

## 第3章 効果検証（運営）

### 3-1 実施した広報活動

#### 3-1-1 標準的な広報活動

本事業において、大半の地方公共団体で実施した標準的な広報活動（学校への協力依頼等）を示す。

#### (1) 共通のホームページ及びチラシの作成

本事業の周知広報活動のため、事務局がホームページを開設し、イベント内容を掲載するとともに、申込用サイトへのリンクを行い、参加申し込みを受け付けた。また、このサイトへの誘導のため、事務局が配布用のチラシ、掲載用のポスターを作成するとともに、一部地域については新聞への広告掲載を実施した。

#### <作成したチラシの例（長崎会場）>



<表面>



<裏面>

このほかには、内閣府男女共同参画局のホームページ、facebook から本イベントのホームページへのリンクを貼り閲覧者を誘導した他、内閣府や文部科学省のメールマガジンを活用し、読者に対して周知を図った。

## (2)開催地の小中学校、近隣の高校でのチラシ配布（一部ポスター掲出）

地方公共団体内の小中学校に対して事務局が作成したチラシを送付し、各学校の教員から児童・生徒にチラシ配布を行った。また、高校向けについては、当該地域の規模、高校の設置数等の状況を勘案し、チラシの配布対象とする学校を近隣地方公共団体まで範囲を広げた。

## (3)開催地の地方公共団体施設や駅でのチラシ配布（一部ポスター掲出）

地方公共団体の施設（庁舎、図書館、生涯学習センター等）や、鉄道駅でのポスター掲出、チラシ設置を実施した。

## (4)地方公共団体のホームページ、広報紙、SNS、メールマガジン等での周知

各地方公共団体のホームページや SNS、メールマガジン等の電子媒体を活用して周知を図ったほか、月 1～2 回程度発行される地方公共団体の広報紙においてイベントの告知を行った。

### 3-1-2 地方公共団体独自の取組

以下には、一部の開催地にて実施した広報活動を例として紹介する。

#### (1)地域メディアの活用

本イベントの開催について、首長等が行う定例記者会見や記者懇談会の場で公表することや、地方公共団体の本事業を担当する部署から地元マスコミに情報提供を行ったことにより、開催の告知に相当する新聞記事の掲載やテレビ放送が行われる事例もあった。

#### (2)近隣都市での広報

近隣の地方公共団体にも協力を要請し、近隣の地方公共団体内の庁舎や公共施設、小中学校でのチラシやポスターの設置・配布を行った。同様に、県の出先機関にチラシを設置いただいたケースもある。参加者のアンケートから、一部開催地では隣接地方公共団体等からの参加者も見られた。

#### (3)イベント情報サイト等への掲載

事務局及び地方公共団体が地元住民向けのタウン情報サイトやタウン情報フリーペーパ

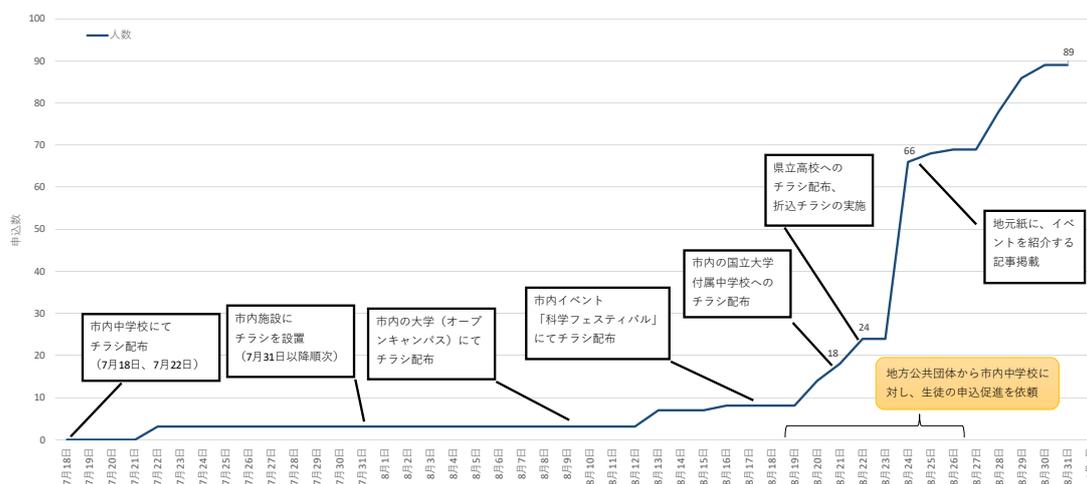
一に依頼し、イベント情報を掲載した。

#### (4)他のイベントの活用

対象者が本イベントと一定程度重なると考えられる他のイベント（具体的には、中学生向けの進学フェア、小中学生向けの環境学習イベント等）において、地方公共団体が本イベントの開催案内チラシの配布を行った。

各種の取組と申込状況の関係について、弘前会場の申込状況を例に示す（図表 5）。

図表 5 イベント申込者数（弘前会場、申込者数は累積）



### 3-1-3 イベント運営における課題

広報活動の実施について、各地方公共団体にヒアリングしたところ以下のような課題点が挙げられた。今後同様の事業を実施する際に、参考になる情報と考えられる。

#### (1) 広報の実施スケジュール

登壇いただく講師・企業・団体との調整に多大な時間を要した結果、広報用資料であるチラシの作成・配布に遅れが生じた場合もあった。そのため、事業のスケジュールを組む際には、プログラム内容の調整に十分な準備期間を確保することが必要である。

この他、チラシ作成においては、教育委員会等を通じて各学校へ配布し、更に学内で教員から児童・生徒へ配布するための十分な期間を見込んでおくことが必要である。

#### (2) 他イベントとの同時開催・調整

10会場のうち2会場については、他の男女共同参画関連イベントと同日・同会場での実施となり、相乗効果を期待したところであったが、開催時間が重なっている等の理由から、両方に参加するというケースは多くは見られなかった。

他のイベントと併せて開催するのであれば、タイムテーブルや対象者（年齢層等）の調整を行い、子どもや保護者向けのイベントは同一時間帯には並行開催をしないなどといった事前準備が必要であった。

また、当イベントは児童・生徒及び保護者の来場利便性を鑑みて土日祝日の午後に開催したが、この曜日・時間に開催すると、児童・生徒が参加する他の行事・イベント等と競合する可能性もある。イベントの実施日については、学校の運動会など、地域の児童・生徒を対象とした行事等が近隣で開催される予定がないかを確認してから、決定する必要がある。

### 3-2 広報施策

#### 3-2-1 概要（参加者が本事業を認知した広報媒体）

本イベントの各会場への申込について、応募者がイベントを知った経緯（媒体）は、児童・生徒、保護者ともに「通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多い（図表 6、図表 7）。また、児童・生徒は「家族から聞いた」も多い。

図表 6 イベントを知った経緯（児童・生徒、複数回答）

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他のイベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS（フェイスブック・ツイッター・メールマガジン）	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	242 ( 1.19)	148 ( 61.2%)	6 ( 2.5%)	1 ( 0.4%)	1 ( 0.4%)	1 ( 0.4%)	10 ( 4.1%)	4 ( 1.7%)	4 ( 1.7%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
木更津	40 ( 1.10)	25 ( 62.5%)	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	1 ( 2.5%)	—	2 ( 5.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—
琴浦	26 ( 1.19)	13 ( 50.0%)	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 7.7%)	0 ( 0.0%)	1 ( 3.8%)	—	0 ( 0.0%)	—
南箕輪	24 ( 1.21)	17 ( 70.8%)	—	—	—	0 ( 0.0%)	1 ( 4.2%)	0 ( 0.0%)	1 ( 4.2%)	—	—	0 ( 0.0%)
刈谷	4 ( 1.00)	1 ( 25.0%)	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)
古賀	17 ( 1.12)	7 ( 41.2%)	1 ( 5.9%)	—	—	0 ( 0.0%)	1 ( 5.9%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)
舞鶴	14 ( 1.50)	9 ( 64.3%)	1 ( 7.1%)	—	—	0 ( 0.0%)	1 ( 7.1%)	0 ( 0.0%)	1 ( 7.1%)	—	—	0 ( 0.0%)
花巻	39 ( 1.18)	22 ( 56.4%)	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)	5 ( 12.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)
長崎	30 ( 1.07)	28 ( 93.3%)	—	—	1 ( 3.3%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	—
桐生	4 ( 1.50)	3 ( 75.0%)	2 ( 50.0%)	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—
弘前	44 ( 1.27)	23 ( 52.3%)	2 ( 4.5%)	1 ( 2.3%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	2 ( 4.5%)	1 ( 2.3%)	—	—	—

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ(ケーブルテレビ・コミュニティFM含む)	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他
全体	242 ( 1.19)	4 ( 1.7%)	10 ( 4.1%)	3 ( 1.2%)	0 ( 0.0%)	2 ( 0.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	68 ( 28.1%)	19 ( 7.9%)	7 ( 2.9%)
木更津	40 ( 1.10)	—	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	1 ( 2.5%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	12 ( 30.0%)	1 ( 2.5%)	2 ( 5.0%)
琴浦	26 ( 1.19)	4 ( 15.4%)	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	6 ( 23.1%)	5 ( 19.2%)	0 ( 0.0%)
南箕輪	24 ( 1.21)	—	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	9 ( 37.5%)	1 ( 4.2%)	0 ( 0.0%)
刈谷	4 ( 1.00)	—	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	3 ( 75.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
古賀	17 ( 1.12)	—	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	6 ( 35.3%)	2 ( 11.8%)	2 ( 11.8%)
舞鶴	14 ( 1.50)	—	1 ( 7.1%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	4 ( 28.6%)	2 ( 14.3%)	2 ( 14.3%)
花巻	39 ( 1.18)	—	—	—	—	1 ( 2.6%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	13 ( 33.3%)	5 ( 12.8%)	0 ( 0.0%)
長崎	30 ( 1.07)	—	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	3 ( 10.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
桐生	4 ( 1.50)	—	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 25.0%)
弘前	44 ( 1.27)	—	9 ( 20.5%)	3 ( 6.8%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	12 ( 27.3%)	3 ( 6.8%)	0 ( 0.0%)

- ※ “—”は、当該地方公共団体では実施しなかった項目であることを示す。
- ※ 各地方公共団体名の横の「全体」欄は、当該会場のアンケート回答数と、1人あたりの本設問における平均回答選択数を示す。
- ※ 上記2点については、以降の集計表も同様である。

図表 7 イベントを知った経緯（保護者、複数回答）

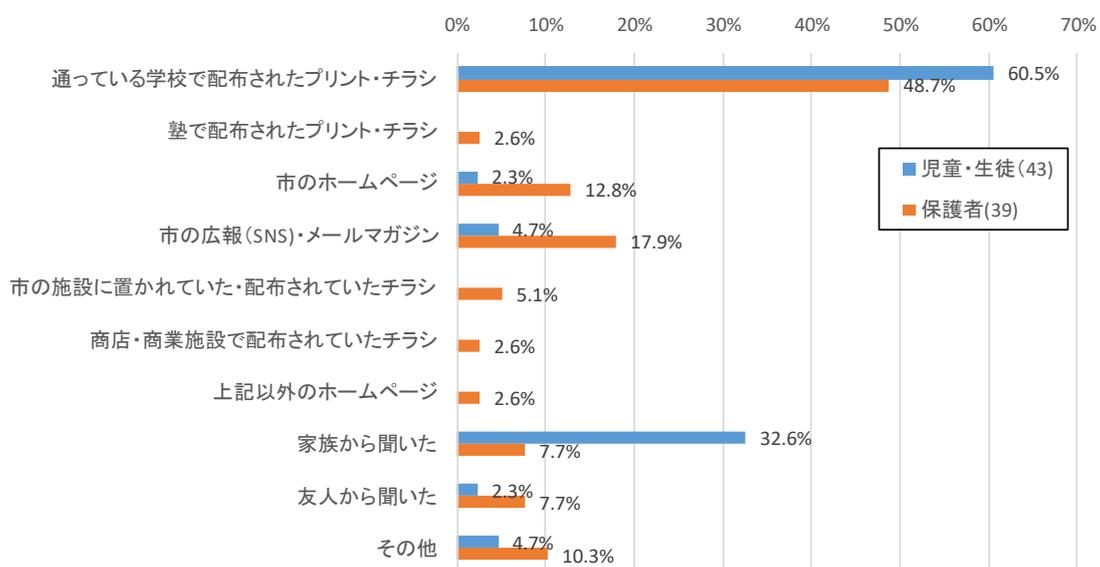
	全体	通っている 学校で配 布されたプ リント・チ ラシ	学習塾・予 備校で配 布されたプ リント・チ ラシ	大学で配 布されたチ ラシ	その他イ ベントで配 布されたプ リント・チ ラシ	自治体の ホーム ページ	自治体の 広報紙	自治体の 広報SNS (フェイス ブック・ツ イッター・ メールマガ ジン)	図書館や 公民館等、 自治体の 公共施設 に置かれ ていた・配 布されてい たチラシ	商店・商業 施設で掲 示・配布さ れていたチ ラシ	自治体のウ ェブ誌	駅に掲示さ れたポス ター
全体	218 ( 1.26)	93 ( 42.7%)	6 ( 2.8%)	1 ( 0.5%)	4 ( 1.8%)	16 ( 7.3%)	22 ( 10.1%)	19 ( 8.7%)	13 ( 6.0%)	2 ( 0.9%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
木更津	36 ( 1.25)	17 ( 47.2%)	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	5 ( 13.9%)	—	6 ( 16.7%)	2 ( 5.6%)	1 ( 2.8%)	—	—
琴浦	16 ( 1.56)	12 ( 75.0%)	1 ( 6.3%)	—	0 ( 0.0%)	3 ( 18.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	—
南箕輪	19 ( 1.11)	14 ( 73.7%)	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 5.3%)	3 ( 15.8%)	—	—	0 ( 0.0%)
刈谷	16 ( 1.25)	1 ( 6.3%)	0 ( 0.0%)	—	3 ( 18.8%)	0 ( 0.0%)	4 ( 25.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)
古賀	16 ( 1.38)	8 ( 50.0%)	1 ( 6.3%)	—	—	1 ( 6.3%)	3 ( 18.8%)	1 ( 6.3%)	2 ( 12.5%)	—	—	0 ( 0.0%)
舞鶴	10 ( 1.20)	2 ( 20.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	2 ( 20.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 20.0%)	—	—	0 ( 0.0%)
花巻	22 ( 1.32)	6 ( 27.3%)	0 ( 0.0%)	—	—	2 ( 9.1%)	7 ( 31.8%)	0 ( 0.0%)	1 ( 4.5%)	—	—	0 ( 0.0%)
長崎	24 ( 1.04)	18 ( 75.0%)	—	—	1 ( 4.2%)	0 ( 0.0%)	2 ( 8.3%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	—	—	—
桐生	28 ( 1.25)	2 ( 7.1%)	3 ( 10.7%)	—	—	1 ( 3.6%)	6 ( 21.4%)	5 ( 17.9%)	3 ( 10.7%)	1 ( 3.6%)	—	—
弘前	31 ( 1.32)	13 ( 41.9%)	1 ( 3.2%)	1 ( 3.2%)	0 ( 0.0%)	2 ( 6.5%)	—	6 ( 19.4%)	0 ( 0.0%)	—	—	—

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込 チラシ	テレビ・ラ ジオ(ケー ブルテレ ビ・コミュ ティFM含 む)	内閣府の ホーム ページ	内閣府の メールマ ガジン	上記以外 のホーム ページ	家族から 聞いた	友人から 聞いた	その他
全体	218 ( 1.26)	4 ( 1.8%)	14 ( 6.4%)	4 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	10 ( 4.6%)	2 ( 0.9%)	1 ( 0.5%)	22 ( 10.1%)	16 ( 7.3%)	26 ( 11.9%)
木更津	36 ( 1.25)	—	0 ( 0.0%)	—	0 ( 0.0%)	4 ( 11.1%)	0 ( 0.0%)	1 ( 2.8%)	3 ( 8.3%)	3 ( 8.3%)	3 ( 8.3%)
琴浦	16 ( 1.56)	4 ( 25.0%)	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 12.5%)	0 ( 0.0%)	3 ( 18.8%)
南箕輪	19 ( 1.11)	—	0 ( 0.0%)	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	3 ( 15.8%)
刈谷	16 ( 1.25)	—	—	—	—	3 ( 18.8%)	2 ( 12.5%)	0 ( 0.0%)	2 ( 12.5%)	1 ( 6.3%)	4 ( 25.0%)
古賀	16 ( 1.38)	—	—	—	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 12.5%)	0 ( 0.0%)	4 ( 25.0%)
舞鶴	10 ( 1.20)	—	1 ( 10.0%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 10.0%)	2 ( 20.0%)	2 ( 20.0%)
花巻	22 ( 1.32)	—	—	—	—	1 ( 4.5%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	7 ( 31.8%)	3 ( 13.6%)	2 ( 9.1%)
長崎	24 ( 1.04)	—	1 ( 4.2%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 4.2%)	2 ( 8.3%)	0 ( 0.0%)
桐生	28 ( 1.25)	—	2 ( 7.1%)	—	—	2 ( 7.1%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 7.1%)	3 ( 10.7%)	5 ( 17.9%)
弘前	31 ( 1.32)	—	10 ( 32.3%)	4 ( 12.9%)	—	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 6.5%)	2 ( 6.5%)	0 ( 0.0%)

参考として、木更津会場の参加者におけるイベントを知った経緯のグラフを以下に示す(図表 8)。児童・生徒、保護者ともに「通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多く、児童・生徒は「家族から聞いた」が次に多いのに対し、保護者は「市の広報(SNS)・メールマガジン」や「市のホームページ」が比較的多いのが特徴である。

図表 8 イベントを知った経緯(木更津会場、複数回答)



なお、各会場の広報活動におけるチラシ（地方公共団体独自作成のチラシを含む）の配布・設置枚数は以下のとおりであった（図表 9）。

いずれの会場においてもチラシの配布・設置箇所を検討のうえでチラシの枚数を決定したが、プログラムの決定に時間がかかり、チラシの配布時期が遅れてしまったことにより、チラシの配布枚数に比較して、参加者が少ない場合もあった。

一方、参加者が多かった花巻、弘前、木更津の3会場については、チラシの配布枚数はいずれも1万枚以下（ただし、木更津会場は台風により延期となったため、2回配布）であったが、地方公共団体担当者が直接各学校に訪問を行う等の働きかけを行う、児童・生徒にチラシ配布を行う教員向けの説明資料を準備する等、配布にあたっての工夫を行っており、その結果、多くの参加者があった。

図表 9 チラシの配布・設置枚数

	木更津 (延期日程)	木更津 (当初日程)	琴浦	南箕輪	刈谷	古賀	舞鶴	花巻	長崎	桐生	弘前	全会場
小学校向け	900	2,650	2,900	4,300	4,000	1,400	2,200	0	7,000	3,650	1,000	30,000
中学校向け	1,200	3,500	3,800	5,600	4,000	1,800	1,000	2,700	8,700	2,750	1,500	36,550
高校向け	600	900	7,400	3,000	4,000	50	1,000	3,050	9,800	1,600	1,950	33,350
その他	1,800	1,950	550	150	450	550	800	1,100	3,000	4,000	750	15,100
合計	4,500	9,000	14,650	13,050	12,450	3,800	5,000	6,850	28,500	12,000	5,200	115,000

- ※ 「その他」は、市役所、図書館、生涯学習センター等での配布及び設置枚数を指し、すべてが配布されたとは限らない。
- ※ 木更津会場については、当初9月に開催を予定しチラシを作成・配布したが、台風等の影響により、12月に延期した。しかし、9月に参加申込をした方のうち半数程度が12月の参加を希望したため、12月開催を周知するためのチラシ配布は数量を抑えて実施した。



### 3-2-2 学校種別にみた来場経緯

#### (1) 児童・生徒

まず児童・生徒についてみると、小学生、中学生、高校生ともに「通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多く、「家族から聞いた」が次に多い（図表 10）。

図表 10 児童・生徒 イベントを知った経緯（学校種別、複数回答）

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他イベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS（フェイスブック・ツイッター・メールマガジン）	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	240 ( 1.19)	147 ( 61.3%)	6 ( 2.5%)	1 ( 0.4%)	1 ( 0.4%)	1 ( 0.4%)	10 ( 4.2%)	4 ( 1.7%)	4 ( 1.7%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
小学校	109 ( 1.14)	59 ( 54.1%)	2 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	1 ( 0.9%)	1 ( 0.9%)	7 ( 6.4%)	1 ( 0.9%)	2 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
中学校	71 ( 1.27)	49 ( 69.0%)	3 ( 4.2%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 2.8%)	2 ( 2.8%)	1 ( 1.4%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
高校	56 ( 1.21)	38 ( 67.9%)	1 ( 1.8%)	1 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 1.8%)	1 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
その他	4 ( 1.00)	1 ( 25.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 25.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ（ケーブルテレビ・コミュニティFM含む）	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他
全体	240 ( 1.19)	4 ( 1.7%)	10 ( 4.2%)	3 ( 1.3%)	0 ( 0.0%)	2 ( 0.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	68 ( 28.3%)	18 ( 7.5%)	7 ( 2.9%)
小学校	109 ( 1.14)	2 ( 1.8%)	4 ( 3.7%)	1 ( 0.9%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	31 ( 28.4%)	9 ( 8.3%)	4 ( 3.7%)
中学校	71 ( 1.27)	1 ( 1.4%)	3 ( 4.2%)	1 ( 1.4%)	0 ( 0.0%)	2 ( 2.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	20 ( 28.2%)	3 ( 4.2%)	3 ( 4.2%)
高校	56 ( 1.21)	1 ( 1.8%)	3 ( 5.4%)	1 ( 1.8%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	16 ( 28.6%)	5 ( 8.9%)	0 ( 0.0%)
その他	4 ( 1.00)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	1 ( 25.0%)	1 ( 25.0%)	0 ( 0.0%)

## (2)保護者

保護者についても、児童・生徒と同様「通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多い。

このほかの傾向についてみると、小学生の保護者は「家族から聞いた」が多く(10.8%)、中学生の保護者は「家族から聞いた」と「自治体のホームページ」が多い(各12.3%)。高校生の保護者は「自治体の広報紙」が多い(17.4%)。

地方公共団体から保護者に直接アプローチできるホームページ、SNS、広報紙が、比較的多く到達している(全体に占める回答比率:ホームページ及びSNS各7.9%、広報紙7.3%)ことから、地方公共団体が行う地道な広報手段についても、重視する必要がある(図表11)。

図表 11 保護者 イベントを知った経緯(子どもの学校種別、複数回答)

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他イベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS(フェイスブック・ツイッター・メールマガジン)	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	164 (1.28)	89 (54.3%)	5 (3.0%)	1 (0.6%)	1 (0.6%)	13 (7.9%)	12 (7.3%)	13 (7.9%)	6 (3.7%)	1 (0.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
小学生	83 (1.23)	48 (57.8%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	4 (4.8%)	3 (3.6%)	5 (6.0%)	5 (6.0%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
中学生	57 (1.37)	31 (54.4%)	4 (7.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (12.3%)	5 (8.8%)	6 (10.5%)	1 (1.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
高校生	23 (1.26)	10 (43.5%)	0 (0.0%)	1 (4.3%)	0 (0.0%)	2 (8.7%)	4 (17.4%)	2 (8.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
その他	1 (1.00)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ(ケーブルテレビ・コミュニティFM含む)	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他
全体	164 (1.28)	4 (2.4%)	12 (7.3%)	4 (2.4%)	0 (0.0%)	5 (3.0%)	1 (0.6%)	1 (0.6%)	19 (11.6%)	9 (5.5%)	14 (8.5%)
小学生	83 (1.23)	4 (4.8%)	6 (7.2%)	3 (3.6%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	9 (10.8%)	4 (4.8%)	6 (7.2%)
中学生	57 (1.37)	0 (0.0%)	3 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (7.0%)	0 (0.0%)	1 (1.8%)	7 (12.3%)	4 (7.0%)	5 (8.8%)
高校生	23 (1.26)	0 (0.0%)	3 (13.0%)	1 (4.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (8.7%)	1 (4.3%)	3 (13.0%)
その他	1 (1.00)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

### 3-2-3 理系への関心の度合いによる参加者の特徴

#### (1) 児童・生徒

児童・生徒について、以前から理系への関心があったかどうかで区分し、イベントを知った経緯をみると、関心の度合いに関わらず「通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多く、次に「家族から聞いた」が多い。

また、関心の度合いが低いほど「家族から聞いた」や「友人から聞いた」の回答割合が高い傾向がみられる（図表 12）。

図表 12 児童・生徒 イベントを知った経緯（理系への関心の度合い別、複数回答）

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他イベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS（フェイスブック・ツイッター・メールマガジン）	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	211 ( 1.19)	134 ( 63.5%)	6 ( 2.8%)	1 ( 0.5%)	1 ( 0.5%)	1 ( 0.5%)	8 ( 3.8%)	3 ( 1.4%)	3 ( 1.4%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
今日のイベント以前から理系に関心があった	128 ( 1.17)	86 ( 67.2%)	3 ( 2.3%)	1 ( 0.8%)	0 ( 0.0%)	1 ( 0.8%)	3 ( 2.3%)	3 ( 2.3%)	2 ( 1.6%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
理系への関心はあまりなかった	64 ( 1.22)	37 ( 57.8%)	3 ( 4.7%)	0 ( 0.0%)	1 ( 1.6%)	0 ( 0.0%)	3 ( 4.7%)	0 ( 0.0%)	1 ( 1.6%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)
理系への関心は全くなかった	19 ( 1.26)	11 ( 57.9%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	2 ( 10.5%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)

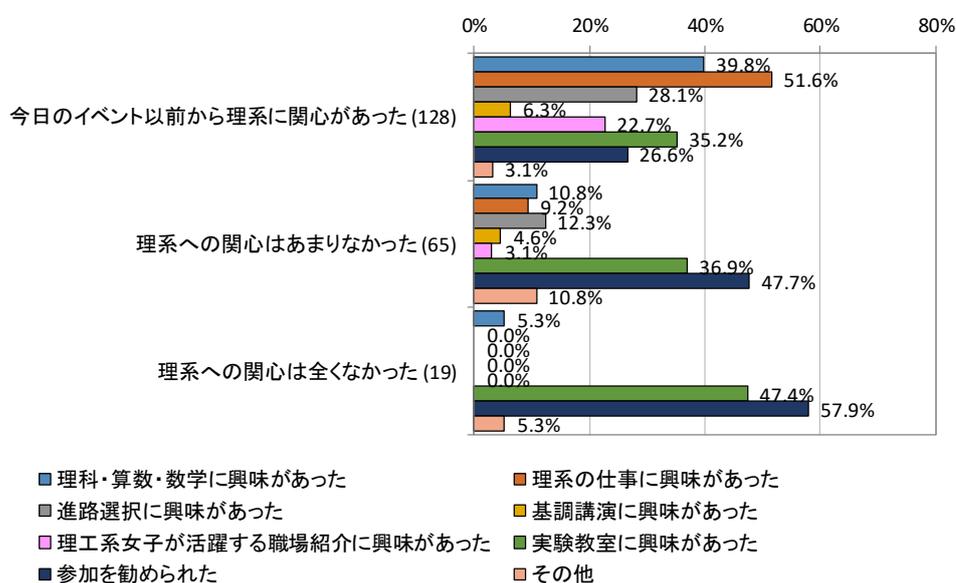
  

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ（ケーブルテレビ・コミュニティFM含む）	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他
全体	211 ( 1.19)	2 ( 0.9%)	10 ( 4.7%)	3 ( 1.4%)	0 ( 0.0%)	2 ( 0.9%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	56 ( 26.5%)	16 ( 7.6%)	6 ( 2.8%)
今日のイベント以前から理系に関心があった	128 ( 1.17)	0 ( 0.0%)	6 ( 4.7%)	3 ( 2.3%)	0 ( 0.0%)	2 ( 1.6%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	28 ( 21.9%)	7 ( 5.5%)	5 ( 3.9%)
理系への関心はあまりなかった	64 ( 1.22)	2 ( 3.1%)	3 ( 4.7%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	21 ( 32.8%)	6 ( 9.4%)	1 ( 1.6%)
理系への関心は全くなかった	19 ( 1.26)	0 ( 0.0%)	1 ( 5.3%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	0 ( 0.0%)	7 ( 36.8%)	3 ( 15.8%)	0 ( 0.0%)

来場目的も理系への関心の度合いで区分して見ると、イベント参加以前から理系に関心があった者については、来場の動機として「理系の仕事への興味があった」が多い（51.6%）。

理系への関心があまりなかった者、全くなかった者については、「参加を勧められた」という回答がそれぞれ 47.7%、57.9%で最も多く「実験教室に興味があった」もそれぞれ 36.9%、47.4%と一定の割合を占めている（図表 13）。

図表 13 児童・生徒 来場した目的（理系への関心の度合い別 複数回答）



## (2)保護者

保護者について、理系への関心の度合いで区分して、イベントを知った経緯をみると、関心の有無に関わらず「(子どもが)通っている学校で配布されたプリント・チラシ」が最も多い。「理系への関心はあまりなかった」層の特徴としては、「新聞記事」「家族から聞いた」の回答割合の高さが挙げられる(図表14)。

図表14 保護者 イベントを知った経緯(理系への関心の度合い別、複数回答)

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他のイベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS(フェイスブック・ツイッター・メールマガジン)	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	189 (1.29)	87 (46.0%)	5 (2.6%)	1 (0.5%)	3 (1.6%)	16 (8.5%)	17 (9.0%)	16 (8.5%)	12 (6.3%)	2 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
今日のイベント以前から理系に関心があった	112 (1.30)	55 (49.1%)	3 (2.7%)	0 (0.0%)	1 (0.9%)	9 (8.0%)	12 (10.7%)	11 (9.8%)	7 (6.3%)	1 (0.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
理系への関心はあまりなかった	62 (1.26)	24 (38.7%)	2 (3.2%)	0 (0.0%)	1 (1.6%)	6 (9.7%)	3 (4.8%)	5 (8.1%)	4 (6.5%)	1 (1.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
理系への関心は全くなかった	15 (1.27)	8 (53.3%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	1 (6.7%)	1 (6.7%)	2 (13.3%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ(ケーブルテレビ・コミュニティFM含む)	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他	
全体	189 (1.29)	4 (2.1%)	12 (6.3%)	2 (1.1%)	0 (0.0%)	9 (4.8%)	2 (1.1%)	1 (0.5%)	21 (11.1%)	13 (6.9%)	20 (10.6%)	
今日のイベント以前から理系に関心があった	112 (1.30)	3 (2.7%)	5 (4.5%)	1 (0.9%)	0 (0.0%)	6 (5.4%)	2 (1.8%)	1 (0.9%)	7 (6.3%)	7 (6.3%)	15 (13.4%)	
理系への関心はあまりなかった	62 (1.26)	1 (1.6%)	7 (11.3%)	1 (1.6%)	0 (0.0%)	3 (4.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	11 (17.7%)	5 (8.1%)	4 (6.5%)	
理系への関心は全くなかった	15 (1.27)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (20.0%)	1 (6.7%)	1 (6.7%)	

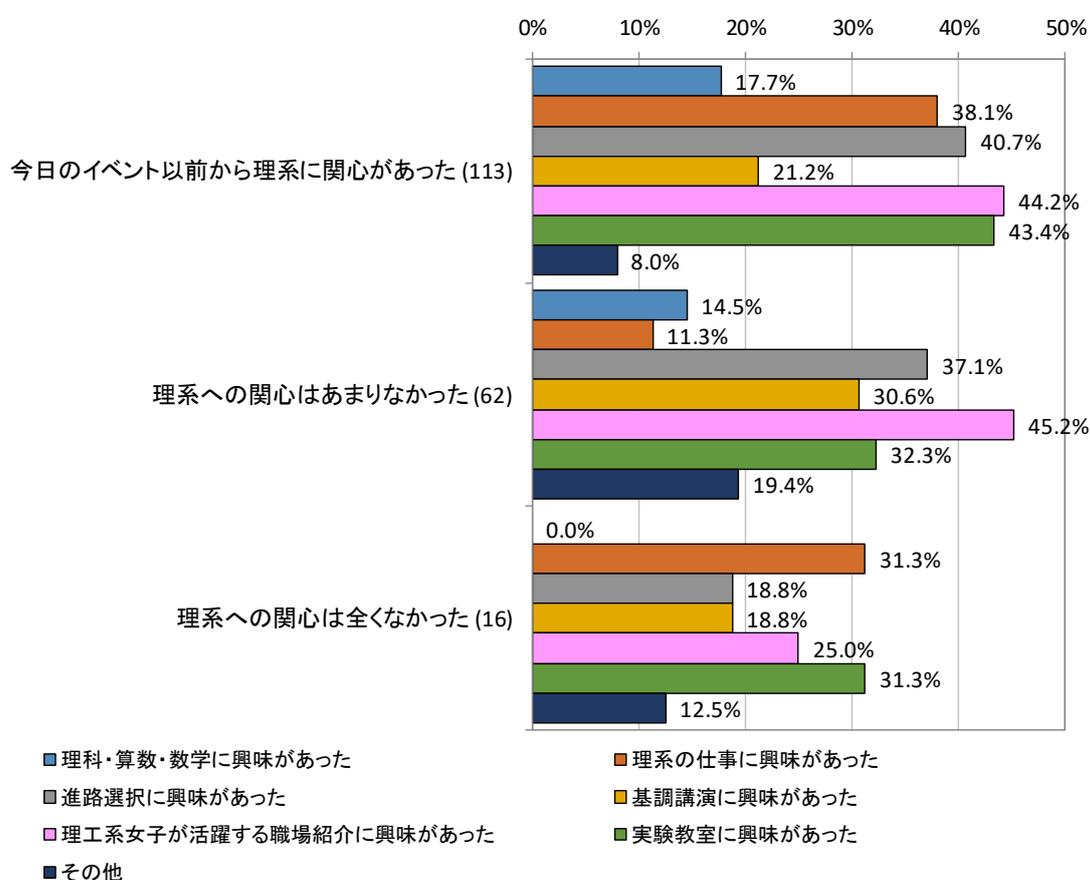
以上を踏まえると、児童・生徒向けのアプローチとしては、学校を通じた広報(チラシの配布)によって周知が達成できるが、特に理系に関心がない、または関心が少ない層にアプローチをする場合は、家族からの働きかけも有効である。

保護者向けのアプローチにおいても、学校を通じた広報が有効となるほか、新聞記事も保護者の目に触れ、参加を促す効果が一定程度期待できると考えられる。

保護者について、理系への関心の度合い別に来場目的をみると、「理工系女子が活躍する職場紹介<sup>2</sup>」「実験教室」が多く挙げられている点は、共通の傾向である。

イベント参加以前から理系に関心があった者の特徴として、理系の仕事（38.1%）が多い。また、理系への関心があまりなかった者の特徴として、基調講演（30.6%）が比較的多い（図表 15）。

図表 15 保護者 来場した目的（理系への関心の度合い別 複数回答）



<sup>2</sup> 以降、「職場紹介」とする

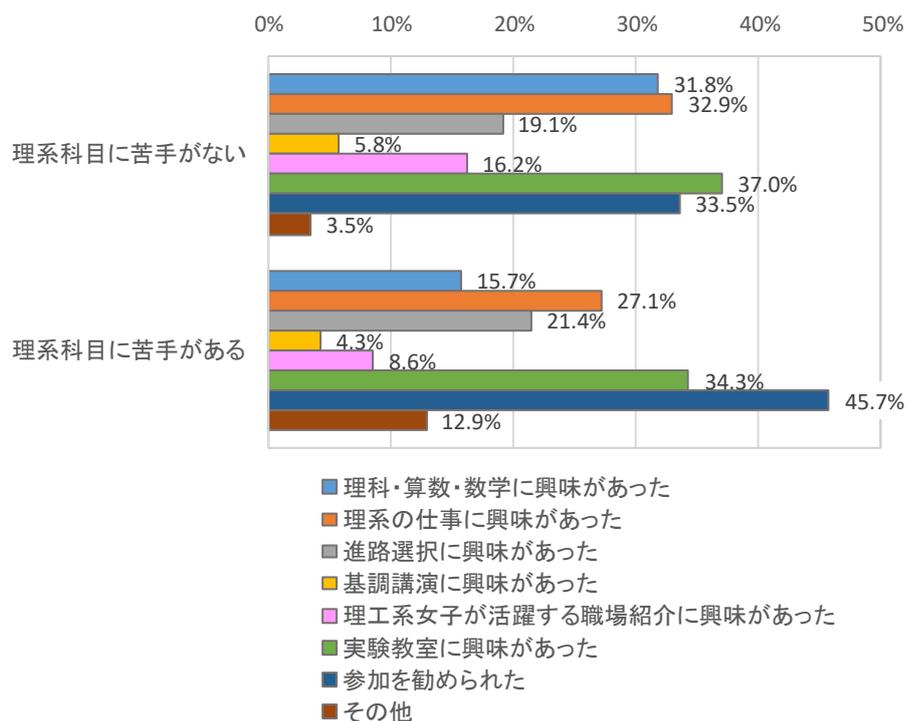
### 3-2-4 理系科目での苦手の有無による特徴（児童・生徒）

児童・生徒において、理系科目（算数・数学及び理科）に苦手科目がない者とある者として、イベントの来場目的を比較すると、苦手科目がない者は実験教室（37.0%）が最も多く、参加を勧められた（33.5%）、理系の仕事（32.9%）が続く。

一方で苦手科目がある者は、参加を勧められたという回答が最も多く（45.7%）、当人以外の外部の働きかけが来場動機になった場合が多い。以下、実験教室（34.3%）、理系の仕事（27.1%）が続く。

苦手科目の有無にかかわらず、「実験教室」「理系の仕事」については一定の興味を持たれており、これらはイベント参加を促す効果があると考えられる（図表 16）。

図表 16 児童・生徒 来場した目的（理系への苦手科目の有無別、複数回答）



### 3-3 協力団体の選定及び依頼

職場紹介や実験教室における協力団体の選定及び依頼は、開催地の地方公共団体が行った。多くは男女共同参画行政を所管する部署から地方公共団体内に立地する企業や団体に依頼し、協力いただいた。なお、男女共同参画行政を所管する部署と企業や団体との関係性によっては、商工部門の協力を得て依頼したケースもある。

#### <依頼事例（花巻市）>

- ・条件に合致する職場紹介や実験教室の協力団体の選定について、市の商工労政課（職場紹介の依頼候補が、当該課とのネットワークを有していた）に協力を依頼し、同部署の職員同席の下、イベントについての説明や打診を行った。
- ・実験教室の大学への協力依頼にあたっては、事業趣旨を鑑み、STEMに関する様々な分野の実験を扱いたい旨を説明し、1つの大学で複数の学部で協力いただくこととし、3領域の実験を実施することができた。

他方で、比較的小規模な地方公共団体では、協力先を広域で検討し、企業・団体の選定を行ったケースもみられる。

#### <依頼事例（琴浦町）>

- ・依頼にあたっては、日頃から町と連携関係のある団体（県内の建設産業で働く女性の団体）関係者に相談し、理工系女子が活躍している企業として、町外（県内）の情報通信業の会社の紹介を受けた。地域の課題解決に取り組む会社ということもあり、イベントの趣旨に賛同いただき、協力を得ることができた。
- ・実験の依頼先についても、上記の団体のネットワークを活用することで、大学等から協力を得て、建築学に関する実験を行うことができた。