

# 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～

資料 2

## 設置の趣旨

- 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、例えば雇用についてみると、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そ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、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、三原副大臣をリーダーとするプロジェクトチームにおいて、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する。

## 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

## メンバー

(敬称略、五十音順)

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)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)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)山猫総合研究所代表取締役  
森永 真弓 (株)博報堂DYメディアパートナーズ  
メディア環境研究所上席研究員

## 開催実績

第1回～第3回においては、各分野で活躍されている現場の当事者  
専門家を交えて、テーマごとにフリーディスカッションを行った。

(現場の当事者)

第1回(2/22) 雇用・人材開発支援 【工藤啓氏】  
第2回(3/18) 生活支援・自殺防止 【上田路子氏】  
第3回(4/6) 職場環境改善・子育て支援 【小室淑恵氏】  
【駒崎弘樹氏】  
第4回(5/13) 厚労省の情報発信の仕組み、  
報告書骨子案について  
第5回(6/25) 報告書案について

# 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（令和3年7月2日）概要①】

メンバーからの提案やアドバイスを踏まえ、下記の実践等「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」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。

## 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） P 4～P 5

#### ✓ 活用好事例の収集・発信

（支援策の好事例（利用者の声・就職先）の収集・発信、分かりやすいリーフレットやSNSを活用した情報発信）

#### ✓ 動画の活用等の広報チャンネルの掘り起こし・活性化

（動画を活用した制度の分かりやすい解説、厚生労働省HPの見直し、支援団体・労働組合等を通じた周知）

#### ・ 自治体とハローワークが連携した女性向け就労支援策等（面接時のスーツの貸し出し等）の拡充検討

（神奈川・京都・山形において、自治体とマザーズハローワークが連携し実施中）

#### ✓ 福祉の窓口からハローワーク等の雇用サービス窓口への円滑な誘導

（社協の窓口職員向けに、ハローワークの支援策を分かりやすく紹介したリーフレットを配布）

### （自殺防止・生活支援） P 5～P 6

#### ✓ 自殺で悩んでいる方との貴重な接点の喪失防止

（自殺関係相談窓口のweb検索結果を分かりやすく表示）

#### ✓ 「周囲に頼ることは恥ずかしいことではない」とのメッセージの発信

（「自殺は誰にでも起こりうる危機」という認識の下での自殺防止の検索連動窓口案内の更なる充実）

#### ✓ 困っている方々の目線に立った「アウトリーチ型支援」について、NPO等との連携の実施

# 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（令和3年7月2日）概要②】

メンバーからの提案やアドバイスを踏まえ、下記の実組等を「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」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。

### （職場における環境整備支援） P 6～P 7

- ✓ **良質なテレワークの導入・定着に向けた取組の実施**  
（ガイドラインの分かりやすい周知、相談支援・中小企業向け助成金の活用促進）
- **企業の職場環境整備への支援における経営者のコミットの条件付けの検討**  
（経営者のコミットを各種助成金の条件とすることを検討）
- **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ネットのあり方についての検討**

### （子育て支援） P 7

- ✓ **ひとり親家庭に届きやすいツール（メール・web・SNS等）を活用した情報提供**  
（自治体のひとり親家庭支援窓口を通じた積極的な支援策の周知）
- **多様な就労形態に対応した母子健康手帳の記載内容の充実の検討**
- ✓ **不妊治療等への理解促進に向けたメディアを通じた積極的な情報発信**

### （デジタル広報・ナビゲーションの強化） P 7～P 8

- **スマートフォンのアプリを通じた広報強化（今年度から速やかな実施を検討）**  
（お困りごとに対応する支援策の有無や基本情報、使えるかどうか容易に分かるよう強化、プッシュ通知、webサイトも整備）

# 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（令和3年7月2日）概要③】

メンバーからの提案やアドバイスを踏まえ、下記の実組等を「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」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。

## ② 今後、他の分野でも検討・活用すべきこと P 8～9

- ・ **地域の支援団体（NPO等）やコミュニティ等を通じた支援対象者へのアプローチ**  
（支援が必要な本人への直接アプローチが難しい場合に、周りにはいるNPOやコミュニティー等を通じた支援策の情報提供方法を検討）
- ✓ **プロジェクトチームメンバーや報道関係者へのアプローチを通じた、各種支援策の積極的な情報提供**  
（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・勉強会の実施）
- ・ **自前発想を捨て、ユーチューバーやライフスタイル誌の広告記事の活用による情報発信の検討**

## ③ 厚生労働省の広報改革の加速化 P 9～11

- ・ **情報コンテンツのクオリティの向上**  
（広報資料の作成業務の一元的体制の構築など外部委託の積極活用、厚労省webサイトのコンテンツの構造化、「重点広報制度」の本格実施）
- ✓ **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（Twitter・Facebook・LINE・note等）を通じた情報発信の取組の強化、ユーザー視点の広報活動のための適切なKPI設定など）
- ✓ **厚生労働省の広報体制の強化**  
（広報に意欲のある若手職員の公募・登用、デザイン機能やデジタル広報等に係る広報室の体制増強、「ナッジ」等の新たな手法に係る研修等の実施）

# 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（令和3年7月2日）概要④】

プロジェクトチームの第1回～第3回まではテーマ別に、第4回は情報発信の仕組みについて議論・意見交換を行い、メンバーからの提案やアドバイス等から「新たな気づき」を得た。厚労省として、しっかりと受け止め活用していく。

## P Tの議論における「新たな気づき」

### （雇用・人材開発） P 12～P 13

- ・ × 「役所側が伝えたい情報」
  - ◎ 「利用者からみてわかりやすい」
- ・ × 「利用者が全て探す」
  - ◎ Yes/Noの2択で進み、支援策に行き着く
- ・ 周りにいる仲間たち(コミュニティ)が伝える工夫  
(自分から役所に行く気持ち的なハードルは高い。困っている当事者は情報処理能力が低下している)

### （自殺防止） P 13～15

- ・ 悩みをまず言葉にし、それを誰かと共有することも、自分の状況を客観的に理解するために必要  
(自殺を考える人は、自分の悩みを理解できていない)
- ・ 今の若者は「恥をかきたくない」という意識が他の世代と比べ高い。電話はもちろんSNSですら、アプローチのハードルは高い
- ・ 報道機関への働きかけは、新しい情報だけではなく、必要な情報を必要なタイミングで繰り返し発信すべき
- ・ 「死にたい」とSNSで声を上げる人には、チャットボットを相談の入口として活用  
(実体のある誰かに見てほしいという思いもある。必要に応じて人による支援につなげていける仕組みも必要)
- ・ 「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
- ・ 「助けてと言う力」（援助希求力）を小さいうちから教育していくことが重要  
(日本人はこの力が低いと言われている)

# 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（令和3年7月2日）概要⑤】

プロジェクトチームの第1回～第3回まではテーマ別に、第4回は情報発信の仕組みについて議論・意見交換を行い、メンバーからの提案やアドバイス等から「新たな気づき」を得た。厚労省として、しっかりと受け止め活用していく。

## （生活支援） P 15

- ・ 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
- ・ ×「お気軽に相談ください」
  - ◎「あなたの声をお聞かせください！」  
（ひとつひとつのメッセージ次第で支援につながらなくなってしまうので、自尊心を傷つけない発信が必要）

## （厚労省の情報発信） P 17～18

- ・ スポーツ新聞は、柔らかいスポークスマン  
（厚労省が分かりやすい記事を書いて投稿するソフトな発信も重要）
- ・ リーフレットは、対象者・サービスが一目見て分かるように
- ・ 厚生労働省を日常に溶け込ませることで、身近に感じてもらい、若い世代に訴求していく  
（有事の時に頼れる存在であるためには、普段からもっと寄り添えるような、日常で目にする機会が重要）

## （その他） P 13～14

- ・ 若者に顕著なものとして、「さみしいという感情」がある  
コロナ禍でZOOM等を使い出し、コミュニケーションがプラスになる者（中高年層）もいる一方、既利用層（大学生等）では、リアルで友達に会えなくなり、コミュニケーションがマイナスに