の戦略・計画を策定していく部分が十分に機能できていない。
- ・わははネット家族参加企画は、企画メンバーを募り、アイデアあふれる楽しい企画の実施ができた。年 2 回の開催で、のべ84人の参加となり、100人の目標値に少し及ばなかったものの、家族の顔が見えるいい機会となった。
- ・これまで年度末まで見通しのたたなかった予算執行状況を月次で確認できるように整理。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・寄付という形で、たくさんの方に活動の共感をいただき、協賛いただくためには、『発信していく』ことが不可欠であると感じている。次年度はメンバーが、自信をもって活動を語れるツールを総務部としては検討、作成していく必要があると考える。(HP、リーフレット等、事業戦略、各事業の位置づけを見える化)
- ・理事会、リーダー会議といった上位会議について、時期と、開催の目的をはっきりした上で、計画的に開催し、機能できるようにしたい。
- ・目標管理制度を継続しながら、より日々の行動に繋がっていくように活用を進める。

# 子育て環境改善部 企画制作チーム

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
企画制作	26,170,054 円	3 人	41,530 人	44,002 人	105.9%	4

(内訳:ママ∞フェスタ 400 万円、情報誌 1600 万円、line@、バナー 30 万円防災フェス 82 万円、美容-eki 500 万円)

### 【年度の行動目標】

主	事業を通してわははネットの認知度アップ	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	情報発信 子育て情報誌『おやこ DE わはは』(Vol.84~Vol.89)	平均して毎号営業達席目標の250万円をクリアすることができた。ターゲットに合わせた特集内容、営業が行えた。	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
	LINE@の有効活用	友達登録 1,000 目標達成。情報を発信するだけでなくLINE ユーザーから情報収集したり、モデル募集を行ったり双方向での活用ができた。	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
	ホームページ・バナー、SNS 等有効的活用、メディア(ラジオ、高松ケーブル)	情報誌に掲載しきれなかったクライアントの情報をホームページやフェイスブックで発信するなど紙媒体とSNS をリンクさせることができた。LINE@にホームページをリンクさせることでアクセス数を増やすこともできた。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
イベント	ママ∞フェスタ 2019	来場者 8000 名を超えるイベントが開催できた。企業ブース出展も新規を7社獲得できた。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	ファミリー防災フェスティバル	新規事業として、子育て目線からの防災イベントを行った。情報誌やママフェスと関係のない全く新しい企業との関係性も築くことができた。	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
委託	縁結び・子育て美容-eki	講習以降、疎遠になっていた店舗にも連絡を取り現状など聞き取りを行うことができた。	5 4 3 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">2</span> 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・広告営業では上期は早め早めの営業を行うことができた。下期は人員の変化もあり計画的な営業を行うことができなかった。年契約クライアントの継続がとれなかったり新規クライアントの継続しての出稿が取れなかったりと課題を解決していく必要があると感じている。
- ・イベントでは目標売上をクリアすることができなかった。防災イベントに関してはわははネットとして「子育て家庭の防災」に取り組み、世間に発信することができた。
- ・委託事業の新規店舗へのアプローチが十分ではなかった。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・情報誌のリニューアルに伴い、特集、記事制作含めメンバーがそれぞれの役割をしっかりと把握し自信を持って取り組めるようにしたい。そのためにメンバー誰もがわかるマニュアルを完成させる必要があると考える。
- ・SNS 発信の在り方を見直し、今子育てしている人たちが必要としている情報の収集を行い、届けたい人たちに情報が届くような発信の仕方を考えていきたい。
- ・制作会議、営業会議といったようにコンテンツ会議を定期的かつ戦略的に開催できるように計画をしたい。
- ・委託事業は「どこに」に加え「誰に」アプローチすることが効果的なのかを考えるようにしていく。

# 子育て環境改善部 事業推進チーム

## 《令和元年度 事業報告》

※別添資料参照

# 子育て支援部(わはは・ひろば坂出)

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
わはは・ひろば坂出	8,152,000 円	4 人	5,900 人	5,423 人 (5,366+57)	92%	3

### 【年度の行動目標】

主	子どももたのしめるひろばへ (様々な人と関わる・経験ができる・子ども同士遊べる・自分が尊重される・大人も楽しい)	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	⑥ 利用者ニーズに沿った情報提供	サークル情報交換会の実施。イベント情報掲示、公園情報交換など日常的に行ったことで、利用者同士ひろば外でもつながっていった。	5 4 <span style="border: 1px solid black;">3</span> 2 1
	⑦ 0, 1 歳の子どもの大人も楽しめるイベントづくり	利用者の意見を取り入れていく中で、利用者主体のイベントが増加した。	<span style="border: 1px solid black;">5</span> 4 3 2 1
	⑧ スタッフのチームワークづくりを進める。	ミーティング回数を増やしたり、スタッフでテキストを読み合わせる機会を設けたことで、連携につながった。	5 4 <span style="border: 1px solid black;">3</span> 2 1
	⑨ 地域資源を活用し、地域と子どもとのつながりを作る。	お散歩など地域へ出向く機会と、ひろばに来ていただく機会もち交流の機会を作っていた。クリスマス会には地域の方々より協力も得られた。	5 <span style="border: 1px solid black;">4</span> 3 2 1
	⑩ ひろばの広報	インスタの開始、健診チラシの見直し、窓のポップ作製を行った。	5 4 3 <span style="border: 1px solid black;">2</span> 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・利用者数は目標値に届かなかったが、新規利用者数、0歳登録者数は目標達成できた。(目標0歳新規55組/令和元年度59組)
- ・雨の時期、暑い時期の利用が少なく、近隣駐車場から離れていることも要因の1つに考えられる。
- ・土曜ひろばの月2回実施は、保育所入園後も対象年齢児は利用できるため、職場復帰後の利用者さんにも必要な場であると感じた。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・新規利用者数は目標の80組を超え86組だったが、利用者数が伸び悩んでいることから、継続利用が少ないことが考えられる。近隣駐車料金の値上がりに伴い、利用者よりひろばに来たいけれど負担が大きいとの声も聞くため、駐車料金を安くするための活動をしたい。
- ・インスタを始めたが、インスタきっかけでの利用につながっていない。広くインスタでのインスタでひろばについて周知し、利用につながるようにする。

### ※(別添資料2) 坂出ひろば報告データ

# 子育て支援部(わはは・ひろば高松)

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
子育て支援部 わはは・ひろば高松	8,152,000 円	4人	7,600人	6,340人	83%	3

### 【年度の行動目標】

主	妊娠期から利用してもらえるひろばづくり	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	①赤ちゃんのいる生活がイメージできる	ひろば見学会の実施。転勤して来たばかりのプレママ3組が参加。先輩ママとの情報交換をした。	5 4 3 2 1
	②妊婦など多様な人が過ごしや環境設定を行う	妊婦をとりまく家族がひろばを利用してもらえるように、SNSで広報をし、ソファを置くなど環境を整えた。その結果パパの利用が前年の1.4倍になった。	5 4 3 2 1
	③妊娠中から産後の生活に向けての準備や子育ての仲間づくりが出来る会の開催	プレママの会に助産師に来てもらい、マタニティ・ヨガや個別相談を実施。妊娠中の不安などを話せる機会を作った。結果プレママの登録組数12組(目標10組)。アンケート(郵送にて回答6組/12)満足度100% これからもひろばを利用したい100%	5 4 3 2 1
	④地域に妊娠期から利用できる場所という認知度をあげる	転勤後にて産院が決まっていない利用者へ、通信配布箇所である産婦人科を紹介した。その後、転勤してきたばかりのプレママにひろばを紹介してくれるなど連携がとれた。	5 4 3 2 1
	⑤通信配布箇所の見直し、設置場所の新規開拓	新たに産婦人科、店舗、授乳室に通信を設置し、チラシの掲示を行った。高松市のパパママ教室にてコーディネーターとチラシの配布。プレママ新規登録4組につながった。	5 4 3 2 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・利用人数は目標数字に届かなかったものの、イベント内容をターゲットに絞って行う事で予約が直ぐに埋まるなど前年度と比較しても参加率が上がり、対象者が参加することができた。
- ・登録者に多いアラフォー世代の方が集まれる会を開催し、年代に応じた内容(自分の体調・家庭の事・子育ての困り事)などが話し合えた。また、座談会の内容を年間で計画し、転勤してきたばかりの利用者が時期にあったものを知ることができ早期に予約が埋まった。
- ・日々の振り返りをコーディネーターと行いスタッフ全員が支援内容を共有できた。また必要に応じて子育て座談会に声掛けをするなど漏れなく支援することができた。

### 【事業チームとしての次期への課題】

登録数は目標達成したもののプレママの継続的な利用には繋がらなかった。ニーズ確認を行い妊娠期からひろばを利用している方と、そうでない方の産後の心境の変化を比較しニーズに基づいた内容とする。

### ※(別添資料3) 高松ひろば報告データ

# 子育て支援部(わはは・ひろば香西)

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
わはは・ひろば香西	8,152,000 円	4 人	6800 人	6326 人	92%	3

### 【年度の行動目標】

主	ひろばが「私の居場所」となる ～利用者が主役になるひろばづくり～	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	①利用者のニーズに合わせた地域情報の収集、提供	イベント等で話題となった情報はその場で ipad にて共有することで、利用者からの地域情報が増加し併せて情報交換も多くなった。	5 4 3 2 1
	②チームワークの構築	MTや 3Sを利用し、チームで話し合う機会を多く持ち、業務や課題を共有することができた。	5 4 3 2 1
	③利用者が主体的に楽しみ交流できるイベント	ハンドメイドや、リトミック、スイーツの会など利用者の声をもとに、企画したイベントを利用者の力を借りて運営することで、利用者同士の交流や達成感が感じられる機会が作れた。	5 4 3 2 1
	④地域にひろばの認知を広げる	インスタグラムを主な広報媒体としてアップ記事を工夫したことでSNSなどインターネットでの利用のきっかけが上位となった。	5 4 3 2 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・前年度の 2 月末までの利用人数はほぼ同じであったが新規登録世帯数は 2 月末まで微増していた。このことから、認知度や新規で足を運んでもらう機会は増加している。しかし、全体的にはコアなりピーターが多く新規利用者が来所しやすい場所になっているかが課題となった。
- ・新規利用者獲得の為に、今年度は 4 ヶ月相談用通信の見直し、通信配布場所の追加を行い、ひろばの認知を広げる活動をしたが、利用きっかけが SNS に変化してきていることや、0 歳児の新規利用が 5 か月未満で 46%という結果より 0 歳児の約半数は 4 か月児相談以前にひろばを利用していることが分かる。新規利用には子育て世代のニーズに合わせた情報発信の仕方を考えなければいけない。
- ・子どもだけでなく保護者に向けたイベントの開催をすることで、月齢の小さい子どもでもひろばに来るきっかけとなった。ひろばの利用目的についてもアンケート結果より、保護者自身を利用目的としている利用者が 28%(H30 年度 26%)と微増ではあるが増えており、保護者同士の交流を増やすことで、ひろば内では共に子どもの成長を喜んでいる姿がみられ、ひろばの外でも利用者同士でつながりをみせていた。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・新規の利用者、既存の利用者共に地域としてつながる為のひろばづくり、支援内容を含めて考える。
- ・SNS 活用世代に向けての情報発信を今後も続けて取りくみたい。

### ※(別添資料 4) 香西ひろば報告データ

# 子育て支援部(さかいで子育て支援センター「まるっ子ひろば」)

## まるっ子事務

### 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
まるっ子事務	5,742,000 円 200,000 円 (フェスティバル)	1人	延べ 14,000 人	15,309 人	109%	3

#### 【年度の行動目標】

主	利用者の視点にたった運営と地域連携の強化	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	①安心・安全の確保	近隣4つの自治会合同の防災訓練に参加したり、避難訓練や地震・火災時の避難マニュアルを作成して館内各所に設置するなど、防災に力を入れた。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	②利用者の視点にたった運営	新規登録及び更新手続きを改善し、利用者の負担が少なくスムーズに行えるようにした。また、産直販売を週2回実施したり、1F 交流スペースを開放して日祝も屋内で過ごせるようにしたこと、滞在時間の増加や夏季冬季の利用者増加に繋がった。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	③連携機能の強化	第4回子育てフェスティバルにおいては、毎年参加者が増加しており盛況に開催できた。また今回は、協力団体の皆さんと開催後のふりかえりが実施できたので、今後の開催に活かせる意見が伺えた。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	④民間ならではの柔軟で機動性のある運営	広報面では HP、FB に加えインスタでも情報発信を始めた。加えて通信やポスターなどの紙媒体も作成。通信の設置に関しては、はめ込み式の掲示用パネルを作り(ひろばの写真やイベント紹介コメント入り)近隣施設5カ所に設置した。幅ひろい世代の目に触れ認知度がUPしたと思う。 また、近隣にスタッフ用駐車場を借り、利用者の利用できる台数を増やし混雑状況を改善できた。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1

#### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・年間の延べ利用者数の目標を達成できた。
- ・年2回のリサイクルデーに関しては、事業としての目標設定や収入の活用計画が必要であり、イベントとしてももっと地域の人や必要とする人に来てもらえる内容のPRが必要だと思う。
- ・多数のメディアに掲載された。(新聞:10回、雑誌:1回、TV2回、市報12回)

#### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・屋外ひろばをもっと活用するアイデアが必要。(例:外あそびの講師を招いてイベント開催、遊具の購入など)
- ・屋外&1F 交流スペースの周知の仕方を工夫して、利用目標人数の設定と達成につなげる。

# 子育て支援部(さかいで子育て支援センター「まるっ子ひろば」)

## まるっ子ひろば

### 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
子育て支援部 まるっ子ひろば	7,453,000 円	5人	延べ 10,000 人 祖父母 100 人	延べ 10,606 人 祖父母 143 人	106% 143%	4

#### 【年度の行動目標】

主	3世代が楽しめるひろばづくり	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	①利用者のニーズに沿った情報を集め提供する	掲示板に見出しを付けて育児情報を掲示。掲示物認知度平均 44%が得られた。Instagram を開設し写真や動画を通してひろばの様子を広く知らせた。(投稿 280 件、フォロー283)ひろばの図書の貸し出しを開始。(利用延べ 90 組 213 冊)。	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
	②祖父母も一緒に楽しめるイベントを企画する	3 世代交流イベント「まるっこファミリーデー」を企画し、日曜開館実施。祖父母等参加数目標の 65%。様々な活動を親子で楽しむ機会になり、平均 50 人/回の参加を得られた。祖父母等来館 143%達成	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
	③信頼関係構築のため一人一人の利用者と向き合いゆったりと話しを聞く	ミーティングではコーディネーターとの連携し、ふじみ園研修を活用しながら支援を行った。利用者とのかかわりの中から新規イベント「スイーツの会」を企画。実行委員会形式で開催することで利用者間の交流の広がりにつながった。	5 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">4</span> 3 2 1
	④地域の方との交流を継続しながら、利用と地域をつないでいく。	松寿荘交流、菜園活動な体験活動を年間を通しての交流。併せて地域の方と豚汁パーティーでは、一緒に作って食べる活動にてより交流が深まった。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1

#### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・総合的には、延べ利用者数が 1 万人を超え、地域の支援センターとしての役割を果たしていると感じられた。相談、一時、屋外ひろばとの連携も深まりより多様な家族との関わりも深まった。市内支援者との連携イベントの開催も含め、ネットワークも広がった。
- ・既存イベントも含め随時ニーズを聞きながら企画、準備を利用者を中心に実施。その結果、利用者からの企画提案やイベント進行、メンバー募集を自主的に行う等活動の場の提供となった。
- ・3 世代での利用促進を図るためにイベント実施や広報を行ったが、思うように祖父母世代の利用につながらなかった。対象者に情報を届けるためにもっと地域に出向き、出会う機会を作るべきだったと感じた。
- ・コーディネーターとの振り返りにてケース共有、発達専門の先生の勉強会を通して、子どもの発達を学ぶ機会を得て、個々の利用者に合わせて具体的な支援につなげることができた。

#### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・祖父母世代のひろばの認知が十分広がっていないことを受け止め、積極的に地域に周知していく必要がある。
- ・多様な家族支援を行うための館内の報連相の強化の必要性。

#### ※(別添資料 5) まろっ子ひろば報告データ

# 子育て支援部(さかいで子育て支援センター「まるっ子ひろば」)

## 一時預かり

### 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
まるっ子ひろば 一時預かり	1,870,000 円	2人	新規 50 組 延べ 450 人	新規 60 組 延べ 406 人	120% 90.2%	4

#### 【年度の行動目標】

主	新規利用者を増やす	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重	①HP で保育の様子を伝える	Instagram に up したことで、一時預かりについて知ってもらうことができた	5 4 3 <span style="border: 1px solid black;">2</span> 1
点	②まるっ子 HP 内に予約状況のカ	毎日、予約状況の確認をしてくれている利用者が増え、	<span style="border: 1px solid black;">5</span> 4 3 2 1
項	テゴリーを作成する	空きが出たらすぐに予約してくれるようになった	
目			

#### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・利用人数は延べ数 406 人だが、枠数だと 592 人で 131.6%の達成。リピーターも多く、継続利用となっている。
- ・今まで多かった拠点の利用者ではなく、新規で一時預かりのみの利用者が増加。理由として市内の待機児童が増える年度途中の利用が増加。そのため、予約開始1日で予約が埋まる状況が下半期続いた。その中、今まで多かった拠点利用後の利用ではなく、新規で一時預かりのみの利用者が増えた。そのため、子どもの様子は保育者が、家庭の聞き取りはコーディネーターが行うようにした。
- ・市役所からの紹介や家族の変化で保育所入所が急に必要になった、保護者の体調、メンタルヘルスに課題がある利用者が増加。一時預かりの中で子どもの発達、家族支援、他機関との連携を行いながらの支援が増加。拠点、利用者支援、事務スタッフでの情報共有が重要となっている。
- ・保護者のレスパイトや通院、リフレッシュ等、急な対応ができず虐待予防の観点としての一時預かり機能が難しくなっている。
- ・まるっ子 HP 内に予約状況を作成したことで、利用者から「電話をせずに確認できるのは凄く助かる」との声を頂くことができた。
- ・1 歳 6 か月健診の通信に一時預かりのチラシを挟み込んだことで、スタッフや詳細を知ってもらうことができた。
- ・重点項目である HP で保育の様子を伝えることはできていない。しかし、一時預かりについて調べる際には、HP より、まるっ子 HP や Instagram の利用が多いと考えられるため、ニーズに応じ Instagram を重点的に行う事に方向性を変えた。
- ・一時預かりと併用し拠点利用につなげ、長期で家族支援を行った。

#### 【事業チームとしての次期への課題】

新規利用者を増やすために、コーディネーターとの連携、Instagram などの SNS を使用し、より必要な人に情報が届くようにする。

さらに、子ども一人一人を大切に、保護者の子どもへのかかわりや家庭での様子も視野に入れ、コーディネーターやひろばスタッフと連携し保育を行う。

# 子育て支援部(さかいで子育て支援センター「まるっ子ひろば」 坂出子育て支援コーディネーター事業

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019 年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
坂出コーディネ	6,732,000 円	2 人	1200 人	1210 人	100.8%	3

### 【年度の行動目標】

主	①事業の認知を広める ②地域に出向き相談を受ける	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重 点 項 目	①新規訪問先(大橋記念図書館)を含む定期訪問(わははひろば坂出・子育てサークル)を続ける	上記訪問にて関わった人数はのべ 445 人で、2019 年度に関わった人の 39%であった。また様々な訪問先や情報提供日に利用者とは何度も顔を合わせることで相談しやすい関係づくりにつながった。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	②まるっ子ひろばHPにダブルケアに特化したページを作る	8 月より同内容をわははネットHP内ひろばブログに計 13 記事掲載。こちらに関しては、9 月～11 月分の検索クエリの分析によると月を追うごとに表示回数が増えている。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1
	③情報提供日に利用者アンケートを実施し、利用者のニーズをひろ	得られた回答のほとんどがすでに取り組んでいるものばかりだったがほしいと思った情報を欲しいタイミングで提供できていなかった。実際に「園等に通わせている方との座談」の希望に関してはひろばスタッフにつなぎ役を依頼し、適宜実施した。	5 4 3 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">2</span> 1
	④認知度の現状を知る	新規登録数 430 組のうち「知っている」は 34%にとどまったが、利用者へ実施したアンケートによると認知度は 89%にまで上がった。	5 4 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">3</span> 2 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・毎月 1 回以上の情報提供日の実施や新規訪問先の増加、SNS などの活用により、利用者への認知度が高まったと思われる。
- ・一時預かりに伴う相談(ひろば利用なし)が増え、それに伴い、関係機関と連携して支援を行うことが増えた。複雑なケースが増えたこともあり、障害者支援施設 香川県ふじみ園の臨床心理士・作業療法士の SV を月 1 回実施し、スタッフのスキルアップを図った。実施方法などには課題あり。
- ・情報提供部門では週 1 回インスタグラムに坂出市内やその他、子育て世代に有益な情報を発信し、フォローアップにつながった。
- ・「家計講座」「パパ座談会」「こころの相談室」など外部と協力して新規イベントを立ち上げた。ターゲットを絞ったイベントにしたことで、参加してほしい人に情報を届けることができた。開催日時の設定などの課題は残る。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・ふじみ園 SV の運用について、スキルアップにつながったという意見がある一方、内容を検討する時間がなかった、担当制になった等の意見があった。利用者支援、拠点スタッフ含めて当事者意識をもって取り組めるように仕組み作りを進める。
- ・今年度スタートした新規事業をより認知度を深めていくため、有効的な情報発信について学ぶ機会を設ける。

### ※(別添資料 6) 坂出子育て支援コーディネーター事業 報告データ

# 子育て支援部(地域子育て支援コーディネーター事業)

## 《令和元年度 事業報告》

わははネット チーム別事業のふりかえり(報告書式Ⅱ)

2019年度

チーム名	事業費	スタッフ数	利用者数・目標	実績	達成率	ふりかえり(評価)
子育て支援部(地域子育て支援コーディネーター事業)	7,389,000円	2人	4,900人	5,952人	121.4%	4

### 【年度の行動目標】

主	子どもの育ちを見据えた支援 ～予防～	実行して成果があがったこと(特筆事項)	項目別評価
重点項目	①情報提供	月に1度SNSでひとり親対象の情報発信実施。配信後に定期的に新規の登録者、新規のイベント参加者の増加がみられた。	5 4 <span style="border: 1px solid black;">3</span> 2 1
	②個別支援・家族支援	定期的にケースプランの見直しを実施したことで、子ども・保護者の変化をとらえ、予防を前提とした支援内容に応じた機関連携、併せて本人を繋げることができ予防につながった。	5 <span style="border: 1px solid black;">4</span> 3 2 1
	③保護者が子どもの発達、関わりを知る	拠点での発達座談会では専門家より、先の子どもの成長にどのように関わるか、生活を軸に話をしてもらう事で自分の子どもの成長をイメージでき、関わり方の変化に繋がった。	5 4 3 <span style="border: 1px solid black;">2</span> 1
	④周囲の理解を得る	まるごと福祉会議を通し、今まで関係を持つことが少なかった高齢者・障がい分野の方へ、子育て家庭の現状を知ってもらう機会が持て、その後連携に繋がった。	5 4 <span style="border: 1px solid black;">3</span> 2 1

### 【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・相談件数が前年度と比べ微減。理由としては配置職員の減少と考えられる。しかし、継続相談支援は増加。内容が複雑化している。今年度、連携のあった関係機関33カ所。その内新規が12カ所となり他機関との支援が増えている。
- ・複数のネットワーク会議も年数を重ねていることから関係機関に認知が広がり、他機関から繋がってくる相談者が増えた。
- ・ひとり親支援に関して、シングル座談会では参加者の7割がリピーターであることから、気持ちが楽になり、安心して話せる場としての認識を持ってもらった成果と考えられる。反省点としては、子どもと一緒に参加している方が多く、座談会に参加したことにより子どもに変化があったか、居心地の良い場所であったかなど、子どもの声を聴く場としての活用が出来なかった。

### 【事業チームとしての次期への課題】

- ・イベント(ダブルケア・ひとり親)の認知度が低い。当事者の力をどのように活かしていくか。当事者同士の繋がりやその中から見えてくるニーズをリアルタイムで収集し支援につなげる。
- ・相談内容に伴う職員のスキルアップ、人材育成。

### ※(別添資料7) 地域子育て支援コーディネーター事業 報告データ