

報 告 書

コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム
～もっとあなたを支えたい～

令和3年7月2日

目 次

I プロジェクトチームについて

- 1 開催趣旨
- 2 三原副大臣からのメッセージ
- 3 報告書の構成

II 改善に向けた取組とそのフォローアップ

1 政策広報の改善に向けた具体的取組内容

- ① コロナ禍の対応としてすぐに取り組むこと P4
 - イ 雇用・人材開発支援
 - ロ 自殺防止・生活支援
 - ハ 職場における環境整備支援
 - ニ 子育て支援
 - ホ コロナ禍でお困りの方向けのデジタル広報・ナビゲーションの強化
 - ヘ 内閣官房新型コロナウイルス感染症対策 web サイトのプレイアップ
 - ト 内閣官房孤独・孤立対策担当室における取組
- ② 今後、他の政策分野においても検討・活用すべき広報アプローチ(共通的事項) P8
 - (政策の広報に関する基本的考え方)
 - (重点的広報制度の本格実施)
 - (各地域における支援団体やオピニオンリーダー等を通じた広報発信)
 - (地方公共団体とのコミュニケーションの円滑化)
 - (緊急時における「政策セカンドトラック」の検討・活用)

2 厚生労働省の広報改革の加速化

- ① 情報コンテンツのクオリティの向上 P10
 - (チラシ、リーフレット等の広報資料の充実)
 - (厚労省 web サイトのコンテンツの構造化等)
- ② 国民からのアクセシビリティの改善 P10
 - (外部プラットフォームとの連携の強化と積極活用)
 - (ユーザー視点に立った広報活動の展開の本格実施)
- ③ 厚生労働省の広報体制の強化 P11
 - (各部局の広報機能の底上げと広報委員会の活性化)
 - (広報室の司令塔機能の強化)

III 第1回PT～第3回PT(各論)における議論

1 共通的事項 P11

- ① 内閣官房の新型コロナウイルス感染症対策のHPのプレイアップ
- ② 政府のHPのアクセス環境の整備
- ③ 制度・事業を実施する地方公共団体における課題

2 雇用・人材開発支援 P12

- ① 各施策の周知方法について
- ② 施策全体の周知PR方法のあり方
- ③ 厚生労働省HPの改善

3 自殺防止・生活支援 P13

- ① 自殺防止対策
- ② 生活支援

4 職場における女性活躍支援・子育て支援策 P16

- ① 不妊治療
- ② パパカード
- ③ テレワーク
- ④ ハラスメント
- ⑤ ひとり親支援
- ⑥ フリーランス等雇用以外の方々への対応
- ⑦ 働き方改革

IV 厚生労働省の情報発信の仕組みについての議論

1 厚生労働省の情報発信の仕組み、プラットフォーム(HP、メルマガ、YouTube、Twitter)の効果的な活用方策の検討 P17

- ① 広報戦略の重要性
- ② 政策の情報発信手段の多様化
- ③ 広報体制の強化

2 発信力のあるオピニオンリーダー等へのアプローチ P18

- ① 各分野の現場等で実際に支援を行っている専門家(NPO等)を通じた周知
- ② 今回参加の有識者の方々を通じた情報提供に加え、TVのキャスター・論説委員・解説委員等への積極的アプローチによる情報発信

V 開催経過等

- 1 開催要綱及び参集者 P19
- 2 開催状況 P19
- 3 現場の当事者からのプレゼン P20
- 4 基礎データ P20

コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム
～もっとあなたを支えたい～
報告書

I プロジェクトチームについて

1 開催趣旨

新型コロナウイルス感染症による影響は、社会の各層・各分野にまたがっている。その中で、例えば雇用への影響をみると、雇用者数の減少は男女ともに見られるが、女性・非正規雇用労働者で減少の影響が大きい。また、自殺者数を見ても、女性の自殺者数が昨年より増加している。

こうした状況を踏まえ、政府としては、補正予算などを活用して新型コロナウイルス感染症による影響に対して各種支援策を実施しているが、真に支援を必要とする方々に支援策の情報が必ずしも届いてない現状がある。

これは、制度が複雑であったり、政府の広報が難しかったりすることで、支援を必要とする対象者に届かないことや、そもそも対象者がこれらの情報に、どうすればアクセスできるかを知らないといったケースがある。

こうした現状を踏まえ、政府が実施している支援策の効果的なPR方法等について、発信力のある有識者も交えて議論し、困難な問題を抱える方々に必要な支援が十分に行き渡るように取組を一層進めていくこととした。

2 三原副大臣からのメッセージ

コロナ禍では、私たちの生活は一変しました。その中で、支援ニーズが続々と明らかになり、国は、次々と支援策を講じてきました。

様々な支援策はきめ細かである反面、利用者にとって分かりにくくもなり、支援のラストワンマイルの問題が叫ばれるようになりました。支援は届かなければ意味がない。私は、この問題に真正面から向き合わなければいけないと考えました。

まず、コロナの影響により、失業や生活困窮などに多くの方々が直面しています。そうした方々にとっては、予期し得ない天災に遭遇したようなものと言っても過言ではありません。支援を求めることや受けることを恥ずかしく思わないで欲しいと思います。生活保護を含めて、お互い様の社会として皆で創り上げてきたセーフティーネットです。

その上で、支援策に至らない点があれば、改善します。支援策をまとめた web サイトや広報資料において、支援の内容が分かりにくい点があれば、改善します。そもそも、支援策の内容を読み解かなくても良いようにも工夫します。お困りの方は、支援策の内容を知りたいわけではなく、自分の困りごとに対応する支援策があるのかどうかや、自分が使えるのかどうかを知りたいはずですので、こうした利用者の目線に立った広報を強化します。こまめに支援情報のページをチェックする必要なく、支援の案内(創設、延長、拡充等)を受けられるようにします。支援策を使う際の手続きを簡素にしていきます。

このように、国が作った支援策を、必要な方にしっかり「気づいてもらい」、「知ってもらい」、「そして「使ってもらい」ことができるようにしていきます。

デジタル(web サイト・スマートフォンアプリ等)だけでなく、アナログ(リーフレット・チラシ等)でも。政府広報やマスメディアだけでなくSNSでも。

国や地方自治体だけでなく、支援団体をはじめとする民間の力も合わせて、あらゆる方策を尽くして、あなたを支えていきたいと思います。

3 報告書の構成

プロジェクトチームにおいて、厚生労働省の「政策PRの効果的な方法」の検討を行うにあたり、コロナ禍で新たに生じた政策課題への対応を優先し、第1回～第3回までは、テーマ別(雇用・人材開発支援、自殺防止・生活支援、職場における女性活躍支援・子育て支援)に、現場の当事者からのプレゼンを交え、議論・意見交換を行ってきた。

このため、本報告書は、第Ⅲ章及び第Ⅳ章に記載されているメンバーからの提案やアドバイスを踏まえ、厚生労働省としてすぐに取り組む事項を中心に、第Ⅱ章において、下記の①～③について記述している。

- ① 「コロナ禍の対応としてすぐに取り組むこと」(雇用・人材開発支援、自殺防止・生活支援、職場における女性活躍支援・子育て支援の各分野)
- ② 「今後、他の政策分野においても検討・活用すべき広報アプローチ」(共通的事項)
- ③ 「厚生労働省の広報改革の加速化」

なお、第Ⅲ章～第Ⅴ章は、研究会での各メンバーの発言をまとめたものであり、その発言はメンバー全員の合意を得たものではない。ただし、第Ⅲ章～第Ⅴ章に記載しているメンバーからの提案やアドバイス等については、今後、厚生労働省が取組を進める際の貴重な御意見・アドバイスとして、しっかりと受け止め活用していくものである。

また、第Ⅴ章において、現場の当事者からのプレゼン等について紹介している。

Ⅱ 改善に向けた取組とそのフォローアップ

プロジェクトチームにおけるメンバーからの提案やアドバイスを踏まえ、厚生労働省としては、本章の内容を「厚生労働省改革の『広報改革工程表』」に盛り込むとともに、「厚生労働省改革実行チーム(トップは事務次官)」や広報委員会等において、広報改善に向けた取組を継続的にフォローアップ・実施していく。

また、広報改善に向けた取組を行う前提として、コロナ禍において支援策の改善・情報発信を行っていくためには、データ等に基づく実態把握・分析・評価が重要であり、証拠に基づく政策立案(EBPM)の視点を踏まえた取組に努めるとともに、新型コロナウイルス感染症情報特設ページに掲載されているデータのように、二次分析にも資するよう、例えば、指標のエクセル化・CSV化(※)や分析のオープンデータ化を進めていく必要がある。

なお、厚生労働省の職員が下記の取組を行う際に必要となる広報感覚・センスを磨くためには、職員自身のライフ・生活が充実していないと、国民が何に困って、どこで情報を得るのかという実感、マーケティングセンスが培われない。こうした観点からも、厚生労働省職員の働き方改革と生活改革の両者を着実に進めていく必要がある。

(※) comma separated values: 値や項目をカンマ(,)で区切って書いたテキストファイルデータ。

1 政策広報の改善に向けた具体的取組内容

① コロナ禍の対応としてすぐに取り組むこと

イ 雇用・人材開発支援

- ・ 個人向けの支援策(教育訓練給付、求職者支援訓練、高等職業訓練促進給付金等)について、認知度を高め、支援対象者の利用に向けた心理的ハードルを下げるができるよう、web サイト強化に加えて、広報チャンネル(支援団体、労働組合等)の多様化やチラシ等におけるメッセージの工夫を図る。

- ・ 個人向け・企業向けいずれの支援策についても、ポストコロナの時代にも活用できるような雇用促進のための好事例の収集及び発信の強化を図る。
- ・ 全国の社会福祉協議会の窓口職員向けに、ハローワークの各種サービスや支援策を分かりやすく紹介したリーフレットを配布することにより、現場レベルでの福祉と雇用の連携を図る。
- ・ 求職者の方々に訓練受講に関する具体的なイメージを持っていただき、求職者支援制度の活用促進につなげるため、厚生労働省HPにおける掲載内容の見直しを行う。
具体的には、動画を活用した制度の分かりやすい解説に加え、訓練受講者の生の声(訓練受講の経緯、訓練の内容や訓練の効果、訓練を契機とした職種転換、育児と訓練の両立等)を掲載・随時更新する。また、就職に向けた意欲喚起につなげるため、訓練受講後の就職先等の例を併せて掲載する。
- ・ HPの見直しに加え、都道府県労働局を通じて、各地域の社会福祉協議会・生活困窮者自立支援機関・福祉事務所・地方公共団体等のHPへの掲載を働きかけ、求職者支援制度の活用促進を図る。
- ・ デジタル分野をはじめとする各分野の訓練コースについて、求職者の関心が高まるよう、訓練内容のほか、訓練修了生の声・就職先・就職率等を盛り込んだリーフレットを作成し、厚生労働省のSNSを活用した情報発信に取り組む。
- ・ 教育訓練給付について分かりやすく解説したリーフレットの作成に加え、厚生労働省HPの掲載内容の見直しを行う。
具体的には、労働者向け・教育訓練施設向けといった対象者別に掲載内容を分かりやすく整理することに加え、関係省庁等のHPにおける関連ページとのリンクを効果的に充実させる。
- ・ 厚生労働省HPの見直しに加えて、勤務先を通じて労働者への制度周知につなげるため、ハローワークの給付窓口に加えて、雇用保険の適用窓口や求人窓口においても事業所向けの制度周知を強化する。また、日本商工会議所をはじめとする主要経済団体・各種業界団体・労働組合を通じた周知も行う。

ロ 自殺防止・生活支援

- ・ コロナ禍において増加している女性や若者の自殺の原因動機や背景について分析を進め、それを踏まえた自殺対策を推進する。
- ・ web 検索の結果、自殺関係の相談窓口が多数出てきて利用者が混乱することがなくなるよう、また、一つの相談ダイヤルが混雑して繋がらず、悩んでいる方との貴重な接点が失われるといったことがなくなるよう、厚生労働省が案内する相談窓口のネット上における表示を分かりやすくするとともに、各相談窓口の応答率の改善を図った上で、混雑時には各窓口が連携できるような仕組みについて、相談実施団体と協議しつつ検討を行う。
- ・ また、「自殺は誰にでも起こりうる危機」という認識の下、「周囲に頼ることは恥ずかしいことではない」とのメッセージを国民に発信するとともに、自殺防止の web 検索に連動した窓口案内の更なる充実を図ることで、相談しやすい環境づくりを進める。

- ・ いわゆる「ウェルテル効果」(※)を防止するため、引き続き、有名人の自殺報道のたびにWHOの自殺報道のガイドラインの遵守を報道機関に求めている。
- ・ インターネット上の投稿から相談支援を働きかける取組を行う民間団体、地域の支援団体とのコンソーシアム(共同事業体)による相談支援を行う民間団体等、先進的な取組を行う団体に対する支援を強化する。
- ・ 地域における自殺対策を推進するため、地方自治体に対し、地域毎の自殺データや先進事例の提供を引き続き行う。

(※) マスメディアの報道に影響されて自殺が増える現象。

- ・ 緊急小口資金や総合支援資金の特例貸付の償還免除要件の周知を徹底する。
- ・ 生活保護について、昨年以降HP上で取組をまとめ、厚生労働省作成のリーフレットで制度を周知するとともに、Yahoo!のバナー広告、Google の検索機能、Twitter や Facebook を通じた広報といった新たな取組を始めており、引き続きこうした広報を行っていく。
- ・ ホームレスの方など住まいが不安定な方に必要な支援が届くよう、各自治体に対して、NPO等支援団体と連携して情報発信に取り組むよう促すとともに、女性向けに一部の自治体が既にハローワークと連携して実施している面接時のスーツの貸し出し等の就労支援等について、コロナ禍の状況を踏まえ、その拡充等について検討を行う。
- ・ 困窮状況が見えにくい方なども含め、地域住民の複合化・複雑化した支援ニーズに対応する包括的な支援体制の整備を進める。
- ・ 困っている方々の目線に立った「アウトリーチ型支援」をNPO等と連携を図りながら、取り組んでいく。

ハ 職場における環境整備支援

- ・ テレワークは、時間制約の多い女性にとっても働きやすく、またウィズコロナ・ポストコロナの「新たな日常」「新しい生活様式」に対応した働き方であり、今年3月に策定した「テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン」を労使双方に分かりやすく周知するとともに、テレワークの相談支援や中小企業向けの助成金等の活用をはじめ、良質なテレワークの導入・定着に向け、引き続き、テレワーク関係省庁(総務省、経済産業省、国土交通省等)との連携の強化を図っていく。
- ・ 企業内において職場環境の整備を進めていく際には、経営者のコミットの有無が鍵であることを踏まえ、各種助成金(不妊治療、テレワーク、男性育休等)における経営者のコミットの条件付けを検討する。

具体的には、それぞれの助成金の趣旨目的や、要件の厳格化による執行率への影響も踏まえつつ、人事担当者にとっても Win-Win になるような形で、具体的な対応の在り方について、令和4年度予算編成過程で検討する。

- ・ フリーランスとして安心して働ける環境を整備するため、事業者とフリーランスの取引について独占禁止法や下請代金支払遅延等防止法、労働関係法令の適用関係の明確化等をした、「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン」(関係省庁連名で今年3月に策定)について、関係省庁と連携して周知を行うとともに、

昨年 11 月に設置した「フリーランス・トラブル 110 番」において、フリーランスと発注事業者等との間のトラブル等について相談対応を実施する。

また、今年4月から、労働者災害補償保険の特別加入制度の対象範囲を芸能従事者やアニメーション制作従事者等に拡大したところであり、今後とも労災保険の特別加入の拡大等、フリーランスの方のセーフティーネットのあり方について検討する。

(※) 上記のガイドラインにおいて、フリーランスは、「実店舗がなく、雇人もいない自営業主や一人社長であって、自身の経験や知識、スキルを活用して収入を得る者」と定義されている。

ニ 子育て支援

- ・ 自治体のひとり親家庭支援窓口に対し、職業訓練前の段階からワンストップで寄り添い型の支援を行い、個々人のニーズに応じて高等職業訓練促進給付金等の支援メニューを組み合わせて活用することや、地域の実情に応じて、メールや web サイト、SNS 等も含めて接しやすいツールを用いた積極的な支援策の周知をすることを依頼し、ひとり親に確実に支援情報を届け、就労を通じた自立に繋がるよう支援する。
- ・ 女性の活躍と子育ての両立を推進するため、ベビーシッター等の子育てにかかる経費の負担軽減策について、関係省庁と連携しながら、予算・税制の両面から検討する。
- ・ 妊娠・出産する女性全てに配付される母子健康手帳の情報浸透力の高さを踏まえ、多様な就労形態(雇用以外の働き方を含む。)に対応した母子健康手帳の記載修正を検討する。具体的には、「職業生活に係る記載」について有期雇用労働者の育児・介護休業取得要件の緩和を反映することを含め、見直しを検討する。
- ・ 不妊治療は、個人の問題でも女性だけの問題でもなく、社会の問題や男女共通の問題であるという認識の下、不妊に悩む方に対して、当事者の視点に立って、ニーズに応じた不妊治療がなされるとともに、医療機関における治療内容等が適切に情報提供されるよう、令和4年度の保険適用に向けて、関係団体等とも連携して検討する。
なお、医療機関において、広告の際には、想定される治療を含めた標準的な費用を分かりやすく示すことが必要であり、治療の際にも、患者に対して丁寧に説明するよう努めなければならないということについて、今後とも周知していく。
- ・ 不妊治療等への社会全体の理解・関心を深めるため、内閣府とも連携し、メディアを通じた情報発信を積極的に行っていく。

ホ コロナ禍でお困りの方向けのデジタル広報・ナビゲーションの強化

- ・ スマートフォンが相当に普及していることや、支援窓口に対面・電話相談する心理的・時間的障壁が低くないことを踏まえ、フィンランドにおけるAIを活用した情報連携・発信の取組(Aurora AI)も参考にしながら、スマートフォンのアプリを通じた広報を今年度から速やかに強化することを検討する。スマートフォンを持っていない方にも配慮し、厚生労働省の web サイトにおいても、アプリと同様の体系や分かりやすさで支援情報を整理する。(具体的には、別紙1参照)

- ・ なお、経済財政運営と改革の基本方針(令和3年6月18日閣議決定)において、「マイナンバー制度を活用し、リアルタイムで世帯や福祉サービスの利用状況、所得等の情報を把握することにより、プッシュ型で様々な支援を適時適切に提供できる仕組みの実現に向けた工程を次期デジタル・ガバメント実行計画で具体化する。」とされており、厚生労働省としても、しっかり検討していく。

へ 内閣官房新型コロナウイルス感染症対策 web サイトのプレイアップ

新型コロナウイルス感染症に対する各種支援策情報を集約し、チャットボット等の機能も搭載されている内閣官房新型コロナウイルス感染症対策のHP(ワンストップ支援情報サイト)のプレイアップを行う。

ト 内閣官房孤独・孤立対策担当室における取組

孤独・孤立に悩む方の目線に立ち、情報提供の手法や利便性の観点からの向上を図るために必要な視点等を整理し、孤独・孤立対策のHP改編を行う。

② 今後、他の政策分野においても検討・活用すべき広報アプローチ(共通的事項) (政策の広報に関する基本的考え方)

- ・ 困っている方一人ひとりに必要な支援がいきわたるようにするためには、官民の役割分担・連携を図ることが必要である。
- ・ 政府は、政策決定や政策に関する情報の整理に徹し、さらには、その情報を届ける方法(マニュアル・仕組み・フロー等)の標準的な形や好事例を、地方公共団体等に対して丁寧を示す。
- ・ 国民への情報の周知・伝達(ラストワンマイル)については、民間事業者や関係団体を最大限に活用する。

(重点的広報制度の本格実施)

- ・ 厚労省全体の広報力の向上に向け、昨年度から試行実施している「重点広報制度」を来年度から本格実施する。今年度は引き続き、モデル局(職業安定局)において、
 - ① プレスリリースやSNS、広報誌などを通じた効果的な情報発信
 - ② SNSを用いた広聴活動に基づく広報戦略の策定
 - ③ 利用者がアクセスしやすいHPコンテンツの工夫(特設サイト立ち上げを含む)
 - ④ 利用者ニーズに応じた分かりやすいチラシ・リーフレット等の作成
 等を試行的に実施し、その成果を踏まえ、来年度から省内の各部局に横展開していく。

(各地域における支援団体やオピニオンリーダー等を通じた広報発信)

- ・ デジタルだけに依存することなく、国の出先機関や地方公共団体が各地域における事業主団体や労働組合等とコミュニケーションをしっかりと取り、一人ひとりに支援策が届くように工夫するとともに、支援を必要としている本人への直接のアプローチが難しい場合には、その方々の周りにはいる地域の支援団体(NPO等)やコミュニティ等を通じた支援策の情報提供方法も検討・活用する。
- ・ プロジェクトチームに今回参加いただいたメンバーの方々やTVのキャスター・論説委員・解説委員等への積極的アプローチ通じた厚生労働省の支援策の情報提供・発信

- に加え、日頃から、記者クラブ等をはじめとした報道関係者に対する政策の説明会や勉強会を開催・活用し、政策の理解促進と良好なコミュニケーションの維持に努める。
- ・ 厚生労働省が広報コンテンツをすべて自前で作成するのではなく、ユーチューバーや二次利用可能なライフスタイル誌の広告記事の活用など、「厚労省監修」という形の広報についても検討・実施する。

(地方公共団体とのコミュニケーションの円滑化)

- ・ 制度・事業を実施する地方公共団体に対しても、本年4月から本格稼働している厚生労働省と地方公共団体との共同ポータルサイト「One Public」を活用しながら、厚生労働省と地方公共団体間のコミュニケーション円滑化や業務効率化を図る。

同サイトにおいて、各地方公共団体が同様の課題・悩みでそれぞれ苦勞することが少なくなるよう、各地方公共団体が具体化しなければならない事業要綱案のテンプレートを事業開始前に示したり、事業開始後に円滑に実施できている地方公共団体の事業要綱案を横断的に共有したりする地方公共団体の負担軽減策を検討する。

また、新規性の高い事業についての理解を深めるために、地方公共団体や民間団体向けリモート勉強会を開催する等、立ち上げに向けた伴走型の支援を進める。事業要綱案の共有及び立上げ支援いずれについても、まずはニーズが高いと考えられる子ども局の事業から始める。

(緊急時における「政策セカンドトラック」の検討・活用)

- ・ 支援を必要とする国民に対して迅速にサービスが届くよう、今回のコロナ禍での「自殺防止対策を行うNPO法人等への助成事業」や「生活困窮者等に対する支援に関する活動を行うNPO法人等への助成事業」のように緊急性のある事業については、従来のような地方自治体を通じた支援を補完する形で、NPO等民間団体への直接補助(政策セカンドトラック)も検討・活用する。

2 厚生労働省の広報改革の加速化

1に記載したような各分野の政策に関する広報(いわゆる「マーケティングPR」)が国民に浸透していくためには、厚生労働省という組織が、国民からみて身近な存在であるとの「共感」や、いざという時に頼れる存在であるとの「信頼」を得ていることが不可欠である。また、スマートフォン(インターネット)が国民のライフスタイルの中心となっていることを踏まえて、効果的な広報の手法に重点を置いていく必要がある。

このため、今後の広報改革は、以下の基本アプローチで進めていく。

- ・ 「マーケティングPR」と「コーポレートPR」(厚生労働省という組織そのものに関する広報)を両輪として、大胆に改革を進める。
- ・ その際、デジタルPR(インターネットを活用した広報)について、「マーケティングPR」と「コーポレートPR」の両方の横断的要素として取組を強化していく。

具体的には、次の①～③の重点的な取組に速やかに着手し、広報改革を加速化していく。

① 情報コンテンツのクオリティの向上

(チラシ、リーフレット等の広報資料の充実)

- ・ チラシやリーフレット等の一般国民向けの広報資料の多くは、職員が自ら作成していることが多く、用語や言い回し、デザインなどが国民にとって読みづらく、そもそも内容を読まれないおそれすらある。
- ・ このため、厚生労働省の広報機能の強化と職員の業務効率化の観点から、広報資料の作成業務について、広報室において一元的な体制を構築するなど、少額なものを中心として外部委託を積極的に活用する。

(厚労省 web サイトのコンテンツの構造化等)

- ・ 厚生労働省公式 web サイトは、他の省庁と比べても多くの情報が掲載されているが、十分な構造化が図られていないため、国民にとって、構成が分かりにくく必要な情報にたどり着かないという課題がある。
- ・ トップページについては、既に一定の見直しを実施したが、更に、トップページから必要な情報へのアクセスを円滑にする観点から、より見やすく関心をひく構成・内容への改訂、政策分野の構造化などトップページの見直しを速やかに進めるとともに、下部のページについても、情報の構造化の進捗に応じて、順次、ランディングページ(検索エンジン等を通じたアクセスの入口となるページ)の追加などの見直しを検討する。
- ・ 加えて、厚労省全体の広報力の向上に向けて試行している「重点広報制度」を来年度から本格実施し、国民のニーズが高いと考えられる特定の政策分野については、特設サイト立ち上げなど、国民に確実に届ける情報発信を重点的に支援する(再掲)。

② 国民からのアクセシビリティの改善

(外部プラットフォームとの連携の強化と積極活用)

- ・ コロナ禍においてこれまで実施してきた、外部プラットフォーム(Twitter、Facebook、Google、LINE など)を通じた情報発信の取組をさらに強化する。
- ・ 具体的には、まず、現在新型コロナウイルス関係に特化している LINE 公式アカウント(フォロワー数:約 226 万人)をリニューアルし、より幅広く厚生労働省 web サイトとリンクさせることで、多様な政策情報への国民からのアクセスを改善する。
- ・ 外部プラットフォームのセグメント配信の機能の活用などにより、政策に関する情報を、それを必要とする方たちに届けるプッシュ型の情報発信の強化について検討する。
- ・ コーポレートPR強化の一環として、新たに note(ノート)の公式アカウントを開設する。厚生労働省職員が政策に携わる思いを自分たちの言葉で届ける記事をストックするプラットフォームとして運営し、国民に身近な存在と覚えてもらえるよう取り組んでいく。

(ユーザー視点に立った広報活動の展開の本格実施)

- ・ 厚生労働省のSNSアカウントについて、投稿数のみに着目せず、利用者がアクセスしたくなるような投稿内容・頻度・コンテンツとなるよう、適切なKPIの設定やブランドイメージの統一を皮切りに抜本的な見直しを行う。

- ・ 政策や厚生労働省に対する国民の声を直接聴く広聴の取組を強化する観点から、昨年から試行的に開始したソーシャルリスニング(SNS広聴)を今年度から本格実施するとともに、いただいた国民の声も踏まえながら、広報の改善を図っていく。

③ 厚生労働省の広報体制の強化

(各部局の広報機能の底上げと広報委員会の活性化)

- ・ 広報委員は現在、各部局からの推薦どおりに任命しているが、これを、人事異動の内示があった際に、広報室長と人事課で相談の上で、適任者を選定・任命し、広報改革の意義や広報委員の役割を予め理解した上で発令する方法に見直すことで、各部局の広報機能の底上げを図る。
- ・ また、あわせて、広報改革の加速化の観点から、新たに、広報業務に意欲・関心のある若手職員を公募し、広報改革への参画や広報委員会への参加を可能とする仕組みの導入を検討する。

(広報室の司令塔機能の強化)

- ・ 広報室は、各部局の担当する政策広報をサポートする役割と厚生労働省という組織の広報を牽引する役割を担っている。デジタル広報の推進をはじめとする広報改革を加速化し、国民の情報ニーズに応えていくため、広報に係るデザインの機能やデジタル広報の機能、さらには危機管理広報などメディア対応の機能をはじめとして、広報室の体制を増強し、各部局への支援キャパシティを向上する。
- ・ 同時に、今回のプロジェクトチームでの議論も踏まえ、政策類型別の広報アプローチや、いわゆる「ナッジ」(※)のような新たな手法について、厚生労働省の政策広報において積極的な活用が進むよう、広報室が中心となって、広報委員会を通じた省内各部局への周知や外部講師を招いた研修などの企画・実施を進める。

(※) 人は必ずしも目の前にあるすべての情報を利用して合理的に意思決定をするわけではないという考えに基づき、人間の行動を分析する学問のことであり、望ましい方向が明らかな場合に、行動経済学を用いて、選択の余地を残したまま、金銭的なインセンティブを用いず人の行動変容を起こすための考え方を示す。

第Ⅲ章～第Ⅴ章は、研究会での各メンバーの発言をまとめたものであり、その発言はメンバー全員の合意を得たものではない。ただし、第Ⅲ章～第Ⅴ章に記載しているメンバーからの提案やアドバイス等については、今後、厚生労働省が取組を進める際の貴重な御意見・アドバイスとして、しっかりと受け止め活用していくものである。

Ⅲ 第1回PT～第3回PT(各論)における議論

1 共通的事項

① 内閣官房の新型コロナウイルス感染症対策のHPのプレイアップ

内閣官房の新型コロナウイルス感染症対策のHPは、国の支援策の情報を集約しチャットボット等の機能も搭載されており、ワンストップの支援情報サイトとして一定程度の水準に達している。しかしながら、このHPの存在が知られていなので、テレビCM等を活用し、もっとプレイアップすべき。

② 政府のHPのアクセス環境の整備

- ・ 厚生労働省HPが絶望的に見にくい。トップページは良いが、ワンクリックし、難しいチラシに飛んでしまうと誰も見なくなる。その中間点に、分かりやすい解説ページが必要。
- ・ 困りごと・ニーズを明確に認識できていない方には、依然としてアクセスしづらい。支援策がないと思い込んでいる方もいる。なんとなく答えていくと支援策にたどりつく方策がない。
- ・ そもそも申請手続きが煩雑なことに加え、支援策が随時拡充されていく中で、利用者側がキャッチアップすることは困難。海外のように、スマートフォンを活用したプッシュ型支援(フィンランドのオーロラ)を検討すべき。
- ・ ポストコロナにおいても、困難な問題を抱える個人向けに、ワンストップのポータルサイトを恒久的に用意しておかなければ、認知度を高めることに限界がある。
- ・ テレビ等のマスメディアの影響力は依然として大きいですが、その媒体に適した発信の仕方ができていない。
- ・ 全員がスマートフォンを利用できているわけではない。経済団体等の既存の情報ルートでは、孤独・孤立の問題を解消できず、情報弱者であるような個人は抜け落ちることが多い。

③ 制度・事業を実施する地方公共団体における課題

- ・ 国の全額補助事業があっても、自治体や都道府県の業務過多やマンパワーの問題等で、国の事業へ応募しないケースが多い。
- ・ 国の事業要綱等を読み込んで、各地方公共団体において、実施要綱や実施マニュアルを手探りで作成しており、公共部門全体として非効率な現状がある。
- ・ 国の事業要綱やQAを読み込むこと自体に困難を抱える小規模な地方公共団体もある。

2 雇用・人材開発支援

① 各施策の周知方法について

- ・ 利用者や事業主の関心を引くように、「利用者の声」や「支給実績のデータ」等を強調しつつ宣伝すべき。
- ・ 「役所側が伝えたい情報という視点」ではなく、「利用者からみて分かりやすい視

点」で周知資料を作成すべき。

- ・「利用者がすべて探す」という視点ではなく、フローチャート等を活用し、利用者がいくつかの条件を Yes/No の2択で進んでいくと、利用可能な支援策に行き着くような工夫が必要。
- ・ 今後、労働移動政策を進めるに当たっては、沖縄の事例(飲食業⇒建設業)のように公的支援以外のうまくいっている事例等も集めて、共有する仕組みづくりが重要。
- ・ 若い人もそれ以外の人も、自分から生活保護や雇用保険などを利用しに役所に行く気持ち的なハードルは高い。情報処理能力の低下している当事者の周りにいる仲間たち(コミュニティ)を通じて伝えるような工夫があれば効果的。

② 施策全体の周知PR方法のあり方

- ・ 従来の事業主向け情報発信だけでなく、雇用保険制度における在職者向け支援メニューの増加に対応し、個人に利用可能な制度を直接情報提供していく方法の検討が必要。

③ 厚生労働省HPの改善

- ・ HP掲載の資料やページも、統計学者向けなのか、支援を受けたい人なのか分かりにくく使いづらい。優秀なページを真似するなどして、利用者の視点を意識したレイアウトや構成に変更すべき。

3 自殺防止・生活支援

① 自殺防止対策

(原因分析)

- ・ 自殺者の内訳は、女性・子どもの伸び率について憂慮すべき。原因を分析・総括し、今後の対応に活かすべき。孤独がすぐに自殺に繋がることは少なく、作用することはあるものの、追い詰められた人は、自分と密に対話(内的対話)していて外から見ると大人しく見える。指導管理する側の目線ではなく、当事者がどういうメンタリティーになるのかなというところから入っていく必要がある。
- ・ 部活動(政治部)の学生(N高)が、チャットボットを使ってほしいと提言している。事前スクリーニングとしては活用可能なので、その道のプロがしっかりと監修しさえすれば、人員不足対策としても活用できる。その内容は、「今日は寝たの？ご飯食べたの？今日は晴れているから、窓開けてみて」といったレベルの問で良い。
- ・ 行政側が責任を考えるべきことは、人為的に人を閉じ込めたことによりDVが過激化し、そして望まざる妊娠が増えた。メディアや研究者もステイホームだけを言っていた。それによってテレワーク可能な方だけに効果の出るメッセージになってしまったとの誤りを総括すべき。

(悩みの「言語化」、若者の意識への対応)

- ・ 自殺を考える人は、自分の悩みを理解できていないのではないかと。将来に対する漠然とした不安とかを抱えている。自分の悩みをまず言葉にし、自分で理解する。それを誰かと共有することも、自分がどういう状況にあるのかを客観的に理解するために必要。

- ・今の若者は、恥をかきたくないという意識が我々世代よりもかなり強い。電話はもちろん、SNSですらアプローチのハードルは高い。
- ・こうした世代への対応としては、センシティブな問題でSNS以前にできないことがないか。携帯のプランを選ぶときはチャートがある。何に困っているか自分で探していくもの。HPページが1枚でいいのであるとよいが。自殺にまつわる施策にたどり着けないのはもったいない。対人ではなく、自分でたどり着けるように。
- ・若者に顕著なのは、「さみしいという感情」。
- ① コロナ前にSNS等を利用していなかった世代は、コロナ禍で ZOOM 等を使い、リアルに近いコミュニケーションがとれており、結果的にコロナ後にプラスのコミュニケーションになった。
- ② 一方、もともとSNSでコミュニケーションを取っていた若い世代(大学生等)は、コロナ禍は、リアルに友達に会えなくなって、コミュニケーション手段がマイナスになっただけ。

(予防・啓発活動)

- ・プッシュ型だけでなく、気づかせるアプローチが必要。無縁と思っている方が急に迫り込まれないように。自殺についての啓発活動が重要。
- ・自殺の前段階に「うつ」がある。「うつ予防」が重要。企業で基本的な鬱予防が知られていないことを課題と感じる。朝日を浴びるなどベーシックなこと。企業側の働きかけもない。親も知らない。学校教育といった多感な時期に、誰でもなり得ることとしてどう予防していくか。

(マスコミへの働きかけ)

- ・PRは、相手方に情報を受け取らせるだけではなく、受け取っていただいた後、どう自分たちの目的に沿った行動をさせるかまで設計する時代になっている。
- ・報道機関への働きかけとしては、新しい情報しか発信してはいけなく考えがち。(スノータイヤの例のように)必要な情報はそれが必要なタイミングをとらえて繰り返し言うべき。有名人の自殺のたびに、毎回毎回、報道機関への勧告を行っている姿勢を見せることも重要。

(相談窓口等の充実)

- ・窓口の充実については、Google 検索はうまくできているものの、Twitter、Instagram、YouTube などでもできているか。まとめサイトは検索率が落ちているので、それが動画になったものが見られている。ありとあらゆるSNSで検索したときに届くか。
- ・また、判断力が落ちていると、ほぼ2択の Yes-No くらいしか出来ない。そうしたAIの使い方もあるのでは。やりとりを絞り込んで、あとは「明日〇〇時にここに電話して」でも良い。
- ・「あなたの声をきかせてください」、といって厚労省にアクセスすれば解決する、とのが分かりやすいように。「まもうよ ころ」も、クレームを聞かせてくださいと思われる。むしろ小さい方の表記(あなたが悩みを抱えていたら相談してみませんか。)をメインに書くべきでは。
- ・相談相手の顔・プロフィールを見せることも重要。

- ・自殺関係の相談窓口がweb検索上で多数出てきて混乱する恐れがあり、また、一つの相談ダイヤルが埋まっていた時に他のダイヤルに繋がられない仕組みであるため、悩んでいる方との貴重な接点が失われている。

（自殺防止対策）

- ・あるNPO法人がやっている「デジタルアウトリーチ」という面白い取組がある。SNSやTwitterの海の中で「死にたい」等のネガティブなつぶやきを見つけたら、こちらから話しかけに行きコミュニケーションをしていく取組。
- ・「死にたい」とSNSで声を上げる人は、一方で実体のある誰かに見て欲しいという思いもあるので、若者にとって相談のハードルの低いチャットボットを相談の入口としても活用しつつ、必要に応じて人による支援にうまくつなげていけるような仕組みがあれば良いのではないか。
- ・「自己責任ではない、頼ることが悪いことではない」というメッセージの発信が重要。SNSを活用し「諦めなくていいんだ」ということを継続的に発信していくことが重要。
- ・「助けてと言う力」（援助希求力）は能力であり、これを磨くことはできるので、教育課程の中で入れ込み、小さいうちから教育していくことが重要。日本人はこの能力がものすごく低いと言われている。
- ・自殺防止支援団体が、短期間で相談支援体制のスキームを組めるよう、再委託やコンソーシアムモデルなど、国の事業の委託方法を柔軟なものにするべき。

（施策の担い手の拡大・横展開）

- ・厚労省がやっているのはわかるので、自治体にもっと業務を移行していくべき。データにもあったが県別は出ていない。首長が認識しているかは大きなポイント。生活習慣病のように県別データを出し、地域ぐるみで進めていくべき。
- ・アウトリーチは国が直接やるというのでは効果に疑問。自治体のアウトリーチのベストプラクティスを集約して、フィードバックしていく方が効果的。
- ・SNSによる、本人の周りにいる元気な人の巻き込み。こういうものがあるよ、と困っている人に差し出せるように。

② 生活支援

（生活困窮者支援）

- ・緊急小口資金と総合支援資金制度について、償還免除措置が迅速に実施されているにもかかわらず、報道されていない。住民税非課税等の方々を中心に償還免除措置があるということも含め、周知徹底いただきたい。さらに、その範囲について、本当に住民税非課税措置だけでよいのか、もう少し幅広な対応がとれないのか。前向きな検討を。
- ・「困窮者支援制度、返さなくていい場合が結構あるよ」ともっと周知してほしい。メディアは、本当の困窮者支援に時間を割いてくれない。「総合支援資金も、3か月までなんでしょ」という意見が多かった。3か月生きられるくらいのお金はあったりする。本当に生活保護に行こうとしている人と、これからローンを借りようとしている人と2パターンある。

（生活保護制度）

- ・生活保護制度等を断られるなど、自治体にうまく対応いただけなかった時に訴える先（目安箱）があるといい。
- ・生活保護については、従来にない対応を次々に実施しているので、メディアに扱ってもらえるまで何度も発信すべき。

（現場において必要な工夫）

- ・無業者調査をして、支援を受けることを躊躇する人が多いことを実感。前日に支援窓口の安全確認をして、翌日行った人も。地域の人に見えるのが嫌だ、困っていることがバレるという懸念がある。申請を地域ですることの良し悪しもある。
- ・「お気軽に相談ください」というのは、気軽でないのだと。「あなたの話を聞かせて下さい」に変えたりしている。ひとつひとつのメッセージで、「もう行かない」というケースが多い。自尊心を傷つけないで発信することが大事。
- ・ワーディングの問題。生活困窮者と国が考える方が生活困窮というワードでは検索しない。「滞納」、「家賃払えない」等で検索するとカードローンHPが出てきてしまう。
- ・生活困窮者等への「同行支援」を委託費の中で認めて欲しい。

4 職場における女性活躍支援・子育て支援策

① 不妊治療

- ・不妊治療は育休と同じく、個人の都合でしょという声がある。社会全体に普及啓発していかなければいけない。メディアを巻き込み、国民全体の理解促進策を考えるべき。

② パパカード

- ・フィンランドはDVが結構多かったが、小冊子（パパカード）を作って啓発したりして、少なくなった。日本でも精神科看護協会が作って、自治体に導入が始まっている。こういった民間でやっているところとも連携して、啓発型の広報をやっていくとよいのでは。
- ・フィンランドの冊子と日本の冊子（さんきゅうパパプロジェクト・イクメンプロジェクト）の違いについて分析しても良いかも。

③ テレワーク

- ・テレワークを推進することで、常時出社しなければならないというプレッシャーがなくなり、休暇が取りやすくなるなど女性が働きやすくなったので、この流れを定着させるべき。また、在宅勤務だけではなく、サテライトオフィスの活用など出社等した方が快適と感じている人は自宅以外のところで働けるよう、コワーキングスペースも含めたサテライトオフィスの費用助成も含めた支援も行うべき。また、ワーケーションも推進していくべき。

④ ハラスメント

- ・分かりやすさ重視はいいが、ハラスメント相談など、情報をそぎ落としすぎて何をしてくれるのか書いていないものも多い。情報の過不足が多いので、盛り込む情報のバランスを考えるべき。

- ・ ハラスメント対策などの努力目標について、例えば就活サイトなどでチェックリスト化するなど、やらないと損、やらないと恥ずかしいと思ってもらえるような仕組みが必要。

⑤ ひとり親支援

- ・ シングルマザーやひとり親に広げる、両親に広げるのはよい案だが、今後彼らが自活していくにあたってのメッセージも積極的に発信いただきたい。
- ・ ひとり親支援について、再婚を希望する者への家族同士のマッチング支援等も含め、関係省庁との連携を進めるべき。

⑥ フリーランス等雇用以外の方々への対応

- ・ 母子健康手帳について雇用者前提の書きぶりになっているが、フリーランス等の人に役立つ情報も必要では。ここは厚労省が進んで各省庁と連携しながら書きぶりを変えていく必要がある。
- ・ フリーランスへの対応については、厚生労働省としても施策を行っているが、他国の例も踏まえ、雇用類似ではない方についても含め、議論を活性化すべき。
- ・ 企業主導型ベビーシッターは、企業で働いていることが前提だが、女性起業家のような一人でビジネスしながら子育てしている人のベビーシッター代への支援も検討しては。給付付き税額控除のような、不公平感のない福祉の仕組みを提言していくことも福祉を所管する厚労省の役割では。
- ・ コロナで休業の時に、小学校休業等の助成金という親の支援も大事だが、子どもの支援も大事。ピルのような望まない妊娠を避ける措置、性教育は文科省だと思うが、厚労省としてできること。

⑦ 働き方改革

- ・ 厚労省管轄の制度・助成金・奨励金・見える化の仕組みが、コロナ後も後戻りしないようにするために、経営トップの実践・コミットメントが大事。ただ問題は、今の経営者が代わっても続くようにどう担保するのかということがすごく大事。経産省のダイバーシティ100選は、経営者の宣言が条件になっているので参考になる。
- ・ 自社では理由を問わない、新しい休みという制度を導入した(34日間)。
独身の人も含めていろいろな理由の休みをフェアな条件で取得でき、働き方改革につながっている。
- ・ 就職情報サイトについて話があったが、女性活躍、子育てや介護との両立支援、中途採用等々ポータルサイトがバラバラにある。まとめて見られるようにすべきでは。
- ・ イクボスはもっと広げていくべき。イクボス宣言する人が増えるよう、発信の方法について工夫すべきではないか。

IV 厚生労働省の情報発信の仕組みについての議論

1 厚生労働省の情報発信の仕組み、プラットフォーム(HP、メルマガ、YouTube、Twitter)の効果的な活用方策の検討

① 広報戦略の重要性

- ・ マスコミはどちらかと言えばトップダウンのコミュニケーションでどう伝えるかという考え方。SNSやインターネットを組み合わせるとボトムアップの概念が入り、情報をどう

流通させるかという考え方が発生する。ネット上にいる味方をどうつけていくかが重要。

- ・ チラシで全部伝えるわけではない。CMは自分ごとだと思ってもらうためのもので、コンソーシアムやコミュニティやそのサイトに繋がればよい。細かく情報を分けるのがよい。支援策ごとに分けても仕方ない。CM広告は、まず「自分ごと」に思ってもらうこと。
- ・ CMとタイアップも重要。特に、地方や高齢者には、雑誌や紙媒体も大事な媒体で、そこは鮮度が落ちても良い情報に特化し、最新情報は web を使うとか戦略的な区分けをすべき。
- ・ コロナ対策に関し、国民にとってプラスのニュースもたくさんあるはずなのに、そういうプラスのニュースは厚生労働省のページや官邸のページを見てもあまり書かれていない。見せ方などをもうちょっと全体的にうまく工夫してほしい。

② 政策の情報発信手段の多様化

- ・ スポーツ新聞なども、柔らかいスポークスマンとして活用することも必要では。厚生労働省が分かりやすい記事を書いて Yahoo!ニュースに掲載されるようなソフトな発信も重要。
- ・ 政策メニューは十分っぽい。しかし、日々忙しく、育児に追われていると知らない。そういう立場の方にも届くような情報発信の工夫が必要。
- ・ 厚生労働省は編集力に問題がある。民間事業者が使っている言葉遣い、ストーリー性を学ぶべき。
- ・ 国民の声を聞くために、SNSを使った発信について、デスクリサーチ的な観点を踏まえて意見をもらえる形でのSNS活用を考えてほしい。意見を聞いてもらえる省庁ということで、結果的にコーポレートPRの観点到に繋がっていく。
- ・ 求職者支援訓練のリーフレットは、非常に改善されて、いいなと思った。「再就職や転職を目指す皆様へ」というまずターゲットに触れて、その対象者が受けられるサービスを一括して、一目見て分かるようにしてある。だから、ターゲットに対しての目線合わせというのが絶対的に大事だということがここに反映されているのではないかと。今までこういう観点というか感性というのが正直、役所の皆さんになかったのではないかと。六法全書が一気に小学校の参考書のようになったぐらい分かりやすくなったなと思ったので、これは非常に評価されると思う。
- ・ Yahoo!のバナー広告とか Google とかの検索で「自殺」というのを引いてみたが、厚生労働省のページが一番上に出てきて分かりやすいし、いろいろな方に対する対応も全部書いてあって、こんなことをしてくれているのだというのを、もっと告知をどうにかできないのかなと思った。
- ・ イラストなどにインパクトがない。無難な色、無難なイラストであるので、インパクトのあるものにしてほしい。

③ 広報体制の強化

- ・ 厚生労働省の規模を考えると広報の体制が脆弱。中長期で見るとその数を増やすのが重要。近年、戦略的PRが重要視されている中、戦略的に進めてほしい。
- ・ 広報の人員について、民間もそうだが、組織内のネットワークと組織外のネットワークは人に貯まりがちである。特に公務員は異動があるので、ネックになってしまう。複数人の重なった人事など、工夫をして、厚労省が先進例になってほしい。

- ・ 広報室の体制について、そもそも予算が足りない。各部局の広報予算を吸い上げても不十分ではないか。また、広報室の役割として、各局の予算を吸い上げてタイミングや回数など仕切りをしたらいいのではないか。
- ・ 広報室の機能として、必要なのはコンテンツの共有ではなく、整理統括が必要。ニーズ調査などのタスクフォース的な役割なら 21 人でもできるのではないか。タスクフォースとしては、制度の利用頻度、受け手に届いているかなどを洗い出すべき。
- ・ 月刊「厚生労働」について、月間の区切りで出すのではなく、ユーザーが必要とする時期に合わせてコンテンツを変えていくべきではないか。タイムリーに発信することが必要。
- ・ 今回のコロナ禍に関して、若い世代の厚生労働省のイメージは、「ああ、今コロナで大変そうだね」というように、結構遠い形のイメージがある。有事の時に頼れる存在だという認識されるためには、普段からもっともっと寄り添えるような、日常で目にするような形を取っていかねばいけないのではないか。「NO YOUTH NO JAPAN」のように、すごく見やすく、色分けなどもされていて、流れてくるだけで情報が視覚的にパッと入ってくる Instagram など参考にして、日常に溶け込んでいる厚生労働省というようなものがあると、若い世代にも、もっと頼りやすい存在になってくるのではないか。

2 発信力のあるオピニオンリーダー等へのアプローチ

① 各分野の現場等で実際に支援を行っている専門家(NPO等)を通じた周知

- ・ テレワークや働き方改革を進めていく上で、事業者についての連携も必要だが、他の主体、労働組合との連携を強化していくべき。
- ・ 労働組合がある企業の割合は横ばいで推移しており、労働組合を通じた周知広報は、検討しても良いのでは。
- ・ 困っている人は、自分のことで手一杯で自ら情報を探せない。周りの人が教えてあげられるような情報発信を心がけるべき。

② 今回参加の有識者の方々を通じた情報提供に加え、TVのキャスター・論説委員・解説委員等への積極的アプローチによる情報発信

- ・ 報道機関を仲間にすることは重要。癒着ではなく、理解を促すために日頃から、良好なコミュニケーションできる関係づくりが必要。
- ・ 今はインターネットメディアも普及しているので、もっと記者クラブに属していない方も含めた広範な記者レクなど、ターゲットを明確にした集中広報の在り方なども検討すれば良いのではないか。

V 開催経過等

1 開催要綱及び参集者

別紙2のとおり

2 開催状況

○ 第1回(令和3年2月 22 日(月)13:00～15:00)

- ・ プロジェクトチームの開催について

- ・「コロナ禍の雇用情勢」及び「女性・非正規向け支援策」、施策のPR等について
- ・「雇用・人材開発支援」に関するプレゼン(認定特定非営利活動法人 育て上げネット 工藤 啓 理事長)
- ・その他

○ 第2回(令和3年3月 18 日(木)10:00～12:00)

- ・「自殺問題」に関するプレゼン(早稲田大学 上田路子准教授)
- ・「自殺予防対策」・「生活支援策」について
- ・その他

○ 第3回(令和3年4月6日(火)16:00～18:00)

- ・「職場における女性支援策」・「子育て支援策」とそのPR状況について
- ・構成員からのプレゼン
 - 小室 淑恵 (株)ワーク・ライフバランス 代表取締役
 - 駒崎 弘樹 認定特定非営利活動法人 フローレンス 代表理事
- ・その他

○ 第4回(令和3年5月 13 日(木)13:00～15:00)

- ・厚生労働省の情報発信の仕組みについて
- ・これまでのPTでの指摘事項に対する各部局の対応状況について
- ・報告書骨子案について
- ・フリーディスカッション(メンバーからの政策提案を含む)
- ・その他

○ 第5回(令和3年6月 25 日(金)13:00～15:00)

- ・報告書案について
- ・その他

3 現場の当事者からのプレゼン(詳細は、HPに資料・動画・議事録を掲載)

厚生労働省HPトップ > 新型コロナウイルス感染症情報特設ページ > 政府の取組等 >
> コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム

① 雇用・人材開発支援(第1回(令和3年2月22日))

認定特定非営利活動法人 育て上げネット 工藤 啓 理事長(別紙3参照)

※ 詳細なプレゼン資料については、[ここをクリック](#)

<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000743362.pdf>

② 生活支援・自殺防止(第2回(令和3年3月18日))

早稲田大学 政治経済学術院 上田路子 准教授(別紙4参照)

※ 詳細なプレゼン資料については、[ここをクリック](#)

<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000755344.pdf>

③ 職場環境改善・子育て支援(第3(令和3年4月6日))

○ (株)ワーク・ライフバランス 小室 淑恵 代表取締役(別紙5参照)

※ 詳細なプレゼン資料については、ここをクリック

<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000766178.pdf>

○ 認定特定非営利活動法人 フローレンス 駒崎 弘樹 代表理事(別紙6参照)

※ 詳細なプレゼン資料等については、ここをクリック

<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000766179.pdf>

4 基礎データ(別紙7～別紙12)

- 雇用形態別・性別で見た雇用者数の動向
- 産別・雇用形態・男女別で見た雇用者数の動向
- 自殺者数の最近の動向(月別総数)
- 「コロナ禍における自殺の動向に関する分析について」(中間報告)(概要)
- 不妊治療と仕事の両立に係る課題
- 児童虐待相談の対応件数及び虐待相談の内容・相談経路

主な課題

具体的な方向性

お困りの方が、支援情報をどこから得ればよいか分かりづらい。

お困りの方が支援情報を得る拠り所（厚生労働省のLINEアカウント等）を強化する。関連ウェブサイトからの導線や検索連動型広告を強化する。

お困りごとに対応する国の支援策があるかないか分かりづらい。（支援策がないと思い込まれている場合も多い。）

お困りごとに対応する国の支援策の有無に簡便に気づいて頂けるようにする。厚生労働省所管外の分野（光熱費・通信費や学費の支援等）も可能な限り収集・整理する。

支援策の詳細情報が掲載されているページを読み込まないと、支援策の概要が分かりづらい。

支援策の詳細情報が掲載されているページを読み込まなくても、支援策の基本情報（支援の内容、要件、申請先、申請期限等）を容易に理解して頂けるようにする。

支援窓口に対面・電話で問い合わせないと、その支援策を使えるかどうか分かりづらい。（長時間相談した結果、使えないことが分かった場合の徒労感が大きい。）

支援窓口に問い合わせなくても、支援策を使えるかどうかを簡便に知って頂けるようにする。（簡単な質問に答えて頂くQA形式等）

順次拡充・更新されていく支援策の情報を、その都度把握できない。

順次拡充・更新されていく支援策の情報をその都度受け取って頂けるようにする。（個人情報の保護に留意しながら、プッシュ通知等）

支援策の申請が煩雑。

支援策の申請を円滑にして頂けるようにする。（アプリ利用結果を踏まえた案内、オンライン申請の拡充等）

アプリ・ウェブサイト上で、「あなたの知りたいことやお困りごとは、これらのうちどれですか？」等と、提示される選択肢を読んで、選択する形式が苦手な方もいる。

お困りごとを自由に書いて頂く中で支援策を案内できるようにする。（チャットボットの強化、オペレーターが対応する有人チャットの検討等）

「コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム
～もっとあなたを支えたい～」の開催について

1 趣旨

新型コロナウイルス感染症禍では、女性への雇用その他の影響が特に深刻となっていることを念頭に、政府が実施している支援策の効果的なPR方法等について、発信力のある有識者も交えて議論し、困難な問題を抱える方々に必要な支援が十分に行き渡るように取組を一層進めるため、コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム～もっとあなたを支えたい～（以下「プロジェクトチーム」という。）を開催する。

2 構成

- （１）プロジェクトチームは、厚生労働副大臣（チームリーダー）が別紙の参集者の参集を求め、開催する。
- （２）プロジェクトチームにはコーディネーターを置き、コーディネーターは議事を整理する。
- （３）コーディネーターは、厚生労働副大臣の指名により決定する。
- （４）プロジェクトチームでは、必要に応じ、別紙の参集者以外の有識者等の参集を依頼することができるものとする。

3 プロジェクトチームの庶務

プロジェクトチームの庶務は、厚生労働省職業安定局総務課で処理する。

4 議事の公開

プロジェクトチームは、原則として公開とし、会議資料及び議事録を後日ホームページにおいて公開する。

5 その他

前各項に掲げるもののほか、プロジェクトチームの運営に関する事項その他必要な事項は別途定める。

(別紙)

コロナ禍の雇用・女性支援プロジェクトチーム～もっとあなたを支えたい～

チームメンバー

チームリーダー

三原 じゅん子 厚生労働副大臣

大隈 和英 厚生労働大臣政務官

参集者

金子 恵美 元衆議院議員

駒崎 弘樹 認定特定非営利活動法人フローレンス 代表理事

小室 淑恵 株式会社ワーク・ライフバランス 代表取締役

◎ 佐藤 博樹 中央大学大学院戦略経営研究科 教授

菅井 利雄 株式会社ブレインズ・カンパニー 代表取締役社長
公益社団法人日本広報協会 広報アドバイザー

トラウデン 直美 環境省サステナビリティ広報大使
／慶應義塾大学法学部政治学科在学中

西田 亮介 東京工業大学リーダーシップ教育院・リベラルアーツ
研究教育院 准教授

ハイヒール・リンゴ 漫才師

古市 憲寿 慶應義塾大学 SFC 研究所 上席所員

三浦 瑠麗 株式会社山猫総合研究所 代表取締役

森永 真弓 株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ
メディア環境研究所 上席研究員

(◎は進行役／敬称略・五十音順)

	来訪型	アウトリーチ型	
厚生労働省	自治体 ハローワーク 公的機関 社会福祉協議会等	行政委託事業 生活困窮者自立支援 地域若者サポートステーション NPO/地域組織 民生委員や保護司等を含む	受益者
	施策を把握し、申請受理ができる しかし、相談・申請に来られた方の対応	施策の情報は限定的、申請受理ができない 多様な「困っている方」とつながっている	

施策情報 = 「情」 ▶ この部分があまり伝わらない → 施策を使ってもらうコミュニケーション
 「報」 ▶ 既存課題として把握されている → 施策情報を届ける、内容理解を促進する

伴走者活用 : 受益者の直接申請がさまざまな背景から困難な場合、受益者になり得る方々につながっている
 伴走者（支援者）向けの施策情報をまとめて周知する
 : 既存ネットワークに担当（者）窓口があるかどうか
 : 同行申請の推奨（仕様書変更、予算配分など）
 : 「情」と「報」をセットで伝える

受益者個人に申請させる + 伴走者の同行申請を推奨する

Outline

- コロナ下での自殺の概要
- 「助けて」を実行に移すまでのハードル
- 具体的なアクションにつなげるには何が必要か



本日お話ししたいこと

職場における女性を支援する施策において、「働き方改革・男性育休・テレワーク」の3つが、昨今大きく進んだことは、本当に力になっています。

特に2019年の労基法改正により、職場全体の働き方改革が進んだ企業では、一部の男性に際限なく乗せていた業務が、一定以上乗せられなくなったことにより、頭数を増やすことになり、**女性の正規雇用が増えました**。

去年は、コロナという黒船によって、テレワークが大幅に加速し、**短時間勤務女性がフルタイムに戻すことができた**例も多数ありました。

こうして一時的に進んだように見える「働き方改革・男性育休・テレワーク」ですが、コロナ後も後戻りせずに、日本の職場のスタンダードになれば男女ともに育児に豊かに向き合いながら働き、少子化を解決する社会を作れます。

1000社の企業の働き方改革を支援してきた結果「**働き方改革・男性育休・テレワーク**」が後戻りしない企業の共通点は「**経営者の実践・コミット**」でした。

**厚生労働省管轄の制度・助成金・奨励金・見える化の仕組みに
経営者の実践・コミットを条件づけることは出来ないか。**

政策を届けるために必要なこと（政策アウトリーチ）

政策情報を地域に届け、ユーザーに使ってもらうためには、2つのアプローチが必要です。

アプローチ

G to R
(Gov. to **Regions**)

- 政策や予算の情報を**自治体の担当者まで直接届ける**
(都道府県の担当者で情報が止まっていることがあるのが現状)
- オンライン勉強会など**現場が事業理解を深めるための場**を作る
- 事業案や実施要綱案を共有するなどして、**事務作業の効率化を図る**
- 新規性の高い事業については立ち上げに向けた**伴走型の支援を提供する**

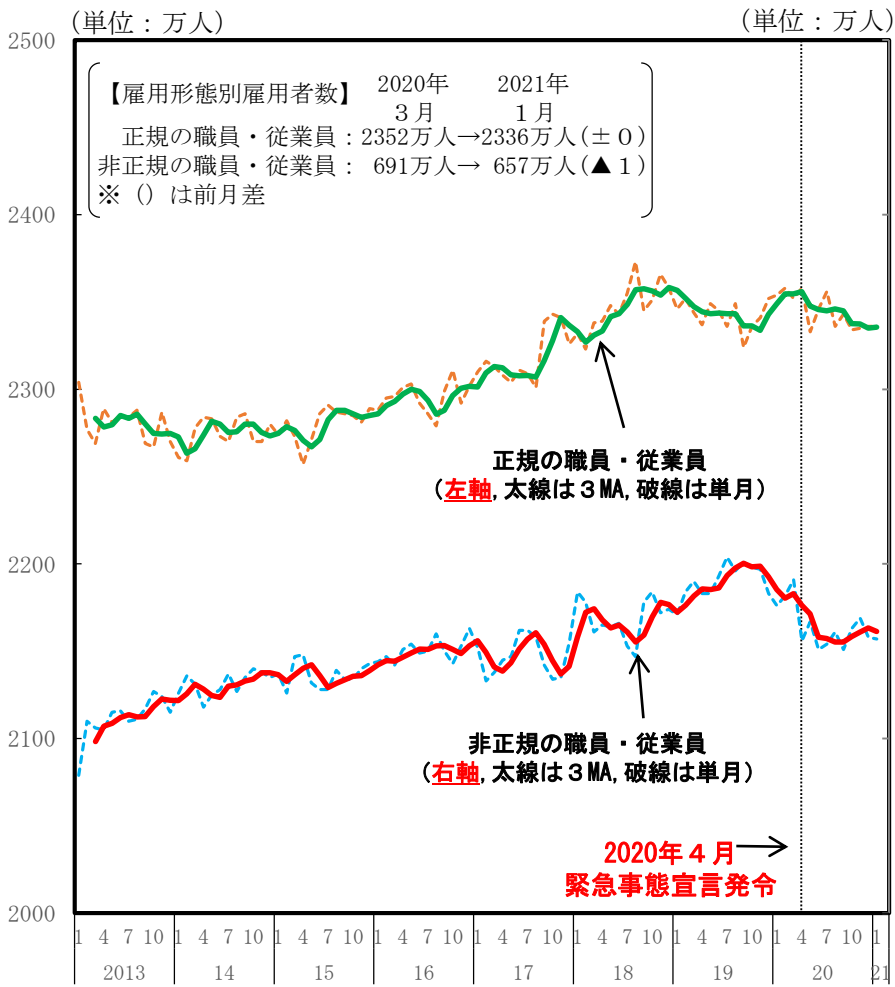
G to U
(Gov. to **Users**)

- ユーザーファースト視点で**情報へのアクセシビリティを高める**
(スマホで申請、24時間対応、デザインの活用、役所用語を使用しない etc.)
- 行政からではつながりにくい家庭を想定して、**既存の民間団体の持つ家庭のルートを活用して情報を届ける**
(メディア活用よりも既存の支援者ルートの活用の方が効率的)
- デジタルを活用し、**地域の外から家庭と接点を持つ**アプローチを開発する
(地域の社会資源の多寡に依存せずに家庭とつながる方法が必要)

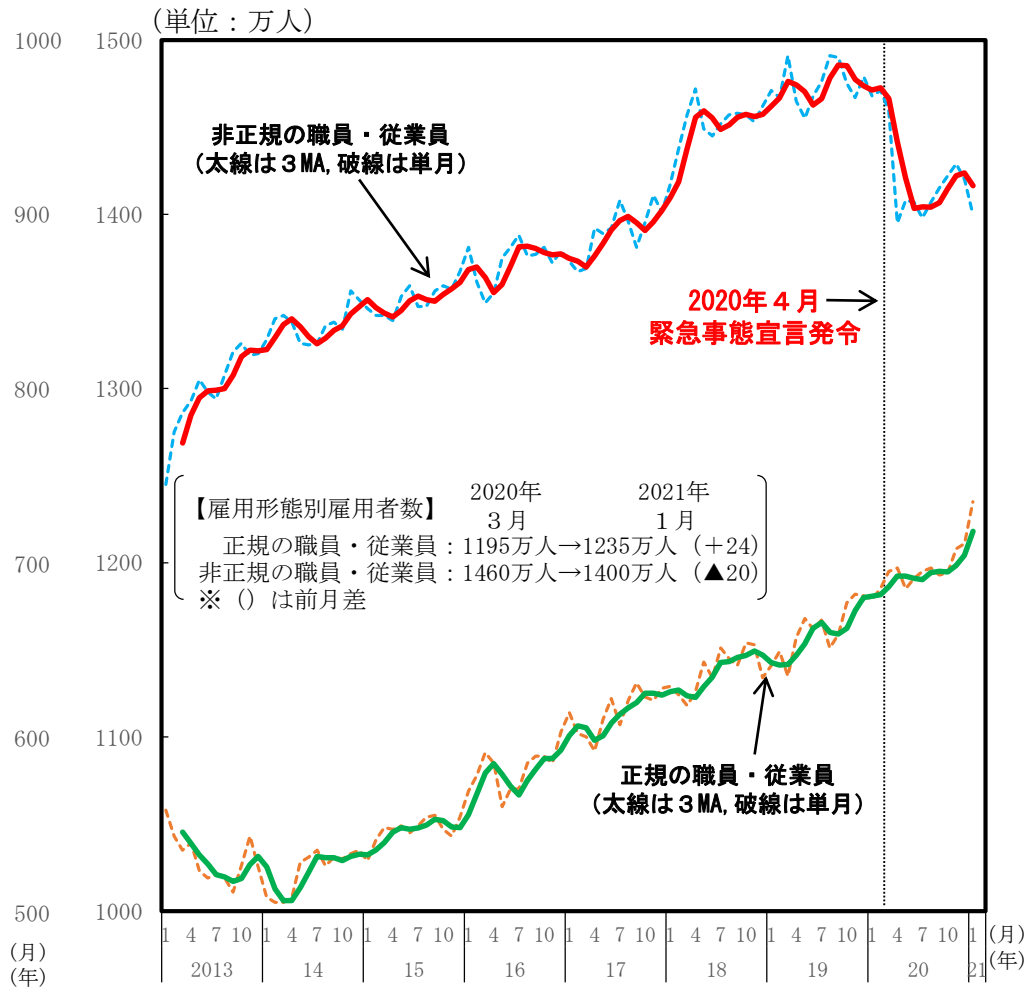
施策の方向性（案）

- 雇用者数（季調値）を性別・雇用形態別でみると、
- ・男性では、正規の職員・従業員の緩やかな減少傾向が続いている一方で、緊急事態宣言が発令された4月以降、非正規の職員・従業員は大幅に減少し、その後、緩やかな持ち直しの動きが続いている。
 - ・女性では、正規の職員・従業員の増加傾向が続いている一方で、緊急事態宣言が発令された4月以降、非正規の職員・従業員は大幅に減少し、その後、持ち直しの動きがみられたが、このところ再び減少が続いている状況にあり、引き続き注視が必要である。

雇用形態別にみた男性雇用者数の動向



雇用形態別にみた女性雇用者数の動向



産業・雇用形態・男女別でみた雇用者数の動向

別紙 8

- 産業・雇用形態・男女別に雇用者数の前年同月差について、特に女性の動向をみると、
- ・正規雇用労働者では、「建設業」「運輸業、郵便業」「卸売業」「教育、学習支援業」などでプラスが続いている。
 - ・非正規雇用労働者では、「製造業」「卸売業」「宿泊業」「飲食店」「生活関連サービス業、娯楽業」「サービス業（他に分類されないもの）」などでマイナスが続いている。

(単位：万人)

			令和2年												3年	(参考) 令和3年1月の雇用者数	
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月		
全産業	正規	男性	8	8	8	22	▲18	2	23	▲10	16	▲6	▲7	▲15	▲17	2339	
		女性	35	36	58	41	18	29	29	46	33	16	28	30	53	1214	
	非正規	男性	0	▲4	2	▲26	▲14	▲43	▲50	▲36	▲50	▲33	▲25	▲27	▲22	652	
		女性	▲5	6	▲29	▲71	▲47	▲61	▲81	▲84	▲73	▲53	▲37	▲59	▲68	1407	
建設業	正規	男性	▲7	7	2	▲4	▲9	▲13	▲9	▲14	0	2	▲2	8	11	230	
		女性	▲5	▲1	1	▲2	7	4	▲4	▲2	7	2	1	4	9	43	
	非正規	男性	0	0	▲5	▲4	▲1	▲8	▲5	▲2	▲2	▲8	▲3	▲1	▲3	35	
		女性	▲1	▲2	▲1	▲3	▲1	0	1	1	1	▲1	▲2	0	0	19	
製造業	正規	男性	3	▲16	▲9	8	▲16	15	18	▲13	▲8	16	2	▲5	▲7	570	
		女性	9	10	6	13	7	1	▲2	▲4	▲3	8	0	2	0	144	
	非正規	男性	▲4	▲5	▲6	▲11	0	▲10	▲17	▲19	▲17	▲7	▲12	▲9	▲2	99	
		女性	2	3	▲9	▲23	▲16	▲17	▲9	▲13	▲6	▲5	▲9	▲3	▲6	142	
情報通信業	正規	男性	13	0	▲2	6	5	2	6	11	10	2	8	8	▲1	142	
		女性	2	1	2	7	3	▲1	0	4	6	1	6	9	2	46	
	非正規	男性	1	▲4	1	3	2	0	0	2	2	2	0	0	2	16	
		女性	▲1	0	1	1	0	▲1	▲2	▲4	▲1	▲1	0	▲1	▲2	20	
運輸業、郵便業	正規	男性	▲6	▲3	3	8	7	▲5	0	▲1	1	6	5	0	2	304	
		女性	0	1	5	2	3	2	3	1	2	2	2	2	6	31	
	非正規	男性	0	3	3	0	0	▲5	▲9	▲11	▲12	▲5	▲1	▲4	▲1	57	
		女性	▲5	▲4	▲2	0	1	▲4	▲4	▲2	1	▲1	▲3	2	5	46	
卸売業、小売業	正規	男性	9	9	5	0	▲3	▲4	▲10	▲5	3	▲8	0	▲4	▲6	296	
		女性	8	14	16	1	▲5	4	5	10	6	▲4	9	4	6	173	
		非正規	男性	▲1	3	1	▲6	▲3	▲6	▲5	▲1	3	▲1	▲9	▲7	1	116
			女性	▲7	11	▲3	▲16	▲14	▲11	▲8	▲18	▲10	11	0	▲11	▲19	330
	卸売業	正規	男性	8	11	5	4	3	▲8	▲14	▲7	7	▲6	3	2	3	164
		女性	3	2	4	5	▲3	3	6	10	3	▲6	1	4	5	68	
		非正規	男性	1	▲2	3	▲1	▲3	3	4	▲5	3	3	2	▲1	▲2	21
			女性	▲3	1	2	▲7	▲4	▲5	▲4	▲3	▲4	3	▲4	▲7	▲1	35
	小売業	正規	男性	1	▲2	0	▲3	▲6	2	4	3	▲5	▲2	▲3	▲7	▲8	133
			女性	5	14	13	▲4	▲1	3	▲3	▲1	2	0	9	0	1	104
		非正規	男性	▲2	6	1	▲2	1	▲2	▲1	5	5	0	▲5	▲4	2	94
			女性	▲3	10	▲4	▲9	▲10	▲6	▲3	▲14	▲6	11	2	▲5	▲17	296
金融業、保険業	正規	男性	0	▲3	▲3	▲5	▲6	▲4	▲2	▲7	3	1	▲7	▲4	0	62	
		女性	1	▲4	1	4	3	1	4	12	10	6	3	▲2	1	58	
	非正規	男性	0	1	0	▲2	▲3	▲1	▲1	0	0	0	2	1	▲1	5	
		女性	▲1	▲2	▲2	2	2	1	▲1	4	4	0	▲2	▲6	▲2	24	
不動産業、 物品賃貸業	正規	男性	2	3	2	7	3	▲4	4	6	3	2	3	2	4	41	
		女性	2	3	6	6	1	1	5	8	6	3	5	2	1	24	
	非正規	男性	2	▲2	▲3	0	0	0	7	7	2	3	5	1	▲1	18	
		女性	1	1	▲2	1	1	▲1	▲1	▲4	▲1	▲3	1	0	1	17	

(単位：万人)

			令和2年												3年	(参考) 令和3年1月の雇用者数
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
学術研究、専門・技術サービス業	正規	男性	5	0	1	1	▲4	6	7	1	▲1	▲8	▲1	1	4	91
		女性	3	2	8	4	▲3	1	6	5	▲1	▲3	▲1	4	▲1	41
	非正規	男性	0	3	2	0	1	3	0	▲3	▲3	▲4	0	2	▲1	15
		女性	1	▲2	▲1	0	1	0	▲1	0	▲1	4	1	▲3	▲2	24
宿泊業、飲食サービス業	正規	男性	▲3	0	▲2	▲1	5	3	6	2	▲8	▲9	▲5	▲7	▲3	47
		女性	▲5	2	2	▲4	▲1	▲1	▲4	▲7	▲6	▲1	0	1	▲6	25
	非正規	男性	2	0	2	▲7	▲10	▲5	▲2	▲6	▲13	▲7	1	▲1	▲12	58
		女性	2	0	▲10	▲23	▲20	▲31	▲20	▲18	▲20	▲20	▲19	▲29	▲19	174
宿泊業	正規	男性	▲1	▲2	▲3	2	3	3	5	1	▲4	▲2	▲1	▲3	▲1	13
		女性	▲2	▲1	0	0	2	0	▲1	▲4	▲4	▲2	▲2	0	▲2	7
	非正規	男性	▲2	▲1	▲1	▲2	▲2	▲1	1	▲1	▲3	0	0	0	▲4	5
		女性	▲2	▲2	▲3	▲5	▲3	▲5	▲2	▲4	▲3	▲6	▲7	▲4	▲6	15
飲食店	正規	男性	1	3	2	▲3	1	0	0	0	▲3	▲7	▲3	▲4	▲2	30
		女性	▲1	3	3	▲2	▲3	▲2	▲3	▲3	▲5	0	2	2	▲4	10
	非正規	男性	5	2	5	▲3	▲9	▲6	▲5	▲7	▲12	▲8	1	▲3	▲10	44
		女性	5	5	▲2	▲16	▲19	▲22	▲13	▲13	▲19	▲15	▲10	▲24	▲16	123
生活関連サービス業、娯楽業	正規	男性	▲4	0	1	2	▲4	▲3	1	2	5	2	3	▲5	▲4	32
		女性	4	1	1	0	▲5	▲4	▲2	▲4	0	▲1	5	2	2	37
	非正規	男性	1	2	3	0	0	▲4	▲10	▲4	2	▲3	0	▲1	▲4	25
		女性	▲6	7	5	▲12	▲17	9	▲4	▲6	7	9	▲4	▲8	7	62
教育、学習支援業	正規	男性	▲8	0	1	3	0	8	10	7	5	▲3	1	3	0	96
		女性	▲3	1	4	3	7	3	3	4	6	7	2	1	13	91
	非正規	男性	4	1	▲2	▲5	▲2	2	2	7	6	2	▲1	▲2	2	45
		女性	▲6	▲6	▲8	▲6	0	4	▲10	▲1	▲3	▲1	6	5	3	89
医療、福祉	正規	男性	7	5	10	3	0	2	▲2	3	6	3	1	3	8	150
		女性	18	4	4	4	▲4	9	12	15	15	6	14	11	15	364
	非正規	男性	▲1	0	2	2	2	▲2	2	1	▲4	1	▲4	▲4	2	41
		女性	9	22	24	7	9	3	▲11	▲12	▲9	▲3	9	16	1	272
医療業	正規	男性	2	3	8	4	▲1	▲2	0	1	2	▲1	0	▲2	3	72
		女性	13	▲3	▲5	1	2	6	11	15	2	6	14	10	8	203
	非正規	男性	0	2	2	1	0	0	0	1	▲2	0	▲2	▲1	0	12
		女性	1	3	13	7	1	▲3	▲12	▲12	▲2	▲7	5	10	0	90
社会保険・社会福祉・介護事業	正規	男性	5	2	2	▲1	1	2	▲3	2	3	3	1	6	5	76
		女性	7	8	9	3	▲8	1	0	0	11	0	0	0	6	156
	非正規	男性	▲2	▲2	1	1	1	▲2	▲3	0	▲2	1	▲2	▲3	2	27
		女性	8	19	11	0	10	7	1	0	7	3	3	7	2	178
サービス業（他に分類されないもの）	正規	男性	▲8	4	▲5	1	5	5	1	6	8	8	3	▲4	▲10	131
		女性	6	2	0	▲2	3	5	1	5	4	0	▲3	▲1	▲1	54
	非正規	男性	1	▲5	2	2	▲1	▲3	▲9	7	▲6	▲1	2	0	2	78
		女性	4	▲3	7	3	5	3	▲13	7	6	5	0	9	9	109

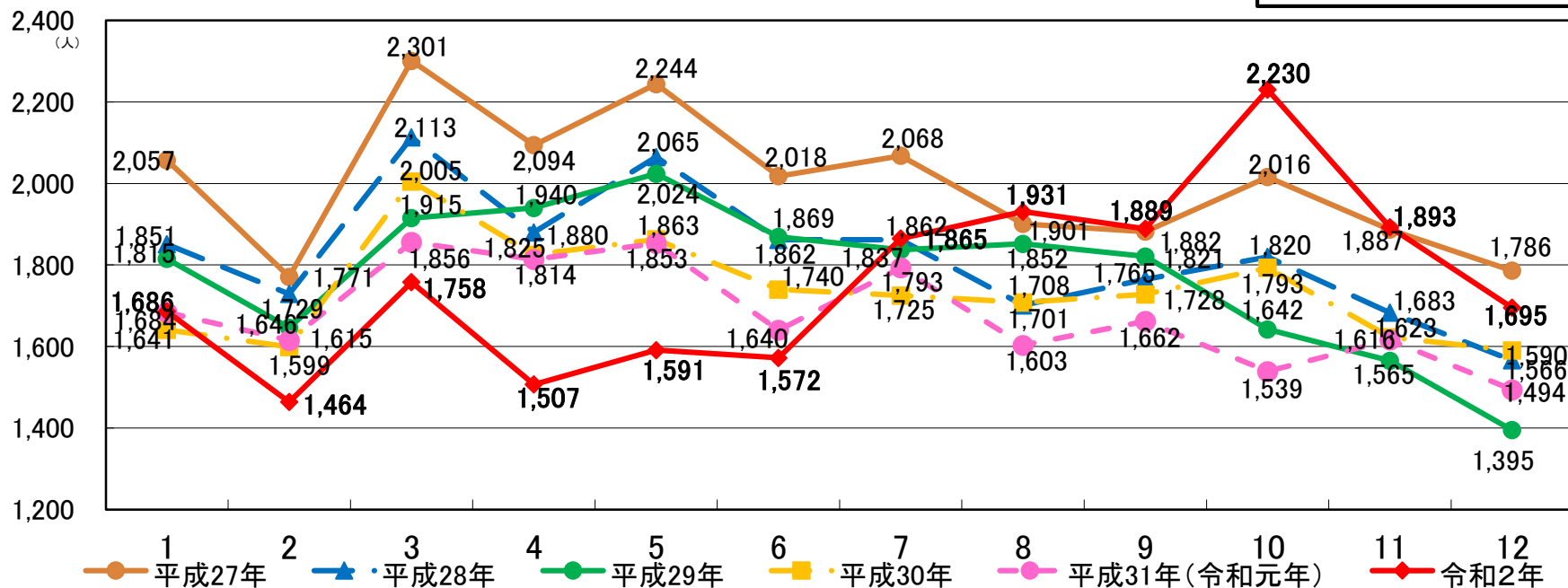
※「その他の事業サービス業」については、「建物サービス業」「警備業」「他に分類されない事業サービス業（コールセンター等）」が含まれている。

(資料出所) 総務省「労働力調査（基本集計）」により作成

(注) 1) 全ての中分類を示しているのではなく、主要な業種を抜粋している。

自殺者数の最近の動向（月別総数）

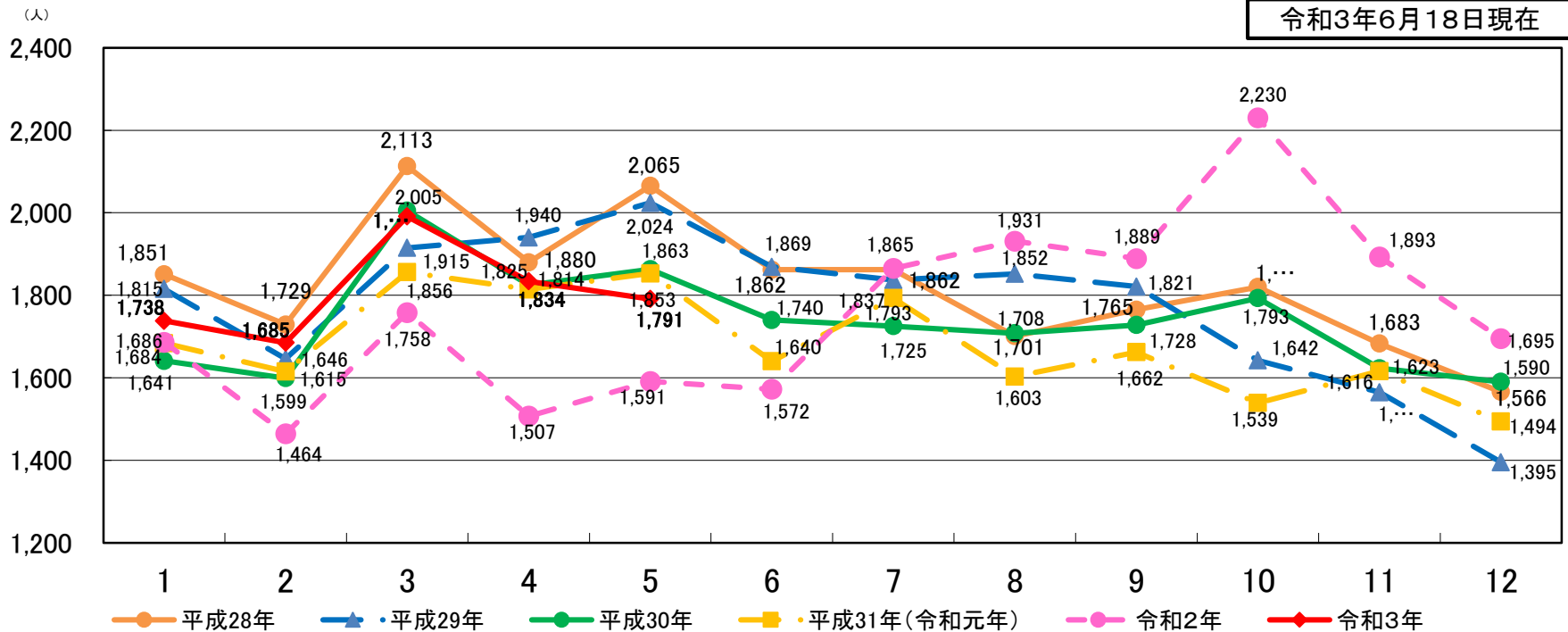
令和3年6月18日現在



		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
令和2年	合計	1,686	1,464	1,758	1,507	1,591	1,572	1,865	1,931	1,889	2,230	1,893	1,695	21,081
	男性	1,189	1,031	1,250	1,063	1,093	1,061	1,199	1,253	1,229	1,341	1,242	1,104	14,055
	女性	497	433	508	444	498	511	666	678	660	889	651	591	7,026
平成31年(令和元年)	合計	1,684	1,615	1,856	1,814	1,853	1,640	1,793	1,603	1,662	1,539	1,616	1,494	20,169
	男性	1,176	1,122	1,324	1,289	1,298	1,145	1,230	1,139	1,161	1,073	1,086	1,035	14,078
	女性	508	493	532	525	555	495	563	464	501	466	530	459	6,091
対前年増減数(月別) (2-元)	総数	2	-151	-98	-307	-262	-68	72	328	227	691	277	201	912
	男性	13	-91	-74	-226	-205	-84	-31	114	68	268	156	69	-23
	女性	-11	-60	-24	-81	-57	16	103	214	159	423	121	132	935

自殺者数の最近の動向（月別総数）

令和3年6月18日現在



		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
令和3年	合計	1,738	1,685	1,991	1,834	1,791								9,039
	男性	1,171	1,134	1,320	1,230	1,175								6,030
	女性	567	551	671	604	616								3,009
令和2年	合計	1,686	1,464	1,758	1,507	1,591	1,572	1,865	1,931	1,889	2,230	1,893	1,695	21,081
	男性	1,189	1,031	1,250	1,063	1,093	1,061	1,199	1,253	1,229	1,341	1,242	1,104	14,055
	女性	497	433	508	444	498	511	666	678	660	889	651	591	7,026
対前年増減数(月別) (3-2)	総数	52	221	233	327	200								-
	男性	△ 18	103	70	167	82								-
	女性	70	118	163	160	118								-

※令和2年は確定値、令和3年は暫定値

「コロナ禍における自殺の動向に関する分析について」(中間報告)(概要)

(令和2年10月21日公表。厚生労働大臣指定 調査研究等法人「一般社団法人 いのちささえる自殺対策支援センター」)

- ①4月から6月にかけて、社会的不安の増大で、自身の命を守ろうとする意識の高まり等により、自殺者が減少した可能性があること、
- ②7月以後、様々な年代の女性の自殺者が増加傾向にあり、「同居人がいる女性」と「無職の女性」の増加が目立つこと、
- ③自殺報道の影響と考えられる自殺の増加が見られること、
- ④緊急小口資金の貸付などの政府の各種支援策が自殺の増加を抑止している可能性があることとなっている。

※9月、10月の自殺者数の動向は分析に入っていない。

1 本年の自殺の動向は、例年とは明らかに異なる

長期トレンド(2014年以降)を、統計的な方法で、7日間の移動平均により分析したところ、自殺者数はこれまでの減少傾向から上昇に転じている。特に女性の自殺者数の上昇が顕著。

2 本年4月から6月の自殺者数は、例年よりも減少

本年4月～6月までは前年比でいずれも自殺者数は減少しているが、2015年～2019年の回帰モデルに基づく予測値と実測値の差も、4月からほとんどの日において予測値を下回る。社会的危機により、人々の死への恐怖や社会的連帯感の高まりにより自殺者数が減少したと考えられる。

3 様々な年代において、女性の自殺は増加傾向

女性の幅広い年代で自殺者が増加。「同居人がいる女性」「無職の女性」の自殺が自殺率を押し上げている。女性の自殺の背景には、経済生活問題、勤務問題、DV被害や育児の悩み、介護疲れ、精神疾患等、様々な問題が潜んでいる。コロナ禍において、これらの自殺の要因になりかねない問題が深刻化しており、女性の自殺者数の増加に影響を与えている可能性がある。

(非正規雇用の減少は女性において著しい(労働力調査)。DVの相談件数は1.6倍(内閣府調査)、産後うつが2倍以上(筑波大研究者))

4 自殺報道の影響と考えられる自殺の増加が見られる

7月の自殺者の日別の状況を分析したところ、有名人の自殺報道がなされた7月18日の前後1週間で自殺者が増加。昨年同時期との比較においても自殺者数は増加しており、有名人の自殺報道が自殺者の増加に影響している可能性がある。

5 8月に女子高校生の自殺者数が増加

本年8月の高校生の自殺者は過去5年間で最も多く、特に女子高生の自殺者数が統計学的に有意に多い。

6 自殺者数は、依然として女性よりも男性が多い

本年7月以降、女性の自殺者数の増加率が高いことから女性の自殺に注目されているが、自殺者数の実数は7:3で男性が多いことに留意。

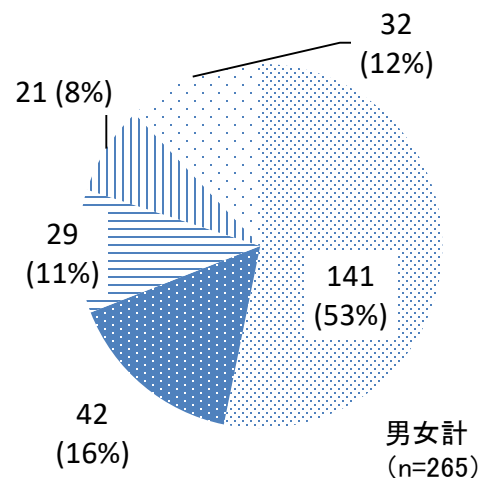
7 政府の各種支援策が自殺の増加を抑制している可能性

緊急小口資金、総合支援資金等の政府の支援策が自殺者の増加を抑制している可能性を示唆。

不妊治療と仕事の両立に係る実態

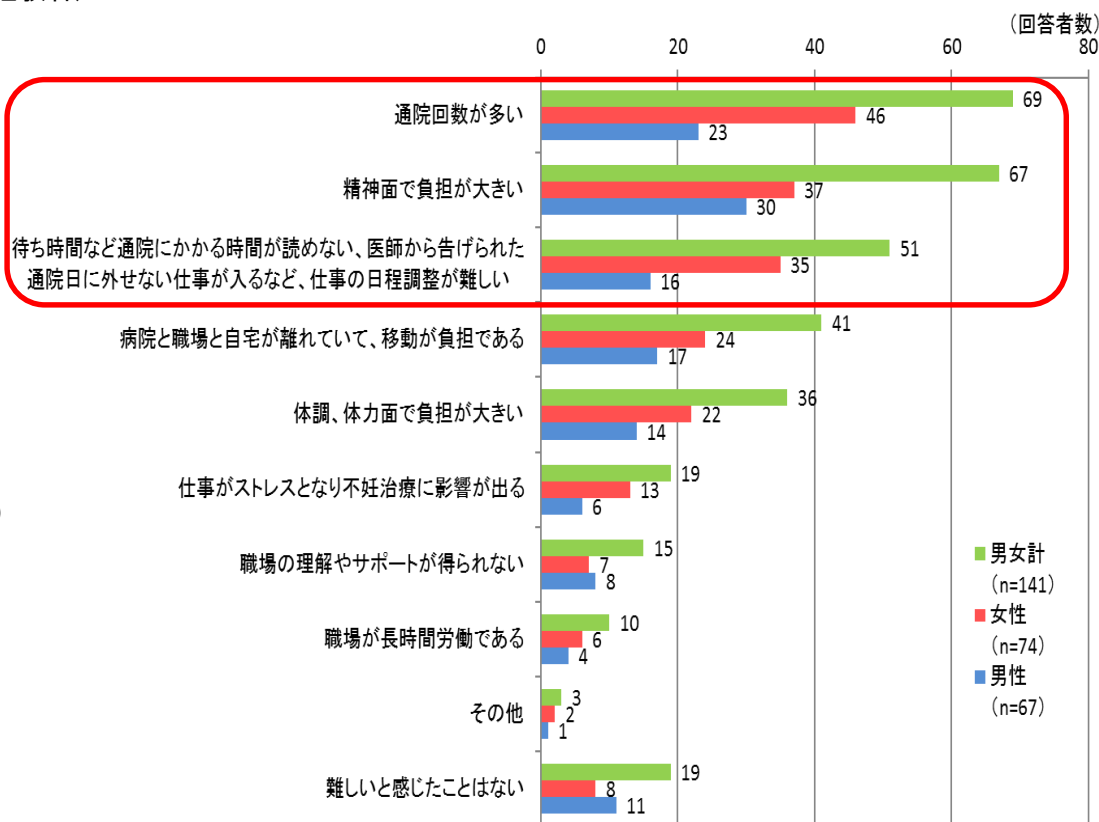
- 近年、晩婚化等を背景に不妊治療を受ける夫婦は約5.5組に1組となっている一方、不妊治療経験者のうち16%(女性では23%)が仕事と両立できずに離職するなど、不妊治療と仕事の両立支援は重要な課題。
- 両立が難しいと感じる理由は、通院回数の多さ、精神面での負担、通院と仕事の日程調整の難しさ。

仕事と不妊治療の両立状況(治療中・治療経験者)



- 両立している
- 両立できず仕事を辞めた
- ▨ 両立できず不妊治療をやめた
- ▤ 両立できず雇用形態を変えた
- その他

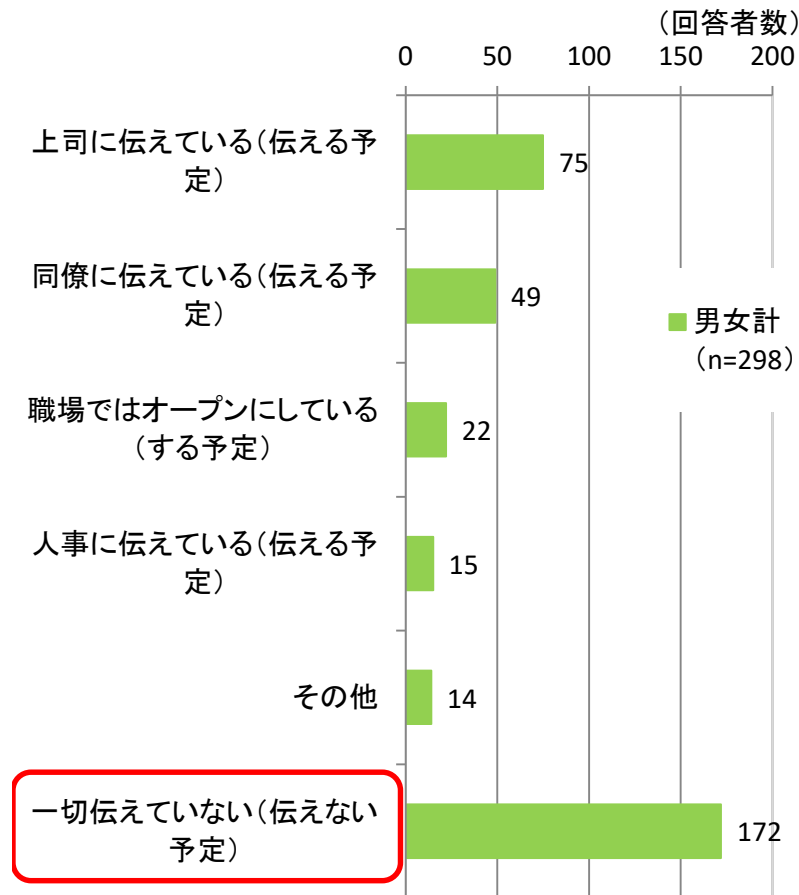
仕事と治療の両立が難しいと感じる内容 (両立中・両立経験者)



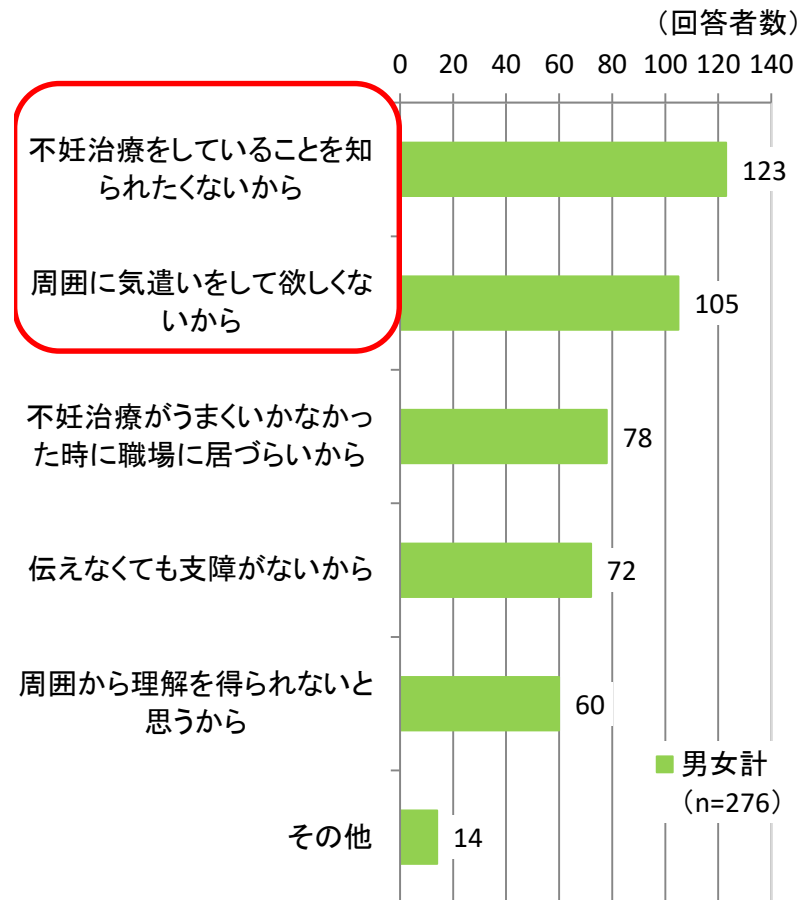
不妊治療と仕事の両立に係る実態

- 不妊治療中の労働者の多くはそのことを職場に伝えていない。
- 職場でオープンにしていない理由は「不妊治療をしていることを知られたくないから」、「周囲に気遣いをしてほしくないから」が多くなっている。

職場への共有状況（治療中・治療経験者・治療予定者）



職場で伝えていない理由（治療中・治療経験者・治療予定者）

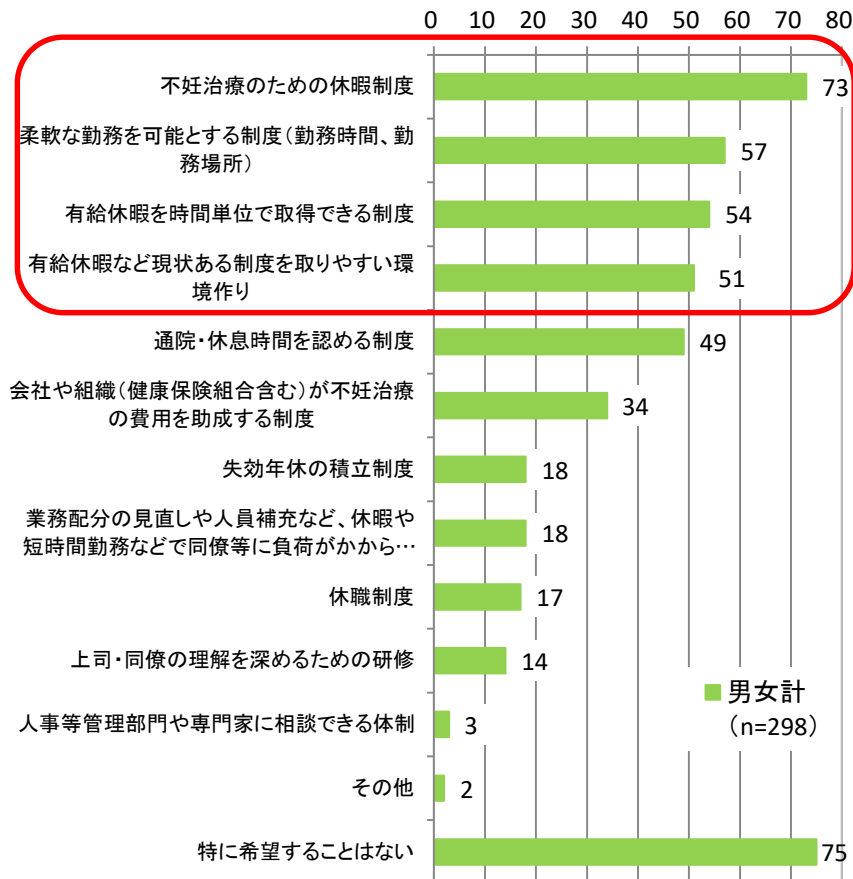


不妊治療と仕事の両立に係る実態

- 不妊治療と仕事を両立する上での会社等への希望としては、「不妊治療のための休暇制度」、「柔軟な勤務を可能とする制度」、「有給休暇を時間単位で取得できる制度」が多くなっている。
- 不妊治療と仕事の両立を図るために行政に望む支援は、「不妊治療への国民・企業の理解を深める」が最も多い。

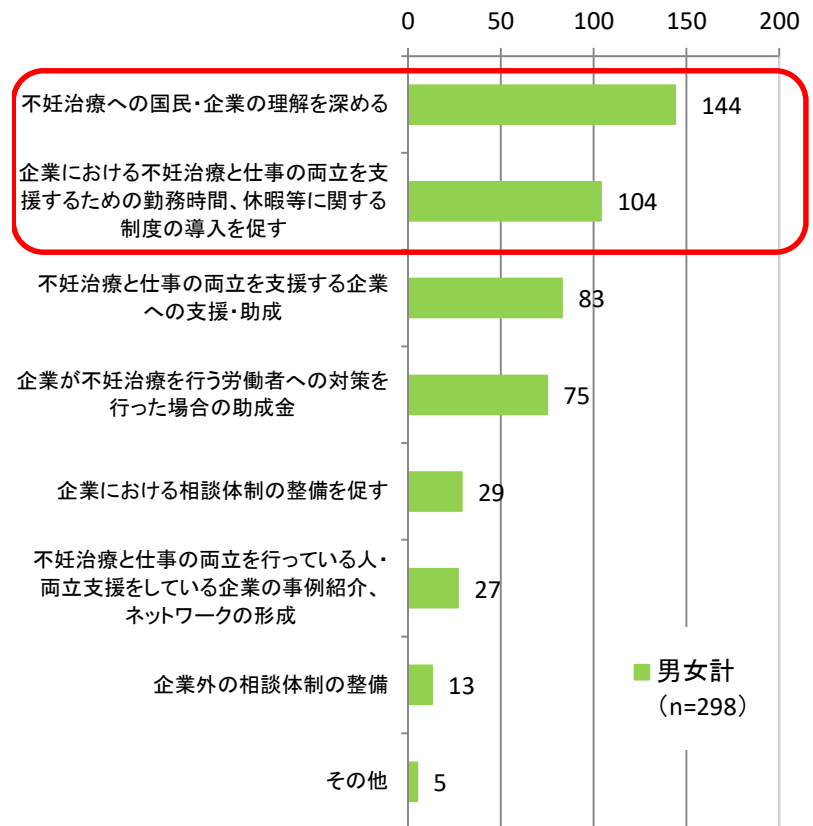
会社等への希望（治療中・治療経験者・治療予定者）

（回答者数）



行政に望む支援（治療中・治療経験者・治療予定者）

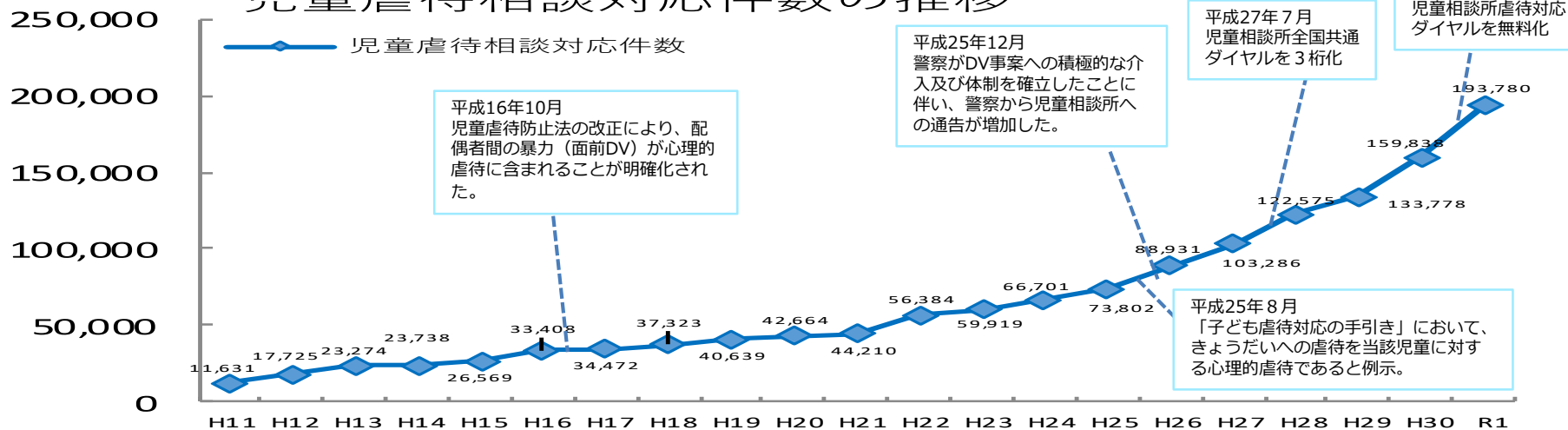
（回答者数）



児童虐待相談の対応件数推移及び虐待相談の内容・相談経路

- 令和元年度における児童相談所の児童虐待相談対応件数は、193,780件。平成11年度に比べて約17倍。
- 心理的虐待の割合が最も多く（56.3%）、次いで身体的虐待の割合が多い（25.4%）。
- 相談経路は、警察等（50%）、近隣知人（13%）、家族（8%）、学校等（8%）からの通告が多くなっている。

児童虐待相談対応件数の推移



○ 虐待相談の内容別割合

	身体的虐待	ネグレクト	性的虐待	心理的虐待	総 数
令和元年度	49,240 (25.2%) (+9,002)	33,345 (17.2%) (+3,366)	2,077 (1.1%) (+374)	109,118 (56.3%) (+20,727)	193,780 (100.0%) (+33,942)

○ 虐待相談の相談経路

	家族	親戚	近隣知人	児童本人	福祉事務所	児童委員	保健所	医療機関	児童福祉施設	警察等	学校等	その他	総 数
元年度	13,160 (7%) (+1,982)	2,639 (2%) (+325)	25,285 (13%) (+3,836)	1,663 (1%) (+249)	8,890 (5%) (+559)	210 (0%) (-20)	232 (0%) (+16)	3,675 (2%) (+133)	2,871 (1%) (+394)	96,473 (50%) (+17,335)	14,828 (8%) (+3,379)	23,854 (12%) (+5,754)	193,780 (100%) (+33,942)