

孤独・孤立対策官民連携プラットフォーム

【分科会 1（第 2 回）】 議事次第

令和 4 年 7 月 21 日（木）

14 : 00～15 : 00

（オンライン開催）

○「声を上げやすい・声をかけやすい社会」に向けた取組の在り方

1 開会

2 議題

（１）経過説明

- ・分科会 1 について

（２）意見交換

- ・③相談者（相談を受ける人）になりうる層

（３）その他

3 閉会

分科会 1（第 2 回） プログラム

■日 時 令和4年7月21日（木）14：00～15：00

■開催方法 ズームを活用したオンラインミーティング

■プログラム

時間	項目	担当（進行）	資料
14:00～	経過説明／プログラムの説明	内閣官房	有（議事次第）
14:02～	分科会 1 について／配布資料の説明	あなたのいばしょ ／新公益連盟	有
14:07～ （28分）	意見交換 「③相談者（相談を受ける人）になり うる層」の意見聴取	同上	無
14:35～ （20分）	全体を通して意見聴取	同上	無
16:55～	次回に向けた連絡	内閣官房	無

分科会1について

分科会1「声を上げやすい・声をかけやすい社会」に向けた取組の在り方」

重点計画の基本方針「孤独・孤立に至っても支援を求める声を上げやすい社会とする」をテーマとして、支援を求める声を上げやすい・声を受け止める・声をかけやすい社会に向けて、孤独・孤立についての理解・意識や機運を社会全体で高めていくための取組の在り方を検討。

幹事団体

特定非営利活動法人 あなたのいばしょ(SNS 相談コンソーシアム)

特定非営利活動法人 新公益連盟

目標

「声を上げやすい・声をかけやすい」社会の実現を目指し、孤独・孤立についての理解・意識を浸透させつつ、

- ①制度を知らない層：当事者が利用できる支援情報が届くようにする。
- ②制度は知っているが相談できない層：スティグマの解消に向けた取組により、相談がしやすい社会を目指す。
- ③相談者（相談を受ける人）になりうる層：様々なステークホルダーを取り込み、機運醸成を図る。

「対象と目標と対策」

対象	目指すもの	考えられる対策等(例)
①制度を知らない層	必要な情報が届くようにする	「プッシュ型」で支援情報を届ける 例: 転入・転出時のアプローチ 例: 母子手帳交付対象者への情報提供
	制度や情報に触れる機会を増やす	AC広告、検索運動型広告等の広告を出す ・イベント、キャンペーンによる周知
		ワンストップのポータルサイト(チャットボット)等を公共機関等のHPに掲載する
		学校や職場、地域などで制度について学ぶ、周知する機会を作る
②制度は知っているが相談できない層	相談へのハードルを下げる ・支援を受ける手続きなどをわかりやすくする	・相談対応の時間帯、曜日等の拡大 ・統一ダイヤルの構築 ・制度申請の簡易化やオンライン化、自動ツールの導入など
	相談できる社会環境をつくる ・相手への迷惑や負担を気にすること、遠慮や我慢をなくす	相談をしてもいいと思えるような情報発信、広報 ・イベント、キャンペーンによる周知 ・制度活用の情報やチラシを公的機関以外にも常備
		日常のなかで制度や相談機関と接する機会を増やす ・制度活用の情報やチラシを公的機関以外にも常備
		制度や相談機関のスティグマをなくす・減らすような広報、発信 ・メッセージ ・制度を活用することは権利であるとの認識の周知
③相談者(相談を受ける人)になる層	社会的理解や関心を高める	AC広告等の広告を出す
	関われるタイミングやきっかけを作る	学校や職場、地域などで制度について学ぶ、周知する機会を作る、支え手になる方法を学ぶ、周知する機会をつくる ・イベント、キャンペーンによる周知
	相談者になることをためらう人の弊害をなくす	身近な実践者の事例の紹介
		・孤独・孤立の理解者を増やすサポーター養成講座のような仕組みの検討 ・上記のサポーターからステップアップする研修の検討 ・ゲートキーパー等既存の研修の充実

対象	目指すもの	各分野の意見（概略）
① 制度を知らない層	a必要な情報が届くようにする b制度や情報に触れる機会を増やす	（子育て支援） ・行政のポピュレーションアプローチで全数把握をされていて、保健師が全戸訪問に行き、このお母さんは大変そうだというときに、こういうもの（支援策）があって、情報提供がすごく細やかにされていると、気軽に来たらえハードルが低く利用につながっていくこともある。 （外国人支援） ・海外にルーツを持つ子供・若者、保護者は、言葉の壁があり制度、情報へのアクセスが悪い。情報が取れず、制度があることすら誰かが教えてくれなければ分からないという状況。また、声を上げようにも日本語で上げること等、それが支援する側に届くまでのハードルがほかのマイノリティーより高い。 （政策推進／人材養成） ・ポピュレーションアプローチをするには行政との連携が必須であり、当団体を例に有志の首長が例えばモデル事業や、もしくは法律に位置づけにくいものなら首長がかけ合って条例化することでNPOが活動しやすい基盤をつくれる。ポピュレーション戦略で一般に知ってもらうには電通や博報堂などの分野だが、NPOには苦手分野であるため、国や自治体と連携してAC広告へ載せるなどの手法もある。また一番良いのはキャンペーン化。認知症サポーターのようなテキスト化で全国展開すると、各地域で自ずと進んでいく。 （自治体） ・役所には情報をキャッチアップするために窓口職員への教育/研修が必要と考える。東京都足立区の実例を参考に「つなぐシート」を導入している。最初に情報をキャッチした職員が「他の窓口へつなぐ必要がある」と思った場合、個人情報取り扱いの注意事項を説明し、署名いただいた上で、次の部署へつないでいる。同時に、職員が話を聞いて「支援が必要」と気づくことが必要であるため、「相談チャート」を作ってカウンター内側に設置し、いつでも見られるようにしている。 ・保険料納付のチラシ等に相談支援の告知を入れる等もしている。
② 制度は知っているが相談できない層	a相談へのハードルを下げる ・支援を受ける手続きなどをわかりやすくする b相談できる社会環境をつくる ・相手への迷惑や負担を気にすること、遠慮や我慢をなくす	（性的指向・性自認） ・制度を一度使ったが、それで安心感を感じられなかったので使うことをやめたという人が当事者にとも多い。日本ではそもそもカミングアウト自体が難しい。相談すると、どうしても強制カミングアウト状態になってしまう。 ・窓口の方が、アウトティングを防ぐことや、知識をアップデートしていることを積極的に情報発信してもらえれば、安心して相談できるのではないかな。 （子育て支援） ・相談者と支援者は弱音を吐ける関係性が必要であることを考えると、行政よりも民間のインフォーマルな立場の方々のほうが、非常にハードルを下げられると思っている。インフォーマルな部分を連携して進めていくことがすごく重要。 ・支援というと、非常に困難な人とか、できない人が使うものという捉え方がどうしてもあったり、何となく子育ては家庭でやるのが当たり前みたいな認識がどうしても強くて、そういったところに対してハードルを感じてしまう。 （自治体） ・相談のハードルを下げることを重要と考えており、「主訴がわからない＝どうしたらよいかわからない状態でも相談してください」という広告をしている。 （生活困窮支援） ・ハードルを下げることに同時に、ハードルまで行き着けるような仲間づくりをどのようにしていくのかというのは、孤独・孤立対策全般の中でのテーマなのかと思う。非常に困窮していて、相談がうまくできなかったような人たちが仲間をつくることによって、仲間を介して相談してくれるようになってくる。
③ 相談者になりうる層（相談を受ける層）	a社会的理解や関心を高める b関われるタイミングやきっかけを作る c相談者になることをためらう人の弊害をなくす	（食支援） ・相談者になりうる層については「なぜ関わりが薄いのか」という議論が必要ではないか。米国では小学校からボランティアに従事する機会が多く、活動自体が根付いているため、幼少期の経験が乏しいことが課題であれば、そこに向けた対応策を考えてもよいのではないかな。
その他	孤独・孤立の支援制度、相談窓口等	・アウトリーチだとヘルパー派遣のような、生活保護世帯でなければ有料ですというようなものが多いので、そうすると、金銭的なところも大きなハードルになってしまう。 ・米国ではドラマやバラエティでLGBTQについて言及する場合、どのようなアプローチが望ましいかを民間団体からテレビ局へ申し入れている。その結果、番組の最後に問い合わせ窓口を載せる等、当事者へ情報を届けるための対応をしている。PF内で取り組むことと、外部機関へ依頼することと分けて考えても良いのではないかな。 ・制度を知らない層の中に自分の課題が整理、もしくは認知されていない層が子ども宅食で多く、恐らくそこはポピュレーションアプローチで情報を取っても、そもそも自分に課題があるとは認識していないので、反応すらない。そもそも課題整理から一緒にやらなければいけない層がある。 ・支援者とどうつながるかということの話が中心になるとは思いますが、つながりが必要な人同士をどうつなげていくかというようなことも必要。