

➤ 総務部

➤ 子育て環境改善部

◆企画制作チーム

◆事業推進チーム

➤ 子育て支援部

◆高松エリア

・わはは・ひろば高松

└地域子育て支援拠点事業

└利用者支援事業

・わはは・ひろば香西

└地域子育て支援拠点事業

◆坂出エリア

・わはは・ひろば坂出

└地域子育て支援拠点事業

・さかいで子育て支援センターまるっ子ひろば

└施設運営

└地域子育て支援拠点事業

└一時預かり事業

└利用者支援事業

総務部 令和2年度 事業報告

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	寄附 200人 1,000,000円	寄附 83人 993,544円	41.5% 99.3%	5 4 3 2 1

【年度の行動目標】

主	目標達成に最大限に機能する組織づくり	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 認証の取得	認定に必要な寄附者を予定数獲得し、無事に10月6日に、認定NPOの認証を受けることができた。同時に組織としての基盤を整え信頼性の外部認証としての、JCNE『グッドガバナンス認証』の取得にチャレンジ。2021年6月以降に認証取得予定。	5 4 3 2 1
	② 理事会・リーダー会義の計画的実施	外部理事を含めての新理事体制での理事会を9月に開催。リーダー会議は、内容を試行錯誤しつつ、4月、7月、10月、1月の4回開催。	5 4 3 2 1
	③ 組織内共有ツールの整理	メーリングリストの活用状況を整理して、不要なMLを廃止。わははネット全体、わははネットスタッフ、わははネットリーダーのLINEグループを作成。	5 4 3 2 1
	④ 社内ルールブックの策定	労務管理や勤怠管理等を進める中で、日々生じる困りごとをルールブックに改訂しながら対応。	5 4 3 2 1
	⑤ その他	コロナ禍の影響を資金的に補うために、国の持続化給付金を含め7件の補助金を申請し合計4,507,297円獲得。	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)】

認定NPO法人の認証を受けた後は、今まで以上に寄附の獲得に向けて動くことを予定していたが、コロナ禍ということで、補助金・助成金の取得を優先させて進めた。一方、寄附をしたいと思える団体を目指し、グッドガバナンス認証の取得を目指したことは大きなチャレンジとなった。3月期の認証は見送りとなったが、次回の6月のタイミングでの認証を目指している。

ニュースレター、メールニュース発行のタイミング、役割、届ける先を整理しながら、ニュースレター(140人)2か月に1回、メールニュース(380人)を月1回定期発行ができた。

組織がある程度の規模になってきたことにより、ルールブックを作ったり、マニュアル化したりしながら、組織ルールの統一を図ろうとしているが、現場まで情報が届いていなかったり、不十分さを感じている。

【事業チームとしての次期への課題】

おもちゃ美術館事業部の創設に向けて、労務管理、組織内ルールを整理・見える化しながらスムーズなスタートを目指す。クラウドファンディングや寄附等で応援いただいた方たちや、事業を通して関わる人たちに、必要に応じた情報提供や関わる機会の提供等、つながりを感じられる機会を継続的にもっていきたいと思う。

子育て環境改善部 企画制作チーム 令和2年度 事業報告

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	11,915,020 円	2 人	45,450 人	37,564 人	82.6%	5 4 3 2 1

(内訳:情報誌 10,977,120 万円、line@、バナー 232,000 円、ママフェス・防災 0 円、美容-eki 705,000 円)

【年度の行動目標】

主	目標達成のための安定したチーム作り	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	情報発信 子育て情報誌『おやこ DE わはは』(Vol.90~Vol.94)5 回発行	・ライティング料を削減し経費削減を実行することができた。 ・子育て家庭に直接届けられるよう私立の幼保を中心に声かけ。全戸配布、一部配布協力を多くの園にしてもらえるようになった。7月号休刊。	5 4 3 2 1
	オンライン事業	広告収入につながるプランを計画したものの、クライアントへの告知が十分でなかった。HP では情報誌と連携した発信ができただけでなくひろばページなどユーザーが閲覧しやすくなることができた。LINE 登録者 2,000 名が達成することができなかった。	5 4 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)	それぞれの SNS の特性をスタッフ間で共有することで、わははネットに合うツールを探ることができた。Facebook、インスタグラム、YouTube など情報収集ツールの主流となっている SNS のアカウントを取得し、情報を発信することができた。	5 4 3 2 1
イベント	ママ∞フェスタ 2020	コロナの感染拡大防止のためイベント開催を中止した。中止決定のタイミングで出展企業には電話か訪問のをして関係が途絶えないよう努めた。	5 4 3 2 1
	防災について	家庭防災について考える機会を作るため、情報誌内でのシリーズを継続。読者アンケートなどから大変好評をいただいている。 情報誌以外でも情報発信できるよう、インスタグラム、ブログなどでも発信をできた。	5 4 3 2 1
委託	縁結び・子育て美容-eki ¥2,500,000	この年力を入れるよう指示をされていたサポーターの認定店舗を増やすことができた。	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)】

- ・情報誌の営業達成はできた。しかし、年間契約満了に伴い継続が終了した企業もあったのは今後の課題。
- ・イベント出店予定だった企業に訪問か電話で話をする機会を作ることでニーズを聞くことができた。リアルな場でのコミュニケーションを多く求めている企業が多いということを再認識することができたが、ヒアリングした内容を活かすことができなかった。
- ・オンライン事業を軌道に乗せることができなかったが、わははネットが情報発信するにはどのツールが適しているのかということを知る1年ではあった。
- ・定期的に制作、営業会議を設けることを目標としていたが2人体制ということもあり都度都度の確認・相談で

【事業チームとしての次期への課題】

- ・少数でどの事業も質を落とすことなく実施していくための体制づくりが必要と考える。
- ・子育て家庭に必要な情報を届けるために、子育て家庭の声を聞く手段を確立していきたい。
- ・LINE@から営業収入が得られるように告知方法などを検討していく必要がある。

子育て環境改善部 事業推進チーム 令和2年度 事業報告

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)
事業推進	23,746,970 円	4 人	14,485 人	93,973 人	649%	5 4 3 2 1

【年度の行動目標】

主		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・高松市】 子育てハンドブック「らっこ」 ¥5,280,660	専任の担当を置き、きめ細やかな修正ができた。初の広告営業も、目標を大きく上回り300万円強の売り上げをあげられた。	5 4 3 2 1
	② 【高松市】 子育て支援総合情報発信事業 ¥2,266,108	コロナ禍による情報収集がネットに集中したことも影響しているとも考えられるが、「らっこサイト」「ひとり親サイト」共に、閲覧数が伸びた。	5 4 3 2 1
	③ 【香川県】 子育て支援人材養成事業 ¥8,738,000	コロナ禍での研修開催でありながら、收容人数や開催方法の検討、オンライン等駆使しながら柔軟に対応することができた。	5 4 3 2 1
	④ 【香川県】 「イクケン香川」たまご育て事業 ¥3,710,000	香川県社会福祉協議会とのコラボ開催や、アンケート先に個別に電話連絡をとって現場の声を拾う等、新たなチャレンジをしながら実施できた。	5 4 3 2 1
	⑤ 【香川県】 女性リーダー養成事業企画・運営業務 ¥1,000,000	県と連携しながらスムーズな告知、開催ができた。都市圏の講師のオンライン講義についても、無理なく実施できた。	5 4 3 2 1
	⑥ 【香川県】 働く女性活躍応援事業 ¥2,180,000	コロナの影響により、講師オンライン開催、講師会場・参加者会場およびオンラインのハイブリッド開催と柔軟に対応できた。	5 4 3 2 1
	⑦ 【新規・自主】 仕事と育児の両立支援事業	試行錯誤しながら、座談会1回、育休復帰プログラム全5期分を実施し、のべ31名が参加。参加、受講していただいた方の反応は好評で、事業を継続実施することの必要性を強く感じている。香川銀行の育休プログラムも、オンライン実施対応ができることを伝えて、2回の実施を実現した。	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)】

コロナ禍において、当初の予定通り実施できないことも多くあったが、オンライン開催、ハイブリッド開催、動画制作等、柔軟に事業の目的に照らしてできることを考え、実施できた。事業によっては、集客に苦戦することがあり、普段からの「わははネットの事業に興味がある、何かあれば参加したい」と感じてくれている人たちとのつながりづくりが必要であると感じている。

【事業チームとしての次期への課題】

担当制として責任を持って事業実施をしながらも、他の事業との連携や転換、発展等の視点で考えていくことができればと思う。育休復帰のプログラムについては、昨年度の要望にあった「夫婦開催」「先輩の生の声が聴ける」機会を作っていきたいと思う。

地域子育て支援拠点事業 令和2年度 事業報告

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	8,270,000 円	3 人	6,500 人 2,720 人(定員数) 6,500 人	①2,553 人 ①2,553 人 ②11,346 人	39% 94% 175%	5 4 3 2 1
新型コロナウイルス 感染拡大防止を図る 事業	500,000 円			感染症防止用品 の購入		
新型コロナウイルス 第2次感染拡大防止 事業	500,000 円			オンライン環境 整備		

※①ひろば利用人数 ②ひろば利用人数・オンライン参加数・工作キット配布数・インスタフォロワー・動画再生数の合計

【年度の行動目標】

主	妊娠期からの利用促進	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	⑧ ひろば利用を促す情報発信	子育て座談会に妊娠中の方が参加し、産後の子どもの様子や育児の知識を知る機会をもうけた。3組参加 SNSで情報発信を行ったところ、フォロワー280人増加	5 4 3 2 1
	⑨ 来館数を増やす	ボランティアスタッフと地域のコミセンにて外ひろばの開催(20名) オンラインイベントの開催(40組80人) 来館できない方への工作キットの郵送(59件) 家から出られない方へのアプローチをした。	5 4 3 2 1
	⑩ 県内の認知度を上げる	インスタフォロワー890人 Twitter フォロワー80人 市内の企業や店舗に新規に通信設置をした(6件) 転勤族の会にキャリアコンサルタントとこれからの働き方について話をする機会をもうけた。	5 4 3 2 1
	⑪ 仲間づくり	妊娠中からひろばを利用していた91%が産後継続利用し、そのうち85%が妊娠中からひろばを利用することで子育てが楽になったとの回答があった。 利用者アンケートをとりニーズにあったイベントを実施した。	5 4 3 2 1
	⑫ 地域連携	マタニティ通信を作成し、産婦人科・店舗が設置した。	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)】

・ひろば閉館中に SNS を活用し、家での過ごし方や、ふれあいあそび LIVE 配信・工作キットの郵送・電話による個別の情報提供などをしたことで、開館後半数以上の方の来館があった。

・リアルとオンラインを繋いでイベントを開催した。感染症予防のため外出を控える家庭のオンラインでの参加が増加、子育ての不安や母のリフレッシュの時間となった。(オンライン予約達成率96%)

・昨年度のプレママ登録した91%が産後の継続利用に繋がった。またアンケート結果から85%が妊娠期から拠点を利用することで産後気持ちが楽だったという結果がでた。そのことから拠点の妊娠期からの利用を促す動画を作成し、市内の産院などで広報した。

【事業チームとしての次期への課題】

次期も地域に外向き子育て家庭が交流する機会をボランティアスタッフと定期的で開催し、子どもたちがたくさんの経験ができる機会作り、保護者同士がリアル・オンラインどちらを選択しても繋がることのできる機会を作りたいです。

子育て支援部 高松エリア わはは・ひろば高松 利用者支援事業 令和2年度 事業報告

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(高松コーディネーター)	7,505,000円	2人	5,500人	対面:2,953人 オンライン:4,889人	54%	5④321
新型コロナウイルスの感染拡大防止を図る事業	500,000円			感染症防止用品の購入		
新型コロナウイルス第2次感染拡大防止事業	250,000円			オンライン環境整備		
ドコモ市民活動団体助成事業	600,000円			2020.9~2021.8		

※オンライン実績内訳《ニーズ調査・オンラインイベント・Instagramライブ・YouTubeライブ／各再生回数、予約数合計》

【年度の行動目標】

主	学童期も含めた家族支援	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	⑬ 多様な課題を持つ家族への支援	・イベント目的を明確にし、毎回アンケートを行い、満足度を5段階で評価。平均評価4.6達成。	5 4 3 2 1
	⑭ 出会い・体験の機会をつくる	・臨床発達心理士、ステップファミリーカウンセラー、助産師、心理士、美容 eki 認定店舗など様々な方面での支援者との出会いの場を設け、利用者顔の見える関係を構築。	5 4 3 2 1
	⑮ 情報発信	・月1回、時期に応じた内容に併せて学童期まで見据えた情報提供をHPにて行った。その他ひとり親ML配信を定期的に行った。今年度登録は新規で8件。現在は33名が登録。	5 4 3 2 1
	⑯ 多機関との連携	・今まで関わることの少なかった児童発達デイや学校教育相談事業などの見学を行い、就学後の相談窓口の情報提供で活用できるようにした。	5 4 3 2 1
	⑰ ドコモ市民活動団体助成事業	・子育て家庭にむけて夫婦関係のアンケート調査実施 ・支援者・ひとり親当事者へのヒアリング調査実施 ・ひとり親サポーター養成講座プログラムの開発	5 4 3 2 1

◆目標数値:コーディネーターとして、学童期の子どもを育てる家庭と関わることを10家庭⇒9家庭(90%)

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

・新型コロナウイルスの影響で拠点が閉館していた、4・5月は全体の相談件数が減少している。しかし、継続相談支援は増加。子育てスキルの相談よりも、コロナで自粛が続くことにより親の精神的負担が増えたことで相談増加につながった。ひろば利用者へ行ったアンケートで、コロナでひろばが閉館した時のことを聞いた問いでは、寂しい・孤独を感じた、気分転換できず辛かった。息が詰まる。コロナが怖かった。などのコメントがあった。生活リズムが乱れる原因にもなったという回答もあった。このような声があることは予測も多少は出来ていたので、繋がり続けるために繋がるために、大人の楽しみ動画を拠点と共同で行ったり、InstagramでCN相談の実施があることを伝え電話相談を促したり相談につながるようにした。また、パパママ教室が中止、拠点も閉館になるなどしたため、オンラインで専門家(助産師・臨床発達心理士)に相談できる機会の提供などの対策を行った。その一方で、Wi-Fi環境が整っておらずオンラインが出来ない家庭や、操作の仕方が苦手などという方へのアプローチ法は課題。

・様々な支援機関と繋がり、今年度新規でこころの相談室を開催。心療内科への受診のハードルが下がった。また、CNがアセスメント立てづらい困難事例の人の支援方法が分かった。

【事業チームとしての次期への課題】

・課題を抱える家庭が社会で受け入れられるために、家族をはじめ周囲の人たちに正しく理解がなされるように、社会に向けて情報提供などの働きかけを行いたい。

子育て支援部 高松エリア わはは・ひろば香西

地域子育て支援拠点事業 令和2年度 事業報告

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)
香西ひろば	8,270,000 円	4 人	6,800 人 4,668 人(定員数) 6,800 人	①3,429 人 ①3,429 人 ②11,231 人	46% 73% 165%	5 4 3 2 1
新型コロナウイルス感 染拡大防止を図る事業	500,000 円			感染症防止 用品の購入		
新型コロナウイルス第 2次感染拡大防止事業	500,000 円			オンライン環 境整備		

※①ひろば利用人数 ②ひろば利用人数・オンライン参加数・工作キット配布数・インスタフォロワー・動画再生数の合計

【年度の行動目標】

主	地域の人と楽しめるひろばへ	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子育て世代のニーズに合わせた情報発信	SNS で情報発信することで、インスタフォロワーが 185 名増加。	5 4 3 2 1
	②利用者と地域のつながりづくり	ボランティア募集により 21 名の登録があった。 シオンさんとは直接的な交流はできなかったが、プレゼント交換を続け交流を行った。	5 4 3 2 1
	③より多くの人利用につなげるイベントを企画・開催	地域イベントでは、利用者以外の利用が 37%あり、多くの人にひろばを知ってもらうきっかけになった。近月月齢児の交流イベントでは参加率 95%以上継続率 96%以上となった。	5 4 3 2 1
	④スタッフが地域に出てひろばの認知を広げる	利用者の 68%が勝賀エリアの利用者となった。 地域サークルのイベントに参加させてもらった。	5 4 3 2 1
	⑤スタッフのスキルアップ	ひろば内勉強会を行い、スタッフ間の共通認識ができた。3S 活動により、新規登録セットの作成など業務効率化を進めた。	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)】

・ひろば利用者数は定員 4668 人に対し、3406 人の 73%の利用があった。1月の利用者数が落ち、県外への移動について 2 週間の自粛をお願いしたという制限が影響したと考えられる。

・4~5 月の閉館中は絵本の貸出(95 人)、SNS を使った動画の配信(閲覧数 6652 回)やオンラインひろばを開催(8名参加)、閉館中から継続し工作セット、お手紙等の郵送(274 件)を行い、実績人数を増やした。(その他、勝賀の4か月児相談訪問、産婦人科の母親学級訪問、地域の家庭へチラシ配布)

・今年度は人数制限、予約制ということもあり、イベントの予約が取れない(電話がつながらない、満員になっている)ことが多く、利用者さんから直接予約制についてご意見を頂くことが多かった。予約方法等再検討する必要がある。

・インスタフォロワーが 185 名増加し 390 人(目標 300 人/達成率 130%)となった。

ひろば内だけでなく、スタッフのお家時間の紹介や、地域の紹介、手遊びなどの動画配信により、子育て家庭だけでなく、保育士さんや保健師さんなどの支援者の方や先輩ママさんなど地域の方にも見ていただくことができた。

・地域イベントでは直接交流などは行えなかったが、イベント案内を近所の家にポストインすることやイベントに参加してもらうことで、ひろばの認知にもつながった。が、情報収集していなかった為その後の後追いができなかった。

【事業チームとしての次期への課題】

・ひろばの人数制限により、ひろば内で関わる人数が必然的に少なくなる中で、スタッフが外に出て広報などができる場を増やしたい。

・ボランティアの力を発揮できる場の提供を増やし、様々な人がひろばに関わってもらえる環境をつくりたい。

子育て支援部 坂出エリア わはは・ひろば坂出

地域子育て支援拠点事業 令和2年度 事業報告

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	8,270,000 円	4 人	5,500 人 4484 人(定員数) 5,500 人	2884 人 2884 人 10,513 人	52% 64% 191%	5 4 ③ 2 1
駐車券補助	30,000 円					
新型コロナウイルス感染症対策事業費補助金	416,000 円			感染症防止用品の購入		

※①ひろば利用人数

②ひろば利用人数・オンライン参加数・工作キット配布数・インスタフォロワー・動画再生回数の合計

【年度の行動目標】

主	わはは・ひろば坂出をもっと知ってもらおう!!	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 まだ知らない人にひろばの情報を届ける	・インスタを活用して新規利用者数増に取り組む。そのため、スタッフで SNS での情報提供について学ぶ機会をもつ。効果として年度当初のフォロワー約 100 から年度終わりに目数値 200 に対して 270(135%) ・利用きっかけがインスタ 目標数値 5 人達成 ・通信配布箇所 6 か所増。	5 4 ③ 2 1
	② 初めての人が利用しやすいイベントづくり	・デビューデーで「ようこそひろばへカード」作成を行い、新規 5 組登録。	5 4 3 ② 1
	③ スタッフの連携を図る	週 2 のミーティングを実施し、担当の業務の進捗状況が分かりやすくなった。	5 4 ③ 2 1
	④ スタッフが地域を知り、地域に開かれたひろばを目指す	・育児復帰後の親子も利用しやすいよう、土曜ひろばの月 2 回開催。土曜ひろば利用率は平日に比べて高く、約 70%となった。 ・休館中の工作キット配布 100 件。商店街にもポスターを掲示したことで、地域の方からも申込があった。	5 4 ③ 2 1
	⑤ 駐車場利用料金の減免に向けて取り組む	近隣駐車場利用料減免に向けて、目安箱へ 9 月に約 30 人の署名を集めて投書。結果として 2 月より駐車券の補助制度が始まり延べ 47 名の利用があった。	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)】

安心、安全を軸に利用者が少しでも安心して利用できるように消毒や検温など利用者と共に務めた。一方で、利用人数と新規登録が少なかった。しかし、頻回利用の方はコロナの影響も少なく利用が継続された。利用に繋がっている人に関しては相談や子どもの発達に関して保護者とスタッフで共有することができ細やかな支援を行った。

【事業チームとしての次期への課題】

- ・駐車場補助の広報を行い、利用促進につなげる。
- ・インスタきっかけでの利用を伸ばしていきたい。

子育て支援部 坂出エリア さかいで子育て支援センターまろっ子ひろば

施設運営 令和2年度 事業報告

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)
まろっ子 事務/運営	5,742,000 円 200,000 円 (フェスティバル)	1人	延べ 14,000 人	11,927 人 38 組 115 人 (フェスティバル)	85.2%	5 ④ 3 2 1

【年度の行動目標】

主		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	防災強化とともに、コロナ感染症対策としてスタッフ及び来館者の検温やマスク着用を周知し、館内の人数制限を設け、換気や清掃、消毒など衛生管理を徹底し、利用者が安心して利用できる環境を整えた。	5 ④ 3 2 1
	② 利用者の視点に立った運営	利用者のニーズに応じて、館内外の整備に努め、産直野菜やパンの移動販売を実施。人数制限により2F ひろば満員時には、交流スペースでイベントや講座をオンラインで同時開催した。	5 ④ 3 2 1
	③ 連携機能の強化	子育てフェスティバルでは、コロナ感染症対策として時短開催や人数制限を行う中、新規の企画を加えたことで、社会福祉協議会や地域の婦人会、福祉団体、農園、企業等との新しい連携が生まれた。	5 ④ 3 2 1
	④ 民間ならではの柔軟で機動性のある運営	月1回の移動図書館を実施。インスタでの情報発信に力を入れ予約状況や満員のお知らせを迅速に行った。(フォロワー数:503/目標 500、達成率 100.6%)	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)】

- ・目標とする利用者数には届いていないが、自粛期間中も子育て家庭のニーズを考えてスタッフで協力し、親子への支援活動に取り組めた。(工作キットの配布、玉ねぎの販売、ドライブインシアター、インスタライブ、ZOOM おしゃべり会など:自粛期間中のイベント参加者 3,274 人)
- ・自粛期間中から、イベントや講座の様子などがメディアに多く取り上げられ、特に TV の取材が増えた。(新聞 12、雑誌 1、TV9、市報 11、地域の会報誌 2、ラジオ 2)※昨年度の TV 取材は 2 回
- ・屋外ひろばと交流スペースのみの利用も全体の 42.1%(5,027 人)あり、卒ひろば世代や日祝日利用のニーズを感じた。また夏季冬季は、特に屋内のスペースがあることで滞在時間の増加に繋がった。
- ・朝の会と月 2 回のスタッフ MTG で業務の進捗状況を共有し、ホワイトボードや予定表、掲示物などを利用し、業務内容や期日の見える化を図り、スタッフが効率よく連携できた。
- ・自粛期間中は、さかいでネットワーク会議を ZOOM で開催し、地域の子育て支援団体と情報共有した。
- ・子育てフェスティバルでは、新しく焼き芋や鯛めし、産直野菜の販売、リサイクルデーなどを実施し好評を得た。

【事業チームとしての次期への課題】

- ・今期はコロナ禍で、地域とのつながりを深め広げることが困難だったが、次期は防災訓練や産直販売、移動図書館、イベントなどを通して地域の方にも来館してもらい、ボランティアとしても活躍の場を提供したい。

子育て支援部 坂出エリア さかいで子育て支援センター まろっ子ひろば

地域子育て支援拠点事業 令和2年度 事業報告

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)
まろっ子ひろば	7,453,000 円	5 人	10,000 人 7,582 人(定員数) 10,000 人	6,032 人 6,018 人 15,614 人	60% 79% 156%	5 ④ 3 2 1
新型コロナウイルス感染症対策事業委託業務	384,000 円			感染症防止用品の購入		

【年度の行動目標】

主	つながりの輪をひろばから	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	⑱ 情報発信	ひろばの様子やイベント告知・報告など、Instagram に毎日アップした。(投稿 280 件、フォロワー509 人)	5 ④ 3 2 1
	⑲ つながりの場の提供	様々な関りを持てるイベントを月5回以上開催した。ZOOM を使って情報提供できるイベントを月1回以上行い、専門家とつながる場となった。(10 回)	5 ④ 3 2 1
	⑳ 幅広い層への認知を広める	3.4 カ月健診、1 歳 6 ヶ月健診、坂出市のパパママ教室で、それぞれに合わせたチラシを配布した。ポスターを作成し、公民館に貼ってもらった。(3 か所)	5 4 ③ 2 1
	21 ボランティアの場を作る	まろっ子サポーターズを募集し、イベント準備や通信配布準備を一緒に行った。(11 名、目標3 人/達成率366%) 卒ひろばした方とのつながりを続けるため、2回まろレターを送った。(5 月 72 名、2 月 102 名)	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)】

- ・自粛明けのひろば利用者は定員 7,582 人に対し、6,018 人の 79%の利用があった。
- ・利用人数は目標に届かなかったものの、自粛期間も含め子育て家庭が困っていることやニーズを考え、それに応えられるよう取り組むことができた。(工作キット・ドライブインシアター・インスタライブ・ZOOM イベントなど)
- ・インスタフォロワーが 306 人増加し、509 人(目標 500 人/達成率 101%)となった。
- ・新規の方に向けた記事をアップし、ハイライトにまとめ、特に初めての方に見てもらいたいものが分かりやすくなった。
- ・新規登録者で Instagram を見て利用につながった割合は 10%(目標 40%で達成率 25%)となった。そのため、ハッシュタグの見直しや記事のアップの仕方などをスタッフ間で勉強会を行った。
- ・交流スペースと ZOOM をつないだり、屋外ひろばを活用することで、感染防止に気をつけながらイベントを行った。
- ・公民館にポスターを貼るだけでなく、民選委員の集まりや、回覧板などを活用しより多くの人に知ってもらおう手立てを再検討する。
- ・まろっ子サポーターズの活動は、ひろば壁面、松寿荘のプレゼント企画・制作、イベント準備、通信配布準備を行った。
- ・コーディネーターとの振り返りでのケース共有、専門家の先生の勉強会を通して、個々の利用者に合わせた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】

- ・まろっ子サポーターズの活動を定期的に行い、役立ち間を感じられる機会を増やす。
- ・広報する場所や方法を考え、まろっ子ひろばをより多く、幅広く知ってもらえるようにする。

子育て支援部 坂出エリア さかいで子育て支援センター まろっ子ひろば

一時預かり事業 令和2年度 事業報告 2

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)
一時預かり	1,473,000 円	1人 (見なし拠点スタッフ1人)	新規 60 組 枠数 580 人	新規 71 組 枠数 558 人	118% 96%	5 ④ 3 2 1
利用料	559,800 円					
補てん	235,168 円			まっろ子事務から		

【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
重点項目	①広報を行う	Instagram に up する内容を増やしたことで、一時預かりについて知ってもらえることができた。	5 ④ 3 2 1
	②子育て家庭のニーズを満たす	子ども一人一人の成長に合わせ、トイトレや屋外ひろばでの遊び、大きい子向けの玩具を使った保育をした。	5 ④ 3 2 1
	③スタッフのかかわり	保護者の子どもへのかかわりや家庭での様子を視野に入れて保育し、変化があったときは保護者の気持ちに寄り添い、CN に引き継いだ。	5 4 ③ 2 1
	④スタッフ連携	朝礼や振り返りで支援内容を共有した。 スタッフの誰が見ても理解できるよう日誌を変更した。	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)】

- ・Instagram で、預かりの様子・しおり・チラシ・預ける理由ランキング・予約受付方法・空き状況を掲載することで預けることへのハードルを下げ、利用方法を知ってもらうことで身近に感じてもらえるように努めた。また、ストーリーズに UP しハイライトに残すことで一時預かりの記事を簡単に見れるようにした。
- ・1 歳 6 か月健診に加え、きょうだい児に向けて3~4か月健診・子育てサークル・カンガルーとしゃかんでもチラシを配布し、より多くの人に知ってもらえる機会を増やした。
- ・ひろばのお知らせで一時預かりについて話し、利用者だけでなく口コミでの利用促進を行った。
- ・ひろばのはじめましてセットに一時預かりのチラシを入れた。
- ・受付に今週の空き状況を掲示したことで、聞かずにわかるのは有難いとの声をいただいた。
- ・預かり中に制作したものを全て持ち帰ってもらったことで、家族みんなで成長を感じてもらえた。利用者さんにも、毎回変化が感じられて嬉しいとの声をいただいた。
- ・保護者の様子で気になることがあった時は、CN に相談し対応した。
- ・新規利用が増える事により都度のニーズ、成長、家庭状況の把握を説明時、預かり時に項目毎に行い、漏れがないよう、振り返りに参加し子どもだけではなく利用者の状況も把握し、ひろばスタッフとも共有できるようにした。
- ・ふじみ園SVに参加し、子どもの発達や支援方法を学び保育に取り入れた。

【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、SNS 発信、声掛けをして広報し、必要とする人に情報が届くようにする。
CN と連携、各部署とケースを共有し、ニーズに合った保育をする。

子育て支援部 坂出エリア さかいで子育て支援センターまろっ子ひろば

利用者支援事業 令和2年度 事業報告

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	6,732,000円	2人	1200人	対面 3,535人 オンライン 4,587人	339%	5 ④ 3 2 1
新型コロナウイルス感染症対策事業委託業務	500,000円			感染症防止用品の購入		
地域で共育	200,000円	2人	103人	144人	139%	5 ④ 3 2 1

※オンライン実績内訳(オンラインイベント・Instagram ライブ・YouTube ライブ/各再生回数、予約数合計)

【年度の行動目標】

主	子育て家庭が利用者支援事業を通して様々な支援者と出会う。	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 利用者親子の体験を増やす。	工作キットの個別配布や SNS での動画配信など、家庭で楽しめる事業を実施。地域の方の協力を得て、地元の農産物を知る講座・収穫体験を実施。(地域で共育事業)	5 4 ③ 2 1
	② 多様な家庭の支援	専門家や地域の支援者と連携し、座談会や講演会イベントを開催。予備軍または日頃拠点を利用しない層に向けて利用しやすい時間・曜日を設定することで交流、支援につながる機会となった。	5 ④ 3 2 1
	③ 相談支援の充実	こころの相談(4回)、家計相談会(2回)など専門職による個別相談会を実施。専門家と連携し SNS での情報配信・オンライン相談会の実施。	5 ④ 3 2 1
	④ 他機関連携の強化	関係機関との連絡会を月1回実施。また、近隣施設への見学、研修会への参加、近隣市町への事業説明を行うことで、他機関との関係構築につながった。	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)】

・継続イベント参加目標 20%アップには届かなかったが、「ダブルケアカフェ」109人(前年比 101%)「パパ座談会」70人/3回(前年 35人/1回)「こころの相談室」5組(予約 83%)「家計講座」21人(前年比 100%)で開催できた。各イベントの認知度アンケート結果からは、継続期間や回数で認知度があるのではない結果となり、利用者のニーズや広報活動の内容を精査し今後もっと認知度を上げる取り組みが必要。

・「進学のための家計講座」「ステップファミリー座談会」「hito.toco オフ会」を新規開催し地域の支援者や関係機関との連携が広がった。対象となる層への広報の仕方については課題が残る。

・自粛期間にオンラインでの座談会や交流会、SNS での情報発信など、利用者をつながり続ける事業を展開し、対面イベント再開後も情報発信を続けた。また、ドライブスルー配布など対面で利用者の近況報告や不安やしんどさを出せる場を設けた。(延べ 4940人利用)

・新規に坂出市けんこう課、中讃地域生活支援センターとの連絡会を月1回開催。ケースを共有し、支援の役割分担を明確にすることができた。(6~3月開催。ケース延べ 35件)

・拠点の振り返りに参加し、日々の親子の変化や支援について共有、必要に応じて関係機関との連絡会につなげたり、香川県ふじみ園の臨床心理士・作業療法士の SV を受け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】

・相談業務の振り返りや研修を充実させ、より明確に拠点スタッフ、今年度連携した関係機関との支援内容の共有や繋ぎ先としての関係構築を継続する。