

令和3年度(2021年度)事業報告

- ① 総務部 4
- ② 企画制作部 6
- ③ 事業推進部 8
- ④ おもちゃ美術館(準備室)事業部 10
- ⑤ 拠点事業部
 - わはは・ひろば高松 12
 - わはは・ひろば香西 14
 - わはは・ひろば坂出 16
- ⑥ センター事業部
 - まろっ子ひろば 18
 - 一時預かり 20
 - 事務 22
- ⑦ 利用者 支援事業部
 - 高松コーディネーター 24.
 - 坂出コーディネーター 26

①総務部 令和3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	評価
総務部	－円	小出 正1人	寄付 100 人 300,000 円	※263 人 598,912 円	199.6%	4.4

【2021 年度の行動目標】

主	おもちゃ美術館事業部スタートに向けての組織基盤を整える	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
項目	① 組織基盤を整える	8月2日にグッドガバナンス認証を四国初の取得。会議体、組織体制づくり、理事会、給与、さまざまな視点でよりよい姿に整えることができている。給与については、初のベースアップを叶え、年2回の賞与計画を時期は7月、3月と、一部計画とずれたものの実現できた。給与規定の改定も行った。	5
	②寄附・クラウドファンディングの実施	クラウドファンディングや企業寄附に伴う事務的作業について、都度新たな事象に対してどう対応すべきか、検討を重ねながら進めることができた。クラウドファンディングの返礼作業は 1038 件にのぼった。	4
	③おもちゃ美術館事業部、新規人材採用	予定通りの求人説明会の開催を進めつつ、必要な人員(ディレクター職4名、パート職7名)の採用を決めることができた。勤怠管理、シフト管理についても、4月勤務スタートを見据え、準備を整えることができた。	4
	④既存の労務・会計ルール徹底	ルールブックの見直しをしつつ、勤怠管理から給与計算の流れ前年度よりスムーズになってきた。入社時、退社時の必要書類等のやり取りも、マニュアルに沿って進めることができた。	4
	⑤ワークライフバランスの実現	有給休暇取得について、予定通りリーダー会での周知、個人での到達目標の見える化を通して、順調に取得が進んだ。昨年度末 73.6%だったものが、2月末時点で取得率 77%。3月末には 85.1%を達成した。年末には、働き方に関するアンケートを実施し、実態の把握やニーズの把握をした。	5

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

給与の改定、有給休暇取得率の向上等、行動計画を立て、それを着実に実行、周知していくことで、確実に成果を上げることができた。寄附への対応等、新たな取り組みに対して、都度仕組みに落とし、必要があれば修正しといった流れの中で、スタッフ間で協力して実施できた。

【事業チームとしての次期への課題】

継続されることについては、より確実な仕組みとしてルール化し、おもちゃ美術館含めての新規案件については都度協議、連携を図りながら、柔軟に対応していく。

②企画制作部 令和3年度 事業報告

チーム名	スタッフ数	目標	自主事業	17,780,000円	利用者数・目標	達成率	評価
企画制作	正1人 P1人	実績	委託事業	976,000円	45,450人	103.9%	4
			自主事業	18,485,550円	実績		
		委託事業	976,000円	41,588人			
		自主事業					

【年度の行動目標】

主	総合的営業と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)	評価
重点項目	子育て情報誌『おやこ DE わはは』(Vol.95～Vol.100) ■売上 13,713,920円	・年間計画に沿って制作、営業を滞りなく6回発行することができた。 ・100号では子育て家庭、行政を巻き込んだ内容の紙面展開ができた。創刊当時の広告主とコンタクトをとり名刺広告出稿につながった。特別企画、100号記念トークショーを2日間開催。創刊当時から の応援企業、初期の編集スタッフなどが参加。当時は振り返りつつ、今後の紙面展開につながるご意見などもいただいた。 ・取材やセミナー参加してくれるママ記者を誕生させることができた。	4
	SNSの活用、情報発信、 ■売上 165,000円	・企業が発信したい内容を子育て家庭目線で伝え、広告収入に繋げるためにLINE@での配信を行った。 ・SNS(LINE@、IG)の分析実施、SNSの特徴に合わせた発信。 ・LINE@ 1,709名(目標 2,000名)、IG1,268名(目標 1,200名)登録	3
	ママ∞フェスタ2020 ■売上 3,760,130円	・11/3開催。コロナ禍で他イベントが中止をしている中、開催できたことは大きな成果である。感染症対策などもしっかり行い大きなトラブルなく終えられた。 ・ファミリー防災フェスティバルとの協働開催とし、ママフェスでは得られなかった企業からの出展もあった。 企業 41(45)、HM 10(10)、防災 8(10)、同梱 13、ステージ 4	5
	防災について	・情報誌で家庭防災を考えるきっかけとなるように紙面提供できた。	4
	総合的営業(らっこ)	情報誌、たかまつらっこ、イベント、SNS、寄附等のセット営業を実施する。(らっこ 売上 400万円。)	3
	企業コラボ企画 ■売上 846,500円	・情報誌で公文の先生の紹介記事をシリーズ掲載。ママ応援企画としてキャリアプランカフェを開催した。(公文より特別枠で受託) ・子育て世代の投票率アップ、主権者教育を目的として衆議院選挙期日前投票で子どもの見守りを実施。SNS発信など行った。(代理店持ち込み企画) ・小中学生保護者対象で塾座談会を実施。(代理店持ち込み企画)	5
	縁結び・子育て美容-eki ■受託料 967,000円	・業務を仕様書にそって滞りなく実施することたができた。情報誌で毎号、本事業を掲載。記事を見て認定店舗になった企業があった。	4

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

・売上目標は達成できた。これまでの実績が認められ代理店や企業とのコラボ企画が実現した。しかし、情報誌は年間契約満了に伴い継続が終了した企業があった。また新規クライアントも思うように獲得できなかったのが次期の課題としたい。定期的に営業会議や運営会議の定期開催を目標としていたが定期的に開催できなかった。毎週実施する定例ミーティングで各自がもつ問題などを共有、打合せを実施した。その場で解決しないことに対して打合せをする時間を設けることで解決してきた。

・ママ∞フェスタでは、人数制限、事前予約制という初めての試みだったが来場者との大きなトラブルもなく開催できた。運営面では出展者側からの声を反映した出展、運営マニュアルの見直しが必要。

・ipad導入による作業の効率化、経費削減を行うことができた。

【企画制作チームの次期への課題】

- ・人材確保・育成を最優先して行う。
- ・営業に対しては目標値の設定を売上だけでなく利益も考える。

③事業推進部 令和3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	評価
事業推進部	21,629,450 円	小出 P3人	92,526 人	94,976 人	102.6%	4.5

【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)	評価
重点項目	①令和3年度版子育てハンドブックの協働発行事業(高松市)	5
	②高松子育て支援総合情報発信事業(高松市) ¥948,200	5
	③ひとり親等子育て支援総合情報発信事業(高松市) ¥1361250	4
	④子育て支援人材養成事業(香川県) ¥8,738,000	5
	⑤「イクケン香川」たまご育て事業(香川県) ¥3,055,000	4
	⑥仕事と子育ての両立に関わる事業	4
	⑧高松市乳幼児とのふれあい事業 ¥230,000	4
	⑨香川県女性リーダー養成講座 ¥1,060,000	5

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

「らっこ」の広告掲載において、一部広告掲載の不備があった。実施体制に無理があると感じ、来年度の広告営業の実施については、企画推進部に引継ぐ形をお願いすることとした。パートのスタッフでありながらも、事業担当制で責任をもって事業を進めることができている。昨年度より実践してきた、予算～決算までの流れまでを担当が責任をもってかわる進め方も回を重ねることで、より理解が深まり、スムーズに進めることができた。

【事業チームとしての次期への課題】

限られた人員で、研修事業等、決められた日程に人員が出向く必要があることから、さらにチームで協力しつつ必要な場合には、事務局メンバーを巻き込みながらの実施が必要とされるので、意識の共有を図る必要がある。また、令和4年度も継続の事業があるが、ルーティーンになることなく、都度事業の目的に照らして変化すべきところ、継続すべきところ精査しながら進める必要があると考える。

④讃岐おもちゃ美術館事業部(準備室) 令和3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	評価
おもちゃ美術館準備室	- 円	中橋・小出 P3 人	寄附者 200 人 10,000,000 円	企業寄付 77 社 CF 寄付数 838 個人寄付 48 人 39,822,000 円	458% 398.2%	4

【年度の行動目標】

主	事業部の体制を整え、おもちゃ美術館のスタートを迎える	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	① 組織全体の体制を整える 人材育成	採用については、計画に基づいて求人説明会を定期開催し、2月には必要数の人材を集めることができた。コロナ禍ではあったが、東京での現地研修を実施したことで、イメージもより明確になり準備を進めることができた。	4
	② 経営計画	東京おもちゃ美術館、本山先生、蟻波さん、皆さんのお力を借りながら、開館後の試算を続けてきているところである。想定していた以上に固定費や必要な物品も増えているので、都度見直しをしながら進めている。必要有料来館者を 45,000～50,000 人で見込んでいる。	3
	③ 移転計画	令和4年2月3日の移転となった。最低限の必要什器については計画的に準備の上、一部電話の移転が回線の都合で1週間程度遅れたが、その他は業務が滞ることなくスムーズな移転となった。	4
	④ ファンドレイジング・寄付	LadeFor でのクラウドファンディングは、当初 500 万円の目標を大きく上回る 13499000 円の資金を集めることができた。受賞は逃したものの、ファンドレイジング大賞にもノミネートされる結果となった。その他、企業からも 2,600 万円を超えてのご支援をいただいております。総額 2,000 万円の目標のところ大きく上回る成果となった。	5
	⑤ 広報他	SNS をとして広報をしつつ、少しずつ認知が広がり、各種媒体からの取材も増えてきている。	4

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

寄付としての資金調達の面で、想定以上の成果を上げることができた。組織全体として、クラウドファンディングに取り組んだこと、またこれまでの企業とのつながり、1社1社への理事長中橋さんからの想いを届けるアプローチが結果につながったことと思う。また、その過程を通して、組織の在り方、全体として新規事業であるおもちゃ美術館をどう捉えていくか等、考えるきっかけとなり、組織全体の見直しにつながったことも大きな成果と考える。

【事業チームとしての次期への課題】

実際に開館してみないと分からない入館者数、売上、経費等の試算等、安定した経営ができるよう定期的に見直しを進める必要があると考える。また、スタッフ全員が新規雇用という新チームでのスタートとなるため、役割の明確化、目指すべき姿の共有、具体的な日々の運営等、丁寧に作り上げていくことが必要だと思う。

⑤拠点事業部 わはは・ひろば高松 令和3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	評価
子育て支援部 わはは・ひろば高松	8,398,000	正 1 P 2	4,300 人 新規組数 120 組 12,000 人	①2,657 人 ②147 組 ③19,750	62% 122% 165%	4, 2
新型コロナウイルス感染拡大防止を図る事業	300,000			感染防止用品の購入		

※①ひろば利用人数②新規組数③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	親子の経験と体験を増やす	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	⑥ イベントの充実	・体を使って親子でふれあえるイベントを2カ月に1回実施 ・予約達成率100% アンケート満足度100% ・妊娠中の方向けの動画を Gapさんと製作 プレママ登録1組	4
	⑦ オンラインの活用	・月に2回オンラインで遊びの情報提供・動画作成 ・Instagram フォロワー1年間 200人増 動画再生数(平均250回)オンラインひろば定期開催 また参加したい 100%	4
	⑧ 地域との繋がり	・Gapさんと共同で子育て中・妊娠期の方向けの動画を製作 ・12月 香川県の人権フェスタに参加 子どもたちに工作キットをプレゼントしひろばを知ってもらうきっかけとなった。 ・多胎児グループメール 67%達成 新規登録 115%達成 大学生ボランティアの継続的な参加	5
	⑨ 仲間づくり	・イベント参加した同じ境遇の方がもう一度集まる会を実施 83%参加率になった。利用者を講師に迎えてのイベント実施	4
	⑩ スタッフのスキルアップ	・ZOOMを使ってスタッフが絵本についてのイベントを実施 ・防災についてなど、学んだことを SNS で情報提供した。	4

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・感染拡大予防のためひろばの利用を予約制にしたことで、気軽に利用できるひろばとはならず利用者数が減少したことが課題となった。
 - ・親子で体をふれあわせて遊べる内容を増やすなどをして、マスクで表情が分かりづらい中でも子どもたちと楽しく過ごせる工夫をした。また、妊娠中の方向けには Gapさんと協同で動画を製作し再生回数が目標を大幅に超える成果だった。
 - ・オンラインでのイベントも継続的に実施し、予約数は60%を超えた。
 - ・また商店街でのイベントに声をかけてもらえることも増え、まだひろばを知らない方が来るきっかけとなるよう、工作キットの配布など、地元の大学生と一緒に取り組んだ。
 - ・利用者アンケートの結果から4割がアラフォー世代だった。ことから、利用者からの相談が、子育てだけに限らず自分の体調のこと、これからの生活のことなど、多岐にわたるものになっている。利用者同士が繋がれるイベントを実施することで、子育てに関わらず話せる仲間になる様子もみられた。
 - ・子どもの属性は80%が0.1歳であり、1歳以上の子どもたちの利用が少なかった。イベントの内容を見直すなど1歳以上の利用増やしていきたい。
 - ・登録者207組のうち育休は42%となり、昨年度より10%増加している。このことから、ひろばの利用期間が短くなることが予想され、よりひろばの役割が重要だということがわかった。
 - ・今年度を振り返り、利用者数が減少しているという課題がある。予約制にすることで、いつでも気軽に利用できる環境とはならなかった。しかし、利用者がスタッフとゆっくり話ができて相談に繋がるケースもあったことから、来年度も安心して利用してもらえる環境を整えることを、スタッフで常に考えながら取り組んでいこうと思う。
- イベントの充実など、親子のニーズにあったひろばとなるよう取り組んでいきたい。

【8/20～9/30 休館中】予定していたイベントをオンラインに変更。参加率100% 工作キットの配布・インスタ LIVE 実施

【来期への課題】利用者が減少傾向にある。継続的な利用に繋がるようイベントの内容や利用者アンケートなどでニーズ調査を実施する。

わはは・ひろば香西 令和3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	評価
香西ひろば	8,398,000 円	正 1 P 3	①3483 人 4644 人(定員数) ②12500 人	①3771 人 ②12516 人	108% 81% 100%	4, 4
新型コロナウイルス 感染対策事業補助金	300,000 円					

※①ひろば利用人数 ②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	たくさんの人と関わろう！	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点 項目	⑪ 新規獲得に向けた広報	・ひろば紹介動画年 6 回作成 ・インスタフォロワー600 人(120%) ・通信に手作りおもちゃ情報を掲載し、 月替わりで計 230 セット配布	3
	⑫ 子育て世代に合わせた情報発信	・SNS を利用した育児アンケートを 10 回実施 ・IPAD のあそび場情報を掲示 ・ひろばで知りたい情報満足度 96%(112%)	5
	⑬ 大人も子どもも楽しめるイベント開催	・体験イベントを年 6 回開催 ・同年齢児親子が交流できるイベントの開催 満足度 100%(111%)、継続率 96%(100%) ・ボランティア主催のイベント 33 回開催(137%)	5
	⑭ スタッフが地域に出てひろばの認知を広げる	・地域子育てサークル合同イベント開催 ・地域イベント(海岸清掃ボランティア)参加 ・地域向け通信を年 2 回配布 ・地域にひろば紹介ポスター3 か所掲示	5
	⑮ スタッフのスキルアップ	ひろば内勉強会の月 1 回開催	4

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・新規登録組数は 73 組(目標 90 組に対し達成率 81%)であった。新規さん向けに名前入りくみボタンや写真のプレゼントをおこなった。同年代向けの交流イベントでは新規さんの参加率は 10%代と低かったことから、後期はイベントの予約枠に新規枠を設けたが新規数については伸び悩む結果となった。予約方法なども予約開始日は電話が繋がりにくくなるなど新規さんにはよりハードルが高くなっていることから予約方法についても検討が必要である。
- ・フリマ(夏、冬)や、イベントに合わせてチラシのポストインを行った(計 300 件)。参加には至らなかったが、地域の方から物品の提供があり、他にもひろばへ寄付したいと地域の方からお声がけくださることが増えた。また、ひろば新規利用の「利用のきっかけ」欄では親戚や会社、地域の方からの紹介の割合が前年度より 10%高くなり 13%だったことから地域での認知度は上がったと感じる。
- ・8/20～9/30 休館中
絵本の貸出(33 組)、SNS で動画の配信(21 動画、閲覧数 2812 回)やインスタ LIVE4 回開催(閲覧数 134 人)、オンラインひろばを開催(22 組参加)昨年度より参加数が増えたことからオンラインの必要性を再確認できた。

【事業チームとしての次期への課題】

- ・妊婦さんや 0 歳児の早い時期から利用してもらうための新規さん向けの広報の内容や仕方を考え直す必要がある。

わはは・ひろば坂出 令和3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	評価
わはは・ひろば 坂出	8,398,000 円	正 1 P 3	4,000 人 3,480 人(定員数) 10,000 人	① 2,644人 ② 13,082人	66% 76% 130%	4,3
駐車場補助	150,000 円					
新型コロナウイルス 感染対策事業補助金	300,000 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)	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	・こどもの楽しそうなようすなど利用者アンケート結果に基づきひろばのいいところを中心にインスタをアップ。フォロワー目標 350 人に対し 453 人(+129%) ・駐車場利用者の増加。12 月にはのべ 42 人の利用があり、年間では 270 人の利用にのぼった。	5
	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 6 組登録。	3
	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。	4
	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	・ご近所の方へ 2 カ月に 1 度ひろばのようすを記したお便りを配布。 ・休館中の工作キット配布 211 件。インスタライブを継続的に実施し、のべ 851 人の視聴があった。ZOOM での赤ちゃんひろばに 3 組が参加。	5

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

休館中は、手紙や電話をはじめ、利用者とのつながりを途絶えさせないよう取り組み続けた。日々のひろばでは、コロナ禍での悩みも多く、利用者同士のつながりが希薄になりつつある中、一人ひとりへの丁寧なかかわりに努め、消毒換気などのコロナ対策においても利用者が安心して利用できるよう心掛けた。結果、新規利用者数は昨年とほぼ変わらないが継続利用につながり、アンケート結果では子どもに友達ができる、自分の知り合いが増えるが前期比倍増。アンケートでの利用歴も 1 年以内が 53%を占める中、週 1 回以上ひろばを利用しているが 76%に上ったことをふまえると、新規利用者もひろばに定着してきていると推定される。

また、Instagram フォロワーの増加、休館中継続的に続けてきたインスタライブの視聴者数の増加、ひろば利用者以外にも工作キットの申込・持ち帰りがあったこともふまえると、ひろばの活動が地域の中にも周知されてきたと考えられる。

【事業チームとしての次期への課題】

・ひろば卒業後も視野に入れたつながり作り。

⑥センター事業部 まろっ子ひろば 令和3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	評価
まろっ子ひろば	8,575,000 円	正 2 人	9,000 人	5,085 人	57%	3.6
	コロナ助成金	P 2 人	6920 人(定員数)	5,085 人	73%	
	300,000 円		9,000 人	15,704 人	174%	

※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・絵本貸し出し数・おもちゃ貸し出し数・ドライブインシアター参加数・松寿荘交流人数・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	赤ちゃん期からの利用促進	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	① 情報発信	赤ちゃんがひろばで過ごしている様子を Instagram に週1回以上投稿した。 (投稿 67 件、フォロワー数 388 人)	4
	② 利用につながるイベント	毎月テーマを決めて赤ちゃんひろばを行った。赤ちゃんひろば参加人数 457 人(目標 400 人、達成率 114%)	4
	③ サポーターズの活躍の場を作る	まろっ子サポーターズにイベントのサポートとして参加してもらった。(15 人、10 回/年)	3
	④ ひろばの認知度を上げる	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。回覧板を毎月林田地区に回覧した。(5 月～)	3
	⑤ スタッフの連携	研修報告や Zoom の使い方など、ひろばスタッフ内で勉強会を月 1 回行い、年 7 回以上参加した。	4

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・目標数値:0 歳児の登録人数 190 人、達成率 76%(目標:250 人) 内、坂出市 124 人(坂出市出生率の約 44%)
- ・目標達成できなかった主な理由として考えられるのは閉館期間の長期化(68 日)により新規登録数も伸び悩み結果に繋がらなかったと考えられる。しかし、主の目標である赤ちゃんからの利用促進に繋がる赤ちゃんひろばのイベント参加率は目標を大きく上回った。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、絵本・おもちゃの貸し出し、インスタライブ、ZOOM イベント・オンラインでのイベントを 35 回行った。(Zoom:7 回、インスタライブ:28 回))
- ・サポーターズが 17 人に増加(昨年 11 人)。活動回数や内容も増えた。その活動報告を Instagram や HP で投稿し、ひろば内にもサポーターズ新聞を作成し掲示することで、利用者にも活動を知ってもらうことができた。
- ・壁面工作や通信配布準備など、イベント以外での活動に 25 人、16 回サポーターズが参加した。
- ・10 月から 3.4 カ月健診待合時にモニターで紹介動画作成しを流す、市からの健診お知らせ時にチラシを同封してもらうことができた。
- ・回覧板を見て 13 人の地域の方がリサイクルデー物品の提供に来館した。また、若竹パン販売の利用も館に足を運ぶきっかけとなった。今後は、まろっ子の活動や話をすることで地域の方の理解、協力を繋がるように来館の際の仕掛けを考える。
- ・スタッフ内勉強会の実施と、研修内容を共有するのみでなく、分かりやすく伝えるということも学ぶことができた。

【事業チームとしての次期への課題】

- ・年間計画を立て、新聞や広報などで広報する場を増やす。

一時預かり 令和3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	評価
一時預かり	3,107,000 円	正 1人 P 1人	新規 70人 延べ 600人	新規 48人 延べ 742人	68% 123%	4.0

【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)	評価
重点項目	① 広報を行う	ひろばイベントで登録会を行ったことで新規登録につながった。(6月3人登録・12月4人登録)	4
	② 子育て家庭のニーズを満たす	食事の自立やトイレトレーニングを保護者と相談しながら実施。遊びを子ども自身で見つけられるような、子ども一人一人の成長に合わせた保育の実施。	4
	③ 保護者へのかかわり	連絡カードを作成し、預かり中の様子や家庭で様子観察の必要なことを確認できるようになった。	5
	④ スタッフ連携	朝礼で当日預かりの子どもの状況、注意点の共有を行った。月一で、一時スタッフとリーダーで MTG を行い保育内容について検討見直しを行った。	3

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ① Instagram で、次月の予約受付開始・空き状況・預ける理由ランキングを掲載し、預けることへのハードルを下げ、気利用を促した。また、SNS ハイライトに残すことで一時預かりの記事を検索しやすいようにした。
- ① 健診・子育てサークル・カンガルーとしょかんでチラシ配布を行ったが、チラシを見ての預かり利用者はおらず、結果としては坂出市の HP やひろばからの利用が多かった。
- ② アレルギー、感染症対策に応じた保育対応から研修に参加し、保育に取り入共有を行った。(4回)
- ② 保育場所を一時預かり室を中心とし、館全体を利用。子ども一人一人に合った保育を行った。また、スタッフを2人体制にし、預かり人数を増やすことで、子ども同士のかかわりも増えた。
- ② しおりや乳幼児調査票の見直しを行い、登録時の説明を簡略化し、新型コロナウイルスに関する聞き取りを追加した。
- ③ 新規利用・一時卒業・誕生月に写真カードプレゼントを行った。保護者から成長、思い出ができたと好評であった。
- ③ 連絡カードを作成し、預かり中の様子や家庭で様子観察の必要な事を確認できるようにした。預かり中の様子が伝わっているかのアンケートを行った。(前期 100%・後期 100%)
- ③ アレルギー対応の見直しを行い、こども課と協議し、与薬依頼書と与薬同意書を作成。(1組同意書提出)
- ③ 新型コロナウイルス対応として、陽性者が出た時の連絡網を作成し、保育内容の見直の実施。食事、おむつ替え時の使い捨てエプロンの使用、午睡時の配置の工夫。保護者との普段からの状況確認や信頼関係構築に努め安心して利用できるようにした。
- ④ 一時スタッフで朝のミーティングを行い、預かりの子どもの発達段階、保護者のニーズ状況について共有した。
- ④ 月一で、一時スタッフとリーダーで MTG を行い、保育内容、子どもの発達状況について協議し見直しを行った。

【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、SNS 発信・チラシ配布し、ひろばでの情報提供を行う。
- ・一時預かりの保育の仕組みを学び、保育内容の見直しを行い、各部署との連携共有を行う。

まろっ子事務 令和3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	評価
まろっ子事務	6,236,000 円 300,000 円 (フェスティバル)	正1人	館 14,000 人 1F 5,500 人	館 10,934 人 1F 5,500 人 32組 113 人 (フェスティバル)	78.1% 100%	3.5

【年度の行動目標】

主	安心して楽しく過ごせる居場所づくり	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	⑤ 安心・安全の確保	地震・火災避難訓練、救急救命講座を実施。東日本大震災時の経験を基に防災ポスターを制作掲示して防災意識を高めた。消毒、清掃、換気などコロナ感染症対策を徹底した。部署と全体で月2回3S実施。	4
	⑥ 利用者の視点にたった運営	屋外や交流スペースに卒ひろば世代対象の遊具を揃え図書の出出しも開始。利用者アンケートによる改善点は、階段の幼児用手すりの設置、スタッフの名前の表示、「月齢フォトイベント」の開催。	3
	⑦ 連携機能の強化	リサイクルデーで市内の幼～小・中学校制服の回収販売を開始。目標の倍の約600人が利用。59,800円の収益で屋外ひろばに熱中症対策の冷風機を購入。第6回子育てフェスティバルでは、市内の子育て支援団体を紹介する冊子1,500部を制作配布。	4
	⑧ 民間ならではの柔軟で機動性のある運営	開館状況などのお知らせを迅速にSNSで情報発信。初めて来館する人に向けた利用の仕方動画を作りハイライトにまとめた。7/22～ライフジャケットの貸出開始。掲示物や回覧板でPR。6人利用。	3

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ①コロナ感染症対策についてのアンケートでは100%の人が「満足している」と回答。
- ②館利用全体の50.3%が屋外・交流スペースの利用者であり、利用属性も父親、祖父母等幅広い層の利用がみられる。平日の15時以降の利用でも毎日平均4.7人の幼稚園児が利用していることから放課後利用の定着がみられる。
- ③リサイクルデー開催時期の登録更新は全体の24%を占めており、ひろば再利用のきっかけになっている。
- ③地域の方へは年に1度、畑作業などご協力頂いている方へは子どもたちからのメッセージと館の事業報告を作成しポストインした。リサイクルデーでは回覧を見て地域の方20人から提供品があった。
- ③子育てフェスティバルでは、全員が参加して完成する作品作りを目標にしていたが、コロナ禍では制限が多く出展団体や地域の子育て支援団体を紹介する冊子を制作し配布した。目標とは違う形になったが好評だった。
- ④SNSフォロワー数目標750。4月509人⇒10月末752人、11/4～新アカウント後、現在388人。(R4.3.31)
- ④地域イベント企画により多数のメディアに掲載された。(新聞:5回、ラジオ:4回、TV1回、市報12回)

【事業チームとしての次期への課題】

- ・現在多くの利用がある屋外ひろばと交流スペースの利用促進を考える。
- ・パパや地域の人、3～6歳の利用目標数値を決めて、PRや環境整備、イベント開催などに力を入れる。

⑦ 利用者支援部 高松コーディネーター 令和3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	評価
子育て支援部 (高松コーディネーター)	7,604,000 円	正1人	3,200 人	対面:2,960 人 オンライン:602 人	111 % ※オンライン込みの達成率	3.7
新型コロナウイルス 感染症対策事業	300,000 円	P1人 太田		感染症防止 用品の購入		

※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	子どもの発達を知る	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	① 情報提供	・HP や SNS で毎月の情報提供内容を年間実行。アンケート結果より、情報提供を行っていること 14%。認知度の低さから、後期は IG でも情報提供を行った結果、微増の 17%。発達を知る機会が増えた、もっと知りたいと感じた人は 92%となった。	4
	② 学びの機会	・拠点対象外も含む未就学児対象の発達座談会は、設定予約数に対し 4 割参加。 ・発達に関する本の特設コーナー1 回/2 ヶ月更新。HP や IG でも同内容で情報提供を行った。設置の認知度 75%。読んだことがある 40%約半数が興味を持ち読んだ	3
	③ 他機関との連携	・高松市障がい者基幹相談支援センターとの合同研修を行い、利用者支援事業の概要や強みなどを伝え、支援者同士顔の見える関係・連携先としてケース相談も増えた。 ・まるごと福祉会議で繋がった地域の民生委員などが、拠点にボランティアとして関わってくれるようになった。今まで関わりが薄かった高齢・障がい分野の機関からの視察、見学も増えた。 ・また、専門家を交えた座談会を開催することで、直接相談にもつながり、利用者の相談先の選択肢が増えた。	4

◆目標数値:発達を知る機会が増えたと感じた人を 80%にする⇒92%(115%達成)

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・総合相談件数が、新型コロナ前の年と比べると、昨年から今年にかけて減。要因として閉館や利用人数減、4 か月児相談などの訪問がなくなった為と考えられる。オンラインや SNS 発信に力を入れ、相談入り口を増やしている。ユーザー数の多い Instagram を活用し、月ごとの情報提供を年間計画に沿って配信。結果、投稿を保存数が多く、過去半年の保存数上位 5 位のうち、4 件は保育所についての投稿であった。
- ・新規継続支援の相談入り口として電話相談が 31%に増加(7%昨年)。内容としてはコロナ禍で子育てや家族の夫や妻との関係性・自分や家族等の健康による相談が増加していると思われる。今までは拠点内で出来ていた何気ない育児スキルのこと、夫や妻・親との関係などを利用者同士で解消出来ていた事が、地域子育て支援拠点で利用制限等があり、支援者、利用者同士の距離も出来、深刻になってからの相談になっていると感じる。

利用者支援事業部 坂出コーディネーター 令和3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	評価
坂出コーディネー	7,782,000 円 コロナ助成金 800,000 円	正 1 人 P 1 人 太田	3500 人	対面 3,254 人 オンライン 768 人 合計 4,022 人	93% 115%	4
地域で共育	200,000 円	正 1 人 P 1 人 太田	127 人	128 人	101%	4

※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	家族のことを相談できる場所として認知される。	実行して成果があがったこと(特筆事項)	評価
重点項目	① 幅広い層が参加できる機会をつくる。	ダブルケアカフェ 12 回、こころの相談室 5 回、家計講座 2 回実施。当事者以外にも家族や支援者、予備軍の方の参加も得られた。	4
	② 広報活動を行う。	CN通信、HP、SNSにて広報を行った。ひろばにてポスター掲示、個別での声掛けなど広く周知していった。イベント新規率 3 事業にて平均 78%を達成した。	3
	③ 情報提供を行う。	3 講座に関わる情報提供を HPにて 51 回、SNSにて 39 回掲載。ひろばに掲示した後、ファイルにまとめて利用者が自由に見られるようにひろばに設置した。	4
	④ 他機関連携や地域の支援者と利用者をつなぐ	3 事業にて個別相談を行い、利用者が個別に支援者につながる機会を持った。心理士相談(18 件)保健師への介護相談(10 件)社協への家計相談(4 件)	4
	⑤ 地域ネットワークの構築	市内の障がい分野の専門機関.SSWと 4 回/年開催。各分野の現状、課題の共有、テーマを設け支援内容の検討を行った。	5

【事業チームとしての総合的なふりかえり(成果・反省点)】

- ・家族のことを相談できること(ダブルケアカフェ、こころの相談室、家計講座)を知っている割合は前期アンケート 43%、後期は 54%となった。目標の 70%には届かなかったが、少しずつ認知が広がっている。
- ・平日に相談を利用できない利用者に向けて新規で休日相談日を 11 回実施。18 組の相談があり休日利用のみの方が 78%となった。また、わはは・ひろば坂出への訪問を月 1 回から週 1 回に増やすことで相談の機会を増やし相談件数が増加した。(R2 24 件→R3 70 件)
- ・HP、SNS に関するミーティングを 2 回開催し、投稿の時期、内容を決め、見やすい投稿づくりを工夫した。
- ・坂出市けんこう課に働きかけ、市内子育て支援拠点の紹介動画を取りまとめて 3.4 カ月児健診の待ち時間に試聴できるようにモニターを設置した。健診をきっかけの来館は全体の 12%(昨年 8%)。
- ・地域ネットワークの実施により、早期に個別相談となり早期療育開始となった。3 件
- ・相談では、子どもの発達や育児不安の内容が多く、コロナ対策で 68 日間のひろば休館がある中で継続支援の件数は増加した。情報提供は、とくに子どもの保育に関する相談が前年比で大きく減少している理由として、相談が多い 8~10 月時期にひろばが休館していたことも一因と考えられる。

高松コーディネーター 受託事業

ドコモ市民活動団体助成事業 令和3年度報告

事業名	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)
ドコモ市民活動団体助成事業	1,000,000 円	正 1 人 太田	480	755	157%	5

計画	実施	内容
支援者ヒアリング	2020.12.1～2021.1.30	19 機関
アンケート調査(量的調査)	2020.10.1～11.30	紙面 362 人、web351 人 合計 713 人
ひとり親当事者ヒアリング	2020.12.1～2021.1.30	13 人
サポーター養成講座	2022.8.24	オンラインにて実施
		・調査研修報告
		・ひとり親の現状と課題
		・香川県の女性相談の体制と DV 支援について
		・親子の成長を見通した支援
		・支援技術について

坂出コーディネーター 受託事業

地域で共育 令和3年度事業報告

事業名	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)
地域で共育	200,000 円	正 1 人 太田	127 人	133	104%	5

活動内容(具体的な活動内容、実施場所等)
<p>◆第1回実行委員会中止 (コロナ感染拡大につき)</p> <p>◆『芸術家と世界で一つの宝物をつくるぞ』 講師:辻野栄一先生 (高松短期大学教授・彫刻家)</p> <p>◆学生ボランティア説明会</p> <p>◆『学生ボランティアによる学習支援』</p> <p>◆『なんちゃって自然活動!火のある生活体験してみよう!』 講師:武市 和宏さん (香川県キャンプ協会理事・日本キャンプ協会公認キャンプインストラクター)</p> <p>◆『学生ボランティアによる学習支援』</p> <p>◆『季節の工作を楽しもう!』 協力:夢*ゆめクラブ</p> <p>◆実行委員会 ※コロナ まん延防止期間のため中止。活動報告を報告書にまとめ送付する。</p>