

令和2年度子ども・子育て支援推進調査研究事業

<調査研究報告書タイトル>

子育て支援の社会的気運の醸成を図るための普及啓発に係る調査研究

<実施主体名>

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

<報告書の概要>

1. 事業実施目的

少子高齢化の進展を背景に、子育ての当事者層と非当事者層との間でさまざまな軋轢が生じており、社会全体で子どもの存在に対する寛容さが失われつつあることが懸念される。子ども連れや妊婦に対する温かいまなざしが感じられる社会は、子育てがしやすい、子育てが楽しいと感じられる社会であり、その実現に向けて子育てを応援しようという社会的気運を醸成することが喫緊の課題といえる。

そこで、子育て支援の普及啓発の取組や、子育て世帯に必要な社会的な配慮や取組等を収集し、子育て支援の社会的気運の醸成を図る上で参考に資する資料を作成することを目的として実施した。

2. 事業実施内容

全国の都道府県及び市区町村を対象とした自治体アンケート調査と、子育ての当事者層（3歳未満の子どもがいる層、3歳以上～未就学児がいる層）及び非当事者層（子どもがいない層）を対象としたWebアンケート調査を実施し、それぞれ1,047団体、3,000名より回答を得た。

また、調査の仮説設計を行うにあたって、有識者ヒアリング調査を実施した。さらに、子育て支援の社会的気運の醸成を図るための取組や、子育て世帯に必要な社会的な配慮や取組を好事例として紹介するため、団体ヒアリング調査を実施した。

3. 主な成果

自治体アンケートより、子どもや子育て家庭をめぐってここ3年間の間に近隣住民等から苦情を受けた団体は約4割で、「保育所・公園等における子どもの声等に関する苦情」が最も多かった。子育て支援の社会的気運の醸成を図るための普及啓発にかかる取組については、都道府県では全団体、市区町村では半数弱で何らか実施されていた。

また、個人アンケートより、子育ての当事者層と非当事者層との間で、子どもの泣き声や騒ぐ様子をめぐって軋轢が生じることもある一方、子育て世代を温かく見守り、手助けをしたいと考えている層も少なからず存在していることがうかがえた。ただし、現在の日本で公共の場において、子連れの親子をあたたく見守る人や助ける人が多くいると思うかとの問に対しては、当事者層・非当事者層とも否定的な回答が多数を占めた。

有識者インタビュー調査では、子育て支援の社会的気運の醸成を図るための普及啓発に関する取組として、未婚化の進展や、子どもの数が減っていることをふまえると、子育て経験がある当事者層だけでなく、非当事者層も含めて、子育てに対する理解を深めるための取組がより一層重要となるとの指摘が挙げられた。こうした点をふまえて、団体インタビュー調査においては、子育てを応援していることをステッカーやマークで意思表示したり、ICTツールを用いて手助けをする人と手助けしたい人をマッチングするプロジェクト、当事者層と非当事者層の交流を促す取組等を取り上げ、具体的な取組内容や連携先の有無、実施したことによる効果や課題等を取りまとめた。